



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

سيميائية العلاقات العامة زمن الحروب توظيف دعاية الاحتلال
الاسرائيلي للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية معركة طوفان
الأقصى دراسة تحليلية

إعداد

ديانا شرار

إشراف

د. إبراهيم العكة


قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة،
في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين

سيمائية العلاقات العامة زمن الحروب توظيف دعاية الاحتلال الاسرائيلي للمحتوى
البصري عبر المنصات الرقمية معركة طوفان الأقصى دراسة تحليلية

إعداد

ديانا شرار

نوقشت هذه بتاريخ 2025/05/29م، وأجيزت.



التوقيع

د. إبراهيم العكة


المشرف الرئيسي



التوقيع

د. فريد أبو ظهير

المتحن الداخلي



التوقيع

د. إبراهيم الحروب

المتحن الخارجي

الإهداء

إلى من كلله الله بالهبة والوقار.. إلى من علمني العطاء دون انتظار.. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار..

أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار.. أبي العزيز.

إلى ملاكي في الحياة.. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني.. إلى بسمة الحياة وسر الوجود.. إلى

من كان دعائها سر نجاحي.. أمي الحبيبة.

إلى من آمن بحلمي قبل أن أؤمن به، وإلى من جعل تحقيقه ممكناً بحبه وصبره واحتوائه.. زوجي العزيز.

إلى من هم أقرب إليّ من روعي.. إلى من شاركني حزن الألم وبهم استمد عزتي وإصراري.. أختي

وأخواتي.

إلى كل أصدقائي وزملائي وأساتذتي وكل طالب علم.. إليكم جميعاً أهدي هذا الجهد المتواضع.

ديانا شرار.

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على نبي الهدى وخير الورى، وعلى آله وصحبه، بأثرة أقتفي، وبعد... .

وفي مستهل كلمتي لا بد لي من أتوجه أولاً بالشكر لله عزّ وجلّ الذي أكرمني بالتوفيق والسداد ويسر لي سبل النجاح للوصول الى هذه المرحلة العلمية العالية، ومهد لي الطريق لأن أكون بينكم اليوم لأناقش رسالتي في الماجستير. وانه من تمام شكر العبد لربه أن يشكر ذوي الفضل عليه ممن مدوا له يد العون والمساعدة، وأن يعترف بالفضل لأهله، ومن هذا المنطلق أتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان بالجميل للدكتور / إبراهيم العكه بالإشراف على رسالتي، والتي تعجز الكلمات أن توفيه حقه، لما منحني من وقت وجهد وسديد النصح والإرشاد، وتوجيهات صادقة للبحث، وبسعة صدره وكرم خلقه وتواضعه، وما من شك في أن ملاحظاته وتوجيهاته القيمة التي كان لها بالغ الأثر في إثراء وتدعيم هذا العمل.

ويشرفني أن أتقدم بوافر الشكر والاحترام والتقدير للجنة المناقشة المكونة من الدكتور الفاضل/، والدكتور الفاضل/، والدكتور الفاضل/، لقبول مناقشة هذا البحث، فجزاهم الله عني خير جزاء .

وأنتقدم بالشكر الجزيل لكل من الدكتور/ شادي أبو عايش والدكتور معين الكوع، لما قدموه لي من العون والمساعدة في تسهيل أمور إجراء هذا البحث، فجزاهم الله عني خير جزاء .

وفي الختام فلا أدعي أنني قد بلغت الغاية، فتلك محاولة حاولت فيها أن أدنو من الموضوعية والمنهج العلمي قدر الإمكان، فإن كنت قد وفقت فبفضل من الله ونعمة، وإن كان ثمة تقصير فحسبي أن حاولت والنقص من أعمال البشر والكمال لله وحده.

الباحثة: ديانا شرار.

الإقرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

سيميائية العلاقات العامة زمن الحروب توظيف دعاية الاحتلال الاسرائيلي للمحتوى البصري عبر

المنصات الرقمية معركة طوفان الأقصى دراسة تحليلية

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما أشير إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالبة: ديانا خالد ضيف الله شرار

التوقيع: ديانا خالد ضيف الله شرار

التاريخ: 2025/05/29

فهرس المحتويات

الإهداء	ت
الشكر والتقدير	ث
الإقرار	ج
الملخص	ر
الفصل الأول: سياق الدراسة والإطار النظري	1
مقدمة الدراسة	2
الإطار المفاهيمي	3
العلاقات العامة الرقمية في سياق الحروب	4
توظيف العلاقات العامة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:	5
الدعاية الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:	6
حرب طوفان الأقصى (2023-2024)	9
النظرية السيميائية:	12
عناصر السيميائية:	15
أبعاد السيميائية:	16
السيميائية والعلاقات العامة:	17
نظرية الأطر الإعلامية:	19
أنواع الأطر:	22
الدعاية (البروباغندا):	24
تقنيات الدعاية:	26
التقاطع بين نظرية الأطر الإعلامية ونظرية السيميائية البصرية وتوظيفهما في الدراسة:	29
التقاطع بين النظريتين في الدراسة:	29
توظيف النظريتين في الدراسة الحالية:	30
ربط تقنيات الدعاية بنظرية الأطر الإعلامية والسيميائية البصرية وانعكاسهم على الدراسة:	30
تقاطع تقنيات الدعاية مع نظريتي الأطر والسيميائية البصرية:	30
انعكاس دمج النظريات الثلاث على الدراسة الحالية:	31

31	الدراسات السابقة:
32	الدراسات العربية:
40	الدراسات الأجنبية:
45	التعقيب على الدراسات السابقة:
47	الثغرة البحثية:
48	الاستفادة من الدراسات السابقة:
48	مشكلة الدراسة:
50	أهداف الدراسة:
50	الهدف الرئيس:
50	الأهداف الفرعية:
50	أهمية الدراسة:
50	أولاً: الأهمية النظرية
51	ثانياً: الأهمية التطبيقية
51	مصطلحات الدراسة:
52	حدود الدراسة:
54	الفصل الثاني: إجراءات الدراسة ومنهجها
54	منهج الدراسة:
55	مجتمع الدراسة وعينتها:
55	الإطار الزمني للدراسة:
56	أداة الدراسة:
57	تحليل البيانات الكمية:
57	أدوات جمع البيانات:
57	أدوات التحليل:
57	تحليل المحتوى:
58	تحليل البيانات الكيفية:

تم جمع البيانات الكيفية بواسطة المقابلات كما هو مفصل أعلاه، وتم اتباع الخطوات التالية في تحليل هذه
البيانات: 58

الفصل الثالث: عرض النتائج 59

الفصل الرابع: مناقشة النتائج 81

التوصيات: 102

المراجع 104

الملاحق 114

الصور 168

b Abstract

الملاحق

- 114 ملحق (أ): استمارة تحليل المضمون
- 165..... ملحق (ب): ملحق الصور
- 166..... ملحق (ج): ملحق الجدوال

سيميائية العلاقات العامة زمن الحروب توظيف دعاية الاحتلال الاسرائيلي للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية معركة طوفان الأقصى دراسة تحليلية

إعداد

ديانا شرار

إشراف

د. إبراهيم العكة

الملخص

هدفت الدراسة إلى التحقيق في الكيفية التي وظفت بها إسرائيل المحتوى البصري عبر أدوات العلاقات العامة الرقمية في عملية تأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة/ معركة طوفان الأقصى 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي. اعتمدت الدراسة على عينة قصدية تمثلت ما تم نشره من صور على صفحة أوفير جنديلمان عبر منصة الفيس بوك خلال الفترة الممتدة من 7-أكتوبر-2023 إلى 25-أيلول-2024، وقد تم الحصول على (186) منشور.

اعتمدت الدراسة منهج التحليل السيميائي لملاءمته أغراض الدراسة ذات العلاقة بتوظيف دعاية الاحتلال الاسرائيلي للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية خلال معركة طوفان الأقصى للوصول للنتائج المرجوة، كما واعتمدت على أداة تحليل المضمون لجمع وتصنيف البيانات والمعلومات.

توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (54.8%) من المحتوى البصري كان من خلال الصور، ولوحظ أن ما نسبته (14.4%) من المحتوى البصري كان من خلال الفيديو، كما أظهرت النتائج تعدد دلالت المحتوى البصري الذي وظفتها صفحة جنديلمان لشرح رواية الاحتلال خلال الحرب على غزة تمثلت بتسويق الفكرة الممثلة في حق دفاع إسرائيل عن نفسها. وقد تبني جنديلمان مجموعة من الأطر الإعلامية تمثلت في: الإطار الدفاعي والإطار الإنساني والإطار الإرهابي والإطار الدقيق.

الكلمات المفتاحية: سيميائية، العلاقات العامة، المحتوى البصري، طوفان الأقصى.

الفصل الأول

سياق الدراسة والإطار النظري

مقدمة الدراسة

تختلف طبيعة عمل العلاقات العامة في مضمونها ورسالتها تبعاً لطبيعة عمل المؤسسة وثقافتها وهيكلها التنظيمي، وإيمانها بدور العلاقات العامة واستراتيجياتها في التعامل مع الجمهور على مستوى اتصالاتها أو رؤيتها الإعلامية (السيد، 2006). تُعد وسائل الإعلام اليوم من أبرز مظاهر العصر الحديث وأهم أدوات العلاقات العامة المعاصرة، إذ ازداد الاهتمام بها في ظل التطور التقني الهائل الذي شهدته هذه الوسائل، واعتمادها على مناهج وأسس علمية، من بينها علم النفس الذي زوّدها بالأساليب النفسية المناسبة. كما يسهم الإعلام بدور مهم في الدعاية والحرب النفسية خلال الصراعات بين الدول، وتختلف أدوات الحروب وأساليبها باختلاف الأزمنة، حيث أدى الانفتاح الشبكي إلى زيادة تأثير الإعلام في الحروب. وكما تغيرت صورة العالم، تغيرت أيضاً أدوات الحروب وأنماطها، لا سيما مع ظهور جيل الإنترنت والتقنيات الرقمية، إلى أن وصلنا إلى استخدام جميع الوسائط فيما يُعرف بـ "حروب الجيل السادس"، التي ترتبط بالتطور التقني والانفتاح الشبكي وتأثيرهما في مختلف جوانب الحياة، حيث تعتمد هذه الحروب على اللغة والصورة والصوت باعتبارها أدواتها الأساسية (مراد، 2023).

وعلى الصعيد الفلسطيني، يُعد الاحتلال الإسرائيلي أحد أبرز العوامل المسببة للأزمات التنظيمية والإدارية والاقتصادية والإعلامية والمالية والثقافية التي تعصف بالمجتمع الفلسطيني، إذ تراكمت تداعياته وآثاره على مختلف المستويات والأصعدة منذ عقود (إسليم، 2008)، وفي ظل هذا الواقع، برزت وسائل الإعلام، بما فيها المنصات الرقمية التفاعلية، كأداة مركزية في الحروب النفسية والدعاية الموجهة، حيث توظف بشكل منظم للتأثير على قناعات الطرف المستهدف وتشكيل صورته الذهنية. وقد أدرك الاحتلال مبكراً أهمية هذا التوظيف في معاركه السياسية والعسكرية، فسخر إمكانات إعلامية كبيرة لرسم صورة ذهنية إيجابية عن

ذاته في أذهان الجمهور العربي، في مقابل تقديم صورة سلبية عن الفلسطينيين، وربط المقاومة الفلسطينية بما يسمى "الإرهاب العالمي" (سمير و صبيح، 2018).

ويملك الإعلام الإسرائيلي منظومة متكاملة من الوسائط السمعية والبصرية والمطبوعة، إلى جانب ترسانة من الصفحات الناطقة بالعربية على منصات التواصل الاجتماعي (الكوع و مصطفى، 2023). وتعمل أجهزة الإعلام وأدواته، الداخلية منها والخارجية، بتناغم شبه كامل، انطلاقاً من قناعة راسخة بأهمية الإعلام في الحروب لكسب الرأي العام العالمي وتوفير غطاء لجيش الاحتلال في ممارسة المجازر والانتهاكات. ولهذا الغرض، تخصص إسرائيل ميزانيات ضخمة وتضع خططاً إعلامية مدروسة، مستعينة بكبرى الشركات المتخصصة في مجال الإعلام والعلاقات العامة (عبد الله، 2013).

وقد لعبت العديد من الصفحات الرسمية التابعة لدولة الاحتلال دوراً مهماً في قلب الرواية الفلسطينية ومحاولة إظهار الشعب الفلسطيني بصور سلبية ومنها صورة "الإرهابي" في محاولة لربط المقاومة الفلسطينية بما يسمى "الإرهاب العالمي" (الكوع و مصطفى، 2023). ويتضح هذا الأمر جلياً من خلال استخدام دولة الاحتلال ممثلة بناطقيها العسكريين والناطقين باسم حكومتها وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الهدف خلال معركة "طوفان الأقصى"، ومن هذه الصفحات صفحة "أوفير جندلمان" الناطق باسم رئيس وزراء دولة الاحتلال "بنيامين نتنياهو" عبر منصة الفيس بوك، والتي يتابعها ما يزيد عن 199 ألف متابع حسب احصائيات الصفحة الظاهرة في معلومات الصفحة بتاريخ 5 كانون أول 2023.

وعليه، تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل السيميائية البصرية المستخدمة لتوجيه الرأي العام وتعزيز رواية الاحتلال عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء دولة الاحتلال للإعلام العربي "أوفير جندلمان" عبر الفيس بوك، والتعرف على كيفية توظيف العلاقات العامة الرقمية لأطر الإعلامية والدعاية الإسرائيلية وبناء الرواية الصهيونية التي تستخدمها دولة الاحتلال للترويج لوجهة نظرها وموقفها وتبرير جرائمها وانتهاكاتها لحقوق الإنسان والقانون الدولي خلال معركة "طوفان الأقصى".

الإطار المفاهيمي

العلاقات العامة الرقمية في سياق الحروب

تمثل العلاقات العامة الرقمية أحد فروع العلاقات العامة التي تعتمد على الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور المستهدف وصياغة الرسائل الإعلامية. وتعرف بأنها "الاستخدام المنهجي للأدوات الرقمية لبناء الصورة الذهنية للمؤسسات والتأثير في مواقف الجمهور" (أبو الرب، 2023).

في سياق النزاعات المسلحة، تتجاوز العلاقات العامة الرقمية أهدافها التقليدية في تحسين الصورة المؤسسية لتصبح أداة استراتيجية للدعاية السياسية والحرب النفسية، حيث تُستخدم لإدارة الانطباعات، وتبرير السياسات، وإقناع الرأي العام المحلي والعالمي بوجهة نظر طرف الصراع. ويُعد المحتوى البصري - من صور وفيديوهات - من أبرز أدواتها، نظرًا لقوة تأثير الصورة في تشكيل الإدراك العاطفي والمعرفي للجمهور (بنكراد، 2012).

وتبرز أهمية العلاقات العامة الرقمية في الحروب من خلال قدرتها على (بنكراد، 2012):

- تأطير الأحداث بصريًا: اختيار صور ومقاطع فيديو تحمل دلالات تخدم السردية المراد ترويجه.
- تضخيم أو إخفاء جوانب معينة من الحدث بما يتوافق مع أهداف الجهة الناشرة.
- استخدام تقنيات الدعاية مثل الإثارة العاطفية، وصناعة البطل، وتجريم الخصم.
- الوصول الفوري والواسع للجمهور المحلي والدولي دون وسيط إعلامي تقليدي.

وبهذا، فإن العلاقات العامة الرقمية في سياق الحروب ليست مجرد وسيلة اتصال، بل أداة صراع ناعمة تتكامل مع الأدوات العسكرية لتحقيق مكاسب سياسية وإعلامية. ومن هنا تتقاطع مع دراسة هذا البحث التي تركز على تحليل سيميائي للمحتوى البصري في المنصات الرقمية الإسرائيلية خلال معركة "طوفان الأقصى"، للكشف عن الأطر الدعائية المستخدمة لتوجيه الرأي العام.

توظيف العلاقات العامة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات التي تؤثر في صناعة الرأي العام وتشكيله خاصةً في ظل الأزمات مثل الحروب، وقد تطوّر الدور الذي تؤديه هذه الوسائل بشكل كبير وواضح في الفترة الأخيرة، حيث أصبحت نافذة تدير حركة التغيير في العالمين العربي والغربي. كما تحوّلت إلى منصة لنشر الأفكار والطباع والمعتقدات سواء كانت إيجابية أو سلبية وعلى الجانب السلبي، تستغلّ العديد من الجماعات المتطرفة والإرهابية هذه الوسائل لنشر أفكارها وبث معتقداتها، التي تهدف إلى غسل أدمغة الشباب وتجنيدهم بما يخدم مصالحها (العيسوي، 2020).

وتعتمد إدارة العلاقات العامة الرقمية الناجحة على أسلوب التنوع في تطبيق الاستراتيجيات الاتصالية التي تجعل المؤسسات تحقق أهدافها وتعمل أيضاً على تحقيق رضا جماهيرها، لذلك هناك عدة أساليب مختلفة للرسالة الاتصالية: الرسالة الإخبارية، ويكون هذا النوع الاتصالي بشكل الخبر الصحفي حيث تلجأ العلاقات العامة الرقمية إلى اتخاذ هذا النوع من الرسائل في العديد من الظروف والمواقف، كما يأتي هذا النوع الاتصالي من خلال تغطية المؤتمرات الصحفية ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات وتعتبر الرسائل الاعلانية من أهم أساليب العلاقات العامة الرقمية حيث يشكل الإعلان واحداً من أهم أنماط وأساليب الرسالة الاتصالية، وتتمثل أهمية هذا الأسلوب في عرض الخدمات والمساعدات وتقديم الاستشارات للجميع مما يكسب رضا ورأي الجمهور (الوائل و الجواي، 2023).

وتأخذ الرسالة الدعائية حيزاً كبيراً من عمل العلاقات العامة الرقمية ولا سيما المؤسسات الدولية حيث تأخذ على عاتقها توظيف متطلبات الأساليب الدعائية في تلك الرسائل التي تعمل على التأثير على أفكار وإراء الجماهير وبالتالي الوصول إلى التغييرات الذهنية والمعتقدات والسلوك المطلوبة (العقابي، 2014). وتعمل العلاقات العامة أيضاً على إعداد الأفلام والتقارير المسجلة حيث تركز هذه الرسائل على إظهار فكرة او تبينها على شكل تقارير او أفلام قصيرة تستطيع من خلالها جعل الأفكار قابلة للتبني (الوائل و الجواي، 2023).

الدعاية الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف الدعاية بأنها جهود اتصالية مدروسة ومقصودة يقوم بها المروجون بهدف نقل المعلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة. يتم إعداد هذه الجهود وصياغتها من حيث المحتوى والشكل وطريقة العرض بأسلوب يهدف إلى تحقيق تأثير محدد ومقصود على معلومات فئات معينة من الجمهور، بالإضافة إلى آرائه واتجاهاته وسلوكه. الهدف من ذلك هو السيطرة على الرأي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير بما يتماشى مع أهداف الدعاية، دون أن يدرك الجمهور الأسباب التي دفعته لتبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والمعتقدات، ودون أن يتعمق في الجوانب المنطقية لها (حسين، 1984).

وتتمثل الدعاية في نشر الأفكار والعقائد والمواقف السياسية على نطاق واسع بهدف إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير. ولتحقيق ذلك، يعتمد الداعون على أفضل وسائل الاتصال وأكثرها تأثيراً في مشاعر وآراء الناس، كما تميل الدعاية إلى إبراز الجوانب الإيجابية وإخفاء العيوب والأخطاء بغية التأثير في الشخص أو الفئة المستهدفة (المطيري، 2015).

تتعلق الدعاية السياسية بجهود تهدف إلى تحقيق فعل سياسي من خلال استخدام جميع الوسائل والأساليب المتاحة. وهي في جوهرها عملية تستند إلى التلاعب بالعواطف، حيث تسعى إلى خلق حالة من التوتر الفكري والشحن العاطفي، مما يؤدي غالباً إلى تشويه التسلسل المنطقي للأحداث. وبالتالي، تعتبر هذه العملية وسيلة للإقناع، وغالباً ما تكون عناصرها غير صحيحة بالكامل (حسن و فاره، 2007).

وتُعرف الدعاية الصهيونية بأنها: محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في زمن معين ولتحقيق هدف مرسوم، وتجدر الإشارة إلى أن الدعاية الصهيونية والحرب النفسية التي تقوم بها موجهة إلى العالم بأسره، فمدى أهدافها وانتشارها ليس مقتصرًا على الدول العربية أو الفلسطينيين أو الغرب عمومًا فهو موجه إلى اليهود في حد ذاتهم لتصحيح صورتهم السلبية التي ما انفكت تلازم اليهود أينما حلوا وارتحلوا (عباس، 2005).

تأسست الدعاية الصهيونية بهدف منح الشرعية لأهداف الحركة الصهيونية، ويُعد ثيودور هرتزل المؤسس الفعلي لهذه الدعاية السياسية الحديثة، فقد كان من أوائل الذين ساروا على هذا النهج حيث أنشأ جريدة أسبوعية باسم "دي ولت" عام 1897، والتي كانت تدعو اليهود إلى إنشاء وطن قومي لهم. ارتكزت الدعاية الصهيونية في تلك الجريدة على أهمية توحيد صفوف اليهود في جميع أنحاء العالم وتأجيج مشاعر الحنين إلى فلسطين باعتبارها "أرض الميعاد"، بالإضافة إلى التحريض على الثورة ضد ما زعموا أنه ظلم وقمع تعرضوا له عبر التاريخ، وقد اعتمدت هذه الدعاية على حجتيْن رئيسيتين:

- الحجة الدينية، التي تدّعي أن الله وعد اليهود بفلسطين.
- الحجة التاريخية، التي ترى أن من حقهم الاجتماع تحت غطاء سيادي واحد بعد معاناتهم من التشتت. وفي المفاهيم الإعلامية الحديثة، تُصنّف الدعاية الصهيونية ضمن الدعاية السوداء وهي الدعاية التي تعتمد على الكذب والخداع والحيل، وتهدف إلى إثارة البلبلة وحرب الأعصاب وزرع الشكوك، وغالبًا ما تُنفذ بشكل سري بالتعاون مع أجهزة الاستخبارات (محمد، 2021).

تُعتبر الدعاية الصهيونية من أنجح الدعايات الإعلامية عالميًا، حيث تقوم بأكبر عملية غسيل أدمغة على المستوى الدولي، مستفيدةً من الإمكانيات الاقتصادية والمالية التي يمتلكها اليهود، بالإضافة إلى معرفتهم بأنسب الطرق لمخاطبة العقل الغربي. وقد سهّلت جذورهم الأوروبية عليهم تحقيق أكبر عملية غسيل دماغ بشري في التاريخ، بما يخدم قضاياهم، مثل تهويد فلسطين وتغيير ملامحها (المطيري، 2015).

كما تُعد الدعاية الإسرائيلية من أكثر الدعايات تفوقًا عالميًا في مجال الإعلام الرقمي، حيث تُصنّف من بين الأكثر تطورًا في المجالات الإعلامية المختلفة. ففي عام 2017، احتلت إسرائيل المرتبة التاسعة عالميًا في تصنيف الدبلوماسية الرقمية، بعد أن أدركت فعالية الإعلام التفاعلي وقدرته على تعبئة الرأي العام والتلاعب بالأفكار (محمود، 2024).

وتتميز الدعاية الإسرائيلية في العديد من المميزات المتمثلة في (أبو شنب، 2017).

أولاً: الاعتماد على الرواية العسكرية: حيث يقوم الإعلام الإسرائيلي بنقل عمليات الإعدام الميدانية التي تحدث في فلسطين من خلال الرواية العسكرية الإسرائيلية، مما يُعتبر تحريضاً ضد الشعب والقيادة الفلسطينية. يتضمن ذلك تقديم ضمانات وقوانين للجند القتلة تضمن عدم محاكمتهم، بالإضافة إلى تعليمات بإطلاق النار (القتل العمد) حتى في حالة الشك فقط.

ثانياً: اعتماد أسلوب القوة الناعمة: بينما تعزز إسرائيل من قدراتها الأمنية والعسكرية لمواجهة أي تهديد محتمل من خصومها، فإنها تسعى بشكل مستمر إلى التأثير على العقول والمشاعر، خاصة لدى الفئات المهمة بالقضية الفلسطينية. يأتي ذلك في إطار حملة ممنهجة تهدف إلى تغيير الحقائق وتجميل صورة إسرائيل العنصرية، لتظهر في النهاية بشكل إيجابي وجذاب. تعتمد إسرائيل لتحقيق هذا الهدف على قوتين متكاملتين: القوة العسكرية والقوة الناعمة. يتم ذلك من خلال استخدام الإعلام الإسرائيلي الموجه، بالإضافة إلى الاعتماد على الإعلام الأمريكي الرسمي الذي يدعم إسرائيل كدولة ديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط. تعتبر إسرائيل هذه الاستراتيجية واحدة من أهم أدواتها السياسية غير العسكرية، حيث ترى فيها ميزة كبيرة في التأثير على الرأي العام العالمي.

ثالثاً: الطابع الديني للرواية الإسرائيلية: غالباً ما تلجأ وسائل الإعلام الإسرائيلية إلى تناول البعد الديني التوراتي في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وترويج مفاهيم مثل أرض الميعاد وشعب الله المختار. كما تسعى إلى تعزيز الاعتراف بيهودية الدولة ودعم فكرة الدفاع عن القدس، وتصوير الشعب اليهودي كضحية للاضطهاد من قبل الفلسطينيين.

رابعاً: استخدام الأسلوب الإقناعي: أظهرت الدراسات المتعلقة بالإعلام الإسرائيلي والتسويق السياسي للمشروع الصهيوني أن الأسلوب الأكثر فعالية الذي اتبعته الصحف الإسرائيلية الثلاث: معاريف، يديعوت أحرونوت، وهآرتس، هو الأسلوب الإقناعي الذي يعتمد على الحجة والمناقشة. وهذا تبرز قوة ونجاح الرواية الإسرائيلية في مواجهة الرواية الفلسطينية والعالمية على حد سواء، مما يعكس فعالية الاستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية في التأثير على الرأي العام وتوجيهه.

خامساً: الأسلوب الإقصائي تجاه الفلسطينيين: تتبنى إسرائيل نهجاً عنصرياً يتسم بالتفوق، حيث تسعى إلى عزل الفلسطينيين عن هويتهم القومية العربية والفلسطينية، وتعمل على فصلهم عن تاريخهم وتراثهم في أرض فلسطين.

سادساً: استخدام المصطلحات التمييزية: لا يمكننا أن نسمع مثلاً عن المقاومة الفلسطينية أو فلسطيني الداخل أو حتى دولة فلسطين، حيث يسعى الإعلام السياسي الإسرائيلي إلى محو كل ما هو فلسطيني. بالإضافة إلى ذلك، قامت إسرائيل بتزوير التراث الفلسطيني واستخدامه لدعم الرواية التي ترغب في نشرها. على سبيل المثال، تستخدم إسرائيل مصطلح "حائط المبكى" بدلاً من "حائط البراق". كما أن المساجد والمواقع الأثرية تعرضت لاعتداءات همجية من قبل الاحتلال الإسرائيلي، الذي طال كل ما تمتلكه فلسطين من تراث عميق وحضارة. وقد أفادت مؤسسة الأقصى بأن إسرائيل اعتدت على 26 مسجداً ومصلى من خلال الهدم والإغلاق والإهمال.

تلعب الدعاية الإسرائيلية دوراً معقداً خلال الأزمات، خاصة في أوقات الحروب، حيث تنتوع أدوارها بين الدعاية والدبلوماسية، بالإضافة إلى ما يُعرف بالدور القتالي أو الحرب الإعلامية. وقد اتفق العديد من الباحثين على أن وسائل الإعلام تم توظيفها بشكل متقدم في تشكيل الحروب، من خلال خلق الذرائع، وتشكيل الواقع، والتضليل الإعلامي، وحجب المعلومات أو امتصاصها، إلى جانب الجهود الدعاية لبناء صورة إيجابية عن الذات وصورة سلبية مصطنعة عن العدو (الكندي، 2008). شهدت فترات الحروب في قطاع غزة، مثل "سيف القدس" و"وحدة الساحات"، أحداثاً دامية بين الكيان المحتل والمقاومة الفلسطينية، مما أسفر عن آلاف الضحايا من الفلسطينيين وتدمير شامل للمباني السكنية والبنية التحتية. كما أثارت هذه الحروب ضجة كبيرة في الساحة الإعلامية المحلية، حيث ساهمت في تشويه صورة المحتل أمام شعوب العالم والدول التي دعمت الجانب الفلسطيني وأدانت الجرائم التي ترتكبها "إسرائيل". علاوة على ذلك، رافقت هذه الحروب تفاعلات كبيرة من وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث لعبت التقنيات الرقمية الحديثة دوراً بارزاً في تحويلها إلى حرب رقمية إلى جانب الحرب الدمية. وقد

حصلت القضية الفلسطينية على دعم وتأييد من معظم دول العالم العربي والعالم، كما خرجت العديد من شعوب العالم في مظاهرات تندد بجرائم الاحتلال وتطالب بوقف الحرب (علاونة، 2023).

خلال هذه الحروب، اتسم الإعلام الإسرائيلي بمواقف عدائية تجاه الفلسطينيين، حيث تجلت العنصرية في قلة ذكر الفلسطينيين في المقالات والتقارير الإعلامية. كما اتسمت التغطية الإعلامية بالتوجه العدائي والاستقرازي، مع تبني مواقف الحكومة وعدم انتقادها. وبالتالي، لعبت وسائل الإعلام الإسرائيلية دوراً خلال الحروب على قطاع غزة، حيث تصرفت كامتداد لمؤسسة الكيان الإسرائيلي، مما جعلها تدعم المؤسسة العسكرية والأمنية. في هذا السياق، يُصوّر الجيش الإسرائيلي دائماً كضحية ومعتدى عليه، بينما يُعتبر القصف وإطلاق النار على الفلسطينيين مجرد دفاع عن النفس. في الإعلام الإسرائيلي، يُنظر إلى الضحايا الفلسطينيين كأرقام بلا أسماء أو عائلات، حيث لا تُعطى الخسائر المادية والأضرار أي قيمة، وتُعتبر البيوت والمباني الفلسطينية مجرد ثكنات للمنظمات الفلسطينية، دون اعتبار لوجود أصحاب أو عائلات تعيش فيها، بما في ذلك الأطفال وكبار السن (عبد الله، 2013).

حرب طوفان الأقصى (2023-2024)

أدت عملية "طوفان الأقصى" التي نفذها مقاتلو كتائب القسام التابعة لحركة حماس من قطاع غزة ضد المستوطنات والمعسكرات الإسرائيلية المحيطة بغزة يوم السبت 7 أكتوبر 2023 إلى تأثير استراتيجي غير مسبوق على مستوى العالم خلال الخمسة والسبعين عاماً الماضية منذ تأسيس الكيان الإسرائيلي. بدأت العملية بإطلاق آلاف الصواريخ نحو المستوطنات والمدن الإسرائيلية، كما تسلّل مقاتلو حماس من البحر والجو إلى الأراضي الفلسطينية المحتلة، مما أسفر عن مقتل أكثر من 1300 إسرائيلي. في المقابل، أعلن رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو حالة الحرب، وأطلق الجيش الإسرائيلي عملية "السيوف الحديدية"، التي أدت حتى الآن إلى استشهاد ألف فلسطيني وتشريد الآلاف، بالإضافة إلى تدمير أحياء كاملة في قطاع غزة (الجزيرة نت، 2023).

شملت هذه العملية هجومًا صاروخيًا واسع النطاق، حيث أطلقت المقاومة آلاف الصواريخ نحو مستوطنات إسرائيلية متعددة، بدءًا من ديمونا في الجنوب وصولًا إلى هود هشارون في الشمال والقدس في الشرق. وفي الوقت نفسه، نفذت المقاومة اقتحامًا بريًا من خلال المقاومين الذين استخدموا الدراجات النارية والطائرات الشراعية وغيرها، في المناطق المعروفة باسم غلاف غزة. وقد تمكنوا من السيطرة على عدد من المواقع العسكرية، خاصة في سديروت، ووصلوا إلى أوفاكيم، واقتحموا نتيفوت، واندلعت اشتباكات عنيفة في تلك المستوطنات وغيرها. كما أسرت المقاومة عددًا من الجنود واقتادتهم إلى غزة، بالإضافة إلى الاستيلاء على مجموعة من الآليات العسكرية الإسرائيلية. في 9 أكتوبر، أعلن جيش الاحتلال الإسرائيلي استعادة السيطرة على جميع البلدات التي استولت عليها فصائل المقاومة الفلسطينية في غلاف قطاع غزة، وأعلن وزير الدفاع الإسرائيلي يوآف غالانت حالة الحرب على القطاع وبدء الحصار الشامل، بما في ذلك حظر دخول الغذاء والوقود (موسى، 2023).

وردًا على هذه العملية انتهكت "إسرائيل" كل الأعراف والمواثيق القانونية الدولية في العدوان على قطاع غزة تحت ذريعة القضاء على حركة حماس لاستعادة قوة الردع، حيث قتلت الآلاف من الضحايا في ظل دعم أمريكي وغربي واتهامات لدول إقليمية بمساندة حماس، وكانت هناك محاولات لوقف إطلاق النار في القطاع، إلى أن تم التوصل إلى هدنة إنسانية مقابل تبادل للأسرى بين حماس وإسرائيل. وأمام هذه الجولة الجديدة من الصراع الفلسطيني - الإسرائيلي، وما أسفرت عنه من نتائج كانت كارثة إنسانية إلا أن هذه الجولة أعادت القضية الفلسطينية إلى واجهة الأحداث الدولية مرة أخرى بعد أن أبعدت العديد من الأحداث الدولية (عبد الحلیم، 2023).

أطلقت كتائب القسام عملية طوفان الأقصى في ظل الاعتداءات المتواصلة التي تقوم بها حكومة اليمين المتطرف، التي تضم مستوطنين يحملون مشاعر الكراهية تجاه المدنيين الفلسطينيين في الضفة الغربية، حيث تنتهك أراضيهم تمهيدًا لمصادرتها وتهويدها. بالإضافة إلى ذلك، تتواصل الاعتداءات من قبل المستوطنين على المسجد الأقصى تحت حماية الجيش وأجهزة الأمن الإسرائيلية. وقد قامت الحكومة

الإسرائيلية خلال الأسابيع الأخيرة من العملية بتعزيز وجودها العسكري في الضفة الغربية بنشر نحو 30 كتيبة من قوات الجيش، بهدف ردع أي رد فعل فلسطيني على ممارسات المستوطنين، وتسهيل الاقتحامات للمخيمات والبلدات والمدن الفلسطينية التي تشهد مقاومة ضد قوات الاحتلال والمستوطنين. وفي قطاع غزة، تستمر المعاناة الفلسطينية بسبب ضعف الاقتصاد وظروف المعيشة الصعبة، خاصةً أن القطاع محاصر من قبل "إسرائيل" منذ عام 2006. كما أن سلطات الاحتلال الإسرائيلي تقلص حقوق الأسرى الفلسطينيين وتزيد من سوء معاملتهم، وترفض التوصل إلى اتفاق لتبادل الأسرى، مستغلة ضعف الموقف العربي واستعداد العديد من الدول العربية لتطبيع العلاقات معها بعيداً عن الحقوق الفلسطينية (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2023).

واعتبرت عملية "طوفان الأقصى" من أهم العمليات الفلسطينية التي تناولت زخماً كبيراً عبر وسائل الإعلام العالمية خاصة أن هذه العملية موجهة إلى "إسرائيل"؛ مما أدى إلى اشتعال الصراع على مستوى عالمي خاصة بعدما تكبدت "إسرائيل" خسائر فادحة حيث تم وصفها بأنها أكبر الخسائر الإسرائيلية منذ حرب أكتوبر لعام 1973 (Shukri, 2023). كما كشفت هذه العملية عن ازدواجية فاضحة في تطبيق معايير حقوق الإنسان على مستوى الحكومات الغربية والمنظمات الحقوقية الكبرى العالمية. فعلى الرغم من أن هذه الحكومات والمنظمات تبنت مواقف بالغة الحدة وقادت العديد من الحملات السلبية ضد الكثير من الدول العربية بحجة وجود انتهاكات لحقوق الإنسان، إلا أن مواقفها الصريحة تجاه الممارسات الإسرائيلية الأخيرة من جرائم حرب وإبادة جماعية وانتهاكات لحقوق الإنسان وتدمير المستشفيات والمدارس والمساجد والكنائس كانت متخاذلة، بل وداعمة ومبررة للجرائم الإسرائيلية (محمود، 2024).

أثرت حرب "طوفان الأقصى" بشكل كبير على الديناميكيات العربية في منطقة الشرق الأوسط، حيث وجدت الدول العربية نفسها تواجه تباينات واضحة بين مواقفها والموقف الأمريكي المؤيد للحرب. كما برزت اختلافات أخرى بين استراتيجياتها السياسية والسلوك الإيراني الذي يدعم التحركات العسكرية. في ظل حرب رئيسية في قطاع غزة وصراعات ثانوية في مختلف أنحاء الإقليم، أعادت هذه الظروف إلى الأذهان

ما شهدته المنطقة خلال العقد الذي تلا ما يُعرف بـ"الربيع العربي" من صراعات ونزاعات وفجوات كبيرة بين دول المنطقة، بالإضافة إلى تصادم المصالح والأهداف. نتيجة لذلك، تأثرت العلاقات العربية مع إسرائيل بشكل كبير في الآونة الأخيرة، إلى جانب جمود العملية السياسية وفشل محاولات الدول في فرض هدنة إنسانية تتيح لها التقاط الأنفاس وإعادة ترتيب الأوضاع (عامر، 2023).

ترى الباحثة أن كلاً من حركة "حماس" و"إسرائيل" قد وظفتا حرباً إعلامية إلى جانب الحرب الدموية القائمة، حيث جند كل طرف إعلامه الحربي لإيصال الرسائل والبقاء على اتصال مباشر مع الجماهير المختلفة، وقد لعب هذا الإعلام دوراً محورياً في الدعاية التي مارسها أطراف الصراع خلال فترات الحرب، حيث كان الأداة التي تحدد أهداف الرسائل الإعلامية وتخدم مصالح الطرف الذي يبتئها. كما استُخدمت هذه الوسائل في شتى عمليات دعائية تهدف إلى التأثير على الخصم، إلى جانب الحملات المضادة التي تسعى إلى إحباط الدعاية التي يشنها الطرف الآخر.

النظرية السيميائية:

تعود حقيقة هذه النظرية إلى النظر وهو نشاط ذهني هدفه العلم والمعرفة مقابل العمل، وهي كذلك فرض علمي يربط العديد من القوانين ببعضها البعض ويردها إلى مبدأ واحد يمكن أن نستنتج منه أحكاماً وقواعد، وعليه فإن النظرية لا تقوم إلا على موضوع محدد له أسسه وقوانينه التي يتم التعامل بها معه (إبراهيم، 2021). ولا شك أن للسيميائية مكانة متميزة في المشهد الفكري المعاصر، فهي نشاط فكري بالغ الخصوصية من حيث أصوله ومبادئه (محمد، 2021)، فالسيميائية هي الدلالة أو العلامة، وفي المعجم الوسيط نجد: السومة، والسومة، والسومة، والسيميائية، وهي العلامة، ويقال: سوم فلان فرسه أعلمه بشيء يعرفه به (عبد الجليل، 2020).

والسيميائية أو ما يطلق عليها أيضاً (السيميولوجيا) هي ذلك العلم المتخصص في دراسة العلامات والرموز للتعرف على المعنى الكامن من وراء استخدام تلك العلامات والرموز، والسيميائية أيضاً هي استكشاف

لعلاقات دلالية غير مرئية من خلال التجلي المباشر للواقع، وتدريب العين على التقاط المعاني الضمنية الكامنة لا مجرد الاكتفاء بالتعبير عن مكونات المضمون (بنكراد، 2012). وتعرف السيمياء بأنها دراسة حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية وفي حقيقتها استكشاف لعلاقات دلالية غير مرئية من خلال التجلي المباشر للواقع، وهي تدريب للعين على الالتقاط الضمني والمتوازي والمتنوع، لا مجرد الاكتفاء بتسمية المناطق أو التعبير عن مكونات المتن (بنكراد، 2012).

تُعرف السيميائية (Semiotics) بأنها دراسة الرموز والعلامات وكيفية استخدامها لتبادل المعاني والتواصل. وتركّز على فهم كيفية إنشاء المعاني من خلال الرموز المختلفة التي تحيط بنا، سواء كانت لغوية، مثل الكلمات والجمل، أو غير لغوية، مثل الصور، الرسوم، الأشكال، الألوان، والأصوات. في جوهرها، تدرس السيميائية كيفية استخدام الرموز للإشارة إلى المعاني، وكيفية فهمها من قبل المتلقين. على سبيل المثال، يمكن اعتبار اللوحة الفنية رمزًا ينقل معاني ورسائل معينة من خلال الألوان والأشكال المستخدمة فيها. وبالمثل، يُنظر إلى اللون الأحمر في بعض الثقافات على أنه رمز للعاطفة أو الخطر. تُعد السيميائية أداة فعالة لفهم كيفية تواصل البشر وتفاعلهم مع العالم، بالإضافة إلى تحليل كيفية إنشاء وتبادل المعاني عبر الثقافات واللغات المختلفة (وهبة، 2008).

تُعرف السيميائية بأنها علم العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية والرمزية، سواء كانت طبيعية أو اصطناعية. فالعلامات يمكن أن تكون من إنتاج الإنسان، حيث يتم اختراعها وتحديد دلالاتها بالاتفاق مع الآخرين، كما هو الحال في اللغة الإنسانية ولغة إشارات المرور. أو قد تكون ناتجة عن الطبيعة بشكل عفوي وفطري، مثل أصوات الحيوانات وأصوات عناصر الطبيعة. تُعتبر السيميائية دراسة للأنظمة والأنساق الدالة، حيث تشير جميع الوقائع والأشكال الرمزية والأنظمة اللغوية إلى معانٍ معينة. هناك أيضًا دلالات لا تعتمد على اللغة التقليدية، مما يعني أن لها لغتها الخاصة. وبما أن الأنساق والوقائع جميعها تحمل دلالات، فلا مانع من تطبيق المقاييس اللغوية على الظواهر غير اللفظية أو السيميولوجيا غير اللسانية لبناء الطرح الدلالي (صبطي و بخوش، 2009).

وقد ظهر المنهج السيميائي في الستينيات من القرن العشرين، وهو منهج قائم بذاته على يد العالمين اللغويين فريناند دو سوسير والفيلسوف الأمريكي شارلز سندس بيرس، حيث تنبأ به سوسير وتصوره بيرس ويطمح أن يكون علماً لجميع العلامات اللغوية أو غير لغوية، ذلك لأن السيميائية هي الإطار المرجعي لأي ممارسة فكرية. فالرياضيات والكيمياء وعلم النفس والفلك يمكن أن تتجاوز السيميائية، وتهتم السيميائية بدراسة كيفية استخدام العلامات والرموز، ودراسة العلاقة بين الرمز وما يدل عليه أو يشير إليه، ودراسة علاقة الرموز ببعضها (سليمان، 2014). كما تدرس الأنظمة الرمزية في كل الاشارات ذات دلالة، لان السيميائية إنما تدرس دلالة الإشارة (الأحمر، 2010).

وقد أسهمت سيميائية الصورة الى تغيير أنساق الدعاية السياسية بشكلها القديم، حيث امتدت بشكل واسع إلى الفضاء العالمي من أجل تحقيق أهداف الدول الساعية وراء هذه الدعاية عبر توظيف العناصر المتعلقة بالتكوين الفني للصورة مع استغلال التقنيات التكنولوجية الحديثة ودمج المؤثرات البصرية في التصوير؛ لتكوين دلالات تعمل على التأثير على الوعي الانساني وافكاره ومعتقداته، وبهذا تكون الصورة أداة تصالية فاعلة تحقق أهداف مستخدميها. كما أجبرت الحروب الدول المشاركة فيها في تطويع كافة أشكال الدعاية التصويرية في التأثير على الجماهير وحشد التأثير لصالح تلك الدول من خلال استخدام الصورة المرئية بعناصرها الفنية، وبالأخص المنشورة منها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كسلاح دعائي فعال لتغيير اراء وأفكارها الشعوب (إبراهيم، 2021).

عناصر السيميائية:

تشير عناصر السيميائية إلى المفاهيم والمكونات الأساسية التي تشكل أساس دراسة السيميائية وفهمها، وتساعد في فهم كيفية تشكيل ونقل المعاني والرموز في مختلف السياقات الثقافية والاجتماعية وتشمل هذه العناصر (handler & Munda, 2017):

الرموز (Signs): هي الوحدات الأساسية في السيميائية وتتألف من اتصال بين العلامة (Signifier) والمعنى (Signified). على سبيل المثال، الكلمة "سيارة" هي علامة (Signifier) التي تشير إلى الكائن الفعلي "السيارة" (Signified).

المعنى (Meaning): هو الدلالة أو الفكرة التي تتمثل في الرموز. يمكن أن يكون المعنى مرتبطاً بالمفاهيم أو الأفكار أو العواطف.

المشترك الثالث (Referent): يشير إلى الكائن الفعلي أو الواقع الذي يشير إليه الرمز أو العلامة.

النظام السيميائي (Semiotic System): هو الإطار الذي يتم فيه استخدام الرموز وتفسيرها وتبادلها. ويمكن أن يكون النظام السيميائي نظاماً لغوياً، مثل لغة معينة، أو نظاماً غير لغوي، مثل الرموز الثقافية.

القراءة السيميائية (Semiotic Reading): هي العملية التي يقوم فيها المحلل بتفسير وفهم الرموز والرمزية في سياق معين، سواء كان ذلك في النصوص اللفظية أو البصرية أو غيرها.

المتلقي (Recipient): هو الشخص أو الجمهور الذي يتفاعل مع الرموز والرمزية، ويقوم بتفسيرها واستيعابها وإعطائها معانٍ.

أبعاد السيميائية:

وتحدد ابعاد السيميائية كالآتي (البشير، 2011).

البعد التركيبي: ويطلق عليه البعد النظمي السياقي، وهو يهتم ببنية العلامات الداخلية، فيدرس الخصائص الداخلية لهذه العلامات بغض النظر عن تفسيرها.

البعد الدلالي: يدرس العلاقة بين العلامة ودلالاتها، فيبحث في مضمون العلامة وعلاقتها بتفسيرها وتأويلها بغض النظر عن يتداولها.

البعد التداولي: ويبحث العلاقة بين العلامة ومن يتداولها، وتكون المصلحة عائدة على من يتداولها حيث يعمل على تحديد قيمة هذه العلاقة.

مبادئ عمل المنهج السيميائي:

تستند التحليلات السيميائية إلى خطوات محددة يقوم المحلل بتبسيطها وتعريف قرائه بها قبل البدء في عملية التحليل. يعتمد هذا العمل على المبادئ التالية: أولاً، التحليل المحايد الذي يسعى إلى فهم الدلالة ضمن شروط داخلية وأبعاد خارجية، أي البحث عن العلاقات التي تربط بين العناصر التي تساهم في إنتاج المعنى. ثانياً، يتضمن التحليل البنيوي لفهم المعنى، حيث يجب أن يكون هناك نظام من العلاقات يربط بين عناصر النص، لذا ينبغي توجيه الاهتمام نحو ما هو موجود ضمن نظام الاختلاف الذي يُعرف بشكل المضمون، وهو ما يُعرف بالتحليل البنيوي. بالإضافة إلى ذلك، تشمل التحليلات السيميائية تحليل الخطاب، حيث يُعتبر الخطاب من أبرز اهتمامات التحليل السيميائي الذي يركز على القدرة الخطابية. ورغم تعدد مداخل السيميائية، تظل اللغة واحدة من أبرز هذه المداخل، لكنها في كثير من الأحيان تتجاوز إطارها التقليدي، مما يجعل الحديث عن علامات اللغة أمراً بالغ الأهمية. ومن أبرز أنواع تلك العلامات (رضوان و عباس، 2017).

العلامة الايقونية: وهي العلامة التي تشير إلى الصفات التي تتمثل في تشابه بين المصورة والمشار إليه مثل الصور وهي التي بينها وبين ما تدل عليه محاكاة، إي هي تحاكي ما تشير إليه.

العلامة الإشارية: هي تلك التي ترتبط بمعناها ارتباطاً واضحاً، حيث تمثل علامة تدل على الشيء الذي تشير إليه نتيجة وجود هذا الشيء في الواقع. في هذه الحالة، تكون العلاقة بين ما يتم تصويره وما يتم الإشارة إليه علاقة سببية منطقية.

الرمز أو العلامة الاصطلاحية: هو ما تم الاتفاق عليه من قبل مجموعة من الأشخاص بناءً على اصطلاح محدد، ولا توجد بينه وبين ما يدل عليه أي تشابه، مثل الكلمات المفردة في أي لغة. إنه العلامة التي تشير إلى الشيء المعني بفضل القواعد المتفق عليها.

السيمائية والعلاقات العامة:

فيما يتعلق بالسيمائية والعلاقات العامة فهما عبارة عن مجالين مختلفين يمكن أن يتشابكا معاً في عدة نقاط، وهو ما يسمح بفهم أفضل لكيفية استخدام الرموز والعلامات لبناء العلاقات والتواصل الفعال. وبشكل عام، يمكن أن تساعد السيمائية في تحسين فهم علاقة الرموز والعلامات بالتواصل وكيفية استخدامها بشكل فعال في مجال العلاقات العامة لبناء علاقات قوية وفعالة مع الجمهور، وهناك بعض النقاط التي تربط بين السيمائية والعلاقات العامة تتمثل (Hodge & Kress, 1988).

1. استخدام الرموز في الاتصال: السيمائية تركز على كيفية استخدام الرموز والعلامات لتحويل المعاني والتواصل. وفي العلاقات العامة، يتم استخدام الرموز والعلامات لبناء العلامات التجارية، وتعزيز الهوية المؤسسية، ونقل الرسائل الإعلامية بطرق فعالة.

2. فهم المعاني والتأثير: السيمائية تدرس كيفية فهم المعاني وكيفية تأثير الرموز والعلامات على المتلقين. وفي العلاقات العامة، يتعين على المتخصصين في الاتصال أن يكونوا على دراية بالرموز والعلامات التي يستخدمونها، وكيفية استخدامها بشكل يؤثر إيجاباً على الجمهور المستهدف.

3. التواصل غير اللفظي: السيميائية تشمل العديد من الأشكال غير اللفظية للتواصل، مثل الصور والرسوم والألوان والشعارات، وهذه الأشكال تستخدم أيضًا بشكل واسع في العلاقات العامة لنقل الرسائل وبناء الهوية.

4. الثقافة والتفاعل: السيميائية تركز على كيفية تفاعل الأفراد مع الثقافة وكيفية فهمها. وفي العلاقات العامة، يعتمد النجاح على فهم الثقافة والقيم الثقافية للجمهور المستهدف والتواصل معهم بطريقة تناسب ثقافته.

التحليل السيميائي للمحتوى البصري خلال الحروب:

يستند التحليل السيميائي للمحتوى البصري خلال الحروب إلى استخدام السيميولوجيا لفهم الطريقة التي يتم فيها تشكيل الرموز البصرية في سياق الصراعات المسلحة ونشرها. ويركز هذا التحليل على كيفية استخدام الصور والرموز والألوان والأشكال لتوجيه رسائل معينة وتأثير التصوير البصري على الجمهور والمتلقين في تحليل الصور البصرية خلال الحروب باستخدام السيميائية حيث يساعد على فهم المعاني وراء الصور والرموز المستخدمة والتأثير الذي يمكن أن يحدث لها على الجمهور والمجتمعات المتأثرة، وهناك عدة جوانب يمكن تحليلها باستخدام السيميائية في سياق الحروب وتشمل بعض هذه الجوانب (Randviir, (2004).

1. رموز السلطة والقوة : يمكن أن تستخدم الحكومات والمنظمات العسكرية رموزًا معينة في الصور البصرية لتعزيز الصورة القوية للجيش أو الحكومة، مثل استخدام الأعلام الوطنية والرموز العسكرية.
2. تشكيل الرأي العام : يمكن استخدام الصور البصرية لتشكيل رأي الجمهور وتوجيه مواقفه نحو الحرب أو السلام، وهذا يتم من خلال اختيار الصور المعينة وتحريرها بطريقة معينة لتبرز الجوانب المرغوبة.
3. تأثير الإنسانية : يتم استخدام الصور البصرية أحيانًا لإظهار الجوانب الإنسانية للصراعات الحربية، مما يساهم في تحقيق تأثير عاطفي لجلب دعم دولي أو محلي للقضية.

4. تشويه الصورة : قد يتم استخدام الصور بطريقة مغايرة لتشويه صورة العدو أو لتبرير العمليات العسكرية.

5. تقديم البطولة والشجاعة : يمكن أن تظهر الصور العسكرية الجنود وهم يقومون بأفعال بطولية أو مشاهد الانتصار لرفع الروح المعنوية وتحفيز الجنود والمواطنين.

وقد تم توظيف نظرية التحليل السيميائي من خلال تحليل المحتوى البصري واللغوي في منشورات صفحة "جندلمان" خلال حرب طوفان الأقصى لعام 2023، حيث تساهم هذه النظرية في فهم كيفية استخدام الرموز والإشارات البصرية والنصوص لتعزيز رسائل معينة وتعميق الأثر الإعلامي. وبالتالي تم الكشف عن أنواع الرموز والإشارات التي استخدمها لتعزيز الصورة الصهيونية أثناء معركة "طوفان الأقصى"، وكيف تم توظيف هذه الرموز لخدمة سياسات معينة.

وهكذا تبرز ضرورة استخدام هذه النظرية في موضوع الدراسة، حيث يتيح تحليل الرموز والإشارات - مثل الألوان، والأشكال، والصور، والنصوص - فهماً أعمق لكيفية بناء المعاني وتوجيه الجمهور نحو تفسير معين للأحداث من خلال هذه النظرية، واستكشاف الطريقة التي تم بها توظيف العناصر البصرية واللغوية لخلق دلالات معينة، مما يساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه تجاه معركة طوفان الأقصى.

نظرية الأطر الإعلامية:

تعتبر نظرية الأطر الإعلامية إحدى أهم النظريات التي تسمح للباحثين بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الخبرية للوسائل الاعلام المختلفة للقضايا المثارة خلال فترة زمنية معينة، وقد عرفها إنتمان " Entman" بالتركيز على بعض المواضيع في الاخبار وتأطيرها بالشكل المناسب وتجنب بعض العناصر الأخرى بما يخدم مصالح المؤسسة الإعلامية، وتقوم فكرة هذه النظرية على أن آراء واتجاهات الجمهور تتشكل في ضوء تأثيرها لما تقدمه وسائل الاعلام من أطر خبرية لأحداث وقضايا مختلفة حيث يمتد تأثير تلك الأطر إلى قرارات الافراد وتوجهاتهم (محمد، 2024).

ويتم تشكيل الإطار من خلال دراسة الاحداث التي حصلت، حيث يتم جمع جوانب من الواقع وتعبئته بطريقة معينة، لتوفير وجهة نظر منفصلة للجمهور. لذلك تخلق الأطر المحتوى، وتعبئ القيم وتعزز المعرفة وتوفر التعاريف وتشخص العلاقات السببية وتقدم الأحكام الأخلاقية، وتفرض الإجراءات (Entman, 1993). فالإطار هو الفكرة الأساسية التي تكسب الحدث معناه ويحدد موضوع الخلاف وجوهر القضية، فالتشكيل هو اختيار بعض الجوانب من الحقيقة لجعلها أكثر بروزاً وإعطاء تفسير سببي وتقييم أخلاقي وطريقة معالجة هذه الحقيقة، وهناك عناصر يقوم عليها مدخل الإطار في عملية الاتصال وهي: القائمون بالاتصال والنص والملتقي والثقافة (العباسي، 2022).

وتهدف نظرية التأطير إلى فهم كيفية تأثير هذه الإطارات على الرأي العام والمفاهيم والاتجاهات، وكيفية تأثيرها في تشكيل الرؤى والتصورات للقضايا والأحداث. وتعتمد هذه النظرية على افتراض أن الشكل الذي يُطرح به الخبر أو الموضوع يؤثر بقوة في كيفية استيعابه وتفسيره من قبل الجمهور حيث تُعتبر نظرية التأطير مهمة لفهم العديد من الظواهر الاجتماعية والسياسية والثقافية، مثل كيفية تغطية وسائل الإعلام للأحداث السياسية، وتأثيرها في بناء صورة عامة حول هذه الأحداث وتوجيه انتباه الجمهور إلى جوانب معينة منها وكيفية تأثير ذلك في الدعاية والتأثير السياسي والاجتماعي (Rane, Ewart, & Martinkus, 2014).

تفترض الأبحاث المتعلقة بالأطر الإعلامية فرضية علمية مفادها أن تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة من قضية معينة، مع تجاهل جوانب أخرى، يؤدي إلى تحديد أطر معينة. وهذا بدوره يُسهم في تشكيل معايير مختلفة يستخدمها الجمهور عند التفكير في تلك القضية وتكوين آرائهم حولها. في هذا السياق، يتجلى تأثير الأطر الإعلامية على الاتجاهات السياسية للجمهور من خلال مستويين (مزروع، 2013)

المستوى الأول: يركز على قياس المحتوى غير المرئي لوسائل الإعلام، المعروف بالمحتوى الضمني. ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يوفر طريقة لفهم المعلومات المقدمة، حيث يقوم الفرد بتنظيمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم من حوله.

المستوى الثاني: يركز على قياس أطر وسائل الإعلام، وهو المستوى الذي يلعب دوراً حاسماً في تشكيل توجهات الجمهور تجاه القضية المدروسة. حيث إن وسائل الإعلام، من خلال تسليط الضوء على جوانب معينة، تضع لنفسها أطراً إعلامية تؤثر في النهاية على معايير الجمهور بشأن القضايا، مما ينعكس على آراء واتجاهات الجماهير تجاه تلك القضايا.

حدد "بول دي أنجيلو" أربعة أهداف تجريبية تسعى الدراسات والأبحاث المتعلقة بنظرية الأطر الإعلامية إلى تحقيقها. هذه الأهداف هي: أولاً، تحديد الوحدات الموضوعية المعروفة بالأطر أو القوالب. ثانياً، دراسة الظروف السابقة التي أدت إلى إنتاج هذه الأطر. ثالثاً، تحليل كيفية تنشيط الأطر الإخبارية وتفاعلها مع التجارب الفردية السابقة، مما يؤثر على التفسيرات واستدعاء المعلومات وبالتالي اتخاذ القرارات. وأخيراً، التعرف على كيفية تشكيل الأطر الإخبارية للقضايا الاجتماعية والسياسية، مثل القضايا السياسية الجدلية والصراعات العالمية التي تهم الرأي العام (العباسي، 2022).

يجب أن تتوفر مطابقة اجتماعية للأحداث الإخبارية من خلال وضعها في الإطار المناسب الذي يتماشى مع الأطر المرجعية للجمهور. هذا يساعد في تقديم صورة واضحة حول موضوع معين. وتتم عملية تقديم هذه الصورة من خلال مجموعة من الممارسات الصحفية التي تتضمن فرضيات حول طبيعة المجتمع وكيفية عمله. ومن أبرز خصائص الأطر الخبرية كما أشار إليها (مكاوي، 2016).

يضيف الإطار المعنى على الخبر أي أنه يعطي له دلالة أو أهمية لدى الجمهور.

يخلق الإطار رؤى خاصة ومحددة في إدراكنا عما يعرض، تتوافق مع المدخل أو البعد الذي تعرض من خلاله تلك الأحداث، فالإطار هو بناء ينطوي على قدر من التحيز.

تعتبر الأطر من أهم المكونات في القصة الإخبارية، فهي بمثابة النموذج الذي يوجه الإعلامي في تجميع ورصد العناصر والاستشهاد (التدليل بالأمثلة) في القصة الإخبارية.

يهتم الإطار بدراسة المحتوى الضمني للرسالة، ومن ثم يهتم بدلالات الألفاظ المستخدمة.

تتسم الأطر بالثبات النسبي حيث أنها تطرح ميولا واتجاهات لها خاصة مقاومة للتغيير.

يجب أن يكون للأطر مفهوم ذهني محدد ومعنى لغوي واضح، وأن يكون مألوف استخدامها في الممارسة الصحفية.

تعد الأطر جزءا من الفلسفة والأيدولوجيا السائدة في المجتمع، حيث تعمل القيم المجتمعية كمدخلات مهمة تؤثر على القائم بالاتصال، حيث يستخدمها كأطر مرجعة لتغطية الاحداث.

أنواع الأطر:

قدم العلماء عدة أنواع للأطر الاعلامية المرتبطة غالبا بتغطية وسائل الاعلام للأخبار من ذلك (السيبيعي، 2021):

الإطار المحدد بقضية: حيث يتم تسليط الضوء على قضية أو حدث تكون جوانبه واضحة للجمهور، وذلك لأنه يرتبط بوقائع ملموسة. في هذه الحالة، يركز الإطار على المدخل الشخصي أو على تقديم عناصر الحدث وتداعياته.

الإطار العام: يُنظر إلى الأحداث في سياق شامل يقدم تفسيرات عامة للوقائع، ويربطها بالمعايير الثقافية والسياسية. ورغم أنها قد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية، إلا أنها تظل ضرورية لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المدى الطويل.

إطار الاستراتيجية: يُنظر إلى الأحداث ضمن سياقها الاستراتيجي الذي يؤثر على أمن الدولة القومي. يتماشى هذا الإطار مع التطورات السياسية والعسكرية.

ويُبرز قيمًا مثل:

- مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار.
- لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي.
- مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره.
- تقديم الانجازات الضخمة أو الاخفاقات والانتقادات الكبرى.

إطار الاهتمامات الإنسانية: يتم النظر إلى الأحداث من منظور تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، حيث تُصاغ الرسائل في أشكال وقصص درامية تحمل طابعًا عاطفيًا مؤثرًا.

إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الأحداث في سياق النتائج الاقتصادية الناتجة عنها، ويشير إلى التأثيرات المتوقعة أو الحالية على الأفراد والدول والمؤسسات. يستخدم القائمون على الاتصال النتائج المادية لجعل الرسالة الإعلامية أكثر تأثيرًا وارتباطًا بمصالح الجمهور.

إطار المسؤولية: يقوم الشخص المسؤول عن الاتصال بتحديد الرسالة للإجابة على سؤال "من هو المسؤول؟". يتعين على الأفراد والمؤسسات والدولة معرفة وتحديد المسؤول عن الحدث، سواء كان ذلك شخصًا أو مؤسسة أو قانونًا أو سلوكًا أو حكومة معينة.

إطار الصراع: تتطور الأحداث ضمن سياق تنافسي وصراعي شديد، حيث قد تتجاهل الرسائل الإعلامية جوانب مهمة من أجل تسليط الضوء على سياق الصراع، مما يبرز الفساد وانعدام الثقة في المسؤولين. يتم التركيز على الأشخاص قبل الأحداث، وتُرصَد المصالح قبل الأهداف، وغالبًا ما تُقاس الرسالة وفقًا لمعايير الخاسر والرابح، المنتصر والمهزوم. كما يميل الصحفيون والمذيعون إلى المبالغة في تقديم هذا الإطار للأحداث.

إطار المبادئ الأخلاقية: يتم تقديم الوقائع ضمن السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، حيث يتوجه إلى المعتقدات والمبادئ الراسخة لدى المتلقي. يتم التعامل مع الحدث بشكل مباشر وفقًا لمعايير المجتمع

الأخلاقي، وقد يتم الاستشهاد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم تقديم هذه الوقائع، بالإضافة إلى الإشارة إلى المصادر والجماعات المرجعية التي تعزز هذا الإطار.

وترى الباحثة أن نظرية الأطر الإعلامية هي أكثر النظريات ملائمة لمحاورة الدراسة الحالية، حيث تعنى هذه النظرية بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل، وكيف تعمل وسائل الإعلام على معالجة الأخبار وفقاً لأطوار محدد. وعليه استفادت الباحثة من نظرية الأطر الإعلامية في تحديد مشكلة البحث الرئيسية، وتوجيه الأسئلة الفرعية، وتحديد الأهداف، كما تخدم النظرية أداة البحث المستخدمة في تحليل المضمون حيث تم تحديد استمارة تحليل المضمون بناءً على الأطر التي حددتها النظرية. وبهذا تكون نتائج الدراسة بناءً على أسس نظرية وقاعدة علمية أساسية، عطفاً على ذلك تساهم هذه النظرية في فهم كيفية تأطير الأخبار ووضعها ضمن أطر إعلامية مختلفة عبر المنشورات التي شاركها أوفير جندلمان على حسابه عبر الفيس بوك لتعزيز الصورة الصهيونية أثناء معركة "طوفان الأقصى"، وكيفية توظيفها لخدمة سياسات معينة.

وتتجلى أهمية استخدام هذه النظرية في تحليل المنشورات بما تتضمنه من كلمات ومفردات، حيث أن اختيار كلمات معينة واستبعاد أخرى في صياغة النص الإخباري يمثل أداة رئيسية لخلق وتوليد المعاني المختلفة في النص. هذا بدوره يعكس دلالات معينة تسهم في تشكيل توجهات الرأي العام إزاء معركة "طوفان الأقصى".

الدعاية (البروباغندا):

تعود جذور كلمة "بروباغندا" إلى اللاتينية (Congregatio de Propaganda Fide)، والتي كانت تشير إلى مجمع يهدف إلى نشر الإيمان، وقد أسسه البابا غريغوري الخامس عشر في عام 1622. كان هذا المجمع يركز على تعزيز الكاثوليكية في مختلف المناطق. في الأصل، كانت كلمة "بروباغندا" تعني نشر المعلومات دون أن تحمل دلالات مضللة. لكن هذا المعنى تغير خلال الحرب العالمية الأولى، حيث

أصبح المصطلح مرتبطاً بالسياسة. في العصر الحديث، استخدمت كلمة "بروباغاندا" خلال حرب الثلاثين عاماً في أوروبا (1618-1648)، حيث تشكلت لجنة كنسية للدعاية خوفاً من انتشار أفكار مارتن لوثر. ومع اندلاع الثورة الفرنسية، اكتسبت الصحافة قوة كبيرة في التأثير على الجماهير، مما دفع السياسيين لاستخدامها كوسيلة رئيسية في الصراع السياسي (حطاب، 2020). بعد ظهور النازية، تغير معنى الدعاية ليصبح مرتبطاً بالتحريف والتزوير، حيث أصبحت الرسالة الدعائية تتضمن مضامين تهدف إلى تغيير قناعات وسلوكيات الأفراد بما يتماشى مع مصالح معينة. ومن العوامل التي ساهمت في تطور الدعاية الإعلامية هي العوامل النفسية، والحرب النفسية، وإعادة التعليم، وغسل الأدمغة، بالإضافة إلى العلاقات العامة والإنسانية ووسائل الاتصال الجماهيري والإعلام (أبو ضهير، قني، و أبو ترابي، 2023).

تعرف الدعاية بأنها وسيلة غير شخصية ومجانية تُستخدم لتقديم السلع والخدمات والأفكار للجمهور من قبل جهة معينة، مع السعي للتأثير على سلوك الأفراد والجماعات لأغراض وأهداف متنوعة خلال فترة زمنية محددة (موساوي، 2021).

وأصبحت الدعاية تلعب دوراً أساسياً في التأثير على المجتمعات، حيث انتشرت الدعاية بشكل واسع عبر الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث قربت المسافات بين جميع انحاء المعمورة حتى أصبح العالم قرية كونية صغيرة يؤثر ما يحدث في أقصى الشرق على واقع وحياة من في أقصى الغرب. ومن هنا اهتمت الدول والمنظمات بتطوير أساليب الدعاية وابتكار الجديد لمواكبة التطور في العالم (المشاقبة، 2014).

وهناك عدة أنواع للدعاية أهمها: العلنية المكشوفة للجمهور (الدعاية البيضاء) حيث يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والجماهير والصحف والاذاعات. والدعاية السوداء التي تكون مخفية عن الجماهير وتندرج تحت مسؤولية المخابرات العسكرية حيث لا يتم الكشف عن مصدرها أبداً وتتطور هذه الدعاية في أرض العدو. وهناك أيضاً الدعاية الرمادية التي تكون مكشوفة للجماهير وذات مصدر معروف لكن يكون وراءها هدف مخفي (النتشة، 2019).

تعتبر الدعاية السياسية أكثر تعقيدًا لأنها تعتمد على مبدأ الاختيار بين الحاجات التي تسعى لتلبيتها. فهي تستهدف بشكل علني أو غير علني محاربة حاجات الطرف الآخر التي تتعارض مع مبادئها ومصالحها السياسية. الهدف من الدعاية السياسية هو تحفيز سلوكيات محددة لدى الجماعات والجماهير. وإذا نجحت في تغيير الإدراكات والأحكام التقييمية، فإن ذلك يعد من أخطر جوانبها، حيث يمكن أن تجعل العقول تقبل بشكل غير نقدي جميع الأفعال التي تقوم بها الحكومات القوية لأغراض الدعاية. وبالتالي، فإن البروباغندا موجودة في جميع جوانب حياتنا، حيث تغير تصوراتنا عن العالم. وهذا يشير إلى أن الشخص الذي يمتلك نفوذًا كافيًا يمكنه توجيه قطاعات من الجمهور لفترة معينة ولغرض محدد. لذا، لم يعد بإمكان الحكام في الوقت الحاضر اتخاذ القرارات دون موافقة الجماهير، مما يجعلهم يعتمدون على البروباغندا كأداة قوية لكسب تأييد الناس (بيرنايز، 2020).

تقنيات الدعاية:

تقنية العموميات البراقة: على الرغم من أن "تسمية الأسماء" تحاول جعل الناس يشككون حكمًا ويتخلون عن أوراق اعتماد الخصم، فإن "العمومية المتلاذنة" تحت الجمهور على قبول السلطة السياسية والموافقة عليها دون التحقيق في الأدلة. إنه يجذب المشاعر الشعبية للأخوة والكرم والحب باستخدام كلمات "الفضيلة" مثل "محدد الدستور" و "الولاء" و "التقدم" و "الأمن" و "التغيير" و "الاختيار" و "الحق في و "المجد" و "العدل" و "الحرية" و "الحقيقة" و "الشرف" (خليفة، 2020).

النقل: هو أحد تقنيات الدعاية يتم استخدامه لربط سمعة الشيء ذي القيمة بشيء آخر لجعل الأخير أكثر اعتزازًا به، ويستخدم المروجون سيادة شيء نحترمه لكسب موافقتنا أو تعاطفنا. وباستخدام هذه التقنية يتم إجراء نقل سمعة رمز معين إلى فرد أو فكرة لجعلها أكثر قبولًا. وغالبًا ما تستخدم هذه التقنية بشكل متكرر رموزًا تحظى بتقدير كبير، مثل الأعلام والشعارات لنقل الاحترام الذي يكرسه الناس لحدث أو فرد (Lee & Lee, 1939).

تقنية خلق الاستعداد: يتم في هذه التقنية إبراز تقديم مساعدات وحلول وإظهار النوايا الحسنة، وذلك لبناء مواقف جيدة لدى الجمهور المستهدف (السامر و موسى، 2015).

تقنية حشد التأييد الشعبي: وتعني قيام أحد أطراف النزاع باستدعاء حدث ما واستغلاله لغرس أفكار تتعلق بتضحياته من أجل الحفاظ على تأييد الجمهور، كما يقوم ببث حالة من الخوف والقلق لدى الرأي العام تجاه أي فعل مناوئ له، بالإضافة إلى الحرص على حشد الرأي العام وتعبئته نحو تأييد هذه السياسة (خليفة، 2020).

تقنية الشمل الجماعي: وتعني وصف المشاركين في حدث ما بتسمية ما تصفهم جميعاً على أنهم مجموعة واحدة، حيث يذكر المخاطب المجموعة على أنها شخص معين، أو يمكن أن يذكر مجموعة من الأفراد ويضع لهم اسماً ضمن مجموعة واحدة. فهو يخاطب الآخرين وكأنهم جزء لا يتجزأ من المجموعة (غلاب و الثلب، 2019).

تقنية إظهار القوة: ويقصد بها أن يظهر المخاطب للجمهور القوة وعدم الاستسلام، خاصة في أوقات الأزمات والصراع؛ حيث أن إظهار القوة أمام الخصم يزرع الرهبة والخوف عنده (السامر و موسى، 2015).

تقنية الافتراض المسبق: وتركز على أن بعض المعاني في الخطابات تكون مخفية، بحيث يتلقاها القارئ على أنها حقائق مسلمة، لكنها في الحقيقة عكس ذلك (غلاب و الثلب، 2019).

تقنية إضفاء الشرعية (الإنجاز): تعني التأكيد على المنجزات التي استطاعت السلطة القيام بها (خليفة، 2020).

تقنية إثارة العاطفة: ويعمل المخاطب على التأثير على الجمهور عاطفياً من خلال استمالة مشاعرهم وأحاسيسهم للتأثير على مواقف الأشخاص وسلوكهم دون استخدام أي أداة ضغط (السامر و موسى، 2015).

تقنية التسمية السلبية: يقوم المتصل عن قصد بإرفاق فكرة أو رمز مثقل عاطفياً، وهذه التقنية تأتي بالمسميات الجميلة والمقبولة، وتستخدم الكلمات والعبارات البراقة والتي ترتبط بالقيم أو المعتقدات مثل: الديمقراطية، الحرية، الأمل. وغالباً ما يقوم مستخدمو الدعاية باستخدام ألفاظٍ وشعاراتٍ براقة مرتبطة بالقيم والمعتقدات الراسخة لدى جمهور القراء دون تقديم الأدلة والبراهين (Lee & Lee, 1939).

تقنية إضفاء المصادقية: يتم التأكد من أن المخاطب الذي يتناول قضية ما لديه المعلومات والحقائق حول تلك القضية، وعلى أن ما لدى العامة من معلومات وحقائق غير صحيحة. وبالتالي، يعمل خطابه الإعلامي على تثبيت دعائم موقفه والتأكيد على مصداقيته (خليفة، 2020).

تقنية اللحاق بالركب (العربة): تستخدم لمناشدة الفرد أن يتبع الجماهير وتركز على الموضوع الذي يقوم به كل الأشخاص ويعملون معاً من أجل نفس الشيء، وتحاول هذه التقنية إقناعنا بأن الجميع أعضاء مجموعة واحدة يوافقون على الفكرة ويجب الانضمام إليهم (Lee & Lee, 1939).

تقنية التجاهل والإقصاء: تتمثل في قيام أحد الأطراف بتجاهل جميع الآراء المعارضة لقضية ما وإقصائها، وإبراز الحقائق والمعلومات ومعالجتها بشكل أحادي من خلال تقديم الأدلة والمسوغات الخاصة بها على هيئة الحقيقة المطلقة التي يجب الثقة بها (خليفة، 2020).

تقنية جذب الانتباه: يتم كسب تأييد الجمهور من خلال التركيز على أمور متعلقة بحياتهم واهتماماتهم، وتكمن الدعاية الناجحة بالارتباط بحاجات الأفراد والجماعات وعند عدم توافر حاجات مرتبطة بموضوع الدعاية، فيجب خلق تلك الحاجات وتقديمها إعلامياً بشكل صحيح (السامر و موسى، 2015).

ومن خلال ما تطرقت له الباحثة من تقنيات الدعاية ترى الباحثة مناسبة هذه التقنيات (البروغاندا) في دراسة موضوع الدراسة حيث استفادت الباحثة من تقنيات الدعاية كمدخلات أساسية في استمارة تحليل المضمون لصفحة "جندلمان" عبر الفيسبوك. وقد تم تطبيق هذه التقنيات على المنشورات لتحديد واستكشاف الأساليب الدعائية المستخدمة وتم تصنيف وتحليل كل منشور بناءً على التقنيات المذكورة،

للكشف عن الاستراتيجيات الدعائية التي استخدمها "جنديمان" عبر صفحته خلال حرب طوفان الأقصى، وكيف تعمل هذه الصفحة على التأثير في طريقة فهم الجمهور للحدث، وبهذه السياسة يستجيب الجمهور لتوجهات القوى المهيمنة، ويحقق الاحتلال الإسرائيلي الهدف الذي أنشئت لأجله هذه الصفحات عبر منصات التواصل الاجتماعي لتحسين صورته عند الجماهير، والدفاع عن سياسته، وإظهارها بالشكل الإيجابي، وإخفاء حقائق جرائمه المتكررة على الشعب الفلسطيني.

التقاطع بين نظرية الأطر الإعلامية ونظرية السيميائية البصرية وتوظيفهما في الدراسة: التقاطع بين النظريتين في الدراسة:

يمكن دمج النظريتين في الدراسة الحالية من خلال تحليل كيفية استخدام الأطر الإعلامية في تشكيل المعاني البصرية، وكيف تسهم العناصر السيميائية في تعزيز أو إعادة تأطير الرسائل الإعلامية. بعض نقاط التقاطع تشمل:

التأطير البصري للرسائل الإعلامية: الإعلام لا يعتمد فقط على اللغة والنصوص، بل يستخدم الصور والتصميمات البصرية لإيصال معانٍ معينة، ويمكن دراسة كيفية اختيار الصور، الألوان، الرموز، وزوايا التصوير لتأطير حدث معين بطريقة معينة تؤثر على إدراك الجمهور.

تحليل الأطر السيميائية في الصور الإعلامية: الصور لا تُستخدم بشكل عشوائي، بل يتم اختيارها بناءً على دلالاتها الثقافية والمعنوية، ويمكن توظيف السيميائية البصرية لفهم كيف يتم التلاعب بالمشاهد البصرية لتعزيز الأطر الإعلامية المقصودة. مثلاً، في تغطية الحروب، قد تُستخدم صور معينة لتأطير طرف ما كضحية وطرف آخر كمعتدٍ، من خلال تحليل عناصر الصورة مثل الإضاءة، اللون، والتكوين.

التأثير المشترك على الجمهور: نظرية الأطر تحدد كيف يتم تقديم المعلومات، بينما السيميائية البصرية تحلل كيف يتم استقبالها بصرياً، والجمع بينهما يساعد في فهم كيفية بناء المعاني والتأثير على العاطفة والإدراك الجماعي للأحداث، ويمكن دراسة كيفية استجابة الجمهور لهذه الأطر البصرية وتأويله للصور وفقاً لخلفياته الثقافية والتجارب السابقة (مدخلي، 2023).

توظيف النظريتين في الدراسة الحالية:

لدمج النظريتين في البحث، يمكن اتباع النهج التالي:

تحليل المحتوى الإعلامي بصريًا وسميائيًا: اختيار عينات من الصور أو مقاطع الفيديو في وسائل الإعلام، وتطبيق تحليل سيميائي لفك رموز العناصر البصرية ودلالاتها، ومقارنة النتائج مع الأطر الإعلامية المستخدمة في النصوص المصاحبة للمحتوى المرئي.

تحديد استراتيجيات التأطير البصري: البحث في كيفية استخدام الإعلام لعناصر بصرية محددة لدعم أطر معينة (مثل الإثارة، الضحية، الشرعية، إلخ)، تقييم مدى تطابق الأطر البصرية مع الأطر اللغوية المستخدمة في نفس الرسائل الإعلامية.

قياس تأثير الأطر السيميائية على الجمهور: إجراء تجارب أو استبيانات لمعرفة كيفية تفسير الجمهور لهذه الأطر البصرية، دراسة الاختلافات الثقافية والاجتماعية في استقبال وتأويل هذه الرسائل. (مدخلي، 2023)

ربط تقنيات الدعاية بنظرية الأطر الإعلامية والسميائية البصرية وانعكاسهم على الدراسة:

تقاطع تقنيات الدعاية مع نظريتي الأطر والسميائية البصرية:

أ. العلاقة بين تقنيات الدعاية ونظرية الأطر الإعلامية: تعتمد الدعاية بشكل أساسي على التأطير الإعلامي، حيث يتم تقديم المعلومات بطريقة محددة تؤثر على تفسير الجمهور، يتم اختيار الأخبار والصور والعبارات بطريقة تخدم أجندة معينة، مما يتماشى مع نظرية الأطر التي تشير إلى أن كيفية عرض المعلومات تؤثر على الاستجابة الجماهيرية. مثلاً، يمكن أن يتم تأطير حدث سياسي معين إما باعتباره "تحريرًا" أو "غزوًا" وفقًا للأجندة الإعلامية.

ب. العلاقة بين تقنيات الدعاية والسميائية البصرية: تعتمد الدعاية أيضًا على السيميائية البصرية في تصميم الرموز والصور التي تعزز رسائلها، وتستخدم الألوان، الإضاءة، تعابير الوجه، وزوايا التصوير

لنقل رسائل معينة بشكل غير مباشر. مثلاً، صورة لطفل باكٍ وسط الدمار قد تُستخدم لإثارة التعاطف، بينما صورة قائد قوي في وضع مسيطر قد تُستخدم لتعزيز الشعور بالقوة والهيمنة (الراجي، 2023).

انعكاس دمج النظريات الثلاث على الدراسة الحالية:

أ. تحليل كيفية استخدام وسائل الإعلام لتأطير الأحداث بصرياً: يمكن دراسة كيف يتم استخدام الصور والرموز في وسائل الإعلام للدعاية، وتحليل كيفية اختيار وسائل الإعلام لصور معينة والتأثير العاطفي الذي تحاول تحقيقه.

ب. تقييم تأثير الرسائل الدعائية على الجهود: دراسة كيف يستجيب الجمهور للأطر الإعلامية المدعومة بالعناصر البصرية، مقارنة التأثير العاطفي للإعلانات السياسية، الملصقات، أو الصور الإخبارية.

ج. كشف الأنماط السيميائية في الحملات الدعائية: تحليل استخدام الألوان، الأيقونات، تعابير الوجه، وزوايا التصوير في الدعاية السياسية أو العسكرية، البحث في كيفية ترميز المعاني وربطها بالسياقات الثقافية والسياسية المختلفة (الراجي، 2023).

الدراسات السابقة:

يُعتبر عرض الدراسات السابقة ذات درجة كبيرة من الأهمية عند القيام بإجراء البحث العلمي؛ نظراً لقيام الباحث بالتعقيب عن تفسير لأسئلة كثير تكون عالقة بذهنه، لذا يتطلب الأمر الاستعانة بالدراسات العلمية السابقة ذات الصلة بموضوع البحث بحيث تقدم الدراسات السابقة معلومات ثرية للباحث حول موضوع الدراسة تساعد على فهم موضوع بحثه العلمي بشكل كامل. كما تساعد الباحث على الاطلاع على الطريقة التي استخدمها الباحثون في دراساتهم لصياغة مشكلة وأسئلة وأهداف الدراسة، وبالتالي يستفيد الباحث من هذا الأمر، ويصبح لديه الخبرة الكافية للصياغة. وفي هذا القسم تم تقديم دراسات وأبحاث سابقة ذات صلة بموضوع البحث الحالي، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر إذ تم ترتيب

الدراسات ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وتبعها تعقيب على الدراسات كافة، وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحالية.

الدراسات العربية:

دراسة (المشاركة، 2024) بعنوان: التأطير الإعلامي المستخدم في فيديوهات الايجاز اليومي للمتحدث باسم رئيس وزراء إسرائيل باللغة العربية- "أوفير جندلمان" دراسة تحليلية نقدية.

سعت هذه الدراسة إلى تحليل فيديوهات الايجاز اليومي للمتحدث باسم رئيس وزراء إسرائيل باللغة العربية- "أوفير جندلمان" عبر صفحته الفيس بوك خلال الحرب على غزة لعام 2023، والمواضيع الذي تناولها عبر الصفحة واليات الانتقاء والاستبعاد، والأطر الإعلامية التي استخدمها لتوصيل الدعاية الإسرائيلية إلى الجمهور العربي المستهدف. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية. وقد أظهرت النتائج أن إطار الصراع كان أكثر الأطر استخداماً وتمحور حول حركة حماس وحسن نصر الله وحركة أنصار الله الحوثية في اليمين. وفي المرتبة الثانية جاء الإطار الاستراتيجي ثم الإنساني ثم إطار الأخلاقي، وجاء في المرتبة الأخيرة الإطار الاقتصادي. كما اظهرت النتائج أن الصفحة شيطنة حركة حماس على انهم "ارهابيون"، وهو ما يشير أن إسرائيل تستخدم استراتيجيات الاقناع عبر الفنون الإعلامية.

دراسة (علاونة، 2023) بعنوان: دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة: (حرباً 2021-2022) دراسة حالة.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية توظيف الكيان الاستعماري الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية أثناء حروبه على الشعب الفلسطيني في قطاع غزة وأغراضه من ذلك، ودلالات هذا التوظيف، وما يقوله هذا التوظيف عن مجال العلاقات العامة نفسه على ضوء التماهي التاريخي والوظيفي بمجال البروباغندا. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة المضمون. كما واستندت الدراسة على نظرية

اصلاح الصورة والاستعمار الثقافي ونموذج أرسطو للإقناع. وكان من أبرز نتائج الدراسة لجوء الناطق العسكري بشكل متكرر إلى حجب حقائق مهمة، أو تزييفها. وتوصلت إلى توظيف الكيان الإسرائيلي إستراتيجيات ترميم الصورة الذهنية، وإستراتيجيات إقناعية، كمنطلقات يؤسس من خلالها لمعقولية الرواية الصهيونية للصراع ومشروعيتها. وفي هذا الصدد أظهرت نتائج الدراسة ركوز الاحتلال الإسرائيلي إلى إستراتيجيتي الإنكار ولوم الآخر بشكل جلي ومتكرر، مدعماً بركونه إلى توظيف العاطفة (باتوس) كعنصر إقناعي رئيس، بدلاً من توظيفه لعنصري المصادقية (إيثوس) والحقائق (لوغوس). وقد أظهرت الدراسة كذلك وجود دليل قوي على معقولية فرضية التماهي الوظيفي والتاريخي بين مجالي العلاقات العامة والبروباغندا، ويجرد كلاً منهما من ادعاء مبالغ فيه بوجود أخلاقية مهنية ناظمة لسلوك منظري كلا المجالين.

دراسة (حسين، 2024) بعنوان: سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ورصد المعاني الدلالية للصورة المستخدمة من قبل منظمة الأزهر الشريف عبر صفحتها الرسمية في إدانة العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في أحداث 7 أكتوبر 2023، من حيث توظيف التحليل السيميائي لدراسة خطاب الصورة ورصد وتحليل تفاعل المستخدمين نحو المحتوى المنشور عبر صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين. واستندت هذه الدراسة إلى أسلوب البحث النوعي، باستخدام أداة التحليل السيميولوجي، كما تطرقت الدراسة إلى نظرية المجال العام. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: تنوع الرسائل اللسانية للصور في عينة الدراسة بين التحية للشعب الفلسطيني والمطالبة للحكومات للوقوف بوجه العدوان وداعميه إضافة إلى كثافة تفاعل المستخدمين مع الصور المنشورة. ويرجع ذلك لأهمية القضية الفلسطينية.

دراسة (عرفة، 2022) بعنوان: التحليل السيميائي للصور الفوتوغرافية المستخدمة في الدعاية السياسية خلال الحرب الروسية الأوكرانية 2022.

هدفت الدراسة إلى التعرف على التحليل السيميائي للصور الفوتوغرافية المستخدمة في الدعاية السياسية خلال الحرب الروسية الأوكرانية 2022، من خلال الكشف عن بنية اللغة البصرية الموجودة بها، والوقوف على دلالات الأشياء والألوان، والرموز ولغة الجسد والزوايا وأحجام اللقطات، والمعاني الضمنية والكامنة للصورة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الكيفي من خلال أداة تحليل المضمون. وكانت أهم نتائج الدراسة: تبين أن استخدام الألوان في الصور عينة الدراسة وتوظيفها بشكل مخطط بما يخدم الأهداف الدعائية ويجعلها مضمونة التأثير من خلال ما تحمله من معانٍ ودلالات نفسية تجعل المتلقي على استعداد لتقبل هذه الرسائل، كما ساعد تنوع زوايا التصوير على تكوين سيميائية دلالية واضحة لهذه الصور من خلال إبراز ما تضمنته من أساليب دعائية خفية. كما ظهر التنوع في الأساليب الدعائية الروسية حيث شملت مجموعة من الأساليب منها: أسلوب التهديد والتخويف والتوعد بالانتقام، وأسلوب دعم الجيش الروسي ورفع الروح المعنوية للجنود، وأسلوب الافتخار بالقوة العسكرية والتلويح بالردع النووي، وأسلوب التبرير وإلقاء المسؤولية على العدو، بالإضافة إلى أسلوب حشد التعاطف والتضامن الشعبي.

دراسة (الكوع، حمد، و بدير، 2023) بعنوان: مدى توظيف الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيس بوك لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة.

سعت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف صفحة "المنسق" على الفيس بوك وهي صفحة تابعة للإدارة المدنية الإسرائيلية لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على غزة من خلال تحليل محتوى كافة المنشورات في هذه الفترة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل المحتوى. واستندت الدراسة إلى نظرية ترتيب الأولويات وتقنيات الدعاية. وأظهرت النتائج أن الصفحة اعتمدت على تقنيات الدعاية بشكل كبير خاصة تقنية البطاقة الراحبة وتقنية التسمية السلبية، وتبعاً لنظرية ترتيب الأولويات حاولت الصفحة ترتيب أولويات الجمهور في خانة تجريم فصائل المقاومة الفلسطينية وترهيبها ومحاولة تبرئة عدوانها على قطاع غزة.

دراسة (الكوع، الصيفي، و زهران، 2022) بعنوان: مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي على تطبيق "تك توك" خلال حرب قطاع غزة عام 2021م.

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق الرسمي باسم الجيش الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على تطبيق "تيك توك" من أجل التأثير على الجماهير الفلسطينية والعربية والمسلمة خلال الحرب على قطاع غزة عام 2021. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون. واستندت الدراسة الى تقنيات الدعاية. وأظهرت الدراسة أن مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال على تطبيق "تيك توك" كانت ما بين (75%) و (5%)، وتقنيات الدعاية التي تم استخدامها هي أنصاف الحقائق (Card Stacking) و تقنية العربية (Bandwagon)، كما نتج عنها أن نسبة استخدام التقنيات في المنشور الواحد هي (100%)، أما بالنسبة لمقاطع الفيديو فقد تناولت ثمانية مواضيع أساسية، كان أبرزها "مهاجمة فصائل المقاومة الفلسطينية" بما نسبته (55%) تبعها "التضامن مع الشعب الفلسطيني" بنسبة (30%) و"التفاخر بالإسرائيلية وإظهار قوة دولة الاحتلال" بنسبة (22.5%). وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تكثيف الردود المضادة لخطاب الدعاية للاحتلال من قبل قادة الفصائل الفلسطينية، وعقد لقاءات من كافة فصائل العمل الوطني لتوعية بمخاطر الدعاية الاسرائيلية على الجمهور الفلسطيني.

دراسة (الكوع، مصلح، و سهيل، 2022) بعنوان: توظيف ضاحي خلفان على تويتر للإطار الاستراتيجي والرسائل المقنعة للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية _ الإماراتية.

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف ضاحي خلفان لتقنيات الدعاية لتعزيز عملية التطبيع الإماراتي-الإسرائيلي على حسابه في تويتر، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل تغريداته المعززة لعملية التطبيع باستخدام أداة تحليل المحتوى. وتناولت الدراسة نظرية التأيير والتقنيات الدعائية السبع التي حددها معهد تحليل الدعاية في أواخر الثلاثينات. وحل الإطار الاستراتيجي بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها (27%) من تغريدات خلفان المعززة للتطبيع الإماراتي الإسرائيلي،

بينما حل في المرتبة السابعة والأخيرة إطار المسؤولية بنسبة قدرها 2.1%، من مجموع الأطر التي تم استنتاجها في عينة البحث. وأظهرت النتائج أن استراتيجية الاتصال لضاحي خلفان في تويتر خلال فترة الدراسة، تتماشى مع تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية، وكانت نسبة استخدام تقنية العموميات البراقة هي أعلى نسبة حيث تكررت بنسبة 34% من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، بينما كان استخدام تقنية النقل الإيجابي أقلها حيث تكررت بنسبة قدرها 1.7%.

دراسة (مصطفى، 2021) بعنوان: توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني صفحة المنسق أنموذجا على فيس بوك.

هدفت الدراسة إلى التعرف على آليات استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية في التواصل مع المجتمع الفلسطيني، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتم استخدام أداتين أساسيتين في جمع المعلومات، وهما أداة تحليل المحتوى، وأداة المقابلة مع (24) مبحوثاً ضمن خمس فئات تتمثل بالمختصين السياسيين، العلاقات العامة والإعلام الرقمي، العاملين في مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية، العمال الفلسطينيين في إسرائيل والشركات الفلسطينية ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل. واستندت الدراسة إلى نظريتي الاستخدامات والإشباع والتأطير، إضافة إلى التقنيات الدعائية السبع التابعة لمعهد تحليل الدعاية (IPA)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن صفحة المنسق تمارس تأثيرها من خلال عرض (15) موضوعاً مهماً للفلسطينيين، تمثل الأمور الصحية أكثرها طرحاً بنسبة 24.6%، والسياحة والتجارة أقلها بنسبة 0.45% وتوظف ست تقنيات دعائية من أصل سبع أكثرها نسبةً تقنية العموميات البراقة 58% وأقلها تقنية النقل بنسبة 1.2% كما اتضح أنها تستخدم ثلاثة أطر أعلاها الأطر الإعلامية 49.4%، تليها الأطر الإنسانية بنسبة 26%، وأدناها الأطر التوعوية بنسبة 24.6%. وشكل العمال الفلسطينيون والتجار الفئة الأكثر تفاعلاً مع صفحة المنسق كونهم الأكثر حاجة للخدمات واصفين تعاملهم معها بالأمر الطبيعي.

دراسة (محمد، 2021) بعنوان: سيميائية الصورة الصحفية للعدوان على غزة مايو 2021 في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على سيميائية التغطية الصحفية المصورة للعدوان الإسرائيلي على غزة في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية خلال فترة العدوان في عام 2021، ومعرفة مدى التباين والتوافق بين المواقع في الصور التي تقدمها؛ وذلك من خلال إجراء تحليل كمي وكيفي لمضمون هذه الصورة عن طريق الاستعانة بأداة التحليل السيميولوجي للعلامات الظاهرة والكامنة في الصور الصحفية المنشورة في جريدة الأهرام المصري- والرياض السعودي- والواشنطن بوست الأمريكي- والتايمز البريطاني. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمقارن، باستخدام التحليل السيميولوجي. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أكدت مواقع الدراسة على أن الاحتلال الإسرائيلي يعتمد تضيق الخناق على وسائل الإعلام المتواجدة في قطاع غزة؛ حتى لا تتقل انتهاكاته وجرائمه ضد الفلسطينيين في قطاع غزة، فهو لا يريد نقل حقائق العدوان على غزة، ويسعى إلى تكميم أفواه وسائل الإعلام المحلية والدولية. وخرجت الدراسة بأن صور قصف المباني والمؤسسات الفلسطينية حازت المرتبة الأولى في المواقع الدراسة، تلتها الصور التي تبرز حياة الفلسطيني بعد القصف الإسرائيلي يعقبها صور القتلى الفلسطينيين ثم صور الأشخاص العاديين ثم صور قصف المؤسسات الإعلامية، وجاءت صور استهداف المؤسسات الإسرائيلية بالمرتبة الأخيرة.

دراسة (الكوع و مصطفى، 2023) بعنوان: توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الدعاية في منظمة "قف معنا" الصهيونية خلال تواصلها مع الجمهور الناطق باللغة العربي، عن طريق تبيان أهم الموضوعات التي تطرحها هذه المنظمة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، والعمل على شرح تقنيات الدعاية المستخدمة من أجل إقناع الجمهور العربي بحقيقة وجود كيان الاحتلال. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليل باستخدام أداة

تحليل المضمون. واستندت الدراسة الى تقنيات الدعاية. وأظهرت نتائج الدراسة بأن صفحة "قف معنا" بالعربية تطرح موضوعات تتسم بالتاريخية والانسانية والاجتماعية والسياسية والدينية والمرأة والبحوث والتطوير والتبادل التجاري. كما أن الصفحة تستخدم تقنيات دعائية مثل العموميات البراقة والبطاقة الراحبة والتسمية والتوصية والنقل، وكانت العموميات البراقة من أكثر التقنيات استخداماً بنسبة 41% وأقل هذه التقنيات هي النقل بنسبة 3%، حيث استخدمت هذه التقنيات من أجل دعم المواضيع التي تروج لها الصفحة من أجل تجميل صورة دولة الاحتلال واليهود، والقيام بتسويقها إيجابياً والعمل على تخريب وتشويه صورة الفلسطينيين والعرب ككل.

دراسة (جلاد، 2019) بعنوان: دور الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية في تعزيز الصورة النمطية للصراع الاسرائيلي - الفلسطيني لدى مجتمع الولايات المتحدة الامريكية.

تتصدى هذه الدراسة لمشكلة ذات اهمية كبيرة تمس القضية الفلسطينية، وتتجسد في أن الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية بمكوناتها تعمل بشكل مكثف ومنظم ومدروس على خلق صورة نمطية حول الصراع الاسرائيلي - الفلسطيني في الولايات المتحدة الامريكية، بما تملكه من أدوات تأثير، تعمل من خلالها على تغيير الحقائق وصياغة الراي العام، ومواقف صانعي القرار على السواء، بما يخدم الموقف الاسرائيلي على حساب الجانب الفلسطيني. اعتمدت الدراسة على منهجية دراسة الحالة إذ تناولت الدراسة الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية ودورها في التأثير على الرأي العام وصنع القرار في المجتمع الدراسي. توصلت الدراسة إلى أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية عملت بكافة بوسائلها ورسائلها وأدوات تأثيرها، على ترسيخ صورة نمطية حول الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني لدى مجتمع الولايات المتحدة بشكل يصور الجانب الفلسطيني على أنه إرهابي، همجي، معتدي، يعمل على حرمان الإسرائيليين من ممارسة حياتهم اليومية بأمانٍ وهدوءٍ وسلام، وأن إرهاب الجانب الفلسطيني وسلوكياته المعادية للسلام هذه ليست مبررة، وليس لها دوافع وأسباب سوى أن الفلسطيني بطبعه يحبذ العنف، ويفضله على السلام، والتعايش السلمي مع الإسرائيليين المساكين.

دراسة (أبو شنب، 2017) بعنوان "الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" دراسة تحليلية".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي لصفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي "أفيخاي أدري" على موقع "فيسبوك"، واعتمد الباحث على منهج تحليل الخطاب وأدوات تحليل الخطاب (تحليل المعاني الكامنة، تحليل الصورة)، إضافة إلى المقابلة لجمع المعلومات. واستندت على نظرية وضع الأجندة. وتوصلت إلى نتائج عدة أهمها: أن أهم سمات الخطاب الدعائي الإسرائيلي هي: إظهار الحرص على سلامة المدينين، وبروز سياسة التبرير وإلقاء الاتهامات، وتأييد الرأي العام والمنظمات على حماس، وترسيخ صورة الجيش الإسرائيلي كجيش لا يقهر، والتظاهر بالإنسانية، وتحطيم الروح المعنوية للفلسطينيين، وتجاهل إنجازات المقاومة. وعليه فقد أوصت الدراسة بضرورة قيام الصفحات الاجتماعية بفضح الإسرائيليين، وإنشاء صفحات سياسية توضح حقيقة الصفحات الإسرائيلية، وتطوير كادر متقن لمهارات الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي.

دراسة (نعيم، 2017) بعنوان: الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

سعت الدراسة إلى رصد الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو قضية المقاومة الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي، والوقوف على أهم الاطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية، ورصد أدوار وصفات القوى الفاعلة، وأوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صفحتي المنسق على الفيس بوك وأفخاي ادري على توتير. تتدرج هذه الدراسة تحت اسلوب البحوث الوصفية إذ تم استخدام اسلوب تحليل المضمون، واستخدمت الباحثة نظرية الأجندة ونظرية التأطير. أظهرت الدراسة بأن الخطاب الإسرائيلي يهدف إلى تشويه صورة المقاومة الفلسطينية بالاعتماد على اسلوب التعظيم والتضليل لتبرير جرائمه ضد الشعب الفلسطيني ويجب على الاعلام الفلسطيني أن يعمل بشكل أكبر في مواجهة الخطاب الإسرائيلي الذي يسعى للغزو العاطفي والتأثير على الجماهير المستهدفة.

الدراسات الأجنبية:

(El Mir, hamoud, & mohaammed, 2023) Frameworks of Media Treatment on Israeli Electronic News Sites Regarding Operation (Al-Aqsa Flood) "The Website of the Israeli Arabic-Language Channel I24 as a Model"

ترجمة العنوان الى العربية: أطر المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية الإلكترونية الإسرائيلية لعملية (طوفان الأقصى) "موقع قناة I24 الإسرائيلية الناطقة بالعربية نموذجاً".

تناولت الدراسة إشكالية الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة عملية طوفان الأقصى وتداعياتها على الموقع الإخباري لقناة I24 الإسرائيلية الناطقة بالعربية، وسعى البحث إلى توضيح الأطر الأساسية للمعالجة وموضوعاتها، والمصادر الإخبارية المعتمدة، والفنون الإعلامية والوسائط المتعددة المستخدمة في المعالجة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب تحليل المضمون. واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية. وكانت أهم نتائج الدراسة: هناك تباين بين نسب الاهتمام بأطر المعالجة الإعلامية لعملية طوفان الأقصى، حيث ركز موقع i24 بشكل كبير على الإطار العسكري الذي يبرز قوة الجيش الإسرائيلي في عملياته العسكرية، يليه الإطار السياسي، في حين احتل الإطاران الإنساني والاقتصادي مراتب أدنى من الاهتمام، وكانا أكثر ارتباطاً بالجانب الإسرائيلي. كما خرجت الدراسة أن هناك انحيازاً إعلامياً واضحاً في المعالجة الإعلامية لصالح طرف على آخر.

(Al-Dala'ien, Al-Daher, & Al-Rousan, 2022) A social semiotic analysis of political Arab codes on social media

ترجمة العنوان الى العربية: التحليل السيميائي للرموز السياسية العربية على وسائل التواصل الاجتماعي. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل سيميائي للمنشورات اللفظية والمرئية التي نُشرت قبل وأثناء الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية 2021 أو مواجهات القدس، وتصوير السياق الاجتماعي والسياسي من خلال التركيز على مواقف وممارسات المستخدمين العرب على وسائل التواصل الاجتماعي تجاه القضية الفلسطينية. تتكون بيانات الدراسة الحالية من منشورات شفوية ومرئية تم جمعها من حسابات فيسبوك

لبعض النشطاء العرب ورسامي الكاريكاتير، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة التحليل السيميائي وفقاً لنهج كريس وفان ليوين السيميائي الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى أن الترميز البصري يمكن أن ينقل رسائل مكثفة تحتاج إلى تحليل من أجل الكشف عن المعاني الرمزية الخفية، وكذلك التفاعلات بين الرموز المختلفة في الرسوم الكاريكاتورية وآثارها الأيديولوجية والاجتماعية.

(Abeer & A, 2022) Media Framing of the Israeli Arabic - Speaking Social Media Pages Directed to the Palestinian Audience

ترجمة العنوان إلى العربية: التأطير الإعلامي لصفحات التواصل الاجتماعي الناطقة باللغة العربية في إسرائيل الموجهة إلى الجمهور الفلسطيني.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز المواضيع التي تغطيها صفحات الفيسبوك الإسرائيلية الناطقة بالعربية والمتعلقة بالقضايا الفلسطينية وهي: "أفيخاي أدري"، و"المنسق"، و"أوفير جندلمان"، و"إسرائيل تتحدث العربية"، والتعرف على أهم الأطر الإخبارية التي تتناولها في معالجة القضايا الفلسطينية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون. وتطرق إلى نظرية الأطر الإعلامية. وكانت أهم نتائج الدراسة أن الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيسبوك من الناحية الإنسانية تتطرق إلى الجوانب الثقافية وتحاول التعبير عن فخرها بقوتها العسكرية وقدرتها على ضرب العدو المقاومة الفلسطينية. وقد تؤدي مثل هذه المحاولات إلى اعتقاد الشباب بأنه لا يوجد حل للنضال، سوى التعايش، كما تشير هذه المنشورات. وخرجت الدراسة بأن الاهتمامات الإنسانية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 29.5%. ويتعلق هذا الإطار بصياغة الرسائل والمحتوى الإعلامي بشكل درامي ومؤثر في سياق إنساني. وجاء إطار الصراع الذي يتناول القوة والحرب في المرتبة الثانية بنسبة 26.8%، يليه الإطار الأخلاقي بنسبة 15.9%، والمسؤولية الاجتماعية بنسبة 14.8%، والإطار الاقتصادي بنسبة 13%. وأظهرت النتائج أن هذه الأطر يجب أن تكسب قلوب الناس وتستخدم أساليب السلم والحرب لربط العلاقات بين الاحتلال والشعبين العربي والفلسطيني.

(Azran & Yarchi, 2018) Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson

ترجمة العنوان الى اللغة العربية: الدبلوماسية العامة العسكرية صفحة الفيس بوك العربية للمتحدث الرسمي باسم جيش الدفاع الاسرائيلي.

هدفت هذه الدراسة إلى فهم طبيعة اتصالات الدبلوماسية العامة من خلال صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي "افخاي ادري" مع الجماهير، حيث تتكلم هذه الصفحة باللغة العربية وتجذب اهتمام العالم. كما تهدف الدراسة الى التعرف على طبيعة تفاعلات الجماهير مع منشورات الصفحة. ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى. وأظهرت نتائج الدراسة أن طبيعة منشورات صفحة المتحدث باسم الجيش يغلب عليها الطابع الإنساني، حيث يحاول أدري اظهار الصورة الإيجابية "لإسرائيل"، كما اظهرت الدراسة أن هناك تفاعلا كبيرا للصفحة بشكل ملفت لأعداد كبيرة من العرب والفلسطينيين داخل فلسطين وخارجها، إضافة إلى أن عدد "الإعجابات" و"عدم الإعجابات" يزداد بشكل كبير أثناء الصراع، مما يشير إلى وجود صلة مباشرة بين الأحداث السياسية والنشاط على صفحة أدري على فيسبوك بين الاحداث السياسية والنشاط على الصفحات الاسرائيلية.

(Koa, 2018) Techniques of Strategic Political Communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's Persuasive Devices"

ترجمة العنوان إلى العربية: تقنيات الاتصال السياسي الاستراتيجي: وسائل الإقناع لدى جماعة الإخوان المسلمين المصرية.

سعت هذه الدراسة إلى دراسة التواصل السياسي للحركات الإسلامية خلال فترة حرجة من تواصل الإخوان مع جماهيرها المحلية والإقليمية منذ الإطاحة بها من السلطة في يوليو 2013 كدراسة حالة؛ وذلك لدراسة كيفية سعي الجماعة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. تم اسخدام المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون لتحديد القضايا البارزة وأهداف اتصالات الإخوان. كما تم تطبيق فئة التقنيات المقنعة ل IPA

كأساس لمؤشر تحليل المحتوى لتحديد وتحليل استخدام الإخوان لهذه الأساليب بشكل استباقي من أجل شرح وإلقاء الضوء على كيفية تحقيق المستوى الثاني من جدول الأعمال من قبل الإخوان. وتطرّق الباحث لنظرية تحديد ترتيب الأولويات كإطار نظري. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن هذه التقنيات تم نشرها لدعم ثلاث حملات: حملة تشهير لتشويه سمعة النظام الذي أطاح بالرئيس مرسي وإدانته، وإلحاق الضرر بصورته ومصداقيته وسمعته. وحملة تسويقية تجارية متطورة لصقل صورة الحركة؛ لكسب قلوب وعقول الجمهور وبناء نفسها كممثل شرعي للشعب المصري والدين الإسلامي. بالإضافة الى حملة علاقات عامة لتقديم نفسها كفاعل سياسي مركزي وشرعي في النزاع السياسي في الشرق الأوسط من خلال تقديم نفسها كحركة ملتزمة بالديمقراطية والدولة المدنية.

(Qaddoura, 2017) Israel's propaganda strategies: Case study of the protective edge operation in Gaza 2014.

العنوان مترجم إلى العربية: التقنيات الدعائية الإسرائيلية: دراسة الحرب على غزة (عملية الجراف الصامد في 2014).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام تقنيات الدعاية الاسرائيلية في حرب الجراف الصامد على مدينة غزة في عام 2014، وتبرير جرائمهم ضد المدنيين الفلسطينيين، سياسات الدعاية الإسرائيلية، وكيف تؤثر هذه الدعاية على الرأي العام للأغلبية المسلمة، والدول الغربية من حيث قبول الرواية الإسرائيلية أن غزة مصدر تهديد ومصدر للإرهاب. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون. واعتمد الباحث في التحليل على تقنيات الدعاية. وكانت أهم نتائج الدراسة: يسيطر الاحتلال الإسرائيلي على المنصات الإخبارية الأمريكية الرائدة، على سبيل المثال نيويورك تايمز، وسي إن إن، وإي بي سي، وتايم، واشنطن بوست من أجل تقييد تغطية الإعلامية لصالح الرواية الإسرائيلية، كما ان وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالدعاية الإسرائيلية تلعب دورًا مهمًا في الدعاية المناهضة للفلسطينيين، وإلقاء اللوم عليهم ووصفهم بالإرهابيين تحت تقنية الدعاية المسماة بالتسمية السلبية.

(Seo, 2014) Visual propaganda in the age of social media: An empirical analysis of Twitter images during the 2012 Israeli-Hamas conflict

ترجمة العنوان الى العربية: الدعاية المرئية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي: تحليل تجريبي لصور تويتر خلال الصراع بين إسرائيل وحماس عام 2012.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الصور المنشورة عبر موقع تويتر من قبل كتائب القسام والجيش الإسرائيلي خلال حرب غزة عام 2012 لفهم جوانب الدعاية البصرية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المحتوى بالاعتماد على نظرية الإطار الإعلامي. خلصت الدراسة إلى أن موضوعات المقاومة والوحدة الداخلية كانت في مقدمة الدعاية "الإسرائيلية" في الصور المنشورة. وأظهرت النتائج أن 50% من الأطر "الإسرائيلية" كانت على شكل دعاية علنية، فيما سجلت الأطر الدعائية الخفية نفس النسبة. أما بالنسبة لكتائب القسام، فقد كانت نسبة الأطر الدعائية العلنية 50.9%، بينما بلغت نسبة الأطر الخفية 94.1%، وفيما يتعلق بأطر الدعاية العاطفية والمنطقية، فقد كانت النسب عند الجانب الإسرائيلي 70.8% للمنطقية و92.2% للعاطفية. أما لدى كتائب القسام، فكانت نسبة الأطر العاطفية 53.8%، بينما سجلت الأطر المنطقية نسبة 64.2%.

التعقيب على الدراسات السابقة:

عند مراجعة الدراسات السابقة، يتضح وجود مسار بحثي متنامٍ حول توظيف المحتوى البصري والدعاية الرقمية في سياقات الحروب والنزاعات، إلا أن هذه الدراسات تباينت في موضوعاتها ومناهجها وسياقاتها الجغرافية والسياسية، مما يبرز موقع الدراسة الحالية في هذا الحقل البحثي.

فعلى سبيل المثال، تناولت دراسة المشاركة (2024) التأطير الإعلامي في فيديوهات "أوفير جندلمان" خلال حرب غزة 2023، مركزة على الأطر الإعلامية وآليات الانتقاء والاستبعاد باستخدام تحليل المضمون. ورغم أن العينة هي ذات الفاعل الذي تستهدفه الدراسة الحالية، إلا أن تركيز المشاركة كان على الفيديوهات والإطار الإعلامي، بينما تتعمق الدراسة الحالية في التحليل السيميائي للمحتوى البصري الثابت (الصور) بهدف كشف الرموز والدلالات الخفية، ما يضيف بعداً لم تتناوله المشاركة.

وبالمثل، ركزت دراسة علاونة (2023) على توظيف العلاقات العامة الرقمية في حروب 2021 و2022 من منظور إصلاح الصورة والبروباغندا، وأظهرت استراتيجيات إنكار ولوم الآخر، مع الاعتماد الكبير على العاطفة (باتوس). ورغم أهمية هذه النتائج، فإنها لم تتطرق لتحليل الرموز البصرية بشكل معمق، كما أنها تسبق سياق معركة طوفان الأقصى، مما يجعل الدراسة الحالية أكثر ارتباطاً بالحدث الراهن.

أما دراسة حسين (2024)، فقد عالجت سيميائية الصور في صفحة الأزهر الشريف في إدانة العدوان، مع تحليل تفاعل الجمهور. ورغم الاشتراك في المنهج السيميائي، فإن الفاعل والسياق مختلفان؛ إذ تركز حسين على خطاب مناوئ للاحتلال، بينما تحلل الدراسة الحالية خطاباً دعائياً إسرائيلياً رسمياً موجهاً للجمهور العربي.

وفي دراسة محمد (2021) التي حللت سيميائية الصور الصحفية للعدوان 2021 في مواقع إخبارية عربية وأجنبية، برز الاهتمام بالبنية الدلالية للصورة، غير أن سياق الدراسة كان الإعلام الإخباري

التقليدي، في حين تركز الدراسة الحالية على منصات التواصل الاجتماعي كأداة دعائية مباشرة، بما يتيح قراءة أوثق للخطاب الموجه للجمهور في الزمن الحقيقي للصراع.

وتقاطع المنهج السيميائي يظهر أيضًا في دراسة عرفة (2022) عن الدعاية البصرية في الحرب الروسية الأوكرانية، حيث برز تحليل الألوان وزوايا التصوير لخدمة أهداف دعائية، إلا أن اختلاف البيئة السياسية والثقافية يجعل نتائجها أقل قابلية للإسقاط المباشر، في حين أن الدراسة الحالية تعالج صراعًا فلسطينيًا-إسرائيليًا محملاً بالرموز التاريخية.

كما قدمت دراسة الكوع، حمد، وبدير (2023) تحليلًا لتقنيات الدعاية في صفحة "المنسق" خلال الحرب الرابعة على غزة، وأظهرت هيمنة التسمية السلبية والبطاقة الراجعة. يلتقي هذا مع الدراسة الحالية في تحليل تقنيات التأثير، لكنه يختلف في الفاعل (المنسق مقابل جنديلمان) وفي المنهج (تحليل مضمون مقابل تحليل سيميائي).

وتتقاطع دراسة الكوع، الصيفي، وزهران (2022) حول الدعاية في تيك توك للناطق باسم جيش الاحتلال مع البحث الحالي من حيث دراسة منصات رقمية إسرائيلية، لكنها تركز على الفيديوهات القصيرة وتقنيات الدعاية المباشرة، في حين أن الدراسة الحالية تذهب نحو تحليل الدلالات الرمزية للصورة الثابتة. وفي السياق ذاته، تناولت دراسة مصطفى (2021) صفحة "المنسق" لفهم آليات العلاقات العامة الرقمية، مع تصنيف الموضوعات وتقنيات الدعاية، لكنها لم تدخل في تفكيك البنية السيميائية للصور، وهو ما تقوم به الدراسة الحالية.

أما دراسة الكوع ومصطفى (2023) التي حللت صفحة "قف معنا" الصهيونية، فقد تناولت تقنيات دعائية متنوعة، لكنها ركزت على الموضوعات المطروحة أكثر من تحليل الرموز البصرية في سياق حرب محددة.

وفي الدراسات الأجنبية، نجد أن دراسة El Mir وآخرون (2023) حول أطر المعالجة الإعلامية في قناة I24 ركزت على التباين في الأطر بين العسكري والسياسي والإنساني، لكنها اعتمدت تحليل المضمون الإخباري، بينما تخصص الدراسة الحالية في التحليل السيميائي للمحتوى الدعائي البصري في وسائل التواصل الاجتماعي.

كما أظهرت دراسة (Abeer & A (2022) عن التأطير الإعلامي لصفحات إسرائيلية ناطقة بالعربية أن الإطار الإنساني احتل المرتبة الأولى، وهو ما يمكن مقارنته مع نتائج الدراسة الحالية لاحقاً، لكن الاختلاف أن تلك الدراسة لم تتوقف عند البنية الدلالية للصورة.

أما دراسة (Seo (2014) حول الدعاية المرئية في تويتر خلال حرب 2012، فقد استخدمت التحليل الكمي والكيفي لأطر الصور، وهي الأقرب منهجياً، لكن اختلاف الحدث والزمن والتطور التكنولوجي يجعل الدراسة الحالية أكثر ارتباطاً بواقع الحملات الدعائية الإسرائيلية الحديثة.

الثغرة البحثية

تظهر مراجعة هذه الدراسات أن معظمها إما ركز على النصوص أو الفيديوهات، أو تناول الأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية بشكل عام، دون التعمق في التحليل السيميائي للمحتوى البصري الثابت الصادر عن منصة دعائية إسرائيلية محددة خلال حدث معاصر هو معركة طوفان الأقصى 2023. كما أن القليل منها جمع بين تحديد الفاعل، وتحديد المنصة، وتحديد الأداة البصرية، وربطها بالتحليل الرمزي العميق، وهو ما تقدمه هذه الدراسة، مما يمنحها الأصالة والتميز.

الاستفادة من الدراسات السابقة

ستستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسات السابقة في عدة جوانب، أهمها:

- صياغة الإطار النظري والمنهجي من خلال الاسترشاد بالمناهج والأدوات التي أثبتت فاعليتها، مثل تحليل المضمون والتحليل السيميائي (حسين، 2024، محمد، 2021).
- مقارنة النتائج لاختبار مدى اتساق خطاب "أوفير جندلمان" البصري مع أنماط الدعاية التي رصدتها دراسات أخرى (المشاركة، 2024، الكوع، 2023).
- إثراء التحليل بتبني تصنيفات الأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية المستخدمة في البحوث السابقة (Abeer & A، 2022، Seo، 2014).
- تحديد الفجوات البحثية التي لم تتناولها الدراسات السابقة، خاصة ما يتعلق بالدمج بين التحليل السيميائي والسياق الدعائي الرقمي في زمن الحرب، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته.

مشكلة الدراسة:

في السابع من أكتوبر عام 2023، شهدت فلسطين حدثاً بارزاً تمثل في تنفيذ مقاومين فلسطينيين من قطاع غزة عملية نوعية داخل الأراضي الفلسطينية المحتلة، ما أسفر عن رد فعل عسكري واسع من قبل دولة الاحتلال تمثل في حرب شاملة على قطاع غزة، استخدمت فيها مختلف أشكال القوة العسكرية، بما في ذلك القصف المكثف على الأحياء السكنية واستهداف المنشآت الصحية والتعليمية.

وقد مثلت منصات التواصل الاجتماعي، خلال هذه الحرب، أداة أساسية في تغطية الأحداث ونقلها إلى الجمهور، فضلاً عن دورها في التأثير غير المباشر على الرأي العام المحلي والدولي، وأحياناً على مواقف صانعي القرار. ومن بين أبرز هذه المنصات، برزت صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء دولة الاحتلال للإعلام العربي "أوفير جندلمان" على منصة فيسبوك، والتي كثفت نشر المحتوى البصري من صور وفيديوهات، تتضمن مشاهد المعارك والأسرى والجرحى والقتلى، بهدف صياغة رواية إعلامية متكاملة تخدم الأجندة الإسرائيلية.

وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على الكيفية التي وظفت بها دولة الاحتلال المحتوى البصري في تأطير روايتها الإعلامية عبر المنصات الرقمية خلال الحرب على غزة/معركة "طوفان الأقصى"، وذلك من خلال تحليل سيميائي للمحتوى المنشور على صفحة "أوفير جندلمان"، لفهم الاستراتيجيات البصرية المستخدمة في توجيه الرأي العام وتعزيز الرواية الإسرائيلية.

وعليه، يمكن صياغة السؤال المركزي للدراسة على النحو الآتي: كيف وظفت دولة الاحتلال المحتوى البصري عبر المنصات الرقمية لتأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة/معركة "طوفان الأقصى" 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزرائها للإعلام العربي؟ ويندرج من هذا السؤال الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية، من بينها:

1. ما هي مدلولات المحتوى البصري الذي وظفتها صفحة "جندلمان" لشرح روايتها خلال الحرب على غزة؟
2. كيف اعتمدت صفحة "جندلمان" على المحتوى البصري في تغطية أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه على الفيس بوك؟
3. ما هي الأطر الإعلامية التي تبنتها صفحة "جندلمان" في بث الرواية الرسمية الإسرائيلية من خلال الصور والفيديوهات والرسوم؟
4. ما هي التقنيات الدعائية التي ركزت عليها العلاقات العامة الإسرائيلية عبر صفحة "جندلمان" على فيس بوك؟

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس:

التعرف على الكيفية التي وظفت بها إسرائيل المحتوى البصري عبر أدوات العلاقات العامة الرقمية في عملية تأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة / معركة طوفان الأقصى 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي.

الأهداف الفرعية:

1. معرفة مدلولات المحتوى البصري الذي وظفتها صفحة "جندلمان" لشرح روايتها خلال الحرب على غزة.
2. استكشاف كيفية اعتماد صفحة "جندلمان" على المحتوى البصري في تغطية أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه على الفيس بوك.
3. تحديد الأطر الإعلامية التي تبنتها صفحة "جندلمان" في بث الرواية الرسمية الإسرائيلية من خلال الصور والفيديوهات والرسوم.
4. بيان التقنيات الدعائية التي ركزت عليها العلاقات العامة الإسرائيلية عبر صفحة "جندلمان" على فيس بوك.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

تكمن الأهمية النظرية لهذه الدراسة في تقديم فهم معاصر للدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في بناء السرديات الرسمية للحكومات خلال الحروب، واستكشاف مدى اعتماد الصفحات الصهيونية الناطقة باللغة العربية على أدوات العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الرواية الإعلامية والتأثير على الرأي العام خلال النزاعات.

كما تُعدّ هذه الدراسة مرجعًا علميًا وإضافة نوعية إلى حقل العلاقات العامة الرقمية، والسرديات، وتأطير الروايات رقميًا، وتهدف إلى تطوير الفهم الأكاديمي لاستخدام السيميائية في العلاقات العامة الرقمية أثناء الحروب، من خلال تحليل كيفية توظيف الدعاية الإسرائيلية للمحتوى البصري على المنصات الرقمية خلال معركة "طوفان الأقصى".

إضافةً إلى ذلك، ستوجّه هذه الدراسة الأبحاث المستقبلية نحو استكشاف الأبعاد السيميائية للدعاية الرقمية وأثرها على تأطير الروايات الإعلامية في أوقات الحروب، من خلال التركيز على العلاقة بين المحتوى البصري والإطار الإعلامي، وتقديم نموذج تحليلي يمكن تطبيقه على حالات دراسية مماثلة في المستقبل، بما يعزز من فهم الأدوار المعقدة التي تلعبها الوسائط الرقمية في النزاعات الدولية.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها وتوصياتها في تطوير أداء العاملين في مجال العلاقات العامة الرقمية، خصوصًا في المؤسسات الحكومية والخاصة، لتعزيز قدرتهم على بناء الرواية الإعلامية الفعالة، وتفنيد الروايات المضادة، وصياغة الأطر الإعلامية المناسبة خلال النزاعات. كما يمكن أن تسهم النتائج في إرشاد فرق الإعلام الرقمي إلى أساليب أكثر فاعلية في توظيف المحتوى البصري لتحقيق أهداف استراتيجية، وتحسين طرق إدارة الحملات الإعلامية في أوقات الأزمات والحروب.

مصطلحات الدراسة:

العلاقات العامة: هي الفن القائم على أسس علمية، لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والاخلاق العامة بالمجتمع (الدليمي، 2016).

العلاقات العامة الرقمية: عملية الاتصال من خلال الوسائل وتوزيع المواد كالمنشورات والمقالات بالشكل الإلكتروني بالاستفادة من أدوات وقواعد الانترنت والانتاج التكنولوجي الحديث (الشمالية، اللحام، و كافي، 2015).

المنصات التفاعلية: هو مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية "الانترنت"، إذ توفر الخدمات التفاعلية في متناول المستخدم، والذي تطور دوره ليكون بمثابة المنتج والمستهلك للمحتوى الموضوعي على اختلاف اشكاله (حمودين و واقنة، 2019).

السيمائية البصرية: هي فرع من السيميائية (علم الإشارة) يركز على دراسة المعاني والرموز البصرية، وكيفية تفسيرها وفهمها من قبل المشاهدين. تهتم السيميائية البصرية بتحليل الصور، والألوان، والأشكال، والتكوينات البصرية، والعلاقات بينها لفهم كيفية تواصل المعاني غير اللفظية. يعتمد هذا المجال على مفاهيم مثل الدال والمدلول، والرموز، والأيقونات، والمؤشرات (Chandler, 2007).

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: صفحة الحساب الرسمي التابع لأوفير جنديمان المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي على موقع (فيس بوك)، وتم اختيار هذه الصفحة بشكل خاص باعتبارها صفحة رسمية تمثل وجهة نظر دولة الاحتلال، وتعد من الصفحات النشطة، إذ يتابع هذه الصفحة 199 ألف شخص من الناطقين باللغة العربية.

الحدود الزمانية: تمثلت الفترة الزمنية للدراسة من 7 أكتوبر/ تشرين أول 2023 إلى 7 ديسمبر/كانون الأول 2023 (مدة شهرين من الحرب)، حيث نشطت صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء الاحتلال خلال هذه الفترة في الترويج للرواية الرسمية الإسرائيلي خلال حربها على قطاع غزة 2023.

الحدود الموضوعية: الأستراتيجيات البصرية المستخدمة لتوجيه الرأي العام وتعزيز رواية الاحتلال عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء دولة الاحتلال للإعلام العربي " أوفير جندلمان" خلال حرب "طوفان الأقصى"، والأطر الإعلامية والتقنيات الدعائية التي تبناها في بث الرواية الرسمية الإسرائيلية على صفحته من خلال الصور والفيديوهات والرسوم المنشورة خاصة في ظل استمرار الحرب والانتهاكات الإسرائيلية المستمرة على قطاع غزة.

الفصل الثاني

إجراءات الدراسة ومنهجها

يتناول هذا الجزء من الدراسة استعراضًا للإجراءات التي اتبعتها الباحثة للوصول إلى إجابات علمية دقيقة عن أسئلة الدراسة. وتشمل هذه الإجراءات تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، مع توضيح المبررات التي دعت إلى اختيارها بهذه الطريقة.

كما يتضمّن هذا الجزء وصفًا للإجراءات والمنهج والأداة المستخدمة في الدراسة، بالإضافة إلى شرح لمخطط تصميم استمارة تحليل الدراسة وفئاتها، بما يحقق أهداف البحث بشكل دقيق ومنهجي.

منهج الدراسة:

المنهجية في البحث العلمي هي الإطار العام الذي يوجّه خطوات الباحث للوصول إلى المعرفة، وهي تختلف عن الأدوات التي تُستخدم لجمع البيانات وتحليلها. ويعرّفها كرم (2015) بأنها "الخطة المنظمة التي يعتمدها الباحث لدراسة الظاهرة بهدف الإجابة عن أسئلة البحث والتحقق من فرضياته". ويرى أبو زيد (2020) أن المنهجية تمثل "المسار الفكري والإجرائي الذي يسلكه الباحث لفحص الظاهرة محل الدراسة، باستخدام استراتيجيات بحثية مناسبة".

وانطلاقًا من طبيعة موضوع البحث وأهدافه، فقد اعتمدت الدراسة المنهج السيميائي كمنهج رئيس لتحليل المحتوى البصري، لكونه يركّز على دراسة العلامات والرموز ودلالاتها الظاهرة والضمنية في الرسائل الإعلامية (بنكراد، 2012). ويسمح هذا المنهج بفهم الأبعاد العميقة للصورة الإعلامية وتفكيك معانيها وربطها بسياقها الثقافي والسياسي.

كما استعانت الدراسة بمنهج تحليل المضمون كإجراء تكميلي ضمن الإطار السيميائي، وذلك بهدف التصنيف الكمي والكيفي للبيانات البصرية محل الدراسة، بما يتيح رصد تكرار الرموز والموضوعات، وتحديد الأطر الإعلامية المهيمنة (كمال، 2018).

واستخدمت أداة استمارة تحليل المضمون التي صُممت وفق محاور مستمدة من نظرية الأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية، وذلك لتفريغ البيانات البصرية والنصية المنشورة على صفحة "أوفير جندلمان" في منصة فيسبوك خلال فترة معركة "طوفان الأقصى".

وبذلك، تميّزت منهجية الدراسة بأنها جمعت بين التحليل السيميائي كمنهج نوعي يفسر المعاني، وتحليل المضمون كأداة منهجية كمية/كيفية، ما أتاح الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تربط بين الشكل والمضمون في الرسائل الإعلامية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة، ويشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص، السيارات، والشوارع (المحمودي، 2019).

تمثل مجتمع الدراسة بصفحة جندلمان من خلال منصة الفيس بوك لأنه الموقع الرسمي الذي يبث صوراً وتعليقات خاصة بمعركة طوفان الأقصى، والذي يشمل جميع المنشورات التي تمت مشاركتها عبر صفحة أوفير جندلمان خلال الفترة الممتدة من 7 أكتوبر 2023 إلى 7 ديسمبر 2023.

الإطار الزمني للدراسة:

أجريت الدراسة في الفترة الزمنية التي واكبت فترة معركة طوفان الأقصى والتي بدأت في السابع من أكتوبر، واستمرت حتى فترة إعداد الدراسة وهي الفترة الممتدة من 7-أكتوبر-2023 إلى 25-أيلول-2024.

كما تعرف العينة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يقوم الباحث بانتقائها بطريقة مناسبة، ومن ثم يقوم بأجراء الدراسة عليها والاستعانة بجميع النتائج التي تحصل عليها الدراسة وتعميها على كافة مجتمع الدراسة (سعد، 2022). اعتمدت الدراسة عينة قصدية؛ حيث تم اختيار المنشورات بناءً على معايير محددة تتناسب مع أهداف البحث، وتمثل ما تم نشره من صور على صفحة أوفير جندلمان عبر منصة

الفييس بوك لتوظيف دعاية الاحتلال الإسرائيلي للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية خلال معركة طوفان الأقصى، وقد تم الحصول على (186) منشور، حيث راعت الباحثة أن تكون الصور المختارة ذات دلالات وعلامات وأيقونات سيميائية تساعد في الكشف عن المعاني الكامنة، كما راعت الباحثة التنوع حيث تم اختيار مختلف صفحات الموقع لمحاولة تمثيل العينة للمجتمع الأصلي.

أداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع وتصنيف البيانات والمعلومات، حيث اشتملت على مجموعة من الفئات؛ لتحليل مضامين صفحة "جندلمان" عبر الفييس بوك خلال حرب طوفان الأقصى لعام 2023، والوقوف على تحليل الصورة السيميائية البصرية للمنشورات، وتحليل أهم الأطر الإعلامية وكيفية هذه الأطر وتقنيات الدعاية وكيفية توظيفها في المنشورات. وقد تضمنت استمارة تحليل المضمون على:

الموضوع: يشمل القضايا والموضوعات المطروحة من قبل صفحة أوفير جندلمان، مع التركيز على الرموز والدلالات السيميائية المستخدمة في المحتوى البصري والنصوص المكتوبة.

الإطار: معرفة الجوانب التي ركزت عليها المنشورات والجوانب التي تم إهمالها، وتحليل كيفية تأطير الرسائل الإعلامية لتوجيه الرأي العام، بما يتوافق مع نظريات التأطير الإعلامي.

التقنية الدعائية: تحديد التقنيات الدعائية المستخدمة في كتابة المنشورات مثل التسمية، العموميات البراقة، النقل، البطاقة الراجعة، التوصية، اللحاق بالركب، والناس البسطاء. يركز هذا العنصر على كيفية توظيف هذه التقنيات للتأثير على الجمهور.

الكيفية: تحليل كيفية استخدام السيميائيات وتقنيات الدعاية في المحتوى البصري والنصوص، مع التركيز على بناء الرسائل البصرية والنصية لتحقيق أهداف دعائية محددة.

السبب: معرفة الأهداف والأسباب وراء استخدام التقنيات الدعائية وتأطير الموضوعات في المنشورات، وربط ذلك بدور الصفحة في التأثير على الرأي العام وتوجيهه بما يخدم الرواية الإسرائيلية.

بهذه الطريقة، يتم تحليل البيانات بطريقة تدمج بين نظريات التحليل السيميائي والتأطير الإعلامي وتقنيات الدعاية، مما يوفر فهماً شاملاً وعميقاً لكيفية استخدام المحتوى البصري والنصوص في الدعاية الإسرائيلية عبر المنصات الرقمية.

تحليل البيانات الكمية:

تم اتباع خطوات محددة لإجراء تحليل البيانات الكمية وفقاً لتحليل المضمون:

تحديد مجتمع البحث وعينته.

اختيار المنشورات وفقاً للعينة لتحليلها.

تحليل كل منشور من عينة البحث وفقاً لاستمارة تحليل المحتوى.

تفريغ البيانات ضمن محاور محددة (القضايا والموضوعات، الأطر، التقنيات الدعائية).

حساب التكرارات والنسبة المئوية لكل محور وإعداد الجداول.

مناقشة نتائج الجداول الظاهرة في الخطوة السابقة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون للإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تساهم هذه الأداة في وصف منظم ودقيق لمحتوى النصوص المكتوبة أو المسموعة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها، وتعريف مجتمع الدراسة لدراسته وتحليله، والإجابة على أسئلة البحث وتساعد هذه الأداة على وصف وتصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد في إظهار العلاقات والترابطات بين أجزاء ومواضيع النص (عليان، 2001).

أدوات التحليل: تحليل المحتوى:

تحليل الإطار: تم الاعتماد على تحليل الإطار وفقاً لعناصر الإطار كما عرفها إينتمان (1993).

التحليل السيميائي: تعتمد السيميائية على تحليل النصوص من منظور يعتبر النص يحتوي على بنية ظاهرة وبنية عميقة يتعين تحليلها، والكشف عن العلاقات بين البنية السطحية والعميقة (رضوان و عباس، 2017).

تحليل البيانات الكيفية:

تم جمع البيانات الكيفية بواسطة المقابلات كما هو مفصل أعلاه، وتم اتباع الخطوات التالية في تحليل هذه البيانات:

تفريغ البيانات كاملة.

تصنيف وتحليل البيانات وفقاً للمحاور الرئيسية للدراسة.

ربط النتائج مع البيانات النوعية المستخرجة من تحليل المحتوى.

تفسير النتائج لاستخلاص الفهم الشامل حول تأثير الدعاية الإسرائيلية على الرأي العام العربي.

وبهذه المنهجية تسعى الباحثة إلى تقديم فهم شامل ومعمق لكيفية توظيف سيميائية العلاقات العامة الرقمية

والدعاية الصهيونية للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية خلال معركة "طوفان الأقصى"، وتحليل

الرموز والدلالات المستخدمة لتوجيه الرأي العام.

الفصل الثالث

عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج أجزاء الدراسة بجوانبها المختلفة التي تضمنها السؤال الرئيس للدراسة، الكيفي والكمي، وذلك تحقيقاً للهدف الرئيس لهذه الدراسة، والمتمثل بتحديد كيفية توظيف سيميائية العلاقات العامة في الحروب من خلال توظيف دعاية الاحتلال الاسرائيلي للمحتوى البصري عبر المنصات الرقمية خلال معركة طوفان الأقصى، في تحليل لصفحة الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي "أوفير جندلمان" على الفيسبوك.

نتائج السؤال الفرعي الأول: ما هي مدلولات المحتوى البصري الذي وظفتها صفحة جندلمان لشرح روايتها خلال الحرب على غزة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استعراض الصور ذات العلاقة بالمحتوى البصري الذي وظفتها صفحة جندلمان لشرح روايتها خلال الحرب على غزة، وقد روعي في الاختيار أن تكون الصور غنية بالرموز والدلالات والعلامات والأيقونات السيميائية التي تساعد في الكشف عن المعاني الكامنة، كما روعي تنوعها حيث تم سحب عينات مختلفة لمحاولة تمثيل العينة للمجتمع وكانت كالآتي:

أولاً: الصور العسكرية:

صورة رقم (1)

العنوان: صورة لرئيس الوزراء الاسرائيلي بنيامين نتنياهو مجتمعاً مع أفراد في الجيش



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لرئيس الوزراء الاسرائيلي بنيامين نتنياهو مجتمعاً مع أفراد في الجيش الإسرائيلي وتظهر في الخلفية في المنطقة الشمالية العسكرية.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون طبيعي وكانت الصورة واضحة جداً لتعكس مدى الاستعدادات التي لدى الجيش الإسرائيلي لمواجهة أي أخطار أو أية اعتداءات من قبل حزب الله في المنطقة الشمالية.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة للتأكد من وضوحها حتى تعكس مدى نشر إسرائيل للحقيقة.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بصورة بزواوية تشعر المشاهد كما أنه لو كان بداخلها، وأنها قريبة جداً إلى الواقع، من أجل إبراز مدى جاهزية الجيش الإسرائيلي لمواجهة حزب الله.

الرسالة الأيقونية

الجدول (1)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (1)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	رئيس الحكومة الإسرائيلي	تعكس مدى دعم رئيس الوزراء للجيش الإسرائيلي
الأشياء	أفراد من الجيش الإسرائيلي	جاهزية الجيش الإسرائيلي لخوض الحرب مع لبنان
	سيارات	مناطق واسعة في شمال فلسطين

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على مدى دعم رئيس الوزراء الإسرائيلي لأفراد الجيش وخاصة في المنطقة الشمالية ، فقد جاء عنوان الصورة "رئيس الوزراء نتتياهو ترأس جلسة لتقييم الأوضاع عقدت في مقر قيادة المنطقة الشمالية العسكرية"، ويبدو أنه كان يشرح للجنود أموراً عسكرية.

صورة رقم (2)

العنوان: صورة تجمع بين رئيس الوزراء الإسرائيلي ومستشاريه العسكريين



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تجمع بين رئيس الوزراء الإسرائيلي ومستشاريه العسكريين وكان يتحدث بالهاتف مع شخص آخر، وكان يبدو على نتنياهو الغضب، وهو يقوم بالتحدث بالهاتف.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون داكن إلى حد ما وكان يبدو على الجلسة بأنها في مقر عسكري له أضواء خافتة نوعاً ما مما يوحي على التوتر والعصبية والرغبة في التوجيهات القاسية والتي تنذر بالانتقام.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة خافتة إلى حد ما، لتعكس مدى التوتر الذي يسود اللقاء في جلسة رئيس الوزراء مع مستشاريه.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بزاوية صعبة جداً كما أنها لو التقطت خلسة أو من مكان لا يعرفه نتتياهو لأنه بعيدة عن ملامح الأفراد وكانت من خلفهم.

الرسالة الأيقونية

الجدول (2)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (2)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	نتتياهو	مدى التوتر الذي كان يسود على الجلسة
الأشياء	مستشارين نتتياهو	يبدو التوتر والعصبية والقلق على المستشارين.

المستوى التضميني:

وفي المستوى التضميني يشير جندلمان من خلال مدلولات الصور المنشورة الجهود التي تبذلها إسرائيل على جميع المناحي والتواصل مع العديد من الجهات والأطراف للوصول إلى حلول للإفراج عن الرهائن، والوصول إلى هدنة مع حركة حماس، أو وقفاً لإطلاق النار، والغرض من ذلك كان هو إبراز دور إسرائيل في أنها تريد السلام ولا تريد الحرب، لكسب الرأي العام، ولم يطلق أوفير جندلمان عنواناً على الصورة.

صورة رقم (3)

العنوان: صورة لنتنياهو مع مجموعة من أفراد الجيش الإسرائيلي



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لنتنياهو مع مجموعة من أفراد الجيش الإسرائيلي في وحدة المعلومات التقنية والغنائم التابعة لهيئة الاستخبارات العسكرية، وهو يخطط لبعض العمليات العسكرية للإفراج عن المختطفين، والرغبة في تدمير حركة حماس بجميع محاورها ويبدو عليه الغضب هو ومن يقفون معه.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون فاتح ويظهر بالصورة العديد من الأماكن المشوشة نظراً لسرية المعلومات، وعكست الصورة مدى القدرة على التخطيط العسكري.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة متوسطة السطوع لأنها تعكس جانباً عسكرياً.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بزواوية صعبة، وهي الوضعية التي لا تسمح بالإفصاح عما كان مكتوباً على الخريطة التي يعملون بها.

الرسالة الأيقونية

الجدول (3)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (3)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	رئيس الوزراء الإسرائيلي مع مجموعة أفراد عسكريين	تعرض مدى حرص الرئيس نتنياهو على الإفراج عن المختطفين
الأشياء	خريطة عسكرية تنفيذية غير واضحة وبعض الأفراد العسكريين	مشاركة أفراد وحدة جمع المعلومات وتنتياهو الرأي للإفراج عن المختطفين وتدمير حماس

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على إبراز دور نتياهو وحرصه على متابعة شؤون المختطفين وأنه يتابع الموضوع بنفسه، وتوجيه الأفراد في وحدة جمع المعلومات والتقنية والغنائم التابعة لهيئة الاستخبارات العسكرية للإفراج عن المختطفين، فقد جاء عنوان الصورة "رئيس الوزراء نتياهو زار وحدة جمع المعلومات والتقنية والغنائم التابعة لهيئة الاستخبارات العسكرية وقال: نحن ملتزمون بإكمال مهامنا - الإفراج عن جميع المختطفين وتدمير حماس فوق الأرض وتحتها والضمان بأن غزة لن تشكل أبداً تهديداً على إسرائيل"، فهذا الموقف يعزز من الصورة العامة لنتياهو أمام المجتمع الإسرائيلي، ويظهر مدى تعاونه للمضي قدماً للإفراج عن المختطفين من خلال الجهود العسكرية.

صورة رقم (4)

العنوان: صورة لنتنياهو يترأس جلسة الكابينة



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لنتنياهو يترأس جلسة الكابينة التي عقدت في تل أبيب، ضمن جلسة تشاورية، والرغبة للإفراج عن المختطفين.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون فاتح وهي صورة واضحة تظهر جميع الأفراد الجالسين بشكل واضح وذلك لإبراز الدور المهم الذي يلعبه نتنياهو في الكابينة..

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، مما يدل على صدق نتنياهو في أفعاله، ومن مصلحته أن تظهر الصورة بشكل واضح.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بشكل مباشر ومواجهة لرئيس الوزراء نتنياهو وعدد من أعضاء الكابينة.

الجدول (4)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (4)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	رئيس الوزراء الإسرائيلي مع	مدى حرص الرئيس نتنياهو على
	مجموعة من أعضاء الكابينة	الإفراج عن المختطفين
الأشياء	أعضاء الكابينة والعديد من	مشاركة أعضاء الكابينة لرئيس الوزراء
	التجهيزات	الإسرائيلي للإفراج عن المختطفين

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة الإصرار والتفاعل مع أعضاء الكابينة من أجل الإفراج عن المختطفين ومعاقبة حركة حماس، وقد حملت الصورة عنوان "رئيس الوزراء نتياهو يتأسس جلسة الكابينة التي تعقد في تل أبيب"، فهذه الصورة تعكس مدى تعزيز الموقف لدى نتياهو أمام المجتمع الإسرائيلي، ويتحدى حركة حماس، ويشارك زملائه للوصول إلى حلولاً عسكرية للإفراج عن المختطفين، ورفع الظلم عنهم.

صورة رقم (5)

العنوان: صورة للقاء نتتياهو مع فرقة عسكرية من المقاتلين والقادة

5:10 🌙 📶 📶 📶

راسلنا **أوفير جندلمان Ofir Gendelman** →

أوفير جندلمان Ofir Gendelman

قام رئيس الوزراء نتتياهو اليوم بجولة تفقدية في قطاع غزة وتلقى هناك إجازات أمنية وتحدث مع المقاتلين والقادة ودخل أحد الأنفاق التي تم اكتشافها.

وقال: "بذل كل جهد ممكن من أجل استعادة مختطفينا وفي نهاية المطاف سنعيدهم جميعا. لنا ثلاثة أهداف لهذه الحرب: القضاء على حماس وإعادة جميع مختطفينا والضمان بأن غزة لن تشكل مرة أخرى تهديدا على إسرائيل.

أقول للمقاتلين وللواطنين - سنستمر حتى النهاية، حتى أن يتم تحقيق النصر، لن يوقفنا شيء ونحن على قناعة بأننا نمتلك القوة والإرادة والإصرار لتحقيق جميع أهداف الحرب وهذا ما سنفعله".



تنزيل استمتع بأفضل تجربة على التطبيق

facebook.com

الوصف الأولي للصورة: هي صورة للقاء نتتياهو مع فرقة عسكرية من المقاتلين والقادة وهم يحاربون حركة

حماس، ويبدو عليه النشاط أثناء الكلام مع الجنود إذ كان يحمسهم ويثني عليهم.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعية، وواضحة للغاية لإظهار قوة الجنود ومعنوياتهم العالية، كما تظهر

الصورة بيت مدمر جزئياً وهو ما يوضح هزيمة حركة حماس في بعض المناطق .

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، وواضحة؛ وذلك لإبراز دور الجيش الإسرائيلي في القضاء على حركة حماس.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة ومواجهة لظهور القوة التي يتمتع بها الجنود الإسرائيليون ونتاجها هو يتوسطهم، كما أن الشخص الذي ينظر إلى الجيش يخشاهم.

الرسالة الأيقونية

الجدول (5)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (5)

الدوال الأيقونية	المدليل في المستوى الأول	المدليل في المستوى الثاني
الشخصيات	بنيامين نتنياهو	إظهار القوة التي يتمتع بها الجيش الإسرائيلي
الأشياء	جنود إسرائيليون بالإضافة إلى قادة	الدعم المباشر من نتنياهو إلى الجنود في ساحة الحرب مع حركة حماس

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة أظهار القوة، وأن الجنود الإسرائيليون مسيطرون على مجريات الحرب، وأنهم يتحركون بكل حرية ونشاط في قطاع غزة، وقد حملت الصورة عنوان "قام رئيس الوزراء نتنياهو اليوم بجورة تفقدية في قطاع غزة وتلقى هناك إجازات أمنية وتحدث مع المقاتلين والقادة ودخل أحد الأنفاق التي تم اكتشافها. وقال "نبذل كل جهد ممكن من أجل استعادة مختطفينا وفي نهاية المطاف سنعيدهم جميعاً. لنا ثلاثة

أهداف لهذه الحرب. القضاء على حماس وإعادة جميع مختطفينا والضمان بأن غزة لن تشكل مرة أخرى تهديداً لإسرائيل. أقول للمقاتلين وللمواطنين سنستمر حتى النهاية، حتى أن يتم تحقيق النصر. لن يوقفنا شيء ونحن على قناعة بأننا نمتلك القوة والإرادة والإصرار لتحقيق جميع أهداف الحرب وهذا ما سنفعله" فهذه الصورة تبدى مدى اعتزاز ننتياهو بجيشه ورغبته في القضاء على حركة حماس انتقاماً للمختطفين وللعنف الذي مارسه حركة حماس ضد سكان غلاف قطاع غزة.

صورة رقم (6)

العنوان: صورة تظهر نتنهاو أثناء زيارته لشركة رافائيل



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر نتنهاو أثناء زيارته لشركة رافائيل لصناعة منظومات الدفاع الصاروخي.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات في غاية الوضوح لإرهاب حركة حماس من هذه الأسلحة والصواريخ المدمرة.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة قوية وساطعة لبيان وضوح نوعية الأسلحة التي تعتمد عليها إسرائيل في حربها

ضد حركة حماس

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة ومقابلة لوجه نتنهاو وتظهر الكثير من الصواريخ بأنواعها لإرهاب حركة حماس.

الرسالة الايقونية

الجدول (6)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (6)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	بنيامين نتنياهو	إظهار مدى اعجاب نتنياهو بمنظومة الصواريخ المضادة
الأشياء	الصواريخ	إظهار عدداً من الصواريخ التي تعتمد عليها إسرائيل في حربها ضد حركة حماس.

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة الاعتزاز بالمنظومة الدفاع الصاروخي، وقد حملت الصورة عنوان "رئيس الوزراء نتنياهو زار شركة رافائيل التي تصنع منظومات الدفاع الصاروخي القبة الحديدية ومقلاع داوود ومنظومة الدفاع عن الدبابات من القذائف المضادة للدروع. مصانع الشركة تعمل على مدار الساعة من أجل تزويد الجيش بوسائل قتالية متقدمة" فهذه الصورة تبدي الدفاعات الصاروخية لدولة إسرائيل والإشادة بها من قبل نتنياهو لهزيمة حركة حماس.

صورة رقم (7)

العنوان: صورة تظهر بها دبابة وجرافة وجندي يعطي



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر بها دبابة وجرافة وجندي يعطي الأوامر أثناء تدمير أنفاق حركة حماس في مدينة غزة.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة حقيقية وتظهر مدى تغلب دولة إسرائيل على حركة حماس، وأن المنطقة خالية من أنفاق حركة حماس.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة جيدة وواضحة وذات أبعاد طبيعية، وأنها من أرض المعركة، وأن إسرائيل تعيد الامن والاطمئنان إلى قطاع غزة.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وأنها جاءت من تصوير كاميرا إسرائيلية ضمن الحملة الإعلامية والتي تبرز فيها مدى قدرة الجيش الإسرائيلي على تدمير أنفاق حركة حماس.

الجدول (7)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (7)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	جندي اسرائيلي	مدى السيطرة من قبل الجيش الإسرائيلي
الأشياء	دبابة وجرافة	تحقيق دولة إسرائيل لنصر محقق وهي تدمر أنفاق حركة حماس في غزة

المستوى التضميني:

هذه الصورة تثبت مدى صحة المعلومات لدى الجيش الإسرائيلي، وأنها تدمر فعلاً أنفاق حركة حماس، وقد حملت الصورة عنوان "استكملت قواتنا تطويق منطقة جباليا في قطاع غزة وواصلت تدمير أنفاق حماس وأوكارها" فهذه الصورة تظهر صدق المعلومات التي يدلي بها الجيش الإسرائيلي.

صورة رقم (8)

العنوان: صورة تظهر بها رئيس الوزراء الإسرائيلي يجتمع بأفراد من الجيش



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر بها رئيس الوزراء الإسرائيلي يجتمع بأفراد من الجيش في منطقة الشمال للتجهيز للاشتباك مع قوات حزب الله.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة حقيقية وتظهر الروح المعنوية العالية التي يتحلى بها بنيامين نتنياهو هو وأفراد جيشه.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة واضحة تماماً وهي تظهر العديد من أفراد الجيش الإسرائيلي وأنهم مستعدون لخوض معركة مع حزب الله، لتحقيق النصر في جنوب.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وأنها جاءت من تصوير كاميرا إسرائيلية وأنها تعكس مدى جاهزية الجيش الإسرائيلي، وقدرته على الدفاع عن دولة إسرائيل من الشمال إلى الجنوب.

الرسالة الأيقونية

الجدول (8)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (8)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	بنيامين نتنياهو	قدرته على رفع الروح المعنوية لأفراد الجيش الإسرائيلي.
الأشياء	أفراد كتيبة من الجيش الإسرائيلي	قدرة إسرائيل على مواجهة الحرب في المنطقة الشمالية للوصول إلى الانتصار على حركة حماس في الجنوب.

ثانياً: صور الاجتماعات الدبلوماسية لرئيس الوزراء الإسرائيلي نتتياهو مع العديد من الهيئات الدبلوماسية

صورة رقم (9)

العنوان: صورة تجمع بين رئيس الوزراء نتتياهو ووزير الخارجية الأمريكي



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تجمع بين رئيس الوزراء نتتياهو ووزير الخارجية الأمريكي انتوني بلينكن تظهر مدى التعاون ما بين الدولتين، ومدى الانسجام في الحديث.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون طبيعي وألوان هادئة تظهر مدى الراحة التي يتمتع بها نتتياهو وبلينكن، وهذا يدل على توافق الرأي ومدى الانسجام ما بين الطرفين.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة للتأكد من وضوحها حتى تعكس مدى ثقة رئيس الوزراء الإسرائيلي بنفسه ومدى التأثير الإيجابي الذي يبدو عليه.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بصورة بزاوية مقابلة للطرفين كما لو كان الناظر إليها يجلس معهم في نفس القاعة، وهذا يدل على مدى الأمن والراحة التي يشعر بها الطرفين .

الرسالة الأيقونية:

الجدول (9)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (9)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	نتتياهو وبلينكن	مدى التوافق والراحة والانسجام
الأشياء	أثاث مكتبي	كل محتويات المكتب بسيطة وتشعر الفرد بالارتياح

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على مدى تعاون إسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية في الحرب ضد حركة حماس في غزة، وأن هذه اللقاءات تدعم موقف إسرائيل وتشعرهم بالراحة، وأن حليفهم يقف معهم بجميع المواقف والصراعات التي يواجهونها أكانت ضد حركة حماس أو ضد حزب الله، حيث كان عنوان الصورة "رئيس الوزراء نتتياهو يلتقي في هذه الأثناء مع وزير الخارجية الأمريكي أنتوني بلينكن" أنه وأثناء الحرب، لا تزال الولايات المتحدة الأمريكية تدعم إسرائيل بقوة.

صورة رقم (10)

العنوان: صورة لنتنياهو يشاهد مع مجموعة من الشخصيات السياسية



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لنتنياهو يشاهد مع مجموعة من الشخصيات السياسية اللحظات الأولى من هجوم السابع من أكتوبر، لإظهار مستوى الظلم الذي يتعرض له الشعب الإسرائيلي، ومدى العنف والاضطهاد الذي تم ممارسته ضد بعض الأفراد الذين تم الاعتداء عليهم من حركة حماس الإرهابية.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعي، وواضحة للغاية لإبراز لإظهار الصورة السيئة لجنود حركة حماس وهم يمارسون العنف والإرهاب ضد السكان والجنود الإسرائيليين.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، مما يدل على الرغبة في أظهار جميع التفاصيل الخاصة بصور المجاهدين الفلسطينيين الإرهابيين أثناء الاعتداء على السكان الإسرائيليين.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بزاوية وكأن الفرد يعيش الموقف واللحظة مع ننتياهو وزملائه.

الرسالة الأيقونية

الجدول (10)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (10)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	رئيس الوزراء الإسرائيلي	تعكس مدى رؤية ننتياهو للظلم الذي تعرض له سكان إسرائيلي والجنود الإسرائيليين
الأشياء	عدد من أفراد حكومة ننتياهو	مشاركة ننتياهو رؤية الاضطهاد والظلم الذي تعرض له سكان إسرائيل

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة الشعور بالظلم ومتابعة العمل الإرهابي الذي مورس ضد سكان إسرائيل وجنودها، ومدى فرحة الفلسطينيين في التعدي على حرية الإسرائيليين وقتلهم والتعدي عليهم، وقد حملت الصورة عنوان "إيلون ماسك يشاهد مع رئيس الوزراء ننتياهو فيديو يوثق المجازر المروعة التي ارتكبتها وحوش حماس بحق مواطنينا الأبرياء في غلاف غزة في السابع من أكتوبر"، فهذه الصورة تعكس مدى تعزيز الموقف لدى ننتياهو أمام المجتمع الإسرائيلي، ويتحدى حركة حماس، ويشارك زملائه للوصول إلى حلولاً عسكرية للإفراج عن المختطفين، ورفع الظلم عنهم، وتعزيز موقفه أما المجتمع الدولي.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج

لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة ببلورة سؤال البحث الرئيس وطرحه، وهو: كيف وظفت دولة الاحتلال المحتوى البصري عبر المنصات الرقمية لتأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة / معركة طوفان الأقصى 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزراءها للإعلام العربي "أوفير جندلمان"؟، والذي انبثق منه مجموعة من الأسئلة الفرعية سيأتي ذكر كل منها لاحقاً. وللإجابة عن سؤال البحث وتحقيق هدف الدراسة الرئيس، قامت الباحثة بتوظيف أداة البحث؛ تحليل المضمون لتعزيز القيمة الوصفية والقيمة التحليلية، وفي هذا الفصل ستقوم الباحثة بتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها بطريقة أكثر شمولية، وذلك بغرض إعطاء إجابة نهائية على سؤال البحث الرئيس، وذلك بدءاً بمناقشة نتائج الأسئلة الفرعية أولاً كلبنات أساسية للسؤال الرئيس، ثم الخروج بتوصيات ذات قيمة نظرية وقيمة عملية للدراسة.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس:

كيف وظفت دولة الاحتلال المحتوى البصري عبر المنصات الرقمية لتأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة / معركة طوفان الأقصى 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزراءها للإعلام العربي؟

أظهرت نتائج الدراسة توظيف دولة الاحتلال المحتوى البصري عبر المنصات الرقمية لتأطير دعايتها تجاه الحرب على غزة / معركة طوفان الأقصى 2023 عبر صفحة المتحدث باسم رئيس وزراءها للإعلام العربي "أوفير جندلمان" على الفيس بوك من خلال تكثيف المحتوى البصري عبر منصة الفيس بوك، والتي ركزت بشكل خاص على صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء الاحتلال الخاص بالشؤون الإعلامية وهو "أوفير جندلمان"، وذلك لتأطير الدعاية وإيصال الرسائل الخاصة بالحرب والموجهة إلى الشعب الفلسطيني خاصة وإلى العالم العربي بشكل عام، حيث تم استخدام منصة الفيس بوك لإعادة صياغة سرد الحرب من منظور الاحتلال، وقد تم الاعتماد على (الصور والفيديوهات)، حيث استخدم "أوفير جندلمان"

تلك الصور والفيديوهات ووظفها بشكل مؤثر، وهنا برزت الرواية الرسمية له وللجيش بالشواهد والمواقف، وغالباً ما كانت هذه الصور ومقاطع الفيديو تظهر الموقف الإيجابي لدولة إسرائيل من الحرب على غزة، والموقف السلبي لحركة حماس وما تبديه من وحشية، وسبباً في إبادة أفراد المجتمع الغزي نتيجة الحرب.

كما تبين أن "أوفير جندلمان" كان يبرر دائماً الضربات على غزة بأنها دفاعية وليست عدوانية، إضافة إلى تسليط الضوء على استهداف الأفراد الإرهابيين، وأن القوة الإسرائيلية موجهة ضدهم، وأنها تدافع عن الإنسانية وتحفظ كرامة الإنسان من خلال الصور المنشورة، إضافة إلى أن "أوفير جندلمان" ركز من خلال الصور المنشورة على موقعه الخاص على منصة الفيس بوك على الاعترافات التي يبديها أعضاء في حركة حماس أكانوا معتقلين أم منشقين، وما يدلوه من اعترافات تسيء إلى حركة حماس، وتظهر الجانب المظلم لهذه الحركة، وتبين الجانب المشرق لدولة إسرائيل والتي لا تستهدف المدنيين وإنما تستهدف الإرهابيين المقاتلين، والذين يعتدون على إسرائيل وشعبها.

ولم يظهر "أوفير جندلمان" في صورته الخسرة المادية أو البشرية الناتجة عن الاعتداء الإسرائيلي على غزة، بل كان يظهر الموقف الدفاعي في مناطق مأهولة بالسكان، أو في مناطق غير مدمرة للفت النظر بأن إسرائيل تحافظ على الممتلكات، وتحافظ على حقوق الإنسان وكرامته، وإنما ما كان يعرض هو مواقف ومشاهد للاجئين أو مشردين نتيجة خوفهم وشجبهم لما اتبعته حركة حماس، وإبراز مدى حقد المواطنين في غزة على حركة حماس وما قامت به في السابع من أكتوبر عام 2023.

كما ركز "أوفير جندلمان" من خلال صفحته على الفيس بوك على نشر صور أو مقاطع تظهر التفوق التكنولوجي للجيش الإسرائيلي وكيف أن العمليات العسكرية كانت دقيقة وغير موجهة ضد المدنيين، وهذا كان جزءاً من جهود تحسين الصورة الإعلامية والتأكيد على أنه "لا نية لإلحاق الأذى بالمدنيين"، رغم التصعيد العنيف الذي كان يشهده القطاع.

تبرز إسرائيل "الجانب المشرق" لها في الحرب على غزة لعدة أسباب استراتيجية ودبلوماسية وعلاقات عامة، من خلال التركيز على دفاعها، وتفوقها التكنولوجي، وروايتها الأخلاقية، إذ تهدف إلى تشكيل

(التصورات) المحلية والدولية بطريقة تبرر أفعالها العسكرية وتقلل من التداعيات السلبية، خصوصًا من خلال المتحدثين الرسميين والقنوات الإعلامية، وتقديم نفسها كضحية تدافع عن نفسها ضد الإرهاب — وتهدف إسرائيل إلى توجيه الرأي العام لفهم أفعالها على أنها "مبررة" أو حتى "ضرورية". هذه الرواية تهدف إلى مواجهة التصورات السلبية في الإعلام الدولي، خصوصًا من المنظمات الحقوقية والدول الناقدة.

وتحاول إسرائيل تقديم عملياتها العسكرية على أنها استجابة شرعية ومتوازنة لتهديد وجودي، فهذه الرواية تهدف إلى التخفيف من الانتقادات التي قد تصف أفعالها بأنها "عقاب جماعي" أو "قوة مفرطة". فالرسالة التي يتم تمريرها هي أن إسرائيل لا تدافع عن نفسها فحسب، بل تحاول أيضًا تقليل الأضرار التي تصيب المدنيين.

ويسلط "أوفير جنلدمان" الضوء على "الجانب المشرق" في النزاع لتعزيز الدعم العام في الداخل. عمومًا، يكون الإسرائيليون داعمين للعمليات العسكرية التي تهدف إلى حماية الأمن، خاصة عندما تتعرض إسرائيل للهجوم بالصواريخ من قبل حركة حماس، ومن هنا يتم إقناع الشعب الإسرائيلي والدول المساندة لها بالإجراءات الدفاعية والقدرات التكنولوجية التي تحمي المدنيين الإسرائيليين، مثل القبة الحديدية أو الأنظمة الدفاعية الإلكترونية، للحفاظ على الروح المعنوية الوطنية وتقديم نفسها كدولة قادرة على حماية مواطنيها من التهديدات.

فالهدف من ذلك تقديم إسرائيل كضحية للعدوان الفلسطيني، لا سيما في شكل الهجمات الصاروخية وغيرها من أشكال العنف، وتصوير نفسها كقوة دفاعية ردًا على "الإرهاب"، حيث تحاول إسرائيل إعادة تشكيل الحرب على أنها مسألة دفاع عن النفس، وليس حملة عسكرية هجومية ضد غزة.

ويمكن تعليل ذلك إلى أن إسرائيل تسعى إلى بناء التحالفات الاستراتيجية لإظهار واقعها المعتدى عليه وتتعرض للعمليات الإرهابية، والوحشة من قبل حركة حماس، وبناء علاقاتها الدولية وخاصة مع الولايات المتحدة، والدول الأخرى، وتسليط الضوء على دورها في مكافحة الإرهاب في المنطقة، لا سيما من خلال

تقنيات الاستخبارات والمراقبة المتطورة، مما يعزز تحالفاتها مع الدول التي تركز على مكافحة التطرف والإرهاب.

وأيضاً لاحظت الباحثة أن "أوفير جندلمان يصور إسرائيل بأنها في موقع "القدرة الأخلاقية"، ففي العديد من رسائلها الموجهة، تسعى إسرائيل إلى وضع نفسها في "الموقع الأخلاقي العالي" من خلال تسليط الضوء على أنها تقاتل ضد جماعة مثل حماس، التي تعتبرها منظمة إرهابية. من خلال تقديم حماس باعتبارها المعتدي — متهمة إياها باستخدام المناطق المدنية لأغراض عسكرية أو الاختباء بين المدنيين — تحاول إسرائيل تقديم نفسها على أنها المدافع عن الأبرياء والقوة التي تسعى لتحقيق الاستقرار في المنطقة، وردع الهجمات المستقبلية من خلال تسليط الضوء على قوتها العسكرية وتفوقها التكنولوجي، وهنا يظهر بأن "أوفير جندلمان" يرسل رسالة ردع إلى أعدائها، سواء في غزة أو إلى مجموعات مسلحة أخرى في المنطقة. التصوير لقوة عسكرية متطورة، قادرة على الرد بشكل قوي ومناسب، يرسل إشعاراً بأن الهجمات على إسرائيل لن تؤدي فقط إلى رد فعل قوي، بل أيضاً إلى فشل استراتيجية خصومها.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول:

ما هي مدلولات المحتوى البصري الذي وظفته دولة الاحتلال لشرح روايتها خلال الحرب على غزة؟

أظهرت النتائج تعدد مدلولات المحتوى البصري الذي وظفته دولة الاحتلال لشرح روايتها خلال الحرب على غزة، وكانت تتمثل في مدلولين تمثلا في المستوى الأول، والمستوى الثاني، حيث ركزت إسرائيل على مدلولات الجيش وإظهاره كقوة دفاعية عاملة على حماية المواطنين في دولة إسرائيل، فقد أوضحت مدى خطورة الهجمات الصاروخية من غزة على المدن في إسرائيلي، وخاصة في مناطق تل أبيب وعسقلان، وإبرازها بشكل كبير على أنها التهديد الحقيقي، وهو ما حاولت إسرائيل توضيحه من خلال المدلولات الخاصة بإبراز الجيش والدفاعات الجوية، وأنها قادرة على ردع حركة حماس الإرهابية المتوحشة التي ترغب في تدمير دولة إسرائيل المسالمة والتي تدعوى إلى السلام والتعايش السلمي، كما أنها أبرزت الكثير

من المدلولات التي تبرز دور السيطرة الاسرائيلي على المواقف العسكرية والحربية والتي تتعكس من خلال الشاشات الزرقاء، والسلام والاطمئنان التي توفره للمعتقلين والمنشقين عن حركة حماس، كما أوضحت مدى المأساة التي يعاني منها التي يعاني منها المهاجرين من منطقة إلى أخرى، والتي تدل على مدى تأثير حركة حماس على الأمن والسلم المجتمعي داخل قطاع غزة، وهو ما توفره دولة إسرائيل من خلال جيشها ودفاعاتها، وتواصلها مع المواطنين والتي تدعوهم إلى التخلي عن مناطق تواجد المقاومين من حركة حماس.

كما يلاحظ المدلولات من خلال الصور العسكرية في منطقة الشمال، وما يتحلى به أفراد الجيش الإسرائيلي من معنويات عالية للمحافظة على أمن إسرائيل، وتأهبهم للدفاع ومواجهة حزب الله الذي يعتبر من الحركات التي أرهبت المواطنين الإسرائيليين في منطقة الشمال وهجرتهم إلى العديد من المناطق.

ومن المدلولات التي وظفتها دولة الاحتلال هي محاولة إسرائيل استعطاف الكثير من الدول الغربية المساندة لها والتي تعمل على دعم إسرائيل بكل ما أوتيت من قوة للتخلص من حماس وإنهاء وجودها في منطقة الشرق الأوسط وخاصة في قطاع غزة، وفي لبنان وفي قطر.

فالمدلولات البصرية التي وظفتها دولة إسرائيلية لشرح روايتها خلال الحرب على غزة تنوعت بين تصوير نفسها كدولة دفاعية ضد تهديدات الإرهاب، وبين تقديم الفلسطينيين كضحايا للأعمال العسكرية، في حين تم تصوير حركة حماس كمنظمة إرهابية تستخدم المدنيين دروعاً بشرية. هذه الصور والفيديوهات تهدف إلى تشكيل الرأي العام العالمي والمحلي لصالح إسرائيل وتبرير سياساتها العسكرية ضد غزة.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني:

كيف اعتمد الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي على المحتوى البصري عند تناوله أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه على الفيس بوك؟

أظهرت النتائج اعتماد الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي على المحتوى البصري عند تناوله أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه عبر الفيس بوك من خلال تسويق الفكرة المتمثلة في حق دفاع إسرائيل عن نفسها ، وهنا أشار الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال إلى العمليات العسكرية التي تحمي إسرائيل ومدنيها، كما تم التركيز على استهداف حركة حماس للمواطنين الإسرائيليين وغير الإسرائيليين والذين يتم اقتيادهم عبر الممرات، وفي المستشفيات، مما يؤكد وحشية حماس واعتدائها المؤكد على دولة إسرائيل، إضافة إلى استخدام مقاطع الفيديو الحي والصور التي توضح العمليات العسكرية بشكل واضح وسريع، والتي تهدف إلى تقديم الرواية الإسرائيلية المنظمة والتي يمكن فهمها والافتناع بها بسهولة، والتي كان الغاية منها رفع مستوى الوعي الدولي حول ما يدور من أحداث إجرامية نتيجة تهور حركة حماس واعتدائها على دولة إسرائيل واختطاف مواطنيها.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث:

ما هي الأطر الإعلامية التي تبناها الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي في بث الرواية

الرسمية الإسرائيلية على صفحته على فيس بوك من خلال الصور والفيديوهات والرسوم؟

تبنى "أوفير جندلمان" على صفحته في فيس بوك مجموعة من الأطر الإعلامية، عند بث الرواية الرسمية الإسرائيلية خلال فترة معركة طوفان الأقصى، تمثلت في الإطار الدفاعي، والذي يعبر عن حق الدفاع عن إسرائيل، حيث أبرز جندلمان حق دفاع إسرائيل عن نفسها وذلك من خلال استخدام العديد من الصور التي تظهر الهجمات والأسلحة المستخدمة من قبل حركة حماس، والتي كانت تنوي فيها تدمير إسرائيل وقتل الإبرياء والمواطنين العزل، الأمر الذي وفر العديد من الصور التي تبرز قدرة إسرائيل عن حماية نفسها، من خلال دور أفراد الجيش، والصواريخ، والعمليات التي تبرز اعتقال العديد من أفراد حركة حماس، وتهجير الكثير من المواطنين في قطاع غزة إلى العديد من المناطق غير المعروفة وغير المأهولة بالسكان.

كما لجأ "أوفير جندلمان" إلى تبني الإطار الإنساني من خلال الصور المبنية على موقعه في الفيس بوك، والتي تظهر مدى اهتمام "بنيامين نتياهو" في زيارة الجيش وتعريض حياته للخطر من أجل حماية المدنيين في دولة إسرائيل، والعمل جنباً إلى جنب مع أفراد الجيش الإسرائيلي لبث الروح المعنوية العالية، وتجشيعهم على حماية أمن دولة إسرائيل من أفراد حركة حماس الإرهابية والمتوحشة، والتي تنوي اقتلاع دولة إسرائيل وقتل مواطنيها وتهجيرهم بالتعاون مع حزب الله اللبناني والذي يساند حركة حماس بكل ما أوتي من قوة، كما برز زيادة التعاطف الدولي مع إسرائيل وتقديمها كدورة تواجه أزمة إنسانية كبيرة جراء الهجمات الصاروخية التي تقوم بها حركة حماس من قطاع غزة، فضلاً عن إبراز فكرة أن إسرائيل لا تقوم بهجماتها بشكل غير مبرر، وإنما يأتي ذلك رداً على التهديدات المباشرة من حركة حماس والاعتداء عليها.

وأظهرت النتائج تطرق "أوفير جندلمان" إلى الإطار الإرهابي والذي يتضح من خلال إبراز اقتياد حركة حماس لعدد من المختطفين في المستشفيات والممرات، وأن حماس منظمة إرهابية لا بد من معاقبتها واجتثاث قواعدها وأساساتها من منطقة الشرق الأوسط، كما أن حماس الإرهابية حولت مسار المنطقة وتحمل مسؤولية معاناة المدنيين في قطاع غزة، فجندلمان كان يعرض أيضاً الأنفاق العسكرية التي تُستخدم من قبل حماس لإخفاء الأسلحة، وبالتالي كان يربط بين حماس والإرهاب في محاولاته لتبرير الهجمات الإسرائيلية. وعمل "أوفير جندلمان" على إبراز الإطار الدقيق من خلال نشر الصور التي تظهر الاستهداف الدقيق واستخدام الأسلحة والأجهزة الدقيقة والتي يمكن الدفاع بها عن دولة إسرائيل نتيجة الاعتداء الذي قامت به حركة حماس، فالصور كانت تُظهر أن الهجمات الإسرائيلية تستهدف المنشآت العسكرية فقط، وأن الجيش الإسرائيلي يتجنب استهداف المدنيين، فهذا يُسهم في تعزيز رواية أن إسرائيل تحترم القوانين الدولية ولا تسعى إلى إلحاق الأذى بالمدنيين. وتطرق "أوفير جندلمان" إلى الإطار التبريري، والذي يوضح من خلاله أسباب العملية العسكرية وأهدافها من خلال الصور، والتي كانت تعرض بشكل مبسط، ومبرراً للهجمات الإسرائيلية على قطاع غزة على أنها رداً شرعياً وقانونياً وحقاً مكتسباً لدولة إسرائيل للدفاع عن نفسها تجاه الهجمات الهمجية والوحشية التي قامت بها حركة حماس.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث:

ما هي الأطر الإعلامية التي تبناها الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي في بث الرواية

الرسمية الإسرائيلية على صفحته على الفيسبوك من خلال الصور والفيديوهات والرسوم؟

جاءت نتيجة السؤال أن أكثر الأطر الإعلامية استخداماً كانت إطار (الصراع) بنسبة (17.6%) وهي

أعلى النسب، يليها إطار الإهتمامات الإنسانية بنسبة (16.4%). أما أقل الأطر توظيفاً فهي إطار (النتائج

الإقتصادية) بنسبة (6.5%).

أوضحت النتائج إلى أن توظيف الكيان الاستعماري للأطر الإعلامية أثناء فترات الحرب على قطاع غزة

كان من أجل إدارة أزمته وتأطير الرسائل في قوالب تحوي في طياتها معاني ذات تأثير على وعي المتلقي

وكانت كمحاولة لتغيير معتقداته السلبية تجاه العدوان وكسب الدعم والتأييد، وذلك تزامناً مع فضح جرائمه

التي يمارسها بحق الفلسطينيين من انتهاكات إنسانية ودولية وقانونية والجرائم الشنيعة التي أصبحت

مكشوفة أمام مرآى العالم أجمع بفضل وسائل الإعلام الحديثة، فقد وظف العديد من الأطر لتبرير عدوانه

والدفاع عن نفسه، فمن خلال تأطير الاخبار ضمن هذه الأطر يحاول الكيان الإسرائيلي رسم صورة

إيجابية له وإبعاد التهم عنه، وإلقاءها على الشعب الفلسطيني وبأنه سبب الحرب والعدوان، وما فعله كان

دفاعاً عن مواطنيه، وبهذا يعمل الكيان الإسرائيلي على إظهار حسن النية ودعمه للجيش ووقوفه بجانب

المواطنين وأهالي الأسرى الرهائن.

كما وأظهرت النتائج توظيف "أوفير جندلمان" لإطار الصراع بنسبة عالية في صفحته عبر الفيسبوك، وذلك

من خلال عرضه الصراع القائم مع الجانب الفلسطيني وتقديمه تفسيرات العمليات العسكرية والاجراءات

التعسفية التي يمارسها الجيش الإسرائيلي في قطاع غزة، مبرراً ذلك بأسباب واهية لا علاقة لها بالواقع،

وكذلك تفسير العمليات التي تشن على القطاع متذرعاً بأن الكيان الصهيوني جاءت هجماته بشكل

اضطراري نتيجة أسباب لا علاقة له بها كالرد على هجمات حركات المقاومة والدفاع عن النفس موثقاً ذلك

بصور وفيديوهات لصواريخ حماس، أو بيانات توضح بها مخزون حركات المقاومة من أسلحة ومدخراتها في الأنفاق تريد استخدامها ضد الإسرائيليين، مشددة المحاكمات العاجلة بالمثل، وأيضاً في تفسيره لهدم الانفاق باعتبارها مخزناً للأسلحة التي تستخدمها حركة حماس في مهاجمة الإسرائيليين، أو بحجة قتل قادة عسكريين يشكلون تهديداً بالنسبة للكيان الصهيوني، هذا ومن خلال أيضاً توضيح أن السبب الرئيس للصراع القائم هو الأسرى الرهائن لدى حماس وأن الحرب القائمة هدفها استعادة الرهائن والقضاء على حماس، هذا وبينت النتائج أن هدف العمليات هدم الأنفاق وليس القتل أو التدمير ولكن حركات المقاومة هي من أنشأت الأنفاق تحت الأماكن السكنية، وما ذلك إلا حجج مختلفة يستخدمها للدفاع عن الكيان المحتل وتبرير عملياتهم من قتل وتخريب ودمار للقطاع، ومن هنا يتضح أن الكيان الصهيوني يحاول بثتى الطرق تأطير الصراع مع الجانب الفلسطيني من خلال دعاية بيضاء تعمل على هندسة العقول والرأي العام، وتظهر الطرف الآخر بالإرهابي القاتل.

وقد كشفت نتائج الدراسة توظيف "جندلمان" لإطار الاهتمامات الإنسانية، فقد عمل توظيفه في محاولة إثبات حسن النية وإخفاء أهداف الاحتلال الإرهابية المتمثلة في تصفية الشعب الفلسطيني واحتلال أرضه وتبديلها بأهداف إنسانية تدعي المحبة والسلام؛ لتحسين صورة "إسرائيل" الذهنية وتغيير قناعات الشعوب تجاهها بعد ما غدت مكشوفة للجميع بعد عمليات التخريب والقتل والدمار التي وصلت للعالم من خلال وسائل التواصل المختلفة. فتحدث "جندلمان" عن خوفهم وشفقتهم على سكان غزة والحرص على سلامتهم، حيث ادعى بأن الجيش الإسرائيلي لا يريد أذيتهم وإنما كأن يطلب منهم التوجه إلى مناطق بعيدة عن القصف، وأنهم يدمرون المباني المتواجدة فيها أوكار حماس، كما وادعى بأن حماس تستغل المواطنين كدروع بشرية، وأنهم يريدون حمايتهم منهم وتخليصهم من حماس على اعتبار أنها إرهابية كما يدعون، هذا بالإضافة إلى إبداء اهتمامه الكبير بقضية الرهائن لدى حماس وتضامنه مع ذويهم، بإظهار مدى خوفهم وحرصهم على استعادتهم سالمين ومدى الإنفاق والتضحيات التي تقدم في سبيل تحقيق ذلك، والتوجه بالتخفيف النفسي والمعنوي لذويهم بأن الحرب قائمة في سبيل استعادتهم وتحقيق النصر، وهذه الأهداف

التي تبدو في ظاهرها حسنة النية ما هي إلا تعتيم على عملياته العدوانية وأهدافه الخفية في القضاء على المقاومة والمدنيين في القطاع وارتكاب المجازر الجماعية والانتهاكات للقوانين الدولية، وعرض "جندلمان" محاسن الكيان الصهيوني وربط عملياته بأهداف انسانية كحماية شعبه من خطر حركات المقاومة وتحقيق احتياجاتهم، بالإضافة الى تقديم خدمات واجراءات تخدمهم وتخدم مصالحهم، مثل تنبيه الناس بالابتعاد عن مواقع قتالية لحماس لأنها لا تريد حدوث عمليات قتل، ونشر تحذيرات للناس بتفريغ مناطق سكنية بحجة الخوف عليهم لأنها تريد تدميرها متذرة بوجود مقاومين فيها، ولكن هذه محاولة لتغطي على اعمالها الإجرامية الارهابية واطهار وجه مسالم ل" إسرائيل" لإقناع الجماهير بأنها دولة مثالية، واطهار جيشها بصورة محبة للسلام والحياة والتظاهر بالمحبة وخوفها على مصالح أهل القطاع.

وقد استخدم "جندلمان" إطار المسؤولية بشكل يخدم مصالح الكيان المحتل خلال فترة الحرب على قطاع غزة ؛ وذلك لإبعاد التهم عن جيش الاحتلال عن طريق تقديم ادعاءات زائفة ومهاجمة الطرف الآخر وتقديم كل ما هو سلبي عنه، لتقليل مصداقيته والتشكيك به؛ لإثبات مصداقية الكيان المحتل، مثل التحدث بأن حركات المقاومة تتخذ من المدنيين دروع بشرية لتحمي نفسها تحت الأنفاق وتحميل خطايا الأرواح ومهاجمتها بأنها تتعمد انشاء الانفاق في الأماكن السكنية، ومهاجمتها بأنها تقتل شعبها، وأن حماس ترفض تسليم الرهائن وتعرض حياتهم للخطر، وأيضاً كونها السبب في مقتل عدد منهم، بهدف إبعاد مسؤولية الاحتلال الإسرائيلي كون مقتلهم ناجم عن صواريخ الكيان والتقليل من حالة الغضب في الشارع الإسرائيلي الذي يطالب باستعادة الرهائن، ومحاولة للتخفيف عن أهاليهم وذويهم. وقد عمل كذلك على التشكيك بمصداقية هذه الحركات عن طريق ربطها بعلاقة مع حركات ارهابية وانها تدعمها من أجل الارهاب وأن ما تقوم به هذه الحركات هي تنفيذ لأوامر إرهابيين وذلك لتقديم ادعاءات زائفة لفقد الفلسطينيين الدعم الدولي وتشويه صورتهم وإنقاذ صورة الكيان المهمشة، على اعتبار أن ما حدث نتيجة لعمليات حماس التي هاجمها بأنها تتعم بسلام وأمان على حساب أهالي القطاع، بالإضافة الى الرفض التام لكل صور التطرف والعنف، فيختبأ تحت شعائر الاسلام في منشوراته التي تحمل في ثناياها

أهداف وغايات يهدف فيها إلى تحميل حركات المقاومة المسؤولية عن ما يجري في القطاع، واطهار وجه مسالم للكيان المحتل وإبراز محاسنه وإيجابياته لكسب الدعم العربي والعالمي لها وإدانة حركات المقاومة والشعب الفلسطيني، فلا يترك أي فرصة لقلب الموازين ومهاجمة الشعب الفلسطيني في محاولة الي كسب الدعم والتأييد لها والتأثير على وعي الجماهير المستهدفة مخفياً كل العمليات الاجرامية بحق الشعب الفلسطيني.

وقد وظف "جندلمان" الإطار الإستراتيجي، وذلك لتقديم التفسيرات للعمليات العسكرية التي يشنها الجيش الإسرائيلي على القطاع، وتوضيح الهدف منها، واطهار الإنجازات الجيش في ميدان المعركة بشكل أولي سواء المكاسب او الخسائر، وعرض اللقاءات والاجتماعات مع الأطراف والدول الاخرى والمناقشات حول الحرب، ودورها في خدمة الجمهور باستعراضها أفعال متخفية بغطاء الانسانية والتوجه بالحديث إلى أهالي الرهائن لدى حماس، أو تنكيرهم بأفعال سابقة تدعم موقفها وأهدافها، وعرض مقتدرات الكيان العسكرية وبأنه كيان لا يقهر ولا يمكن هزيمته وذلك من شأنه تعزيز الروح الإيجابية للجنود وللسكان الإسرائيليين، وبيان سبب العدوان بأنه استجابة لهجمات حركات المقاومة من أجل حماية المواطنين وإقامة دولة حقيقية لهم. هذا وكان هناك إبراز ظاهر لحرص الكيان المحتل على مواطنيه وعلى سكان قطاع غزة، وعرض إنجازات قواته المسلحة وجنوده في التصدي لهجمات حركات المقاومة وإنجازاته في الميدان، واستعراض لألياتهم العسكرية والاستخباراتية.

أما بالنسبة لإطار المبادئ الأخلاقية فقد قام "جندلمان" بنشر ما يبرز بأن الحرب كارثة على شعب فلسطين والقاء المسؤولية عليهم وعلى حركات المقاومة في إطار أخلاقي يعارض ما تقوم به حركات المقاومة بكونها منافية للأخلاق والدين والعادات والقوانين الدولية، فهنا تعامل "جندلمان" مع المشاعر السلبية عن طريق التخفيف من تأثير الاحداث، وإبراز حجم الكارثة على الطرف الأخر، وإظهار خسائر الفلسطينيين في الأرواح والممتلكات وتحويل حماس من رمز للمقاومة الى رمز للإرهاب في نظر الرأي العام العربي والعالمي، فقد عرض عمليات حركات المقاومة واعتبارها إرهابية، وعمد على اظهار اعمال

الجيش الإسرائيلية الإجرامية بأعمال انسانية ايجابية هدفها حماية نفسها فقط مدعماً ذلك بأقوال لشخصيات بارزة او محللين سياسيين أو قنوات اعلامية مشهورة، والاستشهاد بآيات قرآنية وأقوال دينية، كوصفهم بسارقين أموال شعبهم، وقاتلين الأطفال والنساء، واتخاذهم من الشعب دروع لحماية أنفسهم، وركز "جندلمان" على إظهار الدعم للجانب الإسرائيلي وأيضاً عرض لشخصيات تنتقد الفلسطينيين وحماس وادانتها، وبذلك يعمل على تجميل صورته بصورة جديدة تنال الاستعطاف والتأييد من قبل الشعوب العربية والعالمية، ورسم صورة غير أخلاقية للمقاومة.

وفيما يتعلق بالإطار المحدد بقضية يصر دائماً "جندلمان" على وضع المقاومة في إطار معين وبيان بانها إرهابية لا شرعية تستحق القتل والتشريد والاعتقال وإنزال أقسى العقوبات بحقها ونعتها المستمر بالإرهاب، فيقوم ببث فيديوهات لأسرى من غزة يبدي فيها أنهم يعترفوا على أن حماس أي المقاومة تخفي الأسلحة في أماكن محصنة دولياً كالمدارس والمستشفيات والمساجد والعيادات الطبية، وهذه الأماكن لا يمكن قصفها وأنها تستخدم المدنيين كدروع بشرية وبالنظر على ما يجري على الأرض الواقع إسرائيل تقوم بقصف ونسف مربعات سكنية بأكملها بغض النظر عن الحصانات الدولية التي تمتلكها معظم المباني، بالإضافة إلى قصف وقتل الجميع نساء، رجال وأطفال وحتى الحيوانات في قطاع غزة، ولتبرير ذلك يخرج "جندلمان" لتأطير هذا الإجرام تحت ذريعة القضاء على الإرهاب، فيستخدم هذا الإطار بهدف إثارة الجوانب العاطفية لدى الجمهور، بعيداً عن الجوانب العقلية، إن الإطار المحدد يتمتع بقدرة أكبر على إثارة الجوانب العاطفية للجمهور، خاصة مشاعر الغضب والاشمئزاز والتعاطف كما أن الإطار المحدد يستحث ردود فعل عاطفية بشكل يفوق الإطار العام، ويمتلك قدرة أكبر على التأثير في آراء الجمهور، في حال إخضاعه (الجمهور) لجرعة عاطفية مكثفة.

فيما يتعلق بالإطار العام فقد عمل "جندلمان" على تفسير الواقع وتقديم الحلول للمشكلات لإقناع المتلقي بوجهة نظره، فعمل على استعراض انجازات جيشه ومعداته العسكرية وأنه قادر عن الدفاع عن شعبه، وعرض لمقابلاته مع القنوات التلفزيونية التي أوضح فيها تفسير لمجريات الحرب واقتراح الحلول لوقفها

وتحقيق أهداف الاحتلال المرجوة، كما وعرض انجازاتهم وقوتهم في تدمير أوكار لحماس كما يسمونها واغتيالات لقادة ومقاومين معتزة بما تفعله، وهذا من شأنه أن يعمل على تذكير الجمهور بأقوال وأفعال سابقة لهم لبث الروح الايجابية وتهيبط معنويات الفلسطينيين وحركات المقاومة والمقاومين، وهذا كله من شأنه إخبار الجمهور وتذكيرهم بقوة الجيش الإسرائيلي والتأثير على الرأي العام العالمي بالصورة التي تحقق أهداف السياسة الداخلية والخارجية، مستغل وسائل الاعلام التفاعلية من أجل الترويج لإسرائيل كدولة تستحق الثقة والدعم.

وأخيراً وقد استخدم "جندلمان" إطار النتائج الاقتصادية، فقد عمل على نشر صور للكثير من الأموال مدعي أنها أموال لقادات حماسوية في قطاع غزة إضافة الى نعتهم بالحرامية وبأن الشعب الغزوي هو شعب مسكين وفقير بسبب حماس والمقاومة، بالإضافة إلى ذكره أن غزة ستصبح أفضل اقتصاديا في حال استسلام حماس، وأن قادة حماس هم من أصحاب الأموال الطائلة، وهذا يندرج ضمن إطار الاقتصادي خاصة بأن هذا الإطار يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير للتأثير المتوقع أو القائم على الجمهور، "جندلمان" يستخدم الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الجمهور وأكثر ارتباطا بمصالحهم.

ويكمن سبب عدم تأطير "جندلمان" لبعض المنشورات كانت بنسبة (0.3%) من عينة الدراسة المأخوذة، وهذا يدل على أن "جندلمان" يعي تماماً أهمية الأطر الإعلامية في تشكيل القصص الخبرية وإبراز جوانب معينة من الواقع وعزل جوانب أخرى، فتؤثر هذه الأطر على كيفية ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلات، وتقييمهم لها، وتصرفاتهم تجاهها، كما أن تركيز الأطر على معلومات معينة يعزز من إدراك المتلقي لها ومعالجتها.

هذا وقد اختلفت نتائج الدراسة هذه مع دراسة نتيجة دراسة (الكوع واخرون، 2022) التي بينت أن ضاحي خلفان استخدم الإطار الاستراتيجي بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها 27% من تغريدات خلفان المعززة للتطبيع الإماراتي الإسرائيلي. ونتيجة دراسة (مصطفى، 2022) التي أظهرت أن الدراسة اعتمدت على ثلاثة أطر

أساسية أهمها وأعلاها هو الإطار الإعلامي وذلك في توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني صفحة المنسق إنموذجاً على فيسبوك. ودراسة (Awais (2022 التي جاء فيها إطار الاهتمامات الإنسانية المرتبة الأولى بنسبة 29.5%، وتشابهت الدراسة الحالية مع دراسة نتيجة دراسة (نعيم، 2017) التي أظهرت بأن الخطاب الإسرائيلي يهدف إلى تشويه صورة المقاومة الفلسطينية بالاعتماد على أسلوب التعقيم والتضليل لتبرير جرائمه ضد الشعب الفلسطيني. ونتيجة دراسة (Seo, (2014 التي أظهرت أن 50% من الأطر "الإسرائيلية" كانت على شكل دعاية علنية. ودراسة (Elmir & others (2023) التي بينت أن هناك تباين بين نسب الاهتمام بأطر المعالجة الإعلامية لعملية طوفان الأقصى، فاحتل الإطار الاقتصادي مراتب أدنى من الاهتمام، وكان أكثر ارتباطاً بالجانب الإسرائيلي. ودراسة مشاركة (2024) التي أظهرت أن إطار الصراع كان أكثر الأطر استخداماً، وفي المرتبة الأخيرة الإطار الاقتصادي. كما وظهرت النتائج أن الصفحة شيطنة حركة حماس على انهم "ارهابيون".

كما أشارت الأدبيات إلى أن التأطير له تأثيرات قوية على الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية، ويعتمد ذلك على تنوع الأطر واختيارها، مما يسهم في تنويع وجهات النظر. ولذلك لا يفوت "جندلمان" الفرصة في استغلال الحرب من أجل نشر الفيديوهات والصور عبر منصته الرسمية وتأطيرها ضمن قوالب تناسب وجه نظره وفكره للتأثير على المتلقي.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع:

ما هي التقنيات الدعائية التي ركزت عليها صفحة "أوفير جندلمان" على الفيسبوك؟

جاءت نتيجة السؤال أن أكثر التقنيات الدعائية استخداماً كانت تقنية (الإنجاز) بنسبة (13.4%) وهي أعلى النسب، يليها تقنية (إثارة العاطفة) وتقنية (التسمية السلبية) بنسبة (12.1%) وتقنية إظهار القوة بنسبة (11.4%). أما أقل التقنيات توظيفاً فهي تقنية (الإفترض المسبق) بنسبة (1.9%)، وتقنية (اللاحق الركب) بنسبة (2.4%).

كانت تقنية (الإنجاز) هي الأكثر توظيفاً في منشورات "جندلمان"، وهي التقنية الدعائية التي تعني التأكيد على المنجزات التي استطاعت السلطة القيام بها. فقد ركز عليها عن طريق تأكيد إنجازات الجيش الإسرائيلي في الحرب على غزة، كزعم الاحتلال العثور على أنفاق تابعة لحماس داخل مستشفى الشفاء بغزة واحتواء هذه الأنفاق سيارة مفخخة وكمية كبيرة من الأسلحة والذخائر. وترجح الباحثة سبب اعتماد "جندلمان" على هذه التقنية هو زيادة الدعم الدولي للاحتلال وتصريح العالم له لتحويل مشفى الشفاء في غزة الى "ساحة حرب" عن طريق التبرير المستمر من قبل الجيش الإسرائيلي بأن حركة حماس تستخدم المجمع كغطاء لإخفاء مداخل الأنفاق ومراكز القيادة والعمليات، إضافة إلى استخدام التقنية لرفع معنويات الجيش الإسرائيلي والشعب الإسرائيلي وكسب دعمهم والبيان لهم على أرض الواقع بالإنجازات التي يقوم بها الجيش.

يليهما تقنية (إثارة العاطفة) وتقنية (التسمية السلبية)، هنا تم استخدام التقنيتين بنفس النسبة من أجل التأثير على الجمهور عاطفياً من خلال استمالة مشاعرهم واحاسيهم للتأثير على مواقف الأشخاص وسلوكهم بإعطاء فكرة سيئة وتوظيفها لجعل الناس يرفضون وينتقدون الفكرة كبث صور لغرفة طفل من إحدى المنازل في مدينة غزة والادعاء بان جنود إسرائيليون يعثرون على صواريخ غراد ثم اخفاءها في سرير أطفال، ونشر صورة لآحد الضحايا الإسرائيليين في قطاع غزة والتعليق عليها "عثرت قواتنا على جثمان

المخطوفة يهوديت فايس رحمها الله التي اختطفت على يد دواعش حماس من كيبوتس بيئيري يوم 7 أكتوبر داخل مبنى قريب من مستشفى الشفاء بغزة. كما تم العثور في هذا المبنى على بنادق كلاشنيكوف وقذائف RPG"، فقد تم وصف حماس بالدواعش واستخدام الصور وبثها بانهم يقوموا باخفاء الأسلحة والصواريخ في أسرة الأطفال من أجل إثارة العواطف. وترجح الباحثة استخدام هذه التقنيتين الى محاولة "جندلمان" إلى التأثير على الرأي العام من خلال تقديم المقاومة في غزة على انهم دواعش وحجم الأفعال التي يقوموا بها غير مقبولة كاستخدامهم لغرف وأسرة الأطفال لإخفاء معداتهم ومن أجل التلاعب بالحقائق وكسب الرأي الدولي والتأثير عليه والتلاعب بالعقول وبالأخص بعد قيام عدة دول أجنبية برفض ما يقوم به الاحتلال من إبادة بحق الشعب الفلسطيني في قطاع غزة وتراجع التأييد العالمي للاحتلال، فإستخدام أسلوب تكرار التسمية والنعته السلبية يؤثر على ذهن الجمهور ويعطييه صورة سلبية عن المنعوت، وهكذا استخدام كلمة دواعش لوصف المقاومة، ورسم صورتهم بأنهم يستغلوا الضحايا الاسرى الإسرائيليين كان لتبرير افعالهم وابعاد العالم عن رؤية الحقيقة والابادة.

كما تم توظيف تقنية (إظهار القوة) من خلال إظهار "جندلمان" للجمهور قوة الجيش الإسرائيلي وعدم الاستسلام، خاصة في أوقات الأزمات والصراع؛ حيث أن إظهار القوة يزرع الرهبة والخوف في قلب الخصم، ويقوم "جندلمان" بذلك عن طريق نشر صور تظهر تكاتف والتنام الكابينت الإسرائيلي والهدف منها هو بث الصورة للحملة الإسرائيلية بين الشعب وللعالم وللمقاومة بهدف التأثير عليهم. وتبين للباحثة استخدامه لهذه التقنية بهدف التأثير على معنويات المقاومة الفلسطينية وتخويفهم من خلال بيان مستوى التلاحم الداخلي الإسرائيلي في مواجهة المقاومة وحماية إسرائيل ورفع معنويات شعبهم.

أما فيما يتعلق في تقنية (العموميات البراقة) وتقنية (خلق الاستعداد) فتم توظيفهما لتحقيق أهداف معينة، فالعموميات البراقة هي إحدى تقنيات الدعاية التي تعمل على جعل الناس يعترفون بفكرة ويقبلونها دون التشكيك في الدليل، وهي عكس تقنية التسمية السلبية بحيث تستخدم كلمات تؤيدها أو تؤمن بها جميعاً مثل الديمقراطية فإنها عادةً تحمل معنى عالمياً عندما نطلق على أمة اسماً ديمقراطياً، فإننا غالباً ما

نمجدها، وتستخدم العموميات البراقة أيضًا على شكل رموز أو شعارات معينة حتى يحفظها الجمهور بسهولة. أما تقنية خلق الاستعداد والتي يتم في هذه التقنية إبراز تقديم مساعدات وحلول وإظهار النوايا الحسنة؛ وذلك لبناء مواقف جيدة لدى الجمهور المستهدف. حيث سعى "جندلمان" إلى الدمج بين التقنيتين من خلال إبراز الدور الإنساني للاحتلال في قطاع غزة كنشر منشور عبر صفحته يقول به: "إستجاب جيش الدفاع صباح اليوم لطلب مدير #مستشفى_الشفاء بغزة السماح لسكان غزة الذين نزحوا الى المستشفى بالاجلاء منه نحو الممر الانساني في قطاع غزة وذلك من خلال طريق يتم تأمينه. نؤكد ان جيش الدفاع لم يطلب اجلاء المرضى أو الطواقم الطبية من المستشفى بل أنه أكد بأن في حال ورود طلب لتنسيق عملية نقل مرضى إلى مستشفيات أخرى سيعمل جيش الدفاع على السماح بذلك. ستبقى الطواقم الطبية داخل المستشفى لخدمة المرضى الذين لا ينوون أو لا يستطيعون الاجلاء منه. بالإضافة إلى ذلك واصل جيش الدفاع الليلة الماضية توفير الغذاء والمياه والمساعدات الانسانية الى مستشفى الشفاء". وترى الباحثة استخدام دمج "جندلمان" بين تقنية "العموميات البراقة" وتقنية "خلق الاستعداد" لإثارة مشاعر الحب والانتماء والقبول لدى الجمهور وبأن الجيش الإسرائيلي هو جيش رحيم إنساني يتعامل بانسانية وهو على عكس ذلك تماماً، بحيث أنه يقوم بقصف المدنيين ويتفاخر بأنه سمح لهم بتأمين ممر انساني للعلاج بمستشفيات أخرى دون اجبارهم على ذلك خرجوا طوعاً، فهو يعمل على استخدام كلمات ترتبط بثقافات وقيم ومعتقدات ذات قيمة جميلة تحمل شيء من الإقناع، للجيش الاحتلال على انه رحيم وإنساني ومتعاون وهدفه ليس المدنيين.

علاوة على ذلك، قد استخدم "جندلمان" تقنية (جذب الانتباه) لكسب تأييد الجمهور من خلال التركيز على أمور متعلقة بحياتهم واهتماماتهم، حيث ترتبط الدعاية الناجحة بحاجات الأفراد والجماعات، وعند عدم توافر حاجات مرتبطة بموضوع الدعاية، فيجب خلق تلك الحاجات وتقديمها إعلامياً بشكل صحيح. وعمل كذلك على التركيز العاطفي وجذب الجمهور حول رفضهم للمقاومة وتأييد للاحتلال وما تقوم به من خلال بث صور تظهر أسلحة داخل أسرة النوم ويعلق عليها جندلمان قائلاً: أنت تخزن شرشفت وبطانيات تحت

سرير ابتك في غزة يخزنون تحتها صواريخ كاتيوشا". وتوضح الباحثة أن هدف "جندلمان" من هذه إستخدام هذه التقنية هي رفض الجمهور للمادة الإعلامية التي تبث له بالتالي رفضهم لفكرة القتال والمقاومة، وحصد تأييد الاحتلال في عدوانهم ومداومة المنازل في غزة من خلال التركيز على أن السلاح تحت سرير الابنة وهي فكرة مرفوضة من قبل الأهالي والجمهور لخطورة مثل هذه الاعمال بالتالي تحقيق هدف جندلمان وجذب انتباه الجمهور له وحصد شعبية أكبر لما تقوم به إسرائيل من إبادة بحق الشعب الفلسطيني وفي غزة بالخاص.

ووظفت تقنية (إضفاء المصادقية) من خلال قيام المخاطب بطرح ما لديه من معلومات وحقائق مثبتة وعرضها على الجمهور لإثبات أن ما يتم تداوله من الطرف الآخر غير صحيح، فقد استخدم "جندلمان" هذه التقنية ولم يفوتها في النشر عبر صفحته الرسمية من خلال إرفاق صور تظهر عدد من الصواريخ المكتوب عليها أنها تابعة لحماس والتي تمت مصادرتها. حيث ترجح الباحثة استخدام "جندلمان" لهذه التقنية يهدف من ورائها أن يقول بأن الجيش الإسرائيلي يعمل على مدار الساعة من أجل القضاء على المقاومة من غزة وأنه يقوم بمصادرة كل الأسلحة التي يتم استخدامها من قبل المقاومة وأكد على ذلك بارفاق صور أو فيديوهات من أجل تثبيت دعائم موقفه والتأكيد على مصداقيته.

وجاءت تقنية (إخفاء الحقيقة) وتقنية (النقل) في عدد من منشورات "جندلمان"، فمن خلال تقنية إخفاء الحقيقة يهدف المخاطب إلى تمويه المتلقي وإخفاء حقيقة الامر عن الجمهور أي اظهار الجانب الذي يريده أن يظهر وإخفاء الجانب التي لا يريد أن يظهره. واستخدام تقنية النقل التي تهدف إلى نقل سمعة رمز معين إلى فرد أو فكرة لجعلها أكثر قبولاً، وغالباً ما تستخدم هذه التقنية بشكل متكرر رموزاً تحظى بتقدير كبير مثل الأعلام والشعارات لنقل الاحترام الذي يكرسه الناس لحدث أو فرد. حيث قام "جندلمان" بالدمج بين هذه التقنيتين من خلال إظهار الجانب الإنساني للجيش الإسرائيلي والمضحي الذي يدافع عن وطنه والمصاب الذي يعزف مع طبيبه العربي الذي عالجه، وهنا يدمج بين أسلوبين بأن المصاب هو جندي أصيب في غزة من قبل المقاومة متجاهلاً أنه أصيب نتيجة قتله للأبرياء في غزة (وهي تقنية إخفاء

الحقائق) والدكتور العربي الذي عالجه وهو بقمة الاسترخاء ويعزف ألحان عربية شرقية لمطربة عربية وهي (تقنية النقل). وترى الباحثة أن استخدام "جندلمان" بهذه الطريقة للتقنيتين والدمج بينهما هو إخفاء حقيقة إجرام الجنود وبيان مدى انسانيتهم وراحتهم بعد اصابتهم بسبب قتل الأطفال في غزة إضافة إلى جذب الجمهور العربي نحو الموسيقى العربية التي لهم برمز عربي طربي كـ "أم كلثوم".

وجاءت تقنية (الشملة الجماعي) التي تصف المشاركين في حدث ما بتسمية ما تصفهم جميعاً على أنهم مجموعة واحدة، حيث يذكر المخاطب المجموعة على أنها شخص معين، أو يمكن أن يذكر مجموعة من الأفراد ويضع لهم اسماً ضمن مجموعة واحدة، فهو يخاطب الآخرين وكأنهم جزء لا يتجزأ من المجموعة. حيث حرص "جندلمان" على إظهار ذلك من خلال بيان تكاتف الجيش الإسرائيلي ضد المقاومة في غزة، فقام بنشر فيديو يظهر تكاتف الجيش الإسرائيلي وأنهم يد واحدة للقضاء على المقاومة في غزة مع التعليق عليه بكابشن "رسالة من جنود عرب في جيش الدفاع لدواعش حماس بغزة: "قادمون إليكم". وترجح الباحثة استخدام هذه التقنية إلى إظهار قوة والرابط القوي والهدف الواحد الذي يتمتع به الجيش الإسرائيلي ضد المقاومة في غزة ولبث الرعب والخوف في نفس المقاومة والتأثير عليهم.

ووظفت تقنية (حشد التأييد الشعبي)، فمن خلال هذه التقنية يقوم أحد الأطراف النزاع باستدعاء حدث ما واستغلاله لغرس أفكار تتعلق بتضحياته من أجل الحفاظ على تأييد الجمهور، كما يقوم ببث حالة من الخوف والقلق لدى الرأي العام تجاه أي فعل مناوئ له، بالإضافة إلى الحرص على حشد الرأي العام وتعبئته نحو تأييد هذه السياسة. ولم يستثنى "جندلمان" هذه التقنية الدعائية المهمة في حشد الرأي العام العالمي والفلسطيني ضد المقاومة، حيث عمل على بث فيديوهات لأسر فلسطينية نازحة بسبب الاحتلال والتعليق عليها بأن "أهالي سكان غزة يعترفون تماماً من يتحمل المسؤولية عن معاناتهم: حماس الداعشية. شاهدوا هذه العائلة الفلسطينية التي تتوجه من شمال قطاع غزة إلى الجنوب تقول بلا خوف حسبي الله ونعم الوكيل فيك يا حماس". وتبين الباحثة استخدام "جندلمان" لهذه التقنية ما هي إلا للتلاعب بالعقول وتمويه الجمهور بأن السبب وراء ما يحصل في غزة تتحمل مسؤوليته حماس والمقاومة وبالتالي السعي

مرارا وتكرارا من أجل رفض الشعب الفلسطيني لفكرة المقاومة والسلاح والحصار وجعل بينهم فتنة داخلية رافضة لجميع القرارات التي تقوم بها المقاومة.

أما تقنية (الإفترض المسبق) فهي تركز على أن بعض المعاني تكون مخفية، بحيث يتلقاها القارئ على أنها حقائق مسلّمة، لكنها في الحقيقة عكس ذلك. وقام "جندلمان" باستخدام هذه التقنية من خلال منشوراته بالتعبير عن موعد انتهاء الحرب التي ستكون بعد إنهاء المقاومة فكتب "مستشار الأمن القومي هانيغبي: نهاية الحرب ستأتي بعد إنهاء حماس. لن نتوقف إلا بعد أن يتم تدمير جميع القدرات العسكرية والحكومية التابعة لحماس وللجهاد الإسلامي". حيث كانت الكلمات التي نشرها أعمق بكثير مما قيل فيها، حيث أن ربط نهاية الحرب بإنهاء حركة حماس والجهاد الإسلامي ما هي إلا شعارات يتم قولها باستمرار من قبل قادة الاحتلال في طياتها العديد من المعاني التي يمكن استنتاجها، بحيث أن إنهاء حماس هو غير معروف وأعداد المقاومة غير معروفة لدى الاحتلال وأماكن تواجدهم مما يعني أثناء ادعائهم إنهاء حركتي الجهاد الإسلامي وحماس هو استهداف المدنيين أيضا فكل شخص في قطاع غزة هو مستهدف سواء كان من المقاومة او مدني لا علاقة له بالمقاومة. وتوضح الباحثة استخدام "جندلمان" هذه التقنية ما هي إلا لتمويه الجمهور وجعله يركز فقد على أن الهدف من هذه الحرب هي فقط المقاومة في غزة بينما على أرض الواقع مختلف تماما فقد مسحت عائلات بإكمالها نصفها من الأطفال والنساء من السجل المدني أثناء تحقيق هذا الهدف، ومما يجعل هذا التوقع مرجح هو أنه ما زالت المقاومة أيضا تتصدى للاحتلال في كل محاور توغلهم وتوقع بهم خسائر بل وتقصف غلاف غزة من جميع المناطق التي ادعى الاحتلال انه سيطر عليها في غزة.

وأخيرا تقنية (الركب) التي تستخدم لمناشدة الفرد أن يتبع الجماهير، وتتركز على الموضوع الذي يقوم به كل الأشخاص ويعملون معًا من أجل نفس الشيء، فمن خلال التقنية يحاول "جندلمان" إقناعنا بأن الجميع أعضاء مجموعة واحدة يوافقون على الفكرة، ويجب الانضمام إليهم. وقام باستخدامها عن طريق نشر فيديو والتعليق عليه بكتابة عبارة המפגש של האבא והבן בעזה أي "لقاء الأب والابن في غزة" وشرح المشهد

بالفيديو بالقول "جيش الشعب أب يخدم في وحدة احتياط تابعة لجيش الدفاع يلتقي في غزة نجله الذي يخدم في وحدة عسكرية نظامية مئات الآلاف من مواطنينا تجندوا من أجل حماية الوطن بعد المجازر المروعة التي ارتكبتها حماس. نقف صفا واحدا ومعنا سندحر حماس وسنحقق العدالة والأمان والسلام". وترجح الباحثة استخدام "جندلمان" لهذه التقنية هو لمناشدة الجمهور الإسرائيلي، والعمل من أجل حماية بلدهم من المقاومة الفلسطينية والانضمام إلى الجيش وخاصة في ظل النقص الحاد من الخدمة في صفوف الجيش الإسرائيلي والمشاكل حول انضمام الحريديم اليهودي الي التجنيد، ولبت أن الجيش الإسرائيلي جاهز وبالمقدمة دائماً ومستعد للتضحية والتأثير على الجماهير والمقاومة والروح المعنوية ببيان الاستعداد للتضحية وبذل بذلك أعلى ما يملك الانسان وهي الروح في سبيل الدفاع عن وطنه وامنه، من خلال إقناع الجماهير الاسرائيلية بتأييدهم من أجل الحصول على النصر المحتم بالافتداء بالانفس.

أما عدم استخدام تقنيات من قبل "جندلمان" في المنشورات كانت بنسبة (0.8%)، وهذا ما يدل على حرصه على بث وتوظيف التقنيات الدعائية المختلفة من أجل التلاعب بعقول الناس والجمهور وتحقيق أهدافه الإعلامية وكسب وتأييد الجمهور له ولأفكاره ولما يقوم به الجيش الإسرائيلي في قطاع غزة والهدف من استخدام تقنيات الدعاية يجعل الجمهور يتقبل الدعاية بسهولة ويراها أكثر واقعية وتقبلا.

وبهذا فقد اختلفت نتائج الدراسة هذه مع نتيجة دراسة (الكوع واخرون، 2023) التي أظهرت أن الصفحات الإسرائيلية على الفيسبوك اعتمدت على تقنيات الدعاية بشكل كبير وخاصة تقني البطاقة الراجعة وتقنية التسمية السلبية. ونتيجة دراسة (الكوع واخرون، 2022) التي أظهرت توظيف صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي على تطبيق "تك توك" خلال حرب قطاع غزة عام 2021م لتقنيات أنصاف الحقائق وتقنية العربية كأعلى نسب من نسب التقنيات الدعائية التي يستخدمها. ونتيجة دراسة (الكوع واخرون، 2022) التي بينت أن ضاحي خلفان وظف على تويتر تقينات العموميات البراقة كأعلى نسبة من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، للتأثير على تصورات الجمهور فيما يتعلق باتفاقية التطبيع الإسرائيلية _ الإماراتية. ونتيجة دراسة (مصطفى، 2022) ونتيجة دراسة (الكوع ومصطفى، 2022) التي

أظهرت النتيجة نفسها وهي استخدام تقنية العمومات البراقة كأعلى نسبة من تقنيات الدعاية في عينة الدراسة. واتفقت النتيجة مع دراسة ونتيجة أبو شنب (٢٠١٧) التي بينت إظهار الحرص على سلامة المدنيين، وبروز سياسة التبرير وإلقاء الاتهامات، وتأييد الرأي العام والمنظمات على حماس، وترسيخ صورة الجيش الإسرائيلي كجيش لا يقهر، والتظاهر بالإنسانية، وتحطيم الروح المعنوية للفلسطينيين، وتجاهل إنجازات المقاومة. ونتيجة دراسة (2017) Qadeoura التي بينت أن وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالدعاية الإسرائيلية تلعب دوراً مهماً في الدعاية المناهضة للفلسطينيين، والقاء اللوم عليهم ووصفهم بالإرهابيين تحت تقنية الدعاية المسماة بالتسمية السلبية. ودراسة الجراد (٢٠٢٤) التي أوضحت أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية يصور الجانب الفلسطيني على أنه إرهابي، همجي، معتدي، وأن الفلسطيني بطبعه يحبذ العنف، ويفضله على السلام.

التوصيات:

يجب على الجهات المناهضة للاحتلال التركيز على إنتاج محتوى بصري يتميز بجودة عالية ورسائل واضحة تستند إلى الحقائق وتثير المشاعر الإنسانية، مما يعزز السردية البديلة عن السردية الإسرائيلية. يمكن الاستفادة من الرموز الوطنية والدينية لتعزيز الهوية الثقافية ومواجهة محاولات الاحتلال لطمسها عبر محتواه البصري.

يُوصى بتطوير برامج تدريبية متخصصة في تحليل السيميائية البصرية وتصميم الرسائل الإعلامية الفعالة باستخدام عناصر السيميولوجيا.

يُوصى بإجراء دراسات إضافية لتحليل كيفية استقبال الجمهور الدولي للمحتوى البصري الإسرائيلي، وكيفية تأثير ذلك على مواقفهم تجاه الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي.

دراسة سيميائية للدعاية الرقمية في صراعات مشابهة على مستوى العالم، مما يساهم في وضع إطار شامل لفهم العلاقات العامة الحربية.

العمل مع صانعي المحتوى المؤثرين على المنصات الرقمية لتوسيع انتشار الرسائل المؤيدة للحقوق الفلسطينية، باستخدام أساليب إبداعية وسميائية فعالة.

يُوصى بتوحيد الجهود الإعلامية تحت مظلة وطنية تضمن استمرارية الرسائل الإعلامية الفلسطينية وتكاملها لمواجهة الدعاية الإسرائيلية.

تخصيص موارد مالية لدعم إنتاج محتوى بصري فلسطيني مبتكر وموجه نحو منصات التواصل الاجتماعي.

المراجع العربية

إبراهيم، أحمد. (2021). النظرية السيميائية عند جوليا كريستيفا المفاهيم والمرجعيات والأسس. مصر: جامعة المنيا.

أبو الرب، دعاء. (2023). الإستراتيجيات الاتصالية والاستمالات الإقناعية التي استخدمتها العلاقات العامة في صحيفة جيزواليم بوست وقناة الجزيرة إنجليزي عبر الفيس بوك خلال اغتيال الصحفية شيرين أبو عاقلة، دراسة مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

أبو زيد، محمد. (2020). مناهج البحث الإعلامي: الأسس والتطبيقات. القاهرة: دار الفكر العربي.

أبو شنب، حمزة. (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلا العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" دراسة تحليلية. مجلة البحوث العلمية، 2(69)، الصفحات 805-854.

أبو ضهير، فريد. قني، لمى وأبو ترابي، وفاء. (2023). تقنيات الدعاية في خطابات قادة الاحتلال الاسرائيلي تجاه التطبيع مع الدول العربية. مؤسسة الشرق الأوسط للنشر العلمي، 4، الصفحات 29-1.

الأحمر، فيصل. (2010). معجم السيميائيات. بيروت: الدار العربية للعلوم.

إسليم، إبراهيم محمد. (2008). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية الفلسطينية. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة: الجامعة الإسلامية.

البشير، سعدية. (2011). السيميائية: أصولها ومناهجها ومصطلحاتها. السودان: جامعة افريقيا العالمية.

بنكراد، سعيد. (2012). السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها (المجلد 3). سوريا: دار الحوار للنشر والتوزيع.

بيرنايز، إدوارد. (2020). البروباغندا (ترجمة إبراهيم المالكي) (المجلد 1). عمان: يوريكا للنشر والتوزيع.

الجزيرة نت. (15 أكتوبر، 2023). ارتفاع عدد قتلى الجيش الإسرائيلي في عملية طوفان الأقصى. تم

الاسترداد من <https://www.aljazeera.net/news>

جلاد، تينا. (2019). دور الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية في تعزيز الصورة النمطية للصراع الاسرائيلي-الفلستيني لدى مجتمع الولايات المتحدة الامريكية. رسالة ماجستير غير منشورة. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

حسن، هادي وفاره، حامد. (2007). نشأة وتطور الدعاية السياسية (المداخل النظرية). مجلة جامعة ذي قار، 3(3)، صفحة 148.

حسين، رحاب. (2024). سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف. مجلة البحوث الاعلامية، 69(2)، الصفحات 805-854.

حسين، سمير. (1984). الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام. مصر: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.

حطاب، محمد. (2020). ماذا يعني مصطلح البروباغندا وما هي أشكالها. تم الاسترداد من <https://cutt.us/HO7Fb>

حمودين، داود وواقنة، حفصة. (2019). وسائط التكنولوجيا الجديدة منصة تفاعلية لعملية جرد التراث. مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث(4)، الصفحات 145-153.

خليفة، حسين. (2020). آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية. مجلة البحوث الإعلامية، 55(6)، الصفحات 3433-3478.

الدليمي، عبد الرزاق. (2016). *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين*. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

الراجي، محمد. (2023). *مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال- المشكلات النظرية والتطبيقية* (ط 1). قطر - الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات.

رضوان، ليلي وعباس، سهام. (2017). *المنهج السيميائي في تحليل النص الأدبي*. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، 1(33)، الصفحات 777-822.

السبيعي، بيان. (2021). *النظرية الاتصالية في التعليم، قسم المناهج وطرق التدريس*. جدة، السعودية: جامعة الملك عبد العزيز.

سعد، يحيى. (2022). *العينات في البحث العلمي وأنواعها وطرق اختيارها*. تم الاسترداد من موقع دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة: <https://drasah.com/Description.asp>

سليمان، إبراهيم. (2014). *مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة*. *المجلة العربية*، 2(6)، الصفحات 153-178.

سمير، إيهاب وصبيح، سمير. (2018). *الاستخدامات الإعلامية للكيان الصهيوني في الحرب النفسية على المجتمع الفلسطيني (دراسة ميدانية)*. *حوليات آداب عين شمس*، 46(2)، الصفحات 254-290.

السيد، السعيد. (2006). *إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة*. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.

الشمالية، ماهر. اللحام، محمود وكافي مصطفى. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. عمان: دار الإعصار العلمي.

صبطي، عبدة وبخوش، نجيب. (2009). مدخل الى السيميولوجيا. الجزائر: دار الخلدونية للنشر.

عامر، عبد الملك. (11 نوفمبر، 2023). كيف غيرت الحرب على غزة من ديناميكيات السياسة العربية تجاه الإقليم؟ تم الاسترداد من موقع معهد استراتيجيكيكس:

<https://strategiecs.com/ar/analyses>

عباس، خضر. (2005). وسائل الاعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة في فلسطين والتصدي لها. أعمال مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر. غزة: الجامعة الإسلامية.

العباسي، هيثم. (2022). أطر تناول الصحف الإلكترونية للشائعات حول مبادرات تطوير التعليم في مصر: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة البحوث الإعلامية، 61(3)، الصفحات 1629-1694.

عبد الجليل، منى. (2020). صورة المرأة في إعلانات الصحف الإلكترونية المصرية: دراسة سيميائية. مجلة البحوث الإعلامية، 5(53)، الصفحات 527-574.

عبد الحلیم، أميرة. (2023). طوفان الأقصى... والحرب على غزة المقدمات والتداعيات. تم الاسترداد من

عبد الله، حسام. (2013). الإعلام الإسرائيلي بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009 "الصحافة المكتوبة نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة. فلسطين: جامعة القدس.

عبد، السامر وموسى، عاصفة. (2015). اساليب الدعاية الامريكية في العراق دراسة لبيانات سلطة الائتلاف المؤقتة وقوات الجيش الامريكي بعد عام 2003. مجلة الباحث العلمي، 7(28)،

الصفحات 27-46.

عرفة، ميادة. (2022). التحليل السيميائي للصور الفوتوغرافية المستخدمة في الدعاية السياسية خلال الحرب الروسية الأوكرانية 2022. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 22(2)، الصفحات 583-634.

العقابي، جاسم. (2014). *مبادئ العلاقات العامة المعاصرة* (المجلد 1). بغداد: مكتبة عدنان.

علاونة، نيفين. (2023). دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة: (حربا 2021-2022) دراسة حالة. *رسالة ماجستير غير منشورة*. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

عليان، ربحي مصطفى. (2001). *التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

العيسوي، أشرف. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. *مجلة ترندس الإلكترونية*. تم الاسترداد من

<https://trendsresearch.org/ar/insight>

غلاب، خالد والثلب، حمزة. (2019). آليات تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، 4(8)، الصفحات 71-88.

كرم، عبد الفتاح. (2015). *مناهج البحث العلمي بين النظرية والتطبيق*. عمان: دار المسيرة.

كمال، أشرف. (2018). *تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية*. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

الكندي، عبدالله. (2008). *تغطية الصحافة العمانية العربية اليومية لحرب الخليج الثانية -1991م*.

في تغطية الصحافة العربية للحروب: دراسات في فلسفات التغطية ومضامينها في حربي الخليج

الثانية والثالثة. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

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)، الصفحات 27-69.

الكوع، معين. الصيفي، فراس وزهران، منال. (2022). مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناظر باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق (تك توك) خلال حرب قطاع غزة عام 2021م. المجلة العربية للنشر العلمي، 40، الصفحات 735-766.

الكوع، معين. حمد، إيمان وبدير، غزل. (2023). مدى توظيف الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيس بوك لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 25، الصفحات 87-119.

الكوع، معين. مصلح، سلسبيل وسهيل، دانا. (2022). توظيف ضاحي خلفان لتويتر تجاه اتفاقية التطبيع الإسرائيلية- الإماراتية. وتأثيره على الجمهور. مجلة فلسطين لأبحاث الأمن القومي، 2(1)، الصفحات 91-121.

محمد، إبراهيم. (2021). سيميائية الصورة الصحفية للعدوان على غزة مايو 2021 في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية. مجلة البحوث الإعلامية، 59(3)، الصفحات 1158-1220.

محمد، خلود. (2024). معالجة المواقع الإخبارية لقضية سد النهضة وتأثيرها الاقتصادي السياسي على الأمن القومي المصري. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، 4، الصفحات 677-754.

محمود، سعيد. (2024). المعالجة الإعلامية بالمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الغربية الموجهة للعرب للحرب الإسرائيلية على غزة: دراسة تحليلية مقارنة. المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع، 1(2)، الصفحات 45-118.

المحمودي، محمد. (2019). *مناهج البحث العلمي*. صنعاء: دار الكتب.

مدخلي، أحمد. (2023). المنهج السيميائي بين النظرية والتطبيق. *مجلة جسور المعرفة*، 9(2)، الصفحات 634-653.

مراد، غسان. (2023). *هندسة المحتوى الرقمي في شبكات التواصل الاجتماعي: فصل من حروب الأجيال الجديدة (الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة مايو/أيار 2021 نموذجًا)*. تم الاسترداد من مركز الجزيرة للدراسات: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5683>

المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. (2023). *عملية "طوفان الأقصى": انهيار الاستراتيجية الإسرائيلية تجاه غزة*. تم الاسترداد من موقع المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: <https://www.dohainstitute.org/ar/PoliticalStudies/Pages/al-aqsa-flood-o>

مركز القرار للدراسات الإعلامية . (2023). *العلاقات العامة الرقمية*. تم الاسترداد من <https://alqarar.sa/6778>

مزروع، رشا. (2013). *أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير*. دراسة تحليلية مقارنة. *دورية إعلام الشرق الأوسط*، 2(9)، الصفحات 475-527.

المشاركة، صالح. (2024). *التأثير الإعلامي المستخدم في فيديوهات الإيجاز اليومي للمتحدث باسم رئيس وزراء إسرائيل باللغة العربية- "أوفير جندلمان" دراسة تحليلية نقدية*. فلسطين: جامعة بيرزيت.

المشاقبة، بسام. (2014). *معجم مصطلحات العلاقات العامة*. الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.

مصطفى، هبة. (2021). توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني: دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك. رسالة ماجستير غير منشورة. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

المطيري، عبد الرحمن. (2015). مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 14(2)، الصفحات 517-583.

مكاوي، حسن. (2016). اخلاقيات العمل الاعلامي: دراسة مقارنة (المجلد 7). مصر: الدار المصرية اللبنانية.

موساوي، آمال. (2021). دور الدعاية والإعلان في تنمية الموارد المالية لنادي الرياضي المحترف لكرة القدم بالجزائر دراسة ميدانية على بعض أندية كرة القدم للرابطة لأولى. مجلة الإبداع الرياضي، 3(12)، الصفحات 52-71.

موسى، حسين. (18 أكتوبر، 2023). طوفان الأقصى النتائج والمالات. تم الاسترداد من موقع أمد للإعلام: <https://www.amad.ps/ar/post>

النتشة، سليم. (2019). استراتيجيات الدعاية الإسرائيلية. تم الاسترداد من <https://akka.ps/post>

نعيم، هدى. (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة. فلسطين: الجامعة الإسلامية.

الوائل، رائد والجواري، ناهض. (2023). العلاقات العامة الرقمية في بناء التواصل التفاعلي دراسة تحليلية لمهارات إدارة العلاقات العامة الرقمية لوزارة الخارجية الامريكية لمنصة الفيس بوك. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية(51)، الصفحات 469 - 484.

وهبة، طلال. (2008). أسس السيميائية ترجمة عن (دانيال تشاندلر). لبنان: المنظمة العربية للترجمة.

المراجع الأجنبية

- Abeer, Z., & A , A. (2022). Media Framing of the Israeli Arabic - Speaking Social Media Pages Directed to the Palestinian Audience. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), pp. 304-316.
- Al-Dala'ien, O., Al-Daher, Z., & Al-Rousan, Y. (2022). A social semiotic analysis of political Arab codes on social media. *Journal of language and linguistic studies*, 18(1), pp. 663-682.
- Azran, S., & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. *The Hague Journal of Diplomac*(13), pp. 1-22.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The basics* (Vol. 2). Routledge.
- El Mir, A., hamoud, M., & mohaammed, N. (2023). Frameworks of Media Treatment on Israeli Electronic News Sites Regarding Operation (Al-Aqsa Flood) The Website of the Israeli Arabic-Language Channel I24 as a Model. *Kurdish Studies*, 11(4), pp. 569-581.
- Entman, R. (1993). Faming: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- handler, D., & Munda, R. (2017). *A Dictionary of Media and Communication* (Vol. 3). USA: Oxford Reference.
- Hodge, R., & Kress, G. (1988). *Social Semiotics*. Cambridge, United Kingdom: Polity Press.

- Koa, M. (2018). Techniques of Strategic Political Communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's Persuasive Devices. *International Journal of Strategic Communication*, 40(3), pp. 571-598.
- Lee, A., & Lee, N. (1939). *The Fine Art of Propaganda: a study of Father Coughlin's speeches*. New York: Harcourt Brace and Co.
- Qaddoura, R. (2017). Israel's propaganda strategies: case study of the protective edge operation in gaza 2014. *International Journal of Development Research*, 7(12), pp. 17938-17950.
- Randviir, A. (2004). *Mapping the world: towards a sociosemiotic approach to culture*. Tartu Ülikooli Kirjastus: Tartu University Press.
- Rane, H., Ewart, J., & Martinkus, J. (2014). *Media Framing of the Muslim World: Conflicts, Crises and Contexts* (Vol. 1st Edition). UK: Palgrave Macmillan London.
- Seo, H. (2014). Visual propaganda in the age of social media: An empirical analysis of Twitter images during the 2012 Israeli-Hamas conflict. *Visual Communication Quarterly*, 21(3), pp. 150-161.
- Shukri, A. (2023). *Al- Aqsa flood offensive: How social media influencers discourse succeeded in embodying Israeli strategic failure in Gaza*. Retrieved from Arab center for research and policy studies: <https://www.dohainstitute.org/en/PoliticalStudies/Pages/al-aqsa-flood-offensive-israeli-strategic-failures-in-gaza.aspx>

الملاحق

ملاحق (أ): استمارة تحليل المضمون

أولاً: فئات المضمون: ماذا قيل؟ (الأطر نظرية مهمة وهي غالباً ما تستند إلى تحليل كفي وجيد جداً ان يخدم الكفي الكمي) دراستي للماستر استخدمت نظرية الأطر وهي نظرية متكاملة تستحق أن نستخدمها في الموضوع وأنا أراك هنا استخدمت نظرية الأطر والسيمائية؟ وبعقد هذا كثير) ذكريني بيعت لك رسالة الماستر.. بتفيدك في تحليل الأطر.

جدول رقم (1)										
الأطر الإعلامية لصفحة أوفير جندلمان عبر الفيس بوك لدولة الاحتلال الإسرائيلي										
										النسبة
										التكرارات
										لماذا
										كيف
										إطار النتائج الإقتصادية
										إطار المبادئ
										الإطار
										إطار الإهتمامات الإنسانية
										الإطار العام
										الإطار المحدد

										بقضيه
										إطار المسؤولية
										إطار الصراع
										المنشور (المحتوى البصري) المكون من صور فيديوهات... إلخ
										تاريخ المنشور
										رقم المنشور

جدول رقم (2)										
التحليل السيميائي خلال الحروب من خلال صفحة أوفير جندلمان عبر الفيس بوك										
										النسبة
										التكرارات
										لماذا
										كيف
										إطار النتائج الإقتصادية
										إطار المبادئ
										الإطار
										إطار الإهتمامات

										الإنسانية
										الإطار العام
										الإطار المحدد بقضيه
										إطار المسؤولية
										إطار الصراع
										المنشور (المحتوى البصري) المكون من صور فيديوهات ...إلخ
										تاريخ المنشور
										رقم المنشور

ملاحظة مهمة: أساس التحليل السيميائي هو ثلاثية دال ومدلول وتأويل، ولها عناصر مهمة عند التحليل

مثل المونتاج وزوايا التصوير والألوان والتأثيرات الخادعة ومصدر الصورة....؟ ويجب أن تكون أساس

الاستمارة طالما اعتمدت على السيميائية.. اعتقد أنني لدي دراستان ويمكن ان يكونان مفيدات لك؟

ثانيا: كيف قيل؟ (لها علاقة بالشكل وليس المضمون؟ عليك التمييز بين المضمون وشكله، تقنيات الدعاية

أدناه ليس شكلا انما مضمونا) كيف يعني الشكل: مثل نص/ صورة/ فيديو/ غرافيك أو حجم الصورة

وطريقة الإخراج وحجم الخط ولونه وكل ما له علاقة بالشكل؟ وأحيانا يمكن أن تتدرج الزوايا....إلخ)

جدول رقم (3)							
تقنيات الدعاية التابعة لصفحة أوفير جندلمان (على الفيس بوك)							
							لماذا؟
							كيف
							التركيبة
							النقل
							التسمية السلبية
							عامّة الشعب
							اللاحق بالركب
							العموميات البراقة
							إخفاء الحقيقة
							المنشور
							تاريخ المنشور
							رقم المنشور

ملاحظة: صفحة أوفير جندلمان هي صفحة متحدثة باللغة العربية بالتالي فإن الجمهور المستهدف في هذه

الفئة هم العرب بشكل عام، والفلسطينيين بشكل خاص.

ملاحق(ب): ملحق الصور

صورة رقم (11)

العنوان: صورة للقاء نتياهو مع المستشار الألماني شتاينماير



الوصف الأولي للصورة: هي صورة للقاء نتياهو مع المستشار الألماني شتاينماير في ديوانه بمقر الكنيست، ويظهر بها وهو يحضن المستشار لإشعاره بالظلم، واستعطاف المستشار بشكل كبير، للوقوف بجانب إسرائيل وهي تحارب حركة حماس.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعي، وواضحة للغاية لإظهار الموقف الألماني المساند لإسرائيلين وإبراز التعاون ما بين الدولتين.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، وذلك لإبراز وضوح الموقف الألماني.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة لظهور الموقف المساند لإسرائيل، وفي جانب آخر من الصورة يظهر المستشار

الألماني يجلس مباشرة لرئيس الوزراء الإسرائيلي، داعماً له والتي وثقت الصورة المباشرة.

صورة رقم (12)

العنوان: صورة للقاء نتتياهو مع وزير الخارجية البريطاني



الوصف الأولي للصورة: هي صورة للقاء نتتياهو مع وزير الخارجية البريطاني كاميرون أثناء زيارته لإسرائيل.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعية، وواضحة للغاية لإظهار مدى الاعتماد على بريطانيا في دعمها لإسرائيل.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، وواضحة؛ لبيان تقاض الثقة المتبادلة ما بين إسرائيل وبريطانيا.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة ومواجهة لظهور رئيس الوزراء ووزير خارجية بريطانيا.

ثالثاً: صور للأسرى المختطفين لدى حركة حماس

صورة رقم (13)

العنوان: صورة تجمع بين مختطفين مسلمين لدى حركة حماس ولقاء أهلهم



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تجمع بين مختطفين مسلمين لدى حركة حماس ولقاء أهلهم و فرحتهم عند لقاءهم.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون طبيعي وألوان هادئة تظهر مدى الراحة التي يتمتع بها الأهل نتيجة الإفراج عن المختطفين المسلمين، وهذا يدل على مدى الراحة النفسية التي يتمتع بها المفرج عنهم، والناجحة عن جهود إسرائيل.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة واضحة بكل معاييرها، لتعكس مدى صدق الإعلام الإسرائيلي تجاه وأنها تعكس مدى تورط حماس بالعمليات الإرهابية.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بصورة بزاوية تظهر تفاصيل ردة فعل المختطفين، ومدى فرحتهم أثناء لقاء أهله.

صورة رقم (14)

العنوان: صورة توضح إفراج حركة حماس من خلال عناصرها الملتزمون ويضعون العصبة الخضراء المكتوب عليها كتائب عز الدين القسام عن امرأتين إسرائيليتين.

... أوفير جندلمان Ofir Gendelman ٢٠٢٣ - ١٧/٢٨

إرهابيون ملتزمون ومدججون بالأسلحة يحيطون بامرأتين إسرائيليتين تحملان طفلتيهما وتذهبان نحو الحرية.

الصورة بألف كلمة.

بعد القضاء قريبا على حماس الداعشية، لن نرى أبدا صورا مثل هذه الصورة.



٣٩ 🤔 🤔 🤔

٣ ٤٨ ٣٩

الوصف الأولي للصورة: هي صورة توضح إفراج حركة حماس من خلال عناصرها الملتصقون ويضعون العصبة الخضراء المكتوب عليها كتائب عز الدين القسام عن امرأتين إسرائيليتين تحملان طفلتيهما وعودتهما إلى إسرائيل

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون داكن ليلاً، وكانت الصورة يملؤها السواد، مما يعكس الصورة السيئة عن حركة حماس والمواقف ذات المدلول الإرهابي، وكانت الصورة غير واضحة بشكل كبير.

مدلول إضاءة الصورة:

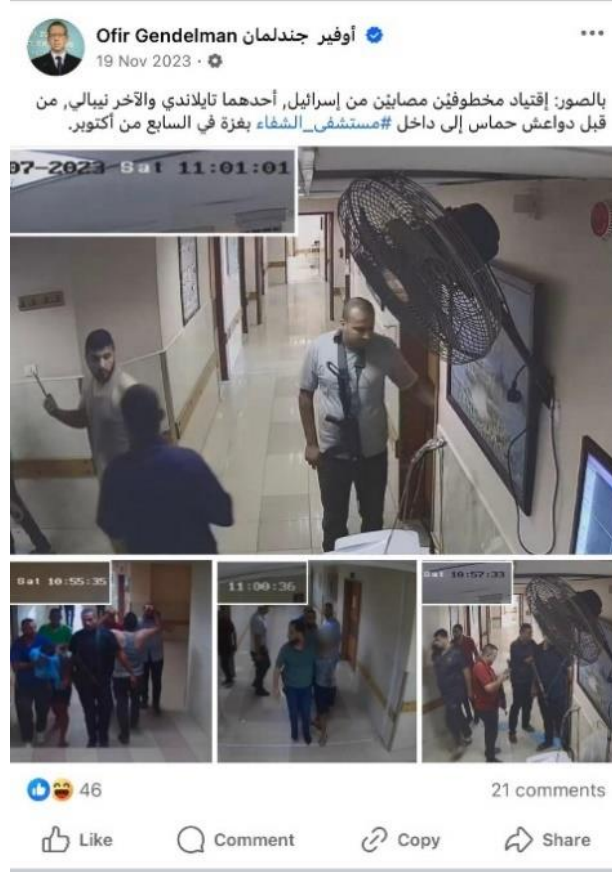
جاءت الإضاءة داكنة إلى حد كبير وأنها غير واضحة وتتضمن مناطق غير معروفة أو غير مألوفة المعالم.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة، ولكنها التقطت من أحد المارة وتبدو غير واضحة، مما يشوه الصورة الصحيحة لعناصر حركة حماس.

صورة رقم (15)

العنوان: صورة تظهر أعضاء من حركة حماس يقتادون شبان مخطوفين



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر أعضاء من حركة حماس يقتادون شبان مخطوفين.

مدلول ألوان الصورة:

ان الصورة ليست واضحة بشكل كاف، ولكن تبرز أفراداً داخل مستشفى، وأن الجميع بزي مدني، ويوجد

شخص مدني يحمل سلاحاً رشاشاً.

مدلول إضاءة الصورة:

والإضاءة ليست كافية لإبراز صورة الأشخاص، ولكن كان جميع من في الصورة مسلحين ومصائبين.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة مستخرجة من الذاكرة الخاصة بكاميرات مجمع الشفاء الطبي، وهو ما أراد جنديان إثباته أن الأفراد

من حركة حماس.

رابعاً: صور لاعترافات مجاهدين من حركة حماس

صورة رقم (16)

العنوان: صورة تظهر نجل قيادي في حركة حماس



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر نجل قيادي في حركة حماس انشق عن التنظيم.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة في غاية الوضوح وأنها تعبر عن رأي انشقاق احدى أعضاء حركة حماس الذين انشقوا عن الحركة، وهو يدلي بتصريحات عن الحركة تعكس صورة سلبية عن الحركة، ويظهر بها اللون الأزرق لأنه يظهر انتماءه إلى دولة اسرائيل، حيث يتهم الضيف بكل أريحية وصراحة، ولا يبدو على وجهه أي توتر، وهذا يدل على مستوى الثقة بالنفس.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة قوية وساطعة لبيان وضوح ملامح الشخصية البارزة والتي كانت عضواً في حركة حماس.

مدلول زاوية الصورة:

تبدو الصورة طبيعية للغاية ومباشرة، وأخذت بزاوية مباشرة للتأكد من شخصية الضيف والتي تسعى لأن

تعكس مدى صدق موقع أوفير جندلمان.

صورة رقم (17)

العنوان: صورة شخص تابع لحركة حماس



الوصف الأولي للصورة: هي صورة شخص تابع لحركة حماس وتصفه إسرائيل بالإرهابي.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة تبرز ملامح شخص ملتحي والصورة كانت واضحة إلى حد ما.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة ليست واضحة والصورة طبيعية، وتظهر شخص لديه ملامح عربية ملتحي يمثل حركة

حماس وقد وقع بالأسر من قبل الجيش الإسرائيلي.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وأنها جاءت من تصوير كاميرا لا يبدو الشخص بأنه يشعر بوجود الكاميرا داخل الغرفة.

صورة رقم (18)

العنوان : صورة تظهر أحد أفراد حركة حماس وهو يعترف



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر أحد أفراد حركة حماس وهو يعترف بأن حركة حماس والسنوار

وهنية هم المسؤولين عن تدمير قطاع غزة.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة حقيقية وتظهر مدى الانهزام الذي يشعر به الأسير الفلسطيني التابع لحركة حماس.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة ساطعة والصورة واضحة، لكي تتعرف حركة حماس على أفرادها، وهم يعترفون بجرائمهم،

واتهامات أفراد حركة حماس للقادة، ويظهر أكاذيب حركة حماس.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وأنها جاءت مباشرة لوجه الأسير وهو يعترف ويدلي بتصريحات حول حركة حماس.

جاءت الإضاءة للصورة فاتحة وساطعة للتأكد من وضوحها حتى تعكس مدى نشر إسرائيل للحقيقة.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بصورة عامودية، وهي الوضعية الأفضل للتصوير من أجل إبراز وضوح النصوص

المكتوبة على الفونتير

صورة رقم (20)

العنوان: صورة لمبالغ كبيرة من الدولارات والشيكات كانت بحوزة قياديين في حركة حماس



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لمبالغ كبيرة من الدولارات والشيكات كانت بحوزة قياديين في حركة حماس، وأنها تعبر عن استغلال حركة حماس للسكان في قطاع غزة، وتمنع عنهم المال لأغراض شخصية لدى القياديين في الحركة.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعي، وواضحة للغاية لإظهار المبالغ المالية على حقيقتها وأنها خاصة بحركة حماس.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة، وذلك لإبراز وضوح المبالغ المالية.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة للمبالغ المالية لإظهارها بشكل طبيعي، مع إمكانية التحقق من هذه المبالغ، ورؤية

نوع العملة.

صورة رقم (21)

العنوان: صورة تظهر نفقاً لحركة حماس



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر نفقاً لحركة حماس وقد قام الجنود الإسرائيليون باختراقه.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان طبيعية، ولكنها داكنة إلى حد ما، ما يظهر طبيعة التواجد في الأنفاق في المعركة.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصور داكنة ومعتمة إلى حد كبير كونها تعكس واقع الأنفاق بطبيعتها المعتم.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة داخل النفق لتظهر الواقع الطبيعي داخل الأنفاق الخاصة بحركة حماس.

صورة رقم (22)

العنوان: صورة تظهر أوفير جندلمان المتحدث باسم نتتياهو



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر أوفير جندلمان المتحدث باسم نتتياهو وهو في حالة اعتزاز وشموخ وقد عنون الصورة بأن حماس رضخت لمطالبنا.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة ذات طابع ألوان يغلب عليها ألوان العلم الإسرائيلي، لإثبات الحالة العامة للحرب والانتصار على حركة حماس.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة قوية وساطعة لبيان دور أوفير جندلمان في إبراز الانتصار على حركة حماس.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة ومقابلة لوجه أوفير جندلمان لرفع مستوى الثقة بما يقوله.

صورة رقم (23)

العنوان: صورة تظهر مداخلة لأوفير جندلمان المتحدث باسم رئيس الحكومة الإسرائيلية



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر مداخلة لأوفير جندلمان المتحدث باسم رئيس الحكومة الإسرائيلية وتظهر عليه ملامح التفاؤل والثقة بالنفس.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة في غاية الوضوح وأنها تعبر عن رأي جندلمان الصريح، ويغلب عليها لون العلم الإسرائيلي لبيان سيطرة إسرائيل.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة قوية وساطعة لبيان لبيان مستوى الثقة بالنفس حين التحدث

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة مباشرة ومقابلة لوجه جنديلمان مما يدل على أنه يتحدث إلى الجمهور مباشرة.

صورة رقم (24)

العنوان: صورة تظهر بها سيارات إسعاف



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر بها سيارات إسعاف تابعة لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة حقيقية وتظهر سيارات الإسعاف في منطقة خالية من الجنود والحرب، وأن المنطقة خالية من الدمار.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة جيدة وأنها كانت بالنهار، مما يعكس مدى سماح دولة إسرائيل بنقل الجرحى إلى من مستشفى الشفاء إلى مصر، وأنها تظهر الجانب الانساني لها تجاه الجرحى.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وأنها جاءت من تصوير كاميرا إسرائيلية ضمن الحملة الإعلامية والتي تبرز فيها سلامة المكان وأمنه، وأن المكان خال من أي تدمير.

سادساً: صور للنازحين داخل قطاع غزة

صورة رقم (25)

العنوان: صورة عائلة فلسطينية نازحة



الوصف الأولي للصورة: هي صورة عائلة فلسطينية نازحة من شمال قطاع غزة إلى الجنوب.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة واضحة وأنها تظهر حركة النزوح لعائلات في قطاع غزة بفعل الحرب التي أشعلتها حركة

حماس كما هو موصوف في التعليق.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة ساطعة والصورة واضحة جداً، وأنها تعكس مدى معاناة السكان الفلسطينيين في قطاع غزة

نتيجة الحرب وهجوم السابع من أكتوبر.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة مواجهة تماماً لكاميرات اسرائيلية عاملة على نقل الصورة بشكل سليم.

سابعاً: صور متفرقة أثناء الحرب على غزة

صورة رقم (26)

العنوان: صورة لمنشور إسرائيلي تم إلقاؤه من الطائرة على أفراد المجتمع الغزي



الوصف الأولي للصورة: هي صورة لمنشور إسرائيلي تم إلقاؤه من الطائرة على أفراد المجتمع الغزي، مكتوب عليه آية قرآنية (فأخذهم الطوفان وهم ظالمون)، ويحيط بالصورة مجموعة من أفراد المجتمع الغزي.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة بلون أحمر ومطبوعة على ورق أبيض، والنص واضح، ويدل اللون الأحمر على لون الدم الذي تعبر عنه إسرائيل بأن حركة حماس هي من ورطت الشعب الغزي بقتل أبنائهم، وأن هذه الآية موجودة في القرآن، وأن الطوفان قد انعكس على من اعتدى على دولة إسرائيل.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة للصورة ساطعة للتأكد من وضوحها حتى تعكس مدى نشر إسرائيل للحقيقة.

مدلول زاوية الصورة:

التقطت الصورة بصورة بزاوية تشعّر المشاهد كما أنه لو كان بداخلها، وأنها قريبة جداً إلى الواقع، من أجل

إبراز مدى تورط حركة حماس بدماء أبناء قطاع غزة .

صورة رقم (27)

العنوان: صورة تظهر أحد أفراد الجيش الإسرائيلي وهو مصاب



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر أحد أفراد الجيش الإسرائيلي وهو مصاب ويتعالج في إحدى

المستشفيات الإسرائيلية ويعزف على الأورج أغنية لأم كلثوم انت عمري

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة واضحة وأنها تعكس مدى التعايش الذي يرحب به الإسرائيليون.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة ساطعة والصورة واضحة، لكي تظهر مدى حب افراد المجتمع الإسرائيلي إلى العرب،

وأنهم يرغبون في التعايش معهم، والدليل هو عزف الجندي المصاب لأغنية أم كلثوم.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة واضحة وجاءت من زاوية تظهر ممارسة الجندي المصاب لعزفه الموسيقي على آلة الأورج.

صورة رقم (28)

العنوان: صورة تظهر صواريخ لحركة الجهاد الإسلامي



الوصف الأولي للصورة: هي صورة تظهر صواريخ لحركة الجهاد الإسلامي وقد سقطت بأيدي الجيش الإسرائيلي.

مدلول ألوان الصورة:

كانت الصورة واضحة وأنها توضح أسماء الصواريخ العائدة لحركة الجهاد الإسلامي.

مدلول إضاءة الصورة:

جاءت الإضاءة ساطعة والصورة واضحة جداً، لحد ظهور أسماء الصواريخ ومنصات إطلاق الصواريخ بشكل واضح جداً.

مدلول زاوية الصورة:

الصورة مواجهة تماماً لمنصات إطلاق الصواريخ، وكما أن الشخص فعلاً داخل ساحة الحرب.

ملاحق(ج): ملحق الجدول

الرسالة الأيقونية

الجدول (11)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (11)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	بنيامين نتنياهو	استمالة المستشار الألماني للوقوف بجانب إسرائيل ودعمها في الحرب ضد حركة حماس
الأشياء	المستشار الألماني	دعمه لموقف إسرائيل والوقوف بجانبها في الحرب ضد حركة حماس.

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة التضامن والتعاطف والتظلم لدى إلمانيا من خلال مستشارها شتاينماير في ديوان نتنياهو في الكنيسيت، وقد حملت الصورة عنوان "التقى رئيس الوزراء نتنياهو ليوم بالمستشار الألماني شتاينماير في ديوانه بمقر الكنيسيت ورحب بكونه صديقاً حقيقياً لإسرائيل، كما شكره على دعم ألمانيا المتسق لواجب إسرائيل في الدفاع عن نفسها وأكد على أنه يجب على المجتمع الدولي أن يقف إلى جانب إسرائيل في حربها على منظمة حماس الإرهابية الداعشية؟ فهذه الصورة تبتدى مدى تعاطف العديد من الدول مع دولة إسرائيل في حربها ضد حركة حماس.

الجدول (12)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (12)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	بنيامين نتنياهو	إظهار الرضا تجاه بريطانيا
الأشياء	وزير خارجية بريطانيا	الدعم الواضح من قبل بريطانيا لإسرائيل

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة أظهار القوة لدى نتنياهو، واعتماده على بريطانيا في التزويد بالأسلحة والذخيرة، وقد حملت الصورة عنوان "رئيس الوزراء نتنياهو قال لوزير الخارجية البريطاني كاميرون الذي يزور إسرائيل: "نأمل أننا سنخرج مختطفينا من غزة وهناك تحديات كثيرة على الطريق. نأمل إخراج المجموعة الأولى ثم نحن ملتزمون باسترجاع جيع المختطفين. سنواصل تحقيق أهداف الحرب وهي تدمير حماس لأنها قد وعدت بأنها سترتكب مجازر بحقنا مرة تلو الأخرى. إنها تعتزم ارتكاب الإبادة الجماعية بحقنا. لا أمل للسلام بين إسرائيل والفلسطينيين وبين إسرائيل والدول العربية إذا لم ندمر هذه الحركة القاتلة التي تهدد مستقبلنا جميعاً" فهذه الصورة تبدي مدى اعتماد إسرائيل على بريطانيا كونها داعماً رسمياً لها.

الجدول (13)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (13)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	المختطفين	مدى فرحة المختطفين بالعودة إلى أهلهم
الأشياء	أقارب المختطفين	يبدو أن أقارب المختطفين مسلمين ويرتدون الزي الإسلامي

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على مدى الجهود التي تبذلها إسرائيل للوصول إلى الإفراج عن المختطفين حتى ولو كانوا عرب مسلمين وأن إسرائيل تسعى إلى تحقيق العدل، وأنها تنظر إلى الإنسان بقيمته الحقيقية أكان مسلماً أو يهودياً، وتوضح الصورة مدى الهجوم الإعلامي على حركة حماس وذلك من خلال عنوان الصورة "داعش حماس قتلوا أيضاً مواطنين عرب إسرائيليين في مجزرة السابع من أكتوبر واختطفوا آخرين كون الضحايا مسلمين ملتزمين لم يهم هؤلاء الوحوش، تم أمس الإفراج عن الشقيقين عائشة وبلال الزيدانة اللذين كانا مختطفين لدى حماس الداعشية على مدار 55 يوماً". فهذا مؤشر خطير يمكن أن تعكسه دولة إسرائيل عن حركة حماس.

الجدول (14)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (14)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	عناصر حركة حماس	إبراز الإفراج عن الرهائن، لإظهار الصورة السيئة عن حركة حماس
الأشياء	المختطفات	المختطفات محاطات بوجود حركة حماس، وهم ملثمون.

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً ذا طابع إرهابي يعكس صورة طبيعة حركة حماس أمام المجتمع الإسرائيلي، وأن ما تمثله حركة حماس هو الإرهاب بكل معانيه، وأنها حركة إرهابية لا تتكلم ولا تتصرف إلى بقوة السلاح، وأنها إرهابية نظراً لحمل عناصر حركة حماس للسلاح، وذلك من خلال عنوان الصورة "إرهابيون ملثمون ومدججون بالأسلحة يحيطون بامرأتين إسرائيليتين تحملان طفلتيهما وتذهبان نحو الحرية، الصورة بألف كلمة، بعد القضاء قريباً على حماس الداعشية، لن نرى أبداً صور مثل هذه الصورة". فهذا مؤشر خطير يمكن أن تعكسه دولة إسرائيل عن حركة حماس.

الجدول (15)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (15)

الدوال الأيقونية	المدليل في المستوى الأول	المدليل في المستوى الثاني
الشخصيات	أفراد من حركة حماس	اثبات على حركة حماس بأن هنالك العديد منهم متواجدين في مستشفى الشفاء الطبي في السابع من أكتوبر.
الأشياء	المختطفين الجرحى	مدلول على أن المختطفين كانوا في مستشفى الشفاء الطبي.

المستوى التضميني:

هذه الصورة تُثبت مدى صحة المعلومات التي لدى إسرائيل، وأنها تشفع للجيش الإسرائيلي بتدمير مستشفى الشفاء، وقد حملت الصورة عنوان "اقتياد مخطوفين مصابين من إسرائيل أحدهما تايلاندي والآخر نيبالي، من قبل دواعش حماس إلى داخل مستشفى الشفاء بغزة في السابع من أكتوبر." فهذه الصورة تظهر أكاذيب حركة حماس والدليل هؤلاء الجرحى في مستشفى الشفاء.

الجدول (16)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (16)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	نجل قيادي في حركة حماس	إظهار مدى الحقد على حركة حماس، والاطمئنان لدولة الاحتلال.
الأشياء	الخلفية الزرقاء.	تدل على مدى انتماء الشخص الضيف إلى دولة إسرائيل.

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمات ومعاني محرضة على حركة حماس، وهدفها إبراز مدى وحشية حركة حماس والاعتراف من قبل أفراد حركة حماس المنشقين بمدى وحشية الحركة، ومخططاتها، وقد حملت الصورة عنوان "نجل قيادي في حماس انشق عن هذا التنظيم الإرهابي يكشف عن أكاذيبها ويفجر مفاجأة من العيار الثقيل" فهذه الصورة تظهر أكاذيب حركة حماس والدليل هذا الضيف والذي هو نجل قيادي في الحركة.

الجدول (17)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (17)

الدوال الأيقونية	المدليل في المستوى الأول	المدليل في المستوى الثاني
الشخصيات	فرد من حركة حماس	اعتراف من أفراد حركة حماس بارتكابهم الجرائم من داخل مستشفى الشفاء.
الأشياء	الخلفية بيضاء وغرفة تحقيق	اعتراف احد افراد الحركة اثناء التحقيق.

المستوى التضميني:

هذه الصورة تُثبت مدى صحة المعلومات التي لدى إسرائيل، إذ أن هناك اعترافاً من أحد أفراد حركة حماس، وقد حملت الصورة عنوان "فيديو جديد لتحقيق مع إرهابي حمساوي يعترف فيه أن مئة إرهابي تابع لحماس وللجهاد الإسلامي اختبأوا داخل مستشفى الشفاء وتكروا بزي الطاقم الطبي من أجل إبراز أنفسهم داخل أقسام المستشفى وحتى داخل قسم الطوارئ." فهذه الصورة تظهر أكاذيب حركة حماس والدليل هؤلاء هو ذلك الفرد المعترف.

الجدول (18)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (18)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	أسير من حركة حماس	تظهر الصورة اعترافاً من أفراد حركة حماس.
الأشياء	معدات مكتبية	تظهر ان الأسرى من حركة حماس يسجون بأماكن ذات مستوى جيد، وذات ترتيب، ويتمتع الأسرى بجميع حقوقهم الإنسانية.

المستوى التضميني:

هذه الصورة مدى قدرة الجيش الإسرائيلي على هزيمة حركة حماس، وأن أفرادها لا ينتمون لهم ويحملون مسؤولية الحرب لها، وأنهم غير راضين عن تلك التصرفات، حيث حملت الصورة عنواناً "إرهابي حماسوي شارك في مجازر السابع من أكتوبر يتهم حماس والسنوار وهنية ومحمد الضيف بتدمير قطاع غزة بأيديهم، كما يقول : "بأيدينا نحن دمرنا غزة" فهذه الصورة تعكس مدى انهزام حركة حماس وأنهم غير قادرين على الاستمرار في الحرب.

الجدول (19)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (19)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	عضو في حركة حماس	تعكس مدى استغلال أفراد حركة حماس للمجتمع الغزي
الأشياء	فواتير	مبالغ مالية ضمن فواتير لمصاغ ذهبي

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على استغلال أعضاء حركة حماس لمبالغ مالية يمكن أن تكون من حق أفراد المجتمع الغزي، فقد جاء عنوان الصورة "قادة حماس الفاسدون والمتعطشون للدماء يعيشون مثل مليونيرات على حساب المواطنين بغزة الذين يعانون من فقر شديد".

الجدول (20)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (20)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	مبالغ مالية ضخمة	تعكس مدى استغلال حركة حماس لسكان قطاع غزة وسرقتهم
الأشياء	مكان لتخزين المال	تعكس ادعاء الاحتلال لخيانة الشعب الفلسطيني بالاحتفاظ بالمال لدى حركة حماس واستخدامه لأغراض خاصة.

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة استغلال حركة حماس للأموال العامة وأنها من حق سكان غزة الذين باتوا فقراء، وقد حملت الصورة عنوان "قواتنا البرية عثرة بغزة داخل منازل قياديين في حاس على الملايين من الدولارات والشواقل والعملات الأخرى، زي ا قلنا لكم دائماً حماس حرامية العزازوة مساكين وفقراء بس قادة حماس كلهم مليونيرات ومليارديرات، طيب وبتسألوني شو صال مع كل هالمصاري؟ رح ندخلها إلى خزينة دولة إسرائيل"، وبالمحصلة هي صورة تثبت بأن حركة حماس لصوص ويسرقون أموال الغزيين.

الجدول (21)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (21)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	نفق لحركة حماس	إظهار النفق من الخارج ومن الداخل
الأشياء	باب خارجي	إظهار باب خارجي للنفق

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة الانتصار لدى القوات الإسرائيلية ومدى قدرتها على الوصول إلى الأنفاق الخاصة بحركة حماس، وقد حملت الصورة عنوان "قواتنا اخترقت الباب الحديدي الذي كان في آخر النفق الذي اكتشفناه تحت مستشفى الشفاء بعمق 10 أمتار وبطول 55 متراً، الآن نحن داخل النفق. إنتظرونا المزيد من الاكتشافات" فهذه الصورة تبدي مدى تورط حركة حماس بممارسة أعمالها الإرهابية من تحت مجمع الشفاء الطبي، وتبدي الصورة أيضاً قدرة الجيش الإسرائيلي على اكتشاف أنفاق حركة حماس وتدميرها.

الجدول (22)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (22)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	أوفير جندلمان	إظهار مدى ثقة جندلمان بهزيمة حماس وانتصار إسرائيل
الأشياء	العلم الإسرائيلي	إظهار العلم الإسرائيلي كحالة من سيطرة إسرائيل على الموقف

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمة الثقة بالنفس والانتصار، وقد حملت الصورة عنوان "قلت في حوار مع قناة سكاي نيوز عربية حماس رضخت لمطالبنا، ما كانت حماس لتوافق على هذه الصفقة لو لم تشعر بالضغط عليها، الحرب مستمرة إلى حين تدمير حماس الكامل في غزة، احتجاز مواطنينا من قبل حماس جريمة في حق الإنسانية، سنبدل قسارى جهدنا لاستعادة كل الأسرى" فهذه الصورة تبدي واقعاً افترضه جندلمان واعتبره صحيحاً، لرفع مستوى الجانب المعنوي للشعب الإسرائيلي.

الجدول (23)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (23)

الدوال الأيقونية	المدليل في المستوى الأول	المدليل في المستوى الثاني
الشخصيات	أوفير جندلمان	إظهار مدى الثقة بالنفس أثناء التحدث
الأشياء	العلم الإسرائيلي	إظهار العلم الإسرائيلي بشكل واضح مما يدل على السيطرة والانتماء والوفاء لدولة إسرائيل

المستوى التضميني:

تحمل الصورة سمات ومعانٍ حرضة على حركة حماس، وهدفها إبراز مدى وحشية حركة حماس باختطاف العديد من الأطفال الرضع بدون غذاء، مما يغير صورة المجتمع الدولي تجاه حركة حماس ويحمل على الحقد والكراهية لهذه الحركة، فقد، وقد حملت الصورة عنوان "شاهدوا لقائي المطول مع قناة العربية حول اتفاق استرجاع مخطوفينا المحتجزين لدى حماس الداعشية، العشرات من أطفالنا محتجزون في أنفاق حماس المظلمة، بمن فيهم أطفال رضع بدون حليب وغذاء، ماذا لو كان هؤلاء الأطفال أطفالكم" فهذه الصورة تبدي مدى تشويه صورة حركة حماس أمام العرب ومن خلال قناة العربية، والتي لديها الكثير من المشاهدين العرب وغيرهم.

الجدول (24)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (24)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	سيارات تابعة لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني	مدى التزام دولة إسرائيل بالجانب الإنساني في الحرب، وأنها تسمح بإسعاف الجرحى.
الأشياء	العمارات	هذا دليل على أن غزة غير مدمرة، وأن إسرائيل لا تدمر إلى المناطق التي تقطن بها حركة حماس الإرهابية

المستوى التضميني:

هذه الصورة تثبت مدى صحة المعلومات التي تدلي بها دولة إسرائيل، والتي تظهر بها دورها الإنساني في الحرب، وقد حملت الصورة عنوان "إسرائيل سهلت على نقل أطفال خدج من مستشفى الشفاء بغزة إلى مستشفى مصري حيث ستستمر فيه معالجتهم." فهذه الصورة تظهر أكاذيب حركة حماس والدليل ذلك المشهد الذي يظهر تعاون دولة إسرائيل في نقل الأطفال الخدج والجرحى من مستشفى الشفاء إلى مصر.

المستوى التضميني:

هذه الصورة تثبت مدى الروح المعنوية التي يتحلّى بها الجيش الإسرائيلي، وأنه قادر على خوض المعارك على جميع المحاور، وقد حملت الصورة عنوان "سنعيد الأمان في الشمال وفي الجنوب" فهذه الصورة تظهر مدى رغبة نتنياهو وجيشه في الانتصار على حركة حماس.

الجدول (25)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (25)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	نازحين	يظهر على وجوه النازحين الخوف والحسرة نتيجة لنزوحهم من الشمال إلى الجنوب.
الأشياء	عربة	تقوم العربة التي تجرها الدابة على نقل النازحين من منطقة إلى أخرى في ضوء الحرب التي قامت بها حركة حماس، وقد تورط المواطنين بما قامت به حركة حماس.

المستوى التضميني:

هذه الصورة تظهر مدى الحقد الذي ينتاب المواطنين في قطاع غزة تجاه حركة حماس، وأنها تظهر مدى المعاناة التي يعاني منها المواطنون نتيجة نزوحهم من منطقة إلى أخرى، حيث حملت الصورة عنواناً "أهالي غزة يعترفون تماماً من يتحمل المسؤولية عن معاناتهم: حماس الداعشية" فهذه الصورة تعكس مدى تورط حركة حماس في الحكم على المواطنين بالنزوح والعيش في ظروف لا يمكن تحملها.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: كيف اعتمد الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي على

المحتوى البصري عند تناوله أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه على الفيس بوك؟

أظهرت النتائج اعتماد الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي على المحتوى البصري عند تناوله أحداث معركة طوفان الأقصى عبر حسابه على الفيس بوك من خلال تسويق الفكرة المتمثلة في حق دفاع إسرائيل عن نفسها ، وهنا أشار الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال إلى العمليات العسكرية التي تحمي إسرائيل ومدنيها، كما تم التركيز على استهداف حركة حماس للمواطنين الإسرائيليين وغير الإسرائيليين

والذين يتم اقتيادهم عبر الممرات، وفي المستشفيات، مما يؤكد وحشية حماس واعتدائها المؤكد على دولة إسرائيل، إضافة إلى استخدام مقاطع الفيديو الحي والصور التي توضح العمليات العسكرية بشكل واضح وسريع، والتي تهدف إلى تقديم الرواية الإسرائيلية المنظمة والتي يمكن فهمها والاعتناع بها بسهولة، والتي كان الغاية منها رفع مستوى الوعي الدولي حول ما يدور من أحداث إجرامية نتيجة تهور حركة حماس واعتدائها على دولة إسرائيل واختطاف مواطنيها.

الجدول (26)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (26)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	أفراد يحيطون بالمنتشور	مدى استهزاء إسرائيل بحركة حماس.
الأشياء	ورقة مطبوعة	مدى زرع إسرائيل للفتنة ما بين أفراد المجتمع الغزي وحركة حماس

المستوى التضميني:

تحمل الصورة مدلولاً على مدى استهزاء إسرائيل بحركة حماس، وتأتي بالآيات من القرآن لتعكس المعنى على حركة حماس، بأنهم قد تورطوا بهذه الحرب، وأنهم هم من بدأوا الحرب، وقد أخذهم الطوفان بسوء عملهم، حيث كان عنوان الصورة "صدق الله العظيم" بمعنى أن الله صادق في القرآن وأن الطوفان قد انعكس على حركة حماس.

الجدول (27)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (27)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	الجندي المصاب	تظهر مدى الإجرام الذي وقع على الجندي الإسرائيلي المصاب، وأنه في ضوء ذلك يرغب في التعايش مع المجتمع العربي وثقافته العربية.
الأشياء	مشاهدين	مشاهدين يستمعون للجندي المصاب ومعجبون بعزفه على آلة الأورج، وأنهم يستمعون لعزف أغنية أم كلثوم، مما يدل على مدى رغبتهم في التعايش مع المجتمع العربي.

المستوى التضميني:

هذه الصورة تعكس مدى رغبة الشعب والمجتمع الإسرائيلي بأكمله في التعايش مع المجتمع الفلسطيني خاصة والعربي عامة، حيث حملت الصورة عنواناً "جندي إسرائيلي أصيب في الحرب على يد حركة حماس بغزة يعزف أغنية أم كلثوم أنت عمري مع الطبيب العربي الإسرائيلي الذي يعالجه" فهذه الصورة تعكس مدى انهزام حركة حماس دولياً وأنها تهاجم من يرغبون بالتعايش مع العرب.

الجدول (28)

الرسالة الأيقونية بالصورة رقم (28)

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني
الشخصيات	منصات الصواريخ	تظهر مدى استعداد حركة حماس للهجوم على دولة إسرائيل. وتعكس مدى قدرة الجيش الإسرائيلي على تفكيك قوة حماس والسيطرة عليها.
الأشياء	صواريخ	تعكس مدى جاهزية قوات الجيش الإسرائيلي في السيطرة على الصواريخ الخاصة بفصائل المقاومة، وأنها على استعداد تام لإنهاء قوة حماس.

المستوى التضميني:

هذه الصورة قدرات حماس على ضرب دولة إسرائيل، وفي الوقت نفسه قامت القوات الإسرائيلية بالسيطرة على هذه الصواريخ، حيث حملت الصورة عنواناً "صواريخ ثقيلة عديدة من طراز بدر 3 وبراق 40 وبراق 70 تابعة لتنظيم الجهاد الإسلامي الإرهابي سقطت في أيدينا" فهذه الصورة تعكس مدى انهزام حركة حماس وأن ترسانتها الصاروخية باتت في أيدي القوات الإسرائيلية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما هي الأطر الإعلامية التي تبناها الناطق باسم رئيس وزراء الاحتلال الإسرائيلي في بث الرواية الرسمية الإسرائيلية على صفحته على الفيسبوك من خلال الصور والفيديوهات والرسوم؟

وللإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بالتحليل الكمي للمنشورات، كما يظهر في جدول رقم (29) الذي يعرض التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية للمنشورات.

جدول رقم (29):

الأطر الإعلامية للمنشورات

النسبة المئوية	التكرارات	التقنيات الدعائية
17.6	113	إطار الصراع
15.9	102	إطار المسؤولية
6.5	42	إطار النتائج الاقتصادية
10.9	70	إطار المبادئ الأخلاقية
16.4	105	إطار الاهتمامات الإنسانية
14.5	93	الإطار الإستراتيجي
8.9	57	الإطار العام
9.5	58	الإطار المحدد بقضية
0.3	3	لا يوجد
100.0	640	المجموع

*ملاحظة: عدد التكرارات فاقت عدد المنشورات، وذلك لاحتواء عدد من المنشورات على

أكثر من إطار.

يبين الجدول رقم (29) التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية للمنشورات، وقد تبين أن نسبة الأطر في المنشورات كانت: إطار الصراع في المرتبة الأولى بنسبة (17.6%)، إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الثانية بنسبة (16.4%)، إطار المسؤولية في المرتبة الثالثة بنسبة (15.9%)، وجاء في المرتبة الرابعة الإطار الإستراتيجي بنسبة (14.5%)، أما في المرتبة الخامسة جاء إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة (10.9%)، والإطار المحدد بقضية في المرتبة السادسة بنسبة (9.5%)، أما الإطار العام فجاء في المرتبة السابعة بنسبة (8.9%)، وأخيراً إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (6.5%).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما هي التقنيات الدعائية التي ركزت عليها العلاقات العامة

الإسرائيلية عبر صفحة أوفير جندلمان على الفيسبوك؟

وللإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بالتحليل الكمي للمنشورات، كما يظهر في جدول رقم (29) الذي

يعرض التكرارات والنسب المئوية للتقنيات الدعائية للمنشورات.

جدول رقم (30):

التقنيات الدعائية للمنشورات

النسبة المئوية	التكرارات	التقنيات الدعائية
10.4	86	العموميات البراقة
3.9	32	النقل
3.5	29	خلق الاستعداد
3.0	25	حشد التأييد الشعبي
3.1	26	الشمول الجماعي
11.4	94	إظهار القوة
13.4	110	الإنجاز
12.1	100	إثارة العاطفة
12.1	100	التسمية السلبية
7.3	60	إضفاء المصداقية
2.4	20	الركب
8.7	72	جذب الانتباه
1.9	16	الافتراض المسبق
6.0	50	إخفاء الحقيقة
0.8	8	لا يوجد
100.0	820	المجموع

*ملاحظة: عدد التكرارات فاقت عدد المنشورات، وذلك لاحتواء عدد من المنشورات على أكثر من

تقنية.

يبين الجدول رقم (30) التكرارات والنسب المئوية للتقنيات الدعائية للمنشورات، وقد تبين أن نسبة التقنيات الدعائية في المنشورات كانت: تقنية الإنجاز في المرتبة الأولى بنسبة (13.4%)، تقنية إثارة العاطفة وتقنية التسمية السلبية في المرتبة الثانية بنسبة (12.1%)، أما في المرتبة الثالثة فجاءت تقنية إظهار القوة بنسبة (11.4%)، وفي المرتبة الرابعة تقنية العموميات البراقة بنسبة (10.4%)، وجاءت تقنية جذب الإنتباه بنسبة (8.7%) في المرتبة الخامسة، وفي المرتبة السادسة تقنية إخفاء المصادقية بنسبة (7.3%)، أما تقنية إخفاء الحقيقة فجاءت بنسبة (6.0%) في المرتبة السابعة، وفي المرتبة الثامنة تقنية النقل بنسبة (3.9%)، وتقنية خلق الاستعداد بنسبة (3.5%) في المرتبة التاسعة، أما في المرتبة العاشرة فجاءت تقنية الشمل الجماعي بنسبة (3.1%)، وفي المرتبة الحادي عشر جاءت تقنية حشد التأييد الشعبي بنسبة (3.0%)، وتقنية الركب في المرتبة الثانية عشر بنسبة (2.4%)، وأخيراً تقنية الإفتراض المسبق بنسبة (1.9%).



An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**THE SEMIOTICS OF PUBLIC RELATIONS DURING
WARTIME: AN ANALYTICAL STUDY OF ISRAELI
OCCUPATION PROPAGANDA UTILIZING VISUAL
CONTENT ON DIGITAL PLATFORMS IN THE CONTEXT
OF THE AL-AQSA FLOOD BATTLE**

By

Diana Sharar

Supervisor

Dr. Ibrahim Al-Akka

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for The
Degree of Master of Contemporary Public Relations, Faculty of Graduate
Studies, An-Najah National University, Nablus, Palestine.**

2025

THE SEMIOTICS OF PUBLIC RELATIONS DURING WARTIME: AN ANALYTICAL STUDY OF ISRAELI OCCUPATION PROPAGANDA UTILIZING VISUAL CONTENT ON DIGITAL PLATFORMS IN THE CONTEXT OF THE AL-AQSA FLOOD BATTLE

By

Diana Sharar

Supervisor

Dr. Ibrahim Al-Akka

Abstract

The study aimed to investigate how Israel employed visual content through digital public relations tools in framing its propaganda regarding the war on Gaza, specifically during the Battle of the Flood of Al-Aqsa 2023, via the official Facebook page of the Israeli Prime Minister's spokesman for Arab media. By adopting a purposive sample, the study analyzed the images published on Ophir Gendelman's Facebook page to examine how the Israeli occupation utilized visual content as part of its propaganda strategy on digital platforms during the conflict. A total of 186 posts were analyzed using content analysis to collect and classify data and information. The study incorporated a set of categories to examine the content of Gendelman's Facebook page, focusing on analyzing the visual semiotic imagery of the posts, identifying the most prominent media frames and propaganda techniques, and exploring how they were employed in the publications.

Furthermore, the study adopted the semiotic analysis approach, as it aligns with the research objectives concerning the Israeli occupation's use of visual content in digital propaganda during the Battle of the Flood of Al-Aqsa, to derive scientific findings. The results indicated that 54.8% of the visual content consisted of images, while 14.4% of the visual content on the Israeli Prime Minister's spokesman's page consisted of videos. It was also found that the Israeli occupation used visual content strategically to construct and reinforce its narrative during the war on Gaza. The study highlighted that the spokesman heavily relied on visual content in addressing events related to the Battle

of the Flood of Al-Aqsa through his Facebook page, aiming to market the idea of Israel's right to self-defense.

In analyzing the media frames, the study found that Ophir Gendelman's Facebook page adopted several key frames to broadcast the official Israeli narrative during the conflict. The conflict frame ranked first at 17.6%, followed by the humanitarian concerns frame at 16.4%, the responsibility frame at 15.9%, the strategic frame at 14.5%, the ethical principles frame at 10.9%, the issue-specific frame at 9.5%, the general frame at 8.9%, and finally, the economic results frame at 6.5%. Additionally, the study examined the most frequently used propaganda techniques in the posts, revealing that the achievement technique ranked highest at 13.4%, followed by the emotion arousal technique and negative labeling technique at 12.1%, while the power display technique ranked third at 11.4%.

In light of the findings, the study recommended the development of specialized training programs in visual semiotic analysis and the design of effective media messages using semiotic elements. It also emphasized the importance of collaborating with influential content creators on digital platforms to amplify messages supporting Palestinian rights through effective creative and semiotic methods.

Keywords: Semiotics, Public Relations, Israeli Occupation Propaganda, Visual Content, Digital Platforms, Al-Aqsa Flood.