

تأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية المستخدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على

الفيس بوك



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

أ/ سمر عبد الكريم مصطفى فرحات

طالبة في برنامج ماجستير السينما والتلفزيون، جامعة النجاح الوطنية،

نابلس، فلسطين

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٢٩ يناير ٢٠٢٤ م

الحلفاء والدول المجاورة من أجل الحفاظ على صداقة الدول
المحايدة بل الحصول على تعاونها.
٢- تحاول صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية أن تجعل نفسها
مصدر ثقة مصدق للمعلومات التي يتم نشرها عن عملية
التطبيع.

Abstract

The research summary is the goal of this analytical study to find out the framing of the UAE after the announcement of normalization and the techniques of propaganda in this, on the page "Israel speaks Arabic" via the social networking site Facebook in the period (September 15 to November 15, 2020), and used The study theory of media framing as a theoretical basis for the study of how the topics

الملخص

هدف هذه الدراسة التحليلية لمعرفة تأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع خلال رصد وبيان تقنيات الدعاية المستخدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في الفترة (15 سبتمبر إلى 15 نوفمبر 2020م)، واستخدمت الدراسة نظرية التأطير الإعلامي كأساس نظري لدراسة كيف يتم تأطير الموضوعات التي تنشر في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، وقد اختارت الباحثة عينة قصديه تكونت من (50) منشورا يغطي فترة الدراسة المختارة، خلصت الدراسة لعدد من النتائج كان أهمها:-
١- يتم تأطير المنشورات في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية باستخدام تقنيات الدعاية لعرض الأحداث وتلميع عملية التطبيع والترويج لها، وذلك للحصول على صداقة جديدة مع

تعد علوم الاتصال والإعلام علوما إستراتيجية مستحدثة مقارنة بغيرها من العلوم الاستراتيجية، ومن اجل ضمان نجاح الخطط الإستراتيجية لكافة الدول والمؤسسات فقد اهتمت بتوظيفها الأمر الذي أدى إلى ولادة مفهوم جديد وهو الاتصال الاستراتيجي الذي انتشر مع بناء الخطط الإستراتيجية، كما اجتهد في تعريفه وتسميته كل من علماء وخبراء الاتصال والإعلام، فالاتصال الاستراتيجي قد شاع استخدامه في مجال الاتصالات والإدارة والعلوم الإنسانية، ويرى العديد من العلماء إن الاتصال الاستراتيجي لا يعني التسويق وإدارة الأعمال وعلم الاتصال والصحافة وغيرها، لكنه يعني دمج كل هذه التخصصات سويا، لذا فانه يعني التكامل بين علوم الإستراتيجية والاتصالات الجماهيرية، وعلى الرغم من اختلاف الآراء حول تعريف الاتصال سعت علوم الاتصال والإعلام إلى الاستراتيجية باعتبارها علوماً مستحدثة مقارنة بعلوم

"الاستراتيجية، وعملت على توظيفها لدعم نجاح الخطط الاستراتيجية للدول والمؤسسات، وهو ما أثمر عن ظهور مصطلح (الاتصال الاستراتيجي) الذي شاع استخدامه خاصة مع بناء الخطط الاستراتيجية، واجتهد في تعريفه عدد من علماء وخبراء الاتصال والإعلام، ومن أهم هذه الاستراتيجيات هي الدعاية التي تسعى للتأثير والتلاعب في عقول واتجاهات الأشخاص، لتغيير أفكارهم ومعتقداتهم وسلوكياتهم وصورهم الذهنية إزاء جهة أو قضية معينة، وهذا ما يشير إلى أنها ليست عشوائية وعفوية إنما مدروسة ومخطط لها بشكل دقيق، يحاول القائمون بكافه جهودهم الاطلاع عليها وتنفيذها كب نخدم أهدافهم، وهذا ما تسعى له كافة وسائل الإعلام الالكترونية بشكل عام ومواقع التواصل

published on the page of Israel speak Arabic are framed, and the researcher chose a sample meant formed from (50) publications covering the period of the selected study, and the study concluded for a number of results was the most important first chapter;-

1- The leaflets on the page Israel Speaks Arabic are framed by using propoganda techniques to display events, polish the process of normalization and promote them, in order to gain new friendship with allies and neighboring countries in order to preserve the friendship of the neutral countries and even obtain their cooperation.

2- The Israel speaking Arabic page tries to make itself a source of authenticated confidence for the information published about the normalization process.

* مقدمة

إن عملية الاتصال والتواصل بين الآخرين هي أساس لا غنى عنه في حياتنا اليومية، وهي من أهم سمات مجتمعا البشري حيث جميعنا بحاجة للتواصل مع الآخرين فلا يستطيع أحد منا أن يعيش بعزلته ووحدته، فلا بد له أن يختلط بمجتمعه وينخرط فيه، كانت ولا زالت الجهود منسوبة حول التفتيش عن طرق تسهل من عملية التواصل بين الناس، حيث إن عملية التواصل تعني إيجاد قنوات وجسور مشتركة بين الناس ليمكنوا من إبداء آرائهم ونقل أفكارهم إلى المجتمع.

الاجتماعي بشكل خاص، في محاوله للتأثير على وجدان وعقل الجمهور(المصدر، 2016: 3).

وتعد الدعاية من ابرز أساليب الإقناع لاستماله اكبر قدر من الناس نحو رأي معين أو فكره محدد لخدمه مصالح ذاتيه، حيث تسعى جهات معينة السيطرة على عقول الجماهير وجعلها تتبع دربا معين يصب في مصالح الجهة القائمة على الدعاية، قد يسلك دور الدعاية مسارا سلبيا يتمثل في تشويه الحقائق وقلبها والمبالغة في تجسيد الواقع وتصويره، وتعتمد في أسلوبها على الإثارة والاستمالة، وتصب كافة جهودها المقصودة للتأثير والإقناع بفكر محدد، أو كسب تأييد الأفراد في قضية ما أو شخص أو مؤسسة، ومن ثم بلوره أفكار الناس بشكل يتناسق مع توجهات المنظم أو المؤسسة، إن للدعاية أسلوب مستتر توضح فيه تاريخ وإجازات المنظمة ومزاياها وكفاءة إدارتها، وتمثل في عدة أشكال قد تكون تقرير أو خبر أو مقال، ويتم السيطرة على الجمهور لدفعه نحو سلوك معين دون أن تراعي مصالح الجمهور(فرجاني، 2018: 15).

ولكي يتحقق التأثير المطلوب، يسعى القائمون إلى الدعاية والى توظيف مجموعه مختارة من الطرق التي تستحوذ على عواطف القارئ من اجل تشكيل استجابة انفعاليه لا علاقة لها بأحكام العقل نحو مخطط الدعاية المرسوم سابقا، وهذا ما اتبعته العديد من صفحات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها صفحة إسرائيل تتكلم باللغة العربية من حيث اعتمادها على مجموعه واسعة من الأساليب التي تضمن تحقيق أهدافها. وترى الباحثة أن الدعاية هي أساليب المخطط لها لتوصيل أفكار وتصورات مغايره للواقع تماما وتحقيق أهداف

خفية غير موضحة علانية، وتعد من أخطر أنواع الطرق التي تخاطب العقول وتجذب الأشخاص بطرق مؤثرة ومقنعة.

بعد الإعلان الرباعي من قبل الإمارات العربية المتحدة والبحرين وإسرائيل والولايات المتحدة حول الاتفاق على تطبيع العلاقات بينهم، الأمر الذي افرز مزيدا من التحديات على الموقف العربي بشكل خاص والفلسطيني بشكل خاص، بعد أن سعت أمريكا وإسرائيل لإنهاء الحقوق الفلسطينية إزاء صفقه القرن، وقد شكل هذا الاتفاق مواقف جديدة على الساحة العربية، وقد اتبعت الإمارات والبحرين اتجاه التطبيع مع إسرائيل على الرغم من عدم توصل الفلسطينيين لتسوية بشأن الوضع أو تحصيل أي من حقوقهم، وهذا ما سعى إليه الرئيس الأمريكي سابقا دونالد ترامب حول خططها في الوطن العربي وعمله المكثف حول هذا الملف منذ البداية.

* اشكالية البحث

قامت كل من الإمارات العربية المتحدة في الفترة (ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2020م)، بتوقيع اتفاق مع إسرائيل برعاية أمريكية، والذي تم تسميته "باتفاق السلام"، الذي لاقى مباركه وترحيب دولي وعربي، واستنكر المسئولون والقادة الفلسطينيون هذه الخطوة المفاجئة من قبل الإمارات والبحرين، وأكدوا على رفضهم الشديد لهذا الاتفاق الذي تم إعلانه، معتبرين انه لا يلزم الشعب الفلسطيني بشيء ولن يتم احترامه، فهو سيشكل من فلسطين وشهدائها وأرضها حبالا لتطبيع مع دولة الاحتلال، وتكمن مشكلة الدراسة في أن إسرائيل تعمل منذ توقيع الاتفاق على تنفيذ سياسة تقنيات الدعاية من اجل الترويج لاتفاقها مع البحرين والإمارات، وتحسين صورتها أمام العالم كدولة متحضرة تسعى للسلام،

وهي من خلال هذه التقنيات تعتمد إلى تسويق اتفاقها التطبيعي مع الإمارات والبحرين بكافة الوسائل والطرق، وذلك بهدف كسب مشروعية أخلاقية ودعائية تستطيع من خلالها فرض سياستها ومصالحها في الشرق الأوسط، والعمل على جعل هذه السياسية سياسية مقبولة، ومن هنا يأتي تساؤل الدراسة الرئيسي: كيف تم تأطير دولة الإمارات والبحرين بعد إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية؟

وتلخص اشكالية الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيسي أدناه:-

كيف تم تأطير دولة الإمارات والبحرين بعد إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية؟

* أسئلة البحث

١- ما هي أهم آليات تأطير إعلان تطبيع العلاقات بين إسرائيل ودولتي الإمارات والبحرين عبر صحفه إسرائيل تتكلم بالعربية؟

٢- ما العناوين الإخبارية المتعلقة بتأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية المستخدمة؟

٣- ما طبيعة اللهجة المستخدمة في المنشورات؟

٤- ما نوعية المنشورات التي تضعها الصفحة؟

٥- ما الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة؟

* أهداف البحث

١- الكشف عن أهم آليات تأطير إعلان تطبيع العلاقات بين إسرائيل ودولتي الإمارات والبحرين عبر صحفه إسرائيل تتكلم بالعربية؟

٢- التطرق إلى أبرز العناوين الإخبارية المتعلقة بتأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية المستخدمة؟

٣- بيان اللهجة المستخدمة في المنشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

٤- معرفة نوعية المنشورات التي تضعها الصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

٥- الكشف عن الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة

٦- الكشف عن أهم أهداف عرض مظاهر التطبيع بين إسرائيل والإمارات على صفحه الفيس بوك إسرائيل تتكلم بالعربية.

* أهمية البحث

تنبع أهمية الدراسة من كونها ستضيف قيمة علمية وإنسانية، فمن خلال التحليل إلى النتائج سيتم توضيح كيف يتم التأطير لدولتي الإمارات والبحرين بعد التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك، ومعرفة ابرز واهم الموضوعات التي سلطت الإمارات والبحرين الضوء عليها وأبرزتها، وبيان المنهجية العلمية والإستراتيجية لتقنيات الدعاية التي تروج للاتفاق وتحلله، سواء من قبل الإمارات التي بدورها تشجع غيرها من الدولة العربية على التطبيع، أو من قبل إسرائيل التي تسعى لتحميل هذا الاتفاق وتحسين صورته وغايته، وحرص هذه الأطراف على تعزيز الأمن والسلام العربي، على اعتبار أن هذه المنطقة تشكل مصالح أمريكا التي ستوفر عبر هذا التطبيع وقتا وتكلفة قدما، كما وتشكل هذه الدراسة للباحثين حافزا من اجل إجراء المزيد من الأبحاث والدراسات المختصة بتقنيات الدعاية المضللة والمبطنة بخصوص من الموضوعات والقضايا التي تم الشأن العربي والفلسطيني، كما ان أهمية هذا الورقة البحثية تكمن في القيمة العليمة التي سوف توفرها في

كشفت تقنيات الدعاية والحجج التي يستخدمها الإسرائيليون في تحسين صورتهم امام دول العالم.

* منهجية البحث

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وهو احد أساليب البحث والذي يهدف لوصف موضوعي منظم كمي وكيفي لمحتويات الاتصال الظاهرة، ويتم من خلاله تصنيف خصائص الأدوات الفكرية في فئات تبعا لضوابط وقواعد يراها الباحث كونه منهج يحقق أهداف الدراسة، كما وسيتم استخدام المنهج الوثائقي المعتمد على استخراج الأدلة من الوثائق التي تخص موضوع الدراسة بواسطة تحليلها بشكل كامل وشامل، كما سيتم استخراج المعلومات من مصدرها الأساسي وهو "الوثائق بمفهومها العام"، فمن خلالها يتم التحليل كيفيا عبر استنباط البراهين وإبرازها، أما تحليل المحتوى فيتم التحليل بشكل كمي أي الحصر العددي للوحدة التي تم اختيارها (الربعية، 1996: 15).

* عينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من المنشورات والصور و الفيديوهات التي تنشرها صفحة اسرائيل تتكلم بالعربية على الفيس بوك تم اختيار العينة القصدية المكونة من (50) منشور، تم اختيارها في الفترة (ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2020م)، عن قصد كونها تتناسب مع دراسة حالة منفردة ولا تتضمن تكلفة وتعقيداً إحصائياً لاستخراجها، كما وأنها محصورة في حالات معينة من المجتمع الكلي للدراسة وقد اختصت عينة الدراسة بالمنشورات في الفترة المذكورة بغرض تحليلها ومعرفة تقنيات الدعاية التي تتضمنها و تتمثل الفترة الزمنية التي شملتها هذه الدراسة بخصوص تحليل محتوى صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في الفترة

(ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2020م)، ولقد تم اختيار هذه الفترة نظرا لحساسيتها بالنسبة للشعب الفلسطيني وقضيته خاصة بعد التطبيع، والاتفاقيات التي شملت دول عربية أهمها الإمارات والبحرين وقد تناولت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية دعايات أدت إلى الترويج لاتفاق إماراتي بحريني إسرائيلي من خلال التأكيد على دوره الكبير في حفظ السلام والأمن في العالم العربية والمنطقة.

* حدود الدراسة

تمثل حدود الدراسة فيما يلي:-

الحد الموضوعي: اقتصرت الدراسة على معرفة تأطير دولة الإمارات ودولة البحرين عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في الفترة (ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2020م).

الحد الزماني: تجري هذه الدراسة في الفترة (ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2020م).

الحد المكاني: فلسطين - نابلس.

* مصطلحات الدراسة

* التأطير اصطلاحاً

تستخدمه الدول في سياساتها، ويستخدمه بقوة الإعلام للسيطرة على عقول الناس ولتوجيه الرأي العام نحو قضايا معينة ووسائل الاعلام تؤطر رسائلها في المجتمعات المنهكة بالجهل وانعدام الوعي، وهذا فقط أسلوب واحد من عدة أساليب تجعلك لا ترى الا ما يريد المخرج وهو أسلوب قويفي قيادة الاخرين والرأي من خلال وضع خيارات وهمية تقيد تفكير المتلقي (العمري، 2019).

* وتقنيات الدعاية اصطلاحاً

يتضح في السجلات الدائرة بينهم وبين الشباب العربي (البرديني، 2017).

* الإطار النظري

* نظرية التأطير الإعلامي

يتفق العلماء والباحثون في المجال الإعلام بأن وسائل الإعلام تسهل على الأشخاص فهم وتفسير الأحداث التي تحدث حولهم، ابتداءً من الأشخاص وحتى القضايا وغيرها فهي تضيف أهمية وقيمة على المحتوى وتوعي الجمهور المستقبل من الناحية السياسية والاجتماعية حتى يتسنى له فهم الرسالة، لان دور الإعلام لا يقتصر على كونه فقط مقدم للأخبار بل تبني معاني محدده له من خلال تأطيره وفق جوانب معينة ووفق هذه الجوانب يتم إبداء الأحكام والتفسير وهذا ما يوضح أهمية نظرية التأطير (الغانمي، 2018: 104)

وتعتبر نظرية التأطير الإعلامي من النظريات التي تدرس تأثير الرسالة، فهي تنص على أن أي حدث أو مضمون تنشره وسائل الإعلام لا يكون له مغزى وهدف إلا إذا تم وضعه في إطار وتنظيم معين ومقصود، وتكون هذه الاطر الإعلامية منظمه من ناحية المفردات والمعاني وتوظف إلى جانب ذلك الأعراف والقيم السائدة والخبرات، فهي من خلال تأطير الرسالة الإعلامية ستكون قادرة على قياس محتوى ودور الرسالة وقدرته على التأثير في الآراء، ولهذا فقد استخدمت هذه النظرية لكشف ودراسة صورة تأطير دولتي الإمارات والبحرين بعد إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في الفترة (ما بين 15 سبتمبر إلى 15 نوفمبر 2020م)،

تعد نظرية الاطر الإعلامية احدى الروافد الحديثة في علم الاتصال، فهي تفسر بشكل منظم دور وسائل الإعلام

هي عبارة عن تقنيات تهدف الى نشر المعلومات والحقائق بطريقة موجهة من وجهة نظر واحدة، وذلك من أجل التأثير على آراء وسلوك أكبر عدد من الناس، وهي ضد الموضوعية في تقديم المعلومات، أي يتم عرضها من أجل التأثير على المتلقي المستهدف (شملاي، 2019).

* التطبيع اصطلاحاً

يعني الدخول في اتصالات وعلاقات مخططة تهدف إلى جعل العلاقة معها علاقات طبيعية مناقضة للمقاطعة تماماً. ويحمل التطبيع دلالة القبول بوجود إسرائيل بشكلها ونظامها وصيغتها الحالية الكولونيالية الاستيطانية العرقية، وكذلك القبول بدورها، وأيديولوجيتها، ومشروعها الاستيطاني الإحلالي، وكذلك الحال القبول بواقع الفلسطينيين وحالتهم الشاذة تحت الاحتلال. وقد تفترض بعض الدول أن هذه العلاقات تهدف إلى إحداث حالة يمكن من خلالها التأثير في الدولة الأخرى، والضغط عليها لإجبارها على القبول بتقديم تنازلات معينة (قاضي، 2014).

* صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية اصطلاحاً

أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية هذه الصفحة على الفيسبوك كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل باللغة العربية، وقد انضم إلى الصفحة التي يرجع تاريخ إنشائها إلى أغسطس 2011 حوالي المليون متابع. وهي الصفحة الأكثر انتشاراً ونشاطاً مقارنة بمثيلاتها في إسرائيل، وتعد المصدر الرئيسي لإمدادها بالمعلومات والأفكار الدعائية عن نشاط الحكومة الداخلي والخارجي. كما يمتلك القائمون عليها بعض الحجج التاريخية والجغرافية في تسويق أفكارهم، الأمر الذي

* أدبيات الدراسة

* الدعاية الصهيونية والدعاية الإسرائيلية

عندما تم الإعلان عن تأسيس دولة إسرائيل، شكلت ما تسمى بـ "هيئة رؤساء تحرير الصحف"، التي شملت كل رؤساء الصحف التقليدية والحزبية في ذلك الوقت، وتم اعتبارها ذراع من أذرع الموساد الإسرائيلي، كونها تعتمد اعتماد كلي في الحصول على معلوماتها على كبار القادة مثل الرئيس والأجهزة الأمنية بشأن ما يلزم نشره في الإعلام، ولنجاح إقامة وطن قومي يهودي في فلسطين كان هدف هذه المنظمة حشد وكسب تأييد اليهود في الخارج للهجرة إلى فلسطين، من خلال أساليب دعائية واضحة، أي أن نشاطات الدعاية الصهيونية في البداية كانت داخلية، حيث وظف القادة الناحية الدينية والعاطفية حافزا للهجرة إلى فلسطين، أما على الصعيد الخارجي فكانت تهدف هذه المنظمة إلى إثارة الفتن والخلافات بين العرب والشعب الفلسطيني على مبدأ "فرق تسد"، وفي الوقت نفسه أن تسعى لتطويعهم واختراق الوعي العربي بواسطة صفحات إسرائيلية باللغة العربية، كما ووسعت إلى بث دعاية للغرب تشوه فيها الواقع وتصور الفلسطيني مثل قاتل واليهودي ضحية، وتظهر ما كابده اليهود في ظل الحكومة النازية للحصول على التأييد الغربي (سعيد، 2020: 16).

* صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية

قامت وزارة الخارجية الصهيونية في 2011 بإنشاء صفحته "إسرائيل تتكلم بالعربية" على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للتواصل مع العرب باللغة العربية كخطوة جديدة للتطبيع معهم بطريقة حديثة بحيث تستهدف فيها الفئة

في بلورة الأفكار والسلوكيات والأفكار اتجاه القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الفرد المتلقي المعرفية والوجدانية، حيث تقوم هذه النظرية "على أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها عن طريق وضعها في إطار frame، يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق عن طريق الاهتمام ببعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى منه، ليكون الإطار بمثابة الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة" (مكاوي، 2018: 348).

تبني نظرية التأطير الفهم والأدلة للجمهور وتساعد في بلورة معنى الرسالة بواسطة تسليط الضوء على عناصر محددة، وإبعاد العناصر التي تشتت الانتباه والمتناقضة، فهو أساسيا لبناء علاقات ذات منفعة متبادلة وبناء إطار مشترك فيه بين الجمهور والمنظمات حول قضية محددة (Heath, 2013, P. 199).

ومن هذا المنطلق فان الباحثة في هذه الدراسة تطرقت لدراسة صورة تأطير دولة الإمارات والبحرين بعد إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية (الفترة بين...) في ظل اتفاقيات التطبيع العربية إسرائيل.

واختارت الباحثة نظرية التأطير الإعلامي كونها نظرية تخدم أداة البحث من ناحية تحليل المحتوى، وتسليطها على تقنيات الدعاية الموجودة في منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية للوصول إلى أفضل النتائج.

الأهم وهي فئة الشباب، وتعتبر هذه إحدى الصفحات التي سبق لإسرائيل وان قامت بإنشائها باللغة العربية للتواصل وتبادل المعلومات مع الشباب العربي، لتروج له طبيعة الكيان بحيث تجعله يتقبله ويرضخ للأمر الواقع، وهذا ما صرحه المسئولين عن الصفحة بأنهم يسعون إلى "التواصل مع الناطقين بالضاد وتبادل الآراء معهم وكذلك إطلاع المتصفحين على ما يحدث في إسرائيل وهو الأمر الذي لا تشاهدونه على شاشات محطات التلفاز العربية للأسف الشديد ونأمل في أن ننجح في كسر بعض الأفكار المسبقة".

كما وجاء في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية ما يلي:-

أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية هذه الصفحة على (الفيسبوك) كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل باللغة العربية، ومن أجل إطلاع الجمهور العريض على نشاطاتها أولاً بأول".، حيث تقوم الوزارة بنشر المحتوى مع إرفاق توجيهات للزوار والمتابعين الذين يتفاعلون مع الصفحة من خلال التعليقات "تشجيعاً للتعبير عن الرأي وقيام نقاش مفتوح مع مسئولي وزارة الخارجية، فقد فتحنا بوجه الزوار باب نشر تعليقاتهم على الحائط". وتم إلقاء التوجيهات بعبارة: "شالوم مع التحيات".

كما وتعرض الصفحة تقارير وكتب ومقالات تجسد فيها تاريخ وحضارة اليهود المزعومة التي بدأت حسب قولهم قبل 3500 سنة، تتناول أيضا المعاناة التي عاشها اليهود على امتداد هذه الفترة، ومن أشهر الكتب التي نشرت كتاب بعنوان: "مقدمة عن الديانة اليهودية للمسلمين"، وترجم الكتاب للغة العربية لتسويقه ونشره بين الشباب من خلال مواقع عبرية وعربية واعتباره مرجعا للطلبة، ومن ضمن

المقالات التي نشرت مقال بعنوان "ليه أنا مؤيد لإسرائيل"، والعديد من القصص الخبرية من ضمنها (إنقاذ حياة طفل عراقي في إسرائيل)، حيث كتبوا: "والدة الطفل العراقي تقول عقب خضوع ابنها لجراحة في قلبه أنقذت حياته: نجب إسرائيل، ولا نخشى العودة إلى العراق"، ويضيف الخبر: ويعمل صندوق "شيفت أحميم" حالياً على استحضار 30 طفلاً عراقياً آخر إلى مستشفى "شيبا" تل هاشومير لإجراء جراحات يحتاجونها لإنقاذ حياتهم".

انضم لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية ما يزيد عن 2860 متابع تحت رعاية وزارة الخارجية الصهيونية، وتلك ليست الصفحة الوحيدة التي تتكلم بالعربية لإسرائيل على موقع "الفيسبوك"، حيث هناك عدة صفحات أخرى وجهت إلى دول عربية محددة مثل دولة الأردن "إسرائيل في الأردن"، معرفة ذاتها ب "صفحة مكرسة لتعزيز العلاقات الدبلوماسية والنمو الاقتصادي والصداقة بين دولة إسرائيل والأردن".

وبخصوص التعليقات والمشاركات التي تخص هذه الصفحات فقد اتسمت كلها بالوقوف ضد دولة الاحتلال، فعناوين الصفحات تثير مشاعر الاستفزاز والسخط لدى العرب، أما دولة الاحتلال فلها أهداف خفية وغير واضحة من وراء نشر مثل هذه الصفحات وهذه العناوين، ونشر التعليقات والردود، وخاصة تلك التعليقات المعارضة للتطبيع، مع إرفاق الصور والفيديوهات التي تبرز جمال فلسطين وطبيعتها الخلابة تحت مسمى دولة إسرائيل.

ومن المؤكد أن إسرائيل لم تتراجع يوماً عن استخدام كافة الطرق ووسائل التواصل لخلق جسر بينها وبين الشباب العربي لتكون قادرة من خلال هذه الجسر على إنشاء جيل

يقبل الدولة المحتلة وممارستها بحق الفلسطينيين، ليتم صياغة تاريخ جديد لليهود على الأرض العربية.

وتصفح سريع لصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية الموجهة للعرب تكشف بشكل واضح الحقيقة وراء نشر هذه الصفحات والتواصل مع الشباب العربي وبلغتهم العربية، ومن هنا يأتي دور الشباب في التصدي لتلك الأهداف ومحاربتها وكشفها وتحذير الآخرين منها (القدومي، 2011).

* تقنيات الدعاية

لقد سخر القادة والمسؤولين كل الوسائل المتاحة والممكنة من اجل إحكام سيطرتهم، ومد نفوذهم ونشر أفكارهم بين الناس، سواء داخل بلادهم أو في بلاد أخرى، وتعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية ابرز هذه الوسائل واشد فتكا وقوه، ومن هنا أصبح مصطلح دعاية يعني الحرب من خلال وسائل الإعلام، والكذب والتلفيق في عرض الحقائق وغيرها حتى أصبح اليوم معنى الدعاية مخالفا لما كان عليه في القرن الخامس عشر، الذي كان يعني التبشير بالديانة المسيحية، أما اليوم فهي تعني الشر الذي تحمله وسائل الإعلام إلى الأفراد في كل بقاع الأرض في محاوله منها لتحطيم معنويات الشعوب، وتدنيسها والتأثير على قيمتهم وقناعاتهم من اجل السيطرة عليهم واستغلالهم سياسيا، فهي حرب لها عده وجوه وأشكال وتختلف باختلاف النظم السياسية، إذن فالدعاية عبارة عن رسائل إعلامية تحمل في مضمونها أفكار وتوجهات تهدف لتغيير قناعات وسلوكيات الأفراد بما يتفق مع مصالح المصدر الذي قد يكون جهات سياسية ضد شعب معين من اجل إرباكه وتحطيم روحه المعنوية فهي مرتبطة بالأفكار السياسية وما تروجه من أفكار يعارض القيم الأصلية للشعوب (اقطش، 1999: 20).

وكما أشار الفيلسوف والعالم الألماني كارل ماركس في تلخيصه لتأثير تقنيات الدعاية "تعرف الناس أكثر على جوهر التقنيات المؤثرة على وعيهم ازداد الاحتمال بأنهم سوف يفهمون الغرض من مهامها وقلّ احتمال استخدام هذه التقنيات "بينما يرى ليونارد دووب أنها "محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في زمان معين ولهدف مرسوم" (الأقطش، 1999، ص16).

وأشار الدكتور محمد ناصر في كتابه الدعاية والإعلان والعلاقات العامة إلى أن الدعاية تقسم إلى قسمين القسم الأول وهو الدعايات الأفقية وهي التي تسخر كافة الأساليب المتطورة والتي تنطلق من القادة وتنتشر بشكل أفقي، وتكون الغاية منها تولي قيادة الأفراد وهذا ما يظهر في الانتخابات والأحزاب، وهي تحتاج إلى جهد كونها تعتمد على مجموعات متشابهة من حيث العمل والجنس وغيرها، أما القسم الثاني فهو الدعايات التقليدية وهي التي تصدر من أعلى الهرم إلى القاعدة بهدف التأثير على الجماهير، وتمتاز بسهولة انتشارها وعدم حاجتها لتخطيط مسبق، بالمقابل فان تأثيرها يمكن أن يزول لهذا تحتاج إلى تجديده بشكل مستمر (الأقطش، 1999، ص20).

* تقنيات الدعاية السلبية IPA

١- تقنية التسمية السلبية (Name Calling)

تستخدم هذه التقنية لغة مهينة أو فكرة لها رمز سلبى عند وصف شخص معارض للمصدر مثل: إرهابي، سفاح، وتسعى هذه النظرية إلى نشر التحيز بواسطة وسم الهدف ككيان مرفوض ومكروه، وكذلك تسعى إلى عده أهداف أخرى بما فيها أدانه القيم وإسقاط الأفكار، وأيضا تتطرق هذه

النظرية في بعض الأحيان إلى وصف السيئ والسلي بوصف حسن ومقبول (Leach, 2018, p.13).

٢- تقنية العموميات البراقة أو الشعارات الرنانة (Glittering Generality)

تقوم هذه التقنية على أساس أن يتضمن عنصر أو شيء عبارات جذابة ومشجعة، بدون الخوض في الإثبات وتقديم البراهين وقبولها على هذا النحو مثل: الحب، الولاء، سلام، عملي، والخير والأبطال، وغالبا ما تكون هذه العبارات مغرية بالشكل الظاهري فهي مشروع، ولكنها غامضة في حقيقتها عندما توضع في النص بقصد التأثير واستمالة العاطفة، وترتبط هذه العبارات غالبا بقيم ومعتقدات المجتمع الراسخة مثل: الحرية، الأمل وغيرها (Leach, 2018, p.14).

٣- تقنية النقل (Transfer)

تقوم هذه التقنية بربط العنصر الذي يستحق التقدير بعنصر آخر لجعله أكثر قيمة وتقدير، وخبراء الدعاية يتبعون منهج يقوم على استخدام تفوق وقوه عنصر، أو شيء نحترمه ونقدره من اجل استمالة عواطفنا وكسب موافقتنا، وعن طريق هذه التقنية يتم محاولة نقل سمعة رمز ما أو فكرة إلى الجماهير لجعلها مقبولة أكثر، فهي تسخر رموز مهمة للشعوب مثل: الكنيسة، والعلم ويكثر استخدامه في الحروب والقضايا السياسية (Hamdni, 2017, p.21).

٤- تقنية عربية القطيع (Bandwagon):

تستخدم هذه التقنية نداء موجه للفرد كي يتبع الجماهير، وان ينضم لهم لان الآخرين ينضمون، وتركز تقنية العربية على موضوع يفعله كل للأشخاص للغاية نفسها، وهذا يقود الفرد للاقتناع كون جميع الأفراد داخل المجموعة الوحدة

يوافقون على الفكرة ويحتاجون أن ينضموا لهم داخل العربية (Hamdni, 2017, p.21).

وهي تقنية تسعى إلى إقناعك بفعل شيء أو تصديقه لان الجميع يفعله " أسلوب الأغلبية"، ويتفرع هذا الأسلوب إلى فرعين، الأول هو الفوز المؤكد، أي إقناع أي شخص من خارج المجموعة بالانضمام إلى الأعضاء وبالتالي الفوز المؤكد، أما الفرع الثاني فهو الالتحاق بالحشد، وهو يقوم على أن الغريزة البشرية في طبيعتها تميل إلى الانضمام إلى الطرف الفائز بواسطة التأكيد على أن الجانب الذي تم اختياره لا يمكن مقاومته فالأفضل أن ينضم إليه (مكاوي، 2008: 66).

٥- تقنية عامة الناس البسطاء (Plain Folks)

وهي تقنية يحاول فيها الداعي أو الداعية بإقناع الجمهور بان كل ما يقول مفيد وصحيح لأنه من عامة الشعب، فهي تعطي انطباع بان هذا الداعي هو شخص عادي مثل الأفراد المستهدفين بواسطة تأكيده على كل ما يهم عامه الشعب وحرصه على مشاعرهم، فمثلا يقوم سياسي بممارسة أنشطة معينة يتشارك فيها مع عامه الشعب، كزيارة كنيسة أو الصلاة في مسجد، فهي تقنية تجعل الداعي فردا عاديا من أفراد المجتمع وليس من النخبة، تصب هذه التقنية تركيزها على الصور المؤثرة واللغة من اجل كسب ثقة الأفراد المستهدفين (Hamdni, 2017, p.21).

٦- تقنية إظهار أنصاف الحقائق (Card Stacking)

تقوم هذه النظرية على استغلال المعلومات الناقصة لتقديم محتوى بحالة أفضل أو حالة أسوأ، فهي تقوم بإخفاء جزء من المعلومات والأخبار والحقائق لتظهرها بأفضل أو أسوأ حالة قد يكون شخص أو مؤسسة أو معتقد، ويحدث التأثير

المطلوب بواسطة تكرار معلومات وأفكار غير واضحة وغير مكتملة، أي انتقاء الحقائق التي تنسجم مع الاستنتاج المرغوب به، وإغفال مقصود للحقيقة التي لا تنسجم مع الاستنتاج المرغوب به، فهي تهدف أولاً وأخيراً إلى التضليل وإخفاء الحقيقة (P. M. 2006.p; 83).

٧- تقنية الاستشهاد والتزكية بأقوال (Testimonial)

تستخدم هذه التقنية فرداً محترم وله مكانة مرموقة ليقول عن فكرة ما جيدة أو سيئة أي أنها يمكن أن تكون نتائجها عكسية، وتحاول أن تنشأ اتصال بين شخص محترم وشخص آخر مشهور والفكرة المرغوب فيها التي يمكن أحدها من داخل وخارج السياق (Leach, 2018, p.15).

ووفقاً للتقنيات المذكورة أعلاه تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة البحثية التالية:-

١- ما هي أهم تقنيات الدعاية التي سخرتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية لتوثيق هذه الأطر؟

٢- كيف استخدمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية تقنيات الدعاية؟

٣- لماذا استخدمت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية تقنيات الدعاية؟

* الطرق المستخدمة في تقنيات الدعاية (رياض، 2013)

١- اختبار المجاهرة: أي أن يتم التحيز الصريح مع طرف من أطراف النزاع، ويعلن الإعلام بشكل صريح وظاهر أنه يتحدث باسم أحد أطراف النزاع.

٢- اختبار المطابقة: يقوم على مقارنة مضمون ما يتعلق بقناة مشهورة معادية من قنوات الدعاية وبين إحدى قنوات الاتصال من حيث تطابق الموضوعات.

٣- اختبار الاتساق: هدفه إظهار الانسجام ما بين منحنى الاتصال وغايات الدعاية المعادية.

٤- اختبار العرض: يتم من خلال هذا الاختبار إظهار درجة تناول الوسيلة الإعلامية لقضية ما بشكل غير متوازن، أي مدى مساواتها في عرض كل وجهات النظر، فمعالجة الوسيلة الإعلامية لقضية ما بشكل غير متوازن تعني أنها تستخدم دعاية سياسية بواسطة كلمات وصور للتأثير على التوجهات الخاصة بالموضوعات الهامة.

٥- اختبار المصدر: ويعني التركيز على المصدر الأساسي لوسيلة الإعلام في تقديم أخبارها ومعلوماتها، وان كانت تعتمد على أكثر من مصدر أو مصدر واحد فقط بشكل متساو.

٦- اختبار المصدر الخفي: ويكشف الاعتماد على طرف من أطراف النزاع دون ذكر اسمه والإعلان عنه بشكل صريح.

٧- اختبار التمييز: ويقوم على تحليل الرموز والكلمات التي تستخدمها وسائل الإعلام، ومدى اتفاقها مع الأطراف.

٨- اختبار التشويه: وهو مزيج بين اختبارات عدة، فهو يهدف إلى تحليل عبارات قيلت في موضوع ما للكشف عن التشويه المقصود للحقيقة المذكورة فيه من خلال المقارنة ما بين التوجهات الدعاية المعادية التي تم الإعلان عنها وبين حساب ما تم تكراره من العبارات المناسبة وغير مناسبة.

* الدراسات السابقة

سعى الباحثين العرب والأجانب إلى دراسة تقنيات الدعاية الإعلامية من كافة جوانبها باختلاف زمانها ومكانها لما لها من أهمية بالغة، وقد جاءت الدراسة الحالية بعنوان تأطير دولة الإمارات والبحرين عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في الفترة (ما بين 15 سبتمبر الى 15 نوفمبر 2023م)، حيث سيتم عرض العديد من الدراسات السابقة والتي ترتبط بموضوع الدراسة الحالية وبيان الاختلافات والتشابهات بين كل دراسة والدراسة الحالية، وتجدر الإشارة إلى أن الدراسات تم ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم.

أولاً- الدراسات السابقة

١- دراسة سعيد (2020) بعنوان: أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي.

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تفكيك الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني بطريقة علمية، والذي من خلاله سيتم الكشف عن آليات الدعاية الإسرائيلية الجديدة، واستخدمت الباحثة فيه أداء التحليل الكمي.

حيث تشكل هذه الدراسة فرصة للباحثين لتبني مناهج جديدة في سبيل التصدي للخطاب الإسرائيلي الموجه ضد الفلسطينيين، وكانت من ابرز نتائج البحث أن إسرائيل استخدمت أساليب دعائية مختلفة لخدمه أهدافها عبر صفحاتها "عالفيسبوك"، كما وبينت أن الاحتلال الإسرائيلي استخدم الإعلام التفاعلي لبث خطابه المبني على أساليب دعائية تهدف للتلاعب بالوعي بصرف النظر عن ما يمارسه ضد الشعب

الفلسطيني على ارض الواقع، من خلال التركيز على احتياجات الفلسطينيين وتأطير كافة الأحداث الأخرى لخدمه مصالحه وتطلعاته، كما أظهرت أن الدعاية التي تستخدمها إسرائيل ضد الفلسطينيين تتلاعب بإدراكهم المستقبلي، إلى جانب استخدام إسرائيل كاه الأساليب اللغوية في سبيل صياغة الرسائل الموجهة للشعب الفلسطيني، فقد دجت بين اللغة العامية والفصحى (بنسبة 92%) للوصول إلى كل طبقات المجتمع وإقناعهم برسائله الإعلامية لدعم أهدافه وتحقيقها، فقد مزجت بين الفصحى والعامية لتظهر الرصانة في الصفحات الإسرائيلية وأنها قريبة من عامة الشعب.

٢- دراسة لوكمي (2020) بعنوان: استغلال أجهزة الدعاية في مجلة "دابق" على الإنترنت بين معسكر الباطل ومعسكر الحقيقة.

Exploitation of propaganda equipment in "Dabiq" magazine on the Internet between the camp of falsehood and the camp of truth.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تقنيات الدعاية والمساهمة في الجدل الأكاديمي بخصوص مجالات دابق على الانترنت، هدفت بشكل أساسي إلى تحديد أجهزة الدعاية التي تم توظيفها من قبل محرري المجلة للتأثير على القراء، وللقيام بذلك استخدمت الإطار الكلاسيكي لأجهزة الدعاية التي تم وضعها من قبل المعهد الأمريكي لتحليل الدعاية في الولايات المتحدة (IPA)؛ لتثقيف الشعب الأمريكي بخطورة تهديد الدعايات التي تكون مصادرها متنوعة، والمكونة من سبع طرق: الشعارات الزنانة، والشهادة، والناس البسطاء، والتسمية المشوشة، والعربة، والتحويل والتأطير. وكان مكن

أبرز نتائجها أن دابق كانت تعمل بمهارة في ظل الخوف والكرهية عن طريق تقديم مجموعات متنوعة من معارضو "الخلافة"، واعتباره تهديد لأمن وسلام الأمة، وهيمنه الإسلام وصورت الكفار صورة مهينة، وحرمتهم من خصائصهم البشرية.

٣- دراسة أكمل (2020) بعنوان: تحليل خطاب الدعاية (البروباغندا) في أشرطة فيديو يوتيوب ترافيلوكا الإعلانية.

تناولت هذه الدراسة تحليل تقنيات الدعاية التي وظفتها ترافيلوكا في إستراتيجية الإعلان على اليوتيوب، وكانت تحلل مقاطع فيديو التقطت عام 2015 وحتى عام 2019، اقترح فيلين في عام 1973 تحليل تقنيات الدعاية والذي تلاه عبد القادر لتحديد كيفية القناة ترافيلوكا لعملائها، لخصت النتائج أن ترافيلوكا استخدمت ست تقنيات للدعاية في الفيديوهات العلانية، وهي عمومية متألثة، وأناس عاديون، رمز مرئي للقوة، والتوقيع على البطاقة، ومن المؤكد أن يغدو استخدام تقنية الدعاية سببا رئيسيا لإقناع الجماهير باستخدام خدماتهم.

٤- دراسة ل Moen Koa (2018) بعنوان:

“Techniques of Strategic Political Communication: The Egyptian Muslim Brotherhood’s Persuasive Devices” (تقنيات الاتصال الاستراتيجي السياسي:

أجهزة الإقناع لدى الإخوان المسلمين في مصر).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التقنيات الإعلامية المقنعة التي استخدمتها الحركات الإسلامية لتعزيز التواصل الاستراتيجي، وتنفيذ تطلعاتها وأهدافها، واستخدم

الباحث في هذه الدراسة نظرية وضع جدول الأعمال في تأسيس دراسته، واعتمد على أداة تحليل المحتوى، وكانت من أهم نتائج الدراسة أن الإخوان المسلمون وظفوا التقنيات الإعلامية والدعائية المقنعة كأجهزة اتصال استراتيجي لتدمير سمعة النظام العسكري في ذلك الوقت، واستمالة قلوب وعقول الشعب المصري، وجعل أنفسهم لاعبين سياسيين شرعيين، وأوصت الدراسة أن يكون هناك المزيد من الأبحاث التي تتعلق بإقناع الإخوان المسلمين للجماهير المختلفة سعيا لتحقيق غاياتهم السياسية.

ثانيا- التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة يتبين أنها تتشابه مع الدراسة الحالية في ما يلي:-

١- أكدت كافة الدراسات السابقة تقنيات الدعاية وتحليلها وبيان خطرها وقدرتها على قلب الباطل إلى حقيقة، وتشويه الصورة وتوجيه رسائل انتقائية تهدف لتغيير ادراكات الجماهير.

٢- معظم الدراسات السابقة قد تناولت تقنيات الدعاية من كافة مستوياتها وجوانبها.

٣- غالبية الدراسات السابقة تتبع المنهج التحليلي وتستخدم أداة تحليل المضمون وهي بذلك تتفق مع الدراسة الحالية من حيث الأداة والمنهج.

تختلف الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في ما يلي:-

١- تناولت موضوع التطبيع مع الامارات والبحرين من خلال تقنيات الدعاية الاعلامية.

٢- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مكان اجراءها، فهي تجرى في فلسطين بمحافظة نابلس.

٣- سلطت هذه الدراسة الضوء على صورة تاطير دولتي الامارات والبحرين بعد اعلان التطبيع وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

استفادات الباحثة من الدراسات السابقة من

خلال:-

١- تم اختيار منهج تحليل المحتوى وكتابه الاطار النظري بخصوص موضوع الدراسة.

٢- التعرف على الاساليب التي يتبعها الباحثون في اعداد الابحاث العلمية المتعلقة بموضوع تقنيات الدعاية.

٣- الوصول الى مصادر ومراجع تناسب الدراسة الحالية. وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:-

١- من حيث الموضوع وبناءه في تاطير صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بعد التطبيع مع دولتي الامارات والبحرين.

٢- تعد الدراسة الحالية من اوائل الدراسات التي تناول موضوع التاطير دولتي الامارات والبحرين بعد اعلان التطبيع، وتقنيات الدعاية في ذلك في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

٣- تختلف هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة فهي تجرى على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية والتي تتناول موضوع التطبيع بين إسرائيل والامارات والبحرين.

* منهجية الدراسة وأدواتها

تعد هذه الدراسة واحدة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على إظهار خصائص الظاهرة التي يتم دراستها وتحليلها وتقديم معلومات اللازمة عنها، وفي إطار هذا النوع من الدراسات يتم استخدام المنهج المقارن من خلال إجراء مقارنات بين الأخبار المنشورة عبر الموقع الإلكتروني او

الصفحات الإلكترونية المختلفة الذي تم اختيارها ضمن الدراسة، وفي هذه الدراسة تم اعتماد دراسة محتوى الأخبار المنشورة في صفحة (إسرائيل تتكلم بالعربية) عبر موقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك.

وتهدف هذه الدراسة الى تحليل تاطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع مع إسرائيل وتحديد تقنيات الدعاية المستخدمة في ذلك عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على موقع التواصل الاجتماعي، وتقوم هذه الدراسة على منهج المسح الإلكتروني بهدف متابعة الأخبار المنشورة عبر الصفحة الإلكترونية المختارة، وتم استخدام أداة تحليل المضمون للأخبار المنشورة في صفحة الدراسة خلال فترة استمرت لمدة ثلاث شهور من الفترة الواقعة بين 2022/9/15 - 2022/11/15، من خلال الاعتماد على تحليل المضمون لمحتوى الصفحة الإلكترونية وتوثيقها بهدف تحليل تاطير دولة الإمارات عقب اعلان التطبيع من خلال الأخبار المنشورة في الصفحة التي اختارتها الدراسة.

واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى المنشور للصفحة من خلال تحديد تقنيات الدعاية المستخدمة في ذلك والتي تشير الى نشر المعلومات بطريقة موجهة نحو مجموعة مركزة من الرسائل بهدف التأثير على آراء أو سلوك أكبر عدد من الأشخاص.

* اجراءات تحليل المضمون

اشتملت اجراءات تحليل المضمون الخاصة بصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على مجموعة من التصنيفات التي تهدف الدراسة الى احصاءها بالاعتماد على تحليل محتوى الصفحة الاخبارية ومضمونها، واقتصرت الدراسة على فئة تحليل المضمون للأخبار المنشورة عبر الصفحة لرصد وتحليل

تأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع مع إسرائيل ضمن
الأخبار المنشورة على الصفحة

* وحدات تحليل المضمون

اعتمدت الدراسة على رصد جميع الأخبار في
صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على موقع التواصل فيس بوك
وتحديد عناوينها وموضوعها، ومن ثم قراءتها وتصنيفها لمعرفة
مدى تطابقها مع هدف الدراسة ثم تحليل تقنيات الدعاية
المستخدمة في المنشورات الخاصة بتأطير دولة الإمارات عقب
إعلان التطبيع عبر الصفحة الإلكترونية التي اعتمدت عليها
الدراسة.

* مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة الحالية جميع الأخبار المنشورة
عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" الرسمية على موقع
التواصل الاجتماعي فيسبوك التي يغلب عليها الطابع
الإخباري، والتي يتراوح عددها يومياً ما بين 3-5 منشور،
والتي تختلف في عناوينها وعددها اعتماداً على الأوضاع
اليومية المتغيرة والأحداث المتصاعدة داخلياً أو خارجياً، وقد
بلغ عدد المنشورات الكلي على الصفحة خلال فترة الدراسة
ما يقارب 287 خيراً مختلفاً، أما عينة الدراسة فتمثلت في
الأخبار المنشورة في الصفحة خلال فترة الدراسة الواقعة ما
بين 2020/9/15 وحتى 2020/11/15، والتي تناولت
في عناوينها اعلان التطبيع ما بين دولة الإمارات العربية
وإسرائيل، وبلغ عددها في هذه الفترة (59) خيراً مختلفاً، ليتم
تحليل مضامينها وبيان تقنيات الدعاية المستخدمة في هذه
المنشورات والتي شكلت عينة الدراسة، وتم اختيار صفحة
"إسرائيل تتكلم بالعربية" نظراً لشهرتها وكثرة متابعيها، إذ
يبلغ عدد الإعجابات الخاصة بالصفحة 2490336، وعدد

المتابعين لها 2914418، إضافة الى اهتمام الصفحة بنشر
الأخبار والأحداث اليومية أولاً بأول، من خلال برنامج SPSS
خاصة تلك التي تتعلق بالأوضاع الداخلية الإسرائيلية والعربية.

* التحليل

تتضمن نتائج الدراسة التحليلية على تحديد الفئات
المتعلقة بالأخبار المنشورة التي تمثل عينة الدراسة التي تم
اختيارها من صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" الرسمية عبر
موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتم من خلالها تحديد
نوع الخبر الذي تهتم الصفحة بنشره وعلاقته بهدف الدراسة،
بالإضافة الى رصد جميع العناوين الاخبارية المتعلقة بإعلان
التطبيع ما بين دولة الإمارات العربية وإسرائيل لتحليلها بهدف
تحديد تقنيات الدعاية والأساليب المستخدمة في التأثير على
عقول المتابعين وآرائهم، وذلك بهدف إظهار تأطير دولة
الإمارات عقب إعلان التطبيع من خلال تقنيات الدعاية
المستخدمة عبر الصفحة التي تم اختيارها من خلال هذه
الدراسة.

أولاً: إحصائية الصفحة الاخبارية

السؤال الاول: ما هي أهم آليات تأطير إعلان تطبيع
العلاقات بين إسرائيل و دولتي الإمارات والبحرين عبر
صحفه إسرائيل تتكلم بالعربية؟

تهدف الدراسة الى تحليل تأطير دولة الإمارات عقب
اعلان التطبيع من خلال رصد وبيان تقنيات الدعاية
المستخدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عبر موقع
التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتم الاعتماد على دراسة
محتوى الصفحة التي لها علاقة بالتطبيع ما بين دولة الامارات
وإسرائيل، وكان القسم المرتبط بالدراسة بالأخبار العربية

الإسرائيلية دون غيرها، وقد اشتمل هذا القسم على أخبار متنوعة تنطرق الى الأحداث اليومية المستجدة حول السلام وإعلان التطبيع وغيرها من الموضوعات الخاصة بإظهار رغبة كل من الاسرائيلين وبعض الأطراف العربية بالتطبيع، إضافة الى إظهار ردود الفعل الإيجابية نحو ما حصل بعد اعلان التطبيع وتقديم الأدلة على ذلك.

ويوضح الجدول التالي الاحصائيات المرتبطة بالصفحة بهدف توضيح عناصر دراسة المحتوى المنشور في كل منها.

جدول (1): الأخبار المنشورة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"

نوع الخبر	عدد الاخبار	النسبة المئوية
الأخبار العامة	31	11%
الأخبار الداخلية الإسرائيلية	52	19%
الأخبار الفلسطينية - الإسرائيلية	43	13%
الأخبار العربية - الإسرائيلية غير المتعلقة بالتطبيع	46	16%
الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع الدول العربية غير الامارات	56	20%
الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع دولة الإمارات	59	21%
المجموع	287	100%

ومن خلال دراسة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:-

1- اشتملت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على مجموعة متنوعة من الأخبار المنشورة والتي كانت جميعها بالأغلب منشورات مصورة توضح الخبر المنشور مرفقاً معه بعض الصور التعبيرية الموضحة له، واحتوت الصفحة أخباراً مختلفة تعلقت بالأمور الداخلية الإسرائيلية والعلاقات الإسرائيلية العربية ومجموعة من الأخبار العامة مثل مباركات أيام الجمعة ومجموعة من الصور المنوعة لمدن إسرائيلية وعربية مختلفة، وقد تم تصنيفها تنازلياً اعتماداً على عددها الى ما يلي: الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع دولة الإمارات، الأخبار المتعلقة بالتطبيع

مع الدول العربية، الأخبار الداخلية الإسرائيلية، الاخبار العربية- الإسرائيلية، والأخبار الفلسطينية- الإسرائيلية، واخيراً الأخبار العامة، واعتمدت الدراسة على الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع دولة الإمارات من خلال تصنيفها بناءً على عنوان الخبر المنشور وتقنية الدعاية المستخدمة والطرق المستخدمة في تقنية الدعاية الخاصة بالخبر، والتي احتوت كل منها نوع مختلف من تقنيات الدعاية وطرقها المتعددة لتوضيح كيفية تأطير دولة الامارات بعد اعلان التطبيع من خلال الصفحة الالكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك خلال فترة الدراسة.

2- اشتملت الصفحة الإلكترونية على 21% من المنشورات خلال فترة الدراسة والتي ارتبطت بعناوين التطبيع ما بين دولة الإمارات وإسرائيل والموضحة في الجدول السابق، ويلاحظ بأن هذه الأخبار كانت قد حصلت على أعلى نسبة من الأخبار المنشورة عبر الصفحة، مما يدل على اهتمام الموقع بهذا النوع من الأخبار أكثر من الأخبار الأخرى، وبالتالي هذا يقدم دليل واضح على مناسبة هذه الصفحة لأهداف الدراسة.

3- أظهرت نتائج تصنيف وتحديد العناوين والأخبار المنشورة عبر الصفحة ان ثاني اعلى نسبة من الأخبار ارتبطت بالأخبار المتعلقة بالتطبيع ما بين الدول العربية الأخرى غير الإمارات وإسرائيل ومنها تلك المتعلقة بالبحرين والسودان بصورة خاصة، تلاها الأخبار الداخلية الإسرائيلية، الاخبار العربية- الإسرائيلية، والأخبار الفلسطينية- الإسرائيلية.

السؤال الثاني: ما العناوين الإخبارية المتعلقة بتأطير دولة الإمارات عقب إعلان التطبيع وتقنيات الدعاية المستخدمة؟ وتستهدف الدراسة هنا الى تحليل تأطير دولة الإمارات عقب اعلان التطبيع من خلال رصد وبيان تقنيات

الدعاية المستخدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وقد تم رصد هذه الأخبار في الصفحة من خلال قراءة جميع المنشورات وتدوينها ومن ثم تصنيفها، وقد تم الاعتماد في تحليل هذه المنشورات على تحديد عناوينها وتحديد التقنية المستخدمة في التحليل، وقد اعتمدت الباحثة على اختيار واحدة من تقنيات الدعاية التالية:-

١- تقنية التسمية السلبية هذه التقنية تربط الشخص او الفكرة برمز سلبي مثل: ارهابي، سفاح ويمكن ايضا وصف السوء والسلي بوصف جميل لتمرير الفكرة (الحمدي، 2012).

٢- تقنية العموميات البراقة او الشعارات الرنانة: هذه التقنية تأتي بالمسميات الجميلة و المقبولة، وتستخدم الكلمات البراقة والتي ترتبط بالقيم أو المعتقدات مثل: الديمقراطية، والحرية، والامل (الحمدي، 2012).

٣- تقنية النقل: هذه التقنية تعمل على نقل أخبار السلطة والكرامة والانسانية من شيء لآخر كالكنيسة والعلم، ومثال على ذلك ناشطة سياسية تحتتم حديثها بالصلاة أو الاستشهاد بالأبيات والاحاديث (الحمدي، 2012).

٤- تقنية عربة القطيع : تقنية تحاول الاقناع لفعل شيء ما أو تصديق شيء ما لأن الجميع يفعله، أي انا الجميع يفعل ذلك، ويجب عليك ذلك أيضا فعله بدون تفكير (الحمدي، 2012).

٥- تقنية عامة الناس البسطاء: محاولة اقناع الجمهور وعامة الشعب بالأفكار، ومثال على ذلك سياسيون يأكل من مطعم ماكدونالدز أو رئيس وزراء يكس الشارع (الحمدي، 2012).

٦- تقنية إظهار أنصاف الحقائق هذه التقنية تعتمد على البيانات الناقصة بهدف تقديم المحتوى بأفضل حالة او انقص حالة وتعني بنشر أخبار غير كاملة (الحمدي، 2012).

٧- تقنية الاستشهاد والتركية بالأقوال : هذا التقنية تستخدم المشاهير واشخاص معروفة لتأييد فكرة ما، ويمكن ان تفعل هذه التقنية بشكل عكسي باستخدام شخص مكروه لتأييد الفكرة والتي يمكن أن تؤدي الى نتائج عكسية (الحمدي، 2012).

بالإضافة الى الاعتماد على تصنيف الأخبار المرصودة من خلال الدراسة بتحديد الطرق المستخدمة في تقنيات الدعاية والتي شملت كل من:-

١- اختبار المجهزة

٢- اختبار المطابقة

٣- اختبار الاتساق

٤- اختبار العرض

٥- اختبار المصدر

٦- اختبار المصدر الخفي

٧- اختبار التميز

٨- اختبار التشويه

يوضح الجدول (2) في الملحقناوين الأخبار المنشورة المتعلقة بعنوان الدراسة وموضوعها والتقنيات والطرق المستخدمة في تقنيات الدعاية كما تم رصدها من الموقع الإلكتروني الخاص بالدراسة وهي كما يلي:-

ومن خلال دراسة بيانات الجدول (2) في الملحق

يتضح ما يلي:-

١- اشتملت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على مجموعة من الأخبار المتعلقة بموضوع الدراسة وكانت نسبتها 21% من المنشورات كافة.

٢- اشتملت الصفحة على اخبار متنوعة حول التطبيع ما بين دولة الإمارات وإسرائيل وحاولت اظهار العديد من الحقائق التي تهدف بصورة أساسية الى استمالة الجمهور حول فكرة واحدة وهي ضرورة تحقيق السلام ما بين إسرائيل والدول العربية وفوائد ذلك على جميع الأطراف.

٣- ومن خلال المقارنة ما بين الأخبار التي تم تحليلها يتضح لنا بأن القائمين على منشورات الصفحة يستهدفون تكوين صورة ذهنية إيجابية حول التطبيع من خلال إظهار ردود الفعل العربية المختلفة المناصرة لما حصل عقب اعلان اتفاقية التطبيع ما بين الامارات وإسرائيل، بالإضافة الى تركيز المنشورات حول مظاهر العلاقات الجديدة ومستوى التعاون الجديد ما بين البلدين.

ويهدف تحديد تقنيات الدعاية الأكثر تكراراً في الأخبار المنشورة يوضح الجدول التالي بعض النتائج وهي كما يلي:-

جدول (٢): النسبة المئوية لاستخدام كل تقنية من تقنيات الدعاية

في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"

العدد	التقنية	العدد	النسبة المئوية
1	تقنية التسمية السلبية	18	30.51%
2	تقنية العموميات البراقة او الشعارات الرنانة	13	22.03%
3	تقنية النقل	5	8.47%
4	تقنية عربة القطيع	2	3.39%
5	تقنية عامة الناس البسطاء	5	8.47%
6	تقنية إظهار أنصاف الحقائق	8	13.56%
7	تقنية الاستشهاد والتزكية بالأقوال	8	13.56%

يتبين من خلال الجدول السابق ان أكثر تقنية تم استخدامها من تقنيات الدعاية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" هي تقنية (التسمية السلبية) حيث بلغت نسبتها 30.51% كإبرازها للاتفاق وكأنه بين أبناء ابراهيم عليه السلام لهذا سمي اتفاق ابراهام، تليها تقنية (العموميات البراقة او الشعارات الرنانة) حيث بلغت نسبة استخدام هذه التقنية 22.03% كمنشور حمل عنوان (صورة ومعبرة ومثيرة في اورشليم القدس) وهي لثلاث فتيان يلف كل واحد منهم جسده بعلم من أعلام الدول الثلاث المشاركة في الاتفاق، تليهما تقنية (إظهار أنصاف الحقائق)، من خلال منشور (هل بات الصراع العربي الاسرائيلي على وشك الانتهاء) وتقنية (الاستشهاد والتزكية بالأقوال) بنسبة 13.56% لكل منهما، ومن ثم تقنية (النقل) وتقنية (عامة الناس البسطاء) بنسبة 8.47% لكل منهما، بينما كانت أقل نسبة استخدام هي لتقنية (عربة القطيع) حيث بلغت نسبتها 3.39%.

ومن أجل تحديد الطرق المستخدمة في تقنيات الدعاية السابقة يوضح الجدول التالي هذه الطرق ونسب تكرارها في الأخبار المنشورة وهي كما يلي:-

جدول (٣): النسبة المئوية لطرق تقنيات الدعاية المستخدمة عبر

منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"

العدد	الطريقة المستخدمة في تقنيات الدعاية	العدد	النسبة المئوية
1	اختيار المحاضرة	2	3.39%
2	اختيار المطابقة	7	11.86%
3	اختيار الاتساق	5	8.47%
4	اختيار العرض	18	30.51%
5	اختيار المصدر	8	13.56%
6	اختيار المصدر الخفي	4	6.78%
7	اختيار التميز	7	11.86%
8	اختيار التشويه	8	13.56%

جدول (٥): نوعية المنشورات التي تضعها الصفحة

العدد	نوعية المنشورات التي تضعها الصفحة	النسبة المئوية	التكرار
1	منشور ذاتي	87%	51
2	منشور مشاركة	5%	3
3	منشور روابط	5%	3
4	أكثر من نوع	3%	2

يتضح من الجدول السابق أن أبرز أنواع المنشورات كانت ذاتية (أي مصدرها من الصفحة نفسها) بنسبة 87%، ومن ثم منشور مشاركة لاحدى الصفحات الاخرى وتبلغ نسبتها 5%، وبنفس النسبة تأتي منشور روابط (أي رابط لموضوع معين سواء من صفحة فيسبوك اخرى أو رابط لموقع الكتروني)، واخيرا أكثر من نوع وتبلغ نسبتها 3% بين منشور مشاركة او روابط أو أكثر من نوع.

السؤال الخامس: ما الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة؟

ولتوضيح الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة يوضح الجدول التالي هذه التصنيفات وهي كما يلي:-

جدول (٦): الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة

العدد	الوسائط المستخدمة في المنشورات الخاصة بالدراسة	النسبة المئوية	التكرار
1	نص مع صورة	88%	52
2	نص	3%	2
3	فيديو	3%	2
4	نص مع انفرافيك	5%	3

يتضح من الجدول السابق أن أبرز الوسائط المستخدمة في المنشورات هي نص مع صورة بنسبة 88%، تلتها نص مع انفوجرافيك بنسبة 5%، ثم نص بنسبة 4%، و فيديو بنسبة 4%.

ويدل ذلك أن الصفحة معنية بايصال الخبر عبر الصورة والكتابة حتى يتحقق الهدف منه لدى الجمهور العربي

توضح النتائج الواردة في الجدول السابق ان

أكثر طريقة تم استخدامها في تقنيات الدعاية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية هي طريقة (اختبار العرض) تليها طريقة (اختبار المصدر) وطريقة (اختبار التشويه) ، تليهما طريقة (اختبار المطابقة) و (اختبار التميز)، ومن ثم طريقة (اختبار الاتساق) ثم طريقة (اختبار المصدر الخفي)، بينما كانت أقل نسبة لطريقة (اختبار المجاهرة).

السؤال الثالث: ما طبيعة اللهجة المستخدمة في المنشورات؟ اما فيما يتعلق بتحليل فئة اللهجة المستخدمة في المنشورات فقد كانت النتائج كالتالي:-

جدول (٤): النسبة لطبيعة اللهجة المستخدمة في المنشورات

العدد	فئة اللغة المستخدمة	النسبة المئوية	التكرار
1	اللغة الفصحى	49%	29
2	اللغة العامية	32%	19
3	كلا اللهجتين	19%	16

يتضح أن غالبية المنشورات كانت تكتب باللغة العربية الفصحى بنسبة 49%، تلتها اللغة العامية بنسبة 32%، ومن ثم كلا اللهجتين بنسبة 19%، وهذا يدل بان القائمين على الصفحة راعوا في نشر اخبارهم جميع الفئات من المتعلمين وغير المتعلمين لكي تصلهم الدعاية المطلوب ترويجها

السؤال الرابع: ما نوعية المنشورات التي تضعها الصفحة؟ وفيما يتعلق بنوعية المنشور كانت النتائج كما يلي:-

المستهدف، فمثلاً عندما يتم وضع خبر عن التطبيع مع الامارات وصورة تتضمن فتاة اسرائيلية واماراتية، يكون الهدف هو المواطن العربي الذي يعادي اسرائيل بأن العرب يطبعون معنا وفرحين بذلك.

* نتائج وتوصيات الدراسة

هدفت الدراسة الى تحليل تأطير دولة الإمارات عقب اعلان التطبيع من خلال رصد وبيان تقنيات الدعاية المستخدمة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتم الاعتماد على دراسة محتوى الصفحة التي لها علاقة بالتطبيع ما بين دولة الامارات وإسرائيل، وكان القسم المرتبط بالدراسة بالأخبار العربية الإسرائيلية دون غيرها، وقد اشتمل هذا القسم على أخبار متنوعة تتطرق الى الأحداث اليومية المستجدة حول السلام وإعلان التطبيع وغيرها من الموضوعات الخاصة بإظهار رغبة كل من الاسرائيلين وبعض الأطراف العربية بالتطبيع، إضافة الى إظهار ردود الفعل الإيجابية نحو ما حصل بعد اعلان التطبيع وتقديم الأدلة على ذلك.

وبعد الانتهاء من الدراسة خرجت الباحثة بالنتائج

التالية:-

١- اشتملت صفحة الإعلامى "إسرائيل تتكلم بالعربية" على مجموعة متنوعة من الأخبار المنشورة والتي كانت جميعها بالأغلب منشورات مصورة توضح الخير المنشور مرفقاً معه بعض الصور التعبيرية الموضحة له، واحتوت الصفحة أخباراً مختلفة تعلقت بالأمر الداخلي الإسرائيلي والعلاقات الإسرائيلية العربية ومجموعة من الأخبار العامة مثل مباركات أيام الجمعة ومجموعة من الصور المتنوعة لمدن إسرائيلية وعربية مختلفة، وقد تم تصنيفها تنازلياً اعتماداً على عددها الى ما يلي:

الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع دولة الإمارات، الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع الدول العربية، الأخبار الداخلية الإسرائيلية، الاخبار العربية- الإسرائيلية، والأخبار الفلسطينية- الإسرائيلية، واهيراً الأخبار العامة، واعتمدت الدراسة على الأخبار المتعلقة بالتطبيع مع دولة الإمارات من خلال تصنيفها بناءً على عنوان الخبر المنشور وتقنية الدعاية المستخدمة والطرق المستخدمة في تقنية الدعاية الخاصة بالخبر، والتي احتوت كل منها نوع مختلف من تقنيات الدعاية وطرقها المتعددة لتوضيح كيفية تأطير دولة الامارات بعد اعلان التطبيع من خلال الصفحة الالكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك خلال فترة الدراسة.

٢- اشتملت الصفحة الإلكترونية على 21% 59 خبراً مختلفاً خلال فترة الدراسة والتي ارتبطت بعناوين التطبيع ما بين دولة الإمارات وإسرائيل والموضحة في الجدول السابق، ويلاحظ بأن هذه الأخبار كانت قد حصلت على أعلى نسبة من الأخبار المنشورة عبر الصفحة، مما يدل على اهتمام الموقع بهذا النوع من الأخبار أكثر من الأخبار الأخرى، وبالتالي هذا يقدم دليل واضح على مناسبة هذه الصفحة لأهداف الدراسة.

٣- أظهرت نتائج تصنيف وتحديد العناوين والأخبار المنشورة عبر الصفحة ان ثابى اعلى نسبة من الأخبار ارتبطت بالأخبار المتعلقة بالتطبيع ما بين الدول العربية الأخرى غير الإمارات وإسرائيل ومنها تلك المتعلقة بالبحرين والسودان بصورة خاصة، تلاها الأخبار الداخلية الإسرائيلية، الاخبار العربية- الإسرائيلية، والأخبار الفلسطينية- الإسرائيلية.

٤- اشتملت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على مجموعة من الأخبار المتعلقة بموضوع الدراسة وكان عددها 59 خبراً مختلفاً خلال فترة الدراسة.

٥- اشتملت الصفحة على اخبار متنوعة حول التطبيع ما بين دولة الإمارات وإسرائيل وحاولت اظهار العديد من الحقائق التي تهدف بصورة أساسية الى استمالة الجمهور حول فكرة واحدة وهي ضرورة تحقيق السلام ما بين إسرائيل والدول العربية وفوائد ذلك على جميع الأطراف.

٦- ومن خلال المقارنة ما بين الأخبار التي تم تحليلها يتضح لنا بأن القائمين على منشورات الصفحة يستهدفون تكوين صورة ذهنية إيجابية حول التطبيع من خلال إظهار ردود الفعل العربية المختلفة المناصرة لما حصل عقب اعلان اتفاقية التطبيع ما بين الامارات وإسرائيل، بالإضافة الى تركيز المنشورات حول مظاهر العلاقات الجديدة ومستوى التعاون الجديد ما بين البلدين.

٧- يتبين من النتائج ان أكثر تقنية تم استخدامها من تقنيات الدعاية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" هي تقنية (التسمية السلبية) تليها تقنية (العموميات البراقة او الشعارات الرنانة) تليهما تقنية (إظهار أنصاف الحقائق) وتقنية (الاستشهاد والتزكية بالأقوال) ومن ثم تقنية (النقل) وتقنية (عامية الناس البسطاء) بينما كانت أقل نسبة استخدام هي لتقنية (عربة القطيع).

٨- توضح النتائج ان أكثر طريقة تم استخدامها في تقنيات الدعاية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" هي طريقة (اختبار العرض) تليها طريقة (اختبار المصدر) وطريقة (اختبار التشويه) لكل منهما، تليهما طريقة (اختبار المطابقة) و (اختبار التميز) ومن ثم طريقة (اختبار الاتساق) ثم طريقة (اختبار المصدر الخفي) بينما كانت أقل نسبة لطريقة (اختبار المجاهرة) .

تشير النتائج الى ان النسبة الأعلى من مضمون التعليقات الأبرز على المنشورات الخاصة بالدراسة كانت تعليقات ذات علاقة بالموضوع بينما كانت النسبة الأعلى الخاصة بفتة وجهة نظر الجمهور هي للأراء السلبية حول المنشور .

* التوصيات

بعد تحليل النتائج ومناقشتها، فإن الباحثة توصي بما يلي في ضوء ما توصلت إليه من نتائج:-

١- ضرورة إجراء دراسة مسحية على الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية وتحليل محتوياتها بشكل كبير في المستقبل حيث أن هذه الصفحات تظهر الوجه الاخر لإسرائيل.

٢- ضرورة الاهتمام في مجال الأبحاث المسحية التي تدرس عينة عشوائية تمثل مجتمع الدراسة.

٣- ضرورة إجراء دراسات على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في فترات قادمة تخدم الباحثين في الوصول إلى سياسات التأطير وطرق استخدام التقنيات.

٤- ضرورة توعية المواطنين بالأخبار الغير صحيحة التي يتم نشرها على الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية.

٥- ضرورة استخدام نظرية التأطير الإعلامي والتي ظهرت بشكل واضح في المنشورات، مع نظرية ترتيب الأولويات ونظرية priming للتعرف على الكثير من خفايا الصفحات التأطيرية والمضللة.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

الأقطش، نشأت. (1999). الدعاية الإعلامية، ط1، الخليل: منشورات الوطن.

القدمي، عيسى، (2011)، إسرائيل تتكلم بالعربية، مركز بيت المقدس للدراسات التوثيقية، تم الاسترجاع من

<https://cutt.us/hz5aJ>

كلاب، (2020)، البروباغندا وتقنيات الدعاية في الاتصال الاستراتيجي، الملتقى الثقافي: التواصل العلمي الايدي منافع وفوائد، تم الاسترجاع من

<https://cutt.us/MrGpQ>

مروان، محمد، (٢٠١٩)، تعريف الفيس بوك، ثم الاسترجاع

من <https://cutt.us/79gT1>

ثانياً- المراجع الأجنبية

P. M. (2006). The revival of the propaganda state; U.S. propaganda at home and abroad since 9/11. International Communication Gazette, 68(5-), 389-407

Totok, Robyn (2015, December). Symbiotic radicalization strategies: propaganda tools and neuro linguistic programming. Paper presented at Australian Security and Intelligence Conference, Perth

Hamdni, sisi. (2017). Techniques of Online Propaganda: A Case Study of Western Sahara Conflict. International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC), 3, 18-24. Doi: 10.20431/2454-9479.0302003.

حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد (2018): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

حميد الطائي، بشير العلق (2019)، اساسيات الاتصال نماذج ومهارات، الاردن: دار اليازوري لنشر والتوزيع.

سعيد، صفاء، (2020)، أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي، معهد الجزيرة للإعلام.

الغانمي، مثنى، (2018)، التلفزيون والحرب: دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وانعكاساتها، الاردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.

فرجاني، علي، (2018)، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.

مصدر، حيدر، (2016)، أساليب الدعاية في الصحف المصرية الالكترونية اتجاه حركة حماس، مصر.

الحمداي، حازم (2012) الدعاية السياسية: بين الماضي والحاضر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

البرديني، احمد، (2011)، إسرائيل تتكلم بالعربية: أهلاً بكم في الإعلام الإسرائيلي البديل، تم الاسترجاع من

<https://cutt.us/tBaMu>

الريبعة، هند، (١٩٩٦)، منهج البحث الوصفي الوثائقي،

<https://cutt.us/ubkep>

رياض، الحج، (٢٠١٨)، <https://cutt.us/4U01D>، العمري، علي، (2019)، سياسية اسمها التآطير،

<https://cutt.us/RsbOi>

قاضي، احمد، (2017)، التطبيع بتعريفاته المتعددة، تم

الاسترجاع من <https://cutt.us/5wbWx>

Leach, Jhon. (2018). The allure of thinness: An inquiry into the propaganda techniques and persuasive strategies used on “pro-ana” websites (unpublished master’s thesis). Texas Tech University, United states.

Robert L. Heath - Encyclopedia of Public Relations-SAGE Publications, Inc (2013(