

Employing Israeli Psychological Warfare Strategies on the Gaza Strip in Digital Media (2023) "Israel Speaks Arabic" as a Model

Ibrahim Ukka^{*ID}, Mahmood Amori^{ID}

Department of Contemporary Public Relations, Faculty of Postgraduate Studies, Al-Najah National University, Nablus, Palestine

Received: 9/7/2024

Revised: 30/7/2024

Accepted: 8/9/2024

Published online: 1/8/2025

* Corresponding author:

ibrahim.okh@najah.edu

Citation: Ukka, I., & Amori, M. (2025). Employing Israeli Psychological Warfare Strategies on the Gaza Strip in Digital Media (2023) "Israel Speaks Arabic" as a Model. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 53(1), 8186. <https://doi.org/10.35516/Hum.2025.8186>



© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Abstract

Objectives: The study aims to identify Israeli psychological warfare strategies employed on the 'Israel Speaks Arabic' page.

Methods: The study uses the descriptive survey method.

Results: The study finds that the 'Israel Speaks Arabic' page adopts seven media frames in different proportions: the conflict frame, the humanitarian interests frame, the economic frame, the general frame, the issue-specific frame, the strategy frame, and the ethical principles frame. It also shows that the 'Israel Speaks Arabic' page on Facebook presents the following four communication strategies to different degrees: the media strategy, the persuasion strategy, the dialogue strategy, and the consensus-building strategy.

Conclusions: The adopted strategies aim to demoralize the Palestinians in the Gaza Strip and instill a feeling of helplessness and surrender among them. Strategies include spreading misleading news and fabricated propaganda in order to distort the image of the resistance, exploiting human suffering to portray Israel as the victim, and highlighting internal divisions among Palestinian factions with the aim of creating doubt and discord between the population and their leadership. The strategies also aim at weakening will and enthusiasm for resistance, and creating a state of frustration and surrender.

Keywords: Strategies, psychological warfare, digital media, Israel speaks Arabic page.

توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية على قطاع غزة 2023 في الإعلام الرقمي "صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية" إنموذجاً

إبراهيم تيسير عكة*، محمود عبد الرحيم عموري

قسم العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى تعرّف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية التي جرى توظيفها في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

المنهجية: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" تطرح الإطار الإعلامية السبعة، إطار الصراع، وإطار الاهتمامات الإنسانية، والإطار الاقتصادي، والإطار العام، والإطار المحدد بقضية، وإطار الاستراتيجية، وإطار المبادئ الأخلاقية بنسب مختلفة، كما أظهرت أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على الفيس بوك تطرح الاستراتيجيات الاتصالية الأربعة، استراتيجية الإعلام، واستراتيجية الإقناع، واستراتيجية الحوار، واستراتيجية بناء الإجماع بنسب مختلفة.

الخلاصة: تهدف هذه الاستراتيجيات إلى إضعاف الروح المعنوية للفلسطينيين في قطاع غزة وزرع الشعور بالعجز والاستسلام. وتشمل الاستراتيجيات نشر الأخبار المضللة والدعاية المفبركة من أجل تشويه صورة المقاومة، واستغلال المعاناة الإنسانية لإظهار إسرائيل كالضحية، وتسلط الضوء على الانقسامات الداخلية بين الفصائل الفلسطينية بهدف إثارة الشك والخلاف بين السكان وقيادتهم، وتضعيف الإرادة والحماس للمقاومة، وخلق حالة من الإحباط والاستسلام.

الكلمات الدالة: استراتيجيات، الحرب النفسية، الإعلام الرقمي، صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

مقدمة الدراسة

في السنوات الأخيرة، أصبحت الحرب النفسية إحدى الأدوات الرئيسية التي تعتمد عليها الدول لتحقيق أهدافها دون اللجوء إلى القوة العسكرية التقليدية. يعدّ الصراع بين إسرائيل وقطاع غزة مثالاً حيّاً على استخدام هذه الأدوات بفعالية. مع تطور التكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وجدت إسرائيل في هذه المنصات وسيلة فعالة للوصول إلى الجمهور الفلسطيني والعربي بشكل عام. وتعد صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" نموذجاً بارزاً لهذه الاستراتيجية، حيث تستهدف الفلسطينيين بلغة مألوفة بهدف التأثير في مشاعرهم وآرائهم. تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف الأبعاد المختلفة لهذه الحرب النفسية الرقمية، وتحليل محتوى صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" لفهم الرسائل الموجهة والطرق المستخدمة لتحقيق التأثير المطلوب.

ويعدّ الصراع الفلسطيني الصهيوني جوهر القضايا العربية والعالمية المعاصرة اليوم، حيث لا زال الفلسطينيون يعانون من ويلات الاحتلال الصهيوني منذ أكثر من قرن، على الرغم من وجود العديد من المشروعات الاستيطانية والتسوية بين فلسطين والاحتلال الإسرائيلي، حيث بقيت معظم هذه المشروعات حبراً على ورق بين الفلسطينيين والاحتلال الصهيوني، حيث لا يزال الفلسطينيون يعانون من العنف والهجمات المتكررة من قبل كيان الاحتلال بشكل شبه يومي (Heba, 2023).

ولسنوات عديدة، كان الحل الرئيس للصراع الإسرائيلي - الفلسطيني في الخطاب العام؛ هو حل الدولتين - في حدود دولة فلسطينية إلى جانب دولة إسرائيلية. والجدير بالذكر أعرب معظم الجمهور الإسرائيلي عن دعمه لمثل هذا الحل. وهذا أيضاً هو الحل المقبول بالنسبة للمنظمات الدولية، كما يتضح من القرارات العديدة لمجلس الأمن والجمعية العامة للأمم المتحدة (Sharif, 2022).

ومثلت الحرب الإسرائيلية على غزة 2023 الحرب الأكثر عنفاً في القرن الحادي والعشرين، التي خلفت حتى الآن ووفقاً لبيان المكتب الحكومي في غزة ما يزيد عن 30000 ما بين شهداء ومفقودين من المدنيين؛ بينهم أكثر من 10000 طفل و 8000 امرأة، و 112 صحفي، فضلاً عن 60000 جريح، تلك الحرب التي صنفت أكبر حرب إبادة جماعية في التاريخ؛ التي فاقت في وحشيتها وما خلفته من دمار ما نتج عن الحرب العالمية والحرب الروسية الأوكرانية، والصراع في السودان، حيث تسببت في نزوح 2 مليون مواطن، فضلاً عن خروج غالبية المستشفيات عن الخدمة مما أدى لانهايار المنظومة الصحية، إضافة لهدم وتدمير البنية التحتية بالكامل، بما جعل قطاع غزة منطقة غير آمنة وغير صالحة للحياة خاصة بعد قصف جيش الاحتلال لمدارس الأونروا التي يحتضن بها المدنيين، وذلك كله في ظل دعم غربي واضح للكيان الصهيوني وجيش الاحتلال، وتصريحات جاءت ما بين التأييد والشجب والإدانة من الهيئات الدولية، ومدنيين يواجهون الجماعة والجفاف والأوبئة (Hassan, 2023).

فالحرب النفسية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة اشتملت على العديد من الأساليب والاستراتيجيات من أجل التأثير في الفلسطينيين في قطاع غزة، وأيضاً التأثير في الرأي العام الدولي، وذلك من خلال استخدام وسائل الإعلام الرقمي لنشر الرسائل المؤيدة لإسرائيل أو تبرير الهجمات على قطاع غزة، وظفت إسرائيل خلالها إطلاق إنذارات وموجات إذاعية من أجل تنبيه السكان المدنيين قبل الهجمات.

ويعتمد مستوى النجاح أو الفشل في أي حرب نفسية على توقيتها بالدرجة الأولى فهي تسبق الحملة العسكرية، ثم تكملها أو تسير معها، كما إن وظيفة الحرب النفسية قبل المعركة خفض الروح المعنوية لجنود الأعداء، وهي العامل المساعد للعمل العسكري الذي يهدف إلى الإسراع بالنصر وتخفيض كلفته، لكن الحرب النفسية ليست بديلاً للمعركة المادية، بل مكملتها، ويلعب عنصر التوقيت في الحرب النفسية دوراً كبيراً في تحديد اتجاه الحرب الميدانية؛ ففي كثير من الأحيان تكون الحرب النفسية كافية لدخول معركة ميدانية سهلة بعد تحطيم معنويات الخصم (Soraya, 2021).

فاستخدام الإعلام الرقمي مثل الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي يساعد في تبادل المعلومات والرسائل، وذلك يساعد في نشر الأخبار بشكل سريع، ويؤثر في الرأي العام العالمي، حيث يجري استخدام الإعلام الرقمي في الحروب والتزاعات المعاصرة، كما في الحرب بين إسرائيل وغزة، وتشمل الحرب النفسية استخدام وسائل الإعلام والاتصالات من أجل إيصال الرسائل التي تبرر العمليات العسكرية، إذ أن استخدام وسائل الإعلام الرقمي يساعد في دعم أهداف الطرف القائم بالحرب.

ويشهد قطاع غزة في عام 2024 تصاعداً ملحوظاً في توظيف استراتيجيات الحرب النفسية من قبل إسرائيل، حيث تلعب وسائل الإعلام الرقمي دوراً محورياً في هذا السياق. وواحدة من أبرز المنصات المستخدمة هي صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، التي تستهدف الجمهور العربي بطرق متنوعة تهدف إلى التأثير في الرأي العام وتشكيل وعيه. وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل هذه الاستراتيجيات الإعلامية وفهم مدى تأثيرها في سكان غزة، من خلال دراسة محتوى وأدوات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" كنموذج رئيسي. يعكس هذا البحث أهمية الإعلام الرقمي في الحروب النفسية الحديثة، ويهدف إلى تسليط الضوء على الأساليب المستخدمة وكيفية مواجهتها من قبل المجتمعات المستهدفة.

مشكلة الدراسة

على الرغم من تعدد الأبحاث التي تناولت الصراع الفلسطيني - الإسرائيلي وتأثير الإعلام في الرأي العام، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التي تركز بشكل محدد على توظيف إسرائيل لاستراتيجيات الحرب النفسية عبر الإعلام الرقمي، وخاصة من خلال صفحات مثل "إسرائيل تتكلم

بالعربية" خلال الأحداث الأخيرة في عام 2024، ولكن لا يوجد تحليل معمق للأساليب والتكتيكات الرقمية المستخدمة، وتأثيرها المباشر في الجمهور الفلسطيني والعربي في سياق الحرب على قطاع غزة.

وتتمثل مشكلة الدراسة في أهمية الإعلام الرقمي في الحروب النفسية الحديثة، لما له من دور في تشكيل الرأي العام والتأثير في المدنيين، حيث أن له تأثير كبير في مجريات الحروب والصراعات، فقد انتشر الإعلام الرقمي بشكل واسع نتيجة التوتر المستمر في قطاع غزة، لذلك لا بد من فهم الأساليب النفسية والإعلامية التي يجري استخدامها من قبل الأطراف المتنازعة، كما لا بد من دراسة تأثير الحرب النفسية في المجتمع، لما تسببه من نتائج كارثية، مثل الخوف، والتوتر، وغيرها، ويجب معرفة دور إسرائيل في استخدام استراتيجيات الحرب النفسية وكيفية تأثيرها في الجمهور العربي والفلسطيني، وقد رأى الباحث أنه لا بد من البحث في هذا الموضوع لقلة الدراسات التي تناولت كيفية توظيف إسرائيل للحرب النفسية عن طريق الإعلام الرقمي، وذلك من خلال تحليل مضمون منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" خلال الحرب على قطاع غزة في عام 2023.

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

تكمن أهمية الدراسة في توسيع المعرفة النظرية حول استخدام الحرب النفسية واستراتيجياتها في الصراعات الجديدة، وخاصة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، كما تساهم في تقديم إطاراً نظرياً لتحليل دور الإعلام الرقمي في الحروب النفسية الإسرائيلية، كما تساعد الدراسة في فهم الأساليب والتكتيكات النفسية المستخدمة من قبل الدول في الحروب، مما يساهم في تطوير نظريات أكثر دقة حول الحرب النفسية، وقد تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات التي تتعلق بالإعلام الرقمي والحرب النفسية، مما يساعد الطلبة والباحثين في فهم الموضوع بشكل أعمق، وتكمن أهمية الدراسة في استخدام نظرية التأطير الإعلامي التي تساهم في توضيح كيفية تقديم الأخبار والمعلومات، وكيفية بناء الروايات الإعلامية حول الحروب والصراعات وتأثيرها في الرأي العام، كما تستخدم الدراسة نظرية الصراع في التركيز على دراسة الديناميات والنزاعات بين مختلف الأطراف، وتساعد في فهم الأسباب الكامنة وراء هذه الحروب وكيفية تطورها، وقد يساهم نموذج رولر في فهم تأثير الإعلام في الجمهور، ويركز على الأبعاد المختلفة للتأثير الإعلامي وكيفية تفاعل الأفراد مع الرسائل الإعلامية؛ حيث أن هذه النظريات والنموذج تساهم في تقديم تحليل شامل لكيفية استخدام الحروب النفسية في الإعلام الرقمي وتأثيرها.

الأهمية العملية

تكمن الأهمية العملية للدراسة في أن نتائج الدراسة قد تساعد في توعية الشعب الفلسطيني بالأساليب النفسية التي تستخدم ضده، مما يعزز من وعيهم أمام هذه الاستراتيجيات، وقد تساعد نتائج هذه الدراسة الحكومات والمؤسسات الإعلامية في تطوير استراتيجيات مضادة وفعالة من أجل مواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية عبر الإعلام الرقمي، وقد تساهم في تحسين استراتيجيات الاتصال للفئات المستهدفة من خلال تقديم فهم أعمق لكيفية التعامل مع المحتوى الرقمي الذي يهدف للتلاعب بالمشاعر والرأي العام، كما يمكن أن تساعد نتائج الدراسة في تدريب الصحفيين العاملين في مجال الإعلام على كيفية التعامل مع الدعاية النفسية.

أهداف الدراسة

- تعرّف كيفية توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي خلال الحرب على قطاع غزة 2023 من خلال تحليل محتوى صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.
- الكشف عن أبرز الاستراتيجيات النفسية التي تستخدمها إسرائيل عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقاً لنموذج رولر.
- معرفة أثر توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقاً لنظرية التأطير الإعلامي.
- كيفية توظيف إسرائيل استراتيجيات الحرب النفسية في الإعلام الرقمي من أجل تحقيق أهدافها العسكرية والسياسية خلال الحرب على غزة عام 2023 وفقاً لنظرية الصراع.
- الكشف عن الأساليب والتكتيكات المستخدمة في المنشورات الرقمية من أجل تحفيز الخوف والارتباك للجمهور المستهدف.
- تعرّف الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تقليل تأثير هذه الاستراتيجيات النفسية.

الدراسات السابقة

(Belharos Study (2023) سعت تعرّف معالجة صحيفة الشروق اليومي للحرب النفسية في الحرب الروسية الأوكرانية شكلاً ومضموناً. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استمارة تحليل المحتوى كأداة للحصول على المعلومات، تمثل مجتمع الدراسة في الجرائد المكتوبة الجزائرية، طبقت الدراسة على عينة قصدية منتظمة مكونة من (12) فرد. وتوصلت الدراسة إلى أن الموقع الذي خصصته صحيفة الشروق اليومي للحرب النفسية الروسية الأوكرانية هو في الصفحات الداخلية من الصحيفة بنسبة 58.33%، ثم الصفحة الأخيرة بنسبة 25%، ثم الصفحة الأولى

بنسبة 16.66%، أما بالنسبة لجهة مكان نشر الحرب النفسية الروسية الأوكرانية بصحيفة الشروق اليومي هي أعلى يمين الصفحة بنسبة 50%، ثم أعلى يسار الصفحة بنسبة 25%، ثم قلب الصفحة وأسفل يمين الصفحة وأسفل يسار الصفحة بنسبة 8.33% لكل منهم، أما بالنسبة لأنواع الصحيفة التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق اليومي في تغطيتها للحرب النفسية ما بين روسيا وأوكرانيا تمثلت في التقرير بنسبة 33.33%، ثم الكاريكاتير بنسبة 25%، ثم المقال والخبر بنسبة 16.66% لكل منهما، ثم العمود بنسبة 8.33%، ثم روبرتاج بنسبة 00%.

(Soraya Study (2021) هدفت إلى تحديد أثر الحرب النفسية في الإعلام الفلسطيني في المجتمع الإسرائيلي خلال حرب تموز 2014. وطبقت الدراسة على عينة مكونة من (25) فرداً من المحللين السياسيين والإعلاميين والمختصين بالشأن الإسرائيلي وبعلم النفس والإعلام، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي، واستخدمت المقابلة كأداة لجمع البيانات حول الدراسة. وأظهرت الدراسة أن نجاح الإعلام الفلسطيني في الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي وإيصال صوته، كما نجح الإعلام الفلسطيني في التأثير في معنويات مجتمع الاحتلال الإسرائيلي. وأوصت الدراسة بإنشاء إذاعة وقنوات فضائية ومواقع إلكترونية باللغة العبرية موجهة إلى الجمهور الإسرائيلي وتستند في برامجها إلى الاستراتيجية الإعلامية، بالإضافة إلى إنشاء استراتيجية إعلامية موحدة لجميع وسائل الإعلام الفلسطيني، والعمل على الوصول لأكبر شريحة في المجتمع الإسرائيلي عبر الإعلام الفلسطيني.

دراسة ناصر الدين وزير ورحمة (Naser Eddin, Zweiri & Rahma, 2021) يعدّ الصراع الإسرائيلي الفلسطيني مصدر قلق كبير للعرب والمسلمين في جميع أنحاء العالم ويعدّ أحد الأسباب الرئيسية لعدم الاستقرار في الشرق الأوسط. إنه يؤثر في الجهات الحكومية وغير الحكومية في المنطقة. وتزايد انخراط قطر في الصراع الإسرائيلي الفلسطيني في عهد الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني، مدفوعاً بتضامنها مع القضايا العربية والإسلامية وسعيها لدور إقليمي. ويتم فحص موقف قطر في الصراع الإسرائيلي الفلسطيني من خلال خطابات الشيخ حمد تجاه الصراع الإسرائيلي الفلسطيني. ألقى الشيخ حمد 210 خطاباً رسمياً خلال 18 عامًا من حكمه (1995-2013) وذكر الصراع الإسرائيلي الفلسطيني في 73 منها. وهذا يعني أن ثلث خطابات الشيخ حمد تحدثت عن الصراع الإسرائيلي الفلسطيني. وهذا يشير إلى أهمية هذا الصراع بالنسبة لقطر ومنطقة الخليج. من خلال دراسة خطابات الشيخ حمد، يمكن للمرء أن يفهم الموقف الرسمي لدولة قطر تجاه الصراع الإسرائيلي الفلسطيني وكيف مارست قطر بعض الاستقلالية في سياستها الخارجية وانحرفت عن مجلس التعاون الخليجي والدول الأعضاء فيه.

دراسة أبو معلا (Abu Mualla, 2017) هدفت إلى تعرّف طبيعة الدعاية الإسرائيلية الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها إحدى أهم مناطق الحيز العام الافتراضي، ممثلة بصفحة الناطق الرسمي باسم ما يعرف بجيش الدفاع الإسرائيلي "أفيخاي أدري". واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج المسح، واستخدم فيها أسلوب تحليل المضمون بشقيه: الكمي والكيفي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها أن هناك بروزاً للقضايا الأمنية والعسكرية والقضايا الاجتماعية والدينية في الدعاية الإسرائيلية على صفحة "أدري"، وأن الصفحة هدفت إلى نقل الأخبار والمعلومات والتعبئة والتواصل مع الفلسطيني. وأنها استخدمت أساليب دعائية مختلفة مثل: "تشكيل الصورة الذهنية" و"الاختيار والانتقاء في النشر"، و"إطلاق الشعارات". كما أنها استخدمت أساليب معالجة متنوعة مثل: "استعراض القوة"، و"التقريب للآخر الفلسطيني"، و"استثمار البعد الإنساني"، وتبين أن الصفحة لعبت دوراً في إدارة الصراع، وأنها لم تكن وسيلة من وسائل الحوار والنقاش والتواصل، فهي تقدم وجهة نظر صهيونية، ولا تطرح القضايا بهدف النقاش، بل تلعب دوراً كبيراً في أنسنة الجيش الإسرائيلي، وفي المقابل تخويف الفلسطيني وكسر إرادته.

دراسة عميدور (Amidror, 2017) تسلط الدراسة الضوء على الخيار الأفضل من بين عدة خيارات مطروحة من وجهة نظر إسرائيلية من أجل التوصل إلى حل، وتتضمن الخيارات المتاحة: إما إقامة دولة فلسطينية إلى جانب إسرائيل، أو دولة إسرائيلية على كامل فلسطين (ثنائية القومية)، أو إبقاء الوضع على ما هو عليه. فموقف اليمين الإسرائيلي متشدد بشأن التخلي عن أي جزء من فلسطين، ويصر على إقامة الدولة اليهودية على كامل الأرض، أما اليسار (حزب العمل) فيعدّ أن حل الدولتين هو الخيار الأفضل لتجنب التغلب الديموغرافي الذي سيحققه الفلسطينيون حال إقامة الدولة الواحدة. والخلاصة، أن على كل طرف إسرائيلي، الإجابة عن التساؤل المهم في حال طبقت أي من تلك الخيارات السابقة، بحيث، إن أقيمت دولة إسرائيل على كامل أرض فلسطين، فكيف سيتم التعامل فيما يتعلق بالعامل الديموغرافي وحصول الفلسطينيين على الأغلبية (بحكم الزيادة الكبيرة في عدد المواليد التي تفوق عدد المواليد من اليهود)، بالتالي زوال فكرة الدولة اليهودية الذي يطمحون لتحقيقها. وإن جرى تقسيم فلسطين، وأقيمت الدولة الفلسطينية، فما رد اليسار في حال سيطرت "حماس" أو "داعش" على الدولة، وما هو التهديد المترتب على ذلك.

التعقيب على الدراسات السابقة

بعد استعراض الباحث للدراسات السابقة أعلاه، يمكن الملاحظة أن الدراسة الحالية في موضوعها وهدفها الذي يصب في توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي وذلك من خلال قيام الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تبحث في الحرب النفسية الإسرائيلية: توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية على قطاع غزة 2023 في الإعلام الرقمي، واستخدام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، وكذلك تختلف عن الدراسات السابقة بأن معظم الدراسات ركزت على استخدام المحللين السياسيين وغيرهم، بالإضافة إلى الاطلاع على نماذج التحليل المختلفة ونتائجها والإفادة منها، إلا أن هذه الدراسة ركزت على الاستراتيجيات المستخدمة في الحرب النفسية من خلال الإعلام الرقمي. وجرت الاستفادة من الدراسة

السابقة في بناء الإطار النظري، وبناء أداة الدراسة، وتفسير نتائج الدراسة. وما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها الدراسة الأولى في فلسطين التي تناولت الحرب النفسية الإسرائيلية والإعلام الرقمي.

الإطار النظري

أولاً: الحرب النفسية

تعريف الحرب النفسية

تعدّ الحرب النفسية من أخطر أنواع الحروب؛ لأنها تستهدف عقول وتفكير أفراد أفراد الطرف الآخر بهدف تدمير روح معنوياتهم ودفعهم إلى الانهيار النفسي وفقدان الثقة في مؤسساتهم من جهة، والانهيار بقدرات وإمكانات وفعالية الطرف المقابل، وتبقى الغاية المقصودة من هذه الحرب هو القضاء على إرادة القتال عند العدو وتبني الاستعداد لتقبل الهزيمة (Bosnia, 2017)

الحرب النفسية: "هي عملية منظمة شاملة يستخدم فيها الأدوات والوسائل ما يؤثر في عقول ونفوس واتجاهات الخصم بهدف تحطيم الإرادة والإخضاع أو تغييرها وإبدالها بأخرى بما يؤدي لسلوكات تتفق مع أهداف ومصالح منظم العملية" (Barber, 2020, 6).

خصائص الحرب النفسية

ذكر أبو بكر (2014) للحرب النفسية مميزات عدة:

1. لا تسعى للإقناع بل تحطيم القوة المعنوية للخصم، وكانت إسرائيل تحاول تحطيم صورة القوة لدى الشعب الفلسطيني، وقدرته على مقاومة الاحتلال الإسرائيلي.
2. موجهة أصلاً نحو الخصم "العدو".
3. تحطيم الوحدة المجتمعية والنفسية للخصم، ببعثرة الجهود وبليلة القوى السياسية، والسعي لتناحرها.
4. التشكيك في سلامة وعدالة هدف أو قضية العدو وزعزعة الثقة لدى الخصم بإحزاز النصر وبقوته.
5. استغلال أي انتصارات في إضعاف عقيدة الخصم، وتفتيت حلفائه، وكسب المحايدين.
6. كانت من أهم أهداف المقاومة في صد الحرب النفسية من قبل الاحتلال الإسرائيلي طمأنة المواطنين على قوة المقاومة. وأن الاحتلال لم يستطع التقدم سوى أمتار قليلة، وأن المقاومة أثنخت فيه قتلاً مثلما حصل في حي الشجاعية، خاصة أن المقاومة استطاعت أن تبث بعض صور الجنود القتلى، وكيف كانت تتساقط عليهم القذائف، الأمر الذي أدى إلى زرع الخوف والرعب على حياة جنودهم.

أهداف الحرب النفسية

تسعى الحرب النفسية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تعمل على تحطيم إيمان الخصم بعقيدته السياسية، ومنها:

1. إضعاف المعنويات والفعالية العسكرية لقوات العدو ودعم العمليات السرية.
2. خلق جو عام من النزاع الداخلي وسط صفوف العدو، وتشجيع إحداث نوع من الانقلاب العسكري بينهم، وإقناع السكان المحليين بدعم العملية العسكرية ضد حكومتهم.
3. رفع المعنويات وسط صفوف الجيش الموالي، والمجموعات المحلية العسكرية الصديقة.
4. وسائل الحرب النفسية وأدواتها: لا بد من وجود وسائل فعالة لتحقيق أهداف الحرب النفسية، وأبرزها كما يلي:
 - الإنسان: من حيث كونه فرداً في المجتمع، سواء كان مناصراً أو معارضاً أو مذبذباً أو محايداً أو عميلاً، حيث قد يساهم هؤلاء جميعاً في الحرب النفسية إيجاباً أو سلباً.
 - المطبوعات والوسائل السمعية والبصرية: وتتمثل في الصحف، والخطب، والأغاني، والأناشيد الوطنية والصور، وأشرطة الفيديو، والإعلام، والرموز، والسينما، والتلفاز، والمسرح (Saadat, 2013).

ثانياً: الإعلام الرقمي

تعريف الإعلام الرقمي

هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل (Quaish, 2017, 273).

80 (Arafa Ismaili (2022, بأنه: "إعلام يتجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، ويوفر فرصة التفاعل والتواصل بين الناس للمشاركة بأنفسهم في صناعة الخبر ونشره بأقصى سرعة، كما يتجاوز حالة السكون التي طبعتم مضامين الإعلام القديم إلى حالة الدينامية والتجدد المستمر، اعتماداً على ما تقدمه تكنولوجيا الانترنت والتقنيات الإعلامية الجديدة من خدمات متنوعة".

أهمية الإعلام الرقمي

تزداد أهمية الإعلام الرقمي يومًا بعد يوم، وذلك للأسباب الآتية:

- يتضمن الإعلام الرقمي خصائص الإعلام التقليدي كافة، لإضافة إلى العديد من المزايا والإمكانيات الجديدة التي لا تتوفر في التقليدي.
- تأتي أهمية الإعلام الرقمي من كونه إعلامًا عالميًا، بمعنى أنه يصل إلى كل مكان في العالم عبر الإنترنت، كما أنه يتجاوز مشكلة اللغة إذ يتيح الإنترنت ترجمة أي محتوى يعرض من خلاله، إلى مختلف لغات العالم.
- بات الإعلام الرقمي أو الإلكتروني أكثر مصداقية وحيادية من الإعلام التقليدي اليوم، فهو لا يرتبط بقيود يفرضها الملاك أو الحكومات التي عادةً ما تسيطر على الإعلام التقليدي.
- يتناسب محتوى الإعلام الرقمي مع اهتمامات الجمهور، فإن لم يمكن المحتوى من الموضوعات التي تكثر عمليات البحث ضعيفًا ولا ينتشر.
- يمتاز الإعلام الرقمي بالانفتاح، إذ تتدفق فيه المعلومات من أطراف عدة.
- يمتاز الإعلام الرقمي بمواكبته للأحداث، فهو إعلام لحظي يتجدد على مدار الساعة (Pachmed and Tibi, 2023).
- ثالثًا: النظريات المستخدمة في الدراسة

تمهيد

تعدّ النظريات علاقة بين صفتين أو سمتين، أو شرح سبب وقوع أحداث معينة، أو شرح كيف يتوصل الفرد إلى الاعتقاد برأي معين أو التصرف بطريقة معينة.

تساعد النظرية على تحديد الهوية والمحاور الرئيسية لأي عمل، وتساهم في التأكيد على دور المعرفة المتراكمة في تحديد مستوى ما يجب دراسته وما يجب بحثه وما جرى إنجازه على غيره. من المهم أن يعي الباحث دور المعرفة المتراكمة لأنها توفر إطارًا مفاهيميًا، وتساعد على تحديد الأبعاد والعلاقات التي يجب دراستها وتمهيد الطريق لجمع وتنظيم وتصنيف وتحديد الروابط والعلاقات في ما بينها. وتحدد النظريات اتجاه البحث وتوجهه وتجعله أكثر إثراءً من البحوث الأخرى حول الموضوع. إن جمع البيانات بدون نظرية موجهة سينتج عنه بيانات صماء وعمياء خالية من المعنى والوظيفة (Jones, 2010).

نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

استند الباحث في دراسته على نظرية التأطير الإعلامي، التي تفترض أن لوسائل الإعلام القدرة على اختزال ما تتضمنه القضايا من وقائع وأحداث معقدة، وتقوم وسائل الإعلام بوضع تلك الأحداث والقضايا ضمن تنظيم وسياق منظم، وذلك من خلال تحديد الخصائص المرتبطة بالألفاظ، والمعاني، والنصوص المرتبطة بالخبرات والقيم السائدة في المجتمع، وهو ما يطلق عليه التأطير الإعلامي (D'Angelo, 2012).

ونظرية التأطير الإعلامي تساهم في معرفة كيفية وضع الموضوع في إطار معين يوحي للجمهور المتلقي بكيفية التعامل مع هذه القضية، وذلك من خلال اختيار أطر إعلامية تعطي مغزى ومعنى للمضمون، وتحديد الإطار هو عملية تنظيم الواقع اليومي للأفراد، من خلال تصنيف المعلومات، وإضفاء معنى على الأحداث، ووصف الحقيقة بشكل يتوافق مع أهداف القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية (Erekat and Kharabsheh, 2021).

وهناك العديد من الأطر الإعلامية التي يمكن تطبيقها لتغطية القضايا الإعلامية ومعالجتها، وهي (Al-Hmoud et al., 2016):

- إطار الصراع: اعتمد هذا الإطار على صياغة الأحداث، وتقديمها ضمن إطار تنافسي وصراعي حاد؛ لإيضاح السياق الخاص بالصراع، كالفساد، وعدم ثقة الجمهور بالمسؤولين.
- إطار الاهتمامات الإنسانية: ويُشار فيه إلى الجوانب الإنسانية المؤثرة على الجمهور ومستوى تعاطفه، ويتم من خلاله صياغة الخبر والقصص بصورة درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.
- الإطار الاقتصادي: وتُدرس فيه النتائج المرتبطة بالوضع الاقتصادي الناتج عن الأحداث، بحيث يشار إلى النتائج المرتبطة بالجانب المادي؛ لجعل الخبر الإعلامي مؤثرًا على الجمهور ومصالحه.
- الإطار العام: وهو الإطار الذي يعتمد على النظر إلى الخبر بصورة عامة ومجردة، وتُقدم التفسيرات العامة للوقائع المختلفة، وتربط بمعايير ثقافية وسياسية، وهي من الأطر المهمة لفهم المشكلة وتقديم الحلول المناسبة لها؛ على الرغم من أن هذا النوع من الأطر قد يكون ذو عبء كبير على المتلقي من الناحية المهنية.
- الإطار المحدد بقضية: يعتمد على تحديد قضية معينة، أو جانب محدد منها، والتركيز عليه بشكل واضح للتأكد من التأثير في الجمهور، ويركز على المدخل الشخصي، أو تقديم حدث معين يمس الواقع المرتبط بالجمهور.
- إطار الاستراتيجية: يجري تأطير الأخبار في سياقها الاستراتيجي المؤثر على الأمن القومي وهو من الأطر المستخدمة في القضايا السياسية والعسكرية.

● إطار المبادئ الأخلاقية: وهو الإطار الذي تعرض من خلاله القضايا والأحداث في سياق أخلاقي مرتبط بما هو سائد في المجتمع من قيم وعادات، بحيث يُخاطب المتلقي من خلال ما يمتلكه من قيم ومبادئ ومعتقدات راسخة، فيقوم الصحفي بمخاطبة الجمهور بحسب تلك المبادئ والقيم. استخدمت نظرية التأطير الإعلامي لمناسبتها للدراسة، حيث توضح الأطر الإعلامية مدى إيصال الرسالة للجمهور وفهمه لها في ضوء الإطار الإعلامية، وأيضًا تساهم النظرية فهم كيفية قيام الإعلام الإسرائيلي في تقديم معلومات حول الحرب من خلال تحليل كيف جرى تأطير الأخبار لتشكيل الرأي العام، وتوجيهه لتفسير الأحداث، وتساعد في فهم كيفية التلاعب بالرواية الإعلامية من أجل تبرير الأعمال العسكرية، وتحديد تأثير الرسالة الإعلامية في الجمهور العربي والفلسطيني.

نظرية الصراع

يعود الفكر الصراع إلى العالم العربي عبد الرحمن ابن خلدون (1332 - 1406) من خلال أفكاره الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي طرحها في رؤيته للمجتمع الإنساني وتحليله لموضوع العصبية والسلطة السياسية (Bou Jalal, 2015).

وقد استمدت هذه النظرية أساسها المعرفي من الفلسفة المثالية لهيجل المؤكد لوجود صراع الأفكار إلى أن جاء ماركس الذي حول تلك الصورة العقلية المعرفية إلى صورة مادية تاريخية تشير إلى صراع الطبقات الاجتماعية بالمفهوم المادي الاقتصادي الاجتماعي (Guest and Zidane, 2016). ونظرية الصراع التي أيدها العديد من الرواد (ماركس، باريتو، لويس كوزر، رالف داهرنندوف...) وهو يستند إلى مجموعة من التصورات التي ترى أن الحياة الاجتماعية بطبيعتها مولدة للصراع. وذلك لأن المجتمع يتشكل من مجموعات ذات مصالح مختلفة ومتداخلة، ولأن النظم الاجتماعية ليست موحدة ومنسجمة، بل تحتضن أشكالًا مختلفة من السلطة وتميل إلى التغيير في سعيها لتأكيد ذاتها وضمان الحقوق وإقصاء الطبقة المهيمنة (Guest and Zidane, 2016).

واستخدمت الدراسة هذه النظرية؛ لأنها تساعد في فهم الاستراتيجيات والأساليب والتكتيكات الإرهابية التي تستخدمها إسرائيل في الحرب النفسية من أجل تحقيق أهدافها السياسية والاستراتيجية من خلال نشر الشائعات والروايات المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي لتشويه صورة المقاومة وتبرير العدوان، حيث أن الممارسات الاستراتيجية التي تتبناها إسرائيل تسعى لخلق بيئة مخيفة وإرهابية من أجل كسر إرادة الفلسطينيين والسيطرة السياسية على قطاع غزة.

نموذج رولر

يقوم نموذج رولر (Ruler, 2004) الذي يطلق عليه "النموذج الموقف لاستراتيجيات الاتصال على فرضية أساسية هي أنه يصعب استخدام استراتيجية واحدة للاتصال في العلاقات العامة، وأنه لا توجد استراتيجية مثلى وإنما يمكن استخدام الاستراتيجية الأنسب لكل موقف اتصالي، حيث يمكن استخدام استراتيجية معينة في موقف محدد، أو استخدام مزيج من هذه الاستراتيجيات في موقف آخر. ويحدد هذا النموذج استراتيجيات الاتصال وفقًا لمحورين أساسيين، هما: طبيعة عمل الاتصال، وطبيعة المضمون. وبناء على ذلك يكون لدينا أربع استراتيجيات، هي:

استراتيجية الإعلام:

يكون الاتصال وفقًا لهذه الاستراتيجية في اتجاه واحد، وفي الوقت نفسه يعبر المضمون الاتصالي عن رؤية المنظمة، ويحمل معان ودلالات ذات معنى واحد، يجري في هذه الاستراتيجية تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي، واتخاذ القرارات. وتتطلب هذه الاستراتيجية سياسات واضحة وأهدافًا محددة للمنظمة، وأن تعكس الرسائل الاتصالية هذه الأهداف. استخدمت هذه الاستراتيجية في الدراسة الحالية؛ لأنها تساعد في التأثير في الرأي العام الفلسطيني، وكيفية تشكيل الرسالة الإعلامية للسلوكات والمواقف النفسية، وتساهم في فهم التأثير النفسي خلال الحرب في المواطنين.

استراتيجية الإقناع:

تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤية كل من المنظمة والجماهير، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين، وتستخدم هذه الاستراتيجية في اتصالات المنظمة عندما تسعى إلى خلق قاعدة للعلاقات الاستراتيجية مع الجماهير الأساسية، وتسعى المنظمة من خلال هذه الاستراتيجية إلى التغيير المقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات النشاطات جمهور معين. وتتطلب استراتيجية الإقناع أهدافًا واضحة ومحددة، ومزيجًا من الرسائل الإقناعية، وعادةً ما تُوجّه إلى الجمهور غير النشط، أو الجمهور الضمني. استخدمت هذه الاستراتيجية في الدراسة الحالية؛ لأنها تساهم في إقناع الجمهور بوجهة نظره، مثل تبرير الأعمال العسكرية، كما أن استخدام الإعلام الرقمي يعد أداة فعالة في إقناع الجمهور من خلال نشر الرسائل بشكل مباشر، مما يعزز تأثيرها النفسي، وتستخدم هذه الاستراتيجية من أجل تحقيق أهداف سياسية وعسكرية من خلال تغيير المواقف والتوجهات وتبرير الأعمال العسكرية التي تقوم بها إسرائيل خلال الحرب على قطاع غزة.

استراتيجية الحوار

تجمع استراتيجية الحوار بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤية كل من المنظمة والجماهير، ويحمل دلالات تعكس وجهة

نظر الطرفين. تتضمن هذه الاستراتيجية استشارة الجمهور في سياسات المنظمة، وأخذ رأيه في القضايا المختلفة بعين الاعتبار، ويتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرار؛ لذلك تسمى استراتيجية التيسير؛ حيث تعمل المنظمة على تسهيل اشتراك الجمهور وتفاعله في صنع سياساتها، وتحصر - في الوقت نفسه - على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، ويتم استخدام استراتيجية الحوار في المناقشات المتعلقة بجوانب ممارسة العلاقات العامة، وكذلك في المناقشات الفكرية المتعمقة حول المشكلات والأزمات المتوقع حدوثها، وكيفية الاستجابة لها. استخدمت هذه الاستراتيجية في الدراسة الحالية من أجل التأثير في الرأي العام المحلي والدولي، حيث أن الحوار الإعلامي يمكن أن يزرع الشك والانقسام بين سكان العدو أو داخل صفوفه العسكرية، ومن خلال استخدام الحوار عبر الإعلام الرقمي يمكن أن تحقق الحروب النفسية أهدافها العسكرية والسياسية بأقل الخسائر سواء البشرية أو المادية.

استراتيجية بناء الإجماع

تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤية المنظمة، وتستخدم هذه الاستراتيجية لبناء علاقات استراتيجية بين المنظمة وبينها الخارجية، أو بين المنظمة والعاملين فيها، وعادةً ما تطبق هذه الاستراتيجية عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين أطراف يعتمد كل طرف منها في وجوده على الطرف الآخر، فعلى سبيل المثال تعتمد المنظمات في وجودها على الجماهير الأساسية الموجودة في بيئتها الخارجية، وعادةً ما يكون هناك تعارض بين مصالح المنظمة من جانب ومصالح تلك الجماهير من جانب آخر؛ وهذا يتطلب من المنظمة تحقيق أرضية مشتركة مع هذه الجماهير تحقق الحد الأدنى من مصالح الطرفين. وعادةً ما توجه هذه الاستراتيجية إلى الجمهور النشط، وينتج عنها تطوير لسياسات المنظمة. استخدمت هذه الاستراتيجية في الدراسة الحالية؛ لأنها تساهم في تأمين الدعم للمواطنين الإسرائيليين وتوحيد صفوفهم خلف القيادة العسكرية من أجل كسب دعم الحلفاء، ومن الممكن أن يؤدي الإجماع الدولي ضد قطاع غزة إلى زيادة الضغط على الفصائل الفلسطينية وتقليل الدعم الشعبي لها، ومن خلال استخدام هذه الاستراتيجية يمكن أن يجري الترويج عبر وسائل الإعلام الرقمي لروايات معارضة ومزيفة من أجل دعم إسرائيل، وقد تخلق هذه الاستراتيجية حالة من الخوف والرغبة لدى سكان قطاع غزة وتضعف مقاومتهم في حالة جرى الإجماع على أن الفصائل تشكل تهديدًا إرهابيًا، مما يساعد إسرائيل في تبرير استخدامها للقوة والإجراءات العسكرية الصارمة.

استخدم هذا النموذج لاحتوائه على الاستراتيجيات الاتصالية التي تهدف إلى استخدام وسائل الإعلام الرقمي في بيان ما يحصل في الحروب، ونشر المعلومات حول مجريات الحروب، فالهدف من الاتصال وصول الأحداث لأكبر عدد ممكن من الجمهور العربي والعالمي. واستخدمت الدراسة (نظرية التأطير الإعلامي، ونظرية الصراع، ونموذج رولر) معًا من أجل فهم الأبعاد النفسية للحرب، والمساهمة في تطوير أساليب وأدوات أكثر فعالية في مواجهة الحملات الإعلامية والحروب النفسية، وأيضًا فهم آليات الحرب النفسية الإسرائيلية بشكل معمق، مما يساعد في إبراز كيفية استخدام الإعلام الإسرائيلي كأداة للسيطرة والتأثير في الجمهور، والكشف عن الأهداف الحقيقية وراء هذه الحرب النفسية، والمساهمة في توعية الرأي العام بحقيقة ما يجري في قطاع غزة وتعزيز المقاومة الفلسطينية ضد الممارسات الإسرائيلية القمعية والإرهابية.

أسئلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

كيف يجري توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي خلال الحرب على قطاع غزة 2023 - صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية إنموذجًا؟

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أبرز الاستراتيجيات النفسية التي تستخدمها إسرائيل عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقًا لنموذج رولر؟
2. ما أثر توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقًا لنظرية التأطير الإعلامي؟
3. كيف وظفت إسرائيل استراتيجيات الحرب النفسية في الإعلام الرقمي من أجل تحقيق أهدافها العسكرية والسياسية خلال الحرب على غزة عام 2023 وفقًا لنظرية الصراع؟
4. ما هي الأساليب والتكتيكات المستخدمة في المنشورات الرقمية من أجل تحفيز الخوف والارتباك للجمهور المستهدف؟
5. ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تقليل تأثير هذه الاستراتيجيات النفسية؟

حدود الدراسة

الحد المكاني: صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على منصة فيس بوك، وتم اختيار هذه الصفحة بشكل خاص على عدها من الصفحات الإسرائيلية النشطة، حيث يتابعها 3.3 مليون متابع، حيث كانت هذه الصفحة نشطة في الفترة الأخيرة خلال الحرب على قطاع غزة، وتعمل على نشر الرواية الإسرائيلية، وتبرر أعمالها العسكرية على أنها دفاع عن النفس من خلال نشر مقاطع فيديو، وصور، وتصريحات رسمية، وإلقاء اللوم على حماس في افتعال هذه الحرب، ونشر قصص عن معاناة الإسرائيليين نتيجة الصواريخ، لكسب الجمهور العربي وإظهار الجانب الإنساني خلال الحرب، ويمكن الوصول لها من خلال الرابط الآتي: (https://www.facebook.com/IsraelArabic/?locale=ar_AR).

الحد الزمني: يتمثل في عملية طوفان الأقصى والحرب على قطاع غزة التي حدثت بتاريخ (7 تشرين الأول/ أكتوبر 2023)، ومن هنا يمكن وصف الحد الزمني للدراسة بشكل دقيق في الفترة الممتدة من (7 تشرين الأول/ أكتوبر 2023 إلى 19 حزيران/ يونيو 2024)، وهي الفترة التي جرى النشر فيها على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية عن عملية طوفان الأقصى والحرب على قطاع غزة.

مصطلحات الدراسة

الحرب النفسية: "هي استخدام أي نوع من وسائل الإعلام، بهدف التأثير في عواطف جماعة معينة وعقولها، معادية أو محايدة، أو أجنبية صديقة، لغرض محدد (Soraya, 2021).

إجرائيًا: هي الأساليب والاستراتيجيات التي تستخدمها إسرائيل خلال الحرب على قطاع غزة من خلال استخدام وسائل الإعلام. الإعلام الرقمي: "هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية الموجهة بشكل رئيسي نحو تقديم خدمة متعلقة بالمحتويات الإعلامية، ويرادف الإعلام الرقمي العديد من المصطلحات كالإعلام الإلكتروني، والإعلام عبر الخط" (Abboud and Ani, 2015, 212). إجرائيًا: هو استخدام صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية لنشر الأخبار عن الحرب على قطاع غزة خلال عام 2023.

منهج الدراسة

يعرف المنهج بأنه "خطوات منظمة يتبعها الباحث في معالجة الموضوع الذي يقوم بدراسته، إلى أن يصل إلى نتيجة معينة، أي أن المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في مختلف العلوم من خلال جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل" (Darwish, 2018). تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، إذ اعتمدت على المنهج المسحي؛ لمناسبته لطبيعة الدراسة "وهو محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة، بهدف الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميقها وذلك للإفادة منها في المستقبل" (AI) (Bayati, 2018).

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي من أجل تحليل محتوى صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على منصة فيسبوك؛ لأنه يساهم في تحليل شامل لأبعاد الحروب النفسية الإعلامية، كما يساهم المنهج في جمع البيانات الكمية حول كمية ونوعية المحتوى المنشور، بالإضافة إلى البيانات النوعية التي تتعلق بتقييم استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية والتأثيرات النفسية؛ حيث يوفر هذا المنهج التكامل بين المعلومات الكمية والنوعية.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على منصة فيسبوك من خلال الصفحة الرسمية والموثقة التي تحمل بالعلامة الزرقاء دلالة على الحسابات الرسمية الموثقة وتعود ملكيتها لصاحب الصفحة الحقيقي، والبالغ عددها (1950) منشور.

عينة الدراسة

يعرف أسلوب المسح الشامل بأنه "دراسة شاملة مستعرضة، وهي محاولة منهجية لجمع وتحليل وتفسير وإعداد تقارير عن الوضع الحالي لموضوع ما في بيئة محددة ونقطة زمنية محددة، كما يعرف على أنه نوع من الأبحاث التي يجري فيها طرح أسئلة على جميع الأشخاص المدروسين، أو عينة كبيرة منهم بهدف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، وعدم الخوض في دراسة العلاقات أو استنتاجات الأسباب" (Mahmoudi, 2019, 51). استخدمت الدراسة عينة المسح الشامل لعينة كبيرة من منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" من تاريخ (7/ تشرين الأول/ 2023 – 19/حزيران/ 2024) التي يبلغ عددها (1900) منشور.

وتتناسب هذه العينة مع طبيعة الدراسة الحالية؛ لأنها تركز على الحصول على مصادر معلومات شاملة ولها علاقة وثيقة بموضوع الحرب النفسية، فهذه العينة تتيح للباحث الفرصة لاختيار المصادر الأكثر ملاءمة وتقديم المعلومات المطلوبة، وهذا يساعده في الإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها.

أداة الدراسة

استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، وهي إحدى الأدوات البحثية التي يكثر استخدامها من أجل فهم طبيعة الوسائل الإعلامية؛ لأن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على فهم منظم ودقيق لمحتوى ومضمون المواد الإعلامية للوصول إلى نتائج علمية متميزة (Mashhadani, 2018, 175)؛ بهدف تحليل منشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية تحليلًا كميًا ونوعيًا.

وقد اعتمد وحدتي تحليل هما:

- المنشور: وهو المدونة التي يجري نشرها من قبل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على منصة (فيسبوك)، وتتحدد في هذه الدراسة المنشورات على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على منصة فيس بوك.
- الفكرة (الموضوع): ومن خلال هذه الوحدة جرى رصد أهم الاتجاهات والآراء الرئيسة في المادة الإعلامية التي تتضمنها عينة الدراسة من

منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على منصة (فيسبوك) (Erekat and Kharabsheh, 2021).

اختيار هاتين الفئتين سوف يكشف عن الأبعاد النفسية لممارسات الإرهاب الإسرائيلية وتأثيرها في المجتمع الفلسطيني، وتساعد في فهم ظاهرة الإرهاب الرقمي الإسرائيلي وتحليل الأبعاد المختلفة لها في سياق حرب غزة 2023، حيث أن فئة المنشور سوف تساعد في تحليل محتوى المنشورات على "صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية"، والكشف عن الأساليب الدعائية والتحريضية المستخدمة فيها، أما فئة الفكرة (الموضوع) ستساعد في فهم الأسس النظرية التي تستند عليها إسرائيل في توظيف الإرهاب من أجل السيطرة.

صدق الأداة: عرض الباحث الأداة على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في مجال الدراسة؛ لإبداء آرائهم بمدى مناسبة الأداة للدراسة.

ثبات الأداة: لكي يتحقق الباحث من ثبات الأداة، طبق التحليل على جزء من عينة الدراسة مرتين، بفارق زمني مدته أسبوع، واستخراج معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي، وكان معامل الثبات (87%)، وهو معامل ثبات مقبول، وبقي بأغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية: استخدمت الدراسة التكرارات والنسب المئوية لفئات التحليل؛ من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة والوصول إلى النتائج.

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس: كيف يجري توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي خلال الحرب على قطاع غزة 2023 - صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية إنموذجاً؟

أولاً: النتائج المتعلقة بنظرية التأطير الإعلامي ومناقشتها

استخرجت التكرارات والنسب المئوية للإطار الإعلامية التي وظفتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيسبوك لعينة الدراسة من المنشورات، كما هو موضح في الجدول (1).

جدول (1): التكرارات والنسب المئوية للإطار الإعلامية التي استخدمت في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيسبوك خلال الحرب على

غزة 2023

النسبة المئوية	التكرار	الإطار الإعلامي
34%	200	إطار الصراع
2%	10	إطار الاهتمامات الإنسانية
2%	9	الإطار الاقتصادي
20%	120	الإطار العام
22%	130	الإطار المحدد بقضية
19%	110	إطار الاستراتيجية
1%	6	إطار المبادئ الأخلاقية
100%	585	المجموع

يوضح من الجدول (1) التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية التي استخدمت في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في منشوراتها خلال الحرب على غزة 2023، حيث حاز إطار الصراع على المرتبة الأولى من منشورات الصفحة، بنسبة مئوية قدرها (34%)، بينما حاز الإطار المحدد بقضية على المرتبة الثانية، بنسبة مئوية بلغت (22%)، أما الإطار العام فقد جاء في المرتبة الثالثة، بنسبة مئوية بلغت (20%)، في حين حاز إطار الاستراتيجية على المرتبة الرابعة، بنسبة مئوية بلغت (19%)، أما الإطارين الاهتمامات الإنسانية والإطار الاقتصادي حازا على المرتبة الخامسة، بنسبة مئوية بلغت (2%)، أما في المرتبة السادسة والأخيرة فقد جاء إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة مئوية بلغت (1%).

أظهرت الدراسة أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" تطرح الإطار الإعلامية السبعة، إطار الصراع، وإطار الاهتمامات الإنسانية، والإطار الاقتصادي، والإطار العام، والإطار المحدد بقضية، وإطار الاستراتيجية، وإطار المبادئ الأخلاقية بنسب مختلفة وفقاً للفرضية المتعلقة بنظرية التأطير الإعلامي التي تنص على أن لوسائل الإعلام القدرة على اختزال ما تتضمنه القضايا من وقائع وأحداث معقدة، وتقوم وسائل الإعلام بوضع تلك الأحداث والقضايا ضمن تنظيم وسياق منظم، وذلك من خلال تحديد الخصائص المرتبطة بالألفاظ، والمعاني، والنصوص المرتبطة بالخبرات والقيم السائدة في المجتمع، وفي الدراسة الحالية جرى المزج بين الأطر الإعلامية من قبل صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في منشوراتها، والصورة أدناه نشرت في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"



الصورة (1): لقطة شاشة لمنشور صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بتاريخ 7 أكتوبر 2023

يظهر الشكل رقم (1) لقطة شاشة للمنشور الأول في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في اليوم الأول من عملية طوفان الأقصى، الذي يحتوي على أن حماس إرهابية وقامت بإطلاق الصواريخ والتسلل للأراضي الإسرائيلية، حيث جرى هنا الدمج بين إطار الصراع والإطار العام والإطار المحدد بقضية وإطار الاستراتيجية، ووفقاً لنظرية التأطير الإعلامي، يدل هذا على أن هدف الصفحة من نشرها توضيح أن حماس منظمة إرهابية، وتقوم بشن الهجمات على إسرائيل.

ثانياً: النتائج المتعلقة بنموذج لرولر ومناقشتها

استخرجت التكرارات والنسب المئوية للاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيسبوك لعينة الدراسة من المنشورات، كما هو موضح في الجدول (2).

جدول (2): التكرارات والنسب المئوية للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على فيسبوك في الحرب على

غزة 2023

النسبة المئوية	التكرار	الاستراتيجيات الاتصالية
43%	135	استراتيجية الإعلام
42%	133	استراتيجية الإقناع
11%	34	استراتيجية الحوار
2%	9	استراتيجية بناء الإجماع
100%	311	المجموع

يوضح من الجدول (2) التكرارات والنسب المئوية للاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمت في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية في منشوراتها خلال الحرب على غزة 2023، حيث حازت استراتيجية الإعلام على المرتبة الأولى من منشورات الصفحة، بنسبة مئوية بلغت (43%)، بينما حازت استراتيجية الإقناع على المرتبة الثانية، بنسبة مئوية بلغت (42%)، أما استراتيجية الحوار فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بنسبة مئوية بلغت (11%)، أما في المرتبة الرابعة والأخيرة فقد جاءت استراتيجية بناء الإجماع بنسبة مئوية بلغت (2%).

أظهرت الدراسة أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" تطرح الاستراتيجيات الاتصالية الأربعة، استراتيجية الإعلام، واستراتيجية الإقناع، واستراتيجية الحوار، واستراتيجية بناء الإجماع بنسب مختلفة وفقاً للفرضية المتعلقة بنموذج لرولر التي تنص على أنه يصعب استخدام استراتيجية واحدة للاتصال، أي لا يوجد استراتيجية مثلى بكل المواقف، إما أن يجري استخدام استراتيجية أنسب لكل موقف اتصالي، أو مزج هذه الاستراتيجيات في موقف محدد وفي الدراسة الحالية جرى المزج بين الاستراتيجيات الاتصالية من قبل صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في منشوراتها، والصورة أدناه نشرت في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"

المنشورات حول مقاطع الفيديو المزيد

دليل قاطع آخر على ان الحريق الذي شب في مخيم النازحين قرب رفح لم يكن سببه الغارة الاسرائيلية على سيارة تابعة لحماس وانما انفجار مستودع للأسلحة والذخيرة وضعت الحركة الارهابية في المخيم لتفادي استهدافه. هذه مكالمة بين شاهدي عيان في موقع الحريق تتضح الحقيقة من خلالها وتفضح ممارسات حماس



الصورة (2): لقطة شاشة لمنشور صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية بتاريخ 19 يونيو 2024

يظهر الشكل رقم (2) لقطة شاشة لمنشور في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في اليوم الأول من عملية طوفان الأقصى، الذي يحتوي على أن حماس هي من تسبب في إحداث الحريق في مخيم النازحين بفعل الغارة التي قاموا بضربها، حيث تحاول الصفحة بإقناع الجمهور أن حماس هي السبب في دمار غزة، حيث جرى هنا الدمج بين استراتيجيات الاتصال الأربعة، ووفقاً لنموذج لرولر، يدل هذا على أن هدف الصفحة من نشرها للإعلام والإقناع والحوار والإجماع على مجازر حماس بحق النازحين وحجم الدمار في رفح.

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث نتائجها والهدف من الدراسة كدراسة (Belharos (2023) and Soraya's study (2012). النتائج المتعلقة بالأسئلة الفرعية:

البعد الأول: أبرز الاستراتيجيات النفسية التي تستخدمها إسرائيل عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقاً لنموذج لرولر:

من خلال دراسة نموذج لرولر يتضح أن هذا النموذج هو نموذج نفسي، يمكن أن يجري تطويره من أجل تحليل استراتيجيات الحرب النفسية المستخدمة في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، حيث من الممكن أن يركز هذا النموذج على جوانب متعددة منها:

1. الدافعية الشخصية والجماعية: من الممكن أن يقوم نموذج لرولر في تحليل إذا كان الإرهابي لديه دافع شخصي يدفعه للانتقام، أو وجود دافع جماعي لدى مجموعة من الأفراد لمواجهة العدو أي الانتماء لجماعة معينة.

2. الأساليب والتكتيكات: وقد يركز هذا الجانب على الأساليب والطرق التي قد يستخدمها الإرهابيون من أجل تحقيق أهدافهم في الحروب، لذلك

يجري استخدام وسائل الإعلام الرقمي من أجل التأثير في الجمهور.

3. الدوافع السياسية والاجتماعية: من خلال نموذج لرولر يجري دراسة العوامل السياسية والاجتماعية التي تشكل جزءاً من سياق الإرهاب، حيث قد ترتبط باستخدام الإعلام الرقمي لأغراض نفسية أو التأثير في الجمهور.

4. الاستجابة والتأثير النفسي: هنا يجري التعرف إلى كيفية استجابة الجمهور المستهدف للأعمال الإرهابية، ومعرفة أثرها في نفسيات الأفراد والسياسيين وغيرهم.

يتضح مما سبق أن نموذج لرولر يستخدم لتحليل الحرب النفسية بشكل أساسي، مما يؤدي إلى توفير إطاراً من أجل فهم كيفية تأثير استراتيجيات الإعلام الرقمي في مختلف السياقات، بما في ذلك صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية التي تنشر محتوى متعلق بإسرائيل.

البعد الثاني: توظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية عبر الإعلام الرقمي في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وفقاً لنظرية التأطير الإعلامي:

تعتمد استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية عبر وسائل الإعلام الرقمي على عدة نظريات، من بينها نظرية التأطير الإعلامي التي يجري استخدامها؛ لتشكيل وجهات النظر والمعتقدات لدى الجمهور. إذ تنظر نظرية التأطير إلى كيفية تقديم الأحداث والمعلومات بطرق معينة للتأثير في فهم الجمهور وتفسيره للأحداث.

أما بالنسبة لصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، من الممكن أن تتبنى استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية عبر وسائل الإعلام الرقمي من خلال مجموعة من الأطر الإعلامية هي:

1. إطار الصراع: حيث يستخدم هذا الإطار من التعرف إلى الخلافات والصراعات بين إسرائيل والفلسطينيين، وفي ضوء الإطار، قد تبين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" الهجمات الإرهابية التي يتعرض لها المدنيون الإسرائيليون، مما يعكس حجم التهديد الأمني ويبرز الضرورة للاستجابة الأمنية.

2. إطار الاهتمامات الإنسانية: إذ يجري استخدام هذا الإطار من أجل إثارة عواطف الجمهور والتأثير فيه من خلال عرض قصص للأفراد والمجتمعات المتضررة، ومن خلال النظر إلى صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" قد تنشر قصصاً تروي قصص الضحايا الإسرائيليين للإرهاب، مما يؤدي إلى تعاطف الجمهور العربي معهم.

3. الإطار الاقتصادي: يجري التركيز في هذا الإطار على الأحداث السياسية والأمنية التي تتعلق بالمعيشة اليومية والاقتصاد، قد تعرض صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" التكاليف المالية التي ستستخدم من أجل الإعمار بعد الهجمات الإرهابية.

4. الإطار العام: في هذا الإطار يجري التركيز على جوانب معينة من الصراع من خلال توفير نظرة عامة، أي يمكن أن يستخدم في تقديم خلفية تاريخية عن الصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

5. الإطار المحدد بقضية: يجري التركيز فيها على قضايا وجوانب محددة في الصراع والنزاع، أي التركيز على قضية الهجمات الإرهابية المحددة.

6. إطار الاستراتيجية: إذ يركز على الاستراتيجيات والخطط المتبعة لكيفية التعامل مع الصراع، حيث يمكن أن يجري التحدث عن الاستجابات الأمنية والسياسية لإسرائيل.

7. إطار المبادئ الأخلاقية: يركز هذا الإطار على القضايا الأخلاقية التي تتعلق بالصراع، أي التركيز على مسألة حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، وكيفية تطبيقها للمبادئ الأخلاقية في مواجهة الإرهاب.

البعد الثالث: توظيف إسرائيل استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي من أجل تحقيق أهدافها العسكرية والسياسية خلال الحرب على غزة عام 2023 وفقاً لنظرية الصراع

بناء على نظرية الصراع، يوجد عدة طرق تقوم من خلالها إسرائيل بتوظيف استراتيجيات الحرب النفسية الإسرائيلية في الإعلام الرقمي من أجل تحقيق أهدافها العسكرية والسياسية خلال الحرب على غزة عام 2023، وهي:

1. استخدام الحملات الدعائية المزيفة والمضللة: ويكون ذلك من خلال نشر مضلل ومزيف على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تضليل السكان المدنيين في غزة، وأيضاً نشر الشائعات الكاذبة من أجل تشويه صورة المقاومة الفلسطينية وتبرير العدوان الإسرائيلي على غزة، والتلاعب بالصور والفيديوهات التي يقوم الاحتلال بنشرها من أجل خلق رواية إعلامية معادية للفلسطينيين.

2. التحريض والكرهية: ويكون ذلك من خلال نشر خطابات تحريضية ضد الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتجنييد ناشطين إسرائيليين من أجل شن حملات تحريضية عبر الانترنت، واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إثارة التوتر العرقي والديني بين الفلسطينيين والإسرائيليين.

البعد الرابع: الأساليب والتكتيكات المستخدمة في المنشورات الرقمية من أجل إثارة الخوف والارتباك للجمهور المستهدف: في ضوء استخدام الإعلام الرقمي من أجل إثارة الخوف والارتباك للجمهور المستهدف، تُستخدم مجموعة من الأساليب والتكتيكات التي تهدف إلى

تحقيق هذه الأهداف بفعالية، ومنها ما يلي:

- أولاً: نشر الأخبار المروعة والمخيفة: يتضمن هذا الأسلوب استخدام تقارير تفصيلية عن الأحداث المخيفة كجرائم العنف، والحوادث الطبيعية الكارثية، والحروب والنزاعات، من خلال التركيز على التفاصيل المروعة والمخيفة من أجل زرع الخوف في نفوس الجمهور.
- ثانياً: استخدام اللغة المخيفة والمثيرة: يجري هنا استخدام كلمات وعبارات تغرس الخوف في نفوس الجمهور، مما يؤدي إلى زيادة توتر المتابعين وقلقهم، مثل استخدام التشبيهات القوية التي تعزز الخوف.
- ثالثاً: تحليل سيناريوهات: ويكون ذلك من خلال تحليل سيناريوهات مرعبة من أجل وصف تأثير الأحداث المحتملة أو تطور الوضع السياسي أو الأمني، يهدف ذلك إلى تعزيز الخوف من التهديدات المحتملة وتأثيرها.
- رابعاً: استخدام الفيديوها والصور المربعة: يمكن استخدام مقاطع الفيديو والصور التي تُظهر أحداث مروعة أو عنف مكثف، مما يزيد من الصدمة والخوف لدى المشاهدين والمتابعين.
- خامساً: نشر الشائعات والمعلومات المضللة: يكون ذلك من خلال استخدام الشائعات والمعلومات غير الدقيقة والمضلل من أجل خلق جو من القلق بين الجمهور، مما يؤدي إلى ارتباك الأفراد وزعزعة الثقة بينهم.
- يتضح مما سبق أن هذه الأساليب والتكتيكات جرى الجمع بينهم من أجل إثارة الخوف والقلق بهدف التأثير في تفكير الجمهور وسلوكهم، من الممكن أن تؤدي إلى تأثيرات نفسية وعاطفية سلبية في الأفراد.
- البعد الخامس: الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تقليل تأثير هذه الاستراتيجيات النفسية: يلعب الإعلام الرقمي دوراً حيوياً في تقليل تأثير الاستراتيجيات النفسية التي تهدف إلى إثارة الخوف والارتباك بين الجمهور. وفيما يلي مجموعة من الأساليب التي يمكن أن استخدامها من أجل هذا الهدف:
- نقل الأحداث والأخبار بشكل دقيق: يجري ذلك من خلال تقديم الأحداث والأخبار بشكل موضوعي ودقيق، حيث يمكن للإعلام الرقمي أن يقدم سياق شامل ومعلومات دقيقة تساعد في تصحيح الشائعات والأخبار المزيفة والمضللة التي تهدف إلى زيادة الخوف.
- تحليل الحقائق بشكل عميق وتوضيحها: يمكن للإعلام الرقمي أن يساعد في تقديم تحليل عميق يوضح الخلفية والسياق الحقيقي للأحداث، مما يساعد في فهم أعمق للمتابعين.
- تقديم قصص إنسانية وملهمة: يجري التركيز على القصص المخيفة والمثيرة للربح، حيث يمكن للإعلام الرقمي أن يساعد في تقديم قصص إنسانية تؤدي إلى توحيد الجمهور، مما يعزز الروابط الإنسانية بينهم، والتقليل من التأثير السلبي للخوف والقلق.
- التركيز على الحلول والإيجابيات: إذ يمكن للإعلام الرقمي أن يساعد في إبراز الجهود والمبادرات الإيجابية من أجل مواجهة التحديات، سواء على المستوى المجتمعي أو السياسي أو الاقتصادي، مما يساعد في تعزيز الأمل والتفاؤل بين الجمهور.
- تعزيز الوعي والتثقيف الإعلامي: حيث يجري تقديم مواد ثقافية وتوعوية، إذ يمكن للإعلام الرقمي أن يساعد في تعزيز الوعي العام بمخاطر الاستراتيجيات النفسية، وبالتالي تقليل تأثيرها.
- التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الآراء: ويكون ذلك من خلال توفير الساحة الرقمية فرصاً للتفاعل الاجتماعي والنقاش العميق حول القضايا المثيرة للجدل، مما يساعد في تبادل وجهات النظر وتعزيز الفهم المتبادل.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة، أوصى الباحث بما يلي:

1. ضرورة الاهتمام بالمبادئ الأخلاقية في أثناء نشر المنشورات في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.
2. ضرورة الاهتمام بتأثير الإعلام الرقمي في الحروب والنزاعات.
3. ضرورة إجراء دراسات بحثية تتعلق بالدور الهام الذي يلعبه الإعلام الرقمي في التصدي للدعاية الإسرائيلية في ظل الحروب وجرائم الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني.

References

- Amidror, Y.(2017). *Israel's inelegant option in Judea and Samaria: Withdrawal, annexation, and conflict management*.The Begin: Sadat center for strategic studies
- Aboud, H., K & Al-Ani, M. (2015). *Media and migration towards the digital age*. (1st ed.). Amman: Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution.
- Al-Bayati, F. (2018). *Al-Hawi in Scientific Research Methods*. (1st ed.). Amman: Dar Al-Sawaqi Al-Ilmiyyah.
- Al-Mahmoudi, M. (2019). *Scientific research methods*. (3rd ed.). Republic of Yemen, Sana'a: Dar Al-Kutub.
- Al-Mashhadani, S. (2018). *Scientific research methodology*. (1st ed.). Amman: Osama House for Publishing and Distribution
- Boujelal, M. (2015). *Contemporary sociology between trends and theories*. (1st ed.) Algeria: Diwan of University Publications.
- Darwish, M. (2018). *Scientific Research Methods in the Humanities*. (1st ed.). Egypt: Arab Nation Foundation for Publishing and Distribution.
- Abu Bakr, Y. (2014). *The Dangers of Israeli Psychological Warfare on Palestinian Intellectual Security*. *Unpublished Master's Thesis*, College of Graduate Studies, An-Najah National University, Nablus.
- Abu Mualla, S. (2017). Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adraei's page as an example. *Journal of the Arab American University*, 3(2), 52 – 75.
- Al-Hamoud, A., Al-Shami, A. , & Bin Safia, A. (2016). Media coverage frameworks for major economic projects in Arab countries. Case studies of the projects of the Royal Commission for Jubail and Yanbu in Saudi Arabia - the New Suez Canal in Egypt - "Takeoff for the advancement of the industrial sector" in Morocco. The Seventh Annual Forum of the Saudi Society for Media and Communication - Media and the Economy: Integration of Roles in Serving Development, 1 – 55.
- Al-Qahtani, R., & Al -Dhahian, S. (2020). Methodological stereotyping in university theses: An applied study on a sample of doctoral theses at King Saud and Imam Muhammad bin Saud Islamic Universities. *Journal of the College of Social Service for Social Studies and Research*, (20), 437-451.
- Al-Sharif, D. (2022). Resolving the Israeli-Palestinian conflict: The feasibility of one-state models, a study by the Israeli Institute for National Security Studies INSS, Executive Summary. *Jerusalem Studies Center, Al-Quds University*, (14), 241-302.
- Al-Hallaq, B. (2020). *Media and Psychological Warfare*. Syrian Arab Republic: Syrian Virtual University.
- Bahlerous, P. (2023). *Media Treatment of Psychological Warfare in the Russian-Ukrainian War: An Analytical Study of Al-Shorouk Daily Newspaper*. *Unpublished Master's Thesis*, Faculty of Media, Communication, Audiovisual Sciences, University of Constantine 3 - Saleh Boubnider, Algeria.
- Bakhmad, N., & Al-Tayyibi, A. (2023). *The Role of Digital Media in Reducing Cybercrimes: Al-Shorouk and Akhbar Al-Watan Online Websites as a Model*. *Unpublished Master's Thesis*, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ahmed Draia University - Adrar, Algeria.
- Daif, A., & Zidane, J. (2016). Criticism of the conflict theory and its application to the Arab reality. *Journal of Social Studies and Research, University of Martyr Hama Lakhdar Al-Wadi*, 20, 188-196.
- D'Angelo, P. (2012). Studying framing in political communication with an integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 353 – 364.
- Erekat, A., & Al-Kharabsheh, M. (2021). Media framing of Israeli propaganda on Facebook, an analytical study of the official page of the Israeli army spokesman. *Jordanian Journal of Social Sciences*, 14(2), 139-150.
- Habah, T. (2023). Media treatment of the Palestinian-Zionist conflict in the Algerian press - Al-Shaab newspaper as a model. *Qais Journal of Humanities and Social Studies*, 7(2), 591-622.
- Hassan, N. (2023). The Egyptian Audience's Exposure to Short Video Clips Reels of the Israeli Aggression on Gaza 2023 on Digital Platforms and Its Reflection on Their Post-Traumatic Stress Disorder. *The Egyptian Journal of Mass Communication Research, Faculty of Media, Beni Suef University*, 114 – 191.
- Ismaili, A. (2022). Ideologization of Digital Media in the Era of Globalization. *Al-Hikma Journal of Media and Communication*

Studies, 1, 76-94.

Jones, F. (2010). *Social Theories and Research Practices*. Egypt: Al-Arabiya for Publishing and Distribution.

Qawish, J. (2017). Media education and digital media: A study of challenges and strategies. *Al-Risala Journal for Human Studies and Research*, 2(3), 20-30.

Saadat, M. (2013). *The Jewish-Israeli personality and its impact on formulating Israeli psychological warfare*.

Tharya, M. (2021). The Impact of Psychological Warfare in Palestinian Media on Palestinian Society "July 2014 War as a Model". *Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(5), 1 – 19.

Thesis:

Youssna, M. (2017). The role of psychological warfare in the success of the revolution and the failure of the policy of colonial settlement. Scientific meeting on the occasion of the anniversary of the massacres of May 8, 1945, University of Setif, 5/7/2017.

Ruler, B. (2004). *Public Relations Review*, 30(2), 123-143. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2004.01.002>