

فاعلية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الموجهة للجماهير العربية عبر منصات التواصل الاجتماعي

The Effectiveness of the Israeli Digital Diplomacy Targeting the Arab Public on Social Media Platforms

معين الكوع^{1*}، وهيبه نصار²

Moeen Koa & Hiba Nassar

¹معهد الاعلام العصري، جامعة القدس، أبو ديس، فلسطين. ²باحثة، جنين، فلسطين

¹Modern Media Institute, Al-Quds University, Abu Dis, Jerusalem, Palestine. ²Independent Researcher, Jenin, Palestine

*الباحث المرسل: mooen@staff.alquds.edu

تاريخ التسليم: (2023/2/18)، تاريخ القبول: (2023/9/3)، تاريخ النشر: (2024/5/1)

DOI: [10.35552/0247.38.5.2191](https://doi.org/10.35552/0247.38.5.2191)

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم فعالية الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي الموجهة للجماهير العربية وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة تحليل المحتوى في تحليلها لمجموعة من منشورات الصفحات التابعة لدولة الاحتلال على منصة الفيسبوك، خلال الفترة الممتدة من 13 تشرين أول/ أكتوبر إلى 13 تشرين ثاني/ نوفمبر 2022، تم تحليلها وفقاً لثلاثة أبعاد شملت: جدول الأعمال، توسيع الوجود، وتوليد المحادثات. بينت النتائج أنه بالرغم من فاعلية الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال وفقاً لهذه الأبعاد، إلا أنها ترى في هذه الأبعاد قياساً ظاهرياً، لا يعبر تعبيراً فعلياً عن فاعلية هذه الدبلوماسية، إذا يرى الباحثان من خلال دراسة حالة الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي أنه على الرغم من نسبة المشاركة العالية لمنشورات الصفحتين، ونسبة التعليقات الكبيرة، فإن هذا الأمر لا يعد مؤشراً على كفاءة الرسالة، وتحقيق قبول شعبي لكلتا الصفحتين، وما تطرحانه من موضوعات، حيث أن النسبة الساحقة من الردود والمشاركات التي تلاحظ في الصفحتين كانت ذات طابع نقدي وسلبى، وبالتالي ترى الدراسة الحالية ضرورة تطوير هذا النموذج بما يضمن قياس المشاعر التي يبديها المتابعون للصفحات لعكس قيمة صحيحة لفاعلية الدبلوماسية الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية الرقمية، إسرائيل تتكلم العربية، الإطار ثلاثي الأبعاد، تحليل المحتوى، الفيسبوك.

Abstract

This study assessed the effectiveness of the Israeli occupation state's digital diplomacy directed at the Arab public according to a three-dimensional framework. The study employed content analysis to analyze a sample of posts from two Israeli official pages on Facebook from October 13 to November 13, 2022, based on three dimensions proposed by Bjola and Jiang (2015): agenda-setting, presence-expansion, and conversation-generating. The results showed that despite the effectiveness of the occupying state's digital diplomacy according to these dimensions, the authors see these dimensions as superficial metrics that do not express the efficacy of this type of diplomacy. The high number of posts shared on the two pages and the significant number of comments cannot be seen as an indication of the efficiency of the message, the achievement of widespread acceptance for both pages and the topics they raise, as the overwhelming percentage of the responses observed on the two pages were hostile and critical. Therefore, the current study considers the need to develop this model to ensure that the feelings expressed by the pages' followers are measured to reflect the correct value of digital diplomacy's effectiveness.

Keywords: Digital diplomacy, Israel Speaks Arabic, three-dimensional framework, content analysis, Facebook.

المقدمة

تعرف الدبلوماسية العامة على أنها مختلف الجهود التي ترعاها الحكومات والتي تهدف إلى التواصل مباشرة مع الجماهير الأجنبية، حيث تشمل جميع الجهود الرسمية لإقناع قطاعات مستهدفة من الرأي الأجنبي بدعم أو التماهي مع الأهداف الإستراتيجية للحكومة القائمة بعملية الاتصال. تشمل هذه الأساليب تصريحات صانعي القرار، والحملات الهادفة التي تقوم بها المنظمات الحكومية المكرسة للدبلوماسية العامة، والجهود المبذولة لإقناع وسائل الإعلام الدولية بتصوير السياسات الرسمية بشكل إيجابي للجماهير الأجنبية (Terzioğlu, 2023). ومع ثورة الإعلام الرقمي وصعود دور شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية، أصبحت هذه الشبكات إحدى أهم وسائل الدبلوماسية العامة، حيث يستطيع القائم بالدبلوماسية العامة مخاطبة الملايين من الناس عبر هذا الفضاء اللامحدود مباشرة، وهو ما أصبح يعرف بمصطلح "الدبلوماسية الرقمية"، حيث لجأت معظم دول العالم إلى إنشاء دوائر مختصة

بالدبلوماسية الرقمية في وزارات الخارجية ومكاتب الرؤساء، وغيرها من الدوائر الحكومية المختصة (Bendaş, 2023).

تعرف الدبلوماسية الرقمية على أنها استخدام الإنترنت وتقنيات اتصالات المعلومات الجديدة للمساعدة في تحقيق الأهداف الدبلوماسية (Hanson, 2010)، أو لحل أو معالجة مشاكل في السياسة الخارجية (Kiraz, 2023)، وتعرف أيضاً بأنها استراتيجية لإدارة التغيير من خلال الأدوات الرقمية والتعاون الافتراضي (Holmes, 2015).

تُعد دولة الاحتلال الإسرائيلي من رواد توظيف الدبلوماسية الرقمية كأداة لنشر روايتها وتوجهاتها وتصوراتها، من خلال تفعيل أكثر من 850 قناة عبر الشبكة العنكبوتية تابعة لوزارة الخارجية في دولة الاحتلال، وبست لغات مختلفة (الإنكليزية، العربية، الإسبانية، الروسية، الفارسية، والعبرية)، والتي يتم تزويدها بمواد مرئية ومكتوبة جاهزة يشرّف عليها قسم الدعاية (الهاسبراه) في الوزارة (وزارة الخارجية الإسرائيلية، 2022). ويبدو أن هذه القنوات والمنصات حققت اختراقاً كبيراً في الوصول إلى الجماهير العربية (Koa, Sawalha, et al. 2023)، فمن خلال الاطلاع على صفحة الفيسبوك (إسرائيل تتكلم بالعربية) بتاريخ 10 شباط 2023، نجد أن عدد متابعي هذه الصفحة بلغ 3.2 مليون مشترك، وأن عدد متابعي صفحة (أفيخاي أدري)، الناطق باسم جيش الاحتلال، وبنفس التاريخ 2.1 مليون متابع. ومن هنا تنبع أهمية الدراسة في محاولة الكشف عن مدى فعالية هذه الصفحات وفقاً لإطار علمي بينته الدراسات السابقة في قياس فعالية الدبلوماسية الرقمية، وهو الإطار ثلاثي الأبعاد الذي يُعد أحد الأساليب المقترضة لقياس هذه الفعالية من خلال التركيز على ثلاثة جوانب رئيسية، تشمل: جدول أعمال الصفحة، توسيع الوجود، وتوليد المشاركات (Bjola & Jiang, 2015)، والتي تم توضيحها في الإطار النظري لهذه الدراسة.

المشكلة

تعمل دولة الاحتلال على استثمار كل السبل الجديدة عبر الأدوات المتطورة لخدمة مصالحها، وتحقيق أهدافها، وتكمن مشكلة الدراسة في الوقوف على تقييم فاعلية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الموجهة للجماهير العربية، وذلك من خلال تحليل أداء صفحتي "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم بالعربية"، وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد. وعليه يمكن صياغة المشكلة البحثية في السؤال البحثي الرئيس الآتي: ما مدى فاعلية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الموجهة للجماهير العربية وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد؟ والذي يتفرع منه مجموعة من الأسئلة الفرعية، حدد الإطار النظري للدراسة الثلاثة الأولى منها، أما السؤالين الرابع والخامس حددهما الباحثان لتبيان الإضافة العلمية الرئيسية لهذه الدراسة، والتي تفترض عدم صلاحية هذا الإطار لقياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال في ظل الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي.

1. ما نوع المعلومات التي تشاركها كل من صفحتي "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم بالعربية" مع الجماهير العربية (جدول الأعمال)؟

2. ما مدى مشاركة الجمهور المتابع للصفحتين لهذه المعلومات (توسيع الوجود)؟
3. كيف تمارس هاتان الصفحتان التأثير من خلال نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه (نشر المعلومات في اتجاه واحد مقابل محادثة ثنائية الاتجاه)؟
4. ما طبيعة تعليقات الجمهور على منشورات الصفحتين (التعليق الإيجابي مقابل التعليق السلبي)؟
5. ما مدى صلاحية الإطار ثلاثي الأبعاد في قياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية في سياق الصراع العربي مع دولة الاحتلال؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس الي تقييم فاعلية الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي الموجهة للجماهير العربية وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد من خلال تحليل صفحتي "أفيخاي أدرعي" و"إسرائيل تتكلم بالعربية"، وفقاً لثلاثة جوانب رئيسية بينها الإطار ثلاثي الأبعاد، وفحص ملائمة هذا الإطار لقياس فاعلية هذا النوع من الدبلوماسية في أوقات الصراع السياسي، ويتفرع عن الهدف الرئيس ما يأتي:

1. معرفة نوع المعلومات التي تستخدمها صفحتي "أفيخاي أدرعي" و"إسرائيل تتكلم بالعربية" والتي تمثل جدول أعمال الصفحتين خلال فترة الدراسة.
2. التعرف على قدرة الدبلوماسية الرقمية على توسيع وجودها من خلال مشاركات الجمهور لمنشوراتها.
3. تبيان الآلية التي تعمل من خلالها الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية على توليد المحادثات.
4. فحص طبيعة تعليقات الجمهور على منشورات الصفحتين.
5. تقديم إضافة علمية جديدة تتضمن استكشاف مدى صلاحية الإطار ثلاثي الأبعاد في قياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية في سياق الصراع العربي مع دولة الاحتلال.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

1. تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية بإضافتها دراسة جديدة للدراسات التي وظفت الإطار الثلاثي الأبعاد في تقييمها لفاعلية الدبلوماسية الرقمية، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى تقييم الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي الموجهة للجماهير العربية من خلال تحليلها لصفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدرعي"، وهي بالتالي تطرق إلى موضوع جديد لم يتم التطرق إليه من قبل وفقاً لهذا الإطار العلمي المحدد.

2. تصنيف الدراسة الحالية للإطار ثلاثي الأبعاد اقتراحاً جديداً يمكنه من قياس ردود أفعال الجمهور المتابع بما يضمن قياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية جوهرياً، وعدم الاكتفاء بالفحص الظاهري السطحي لهذه الفاعلية.

الأهمية التطبيقية: تكمن الأهمية التطبيقية للدراسة في خروجها بتوصيات ومقترحات حول أهمية الدبلوماسية الرقمية ودورها في نشر القضية الفلسطينية، ودحض الرواية الإسرائيلية المزعومة.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في الفضاء الرقمي الخاص بصفحتي "أفيخاي أدرعي" و"إسرائيل تتكلم بالعربية" على الفيسبوك تحديداً، وقد تم اختيار هاتين الصفحتين كونهما أكثر صفحات الاحتلال الناطقة بالعربية متابعة على الفيسبوك حتى تاريخ إجراء هذه الدراسة.

الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية في هذه الدراسة بفترة تحليل منشورات الصفحتين من 13 تشرين أول/ أكتوبر – 13 تشرين ثاني/ نوفمبر من العام 2022، وهي فترة زمنية كافية لتقديم دلالات حول مدى فاعلية الدبلوماسية الرقمية (Bjola & Jiang, 2015).

الإطار النظري للدراسة

أولاً: الدبلوماسية الرقمية

تشير الدبلوماسية الرقمية إلى الاستخدام المتزايد لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الدول من أجل تحقيق أهداف سياستها الخارجية، وتحسين صورتها وسمعتها بين الشعوب المختلفة أو جماهير خارجية محددة. ويقول إيفان بوتير إن الدبلوماسية الرقمية تشير أساساً إلى الممارسات الدبلوماسية من خلال التقنيات الرقمية والشبكات، بما في ذلك الإنترنت والأجهزة المحمولة، وقنوات وسائل الإعلام الاجتماعية (Potter, 2002).

تعتمد الدبلوماسية الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي، حيث تشير آخر الإحصائيات حول الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبية في جميع أنحاء العالم، والتي تنشرها شركة ستاتيسنا Statista، وهي واحدة من الشركات الرائدة في مجال الإحصاءات على شبكة الإنترنت، أنه ومع بداية شهر كانون ثاني/ يناير 2023، كان هناك 5.16 مليار مستخدم للإنترنت في جميع أنحاء العالم، وهو ما يمثل 64.4% من سكان العالم، منهم 4.76 مليار، أو 59.4% يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (Statista, 2023a)، ومن المتوقع أن يرتفع إلى ما يقرب من ستة مليارات في عام 2027 (Statista, 2023b). وحسب الإحصاءات يشكل الفيسبوك أكبر شبكة تواصل اجتماعي من حيث عدد المستخدمين، وقد تجاوز المليار حساب مسجل، و2.7 مليار مستخدم نشط شهرياً، ما يجعله الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية في جميع أنحاء العالم (Statista, 2023b). أما بخصوص تويتر، تشير إحصائيات الربع الثاني من عام 2022، أن هناك 237.8

مليون مستخدم نشط يومياً، ما يشير إلى نمو مطرد في المستخدمين في السنوات الأخيرة. على الرغم من أن نظام التدوين المصغر شائع، إلا أن حجم جمهوره لا يقارن بعملاقة وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، واليوتيوب والواتس آب - وجميعها لديها أكثر من 2 مليار مستخدم نشط شهرياً (Statista, 2022). تشير هذه الإحصائيات إلى الفرصة التي تمنحها وسائل التواصل الاجتماعي للحكومات في الوصول إلى الجماهير الخارجية دون الحاجة إلى إقامة علاقات دبلوماسية رسمية مع الدولة المستهدفة، حيث تسمح هذه التقنيات الحديثة لأي كان بتخطي الحدود الطبيعية.

تُعد دولة الاحتلال من رواد الدبلوماسية الرقمية لحاجتها للخروج من العزلة في العالم العربي، وهو ما عبر عنه المدير العام لوزارة خارجية دولة الاحتلال الإسرائيلي، "يوفال روتم"، حين قال: "إن حاجتنا للدبلوماسية الرقمية نابع من الصراع من أجل البقاء على أكثر من صعيد، إننا في وزارة الخارجية نتطلع إلى قيادة هذا العالم من خلال الدبلوماسية الرقمية." أكد "يوفال روتم" أيضاً أن وزارة خارجيته، أولت اهتماماً كبيراً لتطوير أدائها في مجال الدبلوماسية الرقمية، بهدف تعزيز الحوار مع الشعوب التي لا تستطيع دولته الوصول لها عبر الدبلوماسية التقليدية، ولتحقيق ذلك أنشأت العديد من السفارات الإلكترونية، منها: "منصة إسرائيل في الخليج"، عبر (تويتر). عزز ذلك "يوناثان جونين"، مدير الإعلام الجديد بالعربية في وزارة خارجية دولة الاحتلال، بقوله "هدفنا ليس فقط التفاعل المباشر مع الجماهير، ولكن أيضاً محاولة كسر الصور النمطية عن إسرائيل". يدير قسم الدبلوماسية الرقمية في وزارة خارجية الاحتلال خمس قنوات على منصات الإنترنت المختلفة بست لغات، وما مجموعه 80 حساباً، يديرها جميعاً 25 موظفاً، حيث يدعي مسؤولي هذه الصفحات إنهم يصلون إلى 12 مليون شخص أسبوعياً عبر المنافذ المختلفة (Setton, 2020).

يُعد النشاط الرقمي من أساسيات العمل الدبلوماسي في دولة الاحتلال (Koa, et al. 2024)، وهو ما أكدته "يفتاح كوربييل"، رئيس قسم الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية، بقوله "أصبحت الأنشطة الرقمية نشاطاً أساسياً للوزارة" (Setton, 2020). وبحسبه أيضاً فإن إمكانات الدبلوماسية الرقمية هائلة كأداة عمل لكل دبلوماسي: "الميزة النسبية للدبلوماسي هي أنه يقيم علاقات مع أهم 1000 شخص في الدولة التي يعمل بها. باستخدام الدبلوماسية الرقمية، يمكنه التعرف على 50000 شخص آخر، والتفاعل معهم بشكل مباشر، وإثارة اهتمامهم بما تقدمه "إسرائيل" لهم، وتسخير دعمهم في أوقات الأزمات. هذه المجتمعات التي يقوم كل دبلوماسينا حول العالم ببنائها عبر الإنترنت، تزيد من التأثير الرقمي لوزارة الخارجية، لتعزيز العلاقات، وتعزيز السياحة، والتعاون الاقتصادي، وأكثر من ذلك بكثير" (Kaffka, 2020).

وما يؤكد أهمية الدبلوماسية الرقمية التي تقودها دولة الاحتلال، هو ردود القائمين على صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على زوار الصفحة، فعلى سبيل المثال، بتاريخ 9 أيلول 2020، وفي محض ردهم الرسمي على أحد متابعي صفحتهم على الفيسبوك التي تديرها وزارة خارجية دولة الاحتلال، وبعد تعبيره عن رفض الشعوب العربية للاتفاق التطبيعي مع دولة الامارات، وفي إشارة إلى دور الدبلوماسية الرقمية للاحتلال في اختراق الشعوب العربية، زعموا أن علاقاتهم تبدأ مع

الشعوب العربية قبل حكامها؛ "لقد تغيرت قواعد اللعبة في عصر التواصل الاجتماعي واليوم علاقاتنا مع العالم العربي تبدأ من المستوى الشعبي، قبل ما تنتقل الى المستوى الرسمي" (أنظر صورة 1).



صورة (1): رد صفحة "اسرائيل تتكلم بالعربية" على احد المتابعين بتاريخ 9 أيلول 2020.

وفي تقرير لجهود دوائر الدبلوماسية الرقمية في وزارات الخارجية العالمية للعام 2017 جاءت الولايات المتحدة الأمريكية في المركز الأول عالمياً، وجاءت بريطانيا في المرتبة الثانية، تليها فرنسا، وتبوء الاحتلال الإسرائيلي المركز التاسع عالمياً، وهو مركز متقدم، وعلى مستوى الأفراد تبوأ شخصيات رسمية في الاحتلال الإسرائيلي مراكز متقدمة في المتابعين والمتفاعلين مع حساباتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يظهر المشكلة التي تستدعي الدراسة والتحليل وبالأخص اذا نظرنا لتأخر الدبلوماسية الرقمية في فلسطين (Al-Amoudi, 2018).

ثانياً: الإطار ثلاثي الأبعاد

تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بميزة كبيرة في الاستحواذ على العناوين الرئيسية بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية؛ نظراً لمدى وصولها وتكرارها وقابليتها للاستخدام، وقد تؤدي سهولة وسرعة نشر المعلومات إلى مواقف يشبع فيها الجمهور من تدفقات هائلة للبيانات، والتي بدورها يمكن أن تهدم فعالية الجهود الرقمية للدبلوماسية العامة.

وبناءً على ما تقدم سيقدم هذا البحث إطاراً ثلاثي الأبعاد لدراسة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة الرقمية. حيث تؤثر أبعاد هذا الإطار بشكل متبادل على فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي، وتستخدم لتقييم فعالية الدبلوماسية الرقمية.

وبالتالي، نظراً لأن أحد الأغراض الرئيسية للدبلوماسية الرقمية هو تعزيز أهداف السياسة الخارجية من خلال التأثير على الرأي العام في البلد المضيف، فمن المهم فهم نوع المعلومات التي يتم استخدامها لإعلام الجمهور والتأثير فيه (وضع جدول الأعمال)؟ إلى أي مدى يمكن أن يصل هذا التأثير إلى (توسيع الوجود)؟ وأخيراً، ما هو نوع الآلية التي يمارسها التأثير (نشر المعلومات في اتجاه واحد مقابل المحادثة ثنائية الاتجاه)؟ بهذه الطريقة، لا يمكننا فقط عرض كيفية مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للدبلوماسية العامة، ولكن يمكننا أيضاً شرح الآليات التي تُحدث بها وسائل التواصل الاجتماعي أو لا تُحدث فرقاً في الدبلوماسية العامة (Bjola & Jiang, 2015).

أبعاد الإطار ثلاثي الأبعاد

يتعلق البعد الأول: بوضع جدول الأعمال ومدى تمكين منصات التواصل الاجتماعي للدبلوماسيين من وضع جدول أعمال للنقاش مع جمهورهم المستهدف

لطالما كان نشر المعلومات مهمة مركزية في الدبلوماسية العامة. لكن بالنظر إلى الدبلوماسية الرقمية الجديدة، يعد الإعلام شرطاً أساسياً للتفاعل، لأن الحوار يجب أن يعتمد على الإلمام بالموضوع والتفاهات المشتركة والمصالح المشتركة. يعرف ماكومبس وريبولدز وضع الأجندة على أنه "قدرة وسائل الإعلام الجديدة على التأثير في بروز الموضوعات على الأجندة العامة"، حيث تساعد الدبلوماسية العامة في بناء صورة معينة من خلال توجيه الانتباه إلى موضوعات معينة مع التقليل من أهمية الآخرين من خلال الأخبار المختارة جيداً. وبالتالي، يمكن للدبلوماسيين وضع قضية بارزة وجديرة بالاهتمام لجمهورهم من خلال تقديم معلومات ذات صلة حول هذه القضية بشكل متكرر (Bjola & Jiang, 2015). وهنا تبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه تصور الجمهور من خلال التكتيكات المتعمدة التي قد تساعدهم في تأطير الأحداث بطريقة تسمح للجمهور بتفسير الموقف من وجهة نظر القائم بالاتصال (Koa, 2022).

البعد الثاني: لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي هو توسيع التواجد: إذا كانت الحكومة تهدف إلى تطوير علاقة جيدة مع الجمهور، فعليها أولاً أن تكون ذي صلة مع المجال الخارجي وفي المجال العام. تقليدياً، يتحقق "التواجد" بشكل رئيسي من خلال الاتصال الجماهيري والتبادل الثقافي أو البرامج التعليمية. يوسع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي نطاق الوجود الدبلوماسي

عبر المكان والزمان. فقد أصبح توسيع الوجود شرطاً أكثر أهمية للدبلوماسيين لجعل صوتهم مسموعاً. ومن المرجح أن تتأثر مصداقية وسلطة الدبلوماسيين إذا فشلوا في مواكبة التقنيات الرقمية المتغيرة باستمرار. لن يتم سماع رسالتهم فحسب، بل سيخسرون أيضاً (Bjola & Jiang, 2015).

البعد الثالث والأخير هو توليد المحادثة، لم يعد من الممكن أن تكون الدبلوماسية العامة الجيدة قائمة على المونولوج بل يجب أن تكون قائمة على الحوار. يجب أن تسهل الاتصال ثنائي الاتجاه أو متعدد الاتجاهات بين الأطراف وتحفيز مبادرات التعاون. وسائل التواصل الاجتماعي، بميزتها التفاعلية، لديها الكثير لتقدمه في هذا الصدد لأنها يمكن أن تولد حواراً شبه مستمر بين الدبلوماسيين والجمهور. تسمح المحادثات ثنائية الاتجاه للدبلوماسيين بإعادة تعديل تركيز جدول أعمالهم، وتقليل المعلومات المضللة وتعزيز التفاهم المتبادل. هذه هي الميزة الخاصة التي تمكن وسائل التواصل الاجتماعي من تحقيق هدف الدبلوماسية العامة بطريقة مختلفة عن الأساليب التقليدية (Bjola & Jiang, 2015).

سيستخدم هذا الفصل هذه الأبعاد الثلاثة لتقييم فعالية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الموجهة للجمهور العربي وذلك بمقارنة بين صفحة إسرائيل تتحدث بالعربية وصفحة أفيخاي أدري لدراسة خلفية النقاش العام بشأن أبرز الأحداث التي حدثت في المنطقة، وكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإسرائيلي للأغراض الدبلوماسية العامة، سواء من حيث الأهداف أو الأساليب، حيث ركزت هذه الصفحات اجندتها على المواضيع التالية وهي: (1) تجميل صورة إسرائيل وإخراجها بصورة جذابة أمام المتابع العربي، (2) الحديث عن الجانب الإنساني للجيش الإسرائيلي والتأكيد باستمرار على سعي إسرائيل للسلام والمحبة، وبجانب هذان الهدفان فقد ركزت الصفحتان خلال فترة الدراسة على: (3) الترويج لتوقيع الاتفاقيات السلام مع الدول العربية المجاورة، (4) الترويج للانتخابات الإسرائيلية، (5) الترويج لمجموعة عربين الأسود ووصفهم بالإرهابيين والمخربين. إضافة إلى اكتساب صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية وصفحة أفيخاي أدري الشهرة والتوثيق عبر منصة الفيسبوك بناءً على ذلك يمكن ان يساعد في توسيع الجمهور وتحقيق دعم وتأييد عربي فإذا نجح دعم الجمهور سينجح البعد الثالث للإطار وهو توليد المشاركة.

الدراسات السابقة

في هذا القسم تم عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، حيث تم ترتيب هذه الدراسات ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وتبعها تعقيب على الدراسات جميعاً، وكيفية الاستفادة منها في هذه الدراسة.

Koa, et al. (2023): تغطية صفحات الناطقين الاعلاميين باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي لقضية تحرير الاسرى الفلسطينيين الستة من سجن جلبوع المحصن. هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية تغطية صفحات الناطقين الاعلاميين باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، وتحديد صفحاتي "المنسق، وأفيخاي أدري" على الفيسبوك لقضية تحرير الاسرى الفلسطينيين الستة من سجن جلبوع، والتعرف على أهم الموضوعات التي تناولتها وكيف عملت على توظيفها وتأطيرها.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون، بالاعتماد على عينة المسح الشامل لمنشورات الصفحتين خلال الفترة الممتدة من 6 سبتمبر/ أيلول 2021، وحتى 30 نوفمبر/ كانون الأول 2021.

خلصت الدراسة لعدد من النتائج؛ كان أهمها أن هذه الصفحات تستخدم الأطر الإعلامية لتشويه صورة الأسرى الفلسطينيين، وأكثر تلك الأطر استخداماً كان الإطار الاستراتيجي بنسبة 40% في محاولة لإبراز قوة جيش الاحتلال في ملاحقة الأسرى، والتصدي لفصائل المقاومة الفلسطينية، وجاء ثانياً الإطار العام بنسبة 15% والذي من خلاله تم بث خبر تحرير الأسرى في قالب إغلاق المعابر نتيجة للأوضاع الأمنية السائدة، وتلاها إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة 11% من خلال الاستدلال بأقوال ومقتبسات لها وقعها الأخلاقي لدى أفراد المجتمع، ثم إطار الصراع بين حكومة الاحتلال وفصائل المقاومة الفلسطينية بنسبة 10%، وبالمرتبة الأخيرة برز إطار المسؤولية وإلقاء اللوم على فصائل المقاومة في استمرار معاناة الفلسطينيين، والإطار الإنساني، وإطار النتائج الاقتصادية وانعكاساته السلبية على الفلسطينيين وحدهم جراء إغلاق المعابر، حيث حصلت هذه الأطر الثلاث على النسبة نفسها، وهي 8%.

Manor & Yrachi (2023): من العالمي إلى المحلي والعكس: الاتصالات الرقمية لوزارات الخارجية أثناء كوفيد-19. في الأونة الأخيرة، اقترح العلماء أن وزارات الخارجية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لممارسة الدبلوماسية الرقمية المحلية لأنها تتفاعل مع المواطنين المحليين، وليس السكان الأجانب. هذه الدراسة استكشفت ممارسة الدبلوماسية الرقمية المحلية أثناء جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19). بين تحليل أنشطة الفيسبوك لثمان وزارات خارجية (وزارة الخارجية لدولة الاحتلال الإسرائيلي، المملكة المتحدة، ألمانيا، نيوزلندا، الدنمارك، النمسا، السويد، وفرنسا) من آذار إلى تموز 2020 (1787 منشوراً)، إلى أنه بمجرد اندلاع الوباء، كانت منشورات الدبلوماسيين على الفيسبوك موجهة محلياً، واستهدفت المواطنين في الدولة نفسها على عكس ما هو مفترض، حيث تستهدف الدبلوماسية بشكل عام المواطنين الأجانب.

جادلت الدراسة أن وزارات الخارجية رأت في الوباء فرصة لتطوير جمهور محلي من شأنه أن يساعد في حماية دورها داخل الحكومات. على عكس الدبلوماسية الرقمية التقليدية، نفترض هذه الدراسة أن الدبلوماسيين ربما استهدفوا مواطنيهم لإثبات مساهمة وزارة الخارجية في الجهود الوطنية لوقف انتشار فيروس كوفيد-19، وتقديم معلومات تتعلق بالسفر، وإعادة المواطنين إلى بلدانهم، وطمأنة المواطنين على ذلك، على الرغم من أن الآليات الدبلوماسية المستخدمة لإدارة الأزمات كانت لا تزال قائمة، مثل التحالفات والمشاريع الخارجية. وجد التحليل الإحصائي أنه مع تقدم الوباء واعتياد المواطنين على واقع جديد، أعادت وزارات الخارجية استهداف السكان الأجانب، وانتقلت من المحلية إلى العالمية. وجد التحليل الإحصائي أيضاً وجود معدلات مشاركة عالية مع منشورات فيسبوك المحلية ما يشير إلى أن وزارات الخارجية تجتذب متابعين محليين عبر الإنترنت.

Bjola & Coplen (2023): الدبلوماسية الرقمية في زمن جائحة فيروس كورونا: دروس وتوصيات. حللت هذه الدراسة التدخلات الرقمية للعديد من وزارات الخارجية في مجالات واسعة منحتها هذه الوزارات الأولوية أثناء الوباء: إدارة الأزمات؛ التعاون الدولي؛ استمرارية السياسة الخارجية؛ مكافحة التضليل؛ والابتكار الرقمي، حيث طرح الوباء أسئلة جديدة للدبلوماسيين في كل من هذه المجالات: كيف يمكن استخدام الأدوات الرقمية على أفضل وجه لإدارة اتصالات الأزمات؟ وكيف يمكن للجمهور عبر الإنترنت تلقي هذه التدخلات الرقمية؟ ما هي أشكال التعاون الرقمي التي قد تظهر في سياق الوباء؟ وكيف يمكن لهذه الأساليب أن تعزز الأشكال الحالية للتعاون؟ كيف يمكن لوزارات الخارجية أن تواصل تطوير أجهزتها السياسية من خلال المشاركة الافتراضية؟ كيف تغيرت المعلومات المضللة خلال الوباء؟ وما هي الأساليب الجديدة الأكثر فعالية في مواجهة انتشاره؟ ما هي الابتكارات الرقمية التي اعتمدها وزارات الخارجية أثناء الوباء، وكيف يمكن أن تؤثر هذه التغييرات على طبيعة عملهم للمضي قدماً؟ وكيف ستؤثر تكيفات حقبة كوفيد-19 على الدبلوماسية الرقمية في عالم ما بعد الوباء؟ اعتمدت الدراسة على ثلاثة مصادر رئيسية لتوضيح ومعالجة هذه الأسئلة. أولاً، مراجعة الدراسات الرئيسية الناشئة حول دبلوماسية الوباء والتكيفات المكونة لها في كل مجال، مع توضيح المفاهيم الأساسية وأهميتها. ثانياً، أخذ أمثلة على التدخلات الرقمية البارزة في أسلوب وزارات الخارجية من منشورات وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأخرى التي تم إنتاجها في الفترة من 1 آذار/مارس إلى 1 أيلول/سبتمبر 2020، خلال الموجة الأولى من الوباء.

بينت الدراسة أن التجاذب بين الرسائل الرقمية الوطنية والعالمية، ونمو شبكات الجهات الفاعلة غير الحكومية كشركاء في الحوكمة العالمية والدبلوماسية الرقمية بين الحاجة للإصلاح الجماعي للدبلوماسية، وخاصة الدبلوماسية الرقمية، للتغلب على التحولات مثل كوفيد-19 والتكيف معها. وعليه يجب أن تعمل وزارات الخارجية على ترقية أنظمة الاستجابة للأزمات واتصالات الأزمات، واختبارها على نطاق واسع، وأن يعمل القادة الدبلوماسيون وموظفونهم على تجنب رسائل إلقاء اللوم في حالات الأزمات، وبدلاً من ذلك يضعون الدبلوماسية الرقمية حول موضوعات التعاون والتضامن الدوليين. وفي هذا الصدد، يجب على الدبلوماسيين العمل على تطوير الروابط بين أهداف السياسة والأوضاع الطارئة - بناء رسائل إبداعية تتحدث عن الاهتمامات العامة، دون التضحية باستمرارية الحملات الرقمية. كما يجب على وزارات الخارجية أن تراقب بشكل استباقي المساحة المتاحة عبر الإنترنت لروايات المعلومات المضللة الناشئة، وأن تقر بأن هذا قد لا يتطلب تحليل مخرجات الوسائط فحسب، بل يتطلب أيضاً الاتصالات الرقمية لهيئات وزارات الخارجية الأخرى التي قد تشارك في الترويج للمعلومات المضللة لأسباب استراتيجية. أخيراً، يجب على الدبلوماسيين العمل في المستقبل القريب لتطوير ومشاركة الروابط بين أنشطة وزارة الخارجية والشركاء الدبلوماسيين غير التقليديين مثل المؤسسات الثقافية والشبكات الفرعية / عبر الوطنية.

Erpul (2023): الدبلوماسية الرقمية والمجتمع الدولي في عصر الشعوبية. في العقود الأخيرة، وسعت الدول جهودها الدبلوماسية للانخراط مع المجتمع الدولي وجماهيرها المحلية كأداة

لإضفاء الشرعية. مع ظهور الإنترنت، بلغ هذا الاتجاه ذروته في تفاعلات عامة منتظمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. في حين أن الإنترنت يقدم وسيلة أخرى للدبلوماسيين لتوصيل رسائل إيجابية تتوافق مع أهداف ونطاق الدبلوماسية التقليدية، فإن وسائل التواصل الاجتماعي توفر أيضاً للديمقراطيات الشعبية والدول الاستبدادية الفرصة لبث رسائل مسببة، ومسببة للانقسام، ودعاية، وشخصية تهدف إلى الاستهلاك المحلي، التي تتعارض مع أغراض الدبلوماسية. هدفت هذه الدراسة إلى المساهمة في المناقشة الجارية حول الآثار السلبية المحتملة لاستخدام الدبلوماسيين للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال استكشاف ممارسات ووسائل التواصل الاجتماعي للحكومة التركية.

بينت الدراسة أن تركيا تقدم دراسة حالة مناسبة كدولة أظهرت عناصر الشعبية والاستبداد وإضفاء الطابع الشخصي على السياسة، بينما تعرض أيضاً أمثلة وفيرة للتفاعلات الدبلوماسية السلبية على وسائل التواصل الاجتماعي، والناجمة عن تقلبات علاقاتها مع القوى الكبرى والحلفاء على حد سواء. على الرغم من أن المحتوى السلبي يعد ضار بروح الدبلوماسية، إلا أنه جزء من الحياة الدولية، بقدر ما هو جزء من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يلعب المحتوى المشحون عاطفياً دوراً مهماً في توصيل المعلومات المضللة والدعاية، والترويج بشكل غير مباشر للخطاب غير المدني. من منظور مؤسسي، تشير النتائج إلى أن هذا النوع من الطبيعة غير الشخصية والشبيهة بالنشرات لوسائل التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الخارجية يلقي اهتماماً أقل بناءً على تفاعلات تويتر. في حين أنه ليس مفاجئاً بالنظر إلى الاتجاه المتزايد نحو التخصص، يمكن الاستنتاج أن وزارة الخارجية (الوزارات بشكل عام) في مثل هذه الحالة يمكن أن تعزز وجودها على الإنترنت من خلال إنشاء محتوى فريد مصمم لتكرار وتعزيز الخطابات الإيجابية. وطالما أن الحساب المؤسسي يمكن أن يكون له صدى عاطفياً وشخصياً، فإنه سيعزز مصداقية المؤسسة وشعبيتها، وحتى يظهر للجماهير كمصدر أكثر حيادية وموثوقية للمعلومات ومنتدى للمشاركة العامة.

Alrantisi, et al. (2022): استخدام الدبلوماسية الرقمية في الخطاب الإسرائيلي للتأثير على الرأي العام العربي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2021. بالتزامن مع اندلاع ثورات الربيع العربي، عززت دولة الاحتلال الإسرائيلي وجودها الدبلوماسي الرقمي. واعتبرت دولة الاحتلال الإسرائيلي ما يجري على أنه فرصة لاخترق الرأي العام العربي، لتحقيق ما عجزت عن تحقيقه على مدى عقود من خلال التواصل مع الشعوب العربية والتأثير في مواقفها تجاه الصراع العربي الإسرائيلي. وبناءً عليه، ناقشت هذه الدراسة بشكل أساسي استخدام الدبلوماسية الرقمية في الخطاب الإسرائيلي للتأثير على الرأي العام العربي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2021. استخدمت الدراسة نهج تحليل المحتوى لفحص محتوى المنشورات التي نشرتها صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" على موقع "فيسبوك" للكشف عن الأطر المرجعية للخطاب الدبلوماسي الرقمي لدولة الاحتلال الإسرائيلي، والقوى الفاعلة داخل المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي. اعتمدت الدراسة على عينة قصدية مدتها 12 يوماً (من 10-21 أيار/مايو 2021)، وبلغت (120) منشوراً. وخلصت الدراسة إلى أن صفحة "إسرائيل

تتكلم العربية" تستخدم خطاب دبلوماسي رقمي احترافي. كما اعتمدت على أساليب التنميط والتأطير في منشوراتها بهدف التأثير على الرأي العام العربي والسيطرة على وعيه لتمرير الرواية الإسرائيلية، وتعميق الفجوة بين المقاومة الفلسطينية والرأي العام العربي من خلال تأطير المقاومة الفلسطينية بالإرهاب.

Al-Halabi (2022): **توظيف الدبلوماسية الرقمية الرسمية في التنافس التركي - المصري: ليبيا "أنموذجاً" (2011-2020).** هدفت الدراسة إلى البحث في مدى توظيف الدبلوماسية الرقمية في التنافس التركي المصري في ليبيا، وتكمن مشكلة الدراسة في الوقوف على مدى قدرة كل من النظامين التركي والمصري خلال تنافسهما على الساحة الليبية، على توظيف الدبلوماسية الرقمية الرسمية لتحقيق أهدافهما السياسية والأمنية والاقتصادية، بالتوازي مع ممارستهما الدبلوماسية التقليدية، والتعرف على أثر هذا التوظيف بالغ الأهمية في تحقيق نتائج تخدم مصالحهما وأهداف سياستيهما الخارجية. وظفت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل عدد من الصفحات الرسمية التركية والمصرية على فيسبوك وتويتر، في الفترة (2011م-2021م)، وذلك من خلال تحليل المنشورات والتغريدات مسحاً شاملاً. واستندت الدراسة أيضاً إلى نظرية الصراع، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أن الدبلوماسية الرقمية تعد سبيلاً جديداً لحل القضايا العالمية المعاصرة من خلال إتاحة فرص للمناقشات بين الدول. بينما أوصت الدراسة بضرورة صياغة الدول استراتيجيات للدبلوماسية الرقمية، بحيث توضع في أولويات العمل الدبلوماسي كأداة من أدوات القوة الناعمة لتنفيذ السياسات الخارجية.

Al-Osaimi (2021): **مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية خلال العقدين القادمين في ظل التحولات الدولية الراهنة.** هدفت الدراسة إلى استشراف مستقبل الدبلوماسية الرقمية في المملكة العربية السعودية من خلال بوضع تصور لهذا المستقبل وحاجاته استناداً إلى ماضيه وواقعه، ومن خلال تحليل الأوضاع الدولية الراهنة. تمثلت مشكلة الدراسة في تحديد معالم مستقبل الدبلوماسية الرقمية في المملكة العربية السعودية، وتبيان الدور الذي يمكن من خلاله أن تتمكن المملكة من التأثير الإيجابي على شعوب الدول الأخرى من خلال التقنية، كما تدرس تأثير التحولات الدولية الحالية في مستقبل الدبلوماسية الرقمية. استخدمت الباحثة المنهج الكمي والكيفي حيث قامت باستخدام المقابلات المعمقة وأسلوب دلفي كأداة للبحث والعينة العرضية والقصدية. كشفت النتائج إلى أن الواقع الحالي لعمل مركز التواصل الدولي تركز في ثلاثة جوانب؛ واحدة من هذه الجوانب ان مركز التواصل الدولي يستعرض مستجدات التطور في المملكة العربية السعودية في مختلف المجالات. أوصت الباحثة بإنشاء وحدة لتقييم أداء الدبلوماسية الرقمية في الدولة تضم أفراد من مختلف التخصصات والمستويات، بغرض متابعة عمليات التقييم ومراقبة الأداء، مع توفير كافة التدريبات والإرشادات والصلاحيات اللازمة لهم، وترفع تقاريرها وتوصياتها مباشرة لوزارة الخارجية ووزارة الإعلام.

Aggestam, et al. (2021): **الدبلوماسية الرقمية النسوية وتغيير السياسة الخارجية في السويد.** هدفت الدراسة إلى معرفة الطرق التي سعت بها السويد لتعزيز القيم النسوية في

ممارسة السياسة الخارجية من خلال ممارسة الدبلوماسية الرقمية، وبشكل أكثر تحديداً، حلت كيف أن إطلاق السياسة الخارجية النسوية السويدية كان بمثابة تغيير في الجهود الدبلوماسية الرقمية للبلاد، من خلال تحليل المستندات المتاحة على المواقع الإلكترونية الرسمية للمكاتب الحكومية في السويد ووزارة الشؤون الخارجية. أظهرت نتائج الدراسة إلى أن السويد استغلت نافذة من الفرص في السياسة العالمية، ما أدى إلى تطوير دبلوماسية رقمية نسوية جديدة. استندت الميزة التنافسية للسويد إلى القيادة السياسية التحويلية القوية في السياسة الخارجية، ونسوية الدولة، والمشاركة المبكرة للإدارة الدبلوماسية الرقمية لصورتها الحكومية على الإنترنت.

Danziger & Schreiber (2021): الدبلوماسية الرقمية: إدارة الصورة في حسابات تويتر لوزارات الخارجية. بافتراض أنه يمكن النظر إلى الدول على أنها جهات فاعلة اجتماعية ومتعمدة ومتصلة، قدمت هذه الدراسة منظوراً اجتماعياً براغماتياً لدراسة الدبلوماسية الرقمية من خلال مقارنة ثلاث دول تحاول بنشاط جذب المجتمع الدولي مع الحفاظ على حرية التصرف: دولة الاحتلال الإسرائيلي، وروسيا، وتركيا. هدفة الدراسة إلى تحليل كيفية استخدام وزارة الشؤون الخارجية لكل دولة لحساب تويتر الخاص بها للتفاعل مع الجهات الفاعلة الأخرى في الساحة الدولية وإدارة الصورة. باستخدام التحليل الكمي للمحتوى، حلت الدراسة 597 تغريدة من أجل تحديد موضوعاتها ووظائفها الواقعية. بينت الدراسة أن الحسابات الثلاث لوزارات الخارجية الثلاث غردت في الغالب حول التعاون بين الدول والشؤون الدولية (52٪)، وأن الوظيفة المهيمنة لتغريداتهم كانت تقديم الوجه الإيجابي للدولة (45٪). ومع ذلك، اختلفت الحسابات الثلاثة في فهمهم للمنصة الرقمية والاستراتيجية التفاعلية التي فضلوا نشرها في متابعة أهداف سياستهم الخارجية. خلصت الدراسة إلى أن تويتر يتيح تنفيذ السياسة الخارجية للدولة في مخاطبة جماهير متعددة.

Koa (2021): استراتيجيات الاتصال لكسب القلوب والعقول: دراسة حالة لحملات التواصل السياسي للإخوان المسلمين بعد سقوط مرسى. بحثت هذه الدراسة في كيفية محاولة الحركات الاجتماعية إصلاح الصورة وكسب قلوب وعقول الجمهور من خلال حملاتها على المنصات الرقمية، واتخذت من حملات الاتصالات السياسية لجماعة الإخوان المسلمين بعد يوليو 2013 نموذجاً. اعتمدت الدراسة على تحليل محتوى بيانات جماعة الإخوان المسلمين المنشورة باللغة العربية على منصات التواصل الاجتماعي خلال فترة خمس سنوات، أي بين 3 تموز/يوليو 2013 و2 تموز/يوليو 2018، وعددها 293 بياناً، كما استخدمت مجموعة من الصور المرئية أيضاً لدعم التحليل. بالنظر إلى نظرية الحركة الاجتماعية، تكشف دراسة الحالة هذه أنه يمكن استخدام التأييد الاستراتيجي كاستراتيجية لكسب قلوب وعقول الجمهور المستهدف وإصلاح الصور المشوهة، وأن الشرعية هي مورد أخلاقي مهم يكمن في قلب حملات التواصل للحركات الإسلامية.

بينت الدراسة أنه كجزء من استراتيجيتها لكسب القلوب والعقول وإضفاء الشرعية على نفسها في أعين الجمهور، ومن خلال المنصات الرقمية، أطرت جماعة الإخوان نفسها كحركة شعبية من خلال تأطير نفسها على أنها تتحدث نيابة عن الجمهور، حيث أنه بدلاً من استخدام كلمة "الإخوان" في تصريحاتهم، تستخدم الجماعة كلمة "الشعب". وهذا يساعد الحركة على الظهور

أقرب إلى الناس ويعزز هويتها كحركة شعبية تمثل كل المصريين. اعتمدت جماعة الإخوان المسلمين أشكالاً مختلفة من استراتيجية "قنابل الحب love-bombing" لكسب أتباع جدد وزيادة شعبيتها، من خلال تأطير نفسها على أنها تهتم بالناس ومصالحهم، بينما تقدم منافسيها على أنهم يهتمون فقط بمصالحهم الخاصة. ومن الاستراتيجيات الأخرى التي اتبعتها الحركة على المنصات الرقمية هو محاولتها تقديم نفسها كحركة "إلهية" في أكثر من ثلث بياناتها العامة لتضفي على رسالتها إحساساً بالفدر، ولكنه يجعلها تبدو متواضعة وجديرة بالثقة لمن لديهم انتماءات دينية، ويوفر لاتباعها وداعميها والأعضاء النشطين الشعور بالفخر بالانتماء إلى المجموعة "الصحيحة". بمعنى آخر، يتم استخدام مفهوم "الحركة الإلهية" لغرس الشعور بالهدف والشرعية والتمكين، والذي يعتبر شكلاً من أشكال خطاب التأليه في السياسة، ما يجعل فكرة ما تبدو مقدسة، وبالتالي، تتجاوز كل قانون أو منطق.

Ittefaq (2019): الدبلوماسية الرقمية عبر الشبكات الاجتماعية: تحليل عبر الوطني للاستخدام الحكومي للفيديو وتويتر للمشاركة الرقمية. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) من قبل أكبر دولتين في جنوب آسيا (باكستان والهند)، حيث اختارت الدراسة 10 حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي المسؤولين حكوميين. اعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي ومنهج البحث المقارن. استخدمت نظرية الاتصال الحواري. أظهرت النتائج إلى عدم وجود تفاعل رقمي وحوار بين الدوائر الحكومية والجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بالمقارنة مع كل دولة. كما أوصت الدراسة بدراسة استراتيجيات الاتصال والمواضيع التي تمت مناقشتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وإجراء مقابلات مع المسؤولين للحصول على نظرة ثاقبة الاستراتيجيات ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.

Dwikat (2020): الصراع العربي-الإسرائيلي في الخطاب السياسي للناطق الرسمي للجيش الإسرائيلي. هدفت الدراسة إلى تحليل الأسلوب واللغة التي تبناها أدرعي من خلال صفحته على منصة الفيديو بالاعتماد على منهج تحليل الخطاب بالاستعانة بأداتي تحليل المعاني الكامنة لنصوص المنشورات وتحليل الصور والفيديو. بينت النتائج أن أدرعي استخدم أسلوب البعد الديني في استمالة جمهوره من العرب، والأسلوب الإقناعي والتبريري، وكذلك أسلوب البعد الإنساني، وأسلوب إبراز القوة العسكرية لجيشه، بالإضافة إلى استخدامه أسلوب التحريض ضد الفلسطينيين بوصفهم "بالمخربين" وتشويه صورتهم. كما بينت الدراسة إلى أن شخصية أدرعي غير العادية وكونه شغل مناصب عديدة في جيش الاحتلال، سمحت له أن يمارس العمل الدعائي المدروس والمخطط، "فاللغة والأساليب الاستفزازية المغلفة بالكلام المعسول في منشوراته، استطاعت مساس المشاعر الإنسانية والاجتماعية والدينية والسياسية للمتلقين وقد غلب عليها التعليقات السلبية، أيضاً والتي كانت سبباً في ازدياد عدد الإعجابات والتعليقات في صفحته".

Subaih & Samir (2018): الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: صفحة أفيخاي أدرعي نموذجاً. هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي من خلال صفحة "أفيخاي أدرعي" على منصة الفيديو والتعرف على المعاني الكامنة

فيها وتحليل دلالات الصور المنشورة خلال فترة شهر امتدت من 1 - 31 يونيو/ حزيران 2018، بالاعتماد على أداة تحليل الخطاب .

بينت نتائج الدراسة ان ادري يدعي إظهار الحرص الدائم على سلامة المدنيين باستعراض المساعدات التي يقوم بها جنوده للمدنيين الفلسطينيين، وتبرير استهداف بعض المدنيين الفلسطينيين بوصفه العمليات العسكرية التي يقوم بها جيشه برده الفعل تجاه ما تقوم به المقاومة الفلسطينية. وقد بينت نتائج الدراسة أيضاً تركيز أدري على اتهام حركة حماس "بالإرهاب" المدعوم من إيران ولبنان، وأنها تعمل على تخفيف مصالحتها، وبالتالي عمل على تحميل الحركة وحدها مسؤولية ما آل إليه قطاع غزة من حصار ودمار ومعاناة، بينما يعيش قادتها في حياة فاره بعيداً تماماً عن معاناة الفلسطينيين.

التعقيب على الدراسات السابقة

ركزت الدراسات السابقة على الاهتمام بموضوع الدبلوماسية الرقمية، واستخدام المنصات الرقمية للتواصل مع الجماهير المختلفة، وما لها من آثار سياسية، وكيفية توظيف الدبلوماسية الرقمية بعدد من القضايا السياسية للدول، وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بحدثة القضية التي تتناولها، ما يمنح الدراسة أهمية خاصة ومكانة مميزة كواحدة من الدراسات التي اهتمت بفاعلية الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الاسرائيلي من خلال الإطار ثلاثي الأبعاد. تضيف الدراسة الحالية إلى الدراسات السابقة من خلال توفير دراسة علمية تعزز ما سبقها من دراسات من منظور ثلاثي الأبعاد، وتسهم في إضافة قضية بحثية جديدة، وتجربة جديدة أيضاً في الدراسة والتحليل. وفي حين أن الدراسات السابقة لم تتطرق لنقد الإطار ثلاثي الأبعاد، وبحث مدى ملاءمته لقياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية في أوقات الصراع، فإن الدراسة الحالية تسعى لتقديم إضافة نوعية جديدة لهذا الإطار من خلال تحليل تعليقات المتابعين لصفحات دولة الاحتلال الإسرائيلي في مسعى لتبيان قصور هذا الإطار في تقديم قياس حقيقي لفاعلية الدبلوماسية الرقمية.

منهجية الدراسة وأداتها

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي للإجابة على أسئلة الدراسة، من خلال أداة تحليل المحتوى، حيث تم جمع المنشورات على صفحتي الفيسبوك "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" خلال فترة الدراسة المتمثلة بشهر كامل من 13 تشرين أول/ أكتوبر - 13 تشرين ثاني/ نوفمبر من العام 2022، وهي فترة زمنية كافية لتقديم دلالات حول مدى فاعلية الدبلوماسية الرقمية من منظور الاطار ثلاثي الأبعاد (Bjola & Jiang, 2015).

مجتمع الدراسة

تم جمع 85 منشوراً من كلتا الصفحتين خلال الفترة الزمنية التي تغطيها الدراسة.

عينة الدراسة

استخدمت الدراسة الحالية عينة المسح الشامل، واشتملت على 33 منشوراً في صفحة "أفيخاي أدري" و52 منشوراً لصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" خلال فترة الدراسة المذكورة

أعلاه. وتُعد عينة المسح الشامل من أكثر العينات تمثيلاً لمجتمع الدراسة كونها توفر مقياساً حقيقياً لمجتمع الدراسة، حيث لا تحتوي على خطأ في أخذ العينات (Marshall, 2023, p. 131).

استمارة التحليل

- تم تحديد فئات التحليل وفقاً للإطار ثلاثي الأبعاد، وشملت الاستمارة الفئات الآتية:
- **جدول الأعمال:** لمعرفة نوع المعلومات التي قدمتها الصفحتين عبر منصة الفيسبوك.
- **توسيع الوجود:** مشاركة المنشور من قبل الجمهور لمعرفة ما إذا نجحت الصفحات في تحقيق أهدافها وغايتها.
- **توليد المحادثات:** وتبحث في التعليقات لمعرفة التفاعل بينها وبين متابعيها، والردود التي قامت كلتا الصفحتين على تعليقات الجمهور.
- **طبيعة التعليقات:** وتم تقسمها إلى الفئات الآتية:

1. **التعليقات السلبية:** وهي التعليقات التي تحتوي على معاني سلبية، مثل استخدام لغة هجومية قاسية، أو تلك التي تحتوي نقداً للقائم بالاتصال (Khusumadewi & Rodiana, 2020). وقد تبني الباحثان هذا التعريف في استمارة التحليل، وأضافا إليه الردود التي تحتوي على شتائم مباشرة للقائم بالاتصال وسياسته وممارساته.
2. **التعليقات الإيجابية:** وهي الردود التي تتميز بنوع من التشجيع، بحيث تحتوي على معاني مدح وشكر وتشجيع (Khusumadewi & Rodiana, 2020). وقد تبني الباحثان هذا التعريف في استمارة التحليل، وأضافا إليه الردود التي تحتوي على تأييد لوجهة نظر القائم بالاتصال وسياسته وممارساته.
3. **التعليق المحايد:** هو التعليق الحيادي، أو المتوسط بين الطرفين، ولا يميل إلى طرف دون الآخر (Khusumadewi & Rodiana, 2020). وقد تبني الباحثان هذا التعريف في استمارة التحليل، وأضافا إليه الردود التي تحتوي على التهنية أو تقديم التحية، وتلك الردود التي تحتوي على روابط ترويجية إلى صفحات أخرى.

وقد اعتمد الباحثان في اختيار التعليقات التي تم تصنيفها وفقاً لفئات أعلاه على العينة العشوائية البسيطة، حيث تم اختيار منشورين من منشورات كل أسبوع في كلتا الصفحتين بطريقة القرعة، بعد ترقيم جميع المنشورات في مجتمع الدراسة لكل صفحة، أي المنشورات الواقعة في الفترة ما بين 13 تشرين الأول/أكتوبر إلى 13 تشرين الثاني/نوفمبر في كلا الصفحتين، واختيار المفردات بشكل عشوائي من عدة أوعية وضعت فيها أرقام المنشورات الأسبوعية لكل صفحة على حدى (Rassel, et al. 2020)، وبذلك تم تحليل ما مجموعه 35425 من التعليقات على صفحة "أفيخاي أدري"، و24009 على صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية".

مصادقية تحليل المحتوى

بعد انتهاء الباحثان من ترميز البيانات وفقاً لاستمارة تحليل المحتوى، استعانا بباحث آخر للتأكد من ثبات النتائج، حيث عمل على ترميز ما نسبته 21% من المنشورات التي تم تحليلها أي ما مجموعه 18 منشوراً، و5% من التعليقات على كل صفحة أي ما مجموعه 1771 تعليقا على صفحة "أفيخاي أدري"، و1200 تعليقا على صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، حيث أوصى بعض الباحثين بتحليل عينة فرعية تتراوح بين 10% و25% من البيانات لقياس الموثوقية البيئية (Wimmer & Dominick, 2013)، وأوصى آخرون بعينة تتراوح بين 5-7% (Kaid & Wadsworth, 1989)، حيث استخدم الباحثان معادلة Coefficient Kappa التالية لقياس نسبة التطابق مع الباحث الآخر:

$$Kappa = Po - Pe / 1 - Pe = 1 - (1 - Po / 1 - Pe)$$

حيث p_o هو الاتفاق بين المقيمين، أما p_e فهو الاحتمال الافتراضي لاتفاق الصدفة، وفي حال كان المقيمون في اتفاق كامل فإن $k = 1$ وهي أعلى قيمة يُمكن الحصول عليها وتشير إلى المثالية، وعلى العكس من ذلك عندما تكون قيم $k = 0$ ، يشير ذلك إلى عدم توافق المقيمين كلياً (Cohen, 1960)، وقد حققت نتيجة فحص $inter-coder Kappa$ للدراسة الحالية لكل من وضع الأجندة، توسيع الوجود، توليد المشاركات، وطبيعة التعليقات ما نسبته 100% من التوافق، والذي يعتبر مثالياً (Burla, et al. 2008). وقد تعود نسبة التطابق المثالية بين المقيمين لصغر مجتمع الدراسة من الأصل، ومن ثم العينة المختارة لقياس التوافق، ولطبيعة التعليقات السلبية في مجملها تقريباً، ولوضوح عدد مشاركة الجمهور للمنشورات التي لا تحتاج إلى جهد كبير لإحصائها.

النتائج ومناقشتها

هدفت هذه الدراسة الي تقييم فاعلية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية الموجهة للجماهير العربية وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد من خلال مقارنة صفحتي "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم بالعربية"، وفقاً لثلاثة جوانب رئيسية بينها الإطار ثلاثي الأبعاد، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة وهذه الجوانب، ومناقشتها.

جدول الاعمال: المعلومات التي تستخدمها كل من صفحة "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم بالعربية" لإعلام الجماهير العربية والتأثير عليهم. حيث تم تصنيف منشورات صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"صفحة أفيخاي أدري" إلى أربعة مواضيع أساسية تتعلق بأهداف هذه الصفحات، وهي: تجميل صورة دولة الاحتلال وإخراجها بصورة جذابة وإيجابية أمام المتابع العربي؛ سعي دولة الاحتلال للسلام والمحبة والترويج لتوقيع الاتفاقيات السلام مع الدول العربية المجاورة؛ الترويج لجيش الاحتلال الإسرائيلي من خلال إبراز الجوانب الإنسانية، الفكاهية، القوة، الشجاعة، الأمان والدفاع؛ تشويه صورة الفلسطينيين، ووصفهم بالإرهابيين والمخربين. جدول (1) يبين هذه الموضوعات وتكراراتها ونسبها.

جدول (1): جدول اعمال صفحة افياخي أدري و صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية.

صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية		صفحة افياخي أدري		الموضوع
%	التكرار	%	التكرار	
49.6%	50	16.6%	11	تجميل صورة إسرائيل واخراجها بصورة جذابة أمام المتابع العربي
46.6%	47	33.4%	22	سعي دولة الاحتلال للسلام والمحبة والترويج لتوقيع الاتفاقيات السلام مع الدول العربية المجاورة
0.99%	1	34.8%	23	الترويج لجيش الاحتلال الإسرائيلي من خلال ابراز الجوانب الإنسانية، الفكاهية، القوة، الشجاعة، الأمان والدفاع
2.81%	3	15.2%	10	تشويه صورة الفلسطينيين، ووصفهم بالإرهابيين والمخربين
100%	101	100%	66	المجموع

تظهر نتائج الجدول رقم (1)، أن صفحة "أفياخي أدري" ركزت بالدرجة الأولى في منشوراتها على الترويج لجيش الاحتلال الإسرائيلي من خلال إبراز الجوانب الإنسانية، الفكاهية، القوة، الشجاعة، الأمان، والدفاع فيما نسبته 34.8% حيث جاء هذا الموضوع في المرتبة الأولى لجدول الاعمال في الصفحة، فعلى سبيل المثال تنشر الصفحة صوراً لجيش الاحتلال وتصفهم بالقوة "وحدات النخبة في جيش الدفاع" وبأنهم "أسود جاءت لتعطي الميدان عنوان"، وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (Koa, Alawneh, et al. 2023) والتي خلصت الدراسة إلى أن صفحات الناظرين باسم جيش الاحتلال تستخدم الأطر الإعلامية لتشويه صورة الأسرى الفلسطينيين، وأكثر تلك الأطر استخداماً كان الإطار الاستراتيجي بنسبة 40% في محاولة لإبراز قوة جيش الاحتلال في ملاحقة الأسرى، والتصدي لفصائل المقاومة الفلسطينية. وكذلك تتوافق هذه النتيجة مع ما بينته دراسة Subaih and Samir (2018) في أن صفحة أدري تدعي إظهار الحرص الدائم على سلامة المدنيين باستعراض المساعدات التي يقوم بها جنوده لبعض المدنيين الفلسطينيين، وتكرار صورة "الجيش الذي لا يقهر" عبر نشر الدعاية المعززة بالإحصاءات عن المقاومة ومواقعها، إضافة الى نشر صور المقاتلات الحربية خاصة الجوية منها، وأن هدفها الدائم هو التصدي "للإرهاب الفلسطيني" في مواجهة الشعب الإسرائيلي "المسالمة".

بينما نشرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" منشوراً واحداً حول الموضوع نفسه خلال فترة التحليل بنسبة 0.99% في المرتبة السابعة ضمن الموضوعات التي تناولتها الصفحة، حيث تناولت به الجيش الإسرائيلي من خلال نشر صور لجيش الاحتلال والتعليق عليها بكاسر الأمواج: وهي اسم العمليات العسكرية التي شنتها قوات الاحتلال في الضفة الغربية، في محاولة للحد من عمليات

المقاومة الفلسطينية ذات الصبغة الفردية، وكان الهدف منها هو إظهار قوة الاحتلال في التصدي لعمليات الفلسطينيين، بينما ركزت هذه الصفحة في الغالب على تجميل صورة إسرائيل وإخراجها بصورة جذابة أمام المتابع العربي بالدرجة الأولى أي ما نسبته 49.6% من منشوراتها، بينما ركزت صفحة "أفيخاي أدري" على هذا الموضوع بنسبة 16.6% من منشوراتها.

تشير هذه النتيجة إلى أن تركيز جدول الأعمال في كلتا الصفحتين توأم مع الهدف الذي أنشئت من أجله كل صفحة منهما. فصفحة "إسرائيل تتكلم العربية" في موضوعها الأول، تروج لرسالة وزارة الخارجية لدولة الاحتلال المتمثلة في سعيها لتعزيز علاقاتها الاقتصادية والثقافية والعلمية، وتعزز التعاون مع الدول النامية من خلال إظهار المزايا الإيجابية (Gov.il, nd). بينما تركز صفحة "أفيخاي أدري" على إظهار الصورة الإيجابية لجيشه يتلاءم مع طبيعة عمله كونه ناطقاً باسم هذا الجيش، وإلقاء اللوم على الفلسطينيين في تصعيد الأحداث وتردي الوضع الأمني في الضفة الغربية، وهذا يتنافى مع توصيات دراسة Bjola and Coplen (2023) والتي بينت ضرورة أن يعمل القادة الدبلوماسيون وموظفونهم على تجنب رسائل إلقاء اللوم في حالات الأزمات، وبدلاً من ذلك يضعون الدبلوماسية الرقمية حول موضوعات التعاون والتضامن الدوليين، ولكن قد تكون صفحة أدري نجحت بتركيز جدول أعمالها على ربط المقاومة الفلسطينية، بما يسمى "الإرهاب العالمي"، وبالتالي دعوة الدول إلى إدانة المقاومة الفلسطينية، والتعاون معها للتضييق على المقاومة الفلسطينية.

وفي هذا الشأن تتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Koa and Mustafa (2023) والتي بينت أن دولة الاحتلال تسعى إلى تسويق نفسها على أنها دولة قائمة على الاحترام مع الدول الأخرى والمستعدة للتعاون بمختلف المجالات والداعمة للعلاقات الخارجية، وإظهار صورتها بأنها محاربة "الإرهاب الممارس من قبل الفلسطينيين"، وأنها تلاحق الإرهابيين من أجل إحلال السلام والأمان في العالم، حيث توظف صفحة "قف معنا" الصهيونية أن دولة الاحتلال من خلال مطارقتها للفلسطينيين أنها تلاحق "الإرهابيين" وتسعى إلى معاقبتهم من أجل إحلال السلام. إن استخدام مصطلح "إرهابي" يحاول وضع المناضلين الفلسطينيين في إطار ما يسمى "الإرهاب العالمي" وتبرير قتل الاحتلال للفلسطينيين في إطار محاربة العالم "للإرهاب" وهذا أخطر ما تقوم به عملية انتقاء المصطلحات في وضع الأحداث ضمن سياقات أكبر وأكثر تقبلاً من قبل مجتمعات قد تكون بعيدة عن المشهد الأصلي. وهذا أيضاً يُعد تأطيراً إستراتيجياً للأحداث والأشخاص، فيحسب Koa (2023) فإن التأطير الاستراتيجي السلبي يعمل على إثارة الشكوك حول الخصوم السياسيين والطعن بمصداقيتهم.

جاء في المرتبة الثانية في كلتا الصفحتين موضوع سعي دولة الاحتلال للسلام والمحبة، والترويج لتوقيع الاتفاقيات السلام مع الدول العربية المجاورة بما نسبته 33.4% في صفحة "أفيخاي أدري" وما نسبته 46.6% من منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية". يتماشى تركيز الصفحتين على هذا الموضوع مع اهتمامات الجمهور العربي في قضية التطبيع التي شغلت بالهم على مدار العامين والنصف الماضية. ففي 13 آب/أغسطس 2020 وقعت دولة الإمارات العربية المتحدة اتفاقاً مع دولة الاحتلال، أطلق عليه اسم اتفاق إبراهيم، لتصبح الدولة الخليجية

الأولى وثالث دولة عربية، بعد مصر عام 1978، والأردن عام 1994، توقع اتفاقية سلام مع دولة الاحتلال (Karataş & Uslu, 2022). تبعت الإمارات بتاريخ 15 أيلول/سبتمبر 2020، مملكة البحرين باتفاق تطبيعي جديد أعلن عنه الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب في تغريدة له عبر تويتر بتاريخ 11 أيلول/سبتمبر 2020، قال فيها: "خطوة تاريخية جديدة اليوم! الدولتان الصديقتان العظيمتان إسرائيل ومملكة البحرين توصلتا لاتفاق سلام. ثاني دولة عربية تعقد السلام مع إسرائيل في 30 يوماً" (Trump, 2020). وتبعت السودان دولتي الإمارات والبحرين، حيث وقعت السودان بتاريخ 23 تشرين أول/أكتوبر 2020، اتفاقية تطبيع مع دولة الاحتلال قبضت الحكومة الانتقالية السودانية ثمنها من الولايات المتحدة الأمريكية من خلال قرض يمكنها من تسوية مستأخراتها المالية البالغة نحو 1.2 مليار دولار للبنك الدولي، وشطب الولايات المتحدة الأمريكية السودان من قائمة الدول الراعية للإرهاب بعدما أدرجته على هذه اللائحة منذ عام 1993 وقعت المملكة المغربية اتفاقها التطبيعي مع دولة الاحتلال بتاريخ 23 كانون أول/ديسمبر 2020 (Hoffman, 2021). يُذكر أن الترويج للتطبيع لم يقتصر على الصفحات التابعة لدولة الاحتلال (Koa, Hamad, et al. 2023)، بل تعدى ذلك من خلال بعض المسلسلات العربية كمسلسل أم هارون (Koa & Zammari, 2022)، وصفحات تويتر لبعض الشخصيات العربية (Koa, et al. 2022).

بينت النتائج أيضاً أن صفحة أدرعي ركزت فيما نسبته 15.2% من منشوراتها على تشويه صورة الفلسطينيين، ووصفهم بالإرهابيين والمخربين، بينما صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" تناولت الموضوع نفسه بما نسبته 2.81% من منشوراتها. وعلى الرغم من اختلاف نسب المنشورات التي تناولت هذا الموضوع في كلتا الصفحتين، إلا أن الصفحتين لديهما الأجنده نفسها بالرغم من اختلاف رسالة كل صفحة منهما، وهذا يدل أن الصفحات التي تديرها حكومة دولة الاحتلال لديها الاستراتيجية الاتصالية نفسها، مع التركيز على الجوانب الخاصة بكل صفحة مع عدم اغفال تأطير الموضوعات الأخرى التي تفرضها الأحداث اليومية بما يخدم الاستراتيجية الاتصالية لدولة الاحتلال ككل. فعلى سبيل المثال، أنظر صورة (2)، وهي للشهيد الطبيب عبد الله أبو التين (43 عاماً)، رئيس وحدة الإجازة والترخيص في وزارة الصحة الفلسطينية، وأحد قادة كتائب شهداء الأقصى الذراع العسكرية لحركة فتح في مخيم جنين، والذي ارتقى بعد اشتباك مسلح مع قوات الاحتلال التي اقتحمت مدينة جنين ومخيمها بتاريخ 14 تشرين أول/أكتوبر، حيث وصفه أدرعي "بالمخرب" في محاولة منه لتشويه صورة المقاومين، متناسياً أفعال جيشه التخريبية اليومية في فلسطين من قتل وتدمير وهدم وتشريد واعتقال وتنكيل. في المقابل أطلق الفلسطينيون ألقاباً عدة على الشهيد أبو التين، مثل "حكيم الكتائب"، و"الطبيب المشتبك"، و"الدكتور المقاوم" تمجيداً لرسالته الإنسانية التي أداها بالرداء الأبيض حين كان طبيباً جراحاً، وبزيه العسكري وهو يقاوم ويدافع عن أبناء شعبه الفلسطيني.



صورة (2): لقطة شاشة لمنشور على صفحة ادري بتاريخ 14 تشرين اول 2023.

وفي ضوء الإطار الثلاثي الأبعاد، يمكن القول أن الصفحتين لديهما جدول الأعمال نفسه مع اختلاف نسب تناول الموضوعات في كل منهما، وهذا يتلاءم مع البعد الأول الذي يشير إلى تمكين منصات التواصل الاجتماعي للدبلوماسيين الرقميين من وضع جدول أعمال للنقاش مع جمهورهم المستهدف، حيث تعد تحديد الأجندات مهمة لتحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تصورات الجمهور، وتعد الدبلوماسية الرقمية شكلاً جديداً من أشكال الدبلوماسية القائمة على القوة الناعمة من أجل التأثير على الرأي العام العربي من خلال معالجة مشاعرهم وتصوراتهم (Alrantisi, et al. 2022).

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة Al-Halabi (2022) التي خلصت الي أن الدبلوماسية الرقمية تعد سبيلاً جديداً لحل القضايا العالمية المعاصرة من خلال إتاحة فرص للمناقشات بين الدول والجمهور. وهذا ما تسعى له صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، ودراسة (Aggestam, et al. 2021) التي خلصت إلى أن السويد استغلت نافذة من الفرص في السياسة العالمية، لتطوير دبلوماسية رقمية جديدة، وهذا ما تقوم به أيضاً "صفحتي إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري" من خلال استغلالهما الأحداث السياسية لتطوير استراتيجية الدبلوماسية الرقمية لديهما.

توسيع الوجود: مدى وصول المعلومات

بينما يساعد إعداد جدول الأعمال في قياس التأثير من منظور مرسلي الرسائل، ينظر توسيع الوجود إلى نفس المشكلة من منظور متلقي الرسائل (الجمهور)، وبالتالي يُعنى هذا القسم من النتائج بمعرفة ما إذا قامت صفحتي "أفيخاي أدري" و"إسرائيل تتكلم بالعربية" بتوسيع نطاق وجودها أم لا من خلال عدد المرات التي تم فيها إعادة النشر لمنشوراتها من قبل الجمهور. يبين جدول رقم (2) أن المجموع الكلي لإعادة مشاركة منشورات "صفحة أفيخاي أدري" من قبل الجمهور بلغ 5217 مشاركة أي بمعدل 158 مشاركة لكل منشور، وصفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" بلغ المجموع الكلي لإعادة مشاركة منشوراتها من قبل الجمهور 3507 مشاركة أي بمعدل 67 مشاركة تقريباً لكل منشور. ومن منظور الإطار ثلاثي الأبعاد يُعد معدل إعادة المشاركة أو النشر في كلتا الصفحتين كبيراً.

جدول (2): معدل مشاركة المنشورات من قبل الجمهور لصفحتي أفيخاي أدري وإسرائيل تتكلم بالعربية.

الصفحة	عدد المنشورات المحللة	عدد المشاركات (إعادة النشر)	معدل مشاركة كل منشور
أفيخاي أدري	33	5217	158
إسرائيل تتكلم بالعربية	52	3507	67
المجموع	85	8724	

حسب الاطار ثلاثي الأبعاد تعد هذه النسبة من المشاركات تحقيقاً لمبدأ توسيع الوجود، على الرغم من أن العديد من المنشورات التي كان يتم إعادة نشرها كانت مصاحبة لوصف سلبي، كما في صورة (3) على سبيل المثال، والتي أعاد من خلالها أحد متابعين صفحة أدري نشر منشوره الذي نشره بتاريخ 14 تشرين الأول 2022، والذي وصف من خلاله أدري الشهيد الطبيب عبد الله أبو التين "بالمخرب".



صورة (3): مثال على مشاركة محتوى منشور هاجم فيه أدرعي الشهيد الطبيب أبو التين.

وبكل الأحوال، يمكن القول بأن الانترنت وبالرغم من مقاومة الشعوب العربية لرسائل دولة الاحتلال، إلا أنه يوفر لها وسيلة جديدة للتواصل مع الجماهير العربية وبت أفكارها السياسية دون الحاجة إلى إقامة علاقات دبلوماسية رسمية مع الحكومات نفسها، وهذا يتفق مع دراسة Erpul (2023) التي بينت أنه في حين أن الانترنت يقدم وسيلة أخرى للدبلوماسيين لتوصيل رسائل إيجابية تتوافق مع أهداف ونطاق الدبلوماسية التقليدية، فإن وسائل التواصل الاجتماعي توفر أيضاً للديمقراطيات الزائفة والدول الاستبدادية الفرصة لبث رسائل مسيئة، ومسببة للانقسام، ودعاية تتعارض مع أغراض الدبلوماسية. فقد بينت العديد من الدراسات أن دولة الاحتلال، ومن خلال صفحاتها المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي توظف تقنيات الدعاية لاختراق عقول الجماهير، ومحاولة تجريم المقاومة الفلسطينية، وتجميل صورتها، والترويج للتطبيع (Koa & Mustafa, 2023)، حيث تعد تقنيات الدعاية من الأدوات التي تساعد القائم بالاتصال على وضع الأجندة، وترتيب أولويات الجمهور المتلقي (Koa, 2018).

تتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (Alrantisi, et al. 2022) في أن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" تستخدم خطاب دبلوماسي رقمي احترافي، وأنها تعتمد على أساليب التتميط والتأطير في منشوراتها بهدف التأثير على الرأي العام العربي والسيطرة على وعيه لتمير الرواية الإسرائيلية، وتعميق الفجوة بين المقاومة الفلسطينية، والرأي العام العربي من خلال تأطير المقاومة الفلسطينية "بالإرهاب." وعلى ما يبدو أن دولة الاحتلال وضعت الدبلوماسية الرقمية ضمن أولويات العمل الدبلوماسي كأداة من أدوات القوة الناعمة لتنفيذ السياسات الخارجية (Al-Halabi, 2022)، حيث تُعد الوظيفة المهيمنة لتغريدات وزارة الخارجية لدولة هو تقديم الوجه الإيجابي للدولة بما نسبته (45%) من منشوراتها (Danziger & Schreiber, 2021).

توليد المحادثة: نشر المعلومات في اتجاه واحد مقابل محادثة ثنائية الاتجاه

تمتاز وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام ومن بينها الفيسبوك بالتفاعلية حيث تسمح هذه الوسائل بالاتصال ثنائي الاتجاه بين الدبلوماسيين والجمهور من خلال التفاعل في التعليقات. فكما يوضح الجدول رقم (3) بلغ مجمل التعليقات على المنشورات في صفحة "أفيخاي أدرعي" خلال فترة التحليل البالغة شهر واحد والبالغة 33 منشوراً حوالي 118947 تعليقا على هذه المنشورات، وجاءت الردود على هذه المنشورات حوالي 31 رداً. أما صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" فقد بلغت عدد منشوراتها خلال فترة التحليل 52 منشوراً، وتعدى مجموع التعليقات على هذه المنشورات 81929 تعليقا، والردود بلغت 107 رداً. أنظر جدول (3) والذي يوضح هذه التكرارات.

جدول 3: عدد الردود على الجمهور من خلال التعليقات لصفحتي أفيخاي أدرعي وإسرائيل تتكلم بالعربية.

الصفحة	عدد المنشورات	عدد التعليقات	عدد الردود
أفيخاي أدرعي	33	118947	31
إسرائيل تتكلم بالعربية	52	81929	107

كان تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحتين كبيراً جداً، بالإضافة الى التفاعل بالتعليقات على المنشورات جميعها. يوضح ذلك اهتمام الجمهور بالمنشورات وإن كان هذا الاهتمام سلبي، بمعنى شتم وذم القائمين على الصفحتين والسخرية من المنشورات، إلا أن دولة الاحتلال تسعى لكسر الحاجز النفسي الاجتماعي الموجود في المجتمعات العربية تجاه الاحتلال، الذي لا يمانع التواصل حتى بالمعنى السلبي، أي النقاش أو المواجهة أو حتى الشتم. والمهم هو تحقيق التواصل بحد ذاته ولو كانت طبيعته سلبية، وهذا يعني أن الجزء الأكبر من جمهور هذه الصفحات هو جمهور معارض، ولكن الهدف واضح وهو جعل التواصل أمراً طبيعياً.

يشير **Bjola & Jiang (2015)** إلى أن من أكثر السمات التي تحظى بالتقدير في الدبلوماسية العامة الجديدة هو تفاعلها مع الجمهور، وبالتالي فإن السلوك الاتصالي لكلتا الصفحتين فيما يتعلق بالتفاعل مع التعليقات لا يشكل نجاحاً كبيراً في استغلال الميزة التفاعلية للفيسبوك الذي يسمح للصفحتين بالمشاركة في اتصال ثنائي الاتجاه لإنشاء حوارات مع الجمهور المستهدف، والذي يشمل مختلف اصحاب المصلحة، إذا أن الرد على التعليقات كان انتقائياً، وبالغالب تفاعلاً مع التعليقات الإيجابية، ولكن لا يكاد الفريق المشرف على الصفحتين أن يترك منشوراً دون رد واحد على الأقل بطريقة تسعى للإيهام باستيعاب الرأي الآخر ومخاطبته حتى في أمور تبدو في الذهنية الإسرائيلية مستفزة. وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تنفيذ السياسة الخارجية للدولة في مخاطبة جماهير متعددة (Danziger & Schreiber, 2021)، إلا أن دولة الاحتلال من خلال الصفحتين قيد الدراسة اهتمتا ببعدي جدول الاعمال وتوسيع الوجود أكثر من توليد المحادثة، وقد يكون السبب في ذلك هو حجم التعليقات الكبيرة التي تتلقاها الصفحة، ولكن

هذا لا يعني أن الفريق التابع للصفحة لا يشارك في النقاش المفتوح من خلال التعليقات من حسابات مختلفة قد تحمل طابع شخصي، تُظهر الصفحة بمظهر القبول للغير.

تتعارض هذه النتيجة نوعاً ما مع نتائج دراسة Ittefaq (2019) عدم وجود تفاعل رقمي وحوار بين الدوائر الحكومية والجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في كل من الهند والباكستان.

طبيعة التعليقات

على الرغم من نسبة المشاركة العالية لمنشورات الصفحتين فإن هذا الأمر لا يعد مؤشراً على تحقيق القبول الشعبي لكلتا الصفحتين، وما تطرحانه من موضوعات، حيث أن النسبة الأكبر من الردود والمشاركات التي تلاحظ في الصفحتين كانت ذات طابع نقدي وسلب، كما يبين جدول رقم (4).

جدول (4): تصنيف التعليقات في صفحة "أفيخاي أدري" و صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية".

صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"		صفحة "أفيخاي أدري"		تصنيف التعليقات
%	تكرار	%	تكرار	
0.087%	21	0.073%	26	التعليقات الإيجابية
99.84%	23972	99.83%	35366	التعليقات السلبية
0.066%	16	0.093%	33	التعليقات المحايدة
100%	24009	100%	35425	المجموع

يبين الجدول السابق أن التعليقات السلبية لما مجموعه 35425 تعليقاً على منشورات صفحة "أفيخاي أدري" كانت بنسبة 99.83%، ولما مجموعه 24009 تعليقاً على منشورات صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" كانت بنسبة 99.84%، ومن هذا المنطلق يدعو الباحثين إلى تطوير هذا النموذج بما يضمن قياس المشاعر التي يبديها المتابعين للصفحات لعكس قيمة صحيحة لفاعلية الدبلوماسية الرقمية، وعدم الاكتفاء بالقياس الظاهري لمبدأ الفاعلية. فعلى سبيل المثال بالنظر إلى صورة (2)، والتي حاول من خلالها ادري تشويه صورة المقاومين بوصفهم "بالمخربين" والتي ورد عليها 502 تعليقاً، نلاحظ أن جل التعليقات كانت ضد الصفحة، وتنوعت ما بين أدعية بالرحمة للشهيد أبو التين ووصفه بالبطل، وتمجيدها للمقاومة، ومنها ما كان تعداداً لمناقبه وخصاله الحميدة، وتنديداً بجيش الاحتلال، وأن وصف مخربين ينطبق على جيش الاحتلال وليس على المقاومين الذي يدافعون عن أرضهم. أنظر صورة (4)، وهي لمجموعة تعليقات متتالية على المنشور المذكور.



صورة (4): لقطة شاشة لتعليقات متتالية على منشور أدري الذي نشره بتاريخ 14 تشرين أول 2022، والذي وصف به الشهيد أبو التين "بالمخرب". (ملاحظة: ورد في التعليقات المصورة مجموعة من الأخطاء الإملائية والنحوية، ولكن تم تصويرها كما هي دون أي تعديلات أو تحسينات لغوية أو نحوية أو إملائية). تتوافق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة Dwikat (2020)، والتي أشارت إلى أن التعليقات السلبية على منشورات أدري كانت السمة العامة في ردود المتابعين للصفحة، ولكنها كانت سبباً في ازدياد عدد الإعجابات والتعليقات في صفحته.

الاستنتاجات

1. على الرغم من أن الإطار ثلاثي الأبعاد حدد قياس فاعلية الدبلوماسية الرقمية من خلال ثلاثة أبعاد، هي: جدول الأعمال، توسيع الوجود، وتوليد المحادثة، إلا أن هذه الدراسة ترى في هذه الأبعاد قياساً ظاهرياً، لا يعبر تعبيراً فعلياً عن فاعلية هذه الدبلوماسية، إذ يرى الباحثان من خلال دراسة حالة الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي أنه على الرغم من نسبة المشاركة العالية لمنشورات الصفحتين، ونسبة التعليقات الكبيرة، فإن هذا الأمر لا يُعد مؤشراً على تحقيق القبول الشعبي لكتنا الصفحتين، وما تطرحانه من موضوعات، حيث أن النسبة الساحقة من الردود والمشاركات التي تلاحظ في الصفحتين كانت ذات طابع نقدي وسلبى، وبالتالي ترى الدراسة الحالية ضرورة تطوير هذا النموذج بما يضمن قياس المشاعر التي يبديها المتابعين للصفحات لعكس قيمة صحبة لفاعلية الدبلوماسية الرقمية.
2. لا يمكن التنبؤ بأن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية التي تستهدف الشعوب العربية، ستبقى عديمة الأثر على الوعي العربي؛ ففي ظل ضعف الأداة الإعلامية العربية، مقابل الاهتمام

الذي توليه الدعاية الإسرائيلية لأدوات التواصل الرقمي، وفي ظل ضعف أدوات التوعية حول أهداف الدبلوماسية الرقمية لدولة الاحتلال الإسرائيلي، تبقى هذه الصفحات واحدة من أخطر أشكال السيطرة على الوعي، عبر ترسيخ صور إيجابية لدولة الاحتلال وجيشها، ومغايرة للحقائق ولما يجري على أرض الواقع، إذ تستغل هذه الصفحات الأحداث اليومية وتقوم بعكسها على منصات التواصل الاجتماعي، بطريقة تروج لرواية الاحتلال، وتؤطر الأحداث بطريقة تعكس أهداف وزارة الخارجية لدولة الاحتلال.

التوصيات

في ضوء ما جاءت به الدراسة من نتائج، يوصي الباحثان بما يأتي:

1. ضرورة تفعيل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، والاهتمام بالجمهور الخارجي من خلال إجراء محادثات ثنائية الاتجاه، والتفاعل مع تعليقاتهم، وإشراكهم في الأجندة والنشاطات التي تقوم بها البعثات الدبلوماسية الفلسطينية، مع ضرورة تفعيل صفحاتها باللغات المختلفة، ما يشكل خطاباً منافساً لرواية دولة الاحتلال.
2. ضرورة أن تعمل الدراسات المستقبلية على تحليل منشورات الصفحات الإسرائيلية الأخرى المنتشرة بعدة لغات، ومقارنة نتائج التحليل بنتائج الدراسة الحالية لمعرفة مدى أوجه الشبه والاختلاف وقدرتها على التأثير في الجمهور وفقاً للإطار الثلاثي الأبعاد، إضافة إلى فحص التعليقات.
3. بينت الدراسة الحالية وجود قصور في الإطار ثلاثي الأبعاد في قياسه للفاعلية الحقيقية للدبلوماسية الرقمية، وبالتالي ضرورة أن تعمل الدراسات المستقبلية على تطوير هذا النموذج بما يضمن انتقاله من القياس الظاهري لأنشطة الدبلوماسية الرقمية إلى قياس مشاعر وتوجهات الجمهور نحو الرسائل من خلال التعليقات، وعدم الاكتفاء بتوسيع الوجود.

الموافقة الأخلاقية والموافقة على المشاركة: موافق.

توافر البيانات والمواد: متوفرة

مساهمة المؤلفين: مساهمة مشتركة.

تضارب المصالح: لا يوجد تضارب مصالح

التمويل: لا يوجد تمويل.

شكر وتقدير: لا يوجد.

المراجع العربية

- الحلبي، نسمة. (2022). *توظيف الدبلوماسية الرقمية الرسمية في التنافس التركي - المصري: ليبيا "أنموذجاً" (2011-2020)* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- دويكات، سما. (2020). *الصراع العربي-الإسرائيلي في الخطاب السياسي للناطق الرسمي للجيش الإسرائيلي* (رسالة ماجستير). جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

- صبيح، يسرا؛ وسمير، رشا. (2018). الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: صفحة أفيخاي أدرعي نموذجاً. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، 2018(16)، 588-521.
- العامودي، معاذ. (2018). الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية: دراسة مقارنة بين فلسطين والاحتلال الإسرائيلي. *مجلة رؤية تركية*، 7(4)، 149-125.
- العصيمي، مرام. (2021). مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية في ظل التحولات الدولية الراهنة مركز التواصل الدولي أنموذجاً: دراسة كمية وكيفية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، 2021(35)، 670-620.
- الكوع، معين؛ ومنى، غدير؛ وجنحو، ريما. (2024). الدعاية الرقمية الصهيونية خلال الجولة الرابعة من الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة: صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" على منصة فيس بوك أنموذجاً. في م. العبد الله، ه. القطب، م. متبولي، وف. بو مجاهد (محررون)، *استراتيجيات الاعلام والاتصال في الحروب الراهنة: من الحرب الناعمة إلى المواجهة العسكرية* (ص. ص. 297-269). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- الكوع، معين؛ وحمد، إيمان؛ وبدير، غزل. (2023). مدى توظيف الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيسبوك لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة: صفحة "المنسق" أنموذجاً. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، 2023(25)، 87-119. <https://doi.org/10.21608/SJOCS.2023.299145>
- الكوع، معين؛ والزماري، عبد الله. (2022). الغرس الثقافي في الدراما التطبيعية: دراسة في تحليل الخطاب النقدي لمسلسل أم هارون. *دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 49(6)، 360-345. <https://doi.org/10.35516/hum.v49i6.3756>
- الكوع، معين؛ وعلاونة، نفين؛ ومحمود، رناد. (2023). تغطية صفحات الناطقين الإعلاميين باسم جيش الاحتلال لقضية تحرر الأسرى الستة. *مجلة النجاح للأبحاث - ب (العلوم الإنسانية)*. 37(10)، لم يحدد بعد. <https://doi.org/10.35552/0247.37.10.2084>
- الكوع، معين؛ ومصالح، سلسبيل؛ وعوض، دانا. (2022). توظيف ضاحي خلفان على تويتر للإطار الاستراتيجي والرسائل المقنعة للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية-الإماراتية. *مجلة فلسطين لأبحاث الأمن القومي*، 2(1)، 91-121.
- الكوع، معين؛ ومصطفى، هبة. (2023). توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا". *مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث*، 9(1)، 69-27.
- الكوع، معين؛ وصوالحة، ديما؛ وشرار، ديانا. (2023). توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي (أفيخاي أدرعي) للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية للتأثير على تصورات الجمهور خلال أحداث رمضان 2022. *مجلة الاتصال والتنمية*، 2023(36)، 138-115.

References (Arabic & English)

- Aggestam, K., Rosamond, A. B., & Hedling, E. (2021). Feminist digital diplomacy and foreign policy change in Sweden. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(2022), 314-324 .
- Al-Amoudi, M. (2018). Official Digital Diplomacy and its Impact on Foreign Policy A comparative Study between Palestine and the Occupying State of Israel. *Rouya Turkiyyah*, 7(4), 125-149 .
- Al-Halabi, N. (2022). *Employing Official Digital Diplomacy in the Turkish - Egyptian Competition, Libya as a Model (2011-2020)* Al-Aqsa University]. Gaza, Palestine .
- Al-Osaimi, M. (2021). The future of Saudi digital diplomacy during the next two decades in light of the current international transformations. *Arab Journal of Media and Communication Research*, 2021(35), 620-670 .
- Alrantisi, I. K., Rahim ,N. R. A., Awais, I. A., & Almahallawi, W. (2022). Utilizing Digital Diplomacy in the Israeli Discourse to Influence Arab Public Opinion during the Israeli Aggression on Gaza 2021. *Baltic Journal of Law & Politics*, 15(1), 736-753 .
- Bendaş, K. (2023). Image and Popular Culture in Digital Public Diplomacy. In T. Elitaş (Ed.), *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses* (pp. 26-35). IGI Global .
- Bjola, C., & Coplen, M. (2023). Digital Diplomacy in the Time of the Coronavirus Pandemic: Lessons and Recommendations. In P. W. Hare, J. L. Manfredi-Sánchez, & K. Weisbrode (Eds.), *The Palgrave Handbook of Diplomatic Reform and Innovation* (pp. 323-342). Springer .
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy* (pp. 71-88). Routledge .

- Burla, L., Knierim, B., Barth, J., Liewald, K., Duetz, M., & Abel, T. (2008). (From text to codings: intercoder reliability assessment in qualitative content analysis. *Nursing research*, 57(2), 113-117 .
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and psychological measurement*, 20(1), 37-46 .
- Danziger, R., & Schreiber, M. (2021). Digital diplomacy: Face management in MFA Twitter accounts. *Policy & Internet*, 13(4), 586-605 .
- Dwikat, S. (2020). *The Arab-Israeli Conflict in the Political Discourse of the Spokesman of the Israeli Army* [An-Najah National University]. Nablus, Palestine. <https://repository.najah.edu/items/d3bf0a93-cda6-4988-931d-f57f973baf57>
- Erpul, O. (2023). Digital Diplomacy and International Society in the Age of Populism. In P. W. Hare, J. L. Manfredi-Sánchez, & K. Weisbrode (Eds.), *The Palgrave Handbook of Diplomatic Reform and Innovation* (pp. 143-166). Springer .
- Gov.il. (nd). *Ministry of Foreign Affairs - About the Ministry*. https://www.gov.il/en/departments/ministry_of_foreign_affairs/govil-landing-page
- Hanson, F. (2010). *A Digital DFAT: Joining the 21st century*. Lowy Institute for International Policy .
- Hoffman, J. (2021). The Return of Great-Power Competition to the Middle East: A Two-Level Game. *Middle East Policy*, 28(1), 87-104 .
- Holmes, M. (2015). Digital diplomacy and international change management. In *Digital Diplomacy* (pp. 13-32). Routledge .
- Ittefaq, M. (2019). Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of Facebook and Twitter for digital engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 18(1), 49-69 .
- Kaffka, A. (2020, October 7). *Yiftah CURIEL: "Potential of digital diplomacy is immense"; Ran GIDOR: "Women belong in all places where decisions*. <https://english.caucasianjournal.org/2020/10/yiftah-curiel-potential-of-digital.html>

- Kaid, L. L., & Wadsworth, A. J. (1989). Content analysis. In P. Emmert (Ed.), *Measurement of communication behavior* (pp. 197-217). Longman .
- Karataş, İ., & Uslu, N. (2022). The Abraham Accords: Can Interculturalism Solve Grave Conflicts of the Middle East? *Journal of Ecumenical Studies*, 57(2), 297-315 .
- Khusumadewi, A., & Rodiana, N. F. (2020). Students' self-control in writing negative comments in social media. International Joint Conference on Arts and Humanities (IJCAH 2020) ,
- Kiraz, S. (2023). Digital Public Diplomacy in Crisis Management: A Conceptual Review. In T. Elitaş (Ed.), *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses* (pp. 12-25). IGI Global .
- Koa, M. (2018). Techniques of strategic political communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's persuasive devices. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 571-598. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1467914>
- Koa, M. (2021). Communication strategies of winning hearts and minds: The case of the Muslim Brotherhood's political communication campaign post Morsi's downfall. *Global Media and Communication*, 17(1), 87-120. <https://doi.org/10.1177/1742766520982016>
- Koa, M. (2022). Image repair strategies in public relations crisis: A case study of real Madrid's response strategies to the Bernabeu leaked audio scandal. *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, 3(24), 25-43. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2022.3.347>
- Koa, M. (2023). Delegitimizing the Egyptian Regime: Negative Campaigning and Strategic Framing as Techniques to Demobilize Antagonists. *SAGE Open*, 13(2), 1-19. <https://doi.org/10.1177/21582440231175381>
- Koa, M., Alawneh, N., & Mahmoud, R. (2023). Coverage of the Israeli Military spokespersons of the six self-liberated Palestinian prisoners from the maximum-security Israeli prison of Gilboa. *An-Najah*

- University Journal for Research - B (Humanities)*, 37(10).
<https://doi.org/10.35552/0247.37.10.2084>
- Koa, M., Awad, D., & Musleh, S. (2022). Dhahi Khalfan Employment of Twitter to Influence Audience Perceptions Regarding the Israeli-Emirati Normalization Agreement. *Journal of Applied Security Research*, 2(1), 91-121 .
 - Koa, M., Hamad, E., & Bdair, G. (2023). The Extent to Which the Official Israeli Pages on Facebook Employed Propaganda Techniques During the Fourth Gaza War: “Almunasiq” Page as a Case Study. *The Scientific Journal for Public Relations & Advertising Research*, 2023(85), 87-119. <https://doi.org/10.21608/SJOCS.2023.299145>
 - Koa, M., Muna, G., & Jinhu, R. (2024). Zionist digital propaganda during the fourth round of the Israeli war on the Gaza Strip: the “Israel Speaks Arabic” page on the Facebook platform as an example. In M. Al-Abdullah, H. Qutb, M. Matbouli, & F. Boumjahed (Eds.), *Media and Communication Strategies in Current Wars, From Soft Power to Military Confrontation* (pp. 269-279). Dar Al Nahda AlArabia .
 - Koa, M., & Mustafa, H. (2023). The Zionist Organizations Recruitment of Propaganda Techniques on Facebook: An Analytical Study of ‘Stand With Us’ Arabic Page. *Journal of the Arab American University*, 9(1), 27-69 .
 - Koa, M., Sawalha, D., & Sharar, D. (2023). The Israeli occupation army spokesman (Avichay Adraee) employment of media frames and propaganda techniques to influence the public’s perceptions during the events of Ramadan 2022. *Communication & Development*, 2023(36), 115-138 .
 - Koa, M., & Zammari, A. (2022). Cultivation in Normalization Drama: A Critical Discourse Analysis of Um Haroun Series. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 49(6), 345-360.
<https://doi.org/10.35516/hum.v49i6.3756>
 - Manor, I., & Yrachi, M. (2023). From the Global to the Local and Back Again: MFAs’ Digital Communications During COVID-19. *International Journal of Communication*, 17(2023), 860-881 .

- Marshall, A. (2023). *Marketing Research: A Managerial Approach*. Sage .
- Potter, E. H. (2002). *Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century*. McGill-Queen's Press-MQUP .
- Rassel, G., Leland, S., Mohr, Z., & O'Sullivan, E. (2020). *Research methods for public administrators*. Routledge .
- Setton, K. (2020, June, 4). *Feature: Israel's effort in digital diplomacy fosters new connections, reaching audiences in hostile countries*. http://www.xinhuanet.com/english/2020-06/04/c_139114157.htm
- Statista. (2022, November 2). <https://www.statista.com/topics/737/twitter/#topicOverview> .
- Statista. (2023a, February 7). *Number of internet and social media users worldwide as of January 2023*. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- Statista. (2023b, February 10). *Number of social media users worldwide from 2017 to 2027*. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Subaih, Y., & Samir, R. (2018). The Israeli propaganda discourse through social media: Avichay Adraee page as a model .*Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 2018(16), 521-588 .
- Terzioğlu, E. (2023). Soft or Hard Power in Diplomacy. In T. Elitaş (Ed.), *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses* pp. 51-64). IGI Global .
- Trump, D. J. (2020, September, 11). *Another HISTORIC breakthrough today!* . <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1304464923469193217?>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research*. Cengage learning .