مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - 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.

مدققا اللغة العربية:

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

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

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الحادي والستون -الجزء الثالث- شعبان ١٤٤٣هـ - أبريل ٢٠٢٢ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري (صفحة الفيس بوك نموذجًا) ١١٩٣
  أ.م.د/ رشا عادل لطفي

- المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المِنصَّات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية (بحث جماعي) ١٢٤١

- الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية «مبادرة حياة كريمة نموذجًا» ١٤٣٥
  د/سالي أسامة شحاتة

- الاستراتيجيات الاتصالية لوزارة الصحة والسكان للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية عبر الفيس بوك- دراسة تحليلية ١٤٨١
  د/ علاء خليفة جميل أحمد

- أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية- دراسة تحليلية د/ مصطفى عبد الحي عبد العليم ١٥٣٧

- الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية ١٥٧٧
  د/ أحمد عبده محمد محمود

- أطر تناول الصحف الإلكترونية للشائعات حول مبادرات تطوير التعليم في مصر- دراسة تحليلية مقارنة د/ هيثم شعبان السيد العباسي ١٦٢٩

- الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري (دراسة ميدانية) ١٦٩٥
  د/ رهام محمد صلاح الدين

- إستراتيجيات وأساليب معالجة هاشتاج أزمة الرسوم المسيئة للنبي «صلى الله عليه وسلم» دراسة تحليلية لهشتاج #إلا_ رسول _ الله ١٧٦٥
  د/ هاجر شعبان سعداوي

- تحليل الخطاب الصحفي لأزمة كورونا بالصحف المصرية «الأهرام نموذجًا» ١٨٠٥
  د/ أسماء عبد الراضي السمان

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (يوليو 2021)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	6.5	2536-9237	2735-4326
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
6	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
8	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
11	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016
12	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
13	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	6	2682-213X	2786-0167

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية

Communication Strategies of Palestinian and Israeli Public Diplomacy via Facebook during the Sheikh Jarrah Crisis and the Gaza War: An Analytical Study

د/ أحمد عبده محمد محمود

مدرس العلاقات العامة كلية الإعلام- جامعة الأزهر

Ahmedabdo.2015@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية فيما يتعلق بأزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، من خلال تطبيق نموذج (Van Dijk) المستخدم في تحليل الخطاب الأيديولوجي لصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية وإسرائيل تتكلم العربية، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج المهمة، يتمثل أبرزها في:

فيما يتعلق بالإستراتيجيات المستخدمة في طرح القضايا والموضوعات الفرعية المتعلقة بأزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة، اعتمدت الصفحة الإسرائيلية بشكل رئيس على إستراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر، وغضت الطرف عن السبب الرئيس في الأزمة التي على إثرها نشب الصراع بين الطرفين، وهو محاولة قوات الاحتلال الإسرائيلية طرد أهالي حي الشيخ جراح من منازلهم دون وجه حق بغرض بناء مستوطنات لليهود، بل على النقيض من ذلك، أبرزت الصفحة قوات الاحتلال على أنها تتعرض لهجمات بعض المتظاهرين الفلسطينيين بدعم ممن وصفتهم بـ «الجماعات الإرهابية المتطرفة» في القدس والشيخ جراح، في المقابل اعتمدت الدبلوماسية العامة الفلسطينية على إستراتيجية تحويل اللوم إلى الجانب الإسرائيلي كونه السبب الرئيس في تلك الأزمة، من خلال تقديم المنشورات المتعلقة بانتهاكات الجانب الإسرائيلي بحق الفلسطينيين ومحاولة طرد الأهالي دون وجه حق، كما اعتمدت الصفحة الفلسطينية على إستراتيجية تخفيف الأضرار في إظهار صمود أهل غزة ضد تلك الحرب.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجيات الاتصالية- الدبلوماسية العامة - الحرب على غزة- الشيخ جراح- الصراع العربي الإسرائيلي.

Abstract

The study sought to identify the communication strategies used by the Palestinian and Israeli public diplomacy in relation to the crisis of Sheikh Jarrah and the war on Gaza. As Israel speaks Arabic, the researcher concluded a number of important results, which were:

With regard to the strategies used to raise issues and sub-topics related to the Sheikh Jarrah crisis and the war on Gaza, we note that the Israeli page relied mainly on the strategy of shifting blame to the other, so we find that it turned a blind eye to the main cause of the crisis, which led to the outbreak of conflict between the two parties, which is The attempt of the Israeli occupation forces to unjustly evict the residents of Sheikh Jarrah neighborhood from their homes for the purpose of building settlements for Jews. On the contrary, the page highlighted the occupation forces as being attacked by some Palestinian demonstrators and supported by extremist terrorist groups in Jerusalem and Sheikh Jarrah, without Addressing the cause of these demonstrations, which is that the occupation forces tried to expel the people of Sheikh Jarrah, which led to the outbreak of these demonstrations. On the other hand, Palestinian public diplomacy relied on the strategy of shifting blame to the Israeli side, as it is the main cause of this crisis by publishing news related to the violations committed by the side. The Israeli approach to the Palestinians and the attempt to unjustly expel the people, as the Palestinian page relied on the strategy of mitigating harm I want to show the steadfastness of the people of Gaza against that war.

Keywords: - Public diplomacy - the war on Gaza - Sheikh Jarrah - Facebook - the Palestinian-Israeli conflict.

مقدمة:

تعد الدبلوماسية من أهم الوسائل الفعالة في حل الصراعات والأزمات الدولية وإدارتها من خلال توظيفها بفاعلية عن طريق الأجهزة الرسمية الدولية، وقد بدأ الشعور بفاعلية الدبلوماسية منذ القرنين السابع عشر والثامن عشر، وعلى الرغم من أنها قديمة قدم التاريخ، إلا أن أبرز أوجهها قد عرف من خلال العلاقات البروتوكولية بين الملوك والحكام[1].

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها وتغلغلها في جميع مجالات الحياة، بما فيها الأساليب التي من خلالها تتكون العلاقات مع الآخرين ويُحافظ عليها، كانت المحصلة تزايد استخدام تلك المواقع بين الهيئات الدبلوماسية، وذلك لانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجماهير على اختلاف فئاتهم، وسرعتها في نشر المعلومات، وقلَّة تكلفتها؛ الأمر الذي دعا الحكومات والأنظمة لاستخدام تلك المنصات للتواصل مع الجماهير[2].

وقد أدركت الدول الأهمية المتزايدة للتداعيات السياسية المحتملة للتغطية الإخبارية للشؤون الدولية في السنوات الأخيرة، ويعود ذلك إلى ثورة الاتصالات والمعلومات، وزيادة أهمية الرأي العام في الدول الأخرى، وظهور أنواع جديدة من الأعداء، وكذلك زيادة حاجة الدول للعمل الجماعى، فالسياسات الدولية قد تفشل إذا أهملت مهمة التنافس على «أجندة» الإعلام وعلى «المعنى» الذى يعطيه الإعلام لتلك الأجندة، ومن ثمَّ على «قلوب وعقول» الرأى العام في الدول الأخرى، وهذا ما أشار إليه المفكر السياسى الأميركى "جوزيف نای"، حينما قال: إذا كانت الدول صاحبة الجيوش الأقوى هى التى تنتصر في الماضى، فإن الدول صاحبة «القصة الإعلامية» الأفضل هى التى قد تنتصر في عصر المعلومات[3].

ويعتمد نجاح جهود الدبلوماسية العامة أو فشلها على متغيرات عدة، منها: إستراتيجيات، ووسائل تنفيذ، ومحتوى، وجمهور، وتقييم جهود الدبلوماسية العامة، فالدبلوماسية العامة

أداة إستراتيجية من أدوات تخطيط السياسات الدولية وتنفيذها؛ فالصراعات الدولية لم تعد صراعا على القوة فقط، بل أضحت صراعا على «المعنى» الذى من دونه تصبح القوة عديمة القيمة، غير أن نجاح جهود الدبلوماسية العامة يعتمد على طبيعتها، وعلى السياق الذي تتحرك فيه[4].

ويعد الصراع العربي الإسرائيلي من بين الصراعات التي امتدت لعقود طويلة، التي كانت تعتمد في البداية على استخدام السلاح، ومع تطور الأساليب والأسلحة التي تعتمد عليها الدول في إدارة صراعاتها، انتقل الصراع العربي الإسرائيلي إلى مرحلة جديدة في الميادين الرقمية؛ فإن الحرب كانت مستعرة بين قوات الاحتلال الإسرائيلية والدولة الفلسطينية في أبريل ومايو من العام المنصرم، إلا أن الحرب في ميدان الدبلوماسية العامة الرقمية لم تكن أقل ضراوة عن الحرب التقليدية، فقد سعى كل طرف إلى التأثير على الجمهور من خلال توظيف إستراتيجيات يمكن من خلالها إقناع الجمهور المستهدف بوجهة نظرة فيما يتعلق بالقضية محل الصراع، من خلال تأكيد إيجابياته مقابل إبراز سلبيات الآخر.

-الدراسات السابقة

المحور الأول: الصراع الدبلوماسى الفلسطينى الإسرائيلى

يعد الصراع الإسرائيلي الفلسطيني مثالًا رئيسيا على كيفية تشكيل الروايات الإستراتيجية وتباينها، والهوية المتناقضة، وكيفية نشر الأطر الإخبارية المختلفة والتنازع عليها.

وبشكل عام، رأى (Manor, 2018)، في دراسته التي هدفت إلى مقارنة الأساليب التي تستخدم في الصراع العربي الإسرائيلي من خلال الدبلوماسية الرقمية، أن الرواية الوطنية الإسرائيلية هيمنت على صورة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي المقدمة على الساحة الدولية مقابل بيئة الإعلام التقليدية التي يمتلكها الجانب الفلسطيني، لكن الصعود المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي قد هزَّ البيئة الإعلامية الإسرائيلية المهيمنة التي تقدم إستراتيجيات وأطرا تتوفق مع أهدافها التي تسعى إليها، مما مكَّن مزيدًا من الجهات الفاعلة (**الدبلوماسية العامة الفلسطينية**) من ممارسة التأثير على العالم الخارجي من خلال إستراتيجياتها الاتصالية التي تقدمها عبر مواقع التواصل الاجتماعي[5].

وذلك ما أكده (Hughes, 2018) في دراسته التي استهدفت التعرف على مدى استعانة وزارات الخارجية بالإعلام الرقمي للترويج لرؤية الدولة وفكرها للجمهور الخارجي، فقد أبرزت أن الصراع الإسرائيلي الفلسطيني إحدى القضايا العالمية التي تأثرت بشكل مباشر بظهور وسائل التواصل الاجتماعي، فقد استخدمت هذه المنصات على الإنترنت كأدوات إستراتيجية لنشر الأطر والأطر المضادة المتعلقة بالنزاع، لهذا كان على وزارة الخارجية الإسرائيلية والفلسطينية التكيف مع هذه المعلومات الجديدة النظام البيئي، والدخول إلى عالم الدبلوماسية الرقمية[6].

وتوصلت دراسة (Fletcher, 2016)، حول التعرف على مدى فاعلية الدبلوماسية العامة الرقمية ودوافع استخدامها، إلى أنه على الرغم من تبني السياسيين والمؤسسات الحكومية للدبلوماسية الرقمية وتقديم وسائط جديدة للمعلومات، توجد بعض الآثار المترتبة على ذلك، لأن منصات الوسائط الاجتماعية هي بيئات تأطير متنازع عليها تتنافس فيها عديد من الجهات الفاعلة على جذب انتباه الجمهور، فالتسارع الكبير الذي يشهده العالم الرقمي اليوم، مع الاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبح يستخدمها أكثر من ملياري شخص، إضافة إلى أنها وسيلة إعلامية سهلة ومنخفضة التكلفة، يجعلها أداة فعَّالة في العمل الدبلوماسي وتوجيه السياسات وتحقيق الأهداف[7].

وفي هذا الصدد، وجد (Guinea, 2020) في دراسته لوزارة الخارجية الإسرائيلية والأدوات التي تُستخدم للترويج لأفكارها، أن لدى وزارة الخارجية الإسرائيلية فريقًا مكون من عشرات الأعضاء ينتجون محتوى عربيًا على صفحات Facebook مثل (قف معنا بالعربية، وإسرائيل تتحدث العربية، وإسرائيل بالعربية، وقناة إسرائيل في القلب، ومجموعة إسرائيل بالعربية، وأخبار إسرائيل بالعربية، وعشاق إسرائيل من المغرب العربي والشرق الأوسط، وإسرائيل في الأردن)، يشرف على تلك الصفحات قسم الدبلوماسية الرقمية باللغة العربية – ثاني أكبر قسم في وزارة الخارجية الإسرائيلية– للترويج للحياة والثقافة الإسرائيلية، ونشر الرؤية الإسرائيلية إلى العالم[8].

وهو ما يتفق مع دراسة (Pasquali, 2021)، من سعي إسرائيل إلى إقناع الجمهور العربي بوجهة نظرها من خلال الدراسة التحليلية للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، التي كانت تخاطب الجمهور والشباب العربي مستعينة بلغتهم الأم لضمان قراءة الأخبار المنشورة، بما يضمن تمرير الأفكار التي تهدف إسرائيل الترويج لها، خاصة

فيما يتعلق بتطور إسرائيل في جميع المجالات، إضافة إلى إمكانية التوصل إلى تقارب بين إسرائيل وجيرانها من الدول العربية، معتمدة على تصريحات المسؤولين الإسرائيليين بشكل رئيس في تقديم تلك الأفكار[9].

لكن تلك الصفحات لم تُستخدم في الأوقات العادية، بل استخدمت في أوقات الأزمات، كما أكد (Kuan, 2021) من خلال دراسته التحليلية لصفحة **أفيخاي أدراعاي**، المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، الذي يحاول التأثير في الرأي العام الفلسطيني من خلال الاستشهادِ بالآيات القرآنية في الفيديوهات التي حُلد؛ محاولًا إثبات أن مقاومة إسرائيل يعد أمراً غير صائب، من خلال تقديم تفسير خاطئ لآيات القران الكريم[10].

وهو ما يتفق مع دراسة (**آلاء فوزي السيد** 2015)، عند تحليلها لصفحة "**إسرائيل تتكلم العربية**"، فقد حاولت إسرائيل إظهار نفسها الأقوى عسكرياً في المنطقة من خلال الاعتماد على تكتيك التخويف، إضافة إلى الاعتماد على إستراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر فيما يتعلق بالعمليات العسكرية التي نفذتها[11].

وهو ما يتفق مع دراسة (Yarchi, 2019)، من أن إسرائيل تعتمد بشكل رئيس على الدعاية كأسلوب رئيس في الدبلوماسية العامة، من أجل الترويج لصورتها من أنها دولة تسعى إلى السلام ولا تريد الحرب، وإنما تدافع عن نفسها ضد من يحاول الاعتداء عليها[12].

ويؤكد (Abu Mualla, 2017) في دراسته أن إسرائيل اعتمدت على بعض الإستراتيجيات والتكتيكات لتغيير اتجاهات وتصورات الجمهور الفلسطيني والعربي نحو إسرائيل وما تقوم به من ممارسات، وذلك من خلال إيجاد روابط مشتركة بين إسرائيل ودول الشرق الأوسط المحيطة بها، مثل تكتيك التشابه والتقارب بين إسرائيل والدول العربية، في المقابل دأبت الدبلوماسية العامة الإسرائيلية على توظيف بعض الإستراتيجيات التي تستهدف تصنيف فصائل المقاومة بالحركات الإرهابية، مستخدمة في ذلك أساليب متنوعة، مثل الكاريكاتير والصور التي تستهدف تشويه فصائل المقاومة[13].

وفي المقابل، وجد (Sheafer, 2007) في دراسته لصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، اعتماد الصفحة على اللغة الإنجليزية بشكل رئيس، وذلك لأنها تسعى إلى مخاطبة الجماهير الأجنبية والكشف عن جرائم الاحتلال الإسرائيلي للعالم[14].

وهو ما أكده (Awartani, 2021) من خلال دراسته للدبلوماسية العامة الفلسطينية، باعتمادها على مجموعة من الأطر والإستراتيجيات في تغطية صراعها مع إسرائيل، من

بينها إستراتيجية عدم القدرة على الفعل، وإظهار الجانب في شكل الضحية التي تتعرض بشكل منتظم وممنهج للعدوان من قبل قوات الاحتلال[15].

وفي هذا السياق، أكد (Klieman, 2021) اتجاه الدبلوماسية العامة الفلسطينية إلى بعض الإستراتيجيات والتكتيكات التي تفند المزاعم الإسرائيلية، إضافة إلى توظيف الإستراتيجيات التي تظهر حجم الدمار الذي تتعرض له فلسطين جراء الهجمات الإسرائيلية، معتمدة على نشر صور الأطفال والنساء إضافة إلى المنازل والقرى المدمرة، كذلك استعانت الصفحة في إطار صمود أهل فلسطين ببعض الإستراتيجيات التي تثبت قوة الشعب الفلسطيني في مواجهة العدوان، مثل تخفيف الأضرار[16].

المحور الثانى: استخدام الدبلوماسية العامة أثناء الأزمات والصراعات الدولية

يرى (Lucas, 2016) أن الدبلوماسية إحدى أفضل الأدوات التي تستخدمها الدول على المستوى الخارجي بهدف تعزيز مصداقيتها لدى العالم الخارجي وتحسين صورتها خلال وقت الأزمات، فقد رأى أن الإدارة الأمريكية أقدمت على استخدام الدبلوماسية العامة لتحسين صورتها الدولية للعالم، خاصة بعد أن تدهورت صورتها بعد التدخل غير الشرعي في العراق عام 2003 [17].

كما وجد (Pamment, 2014)، في دراسته التحليلية، سعي الاتحاد الأوروبي إلى المحافظة على صورته الإيجابية بعد الأزمة الاقتصادية العالمية التي حدثت في 2008، وذلك نتيجة الاعتماد بشكل كبير على الدبلوماسية العامة التي وظفت إستراتيجيات اتصالية إقناعية عملت من خلالها على مخاطبة والجمهور الخارجي وتعريفه بإجراءات الاتحاد الأوروبي للحد من الآثار السلبية لتلك الأزمة الاقتصادية[18].

وأكد (Vihalemm, 2019) في دراسته التحليلية لكيفية توظيف الدبلوماسية العامة خلال أوقات الأزمات، أن نجاح الدول في توظيف تلك الأداة ودفع الجمهور للاقتناع بالأفكار التي تقدمها الدولة من خلال الدبلوماسية العامة، مرهون بشكل كبير بالإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في طرح الأفكار المتعلقة بالأزمة أو القضية التي تنشرها إلى الجمهور العام[19].

وهو ما أكده (Krasnodębska, 2018) من أن اعتماد الحكومات والأنظمة على مواقع التواصل الاجتماعي يعد من أهم الأساليب الناجحة في إقناع الجمهور بأفكارها، خاصة أنها تستخدم منصات رقمية تستخدمها الجماهير بشكل يومي، وأن الجمهور يمكنه مخاطبة تلك الحكومات ندًا لند، كما هي الحال عندما وظَّف الاتحاد الأوروبي مواقع

التواصل الاجتماعي لإقناع الجمهور العالمي أن أوكرانيا تتعرض لاعتداءات القوات الروسية التي تستهدف احتلال جزء من الراضي الأوكرانية (جزيرة القرم)[20].

وهو اتفق مع دراسة الحالة التي أجراها (SZOSTEK, 2020) من خلال المقابلة مع القائم بالاتصال في الدبلوماسية العامة الأوكرانية، وقد توصلت الدراسة أنه لتحقيق أهداف الدولة الإقناعية مع الجمهور، كان ينبغي تحديد الجمهور المستهدف، وذلك للتعرف على الأطر والإستراتيجيات الاتصالية التي يمكن استخدامها لإقناع الجمهور العام بمضمون الرسائل الاتصالية[21].

وذلك ما اتفق مع (Cull, 2022) من أن الدول تعتمد في إستراتيجياتها الاتصالية على مجموعة من الأساليب طبقا للأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، لكن مجمل تلك الإستراتيجيات الاتصالية تتلخص في الثناء على جهودها وأساليبها لحماية المواطنين، كما هي الحال في دراسة التعرف على إستراتيجيات الحكومة البريطانية للحد من جائحة COVID-19 حيث إن جميع الإستراتيجيات كانت تهدف إلى التركيز على إيجابيات الأنا من خلال المدح والثناء على جهود الدولة في الحفاظ على المواطنين[22].

في المقابل، وجد (Sevin, 2020) في دراسته التحليلية للدبلوماسية العامة التركية، التي اعتمدت على إستراتيجية تقوم على إبراز سلبيات الآخر في محاولة انقلاب 15 يوليو 2017، من خلال التركيز على الأهداف السلبية التي سعى الانقلابيون إلى تحقيقها، التي تريد أن تعود بالدولة إلى العهود القديمة التي كانت تعاني منها تركيا وتسببت في أزمات اقتصادية وسياسية واجتماعية[23].

التعليق على الدراسات السابقة:

1- يُلاحظ قلَّة الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت الدبلوماسية العامة الرقمية الفلسطينية، وكان تركيز أغلب الدراسات على أساليب توظيف الجانب الإسرائيلي لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الدعاية في إطار الصراع، وتحسين صورته بالدبلوماسية العامة والشعبية.

2- حللت الدراسات السابقة محتوى الصفحات والحسابات الإسرائيلية الناطقة بالعربية، سواء كانت رسمية أو غير رسمية، من خلال الاعتماد على نظرية الأطر الإخبارية، لكن لم تتطرق الدراسات إلى تحليل الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة في الصراع.

3- تبنت الدراسات المتعلقة بالدبلوماسية العامة الرقمية عدداً من المداخل النظرية، من أهمها نموذج (Van Dijk) لدراسة الخطاب الأيديولوجي، وهو ما سيعتمد عليه الباحث في الدراسة لتحقيق أهدافها، التي تكمن في التعرف على الخطاب الأيديولوجي للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية.

الإفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في:

1- التعرف على الإستراتيجيات التي تستخدمها الدبلوماسية العامة الإسرائيلية، وكيفية توظيفها في صراعها مع الجانب العربي، ومن ثم صياغة استمارة تحليل المضمون وما تحتويه من إستراتيجيات وتكتيكات بعد استعراض تلك الدراسات السابقة.

2- التعرف على الأيدلوجية الفكرية التي تهيمن على الدبلوماسية الإسرائيلية، والأساليب التي تستخدمها في إدارة الصراع عبر دبلوماسيتها العامة، فقد اعتمدت بعض الدراسات السابقة على تحليل الخطاب الأيديولوجي للدبلوماسية العامة الإسرائيلية.

3- كذلك أفاد الباحث من الدراسات السابقة في التعرف على النتائج المتعلقة بالدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية، ومن ثم معرفة وجود اتفاق أو اختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة الوقوف على الإستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدت عليها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية فيما يتعلق بأزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة، وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس المتمثل في: "**ما الإستراتيجيات الاتصالية التى وظَّفتها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية في أزمة أهالى حى الشيخ جراح والحرب على غزة؟**".

أهمية الدراسة:

1- تأتي الأهمية العلمية للدراسة الحالية - بعد مراجعات التراث العلمي- في توظيف مدخل الخطاب الأيديولوجي في دراسة الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية، خاصة خلال فترة العدوان الإسرائيلي على غزة 2021.

2- تعد الدراسة إضافة نوعية في مجال بحوث الدبلوماسية العامة الرقمية في ظل قلَّة الدراسات العربية التي عُنيت بالدبلوماسية العامة، وبالأخص الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية؛ إذ تعد الدبلوماسية الرقمية مجالًا أساسيًّا في تحقيق أهداف السياسة الفلسطينية على مستوى العلاقات الإقليمية والدولية.

3- أما من الناحية التطبيقية، فإن الدراسة الحالية تأتي كمحاولة لإثراء التراث العلمي في مجال بحوث الاتصال السياسي الرقمي، من أجل مواكبة التطور في بحوث الاتصال السياسي، وتحديد مؤشرات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية.

4- التركيز على الدبلوماسية الرقمية بالتحديد واستخدامها بوصفها أداة سياسية إستراتيجية في الترويج وكسب الدعم للسياسات والقيم والحقوق الفلسطينية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

1- التعرف على القوالب الفنية التي تستخدمها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على صفحات Facebook.

2-رصد مصادر المعلومات التي تعتمد عليها أنشطة الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على صفحات Facebook.

3-رصد الإستراتيجيات والتكتيكات الاتصالية التي تستخدمها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية في معالجتها لأزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة.

4-التعرف على القضايا والأطروحات الفرعية التي طُرحت في منشورات صفحات الدراسة.

5-التعرف على الكلمات المحورية التي استخدمت في الصفحات محل الدراسة.

-الإطار النظري للدراسة:

نموذج "Teun L. Van Dijk" لدراسة الخطاب الأيديولوجي:

يُعرف (Van Dijk) الأيديولوجية على أنها البناء الذي يشتمل على الأفكار، والقيم، والمعتقدات، والتمثيلات الاجتماعية Social Representations[24]، وتتمثل السمات التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تحليل أيديولوجية الجماعة في الجوانب المعرفية المرتبطة بنوع المعتقدات، والأفكار، والقيم التي يحملها أعضاء جماعة معينة، والمخزنة Stored في ذاكرتهم التاريخية. بينما ترتبط السمات الاجتماعية بالجماعات Groups،

أو المجتمعات الأيديولوجية Ideological Community، ورؤاها، وميثاقها وشروط عضويتها، وأفكارها السلبية أو الإيجابية، فضلًا عن دراسة سمات السياق السياسي Political Context، بهدف الرد على التساؤلات الآتية: من يتحدث؟ ومتى؟ وأين؟ ومع من؟ وما القضية؟ وما القيم والمعارف والأفكار لدى القائم بالاتصال؟ وما حجم القوة التي يتمتع بها؟

ومن هنا، تسعى الجماعة عبر الخطاب إلى فرض الأيديولوجية الخاصة بها، مقابل هدم أيديولوجيات الجماعات المعارضة لها، إذ تفترض كل جماعة عدم صحة أيديولوجية الجماعات الأخرى، وفى هذا الصدد، يؤكد أعضاء الجماعة (In group) الخصائص الإيجابية لجماعتهم وأفرادها، وعلى الخصائص السلبية الثابتة للأفراد الذين لا ينتمون إليهم (Out group)، فيما يعرف "بالاستقطاب" " Polarization "، أي مدح "الأنا"، أو "نحن"، والانتقاص من شأن "الآخر"، أو "هم"، وتتجسد عملية الاستقطاب في المربع الأيديولوجي Ideological Square، الذي اقترحه Van Dijk، ويشير إلى **وجود أربع إستراتيجيات ترتبط بـ "الأنا" و"الآخر"، كما يلى:**

1- **تأكيد إيجابياتنا (الأنا)** Emphasize our Good Things.

2- **تأكيد سلبياتهم (الآخر)** Emphasize their Bad Things.

3- **عدم تأكيد سلبياتنا (الأنا)** De-Emphasize our Bad Things.

4- **عدم تأكيد إيجابياتهم (الآخر)** De- Emphasize their Good Things.

تساؤلات الدراسة:

ترتبط تساؤلات الدراسة بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة التحليلية، كما يلى:

تنقسم الأسئلة إلى: أسئلة متعلقة بالمتغيرات الشكلية، وأخرى متعلقة بالمضمون الذي يُقدم في الصفحات محل الدراسة.

أولًا: فيما يتعلق بالمتغيرات الشكلية، تنحصر أهم تساؤلات الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1-ما القوالب الفنية التي تستخدمها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية محل الدراسة على صفحات Facebook؟

2-ما اللغة التي تستخدمها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية؟

3- كيف تراعي الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية الأبعاد الشكلية للحوار على صفحات Facebook؟

ثانيا: تساؤلات متعلقة بالخطاب (المضمون) المقدم على الصفحات الفلسطينية والإسرائيلية محل الدراسة على Facebook:

1- كيف كانت الإستراتيجيات التي وُظفت عند تناول الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية للأزمات محل الدراسة؟

2-ما طبيعة التكتيكات المستخدمة في الأزمات التي تناولتها الصفحات محل الدراسة؟

3-ما القضايا والأطروحات الفرعية التي طُرحت في منشورات الصفحات محل الدراسة؟

4-ما مصادر المعلومات التي تعتمد عليها أنشطة الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على صفحات Facebook؟

5-ما الكلمات المحورية التي استخدمت في عرض الخطابين الفلسطيني والإسرائيلي؟

نوع الدراسة ومنهجها:

1-نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، إذ تهتم بتحليل وتفسير مضمون الخطابات التي توجهها الدبلوماسية العامة الفلسطينية وصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع التواصل الاجتماعي Facebook، بهدف التعرف على الإستراتيجيات والتكتيكات المتبعة في معالجة قضية أزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة في مايو 2021.

منهج الدراسة:

يعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي، بمستوييه الوصفي والتحليلي لجميع المنشورات على صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية وصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، من خلال التعمق في تفسير الرسائل النصية لخطاب الدبلوماسية العامة في كلتا الصفحتين، والتعرف على أيدلوجية كل صفحة في طرحها للأخبار.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الحسابات الرسمية الفلسطينية والإسرائيلية المعبرة عن الدبلوماسية العامة الرقمية.

عينة الدراسة التحليلية: أجرى الباحث مسحاً شاملًا للأخبار والمنشورات خلال الفترة من 24 أبريل 2021م، مع بداية أزمة أهالي حي الشيخ جراح بمدينة القدس، عبر صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية وإسرائيل تتكلم بالعربية، حيث مارست سلطات الاحتلال الإسرائيلي القمع ضد أهالي الحي لإخلاء منازلهم لتحويلها إلى مستوطنات إسرائيلية، ثم تطور الوضع لشن غارات على قطاع غزة، حتى 13 يونيو بعد انتهاء وقف

إطلاق النار، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في منشورات صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، بإجمالي (38) خبراً خضعت لتحليل المضمون، كما شملت العينة (134) منشوراً على صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

مبررات اختيار العينة:

-تعد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية الصفحة الوحيدة التابعة لوزارة الخارجية الفلسطينية، فمن خلالها يمكن التعرف على وجهة نظر الدولة الرسمي في التعامل مع تلك الأزمة.

-صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية تعد من أهم الصفحات الموجهة للإعلام والجمهور العربي، وهي الصفحة التابعة لوزارة الخارجية الإسرائيلية، وخلالها يمكن التعرف على وجهة النظر الإسرائيلية الرسمية في عرضها لتلك الأزمة، ومن ثمَّ التعرف على الإستراتيجيات المستخدمة في مخاطبة الجمهور العربي.

أداة الدراسة:

يعتمد الباحث في تحليله للمواد الاتصالية على **استمارة تحليل المضمون**، التي اعتُمد في إعدادها على مقاييس من الدراسات السابقة في مجال إستراتيجيات الدبلوماسية العامة وإدارة الأزمات والخطاب الأيديولوجي.

فئات التحليل:

صمم الباحث دليل فئات التحليل طبقًا للمقاييس المقترحة في الدراسات السابقة، وقد اشتمل على بعض الفئات المرتبطة بشكل المنشور (نصوص مكتوبة- مواد مرئية وصور)، وأخرى ارتبطت بالمضمون، ويبين الجدول الآتي فئات الشكل والمضمون.

جدول (1) فئات تحليل Post للصفحات محل الدراسة

فئات الشكل	فئات المضمون
-لغة Post: اللغة العربية فقط، أم العربية والإنجليزية. -قالب النصوص المكتوبة: (خبر/ تقرير/ حوار/ رأي/ مقال/ تحقيق صحفي). -طبيعة الصور المعروضة (شخصية/ إخبارية/ موضوعية). -الرد على أسئلة الزوار وتعليقاتهم. -يشمل Post طرح أسئلة للجمهور. -يتضمن Post روابط للحصول على معلومات إضافية.	-موضوع Post: (سياسي/ اقتصادي/ اجتماعي/ أمني). -الكلمات المحورية في Post. -مصادر المعلومات: (مسؤول حكومي/ قناة تليفزيونية/ موقع إلكتروني/ Social media/ وكالة أنباء/ مواطن عادي/ رأي متخصص). -يستخدم Post الأساليب "التكتيكات المنطقية". - يستخدم Post الأساليب "التكتيكات العاطفية". -يحدد Post الأطراف الفاعلة في القضية. -يذكر Post الأضرار الناجمة عن الأزمة. -يتضمن Post الإستراتيجيات المستخدمة في تناول الأزمة: (الإنكار/ تحويل اللوم/ التعزيز والتدعيم/ الهجوم المضاد/ الأفعال التصحيحية).

إجراءات الصدق:

أجرى الباحث اختبار الصدق لاستمارة تحليل المضمون بعد تصميمها بشكل مبدئى، وذلك على النحو الآتى:

- **اختبار الصدق** Validity : يُقصد باختبار الصدق صلاحية الاستمارة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر، صلاحية أداة البحث لتحقيق أهداف الدراسة، ومن ثمَّ ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم، وبحيث تتطابق المعلومات التي تُجمع بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية. ويستعان في هذا الاختبار بعدد من المحكمين من خبراء البحوث في ضوء أهداف البحث وبنوده.

وللتأكد من صدق استمارة تحليل المضمون وصلاحيتها، عرضها الباحث على عدد من الأساتذة المحكمين الخبراء في مجال الإعلام ومناهج البحث، وبناءً على إرشاداتهم وتوصياتهم أجرى الباحث التعديلات المطلوبة، وبذلك أصبحت استمارة تحليل المضمون صالحة لتحقيق أهداف الدراسة[25].

نتائج الدراسة

- فئات تحليل الشكل:

أولًا-لغة المنشور

جدول (2) اللغة المستخدمة في المنشور

اسم الصفحة / اللغة المستخدمة	الدبلوماسية العامة الفلسطينية		إسرائيل تتكلم بالعربية	
	ك	٪	ك	٪
اللغة العربية	-	-	134	100
اللغة الإنجليزية	34	100	-	-
العربية والإنجليزية	-	-	-	-
المجموع	38		134	

يبين الشكل السابق اعتماد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية على استخدام اللغة الإنجليزية بنسبة 100٪، وهو ما يتفق مع دراسة Sheafer من اتجاه الدبلوماسية العامة الفلسطينية إلى الاعتماد على اللغة الأجنبية لكشف جرائم إسرائيل إلى العالم الغربي، وذلك لأن الغرض هو مخاطبة الجماهير الأجنبية التي لا تعلم السياسة الإسرائيلية في

التعامل مع الفلسطينيين، وخاصة في قضية حي الشيخ جراح والحرب على غزة، بهدف فضح الأكاذيب الإسرائيلية فيما يتعلق بتلك القضية، كما أن الجماهير العربية تدرك منذ عقود طويلة مدى الانتهاكات التي يواجهها الشعب الفلسطيني، والمعاناة التي يتكبدها نتيجة المعاملات السيئة من إسرائيل، خاصة فيما يتعلق بتهجير الفلسطينيين وإقامة مستوطنات إسرائيلية، أما على الجانب الإسرائيلي، فقد اعتمدت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على اللغة العربية بنسبة 100٪، وذلك لأنها تخاطب الشعوب العربية لتوجيه رسائل إقناعية فيما يتعلق بقضية الحرب على غزة.

ثانيا-القوالب الفنية المستخدمة

جدول (3) القوالب الفنية المستخدمة في الصفحات محل الدراسة

شكل المادة المنشورة	اسم الصفحة / القالب الفنى للمادة	الدبلوماسية العامة الفلسطينية		إسرائيل تتكلم بالعربية	
		ك	٪	ك	٪
صورة	صورة ونص	38	60.5	79	58.9
	صورة مفردة	–	–	–	–
	فيديو	15	39.4	12	8.9
نص مفرد مكتوب	خبر مكتوب	–	–	29	21.6
	مادة رأي	–	–	14	10.4
	قصة إخبارية	–	–	–	–
إجمالى المواد		38	100	134	100

يبين الجدول السابق اعتماد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية على الصورة بشكل رئيس مع وجود نص مصاحب بنسبة 60.5٪ في المقام الأول، يليها الفيديوهات بنسبة 39.4٪، وذلك لأهمية الصورة في التعبير عن الحقائق التي تسعى الدبلوماسية العامة الفلسطينية لكشفها للجمهور، أما فيما يتعلق بصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، فقد تنوعت القوالب الفنية، وإن كان في المقام الأول الصورة والنص بنسبة 58.9٪ يليها المنشور المكتوب بنسبة 21.4٪، وفي المرتبة الثالثة مواد الرأي بنسبة 10.4٪، وذلك لأن الصفحة الإسرائيلية تهتم أيضًا بالصورة في تقديم وجهة نظرها المتعلقة بالأزمة الرائجة، لكنها اعتمدت أيضا على المنشور المكتوب فقط غير المصاحب للصورة، وذلك لتغطية الأخبار

السريعة التي لم يتسن الحصول على صور تابعة لها، إضافة إلى مواد الرأي التي تحتوي على التعليقات من الصفحة التي لا تصاحبها أيضًا صورة.

ثالثًا: الأبعاد الشكلية للحوار في صفحات الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية محل الدراسة على Facebook.

يشير ذلك المحور إلى التعرف على مدى حرص الفاعلين الحكوميين في مجال الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على تطبيق الأبعاد الأربعة التي اقترحها Kent & Taylor[26]، المتمثلة في: تقديم معلومات مفيدة للجمهور، والحفاظ على زوار الصفحة، وتشجيعهم على زيارتها، وإقامة حلقة نقاش معهم.

وفي هذا الإطار، أظهرت الدراسة تطبيق الصفحات محل الدراسة للأبعاد الثلاثة للحوار المتعلقة بتقديم معلومات مفيدة للجمهور، والحفاظ على زوار الصفحة، وتشجيعهم على زيارتها، لكنها لم تلتزم بالبعد الرابع المتعلق بإقامة حلقة نقاش Dialogue Loop مع المستخدمين للصفحة، وهو الأمر الذي تعاني منه أغلب الصفحات الرسمية الحكومية التي تكتفي فقط بتقديم المعلومات، لكنها لا تسعى إلى طرح التساؤلات على الجمهور بغرض التعرف على اتجاهاتهم في بعض القضايا والأزمات، خاصة في بعض القضايا الحساسة، التي يمكن من خلالها رسم السياسات التي ينبغي على الدولة اتباعها في مثل تلك القضايا، خاصة مع العدد الهائل من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذي أصبح يزداد بشكل يومي.

رابعًا: تحليل مضمون صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية في فضاء Facebook

-أطروحات الخطاب

جدول (4) نسب وتكرارات الأطروحات الفرعية لخطاب الدبلوماسية العامة الإسرائيلية

أطروحات صفحة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية	خطاب الدبلوماسية العامة الإسرائيلية	
	ك	٪
الحرب النفسية	10	7.4
تعرض إسرائيل للاعتداءات	12	8.9
المقارنة بين حماس وإسرائيل	16	11.9
دعم الدول العربية لإسرائيل	15	11.1
دعم إيران لحماس	8	5.9
سعى حكومة إسرائيل وشعبها للسلام	12	8.9
استهداف حماس المدنيين الفلسطينيين	12	8.9
حرص إسرائيل على أرواح المدنيين	3	2.2
نداء إسرائيل بحقها التاريخى في الأرض	2	1.4
استهداف حماس المدنيين الإسرائيليين	16	11.9
تقويض الأنشطة العسكرية لحماس	2	1.4
اختباء قيادات حماس	6	4.4
المساعدات الإنسانية	1	0.74
أيدلوجية حماس	2	1.4
إنسانية إسرائيل	3	2.2
حماس السبب في الحرب	8	5.9
استهداف إسرائيل للمدنيين	2	1.4
الدفاع عن النفس	4	2.9
المجموع	134	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه بالنسبة لمنشورات صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، فكانت تتمركز بشكل رئيس حول الحرب الدائرة بين الكيان الإسرائيلي وحركة حماس بصفة خاصة والشعب الفلسطيني بصفة عامة، لذلك كانت هناك مجموعة من الأطروحات الفرعية يمكن عرضها كالآتي:

-جاءت الأطروحة الفرعية "**الحرب النفسية**"، فقد كان الهدف الرئيس من تلك الأطروحة التأثير على الروح المعنوية للمقاومة الفلسطينية خلال حربها الدائرة مع إسرائيل، فقد وصلت المنشورات المتعلقة بالحرب النفسية (10) منشورات بنسبة 7.4٪؛ معتمدة على توظيف بعض الإستراتيجيات، مثل إستراتيجية رد الفعل التي ظهرت في (4) منشورات، وإستراتيجيات الهجوم المضاد التي ظهرت في عدد (2) من المنشورات، كذلك إستراتيجية **تخطى الأضرار** التي ظهرت أيضاً في منشورين، كذلك تحويل اللوم إلى الآخر التي سادت في منشورين، وفي إطار ذلك اعتُمد على بعض التكتيكات التي من خلالها يمكن توصيل رسائل إلى المقاومة والشعب الفلسطيني، وذلك كما يلي:

اعتمدت الصفحة على تكتيكي "**استعراض القوة ولعبة الأرقام**"، اللذان كأنا متلازمين عند التحدث عن القبة الحديدية، إذ ترى إسرائيل أنها كانت حائط الصد ضد صواريخ حماس، وتقول الصفحة: "منظومة القبة الحديدية اعترضت 90٪ من الصواريخ، حيث أطلقت حماس 3150 صاروخًا، أطلقها الإرهابيون من غزة تجاه إسرائيل في الأيام السبعة الأخيرة، مما يعني 450 صاروخًا كل يوم"، في إشارة إلى ضخامة أعداد الصواريخ التي تطلقها حماس بشكل مستمر على **المدنيين الإسرائيليين**، وهي من الأطروحات الفرعية التي يأتي الحديث عنها لاحقًا بشكل منفرد.

كذلك في منشور بتاريخ 9 مايو، في إطار استعراض قوة إسرائيل العسكرية تقول الصفحة: "القبة الحديدية التي طورتها إسرائيل تتصدى لصواريخ الإرهاب بنسبة نجاح 80-90٪".

ولاحظ الباحث أن الصفحة في إطار الحديث عن التفوق العسكري الإسرائيلي على حماس، اعتمدت على توظيف الصورة لتبين قدرة القبة الحديدية على التصدي وإسقاط صواريخ حماس، واستخدمت الصورة في جميع المنشورات المتعلقة بالقبة الحديدية، معززة ذلك بالأرقام كدليل منطقي أن صواريخ حماس لم تحقق أهدافها في النيل من إسرائيل أو تحقيق أضرار جسيمة بها.

لكن الصور لم تكن الأداة الوحيدة المستخدمة في حرب إسرائيل النفسية، بل اعتمدت الصفحة على توظيف الكاريكاتير من خلال تكتيك **المقارنة** الذي استخدم في (3) منشورات واردة من الصفحة، إذ يقول منشور بتاريخ 4 مايو: "انتصار حماس الوهمي عن بعد بمعزل عن المآسي التي يعيشها سكان غزة"، في إشارة إلى الدمار الذي تعاني منه غزة نتيجة تلك الحرب الدائرة بين حماس وإسرائيل، وتبين الصورة القادمة التي اعتمدت على

الكاريكاتير لتصوير تلك المعاناة في غزة في مقابل قادة حماس الذين يتنعمون في منتجعات الدوحة السياحية.

صورة رقم (1) قادة حماس والشعب الفلسطيني[27]

واعتمدت الصفحة أيضاً على تكتيك "**التشكيك والتكذيب**" في انتصار حماس، حيث تقول في منشور بتاريخ 21 مايو: "وضع المواطن الغزي من سيء إلى أسوأ في أعقاب صولات وجولات حماس"، معززة ذلك بالكاريكاتير الذي يسخر من قادة حماس، ويظهر فيه أحد عناصر حماس من أحد الأنفاق وهو يقول: "انتصرنا"، لكن في المقابل مواطن من غزة يقول: "شبعنا شعارات، حكيت هالحكي في 2008 و2012 و2014"، في إشارة إلى أن حماس لم تستطع تحقيق أي انتصار على إسرائيل في تلك الفترات التاريخية التي زعمت حماس أنها انتصرت فيها، فالشاهد أن الشعب الفلسطيني هو المتضرر من تلك الحرب، حيث دمرت ممتلكاته ومنازله.

ولزيادة تعميق الحرب النفسية الموجهة إلى حماس، اعتمدت الصفحة على تقديم تقرير مصور نُشر في 18 مايو يتضمن "**الاستشهاد بآراء المواطنين العاديين**"؛ استخدم في (3) أخبار متعلقة بالحرب النفسية في إسرائيل لإظهار أن الحرب الدائرة والصواريخ الحمساوية لم تنل من عزيمتهم، إذ يقول أحدهم: "الصواريخ أصبحت شيئًا عاديًا بالنسبة لنا، وأننا نحتوي هذا الأمر ونعلم كيف نواجهها، وهو لا يسبب لنا الرعب"، ويقول آخر في التقرير نفسه: "الصواريخ هي كالحبوب التي تسقط من السماء ولا نوليها أي اهتمام".

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة على توظيف تكتيك **التحدي** الذي استخدم في خبر واحد ينص على: "على الرغم من كل التحديات نحن هنا من أجل النماء والازدهار ضد محور الشر".

-وفيما يتعلق بأطروحة "**دعم الدول العربية لإسرائيل**"، التي كانت بنسبة 11.2٪ من إجمالي المنشورات التي حُللت في صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، فقد حاولت الصفحة إبراز الدعم المقدم من الدول العربية لإسرائيل في حربها الدائرة ضد حماس، معتمدة على توظيف **إستراتيجية التعزيز والتدعيم** التي استخدمت في جميع المنشورات المتعلقة بدعم الدول العربية تجاه إسرائيل وجهودها لمحاربة التنظيم الإرهابي المتطرف من وجهة نظر الصفحة.

وفي هذا السياق، حاولت الصفحة توظيف بعض التكتيكات من أهمها "**القوة الداعمة**" الذي تقدمه الصفحة لمن يحاول إظهار الدعم للكيان العبري، واستُخدم أيضاً في جميع المنشورات المتعلقة بدعم الدول العربية لإسرائيل، على سبيل المثال: "نحن نخوض معركة ضد الإرهاب، ونشكركم على رسائل الدعم والتضامن من كل الدول العربية"، ولاحظ الباحث اعتماد الصفحة على توظيف بعض الألفاظ التي تشير إلى التقارب المعنوي بين إسرائيل والشعب العربي، كما هي الحال في منشور بتاريخ 6 مايو 2021 "ابق قوية يا إسرائيل... رسالة دعم من إخواننا في المغرب، نشكر أصحاب الضمائر على وقوفهم مع إسرائيل"، كما نُشر خبر في اليوم نفسه تظهر فيه الصفحة دعمها لتلك النوعية من الشعب العربي التي تقف مع "الحق والحقيقة"، جاء في المنشور: "نشكر أصحاب الضمائر من دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على وقوفهم مع إسرائيل لنصرة الحق والحقيقة حيال الاستفزازات التي تقوم بها حماس والسلطة الفلسطينية".

كما اعتمدت الصفحة في إطار إبراز مدى دعم الدول العربية لإسرائيل على تكتيك **البرهنة**، الذي استُخدم في (12) منشوراً متعلق بدعم شعوب الدول العربية لدولة إسرائيل وتثمين جهودها في مكافحة ما أطلقت عليه "التنظيمات الإرهابية"، وذلك من خلال نشر تغريدات أو منشورات أو صور أفراد من الشعوب العربية تظهر دعمها ومساندتها لإسرائيل صغيراً كان أو كبيراً.

لكن الصفحة في إطار **برهنة** أن الشعوب العربية تساند إسرائيل لم تكتف فقط بالتغريدات المكتوبة، بل اعتمدت أيضاً على نشر فيديوهات مرسلة، بلغت (5) فيديوهات،

من بعض الأفراد في المغرب والعراق ومصر والجزائر؛ تظهر دعمها الواضح والصريح لإسرائيل فيما وصفته بمحاربة التنظيمات الإرهابية في المنطقة، وعلى رأسها حماس.

وعلى الرغم من أن الصفحة حاولت إظهار أنها مدعومة من الشعوب العربية إلا أن الغالبية الساحقة من التعليقات الواردة في الرد على تلك المنشورات التي تبدي دعمها لإسرائيل تنال سخرية الجمهور، أو الهجوم المضاد على إسرائيل وتصفها بأنها الدولة المحتلة التي تذيق الشعب الفلسطيني شتى ألوان العذاب، وأن كل الدعم لجهود المقاومة في غزة وفلسطين بشكل عام.

-وفيما يتعلق بأطروحة "**دعم إيران لحماس**"، فيعد من الموضوعات التي نالت اهتماماً كبيراً من الصفحة الإسرائيلية محل الدراسة، ووصلت نسبته إلى 5.9٪ من إجمالي المنشورات التي نشرت على الصفحة المتعلقة بقضية حي الشيخ جراح والحرب على غزة، موظفة في ذلك بعض الإستراتيجيات والتكتيكات.

- فقد عمدت الصفحة إلى توظيف إستراتيجية **الهجوم المضاد** الذي استخدم في خبرين، وذلك لمحاولة اتهام حماس بأنها تلك المليشيا والعصابة المسلحة المدعومة من إيران، إحدى دول محور الشر في العالم، التي تزودها بشكل مستمر بالسلاح الذي يهدد المنطقة.

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة على توظيف تكتيك "**التشابه والتقارب**" في عدد (6) منشورات؛ محاولة تأكيد وجه التشابه بين حماس ومليشيات الحوثي التي أحدثت فوضى عارمة في اليمن من خلال العمليات الإرهابية التي تنفذها.

وفي هذا السياق، استُعين بالرسوم الكاريكاتيرية في (4) أخبار وردت في تلك الأطروحة تبين أن إيران الداعم الأول لإرهاب حماس بطريقة مستمرة، على سبيل المثال: في الكاريكاتير المنشور في 5 مايو 2021م عرض صورة تشير إلى أن علم إيران، الذي يظهر على البوابة الكهربائية الموجودة على سير متحرك، وهناك بعض الأشخاص العاديين الملتزمين والمتعلمين وهم يدخلون من تلك البوابة؛ لكن يخرجون من الطرف الآخر جماعة من الإرهابيين الحاملين للسلاح تبدو عليهم علامات الشر بعد أن كانوا أناساً مسالمين، وتدل الصورة على أن إيران تفرخ الإرهابيين بشكل مستمر، وهو الذي يظهر من السير المتحرك الذي يدل على الجهود والدعم المستمر لحماس لتقديم مزيد من الإرهابيين في فلسطين.

صورة (2) صناعة إيران للإرهاب ودعمها لحماس[28]

لذلك، اعتمدت الصفحة في جميع أخبارها على تكتيك **التصنيف** الذي دأبت فيه على استخدام بعض الكلمات، مثل الحركة الإرهابية أو التنظيم الإرهابي عند الكلام عن حماس، وهو ما اتفق مع دراسة Abu Mualla فيما يتعلق بالاستخدام المتكرر لكلمات مثل إرهابية والجماعة المتطرفة عند توصيف حركة حماس.

لكن الصفحة اعتمدت أيضاً على "**إستراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر**" في (5) منشورات، في إشارة إلى أن إيران تسعى إلى تدمير الدول العربية، مستعينة ببعض التكتيكات من أهمها الاستشهاد بالشخصيات المشهورة الذي استعين به في خبر واحد متعلق بالاستشهاد بكلام الصحفي السعودي جمال الذيابي الذي يقول: "إيران تقوم باستخدام المليشيات في المنطقة، وأهمها حماس، وتقوم باستخدامها كمخلب قط".

واعتمدت الصفحة أيضاً على العزف على وتر الخوف من إيران وعلاقة الدول العربية العدائية مع تللك الدولة، من خلال تكتيك "**التخويف والتهديد**" الذي استُخدم في (5) من منشورات، في إشارة إلى أن إيران تسعى إلى السيطرة على المنطقة من خلال المليشيات التي تدعمها، مما يؤدي إلى تأليب الدول العربية على حركة حماس ووقف الدعم عنها، كما يقول أحد المنشورات: "إيران تسعى إلى تصفية خصوماتها مع قوى المنطقة بهدف زعزعة استقرارها وتهديد أمنها"، بل في التقرير المصور المنشور في يوم 6 مايو 2021م وظَّفت إسرائيل بعض الاتهامات لإيران وحماس، حيث يقول: "الدول العربية لا زالت تقوم بدفع الملايين من الدولارات من أجل القضية الفلسطينية، وفي الآخر ترتمي حماس في

أحضان النظام الإيراني المجوسي الإرهابي العدو الأول للأمة الإسلامية"، بل اعتمدت في منشور بتاريخ 6 مايو 2021م على تكتيك **التخويف المقرون بالسخرية من المشروع الإيرانى فقول:** "طريق إيران نحو القدس يمر عبر تدمير عواصم الدول العربية، فلقد أنفقت إيران عشرات مليارات الدولارات على زرع الإرهاب في دول عربية، وهي تتطلع إلى بسط ذراعها إلى القدس؛ لكن هيهات، عشم إبليس في الجنة، أطماع إيران ليس لديها حدود".

-وفيما يتعلق بأطروحة أن "**حماس هى السبب في الحرب**"، فكانت نسبتها 5.9٪ من جملة المنشورات التي حللت على صفحة إسرائيل تتحدث بالعربية، وكان الهدف توجيه اللوم إلى حماس بأنها السبب وراء الحرب الدائرة في غزة والضفة الغربية، لذلك اعتمدت الصفحة على إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر** في جميع المنشورات الواردة في تلك الأطروحة، وفي إطار ذلك اعتمدت على مجموعة من التكتيكات المتعلقة بأن حماس كانت السبب في الحرب من بينها:

اعتمدت الصفحة على توظيف إستراتيجية **الاستشهاد بالشخصيات المشهورة** في خبرين كأنا من نصيب الداعية الإماراتي وسيم يوسف من خلال تغريداته على Twitter قال فيها: "تطلق حماس صواريخ بين مساكن ومنازل الناس، وحينما يأتي الرد تتباكي حماس وتصرخ: أين العرب والمسلمين؟"، وفي هذا السياق يقول في تغريده أخرى معتمداً على ذكر بعض الأمثلة التي تبين أن العرب هم السبب في جميع المشكلات التي يعانون منها فيقول: "إسرائيل لم تكن سببا في المشاكل التي تواجه الدول العربية؛ فإسرائيل لم تمزق ليبيا أو تقتل القذافي في ليبيا، بل نحن نفعل ذلك، إسرائيل لم تمزق العراق، بل العراقيون من فعلوا بأنفسهم".

واعتمدت الصفحة أيضاً على توظيف تكتيك "**لعب دور الضحية**"، الذي ظهر في خبرين، مؤكدًا أن حماس هي من بدأت الحرب، وجاء في منشور بتاريخ 5 مايو 2021م: "تم الاعتداء علينا بدون مبرر من قبل تنظيم حماس الإرهابي الذي أطلق 4000 صاروخ على عاصمتنا ومدينتنا"، كتمهيد لتكتيك **التبرير** الذي استُخدم في عدد (3) منشورات وردت عن حرب إسرائيل على غزة: "لا دولة في العالم كانت تقف مكتوفة الأيدي عندما يتم الاعتداء بهذا الشكل الاجرامي"، ويلاحظ في مثل تلك المنشورات استخدام كلمات مثل: الإرهاب، والتنظيم الإرهابي، والعمل الاجرامي؛ لإبراز مدى المعاناة التي تتعرض لها إسرائيل، وأنه كان لا بد من استخدام القوة لرد ذلك العدوان.

لكن تحويل اللوم إلى حماس لم يكن قاصراً فقط على الهجمات العسكرية التي نفذتها، لكن حتى المناوشات التي حدثت بين المتظاهرين وشرطة الاحتلال إثر أزمة حي الشيخ جراح، التي وقعت في باحة المسجد الأقصى، فتقول: "الفلسطينيون تعرضوا للتحريض من قبل جماعات لها مصلحة في التصعيد وعلى رأسها حماس".

-وفيما يتعلق بأطروحة "**استهداف حماس للمدنيين في إسرائيل**" التي جاءت نسبة 11.9٪ من إجمالي منشورات الصفحة، مما يشير إلى تصدر تلك المنشورات جميع الأطروحات والقضايا الفرعية التي نشرتها الصفحة في تلك الفترة التي شهدت صراعاً بين الكيان الإسرائيلي وعناصر المقاومة الفلسطينية، وذلك لمحاولة إبراز القضية للعالم والوطن العربي بشكل خاص، أن حماس لا تهاجم عناصر الجيش الإسرائيلي بل تهاجم وتقتل الأبرياء من المدنيين، لذلك اعتمدت الصفحة على إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر** في جميع المنشورات الواردة المتعلقة بتلك الأطروحة، معتمدة على توظيف بعض التكتيكات وذلك على النحو التالي:

اعتمدت الصفحة في إطار معالجة قضية **استهداف حماس للمدنيين في إسرائيل** على تكتيك "**ضعف المرأة والطفل**" الذي استُخدم في عدد (5) منشورات لبيان أن حماس لا تستهدف المدنيين فقط، بل من ضحاياها الجانب الأضعف بينهم وهم الأطفال والنساء، كما هي الحال في منشور بتاريخ 7 مايو 2021م يقول: "الإسرائيلية يوم توف قتلت جراء صاروخ أطلق من غزة إلى مدينة ريشون ليستيون، حماس تطلق صواريخها لاستهداف المدنيين"، كذلك المنشور الذي نشر في اليوم ذاته، واعتمد على التكتيك نفسه، يقول: "نادين عوض فتاة عمرها 16 عاما قتلت هي ووالدها خليل بعد سقوط صاروخ من غزة على منزلها في منطقة اللد".

كما اعتمدت الصفحة في إطار العزف بشكل مباشر على وتر العواطف لدى الجمهور من خلال تكتيك "**لعب دور الضحية**"، الذي استُخدم في عدد (14) خبراً؛ لبيان أنها تتعرض لهجمات تنال من المواطنين الأبرياء العزَّل، كما هي الحال في منشور بتاريخ 5 مايو 2021م يقول: "هذه مدرسة في مدينة أشكلون في جنوب إسرائيل، دمرت المدرسة اليوم نتيجة إسقاط صاروخ تم إطلاقه من غزة".

صورة (3) تدمير إحدى المدارس نتيجةً صواريخ حركة حماس[29]

ويلاحظ من الصورة أن التدمير الذي حدث كان جزئيًا ولم تقع أية إصابات تذكر بحسب ما ذكرته الصفحة، وفي هذا السياق اعتمدت الصفحة على تكتيك "**لعبة الأرقام**" الذي استُخدم في عدد (9) منشورات لبيان حجم المخاطر التي يتعرض لها المدنيون الإسرائيليون، على سبيل المثال في منشور بتاريخ 5 مايو يقول: "أطلقت حماس 2300 صاروخ على المدن الإسرائيلية".

وفي سياق تقديم تلك المنشورات، اعتمدت الصفحة على تكتيك **التصنيف** الذي استُخدم في عدد (12) منشوراً وارتبط بحركة حماس، فقد تعمدت الصفحة استخدام منظمة حماس الإرهابية حتى في المنشورات التي لم يرد بها وجود ضحايا نتيجة الهجمات التي نفذتها حماس، كما هي الحال في منشور بتاريخ 6 مايو 2021م يقول: "أطلقت المنظمات الإرهابية عشرات الصواريخ على مدينة أورشليم وأشكلون ومدن أخرى في إسرائيل، ولم يبلغ عن وجود أي ضحايا بين المدنيين".

ويلاحظ الباحث استخدام الصفحة بعض الكلمات التي تعزز من وجهة نظرها بأن حماس تهاجم المدنيين، مثل: جريمة حرب، والإرهاب، وصواريخ حماس لا تفرق بين اليهود والمسلمين في إسرائيل، والجرائم المروعة، وغيرها من الكلمات التي تشير إلى حجم الخطر الذي يتعرض له المدنيون العزَّل في المدن الإسرائيلية.

-وفيما يتعلق بأطروحة "**سعى حكومة إسرائيل وشعبها للسلام**" التي جاءت بنسبة 8.9٪ من إجمالي المنشورات بالصفحة محل الدراسة، واستخدمت مجموعة من الإستراتيجيات في تقديم تلك الأطروحة، تمثلت في: **إستراتيجية إظهار النيات الحسنة، وإستراتيجية تخطى الأضرار**، وفي إطار ذلك، وظَّفت مجموعة من التكتيكات لإبراز أن إسرائيل وشعبها

محبون للسلام، ويرغبون في التعايش السلمي مع جيرانهم من الفلسطينيين، وذلك على النحو الآتي:

اعتمدت الصفحة على تكتيك **الصفات الإيجابية** في إطار تأكيد الصفات الإيجابية للأنا الذي استُخدم في (12) منشوراً متعلقة بذلك الإطار؛ تؤكد رغبة إسرائيل في السلام، على سبيل المثال: منشور بتاريخ 8 مايو 2021م يقول: "إسرائيل تدعو إلى السلام والتعايش مع الفلسطينيين"، وفي اليوم نفسه نُشر خبر يقول: "التعايش الموجود والمحبة التي تسود المجتمع الإسرائيلي عرب أو يهود على الرغم من التحديات".

لكن تلك الاتجاهات الإيجابية الموجودة لدى إسرائيل لم تكن فقط قاصرة على العرب الموجودين داخل المدن الإسرائيلية "الفلسطينية المحتلة"، أو ما يعرف بعرب 48، لكن إسرائيل كانت تريد الخير والتعايش السلمي للجميع، على سبيل المثال، ومن خلال تكتيك **التلطف** الذي استُخدم في (3) مواد إخبارية منشورة، منها بتاريخ 8 مايو 2021م: "الأقصى بخير، وسيظل بخير، وتقبل الله صلواتكم، إسرائيل تصون حرية العبادة لكل الأديان".

ولاحظ الباحث اعتماد الصفحة محل الدراسة على تكتيك **البرهنة** الذي استُخدم في جميع المواد المتعلقة بتلك الأطروحة من خلال استخدام المواد المرئية مثل الصور التي تبين أن إسرائيل دولة تدعو إلى السلام، وتتخذ جميع السبل التي يمكن أن تجعله يعم الجميع.

وتلك المساعي السلمية التي تدعيها إسرائيل لم تكن مقصورة فقط على الجانب الشعبي، بل أيضاً كانت إسرائيل تسعى من خلال المسار السياسي والدبلوماسي، مثل منشور بتاريخ 7 مايو يقول: "إسرائيل تثمن جميع الجهود الرامية إلى تحقيق السلام ودفع الاستقرار في المنطقة"، وفي خبر آخر نشر في اليوم نفسه يقول: "إسرائيل توجه الشكر لمصر نتيجة جهودها للتوصل إلى وقف إطلاق النار".

-وفيما يتعلق بأطروحة "**اختباء قيادات حماس**" التي بلغت 4.4٪ من إجمالي المنشورات التي حللت، فلاحظ الباحث أنه على الرغم من تطرق بعض الأطروحات الأخرى لقيادات حماس، إلى أن تلك الأطروحة ركَّزت بشكل كبير على الصفات السلبية لقادة حماس، في إطار تأكيد سلبيات الآخر، معتمدة على **تكتيك الصفات السلبية** الذي استُخدم في (4) منشورات مصحوبة بالصور؛ تشير إلى تفضيل حماس رفاهية قادتها على حساب المواطنين في غزة، مبرهنة على ذلك بوجود قادة حماس بشكل مستمر في فنادق ومنتجعات دولة قطر، وفي هذا السياق لجأت الصفحة الإسرائيلية إلى تكتيك **السخرية**

الذي وُظف في مادتين اتصاليتين مصحوبتين برسوم كاريكاتيرية، كما هي الحال في منشور بتاريخ 17 مايو اعتمد على رسم كاريكاتيري تحت عنوان **هذا هو جهاد الفنادق.**

صورة (4) جهاد الفنادق عند قادة حماس[30]

-أطروحة "**إنسانية إسرائيل**"، بلغت نسبتها 2.2٪ من إجمالي المنشورات التي حللت على الصفحة محل الدراسة، وارتبط هذا الإطار بالإطار السابق في تأكيد الصفات الإيجابية للأنا"، إلا أن تلك الأطروحة حاولت التركيز على الجانب الإنساني الرحيم في إسرائيل كما تدعي، لذلك اعتمدت الصفحة على توظيف **إستراتيجية إظهار النيات الحسنة**" التي استُخدمت في جميع المنشورات المتعلقة بتلك الأطروحة.

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة في تقديم أخبار تلك الأطروحة على الجانب العاطفي، مستخدمة مجموعة من التكتيكات، شملت **الصفات الإيجابية** التي استُخدمت في (3) أخبار لإبراز الجوانب الإنسانية الرحيمة في إسرائيل، كما هي الحال في منشور بتاريخ 4 مايو 2021م يقول: "لولا القيم الإنسانية الموجودة في إسرائيل لغرقت البشرية في الظلام"، كما استخدمت ذلك التكتيك في منشور بتاريخ 6 مايو 2021م يقول: "ندعو بعد خروج الملايين من صلاة الجمعة أن يحل السلام لنعيش بعيدا عن آلام الحروب والخلافات والنزاعات".

ولم تقتصر الصفحة على استخدام بعض المصلحات الدينية، مثل صلاة الجمعة وغيرها، في إشارة إلى التودد إلى الفلسطينيين، لكنها اعتمدت على نشر صور قديمة لأحد الجنود يصلح دراجة أحد الأطفال الفلسطينيين، كما هو موضح في الصورة التالية تحت خبر نشر في 29 مايو 2021م: "بارك الله في يد امتدت لترسم السعادة على وجه أحد الأطفال".

صورة (5) جندي إسرائيلى يساعد طفلًا فلسطينيا[31]

ولاحظ الباحث أن إسرائيل حاولت رسم صورة لإنسانيتها، وأنها الدولة الرحيمة، ليس على شعبها فقط، بل أيضا حتى مع الفلسطينيين، فتقدم لهم يد العون، حتى الجندي الذي وظيفته حمل السلاح يقدم هو الآخر يد العون والمساعدة للأطفال.

-أطروحة **المقارنة بين حماس وإسرائيل**، وهي تعد من أكثر الأطروحات التي تناولت عديدًا من المنشورات التي حللت، ووصلت نسبتها إلى 11.9٪ من المنشورات التي نشرتها الصفحة، وعمدت إلى إجراء مقارنة مباشرة بين الإستراتيجيات البناءة والمفيدة للمجتمع التي تنتهجها إسرائيل والإستراتيجيات والخطط التي تقوم بها حماس التي من خلالها يدمر الوطن، لذلك اعتمدت الصفحة على توظيف **إستراتيجية التمييز والاختلاف** في جميع المنشورات التي تم تحليلها، المتعلقة بتلك الأطروحة، مستعينة بمجموعة من التكتيكات على النحو الآتي:

اعتمدت الصفحة على تكتيك **المقارنة** التي برزت في (16) منشوراً تم تحليلها، وذلك بغرض إبراز الجوانب الإيجابية للأنا، والمقصود بها إسرائيل، في مقابل إظهار الجوانب السلبية للآخر، والمقصود به حماس، مستعينة في ذلك باستخدام المواد المرئية التي شملت الصور والكاريكاتير، كما هي الحال مع الكاريكاتير المنشور في 13 يونيو 2021م تحت عنوان: "أى الخيارين سيعود على الإنسان بالخير والبركة؟".

صورة (6) مقارنة بين حماس وإسرائيل في زرع الكراهية والحب[32]

ويلاحظ في الكاريكاتير السابق، أن الصفحة حاولت إجراء مقارنة بين الفريقين، فإسرائيل تملأ أفكار أطفالها بالحب الذي من خلاله يرغبون في السلام والتعايش السلمي، بل ينعكس على شخصيته التي تصبح شخصية طيبة مسالمة، في المقابل، الجانب الآخر الذي يغذى بالكراهية والحقد، فتكون النتيجة شخصاً يحمل الحقد والكراهية، يرغب في التدمير، الذي يظهر من كتلة النار التي تخرج من يده، في إشارة إلى ذلك، مع استخدام اللون الأحمر في إشارة إلى مدى خطورة الشخص الذي يسعى إلى التدمير والإحراق، لذلك كان اللون الأحمر مناسباً لتلك الشخصية.

بل إنها عمدت إلى استخدام كلمات مثل: ثقافة الحياة، وثقافة الموت، في منشور بتاريخ 26 مايو 2021م، مستخدمة تكتيك المقارنة في عرض الصور التي تبرهن على ثقافة إسرائيل مع شعبها الذي تشجعه على العلم والحياة، وثقافة الموت التي تعلم أبناءها حمل السلاح منذ نعومة أظافرهم كما في الصورة الآتية.

صورة (7) مقارنة بين ما ثقافة الحياة والموت لدى إسرائيل وحماس[33]

لكن أسلوب المقارنة تعداه ليشمل جوانب متعددة، منها على سبيل المثال، منشور بتاريخ 12 مايو 2021م ذهب لإجراء مقارنة واختلاف بين حماس وإسرائيل في تعاملها مع الجمهور، فإسرائيل تحمي المواطنين في غزة، وتحرص على أرواحهم، فعندما تريد قصف أحد المباني السكنية تنذر المواطنين قبل تدمير المبنى، لكن في المقابل، تتخذ حماس من المواطنين دروعا بشرية، وتستهدف المواطنين الأبرياء في المدن الإسرائيلية".

ولم تعتمد الصفحة على المنشورات المكتوبة، بل اعتمدت على التقارير المصورة إلى استُخدمت في (4) منشورات لتبين الجوانب السلبية والإيجابية في حماس وإسرائيل على

الترتيب، ففي التقرير المنشور يوم 18 مايو 2021م، الذي اعتمد على بيان الصفات الإيجابية لإسرائيل مقابل الصفات السلبية لحماس، مستخدماً الأسلوب البلاغي في (6) منشورات متعلقة بتلك الأطروحة تحت عنوان: إلى **أي جانب أنت**، فاستخدم صيغة الاستفهام في عنوان التقرير الذي ذهب إلى التركيز على الصفات السلبية للآخر مقابل عرض الصفات الإيجابية للأنا، ويقول التقرير: "حماس تقوم بقمع الحريات وتضطهد المرأة وتستخدم المدنيين كدروع بشرية، وتقوم بخنق المعارضة السياسية وتضطهد مثليي الجنس، وتضطهد الأقليات الدينية، وتقوم بشكل متعمد باستهداف المدنيين الأبرياء، أما إسرائيل فهي على العكس من ذلك، فهي تؤمن بالديمقراطية، وتؤمن بالتنوع الاجتماعي، وتقدس الحياة، وتؤمن بالمساواة بين الجنسين، وتقوم ببناء ملاجئ للمدنيين، وتتجنب المساس بالمدنيين الأبرياء".

ولاحظ الباحث أن إسرائيل ذهبت إلى تعديد المزايا التي تثبت اختلافها وتميزها عن حماس، حتى إن كانت تلك الأمور لا تتفق مع عقيدة العالم الإسلامي، مثل حماية المثليين "الشواذ"، إذ ترى إسرائيل أن عدم اعتراف حماس بتلك الفئة يعد عيباً؛ لكن الواقع أن تلك ميزة ليس موجودة فقط لدى حماس، بل للعالم الإسلامي أيضاً الذي لا يعترف بمثل تلك الأمور التي تتعارض مع مبادئ الدين الإسلامي.

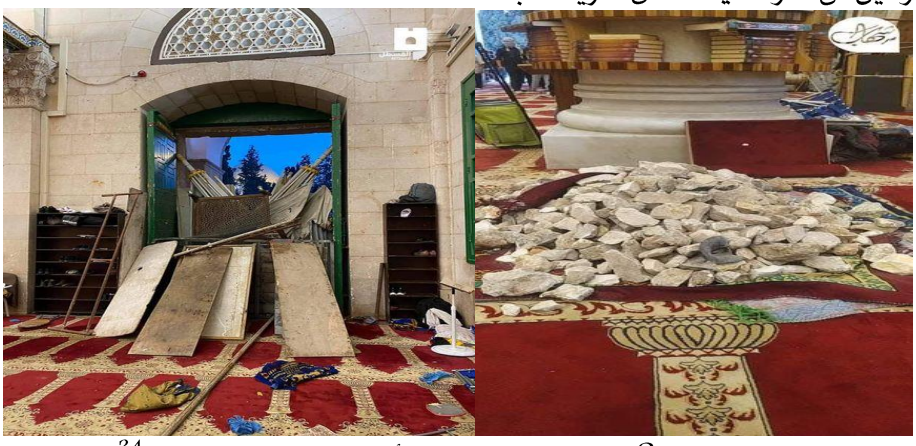
-وفيما يتعلق بأطروحة "**تعرض إسرائيل للاعتداءات**"، فقد بلغت نسبتها 8.9٪ من إجمالي المنشورات التي حللت على الصفحة الإسرائيلية، معتمدة على مجموعة من الإستراتيجيات، من أهمها: **تحويل اللوم إلى الآخر، ورد الفعل، وتقليل حجم الخسائر**.

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة على مجموعة من التكتيكات من بينها: "**دور الضحية**" الذي استُخدم في (3) مواد إخبارية تشير إلى تعرض إسرائيل للعدوان من قبل الفلسطينيين، إذ تتعرض الشرطة الإسرائيلية لاعتداء المتظاهرين الفلسطينيين، وفي هذا الصدد اعتمدت الصفحة على استخدام تكتيك "**الاستهجان**"، الذي استُخدم في (8) مواد إخبارية، واستخدمت الصفحة هذا التكتيك لإنكار وتوبيخ ما يقوم به الشعب الفلسطيني ضد إسرائيل وشرطتها، على سبيل المثال في منشور بتاريخ 8 مايو 2021م: "للأسف الاستعدادات لليلة القدر التي تضاهي ألف شهر تأخذ منحى جديداً في باحة الحرم القدسي هذه الليلة، مع تكديس المشاغبين الفلسطينيين الحجارة لإطلاق نسخة جديدة من أعمال الشغب".

بل إنها في منشور بتاريخ 10 مايو 2021م استخدمت فيديو في منشور لتثبت من خلاله تعرضها للاعتداء من قبل الفلسطينيين، فتقول: "ابحثوا عن الحق، وابتعدوا عن الكذب والتحريض، شاهدوا.. مشاغبون فلسطينيون رشقوا في القدس مركبة بالحجارة بغية قتل ركابها الإسرائيليين مما دفع السائق إلى فقدان السيطرة على مركبته".

وفي المقابل، نجد إسرائيل مقابل تلك الأفعال اعتمدت على استخدام **الصفات الإيجابية** في (5) مواد إخبارية متعلقة بتلك الأطروحة تبين أن إسرائيل ملتزمة بحماية جميع المصلين وإعادة الهدوء إلى الأماكن المقدسة.

ولاحظ الباحث في تحليل تلك الأطروحة أن الصفحة الإسرائيلية حاولت التركيز على سلبيات الآخر، مستخدمة تكتيك **البرهنة** في (4) مواد اتصالية، مؤكدة أن الشعب الفلسطيني لا يحترم المقدسات الدينية، ومن بينها المسجد الأقصى، فقد حوَّل المتظاهرون ساحة المسجد إلى ساحة قتال، بل وصل بهم الأمر إلى إحراق الأشجار الموجودة داخل الحرم وتدنيس المسجد، كما في الصور الآتية، مستخدمة بعض الكلمات في منشور بتاريخ 10 مايو 2021م: "هذا التصرف خيانة الأمانة في الحفاظ على قدسية الحرم.. من المؤسف والمخزي أن نرى هذا الكم من الحجارة في الحرم القدسي الشريف فجر اليوم، حصيلة الاستفزازات التي تقوم بها فئة من الأقلية الفلسطينية التي تخدم الإرهاب على حساب الأغلبية في شهر رمضان المبارك، شهر التقرب من اللّه وعمل الخير والإحسان. إسرائيل لن تفرط في ضمان حرية العبادة".



صورة (8) استخدام المسجد الأقصى في أعمال الشغب[34]

-وفيما يتعلق بأطروحة **استهداف حماس للفلسطينيين** فبلغت نسبتها 8.9٪ من إجمالي المنشورات التي تم تحليلها في الصفحة الإسرائيلية محل الدراسة، مستعينة بإستراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر في الأضرار التي تقوم بها حماس في حق الفلسطينيين.

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة على مجموعة من التكتيكات شملت: "**الصفات السلبية**" في (4) مواد اتصالية للإشارة إلى أفعال حماس التي تضر بالشعب الفلسطيني والمقدسات، منها على سبيل المثال ما نُشر في 7 مايو 2021م: "إطلاق 7 صواريخ من غزة إلى القدس، حماس أطلقت الصواريخ على ثالث الحرمين وأولى القبلتين". كما هي الحال في منشور بتاريخ 8 مايو اعتمد على تكتيك "**الأرقام**" يقول: "حماس أطلقت 3500 صاروخ سقط منها 350 داخل قطاع غزة، مما أدى إلى مقتل فلسطيني"، بل إنها استخدمت "**الأسلوب اللغوي**" في خبرين يتعلقان بتلك الأطروحة، كما هي الحال في منشور بتاريخ 12 مايو يقول: "صواريخٍ حماس لا تميز بين اليهود والفلسطينيين"، واستخدم المنشور أسلوب النفي بـ"لا" مشيرا إلى أن صواريخ حماس عمياء لا تفرق بين الناس، بل تطال اليهود والعرب على حد سواء.

واعتمدت الصفحة على تكتيك **الاستشهاد بشخصيات مشهورة** الذي ظهر في (3) مواد اتصالية، ففي منشور بتاريخ 18 مايو 2021م استشهدت بالكاتب السعودي عبد الله بن جاد العتيبي تحت عنوان "حماس يخربون بيوتهم بأيديهم مرة أخرى"، فيقول: "حماس تحب أن يسقط قتلى وضحايا فلسطينيون حتى تستدر التعاطف العربي والإسلامي والدولي وتحوله رصيدا سياسيا وماليا للحركة لا للشعب الفلسطيني"، في إشارة إلى سوء نية حماس وأنها لا تتورع أن تقتل بني جلدتها من أجل كسب التعاطف العربي والإسلامي حتي يمدوها بالمال الذي يستفيد منه قادتها لا الشعب الفلسطيني.

لكن الخسائر البشرية لم تكن هي الوحيدة نتيجة صواريخ حماس، بل كانت هناك أضرار مادية، فيستطرد المنشور: "حماس دمرت البنية التحتية لغزة، بل إن حماس قامت بإغلاق محطة تحلية المياه لاستغلال الكهرباء لخدمة أهدافها الإرهابية".

-وفيما يتعلق بأطروحة **الدفاع عن النفس**، فقد بلغت نسبتها 2.9٪ من المنشورات التي تم تحليلها على الصفحة الإسرائيلية، وفي تلك الأطروحة حاولت إسرائيل إظهار أنها تدافع عن نفسها، معتمدة على توظيف إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر**، وذلك إشارة إلى أن حماس هي من بدأت العدوان وما تقوم به إسرائيل مجرد الدفاع عن النفس ضد العدوان.

وفي هذا السياق، حاولت الصفحة الإسرائيلية استخدام بعض التكتيكات، من بينها "**لعب دور الضحية**" الذي استُخدم في خبرين، ففي منشور بتاريخ 9 مايو 2021م يقول: "صاروخ كل 3 دقائق تطلقه حماس على المدن الإسرائيلية"، بل إن المنشور الذي نشر في 11 مايو 2021م اعتمد على حديث رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو وهو يقول: "نخوض حربا على أكثر من جبهة، في القدس وغزة وفي أماكن أخرى في البلاد من قبل التنظيمات الإرهابية التي تجاوزت صواريخها الخط الأحمر، وأصبحت تصل إلى ضواحينا"، وهو ما اتفق مع دراسة Pasquali في اعتماد صفحة الدبلوماسية العامة الإسرائيلية على مصادرها الداخلية، سواء كانت تابعة للصفحة أو للمسؤولين الإسرائيليين.

وفي المقابل، وظَّفت الصفحة تكتيك **التخويف والتهديد** الذي استُخدم في مادتين اتصاليتين، ففي منشور يوم 9 مايو 2021 تقول الصفحة: "لم نرد التصعيد، ولكن من أراد التصعيد سيعرف مدى قوة ذراعنا... لن نتسامح مع استهداف أراضينا وعاصمتنا ومواطنينا، من يعتدي علينا سيدفع ثمنا باهظا"، بل إن الصفحة ذهبت إلى استخدام تكتيك "**الأطر الدينية**" عندما استشهدت بسورة الفيل عندما قصف جيش الاحتلال الإسرائيلي أهدافا لحماس رداً على الهجمات الصاروخية التي أطلقتها حماس قائلة: "هذا تذكير بقدرة الله على نصرة أصحاب الحق على الباطل، سيما وأن حماس هي ذراع إيران التي تريد إشعال المنطقة"، مستعينة بتلك الصورة التي تشير إلى تدمير أهداف لحماس، وهو ما يتفق مع دراسة Kuan ودراسة **آلاء فوزي السيد**، من اتجاه إسرائيل إلى توظيف الأطر الدينية كوسيلة إقناعية للجمهور من خلال الربط بين الإطار والجانب الديني والفكرة التي تسعى إلى الترويج لها.

صورة (9) تدمير أهداف لحماس[35]

- أما فيما يتعلق بأطروحة **أيدولوجية حماس**، التي بلغت نسبتها 1.4٪ من إجمالي المنشورات التي تم تحليلها على الصفحة الإسرائيلية، فحاولت من خلالها بيان الفكر الذي يسيطر ويحكم عمل حركة حماس والجانب الفلسطيني بشكل عام، وأنها لا تريد السلام، بل يسعى الفلسطينيون فقط إلى تدمير الجانب الآخر وزعزعة الاستقرار في المنطقة، لذلك اعتمدت الصفحة على توظيف إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر**.

وفي هذا السياق، اعتمدت الصفحة على مجموعة من التكتيكات، شملت **الاستشهاد بالشخصيات المشهورة**، الذي ظهر في مادة اتصالية واحدة من كلام الرئيس المصري الراحل مبارك، الذي رأى أن فلسطين كانت ترفض التوقيع على اتفاق المبادئ المتعلق بمعاهدة كامب ديفيد، فلو وقَّعت على تلك الاتفاقية ما استطاعت إسرائيل بناء مستوطنات جديدة داخل حدود 1967م، ويستطرد التقرير معتمدًا على تكتيك "**أفعل التفضيل**" أن أكثر ما يبرع فيه القادة الفلسطينيون هو تفويت الفرص لإحلال السلام في المنطقة".

لكن في منشور بتاريخ 18 مايو 2021 اعتمدت على تأكيد الجوانب السلبية للآخر، موظفة تكتيك **الصفات السلبية** الذي يقول: "للمرة الرابعة على التوالي حماس تقوم بإطلاق صواريخ نحو مدنيين إسرائيليين، وهي تدرك أنها تعرض المدنيين للخطر معتمدة على المواطنين في غزة، الذين تعتمد عليهم كدروع بشرية، فهذا هو الجنون بعقله، وذلك لأن أهم بند في ميثاق حماس هو إبادة إسرائيل مهما كلف الأمر من ضحايا، وهذا يعود للأيدولوجية التكفيرية التي تسخر الإرهاب لتحقيق أهدافها، فحماس صنعت أفكارها من منظمة الإخوان الإرهابية التي تعتبر في الدول العربية تنظيما إرهابيا".

ولاحظ الباحث أن الصفحة الإسرائيلية حاولت إظهار حماس وفلسطين بشكل عام في صورة سلبية من خلال أفكارها التي تسعى إلى تحقيقها مهما كلَّف الأمر من ضحايا، مما يؤدي إلى قطع المساعدات المالية التي تقدمها الدول العربية لحماس، التي من خلالها تدافع عن نفسها ضد هجمات إسرائيل.

-وفيما يتعلق بأطروحة "**تقويض الأنشطة العسكرية لحماس**"، فقد بلغت نسبتها 1.4٪ من إجمالي المنشورات التي تم تحليلها، معتمدة على إستراتيجية **التعزيز والتدعيم**، التي من خلالها وُظفت مجموعة من التكتيكات من أهمها **القوة الداعمة**، التي استُخدمت في مادتين اتصاليتين، تمثلت في تصريحات وزير الخارجية الإسرائيلي من القاهرة مع إظهار صورة ذلك اللقاء، حيث قال وزير الخارجية الإسرائيلي: "مصر وإسرائيل لن يسمحا بوضع تتمكن منه حماس من إعادة قوتها العسكرية، حيث تقوم إسرائيل ومن خلال

عمليتها العسكرية حامي الأسوار التي من خلالها يتم التصدي لجميع الجهود التي تقوم بها حركة حماس الإرهابية لزعزعة الاستقرار الإقليمي"، كما اعتمدت الصفحة على إبراز المنشور المتعلق بزيارة رئيس المخابرات العامة المصرية عباس كامل إلى رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو، الذي قال إنه "تم الاتفاق على عدم تعزيز حماس لقدرتها العسكرية، ومنعها من استخدام الموارد التي ستوجه مستقبلا لدعم سكان قطاع غزة".

-الأطروحة المتعلقة **بالمساعدات الإنسانية**، التي بلغت نسبتها 0.74٪ من إجمالي المنشورات، وذلك في إطار تأكيد **إيجابيات الأنا**، بالاعتماد على **تكتيك الصفات الإيجابية** الذي ظهر من خلال سماح إسرائيل للمساعدات الإنسانية بالدخول إلى قطاع غزة.

-أطروحات الخطاب المتعلقة بالدبلوماسية العامة الفلسطينية

جدول (5) النسب والتكرارات للأطروحات الفرعية لمضمون الدبلوماسية العامة الفلسطينية

أطروحات الخطاب	خطاب الدبلوماسية العامة الفلسطينية	
	ك	٪
انتهاك حقوق الإنسان	11	28.9
إرهاب إسرائيل	3	7.8
قتل وتشريد الأطفال والأسر	15	39.4
قصف المنازل بغزة	2	5.2
مصادرة الأراضى الفلسطينية	2	5.2
الدعم الدولى لفلسطين	1	2.6
صمود أهل غزة	4	10.5
المجموع	38	100

وفيما يتعلق بالأطروحات الفرعية التي تم تحليلها في صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، فقد تصدرت **قتل وتشريد الأطفال والأسر** الموضوعات التي قدمتها صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية بنسبة 39.4٪ من إجمالي القضايا الفرعية التي رُصدت، وقد اعتمدت الصفحة على إستراتيجية **تحويل اللوم على الآخر**، وإستراتيجية **عدم القدرة على القيام برد الفعل**، محاولة إبراز أن إسرائيل هي السبب في إحداث وتنفيذ تلك الجرائم البشعة، مع عدم قدرتها على صد تلك الهجمات التي أودت بحياة الفلسطينيين، خاصة الأطفال الصغار، وحاولت الصفحة استخدام بعض التكتيكات التي تؤكد ذلك،

وتمثلت في تكتيك **ضعف المرأة والطفل** الذي استُخدم في (10) مواد اتصالية مصحوبة بمواد مرئية تمثلت في الصور والفيديوهات التي تشير إلى استهداف قوات الاحتلال للأطفال والصغار، ففي منشور بتاريخ 10 مايو 2021م: "لقد قتلت قوات الاحتلال الفلسطينيين بوحشية، من بينهم 9 أطفال، فبينما تخطط العائلات للاحتفال بالعيد ينتهي بهم الأمر بالتخطيط لجنازات أحبائهم"، وفي منشور بتاريخ 23 مايو 2021م: "قتل الاحتلال الإسرائيلي في أحد عشر يوماً 230 فلسطينيا من بينهم 65 طفلًا بكل وحشية"، ولاحظ الباحث اعتماد الصفحة على توظيف الكلمات التي تشير إلى طريقة تعامل إسرائيل مع الفلسطينيين، مثل: وحشية، وهمجية، وبربرية، إضافة إلى توظيف العناصر المرئية التي تؤكد تعمد جنود الاحتلال استهداف جميع العناصر الفلسطينية حتى ولو كان صغيرا.

كما اعتمدت الصفحة على توظيف تكتيك **الصفات السلبية** في إطار تأكيد الصفات السلبية للآخر في (8) مواد اتصالية اعتمدت أيضاً على توظيف العناصر المرئية، ففي منشور بتاريخ 19 مايو 2021م جاء فيه: "حتى لو كنت موجود داخل منزلك فأنت لست بمأمن من الهجوم البربري لقوات الاحتلال الإسرائيلي، التي قامت بإصابة طفلة فلسطينية برصاص مطاط من داخل منزلها في حي الشيخ جراح".

كما اعتمدت الصفحة في عرض تلك الأطروحة على تكتيك **الضحية** الذي استُخدم في مادتين اتصاليتين منها منشور بتاريخ 19 مايو 2021م ذكر: "نأمل أن ينجينا الله من تلك المعاناة، ونأمل الصحة والسلامة لمن يتألمون، ونأمل السلام لمن رحلوا، ونأمل أن تنتهي تلك الأيام التي كسرت وسحقت قلوب الأبرياء".

-وفيما يتعلق بأطروحة **انتهاك حقوق الإنسان** التي وصلت نسبتها 28.9٪ من القضايا، وطرحتها صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية من خلال الاعتماد على إستراتيجية **تحويل اللوم على الآخر**، وحاولت الصفحة بيان قيم جنود الاحتلال والمستوطنين اليهود من انتهاك حقوق الفلسطينيين في جميع مناحي الحياة، على الرغم من ادعاء إسرائيل المتكرر بأنها تحمي حقوق الشعب الفلسطيني وتكفل لهم الحرية في العبادة وفي جميع حقوقهم الحياتية، لذلك اعتمدت الصفحة في إطار تأكيد الصفات السلبية للآخر على توظيف تكتيك **الصفات السلبية** الذي استُخدم في (6) مواد اتصالية، من بينها منشور بتاريخ 24 أبريل 2021م يقول: "إسرائيل مصممة على عدم السماح للفلسطينيين بالاحتفال بشهر رمضان المبارك، فمنذ 11 يوماً، منذ بداية رمضان، قوات الاحتلال

الإسرائيلية، بالاشتراك مع المستوطنين غير الشرعيين يهاجمون ويعتدون على الفلسطينيين ويهاجمون السيارات والمنازل، مما أدى إلى جرح الفلسطينيين، الأمر الذي دفع الفلسطينيين إلى التظاهر ضد أشكال التحرش التي تقوم بها قوات الاحتلال الإسرائيلية".

وفي منشور بتاريخ 21 مايو 2021م: "بينما يحتفل رجال الدين والراهبات والمصلون المسيحيون بأعيادهم، قوات الاحتلال الإسرائيلية تهاجمهم بوحشية، حتى عندما يسير الكهنة في شوارع أقدس مدن العالم يتعرضون للاعتداء والضرب من المستوطنين الإسرائيليين".

كما اعتمدت الصفحة أيضًا على تكتيك **الضحية** الذي استُخدم في (5) مواد اتصالية، مستعينة بالفيديوهات المرئية لتأكيد ذلك، ففي منشور بتاريخ 17 مايو يقول: "الاحتلال الإسرائيلي يستخدم مجموعات منظمة من المستوطنين غير الشرعيين لإرهاب وتخويف الفلسطينيين في كل مكان، فعلي الرغم من أن تلك الأمور كانت تحدث من قبل، لكن في الأيام الأخيرة زادت نسبة الجرائم التي ارتكبتها تلك الجماعات التي تجوب الشوارع هادفة إرهاب الفلسطينيين، وقائلة: الموت للعرب، إضافة إلى اقتحام وحرق المنازل ومهاجمة الفلسطينيين، بل وصل الأمر إلى تخريب المقابر ورمي الحجارة على سيارات الفلسطينيين، كل ذلك تحت حماية قوات الاحتلال الإسرائيلية"، وهو ما يتفق مع دراسة Awartani من أن فلسطين تحاول تقديم الأخبار التي تشير إلى أنها تعيش تحت احتلال عدواني غاشم.

ولاحظ الباحث اعتماد الصفحة الفلسطينية محل الدراسة على بيان حجم المعاناة التي يتعرض لها الفلسطينيون، حتى رجال الدين والمصلين لم يسلموا من تلك الإجراءات التي تنتهك أدنى حقوق الإنسان، بل وصل الأمر إلى المقابر التي حاول المستوطنون تخريبها وإثارة الرعب والخوف لدى الفلسطينيين.

-أما فيما يتعلق بأطروحة "**صمود أهل غزة**"، التي بلغت نسبتها 10.5٪ من إجمالي القضايا التي طرحتها الدبلوماسية العامة الفلسطينية، فحاولت إثبات أن تلك الحرب الوحشية التي تقوم بها إسرائيل لم تكسر الروح المعنوية للشعب الفلسطيني، كبارا كانوا أو صغارا، لذلك اعتمدت الصفحة على إستراتيجية "**تخطى الأضرار**"، وفي هذا السياق حاولت الصفحة توظيف تكتيك التحدي الذي استُخدم في (3) مواد اتصالية مصحوبة بصور، ففي منشور بتاريخ 22 مايو يقول: "غزة تجاهد لتتنفس من جديد"، مستعينة

ببعض الصور التي تبين الروح المعنوية العالية للشعب الفلسطيني على الرغم من الدمار الذي حدث لمنازلهم.

صورة (10) صمود أهل غزة[36]

وتشير الصورتان السابقتان إلى طفلة فلسطينية ترفع علم دولتها، وفي الخلفية منزلها المتهدم، في إشارة إلى أن ذلك الدمار لن يثني الدفاع عن دولتها حتى لو خسرت كل شيء، أما الصورة المجاورة فتشير إلى مجموعة من الأطفال يحملون بعض الألعاب، في إشارة أيضاً إلى أن ما حدث لمنازلهم لن يكسر معنوياتهم، بل ستستمر الفرحة وسيواجهون ذلك الاعتداء بالمعنويات العالية.

وفي منشور بتاريخ 20 مايو، اعتمد على التكتيك ذاته يقول: "مكنهم قصفنا وتدمير منازلنا وسلب حياتنا، ولكنهم لن يأخذوا ابتسامتنا أو إرادتنا في الحياة"، مستعينة بصور الأطفال الذين دُمِّرت مدارسهم.

صورة (11) صمود الأطفال الفلسطينيين[37]

-وفيما يتعلق بأطروحة "**قصف منازل الفلسطينيين**"، فبلغت نسبتها 5.2٪ من المنشورات التي تم تحليلها على الصفحة الفلسطينية، واعتمدت على توظيف إستراتيجية **التمييز والاختلاف وتحويل اللوم إلى الآخر**، ففي إطار تأكيد سلبيات الآخر عمدت الصفحة إلى الاستعانة ببعض التكتيكات، مثل **المقارنة**، واستعين به في منشور بتاريخ 17 مايو يقول: " في جميع أنحاء العالم، يقوم الناس برحلات، ويسهرون لمشاهدة شروق الشمس الجميل، ولكن هذا ليس شروق الشمس، في غزة يسهر الأطفال الصغار طوال الليل على أصوات غارات الاحتلال الإسرائيلي خوفًا من أن يكون منزلهم هو الهدف التالي"، في إشارة إلى القصف العشوائي المستمر الذي تتعرض له منازل الفلسطينيين على الرغم من أن شعوب العالم تنعم بالأمن والسلام.

-وفيما يتعلق بأطروحة "**إرهاب إسرائيل**" فقد بلغت نسبتها 7.8٪، وحاولت الصفحة إثبات سلوكيات إسرائيل وقوات الاحتلال التي تستهدف بث الرعب في نفوس الفلسطينيين، معتمدة على إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر**، وذلك لتأكيد سلبيات الآخر، ففي منشور بتاريخ 23 مايو اعتمد على توظيف تكتيك "**ضعف المرأة والطفل**"، كان بمثابة فيديو يظهر سيدة فلسطينية تحاول إنقاذ ابنها الصغير من أيدي قوات الاحتلال التي اعتقلته بصورة وحشية تعسفية دون ارتكاب أدنى ذنب، لكن الإرهاب لم يكن قاصرا على الفلسطينيين فقط، بل كان موجها أيضًا إلى الصحفيين الذين يحاولون نقل الحقيقة إلى العالم، ففي منشور اعتمد على تكتيك **القوة الداعمة**، استعان بصورة تثبت تعدي إسرائيل على الصحفيين، جاء فيه: "في هذا اليوم نكرم جميع الصحفيين الذين تخطوا العقبات لقول الحقيقة، خلال الشهر الماضي، عانى 25 صحفيا فلسطينيا من العنف الشديد على أيدي

الاحتلال الإسرائيلي، تستمر حرية قول الحقيقة في انتهاكها، وهذا اليوم هو تذكير بعدم التوقف عن محاولة قول الحقائق وتبادلها، وتثبت الصورة التالية قيام قوات الاختلال بالاعتداء على العناصر الصحفية ومحاولة تنحيتها من المشهد لأهميتها في نقل الحقيقة إلى العالم بما يكشف أكاذيب إسرائيل".

صورة (12) انتهاك إسرائيل لحقوق الصحفيين[38]

-وفيما يتعلق بأطروحة "**مصادرة الأراضي الفلسطينية**" فكانت نسبتها 5.2٪ من نسبة المنشورات التي تم تحليلها، واعتمدت الصفحة على إستراتيجية **تحويل اللوم إلى الآخر**، الذي من خلاله أكدت سلبيات الآخر في سلب الفلسطينيين ممتلكاتهم وأرضهم من خلال تكتيك **الضحية** الذي استُخدم في منشور بتاريخ 6 مايو، يقول: "حي الشيخ جراح في القدس يتعرض للهجوم، كجزء من سياسة إسرائيل المستمرة في سرقة الأراضي الفلسطينية، يواصل المستوطنون الإسرائيليون، المحميون من جنود الاحتلال الإسرائيلي، طرد الفلسطينيين من منازلهم في القدس، هذه الجرائم بحق سكان الشيخ جراح هي جزء من أسلوب ممنهج لتهجير المزيد من الفلسطينيين من خلال سلب منازلهم مصدر الأمان واللجوء".

صورة (13) اغتصاب الإسرائيليين لمنازل الفلسطينيين[39]

ففي الكاريكاتير السابق، تحاول الصفحة الفلسطينية إبراز مشكلة مصادرة الحقوق الفلسطينية المتمثلة في منازلهم وممتلكاتهم من خلال المستوطنين المحميين من قوات الاحتلال، إضافة إلى أسلحتهم الشخصية، وهم يحاولون تهويد الأماكن الفلسطينية، ويحاول الرسام إبراز أن ذلك سيكلفهم جهدا ضخما للقيام بهذا الأمر، وهو محو آثار الفلسطينيين، المتمثلة في نزع صورة العائلة الفلسطينية صاحبة الحق الأصيل في ذلك المكان، وتظهر في الصورة كلمة **سرقة المنازل** باللغة العربية والأجنبية لبيان للعالم أن ما يحدث من مصادرة هو في الواقع سرقة لمنازل الفلسطينيين وممتلكاتهم، إضافة إلى استخدام كلمة Not Welcome، أي غير مرحب بكم، إشارة إلى أن وجودهم غير مرغوب به شأن أي محتل لأي دولة.

-وفيما يتعلق بأطروحة "**الدعم العالمى لفلسطين**"، فقد بلغت نسبتها 2.6٪ من إجمالي المنشورات التي تم تحليلها على الصفحة الفلسطينية، معتمدة على **إستراتيجية التعزيز والتدعيم**، وحاولت الصفحة الثناء على الجهود الدولية لكثير من شعوب العالم من خلال رفض الانتهاكات التي تحدث في حق الفلسطينيين، معتمدة على توظيف **تكتيك القوة الداعمة**، ففي منشور بتاريخ 19 مايو: "نشكر الكثير من شعوب العالم التي لم تغض الطرف عن انتهاكات إسرائيل في حق الفلسطينيين، لذا تنتفض للتضامن مع الشعب الفلسطيني، أصدقاء الفلسطينيين في كل مكان يتحدثون عن الاحتلال غير القانوني والمعاملة اللا إنسانية التي يعاني منها الفلسطينيون على أيدي الاحتلال الإسرائيلي".

النتائج العامة للدراسة

استهدفت الدراسة توصيف الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية في صفحاتها على Facebook، المتعلقة بأزمة حي الشيخ جراح والحرب

على غزة، وتحليل أهم التكتيكات المستخدمة تلك الفترة، وقد طبقت الدراسة باستخدام تحليل المضمون لصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية وصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية، **وفي هذا السياق، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:**

1- الأشكال الخبرية المستخدمة في صياغة المضامين المتعلقة بالدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على Facebook:

أظهرت الدراسة أن القالب الفني الأكثر استخداماً في صياغة الخطابات المتعلقة بالدبلوماسية العامة لكلا الطرفين هو "**النص المرفق بصورة**"، فالصورة تعطي معان كثيرة للقارئ أكثر من النص المكتوب، لذا كان اعتماد جل الخطاب الدبلوماسي للجانبين الفلسطيني والإسرائيلي على العناصر المرئية كوسيلة لإثبات وجهة نظر القائم بالاتصال.

2- اللغة المستخدمة في صياغة المضامين المتعلقة بالدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية على Facebook

وفيما يتعلق باللغة المستخدمة في صياغة الخطاب الدبلوماسي لكلا الطرفين، فقد اعتمدت صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على اللغة العربية بشكل كامل، لأن الجمهور المستهدف هو الجمهور العربي، فقد سعت إسرائيل إلى طرح وتقديم وجهة نظر إلى المواطن العربي وتبني الأفكار الموجودة لدى إسرائيل، خاصة فيما يتعلق بأن حماس هي السبب الأول في تلك الحرب، بل هي سبب الكوارث الإنسانية التي تحدث للمواطن الفلسطيني، وعلى الجانب الآخر، اعتمدت الدبلوماسية العامة الفلسطينية على تقديم المواد الاتصالية باللغتين العربية والأجنبية، وذلك على افتراض أن الجمهور على علم كامل بتاريخ إسرائيل وكيفية تعاملها مع الشعب الفلسطيني، لذلك كان تركيز الدبلوماسية العامة الفلسطينية موجهاً بشكل كبير نحو العالم الغربي.

3-مصادر المعلومات المستخدمة في الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية

أشارت الدراسة إلى اعتماد الصفحة التابعة لإسرائيل على مصادرها الداخلية الإسرائيلية، سواء كانت تابعة للصفحة أو للمسؤولين الإسرائيليين، خاصة مع وجود أجندة للإعلام الإسرائيلي الذي يعتمد بشكل كبير على الدعاية وتزييف الحقائق، لذا كان من الضروري الاعتماد على مصادرها الخاصة لتحقيق تلك الأهداف الدعائية التي لا يمكن تحقيقها إذا اعتمدت على مصادر خارجية مثل وكالات الأنباء، أما على الجانب الفلسطيني، فقد تنوعت مصادر المعلومات، وإن كانت في الأغلب تعتمد على مصادر فلسطينية داخلية، خاصة لتوثيق انتهاكات قوات الاحتلال الإسرائيلي بحق الفلسطينيين،

التي كان يرصدها الأشخاص العاديون، ومن ثم تبثها الصفحة الفلسطينية، أو كان الاعتماد على وكالات الأنباء وإن كان بنسبة بسيطة، مما يشير إلى ضعف الإمكانيات الفلسطينية في رصد وتوثيق المنشورات، لذلك كانت تعتمد على الأشخاص العاديين أو إمكاناتها المحدودة في توثيق المنشورات ونشرها إلى الجمهور.

4-الإستراتيجيات والتكتيكات المستخدمة في عرض الموضوعات والقضايا الفرعية المتعلقة بأزمة حى الشيخ جراح والحرب على غزة

وفيما يتعلق بالإستراتيجيات المستخدمة في طرح القضايا والموضوعات الفرعية المتعلقة بأزمة حي الشيخ جراح والحرب على غزة، لوحظ أن الصفحة الإسرائيلية غضت الطرف عن السبب الرئيس في الأزمة الذي على إثره نشب الصراع بين الطرفين، وهو محاولة قوات الاحتلال الإسرائيلية طرد أهالي حي الشيخ جراح من منازلهم بغرض بناء مستوطنات لليهود، بل على النقيض من ذلك، أبرزت الصفحة قوات الاحتلال على أنها تتعرض لهجمات بعض المتظاهرين الفلسطينيين الذين تدعمهم الجماعات الإرهابية المتطرفة في القدس والشيخ جراح، دون التطرق إلى سبب تلك التظاهرات، وهو محاولة قوات الاحتلال طرد أهالي حي الشيخ جراح مما أدى إلى اندلاع تلك التظاهرات، في المقابل تطرقت الدبلوماسية العامة الفلسطينية إلى المنشورات المتعلقة بانتهاكات الجانب الإسرائيلي يحق الفلسطينيين، ومحاولة طرد الأهالي دون وجه حق، واعتمدت الصفحة الفلسطينية في إطار إستراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر وتأكيد سلبيات الجانب الإسرائيلي أن ما تقوم به إسرائيل هو انتهاك صارخ لحقوق الإنسان، يؤدي إلى تشريد العديد من العائلات، مستعينة ببعض الكلمات التي تشير إلى جرائم إسرائيل مثل: القتل، والتشريد، وانتهاك حقوق الإنسان.

وقد أكد خطاب الدبلوماسية العامة الإسرائيلية في إطار استخدام الدعاية والحرب النفسية أن العمليات العسكرية المستمرة إنما هي فقط لاستهداف حماس، التي ما انفكت عن استخدامها بعض الكلمات التي تربط بين حماس والإرهاب، مثل: إرهابية، أو المنظمة الإجرامية، لذلك اعتمدت على تكتيك استعراض القوة، خاصة فيما يتعلق بالقبة الحديدية وقدرتها على إسقاط معظم الصواريخ التي أطلقتها حماس، وإمعانا في استخدام الحرب النفسية، تعمدت الصفحة الاستشهاد بتقارير تبين أن إطلاق مثل تلك

الصواريخ يعد أمراً عادياً، وأن الحياة ستستمر في ظل ما تقوم به حماس، ولاستمرار الدعاية الإسرائيلية لجأت الصفحة بشكل متعمد إلى تشويه القيادة الفلسطينية، وأنها تسعى إلى تحويل التعاطف العربي إلى مجرد رصيد في حسابها البنكي، ولجأت إلى توظيف الإطار الديني كما هي الحال عند الاستشهاد بالداعية الإماراتي وسيم يوسف الذي يتهم حماس أنها سبب الحرب الدائرة، وأن المتضرر من تلك الحرب هو الشعب الفلسطيني.

كما اعتمدت الصفحة الإسرائيلية في إطار تأكيد إيجابيات الأنا على إظهار مدى حرص إسرائيل على أرواح المدنيين، معتمدة على بعض الصور الأرشيفية التي تبين المشاعر الإيجابية التي يكنها جنود الاحتلال الإسرائيلي للأطفال الفلسطينيين، بل ادعت أنها في سبيل محافظتها على حياة المواطنين تخطرهم قبل هدم منازلهم، مما يظهر مدى رحمة إسرائيل من وجهة نظرها، التي لم ترد أن تهدم المنازل فوق رؤوس أصحابها.

لكن في المقابل، نجد أن صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية اعتمدت على البيانات الموثقة بالصوت والصورة، التي تبين انتهاكات قوات الاحتلال بحق الفلسطينيين، سواء كانوا كباراً أو صغاراً.

وفي النهاية، فإن الدبلوماسية العامة الإسرائيلية اعتمدت بشكل كبير على الأساليب الدعائية التي من خلالها أكدت إيجابيات الأنا مقابل إبراز سلبيات الآخر، من خلال الاعتماد على عدد ضخم من المنشورات والتقارير المنشورة، في مقابل الدبلوماسية العامة الفلسطينية التي اعتمدت على الفيديوهات المرئية التي تؤكد سلبيات الآخر، في مقابل إبراز إيجابيات الأنا، من خلال الصور التي تبين صمود أهل غزة وقوتهم في مواجهة العدوان، وإن كان بشكل أقل فيما يتعلق بعدد الفيديوهات المستخدمة في تقديم وجهة النظر الفلسطينية التي لا يمكن مقارنتها بآلة الدعاية الإسرائيلية.

5-الكلمات المحورية المستخدمة في خطاب الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية

-الكلمات المحورية المستخدمة في الخطاب الفلسطيني في التعبير عن (الذات): الصمود- بسالة الشعب الفلسطيني- المقاومة- الأطفال الفلسطينيين- الأرض الفلسطينية- الشهداء- إعادة بناء غزة.

- الكلمات المحورية المستخدمة في الخطاب الفلسطيني في التعبير عن الآخر (الاحتلال الإسرائيلي): الإرهاب- انتهاك حقوق الإنسان- اغتصاب ومصادرة الأراضي الفلسطيني- العمل الاجرامي- المستوطنين غير الشرعيين- قتل الأطفال بدم بارد- الظلم.

-الكلمات المحورية المستخدمة في الخطاب الإسرائيلي في التعبير عن (الذات): السلام- التعايش- حب الخير للجميع- جمعية مباركة- عيد سعيد.

- الكلمات المحورية المستخدمة في الخطاب الإسرائيلي في التعبير عن الآخر (الجانب الفلسطيني): الإرهاب- الفكر الإرهابي- الجماعة المتطرفة- العدو الأكبر- حماس وداعش- الكراهية- ثقافة الموت- ذراع إيران- قادة حماس- الثقافة التدميرية- الدروع البشرية- الاضطهاد- عدم تقبل الآخر- قتل الأبرياء- العصف المأكول.

هوامش الدراسة ومراجعها:

[1] -Ayalon A, Popovich E and Yarchi M (2016). From warfare to imagefare: How states should manage asymmetric conflicts with extensive media coverage. Terrorism & Political Violence 28(2): 254–273.

[2] -Barlow C (2015) Silencing the other: Gendered representations of co-accused women offenders. Howard Journal of Criminal Justice 54(5): 469–488.

[3] - Nye, J. Soft power: The means to success in world politics. New York: Public Affairs.2004. p.6.

[4] -Elbaz S and Bar-Tal D (2016) Dissemination of culture of conflict in the Israeli mass media: Thewars in Lebanon as a case study. Communication Review 19(1): 1–34.

[5]- Manor, I. (2018). Palestine in Hebrew: Overcoming the Limitations of Traditional Diplomacy. Revista Mexicana de Política Exterior, núm. 113, mayo-agosto.

6 – Phillips, L. T., Slepian, M. L., & Hughes, B. L. (2018). Perceiving groups: The people perception of diversity and hierarchy. Journal of Personality and Social Psychology, 114(5), 766–785.

[7] -Fletcher, T, (2016). Naked Diplomacy. Power and Statecraft in the Digital Age, ed. Tom Fletcher. London: William Collins.

[8] - Guinea, A. (2020). Conflict, power, and difference in dialogue: a conversation between public diplomacy and positioning theory. Place Branding and Public Diplomacy, 11(3). 1-11.

[9] -Pasquali, G. (2021). Re-thinking Inclusion as a Discursive Practice: the Case of Hamas in the Israeli Discourse after 2006. Journal of Language Teaching and Research, Vol. 12, No. 1, pp. 127-138.

[10] - Kuan, D. (2021), Framing Theory Application in Public Relations: The Lack of Dynamic Framing Analysis in Competitive Context, Media Watch | 12 (2) 333-351.

[11] –آلاء فوزي السيد، "الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الإنترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

[12]-Yarchi, M. (2019). Online news coverage of female perpetrators during the October 2015 wave of violence of the Israeli–Palestinian conflict. Media, War & Conflict, Vol. 14(1) 75–92.

13-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, vol. 3, no. 2: 52-75.

[14] - Sheafer, T. (2007). The Media and Public Diplomacy: A Strategic Contest over international Agenda Building and Frame Building. Prepared for delivery at the 2007 Annual Meeting of the American Political Science Association

[15]- Awartani, B. (2021). "Israel/Palestine Conflict: Strategic Narratives and the Battle of Frames. ", Strategic Narrative and Public Diplomacy, 16(1), 1 – 13.

[16] -Klieman, A. (2021). First Among the Nations? A Cautionary against Triumphalism in Israeli Foreign Policy. Israel Journal of Foreign Affairs. 12(3).

[17]- Lucas, E., & Pomerantsev, P. (2016). Winning the information war: Techniques and counter-strategies to Russian propaganda in central and eastern Europe. Washington, DC: Center for European Policy Analysis.

[18] - Pamment, J. (2014). Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands. Public Relations Review, 40(1), 50–59.

[19] - Vihalemm, T., Juzefovičs, J., & Leppik, M. (2019). Identity and media-use strategies of the Estonian and Latvian Russian-speaking populations amid political crisis. Europe-Asia Studies, 71(1), 48–70.

[20] -Krasnodębska, M.(2018). The Ukraine Crisis as an Unintended Consequence of the EU's Public Diplomacy: Reception of the EU's Narratives in Ukraine, The Hague Journal of Diplomacy 13 (2018) 345-365.

[21] -SZOSTEK, J. (2020). What Happens to Public Diplomacy During Information War? Critical Reflections on the Conceptual Framing of International Communication. International Journal of Communication 14(2020), 2728–2748.

[22] - Cull, N. (2022). From soft power to reputational security: rethinking public diplomacy and cultural diplomacy for a dangerous age. Place Branding and Public Diplomacy, 18:18–21.

[23] - Sevin, F. (2020). Digital Diplomacy as Crisis Communication: Turkish Digital Outreach after July 15. Journal of Democracy, 28, no. 1 (2020): 59–73.

24- يقصد بالتمثيلات الاجتماعية لدى جماعة معينة: كل المعارف والقيم والآراء والاتجاهات والأفعال أو السلوك أو القواعد التى تحكم الجماعة (Van Dijk, 729: 2006).

25- عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين الآتية أسماؤهم:

1-أ. د/ رزق سعد عبد المعطي- أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام- جامعة مصر الدولية.

2-أ. د/ محمود عبد العاطي مسلم- أستاذ الإذاعة والتليفزيون المتفرغ- كلية الإعلام جامعة الأزهر.

3-أ. د/ مني محمود عبد الجليل- أستاذ العلاقات العامة- كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات- جامعة الأزهر.

4-أ. د/ محمود يوسف مصطفى- أستاذ العلاقات العامة- كلية الإعلام جامعة القاهرة.

26- Kent& Taylor Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. Relations Review 28, 21–37 .

27https://www.facebook.com/photo/?fbid=147474734082674&set=a.144958344334313&__cft__[0]=AZXnGSxWWjQENkt2l8CF21EUic6A5J64HaAwnIf40JofuQ1Fv2AAhRlHZo5Nol2_pUS219czuJne5RDBQetQaTEuRl0q9tQJa7Mhe5ihIR6YZxyVLQhec4srvZESZcwUvvZrG0zPzJKFRKvvoWzP6ef-&__tn__=EH-R
28https://www.facebook.com/photo/?fbid=162820602548087&set=a.144958351000979&__cft__[0]=AZXgn3l1ESlBG5h5P74MvXQuoLKWEd6JHfs7NTMPLtUrlgJwLBQH4Cxod5K5gND1S6jpmtuh1_UYfrf9XutqsjMD0Xuo4hmKMCiXnwplbHrmzS9lYJpsh5wrcokosgElLkaCrvgAvfQ_miz0ZzmuRADg&__tn__=EH-R
29https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/4018109984893046/?__cft__[0]=AZVLrK4vJyajrFWWoshPOqO0Q8zNgW8_YRTJvsgcOIHtb8iBS5sfpH5BSdVCck9ZbzwDJBZuSgOGQoTweNKGqaxwM1T-0IILcccRrPTY34vCA3nU7odcVu2XYLpQjsL-MRUAq48pX8jjMdWL1bQW1rEn&__tn__=EH-R
30https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/4042088912495153/?__cft__[0]=AZVM_CHOnwPe-cQ8NPLpKTpOpUZ9DN1KsXymbPPfG51BncQil0y7zqR13VeGS4hxTIdXeNy62c5SAK47CpU6m3w-MjWPC2wkSp5MYdgRJ5WrX5ZIevjmLdZzXEfx0xZtWcpqmMV6OHKzERGylXAMhx5M&__tn__=EH-R
31https://www.facebook.com/photo/?fbid=147474734082674&set=a.144958344334313&__cft__[0]=AZWDrkcQRS5H3gajdKzym2NtGY69TF_oT9hSJY2KGq7pZYI5yygLi-ockdqhVf9TNEUBoW2ExV_SMzXOCjcF9yIQgCkn2Bl4pGyGRjq7sTbKbZSphWiBEPOJzajYiGHz1zEmjzjL1Fg499Ebk3ZfZayf&__tn__=EH-R
32https://www.facebook.com/photo/?fbid=157226109774203&set=a.144958351000979&__cft__[0]=AZWDJZayIA-VeeyQvbqtOqYz6MxteUtnTUsXbVHnp8hNSHkY6pIiE-WQIomtDkjDAdHlOLwTUy15cyAFqDaBZi2qWqChcH6B9CAaNdavryeJprtwgzY8rCEGWrXFuz04EOIilZw4B8pxOWBPboAWmchr&__tn__=EH-R
33https://www.facebook.com/photo/?fbid=144958807667600&set=a.144958351000979&__cft__[0]=AZWL2lx1SCTO5eWTZOMbecctksv2u_GNcd3m_6AwUFiD3nvcB3Z7DG5b9f34W92l2zBWMD8jEd5GuifvrUdMaKovMNC9FVD_FMvnFhqZVw4FgL8d1l4A36-0aPCuGmqInIKq86A4raW6A_Bf4hOTY-lf&__tn__=EH-R.
34-
https://www.facebook.com/photo/?fbid=4013619928675385&set=pcb.4013623282008383&__cft__[0]=AZXGN0o4fqypXSTG8PUJwLRKuC53oKaantPkO1mUi1ogqFdYeK2316icsOIYscp58VUfeeA5BK4qah2bN0V4IZjR9OSWSDh9wU2zxzC1dDp-0UAFRDDgRAjWOeCXIVHr8uu2elvmShoCg0TZO6CM7D-_&__tn__=*bH-R
35-
https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/4045879845449393/?__cft__[0]=AZWzTjnzh_8jslXbvLvOMdxq-vqujSBIXm5DLrMkzLHPkq3EoP0aElPx7CPsDCnor0uXUgCaMsDH8uduyflR0baWU

Y42zzRyvdD11wgwMBG_AC3H7kpoOsPsiAg30LSs0H8s-C6lus-lJUReOYk8Sxh_&__tn__=EH-R
36-https://www.facebook.com/photo/?fbid=1182384202185028&set=pcb.1182384332185015&__cft__[0]=AZWkeOnIWlmf5I960SikhVNcNjWXunNy3bppY4PIOceppiFlviFpY6UbRjPaJsYFHHzNbnJbUaC2kJMYCZAjJimgUQ8B03Safgne2kH7X5Nqsq7BBRhIVUh9GhvXDgeMX4zzXtyOMBAiAnJL9inr4IRq&__tn__=*bH-R
37-https://www.facebook.com/photo/?fbid=1181127405644041&set=pcb.1181128398977275&__cft__[0]=AZV_7eLjOw6gUugz82K9DWSTbirhYBJqrWetXz5ux-YhFnDba5JLVyYXO-X1EnDY8nFZgPrWRdSPQG3CaHY2EvbAX9QCjdBobD_OcD3JJxXxr1y28yxVF88Z7IpEMXZ5sAW__QaNkNLEqmKeuqVXevz3&__tn__=*bH-R.
38-https://www.facebook.com/568360223587432/photos/a.569569016799886/1170186560071459/?__cft__[0]=AZUo5K0wr33Qvvyo1l3YDgWNG0v3AB_iEhIReiuUcwVrjZjsQPQTd4tmbo0bhhOQCx1l8BD8nzYf133xKPq93sl79IG7d2_1rc0TNXV3auWlbYuWpqJhvgl-5Ub4GVKH-FbyL4WmhaenVTatjxyTanVe&__tn__=EH-R.
39-https://scontent.fcai21-4.fna.fbcdn.net/v/t1.6435-9/183164803_1172145009875614_4724664234770931162_n.jpg?stp=dst-jpg_p843x403&_nc_cat=106&ccb=1-5&_nc_sid=730e14&_nc_ohc=5P9Dj7UDhREAX9WlsdO&_nc_ht=scontent.fcai21-4.fna&oh=00_AT98y5Tvq6JI9LWwTYm_ngmYklBJq2-8pNQt0zGopFO0nA&oe=627B0965

References

1- Ayalon A, Popovich E and Yarchi M (2016). From warfare to imagefare: How states should manage asymmetric conflicts with extensive media coverage. Terrorism & Political Violence 28(2): 254–273.

2 -Barlow C (2015) Silencing the other: Gendered representations of co-accused women offenders. Howard Journal of Criminal Justice 54(5): 469–488.

3 - Nye, J. Soft power: The means to success in world politics. New York: Public Affairs.2004. p.6.

4 -Elbaz S and Bar-Tal D (2016) Dissemination of culture of conflict in the Israeli mass media: Thewars in Lebanon as a case study. Communication Review 19(1): 1–34.

5- Manor, I. (2018). Palestine in Hebrew: Overcoming the Limitations of Traditional Diplomacy. Revista Mexicana de Política Exterior, núm. 113, mayo-agosto.

6 – Phillips, L. T., Slepian, M. L., & Hughes, B. L. (2018). Perceiving groups: The people perception of diversity and hierarchy. Journal of Personality and Social Psychology, 114(5), 766–785.

7 -Fletcher, T, (2016). Naked Diplomacy. Power and Statecraft in the Digital Age, ed. Tom Fletcher. London: William Collins.

8 - Guinea, A. (2020). Conflict, power, and difference in dialogue: a conversation between public diplomacy and positioning theory. Place Branding and Public Diplomacy, 11(3). 1-11.

9 -Pasquali, G. (2021). Re-thinking Inclusion as a Discursive Practice: the Case of Hamas in the Israeli Discourse after 2006. Journal of Language Teaching and Research, Vol. 12, No. 1, pp. 127-138.

10 - Kuan, D. (2021), Framing Theory Application in Public Relations: The Lack of Dynamic Framing Analysis in Competitive Context, Media Watch | 12 (2) 333-351.

-Alsayid, A. (2015). "al'iistratijiaat alaitisaliat lildiblumasiat aleamat al'iisrayiyliat eabr al'iintirnta", risalat majistir ghayr manshurtin- kuliyat al'iielami- jamieat Alqahira.

12-Yarchi, M. (2019). Online news coverage of female perpetrators during the October 2015 wave of violence of the Israeli–Palestinian conflict. Media, War & Conflict, Vol. 14(1) 75–92.

13-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, vol. 3, no. 2: 52-75.

14 - Sheafer, T. (2007). The Media and Public Diplomacy: A Strategic Contest over international Agenda Building and Frame Building. Prepared for delivery at the 2007 Annual Meeting of the American Political Science Association

15- Awartani, B. (2021). "Israel/Palestine Conflict: Strategic Narratives and the Battle of Frames. ", Strategic Narrative and Public Diplomacy, 16(1), 1 – 13.

16 -Klieman, A. (2021). First Among the Nations? A Cautionary against Triumphalism in Israeli Foreign Policy. Israel Journal of Foreign Affairs. 12(3).
17- Lucas, E., & Pomerantsev, P. (2016). Winning the information war: Techniques and counter-strategies to Russian propaganda in central and eastern Europe. Washington, DC: Center for European Policy Analysis.
18 - Pamment, J. (2014). Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands. Public Relations Review, 40(1), 50–59.
19 - Vihalemm, T., Juzefovičs, J., & Leppik, M. (2019). Identity and media-use strategies of the Estonian and Latvian Russian-speaking populations amid political crisis. Europe-Asia Studies, 71(1), 48–70.
20 -Krasnodębska, M.(2018). The Ukraine Crisis as an Unintended Consequence of the EU's Public Diplomacy: Reception of the EU's Narratives in Ukraine, The Hague Journal of Diplomacy 13 (2018) 345-365.
21 -SZOSTEK, J. (2020). What Happens to Public Diplomacy During Information War? Critical Reflections on the Conceptual Framing of International Communication. International Journal of Communication 14(2020), 2728–2748.
22 - Cull, N. (2022). From soft power to reputational security: rethinking public diplomacy and cultural diplomacy for a dangerous age. Place Branding and Public Diplomacy, 18:18–21.
23 - Sevin, F. (2020). Digital Diplomacy as Crisis Communication: Turkish Digital Outreach after July 15. Journal of Democracy, 28, no. 1 (2020): 59–73.
26- Kent& Taylor Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. Relations Review 28, 21–37 .
27https://www.facebook.com/photo/?fbid=147474734082674&set=a.144958344334313&__cft__[0]=AZXnGSxWWjQENkt2l8CF21EUic6A5J64HaAwnIf40JofuQ1Fv2AAhRlHZo5Nol2_pUS219czuJne5RDBQetQaTEuRl0q9tQJa7Mhe5ihIR6YZxyVLQhec4srvZESZcwUvvZrG0zPzJKFRKvvoWzP6ef-&__tn__=EH-R
28https://www.facebook.com/photo/?fbid=162820602548087&set=a.144958351000979&__cft__[0]=AZXgn3l1ESlBG5h5P74MvXQuoLKWEd6JHfs7NTMPLtUrlgJwLBQH4Cxod5K5gND1S6jpmtuh1_UYfrf9XutqsjMD0Xuo4hmKMCiXnwplbHrmzS9lYJpsh5wrcokosgElLkaCrvgAvfQ_miz0ZzmuRADg&__tn__=EH-R
29https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/4018109984893046/?__cft__[0]=AZVLrK4vJyajrFWWoshPOqO0Q8zNgW8_YRTJvsgcOIHtb8iBS5sfpH5BSdVCck9ZbzwDJBZuSgOGQoTweNKGqaxwM1T-0IILcccRrPTY34vCA3nU7odcVu2XYLpQjsL-MRUAq48pX8jjMdWL1bQW1rEn&__tn__=EH-R
30https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/4042088912495153/?__cft__[0]=AZVM_CHOnwPe-cQ8NPLpKTpOpUZ9DN1KsXymbPPfG51BncQil0y7zqR13VeGS4hxTIdXeNy62c5SAK47CpU6m3w-MjWPC2wkSp5MYdgRJ5WrX5ZIevjmLdZzXEfx0xZtWcpqmMV6OHKzERGylXAMhx5M&__tn__=EH-R
31https://www.facebook.com/photo/?fbid=147474734082674&set=a.144958344334313&__cft__[0]=AZWDrkcQRS5H3gajdKzym2NtGY69TF_oT9hSJY2KGq7pZYI5yygLi-

ockdqhVf9TNEUBoW2ExV_SMzXOCjcF9yIQgCkn2Bl4pGyGRjq7sTbKbZSphWiBE
POJzajYiGHz1zEmjzjL1Fg499Ebk3ZfZayf&__tn__=EH-R
32https://www.facebook.com/photo/?fbid=157226109774203&set=a.144958351000979
&__cft__[0]=AZWDJZayIA-VeeyQvbqtOqYz6MxteUtnTUsXbVHnp8hNSHkY6pIiE-
WQIomtDkjDAdHlOLwTUy15cyAFqDaBZi2qWqChcH6B9CAaNdavryeJprtwgzY8rC
EGWrXFuz04EOIilZw4B8pxOWBPboAWmchr&__tn__=EH-R
33https://www.facebook.com/photo/?fbid=144958807667600&set=a.144958351000
979&__cft__[0]=AZWL2lx1SCTO5eWTZOMbecctksv2u_GNcd3m_6AwUFiD3nv
cB3Z7DG5b9f34W92l2zBWMD8jEd5GuifvrUdMaKovMNC9FVD_FMvnFhqZVw
4FgL8d1l4A36-0aPCuGmqInIKq86A4raW6A_Bf4hOTY-lf&__tn__=EH-R.
34https://www.facebook.com/photo/?fbid=4013619928675385&set=pcb.401362328200
8383&__cft__[0]=AZXGN0o4fqypXSTG8PUJwLRKuC53oKaantPkO1mUi1ogqFdYe
K2316icsOIYscp58VUfeeA5BK4qah2bN0V4IZjR9OSWSDh9wU2zxzC1dDp-
0UAFRDDgRAjWOeCXIVHr8uu2elvmShoCg0TZO6CM7D-_&__tn__=*bH-R
35https://www.facebook.com/173441069359976/photos/a.207041069333309/40458798
45449393/?__cft__[0]=AZWzTjnzh_8jslXbvLvOMdxq-
vqujSBIXm5DLrMkzLHPkq3EoP0aElPx7CPsDCnor0uXUgCaMsDH8uduyflR0baWU
Y42zzRyvdD11wgwMBG_AC3H7kpoOsPsiAg30LSs0H8s-C6lus-
lJUReOYk8Sxh_&__tn__=EH-R
36https://www.facebook.com/photo/?fbid=1182384202185028&set=pcb.118238433218
5015&__cft__[0]=AZWkeOnIWlmf5I960SikhVNcNjWXunNy3bppY4PIOceppiFlviFp
Y6UbRjPaJsYFHHzNbnJbUaC2kJMYCZAjJimgUQ8B03Safgne2kH7X5Nqsq7BBRhI
VUh9GhvXDgeMX4zzXtyOMBAiAnJL9inr4IRq&__tn__=*bH-R
37https://www.facebook.com/photo/?fbid=1181127405644041&set=pcb.118112839897
7275&__cft__[0]=AZV_7eLjOw6gUugz82K9DWSTbirhYBJqrWetXz5ux-
YhFnDba5JLVyYXO-
X1EnDY8nFZgPrWRdSPQG3CaHY2EvbAX9QCjdBobD_OcD3JJxXxr1y28yxVF88Z
7IpEMXZ5sAW__QaNkNLEqmKeuqVXevz3&__tn__=*bH-R.
38https://www.facebook.com/568360223587432/photos/a.569569016799886/11701865
60071459/?__cft__[0]=AZUo5K0wr33Qvvyo1l3YDgWNG0v3AB_iEhIReiuUcwVrjZj
sQPQTd4tmbo0bhhOQCx1l8BD8nzYf133xKPq93sl79IG7d2_1rc0TNXV3auWlbYuW
pqJhvgl-5Ub4GVKH-FbyL4WmhaenVTatjxyTanVe&__tn__=EH-R.
39-https://scontent.fcai21-4.fna.fbcdn.net/v/t1.6435-
9/183164803_1172145009875614_4724664234770931162_n.jpg?stp=dst-
jpg_p843x403&_nc_cat=106&ccb=1-
5&_nc_sid=730e14&_nc_ohc=5P9Dj7UDhREAX9WlsdO&_nc_ht=scontent.fcai21-
4.fna&oh=00_AT98y5Tvq6JI9LWwTYm_ngmYklBJq2-
8pNQt0zGopFO0nA&oe=627B0965

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of 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 61 April 2022 - 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.