

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الحادي والسبعون - الجزء الثالث - محرم ١٤٤٦هـ - يوليو ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ١٥٨١ تعرض الجمهور المصري لمقاطع الفيديو الرياضية وعلاقته باستثارة التعصب لديهم «دراسة ميدانية» أ.م.د/ محمد بسيوني جبريل
- ١٦٤٩ دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية للبطاقة الذكية لدى الحجاج والمعتمرين د/ إيمان فتحي حسين
- ١٦٩١ التأثيرات النفسية لمتلازمة فومو وعلاقتها بالاستخدام المفرط لصفحات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي- في ضوء نظرية الاستخدام التعويضي للإنترنت أ.م.د/ منال عبده محمد، د/ ياسر محروس الناعي
- ١٧٧٥ سياسة وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة المنشورات المتعلقة بالحرب على غزة ٢٠٢٣ «طوفان الأقصى» وتأثيرها على المزاج العام لمستخدميها- دراسة في ضوء نظرية المزاج العام د/ إيمان عبد الرحيم الشرقاوي
- ١٨٦٧ أطر تغطية المواقع الإخبارية العربية والدولية للقضية الفلسطينية د/ زينب الحسيني رجب بلال ربحان، د/ هند السيد محمد حجازي
- ١٩١٣ مستقبل مهنة كاتب الدراما في ضوء تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العقد القادم ٢٠٢٤-٢٠٣٤: دراسة استشرافية في إطار نموذج شبكة الفاعلين د/ شيما حسن علي محمد
- ١٩٧٧ علاقة الأنماط الاتصالية الحديثة في تطبيقات قصص المراهقين بمهارات التفكير الإبداعي لديهم (دراسة ميدانية) أسماء عبدالرحمن حسين أحمد

■ معالجة قناة الجزيرة لأخبار الاتحاد الأوروبي فترة الأزمة الروسية
الأوكرانية «دراسة تحليلية لعينة من النشرات الإخبارية»
٢٠١٥ ريهام فرغلي محمود

■ تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه
٢٠٦٧ الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك عز الدين خالد الرنتيسي

■ تعرض الشباب العراقي للإعلانات الصحفية وعلاقته بمصداقيتها
٢١١١ لديهم «دراسة ميدانية» علاء عبد الكريم غضبان

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك

- **Examining Israel's Digital Diplomacy
Discourse Towards Iran on Facebook**

● عزالدين خالد الرنتيسي

قسم الإعلام، كلية القيادة والإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية (USIM)

Email: izzeddinalrantisi@gmail.com

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى كشف الأطروحات وأكثر المصطلحات تكراراً في الخطاب الإسرائيلي، والدلالات المرتبطة بالألفاظ، بالإضافة إلى استعراض أساليب هندسة الجمهور، وتحديد الأساليب الاقتناعية ونوعية الجمهور المستهدف بالخطاب، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية بالاعتماد على منهج تحليل الخطاب، وأدوات تحليل الخطاب بمساعدة برنامج MAXQDA في تحليل جميع أهداف الدراسة، وأداة المقابلة غير المقننة، بالاستناد إلى نظرية الأطر الإعلامية ونظرية هندسة الجمهور، واختارت الدراسة مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة يجري الباحث دراسته عليها بأخذ عينة من صفحة «إسرائيل بالفارسية» على موقع فيسبوك، مدتها الزمنية ستة أشهر ابتداء من 1 يناير 2022 وبواقع 211 منشوراً، وتوصلت الدراسة إلى نتائج جرى مناقشتها بالاستناد إلى الدراسات السابقة ومقابلة الخبراء ورأي الباحث، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية هو خطاب مدروس وممنهج تسعى من خلاله بناء جسور التواصل والتقارب مع الجمهور الإيراني بهدف التحريض ضد النظام الإيراني وشيطة صورته وأذرعته في الشرق الأوسط، ومحاولة تشكيل موقف سلبي في ذهن الشعب الإيراني حول الجمهورية الإيرانية ونظامها الحاكم، عبر مجموعة من الاستراتيجيات التي تقوم على أن الأزمات الداخلية الإيرانية وتردي الأوضاع الاقتصادية سببها معاداة «إسرائيل» ودعم حركات المقاومة في الشرق الأوسط.

الكلمات المفتاحية: (الدبلوماسية الرقمية، الخطاب الإعلامي الإسرائيلي، هندسة الجمهور، مواقع التواصل الاجتماعي)

Abstract

The study aims to uncover the arguments and most frequently repeated terms in Israeli discourse, and the connotations associated with these words, in addition to reviewing public engineering methods, and identifying persuasive methods in constructing media evidence and the quality of the audience targeted by this discourse. This study belongs to descriptive studies relying on discourse analysis methodology and discourse analysis tools with the assistance of MAXQDA software for analyzing qualitative and quantitative data, and the non-standardized interview tool, based on media framing theory and audience engineering theory. The study chose the social media community as the environment for conducting its study by sampling from the "Israel in Persian" page on Facebook, for a period of six months starting from January 1, 2022. The study reached several results discussed based on previous studies, expert interviews, and the researcher's opinion. The study concluded that the media discourse of Israeli digital diplomacy towards the Iranian Republic is a deliberate and systematic discourse through which it seeks to build bridges of communication and rapprochement with the Iranian public in order to incite against the Iranian regime and demonize its image and its arms in the Middle East, and attempt to shape a negative stance in the minds of the Iranian people towards the Iranian Republic and its ruling regime, through a set of strategies based on the notion that Iranian internal crises and economic deterioration are caused by hostility to "Israel" and support for resistance movements in the Middle East.

Keywords: (Digital Diplomacy, Israeli Media Discourse, Audience Engineering, Social Media).

مارست "إسرائيل" على الشرق الأوسط أشكالاً متنوعة من العنف ومحاولة تفتيته إلى دويلات وأقليات دينية وعرقية، لخلق واقع يسمح لها بإقامة دولة يهودية على أرض فلسطين⁽¹⁾ ولكن بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح هناك وسطاً آخر يجمع بينها وبين الدول في المنطقة، وهذا بدوره خلق ميداناً جديداً لهذا الصراع الذي استند بشكل أساسي على الدبلوماسية الرقمية⁽²⁾.

واتخذت حكومة "إسرائيل" شكلاً جديداً من أشكال الدبلوماسية، تركز على القوة الناعمة في قلب الحقائق وتأطيرها، وذلك بغية التأثير على الرأي العام من خلال محاكاة العواطف⁽³⁾، لا سيما الدول التي تتبنى أنظمتها موقفاً معادياً لـ"إسرائيل" وترفض التطبيع معها كما الجمهورية الإيرانية.

وفي إطار السعي للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور الإيراني أنشأت "إسرائيل" العديد من الصفحات على موقع "فيسبوك" و"تويتر" و"انستجرام" وغيرها تحت اسم "إسرائيل بالفارسية" لمخاطبة الجمهور الإيراني بلغته التي يفهم، وجميعها صفحات موثقة بالعلامة الزرقاء بشكل رسمي في منصات التواصل الاجتماعي وتتبع وزارة الخارجية الإسرائيلية حسب ما جاء في تعريفها (كان الدخول في 2022/9/25).

وعليه تسعى الدراسة بشكل أساسي إلى تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر موقع فيسبوك، من خلال تحديد الأطروحات التي برزت في الخطاب الإسرائيلي، وأكثر المصطلحات استخداماً، ودلالات ألفاظه وسماته النصية واللغوية والأساليب الاقتناعية التي جاءت فيه، وأهداف الخطاب الإسرائيلي نحو الجمهورية الإيرانية.

الدراسات السابقة:

1. هدفت دراسة رزق حجاج، والتي جاءت بعنوان "التطبيع وهندسة الجمهور.. تحليل للخطاب الإسرائيلي باللغة العربية على موقع فيسبوك" إلى التعرف على الخطاب الإسرائيلي باللغة العربية على موقع فيسبوك نحو التطبيع من منظور هندسة الجمهور، مستخدماً منهجي تحليل الخطاب والعلاقات المتبادلة، بالاستناد إلى نظريتي تحليل الإطار وهندسة الجمهور، لتحليل عينة الدراسة المتمثلة في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"إسرائيل باللهجة العراقية"، خلال الفترة الواقعة ما بين 1 يوليو وحتى 31 ديسمبر 2020، كما بينت نتائج الدراسة اعتماد الخطاب الإسرائيلي على أهم مبادي هندسة الجمهور، وهي التدفق الإعلامي والتأثير في العقل اللاواعي، في حين اختار الخطاب الإسرائيلي الضمائر والأفعال والصفات والنبرات التي تدعم فكرة التطبيع وتحسين صورة "إسرائيل"⁽⁴⁾.
2. هدفت دراسة محمد عسيده، والتي جاءت بعنوان: "مضامين الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الرسمية باللغة العربية عبر موقع Facebook خلال احتفالات الذكرى الـ 47 لنصر 6 أكتوبر 1973"، إلى الكشف عن أهداف وأغراض مضامين الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية عبر صفحاتها الرسمية باللغة العربية بموقع فيسبوك خلال الفترة من 1 أكتوبر 2020 وحتى نهايته، بالارتكاز على نظرتي الشبكة الفاعلة والاتصال الحوارية، وأوضحت نتائج الدراسة أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تسعى إلى التأكيد على جدوى إبرام السلام مع "إسرائيل"، والترويج لفكرة التفوق العسكري للجيش الإسرائيلي كأقوى جنود المنطقة العربية لزعزعة ثقة المصريين في القوات المسلحة، وتزييف الحقائق حول الخسائر التي تكبدتها وإحراز الجيش المصري لانتصار عسكري أبهر العالم في 6 أكتوبر 1973.⁽⁵⁾
3. وهدفت دراسة مرام حماد، والتي جاءت بعنوان: "الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية باللغة العربية على فيسبوك"، إلى استكشاف كيفية انخراط "إسرائيل" في الدبلوماسية الرقمية مع العالم العربي في غير وقت الأزمات، واعتمدت الدراسة

على منهج تحليل المحتوى باستخدام أداة تحليل المضمون لدراسة عينة الدراسة على مدار ثمانية أشهر من 13 أبريل حتى 13 ديسمبر 2020، وتوصلت الدراسة إلى أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" تمثل وجهاً واسماً لإسرائيل، تضيّطاً طباعاً إنسانياً على الصورة التقليدية للاحتلال. كما ركزت على استخدام القوة الناعمة في غير أوقات النزاع لتعزيز الهوية الإسرائيلية والتأثير على الجمهور العربي باستخدام الأدوات الرقمية باللغة العربية للوصول إلى الجمهور العربي⁽⁶⁾.

4. وتناولت دراسة صفاء سعيد، أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي، وهدفت إلى التعرف على كيفية استخدام الإعلام التفاعلي كأداة لتوجيه الخطاب الدعائي والوقوف على أسباب تحول الخطاب الإسرائيلي شديد اللهجة إلى خطاب معاكس، من خلال تحليل عينة الدراسة المتمثلة بصفحة "المنسق" على فيسبوك، واعتمدت على منهج تحليل المحتوى الكمي باستخدام أداة تحليل المضمون بالإضافة لأداة المقابلة، وأخذت الدراسة عينة قصدية من مجتمع الدراسة بواقع 24 منشوراً من صفحة "المنسق" على مدار عام 2019، وتوصلت الدراسة إلى أن الاحتلال الإسرائيلي يستخدم الاعلام التفاعلي استخداماً فاعلاً في بث خطاب مبني على أساليب دعائية بهدف التلاعب بالوعي، وتأطير كافة الأحداث بما يخدم تطلعاته.⁽⁷⁾

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة والتي تناولت الخطاب الإعلامي الإسرائيلي والدبلوماسية الرقمية، يمكن للباحث رصد الملاحظات الآتية: اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في بيئة البحث وموضوعه، فلم تتناول أي من الدراسات السابقة صفحة "إسرائيل بالفارسية" والخطاب الإعلامي الإسرائيلي تجاه الجمهورية الإيرانية، كما اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في المدة الزمنية للدراسة وعينتها البحثية المتمثلة في النصف الأول من العام 2023 وما شهده هذا العام من تصاعد التوترات بين "إسرائيل" والجمهورية الإيرانية، في حين اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في المنهج المسحي، كما اتفقت دراسة حجاج مع الدراسة الحالية في أداة

الدراسة واستخدام برنامج التحليل Maxqde، واتفقت الدراسات مع دراسة عصيدة ودراسة حماد في المتغير المتعلق بالدبلوماسية الرقمية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استطاع الباحث من خلال الدراسات السابقة الاستفادة في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتسؤالاتها، والتعرف على المناهج والأدوات البحثية المختلفة التي يتم الاعتماد عليها، واختيار الأداة المناسبة وتوظيفها في الدراسة، كما أفاد منها الباحث في التعرف على برنامج MAXQDA لتحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية، والذي سيتم الاعتماد عليه في تحليل جميع أهداف الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تتعلق الدراسة الحالية من مشكلة استهداف "إسرائيل" للجمهورية الإيرانية بخطاب إعلامي موجه عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على وعيه من خلال مخاطبته بلسانه ولغته التي يفهم، والتي تعد أقوى أنواع التأثير الإعلامي على جمهور آخر، وعزز المشكلة كون المعلومات التي يشاركها قسم الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، معلومات مغلوطة عن حسن معاملة العرب داخل "إسرائيل" وأخرى حول الديمقراطية، لإعطاء صورة للمتلقي بأن هذا الكيان قائم على العدالة والمساواة لتحسين صورة المشروع الصهيوني.

وأثبتت العديد من الدراسات والأبحاث مشكلة الدراسة، في أن الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية يتم بشكل حريفي وليس اعتباطياً وذلك بالاعتماد على علم الهندسة الاجتماعية، ويتم بثه عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت بمثابة "السلاح الدبلوماسي السري" في تعزيز العلاقات مع الشرق الأوسط.⁽⁸⁾

كما أوصت دراسة حجاج⁽⁹⁾ بضرورة كشف الأفكار والمضامين المبطنة للصفحات الإسرائيلية على موقع فيسبوك والتي تسعى لاختراق العقل اللاواعي للجمهور، وأوصت دراسة سعيد⁽¹⁰⁾ بضرورة بناء استراتيجيات علمية لمجابهة "إسرائيل" التي تستهدف وعي الشعوب عبر هذه المنصات، كما أوصت دراسة⁽¹¹⁾ بضرورة إجراء بحوث ودراسات حول

تأثير الصفحات الإسرائيلية في مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام لكسب تأييدهم.

وفي ضوء ما سبق من دراسات سابقة وتقارير رسمية، واختلاف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية، بات من الضرورة بمكان طرح مشكلة الدراسة عبر دراسة منهجية تستطيع الوصول إلى تحليل دقيقة حول الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر موقع فيسبوك.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة علمية منهجية لتفكيك الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نحو الجمهورية الإيرانية، كأقوى أداة للسياسة الخارجية في سياق العلاقات الدولية المعاصرة⁽¹²⁾، حيث تستدعي مفهوم هندسة الجمهور بما يتضمنه ذلك من تحليل فرص نجاح السياسات بقوة العمل الاتصالي والإعلامي المنهج. كما تقدم نموذج توضيحي للصحفيين والإعلاميين والسياسيين لكشف استراتيجيات الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في التأثير على الرأي العام من خلال خطاب مدرّوس وممنهج وفق رؤية بعيدة الأمد، وتبنيه صناع القرار في الشرق الأوسط إلى ضرورة حماية شعوبهم من الخطاب الإسرائيلي الذي يستهدفهم بلسانهم واللغة التي يفهمونها، وكذلك زيادة الوعي وتبصير الشعوب بكيفية توظيف الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية للأطروحات والألفاظ والسّمات اللغوية والنصية، من أجل اغتيال الحقائق والتأثير في مواقفهم تجاه "إسرائيل".

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في الكشف عن سمات وخصائص الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية خلال فترة الدراسة عبر موقع فيسبوك، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، على النحو الآتي:

1. الكشف عن الأطروحات التي يقدمها الخطاب الإسرائيلي تجاه الجمهورية الإيرانية في صفحة الدراسة عبر موقع فيسبوك.

2. تحديد سمات الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في مخاطبة الجمهور الإيراني.

3. الوقوف على كيفية توظيف الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نظرية هندسة الجمهور في خطابها تجاه الشرق الأوسط في صفحات الدراسة على فيسبوك.

4. بيان أهداف الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، والأساليب الاتقاعية ونوعية الجمهور المستهدف والمواقف من الجمهورية الإيرانية.

أسئلة الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيس للبحث في الكشف عن سمات وخصائص الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر موقع فيسبوك، والذي ينبثق عنه التساؤلات الآتية:

1. ما الأطروحات التي يقدمها الخطاب الإسرائيلي تجاه الجمهورية الإيرانية في صفحة الدراسة عبر موقع فيسبوك؟

2. لماذا يتسم الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران بالحدة تارة وبالنعومة تارة أخرى في مخاطبة الجمهور الإيراني.

3. كيف وظفت الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نظرية هندسة الجمهور في خطابها تجاه الشرق الأوسط في صفحات الدراسة على فيسبوك؟

4. ما أهداف وسمات الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، والأساليب الاتقاعية ونوعية الجمهور المستهدف والمواقف من الجمهورية

الإيرانية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل:

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت مظلة الدراسات الوصفية (Descriptive Studies)، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين، أو دراسة حقائق أو ظاهرة ما،⁽¹³⁾ أو مجموعة من الناس والأحداث للحصول على بيانات كافية عنها، إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها بحيث تتيح إصدار تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة⁽¹⁴⁾، وذلك عن طريق تحليل الخطاب

الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية على فيسبوك، والاهتمام بوصفها وصفاً دقيقاً والتعبير عنها كميماً وكمياً، حيث يعطينا التعبير الكيفي وصفاً للظاهرة مبيناً خصائصها، بينما يعطينا التعبير الكمي وصفاً رقمياً موضحاً مقدار هذه الظاهرة أو حجمها⁽¹⁵⁾.

منهج الدراسة:

يعد منهج تحليل الخطاب أحد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية، ويحتوي على نظرية تفسيرية للواقع الاجتماعي، وكان يهدف في البداية إلى التعرف على الأيديولوجية والجوانب الفكرية التي تشكل الخطاب عبر سياق زمني أو سياقات متنوعة، غير أنه تطور فيما بعد ليشمل مجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور فضلاً عن تفاعلاتها مع الظروف التاريخية والمجتمعية⁽¹⁶⁾، واستفاد الباحث من هذا المنهج في التعرف على الأطروحات التي جاءت في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نحو الجمهورية الإيرانية، وكذلك الأساليب الاتقاعية، إضافة إلى تحليل السمات اللغوية والنصية فيه وغيرها.

أداة الدراسة:

استخدم الباحث أدوات تحليل الخطاب بمساعدة برنامج MAXQDA لتحليل البيانات النوعية والكمية، وسيستخدم الباحث البرنامج في تحليل جميع أهداف الدراسة - الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك-، وأداة المقابلة غير المقننة مع مجموعة من الدبلوماسيين والخبراء في الشأن الإسرائيلي.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، وتتكون عينة الدراسة من صفحة "إسرائيل بالفارسية" خلال الفترة الزمنية الممتدة من (1 يناير 2022، وحتى 30 يونيو 2022) بواقع 211 منشوراً جرى اختيارهم من خلال أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، وذلك بأخذ يوم وترك اليوم الذي بعده. وقد اختار الباحث عينة الدراسة والفترة الزمنية لمجموعة من الأسباب، أبرزها تصاعد حدة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي تجاه الجمهورية الإيرانية مع تقدم الأخيرة في مشروعها

النووي والذي تعتبره "إسرائيل" تهديداً لأمنها القومي ويدفع بمزيد من التوترات بينهما، بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى عينة الدراسة والحصول على المادة العلمية التي سيحللها الباحث مضمونها.

إجراءات الصدق والثبات:

عرض الباحث الاستمارة على مجموعة من الأساتذة والخبراء من أجل تحكيمها واختبار مدى صلاحيتها ومدى تحقيقها لأهداف البحث، واختبر الصدق الظاهري والمحتوى الداخلي لاستمارة تحليل الخطاب (أ.د. حسين علي نور الموسوي جامعة بغداد، أ.د. محسن عبود كشكول الجامعة العراقية، وأستاذ الإعلام في جامعة الأزهر أ.د. محمود عبد العاطي مسلم، د. مصطفى خضري رئيس المركز المصري لدراسات الإعلام)، كما استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار للتأكد من صحة نتائج الدراسة وثباتها بما يتيح قياس ما يتم قياسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات سواء من نفس الباحثين أو مبحوثين آخرين أو أجراها الباحث نفسه أو باحثون آخرون¹⁷، واستخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار للتأكد من مدى صحة نتائج الدراسة وثباتها عن طريق إعادة تحليل عينة عشوائية قوامها 41 منشوراً للتأكد من مدى مطابقة النتائج، وبعد إعادة التحليل بلغ متوسط معامل الثبات في صفحة "إسرائيل بالفارسية" 92.5% ما يؤكد صلاحية المقياس لتطبيقه في التحليل، كم.

$$\frac{93.2+92.1+94.2+95.6+83.7+96.1+93.3+92.7+98.6+91.5+87.3+91.7+88.7+91.6+91.5+93.5+95.7+94.7+91.8}{19}$$

$$= 92.5\%$$

الإطار المعرفي للدراسة:

الدبلوماسية الرقمية في السياسة الخارجية:

يستخدم مصطلح "الدبلوماسية الرقمية" بالتبادل مع مفاهيم دبلوماسية الإنترنت⁽¹⁸⁾، والدبلوماسية والشبكات الاجتماعية، ودبلوماسية تويتر ودبلوماسية فيسبوك⁽¹⁹⁾، أو الدبلوماسية الإلكترونية أو دبلوماسية الويب 2.0 للإشارة إلى الاستخدام واسع النطاق لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، بما في ذلك الوسائط

الجديدة والشبكات الاجتماعية والمدونات ووسائل الإعلام في شبكة عالمية لدعم السلطات العامة لتنفيذ المهام والاتصالات بشأن القضايا المتعلقة بالسياسة الخارجية.⁽²⁰⁾ ويعرف Hanson الدبلوماسية الرقمية ببساطة على أنها استخدام الإنترنت وتقنيات الاتصال الجديدة للمساعدة في تنفيذ الأهداف الدبلوماسية. ويرى مانور أن الدبلوماسية الرقمية عبارة عن "أجندة تكمل أدوات السياسة الخارجية التقليدية بأدوات حديثة ومكيفة تستفيد بشكل كامل من الشبكات والتقنيات والديموغرافيا لعالمنا المتصل بالشبكات"⁽²¹⁾.

لقد أثرت ثورة الإنترنت على جميع جوانب الحياة، بما في ذلك العلاقات الدولية، وتحولت هذه الثورة أيضاً إلى الدبلوماسية كأداة للسياسة الخارجية، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قناة لا جدال فيها للاتصال الدبلوماسي، وباتت الدبلوماسية الرقمية الحرفة السياسية للقرن الحادي والعشرين، ليصبح عمل الدبلوماسية أسرع وأكثر سهولة، وقادر على الوصول إلى كل جزء تقريباً من العالم، لا سيما وأن مواقع التواصل الاجتماعي جلبت الملايين من حول العالم، مع وجود أكثر من 4.6 مليار شخص يستخدمون Facebook وTwitter وInstagram وLinkedIn وYouTube وغيرها حسب موقع Hootsuite⁽²²⁾.

وساعدت الدبلوماسية الرقمية والسفارات الافتراضية الدول على التغلب على الحكومات المعادية ووسائل الإعلام شديدة الانتقاد كما هو الحال مع الصفحات الإسرائيلية الناطقة باللغة الفارسية والتي تسعى إلى تعزيز موقف "إسرائيل" لدى الجمهور الإيراني عبر مجموعة من الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، أبرزها صفحة "إسرائيل بالفارسية".

الإعلام الرقمي في وزارة الخارجية الإسرائيلية:

يعد اهتمام "إسرائيل" بالإعلام الرقمي امتداداً تاريخياً لاهتمام الحركة الصهيونية بالإعلام والدعاية لتحقيق حلم الصهيونية بإقامة الوطن القومي لليهود في فلسطين. وهو ما يعترف به رواد الحركة الصهيونية عن دور الإعلام وأهميته في إنشاء دولة "إسرائيل"، حيث يقول "ديفيد بن غوريون"، أول رئيس وزراء للاحتلال: "لقد أقام الإعلام دولتنا على

الخريطة، واستطاع أن يتحرك للحصول على شرعيتها الدولية، قبل أن تصبح حقيقة واقعة على الأرض" (23).

تطورت أهداف الإعلام الإسرائيلي مع الوقت، وتحولت من إقامة وطن لليهود في فلسطين وكسب التأييد الغربي لشرعية ذلك الكيان، إلى سعي حثيث لتجميل صورة "إسرائيل" أمام الرأي العام، وتصويرها كأفضل دولة في منطقة الشرق الأوسط، تؤمن بالسلام والحريات والرفاه والديمقراطية، لتحقيق ما فشلت في تحقيقه باستخدام القوة العسكرية على مدى عقود طويلة.

ويوظف الإسرائيليون الإعلام الرقمي كوسيط للتواصل مع الشعوب المحيطة من أجل تثبيت دولتهم كدولة لها أصولها في المنطقة، وتمكين احتلالها في فلسطين (24)، حيث تدير وحدة مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة، والمعروفة باسم قسم الدبلوماسية الرقمية داخل قسم الإعلام والشؤون العامة في وزارة الخارجية، تطوير الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية بما في ذلك المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (25).

وتنشر وزارة الخارجية الإسرائيلية بشكل منتظم مواضيع مختلفة تتراوح ما بين المواضيع الثقافية (الفن، الرياضة، الموسيقى، إلخ)، والسياحة والسفر، والأعمال التجارية والاقتصاد والسياسة (المحلية والدولية). وعلى الرغم من أن الوزارة لا تسمح بالمشاركات المباشرة على صفحتها، فإنها تسمح لجميع المتابعين بالتعليق على منشوراتها وأحياناً ترد على التعليقات والأسئلة في المحادثات (26).

ويضم المحتوى الذي تقدمه وزارة الخارجية الإسرائيلية في منشوراتها أنواعاً مختلفة من مقاطع الفيديو والمقالات والإعلانات السياسية والوظائف والروابط وتحظى بحضور فاعل وواضح في العديد من وسائل الإعلام الرقمي، وهو ما جعلها تحقق موقفاً متقدماً في عالم الدبلوماسية الرقمية (27).

استخدام "إسرائيل" الدبلوماسية الرقمية كجسر إلى الجمهورية الإيرانية: استخدم الاحتلال الإسرائيلي في وقت مبكر جداً الدبلوماسية الرقمية كجسر للوصول إلى الجمهورية الإيرانية، حيث أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية حساباً على موقع تويتر في ديسمبر 2010، وأخيراً على موقع فيسبوك في فبراير 2011، وعلى

غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي في سياق استمرار الوزارة إعادة هيكلة نفسها للتكيف مع التطورات والابتكارات الجديدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات⁽²⁸⁾. وتضم صفحة (إسرائيل بالفارسية) على الفيسبوك⁽²⁹⁾ أكثر من 290 ألف إعجاب (تاريخ الدخول 2023/5/15) بالرغم من سياسات الحظر التي تفرضها السلطات الإيرانية استخدام التطبيق داخل البلاد، إلا أن المتابعين الإيرانيين يتخطون اجراءات الحظر بوسائل متعددة، ويتابعون الصفحات الإسرائيلية من داخل إيران وخارجها. وكما هو متوقع فإن المدينة الأكثر نشاطاً على الصفحة هي طهران، والديمغرافية العمرية الأكثر نشاطاً هي 25-34 سنة⁽³⁰⁾.

ويلاحظ أن التفاعل في صفحة (إسرائيل بالفارسية) عبر الفيسبوك مرتفع جداً، بالتزامن مع استجابة عالية من القائمين على الصفحات في كثير من الأحيان للتعليقات التي يتم إجراؤها على منشوراتها الأصلية. ولا يشمل هذا التفاعل المحتوى العام فحسب، بل غالباً ما يقومون بالردود على الأفراد الذين طرحوا الأسئلة أو أدلوا بالبيانات على وجه التحديد. وتعمل صفحات "إسرائيل" باللغة الفارسية على فيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات أو إنتاج "عالم مشترك" مع الجمهور الإيراني بالنظر إلى السياق التاريخي القائم على العداة والاختلاف في قضايا كثيرة.

الإطار النظري للدراسة:

1. نظرية التأطير الإعلامي:

يقصد بـ"الإطار" اصطلاحاً: الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي، لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقويمها وحلولها، ولتأطير الموضوع لا بد من اختيار بعض أوجه الحقيقة المدركة وإبرازها بآليات الاختيار، والغياب لكلمات أو عبارات أو صور نمطية أو مصادر للمعلومات لتقديم مجموعة عن الحقائق عن موضوع معينة⁽³¹⁾. وتستند النظرية إلى الفرض الرئيسي أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار *Frame* يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

استفاد الباحث من نظرية التأطير الإعلامي في الكشف عن الأطر الإعلامية التي استخدمها الخطاب الإسرائيلي نحو الجمهورية الإيرانية عبر موقع فيسبوك، وذلك لتحديد الأطر الإعلامية والألفاظ والمصطلحات والسمات اللغوية والنصية والأساليب الاقناعية، التي جعلتها أكثر بروزاً لتحقيق أهداف معينة، وفي مقدمتها تشكيل الرأي العام للجمهور الإيراني بما ينسجم مع الرواية الإسرائيلية. ويسعى الباحث لتوظيف نظرية التأطير الإعلامي لمعرفة مدى انعكاس الأيديولوجية الإسرائيلية على خطاب الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نحو الجمهورية الإيرانية عبر موقع فيسبوك.

2. نظرية هندسة الجمهور:

ظهرت نظرية هندسة الجمهور على يد رائدها النمساوي إدوارد بيرنايز (Edward Bernays) في العام 1947م، عندما تم توظيفه في شركة تبغ أمريكية بهدف إغراء النساء على التدخين في الأماكن العامة، وقد وصل إلى الولايات المتحدة الأمريكية مهاجراً بعد أن تشرب أفكار خاله عالم النفس سيغموند فرويد⁽³²⁾.

وتتمحور نظرية هندسة الجمهور حول قدرة النخب على تشكيل الرأي العام للجمهور، والهيمنة عليه دون استخدام القوة، والتأثير في الحاجات والغرائز اللاواعية عند الجمهور، من خلال منهج هندسي يتم التخطيط له، بما يتفق مع مصالح النخب الأقوى في المجتمع والأكثر سيطرة، وأن الاتصال هو مفتاح التغيير والتأثير، مع التأكيد على أن الوسائل والوسائط المتهددة مثل الصوت والنص والصور لا تعنى شيئاً ما لم يتم تنظيم الرسائل الموجهة للجمهور بشكل استراتيجي وخطة مدروسة جيداً، تعتمد في بعض تفاصيلها على نتائج علم الاجتماع⁽³³⁾.

وسيستفيد الباحث من نظرية هندسة الجمهور في الكشف عن كيفية توظيف الخطاب الإسرائيلي على موقع فيسبوك لهندسة الجمهور الإيراني، وأبرز الأساليب وطبيعة الأطروحات التي جاءت فيه، ودلالات الألفاظ المستخدمة نحو الشرق الأوسط، والسمات النصية لبيان مدى دقتها وقدرتها على التأثير في الجمهور واقناعه بالرواية الإسرائيلية بشكل منظم ومدروس.

نتائج الدراسة التحليلية:

جدول (1)

أطروحات الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية "الإسرائيلية" تجاه إيران في فيسبوك

"إسرائيل بالفارسية"		الأطروحات الرئيسية
(%)	تكرار	
42.8	190	الأطروحات السياسية
16.7	74	الأطروحات الاجتماعية
6.5	29	الأطروحات الدينية
8.1	36	الأطروحات التاريخية
7.6	34	الأطروحات الاقتصادية
9.4	42	الأطروحات العسكرية والأمنية
5.6	25	الأطروحات الصحية
2.7	12	الأطروحات الثقافية
0.2	1	أخرى
100	443	المجموع

حظيت الأطروحات السياسية على المرتبة الأولى بواقع (190) تكراراً وبنسبة (42.8%)، حيث استغلت الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الأطروحات السياسية لتحريض على الجمهورية الإسلامية الإيرانية وشيطنتها بالدرجة الأولى، حيث نشرت صفحة الدراسة منشوراً بتاريخ 19 يناير 2022 للتحريض على الجمهورية الإسلامية الإيرانية وأبرز حلفاءها في الشرق الأوسط حزب الله اللبناني. ويتضح توظيف القائم لأسلوب الشيطنة والتحريض في خطابه نحو الجمهورية الإسلامية الإيرانية، حيث عمد إلى تشويهها وشيطنتها، بطريقة منظمة ومدروسة والصاق التهم مثل الإرهاب ونشر الفساد والخراب، واهدان موارد البلاد لدعم المنظمات الإرهابية على حساب مواطنيها. وجاءت الأطروحات الاجتماعية في المرتبة الثانية بواقع (74) تكراراً وبنسبة (16.7%)، في سياق تقديم التهاني والتعازي والدعوة للمساواة بين الرجل والمرأة ودعم التطبيع بين الشعوب، حيث صفحة الدراسة في تاريخ 16 مارس 2022 منشوراً لاستثارة الذكريات والروابط بين الشعب الإيراني واليهود قبل الثورة الإسلامية الإيرانية

والدعوة لعدم التأثر بالنظام الحاكم في عداء لـ "إسرائيل"، في محاولة لكسر الحواجز والقيود وتوجيه الرسائل للشعب الإيراني والتأثير عليه وتحفيزه على التفكير والتفاعل مع الخطاب الإسرائيلي والذي يحمل في طياته أيضاً تحريضاً مبطناً على النظام الحاكم في الجمهورية الإيرانية.

وحصلت الأطروحات العسكرية والأمنية على المرتبة الثالثة بواقع (42) تكراراً وبنسبة (9.4%)، في إطار الحفاظ على أمن "إسرائيل"، والعمليات والأنشطة العسكرية وتعزيز العلاقات الأمنية مع دول الشرق الأوسط، حيث نشرت صفحة الدراسة بتاريخ 11 يناير 2022 منشوراً سعت من خلاله الترويج للوحدة العسكرية الخاصة "سييرت متكال" كأبرز الوحدات الخاصة الإسرائيلية المسؤولة عن العديد من العمليات -خلف خطوط العدو-، ويتضح أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تسعى إلى إبراز التفوق العسكري للجيش الإسرائيلي وامتلاكه أقوى الوحدات القتالية والأسلحة النووية والسيبرانية، بدعم أمريكي كامل وتحالف قوي مع العديد من دول الشرق الأوسط، من خلال منشورات ذات نبرة تهديدية عالية للجمهورية الإسلامية الإيرانية وأذرعها في المنطقة، ويرى الباحث أن القائم بالاتصال سعى إلى إبراز التفوق العسكري الإسرائيلي في محاولة لترميم قوة الردع التي تآكلت في السنوات الأخيرة بعد فشل العديد من العمليات العسكرية والاستخباراتية الإسرائيلية ضد المقاومة الفلسطينية.

وجاءت الأطروحات التاريخية في المرتبة الرابعة بواقع (36) تكراراً وبنسبة (8.1%)، في إطار الحديث عن ذكريات قيام "إسرائيل"، والشخصيات التاريخية الداعمة لها، وذكريات الهولوكوست والضحايا، وحياة اليهود في الشرق الأوسط، وقد نشرت صفحة الدراسة في تاريخ 27 يناير 2022 منشوراً لمشاركة جندي إيراني ببيزته العسكرية في إحياء ذكرى ضحايا المحرقة معربة عن إعجابها بشجاعته وأنسانيته.

ويرى الباحث أن القائم بالاتصال لا يكاد يفوت منشور دون التعريض بالنظام الإسلامي الحاكم في إيران ومهاجمته بمعزل عن الشعب، وهو نمط خطابي يرمي إلى هندسة الجمهور من خلال القولية والتصوير، عبر إطلاق مجموعة من السمات والصفات السيئة السلبية والصور الكريهة والأوصاف المنفرة على الجهة المستهدفة، وتكوين قالب

نمطي أولي، ومن ثم انتهاج التكرار، والتوضيح، والتوسع بالطرح، والترسيخ، حتى تتلاشى أي جوانب إيجابية للجهة المستهدفة.

وحصلت الأطروحات الاقتصادية على المرتبة الخامسة بواقع (34) تكراراً وبنسبة (7.6٪)، في سياق الحديث عن الفساد الاقتصادي الذي تتسببه "إسرائيل" للنظام الإيراني، والترويج للسياحة، مع إظهار الأفضلية الاقتصادية "الإسرائيلية"، بالإضافة للترويج للمشاريع المشتركة مع الدول المطبوعة، حيث نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 3 يناير 2022 منشوراً يحمل اتهامات تحريضية للحرس الثوري الإيراني بسرقة أموال الشعب الإيراني لدعم المنظمات الإرهابية، مدعمةً هذا الادعاء بصورة مضللة لامرأة محجبة تحمل آيفون.

ويتضح من خلال تحليل الأطروحات الاقتصادية دور الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في تحريض الشعب الإيراني بشكل علني ضد نظام الحكم في إيران، واتهامه بنهب ثروات البلاد لدعم الإرهاب بدلاً من تحقيق رفاهية شعبه، في حين تجاهلت الصفحة السبب الحقيقي في تدهور الاقتصاد الإيراني والذي يعزى إلى العقوبات الدولية المفروضة عليه، والتي تتماهى مع مصلحة "إسرائيل" لمنع إيران من امتلاك الأسلحة النووية.

وجاءت الأطروحات الدينية في الخطاب الإسرائيلي نحو إيران في المرتبة السادسة بواقع (29) تكراراً وبنسبة (6.5٪)، والتي تضمنت الحديث عن التعايش الديني وحرية العبادة في "إسرائيل"، وإحياء المناسبات الدينية والتعريف بالجمهور بالأعياد اليهودية، بالإضافة مع التأكيد على براءة الاسلام من أعداء "إسرائيل"، وتضمنت صفحة الدراسة عدة منشورات دينية ومنها على سبيل المثال في تاريخ 29 أبريل 2022 روجت الصفحة للتعايش الديني بين أفراد المجتمع الإسرائيلي بما في ذلك داخل المواقع العسكرية للجيش وجهوزيتهم للدفاع عن "إسرائيل" بغض النظر عن دينهم.

ويرى الباحث أن القائم بالاتصال أولى اهتماماً للأطروحات الدينية بهدف تضليل الجمهور الإيراني وإثارة عواطفه من خلال الترويج للتعايش الديني داخل "إسرائيل"، بينما في الواقع تصعد "إسرائيل" من حربها الدينية ضد المسلمين والمقدسات، كما سعى

القائم بالاتصال إلى التحريض على النظام الإيراني وأذرعته في الشرق الأوسط من خلال التكرار الدائم بوصفهم بالإرهابيين ومحاكاة الأفعال الداعشية في استباحة الدماء وتدمير المقدسات.

تلتها الأطروحات الصحية في المرتبة السابعة بواقع (25) تكراراً وبنسبة (5.6%)، ويسلط الخطاب الضوء في هذا السياق على تميز ورقي الكوادر الطبية الإسرائيلية، والجهود المبذولة في تقديم المساعدات الطبية، وأحقية العلاج لجميع المرضى، كما يتناول الخطاب الابتكارات الطبية والعلاجية التي تسهم في تحسين الرعاية الصحية بشكل عام، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 22 يونيو 2022 منشوراً لإبراز تميز ورقي الكوادر الطبية في علاج طفل فلسطيني من خلال إجراء أعقد العمليات الترميمية في جراحة التجميل لإعادة بناء أذن الطفل.

ويتضح من الأطروحات السابقة دور القائم بالاتصال في تحسين صورة "إسرائيل" أمام الجمهور الإيراني، حيث يسعى للترويج لصورة إيجابية تتعلق بالرعاية الصحية والاهتمام الطبي الذي يُقدم للمرضى، بما في ذلك الفلسطينيين، ويرى الباحث إلى أن هذا الترويج يختلف بشكل كبير عن الواقع الحقيقي، حيث تتم العمليات الجراحية للعرب والفلسطينيين في "إسرائيل" مقابل عائد مالي كبير، وتقتصر على حالات محدودة. وتمنع "إسرائيل" مئات المرضى الفلسطينيين من تلقي العلاج في مستشفياتها أو حتى السفر للحصول على العلاج خارج البلاد، وتمارس "إسرائيل" إهمالاً طبياً متعمداً ضد الأسرى العرب في سجونها، مما أدى إلى استشهاد العديد من الأسرى كان آخرهم الأسير خضر عدنان في تاريخ 2 مايو 2023، ليرتفع بذلك عدد الأسرى الذين استشهدوا في السجون الإسرائيلية بسبب الإهمال الطبي منذ عام 1967 إلى 75 أسيراً (نادي الأسير، 2023).

وجاءت الأطروحات الثقافية في المرتبة الثامنة بواقع (12) تكراراً وبنسبة (2.7%)، وتناولت عدداً من الأبيات الشعرية والحكم الفارسية التي تدعو للبعد عن الإفساد في الأرض، والترويج لأفلام سينمائية تحرض على النظام الحاكم في إيران، بالإضافة إلى التركيز على النهضة والتقدم في "إسرائيل" وإنجازاتها العلمية والابتكارية.

كشفت سحابة الكلمات بروز مصطلح "إسرائيل" بواقع (82) تكراراً وبنسبة (1.94%)، تلاه مصطلح "الإسرائيلي" و"الجمهورية الإسلامية" في المرتبة الثانية بواقع (39) تكراراً وبنسبة (0.92%) لكل منهما، وأظهرت سحابة الكلمات أن كلمة "الإرهاب" جاءت في المرتبة الثالثة بواقع (32) تكراراً وبنسبة (0.76%)، تلاها مصطلحات ("الإرهابي"، "الإيراني"، "القدس"، "حماس"، "المنطقة"، "النظام"، "الحرس الثوري"، "الفلسطينيين"، "الأمن"، "الشرق الأوسط"، "إرهابيين")، ما يعكس مكونات الخطاب الإسرائيلي نحو الجمهورية الإيرانية والذي يدور حول ترميز "إسرائيل" والتحريض ضد النظام الإيراني وحركات المقاومة العربية لا سيما الفلسطينية منها، بهدف شيطنة من تعتبرهم "إسرائيل" أعداء لها ويهددون مشروعها في الشرق الأوسط.

ألفاظ ودلالات الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية نحو الجمهورية الإيرانية:

جدول (2)

الألفاظ ودلالاتها في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران في فيسبوك

"إسرائيل بالفارسية"		دلالة الألفاظ
(%)	تكرار	
53.9	193	دلالة المعنى
30.4	109	دلالة الفاعل
15.6	56	دلالة الزمن
100%	358	المجموع

جاءت المنشورات التي ظهرت فيها دلالة المعنى في المرتبة الأولى في الألفاظ ودلالاتها بواقع (193) تكراراً وبنسبة (53.9%)، ومنها على سبيل المثال نشرت الصفحة في تاريخ 19 يناير 2022 المنشور الآتي: "أصل إخطبوط الإرهاب وعدم الاستقرار هو نظام الملا الجالس في طهران"، ويلاحظ أن القائم بالاتصال يهدف إلى تجسيد النظام الإيراني بشكل سلبي من خلال وصفه وأذرعه المنتشرة في الشرق الأوسط على أنهم "إخطبوط الإرهاب".

تلته المنشورات التي احتوت على دلالة الفاعل في المرتبة الثانية بواقع (109) تكراراً وبنسبة (30.4%)، حيث أبرزت العديد من الشخصيات الإسرائيلية والفارسية والدولية، ومنها على سبيل المثال نشرت الصفحة في تاريخ 25 أبريل 2022 المنشور الآتي: "رئيس الوزراء بينيت في محادثة هاتفية مع الرئيس بايدن: "الحرس الثوري أكبر منظمة إرهابية في العالم أنا متأكد من أنك كصديق حقيقي لنا لن ترفع الحرس الثوري من قائمة المنظمات الإرهابية" ويهدف القائم بالاتصال إبراز اهتمام "إسرائيل" البالغ على أعلى مستوياتها بالجهود المبذولة لمحاربة النظام الإيراني والمحافظة على إدراج الحرس الثوري في قائمة الإرهاب العالمية.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة المنشورات التي ظهرت فيها دلالة الزمن بواقع (56) تكراراً وبنسبة (15.6%)، والتي تم استغلالها في الأوقات والمناسبات المؤثرة في الجمهور الفارسي، ومنها على سبيل المثال نشرت الصفحة في تاريخ 27 أبريل 2022 المنشور الآتي: "الذكرى السنوية لمقتل ندا اغاسلطان على يد الجمهورية الإسلامية لن ينسى ذكراها"، حيث استخدم القائم بالاتصال الذكرى المؤلمة لمقتل الفتاة على يد قوات الأمن الإيرانية خلال الاحتجاجات ضد تزوير الانتخابات، للتحريض وزيادة التوتر والغضب لدى الشعب الإيراني ضد النظام الإيراني.

تشير النتائج السابقة إلى أهمية تضمين الدلالات الثلاثة - المعنى، الفاعل، والزمن - في أي خطاب مؤثر، ويظهر ذلك توجهاً استراتيجياً ووعياً لدى الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في صفحة الدراسة، ووجود تخطيط مسبق للخطاب بهدف التفاعل مع الجمهور بفعالية، يتسق هذا مع نظرية هندسة الجمهور التي تؤكد على أهمية تصميم الخطاب بما يعبر عن مصالح النخب السياسية والاقتصادية الرائدة في المجتمع، وكيف يمكن أن يلعب الخطاب الإعلامي دوراً مهماً في التوجيه والتأثير على الرأي العام والتوجيه السياسي بشكل محكم.

سمات أفعال الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية:

جدول (3) أفعال الخطاب في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران في فيسبوك

"إسرائيل بالفارسية"		أفعال الخطاب
(%)	تكرار	
39.8	149	أفعال ايجابية
48.7	182	أفعال سلبية
11.5	43	أفعال محايدة
%100	374	المجموع

جاءت الأفعال السلبية في المرتبة الأولى بواقع (182) تكراراً وبنسبة (48.7%)، في سياق شيطنة النظام الإيراني وحلفاءه من أعداء "إسرائيل"، ومحاربة العنف والإرهاب، ورفض اضطهاد اليهود والمواقف المعادية للسامية، بالإضافة للأفعال التي تعزز الشعور بالنقص الجمهور الإيراني.

ويتضح مما سبق محاولة الخطاب الإسرائيلي استخدام الأفعال السلبية من أجل شيطنة النظام الإيراني وتحريض الجمهور للتمرد ضد سياسته، والتركيز على إثارة الشعور بالنقص لدى الجمهور الإيراني بسبب القيود المفروضة عليه، بالإضافة للتأكيد على التزام "إسرائيل" بمكافحة الإرهاب والعنف الذي يقوده النظام الإيراني لزعزعة الاستقرار في الشرق الأوسط وتهديد اليهود داخل وخارج "إسرائيل" بحسب نظر القائم بالاتصال.

تلاها الأفعال الإيجابية في المرتبة الثانية بواقع (149) تكراراً وبنسبة (39.8%)، في سياق تحسين صورة "إسرائيل" والدعوة للتعايش بين الشعوب، وحماية اليهود، بالإضافة للترويج للتطبيع بين "إسرائيل" وعدد من دول المنطقة وإنشاء اتفاقيات وتحالفات أمنية واقتصادية من شأنها الدفع بعجلة الاستقرار والازدهار للشرق الأوسط، والترويج للسياحة بشكل ضعيف جداً.

ويتضح مما سبق أن الخطاب الإسرائيلي سعى إلى خلق صورة إيجابية عن "إسرائيل" من خلال التركيز على قضايا تتعلق بحرية العبادة والتعايش والتعاون بين

الشعوب والأديان، وكذلك حرية اليهود الذين ينحدرون من أصول إيرانية والدور الإيجابي الذي يلعبونه في المجتمع الإسرائيلي، بالإضافة إلى التركيز على التطورات التكنولوجية والطبية والمكانة العالمية لـ"إسرائيل" في هذه المجالات.

ثم جاءت الأفعال المحايدة في المرتبة الثالثة بواقع (43) تكراراً وبنسبة (11.5%)، في سياق الذكريات التاريخية، والشروح التوضيحية، ومواكبة بعض الأحداث اليومية، بالإضافة لطرح مجموعة من الأسئلة والاستفسارات على الجمهور الإيراني. ويتضح مما سبق أن الخطاب الإسرائيلي يقوم بجهود مركزة لتقديم نفسه كجهة حريصة على الجمهور الإيراني ومهتمة بأرائه ووجهات نظره، بهدف تحفيز رغبته في التعبير عن رأيه ومن ثم فتح قنوات اتصال مباشرة تساهم في تحقيق أهداف الخطاب الإسرائيلي.

طبيعة ضمائر الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية

جدول (4) ضمائر الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران في فيسبوك

الأمثلة	الضمائر
- أصل إخطبوط الإرهاب وعدم الاستقرار هو نظام الملا الجالس في طهران - الحرس الثوري هو حزب الله لبنان وهو الجهاد في غزة وهم حوثي اليمن	ضمائر الغائب
- أنا فخور بقوات الشرطة والجيش الإسرائيلي الذين يحمون أرواح الإسرائيليين - نحن نتذكر ولن نسمح الدولة اليهودية القوية والقادرة بتكرار مثل هذه الجريمة	ضمائر المتكلم
- سيبدأ الموسم الثاني من مسلسل طهران الناجح لا يمكننا الانتظار.. أنت أيضاً؟ - لتهنئة كل واحد منكم بالعام الجديد.. هل أنت مستعد؟	ضمائر المخاطب

حصلت ضمائر الغائب بالمرتبة الأولى في ضمائر الخطاب بواقع (64) تكراراً وبنسبة (59.8%)، ثم جاءت ضمائر المتكلم في المرتبة الثانية بواقع (36) تكراراً وبنسبة (33.6%)، تلتها ضمائر المخاطب في المرتبة الثالثة بواقع (7) تكرارات وبنسبة (6.5%)، وفيما يلي عرض لبعض ضمائر الخطاب التي وردت الخطاب الإسرائيلي:

ويرى الباحث من خلال العرض السابق، تصدر ضمائر الغائب الخطاب الإسرائيلي، حيث يتجلى توجيه الاتهام والانتقاد نحو النظام الإيراني، ويلاحظ أن القائم بالاتصال يسعى إلى شيطنة هذا النظام والتحريض ضده من خلال استخدام ضمائر

الغائب مثل: "هو نظام الملا"، "الحرس الثوري هو حزب الله لبنان، وهو الجهاد في غزة، وهم حوثي اليمن، وهم الميليشيا العراقية"، بهدف تشويه صورة النظام الإيراني وتبرير مواقف "إسرائيل" تجاهه، وبالإضافة إلى ذلك، يمكن رؤية أن الخطاب الإسرائيلي يستهدف تحفيز الجمهور على المشاركة في التصدي للنظام الإيراني والعمل على التخلص منه.

ويعتقد الباحث، أن النتيجة تتوافق تماماً مع استراتيجية الخطاب الإسرائيلي الموجه نحو الجمهورية الإيرانية، إذ يعتبر الباحث أن ضمائر الغائب تلعب دوراً بارزاً في تحقيق أهداف الخطاب الإسرائيلي، ومن خلالها يمكن للقائم بالاتصال استدعاء الجوانب السلبية للتحذير من الأعداء وتشويه صورتهم والتحريض ضدهم.

توظيف الصفات في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية:

جاءت صفة الإرهابي في المرتبة الأولى بواقع (64) تكراراً وبنسبة (41٪)، تلتها في المرتبة الثانية صفة العالمية بواقع (26) تكراراً وبنسبة (16.7٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة صفة المشاغبة بواقع (14) تكراراً وبنسبة (9٪)، وجاءت في المرتبة الرابعة الصفات الأخرى بواقع (12) تكراراً وبنسبة (7.7٪)، وجاءت في المرتبة الخامسة صفة الشجاعة بواقع (11) تكراراً وبنسبة (7.1٪)، وجاءت في المرتبة السادسة صفة الإنسانية بواقع (10) تكرارات وبنسبة (6.4٪)، وجاءت في المرتبة السابعة صفة الكذب بواقع (8) تكرارات وبنسبة (5.1٪)، وجاءت في المرتبة الثامنة صفة الصديق بواقع (7) تكرارات وبنسبة (4.5٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة صفة التاريخية بواقع (4) تكرارات وبنسبة (2.6٪).

ويرى الباحث أن تصدر صفة "الإرهابي" في صفحة "إسرائيل بالفارسية"، يمكن تفسيره على أنه جزء من استراتيجية الخطاب الإسرائيلي المستخدمة بهدف تجسيد أعداء "إسرائيل" على أنهم عناصر إرهابية وتشجيع التحريض ضد النظام الإيراني وأذرعته في الشرق الأوسط.

أساليب هندسة الجمهور في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية:

تصدر أسلوب الشيطنة والتحريض، أساليب هندسة الجمهور في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإسلامية الإيرانية بواقع (119) تكرارات وبنسبة (17.6%)، في سياق شيطنة النظام الإيراني وقادته وأذرعته في الشرق الأوسط حسب وصف الصفحة، ومن أمثله نشرت الصفحة في تاريخ 30 مارس 2022: "أينما كان العنف وسفك الدماء في الشرق الأوسط، يمكن مشاهدة بصمات الجمهورية الإسلامية".

وجاء أسلوب الانتقاء الإعلامي في المرتبة الثانية بواقع (92) تكراراً وبنسبة (13.6%)، في سياق تحكم القائم بالاتصال في اختيار الأخبار والقضايا الإعلامية والتلاعب بها وتقديمها للجمهور بطريقة ممنهجة تشوه الواقع وتضلل عن الحقائق الحقيقية، ومن أمثله نشرت الصفحة في تاريخ 14 يونيو 2022 الآتي: "هذه الصورة مؤذية لقلوب آية الله في الجمهورية الإسلامية، جندي عسكري إسرائيلي مسلم يقسم على القرآن للدفاع عن إسرائيل وشعبها"، تلاه أسلوب التضخيم والتهويل في المرتبة الثالثة بواقع (77) تكراراً وبنسبة (11.4%)، في سياقين تضخيم تميز "إسرائيل" وقدراتها العسكرية والأمنية، ومن أمثله نشرت الصفحة في تاريخ 25 مايو 2022 الآتي: "أنشأت معاهدة إبراهيم قوة عظيمة ضد الإرهاب وتدابير زعزعة الاستقرار في الشرق الأوسط".

ثم جاء أسلوب التكرار الدائم في المرتبة الرابعة بواقع (61) تكراراً وبنسبة (9%)، في سياق تأكيد القائم بالاتصال بشكل متكرر وبوسائط متعددة على إرهاب النظام الإيراني وحلفاءه ووجوب عزلهم ومحاربتهم وابقاءهم على قوائم الإرهاب، ومن أمثله نشرت الصفحة في تاريخ 18 فبراير 2022: "أدانت الدول حول العالم الإرهاب والعنف الواحدة تلو الأخرى، وأضافت الجماعات المدعومة من الجمهورية الإسلامية، بما في ذلك حزب الله وحماس، إلى قوائم الإرهاب 🇺🇸"، وحصل أسلوب القولية والتصوير على المرتبة الخامسة بواقع (59) تكراراً وبنسبة (8.7%) في سياق إطلاق السمات والصفات السيئة السلبية والصور الكريهة والأوصاف المنفرة تجاه النظام الإيراني وحلفاءه في

الشرق الأوسط، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 3 يناير 2022: "بالتأكيد، الشرق الأوسط مكان أكثر أماناً بدون أعظم إرهابي في نظام الملا".

وجاء أسلوب التحذير وإثارة المخاوف في المرتبة السادسة بواقع (49) تكراراً وبنسبة (7.2%)، في سياق التحذير من الخطر الإيراني ومشروعه النووي على الشرق الأوسط والعالم، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 25 مايو 2022: "رئيس الوزراء بينيت: هذا إنذار خطر على العالم ودليل آخر على جهود النظام الإيراني لتحقيق السلاح النووي، لقد حان الوقت ليوجه مجلس السلطة رسالة واضحة للنظام الإيراني.. لقد كفى!"، تلاه أسلوب الإغراق في المرتبة السابعة بواقع (46) تكراراً وبنسبة (6.8%) في سياق إغراق الشعب الإيراني بالاحتفالات والأعياد الشعبية، لإشغاله عن القضايا الحساسة ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 22 فبراير 2022: "احتفال الأربعاء السوري في طهران ما أجمل هذا انبسطوا دائماً".

وجاء أسلوب ممارسة دور الضحية في المرتبة الثامنة بواقع (40) تكراراً وبنسبة (5.9%)، في سياق محاولة القائم بالاتصال تقمص دور الضحية في مواجهة النظام الإيراني، لتبرير جرائمه ضد الأهداف الإيرانية والأطراف المعادية لـ"إسرائيل"، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 20 يونيو 2022: "رئيس الوزراء بينيت: نشهد محاولات نظام الجمهورية الإسلامية لإيذاء شعب إسرائيل في أماكن مختلفة تحاول قوات الأمن الإسرائيلية تحييد هذه الأعمال الإرهابية قبل وقوعها، سنستهدف أولئك الذين يرسلون هؤلاء الإرهابيين"، ثم جاء أسلوب إثارة الشعور الذاتي بالذنب في المرتبة التاسعة بواقع (33) تكراراً وبنسبة (4.9%)، في سياق التركيز على الأزمات الإيرانية الداخلية، وتدهور الأوضاع المعيشية، وابعاد هذه التهمة عن الاحتلال الإسرائيلي، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 8 فبراير 2022: "43 سنة من الاستثمار في العنف، 43 سنة من الاستثمار في الإرهاب، 43 سنة من الاستثمار في الحرب، 43 سنوات من تجاهل الاقتصاد، 43 سنة من إهمال الرعاية الاجتماعية، 43 سنة من تجاهل مطالب الشعب الإيراني".

ثم جاء أسلوب القائد الملمه في المرتبة العاشرة بواقع (28) تكرار وبنسبة (4.1٪)، في سياق تمجيد الشخصيات المتعاونة مع الاحتلال الإسرائيلي والحديث عن بطولاتها وشجاعتها وحكمتها، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 14 مارس 2022: "جاء الملك حسين، ملك الأردن الراحل إلى إسرائيل من أجل التعازي والمواساة والتقى شخصيا مع عائلات الضحايا. مشهد محفور في ذاكرة كل إسرائيلي!"، ثم جاء أسلوب التوازن بين الخبر والكذب في المرتبة الحادية عشر بواقع (26) تكراراً وبنسبة (3.8٪)، في سياق تغليف الأخبار والأحداث في سياقات مغايرة للواقع لتضليل الجمهور الإيراني عن الحقيقة، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 17 أبريل 2022: "إسرائيل على استعداد لتوفير حرية العبادة للمسلمين والسماح لهم بالصلاة في بيئة مريحة وآمنة، بينما تقوم حماس وعملاء النظام الإيراني بتخريب المسجد الأقصى".

ثم جاء أسلوب الشائعات الموسمية في المرتبة الثانية عشر بواقع (25) تكراراً وبنسبة (3.7٪)، في سياق بث الشائعات تجاه الجمهور الإيراني حول آفاق السلام ومستقبله، وسلبيات الإرهاب وجرائمه، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 16 فبراير 2022: "الدول في المنطقة تضمن السلام والرخاء والراحة لشعبها من خلال الانضمام إلى دائرة الصلح، وعلى النقيض من ذلك، تشجع الجمهورية الإسلامية العنف والإرهاب بتجاهل المشاكل التي لا تطاق للشعب الإيراني".

وجاء أسلوب تزوير التاريخ في المرتبة الثالثة عشر بواقع (17) تكراراً وبنسبة (2.5٪)، في سياق تزوير الوقائع والأحداث التاريخية، بما ينسجم مع المزاج الفكري والايديولوجي للاحتلال الإسرائيلي والعمل على اظهارهم كأبطال ذوي تاريخ نضالي كبير وأصحاب قيادة ذكية، وتقديمها للجمهور كحقيقة ثابتة، ومن أمثلته نشرت الصفحة في تاريخ 10 مارس 2022: "كان ديفيد بن غوريون أول رئيس وزراء لإسرائيل. لقد تحققت الآن فكرته الأصلية في جعل الصحراء تزدهر وتحولت أراضي إسرائيل من صحراء جافة لا ماء إلى بلد نابض بالحياة ومزدهر"، ثم جاء أسلوب التخدير الديني في المرتبة الأخيرة بواقع (6) تكرارات وبنسبة (0.9٪) في إطار توظيف الدين كوسيلة لتحريك الجمهور الإيراني والتلاعب بأفكاره، بما يدعم الموقف الإسرائيلي في التحريض

ضد النظام الإيراني والخروج عليه باعتباره نظام ظالم، ومن أمثله نشرت الصفحة في تاريخ 19 مايو 2022: " كان الحاخام شيمون بيروهاي أحد تلاميذ الحاخام عقيفا الخمسة وكان أحد رجال الدين في ذلك الوقت الذين وقفوا ضد ظلم الحكومة الرومانية بكل ما أوتيت من قوة، اعتبر الحاخام شمعون الموت متعة كبيرة بسبب انتمائه للخالق".

أهداف الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية:

جدول (5) أهداف الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران في فيسبوك

"إسرائيل بالفارسية"		أهداف الخطاب
(%)	تكرار	
30.1	118	تعزيز الصورة الإيجابية لـ"إسرائيل"
27.0	106	تشويه صورة أعداء "إسرائيل"
12.2	48	تحذير وتهديد أعداء "إسرائيل"
9.2	36	تعزيز الشعور بالنقص والدونية
6.9	27	ادعاء السلام والتعاون
6.1	24	ادعاء التأييد العالمي لـ"إسرائيل"
4.6	18	إثارة الجوانب الدينية
3.8	15	أخرى
100	392	المجموع

حصل هدف تعزيز الصورة الإيجابية لـ"إسرائيل" على المرتبة الأولى بواقع (118) تكراراً وبنسبة (30.1%)، لتسليط الضوء على الجوانب الإيجابية مثل إطلاق الحريات في "إسرائيل" وتعزيز دور المرأة والترويج للابتكارات، بالإضافة للترويج للقيم الأخلاقية والتكافلية داخل المجتمع الإسرائيلي، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 2 فبراير 2022 المنشور الآتي: "إسرائيل مهد الحرية والتنوع والمساواة تحيكم جزء من مجتمع إسرائيل الملون".

ويتبين أن الجهود الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تتوجه نحو تحسين تصوير "إسرائيل" من خلال التركيز على القضايا التي تلامس اهتمامات الجمهور الإيراني، مثل قضايا الحريات العامة وحقوق المرأة ومساواتها مع الرجل، بهدف تغيير الصورة السلبية

المرتبطة بـ"إسرائيل" من ناحية، وتحريض الجمهور الإيراني على التنديد بسياسات النظام الإيراني الحاكم التي تقيده في ممارسة حقوقه وحياته من ناحية أخرى.

تلاه هدف تشويه صورة أعداء "إسرائيل" في المرتبة الثانية بواقع (106) تكرار ونسبة (27%)، في سياق الشيطنة والتحريض ضد الجمهورية الإسلامية الإيرانية وحركة حماس وحزب الله اللبناني بشكل خاص، بالإضافة لتصويرهم بشكل منفرة واتهامهم بالفساد والظلم والإرهاب والعنف وعدم الاكتراث لمشاكل وهموم الشعوب، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 19 يناير 2022 المنشور الآتي: "حزب الله ونظام الجمهورية الإسلامية سبب العنف وعدم الاستقرار في الشرق الأوسط".

ويظهر أن القائم بالاتصال يهدف من خلال سلوكه السابق إلى تنفيذ استراتيجية تلحق ضرراً بصورة أعداء "إسرائيل" وتعزز من عمليات تجسيمهم بصفة سلبية من خلال الترويج لتصويرهم ككيانات شيطانية والتحريض ضدهم، يتم تحقيق هذا الهدف من خلال زيادة تكرار الرسائل التي تنتقد الجمهورية الإسلامية الإيرانية والمقاومة العربية خاصة حركة حماس وحزب الله اللبناني، بهدف تشويه سمعتهم في أوساط الجمهور الإيراني وتوجيهه نحو رفض سياسات النظام الإيراني ودفعه للتعبير عن انتقاداته للمواقف التي يتخذها هذا النظام سواء على الصعيدين الداخلي والخارجي.

ثم جاء هدف تحذير وتهديد أعداء "إسرائيل" في المرتبة الثالثة بواقع (48) تكراراً ونسبة (12.2%)، في سياق توجيه الرسائل التحذيرية والتهديدية ضد الجمهورية الإسلامية الإيرانية وحلفاءها من حركات المقاومة الذين تحملهم "إسرائيل" مسؤولية الوقوف خلف العمليات المعادية لأمن واستقرار "إسرائيل"، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 20 يونيو 2022 المنشور الآتي: "رئيس الوزراء بينيت: سنستهدف أولئك الذين يرسلون هؤلاء الإرهابيين. قانوننا الجديد - القادة سيدفعون الثمن".

ويتضح أن القائم بالاتصال يسعى من خلال توجيه التهديدات والتحذيرات ضد الجمهورية الإسلامية الإيرانية وحلفائها من حركات المقاومة، التأثير على الجمهور

الإيراني وأشعاره بالخطر الذي يتهدد بلاده مع استمرار النظام الإيراني في معاداة "إسرائيل" ودعم أعداءها.

تلاه تعزيز الشعور بالنقص في المرتبة الرابعة بواقع (36) تكراراً وبنسبة (9.2%)، في إطار توليد الشعور بالظلم وانعدام الأمان وانسداد الأفق لدى الجمهور الإيراني، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 24 مارس 2022 المنشور الآتي: "إسرائيل هي أسعد دولة في المنطقة وتوسع أسعد دولة في العالم 😊، للأسف الجمهورية الإسلامية جعلت إيران من أكثر الدول اكتئاباً في العالم".

ويعتقد الباحث أن القائم بالاتصال يحاول اقناع الجمهور الإيراني أن سبب جميع مشاكله هو نظام الجمهورية الإسلامية الحاكم، بهدف تحفيز الشعور بالاستياء وعدم الرضا تجاه الوضع الحالي في إيران، وبالتالي تحفيزهم على التفكير في إمكانية التغيير أو التمرد ضد هذا النظام.

ثم جاء هدف ادعاء السلام والتعاون في المرتبة الخامسة بواقع (27) تكراراً وبنسبة (6.9%)، في سياق إظهار حرص "إسرائيل" على السلام مع الإيرانيين، حيث نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 16 مارس 2022 المنشور الآتي: "الحياة السلمية لليهود إلى جانب الإيرانيين والروابط القوية والقوية بين الإيرانيين واليهود لا يمكن المساس بها بنشر السموم والكراهية للجمهورية الإسلامية".

وحصل ادعاء التأييد العالمي لـ "إسرائيل" على المرتبة السادسة بواقع (24) تكراراً وبنسبة (6.1%)، لإبراز الدعم الدولي الكامل للموقف الإسرائيلي في مواجهة إيران، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 20 فبراير 2022 المنشور الآتي: "وزير الخارجية الإسرائيلي: تحدثت الليلة الماضية مع وزير الخارجية الأمريكي حول رحلة الرئيس بايدن إلى إسرائيل. هذه الرحلة فرصة للتأكيد على علاقة الرئيس بايدن العميقة مع التزام الولايات المتحدة بأمن إسرائيل".

تلاه إثارة الجوانب الدينية في المرتبة السابعة بواقع (18) تكراراً وبنسبة (4.6%)، في سياق التعريف بالأعياد اليهودية، والتعائش الديني وحرية العبادة لجميع الأديان في "إسرائيل"، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 4 يونيو 2022

المنشور الآتي: "عيد شغفاط مبارك 🌿 الليلة وغدا يحتفل اليهود بعباء التوراة وعيد قطف القمح طاولة العيد مزينة بالجبن والألبان المميزة. إلى جانب التجول حول الطبيعة وحقول القمح، من التقليد أيضاً إعطاء سلال من فواكه الطازجة ومنتجات الألبان للأصدقاء والعائلة".

وجاءت الأهداف الأخرى في المرتبة الثامنة بواقع (15) تكراراً وبنسبة (3.8٪)، في سياق استنطاق الشعوب وكسر الحواجز، وإبراز مظلومية اليهود ووجوب دعمهم، واثبات وجود "إسرائيل" التاريخي.

الأساليب الاقناعية في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الشرق الأوسط:

جدول (6) الأساليب الاقناعية في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه إيران في فيسبوك

"إسرائيل بالفارسية"		الأساليب الاقناعية	
(%)	تكرار		
20.3	48	عرض أدلة ووقائع	منطقية
16.9	40	عرض أرقام واحصائيات	
4.2	10	عرض وقائع تاريخية	
21.2	50	ألفاظ عاطفية	عاطفية
6.8	16	الخوف والتحذير	
3.0	7	شواهد لشخصيات شهيرة	
0.0	0	شواهد دينية	
27.5	65	الأسلوبين معاً	
100	236	المجموع	

جاءت الأساليب الاقناعية المنطقية بالمرتبة الأولى في خطاب الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهور الإيراني بواقع (98) تكراراً وبنسبة (41.5٪) في سياق التركيز على نجاح "إسرائيل" سياسياً واقتصادياً، والبرهنة على فساد النظام الإيراني وإهداره لمقدرات الشعب الإيراني في دعم العنف والإرهاب، ومن أمثلتها نشرت صفحة الدراسة في تاريخ 3 يناير 2022 المنشور الآتي: "قال إسماعيل هنية رئيس المكتب

السياسي لحماس إن الجمهورية الإسلامية دفعت 70 مليون دولار لحماس العام الماضي 70 مليون دولار من أموال هؤلاء الشعب، صرفت لتطوير العنف والإرهاب في المنطقة". ويعتقد الباحث أن القائم بالاتصال يسعى إلى تحريض الجمهور الإيراني ضد نظام الجمهورية الإيرانية عبر الاستشهاد بتصريحات واحصائيات وأدلة من شأنها توسيع الغضب الشعبي ضده.

وجاءت الأساليب الاقناعية العاطفية في المرتبة الثانية بواقع (73) تكراراً وبنسبة (30.9%)، في سياق التركيز على ملامح التعايش والتعاطف بين اليهود والشعب الإيراني في الماضي والحاضر، وإبراز القلق الإسرائيلي على الشعب الإيراني من بطش النظام الحاكم، ومن أمثلتها نشرت صفحة الدراسة في تاريخ 20 يونيو 2022 المنشور الآتي: "الذكرى السنوية لمقتل ندا اغاسلطان على يد الجمهورية الإسلامية لن يُنسى ذكراها". ويرى الباحث أن القائم بالاتصال يحاول استثارة الرأي العام الإيراني ضد النظام الحاكم من خلال استخدام الألفاظ العاطفية والاستشهاد بشخصيات مشهورة، ما يظهر أن هناك محاولة مستمرة لإبراز الجوانب السلبية للنظام الإيراني بهدف التأثير على الجمهور وتعزيز مشاعر الاستياء والغضب الشعبي.

ثم جاءت الأساليب الاقناعية التي تجمع بين الأساليب المنطقية والعاطفية في المرتبة الثالثة بواقع (65) تكراراً وبنسبة (27.5%)، ومن أمثلتها نشرت صفحة الدراسة في تاريخ 10 فبراير 2022 المنشور الآتي: "لقد مر 40 عاماً على الشعب الإيراني احتجز رهينة من قبل واحدة من أكثر الحكومات ظلمة في العالم.. الشعب الإيراني يستحق الأفضل وسيصبح أفضل".

ويرى الباحث أن الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية يوظف الأساليب الاقناعية توظيفاً دقيقاً سواء المنطقية أو العاطفية، بهدف تقديم الرواية الإسرائيلية التي تتضمن الكثير من الأكاذيب والمغالطات الفكرية والأهداف التحريضية، ما يشير إلى أن هناك جهد استراتيجي مُدروس يُبذل لضمان تحقيق التأثير المطلوب، حيث يتم انتقاء الأساليب الاقناعية بناءً على السياق والموضوع، وهذا يعكس التفكير والتخطيط المسبق في توجيه الخطاب الإعلامي الإسرائيلي لتلبية الأهداف الرسمية

وتوجيه التأثير بشكل أفضل، وضمان تلبية متطلبات التواصل والتفاعل مع الجمهور الإيراني.

نوعية الجمهور المستهدف في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الشرق الأوسط:

حصل الجمهور العام على المرتبة الأولى بواقع (178) تكراراً وبنسبة (56.9%)، في سياق مخاطبة الشعب الإيراني بصورة عامة، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 20 مارس 2022 الآتي: "هنا رئيس الوزراء الإسرائيلي شعب إيران بعيد نوروز وقال: "نأمل أن تتخلصوا من هذا النظام القاسي الذي لا يرحم وأن تتألموا الحرية. نيروز سعيداً"، وفي تاريخ 17 مايو 2022 نشرت الصفحة الآتي: "يوم سعيد من إسرائيل إلى شعب إيران الشجاع المسالم".

ويرى السفير الإيراني في الجزائر محمد رضا بابائي أن تركيز الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية على الجمهور العام الإيراني واهتمامها بالمناسبات الوطنية وشخصيات نيروز تهدف إلى إيجاد تقسيمات داخلية لعزل الشعب عن النظام الإيراني، حيث وجدت "إسرائيل" بعض الأرضيات المناسبة تقول أن إيران ليست إسلامية لتفكيك نظامها الإسلامي وبث الفرقة، ولهذا نجد أن "إسرائيل" تركز كل قوتها في مواقع التواصل الاجتماعي لتغذية القوميات داخل إيران، وتبذل جهدها لضرب القيم في نفوس الإيرانيين لاسيما قيم الثورة الإسلامية، وهو ما ترعاه الصهيونية العالمية وتركيزها على نشر الفساد الأخلاقي وزرع هذه الأمراض داخل العالم الإسلامي بما فيها الجمهورية الإيرانية، حيث تركز الآلة الإعلامية الصهيونية على الداخل الإيراني وتحاول افساده بكل الإمكانيات والوسائل الممكنة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي. ضمن مساعي السياسة الصهيونية لانتهاء التجربة الديمقراطية الدينية الموجودة في إيران وهي ذات السياسة التي تنتهجها "إسرائيل" لإنهاء حكم حركة المقاومة الفلسطينية حماس في قطاع غزة.

ويتضح أن القائم بالاتصال يسعى إلى التواصل مع الشعب الإيراني من خلال استخدام استراتيجيتين متباينتين، الأولى تهدف إلى التقارب من الشعب وخلق نقاط التقاء معه، وتجنبيه أي خطاب من شأنه زيادة عداؤه تجاه "إسرائيل"، بينما تنصب

الاستراتيجية الثانية على التحريض ضد النظام الإيراني وتشجيع الشعب على التخلص منه .

وجاء المسؤولون السياسيون الذين يندرجون ضمن فئة الجمهور الخاص في المرتبة الثانية بواقع (71) تكراراً وبنسبة (22.7%)، في سياق الرد على تصريحات المسؤولين الإيرانيين واتهامهم لهم بالكذب، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 31 مايو 2022 الآتي: "في إشارة إلى التصريحات الكاذبة لوزير الخارجية الإيراني في مؤتمر دافوس، قال رئيس الوزراء بينيت: نظام الجمهورية الإسلامية كذب على العالم والآن يكذب على العالم من جديد يجب على العالم معاقبة الجمهورية الإسلامية".

ويتبين من هذه النتيجة أن الخطاب الإسرائيلي يسعى للتعبير بوضوح عن استيائه من المسؤولين الإيرانيين، مع التركيز على تصويرهم كمخادعين وكاذبين أمام الجمهور الإيراني.

ثم جاء المفكرين وقادة الرأي في المرتبة الثالثة بواقع (21) تكراراً وبنسبة (6.7%)، في سياق التركيز على مقولات لحكاماء ومفكرين تدعو للاستقامة وأخذ العبرة والعظة من الماضي، أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 21 يناير 2022 الآتي: "لا تفعل أشياء سيئة لترى عواقب سيئة، الأفعال السيئة تؤدي إلى صيت سيء في العالم.. الشاعر الإيراني الكبير فردوسي".

ويتضح أن القائم بالاتصال يعتمد اقتباس أقوال القادة والمفكرين التي تحظى باهتمام الجماهير، لمعرفة المسبقة بقدرتها على تمرير رسائل مبطنة للشعب الإيراني بما يخدم استراتيجية الخطاب الإسرائيلي في التحريض ضد النظام الإيراني وتشويه صورته وزعزعة استقراره.

ثم جاءت النساء والفتيات في المرتبة الرابعة بواقع (19) تكراراً وبنسبة (6.1%)، في سياق التهئة بيوم المرأة العالمي والترويج لاضطهاد المرأة الإيرانية مقارنة بتمتع المرأة الإسرائيلية بحقوقها الكاملة، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 8 مارس 2022 الآتي: "اتقدم بخالص التهئة لكل النساء الشجاعات الحرائر بيوم المرأة العالمي #روززن".

ويظهر أن القائم بالاتصال يسعى إلى تحفيز الغضب لدى المرأة الإيرانية من خلال تعزيز فكرة تعرضها للتهميش والقمع وسوء المعاملة على يد نظام الحكم الإيراني، بهدف تحفيزها على التنديد بالنظام الإيراني والتعبير عن استيائها منه.

ثم جاء الأطباء والكوادر الصحية في المرتبة الخامسة بواقع (14) تكراراً وبنسبة (4.5%)، في سياق الافتخار بالكوادر الطبية الإسرائيلية وتهنئة الأطباء حول العالم، والترويج للابتكارات الإسرائيلية، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 9 يناير 2022 "نحن فخورون بهذه المرأة القوية ونتمنى لجميع الأطباء يوم طبيب عالمي سعيد".

ويتضح أن القائم بالاتصال يسعى إلى استغلال جمهور الأطباء والطواقم الصحية في تحسين صورة "إسرائيل" أمام الجمهور الإيراني، نظراً لما يتميز به من طابع إنساني وبالتالي تحقيق أهداف الخطاب.

ثم جاء الفنانون في المرتبة السادسة بواقع (4) تكرارات وبنسبة (1.3%)، في سياق الترويج لمسلسلات تحريضية ضد النظام الإيراني، وانتقاد السياسات الإيرانية تجاه الفنانين، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 5 أبريل 2022 الآتي: "5 مايو سيبدأ الموسم الثاني من مسلسل طهران الناجح لا يمكننا الانتظار".

ثم جاء رجال الأعمال والجماهير الأخرى في المرتبة السابعة بواقع (3) تكرارات وبنسبة (1%) لكل منهما، في سياق الترويج لفساد النظام الإيراني واهماله للاقتصاد المحلي على حساب دعم ما يصفه الخطاب بالإرهاب، بالإضافة للجماهير الأخرى التي تطرقت للفئات العسكرية والرياضية، ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 5 مايو 2022 الآتي: "حبيب الغنيان رئيس رابطة الكلمية الإيرانية كان رجل أعمال كبير وأحد رواد الابتكار التجاري والصناعي في إيران، تم اعتقاله بعد الثورة الإسلامية بذريعة التجسس لصالح إسرائيل وتم إعدامه بعد محاكمة غير عادلة في 15 مايو 1998 فليكن ذكراه مؤبداً".

ويتضح أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية وجهت خطابها نحو الشعب الإيراني بصورة عامة، مع التركيز الواضح على الفئات ذات التأثير مثل السياسيين والمفكرين

وقادة الرأي والنساء والفنانين بصفة خاصة، بهدف تحقيق أهداف الخطاب في التواصل مع الشعب وتحفيز التحريض ضد النظام الإيراني وتشويه صورته.

طبيعة العلاقة مع الجمهورية الإيرانية في الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية:

جاءت العلاقة العدائية في المرتبة الأولى بواقع (111) تكراراً وبنسبة (54.7%)، في سياق تجريم المواقف الإيرانية المعادية لـ"إسرائيل" وشيطة حلفاءها ومن أمثلتها نشرت الصفحة في تاريخ 10 يونيو 2022 المنشور الآتي: "انتهى عهد حصانة الجمهورية الإسلامية الكاذبة أصبح الأمر واضحاً الآن للجميع: حكومة نووية تدعم الإرهاب تعرض المنطقة والعالم للخطر".

ويوضح السفير الإيراني في الجزائر محمد بابائي أن العلاقة التي تجمع "إسرائيل" وإيران هي المواجهة والاضطراب المتصاعد، حيث كانت "إسرائيل" في نهاية التسعينيات تنظر إلى إيران على أنها التهديد الأول لها، وبعد أحداث سبتمبر 2011 باتت تعتبر إيران تهديد وجودي، وبعد رفع مستوى التهديد انتهجت "إسرائيل" مجموعة من السياسات لمواجهة الجمهورية الإيرانية وعزلها عن محيطها وابقاءها منبوذة من خلال اتهامها بتشكيل تهديد رسمي على أمن واستقرار المنطقة ودعمها الإرهاب، وبطبيعة الحال فإن النظام الصهيوني يغطي عجزه الدولي وانتهاكه لحقوق الإنسان باتهام إيران بتلك التهم، ليغطي على جرائمه وكسب المشروعية في قمع الشعب الفلسطيني وارتكاب الجرائم بحقه بذريعة الدفاع عن النفس، بينما الواقع أن المشروع الصهيوني هو التهديد الحقيقي للمنطقة.

ويرى الباحث أن الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية يسعى إلى تجريم النظام الإيراني أمام شعبه، وتجسيمه على أنه مجرم لا يمكن الثقة به، وكذلك تجسيم حلفائه وشيطنتهم من أجل تشويه صورتهم، وضمان إبقائهم في قوائم الإرهاب والإدانة المحلية والدولية.

تلتها العلاقة المتوازنة في المرتبة الثانية بواقع (57) تكراراً وبنسبة (28.1%)، في سياق إثارة التساؤلات والاستفسارات، وقد نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 8 يونيو 2022 المنشور الآتي: "النظام الديكتاتوري للجمهورية الإسلامية فتح

صفحة على إنستغرام! ما هي الصور التي تعتقد أنهم ينشرونها على هذه الصفحة؟
بعض الاقتراحات".

ويتضح محاولة الخطاب الإسرائيلي تشجيع الجمهور الإيراني على التعبير عن انتقاده للنظام الحاكم، وتعزيز الصورة الدكاتورية المتعلقة بصورة النظام في وجدان الشعب الإيراني.

وجاءت العلاقة الحميمة في المرتبة الثالثة بواقع (35) تكراراً وبنسبة (17.2٪)، في سياق التركيز على التعايش بين اليهود والإيرانيين على مدار سنوات طويلة، والثناء على بعض المواقف الشعبية الإيرانية المتعاطفة مع اليهود، حيث نشرت صفحة الدراسة على سبيل المثال في تاريخ 16 مارس 2022 المنشور الآتي: "الحياة السلمية لليهود إلى جانب الإيرانيين والروابط القوية والقوية بين الإيرانيين واليهود لا يمكن المساس بها بنشر السموم والكراهية للجمهورية الإسلامية".

يتضح من الخطاب الإسرائيلي محاولته الترويج لرغبته في التعايش والتقارب مع الجمهور الإيراني، بهدف التعريض بالنظام الحاكم كجهة مسؤولة عن تعكير هذه العلاقة وتدميرها، مما يتماشى مع أهداف الخطاب في تحريض الجمهور الإيراني على النظام الحاكم.

نتائج الدراسة:

- كشف الدراسة استغلال الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الأطروحات السياسية والاجتماعية والعسكرية والاقتصادية بالدرجة الأولى، لتشويه صورة النظام الإيراني والتحريض عليه، عبر تكرار اتهامات الإرهاب والفساد، مع إهمال السياقات الفعلية للأزمات مثل العقوبات الدولية على إيران.
- تضمن الخطاب الإسرائيلي الدلالات الثلاثة - المعنى، الفاعل، والزمن - ما يظهر توجهاً استراتيجياً ووعياً لدى الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، ووجود تخطيط مسبق للخطاب بهدف التفاعل مع الجمهور بفعالية.
- تصدرت الأفعال السلبية بنسبة (48.7%)، الخطاب الإسرائيلي في إطار شيطنة النظام الإيراني وتحريض الجمهور للتمرد ضد سياسته، والتركيز على إثارة الشعور بالنقص لدى الجمهور الإيراني بسبب القيود المفروضة عليه.
- سعى الخطاب الإسرائيلي إلى خلق صورة إيجابية عن "إسرائيل" من خلال التركيز على قضايا تتعلق بحرية العبادة والتعايش والتعاون بين الشعوب والأديان، وكذلك حرية اليهود الذين ينحدرون من أصول إيرانية والدور الإيجابي الذي يلعبونه في المجتمع الإسرائيلي، بالإضافة إلى التركيز على التطورات التكنولوجية والطبية والمكانة العالمية لـ"إسرائيل" في هذه المجالات.
- تصدرت صفة "الإرهابي" وبنسبة (41%)، الصفات المستخدمة في الخطاب الإسرائيلي في صفحة "إسرائيل بالفارسية"، ما يكشف استراتيجية الخطاب الإسرائيلي والتي تهدف إلى تجسيد أعداء "إسرائيل" على أنهم عناصر إرهابية وتشجيع التحريض ضد النظام الإيراني.
- تصدر أسلوب الشيطنة والتحريض، أساليب هندسة الجمهور المستخدمة في الخطاب الإعلامي الإسرائيلي ضد إيران بنسبة (17.6%)، تلاه الانتقاء الإعلامي (13.6%) والتضخيم والتهويل (11.4%)، مما يعكس التركيز على تشويه صورة النظام الإيراني، مع تعزيز التفوق الإسرائيلي، والتحريض على حركات المقاومة.

- وظف الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الأساليب الإقناعية توظيفاً دقيقاً سواء المنطقية والتي جاءت بنسبة (41.5%)، أو الأساليب العاطفية بنسبة (30.9%)، حيث يتم انتقاء الأسلوب بناءً على السياق والموضوع، ما يعكس التفكير والتخطيط المسبق في توجيه الخطاب الإسرائيلي لتلبية الأهداف وضمان تحقيق التأثير على الجمهور الإيراني.
- حصل الجمهور العام على المرتبة الأولى بنسبة (56.9%)، ما يشير إلى أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية وجهت خطابها نحو الشعب الإيراني بشكل مباشر، من خلال استخدام استراتيجيتين متباينتين، الأولى تهدف إلى التقارب من الشعب وخلق نقاط التقاء معه، بينما تنصب الاستراتيجية الثانية على التحريض ضد النظام الإيراني وتشجيع الشعب على التخلص منه.

توصيات الدراسة:

من خلال استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات الآتية:

- تبني استراتيجية إعلامية عالمية، تكون قادرة على مواجهة الخطاب الإسرائيلي المليء بالفبركة والمغالطات الفكرية، وتحافظ على الحق الفلسطيني في قيام دولته كاملة السيادة على أرضه المحتلة.
- التحرك القانوني والسياسي لمنع انتهاكات الإعلام الإسرائيلي للقانون الدولي وحقوق الإنسان في اغتيال الوعي وتضليل الجماهير.
- تطوير محتوى إعلامي متقن يعكس الحقائق الواقعية لـ"إسرائيل" وجرائمها ومخططاتها التدميرية في تفتيت الشرق الأوسط وزعزعة استقراره، ومحاربتها امتلاك أي دولة في المنطقة لعوامل القوة العسكرية والنووية بما فيها إيران، لضمان استمرار تفوقها العسكري والأمني والذي يمهد الطريق أمام خططها التوسعية سواء في البيئة الاستراتيجية المحيطة بها، أو الدول الخليجية عبر نهب ثرواتها مقابل ما تسميه اتفاقيات الحماية.

- تنظيم حملات توعوية وتثقيفية بتكتيكات واستراتيجيات الإعلام الإسرائيلي، وتنظيم ورش عمل ومسارات تدريبية للصحفيين والعاملين في أقسام الإعلام التابع للسلك الدبلوماسي والمؤثرين والنشطاء الإعلاميين لتطوير مهاراتهم في مواجهة الخطاب الإسرائيلي والانخراط في لوبيات ضاغطة.
- مقاطعة الإعلام الإسرائيلي وإلغاء متابعة صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي كخطوة وقائية لمنع الجماهير من الوقوع ضحية الخطاب الإسرائيلي المسموم، والتحذير من التفاعل مع المنشورات الإسرائيلية حتى وإن كانت ردود الفعل مضادة وسلبية ضد الخطاب الإسرائيلي فهي ترفع أسهم وصوله لشريحة أكبر من الجمهور.
- التقييم والتحليل المستمر ومتابعة وتحليل استجابة الجماهير والرأي العام للحملات الإعلامية وتقييم فعاليتها، وتعديل الاستراتيجيات والتكتيكات بناء على النتائج والتطورات في الوضع الإعلامي.

المراجع:

- ¹ أحمد سعيد نوفل، "دور إسرائيل في تفتيت الوطن العربي". بيروت: مركز الزيتونة. 2010م
- ² صفاء سعيد، "أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي"، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، 2020م.
- ³ وائل عبد العال، "الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية". مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، 2018م
- ⁴ رزق حجاج، "التطبيع وهندسة الجمهور.. تحليل الخطاب الإسرائيلي باللغة العربية على موقع فيسبوك"، رسالة ماجستير، غزة: الجامعة الإسلامية، 2022م.
- ⁵ محمد عصيدة، "مضامين الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الرسمية باللغة العربية عبر موقع Facebook خلال احتفالات الذكرى الـ 47 لنصر 6 أكتوبر 1973"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 77 (2) 193-268، 2021م
- ⁶ Humaid, Maram. (2021). Israeli Arabic-language digital diplomacy: An analysis of the 'Israel speaks in Arabic' Facebook page.
- ⁷ صفاء سعيد، "أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي"، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، 2020م.
- ⁸ Themedialine, " 800 Channels: Israel's Secret Diplomatic Weapon", <https://themedialine.org/top-stories/800-channels-israels-secret-diplomatic-weapon/>
- ⁹ رزق حجاج، مرجع سابق.
- ¹⁰ صفاء سعيد، مرجع سابق.
- ¹¹ محمد زيدان الخرابشة، "الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك". جامعة الشرق الأوسط. 2018م.
- ¹² TASSILOVA, Aigerim, et al. COMPARATIVE ANALYSIS ON DIGITAL DIPLOMACY IN KAZAKHSTAN, UZBEKISTAN AND KYRGYZSTAN. Astra Salvensis, 2018, 11.
- ¹³ Hossein Nassaji "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis" Language Teaching Research, Vol. 19, 2015, p129.
- ¹⁴ سمير حسين، "بحوث الإعلام- دراسات في مناهج البحث العلمي"، ط 6، (القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص 93.
- ¹⁵ إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية (الطبعة الأولى). القاهرة: دار الفجر للنشر. 2018م.
- ¹⁶ بسام عبد الرحمن المشاقبة، " مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب" دار أسامة للنشر والتوزيع - الأردن 2014م، ص 128.
- ¹⁷ سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمباني، 2006، ط2، القاهرة، عالم الكتب، ص 310
- ¹⁸ BARSTON, H. Public Diplomacy: Lessons from the Past. CPD Perspectives on Public Diplomacy, 2014, 2.19.
- ¹⁹ BJOLA, Corneliu; JIANG, Lu. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. In: Digital diplomacy. Routledge, 2015. p. 71-88.
- ²⁰ HARRIS, Britney. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding. Exchange: The Journal of Public Diplomacy, 2013, 4.1: 3.
- ²¹ MANOR, Ilan. The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. Oxford Digital Diplomacy Research Group, 2018.
- ²² <https://www.hootsuite.com/> 2022.

- ²³ لندا شلش، "الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية لتلميع صورة الاحتلال في المنطقة"، 2021 <https://2u.pw/EF1hw>
- ²⁴ معاذ العامودي، "الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها في السياسة الخارجية". 2018م، مجلة رؤية التركية، 7(4)، 149-125.
- ²⁵ MANOR, Ilan. The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. Oxford Digital Diplomacy Research Group, 2018.
المرجع السابق نفسه.
- ²⁷ موقع الحكومة الإسرائيلية <https://www.gov.il/ar>
- ²⁸ DEOS, Anthony. Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. 2015. PhD Thesis. University of Otago .
- ²⁹ صفحة "إسرائيل بالفارسية" <https://www.facebook.com/IsraelPersian>
- ³⁰ DEOS, Anthony. Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. 2015. PhD Thesis. University of Otago.
- ³¹ GAMSON, William A. News as framing: Comments on Graber. American behavioral scientist, 1989, 33.2: 157-161.
- ³² BERNAYS, Edward L. The engineering of consent. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1947, 250.1: 113-120.
- ³³ المرجع السابق نفسه.

References

- Nofal, A. (2010). "dur 'iisrayiyl fi taftit alwatan alearabii". Beirut: markaz Alzaytunati.
- Abdel-Al, W. (2018). "aldiblumasiat alraqamiat wamakanatuha fi alsiyasat alkharijiat alfilastiniati". markaz tatwir al'ielami, jamieat Birzeit.
- Hajjaj, R. (2022). "altatbie wahandasat aljumphur.. tahlil alkhitaab al'iisrayiylil biallughat alearabiati ealaa mawqie fisbuk", risalat majistir, Gaza: aljamieat Al'iislamiati.
- Asida, M. (2021). "madamin aldiblumasiat alraqmiat al'iisrayiylil alrasmiat biallughat alearabiati eabr mawqie Facebook khilal aihtifalat ald hukrii al 47 linasr 6 'aktubar 1973", almajalat almisriat libuhuth al'ielama, 77(2) 193-268.
- ³³ Humaid, Maram. (2021). Israeli Arabic-language digital diplomacy: An analysis of the 'Israel speaks in Arabic' Facebook page.
- Saied, S. (2020). "'asalib aldieayat fi alkhitaab al'iisrayiylil almuajah lilshaeb alfilastiniil eabr al'ielam altafaeuli", waraqat bahthiata, maehad Aljazirat lilaalam.
- ³³ Themedialine, " 800 Channels: Israel's Secret Diplomatic Weapon", <https://themedialine.org/top-stories/800-channels-israels-secret-diplomatic-weapon/>
- Al-Kharabsha, M. (2018). "al'iitar al'ielamii lildieayat al'iisrayiylil ealaa alfisbuku". jamieat alsharq al'awsati.
- ³³ TASSILOVA, Aigerim, et al. COMPARATIVE ANALYSIS ON DIGITAL DIPLOMACY IN KAZAKHSTAN, UZBEKISTAN AND KYRGYZSTAN. Astra Salvensis, 2018, 11.
- ³³ Hossein Nassaji "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis" Language Teaching Research, Vol. 19, 2015, p129.
- Hussein. S. (2009), "buhuth al'ielama- dirasat fi manahij albahth aleilmii", t 6, (Alqahirati, ealim alkutub).
- Ibrahim, I. (2018). manahij albuuhuth ali'ielamia (altabeat al'uwlaa). Alqahiratu: dar Alfajr llnashri.
- Almushaqibat, B. (2014). " manahij albahth al'ielamii watahlil alkhatabi" dar 'usamat llnashr waltawzie - Al'urdun.
- Husain, S. (2006). buhuth al'ielam al'usus walmabadi, ta2, Alqahira, ealam alkatab,
- ³³ BARSTON, H. Public Diplomacy: Lessons from the Past. CPD Perspectives on Public Diplomacy, 2014, 2.19.
- ³³ BJOLA, Corneliu; JIANG, Lu. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. In: Digital diplomacy. Routledge, 2015. p. 71-88.
- ³³ HARRIS, Britney. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding. Exchange: The Journal of Public Diplomacy, 2013, 4.1: 3.

³³MANOR, Ilan. The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. Oxford Digital Diplomacy Research Group, 2018.

³³ <https://www.hootsuite.com/> 2022.

<https://2u.pw/EF1hw> ³³

- Aleamudi, M. (2018). "aldiblumasiat alraqamiyat watathiruha fi alsiyasat alkharijiati". 2018ma, majalat ruyat alturkiati, 7(4), 125-149.

³³ MANOR, Ilan. The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. Oxford Digital Diplomacy Research Group, 2018.

<https://www.gov.il/ar> ³³

³³ DEOS, Anthony. Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. 2015. PhD Thesis. University of Otago .

<https://www.facebook.com/IsraelPersian> " ³³

³³ DEOS, Anthony. Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. 2015. PhD Thesis. University of Otago.

³³ GAMSON, William A. News as framing: Comments on Graber. American behavioral scientist, 1989, 33.2: 157-161.

³³ BERNAYS, Edward L. The engineering of consent. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1947, 250.1: 113-120.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 71 July 2024 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.