

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



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

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

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

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

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

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

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

أ/ رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الخامس والخمسون - الجزء الثاني - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

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

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- ٦٤٩ ■ تأثير المتغيرات التنظيمية على تحديد الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة علاقات المنظمة بجماعات المصالح
أ.م.د. ريم أحمد عادل طه محمد
- ٧٥٥ ■ اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفها نحو زيادة الأعمال - في ضوء رؤية (٢٠٣٠) وتمكين المرأة السعودية
أ.م.د. نوره حمدي
- ٨٠٥ ■ صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية «الفييس بوك» نموذجاً.. دراسة تحليلية
د. مصطفى شكري محمد علوان
- ٩١٣ ■ التقديم الذاتي المُشَبَّه المحتوى «اليوتيوبرز» على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية - دراسة حالة على يوتيوبرز «الدحيح وإي جيولوجي»
د. ياسمين محمد إبراهيم السيد
- ٩٧٣ ■ علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بعمالة المرأة المصرية-دراسة ميدانية
د. داليا مصطفى السواح
- ١٠٣٧ ■ اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسئولية المهنية
د. آية صلاح عبد الفتاح العدوي
- ١٠٨١ ■ معالجة الصحافة المصرية لقضية العنف السياسي عقب ثورة ٣٠ يونيه واتجاهات الشباب الجامعي نحوها
د. إيناس منصور كامل شرف

- سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية كما تعكسها الشائعات
بالتقنيات المعادية لمصر (دراسة تحليلية)
١١٤٣ د. منال عبده محمد منصور
-
- معالجة الكاريكاتير لقضية سد النهضة في الصحف المصرية
(دراسة تحليلية)
١١٨١ د. محمد عثمان حسن
د. أحمد محمد رفاعي
-
- أطر تغطية الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية لأحداث الإرهاب
في مصر خلال الفترة بين ٢٠١٦-٢٠١٨ (دراسة تحليلية)
١٢١٧ خلود محمد صبري السواح

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9158	2366- 9158	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836	1110- 5836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844	1110- 5844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

● صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية
المقدمة باللغة العربية « الفيس بوك » نموذجاً.. دراسة تحليلية

- The image of the ego and the other in the contents of the Israeli social media sites presented in the arabic language, Facebook as a model .. An analytical study

● د. مصطفى شكري محمد علوان

مدرس بقسم الصحافة والنشر- كلية الإعلام - جامعة الأزهر

Mustfaolwan@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

يستهدف البحث استجلاء معالم صورة الأنا والآخر من خلال تحليل كافة المنشورات المقدّمة في صفحة «إسرائيل تتكلم بالعربية» الصادرة عن وزارة الخارجية الإسرائيلية، والصفحة الرسمية لـ «أفيخاي أدري» المتحدث العربي الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، في الفترة من (1 أكتوبر 2019م إلى 31 ديسمبر 2019م)، والكشف عن الموضوعات التي تناولتها، وأهدافها، ومعرفة السمات والتوصيفات التي ظهرت بها، والأساليب المنطقية والاستمالات المستخدمة في تلك المنشورات، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، مستعيناً بأداة تحليل المضمون، معتمداً على المنشور (Post) كوحدة تحليل للمضامين المنشورة على الصفحات عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها حرص صفحتي (إسرائيل تتكلم بالعربية)، و(أفيخاي أدري) على تنوع مضامين المنشورات المقدّمة، والتماثل الواضح بينهما في التركيز على الجوانب الإيجابية للأنا (الإسرائيلية، اليهودية)، التي اشتملت على مجموعة من السمات بلغ عددها (14) صفة إيجابية، وتم تحديد (35) هوية للآخر - خلال فترة الدراسة- تم تقسيمها ما بين هوية (عربية، وإقليمية، ودولية)، وتشكلت صورة الآخر بالإيجاب أو السلب وفقاً لمدى التوافق أو التناظر مع إسرائيل، واستخدمت الصفحتان العديد من الاستمالات العاطفية والاستدلالات المنطقية في بناء صورة الأنا والآخر، موظفة العديد من عناصر الإبراز للمحتوى المقدّم، وأظهرت النتائج التفاعل المتزايد من قبل مستخدمي تلك الصفحات مع المضامين المقدّمة من خلالها.

الكلمات المفتاحية: الصورة، الأنا والآخر، مواقع التواصل الاجتماعي، إسرائيل.

Abstract

The purpose of this research is to clarify the main concepts of “Self and Others” dualism. Posts conducted by “Israel speaks Arabic” page and official page of “Avichay Adrae” the head of the Arab media division of the IDF spokesperson’s unit, in the period between “1 October 2019 and 31 December 2019” will be analyzed in the means of reaching the research goals. Researcher aims to reveal introduced subjects, targets behind, main characteristics and different techniques -logical and emotional- that have been used within posts. Media survey and comparative approach methodologies were utilized through using content analysis tool. Post was considered as an analysis unit of the testing sample between pages. The conclusion arrived at in this research indicates the variety of posts’ content at both pages and obvious similarity between them in focusing on positive sides of “self-aspect” (Israeli-Jewish). Previous aspects contain several groups of features, (14) of positive features and (35) of defining “other-aspect” during research period. Last features group are categorized into (Arabic, Regional, Internationally). The image of “other-aspect” is shaped positively or negatively according to the extent of compatibility or conflicts with Israel. Both pages use many emotional and logical inferences to create “Self-Other” image, in addition uses elements to highlight the content.

Key words: Image , Ego and other, Social media sites, Israel.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى ثمار الثورة التكنولوجية وأكثرها انتشارًا واستخدامًا، ورغم أنَّ هذه المواقع نشأت في الأساس للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والقصص والذكريات، فإنَّ استخدامها امتد لتمثل إحدى منصات التعبير عن الرأي، وأحد أدوات تشكيل الصورة الذهنية وتكوين الرأي العام، وباتت سلاحًا حديثًا يستخدمه الساسة، وتلجأ إليه الحكومات والدول في إدارة صراعاتها الداخلية والخارجية. وقد أدركت إسرائيل مبكرًا أهمية وقيمة مواقع التواصل الاجتماعي، فطوَّرت الجيش الإسرائيلي أساليب جديدة للتأثير في وعي الجماهير عبر مواقع الإعلام الاجتماعي، أدى إلى إنشاء فرع للإعلام الاجتماعي عام (2009م)، يتولى تنفيذ أشكالها الخفية في التواصل مع الجمهور الخارجي⁽¹⁾، ولم تتعامل إسرائيل مع مواقع التواصل الاجتماعي كسائر الدول الأخرى، على كونها تمثل نقلة نوعية في عالم الاتصال والتكنولوجيا؛ بل تعاملت معها باعتبارها ساحة حرب جديدة، فسعت إلى تعزيز موقعها وأسلحتها في هذه الساحة.

وتشير الأرقام والإحصاءات الأولية حول نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إسرائيل إلى الحرص الشديد والأهمية البالغة لاستخدام تلك الوسائل، ففي مسح أجرته مؤسسة (بيو) للأبحاث، صدر في (فبراير ٢٠١٩)، تصدرت إسرائيل دول العالم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (٧٧٪)، متفوقة على كوريا الجنوبية بفارق نقطة مئوية واحدة، بينما جاءت الولايات المتحدة في المرتبة السادسة بنسبة (٧٠٪)⁽²⁾.

ويعد "الفايس بوك" أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارًا في البلاد العربية، حيث زاد عدد المشتركين في الموقع عام (2019م) لأكثر من (240) مليون مستخدم نشط شهريًا، مقارنة بعام (2018م)، حيث بلغ عدد المستخدمين في الدول العربية (156) مليونًا، وتتصدر مصر قائمة الدول العربية الأكثر استخدامًا لموقع الفيس بوك بواقع (38) مليون مستخدم، وهو ما يشكل (37٪) من عدد سكانها⁽³⁾. ولم تكن إسرائيل بمعزل عما يشهده العالم العربي من أحداث وتطورات، ورغبة منها في التواصل مع المستخدمين العرب؛ قامت إسرائيل بإنشاء العديد من صفحات التواصل الاجتماعي الرسمية باللغة العربية،

تنشر يوميًا مئات المنشورات مدعمة بالعناوين والصور والفيديوهات وغيرها من التقنيات التي يتيحها الفيس بوك، والتي من شأنها أن تؤدي إلى خلق صورة ذهنية أو صورة نمطية عن الذات والآخر؛ قامت وزارة الخارجية الإسرائيلية بإنشاء إدارة للدبلوماسية العامة تضم أقسامًا للشؤون الإعلامية والثقافية والعلمية والرقمية، وإدارة الإعلام والعلاقات العامة، وتشرف على عدد من صفحات التواصل الاجتماعي، بلغت نحو (350) منصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بأكثر من خمسين لغة يتم تحديثها باستمرار، إضافة إلى إنشاء كل سفارة إسرائيلية في جميع أنحاء العالم صفحتها الخاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي بلغة الدولة المضيف، مما جعل إسرائيل تحتل المرتبة الثالثة على مستوى العالم في توظيف الدبلوماسية الرقمية⁽⁴⁾، والمثير للانتباه عند الحديث عن الصفحات الإسرائيلية الصادرة باللغة العربية، والتابعة للخارجية، أن القائمين على الوزارة يوضحون أن هذه المنصات من أكثر المنصات شيوعًا ونجاحًا، وأكثرها تفاعلاً مع جمهور المتابعين من الدول العربية، مقارنة بالمنصات التي تصدر بالعبرية، والإنجليزية، والإسبانية، والفارسية⁽⁵⁾.

كما اهتمت المؤسسة العسكرية الإسرائيلية هي الأخرى بالتواجد عبر تلك المنصات، وتزايد حضور المتحدث العسكري الإسرائيلي "أفيخاي أدري" على شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الانفتاح وإقامة اتصال ثنائي الاتجاه مع الجمهور العربي، وذلك بما يعرف بالدبلوماسية العامة العسكرية عبر الإنترنت⁽⁶⁾.

فمواقع التواصل الاجتماعي اليوم تقوم بتقديم المعلومات وتوجيهها بالطريقة التي يحددها القائمون عليها، مما يؤدي إلى دعم تصورات معينة موجودة بالفعل، أو القيام بتعديل وتغيير تلك التصورات، أو خلق صورة ذهنية جديدة لم تكن موجودة من قبل، ومن خلال تتبع تلك الصفحات الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية يُلاحظ أنها في تزايد مستمر، ويكثر عدد مستخدميها يومًا تلو الآخر، حيث تجاوز عدد متابعي بعض تلك الصفحات المليون مستخدم، علاوة على التفاعل المتزايد مع ما تنشره تلك الصفحات من قبل المستخدمين سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة مع الآخرين.

مراجعة لأهم الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحث على العديد من الأدبيات المتاحة المرتبطة بموضوع الدراسة، تم تقسيم أهم الدراسات السابقة إلى محورين، وذلك على النحو الآتي:

المحور الأول: دراسات تناولت الصور الذهنية للدول في وسائل الإعلام.

المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية.

أولاً: الدراسات التي تناولت الصور الذهنية للدول في وسائل الإعلام:

سعت دراسة (عدنان أبو عامر، 2018م)⁽⁷⁾ إلى تحديد أطر وأبعاد الصورة الذهنية التي يشكلها الإعلام الإسرائيلي عن الذات الفلسطينية، وإبراز مدى تحكم العامل الأمني في تغطية الشأن الفلسطيني، لاسيما في أوقات الحروب والأزمات السياسية، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل بعض المفردات والموضوعات المقدمة من خلال وسائل الإعلام التالية: "إذاعة الجيش الإسرائيلي، والقناة التلفزيونية "كان"، والقناة الثانية، والقناة العاشرة، والصحف اليومية: يديعوت أحرونوت، ومعاريف، وهآرتس، وإسرائيل اليوم" خلال الفترة الزمنية (1987: 2017م)، وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسة الأمنية الإسرائيلية تمارس صلاحيتها وسطوتها على ما تبثه وسائل الإعلام الإسرائيلية، بحيث يظهر الفلسطيني هو المعتدي، والإسرائيلي معتمد عليه، وذلك اعتماداً على وجهة النظر الإسرائيلية فقط.

وركزت دراسة (Moran Yarchi, 2018)⁽⁸⁾ على تأثير الأعمال المناهضة للديموقراطية التي اتخذتها إسرائيل خلال عام 2015م على صورتها الدولية، كما هو متوقع في الصحافة الأجنبية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإجراءات المناهضة للديموقراطية لم يكن لها تأثير فوري أو طويل المدى في طبيعة التغطية تجاه إسرائيل، بخلاف القضايا الأمنية التي لها تأثير واضح بالنسبة للتغطية. واستهدفت دراسة (رياقنوع، 2017م)⁽⁹⁾ التعرف على صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزليم بوست الإسرائيلية، من خلال تحليل (96) عددًا من الصحيفة خلال عامي (2014، 2015م)، وتوصلت الدراسة إلى أن المقاومة الفلسطينية بنوعها الشعبي والمسلح حاضرة في صحيفة جيروزليم الإسرائيلية، وكانت الصورة الأكثر سلبية في الصحيفة لحركة حماس، وأن أكثر الصفات المنسوبة للمقاومة الفلسطينية هي الإرهاب، وهي النتيجة ذاتها التي أكدت عليها دراسة (حمزة إسماعيل، 2017م)⁽¹⁰⁾، من خلال تحليل عينة من منشورات "أفيخاي أدرعي" المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية، بهدف تحليل المعاني الكامنة في المنشورات النصية والموضوعات الظاهرة والدلالات الكامنة في الصورة الفوتوغرافية، خلال فترة العدوان على قطاع غزة من تاريخ (2014/7/6م) وحتى نهايته بتاريخ (2014/8/26م)، وتوصلت إلى أن هدف تشويه صورة المقاومة الفلسطينية أحد أهم أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي، وتبعه هدف تبرير الاعتداءات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني، وجاء أسلوب التعتيم والتضليل في مقدمة الأساليب التي استخدمها الخطاب الدعائي الإسرائيلي.

وسعت دراسة (بكر بن مصطفى أبو الخير، 2016م)⁽¹¹⁾ إلى التعرف على ملامح صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام الدولية، وذلك بالتطبيق على صحيفة إنترناشيونال نيويورك تايمز ومدونات الصحيفة وقناة بي بي سي عربي، وتوصلت الدراسة إلى تصدر أخبار المملكة عناوين وصفحات وموضوعات الصحيفة، وعناوين نشرة التاسعة مساءً في قناة بي بي سي عربي بصورة إيجابية.

وسعت دراسة (دعاء صلاح فريد، 2015م)⁽¹²⁾ إلى التعرف على سمات وملامح الصورة المقدمة عن المجتمع الإسرائيلي في الأفلام والمسلسلات المصرية، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في مسلسلات (رأفت الهجان، وعابد كرمان، والصفعة) وأفلام (مهمة في تل أبيب، وفتاة من إسرائيل، وولاد العم)، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (250) مبحوثاً من الشباب المصري الذي يشاهد الأفلام والمسلسلات المصرية التي تتناول المجتمع الإسرائيلي، وتوصلت الدراسة إلى أن الأفلام والمسلسلات العربية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون لجمع معلوماتهم عن المجتمع الإسرائيلي والشخصية الإسرائيلية؛ كما انتهت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة يعارضون التطبيع مع إسرائيل.

واستهدفت دراسة (محمد نبيل أحمد، 2012م)⁽¹³⁾ التعرف على صورة العرب في الأفلام السينمائية الأمريكية بعد أحداث (11 سبتمبر 2001م)، وتوصلت الدراسة إلى أن الأفلام الأمريكية قدمت الشخص العربي والمسلم بصورة سلبية، وتستخدم هذه الصور في الأفلام والكاريكاتير والرسوم المتحركة وأفلام الكارتون، وهي صورة العربي البشع المحب للنساء الذي يأكل كثيراً، ويسعى وراء اليهود ليقتلهم، وليس أدل علي ذلك من فيلم أكاذيب حقيقية (True Lies) الذي يُظهر العرب في منظمة الجهاد الأحمر يحاولون تهريب قنبلة نووية الي الولايات المتحدة لتفجيرها هناك، وأن أغلب الشخصيات العربية في هذه الأفلام تتمتع بقيم أخلاقية سلبية، تنوعت بين القسوة وإهانة النساء، والاعتداء على الآخرين، والأنانية وحب الذات، والغدر والخيانة.

ثانياً: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية:

تنوعت الدراسات التي اهتمت بتناول مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية، ف جاءت دراسة (خالد حامد أبو قوطة، 2019م)⁽¹⁴⁾ لرصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة (2018م)، عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، وتحديدًا التي تتبع جيش الاحتلال في موقع تويتر، من خلال دراسة حالة صفحة "أفيخاي أدرعي" المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، على مدار ستة شهور من (1 مارس 2018م)، وحتى

(31 أغسطس 2018م)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، حيث تنوعت قضاياها وموضوعاتها، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في مقدمتها، تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي، وحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي.

وللكشف عن مدى تأثير السياسة الإعلامية الإسرائيلية على المتابع العربي، سعت دراسة (محمد زيدان الخرابشة، 2018م)⁽¹⁵⁾ إلى تحليل منشورات الناطق الإعلامي بلسان مؤسسة جيش الدفاع الإسرائيلي لوسائل الإعلام العربية "أفيخاي أدري" على صفحته على موقع (فيسبوك)، في الفترة من (2018/1/1) حتى (2018/3/25م)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن فئة الإطار الاستراتيجي جاءت في المرتبة الأولى في منشورات "أفيخاي أدري"، بينما كانت فئة أخبار وإعلام في المرتبة الأولى ضمن فئات الهدف من المنشور، وفي فئات المرفقات المستخدمة (الوسائط) اعتلت فئة الصور سلم الترتيب، وتوصلت إلى أن تلك المنشورات تشير إلى أن إسرائيل بلد محب للسلام، إضافة إلى استخدامها الدين كغطاء تستقطب به إسرائيل المتعاطفين معها بشكل أيسر.

واستهدفت دراسة (هبة الله جمال أحمد شاهين، 2017)⁽¹⁶⁾ التعرف على تأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية على موقع الفيسبوك على الشباب المصري وإدراكهم لمدى تأثيرها على الشباب الآخرين على الموقع. وذلك بالتطبيق على عينة عمدية بلغ قوامها (456) مبحوثاً من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (18-35) عاماً من المعرضين لصفحات الدعاية الإسرائيلية باللغة العربية على موقع الفيسبوك أو أحدها، وانتهت إلى امتلاك صفحات الدعاية الإسرائيلية على موقع الفيسبوك إمكانية تأثير ضعيفة على الشباب المصري سواء على الذات أو الآخرين (أقرب الأصدقاء والشباب الآخرين على موقع الفيسبوك)، كما رأى أغلب المبحوثين أن الآخرين أكثر تأثراً بهذه الصفحات من أنفسهم.

وسعت دراسة (آلاء عبداللطيف، 2015م)⁽¹⁷⁾ إلى توصيف الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة التي تطبقها المؤسسات الحكومية الإسرائيلية في صفحاتها الموجهة للجمهور العربي عبر الفيسبوك، وقد طبقت الدراسة باستخدام منهج تحليل الخطاب الأيدلوجي على (7) صفحات فيسبوك حكومية إسرائيلية تنوعت بين الطابع السياسي

والدبلوماسي والأمني والاقتصادي والإعلامي، وامتدت الفترة الزمنية للدراسة لمدة عام و(12) يوماً، وقد تم خلالها تحليل (543) من الخطابات المكتوبة والمرئية المنتجة بالصفحات الإسرائيلية، وتوصلت الدراسة إلى كثرة توظيف التكتيكات العاطفية في تطبيق الصفحات الإسرائيلية لإستراتيجية العلاقات العامة، والدمج بين الأساليب العاطفية مثل التهديد والتخويف والتشكيك في العدو، وبين الأساليب المنطقية خاصة تكتيك البرهنة، في إطار إثبات صحة ما تقوله إسرائيل عن كونها ضحية الاعتداءات والصواريخ الموجهة إليها من قبل الأعداء.

وسعت دراسة (Kohen, 2015)⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على إمكانية استغلال خصائص انستجرام وتوظيفها كأداة دعائية تهدف إلى تعزيز التضامن مع أجنادات الدولة الإسرائيلية، وتبين أن هناك تقارباً في المضامين والمفاهيم الكبرى للجيش الإسرائيلي من جهة وما ينشر على الشبكة الاجتماعية انستجرام من جهة أخرى؛ وهو ما يسعى الجيش إلى ترسيخه في الثقافة الإسرائيلية للأفراد في المجتمع مستعيناً بالرموز والنصوص البصرية واللفظية. في حين اهتمت دراسة (منة الله كمال موسى، 2014م)⁽¹⁹⁾ بالتعرف على علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت والبرامج الهاتفية المجانية ومدى التفاعل معها، والاستفادة منه، وانتهت إلى ارتفاع نسبة استخدام البرامج الهاتفية، حيث جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى، يليه الواتس آب ضمن برامج المحادثات المجانية، كما أظهرت الدراسة أن صفحة (إسرائيل تتحدث بالعربية) جاءت في مقدمة الصفحات التي يتابعها المبحوثون.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محورين، المحور الأول دراسات تناولت الصور الذهنية للدول في وسائل الإعلام، والمحور الثاني دراسات خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية، ومن خلال استعراض هذه الدراسات يمكن الخروج ببعض المؤشرات:

1. وجود العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت ظاهرة تنامي المنصات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على أهمية تلك الظاهرة، وتنوع جوانبها التي استحققت هذا الاهتمام.
2. اهتمام عدد من الدراسات العربية والأجنبية بالتعرف على الإستراتيجيات الاتصالية التي تطبقها صفحات التواصل الاجتماعي الإسرائيلية للتأثير في متابعي تلك الصفحات.

3. ركزت معظم دراسات الصورة الذهنية على الأحادية في تناولها للموضوعات، فغالبًا ما يتم دراسة صور شخص أو دولة أو شعب أو مؤسسة ما، فضلًا عن الدراسات التي استهدفت التعرف على صورة الأنا، ودراسات أخرى ركزت على صورة الآخر، ونادرًا ما توجد دراسة اهتمت بدراسة "الأنا والآخر" معًا في الصفحات الإسرائيلية، على الرغم من خطورة وأهمية هذا الأمر، وهو ما تحاول الدراسة الحالية القيام به، من خلال التعرف على صورتين متقابلتين متضادتين لكل منهما شكل مختلف ناتج عن أهداف معينة تشكلت بفعلها، وهما صورة الأنا وصورة الآخر.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تحدد أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة في زيادة الاطلاع على المجال البحثي الخاص بالمنصات الإعلامية الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد أبعاد الدراسة والأهداف التي يسعى لإنجازها، والتعرف على آخر النتائج التي توصل إليها الباحثون، كما تمكن الباحث استنادًا إلى الدراسات السابقة من اختيار الإطار النظري الذي ساعد على تفسير النتائج لاحقًا.

مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة الدراسة من خلال ما لاحظته الباحث من تزايد للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على الفيس بوك، والاهتمام الرسمي الإسرائيلي بذلك، فقد أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على الفيس بوك عام (2011م) كمصدر للمعلومات عن إسرائيل باللغة العربية، وتحظى الصفحة بمتابعة وإعجاب أكثر من مليوني مستخدم، كما اهتمت المؤسسة العسكرية الإسرائيلية هي الأخرى بالتواجد عبر تلك المنصات بهدف الانفتاح وإقامة اتصال ثنائي الاتجاه مع الجمهور العربي، وذلك بما يعرف بالدبلوماسية العامة العسكرية عبر الإنترنت، وتعد صفحة "أفيخاي أدرعي" الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري بلسان الجيش الإسرائيلي للإعلام العربي، وتحظى بمتابعة وإعجاب أكثر من مليون ونصف مستخدم.

وتستهدف تلك الصفحات المستخدمين العرب من خلال نشر آلاف من المنشورات الموجهة بعناية، من أجل تغيير الصورة الذهنية عن إسرائيل وعن الآخر في عقول الشعب العربي، وإمدادهم بالأخبار والمعلومات والأحداث داخل المجتمع الإسرائيلي وخارجه، مع التعليق بما يخدم الأهداف الإسرائيلية، والسعي إلى تغيير الصورة السلبية لدى المستخدمين العرب تجاه المجتمع الإسرائيلي إلى صورة إيجابية، والعمل على تقبل المستخدمين العرب

لفكرة تطبيع العلاقات مع إسرائيل على المستويين الرسمي والشعبي، وترسيخ مفاهيم عن المجتمع الإسرائيلي بصورة تتناقض مع التاريخ والواقع المعيش. وتتمثل مشكلة البحث في استجلاء معالم صورة (الأنا) المتمثلة في صورة الذات الإسرائيلية، وصورة (الآخر) سواء على المستوى العربي أو الإقليمي أو الدولي، من خلال تحليل المنشورات المقدمة في صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"الصفحة الرسمية لـ" أفيخاي أدري"، والكشف عن الموضوعات التي تناولتها، وأهدافها، ومعرفة السمات والتوصيفات التي ظهرت بها، والأساليب المنطقية والاستمالات المستخدمة في تلك المنشورات، فضلاً عن الكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين عينة الدراسة؛ مما يساعد في استكشاف معالم تلك الصورة المقدمة لمتابعي تلك الصفحات.

أهمية البحث:

يمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى أهمية علمية وأهمية تطبيقية:

أولاً: الأهمية العلمية:

1. ندرة الدراسات التي اهتمت بتحليل مضامين صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، للتعرف على صورة الأنا والآخر المقدمة من خلال تلك المضامين.
2. معرفة الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن الذات والآخر.
3. يُعد استخدام الجيوش - خاصة الجيش الإسرائيلي- لمواقع التواصل الاجتماعي كامتداد للدبلوماسية العامة والتواصل مع الآخر ظاهرة جديدة تستحق المزيد من البحث.
4. طبيعة الصراع القائم مع إسرائيل، سواء على المستوى العربي ببعديه القومي والإقليمي، أو المستوى الإسلامي، باعتبار إسرائيل محتلة لأرض إسلامية مقدّسة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

1. الخروج بمؤشرات ومقترحات يمكن تطبيقها عملياً لمواجهة هذا الكم المتزايد من تلك الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي.
2. رصد أساليب الإقناع والاستمالات العاطفية المستخدمة في الصفحات الإسرائيلية المقدّمة باللغة العربية، لأخذها في الاعتبار عند مواجهة تلك الصفحات، للحد من خطورتها وتأثيرها في الجمهور العربي.

أهداف البحث:

1. التعرف على الموضوعات والقضايا المتناولة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:
1. التعرف على الموضوعات والقضايا المتناولة عبر صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، المتحدث العربي الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، على الفيس بوك.
2. الكشف عن أهداف المضامين المقدّمة من خلال تلك الصفحتين على الفيس بوك.
3. استجلاء ملامح صورة الأنا وصورة الآخر في صفحتي الدراسة.
4. بيان نوع العلاقات (السلبية، والإيجابية) التي توطر علاقة الأنا بالآخر.
5. معرفة أوجه التشابه والاختلاف بين الصفحتين في رسم معالم صورة الأنا والآخر على الفيس بوك.
6. رصد أساليب الإقناع المنطقية المستخدمة لإظهار معالم صورة الأنا والآخر.
7. معرفة الاستمالات التي استتدت إليها الصفحتان في تقديم صورة الأنا والآخر.
8. الكشف عن عناصر الإبراز المستخدمة مع المضامين الإعلامية المقدّمة.
9. التعرف على مستوى تفاعل مستخدمي صفحات التواصل الاجتماعي مع المضامين الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على الفيس بوك.

تساؤلات البحث:

1. ما الموضوعات والقضايا المقدّمة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، على الفيس بوك خلال فترة الدراسة؟
2. ما أهداف المضامين المقدّمة من خلال صفحتي الدراسة؟
3. إلى أي مدى يوجد تشابه أو اختلاف بين صفحتي الدراسة في رسم معالم صورة الأنا والآخر؟
4. ما ملامح صورة الأنا وصورة الآخر في صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري"؟
5. كيف استخدمت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - عناصر الإبراز مع المضامين الإعلامية المقدمة؟
6. ما مستوى تفاعل مستخدمي صفحات التواصل الاجتماعي مع المضامين الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على الفيس بوك؟

نوع البحث ومنهجه وأداته:

1. **نوع البحث:** تعد الدراسة الحالية من البحوث الوصفية التحليلية، التي تهتم بوصف وتحليل المضامين المقدّمة في الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية؛ للخروج بمؤشرات حول ملامح معالجة صورة الأنا والآخر، إيداناً بتحليل وتفسير هذه المعالجة.
2. **منهج البحث:** اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي، وتم توظيف هذا المنهج من خلال مسح وتحليل كافة المضامين المقدمة في صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" خلال فترة الدراسة، بالإضافة إلى المنهج المقارن، وذلك للمقارنة بين أوجه الشبه والاختلاف للصورة المقدمة للذات وللآخر في صفحتي الدراسة.
3. **أداة جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها، واعتمدت الدراسة على المنشور (Post) كوحدة تحليل للمضامين المنشورة على الصفحات عينة الدراسة.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الصفحات الإسرائيلية الرسمية المقدمة باللغة العربية على "الفييس بوك"، وتم اختيار "الفييس بوك" كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لكونه الأكثر انتشاراً واستخداماً في العالم العربي، حيث بلغ عدد مستخدمي الفييس بوك في الوطن العربي عام (2019م) ما يربو على (156) مليون مستخدم، ووفقاً لتقرير (Crowd Analyzer)⁽²⁰⁾ لمواقع التواصل الاجتماعي لعام (2019م)، فإنّ مصر تصدر الدول العربية الأكثر استخداماً لموقع الفييس بوك، حيث بلغ عدد مستخدمي الفييس بوك عام (2019م) في مصر (40) مليون مستخدم.

عينة البحث:

تحددت عينة البحث في المواد المنشورة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري"، وتم اختيار تلك الصفحتين نظراً لصفتهما الرسمية، حيث أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على الفييس بوك عام (2011م) كمصدر رسمي للمعلومات عن دولة إسرائيل باللغة العربية، ولتحسين صورة إسرائيل أمام الجمهور العربي المتابع لتلك الصفحة، وتم اختيار صفحة "أفيخاي أدري" باعتبارها الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري بلسان جيش الدفاع الإسرائيلي للإعلام العربي، كما تتميز هاتان الصفحتان بأنهما أكثر الصفحات الإسرائيلية متابعة من قبل الجمهور العربي، وذلك بناء على الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث، حيث تحظى صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بمتابعة وإعجاب أكثر من مليوني

مستخدم، كما تحظى صفحة "أفيخاي أدري" بمتابعة وإعجاب أكثر من مليون ونصف مستخدم، بالإضافة إلى التفاعل المتزايد للمستخدمين مع هذه الصفحات، من خلال الإعجاب أو التعليق أو المشاركة، علاوة على غزارة المحتوى والمضامين المقدمة في هاتين الصفحتين.

الحدود الزمنية للبحث:

تحدد الفترة الزمنية للبحث بثلاثة أشهر، من (1 أكتوبر 2019م) إلى (31 ديسمبر 2019م)، من خلال الحصر الشامل لجميع المنشورات أثناء تلك الفترة الزمنية، وتم اختيار تلك الفترة لأنها الأقرب زمنياً للدراسة، مما يعني اتسام عينة البحث بالجدة ومواكبة آخر التطورات المتعلقة بصورة الأنا والآخر.

قياس الصدق والثبات:

اعتمد الباحث في اختبار الصدق على قياس الصدق الظاهري للاستمارة من حيث قدرتها على الإجابة على تساؤلات البحث، وتحقق ذلك من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على عدد من المحكمين المتخصصين من الأساتذة⁽²¹⁾ الذين أشاروا إلى صلاحيتها للتطبيق، وقد تم إجراء التعديلات التي أوصوا بها، واعتمد الباحث في قياس الثبات على إجراء الاختبار بينه وبين أحد أعضاء هيئة التدريس⁽²²⁾، وذلك من خلال عمل اختبار على عينة بلغت (10%) من إجمالي العينة الكلية، بما يعادل (62) منشوراً، واستخدم الباحث معادلة هولستي لقياس الثبات الذي بلغ نسبة (88.6%)، وهو ما يشير إلى ثبات التحليل ودقته.

مصطلحات الدراسة:

يعدُّ تعريف المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً ضرورياً في البحث العلمي، وبناءً عليه يمكن تعريف بعض المصطلحات المتداولة في هذه الدراسة على النحو الآتي:

1. الصورة:

التعريف الاصطلاحي: الصورة: قدّم قاموس "ويبستر" تعريفاً لكلمة (Image) بأنها تشير إلى التصور العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إدراك بشكل عام تجاه شخص ما أو مؤسسة أو مجتمع من خلال وسائل الإعلام بشكل خاص⁽²³⁾، وتتسع كلمة الصورة في اللغة الفرنسية لتشمل الصورة الحسية والعقلية على حد سواء، وهي إعادة إنتاج الواقع من خلال رسم ما⁽²⁴⁾، وتعرف الصورة بأنها: مجموعة الصفات والسمات التي تقوم وسائل الإعلام بتقديمها، وتشمل تلك الصفات فئة أو دولة

أو جنسًا ما إلى آخره، وذلك من خلال تصورات القائمين بالاتصال، وفقًا لطبيعة كل وسيلة، كما أن بيئة ومجال الصورة يسهمان في إنتاج المعنى⁽²⁵⁾.

التعريف الإجرائي:

يقصد الباحث بمفهوم "الصورة": مجموعة السمات والخصائص التي تقوم الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية بتقديمها وتشكيلها عن دولة أو منظمة أو أفراد، بهدف إعطاء انطباع إيجابي أو سلبي، وترسيخ تلك الصورة في أذهان المتابعين لتلك الصفحات.

2. مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف الاصطلاحي: يعرف قاموس كمبريدج مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع وبرامج إلكترونية تتيح للأشخاص التواصل ومشاركة المعلومات عبر الإنترنت باستخدام جهاز حاسوب أو هاتف جوال"⁽²⁶⁾.

التعريف الإجرائي: يقصد الباحث بمواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلي، تلك المواقع الاجتماعية التفاعلية الإسرائيلية التي تتيح التواصل لمستخدميها باللغة العربية في أي وقت وفي أي مكان من العالم، وتبادل الآراء والأفكار والرسائل الشخصية وغيرها من الخدمات، ومن أشهر تلك المواقع (إسرائيل تتكلم بالعربية، وأفيخاي أدرعي).

3. الأنا والآخر:

الأنا: جاء في لسان العرب تعريف "الأنا" بأنه "اسم مكنى وهو للمتكلم وحده"⁽²⁷⁾.
الآخر: الآخر (بفتح الخاء) هو أحد الشئيين، وهو اسم على أفعال، والأنثى أخرى، والآخر بمعنى الغير، كقولك رجل آخر وثوب آخر⁽²⁸⁾.

التعريف الإجرائي:

يقصد الباحث بمفهوم (الأنا) الكيان الإسرائيلي، سواء تم الحديث عن هذا الكيان في الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- في شكل (دولة- منظمات- أفراد)، وما عدا ذلك من دول أو منظمات أو أفراد فهو (آخر) بالنسبة للصفحتين عينة الدراسة، سواء أكان هذا الآخر على المستوى العربي أو الإقليمي أو الدولي.

4. إسرائيل:

التعريف الإجرائي: يقصد الباحث بإسرائيل ذلك الكيان النظامي القائم على الأراضي الفلسطينية رسميًا في (14 مايو 1948)، بناءً على وعد بلفور (1917م)، الذي أكد دعم بريطانيا لمطوحات الحركة الصهيونية في إقامة دولة يهودية بفلسطين، وقرار هيئة الجمعية العمومية للأمم المتحدة في (2 نوفمبر 1917م)، واعتماد الأمم المتحدة خطة تقسيم فلسطين عام (1947م)، التي أوصت بإنشاء دولة عربية وأخرى يهودية مستقلة

والقدس الدولية، ومنذ تأسيس هذا الكيان رسميًا خاضت إسرائيل عدة حروب مع الدول العربية في سلسلة من الصراعات المسلحة ابتداءً بحرب فلسطين عام (1948م) وانتهاءً بالحرب على غزة (2014م)، وهناك العديد من الأراضي العربية الواقعة تحت سيطرة هذا الكيان، ويعد احتلال إسرائيل للأراضي الفلسطينية أطول احتلال عسكري في العالم في العصر الحديث.

الإطار النظري للبحث:

استعان الباحث بنموذج إصلاح الصورة الذهنية (Image repair model) في تصميم استمارة التحليل، وتفسير النتائج وفهمها، ووفقًا لتقسيم (Parsons) لأزمات الصورة الذهنية التي تتعرض لها الدول، المتمثلة في أزمات (عاجلة- متصاعدة- طويلة المدى)؛ يمكن القول بأن إسرائيل تعاني من أزمة طويلة المدى تجاه صورتها الذهنية، تعود بدايتها منذ نشأة الكيان الصهيوني واحتلال الأراضي الفلسطينية في الأربعينات حتى الآن؛ لذا يمكن الاستفادة من نموذج "William L. Benoit" لإصلاح الصورة الذهنية التي قد يتعرض لها الأفراد أو المؤسسات أو الكيانات الحكومية وغير الحكومية أو الدول أثناء الأزمات.

ويشير هذا النموذج إلى أهمية الصورة الذهنية والسمعة الطيبة للأفراد والحكومات والمنظمات والشركات والمؤسسات، حيث تقوم الصورة الذهنية بدور مهم في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك تجاه الآخرين، فالصورة الذهنية هي "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب"⁽²⁹⁾، فالصورة الذهنية هي التصور الذي يتكون تجاه قضية أو شخص أو مؤسسة أو دولة ما، ويتبادر إلى الذهن عند ذكر اسمها ليعطي انطباعًا قد يكون إيجابيًا أو سلبيًا.

ويهتم هذا النموذج بشكل أساسي بكيفية استعادة الصورة الذهنية أثناء الأزمات Image restoration، موضحةً إمكانية استخدام هذا النموذج من قبل القائمين على صياغة الرسائل الاتصالية أثناء الأزمات التي قد يتعرض لها الأفراد أو الشركات أو الكيانات الحكومية أو غير الحكومية، وكذلك بالنسبة للأزمات التي قد تتعرض لها الدول. ويرتكز النموذج على تحديد آليات الاتصال التي يمكن أن تلجأ إليها المنظمة عند تعرضها للأزمات لترميم صورتها Image repair، وذلك وفقًا للموقف الذي تتعرض له، وحدد "

William L. Benoit "خمس إستراتيجيات يمكن أن تلجأ إليها المنظمات أو الدول أو الشخصيات السياسية البارزة عند التعرض للأزمات، لصياغة الرسائل الاتصالية، على النحو الآتي⁽³⁰⁾:"

1. الإنكار Denial: من خلال إنكار وقوع الحدث، أو تحويل الانتباه من خلال إلقاء المسؤولية على فاعل آخر (shift blame)، أو توضيح الانفصال عن مرتكب الحادث (separation)، أو إلقاء اللوم على جزء بسيط من المنظمة منفصل عن المجموع الجيد؛ وفي حالة قبول أي من هذه الأشكال الخاصة بالإنكار، فإن الصورة الذهنية للشخص أو المنظمة ستتحسن مرة أخرى.
 2. التهرب من المسؤولية Evade responsibility: يستخدم هذا الأسلوب في حالة عدم القدرة على إنكار وقوع الحدث، فيتم استخدام إحدى الإستراتيجيات الآتية للتهرب من المسؤولية:
 - التبرير: من خلال ربط أسباب وقوع الحدث بسبب آخر، أو الادعاء بأنه حدث متوقع، أو التبرير بعدم القدرة على السيطرة على حدث ما.
 - العقلانية: وتعني الإشارة إلى أنه لا يستطيع التكلم عن الحدث.
 - المصادفة: أي أن الحادث فجائي نادرًا ما يحدث، وأنه غير مقصود.
 3. التقليل من شأن الحدث Reduce actions: بهدف تقليل درجة المشاعر لدى الرأي العام، وذلك من خلال التأكيد على السمعة الطيبة والإيجابية التي تتمتع بها المنظمة، أو التقليل من سلبية الحدث من خلال المقارنة مع أحداث أخرى أشد خطورة، أو إبراز قيم أكثر أهمية من الحدث، أو الاستعانة بإطار مرجعي من خلال وضع الحدث في إطار العبرة أو الموعظة، أو الهجوم على المدعين وإثارة الشكوك حولهم والتقليل من مصداقيتهم، أو تعويض المتضررين جراء وقوع الحدث.
 4. القيام بإجراءات إصلاحية Corrective actions: من خلال القيام بإعادة الوضع إلى ما كان عليه قبل وقوع الحدث، أو اتخاذ إجراءات تمنع حدوث وتكرار الحدث مرة أخرى.
 5. إظهار الندم Mortification: وتعني الاعتراف بالحدث والمسئولية الكاملة عنه، وطلب السماح.
- ويؤكد عديد من الباحثين أن الصور الإعلامية التي تكونها وسائل الإعلام لا تمثل تجسيدًا محايدًا للواقع؛ بل تعد تجسيدًا مشروطًا بهوية الوسيلة وأهدافها الإستراتيجية، فالصورة التي تطرحها وسائل الإعلام تعكس تصورات المؤسسات الإعلامية لدولة ما أو شعب ما،

وتمارس تأثيرًا على الرأي العام الذي يتعرض لها، ويستخدمها في فهم الأحداث وتقييمها وتكوين ردود أفعال حيالها بما يسهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور⁽³¹⁾. وقد حدد كل من (Grabber, Bennet) مجموعة من الإستراتيجيات لتشكيل الصورة الإعلامية هي⁽³²⁾:

1. تشكيل الرسالة الإعلامية Message Shaping: ويقصد به اختيار القضية أو الموضوع الذي ستتناوله الوسيلة الإعلامية.
 2. إبراز الرسالة الإعلامية (Message Salience): والمقصود به تكرار الرسالة الإعلامية وتأكيداها.
 3. إضفاء المصدقية على الرسالة الإعلامية (Message Credibility): ويتم ذلك من خلال الحجج المنطقية أو الاستمالات العاطفية، أو كلاهما معًا، والاعتماد على مسارات البرهنة.
- وبناء على ما سبق يمكن الاستفادة من نموذج (William L. Benoit) في رصد وتحديد آليات الاتصال التي تستخدمها الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- في ترميم وتشكيل (Image repair) الصورة الذهنية عن إسرائيل والدول الأخرى لدى المتابعين لتلك الصفحات، إضافة إلى التعرف على الحجج المنطقية والاستمالات العاطفية المستخدمة لإضفاء المصدقية على تلك الصورة المقدمة من خلال مضامين تلك الصفحات.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS v.23)، حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق بعض من المعاملات الإحصائية التي تلائم متغيرات الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: المقاييس الوصفية: وتشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات (Frequency) والنسب المئوية (Percent).

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس الفروق بين متغيرات الدراسة، فقد كانت على النحو الآتي:

- اختبار كاي² (Chi Square): ويقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين سواء اشتملت هذه المتغيرات على مجموعتين أو أكثر من ذلك.

■ **معامل التوافق (Contingency):** ويقوم بقياس مدى شدة العلاقة بين متغيرين في الجداول غير الثنائية.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ (0,05) لاعتبار العلاقة ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0,05) فأقل.

النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

أجرى الباحث دراسة تحليلية لجميع المنشورات ♦ المقدمة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، والصفحة الرسمية "أفيخاي أدري" على الفيس بوك، لمدة ثلاثة أشهر، في الفترة الزمنية من (1 أكتوبر 2019م) إلى (31 ديسمبر 2019م)؛ وذلك لاستجلاء معالم صورة "الأنا" و"الآخر" من خلال تحليل تلك المنشورات، وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج على النحو الآتي:

1. **عدد المنشورات الخاصة بكل صفحة خلال الفترة الزمنية عينة الدراسة:**

جدول (1) يوضح عدد المنشورات المقدمة خلال فترة الدراسة

الصفحة	ك	%
إسرائيل تتكلم بالعربية	281	44,9
أفيخاي أدري	345	55,1
الإجمالي	626	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت صفحة "أفيخاي أدري" في المركز الأول من حيث عدد المواد المنشورة خلال فترة الدراسة، بإجمالي (345) منشورًا بنسبة بلغت (55.1%)، بينما احتلت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" المرتبة الثانية، بإجمالي (281) منشورًا بنسبة بلغت (44.9%).
- وبناءً على ما تقدم يتضح أنّ القائمين على تلك الصفحات يتميزون بكثافة نشاطهم وتواجدهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسط ثلاثة منشورات يوميًا، بهدف نشر الأخبار والمعلومات عبر متابعي ومستخدمي تلك الصفحات، وتميرير

♦ **المنشور:** هو وحدة التحليل التي استخدمتها الدراسة، ولفظ "منشور" هو التعريب الذي اعتمده موقع الفيس بوك لكلمة (Post).

رسائل مباشرة وغير مباشرة من خلال المحتوى الإعلامي المقدم في تلك الصفحات، وخلق واقع من التطبيع الافتراضي بين الكيان الإسرائيلي والمتابعين العرب من خلال الاعتياد على الوجود الإسرائيلي.

2. نوع المنشور المقدم

جدول (2) يوضح نوع المنشور المقدم خلال فترة الدراسة

المجموع	الصفحات		نوع المنشور	
	أفيخاي أدري	إسرائيل تتكلم بالعربية		
535	296	239	ك	نص
85,4	85,8	85,1	%	
54	28	26	ك	صورة
8,6	8,2	9,2	%	
28	15	13	ك	فيديو
4,5	4,3	4,6	%	
9	6	3	ك	رابط
1,5	1,7	1,1	%	
626	345	281	ك	المجموع
100	100	100	%	

◆ ينقسم المنشور (post) إلى مجموعة من الأنواع على النحو الآتي:

- **المنشور النصي:** هو المنشور الذي يحتوي على نص مكتوب، ويعتمد على هذا النص في إيصال الرسالة المراد توصيلها للمستخدم، بحيث يكفي المستخدم بقراءة النص الخبري على الصفحة دون الحاجة للانتقال إلى مواقع إلكترونية أو صفحات أخرى، ولا يمنع ذلك من وجود عوامل إبراز كالصور أو الفيديو أو وجود رابط إحالة لمواقع إلكترونية أخرى لمزيد من التفاصيل.
- **منشور الصورة:** هو المنشور الذي يعتمد على عرض صورة أو مجموعة من الصور - غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط - لإيصال الرسالة أو المعنى المراد توضيحه دون الحاجة إلى وسيلة إيضاحية أخرى، ولا يمنع ذلك من وجود رابط إحالة لعرض مزيد من الصور أو للحصول على مزيد من التفاصيل.
- **منشور الفيديو:** هو المنشور الذي يعتمد على مقطع فيديو أو أكثر - غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط - في إيصال الرسالة أو المعنى المراد توضيحه دون الحاجة إلى أي وسيلة إيضاحية أخرى، ولا يمنع ذلك من وجود رابط إحالة لعرض مزيد من الفيديوهات أو للحصول على مزيد من التفاصيل.
- **منشور الرابط:** وهو المنشور الذي يكون عبارة عن رابط إحالة - غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط أو صورة أو الاثنین معًا - بحيث يحيل المستخدم إلى موقع إلكتروني - سواء الموقع الخاص بالصفحة أو أي موقع آخر - للحصول على الرسالة الإخبارية المراد إيصالها للمستخدم.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاء (المنشور النصي) في المركز الأول بنسبة (85,4%)، يليه (منشور الصورة) بنسبة (8,6%)، في حين احتل (منشور الفيديو) المركز الثالث بنسبة (4,5%)، وجاء (منشور الرابط) في المركز الأخير بنسبة (1,5%).
- مما سبق يتضح حرص الصفحات الإسرائيلية على تنوع المنشورات المقدمة للجمهور العربي، ما بين منشور (نصي، وصورة، وفيديو، ورابط)، ويُلاحظ في غالبية المنشور النصي الإيجاز في عدد الكلمات والسطور، مما يتيح ظهور المنشور النصي كاملاً أمام متصفح تلك المواقع، دون اللجوء إلى الضغط (click) على "عرض المزيد" لإظهار بقية النص، حيث يقوم الـ "فيسبوك" بإخفاء جزء من كلمات المنشور النصي بعد استنفاد (488) حرفاً، كما يلاحظ أيضاً الحرص على التزاوج بين النص والصورة أو النص والفيديو في غالبية المنشور النصي المقدم، بهدف تحقيق أكبر قدر من التفاعل مع المنشور النصي، حيث تعتبر المؤثرات البصرية متمثلة في الصور والفيديو من أكثر الأدوات تأثيراً وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين.
- وجاء منشور الرابط بنسبة ضئيلة بلغت (1,5%)، ولعلّ مجيء (منشور الرابط) - خلال فترة الدراسة- يعود لرغبة القارئ على الصفحات الإسرائيلية على تحقيق أحد أهم الأهداف من إنشائها وهو الترويج للمنصات الإعلامية الأخرى التابعة للمؤسسة التي تتبعها الصفحة، وذلك في إطار محاولة تحقيق قدر من التكامل بين المنصات المختلفة التابعة لتلك المؤسسات، من خلال نشر روابط مواقع التواصل الأخرى مثل (انستجرام، وتويتر، ويوتيوب... إلخ).

3. نوع الموضوعات المقدمة في المنشور

جدول (3) ♦

يوضح نوع القضايا المقدمة خلال فترة الدراسة

الإجمالي	أفيخاي أدرعي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الاسرائيلية	الموضوعات
	%	ك	%	ك		
246	39,3%	220	63,8%	26	9,2%	عسكرية
112	17,9%	60	17,4%	52	18,5%	دينية
97	15,5%	10	2,9%	87	31%	سياسية
44	7%	13	3,8%	31	11%	اجتماعية
41	6,5%	22	6,4%	19	6,8%	فنية
24	3,8%	11	3,2%	13	4,6%	رياضية
26	4,2%	5	1,5%	21	7,5%	سياحية
20	3,2%	2	0,6%	18	6,4%	علمية
9	1,4%	0	0	9	3,2%	اقتصادية
7	1,1%	2	0,6%	5	1,8%	صحية
626	100%	345	100%	281	100%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- تنوعت مضامين الموضوعات المقدمة على الصفحات خلال فترة الدراسة، فجاءت (القضايا العسكرية) في المرتبة الأولى بنسبة (39,3%)، تلتها (القضايا الدينية) بنسبة (17,9%)، وجاءت (القضايا السياسية) في المرتبة الثالثة بنسبة (15,5%)، تلتها (القضايا الاجتماعية) بنسبة (7%)، وجاءت (القضايا الفنية) في المرتبة الخامسة بنسبة (6,5%)، تلتها (القضايا الرياضية) بنسبة (3,8%)، وجاءت (القضايا السياحية) في المرتبة السابعة بنسبة (4,2%)، تلتها قضايا (العلوم والتكنولوجيا) بنسبة (3,2%)، وجاءت (القضايا الاقتصادية) في المرتبة التاسعة بنسبة (1,4%)، بينما احتلت (قضايا الصحة) المرتبة الأخيرة بنسبة (1,1%).

♦ اقتصر الباحث في هذا الجدول والجدول المماثلة له على التكرارات (ك) والنسب المئوية (%) فقط دون الاعتماد على المعامل الإحصائي (24)، نظراً لأن القاعدة الإحصائية تؤكد على أنه إذا زادت عدد الخانات الصفرية التي تقل أرقامها عن الرقم (5) عن (20%) فإن هذا يؤكد زيف العلاقة احصائياً، وهو ما أظهرته نتائج هذا الجدول والجدول الأخرى المماثلة له.

- هناك تفاوت بين صفحتي الدراسة بالنسبة لترتيب القضايا المقدّمة، حيث احتلت (القضايا السياسية) المرتبة الأولى في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بنسبة (31%)، بينما احتلت القضايا العسكرية المرتبة الأولى في صفحة "أفيخاي أدري" بنسبة (63,8%)، ولعلّ سبب ذلك يعود إلى الطابع العام للصفحتين، فصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" هي الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية الإسرائيلية، وصفحة "أفيخاي أدري" هي صفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي.
- يُلاحظ حرص صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" على نشر منشورات دينية بلغة عربية فصحة وعامية، والإكثار من استخدام الأحاديث النبوية الشريفة والآيات القرآنية، حيث جاءت (الموضوعات الدينية) في المرتبة الثانية في صفحتي الدراسة بنسب متقاربة، وذلك بنسبة (18,5%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و(17,4%) في صفحة "أفيخاي أدري"؛ ولعلّ سبب ذلك إحداهما تأثير نفسي ووجداني في مستخدمي تلك الصفحات، ولفت انتباههم لتلك المنشورات، واستدراجهم للتفاعل معها، ورسم صورة وردية وأخلاقية مغايرة للكيان وللجيش الإسرائيلي على أرض الواقع.
- جاءت كل من القضايا الفنية والقضايا الرياضية بنسب متقاربة في عينة الدراسة، فجاءت القضايا الفنية بنسبة (6,8%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، وبنسبة (6,4%) في صفحة "أفيخاي أدري"، وجاءت القضايا الرياضية بنسبة (4,6%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، بنسبة (3,8%) في صفحة "أفيخاي أدري".
- من اللافت للنظر تنوع المضامين المقدمة في صفحة "أفيخاي أدري"، وهي الصفحة الرسمية للجيش الإسرائيلي، ولعلّ ما يفسر ذلك حرص "أفيخاي أدري" ورغبته في الوصول إلى فئات مختلفة من الجماهير ♦، حيث استطاعت تلك الصفحات عبر تنوع تلك المضامين أن تجذب بواسطتها رواد مواقع التواصل الاجتماعي بنجاح، وأن يتحول

♦ وجهت مدونة "بي بي سي ترند" سؤالاً للمتحدث باسم الجيش الإسرائيلي حول الهدف من الزج بأسماء مطربين عرب في تغريدات تتحدث عن مسائل سياسية، وأجاب أدري: "عالم السوشيال ميديا يتطلب وسائل متنوعة لإيصال الرسالة إلى الجماهير المعنية، حيث قمنا في الأسابيع الأخيرة بتفعيل وسائل متنوعة في الحديث عن خطر مشروع حزب الله وإيران وبدون أدنى شك استخدام أغاني المطربين العرب وخاصة اللبنانيين تمثل جزءاً من هذه الجهود.

"أفيخاي أدري" من متحدث عسكري، إلى شاب مرح، لطيف، مثقف، متسامح، يحتسي قهوة عربية ويستمتع إلى أغانٍ عربية، ولديه اطلاع واسع على الثقافة العربية، والديانة الإسلامية، فيكتب في بعض الأحيان آيات قرآنية، وفي أحيان أخرى يهنئ المسلمين بحلول يوم الجمعة، بجملته الشهيرة "جمعة مباركة".

4. محور الارتكاز في الموضوعات المنشورة

جدول (4)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث محور الارتكاز في المضامين المنشورة

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الاسرائيلية محور الارتكاز
	%	ك	%	ك	
265	42,3%	173	50,1%	92	32,7%
198	31,6%	97	28,1%	101	35,9%
147	23,5%	75	21,7%	72	25,6%
16	2,6%	0	0	16	5,7%
626	100%	345	100%	281	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاء محور الارتكاز (حدث أو قضية) في المرتبة الأولى من بين محاور الارتكاز في المضامين المنشورة خلال فترة الدراسة بنسبة بلغت (42,3%)، بينما جاء محور الارتكاز (فكرة) في المركز الثاني بنسبة بلغت (31,6%)، يليه محور الارتكاز (شخصية) بنسبة بلغت (23,5%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء محور الارتكاز (مكان) بنسبة بلغت (2,6%).
- يُلاحظ وجود تماثل بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و صفحة "أفيخاي أدري" بالنسبة لمحور الارتكاز في معظم المنشورات، فعلى مستوى (الأفكار) مثلاً، ركزت كل من الصفحتين على تأكيد أن إسرائيل مكان للسلام والتعايش بين الأديان، وأنها واحة للحرية والديموقراطية، وإظهار قوات الجيش الإسرائيلي بوجه إنساني يعمل على خدمة المدنيين الفلسطينيين ويقدم خدمات ومساعدات إنسانية للمنكوبين على مستوى العالم، وأنها لا تمثل تهديداً بالنسبة للدول العربية، بخلاف إيران التي تمثل خطراً وتهديداً على المستويين العربي والدولي، كما حرصت الصفحتان على تأكيد التقدم

والتنفوق الإسرائيلي في شتى المجالات العلمية والعسكرية والاقتصادية والسياسية والزراعية... الخ، وأنَّ اليهود كان لهم دور كبير في نهضة الكثير من الدول العربية، وأنَّ هناك الكثير من القواسم المشتركة بين اليهود والعرب على مستوى اللغة والديانة والقرابة والعادات والتقاليد مما يسمح بوجود سلام وتطبيع بين إسرائيل والدول العربية.

- يُلاحظ وجود تنوع بالنسبة للشخصيات الواردة في المضامين المقدمة، ما بين شخصيات سياسية وعسكرية وفنية وعلمية... الخ، فعلى المستوى السياسي هناك شخصيات مثل (جولدا مائير، وبن جوريون، وإسحاق رابين، ومناحم بيغن، ووزير الخارجية الإسرائيلي يسرائيل كاتس، ووزير الخارجية الأمريكي مايك بومبيو، وملك الأردن الحسين بن طلال، والرئيس المصري محمد أنور السادات، والرئيس عبد الفتاح السيسي، والعاقل المغربي الحسن الثاني، وملك المغرب محمد السادس، والمرشد الإيراني خامنئي، والرئيس الإيراني حسن روحاني... الخ)، وعلى المستوى الفني شخصيات مثل (أم كلثوم، وفريد الأطرش، وعمرو دياب، وسعاد زكي، ويسرا، وإيهاب توفيق، وهاني شاكر، وراغب علامة، وعمرو واكد، وصباح، وإليسا، ونانسي عجرم، وشيرين، وماجدة الرومي، وكارول سماحة، والمطربة الإسرائيلية ساريت حداد، والممثلة الإسرائيلية جال جادوت، والمخرجة السعودية هيفاء منصور... الخ)، وعلى المستوى الرياضي (محمد صلاح، وكاكا، وميسي، وسواريز، وأغودرو، والمدرّب الإسرائيلي افراهم عرانت، واللاعب الإسرائيلي ألون ليفاييف... الخ)، وهناك شخصيات علمية ودينية مثل (نجيب محفوظ، والشيخ علي جمعة، وليفانا زمير رئيسة جمعية يهود مصر ومنظمات يهود الدول العربية... الخ)، وشخصيات إعلامية مثل (الإعلامي المصري عبد المعطي أحمد، والإعلامي السعودي عبد الحميد الغيب... الخ)، بالإضافة لشخصيات أخرى ذات طابع عسكري مثل (رئيس هيئة الأركان الإسرائيلي أفياف كوخايف، وحسن نصر الله، وبهاء أبو العطا... الخ)، وعلى مستوى الأماكن تم الحديث عن عدد من المدن مثل (حيفا، والناصرة، ودهب المصرية، وتل أبيب، وهالا الألمانية، والقامشلي السورية... الخ).

- بناءً على ما سبق، يتضح أنَّ الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - لا تسير على نمط واحد في عرض محتوى المضامين المقدمة، بل هناك تنوع في عرض تلك المضامين، سواء على مستوى نوعية الموضوعات أو محور الارتكاز لتلك المضامين، ولعلَّ السبب في ذلك يرجع إلى رغبة القائمين على تلك الصفحات في استخدام عدة

طرق لاستمالة متابعي تلك الصفحات، ومغازلتهم للتعليق على المنشورات ولو بالسلب، من أجل التفاعل وإنشاء بيئة حوارية مع هؤلاء المتصفحين.

5. الموضوعات الخاصة بالقضايا العسكرية

جدول (5)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا العسكرية

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية	القضايا العسكرية
	%	ك	%	ك		
69	28,1%	61	27,7%	8	30,8%	تعامل الجيش الإسرائيلي مع المقاومة الفلسطينية
57	23,2%	54	24,2%	3	11,5%	الوضع العسكري للجيش الإسرائيلي
34	13,8%	33	14,8%	1	3,8%	وضع الجندي الإسرائيلي داخل الجيش
24	9,7%	19	8,6%	5	19,2%	تعامل الجيش الإسرائيلي مع الشعب الفلسطيني
17	6,9%	17	7,6%	0	0	تنوع الديانات والعقبات داخل الجيش الإسرائيلي
13	5,3%	13	5,9%	0	0	التعاون العسكري بين إسرائيل والدول الغربية
12	4,8%	12	5,4%	0	0	تعامل الجيش الإسرائيلي مع حزب الله
12	4,8%	6	2,7%	6	23%	الصراع العسكري الإسرائيلي مع إيران
8	3,3%	5	2,2%	3	11,5%	حرب 6 أكتوبر 1973م
246	100%	220	100%	26	100%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي عدد الموضوعات المتعلقة بالقضايا العسكرية في صفحة "أفيخاي أدري" (220) موضوعاً، بخلاف صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" حيث اقتصر إجمالي الموضوعات المتعلقة بالقضايا العسكرية على (26) موضوعاً فقط، مما يشير إلى اهتمام صفحة "أفيخاي أدري" بالموضوعات العسكرية والتركيز عليها، وهو ما يتلاءم مع طبيعة الصفحة العسكرية.
- جاء موضوع (تعامل الجيش الإسرائيلي مع المقاومة الفلسطينية) في المرتبة الأولى من بين الموضوعات الخاصة بالقضايا العسكرية بنسبة (28,1%)، بينما جاء موضوع

(الوضع العسكري للجيش الإسرائيلي) في المركز الثاني بنسبة (2,23%)، يليه موضوع (وضع الجندي الإسرائيلي في الجيش) بنسبة (8,13%)، وجاء موضوع (تعامل الجيش الإسرائيلي مع الشعب الفلسطيني) في المركز الرابع بنسبة (7,9%)، واحتل موضوع (تنوع الديانات والعرقيات داخل الجيش الإسرائيلي) المركز الخامس بنسبة (9,6%)، يليه (التعاون العسكري بين إسرائيل والدول الغربية) بنسبة (3,5%)، واحتل موضوع (تعامل الجيش الإسرائيلي مع حزب الله) و(الصراع العسكري الإسرائيلي مع إيران) المركز السابع بنسبة (8,4%) لكل منهما، وجاء الحديث عن (حرب 6 أكتوبر 1973م) في المركز الأخير بنسبة (2,3%).

- جاء موضوع (تعامل الجيش الإسرائيلي مع المقاومة الفلسطينية) في المركز الأول في صفحتي الدراسة، وذلك بنسبة (8,30%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و(7,27%) في صفحة "أفيخاي أدري"، مما يشير إلى اهتمام الصفحتين بالتركيز على هذا الموضوع وتناوله في المضامين المنشورة، بينما ظهر تفاوت بين صفحتي الدراسة من حيث ترتيب الموضوعات العسكرية الأخرى؛ فجاء موضوع (الوضع العسكري للجيش الإسرائيلي) في المرتبة الثانية في صفحة "أفيخاي أدري" وذلك بنسبة مئوية بلغت (2,24%)، بينما جاء موضوع (تعامل الجيش الإسرائيلي مع الشعب الفلسطيني) في المرتبة الثانية بنسبة (2,19%) في صفحة (إسرائيل تتكلم بالعربية)، والسبب في ذلك مرجعه إلى طبيعة الصفحتين، حيث تحرص صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على إعطاء صورة إيجابية عن الجيش الإسرائيلي وإنسانيته في التعامل مع المدنيين الفلسطينيين، خاصة وأن الصفحة صادرة عن وزارة الخارجية الإسرائيلية، بينما تهتم صفحة "أفيخاي أدري" بالتأكيد على عظمة الجيش الإسرائيلي وتفوقه وامتلاكه العديد من الأسلحة المتطورة، واستعراض القوة العسكرية للجيش الإسرائيلي، وذلك من خلال عدد من الهاشتاجات مثل "## تعرف على جيشنا"، "## تاريخ لا يكتبون - تاريخ يفعلون، ## العبقريّة- الإسرائيلية، ## جيش- التعددية، ## تطورنا- سر تقدمنا.

- اهتمت صفحة "أفيخاي أدري" بالحديث عن الجندي الإسرائيلي ووضعه داخل الجيش، بصورة أكثر من الحديث عن القادة، فتظهر دائماً صورهم وقصص بعضهم، وذلك من خلال عدد من الهاشتاجات مثل ## نساؤنا- فخرنا، ## فخورون- بك، ويظهر الجندي الإسرائيلي دائماً مبتسماً ومقبلاً على الحياة، وهو الأمر الذي يخلق صورة

ذهنية إيجابية عند أجيال الشباب المتابع الذي يقف مبهورًا أمام كل ما يتم تقديمه عبر شبكات التواصل الاجتماعي دون النظر لأي أبعاد أو مآلات أخرى.

6. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الدينية

جدول (6)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الدينية

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا الدينية
	%	ك	%	ك	
49	40,6%	26	44,2%	23	الطقوس والأعياد الدينية اليهودية
17	15,1%	13	7,7%	4	الشعائر والأعياد الإسلامية
14	12,5%	10	7,7%	4	الطقوس والأعياد الدينية المسيحية
13	11,6%	4	17,3%	9	التعايش بين الديانات داخل المجتمع الإسرائيلي
10	8,9%	6	0	4	التقارب بين الشريعتين اليهودية والإسلامية
5	4,5%	0	9,6%	5	الشريعة والعقيدة في الديانة اليهودية
4	3,6%	1,7	5,5%	3	معاداة السامية
112	100%	60	100%	52	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات الدينية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (52) موضوعًا، و(60) موضوعًا في صفحة "أفيخاي أدري"، مما يشير إلى اهتمام الصفحتين بالموضوعات الدينية.
- جاء موضوع (الطقوس والأعياد الدينية اليهودية) في المرتبة الأولى من بين الموضوعات الدينية في المضامين المنشورة خلال فترة الدراسة بنسبة (40,6%)، بينما جاء موضوع (الشعائر والأعياد الإسلامية) في المركز الثاني بنسبة (15,1%)، يليه موضوع (الطقوس والأعياد الدينية المسيحية) بنسبة (12,5%)، وجاء موضوع (التعايش بين الديانات داخل المجتمع الإسرائيلي) في المركز الرابع بنسبة (11,6%)، بينما احتل موضوع (التقارب بين الشريعتين اليهودية والإسلامية) المركز الخامس بنسبة (8,9%)، يليه (تنوع الديانات والعرقيات داخل الجيش الإسرائيلي) في المركز السادس بنسبة

(9,6%)، وجاء موضوع (الشريعة والعقيدة في الديانة اليهودية) في المركز السابع بنسبة (5,4%)، في حين جاء موضوع (معادة السامية) في المركز الأخير بنسبة (3,6%).

- بناءً على النتائج السابقة، يمكن القول بأنَّ القائمين على إدارة تلك الصفحات حريصون على إظهار إسرائيل والجيش الإسرائيلي بصورة أخلاقية، من خلال مظاهر التدين التي تقوم تلك الصفحات بترويجها، التي تشير إلى أنَّ إسرائيل دولة تعتق وتحترم الديانة اليهودية، وتبرهن على ذلك بعديد من الدلائل، منها احترام إسرائيل لعيد الغفران (كيبور) ♦، والحديث عن الملابس اليهودية مثل (الكيبا، والتاليت، والقبعة السوداء، وغطاء الرأس للمرأة، والتفيلين، والتسييتيت، والبرنص الطويل،...) ودلائلها الرمزية، والإشارة إلى (العلم الإسرائيلي) وخلفيته الدينية اليهودية ♦♦، ويحرص (أفيخاي أدري) على إظهار الجندي الإسرائيلي في صورة الشخص المتدين المرح السعيد، الذي يحرص على أداء الصلوات والمشاركة في الأعياد الدينية اليهودية بجانب حرصه على أداء مهامه العسكرية في الدفاع عن وطنه، ويقوم أفيخاي أدري في العديد من المناسبات والاحتفالات الدينية بالظهور أمام متابعيه وهو يرتدي الملابس

♦ يُعتبر يوم (عيد الغفران) عطلة رسمية مطلقة، وتكون إسرائيل في حالة شلل شبه تام، وتتوقف الإذاعات والتلفزيون عن البث والسيارات عن السير لمدة يوم كامل، ويكون هذا العيد مخصصاً لمحاسبة النفس، بعيداً عن الحياة اليومية الاعتيادية، حيث تنحسر الأمور الدنيوية المادية لتحل محلها الهموم الروحانية، ويكرسه اليهودي لتعداد خطاياهم والتأمل في ما ارتكبه من ذنوب، وتدوم الصلوات الخاصة بالعيد والتي تقام في الكنس طوال العيد كله تقريباً، حيث تركز على التوبة والتكفير عن الذنوب، كما تتضمن صلوات العيد صلاة خاصة على أرواح الموتى، ويصوم الناس مدة ليلة ويوم كاملين اعتباراً من غروب الشمس حتى حلول الظلام في اليوم التالي، وعند حلول الظلام، يُنفخ في "الشوفار" (البوق) إيذاناً بانتهاء العيد والصيام

♦♦ هناك العديد من المنشورات - خلال فترة الدراسة- التي تحدثت عن (العلم الإسرائيلي) والرموز الموجودة بداخله، مثل نجمة داود سداسية الاضلاع، والتي كانت محفورة على دروع جنود جيش الملك داود، وظهر هذا الرمز، على مر التاريخ، على المعابد والمباني اليهودية، أمست هذه النجمة في القرن التاسع عشر أكثر رموز الشعب اليهودي شبيوعاً، والمشارب على جانبي العلم واللونين الأزرق والأبيض مستوحاة من تصميم شال الصلاة، التاليت، يستخدم اليهود هذا الشال خلال صلواتهم، وتوضع التاليت على الاكتاف خلال الصلوات في تقليد تتناقله الاجيال، واللون الأبيض يجسد رمز النقاء أي الجانب الروحي، واللون الأزرق يشير إلى لون السماء في الديانة اليهودية.

اليهودية بدلاً من الزي العسكري ♦♦♦، ولعل ما يفسر ذلك حرص تلك الصفحات على مفهوم يهودية الدولة؛ لتحقيق العديد من الأهداف أهمها إعطاء الشرعية للحق التاريخي المزعوم لليهود في أرض فلسطين، ومن ثم تشجيع هجرة يهود العالم إلى الأراض الفلسطينية، وإيجاد شرعية دولية تبرر تلك الهجرة.

- من اللافت للانتباه حرص المتحدث العسكري "أفيخاي أدرعي" - وبصفة أسبوعية- على تهنئة المسلمين بحلول يوم الجمعة، بجملة الشهيرة "جمعة مباركة"، مصحوبة بأمكان إسلامية وأثرية في الدول العربية، ويحتفي بكافة الأعياد سواء كانت إسلامية أو مسيحية أو درزية أو يهودية، حتى الأعياد غير الدينية مثل عيد الأم، ويقدم التهاني باسم الجيش، ويظهر متسامحًا طوال الوقت باستخدام مصطلحات "صديقي المسلم"، "صديقي المسيحي"، "صديقي اللبناني"، إلخ؛ كل ذلك بهدف إبهار الجمهور العربي بتلك الشخصية، وكسر الحاجز النفسي بين الجمهور العربي وجيش الاحتلال، وعقد ارتباط بين رموز جيش الاحتلال والمناسبات السعيدة، وإظهار الجيش الإسرائيلي في صورة الجيش اللطيف الذي يمثله "أفيخاي أدرعي" الشخص المرح المتسامح، وليس جيشًا قاتلاً يمثله موسى ديان وغيره كما رأته الأجيال السابقة، والرسالة النهائية التي يراد إيصالها هي "لسنا كما تظنون".

♦♦♦ في عيد الأنوار (حانوكا) بتاريخ (29 ديسمبر) ظهر أفيخاي أدرعي أمام متابعيه وهو يرتدي القبعة اليهودية والملابس السوداء بدلاً من الزي العسكري، وهو يشعل شموع الشمعدان اليهودي

7. الموضوعات المتعلقة بالقضايا السياسية

جدول (7)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا السياسية

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية	
	%	ك	%	ك	القضايا السياسية	
22,7%	22	40%	4	20,7%	18	الصراع الإسرائيلي الإيراني
21,6%	21	0	0	24,2%	21	التطبيع بين إسرائيل والدول العربية
14,4%	14	10%	1	14,9%	13	السلام بين إسرائيل والدول العربية
10,4%	10	0	0	11,5%	10	توطيد العلاقات الدبلوماسية بين إسرائيل والدول الأفريقية
9,3%	9	0	0	10,3%	9	هجرة اليهود وتأسيس الدولة الإسرائيلية
9,3%	9	0	0	10,3%	9	التدخل التركي في المنطقة العربية
8,2%	8	40%	4	4,6%	4	الصراع الإسرائيلي اللبناني
4,1%	4	10%	1	3,4%	3	الدعم الغربي لإسرائيل
100%	97	100%	10	100%	87	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات المتعلقة بالقضايا السياسية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (87) موضوعاً، مقابل (10) موضوعات في صفحة "أفيخاي أدري"، مما يشير إلى اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالموضوعات السياسية والتركيز عليها.
- جاء موضوع (الصراع الإسرائيلي الإيراني) في المركز الأول بنسبة (22,7%)، بينما جاء موضوع (التطبيع بين إسرائيل والدول العربية) في المرتبة الثانية بنسبة (21,6%)، وجاء موضوع (السلام بين إسرائيل والدول العربية) في المركز الثالث بنسبة (14,4%)، يليه موضوع (توطيد العلاقات الدبلوماسية بين إسرائيل والدول الأفريقية) بنسبة (10,4%)، وجاء موضوعا (هجرة اليهود وتأسيس الدولة الإسرائيلية)، و(التدخل التركي في المنطقة العربية) في المركز الخامس بنسبة (9,3%) لكل منهما، واحتل موضوع (الصراع الإسرائيلي اللبناني) المركز السادس بنسبة (8,2%)، يليه موضوع (الدعم الغربي لإسرائيل) بنسبة (4,1%).

- اهتمت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالإشارة إلى توطيد العلاقات الدبلوماسية بين إسرائيل والدول الأفريقية، وذلك من خلال جولة "نتياهو" لعدد من الدول الأفريقية منها دولة إثيوبيا، وقيام رئيس وزراء إثيوبيا "آبي أحمد" بزيارة إسرائيل، تلك الزيارة التي رحبت بها إسرائيل كثيرًا، لكونها تسهم في تعزيز العلاقات وتوطيد التعاون بين الدولتين في مجالات الزراعة والموارد المائية والري والصحة والتعليم والعلوم والتكنولوجيا والابتكار، وأنّ الزيارة تعد دليلًا جديدًا على نجاح سياسة "العودة إلى أفريقيا" التي ينتهجها نتياهو والتطلع المشترك لكلا البلدين إلى تعزيز أواصر الصداقة وتعميق التعاون الثنائي.

8. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية

جدول (8)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا الاجتماعية
	%	ك	%	ك	
19	43,2%	7	38,7%	12	حقوق الإنسان في إسرائيل
9	20,5%	0	29%	9	التكوين المجتمعي الإسرائيلي
7	15,9%	2	15,4%	5	عادات وتقاليد المجتمع الإسرائيلي
7	15,9%	4	30,8%	3	حقوق الإنسان في الدول العربية
2	4,5%	0	6,5%	2	إسهامات اليهود في الدول العربية
44	100%	13	100%	31	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي عدد الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (31) موضوعًا، و(13) موضوعًا في صفحة "أفيخاي أدري"، مما يشير إلى اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن الموضوعات الاجتماعية في محتوى المضامين المقدمة بنسبة أكبر من صفحة "أفيخاي أدري"، ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى الطابع العام للصفحتين، فصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" هي

الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية الإسرائيلية، و صفحة "أفيخاي أدري" صفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي.

- جاء موضوع (حقوق الانسان في إسرائيل) في المرتبة الأولى من بين الموضوعات الخاصة بالقضايا الاجتماعية بنسبة (43,2%)، بينما جاء موضوع (التكوين المجتمعي الإسرائيلي) في المركز الثاني بنسبة (20,5%)، وجاء موضوع (حقوق الإنسان في الدول العربية)، و(عادات وتقاليد المجتمع الإسرائيلي) بنسبة (15,9%) لكل منهما، في حين جاء موضوع (إسهامات وإنجازات اليهود في الدول العربية) في المركز الأخير بنسبة (4,5%).

9. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الفنية

جدول (9)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الفنية

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا الفنية
	%	ك	%	ك	
25	61%	17	42,1%	8	الفن كوسيلة للتقارب بين الشعوب
6	14,6%	0	31,6%	6	التعاون الفني بين إسرائيل والسعودية
5	12,2%	5	0	0	الهجوم على فنانيين معادين لإسرائيل
3	7,3%	0	15,8%	3	التعاون بين المغرب وإسرائيل في المجال الفني
2	4,9%	0	10,5%	2	التعاون بين مصر وإسرائيل في المجال الفني
41	100%	22	100%	19	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات الفنية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (19) موضوعًا، و(22) موضوعًا في صفحة "أفيخاي أدري"، مما يشير إلى اهتمام الصفحتين بالموضوعات الفنية.
- جاء موضوع (الفن كوسيلة للتقارب بين الشعوب) في المرتبة الأولى بنسبة (61%)، بينما جاء موضوع (التعاون الفني بين إسرائيل والسعودية) في المركز الثاني بنسبة (14,6%)، يليه موضوع (الهجوم على فنانيين معادين لإسرائيل) بنسبة (12,2%)، وجاء موضوع (التعاون بين المغرب وإسرائيل في المجال الفني) في المركز الرابع بنسبة

(7,3%)، في حين جاء موضوع (التعاون بين مصر وإسرائيل في المجال الفني) في المركز الأخير بنسبة (4,9%).

- أشارت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" إلى أن هناك تعاونًا فنيًا بين إسرائيل وعدد من الدول العربية، ممثلة في دول (السعودية، والمغرب، ومصر) ♦، بينما اهتمت صفحة "أفيخاي أدري" بمهاجمة أي فنان عربي يصدر عنه تصريح ضد إسرائيل، كما حدث مع الفنانتين اللبنايتين ماجدة الرومي وكارول سماحة ♦♦.
- يتضح من نتائج الجدول السابق، اهتمام صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" بالحديث عن الفن كوسيلة للتقارب بين الشعوب، وذلك من خلال إذاعة مقاطع من أغاني عربية لفنانين عرب مثل (أم كلثوم، وفيروز، وفريد الأطرش، وصباح، وعمرو دياب،... الخ) على تلك الصفحات، وترويج حدث إطلاق اسم المغنية المصرية "أم كلثوم" على إحدى شوارع مدينة حيفا، وأشارت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" إلى أن أم كلثوم تعد واحدة من أعظم مطربات العالم العربي ومن المهم تسمية شارع باسمها في مدينة تشكّل نموذجًا للتعايش بين العرب واليهود. ويتعمد الناطق العسكري "أفيخاي أدري" الظهور أمام المتابعين وهو يهتئ العديد من الفنانين

♦ نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بتاريخ (25 نوفمبر) منشورًا بعنوان "بعيدًا عن السياسة.. تعاون فني بين مصري وإسرائيلية" يسعدنا أن نرى الممثل المصري عمرو واكد يشارك إلى جانب بطلة فيلم المرأة الخارقة الإسرائيلية جال جادوت في فيلم جديد من إنتاج هوليوود، نتمنى لهما النجاح والتألق في أعمال سينمائية جديدة، وإلى المزيد من التعاون البناء في عالم متكامل المجتمعات"، ونشرت الصفحة أيضًا بتاريخ (18 نوفمبر) بعنوان "فيلم سعودي مرشح للأوسكار في مهرجان أفلام إسرائيلي" سيفتتح فيلم "المرشحة المثالية" للمخرجة السعودية هيفاء المنصور مهرجان سينما المرأة الإسرائيلي الذي سيقام في مدينة أورشليم القدس في الشهر المقبل، يشار إلى أن الفيلم السعودي حاز جائزة لجنة التحكيم في مهرجان البندقية ويمثّل المملكة العربية السعودية في منافسات جائزة أوسكار".

♦♦ هاجم أفيخاي أدري بتاريخ (28 نوفمبر)، الفنانتين اللبنايتين ماجدة الرومي وكارول سماحة، واتهما بالعنصرية، بسبب تصريح لهما عن بروتوكولات صهيون، حيث أكدت ماجدة الرومي أن التدبير والمخططات الصهيونية تقف وراء ما يحدث بالعالم العربي، والصهيونية العالمية تريد تفتيت العالم العربي، وعلق أفيخاي أدري قائلًا "مداخلة السيدة الكبيرة ماجدة الرومي ومشاركة الفنانة القديرة كارول سماحة لها ما هي إلا انعكاس للفكر القائم على "غسل الدماغ"، فالحقيقة أنه لا يوجد ما يسمى ببروتوكولات بنى صهيون، بل هي عبارة عن مخطوطات مزورة في روسيا بهدف التحريض ضد الشعب اليهودي وهي من أركان العقيدة النازية العنصرية التي أدت إلى المحرقة النازية. واختتم هجومه بقوله "ويل لأمة تبني معتقداتها على كذبة فيتحول شعبها إلى مصدر غباء".

والمطربين العرب بأعياد ميلادهم، ونشر فيديوهات لجنود إسرائيليين وهم يعزفون ويغنون أغاني عربية!.

- ويرى الباحث أن علة ذلك تعود إلى حرص تلك الصفحات في التأكيد على وجود تقارب بين الشعبين اليهودي والعربي في الميول والأذواق الفنية، وكسر الحاجز النفسي بين الجمهور العربي والجيش الإسرائيلي، وتحقيق قدر من التفاعل مع الجمهور العربي تجاه تلك المنشورات، وعقد ارتباط بين جنود الجيش والغناء، لإظهار الجيش الإسرائيلي في صورة الجيش المرح الذي يحب الفن والغناء، وليس جيشاً قاتلاً محتلاً لأراضي وممتلكات الآخرين.

10. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الرياضية

جدول (10)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الرياضية

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية	
	%	ك	%	ك	القضايا الرياضية	
37,5%	9	36,4%	4	38,5%	5	التعاون الرياضي الإسرائيلي مع الغرب
33,3%	8	36,4%	4	30,8%	4	الرياضة كوسيلة للتقارب بين الشعوب
29,2%	7	27,3%	3	30,8%	4	التعاون الرياضي الإسرائيلي مع الدول العربية
100%	24	100%	11	100%	13	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات الرياضية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (13) موضوعاً، و(11) موضوعاً في صفحة "أفيخاي أدري" خلال فترة الدراسة، مما يشير إلى اهتمام كليهما بالموضوعات الرياضية.
- جاء موضوع (التعاون الرياضي الإسرائيلي مع الغرب) في المرتبة الأولى في المضامين المنشورة خلال فترة الدراسة بنسبة (37,5%)، بينما جاء موضوع (الرياضة كوسيلة للتقارب بين الشعوب) في المركز الثاني بنسبة (33,3%)، واحتل موضوع (التعاون الرياضي الإسرائيلي مع الدول العربية) المركز الأخير بنسبة (29,2%).

11 . الموضوعات الخاصة بالقضايا السياحية

جدول (11)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا السياحية

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا السياحية
	%	ك	%	ك	
14	53,8%	5	42,9%	9	معالم سياحية في إسرائيل
6	23,1%	0	28,5%	6	رحلات سياحية إسرائيلية إلى الدول العربية
5	19,2%	0	23,8%	5	معالم سياحية في الدول العربية
1	3,8%	0	4,8%	1	التعاون بين إسرائيل والدول الغربية في المجال السياحي
26	100%	5	100%	21	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات المتعلقة بالقضايا السياحية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (21) موضوعًا بخلاف صفحة "أفيخاي أدري" حيث اقتصر إجمالي الموضوعات السياحية على (5) موضوعات فقط، وتمثلت الموضوعات السياحية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في موضوع (معالم سياحية في إسرائيل) الذي جاء في المركز الأول بنسبة (42,9%)، تلاه موضوع (رحلات سياحية إسرائيلية إلى الدول العربية) بنسبة (28,6%)، وجاء موضوع (معالم سياحية في الدول العربية) في المركز الثالث بنسبة (23,8%)، وجاء موضوع (التعاون بين إسرائيل والدول الغربية في المجال السياحي) في المركز الأخير وذلك بنسبة مئوية بلغت (4,8%).

12. الموضوعات المتعلقة بالقضايا العلمية والتكنولوجية

جدول (12)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات الخاصة بالقضايا العلمية

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا العلمية
	%	ك	%	ك	
14	70%	2	66,7%	12	البحث العلمي والتطوير في إسرائيل
4	20%	0	22,2%	4	التعاون العلمي بين إسرائيل والدول الغربية
2	10%	0	11,1%	2	البحث العلمي والتطوير في الدول العربية
20	100%	2	100%	18	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات العلمية والتكنولوجية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (18) موضوعاً، بخلاف صفحة "أفيخاي أدري" حيث اقتصر إجمالي الموضوعات العلمية على موضوعين فقط مما يشير إلى اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالموضوعات ذات الصلة بالعلوم والتكنولوجيا.
- جاء موضوع (البحث العلمي والتطوير في إسرائيل) في المرتبة الأولى في المضامين المنشورة بنسبة (70%)، بينما جاء موضوع (التعاون العلمي بين إسرائيل والدول الغربية) في المركز الثاني بنسبة (20%)، واحتل موضوع (البحث العلمي والتطوير في الدول العربية) المركز الأخير بنسبة (10%)، واهتمت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بإبراز أن هناك تعاوناً علمياً بين إسرائيل وعدد من الدول والمؤسسات الغربية، خاصة المؤسسات والجهات العلمية الأمريكية.

13. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية

جدول (13)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا الاقتصادية
	%	ك	%	ك	
77,8%	7	0	77,8%	7	تصدير الغاز الإسرائيلي لمصر
11,1%	1	0	11,1%	1	التبادل التجاري بين إسرائيل ومصر
11,1%	1	0	11,1%	1	التبادل التجاري بين إسرائيل والمغرب
100%	9	0	100%	9	الإجمالي.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (9) موضوعات، بخلاف صفحة "أفيخاي أدرعي" فلم تشر في مضامين القضايا المقدمة إلى أي موضوع اقتصادي، وتمثلت الموضوعات الاقتصادية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" في موضوع (تصدير الغاز الإسرائيلي لمصر) الذي جاء في المركز الأول بنسبة (77,7%)، تلاه موضوعا (التبادل التجاري بين إسرائيل ومصر)، و(التبادل التجاري بين إسرائيل والمغرب)، وذلك بنسبة (11,1%) لكل منهما.

14. الموضوعات المتعلقة بالقضايا الصحية

جدول (14)

يوضح العلاقة بين صفحتي الدراسة من حيث الموضوعات المتعلقة بالقضايا الصحية

الإجمالي	أفيخاي		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية القضايا الصحية
	%	ك	%	ك	
42,9%	3	100%	20%	1	النظام الطبي والعلاجي في إسرائيل
28,6%	2	0	40%	2	التعاون بين إسرائيل والدول الغربية في المجال الطبي
14,3%	1	0	20%	1	التعاون بين إسرائيل والدول العربية في المجال الطبي
14,3%	1	0	20%	1	الأوضاع الصحية في الدول العربية
100%	7	100%	100%	5	الإجمالي.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي الموضوعات الصحية في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" (5) موضوعات، بخلاف صفحة "أفيخاي أدري" حيث اقتصر إجمالي الموضوعات الفنية على موضوعين فقط.
- جاء موضوع (النظام الطبي والعلاجي في إسرائيل) في المرتبة الأولى بنسبة (42,9%)، يليه موضوع (التعاون بين إسرائيل والدول الغربية في المجال الطبي) في المركز الثاني بنسبة (28,6%)، وجاء موضوع (التعاون بين إسرائيل والدول العربية في المجال الطبي)، و(الأوضاع الصحية في الدول العربية) في المركز الأخير بنسبة بلغت (14,3%) لكل منهما.
15. صورة "الأنا" في المضامين المقدمة

جدول (15) ♦

يوضح صورة "الأنا" في المضامين المقدمة

مستوى المعنوية	كا	الإجمالي		أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية المتغير	
		%	ك	%	ك	%	ك		
0,00	52,211	86,9%	544	90,1%	311	82,9%	233	إسرائيلية	هوية الأنا
		7,7%	48	1,4%	5	15,3%	43	يهودية	
		5,4%	34	8,4%	29	1,8%	5	الاثنان معا	
		100%	626	100%	345	100%	281	الإجمالي	
		77,8%	487	82%	283	72,6%	204	دولة	شكل الأنا
		1,4%	9	0	0	3,2%	9	منظمات	
		20,8%	130	18%	62	24,2%	68	أفراد	
		100%	626	100%	345	100%	281	الإجمالي	
		97,6%	611	95,7%	330	100%	281	إيجابي	سمات الأنا
		0%	0	0	0	0	0	سلبي	
		2,4%	15	4,3%	15	0	0	غير محدد	
		100%	626	100%	345	100%	281	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- ♦ لم يتم تطبيق معامل (كا) إلا مع فئة (هوية الأنا) نظراً لوجود قاعدة إحصائية تنص على أنه إذا زادت عدد الخانات الصفيرية التي تقل أرقامها عن الرقم (5) عن (20%) فإن هذا يؤكد زيف العلاقة إحصائياً، وهو ما أظهرته نتائج هذا الجدول في فئة (شكل الأنا)، و(سمات الأنا).

- تتوعد هوية "الأنا" المقدّمة خلال المضامين المنشورة ما بين هوية (إسرائيلية، ويهودية، والاثنتان معًا)، وجاءت الهوية الإسرائيلية في المركز الأول بنسبة (86,9%)، تلتها الهوية اليهودية في المركز الثاني بنسبة (7,7%)، في حين تم تقديم الهويتين الإسرائيلية واليهودية معًا بنسبة (5,4%).
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث "هوية الأنا" المقدمة خلال المضامين المنشورة على صفحات الدراسة، حيث بلغت قيمة كاي² (52,211) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,00)، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء الاختبارات البعدية، التي أظهرت فروقًا دالة إحصائيًا لصالح صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، حيث أظهرت الهوية اليهودية في المضامين المقدمة بصورة أكبر وذلك بنسبة (15,3%) مقابل (1,4%) في صفحة "أفيخاي أدرعي".
- من حيث "شكل الأنا" المقدم في المضامين المنشورة، جاءت (الدولة) في المركز الأول بنسبة (77,8%)، بينما جاء (الأفراد) في المركز الثاني بنسبة (20,8%)، في حين جاءت (المنظمات) في المركز الثالث بنسبة (1,4%).
- من حيث السمات الواضحة من خلال المضامين المقدمة، جاءت السمات (الإيجابية) في المركز الأول بنسبة (97,6%)، بينما جاءت فئة (غير محدد) بنسبة (2,4%)، في حين لم يأت أي مضمون يتناول صورة (الأنا) - سواء أكانت الهوية الإسرائيلية أو يهودية- بشكل سلبي.

16. السمات الإيجابية في وصف "الأنا"

جدول (16)

يوضح الصفات الإيجابية في وصف "الأنا"

الإجمالي ♦	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية السمات الإيجابية	م
	%	ك	%	ك		
17,5%	223	20,0%	172	12,3%	51	1 التفوق
14,1%	180	19,4%	167	3,1%	13	2 التضحية في سبيل الوطن
9,8%	125	7,4%	64	14,7%	61	3 الانفتاح على الآخر
9,7%	123	11,3%	97	6,3%	26	4 السلام
9,1%	116	3,7%	32	20,2%	84	5 قبول الآخر
6,7%	86	3,4%	30	13,5%	56	6 الانضباط وتقدير قيمة الوقت
6,6%	85	7,1%	61	5,7%	24	7 الأصالة
6,1%	78	5,8%	50	6,7%	28	8 الإنسانية
5%	64	5,8%	50	3,3%	14	9 الالتزام الديني
4,8%	62	5,2%	45	4,1%	17	10 احترام حقوق الإنسان
3,1%	40	3,3%	29	2,6%	11	11 الاعتزاز باللغة العبرية
2,6%	34	2,1%	18	3,9%	16	12 الحرية
2%	25	2,3%	20	1,2%	5	13 الديمقراطية
1,4%	19	1,8%	16	0,7%	3	14 التسامح
100%	1272	100%	858	100%	414	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- حرصت كل من صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" على تقديم صورة "الأنا" الإسرائيلية أو اليهودية بشكل إيجابي، من خلال المضامين المقدمة التي تشمل على مجموعة من السمات الإيجابية بلغ عددها (15) صفة إيجابية.
- من حيث السمات الإيجابية المقدمة لوصف "الأنا" الإسرائيلية أو اليهودية، جاءت صفة (التفوق) في المجالات المتنوعة في المركز الأول بنسبة (17,5%)، وجاءت صفة

♦ جاء إجمالي عدد السمات الإيجابية أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لإمكانية تكرار أكثر من سمة إيجابية في منشور واحد.

(التضحية في سبيل الحفاظ على أمن الوطن والمواطن) في المركز الثاني بنسبة (14,1%)، وجاءت صفة (الانفتاح على الآخر) في المركز الثالث بنسبة (9,8%)، وجاءت صفة (السلام) مع الآخر في المركز الرابع بنسبة (9,7%)، وحرصت صفحتنا "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" على التأكيد أن إسرائيل - شعباً وقيادة وجيشاً- تتمنى السلام مع الجميع، ففي تاريخ (21 نوفمبر) نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشوراً جاء فيه "السلام بين الناس هو نعمة للبشرية وهو يأتي قبل اتفاقيات السلام الرسمية التي يوقع عليها السياسيون، الديانات والقوميات التي خلقنا الله فيها لن تتبدل، والله تعالى جعلنا شعوباً وأقواماً لغاية سامية، لتتعارف وتلتقي ونبني على الأرض، ونجعلها معمورة بالخير والإحسان والمحبة"، وتحدثت الصفحة بتاريخ (11 ديسمبر) عن رئيس الوزراء الأسبق "مناحيم بيغن" وعن فوزه بجائزة نوبل للسلام، وسعيه وحرصه على إرساء السلام مع الدول العربية، كما نشر "أفيخاي أدري" بتاريخ (31 ديسمبر) منشوراً جاء فيه "أهنئ الجميع بمناسبة العام الميلادي الجديد، مع آمالي أن يكون هذا العام عام خير وازدهار ومحبة، يسوده الاستقرار والأمن والأمان والسلام في إسرائيل العزة وكل المنطقة".

♦ تم البرهنة على تفوق إسرائيل - في عينة الدراسة- بعدد من الدلائل والمؤشرات منها (إسرائيل تحتل المرتبة الثالثة في مؤشر الابتكار العالمي، نسبة الحاصلين على شهادات جامعية مقارنة بعدد سكان إسرائيل هي أعلى نسبة على مستوى العالم، إسرائيل ثاني دولة في العالم من حيث عدد الكتب الصادرة فيها، وتقدم دول العالم في ترجمة الروائع الأدبية من اللغات الأجنبية إلى اللغة العبرية، وهي من الدول القليلة في العالم التي أطلقت أقماراً صناعية إلى الفضاء الخارجي، وأن (12) إسرائيلياً فازوا بجائزة نوبل، وتمكن العلماء الإسرائيليون من تطوير علاجات للتصلب المتعدد والشلل الرعاش ومرض الزهايمر وعلاج السكري، وأن إسرائيل من الدول المتقدمة في زراعة الكبد، وأنها تعد من أكبر الدول المصدرة للحمضيات في العالم، وتوجد في إسرائيل أعلى نسبة في العالم من الحواسيب المنزلية لكل فرد، كما أن نسبة الهواتف الذكية مقارنة بعدد السكان هي أعلى نسبة عالمياً، وأطلق عليها "أمة الستارت أب"، إذ تعمل فيها ما يزيد عن 3000 شركة هايتك وشركة ناشئة، وهي أعلى كثافة في العالم باستثناء "وادي السيليكون" الأمريكي، وابتكرت إسرائيل خوارزمية ساعدت وكالة الفضاء الأمريكية ناسا في نقل صور من كوكب المريخ، وتم إنشاء أقصر خط قطارات في العالم في مدينة حيفا، وهي إحدى الدولتين الوحيدتين في العالم التي تتراجع فيها الصحراء ولا تتمدد، وتنتج أشجار النخيل الإسرائيلية كمية من التمور تزيد على عشرة أضعاف إنتاج النخلة المتوسطة، تعتبر البقرة الإسرائيلية الأولى في العالم في إدرار الحليب، يتم التعامل مع أكثر من 85% من النفايات الصلبة في بالطرق الصديقة للبيئة، مما يجعلها إحدى الدول الأكثر نظافة بيئياً في العالم، تحتل إسرائيل المرتبة الـ 11 في مؤشر السعادة العالمي، وتحتل المرتبة الأولى في العالم من حيث عدد الباقيين على قيد الحياة من مرضى السرطان، معدل وفيات الرضع في إسرائيل هو من أدنى المعدلات في العالم، متوسط العمر المتوقع لسكان إسرائيل من المتوسطات العشر الأعلى في العالم، ويبلغ تقريباً (82) سنة.

- وجاءت صفة (قبول الآخر) في المركز الخامس بنسبة (9,1%)، وذلك من خلال التأكيد على التنوع المجتمعي داخل إسرائيل، تلتها صفة (الانضباط وتقدير قيمة الوقت) بنسبة (6,7%)، وجاءت صفة (الأصالة) في المركز السابع بنسبة (6,6%)، تلتها صفة (الإنسانية) بنسبة (6,1%)، من خلال الإشارة إلى إنسانية إسرائيل والجيش الإسرائيلي في التعامل مع الآخر، سواء في الأراضي المحتلة أو في دول أخرى، وأن أكثر من (140) دولة استفادت من المساعدات الإنسانية الإسرائيلية.
- جاءت صفة (الالتزام الديني) بالتعاليم اليهودية في المركز التاسع بنسبة (5%)، تلتها صفة (احترام حقوق الإنسان) ♦ بنسبة (4,8%)، تلتها صفة (الاعتزاز باللغة العبرية) في المركز الحادي عشر بنسبة (3,1%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أنها اللغة الوحيدة التي تم إحيائها من السبات على مدى قرون لتكون لغة رسمية، وتم تقديم عدد من الفيديوهات بعنوان "تعرفوا على كلمات بسيطة باللغة العبرية" وتهدف تلك الفيديوهات إلى نشر اللغة العبرية وتبسيطها، تلتها صفة (الحرية) بنسبة (2,6%)، سواء كانت الحرية على المستوى السياسي أو المستوى الديني، وجاءت صفة (الديموقراطية) في المركز الثالث عشر بنسبة (2%)، وتم البرهنة على ذلك بأن إسرائيل الدولة الوحيدة في الشرق الأوسط التي تم تصنيفها في المرتبة الأولى في نشرة بيت الحرية (Freedom House) التي تنتهج الديمقراطية والحرية في أنحاء العالم، وجاءت صفة (التسامح) بنسبة (1,4%)، تلتها صفة (العدل والمساواة) في المركز الأخير بنسبة (0,9%).

♦ تم البرهنة على ذلك - في عينة الدراسة- بعدد من الدلائل والمؤشرات منها (إسرائيل الدولة الشرق أوسطية الوحيدة التي تنامي فيها عدد السكان المسيحيين خلال نصف القرن الأخير، توّجت مجلة "تايم أوت" مدينة تل أبيب عاصمة للأقليات الجنسية في الشرق الأوسط، اشتهرت مدينة تل أبيب بكونها أحد أهم معاقل النباتيين في العالم، مساواة الجنسين في إسرائيل منصوص عليها قانونًا وهي تشمل جميع الحريات، تسعى النساء لشغل كافة المهن، إسرائيل أول دولة في العالم منعت عرض إعلانات تتضمن صورًا لعارضات أزياء يقل وزنهن عن الحد الأدنى المسموح به صحيًا، تقلد العديد من عرب 48 مناصب مهمة في الدولة مثل جورج ديك أول سفير عربي مسيحي في أذربيجان، وإسماعيل خالدي أول سفير لإسرائيل من البدو في إريتريا، ...).

جدول رقم (17)

يوضح هوية الآخر في المضامين المقدمة

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية هوية الآخر	
	%	ك	%	ك		
22,2%	139	25,8%	114	7,1%	25	فلسطين
14,2%	89	11,1%	38	18,1%	51	مصر
9,6%	60	13%	45	5,3%	15	لبنان
8,5%	53	4,3%	23	7,1%	30	إيران
6,8%	42	2,0%	24	2,8%	18	سوريا
5,6%	35	1,2%	8	5,7%	27	السعودية
4,2%	26	1,4%	10	4,3%	16	الإمارات
3,7%	23	2,6%	9	5,0%	14	عرب إسرائيل
3,4%	21	2,6%	9	2,8%	12	الولايات المتحدة الأمريكية
3,2%	20	2,3%	8	1,4%	12	تركيا
2,6%	16	0,3%	1	5,4%	15	المغرب
2,08%	13	0,3%	1	4,3%	12	الأردن
0,8%	5	0,6%	2	1,1%	3	ليبيا
0,8%	5	0,6%	2	1,1%	3	العراق
0,8%	5	1,2%	4	0,4%	1	الأرجنتين
0,8%	5	6%	2	1,1%	3	البرازيل
0,6%	4	0,9%	3	0,4%	1	قطر
0,6%	4	0,6%	2	0,7%	2	السودان
0,6%	4	0,3%	1	1,1%	3	اليمن
0,6%	4	1,2%	4	0	0	قبرص
0,6%	4	0,6%	2	0,7%	2	أثيوبيا
0,6%	4	9%	3	0,4%	1	البحرين
0,5%	3	0,6%	2	0,4%	1	سلطنة عمان
0,5%	3	0,9%	3	2,5%	.	العالم المسيحي
0,5%	3	0,3%	1	0,7%	2	البرتغال
0,5%	3	0,3%	1	0,7%	2	المانيا
0,5%	3	0,6%	2	0,4%	1	الفلبين
0,5%	3	0,6%	2	0,4%	1	هايتي
0,5%	3	0,6%	2	0,4%	1	بوليفيا
0,5%	3	0,6%	2	0,4%	1	أورجواي

اليونان	1	0,4%	2	6%	3	5%
الجزائر	0	0	2	0,6%	2	0,3%
الاتحاد الأوروبي	1	0,4%	0	0	1	0,1%
إيطاليا	0	0	1	3%	1	0,1%
حلف شمال الأطلسي	0	0	1	3%	1	0,1%
غير محددة	3	17,8%	7	29,2%	10	1,6%
الإجمالي	281	100%	345	100%	626	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- يتضح من بيانات الجدول السابق أنّ (1,6%) من المنشورات المقدّمة - خلال فترة الدراسة- لم تُحدّد فيها هوية معينة للآخر، في حين تم تحديد (36) هوية للآخر في مضامين بقية المنشورات وذلك بنسبة (98,4%).
- جاءت (فلسطين) في المركز الأول من حيث عدد التكرار في مضامين المنشورات المقدمة وذلك بنسبة (22,2%)، وجاءت (مصر) في المركز الثاني بنسبة (14,2%)، تلتها دولة (لبنان) في المركز الثالث بنسبة (9,6%)، بينما جاءت دولة (إيران) في المركز الرابع بنسبة (8,5%)، تلتها دولة (سوريا) في المركز الخامس بنسبة (6,8%)، وجاءت (السعودية) في المركز السادس بنسبة (5,6%)، تلتها دولة (الإمارات) بنسبة (4,2%)، وجاء الحديث عن (عرب إسرائيل) في المركز الثامن بنسبة (3,7%)، تلتها دولة (المغرب) في المركز التاسع بنسبة (3,5%)، وجاءت (الولايات المتحدة الأمريكية) في المركز العاشر بنسبة (3,4%)، تلتها دولة (تركيا) بنسبة (3,2%) وجاءت دولة (الأردن) بنسبة (2,08%)، وجاء الحديث عن دول عربية أخرى مثل (ليبيا، واليمن، والعراق، والسودان، والجزائر، وسلطنة عمان، وقطر، وتونس، والبحرين) بنسبة أقل من (1%) لكل دولة، وتمت الإشارة إلى مجموعة من الدول غير العربية مثل (البرتغال، وألمانيا، وقبرص، والفلبين، وهايتي، والبرازيل، واليونان، والاتحاد الأوروبي، وبوليفيا، وأورجواي، وسلطنة عمان، وإيطاليا، وحلف شمال الأطلسي، وأثيوبيا) بنسبة أقل من (0,1%) لكل دولة منها.

صورة الآخر في المضامين المقدمة:

- سيتم عرض الصور التي رسمتها الصفحتان -عينة الدراسة- للآخر، وذلك وفقاً لثلاثة محاور تتمثل في صورة الآخر (العربي، والإقليمي، والدولي)، وسيتم توضيح صورة الآخر من خلال عرض أهداف المضامين المنشورة، إضافة لعرض السمات الإيجابية والسلبية للآخر التي ظهرت في المضامين المقدمة.

المحور الأول: صورة الآخر العربي
18. ملامح صورة (فلسطين)

جدول (18)

يوضح ملامح صورة فلسطين

الإجمالي ♦	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير
	فلسطين		فلسطين				
	ك	%	دولة	منظمات	أفراد		
62	15,7%						استعراض القوة
58	14,7%	12	33		3	10	الاعتزاز بالجندى الإسرائيلى
54	13,7%		44			10	التهديد والوعيد
51	13%		38			13	تشويه صورة الآخر
42	10,6%		33			9	التحريض بالآخر
36	9,1%	28			8		إظهار الإنسانية
29	7,3%		23			6	التبرير
22	5,6%		18			4	الاستهزاء والتهمك
20	5%		12			8	تمثيل دور الضحية
17	4,3%	15			2		تهنئة الآخر
4	1%	3			1		التقارب مع الآخر في العادات
100	395	الإجمالي					
67	39,6%		48			19	الارهاب
23	13,6%		15			8	عدم الاحساس بالمسئولية
20	11,8%		15			5	الكذب والخداع
16	9,5%	16					الفقر
14	8,3%	7	5			2	الجهل
12	7,1%		10			2	انتهاك حقوق الإنسان
11	6,5%		9			3	عدم الاستقلالية
6	3,6%		4			2	الفوضى
100	169	الإجمالي					

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت (فلسطين) في المركز الأول من إجمالي عدد المنشورات، وذلك بنسبة (22,2%) خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات التماثل بين صفحتي إسرائيل تتكلم بالعربية، و"أفيخاي أدعي" في رسمهما لملاح صورة فلسطين، من خلال الحديث عن فلسطين على أنها مجموعة من الأفراد أو المنظمات يسكنون هذه الأرض، وأن إسرائيل لا تعترف بفلسطين كدولة، فهي أرض يهودية محررة، وليست أرضاً فلسطينية محتلة، فإسرائيل الحالية تكرر لإسرائيل القديمة، وتاريخ الأرض يبدأ بمملكة داوود في القرن العاشر قبل الميلاد، وينتهي بإسرائيل الجديدة التي تمثل بعنقاً لإسرائيل القديمة، وإحياء لها، ظهر ذلك جلياً في عدد من المنشورات خلال فترة الدراسة، على سبيل المثال نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشوراً بتاريخ (1 ديسمبر 2019م) بعنوان "معلومة هامة عن إسرائيل لا يعرفها العديد" نص المنشور على أن "إسرائيل هي الدولة الوحيدة في العالم التي تحمل نفس الاسم وتتكلم نفس اللغة وتعيش في نفس الأرض وتحمل نفس العقيدة منذ 3000 عام"، أي أن هذه الدولة ليست فلسطينية، وإنما دولة إسرائيل منذ 3000 عاماً، وقد صدر بيان عن وزارة الخارجية الإسرائيلية* تم نشره في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بتاريخ (30 ديسمبر 2019م)، ينص على أن "قرار المحكمة الجنائية الدولية بعدم إغلاق الملف الفلسطيني الداعي إلى إجراء تحقيق جنائي ضد الإسرائيليين هو قرار لا أساس له من الصحة، تتمتع المحكمة بصلاحيات مناقشة القضايا التي أكلتها إليها الدول ذات السيادة فقط، الحقيقة البسيطة أنه لا توجد دولة فلسطينية ولم تكن كذلك، لذلك ليس للمحكمة أي صلاحية للنقاش في هذه المسألة، لا جدال في أن إسرائيل دولة الشعب اليهودي، تتمتع بحقوق تاريخية وقانونية ثابتة في بلدنا ...".

* أعلنت "فاتو بنسودا"، رئيس الادعاء في المحكمة الجنائية الدولية، أنها ستنفتح تحقيقاً كاملاً حول مزاعم ارتكاب إسرائيل جرائم حرب في الأراضي الفلسطينية، وقالت بنسودا في بيان نشر على موقع المحكمة الإلكتروني بتاريخ 20 ديسمبر 2019م، "إن جميع المعايير القانونية التي ينص عليها ميثاق روما توافرت، وتسمح بفتح تحقيق في مزاعم ارتكاب جرائم حرب في الأراضي الفلسطينية"، جاء ذلك القرار إثر تقدم السلطة الفلسطينية منذ عام 2014م بطلب من المحكمة الجنائية الدولية للتحقيق في جرائم الحرب التي ارتكبتها الاحتلال في القدس، من خلال حرق الشهيد محمد أبو خضير حياً، وحرق عائلة دوابشة، واستشهاد العائلة وحروب قطاع غزة، التي كان أخطرها حرب 2014م، حيث أقدم الاحتلال على إبادة أكثر من 55 أسرة فلسطينية بشكل كامل وقتل مئات الأطفال، وفي مايو 2018م تقدمت السلطة الفلسطينية بطلب آخر لإجراء تحقيق في جميع الجرائم المرتكبة في فلسطين، وقدم الطلب حينها وزير الخارجية الفلسطيني، رياض الملكي، مشيراً إلى أن الطلب يشمل الاستيطان الإسرائيلي والاستيلاء على الأراضي والقتل الذي يتعرض له المحتجون السلميون، خاصة في تظاهرات العودة الأسبوعية في قطاع غزة.

بناءً على ما سبق يتضح أنّ الصفحات الإسرائيلية ترسم ملامح صورة "فلسطين" على أنها ليست دولة تتمتع بالتواجد أو السيادة من الناحية التاريخية أو القانونية، فلم يرد منشور واحد - خلال فترة الدراسة- يتحدث عن فلسطين كدولة، سواء أكان ذلك في الأهداف أو السمات الإيجابية أو السلبية للآخر، وتم رسم ملامح صورة فلسطين على أنها مجموعة من الأفراد يعيشون في هذه الأرض، ومجموعة من الفصائل والمنظمات الجهادية، التي تُوصَف - في عينة الدراسة- بالمنظمات الإرهابية.

ملامح صورة فصائل المقاومة الفلسطينية:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن فصائل المقاومة الفلسطينية، فجاء هدف (استعراض القوة) في المركز الأول بنسبة (14,7%)، من خلال التركيز على إبراز القدرات العسكرية والتفوق الأمني للجيش الإسرائيلي، كامتلاك إسرائيل منظومة "القبة الحديدية" القادرة على اعتراض القذائف الصاروخية القادمة من قطاع غزة، والإشارة إلى وحدة الغواصات، التي تعد إحدى أهم الوحدات الإستراتيجية في الجيش الإسرائيلي، وامتلاك إسرائيل سلاح الجو الأفضل في المنطقة القادر على رصد واستهداف العديد من الأهداف الإرهابية - على حد وصفهم- التابعة لمنظمتي حماس والجهاد الإسلامي، كذلك قيام الجيش الإسرائيلي بمداومة منازل المنتمين لمنظمات المقاومة الفلسطينية وهدم تلك المنازل ورصد هؤلاء الأشخاص وتصفيتهم، ونجاح هيئة الاستخبارات في رصد وكشف والقبض على شبكات تمويل تلك المنظمات. وجاء هدف (الاعتزاز بالجندي الإسرائيلي) في المركز الثاني بنسبة (14,7%) من خلال الإشارة إلى تفوق الجندي الإسرائيلي واستعداده للدفاع عن وطنه في مواجهة التهديدات التي تمس أمن الوطن وسلامة المواطنين، والسعي الدائم لتطوير قدراته ومملكاته العلمية والبدنية ولياقته القتالية حتى يكون دائماً على أهبة الاستعداد في أي وقت.

وجاء هدف (التهديد والوعيد) في المرتبة الثالثة بنسبة (13,7%)، وذلك من خلال توجيه تهديدات واضحة ووعيد صريح للمنتميين لمنظمات المقاومة، بأنه سيتم استهدافهم وتصفيتهم وهدم منازلهم، كما حدث مع القيادي في منظمة الجهاد "بهاء أبو العطا" وغيره ممن يقومون بإطلاق قذائف ناحية إسرائيل، والقبض على كل من يشتهبه فيه بالتعاون مع تلك المنظمات ومحاكمته من قبل قوات الجيش الإسرائيلي.

وجاء هدف (تشويه صورة الآخر) في المرتبة الرابعة بنسبة (13%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أنّ القذائف الصاروخية التي تنطلق من غزة إنما تستهدف المدنيين الإسرائيليين، ووصفَ منظمات المقاومة الفلسطينية بأنها منظمات إرهابية ومخرية، ووصف قادة وأفراد تلك المنظمات بأنهم قنابل موقوتة يرتكبون جرائم حرب ويسعون دائماً لزعزعة الاستقرار، ويستخدمون سكان قطاع غزة كدروع بشرية، وأنّ المنازل التي يتم هدمها عبارة عن مخازن أسلحة لتلك المنظمات الإرهابية، وأنّ حركات المقاومة الفلسطينية تخدم المصالح الإيرانية التي تتعارض مع مصالح الفلسطينيين.

وجاء هدف (التحريض) في المرتبة الخامسة بنسبة (10,6%)، وذلك من خلال تحريض سكان غزة وغيرهم ضد منظمات المقاومة الفلسطينية، باعتبار تلك المنظمات السبب في حالة التردي والفقر والخراب التي تحدث للفلسطينيين، وأنها تعدّ المواطنين بالجنة في مسيراتهم الفوضوية التي لا يترتب عليها سوى أطفال مشردون وبيوت خالية من الدفء العائلي، وأنّ حركتنا حماس والجهاد تقومون بتجنيد وتسليح الأطفال، في الوقت الذي تولى إسرائيل فيه الأهمية للعلوم سيما في صفوف الجيل الصاعد من الأطفال، وتم تفعيل هاشتاج بعنوان (# مستاهلة؟) من خلال عدد من المنشورات توحى بأنّ تنظيم الجهاد الإسلامي بإرهابه سيضيع مستقبل غزة فلا تسمحوا له بأن يهين مستقبلكم، وأنهم يستخدمون سكان قطاع غزة كدروع بشرية، وأنّ الأطفال لا يذهبون المدارس بسببهم، وأنّ الخدمات الحيوية في قطاع غزة وقعت بسببهم، وغالبًا تختتم تلك المنشورات بسؤال تحريضي ضد منظمات المقاومة، مثل من أهم من أطفالكم؟، من أهم من حياتكم؟، من أهم من مستقبلكم؟.

وجاء هدف (التبرير) في المرتبة الخامسة بنسبة (7,3%)، من خلال تبرير الجرائم التي يرتكبها الجيش الإسرائيلي من قتل للأطفال والمدنيين وهدم للبيوت وتشريد للأسر والعائلات، بأنّ السبب في ذلك ليس الجيش الإسرائيلي، وإنما المنظمات الفلسطينية الإرهابية التي تطلق القذائف الصاروخية من الأماكن السكنية للمدنيين، وأنهم يستخدمون سكان قطاع غزة كدروع بشرية، وأنّ الأشخاص الذين يتم تصفيتهم هم بمثابة القنابل الموقوتة التي تسعى إلى المساس بمواطني إسرائيل، والقيام بعمليات تخريبية مختلفة، وأنّ استهداف مثل هذه العناصر الإرهابية تأتي بهدف تجنب إلحاق الأذى بالمدنيين، وأنّ المنازل التي تُهدم إنما هي لمخربين ينفذون عمليات إرهابية ضد جيش الدفاع الإسرائيلي والمدنيين الإسرائيليين، وأنّ هدم تلك المنازل تأتي في إطار العمل بجميع الطرق لوقف الإرهاب والحفاظ على أمن إسرائيل ومواطنيها.

وجاء هدف (الاستهزاء والتهمك) في المرتبة السادسة بنسبة (5,6%)، من خلال الاستهزاء والتهمك بمنظمات المقاومة ووصفها بالفشل والضعف والتبعية لجهات خارجية، وأحياناً يتم الاستهزاء باستخدام آيات قرآنية، أو أغانٍ عربية♦.

وجاء هدف (الاستعفاف وتمثيل دور الضحية) في المرتبة الأخيرة بنسبة (5%)، من خلال الإشارة إلى أن إسرائيل لا تسعى أبداً للتصعيد ولكنها تقوم فقط بالرد على الاعتداءات عليها، وأن كل ما تفعله بمثابة عمليات دفاعية تقوم بها للدفاع عن جنودها ومواطنيها من المدنيين.

ثانياً: السمات المميزة لمنظمات المقاومة الفلسطينية:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، عدم وجود أي سمة إيجابية لمنظمات المقاومة الفلسطينية، فجميع السمات سلبية، وتم تصوير منظمات المقاومة الفلسطينية على أنها منظمات إرهابية تستهدف أمن وسلامة مواطني إسرائيل، فجاءت سمة (الإرهاب) في المركز الأول بنسبة (39,6%)، وجاءت صفة (عدم الإحساس بالمسئولية) في المركز الثاني بنسبة (13,6%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أن حماس لا توفر لسكان قطاع غزة مقومات الحياة من تغذية وتعليم وصحة لأنها تستخدم كافة الموارد في القطاع لصالح إرهابهم، تلتها صفة (الكذب والخداع) في المركز الثالث بنسبة (11,8%)، من خلال الإشارة إلى أن منظمته حماس والجهاد تخدمان المصالح الإيرانية التي تتعارض مع المصالح الفلسطينية، وأن حماس منظمة إرهابية تحصل على تمويل إيراني وتعمل بحرية من تركيا وتتلاعب بمصالح البلدين الواحد ضد الآخر، وجاءت صفة (انتهاك حقوق الإنسان) في المركز الرابع بنسبة (7,1%)، من خلال الإشارة إلى أن حركات المقاومة الفلسطينية يستخدمون سكان قطاع غزة كدروع بشرية، وأنهم يعتدون على الجنود الإسرائيليين ويروعون المدنيين من مواطني إسرائيل، تلتها صفة (عدم الاستقلالية) بنسبة (6,5%)، وجاءت صفة (الجهل) في المركز الخامس، التي تشير إلى أن منظمات المقاومة تقوم بغرس الجهل والتحريض والإرهاب في نفوس الفلسطينيين بدلاً من قيم

♦ نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بعنوان "الجهاد الإسلامي في سبيل إيران" وجاء فيه "حاولت إيران التستر على فشلها في أربع دول عربية فتعرض سكان غزة للخطر من خلال تحريك الجهاد الإسلامي، نهديها سورة الفيل: أَلَمْ تَرَ كَيْفَ فَعَلَ رَبُّكَ بِأَصْحَابِ الْفِيلِ أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدَهُمْ فِي تَضَلُّلٍ وَأَرْسَلَ عَلَيْهِمْ طَيْرًا أَبَابِيلَ تَرْمِيهِمْ بِحِجَارَةٍ مِنْ سِجِّيلٍ فَجَعَلَهُمْ كَعَصْفٍ مَأْكُولٍ"، وأحياناً أخرى يتم الاستهزاء باستخدام الغناء، مثل منشور آخر في صفحة "أفيخاي أدري" بعنوان "نهدي أغنية راغب علامة للمبادرين إلى التصعيد، الجهاد الإسلامي "لا تلعب بالنار تحرق أصابعك، والي ببشترك يرجع ببيبعك ببيبعك"

العلم والتربية والأخلاق، في حين احتلت صفة (الفوضى) المركز الأخير بنسبة (3,6%) من خلال وصف مسيرات العودة بأنها مسيرات فوضى لا يترتب عليها إلا الخراب والدمار.

ملاحظ صورة أفراد الشعب الفلسطيني:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من بيانات الجدول السابق التباين الواضح لأهداف المضامين المقدمة التي تتحدث عن أفراد الشعب الفلسطيني مقابل الحديث عن منظمات المقاومة الفلسطينية، فجاء هدف (إظهار الإنسانية) في تعامل إسرائيل دولة وجيشاً مع أفراد الشعب الفلسطيني في المركز الأول، وتم التأكيد على ذلك بعدد (36) منشوراً[♦]، وجاءت (تهنئة الآخر) في المركز الثاني من خلال تهنئة صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" لأفراد الشعب الفلسطيني بمناسبة المناسبات والأعياد الدينية الإسلامية كيوم الجمعة ويوم المولد النبوي الشريف، أو المناسبات المسيحية كعيد الميلاد المجيد، وجاء هدف (التقارب في العادات والتقاليد) في المركز الأخير، من خلال الإشارة إلى أن هناك تقارباً بين الشعب اليهودي والفلسطينيين في بعض العادات والتقاليد كالأطعمة والأشربة وزراعة الزيتون.

♦ حرصت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على إبراز إظهار الإنسانية في تعامل دولة إسرائيل مع أفراد الشعب الفلسطيني، على سبيل المثال هناك منشور بعنوان "اعمل الخير وارمه في البحر" يتحدث عن تبرع دولة إسرائيل بأجهزة سمع طبية حديثة لأولاد فلسطينيين من سكان جنين والخليل يعانون من ضعف السمع، أتاحت لبعضهم السمع لأول مرة في حياتهم"، ومنشور آخر بعنوان "إنقاذ رضيع فلسطينية في مشفى إسرائيلي" يتحدث عن إنقاذ الطفلة الفلسطينية "نالا بهانسي" من مدينة جنين التي ولدت مع متلازمة **myelomeningocele**، وهي ظاهرة تشقق العمود الفقري، وحرصت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" أيضاً على إظهار إنسانية تعامل الجيش الإسرائيلي مع أفراد الشعب الفلسطيني، من خلال عدد من المنشورات تتحدث عن "انحناء جندي إسرائيلي لمعالجة قدم فتاة فلسطينية بعد إصابتها، إنها إنسانية جيش الدفاع الإسرائيلي التي لا تكشفها العديد من وسائل الإعلام العربية"، ومنشور آخر يتحدث عن جندي إسرائيلي يساعد أحد أطفال فلسطين في إصلاح دراجته، ومنشور بعنوان "الإنسانية لا تتعارض مع الزي الرسمي بل تبدو أكثر نبلاً" يتحدث عن جندي يساعد سيدة فلسطينية مسنة مسلمة في الوصول إلى المسجد الأقصى، كما حرصت صفحة "أفيخاي أدري" من خلال العديد من المنشورات على إظهار إنسانية تعامل الجيش الإسرائيلي مع أفراد الشعب الفلسطيني، مثل منشور بعنوان "الإنسانية في جيش الدفاع الإسرائيلي" يشير إلى إصابة شابة فلسطينية تم دهسها بسيارة فلسطينية، وقيام قوات جيش الدفاع على الفور بتقديم العلاج الأولى لها، ونقلها بطائرة مروحية لاستكمال العلاج، ومنشور آخر بعنوان "عمل إنساني خلال يوم الغفران" يشير إلى سرعة قوات الجيش الإسرائيلي بتقديم الإسعافات الأولية لمصابين فلسطينيين نتيجة حادث سيارة لحين وصول الهلال الأحمر، ومنشورات أخرى تشير إلى إنسانية تعامل الجيش الإسرائيلي مع الأطفال الفلسطينيين، مثل منشور يتحدث عن قيام جندي إسرائيلي بمساعدة طفل صغير في عبور الطريق وإيصاله لوالدته بأمان وسلام، وهناك منشورات أخرى تتحدث عن مساعدة جنود جيش الدفاع الإسرائيلي لكبار السن من الفلسطينيين، وقد حرصت صفحة "أفيخاي أدري" على تفعيل هاشتاج بعنوان "#جيشنا-إنسانيتنا" من خلال عدد من المنشورات التي ترسخ هذا المعنى لدى مستخدمي تلك الصفحات.

ثانياً: السمات المميزة لأفراد الشعب الفلسطيني:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة عدم وجود أي سمة إيجابية لأفراد الشعب الفلسطيني، فجميع السمات التي تحدد ملامح صورة الفلسطينيين - خلال فترة الدراسة - سمات سلبية، وركزت الصفحات الإسرائيلية على تصوير أفراد الشعب الفلسطيني على أنهم يعانون من وطأة (الفقر) و(الجهل)، بسبب استمرار المنظمات الفلسطينية كحماس والجهاد وغيرها في الاستيلاء على مقدرات الفلسطينيين واستخدامها في عملياتهم الإرهابية ضد إسرائيل، بدلاً من استغلالها لصالح المواطنين.

19. ملامح صورة (مصر)

جدول (19)

يوضح ملامح صورة مصر

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة				
	مصر		مصر			المتغير				
	ك	%	دولة	منظمات	أفراد	دولة	منظمات	أفراد		
47	36,1%		8			39			أهداف المضامين	
46	35,4%	16	2	24		4		التعاون والتقارب مع الآخر		
17	13,1%	8		9				تهنئة الأخر في الأعياد والمناسبات		
11	8,5%		8			3		التقارب مع الأخر في العادات والتقاليد		
5	3,8%		3			2		احترام القانون		
4	3,1%	1		3				الاهتمام بالتاريخ اليهودي		
130	100	الإجمالي						3		استطلاع رأي
47	39,8%		8			39			سمات الأخر	
46	39%	11	12	8		15		التعاون والمشاركة		
14	11,9%		3	4		7		السلام		
11	9,2%		4			7		الأصالة		
118	100	الإجمالي						7		احترام العقائد وحرية العبادة

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت دولة (مصر) في المركز الثاني من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر، بعدد (89) منشورًا، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن مصر، حيث بلغ عدد المنشورات (51) منشورًا مقابل (38) منشورًا في صفحة "أفيخاي أدري"، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين الصفحتين في رسمهما للملامح صورة (مصر) من خلال أهداف المضامين المقدمة، حيث جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل ومصر في المركز الأول بنسبة (36,1%)، ظهر ذلك واضحًا من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون مشترك بين مصر وإسرائيل على كافة المستويات الأمنية والسياسية والاقتصادية والفنية، على سبيل المثال هناك منشور بعنوان "الصديق وقت الضيق" يوجه فيه رئيس الوزراء الإسرائيلي "نتياهو" الشكر للرئيس المصري بقوله "أشكر صديقي السيسي" وذلك بمناسبة إرسال مصر مروحتين نتيجة للتعاون المشترك بين البلدين للمساعدة في إطفاء حرائق شبت في إسرائيل بسبب موجة الحر الشديدة، وجاء منشور آخر بعنوان "تعاون فني بين مصري وإسرائيلية" يتحدث عن مشاركة الفنان المصري "عمرو واكد" الفنانة الإسرائيلية "جال جادوت" في فيلم من إنتاج هوليوود، وجاء هدف (التهنئة بالأعياد والمناسبات) في المركز الثاني بنسبة (35,4%)، وتوعدت تلك التهاني ما بين تهنئة بالمناسبات والأعياد الدينية كيوم الجمعة ويوم المولد النبوي الشريف، على سبيل المثال نشرت صفحة (أفيخاي أدري) منشورًا تهنئ المصريين فيه بيوم الجمعة مصحوبًا بصورة لأهرامات الجيزة، جاء فيه "يقول صديقي المسلم من مصر في يوم الجمعة المبارك: يا مصر يا أم الدنيا، شموخ الهرم فيك قضية، الله يحميك يا نور عينيا، ويبارك بأرضك الجمعة ديا، #جمعة_مباركة"، أو التهنئة باكتشاف جديد في مجال الآثار، على سبيل المثال نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشورًا بتاريخ (19 أكتوبر) جاء فيه "نهئ جارثا مصر على الاكتشاف المبهر الذي أعلنت عنه وزارة الآثار المصرية، وهو عبارة عن 30 تابوتًا خشبيًا قديمًا في مدينة الأقصر"، أو التهنئة بالفوز في المناسبات الرياضية، كتهنئة نجم مصر محمد صلاح عقب هدفه في مباراة ليفربول ومانشستر سيتي، وذلك في منشور بعنوان "إسرائيليون ومصريون يشجعون محمد صلاح سويًا"، وقام أفيخاي أدري بتوجيه التهنئة لمحمد صلاح، داعيًا إياه لزيارة إسرائيل واللعب في ملاعبها، وأيضًا التهنئة لمنتخب الشباب المصري لفوزه بكأس بطولة أمم أفريقيا وتأهله لأولمبياد طوكيو، كما وجهت صفحات الدراسة تهنئة أخرى لمصر

بمناسبة الذكرى المائة والخمسين على شق قناة السويس، تلك القناة الملاحية التي تمر منها السفن الإسرائيلية في طريقها إلى البحر الأحمر، وجاء هدف (التقارب مع الآخر في العادات والتقاليد) في المركز الثالث بنسبة (13,1%)، وذلك من خلال الإشارة إلى تفضيل الإسرائيليين للفلافل ووجبة الملوخية مع الفراخ وبعض الأطعمة والمشروبات المصرية، كذلك حرص الإسرائيليين وحبهم للاستماع للغناء والمطربين المصريين كأهم كلثوم وعمرو دياب وعبد الحليم حافظ وهاني شاكر وشيرين، ومشاهدة أعمال الدراما المصرية، ففي منشور بعنوان "سياح إسرائيليون يلقون ترحابًا في مصر" جاء فيه: تقول إحدى السائحات: "الشعب المصري شعب حميم، وهم جيراننا وأشعر أنهم جيراننا لأننا نحب نفس الطعام ونستمع إلى نفس الموسيقى ونتكلم بنفس اللغة تقريبًا"، بينما احتل هدف (احترام القانون) المركز الرابع بنسبة (8,5%)، من خلال الحديث عن احترام إسرائيل لمعاهدة السلام التي وقعها الجانب الإسرائيلي مع الرئيس محمد أنور السادات إثر زيارته لإسرائيل (19 نوفمبر 1977م)، تلاه هدف (الاهتمام بالتاريخ اليهودي) في المركز الخامس بنسبة (3,8%)، من خلال الحديث عن الفترات التاريخية للتواجد اليهودي في مصر، على سبيل المثال هناك منشور بعنوان "يمكن يطلعوا اليهود من مصر لكن مصر مش حتطلع من اليهود، مصر في القلب" حيث وصفت ليفانا زمير - رئيسة جمعية يهود مصر ومنظمات يهود الدول العربية في إسرائيل - شعورها عندما زارت مصر مع بناتها وأحفادها، بعد أن طردت مع ذويها وهي طفلة في منتصف العقد الماضي، ومنشورات أخرى تتحدث عن أعداد اليهود في مصر ومدى إسهاماتهم في شتى المجالات لبناء ورفعة الدولة المصرية.

- جاء هدف (استطلاع رأي) في المركز الأخير بنسبة (3,1%)، وركّزت معظم تلك الاستطلاعات على موضوع السلام بين مصر وإسرائيل، فهناك استطلاع للرأي مصحوبًا بصورة للرئيس المصري "محمد أنور السادات" وهو يصفح رئيس الوزراء "مناحم بيغن"، تحت عنوان "أكمل الجملة التالية" أفضل السلام على الحرب لأنه...، واستطلاع آخر بمناسبة ذكرى حرب أكتوبر جاء فيه: هل تغير نظرتك عن حرب يوم الغفران - أكتوبر إذا فكرت في هذه المقولة "في وقت السلم يدفن الأبناء آبائهم، وفي وقت الحرب يدفن الآباء أبنائهم"؟

ثانيًا: ملامح صورة (مصر) في المضامين المقدمة:

- بالنسبة لتحديد ملامح صورة مصر في المضامين المقدمة، يلاحظ وجود تشابه بين الصفحات عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية لمصر من خلال عدد من السمات

الإيجابية، حيث جاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين مصر وإسرائيل في المرتبة الأولى بنسبة (39,8%)، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على إظهار هذا التعاون والمشاركة بين البلدين في شتى المجالات، أبرزها التعاون والتبادل في المجال الاقتصادي، كاتفاقية المناطق الصناعية المؤهلة والمعروفة باسم "الكويز" التي استفادت منها حتى الآن (1030) شركة مصرية، وبموجب تلك الاتفاقية يتم تصدير منتجات مصرية إلى أمريكا بدون جمارك، شريطة أن تستورد المصانع المصرية المنضمة إلى الاتفاقية نسبة من مدخلات الإنتاج من إسرائيل، واتفاقية تصدير الغاز الطبيعي من إسرائيل إلى مصر، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على ترويج هذا الحدث وتأكيد أهميته من خلال تصريح وزير الطاقة الإسرائيلي "يوفال شتاينتير" بأن تصدير الغاز إلى مصر يمثل تعاوفاً اقتصادياً مهماً للغاية بين إسرائيل ومصر منذ توقيع معاهدة السلام بين البلدين، وهو حدث تاريخي لدولة إسرائيل"، وجاءت صفة (الحفاظ على السلام) مع إسرائيل في المركز الثاني بنسبة (39%)، وانعكس هذا الأمر بشكل إيجابي من خلال تزايد الرحلات السياحية الإسرائيلية إلى مصر، وهذا ما تقوم الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بترويجه والتأكيد على الانطباع الإيجابي للسياح الإسرائيليين عن تلك الرحلات[♦]، وجاءت صفة (الأصالة) في المرتبة الثالثة بنسبة (11,9%)، التي تشير إلى تمتع مصر بحضارة موهلة في القدم والإبداع في العديد من المجالات كالفن والرياضة وغيرهما، وهذا ما حدا بالصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بالإشارة إلى تدريس موضوعات عن التاريخ المصري للأطفال في إسرائيل، ففي منشور بعنوان "توت عنخ امون، من أشهر ملوك مصر، بالعبرية" جاء فيه أن إسرائيل تُدرّس كتاباً للأطفال صغيري السن في إسرائيل يتناول بالكلمة والصورة تاريخ هذا الملك ويشرحه ببساطة ويفرس المعرفة والتقدير للحضارة الفرعونية ضاربة القدم، نؤمن أن هذا هو السلام الحقيقي"، وجاءت صفة (احترام الشرائع المختلفة والحفاظ على دور العبادة) في المركز الأخير بنسبة (9,2%)، حيث وصفت الصفحات الإسرائيلية

♦ في منشور بعنوان "سياح إسرائيليون يلقون ترحاباً في مصر" جاء فيه "تعد مصر وجهة سياحية جذابة إذ يقصدها مئات الألوف من السياح الإسرائيليين سنوياً وهم يتمتعون بالمنتجات السياحية ويوزرون الآثار الفرعونية الضاربة في القدم ويندمجون في الأجواء العربية، تقول سائحة إسرائيلية: "كل الناس الذين عرفوا من أي بلاد جئنا رحبوا بنا بحرارة، نزلنا وتجولنا في المحلات التجارية ودخلنا إلى محل ما لشراء الهدايا، سألنا التاجر من أين نحن، وفي اللحظة التي قلنا فيها إننا من إسرائيل، كان متحمساً جداً لدرجة أنه أعطى كل واحدة منا هدية صغيرة من الدكان".

- عينة الدراسة- مصر بأنها تحترم حرية العبادة، وتحافظ على المعابد اليهودية وترميمها، ودلت على ذلك بعدة منشورات عبرت من خلالها على سعادتها باهتمام الدولة المصرية بترميم المعابد اليهودية في مصر والحفاظ عليها دائماً ♦♦.

20. ملامح صورة لبنان

جدول رقم (20)
يوضح ملامح صورة لبنان

الإجمالي ♦	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة		المتغير	
	لبنان		لبنان						
	ك	%	دولة	منظمات	أفراد	دولة	منظمات		
36	33,6%		30	3		2	1	أهداف المضامين	
31	29%		21	2		5	3		
20	18,7%		18			2			
14	13%		12			2			
4	3,7%	3			1				
2	1,9%	2						إظهار الإنسانية	
107	100%	الإجمالي							
25	28%		22			3		السمات السلبية الأخرى	
22	24,7%			19			3		
21	23,6%			14			7		
21	23,6%		17			4			
89	100%	الإجمالي							

♦♦ في منشور بتاريخ (18 نوفمبر 2019م) جاء فيه "ببالغ السعادة بلغنا نبأ انتهاء وزارة الآثار إنجازها مشروع ترميم كنيس الياهو هانبي في الاسكندرية وهو من أهم الكنيس اليهودية في الشرق الاوسط، وكان هذا الكنيس يخضع لصيانة دورية، غير أنها المرة الأولى التي يتم فيها ترميمه بصورة جذرية"، وهناك منشور بتاريخ (22 ديسمبر 2019م) جاء فيه "يسعدنا أن نرى الدكتور خالد العناني وزير السياحة والآثار المصري يتفقد آخر مستجدات ترميم المعبد اليهودي "إياهو هانبي" بمحافظة الإسكندرية تمهيداً لافتتاحه في مطلع 2020، وقد تم الانتهاء من جميع الأعمال بمشروع ترميم المعبد، التي تضمنت التدعيم الإنشائي للمبنى، والترميم المعماري والدقيق للواجهات الرئيسية والجدران المزخرفة، وكذلك العناصر الخشبية والنحاسية، بالإضافة إلى تطوير نظم الإضاءة الحديثة والتأمين والإنذار، وذلك تمهيداً لافتتاحه في الشهر المقبل، ويعتبر هذا المعبد أحد أهم المعابد اليهودية بمصر، وأحد أكبر المعابد اليهودية في الشرق الأوسط، بلغت كلفة ترميمه حوالي 100 مليون جنيه بمبادرة وزارة الآثار، والمعبد يشهد أولى أعمال ترميم منذ إنشائه، حيث بدأت أعمال ترميمه في أغسطس 2017، وذلك تحت إشراف الوزارة المصرية، خطوة رائعة للحفاظ على التراث اليهودي وسياحي بامتياز، يتطلع العديد في إسرائيل لزيارة المعبد".

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت "لبنان" في المركز الثالث بعدد (60) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "أفيخاي أدري" بالحديث عن لبنان، حيث بلغ عدد المنشورات (45) منشورًا مقابل (15) منشورًا في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، ولعل اهتمام صفحة المتحدث العسكري الإسرائيلي "أفيخاي أدري" بالحديث عن لبنان يعود سببه إلى الصراع العسكري بين إسرائيل ولبنان، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين الصفحتين في رسمهما لملاح صورة "لبنان"، وذلك من خلال الحديث عن لبنان من خلال ثلاثة محاور تتمثل في الحديث عن صورة لبنان كدولة، ولبنان كمنظمة ممثلة في حزب الله، ولبنان كأفراد الشعب اللبناني، وظهر أثر ذلك واضحًا من خلال أهداف المضامين المقدمة والسمات المميزة للبنان، وهذا ما يتضح في النقاط الآتية:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن لبنان، حيث جاء هدف (الاستهزاء والتهكم) في المركز الأول بنسبة (33,6%)، من خلال الاستهزاء والتهكم بـ "لبنان" كدولة من خلال تبعتها لـ "إيران" وعدم استقلالها، فبمناسبة يوم عيد الاستقلال اللبناني نشر "أفيخاي أدري" تحت هاشتاغ بعنوان "#عيد الاستقلال اللبناني" تساءل أفيخاي أدري: "هل ستتغير كلمات النشيد الوطني وفق رؤية وولاء حزب الله لإيران؟"، كذلك الاستهزاء والتهكم بالقدرات العسكرية لـ "حزب الله" كمنظمة، أو الاستهزاء بشخص أمينها العام "حسن نصر الله"، ففي عيد ميلاده الستين نشر "أفيخاي أدري" عددًا من المنشورات مصحوبة بصور كاركاتير لـ "حسن نصر الله" محبوس في قفص حديدي، وذلك تحت هاشتاغ بعنوان: "#رسالة للسيد بميلاده جاء فيها "اللهم في ميلاده، حرره من إرهابه، رده عن الضلال، لينعم في الحلال، اللهم أبعد مخططاته عن الأبرياء، وأبد صواريخ حيتانه عن الفقراء، علّ لبنان ينعم والمنطقة بالاطمئنان، بعيدًا عن شبح القتل بإمضاء إيران"، ومنشور آخر مصحوبًا بصورة لـ "حسن نصر الله" يقود سيارته بنفسه، جاء فيه "# نصرالله كرمال يحاول يقنع اللبنانيين إنه ما متخبي بالسرداب، قرّر يعمل عرض هوليودي وهو "يتمختر" بالشارع الظهور على الشارع، أكيد حدث استثنائي بالنسبة إليه يحتاج لتغطية إعلامية خاصة عبر قناة المنار، #العرض الكذاب #هوليود في لبنان"، وجاء هدف (استعراض القوة) في المركز الثاني بنسبة (29%)، من خلال التركيز على إبراز القدرات العسكرية والتفوق

الأمني وقدرة الجيش الإسرائيلي على اكتشاف وتدمير العديد من الأنفاق بين لبنان وإسرائيل، وقد تم تفعيل هاشتاج بعنوان #الجاهزية- عنواننا لعدد من المنشورات تتحدث عن الاستعداد المستمر والسعي الدؤوب للدفاع عن الأراضي الإسرائيلية ضد الدولة اللبنانية وحزب الله.

وجاء هدف (تشويه صورة الآخر) في المركز الثالث بنسبة (20,6%) من خلال عدد من المنشورات تتهم منظمة "حزب الله" بأنها منظمة إرهابية لا تعمل لصالح الدولة اللبنانية، وإنما لصالح إيران وتسعى لرضا أسياذ طهران، وتم استبدال جملة "المقاومة الإسلامية في لبنان" لتصبح "المقاومة الإرهابية في لبنان"، وتحريف الآية القرآنية "فإن حزب الله هم الغالبون" لتصير "فإن حزب الله هم الخاسرون".

وجاء هدف (التحريض بالآخر) في المرتبة الرابعة بنسبة (13%)، وذلك من خلال تحريض الدولة اللبنانية وشعبها ضد منظمة "حزب الله"، باعتبار أنها السبب في حالة التردّي والفقر والخراب التي تحدث للبنان، وأن الهوية اللبنانية في خطر بسبب حزب الله، على سبيل المثال تم تفعيل هاشتاج لعدد من المنشورات بعنوان #الهوية اللبنانية بخطر، جاء فيها "حزب الله، مندوب إيران في لبنان والتي بيتشرّب إرهابه منها، بيورط لبنان بأحداث ما خصّها بالدولة اللبنانية أصلاً، ناقص يحوّل أسماء كلّ شوارع لبنان لأسماء إيرانية.."، ومنشور آخر بتاريخ (22 أكتوبر 2019) بمناسبة المظاهرات اللبنانية، جاء فيه "نحن نتابع المظاهرات الشجاعة للشعب اللبناني الذي يسعى لتحسين أحواله وبناء مستقبل أفضل. إن تصحيح المسار يعتمد على تفضيل المصالح اللبنانية على المصالح الأجنبية. يخدم حزب الله إيران على حساب لبنان والشعب اللبناني، ويخفي نصر الله برياء الحقيقة في أنه هو المسؤول عن فرض العقوبات على لبنان".

وجاء هدف (إظهار الإنسانية) في المرتبة الخامسة بنسبة (3,7%)، وذلك من خلال إظهار التعاطف الإسرائيلي بسبب الحرائق التي شهدتها لبنان في (15 أكتوبر 2019م)، ففي منشور تحت عنوان "لبنان يحترق" جاء فيه "صور الحرائق المشتعلة في لبنان توجع وتدمع القلب... لا يمكن للاختلاف أن يلغي الحس الإنساني وصوت الله الحقيقي في قلوب الجميع... أعان الله رجال الدفاع المدني اللبناني"، وجاء هدف (التقارب مع الآخر) في المرتبة الأخيرة بنسبة (1,9%) وتمثل هذا التقارب في الاستماع للغناء اللبناني، خاصة للمغنية اللبنانية "نانسي عجرم" التي أشاد جندي إسرائيلي على صفحة "أفيخاي أدري" بأغنية "بدنا نولع الجو" التي تتميز بالطاقة والحيوية، وتذكره بأجواء تل أبيب التي وصفها بـ"المدينة التي لا تنام"، وتابع موجّها حديثه إلى المطربة اللبنانية أنه من

الممكن أن تسمح الظروف بالمستقبل وتأتي لزيارة إسرائيل من أجل الغناء على أرضها، مبرراً ذلك أن "طبع الإنسان الفرح والفرفشة وليس الحقد والفساد مثلما تفعل إيران في لبنان"، وأهدى الجندي الإسرائيلي لنانسي عجرم عزفاً قام به لأغنياتها "بدنا نولع الجو".

ثانياً: ملامح صورة (لبنان) في المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، عدم وجود أي سمة إيجابية لـ "لبنان" في مضامين المنشورات المقدّمة، فجميع السمات التي تحدد ملامح صورة "لبنان" خلال فترة الدراسة سمات سلبية، وركّزت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بنسبة (24,7%) على تصوير "لبنان" على أنها دولة لا تتمتع بالاستقرار، وذلك بسبب التدخل الإيراني في إدارة شؤون الدولة اللبنانية، وذلك عن طريق مندوب إيران في لبنان "حسن نصر الله"، ونتيجة لذلك وصفت "لبنان" والشعب اللبناني بالفوضى وعدم الاستقرار وذلك بنسبة (23,6%)، كما وصفت منظمة "حزب الله" على أنها منظمة إرهابية تستهدف أمن وسلامة مواطني إسرائيل وذلك بنسبة (28%)، وأنها تتصف بالخداع والكذب بنسبة (21,6%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أنّ منظمة "حزب الله" تخدم المصالح الإيرانية التي تتعارض مع المصالح اللبنانية، وأنها تحصل على تمويل إيراني وتتلاعب بمصالح "لبنان" في سبيل تمكين إيران من التدخل والنفوذ في الساحة اللبنانية وذلك على حساب الوطن والمواطنين.

21. ملامح صورة (سوريا)

جدول (21)

يوضح ملامح صورة سوريا

الإجمالي ♦	أفيخاي أدري			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير
	سوريا			سوريا				
	ك	%	دولة	أفراد	منظمات	دولة		
32	26,9%		11	12		4	5	استعراض القوة
20	16,8%		4	4		6	6	تشويه صورة الآخر
19	16%		7	7		2	3	التبرير
18	15,1%		6	7		3	2	تمثيل دور الضحية
13	10,9%		4	5		2	2	التهديد والوعيد
7	5,9%		5				2	الاستهزاء والتهكم
6	5%	2				4		إظهار الإنسانية
4	3,4%	3				1		تهنئة الآخر
119			الإجمالي					
35	35,7%		9	14		5	7	الإرهاب
17	17,3%	10					7	الفقر
12	12,3%		7			5		الكذب
10	10,2%		3			7		عدم الاستقلالية
9	9,2%		6			3		عدم الإحساس بالمسئولية
8	8,2%		3			5		الفضوى
7	7,1%		5			2		انتهاك حقوق الإنسان
98	100%		الإجمالي					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت "سوريا" في المركز (الرابع) من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر العربي، بعدد (42) منشورًا، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "أفيخاي أدري" بالحديث عن سوريا، حيث بلغ عدد المنشورات (24) منشورًا مقابل (18) منشورًا في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، ولعل اهتمام صفحة المتحدث العسكري الإسرائيلي "أفيخاي أدري" بالحديث عن "سوريا" يعود سببه إلى الصراع

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

العسكري بين إسرائيل وسوريا، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وصفحة "أفيخاي أدرعي" في رسمهما ملامح صورة "سوريا"، وذلك من خلال الحديث عن "سوريا" من خلال ثلاثة محاور؛ هي الحديث عن صورة سوريا كدولة، والحديث عن صورة سوريا كمنظمة ممثلة في فيلق القدس الإيراني، والحديث عن أفراد الشعب السوري، وظهر أثر ذلك واضحًا من خلال أهداف المضامين المقدمة والسمات المميزة لسوريا، على النحو الآتي:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن سوريا، حيث جاء هدف (استعراض القوة) في المركز الأول بنسبة (26,9%)، من خلال التركيز على إبراز القدرات العسكرية والتفوق الأمني وقدرة الجيش الإسرائيلي في الرد على الهجمات السورية، وشن غارات إسرائيلية على مواقع النظام السوري وأهداف لـ "فيلق القدس" الإيراني داخل سوريا، وقد تم تفعيل هاشتاج بعنوان #التموضع_الإيراني_في_سوريا لعدد من المنشورات تتحدث عن الاستعداد المستمر لجيش الدفاع الإسرائيلي للتخلص من النفوذ والتموضع الإيراني داخل الأراضي السورية، وجاء هدف (تشويه صورة الآخر) في المركز الثاني بنسبة (16,8%) من خلال عدد من المنشورات تتهم النظام السوري بأنه لا يحافظ على استقلال سوريا، بل يسمح للآخرين كإيران بالتدخل السافر والتحكم في الشأن السوري، كما تم تشويه صورة "فيلق القدس" الإيراني بأنه ذراع إيران الإرهابية داخل الحدود السورية، وجاء هدف (التبرير) في المرتبة الثالثة بنسبة (16%)، من خلال تبرير الهجوم على الأراضي السورية وقصف عدد من مواقع النظام السوري وأهداف لفيلق القدس الإيراني، ردًا على إطلاق القذائف نحو إسرائيل، وأن النظام السوري يتحمل مسؤولية ما يحدث على أرضيه، لأنه سمح للقوات الإيرانية باستخدام الأراضي السورية لمهاجمة إسرائيل.

وجاء هدف (الاستعطف وتمثيل دور الضحية) في المرتبة الرابعة بنسبة (15,1%)، من خلال الإشارة إلى أن إسرائيل لا تسعى أبدًا للتصعيد ولكنها تقوم فقط بالرد على الاعتداءات عليها، وأن كل ما تفعله بمثابة عمليات دفاعية تقوم بها للدفاع عن جنودها ومواطنيها، ضد النظام السوري وفيلق القدس الإيراني المتواجد داخل الأراضي السورية، وجاء هدف (التهديد والوعيد) في المرتبة الخامسة بنسبة (10,9%)، وذلك من خلال توجيه تهديدات واضحة ووعيد صريح للنظام السوري وفيلق القدس الإيراني وميليشياته بأن استخدام الأراضي السورية للهجوم على إسرائيل سيواجهه برد قوي، وسيقوم جيش

الدفاع الإسرائيلي بشن غارات متتالية على مواقع سورية وأهداف إيرانية في حال إطلاق القذائف نحو إسرائيل، أو استمرار التواجد الإيراني داخل الأراضي السورية. واحتل هدف (الاستهزاء والتهكم) المركز السادس بنسبة (5,9٪)، من خلال الاستهزاء والتهكم بـ "النظام السوري" بسبب تبعيته لـ "إيران" وعدم استقلاله، وتزايد النفوذ الإيراني وذراعه المتمثل في فيلق القدس داخل الأراضي السورية، وجلب مزيد من الميليشيات الشيعية، والزجها بها في سورية لمحاربة فصائل المعارضة؛ الأمر الذي أحال إيران لتكون الدولة الأكثر نفوذًا في سورية من الناحية الميدانية؛ مما أدى إلى تبعية النظام السوري سياسيًا واقتصاديًا وأمنيًا لإيران.

وجاء هدف (إظهار الإنسانية) في المركز السابع بنسبة (5٪)، وذلك من خلال الإشارة إلى وقوف الشعب الإسرائيلي ومساعدته للضعفاء واللاجئين من الشعب السوري، وتم التبدليل على ذلك بتبرع مئات الإسرائيليين بما يعادل عشرات الآلاف من الدولارات لأطفال سوريا في مخيمات اللاجئين، في نطاق حملة شتوية ينظمها الفرع الإسرائيلي لمنظمة "يونيسيف" مع استهلال فصل الشتاء، وقد شمل تبرع هؤلاء الإسرائيليين العديد من المستلزمات الشتوية لأطفال سوريا من معاطف، وبطاطين، وجوارب، وطعام وأقراص لتطهير المياه وأدوية للأطفال، وأنّ الدافع وراء ذلك كما ذكر أحدهم: "لا فرق بين طفل وآخر كلهم صناعة إلهية" فيما قال إسرائيلي آخر يحمل في ذاكرته صورًا من المساة الإنسانية في الهولوكست أنه يتذكر كيف أنّ العالم التزم بالصمت عندما كان الشعب اليهودي بأمسّ الحاجة للمساعدة وأنه سعيد لمساعدة اللاجئين السوريين حاليًا، كذلك استعداد إسرائيل للوقوف بجانب الأكراد ضد الاجتياح التركي على المحافظات الكردية شمال سوريا، وتصريح رئيس الوزراء الإسرائيلي "بنيامين نتنياهو" بتاريخ (10 أكتوبر) بأنّ إسرائيل ستبذل كل جهد ممكن لتقديم المعونات الإنسانية إلى الشعب الكردي الباسل.

وجاء هدف (التهنئة بالأعياد والمناسبات) في المركز الأخير بنسبة (3,4٪)، واقتصرت تلك التهناني لأفراد الشعب السوري بالمناسبات والأعياد الدينية كيوم الجمعة وبعيد الميلاد، وأنّ إسرائيل تتمنى للشعب السوري بأن يعيش في سلام، وألا يتركوا إرهاب إيران يطفئ أنوار تلك الأعياد.

ثانياً: ملامح صورة (سوريا) في المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، عدم وجود أي سمة إيجابية لـ "سوريا" في مضامين المنشورات المقدّمة، فجميع السمات التي تحدد ملامح صورة "سوريا" سمات سلبية، وركّزت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- بنسبة (35,7%) على تصوير "سوريا" على أنها دولة إرهابية، كما وصفت "فيلق القدس" على أنه منظمة إرهابية تستهدف أمن وسلامة إسرائيل، ووصفت الشعب السوري بـ(الفقر والضياع) بنسبة (17,3%)، وذلك بسبب عدم الاستقرار والتدخل الإيراني في إدارة الشأن السوري، ونتيجة لذلك وصفت "سوريا" والشعب السوري بالفوضى وعدم الاستقرار وذلك بنسبة (23,6%)، ووصفت النظام لسوري بـ (الكذب والخداع) بنسبة (12,3%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أنّ النظام السوري يخدم المصالح الإيرانية التي تتعارض مع المصالح السورية، وأنه يسمح بتزايد المليشيات الإيرانية داخل سوريا في سبيل تمكين إيران من التدخل والنفوذ في الساحة السورية وذلك على حساب الوطن والمواطنين، ونتيجة لذلك تم وصف النظام السوري بـ(عدم الاستقلالية) وذلك بنسبة (10,2%)، وبـ(الفوضى) وذلك بنسبة (8,2%)، وبـ(انتهاك حقوق الإنسان) وذلك بنسبة (7,1%) من خلال الإشارة إلى أنّ النظام السوري متورط بمختلف مؤسساته في ارتكاب انتهاكات واسعة ومنهجية وجرائم ضد الإنسانية وجرائم حرب.

22. صورة المملكة العربية السعودية

جدول (22)

يوضح ملامح صورة المملكة العربية السعودية

الإجمالي	أفيخاي أدري			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة المتغير
	السعودية			السعودية			
%	ك	أفراد	منظمات	دولة	أفراد	منظمات	دولة
53,3%	24	4		2	12		6
20%	9	3			5		1
15,5%	7	2			5		
11,2%	5	3			2		
100%	45	الإجمالي					
41,2%	21	6		1	12		2
29,4%	15	3			12		
15,7%	8	3			5		
13,7%	7	1			6		
100%	51	الإجمالي					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت دولة (السعودية) في المركز (الخامس) من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر، بعدد (35) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن السعودية، حيث بلغ عدد المنشورات (27) منشورًا مقابل (8) منشورات في صفحة "أفيخاي أدري"، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين الصفحتين في رسمهما ملامح صورة "السعودية" من خلال أهداف المضامين المقدمة، على النحو الآتي:

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

- جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل والسعودية في المركز الأول بنسبة (53,3%)، ظهر ذلك واضحاً من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون وتنسيق مشترك بين إسرائيل والسعودية في عدد من المستويات السياسية والأمنية والفنية والرياضية، على سبيل المثال هناك منشور فيديو للمتحدث باسم الخارجية الإسرائيلية، حسن كعبية، يوجه فيه الشكر باللغة العربية إلى المملكة العربية السعودية على حسن استضافة الحجاج القادمين من إسرائيل، داعياً الشعوب الخليجية لزيارة دولته، جاء فيه: "السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، إلى الأصدقاء من دول الخليج، في هذه الأيام نشهد أن السعودية تستقبل آلاف الزوار ومن بينهم زوّار لأداء فريضة الحج من دولة إسرائيل، أشكر السعودية على حسن الضيافة ونتمنى لكل الحجاج حجاً مبروراً، أما أصدقاءنا من دول الخليج والمملكة العربية السعودية، فإسرائيل ترحب بكم واعتبروا إسرائيل بيتكم الثاني، أهلاً وسهلاً فيكم"، وعلى المستوى الرياضي هناك منشور بتاريخ (14 أكتوبر 2019م) جاء فيه: "زار وفد من بعثة المنتخب السعودي لكرة القدم مدينة أورشليم القدس قبل المباراة التي تجمعها مع نظيره الفلسطيني، يسعدنا أن تمتد مساحة هذه الروح الرياضية لتشمل مباراة بين السعودية وإسرائيل أيضاً"، وعلى المستوى الفني ظهر منشور بعنوان "فيلم سعودي مرشح للأوسكار في مهرجان أفلام إسرائيلي" جاء فيه: "سيفتتح فيلم "المرشحة المثالية" للمخرجة السعودية هيفاء المنصور مهرجان سينما المرأة الإسرائيلي الذي سيقام في مدينة أورشليم القدس في الشهر المقبل، يشار إلى أن الفيلم السعودي حاز جائزة لجنة التحكيم في مهرجان البندقية ويمثل المملكة العربية السعودية في منافسات جائزة أوسكار".

وجاء هدف (التهنئة بالأعياد والمناسبات) في المركز الثاني بنسبة (20%)، وتتوعدت تلك التهاني ما بين تهنئة بالمناسبات والأعياد الدينية، على سبيل المثال نشرت صفحة (أفيخاي أدري) منشوراً تهنئ السعوديين فيه بيوم الجمعة مصحوباً بصورة للمسجد النبوي الشريف، جاء فيه: "يقول صديقي المسلم من السعودية في يوم الجمعة المبارك: اللهم اجمع بين عبادك أجمعين وألف بين قلوب العرب والأعجمين، اللهم إننا نسألك صفوة النفوس فباركنا يا رب العالمين #جمعة مباركة". وجاء هدف (التقارب مع الآخر في العادات والتقاليد) في المركز الثالث بنسبة (15,5%)، من خلال عدد من المنشورات والفيديوهات التي تشير إلى مشاركة أفراد سعوديين آخرين إسرائيليين في احتفالات يهودية والغناء باللغة العبرية، هناك فيديو بتاريخ (7 ديسمبر 2019م) على صفحة "إسرائيل تتكلم

بالعربية" بعنوان "مسلم ويهوديان يغنون بالعبرية في السعودية أغنية هافا ناجيلا اليهودية الشعبية"، وفيديو آخر بعنوان "سعودي يغني ترنيمة بالعبرية" جاء فيه: "مع اقتراب يوم الغفران يفاجئنا على صفحته في الفيسبوك محمد سعود المواطن السعودي الذي زار إسرائيل مؤخرًا، بترنيمة بالعبرية يتم ترديدها في أيام التوبة العشرة في المعتقد اليهودي بين عيد رأس السنة ويوم الغفران"، بينما جاء هدف (استطلاع رأي) في المركز الأخير بنسبة (11,2%).

ثانيًا: ملامح صورة (المملكة العربية السعودية) في المضامين المقدّمة:

يلاحظ وجود تشابه بين الصفحات عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية للسعودية من خلال عدد من السمات الإيجابية، فجاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين إسرائيل والسعودية في المرتبة الأولى بنسبة (41,2%)، وجاءت صفة (احترام الشرائع وحرية ممارسة الشعائر المختلفة) في المركز الثاني بنسبة (29,4%)، حيث وصفت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - السعودية بأنها تحترم حرية العبادة، ودلت على ذلك بعدة منشورات، على سبيل المثال نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بتاريخ (30 ديسمبر 2019م) منشورًا بعنوان "إشعال شموع الحانوكا في الرياض" مصحوبًا بفيديو جاء فيه: "سعودي مسلم وصديقه اليهودي يشعلان الشموع في شمعدان عيد حانوكا في الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية"، وفيديو آخر بتاريخ (12 أكتوبر 2019م) بعنوان "عائلة سعودية تهنيئ اليهود بالعبرية بقدوم يوم السبت (شابات شالوم) في رسالة جميلة"، وفيديو ثالث بتاريخ (27 ديسمبر) بعنوان "يهود يغنون مع أصدقائهم المسلمين النشيد الوطني السعودي في حفل مشترك لليهود وعرب في الولايات المتحدة للاحتفال بعيد حانوكا اليهودي، نعم للسلام وللتعايش بين الأديان".

وجاءت صفة (الرغبة في السلام) مع إسرائيل في المركز الثالث بنسبة (15,7%)، وذلك من خلال تركيز الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على عدد من التصريحات لمواطنين وإعلاميين سعوديين يدعون فيها إلى السلام مع إسرائيل دون شروط، ففي (10 نوفمبر 2019م) نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" فيديو إعلامي سعودي بعنوان "رأيك في هذه التغريدة الجريئة" جاء فيه: "حان وقت السلام مع إسرائيل بدون شروط.. فلم نجني طوال 70 عامًا غير الدمار والتخلف، حان الوقت أن تنتهي من قاموسنا كلمة تحرير فلسطين، حان الوقت أن يكون شعب إسرائيل جزءًا من المنطقة ويبدأ قطار البناء والأمل من أجل مستقبل كل عربي، الازدهار والبناء يبدأ من هنا"، وفيديو آخر بعنوان "أصوات تنشد السلام في المنطقة" جاء فيه "الإعلامي السعودي عبد

الحميد الغبين يقول في مقابلة مع قناة مكان الإسرائيلية: "كشفت شبكات التواصل الاجتماعية الحقيقة عن إسرائيل، الصورة الذهنية تجاه إسرائيل تغيرت، ويناشد هذا الاعلامي الجريء في ختام حديثه إلى التبادل الدبلوماسي للانتقال إلى المرحلة القادمة"، وجاءت صفة (الأصالة) في المرتبة الأخيرة بنسبة (7,13%)، التي تشير إلى تمتع المملكة العربية السعودية بحضارة وتاريخ وإبداع في العديد من المجالات كالفن والرياضة وغيرهما، الأمر الذي يشجع الإسرائيليين بالقيام برحلات سياحية للمملكة، وهذا ما حدا بالصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- بتسليط الضوء وترويج هذه الرحلات إعلاميًا، ففي (4 ديسمبر 2019م) نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشورًا بعنوان "بالصور: قام سائح يهودي بزيارة إلى المملكة العربية السعودية مؤخرًا، واستقبل بترحيب حار من السكان السعوديين".

23. ملامح صورة (الإمارات)

جدول (23)

يوضح ملامح صورة دولة الإمارات

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة		المتغير	
	الإمارات		الإمارات						
	ك	%	دولة	منظمات	أفراد	دولة	منظمات		
18	46,1%		3		6	9	التعاون والتقارب مع الآخر	أهداف المضامين	
16	41,1%	3	1	8	4		تهنئة الآخر في الأعياد والمناسبات		
5	12,8%	3		2			استطلاع رأي		
39	100%	الإجمالي							
20	40%	2	3	6	9	9	التعاون والمشاركة	سمات الآخر	
14	22,5%	3	2		9		احترام حرية العبادة		
8	20%	3		5			السلام		
8	17,5%		2		6		الأصالة		
40	100%	الإجمالي							

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لإمكانية تكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت دولة (الإمارات) في المركز (السادس) من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر، بعدد (26) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحدث عن الإمارات، حيث بلغ عدد المنشورات (16) منشورًا مقابل (10) منشورات في صفحة "أفيخاي أدرعي"، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين الصفحتين في رسمهما ملامح صورة "الإمارات" من خلال أهداف المضامين المقدمة.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

- حيث جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل والإمارات في المركز الأول بنسبة (46,1%)، ظهر ذلك واضحًا من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل والإمارات على كافة المستويات؛ الأمر الذي حدا بالصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- الإشارة إلى تصريح وزير الخارجية الإماراتي عبد الله بن زايد الذي يتحدث فيه عن تحالف عربي إسرائيلي في الشرق الأوسط، وترحيب الحكومة الإسرائيلية وإشادتها بذلك، ففي منشور بتاريخ (21 ديسمبر 2019م) جاء فيه "تعقيبًا على إشارة وزير الخارجية الإماراتي عبد الله بن زايد على مقال يتناول التحالف العربي العربي الإسرائيلي في الشرق الأوسط غرد رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو بدوره قائلاً إنه يرحب بالتقارب الذي يحدث بين إسرائيل والكثير من الدول العربية، مضيفاً: "أن الأوان لتحقيق التطبيع والسلام، إن السلام مع دول الجوار هو مسعى متواصل لإسرائيل وفيه ما يضمن الاستقرار والرفاهية لشعوب هذه المنطقة"، وفي منشور آخر بتاريخ (22 ديسمبر) جاء فيه: "نتنياهو، في مستهل جلسة الحكومة الأسبوعية" شاهدنا أمس تعبيرًا آخر عن تدفئة العلاقات بين إسرائيل والدول العربية، وزير الخارجية الإماراتي عبد الله بن زايد تحدث عن تحالف جديد في الشرق الأوسط، وهو تحالف إسرائيلي عربي، هذه نتيجة مبشرة لسياستنا التي تحولّ إسرائيل إلى قوة صاعدة في المنطقة وفي العالم"، وعلى الجانب الرياضي تمت الإشارة إلى مشاركة إسرائيل في بطولة الجودو العالمية التي أقيمت في أبو ظبي، وفوز اللاعب الإسرائيلي ألون ليفاف ببطولة الجوجيستو العالمية في أبو ظبي بالمركز الأول، وعزف السلام الوطني الإسرائيلي، وهذا ما حرصت الصفحات عينة الدراسة الاحتفال به وترويجه تحت عنوان "النشيد الوطني الإسرائيلي يصدح في أبو ظبي"، وجاء هدف (تهنئة الأخرى في الأعياد والمناسبات) في المركز الثاني بنسبة (41,1%)، كتقديم التهنئة في المناسبات

والأعياد الدينية أو الوطنية، فهناك منشور بتاريخ (2 ديسمبر) جاء فيه "بمناسبة حلول اليوم الوطني الـ 48 لدولة الإمارات نتقدم بأجمل التمنيات للشعب الإماراتي وقيادته الحكيمة، تقبلوا منا ومن الشعب الإسرائيلي الصديق أحر التهاني، إلى المزيد من التقدم والرفاهية في أجواء التسامح والتعايش بين مختلف الأديان"، في حين جاء هدف (استطلاع رأي) في المركز الأخير بنسبة (8,12%).

ثانياً: ملامح صورة دولة (الإمارات) في المضامين المقدمة:

- بالنسبة لتحديد ملامح صورة الإمارات في المضامين المقدمة، يلاحظ وجود تشابه بين الصفحات عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية للإمارات من خلال عدد من السمات الإيجابية، فجاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين إسرائيل والإمارات في المرتبة الأولى بنسبة (2,41%)، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على إظهار هذا التعاون والمشاركة بين البلدين في شتى المجالات؛ أبرزها التعاون والتبادل في المجال الاقتصادي، ففي منشور بتاريخ (10 ديسمبر) جاء فيه: "في الإمارات تم التوقيع على الاتفاقية الرسمية لمشاركة إسرائيل في معرض أكسيو دبي في العام المقبل، رحّب وزير الخارجية الإسرائيلي بالمناسبة قائلاً إنَّ مشاركة إسرائيل في المعرض تعكس ارتفاعاً في مكانة إسرائيل في المنطقة، وأكد أنَّ المشاركة تمنح إسرائيل فرصة غير عادية لعرض قدراتها وإنجازاتها"، وعلى المستوى الرياضي أشارت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- إلى مشاركة إسرائيل في بطولة الجوجتسو العالمية، وفوز اللاعب الإسرائيلي "ألون ليفاييف" بالميدالية الذهبية على نظيره الإماراتي، وجاءت صفة (احترام الشرائع وحرية العبادة) في المركز الثاني بنسبة (4,29%)، حيث أشارت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- إلى حرية ممارسة الطقوس اليهودية داخل الإمارات، في منشور بتاريخ (30 ديسمبر) نشرته صفحة "أفيخاي أدري" جاء فيه: "ما أجمل أن نرى الشمعدان اليهودي الذي يمثل عيد حانوكا (الأنوار) ومن خلفه برج خليفة في دبي، النور في اليهودية والإسلام له معنى عظيم".

وجاءت صفة (السلام) مع إسرائيل في المركز الثالث بنسبة (7,15%)، وقد أشادت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" بالأصوات الإماراتية الداعية إلى السلام والتطبيع مع إسرائيل، ففي منشور بتاريخ (27 نوفمبر) جاء فيه: "رجل الأعمال الإماراتي خلف أحمد الحبتور يقول في مقابلة مع مجلة عامي اليهودية الأمريكية: "يجب علينا في دول الخليج أن نقول علناً أننا نريد إقامة علاقات مع إسرائيل، أريد أن تكون علاقات الإمارات مع إسرائيل مفتوحة، يمكننا الاستفادة منها سياسياً واقتصادياً في كلا

الجانبين، العرب واليهود هم أبناء عمومة، كما أنه من الغباء أن يقاتل أولاد العم بعضهم البعض"، وجاءت صفة (الأصالة) في المرتبة الثالثة بنسبة (7,13%)، التي تشير إلى تمتع الإمارات بإبداع في العديد من المجالات كالسياحة والفن والرياضة وغيرها، وهذا ما حدا بالصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- الإشارة إلى رغبة المواطنين الإسرائيليين في زيارة الإمارات نظراً لتمتعها بثقافة مثيرة للاهتمام ومناظر جميلة وهندسة معمارية مذهلة، وذلك وفقاً لنتيجة استطلاع أجرته صحيفة "يديعوت أحروودوت" الإسرائيلية.

24. ملامح صورة (عرب 48) ♦

جدول (24)

يوضح ملامح صورة عرب (48)

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة		المتغير		
	عرب إسرائيل		عرب إسرائيل							
	%	ك	أفراد	منظمات	دولة	أفراد	منظمات	دولة		
60,5%	23	10			13			احترام حقوق الإنسان	أهداف المضامين	
21,1%	8	5			3			إظهار التنوع المجتمعي داخل إسرائيل		
13,1%	5	3			2			تهنئة الأخرى في الأعياد والمناسبات		
5,3%	2	1			1			التقارب مع الأخرى في العادات والتقاليد		
100%	38	الإجمالي								
65,8%	25	14			11			الدفاع عن إسرائيل	سمات الأخرى	
34,2%	13	3			10			التعايش السلمي		
100%	38	الإجمالي								

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

♦ **عرب 48** أو المواطنون العرب في إسرائيل، ويُطلق عليهم أيضاً عرب الداخل أو فلسطينو الداخل، هم الفلسطينيون الذين يعيشون داخل حدود إسرائيل بحدود الخط الأخضر، أي خط الهدنة 1948م، يُشار إليهم أيضاً في إسرائيل بمصطلحي "عرب إسرائيل" أو "الوسط العربي"، كما يُستخدم أحياناً مصطلح "الأقلية العربية".

جاءت الحديث عن (عرب 48) أو المواطنين العرب في إسرائيل في المركز (السابع) من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر بعدد (23) منشورًا، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن المواطنين العرب في إسرائيل، حيث بلغ عدد المنشورات (14) منشورًا مقابل (9) منشورات في صفحة "أفيخاي أدري"، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و صفحة "أفيخاي أدري" في رسمهما لملاح صورة العرب الذين يعيشون في إسرائيل من خلال أهداف المضامين المقدّمة.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

جاء هدف (احترام حقوق الإنسان) في المركز الأول بنسبة (5,60%)، وأنّ قانون كرامة الإنسان وحرية هو قانون أساس في إسرائيل، حيث لا تميز إسرائيل في التعامل بين مواطنيها بسبب الاختلاف في العرق أو اللغة أو الدين، وأنّ الدولة تتيح لكافة مواطنيها من العرب أو غيرهم التمتع بكافة حقوقهم الإنسانية، وتتيح لهم حرية الالتحاق والتطوع بجيش الدفاع الإسرائيلي وتبوء المناصب الرفيعة في الدولة، وتم التأكيد على هذا الهدف من خلال العديد من الفيديوهات لكابتن "إيلا" ♦، والإشارة إلى تعيين عدد من مواطني عرب الداخل في مناصب حساسة داخل الجيش أو في وزارة الخارجية الإسرائيلية ♦♦،

♦♦ كابتن "إيلا" ضابطة في الجيش الإسرائيلي، ولها أصول من عرب الداخل، صرحت بأنها "لم تكن تعلم أنّ بإمكانها التطوع لجيش الدفاع الإسرائيلي لكونها مسلمة عربية، وتقدم الآن برنامجًا بعنوان "جولة خاصة مع كابتن إيلا"، تتحدث فيه عن الجنود والضباط المجندين والعاملين في جيش الدفاع الإسرائيلي من عرب فلسطين، سواء كانوا من بدو أو حضر داخل الوحدات الإسرائيلية، حيث تعيش حياتهم العسكرية وهم يعبرون عن فرحتهم برسالتهم في الدفاع عن الوطن الذي يعتزون بالانتماء إليه وشرف الدفاع عنه، وعن عمد وبأسلوب غير مباشر تنتقل كاميرا "إيلا" بين محطات التدريب والإقامة والاستعداد للمهام القتالية لتتقنع المشاهد بأنه لا تفرقة بين المجند العربي أو اليهودي في أية حقوق أو واجبات.

♦♦ تم البرهنة على ذلك من خلال الحديث عن نماذج لشخصيات عربية تقلدوا مناصب في المجتمع الإسرائيلي، مثل منشور بعنوان "ضابط مسلم رفيع المستوى في الشرطة الإسرائيلية: العرب يتقلدون أعلى المناصب في المجتمع الإسرائيلي" تحدثت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عن اللواء جمال حكروش الذي تقلد منصب رئيس إدارة تطوير خدمات الشرطة للمجتمع العربي، وفي منشور آخر بعنوان "للمرة الأولى- عربي مسيحي سفيرًا لإسرائيل" تحدثت المنشور عن "جورج ديك" الذي تولى مهام منصبه كسفير إسرائيلي في دولة إذربيجان.

بينما جاء هدف (إظهار التنوع المجتمعي داخل إسرائيل) في المركز الثاني بنسبة (21,1%)، حيث تقوم الصفحات الإسرائيلية بترويج الحديث عن المجتمع الإسرائيلي كمجتمع تعددي، يوجد بين فئاته تباين عرقي وثقافي وديني ولغوي، وهناك عوامل تسهم في المحافظة على الطابع الخاص لكل مجموعة من الأقليات في البلاد، منها مثلاً: استخدام اللغة العربية، ووجود جهاز تعليمي خاص بالقطاعات العربية والدرزي، ووجود وسائل إعلام باللغة العربية، ووجود محاكم شرعية إسلامية ومسيحية ودرزية تبت في الأحوال الشخصية، وجاء هدف (تهنئة الآخر في الأعياد والمناسبات) في المركز الثالث بنسبة (13,1%)، كتقديم التهنئة في المناسبات والأعياد الدينية الإسلامية والمسيحية، وجاء هدف (التقارب مع الآخر في العادات والتقاليد) في المركز الأخير بنسبة (5,3%).

ثانياً: ملامح صورة (عرب 48) في المضامين المقدمة:

يلاحظ وجود تشابه بين الصفحات عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية لـ(عرب 48) من خلال عدد من السمات الإيجابية، فجاءت صفة (الدفاع عن إسرائيل) في المركز الأول بنسبة (65,8%)، حيث أشارت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - إلى حرية التحاق عرب (48) للتطوع بالجنش الإسرائيلي، وحرصت صفحة "أفيخاي أدرعي" على تأكيد هذا المعنى، من خلال تفعيل هاشتاج بعنوان "#العظمة بركتها - جيش التعددية"، وهناك منشور بتاريخ (31 ديسمبر) يتحدث عن عربي مسلم يلتحق بالجنش في وحدة الاستطلاع الصحراوية ويقسم على القرآن الكريم هذا اليمين: "عهد قطعناه على أنفسنا نحن مواطنو دولة إسرائيل؛ يهوداً، مسلمين، دروزاً، مسيحيين وشركساً أن نبقي متأهبين، شامخين، جنباً إلى جنب دفاعاً عن وطننا الوحيد والواحد، الأزلي إلى أبد الأبد، حباً وتضحيةً عن حدود وسيادة وشعب إسرائيل"، وتم الإشارة إلى أنّ وحدة الاستطلاع الإسرائيلية معظم جنودها من أبناء الطائفة البدوية الذين يتطوعون للخدمة في جيش الدفاع.

وجاءت صفة (التعايش السلمي) مع إسرائيل في المركز الثاني بنسبة (34,2%)، حيث يتعايش أبناء القطاع العربي في إسرائيل ويعبرون عن اهتمامهم الفعّال بالحياة السياسية في البلاد عن طريق مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية والمحلية، ويدير المواطنون العرب الشؤون السياسية والإدارية في البلديات الخاصة بهم، كما يمثل الأعضاء الكنيست (البرلمان الإسرائيلي) العرب مصالح القطاع العربي، ويعملون على دعم مكانة المواطنين العرب وزيادة نصيبهم من الميزانية.

25. ملامح صورة (المغرب)

جدول (25)

يوضح ملامح صورة دولة المغرب

الإجمالي	إسرائيل تتكلم بالعربية			أفيخاي أدري			الدولة	المتغير	
	المغرب			المغرب					
	دولة	منظمات	أفراد	دولة	منظمات	أفراد			
7							7	التعاون والتقارب مع الآخر	
5						5		التقارب مع الآخر في العادات والتقاليد	
4	1					2	1	تهنئة الآخر في الأعياد والمناسبات	
16	الإجمالي								أهداف المضامين
6							6	التعاون مع إسرائيل	
4							4	الأصالة	
3						2	1	السلام مع إسرائيل	
2							2	احترام حرية العبادة	
1							1	الإنسانية	
16	الإجمالي								سمات الآخر

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت دولة (المغرب) في المركز (الثامن) من إجمالي عدد المنشورات، بعدد (16) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن المغرب، حيث بلغ عدد المنشورات (15) منشورًا، في حين لم تتناول صفحة "أفيخاي أدري" دولة المغرب بالحديث أثناء فترة الدراسة إلا في منشور واحد فقط، ويلاحظ من بيانات الجدول السابق الصورة الإيجابية التي رسمتها صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" لدولة "المغرب" من خلال أهداف المضامين المقدّمة.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل والمغرب في المركز الأول بنسبة (43,7%)، ظهر ذلك واضحًا من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل والمغرب في المجالات السياسية والتجارية والفنية والسياحية، وهذا ما وضحه

"لينيور بن دور" من قسم الشرق الأوسط في وزارة الخارجية الإسرائيلية في فيديو تم نشره (7 أكتوبر 2019م) تحدث فيه عن العلاقات المميزة القائمة بين الشعبين الإسرائيلي والمغربي، وعن التعاون المشترك في المجالات السياسية والتجارية والزراعية، وتحدث منشور بتاريخ (28 ديسمبر) عن قيام إسرائيل بإصدار طابع بريدي يحمل صورة العاهل المغربي الراحل الحسن الثاني، احتفاءً بفترة حكمه التي تميزت بالتسامح تجاه اليهود. وجاء (التقارب مع الآخرين والعادات والتقاليد) في المركز الثاني بنسبة (31,3%)، وهذا ما أكدته صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" عن تأثر الثقافة الإسرائيلية بالتراث المغربي، نظرًا لأعداد الإسرائيليين المتزايدة التي تزور المغرب سنويًا، ففي منشور بتاريخ (29 ديسمبر) بعنوان "المغرب بتتكلم عبري" مصحوبًا بفيديو يتحدث عن تحديث كثير من مواطني المغرب باللغة العبرية نظرًا لتوافد آلاف السياح الإسرائيليين على المغرب، واحتل هدف (تهنئة الآخرين في الأعياد والمناسبات) المركز الأخير بنسبة (26,7%)، ففي منشور بتاريخ (27 ديسمبر) مصحوبًا بصورة لمسجد الحسن الثاني هنا أفيخاي أدوعي شعب المغرب بيوم الجمعة، جاء في المنشور: "يقول صديقي المسلم من المغرب في يوم الجمعة الأخير من العام الميلادي: اللهم في الجمعة الأخيرة اجعل حسناتنا للعام وفيرة اللهم يا ربّ السموات والأرض بارك عامنا الجديد بحسن جيرة، # جمعة مباركة".

ثانيًا: ملامح صورة (المغرب) في المضامين المقدمة:

أكدت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على عدد من السمات الإيجابية للمغرب، حيث جاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين المغرب وإسرائيل في المرتبة الأولى بنسبة (37,5%)، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على إظهار هذا التعاون والمشاركة بين البلدين، ففي منشور بتاريخ (14 ديسمبر) جاء فيه "بالحب استقبل الجمهور المغربي فرقة أوركسترا أشدود الإسرائيلية التي شاركت في فعاليات مهرجان أندلسيات بمدينة الدار البيضاء، بعد اختيارها من طرف اللجنة المنظمة لتقديم عرض افتتاحي لهذا المهرجان في 4 كانون الأول/ ديسمبر الجاري، وتم تكريم قائد الأوركسترا، يعقوب بن سيمون، لمساهماته في إعادة الأصوات اليهودية إلى المغرب"، وجاءت صفة (الأصالة) في المرتبة الثانية بنسبة (25%)، التي تشير إلى تمتع المغرب بالإبداع والتميز في عديد من المجالات كالسياحة، وهذا ما حدا بالصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - الإشارة إلى رغبة المواطنين الإسرائيليين في زيارة المغرب سنويًا، ففي منشور بتاريخ (22 أكتوبر) جاء فيه: "هل تعرفون كم إسرائيلي يزور المغرب سنويًا؟ عشرات الآلاف من الإسرائيليين يزورون المغرب كل سنة ويتمتعون بالمناظر الخلابة ويعودون بانطباعات ممتازة عن المغرب

والشعب المغربي ويتحدثون باعجاب عن صيانة الكنائس اليهودية باعتبارها تراث مشترك، سائحة إسرائيلية زارت المغرب برفقة والدتها تقول: "الناس هنا لطيفون للغاية، والكل يريد مساعدتنا. نحن نستمتع جدا". وجاءت صفة (السلام) مع إسرائيل في المركز الثالث بنسبة (18,7%)، وقد أشادت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالشعب المغربي ورغبته في السلام والتواصل مع إسرائيل، وبالذور الكبير الذي قام به العاهل المغربي الراحل الحسن الثاني ومساهمته كوسيط في اتفاقية السلام بين إسرائيل ومصر. وجاءت صفة (احترام الشرائع وحرية العبادة) في المركز الرابع بنسبة (12,5%)، حيث أشارت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- إلى حرية ممارسة الطقوس والأعياد اليهودية داخل المغرب، ففي منشور بتاريخ (25 ديسمبر) بعنوان "عيد الأنوار حانوكا في المغرب" جاء فيه: "بث التلفزيون المغربي تقريرًا عن احتفالات يهود المغرب في الدار البيضاء بعيد الأنوار في أجواء التسامح والتعايش حيث يمارس اليهود شعائرهم الدينية بكل حرية. ما أحلى التعايش!.

وجاءت صفة (الإنسانية) في المركز الخامس بنسبة (6,2%)، وقد أشادت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وسلطت الضوء على اللفتة الإنسانية لملك المغرب وعزائه لأسرة رئيس الطائفة اليهودية بالمغرب، وذلك في منشور بتاريخ (5 ديسمبر) جاء فيه: "لفتة إنسانية من جلالة الملك محمد السادس ملك المغرب في عزائه لأسرة المرحوم أرمون كيكى رئيس الطائفة اليهودية بفاس ووجدة وصفرو مشيدًا بمزايا الفقيه وإخلاص الرعايا اليهود في برقية تناقلت فحواها مواقع التواصل المهتمة بالتراث اليهودي المغربي بإسرائيل".

26. ملامح صورة (الأردن)

جدول (26)

يوضح ملامح صورة الأردن

الإجمالي	أفيخاي أدري			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير		
	الأردن			الأردن						
	ك	%		دولة	منظمات	أفراد			دولة	منظمات
6	46,2%						6	التعاون والتقارب مع الآخر	أهداف المضامين	
4	30,8%					4	الإنسانية			
3	23%	1				1	تهنئة الأخر في الأعياد والمناسبات			
13	100%	الإجمالي								
6	66,6%						6	التعاون مع إسرائيل	سمات الأخر	
3	33,3%						3	السلام مع إسرائيل		
9	100%	الإجمالي								

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت دولة (الأردن) في المركز (التاسع)، بعدد (13) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن الأردن، حيث بلغ عدد المنشورات (12) منشورًا، في حين لم تتناول صفحة "أفيخاي أدري" دولة الأردن بالحديث أثناء فترة الدراسة إلا في منشور واحد فقط، ويُلاحظ من بيانات الجدول السابق الصورة الإيجابية التي رسمتها صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" لدولة "الأردن" من خلال الأهداف والسمات الإيجابية في المضامين المقدمة.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل والأردن في المركز الأول بنسبة (46,2%)، ظهر ذلك واضحًا من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل والأردن في كثير من مجالات الزراعة والمياه والغاز والاقتصاد والتجارة والسياحة، وأن العلاقة بين البلدين تشكل نموذجًا لنمو العلاقات الإسرائيلية مع العالم العربي الأوسع، وجاء هدف (إظهار الإنسانية) في التعامل مع الشعب الأردني في المركز الثاني بنسبة (30,8%)، حيث حرصت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على إبراز إنسانية تعامل

إسرائيل مع أفراد الشعب الأردني، خاصة في المجال الطبي[♦]، واحتل هدف (تهنئة الآخر في الأعياد والمناسبات) المركز الأخير بنسبة (23%)، ففي منشور بتاريخ (29 نوفمبر) مصحوبًا بصورة لمدينة البتراء الأثرية الأردنية، هنا "أفيخاي أدرعي" شعب الأردن بيوم الجمعة، جاء في المنشور "يقول صديقي المسلم من الأردن في يوم الجمعة المبارك: سبحانك اللهم يارب الأكوان يا سامع السائل في كل مكان اهدنا الجنة وبر الأمان واجعلنا من أحبائك المقربين، # جمعة_ مباركة".

ثانياً: ملامح صورة (الأردن) في المضامين المقدمة:

أكدت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على عدد من السمات الإيجابية للأردن، فجاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين الأردن وإسرائيل في المرتبة الأولى بنسبة (66,6%)، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على إظهار هذا التعاون والمشاركة بين البلدين المثمر في كثير من مجالات (الزراعة والمياه والغاز والاقتصاد والتجارة والسياحة)، وجاءت صفة (السلام) مع إسرائيل في المركز الثاني بنسبة (33,3%)، وقد أشادت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بمرور ربع قرن على معاهدة السلام بين الأردن وإسرائيل، وبالذور الكبير الذي قام به الملك الحسن بن طلال، ففي منشور بتاريخ (26 أكتوبر) بعنوان "ربع قرن على معاهدة السلام بين إسرائيل والأردن" جاء فيه: "صادف اليوم الذكرى الـ 25 للتوقيع على معاهدة السلام بين دولة إسرائيل والمملكة الأردنية في يوم 26 تشرين الأول أكتوبر 1994 بحضور الملك الحسين بن طلال ورئيس وزراء إسرائيل إسحاق رابين والرئيس الأمريكي بيل كلينتون، وقد أشار هذا اليوم إلى بداية عصر جديد من العلاقات السلمية بين الدولتين، وتشكل هذه العلاقات الفريدة من نوعها حجر أساس للسلام والاستقرار لمنطقتنا بأسرها، وتعزز من قوة العناصر المعتدلة في منطقتنا، وكذلك تشكل نموذجاً لنمو العلاقات الإسرائيلية مع العالم العربي الأوسع، أيادينا ممدودة للسلام الحقيقي مع كل جيراننا".

♦ نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشورًا بتاريخ (24 نوفمبر) بعنوان "هذا الطفل الأردني خضع لعملية زراعة كبد في إسرائيل ونجا من الموت" يتحدث عن رضيع أردني يدعى "مرسل البلعوس" يعاني بعد ولادته من ملازمة جينية نادرة ومتعددة الأجهزة تدعى "الجيل"، ناجمة عن تراكم سوائل المرارة في الكبد، ومع تفاقم وضع الرضيع مع مرور الزمن وتحذير الأطباء من أن عدم الوصول إلى متبرع بطفح الكبد سيعرض الوليد للموت، توجهت عائلة مرسل إلى منظمة Ilmedcare التي تقدم خدمات في السياحة الطبية في إسرائيل سيما أن الجهاز الصحي في البلاد يتمتع بدراسة وخبرة كبيرة في هذا المجال، وبعد أن ساعدت المنظمة في دخول العائلة إلى إسرائيل تم تشخيص متبرع وافق على تبرع بجزء من كبده للطفل الأردني، وتكلت عملية الزرع بنجاح في مشفى شنيدر للأطفال.

- ورد ذكر عدد من الدول العربية الأخرى في الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة، مثل (البحرين، وقطر، وليبيا، واليمن، والعراق، والسودان، والجزائر، وسلطنة عمان، وتونس) ولكن بنسب ضئيلة لا تتعدى (0.5%) لكل منها، ويلاحظ من أهداف المضامين المقدمة الإشارة إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل وتلك الدول العربية، أو تقديم التهئة بمناسبة الأعياد والمناسبات السعيدة، ففى إطار الحديث عن دولة (البحرين) هدفت الصفحات الإسرائيلية -عينة الدراسة- بتاريخ (22 أكتوبر) الإشارة إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل والبحرين، وذلك من خلال مشاركة بعثة برئاسة "دانا باتبنيشتى" مديرة قسم الأمن الإقليمي في وزارة الخارجية الإسرائيلية، في مؤتمر الأمن البحري بالعاصمة البحرينية المنامة، الذى ناقش سبل الدفاع عن السفن في الخليج من الاعتداءات الإيرانية، وفي إطار الحديث عن دولة (قطر) أفادت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة - بتاريخ (19 نوفمبر) بأنّ وفداً طبيياً إسرائيلياً مكوناً من (9) أطباء زار العاصمة القطرية الدوحة للمشاركة في المؤتمر الدولي لجراحة الأطفال، وفي تاريخ (18 نوفمبر) قدمت الصفحات الإسرائيلية -عينة الدراسة- التهئة لـ(سلطنة عمان) - أمة وشعباً- بمناسبة العيد الوطنى الـ(49).

- حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- على التأكيد بأنّ هناك تقارباً بين الشعبين اليهودي والعربي على المستوى اللغوي، وذلك من خلال وجود تشابه وتقارب بين مرادفات عربية وعبرية، وهذا التقارب والتشابه بين اللغتين مرجعه صلة القرابة بين الشعبين العربي واليهودي؛ فالعرب واليهود أولاد أعمام، وهذا ما أكدته صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" من خلال عدة منشورات، ففى تاريخ (11 ديسمبر) بعنوان "لا فرق في الإنسانية بالعربية أو بالعبرية" أشارت الصفحة إلى "أنّ الناس صنفان، أخ لك في الدين أو نظير لك في الخلق، وما المرادفات العربية العبرية المرفقة إلا تجسيداً لهذه المقولة، فنحن أولاد أعمام ولغتنا توأم"، وقامت الصفحة بذكر عدة مرادفات عربية قريبة في المبنى والمعنى بين اللغتين العربية والعبرية مثل (آدم/ ادم، نفس/ نيفيش، إله/ إيل، حياة/ حاييم، موت/ مافييت، إنسانية/ إينوشوت، إنسان/ إنوش، إنسانى/ إنوشى)، وأنّ هناك تقارباً بين عديد من عبارات الترحيب باللغتين العربية والعبرية، وحرصت صفحة المتحدث العسكري باسم الجيش الإسرائيلى "أفيخاي أدرعى" على تأكيد هذا المعنى من خلال عدة منشورات تتحدث عن تشابه بين اللغتين العربية والعبرية، ففى منشور بتاريخ (21 أكتوبر 2019م) بعنوان "تشابه مدهش في المرادفات الدينية، لسنا جيراناً فقط، بل هناك تشابه بين لغاتنا"، قامت الصفحة بذكر عدة مرادفات عربية قريبة في المبنى

والمعنى بين اللغتين العربية والعبرية مثل (رب العالمين/ ريبون هاعولاميم، تبارك وتعالى/ يتبراخ ويتعلا، الحى القيوم/ حاي فيكيام، البارى/ هابوري، رحمن/ رحمان، رحيم/ رحوم)، كما حرصت صفحة "أفيخاي أدرعى" على الاحتفال باليوم العالمى للغة العربية، وذلك من خلال عدد من الفيديوهات تحدث فيها "أفيخاي أدرعى" عن بعض القواعد النحوية في اللغة العربية وقام بشرحها، وأشار أفيخاي من خلال تلك الفيديوهات إلى أن اليهود أولى بالقرب إلى العرب من إيران التي تتحدث اللغة الفارسية، ففى منشور بتاريخ (18 ديسمبر 2019م) بعنوان "أنا لغة قد شرف الله قدرها" بها أنزل القرآن في ليلة القدر" تحدث "أفيخاي أدرعى" عن الضبط النحوى الصحيح لجملة "شكلت حملة درع الشمال انكسارًا لحزب الله، لم يشف منه حتى يومنا هذا" من خلال كتابة تلك الجملة أربع مرات بصور مختلفة في الضبط النحوى، وذكر بأنه "لو كان سيبويه حيًا لافتخر بهذه الجملة، وأكملها من ناحية النحو والمعنى، بخلاف أتباع حزب الله، لأن اختصاصهم باللغة الفارسية فقط.

كما حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- على ترويج بعض الأغاني الشعبية اليهودية بالنسخة العربية، مثل الأغنية الشعبية اليهودية "هافا ناجيلا" التي يغنيها اليهود في إسرائيل والعالم في احتفالاتهم، وقام بأداء النسخة العربية فرقة دار الإذاعة الإسرائيلية في صوت إسرائيل.

- حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- على التأكيد بأن هناك نقاط تشابه بين الديانتين اليهودية والإسلامية، على مستوى أمور العقيدة أو مسائل الشريعة والأحكام، ففى منشور فيديو بتاريخ (3 ديسمبر 2019م) بعنوان "الجنة والنار في المعتقد اليهودي" تحدث الفيديو عن نقاط التشابه مع الديانة الإسلامية بالنسبة لأمر الغيبيات الخاصة بالجنة والنار، وهناك فيديو آخر بتاريخ (29 أكتوبر) بعنوان "هل تسمح الديانة الإسلامية باستخدام المجوهرات؟" يتحدث الفيديو عن ضوابط استخدام الزينة في الكتب المقدسة، وتحدث فيديو آخر بتاريخ (31 أكتوبر) عن أوجه التشابه بين التقويم العبري ونظيره الإسلامى.

- حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- على تقديم التهئة للعالمين العربى والإسلامى بمناسبة الأعياد الدينية، ففى مناسبة المولد النبوى الشريف نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بتاريخ (9 نوفمبر) منشورًا مصحوبًا بصورة للمسجد النبوى الشريف، تهنى المسلمين بالمولد النبوى، جاء فيه "نتقدم بأحر التهانى والتبريكات للمسلمين بمناسبة حلول ذكرى المولد النبوى الشريف، عسى أن يعيده الله على المسلمين

في البلاد والعالم الإسلامي بالخير والبركة في ظل التعايش والإخاء والسلام"، ونشرت صفحة "أفيخاي أدرعى" تهنئة للعالم العربي والإسلامي في ذلك اليوم مصحوبة بصورة للمسجد الحرام جاء فيها: "ولد الهدى فالكائنات ضياء * * * وفم الزمان تبسم وثناء، في ذكرى المولد النبوى الشريف أتمنى لكم يوماً مباركاً، وفي هذه المناسبة أذكركم بشمس النبى محمد الذى كان متسامحاً ومحبباً للغير، كارهاً للعنف والنفاق، لعل المنظمات الإرهابية في منطقتنا تتعظ من سنة الرسول".

ثانياً: المحور الإقليمي

1. صورة إيران

جدول رقم (27)

يوضح ملامح صورة إيران

الإجمالي ♦	أفيخاي أدرعى			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير
	إيران			إيران				
	ك	أفراد	منظمات	دولة	أفراد	منظمات		
19			6			13	التحريض بالآخر	أهداف المضامين
16			6			11	تشويه صورة الآخر	
10			4			6	التهديد والوعيد	
10			6			4	استعراض القوة	
8			2			6	الاستهزاء والتهمك	
4			3			1	تمثيل دور الضحية	
1				1			التقارب مع الآخر	
68							الإجمالي	
27			9			18	الإرهاب	سمات الآخر
12	2			10			الفقر	
11			2			9	الاستبداد	
9			2			7	عدم الإحساس بالمسئولية	
8			2			6	التدخل في شئون الآخرين	
7			2			5	الكذب والخداع	
4			0			4	معاداة السامية	
78							الإجمالي	

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظراً لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

حازت إيران على اهتمام واضح بالنسبة لصفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدرعى"، حيث بلغ إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن إيران (53) منشورًا خلال فترة الدراسة، حيث بلغ عدد المنشورات (30) منشورًا في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، مقابل (23) منشورًا في صفحة "أفيخاي أدرعى"، كما يلاحظ أيضًا التماثل بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وصفحة "أفيخاي أدرعى" في رسمهما لملاح صورة "إيران"، وظهر أثر ذلك واضحًا من خلال أهداف المضامين المقدمة والسمات المميزة لإيران على النحو الآتي:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن إيران، وجاء هدف (التحريض) بالآخر في المرتبة الأولى بنسبة (27,9%)، وذلك من خلال تحريض الشعب الإيراني ضد النظام الإيراني الحالي، باعتباره السبب في حالة القمع والفقر والجوع والخراب الذي يشعر به الشعب الإيراني، وقد ركزت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على ترويج وتضخيم مظاهر احتجاجات الشعب الإيراني ضد النظام، ففي منشور بعنوان "سيد خامينائي! زمانك مضى، ارحل من هنا! نحن جوع" بتاريخ (3 أكتوبر) مصحوبًا بفيديو جاء فيه: "في إيران طفح الكيل: الجوع يتكلم وبصوت عال، هذا المشهد هو ثمرة تدخل إيران في شؤون المنطقة ورصد ميزانياتها لتدمير جوارها وزرع الإرهاب في كل العالم على حساب شعبها الذي طالما وعدته بأن وضعه سيتحسن بعد أن جاء الملالي إلى سدة الحكم في نهاية السبعينات"، ومنشور آخر بتاريخ (25 نوفمبر) بعنوان "إذا الشعب يوماً أراد الحياة" جاء فيه: "أصوات السخط تتعالى في إيران ضد القيادات التي آثرت توظيف مواردها في الارهاب ضد دول عربية وإسرائيل على حساب الشعب الذي يتطلع إلى الحرية والحياة الكريمة"، كذلك حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على تحريض الدول العربية ضد إيران باعتبارها تغزو عواصم أربع دول عربية، وتسعى لخلق الفوضى في الشرق الوسط، وأنها لا تهدد إسرائيل فقط بل تهدد كذلك جميع الدول العربية، وهذا ما ظهر واضحًا في عدد من المنشورات، وقامت صفحة "أفيخاي أدرعى" بتفعيل هاشتاج بعنوان "#خلص-إيران" دعت فيه المواطنين في إيران وغيرها من الدول العربية إلى تفعيل هذا الهاشتاج، ومواجهة التوضع الإيراني الذي يهدد الاستقرار الإقليمي، كذلك حرصت الصفحات

الإسرائيلية - عينة الدراسة- على تحريض النظام العالمي ضد إيران بدعوى كذب النظام الإيراني على العالم بشأن برنامجه النووي.

وجاء هدف (تشويه صورة النظام الإيراني، ووصفه بالإرهاب ودعم المنظمات والمليشيات الإرهابية في عدد من الدول العربية، ووصف قادة وأفراد هذا النظام بأنهم قنابل موقوتة يرتكبون جرائم حرب ويسعون دائمًا لزعزعة الاستقرار، وجاء هدفًا (استعراض القوة) والتهديد والوعيد) في المرتبة الثالثة بنسبة (14.7%) لكل منهما، وذلك من خلال الإعلان عن شن الجيش الإسرائيلي لعدد من الغارات على عدد من الأهداف العسكرية لفيلق القدس الإيراني في سوريا، وأنَّ إسرائيل ستسعى دائمًا نحو تأليب النظام العالمي ضد إيران وتشديد الضغوط التي تمارس عليه، واحتل هدف (الاستهزاء والتهكم) المركز الرابع بنسبة (11,8%) من خلال الاستهزاء والتهكم بعدد من قيادات النظام الإيراني مثل "على خامنئي" المرشد الأعلى للثورة الإسلامية في إيران، كما حدث في منشور بتاريخ (14 نوفمبر) ووصفه بأنه "لص وكاذب وقذر وحرامي وفاسق وفاجر ومعتدي"، ومنشور آخر بنفس التاريخ هدفه السخرية والاستهزاء بالرئيس الإيراني "حسن روحاني" ووصفه بالمخرب وأنه يسعى لنشر الفوضى وعدم الاستقرار في المنطقة، وجاء هدف (الاستعفاف وتمثيل دور الضحية) في المرتبة الخامسة بنسبة (5,9%)، من خلال الإشارة إلى أنَّ إسرائيل لا تسعى أبدًا للتصعيد ولكنها تقوم فقط بالرد على الاعتداءات عليها، وأن كل ما تفعله بمثابة عمليات دفاعية تقوم بها للدفاع عن جنودها ومواطنيها ضد النظام الإيراني وفيلق القدس الإيراني المتواجد داخل الأراضي السورية، ومنظمات المقاومة الفلسطينية التي يدعمها النظام الإيراني.

وجاء هدف (التقارب مع الآخر) في المركز الأخير بنسبة (1,5%)، وذلك من خلال الإشارة إلى أنَّ إسرائيل لا تحمل ضغينة ضد الشعب الإيراني، وأنها تميَّز في التعامل بين إيران كنظام إرهابي مستبد وبين الشعب الإيراني كشعب صديق، جاء ذلك في منشور بتاريخ (20 نوفمبر) بعنوان وزير الخارجية الإسرائيلي "كاتس" في رسالة إلى الشعب الإيراني نصت على: "نحن أصدقاؤكم، ونحن شعبان كان لهما تاريخ طويل من التعاون الوثيق في الماضي. أمل أن تعود تلك الأيام. يقوم نظامكم بقمعكم ويقمع المحتجين في العراق وأماكن أخرى في المنطقة، ويجب أن يدعم العالم الحر هذه الاحتجاجات التي تمثل الإرادة للحرية والوصول إلى حياة أفضل".

ثانياً: ملامح صورة (إيران) في المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة عدم وجود أي سمة إيجابية لـ "إيران" في مضامين المنشورات المقدّمة، فجميع السمات التي تحدد ملامح صورة "إيران" خلال فترة الدراسة سمات سلبية، وركّزت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بنسبة (34,6%) على تصوير "إيران" على أنها دولة إرهابية لا تهدد إسرائيل فحسب، بل تهدد بإرهابها كذلك الدول العربية والنظام العالمي، ففي منشور بعنوان "اليوم المنشود قادم لا محالة، قهر إرهاب إيران والعيش في سلام" عبارة عن صورة كاريكاتير، تجمع بين إسرائيل والدول العربية في سفينة حربية، ومكتوب على تلك السفينة "إسرائيل والدول العربية" وأمام السفينة قرش مفترس يمثل إيران.

واحتلت صفة (الفقر) المركز الثاني بنسبة (15,4%)، من خلال الإشارة إلى حالة الفقر والجوع وغلاء المعيشة التي يعاني منها الشعب الإيراني نتيجة تدخل إيران في شؤون المنطقة، ونشرت صفحة "أفيخاي أدرعي" فيديو بتاريخ (21 نوفمبر) بعنوان "النظام الإيراني يستمر في تمويل الإرهاب، بينما يعاني الإيرانيون من الفقر المدقع، لوين راح توصلوا؟".

واحتلت صفة (الاستبداد) المركز الثالث بنسبة (14,1%) من خلال وصف النظام الإيراني بالاستبداد وقمع الحريات وعدم إعطاء فرصة لمناخ الحرية والديموقراطية للشعب الإيراني، وركّزت الصفحات الإسرائيلية بنسبة (11,5%) على تصوير النظام الإيراني بأنه نظام لا يستشعر المسؤولية تجاه شعبه، ولا يسعى لتوفير الأمان والاستقرار لهم، كما حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بنسبة (10,3%) على وصف النظام الإيراني بالتدخل في شؤون الآخرين وعدم احترام استقلالية الدول، وذلك بسبب التدخل الإيراني في إدارة شؤون الدولة اللبنانية، وذلك عن طريق مندوب إيران في لبنان "حسن نصر الله" والتدخل في شؤون سوريا عن طريق فيلق القدس والمليشيات الشيعية، ودعم المليشيات الشيعية في العراق، وتهريب الأموال إلى قطاع غزة لدعم المنظمات الفلسطينية الإرهابية، وجاءت صفة (الكذب والخداع) بنسبة (9%)، من خلال التأكيد على كذب إيران فيما يخص برنامجها النووي، وهذا ما صرّح به رئيس الوزراء الإسرائيلي " بنيامين نتنياهو" في منشور بتاريخ (7 نوفمبر) بأنّ إيران تواصل الكذب وإخفاء برنامجها النووي وتشكل خطراً على العالم بأسره، واحتلت صفة (معاداة السامية) المركز الأخير بنسبة (5,1%).

2. صورة (تركيا)

جدول رقم (28)

يوضح ملامح صورة تركيا

الإجمالي	أفيخاي أدري			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير
	ك	%	دولة	منظمات	أفراد	دولة		
11	55%		5			6		تشويه صورة الآخر
5	25%		2			3		التهديد والوعيد
4	20%		1			3		التحريض بالآخر
20	100%	الإجمالي						
10	50%		5			5		الإرهاب
6	30%		1			5		التدخل في شئون الآخرين
4	20%		2			2		انتهاك حقوق الإنسان
20	100%	الإجمالي						

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

بلغ إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن تركيا (20) منشورًا، (12) منشورًا في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" مقابل (8) منشورات في صفحة "أفيخاي أدري"، ويُلاحظ التماثل بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" و صفحة "أفيخاي أدري" في رسمهما لملامح صورة "تركيا"، ظهر أثر ذلك واضحًا من خلال أهداف المضامين المقدمة والسمات المميزة لتركيا على النحو الآتي:

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن تركيا، وجاء هدف (تشويه صورة الآخر) في المرتبة الأولى بنسبة (55%)، وذلك من خلال تشويه صور النظام التركي، ووصفه بالإرهاب ودعم المنظمات والمليشيات الإرهابية في عدد من الدول العربية، وأنَّ تركيا تنتهك حقوق الإنسان وتقوم بعمليات تطهير عرقي بحق الأكراد نتيجة للاجتياح العسكري التركي للمحافظات التركية في شمال سوريا.

وجاء هدف "التهديد والوعيد" في المرتبة الثانية بنسبة (25%)، وذلك من خلال الإعلان عن إدانة إسرائيل بشدة الاجتياح العسكري التركي للمحافظات الكردية في سوريا، وتحذير تركيا ووكلائها بتطهير عرقي بحق الأكراد، وأنَّ إسرائيل ستبذل كل جهد ممكن لتقديم الدعم والمساندة للشعب الكردي الباسل، بينما جاء هدف (التحريض) في المركز الأخير بنسبة (20%)، من خلال تحريض إسرائيل الأنظمة العربية والدول الغربية ضد تركيا، بدعوى دعم تركيا للمنظمات الإرهابية وتدخّلها السافر في المنطقة العربية، وقيامها بعمليات تطهير عرقي للأكراد في شمال سوريا، وهذا ما حدا بوزير الخارجية الإسرائيلي "يسرائيل كاتس" للتوجه إلى اليونان مساء (30 أكتوبر) ولعدد من الدول الأخرى لإقناع المسؤولين اليونانيين بالانضمام إلى المبادرة الإسرائيلية للوقوف بجانب الأكراد ضد الغزو التركي.

ثانياً: ملامح صورة (تركيا) في المضامين المقدمة:

يتضح من تحليل مضامين المنشورات المقدمة، عدم وجود أي سمة إيجابية لـ"تركيا" في مضامين المنشورات المقدّمة، فجميع السمات التي تحدد ملامح صورة "تركيا" خلال فترة الدراسة جاءت سلبية، وركّزت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بنسبة (50%) على تصوير "تركيا" على أنها دولة إرهابية تدعم حركة حماس الإرهابية في فلسطين، وأنها لا تهدد إسرائيل فحسب، بل تهدد بإرهابها كذلك الدول العربية، كما حرصت الصفحات الإسرائيلية -عينة الدراسة- على وصف تركيا بأنها تنتهك حقوق الإنسان وتقوم بعمليات تطهير عرقي ضد الأكراد في سوريا، ففي منشور بتاريخ (6 نوفمبر) اتهمت نائبة وزير الخارجية الإسرائيلية "تسيبي خوتوفيلي" تركيا قيامها بعملية غزو لشمال سوريا نتج عنه قتل لمئات المواطنين وجرح الآلاف وتهجير مئات الألوف من ديارهم، كما حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - بنسبة (30%) على اتهام تركيا بالتدخل في شئون الآخرين وعدم احترام استقلالية الدول، وذلك بسبب التدخل التركي في سوريا وفلسطين.

ثالثاً: المحور الدولي

1. صورة (الولايات المتحدة الأمريكية)

جدول (29)

يوضح ملامح صورة الولايات المتحدة الأمريكية

الإجمالي [♦]	أفيخاي أدرعي			إسرائيل تتكلم بالعربية			الدولة	المتغير
	الولايات المتحدة			الولايات المتحدة				
	ك	أفراد	منظمات	دولة	أفراد	منظمات		
19			7			12	التعاون والتقارب مع الآخر	أهداف المضامين
11		4			7		الاهتمام بالعلم والبحث العلمي	
30	الإجمالي							
19			7			12	التعاون والمشاركة	السمات الإيجابية
12		5			7		التفوق العلمي	
8			3			5	الدفاع عن إسرائيل	
4			2			2	محرارية الإرهاب	
43	الإجمالي							

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- جاءت (الولايات المتحدة الأمريكية) في المركز (الأول) من إجمالي عدد المنشورات التي تتحدث عن الآخر الغربي، بعدد (21) منشورًا خلال فترة الدراسة، ويلاحظ من تحليل مضامين تلك المنشورات اهتمام صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالحديث عن الولايات المتحدة الأمريكية، حيث بلغ عدد المنشورات (12) منشورًا، مقابل (9) منشورات في صفحة "أفيخاي أدرعي"، كما يُلاحظ من بيانات الجدول السابق الصورة الإيجابية التي رسمتها صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" للولايات المتحدة الأمريكية من خلال أهداف المضامين والسمات المقدّمة، وذلك على النحو الآتي:

♦ جاء إجمالي عدد الأهداف والسمات أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف أو سمة في منشور واحد.

أولاً: أهداف المضامين المقدمة:

- جاء هدف إظهار (التعاون والتقارب) بين إسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية في المركز الأول بنسبة (3,63%)، ظهر أثر ذلك من خلال عدة منشورات تشير إلى وجود تعاون مشترك بين إسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية على المستوى السياسي والاقتصادي والعسكري والعلمي والتكنولوجي، وهذا ما ظهر واضحاً أثناء زيارة وزير الخارجية الأمريكي "مايك بومبيو" لإسرائيل (18 أكتوبر 2019م) وترحيب رئيس الوزراء الإسرائيلي "بنيامين نتياهو" له قائلاً: "أيها الوزير بومبيو، أهلاً وسهلاً بك مجدداً في أورشليم يا مايك، أجرينا مباحثات هامة حول تعزيز التحالف بيننا وحول المنطقة والتحديات المختلفة التي نتعامل معها. أود أن أشكرك وأشكر الرئيس ترامب لدعمكما المتواصل لإسرائيل. الشرق الأوسط هو ساحة من المشاكل والاهتزازات ولكن إن كان هناك شيء يبرز فوق كل هذا فهو استقرار ومتانة التحالف بين إسرائيل والولايات المتحدة. تحدثنا عن مواصلة تعزيز هذا التحالف وأود أن أشكرك لدعمك المتواصل. شكراً وأهلاً وسهلاً بك مرة أخرى في أورشليم".

وجاء هدف (الاهتمام بالعلم والبحث العلمي) في المركز الثاني بنسبة (7,36%)، وهذا ما حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة - على تأكيده من خلال الإشارة إلى التفوق العلمي والتقدم التكنولوجي في إسرائيل في العديد من المجالات، والشراكة والتعاون المستمر بين مراكز الأبحاث العلمية في إسرائيل والمراكز العلمية والبحثية الأمريكية، مثل التعاون مع معهد "ماساتشوستس" للتكنولوجيا (MIT)، والتعاون مع مجلس الابتكارات الأوربي، والتعاون بين جامعة "بن جوريون" ووكالة فضاء "ناسا" الأمريكية.

ثانياً: ملامح صورة (الولايات المتحدة الأمريكية) في المضامين المقدمة:

يلاحظ وجود تشابه بين الصفحات عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية للولايات المتحدة الأمريكية من خلال عدد من السمات الإيجابية، حيث جاءت صفة (التعاون والمشاركة) بين إسرائيل و(الولايات المتحدة) في المرتبة الأولى بنسبة (2,44%)، وحرصت الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة على إظهار هذا التعاون والتقارب في الرؤى بين الجانبين، وتصوير إسرائيل وأمريكا كشركاء في الاستهداف بالإرهاب من جهة، وشركاء في محاربة الإرهاب من جهة أخرى ♦.

♦ في منشور بتاريخ (27 أكتوبر) بعنوان " رئيس الوزراء ووزير الخارجية الإسرائيليان يرحبان بعملية استهداف زعيم تنظيم داعش" جاء فيه " قال رئيس الوزراء ووزير الدفاع نتياهو قبل قليل: "أهنئ

وجاءت صفة (التفوق العلمي) في المرتبة الثانية بنسبة (27,9%)، التي تشير إلى تمتع الولايات المتحدة وجامعاتها ومراكزها البحثية والعلمية بالإبداع والتميز والتفوق، وهذا ما حدا بالمراكز البحثية والجامعات الإسرائيلية إلى التعاون مع تلك الجامعات والمراكز. وجاءت صفة (الدفاع عن إسرائيل) في المركز الثالث بنسبة (18,6%)، وقد أشادت الصفحات الإسرائيلية بمساندة الولايات المتحدة ودفاعها الدائم عن إسرائيل، وحرصت على نشر كل ما يؤكد هذا المعنى، ففى منشور بتاريخ (26 نوفمبر 2019م) بعنوان "الحوار هو الحل بعد سنوات من النزاع العقيم" صرّح وزير الخارجية الأمريكي مايك بومبيو بأنه: "أن الاوان أن تتخلى الدول العربية عن المقاطعة وتتفاعل مع اسرائيل"، وجاءت صفة (محاوية الإرهاب) في المركز الرابع بنسبة (9,3%)، من خلال وصف الولايات المتحدة بأنها دولة راعية للسلام، وتحارب الإرهاب في شتى أنحاء العالم.

- ورد ذكر عدد من الدول الغربية والأوروبية الأخرى في الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة، مثل (البرازيل، والأرجنتين، والبرتغال، وألمانيا، وقبرص، والفلبين، وهايتي، واليونان، وبوليفيا، وأوروغواي، وإيطاليا، وحلف شمال الأطلسي)، ولكن بنسب ضئيلة لا تتعدى (0,1%) لكل منها، ويلاحظ من نتائج التحليل تنوع أهداف المضامين المقدمة، ففى الحديث عن دول (البرازيل، والأرجنتين، وأوروغواي) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف التعاون والمشاركة بين إسرائيل وتلك الدول في المجال الرياضى، ففى منشور بتاريخ (28 أكتوبر) رحّبت الصفحات الإسرائيلية بمجىء النجم العالمى البرازيلى "رونالدينو" إلى إسرائيل للمشاركة في مباراة السلام المقامة (29 أكتوبر) بين قدامى منتخب إسرائيل وقدامى منتخب البرازيل بمشاركة نجوم السامبا (كاكا، وبيبيطو، وريفالدو، ورودرتو كارلوس، وآخرين)، كذلك رحّبت الصفحات الإسرائيلية بتاريخ (28 أكتوبر) بزيارة اللاعب الأرجنتيني "ميسى" ومنتخب الأرجنتين لإسرائيل للمشاركة في المباراة الرياضية الودية بين منتخبي الأرجنتين والأوروغواي على استاد بلومفيلد في مدينة تل أبيب يوم (الإثنين 18 نوفمبر)، كذلك حرصت الصفحات الإسرائيلية بتاريخ (8 ديسمبر) على إبراز لقاء وزير الخارجية الإسرائيلى، يسرائيل كاتس، بالنجم البرتغالى "كريستيانو رونالدو"،

الرئيس ترامب على الإنجاز الكبير المتمثل بالعملية التي أدت إلى مقتل زعيم داعش البغدادي. هذا يعكس إصرار الدول الحرة بقيادة الولايات المتحدة على العمل معا لمحاربة قوى الإرهاب المتمثلة بالتنظيمات الإرهابية والدول التي تمارس الإرهاب. هذا هو معلم مهم ولكنه يشكل جزءا من معركة أطول يجب علينا الانتصار فيها".

لاعب يوفنتوس الإيطالي، أثناء زيارة الأول لإيطاليا، ونقل لرونالدو سلام جمهوره العريض في إسرائيل وتمنياتهم له بالتوفيق بالدورى الأوروبى.

- وفي الحديث عن دولة (بوليفيا) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف التقارب بين إسرائيل وبوليفيا، من خلال الإعلان عن استئناف العلاقات الدبلوماسية بين الدولتين بعد انقطاع دام أكثر من عقد، وذلك إثر الإطاحة بالرئيس المعادى لإسرائيل موراليس واستبداله بإدارة صديقة لإسرائيل، وأن هذه الخطوة ستدعم العلاقات الخارجية لإسرائيل ومكانتها في العالم.

- وفي الحديث عن دولة (اليونان) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف التعاون بين إسرائيل واليونان في المجال العسكري، من خلال زيارة رئيس هيئة الأركان العامة للجيش اليونانى الجنرال "كريستوس كريستودولو" لإسرائيل، حيث تم استقباله في معسكر رابين "هكريا" في تل أبيب، وحرصت الصفحات الإسرائيلية على تأكيد أن التعاون والتشارك بين جيش الدفاع الإسرائيلى ونظرائه في العالم طريق للنجاح والتفوق، وقد انعكس هذا على أرض الواقع من خلال التدريبات المشتركة لسلاح البحرية في قبرص، التي تم الإعلان عنها يوم (10 ديسمبر) بعنوان "على قدر أهل العزم تأتي العزائم".

- وفي الحديث عن دولتي (الفلبين، وهاييتى) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف الإنسانية، من خلال البعثات الإنسانية إلى هاييتى والفلبين لإغاثة منكوبى "إعصار يولاند" في الفلبين، ولتقديم مساعدات طبية وإنسانية لسكان المحليين في هاييتى.

- وفي سياق الحديث عن دولة (ألمانيا) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف (الاستعطف وتمثيل دور الضحية)، من خلال الإشارة إلى معاداة السامية التي يتعرض لها اليهود في ألمانيا، الأمر الذي ترتب عليه هجوم معادٍ للسامية أمام أحد المعابد اليهودية في مدينة "هالا" بألمانيا يوم الغفران وأسفر عن مقتل شخصين، وحرصت صفحات "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاى أدرعى" على إبراز هذا الحدث يوم (9 أكتوبر 2019م) والموقف الرسمى الإسرائيلى تجاهه، وذلك من خلال تصريح رئيس الوزراء نتنياهو بأن العملية الإرهابية التي ارتكبت ضد الجالية اليهودية في مدينة هالا الألمانية في يوم الغفران تشكل دليلاً على أن معاداة السامية في أوروبا تتزايد، وأنه يجب على الحكومة الألمانية أن تواصل العمل بحزم ضد ظاهرة معاداة السامية.

- وفي سياق الحديث عن (حلف شمال الأطلسي) حرصت الصفحات الإسرائيلية على إبراز هدف (التفوق العسكري الإسرائيلي) وذلك من خلال التعاون العسكري والتدريبات المشتركة بين سلاح البحرية الإسرائيلية مع القوات البحرية التابعة لحلف شمال الأطلسي (الناتو).

أساليب الإقناع المستخدمة في تحديد صورة الأنا وصورة الآخر

جدول (30)

يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في تحديد صورة الأنا وصورة الآخر

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية أساليب الإقناع	
	%	ك	%	ك		
1,4%	9	3%	1	2,8%	8	عقلانية
28,3%	177	40,9%	141	12,8%	36	عاطفية
70,3%	440	58,8%	203	84,3%	237	الاثنان معا
100%	626	100%	345	100%	281	الإجمالي

كا=2، 64,491 درجة الحرية=2 معامل التوافق=0,306 مستوى المعنوية=0,000

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- يتضح من بيانات الجدول السابق استخدام صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" أساليب عقلانية وعاطفية في تحديد صورة الأنا وصورة الآخر، وجاء الاعتماد على أساليب الإقناع العقلانية والعاطفية معاً في المرتبة الأولى بنسبة (70,3%) من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة، بينما جاء استخدام الأساليب العاطفية في المرتبة الثانية بنسبة (28,3%)، وجاء الاعتماد على الأساليب العقلانية في المرتبة الأخيرة بنسبة (9%).
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائية بين صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" وصفحة "أفيخاي أدري" من حيث أساليب الإقناع المستخدمة خلال فترة الدراسة، حيث بلغ مستوى المعنوية (صفرًا)، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء الاختبارات البعدية التي أظهرت فروقاً دالة إحصائية لصالح صفحة

"إسرائيل تتكلم بالعربية"، حيث كانت الأكثر اعتمادًا على الجمع بين أساليب الإقناع المنطقية والعاطفية معًا وذلك بنسبة (84,3%) مقابل (58,8%) في صفحة "أفيخاي أدري"، وكانت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" الأقل اعتمادًا على الأساليب العاطفية بمفردها في تحديد صورة الأنا والآخر، وذلك بنسبة (12,8%) مقابل (40,9%) في صفحة "أفيخاي أدري".

أولاً: أساليب الإقناع العقلانية

جدول (31)

يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في تحديد صورة الأنا وصورة الآخر

الإجمالي		أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية الاستمالات العقلانية
		%	ك	%	ك	
47%	350	56,7%	161	41,0%	189	أدلة ووقائع
28,7%	214	26,8%	76	30,0%	138	أرقام وإحصائيات
10%	74	10,5%	30	9,5%	44	بناء النتائج على المقدمات
9,5%	71	2,5%	7	13,9%	64	تصريحات وبيانات
3,0%	22	1,4%	4	4,0%	18	تفنيد وجهة النظر الأخرى
1,3%	10	2,1%	6	0,8%	4	لوائح وقرارات
0,5%	4	0	0	0,8%	4	عرض وجهتي النظر
100%	745	100%	284	100%	461	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- من حيث أساليب الإقناع المنطقية المستخدمة، بيّنت نتائج التحليل أن الاعتماد على (الأدلة والوقائع) جاء في المركز الأول بنسبة (47%)، فيما استخدم أسلوب (الأرقام والإحصائيات) بنسبة (28,7%)، وجاء أسلوب (بناء النتائج على المقدمات) في المركز الثالث بنسبة (10%)، وأتى أسلوب (ذكر تصريحات وبيانات) في المركز الرابع بنسبة (9,5%)، تلاه أسلوب (تفنيد وجهة النظر الأخرى) بنسبة (3%)، ثم أسلوب (اللوائح والقرارات) بنسبة (1,3%)، بينما جاء أسلوب (عرض وجهتي النظر) في المركز الأخير بنسبة ضئيلة بلغت (0,5%).

ثانياً: الاستمالات العاطفية

جدول رقم (32)

يوضح الاستمالات العاطفية المستخدمة في تحديد صورة الأنا وصورة الآخر

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية الاستمالات العاطفية
	%	ك	%	ك	
458	21,9%	277	24,3%	181	19,0%
370	17,6%	193	17,0%	177	18,5%
336	16%	178	15,6%	158	16,5%
244	11,6%	154	13,5%	90	9,4%
170	8,1%	71	6,2%	99	10,3%
137	6,5%	123	10,8%	14	1,4%
126	6,0%	37	3,2%	89	9,3%
79	3,7%	23	2,0%	56	5,8%
67	3,2%	25	2,1%	42	4,4%
43	2%	18	1,5%	25	2,5%
33	1,5%	29	2,5%	4	4%
29	1,3%	10	8%	19	2%
2092	100%	1138	100%	954	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- تنوعت الاستمالات العاطفية المستخدمة مع المضامين المنشورة في صفحات الدراسة، وبينت نتائج التحليل أن الاعتماد على (الأساليب البلاغية) مثل (الكناية والاستعارة

♦ من نماذج الاستمالات المستخدمة الأساليب البلاغية مثل (قبل أن تغمض الشمس جفونها على ساحل تل أبيب، تتماهى الألوان في الأفق)، والألفاظ العاطفية مثل (الشعب المصري شعب حميم، وهم جيراننا)، ودلالات الألفاظ مثل (بهاء أبو العطا كان بمثابة قنبلة موقوتة، وتم استهدافه لأنه كان يسعى لتنفيذ عمليات تخريبية)، والشعارات والرموز مثل (نجمة داوود، وغصن الزيتون، والبوق، والقبعة اليهودية، والمآذن، والهلال الأحمر، والشموع، وأعلام الدول...)، وصيغ أفعال التفضيل مثل (سلاح الجو الإسرائيلي الأفضل في المنطقة)، والاستشهاد بأبيات شعرية وأقوال مأثورة مثل (قم للمعلم وفه التبجيلا .. كاد المعلم أن يكون رسولا، ولد الهدى فالكائنات ضياء.. وفم الزمان تبسم وثناء، من جد وجد ومن سار على الدرب وصل، خير الير عاجله...)، والاستشهاد بنصوص مقدسة مثل: ("ونزلنا من السماء ماءً مباركاً فأنبتنا به جنات وحب الحصيد" سورة ق، 9، و"يفتح لك الرب كنزه الصالح، السماء، ليعطي مطر أرضك في حينه، وليبارك كل عمل يدك" سفر التثنية 28:12).

(والتشبيه) جاء في المركز الأول بنسبة (21,9%)، وجاء استخدام (الألفاظ العاطفية) في المركز الثاني بنسبة (17,6%)، ولعل الهدف من استخدام الألفاظ العاطفية إحداث تأثير نفسي ووجداني في مستخدمي تلك الصفحات، وجاء استخدام (دلالات الألفاظ) في المركز الثالث بنسبة (10%)، وجاء استخدام (الشعارات والرموز) في المركز الرابع بنسبة (11,6%)، وأتى استخدام (صيغ أفعال التفضيل) في المركز الخامس بنسبة (16%)، تلاه استخدام استمالات (التخويف) في المركز السادس بنسبة (6,5%)، وجاء استخدام (انتقاء ما يدل على أن اللفظ حقيقة) في المركز السابع بنسبة (6%)، تلاه (الاستشهاد بأشخاص مشهورين) بنسبة (3,7%)، وجاء استخدام (التقارب في العادات والتقاليد) في المركز التاسع بنسبة (3,2%)، وجاء استخدام (التقارب في الشرائع والعقائد) في المركز العاشر بنسبة (2%)، وتم (الاستشهاد بأبيات شعرية وأقوال مأثورة) بنسبة (1,5%)، بينما جاء (الاستشهاد بنصوص مقدسة) في المركز الأخير بنسبة (1,3%).

عناصر الإبراز

جدول (33)

يوضح عدد عناصر المستخدمة لإبراز المضامين المقدمة

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات وسائل الإبراز	
	%	ك	%	ك		
50,3%	921	64%	919	0,5%	2	الوسم (الهاشتاج)
37%	678	26,4%	380	75,6%	298	صور ورسوم
11%	203	7,9%	114	22,5%	89	فيديو
1,5%	29	1,6%	24	1,2%	5	رابط إلكتروني
100	1831	100	1437	100	394	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- من حيث وسائل الإبراز المستخدمة مع المنشورات الخاصة بصفحات الدراسة، جاء الوسوم (الهاشتاج) في المرتبة الأولى بنسبة (50,3%)، تليه (الصور والرسوم) بنسبة (37%)، وجاء (الفيديو) في المركز الثالث بنسبة (11%)، واحتل (الرابط الإلكتروني) المركز الأخير بنسبة (1,5%).

- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحتين من حيث وسائل الإبراز المستخدمة وتكرارها، حيث بلغ مستوى المعنوية (صفرًا)، ويمكن تفسير ذلك من خلال الإشارة إلى اهتمام صفحة "أفيخاي أدرعي" بالوسم (الهاشتاج) كعنصر إبراز، حيث جاء في المركز الأول بنسبة (64%) مقابل (0,5%) فقط في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، بينما اهتمت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بـ(الصور والرسوم) كعنصر إبراز وذلك بنسبة (75,6%) مقابل (26,4%) في صفحة "أفيخاي أدرعي".
- بناءً على ما سبق، فقد حققت صفحتا "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدرعي" درجة عالية من الإبراز للمحتوى المقدم، حيث استخدمت الصفحتان الصور والرسوم والفيديو كعناصر لإبراز المحتوى المقدم، وهو ما يعني تحقيق الاستغلال الأمثل لإمكانيات الفيس بوك كمنصة إعلامية، حيث تعتبر المؤثرات البصرية متمثلة في الصور والفيديو أكثر الأدوات تأثيرًا وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين.
- وظّفت صفحة "أفيخاي أدرعي" الهاشتاج كعنصر إبراز مع المواد المنشورة، حيث أطلقت عديدًا من الوسوم (الهاشتاجات) المتنوعة بهدف تشجيع مستخدمي تلك الصفحات لقراءة تلك المواد المنشورة، وتحقيق أكبر قدر من الانتشار لتلك المواد، فالهاشتاج من أهم الأدوات المؤثرة في جذب انتباه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتقوم هذه الأداة بتصنيف الموضوعات المثارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتسهيل عملية الوصول إليها، واكتسبت تلك الأداة شهرة واسعة لما لها من قدرة على الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين، وفيما يلي توضيح لكيفية استخدام كل من هذه العناصر على النحو الآتي:

أولاً: الصور

جدول رقم (34) ♦

يوضح العلاقة بين صفحات الدراسة من حيث عدد ونوع الصور المستخدمة لإبراز المضامين

مستوى المعنوية	كا ²	الإجمالي		أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات	
		%	ك	%	ك	%	ك	المتغير	
0,859	305	77,5	324	77,5	179	77,5	145	صورة	عدد الصور
		12,7	53	12,1	28	13,4	25	صورتان	
		9,8	41	10,4	24	9,1	17	ثلاثة فأكثر	
		100	418	100	231	100	187	الإجمالي	نوع الصور
		75,6	316	78,4	181	72,2	135	موضوعية	
		16	67	13,9	32	18,7	35	شخصية	
		4,3	18	3,5	8	5,3	10	إنفوجرافيك	
		2,9	12	3,0	7	2,7	5	كاريكاتير	
		0,7	3	1,3	3	0	0	خرائط	
		0,5	2	0	0	1,1	2	جمالية	
100	418	100	231	100	187	الإجمالي			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- من حيث استخدام الصور كعنصر إبراز ♦♦ في المنشورات المقدّمة، جاء عدد المنشورات المُلحَق بها (صورة واحدة) في المركز الأول بنسبة (77,5%)، بينما جاء عدد المنشورات المُلحَق بها (صورتان) في المركز الثاني بنسبة (12,7%)، في حين جاء عدد المنشورات المُلحَق بها (ثلاث صور فأكثر) في المركز الأخير بنسبة (9,8%)، ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث عدد الصور المُلحَقّة كعامل إبراز لمضامينها المنشورة، حيث بلغت قيمة كا² (305)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,859).
- من حيث نوع الصور المستخدمة كعنصر إبراز لمنشورات الصفحات عينة الدراسة، جاءت (الصور الموضوعية) في المركز الأول بنسبة (75,6%)، وجاءت (الصور الشخصية) في المركز الثاني بنسبة (16%)، وجاء (الإنفوجرافيك) في المركز الثالث

♦ لم يتم تطبيق معامل (كا²) مع فئة (نوع الصور) لعدم وجود نتائج معبرة، والقاعدة الإحصائية تنص على أنه إذا زادت عدد الخانات الصفرية التي تقل أرقامها عن الرقم (5) عن (20%) فإن هذا يؤكد زيف العلاقة إحصائياً، وهو ما أظهرته نتائج هذا الجدول في فئة (نوع الصور).

♦♦ جاء إجمالي عدد الصور المستخدمة كمنشور صورة (54)، وهذا ما تم الإشارة إليه في الجدول رقم (2).

بنسبة (3,4%)، تلاه (الكاريكاتير) بنسبة (9,2%)، وجاءت (الخرائط) في المركز الرابع بنسبة (7,0)، في حين جاءت (الصور الجمالية) كمنصر إبراز في المركز الأخير بنسبة (5,0).

- يتضح من النتائج السابقة اهتمام الصفحات الإسرائيلية بتوظيف الصور واستخدامها كمنصر إبراز، وهو ما يتناسب مع طبيعة صفحات التواصل الاجتماعي وجمهور تلك الصفحات، الذي لا يفضل مواد صحفية ذات طابع تفصيلي طويل، ولتحقيق أكبر قدر من التفاعل، حيث تعتبر المؤثرات البصرية من أكثر الأدوات تأثيراً وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين.

ثانياً: الفيديو

♦ جدول رقم (35)

يوضح العلاقة بين صفحات الدراسة من حيث نوع وعدد مشاهدات الفيديوهات

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية المتغير	
	%	ك	%	ك		
41,4%	84	71,9%	82	2,2%	2	نوع الفيديو
24,1%	49	11,4%	13	40,4%	36	
11,3%	23	13,2%	15	9,0%	8	
14,8%	30	2,6%	3	30,3%	27	
5,4%	11	0,9%	1	11,2%	10	
3,0%	6	0	0	6,7%	6	
100%	203	100%	114	100%	89	
4,9%	10	0,9%	1	10,1%	9	عدد المشاهدات
6,4%	13	0,9%	1	13,5%	12	
13,8%	28	3,5%	4	27,0%	24	
74,9%	152	94,7%	108	49,4%	44	
100%	203	100%	114	100%	89	

♦ لم يتم تطبيق معامل (كا²) مع فئتي (نوع الفيديو) و(عدد المشاهدات) لعدم وجود نتائج معبرة، طبقاً للقاعدة الإحصائية التي تنص على أنه إذا زادت عدد الخانات الصفورية التي تقل أرقامها عن الرقم (5) عن (20%) فإن هذا يؤكد زيف العلاقة إحصائياً، وهو ما أظهرته نتائج هذا الجدول في الفئتين السابقتين.

أقل من دقيقة	31	34,8%	76	66,7%	107	52,7%
من دقيقة إلى أقل من دقيقتين	31	34,8%	21	18,4%	52	25,6%
من دقيقتين إلى أقل من 3 دقائق	11	12,4%	13	11,4%	24	11,8%
3 دقائق فأكثر	16	18%	4	3,5%	20	9,9%
الإجمالي	89	100%	114	100%	203	100%
كا 2 = 523,2			مستوى المعنوية = 0,00			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- من حيث نوع الفيديو المستخدم كعنصر إبراز* لمنشورات الصفحات عينة الدراسة، جاء (فيديو خاص بأفيخاي أدري) في المركز الأول بنسبة بلغت (41.4%)، وهي تلك الفيديوهات العسكرية التي تنشر على صفحة "أفيخاي أدري"، ويظهر فيها جنود من الجيش الإسرائيلي، ويقوم المتحدث العسكري "أفيخاي أدري" أو كابتن "إيلا" أو أحد الجنود بالظهور في تلك الفيديوهات ومخاطبة المتابعين، تلاه (مقطع من برنامج تليفزيوني) في المركز الثاني بنسبة (24.1%)، وجاء (فيديو مواطن شخصي) في المركز الثالث بنسبة (14.8%)، بينما جاء فيديو (أغنية أو استعراض) في المركز الرابع بنسبة (11.3%)، وجاء (فيديو وثائقي) في المركز الخامس بنسبة (5.4%)، بينما احتل فيديو (مقطع من فيلم) المركز الأخير بنسبة (3%).
- من حيث مدة الفيديو المستخدم كعنصر إبراز لمنشورات الصفحات عينة الدراسة، جاءت المدة أقل من دقيقة في المركز الأول بنسبة (52,7%)، وجاءت المدة من (دقيقة إلى أقل من دقيقتين) في المركز الثاني بنسبة (25,6%)، وجاءت المدة من (دقيقتين إلى أقل من ثلاث دقائق) في المركز الثالث بنسبة (11,8%)، وجاءت المدة من (ثلاث دقائق فأكثر) في المركز الرابع بنسبة (9,9%).
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مدة الفيديو المستخدم كعامل إبراز لمضامينها المنشورة، حيث بلغت قيمة كا 2 (523,25) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,00)، ويمكن تفسير ذلك بأن صفحة "أفيخاي أدري" كانت أكثر حرصاً على استخدام

* جاء إجمالي عدد الفيديوهات المستخدمة كمنشور فيديو (28)، وهذا ما تم الإشارة إليه في الجدول رقم (2).

فيديوهات قصيرة الوقت، حيث جاءت الفيديوهات الأقل من دقيقة في المرتبة الأولى بنسبة (66.7%) مقابل (34.8%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية".

- من حيث عدد مشاهدات الفيديو المستخدم كعنصر إبراز لمنشورات الصفحات عينة الدراسة، جاء عدد المشاهدات (30,000 فأكثر) في المركز الأول بنسبة (74,9%)، تلاه عدد المشاهدات (من 20,000 إلى أقل من 30,000) في المركز الثاني بنسبة (13,8%)، وجاء عدد المشاهدات (من 10,000 إلى أقل من 20,000) في المركز الثالث بنسبة (6,4%)، بينما جاء عدد المشاهدات (من 1 إلى أقل من 10000) في المركز الأخير بنسبة (4,9%).

- يتضح من النتائج السابقة اهتمام الصفحات الإسرائيلية بتوظيف الفيديو واستخدامه كعنصر إبراز، لاسيما مع دخول الفيسبوك في منافسة أمام اليوتيوب المنصة الأشهر في عرض المحتوى المرئي، حيث يؤدي الفيديو دورًا مهمًا في زيادة مدة بقاء المستخدمين على صفحات التواصل الاجتماعي، من خلال تفوق مقاطع الفيديو على جميع المحتويات الأخرى على وسائل التواصل الاجتماعي، نظرًا لكونها أكثر جاذبية من النص والصورة، وسرعة انتشارها بين مستخدمي الإنترنت لتفضيل المحتوى المرئي على المحتوى النصي، ولتحقيق أكبر قدر من التفاعل، حيث تعتبر المؤثرات البصرية من أكثر الأدوات تأثيرًا وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين.

ثالثًا: الروابط

جدول (36)

يوضح العلاقة بين صفحات الدراسة من حيث نوع وعدد الروابط المستخدمة كعنصر إبراز

الإجمالي	أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية		المتغير
	%	ك	%	ك			
%100	29	%100	24	%100	5	رابط	عدد الروابط
0	0	0	0	0	0	رابطان	
0	0	0	0	0	0	ثلاثة فأكثر	
%100	29	%100	24	%100	5	الإجمالي	
%86,2	25	%83,3	20	0	5	مواقع تواصل اجتماعي	نوع الإحالة
%6,9	2	%8,3	2	0	0	مدونات شخصية	
%6,9	2	%8,3	2	0	0	مواقع تحميل فيديو	
%100	29	%100	24	%100	5	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- بلغ إجمالي عدد الروابط المستخدمة كعنصر إبراز لمنشورات الصفحات عينة الدراسة (29) رابطاً: (24) رابطاً في صفحة "أفيخاي أدري"، مقابل (5) روابط في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، ومن حيث عدد الروابط في المنشور جاءت كافة المنشورات تحتوي على (رابط واحد) بنسبة (100%).
- من حيث نوع الإحالة في منشورات الرابط، جاءت الإحالة إلى (مواقع التواصل الاجتماعي) في المركز الأول بنسبة (2,86%)، يليها الإحالة إلى (مواقع تحميل فيديو)، و(مدونات شخصية) في المركز الثاني بنسبة (6,9%) لكل منهما.
- لعلّ مجيء (منشور الرابط) واستخدامه - بنسبة كبيرة - كإحالة إلى مواقع التواصل الاجتماعي؛ يعود لرغبة القائمين على الصفحات الإسرائيلية في تحقيق أحد أهم الأهداف من إنشائها وهو الترويج للمنصات الإعلامية الأخرى التابعة للمؤسسة التي تتبعها الصفحة، وذلك في إطار محاولة تحقيق قدر من التكامل بين المنصات المختلفة التابعة لتلك المؤسسات، من خلال نشر روابط مواقع التواصل الأخرى مثل (انستجرام، وتويتر، ويوتيوب،... إلخ)؛ لذا قامت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بالترويج لصفحة "صحتنا" وهي صفحة إسرائيلية باللغة العربية تهدف إلى تقديم منشورات طبية حول بعض الأمراض المزمنة كالسكري والسمنة وغيرها، كما حرص "أفيخاي أدري" على ترويج الصفحات الخاصة به على مواقع التواصل الأخرى مثل (انستجرام، وتويتر،... إلخ).

جدول رقم (37)

يوضح أشكال تفاعل المستخدمين مع المضامين المنشورة على صفحات الدراسة

مستوى المنوية	ك ²	الإجمالي		أفيخاي أدري		إسرائيل تتكلم بالعربية		الصفحات الإسرائيلية	
				%	ك	%	ك	المتغير	
0,000	895,93	81	12,9%	76	22,0%	5	1,8%	أقل من 1000	
		180	28,8%	119	34,5%	61	21,7%	1000 : أقل من 2000	
		106	16,9%	55	15,9%	51	18,1%	من 2000 : أقل من 3000	
		259	41,4%	95	27,5%	164	58,4%	3000 فأكثر	
		626	100%	345	100%	281	100%	الإجمالي	
0,000	804,18	327	52,2%	263	76,2%	64	22,8%	من 1 : أقل من 100	
		95	15,2%	35	10,1%	60	21,4%	من 100 : أقل من 200	
		77	12,3%	25	7,2%	52	18,5%	من 200 : أقل من 300	
		127	20,3%	22	6,4%	105	37,4%	300 فأكثر	
0,000	831,51	626	100%	345	100%	281	100%	الإجمالي	
		133	21,2%	80	23,2%	53	18,9%	أقل من 1000	
		145	23,2%	58	16,8%	87	31,0%	من 1000 : أقل من 2000	
		153	24,4%	64	18,6%	89	31,7%	من 2000 : أقل من 3000	
		195	31,2%	143	41,4%	52	18,5%	3000 فأكثر	
		626	100%	345	100%	281	100%	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يأتي:

- من حيث عدد الإعجابات* مع المضامين المنشورة على صفحات الدراسة، جاء عدد الإعجابات (3000 فأكثر) في المركز الأول بنسبة (41,4%)، تلاه عدد الإعجابات من (1000 إلى أقل من 2000) في المركز الثاني بنسبة (28.8%)، وجاء عدد

* يقصد بالإعجاب ضغط المستخدم على زر (أعجبنى) أو (like)، أو أحد الرموز التعبيرية التي تشير إلى اتجاه المستخدم تجاه المنشور، للتعبير عن موقفه تجاه المنشور، وهناك سبعة رموز تعبيرية تتمثل في (أعجبنى، وأحببته، وأدعمه، والضحك، والانبهار، وأحزنني، وأغضبني).

- الإعجابات من (2000 إلى أقل من 3000) في المركز الثالث بنسبة (16,9%)، بينما جاء عدد الإعجابات من (1 إلى أقل من 1000) في المركز الأخير بنسبة (12,9%).
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة من حيث عدد الإعجابات مع المضامين المنشورة، حيث كانت قيمة كاسي² (895,93) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,00)، وهذه الفروق لصالح صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، حيث كان معدل الإعجابات (3000 فأكثر) في المركز الأول بنسبة (58,4%) مقابل (27,5%) في صفحة أفيخاي أدري.
- من حيث مشاركة المنشو[♦]، جاء عدد إعادة النشر من (1 إلى أقل من 100) في المركز الأول بنسبة بلغت (52.2%)، تلاه عدد إعادة النشر (300 فأكثر) في المركز الثاني بنسبة (20.3%)، وجاء عدد إعادة النشر (من 100 إلى أقل من 200) في المركز الثالث بنسبة (15.2%)، بينما جاء عدد إعادة النشر (من 200 إلى أقل من 300) في المركز الأخير بنسبة (12.3%).
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة، من حيث إعادة النشر للمضامين المنشورة، حيث بلغت قيمة كاسي² (804,18) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,00)، وهذه الفروق لصالح صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، حيث جاء معدل إعادة النشر (300 فأكثر) في المركز الأول بنسبة (37,4%) مقابل (6,4%) في صفحة أفيخاي أدري.
- من حيث عدد التعليقات على المضامين المنشورة، جاء عدد التعليقات (3000 فأكثر) في المركز الأول بنسبة بلغت (31,2%)، تلاه عدد التعليقات (من 2000 إلى أقل من 3000) في المركز الثاني بنسبة (24,4%)، وجاء عدد التعليقات (من 1000 إلى أقل من 2000) في المركز الثالث بنسبة (23,2%)، بينما جاء عدد التعليقات (أقل من 1000) في المركز الأخير بنسبة (21,2%).
- يشير التحليل الإحصائي إلى وجود فروق دالة إحصائية من حيث عدد التعليقات على المضامين المنشورة على صفحات الدراسة، حيث بلغت قيمة كاسي² (831,51) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,00)، وهذه الفروق لصالح صفحة "أفيخاي أدري"، حيث كان معدل التعليقات (3000 فأكثر) في المركز الأول بنسبة (41,4%) مقابل (18,5%) في صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية".

♦ قد تكون مشاركة المستخدمين للمنشورات على صفحاتهم الخاصة بدافع تأييدهم لما جاء بها، أو استنكارهم لمحتواها، وفي كلا الحالتين تعد المشاركة إحدى صور تفاعل المستخدمين مع المنشورات.

بناءً على ما سبق، يتضح أنّ هناك تفاعلاً متزايداً مع المضامين المقدّمة من خلال صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدرعي"، وقد تنوع هذا التفاعل ما بين إعجاب أو إعادة نشر أو التعليق على تلك المضامين المقدّمة، وتحرص الصفحات الإسرائيلية - خاصة صفحة "أفيخاي أدرعي" - على فكرة تعظيم التفاعل من المتابعين العرب، حتى وإن كان تفاعلاً سلبياً[♦]، فعلى الرغم من كثرة التعليقات السلبية والمهينة التي يتلقاها "أفيخاي أدرعي" تجاه منشوراته، إلا أنه لا يقوم بحذف تلك التعليقات، ولعل ذلك يعود للأسباب الآتية:

- زيادة عدد التعليقات - وإن كان سلبياً - يمنح الصفحات الإسرائيلية ومنشوراتها انتشاراً واسعاً ورواجاً أكبر بين شرائح مختلفة من الجمهور العربي.
- يُعدّ التعليق على منشورات الصفحات الإسرائيلية بمثابة "اعتراف افتراضي ضمنى" بالتواصل مع إسرائيل، وهذا من شأنه خلق حالة من الاحتكاك بين العرب واليهود، وكأنه تطبيع غير مقصود، وهذا يمثل الحد الأدنى من مستهدفات الكيان الإسرائيلي من المتابعين العرب.
- يشير تكرار التعليقات السلبية من المتابعين أنفسهم على أكثر من منشور إلى اطلاع أولئك المتابعين على منشورات الصفحة بصفة دورية، وهو ما يعرضهم لخوض نقاشات مع مسؤولي تلك الصفحات وغيرهم من المؤيدين لإسرائيل، قد يؤدي إلى نجاح هذه الصفحات في زعزعة معتقدات البعض تجاه الكيان الإسرائيلي وحقائق الصراع بين هذا الكيان وبين فلسطين والدول العربية.

♦ قد يكون التفاعل سلبياً من خلال التعليقات السلبية من المستخدمين تجاه المحتوى المقدم، أو من خلال الرموز التعبيرية التي تشير إلى اتجاه المستخدم تجاه المنشور، ولاحظ الباحث وجود تعليقات سلبية تجاه معظم المنشورات المقدّمة، كما لاحظ وجود الرمز التعبيري (أغضبني) بنسبة (12,9%) من إجمالي منشورات صفحة (إسرائيل تتكلم بالعربية)، ونسبة (14,5) من إجمالي منشورات صفحة (أفيخاي أدرعي) خلال فترة الدراسة، ويلاحظ وجود الرمز التعبيري (أغضبني) في المنشورات التي تتحدث عن غارات عسكرية إسرائيلية تجاه أهداف فلسطينية أو لبنانية أو سورية، أو استهداف أحد من عناصر المقاومة الفلسطينية، أو محاولة التقرب إلى أحد الرموز العربية سواء على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني...، أو قيام بعض الأشخاص المشهورين بزيارة إسرائيل أو الدعوة إلى التطبيع مع إسرائيل.

أهم النتائج العامة:

1. كثافة وتووع المضامين الإعلامية المقدّمة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري"، بهدف الوصول إلى شرائح متعددة ومتنوعة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي العرب.
2. وجود تماثل واضح بين صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" في رسمهما لملامح صورة الأنا والآخر، وأحياناً تكون المنشورات واحدة على الصفحتين، مما يشير إلى وجود تنسيق بين القائمين على إدارة الصفحتين.
3. تنوعت هوية "الأنا" المقدّمة خلال المضامين المنشورة ما بين هوية (إسرائيلية، ويهودية، والاثنتان معاً)، وجاءت الهوية الإسرائيلية في المركز الأول بنسبة (86,9%)، تلتها الهوية اليهودية في المركز الثاني بنسبة (7,7%)، في حين تم تقديم الهويتين الإسرائيلية واليهودية معاً بنسبة (5,4%).
4. حرصت كل من صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" على تقديم صورة "الأنا" الإسرائيلية أو اليهودية بشكل إيجابي، من خلال عدد من السمات الإيجابية بلغت (14) صفة إيجابية، التي تسعى إلى تسويق النموذج الإسرائيلي في صورة الدولة الصديقة المسالمة والمحبة للشعوب العربية وللإنسانية، إضافة إلى كونها تتمتع بالديموقراطية والتقدم والرفاهية، والتميز في مجالات الابتكار والفن والثقافة والتكنولوجيا، والدفاع عن الوطن وسلامة المواطنين، وإظهار العداء تجاه الحركات والمنظمات الجهادية الإسلامية والدول المعادية لإسرائيل.
5. تم تحديد (35) هوية للآخر - خلال فترة الدراسة- تم تقسيمها ما بين هوية (عربية، وإقليمية، ودولية)، فعلى المستوى العربي تم التركيز على عدد من الدول العربية تمثلت في (فلسطين، ومصر، ولبنان، وسوريا، والإمارات، والمغرب، والأردن)، وعلى المستوى الإقليمي تم التركيز على دولتي (إيران، وتركيا)، وعلى المستوى الدولي تم التركيز على دولة (الولايات المتحدة الأمريكية).
6. جاءت (فلسطين) في المركز الأول من إجمالي عدد المنشورات، وتحددت ملامح صورة "فلسطين" على أنها ليست دولة تتمتع بالتواجد أو السيادة من الناحية التاريخية أو القانونية، وإنما هي عبارة عن مجموعة من الأفراد يعيشون في هذه الأرض، وفصائل ومنظمات معادية لإسرائيل، وصفت بعدد من السمات السلبية مثل (الإرهاب، وعدم تحمل المسؤولية، والكذب والخداع، وانتهاك حقوق الإنسان، وعدم الاستقلالية، والجهل، والفوضى)، وركزت الصفحات الإسرائيلية على تصوير أفراد

الشعب الفلسطيني أنهم يعانون من وطأة (الفقر) و(الجهل)، بسبب استمرار منظمات المقاومة الفلسطينية كحماس والجهاد وغيرهما في الاستيلاء على مقدرات الفلسطينيين واستخدامها في عملياتهم الإرهابية ضد إسرائيل، بدلاً من استغلالها لصالح المواطنين.

7. قامت الصفحتان بتقديم صورة إيجابية عن عرب (48)، من خلال مجموعة من السمات تمثلت في (التعايش السلمي، والدفاع عن إسرائيل).

8. يتضح من نتائج الدراسة عدم وجود أي سمة إيجابية لدولتي (لبنان، وسوريا)، حيث ركزت الصفحات الإسرائيلية على تصوير (لبنان) على أنها دولة تنتشر فيها الفوضى وعدم الاستقرار، بسبب التدخل الإيراني في إدارة شؤون الدولة اللبنانية، كما وصفت منظمة (حزب الله) على أنها منظمة إرهابية تستهدف أمن وسلامة مواطني إسرائيل، و(الكذب والخداع)، وركزت الصفحات الإسرائيلية على تصوير (سوريا) على أنها دولة إرهابية، كما وصفت (فيلق القدس) على أنها منظمة إرهابية تستهدف أمن وسلامة إسرائيل، ووصفت الشعب السوري بـ(الفقر والضياع)، وذلك بسبب عدم الاستقرار والتدخل الإيراني في إدارة الشأن السوري، ووصفت النظام السوري بـ (الكذب والخداع، وعدم الاستقلالية، وانتهاك حقوق الإنسان)، وذلك من خلال الإشارة إلى أن النظام السوري يخدم المصالح الإيرانية التي تتعارض مع المصالح السورية.

9. وجود تشابه بين صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" في رسم ملامح إيجابية لصورة (مصر، والسعودية، والإمارات، والمغرب، والأردن)، تمثلت في عدد من السمات الإيجابية، مثل (التعاون والمشاركة) مع إسرائيل، و(الحفاظ على السلام) مع إسرائيل، و(احترام الشرائع المختلفة والحفاظ على دور العبادة)، و(الإنسانية)، و(الأصالة) التي تشير إلى تمتع تلك الدول العربية بالحضارة والإبداع في العديد من المجالات كالفن والرياضة وغيرهما.

10. حرصت الصفحات الإسرائيلية - عينة الدراسة- على تقديم التهئة للعالمين العربي والإسلامي بمناسبة الأعياد الدينية، والتأكيد على أن هناك تشابهاً بين الديانتين اليهود والعرب على المستوى العقائدي واللغوي.

11. على المستوى الإقليمي تمثلت السمات السلبية لملامح صورة (إيران) في تصوير إيران على أنها دولة إرهابية، لا تهدد إسرائيل فحسب؛ بل تهدد بإرهابها كذلك الدول العربية والنظام العالمي، واستبداد النظام الإيراني وعدم مسؤوليته تجاه

شعبه، والتدخل في شئون الآخرين وعدم احترام استقلالية الدول، والكذب والخداع، ومعاداة السامية، كما تحددت السمات السلبية المشكّلة لملاح صورة (تركيا) في أنها دولة إرهابية تدعم حركة حماس الإرهابية في فلسطين، وأنها لا تهدد إسرائيل فحسب؛ بل تهدد بإرهابها كذلك الدول العربية، ووصف تركيا بأنها تنتهك حقوق الإنسان وتقوم بعمليات تطهير عرقي ضد الأكراد في سوريا، وأنها تقوم بالتدخل في شئون الآخرين ولا تحترم استقلالية الدول.

12 . على المستوى الدولي يوجد تشابه بين عينة الدراسة في رسم صورة إيجابية للولايات المتحدة الأمريكية تمثلت في (التعاون والمشاركة) بين إسرائيل والولايات المتحدة، و(التفوق العلمي) الذي تتمتع به الولايات المتحدة وجامعاتها ومراكزها البحثية والعلمية، (الدفاع عن إسرائيل).

13 . ورد ذكر عدد من الدول الغربية والأوروبية الأخرى في الصفحات الإسرائيلية عينة الدراسة، مثل (البرازيل، والأرجنتين، والبرتغال، وألمانيا، وقبرص، والفلبين، وهايتي، واليونان، وبوليفيا، وأورجواي، وإيطاليا، وحلف شمال الأطلسي)، وذلك بهدف إظهار التقارب والتعاون ومثانة العلاقات الدبلوماسية بين إسرائيل وتلك الدول، أو استعراض القوة والتفوق العسكري للجيش الإسرائيلي من خلال المناورات المشتركة مع بعض تلك الدول، أو إظهار الإنسانية من خلال البعثات الإنسانية وتقديم مساعدات إسرائيلية لبعض هذه الدول.

14 . وظفت صفحتا "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" عددًا من الأساليب العقلية والاستمالات العاطفية والتخويفية لإبراز معالم صورة الأنا والآخر.

15 . استخدمت صفحتا "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" عددًا من الوسائل لإبراز المضامين المقدمة، مثل (الصور، والفيديو، والهاشتاج، والرابط الإلكتروني).

16 . أظهرت نتائج الدراسة التفاعل المتزايد مع المضامين المقدمة من خلال صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، وقد تنوع هذا التفاعل ما بين إعجاب أو إعادة نشر أو التعليق على تلك المضامين المقدمة، وتكمن خطورة هذا التفاعل المتزايد في أنه يُعدُّ بمثابة "اعتراف ضمني" بالتواصل مع إسرائيل، وكأنه تطبيع غير مقصود، وهذا يمثل الحد الأدنى من مستهدفات إسرائيل من متابعتها العرب، إضافة إلى أن التفاعل المتزايد مع المضامين المقدمة يمنح الصفحات الإسرائيلية ومنشوراتها انتشارًا واسعًا ورواجًا أكبر بين شرائح مختلفة من الجمهور العربي.

توصيات:

1. ضرورة تفعيل دور المؤسسات الإعلامية العربية في تحصين الجمهور العربي، وتوعية الشباب بتاريخ الصراع العربي الإسرائيلي، وذلك من خلال إيجاد إستراتيجية إعلامية عربية موحدة قابلة للتطبيق، تقوم بإظهار حقيقة صورة الاحتلال الإسرائيلي، الذي يسعى إلى محو التاريخ الفلسطيني، وإثبات أحقية إسرائيل في احتلالها للأراضي الفلسطينية، وقطع أية علاقة عربية وفلسطينية بالأراضي المحتلة.
2. أهمية إنشاء منصات إعلامية عربية متخصصة، باللغة العبرية واللغات الحية لمخاطبة الرأي العام الإسرائيلي، والرأي العام الدولي، لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي، الذي يسعى إلى خلق واقع من التطبيع الافتراضي، وبناء جدار من الثقة بينه وبين المتابعين العرب.
3. تدريب وتأهيل كوادر إعلامية متخصصة في مجال الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل تحسين الصورة العربية عالمياً، والرد على الادعاءات الإسرائيلية وتفنيدها.
4. التنبية على توخي الحذر في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلي، حيث إنَّ هذه المواقع يشرف عليها فرع الإعلام الاجتماعي، الذي طوَّره الجيش الإسرائيلي عام (2009م) بهدف التأثير في وعي الجماهير العربية، وإيجاد حالة من الإعجاب والانبهار لدى البعض الآخر تجاه إسرائيل.

هوامش البحث:

- (1) NACHMAN SHAI, **Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion**, (2018), Translated by: Ira Moskowitz, Albany: State University of New York Press. P.88.
- (2) Marcy oster, **Israelis are top users of social media in the world**, Jerusalem post site, February 8, 2019. Available at: <https://bit.ly/35VJzeN>, (accessed at 1-1-2019, 7:15 a.m).
- (3) لمزيد من التفاصيل: تقرير بعنوان " عربيًا.. من يستخدم فيسبوك أكثر؟ ومن يستخدم تويتر؟"، (10 من سبتمبر 2019م)، متاح على الرابط: <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-49639603>، تاريخ المشاهدة: (السبت 2 من مايو 2020م)، (9:30 مساءً).
- (4) Yaron Katz, **How Netanyahu's New Media Policy is Influencing Israeli, American and Global Politics**, International Relations and Diplomacy, Vol. 5, No. 8, , August 2017, pp. 501-510.
- (5) معتز أحمد إبراهيم، السوشيال ميديا الإسرائيلية توتي ثمارها: اختيار يوناثان جونين ضمن أقوى ٣٠ شخصية في إسرائيل، موقع صحيفة الأهرام المصرية، ٢٥ فبراير ٢٠١٧، متاح على الرابط التالي: <https://bit.ly/2sm7Agv>، تاريخ المشاهدة: (الأحد 15 من مارس 2020م)، (1:30 مساءً).
- (6) Azran, T. & Yarchi, M. , **Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson**. The Hague Journal of Diplomacy, Vol.13, January 2018. P3.
- (7) عدنان أبو عامر، أيدلوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني، دراسة منشورة، (قطر: مركز الجزيرة للدراسات، 2018م)، متاح على الرابط التالي: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html> ، تاريخ المشاهدة: (الإثنين 16 من مارس 2020م)، (7:15 مساءً).
- (8) Moran Yarchi, **The impact of anti-democratic actions on a country's international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel**, Democracy and Security, Vol. 14, No.2,2018, pp.159-173.
- (9) ربا عبد الله قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزليم الإسرائيلية: دراسة حالة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية، 2017م).
- (10) حمزة اسماعيل حسن، الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، رسالة ماجستير، غير منشورة (فلسطين: الجامعة الإسلامية، 2017م).
- (11) بكر بن مصطفى أبو الخير، صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام الدولية بعد أحداث الربيع العربي، دراسة تحليلية على عينة من وسائل الإعلام الدولية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 21ع، 2016م.
- (12) دعاء صلاح فريد محمد، صورة المجتمع الإسرائيلي كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).

- (13) محمد نبيل أحمد محمد حماد، صورة العرب في الأفلام السينمائية الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012م).
- (13) خالد حامد أبو قوطة، الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018 م عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين- ألمانيا، 7ع، 2019م.
- (15) محمد زيدان الخرابشة، الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، قسم الإعلام، 2018م).
- (16) هبة الله جمال أحمد أحمد شاهين، إدراك الشباب المصري لتأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية باللغة العربية على موقع الفيسبوك، دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثيرية الشخص الثالث، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017م).
- (17) ألاء فوزي السيد عبد اللطيف، الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الانترنت، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، 2015م).
- (18) Kohen, A., *Instagram as a naturalize Propaganda tool: The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values*, The International Journal of Research into New Media Technologies و Vol.23, 2015, No.2, PP. 1-17.
- (19) منة الله كمال موسى، علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2014م).
- (20) لمزيد من التفاصيل: تقرير مواقع التواصل الاجتماعي 2019م، متاح على الرابط: <https://www.crowdanalyzer.com/ar/reports/state-of-social-media-report-2019>
- (21) قام الباحث بتحكيم علمي لاستمارة تحليل المضمون لدى مجموعة من الأساتذة الأكاديميين الآتية أسماؤهم:
- أ.د/ رضا عبد الواحد أمين، أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
 - أ.د/ محمد حسام الدين إسماعيل، أستاذ الإعلام الدولي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
 - أ.د/ عبد العظيم إبراهيم خضر، أستاذ الصحافة المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- (22) شارك د/ إسماعيل عبد الرازق الشرنوبلي- المدرس بكلية الإعلام جامعة الأزهر- الباحث في قياس الثبات.
- (23) Meaning of "image" webster dictionary, available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/image>, (accessed at 1 -3- 2020 , 11:15 a.m).
- (24) محمود ابراقن، قاموس موسوعي الإعلام والاتصال، ط2، (الجزائر: منشورات ثالة، 2007)، ص353.
- (25) Robins, K , *the image culture and politics in field of vision* , (New Yourk : Rout ledy,1996), P15.
- (26) Meaning of "social media"، *the English Dictionary*, (w.d), available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media> , (accessed at 1 -3- 2019 , 8:15 a.m).
- (27) أبو الفضل جمال الدين ابن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر، بدون تاريخ)، ص38.
- (28) أبو الفضل جمال الدين ابن مكرم ابن منظور، مرجع سابق، ص12، 13.
- (29) محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2014م)، ص72.

- (30) William Benoit, **Image Repair Discourse and Crisis Communication** , Public Relations Review,, Vol 23, Issue 2, Summer 1997, Pages 177-186.
- (31) أمانى محمد السيد، **صورة مصر فى وسائل الإعلام الأجنبية بعد ثورة 25 يناير**، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية، 2017م)، ص 64 .
- (32) Lance Pernet, Doris Graber, **News in the politics of illusion**, 7th edition, (New Yourk: person Education,2007) P. 127 .