

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير

في المجتمع الفلسطيني

دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك

إعداد

هبة حسين محمد مصطفى

إشراف

د. حسين الأحمد

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

2021م

توظيف إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير

في المجتمع الفلسطيني

دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك

إعداد

هبة حسين محمد مصطفى

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2021/1/20م. وأجيزت.

التوقيع

.....

.....

.....

أعضاء لجنة المناقشة

– د. حسين الأحمد/ مشرفاً رئيساً

– د. إلياس كوكالي / ممتحناً خارجياً

– د. عامر قاسم/ ممتحناً داخلياً

الإهداء

للوطن الذي ينبض بقلوب أبنائه المقيمين، المشتتين، المغتربين..
لمن يحمل فلسطين في قلبه أينما حل وأينما حط رحاله..
للعائلة التي أنتمي ورافقتني المشوار وما زالت ثابتة على الدعم..
لشريك الأول والأخير في اللحظات كلها حلوها ومرّها..
للمساهمين والداعمين من المقربين والأصدقاء..
للمعلمين الذين تلقيت على يدهم العلم في كل المحطات..
للباحثين والباحثات في مجال العلاقات العامة والاتصال..
لكل شغوفٍ محبٍ للاطلاع ويجد حاجته في الرسالة هذه..

الشكر والتقدير

الشكر لله أولاً، ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله.. فكيف لي أن أصل إلى نهاية المشوار ولا أتوجه

برسائل الشكر وعظيم الامتنان لكل رفيق واصل معي الدرب بوقته وجهده وعطاءه الذي لا

ينضب.. لمشرفي الأول الحكيم بعقله والكبير بخبرته والعظيم بعلمه والتقدير بتواضعه د.حسين

الأحمد الذي مهد الطريق وسهل عثراتها وسلّحني بالعلم والمعرفة..

شكراً لأساتذتي جميعهم في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية..

شكراً لكل من كان جزءاً في إنجاح عملي المتواضع من مبحوثين ومختصين..

وشكراً أخيرة لمن شحذ همتي وشدّ من عزمي وعزز إرادتي في الوصول إلى الغايات المنشودة..

الإقرار

أنا الموقّعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية للتأثير في المجتمع الفلسطيني

دراسة حالة: صفحة المنسق على الفيسبوك

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه
حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها، لم يقدم من قبل لنيل أي درجة علمية، أو
لقب علمي، أو بحث لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the
researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any
other degree or qualification.

إسم الطالبة:

التوقيع:

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس المنشورات
ي	الملخص
1	الفصل الأول (الإطار العام)
1	المقدمة
2	مشكلة الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	أهمية الدراسة
5	أسئلة الدراسة
6	الحدود الزمانية والمكانية
7	الفصل الثاني (الإطار النظري والمفاهيمي)
7	الإطار النظري للدراسة:
20	الإطار المفاهيمي للدراسة:
21	العلاقات العامة الرقمية
23	القوة الناعمة
25	التواصل السياسي وبناء العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
28	مراجعة الأدبيات
31	الدراسات السابقة
45	الفصل الثالث
45	منهجية البحث
46	عينة البحث الكمي
46	حجم العينة
46	وحدة التحليل

47	تحليل البيانات الكمية
49	تحليل البيانات النوعية
50	الفصل الرابع (مناقشة النتائج)
50	القسم الأول: القضايا والموضوعات
69	القسم الثاني التقنيات الدعائية المستخدمة في المنشورات
76	القسم الثالث الأطر الإعلامية
80	القسم الرابع المقابلات المفتوحة (أسئلة شبه محددة)
101	خلاصة الإستنتاجات
106	التوصيات
107	المصادر والمراجع
113	الملاحق
B	abstract

فهرس الجداول

50	جدول (1): عدد تكرارات الموضوعات في المنشورات المحللة ونسبها المئوية
69	جدول (2): عدد التكرارات للتقنيات الدعائية الموجودة في المنشورات ونسبها المئوية
77	جدول (3): عدد التكرارات للأطر المستخدمة في المنشورات ونسبها المئوية

فهرس المنشورات

52	منشور (1)
53	منشور (2)
54	منشور (3)
56	منشور (4)
57	منشور (5)
58	منشور (6)
60	منشور (7)
61	منشور (8)
62	منشور (9)
63	منشور (10)
64	منشور (11)
65	منشور (12)
66	منشور (13)
67	منشور (14)
68	منشور (15)
70	منشور (16)
71	منشور (17)
72	منشور (18)
73	منشور (19)
74	منشور (20)
75	منشور (21)

كيف أثر استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية على المجتمع الفلسطيني:

صفحة المنسق على الفيسبوك نموذجاً

إعداد

هبة حسين محمد مصطفى

إشراف

د.حسين الأحمد

الملخص

بعد سنوات من الصراع المزمّن بين الكيان الإسرائيلي والفلسطينيين والذي وُظف فيه مختلف الوسائل، أصبح الصراع يأخذ منحى آخر يتجسد في توظيف قنوات الاتصال الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي ضمن سلسلة من إجراءاته الرامية إلى تبديد فرص قيام دولة فلسطينية قابلة للحياة وفرض السيطرة الإسرائيلية التامة. فأضحى "المنسق"، وهو الضابط المسؤول عن وحدة تنسيق أعمال الحكومة الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية الواقعة في الضفة الغربية، وهو ما يطلق عليه الإحتلال مسمى "المناطق" - قريباً من المواطنين الفلسطينيين وعابراً للمنازل من خلال صفحة الفيسبوك الخاصة به، خالفاً حلقة وصل مباشرة دون أي حاجة لجهة فلسطينية رسمية. لذا تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الكيفية التي يؤثر بها استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال صفحة "المنسق" على تحقيق استجابة فئات معينة من المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيعية ومرفوضة سابقاً، والدوافع الأساسية التي تجعل الفلسطينيين متابعين ومستجيبين، والأطر المستخدمة في طرح القضايا والموضوعات لجعلها مؤثرة، إضافةً إلى تحديد التقنيات الدعائية الموظفة من أجل تحقيق عملية التأثير.

تهدف الدراسة إلى التعرف على آليات استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية في التواصل مع المجتمع الفلسطيني، تقصي المفاتيح الأساسية التي توظفها صفحة "المنسق" لجذب انتباه شرائح فلسطينية معينة، التحقق من مسألة نجاح استخدام التواصل باتجاهين عبر الصفحة، ومعرفة كيفية تحقيق الاستجابة الطوعية لدى الجمهور المستهدف في ظل الفترة الزمنية ما بين شهر آذار وحتى

نهاية شهر آب للعام 2020م، كونها فترة تمتاز بظروف سياسية تتمثل في خطة الضم الإسرائيلية وما تلاها من وقف للتنسيق الأمني وآخرها التطبيع الإسرائيلي العربي مع دولة الامارات العربية المتحدة.

استندت الدراسة إلى نظريتي الاستخدامات والإشباع والتأطير، إضافة إلى التقنيات الدعائية السبعة التابعة لمعهد تحليل الدعاية (IPA) كأطرٍ نظرية لما فيها من انسجام مع مشكلة الدراسة وإمكانية خدمة توظيفها في الإجابة على التساؤلات المطروحة والوصول إلى النتائج.

وتعتبر الدراسة الحالية تمثيلاً للبحوث المزدوجة المعتمدة على المعلومات الكمية والنوعية معاً، بالاعتماد على المنهج الوصفي الذي يدرس الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها والعوامل المؤثرة في ذلك. لهذا تم استخدام أداتين أساسيتين في جمع المعلومات، وهما أداة تحليل المحتوى لمئتي وتسعة عشر (219) منشوراً فيسبوكياً كعينة ممثلة لمجتمع البحث المتمثل بخمسمائة وأربعة (504) منشوراً على صفحة "المنسق"، وأداة المقابلة مع أربعة وعشرين (24) مبحوث ضمن خمس فئات تتمثل بالمختصين السياسيين، العلاقات العامة والإعلام الرقمي، العاملين في مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية، العمال الفلسطينيين العاملين في إسرائيل، والتجار والشركات الفلسطينية ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل.

وقد خلصت الدراسة إلى أن صفحة المنسق تمارس تأثيرها من خلال عرض خمسة عشر (15) موضوعاً هاماً للفلسطينيين، تمثل الأمور الصحية أكثرها طرْحاً بنسبة 24.6%، والسياحة والتجارة أقلها بنسبة 0.45%. وتوظف ست تقنيات دعائية من أصل سبعة أكثرها نسبةً تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality) 58%، وأقلها تقنية النقل (Transfer) بنسبة 1.2%. كما إنها تستخدم ثلاثة أطرٍ أعلاها الأطر الإعلامية 49.4%، تليها الأطر الإنسانية بنسبة 26%، وأدناها الأطر التوعوية بنسبة 24.6%.

إضافة إلى أن الحصول على الاخبار الموثوقة ذات المصدقية بشكل عام وعن المعابر بشكل خاص، والتصاريح وطلبات رفع المنع الأمني تمثل الحاجات التي تدفع فئات فلسطينية للتعامل مع صفحة المنسق، كما إن السرعة في تلبية الخدمات خاصة في ظل وقف التنسيق

الامني شكلت دافعاً لدى الفلسطينيين للتعاطي معها بشكلٍ نشط. وشكل العمال الفلسطينيون والتجار الفئة الأكثر تفاعلاً مع صفحة المنسق كونهم الاكثر حاجة للخدمات واصفين تعاملهم معها بالأمر الطبيعي.

الكلمات المفتاحية: المنسق، IPA، الفيسبوك، العلاقات العامة الرقمية.

الفصل الأول (الإطار العام)

المقدمة:

منذ إعلان قيام دولة إسرائيل على الأراضي الفلسطينية عام 1948م توالى الأحداث السياسية يوماً بعد يوماً مشكلة صراعاً بين الفلسطينيين وإسرائيل من انتهاكاتٍ وتحدياتٍ مستمرة بحق الشعب الفلسطيني الذي عانى من القتل والتشريد والاعتقالات وغيرها من أشكال التنكيل والتعذيب الهادفة لإقتلعه من أرضه وتفريغها للمحتل. ومنذ ذاك الوقت حتى هذه اللحظة، نجد نشاطاً غير معهود للإدارة المدنية الإسرائيلية التي تحاول فرض سيطرتها على الشؤون المدنية الخاصة بالفلسطينيين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أضحت مجالاً نشطاً في بث الرسائل وصناعة التأثير. وواحدة من الأبواب التي يدخل بها الاحتلال إلى بيوت المواطنين الفلسطينيين دون طرقها أو حاجة للإستئذان حتى (النمر، 2020).

إن وجود "المنسق" الذي يعتبر المسؤول عن وحدة تنسيق أعمال الحكومة الإسرائيلية على موقع "الفيسبوك" بصورة نشطة جعل البعض من الفئات الفلسطينية التعامل معه والتواصل بصورة مستمرة، الأمر الذي يثير الفضول لمعرفة الكثير من التفاصيل والتفسيرات حول كيفية التأثير الذي يصنعه المنسق الذي يمثل المحتل بالنسبة للشعب الفلسطيني. حيث يقدر عدد المتابعين للصفحة بأكثر من 614,854 متابع ومتابعة حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة (المنسق، 2020). وتعد الصفحة واحدة من ضمن مجموعة من الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية على منصة الفيسبوك، منها: صفحة إسرائيل تتكلم العربية (أكثر من 2 مليون متابع)، أفيخاي أدري (أكثر من 1.5 مليون متابع)، أوفير جندلمان (أكثر من 153 ألف متابع)، أنا مع إسرائيل (أكثر من 15 ألف متابع).

و يسعى المنسق كغيره من المواقع التواصلية إلى إظهار صورته بشكل إيجابي لخلق العلاقة الودية بينه وبين المتابعين الفلسطينيين، والمبني لحاجاتهم والمخلص لمشكلاتهم وكأنه حاكم فعلي للشعب الفلسطيني، "ملقياً عليهم محاضرات أمنية، وبثاً بيانات مختلفة، ومنادياً إياهم بزيارة مباشرة

لمكاتب الإدارة المدنية من أجل الحصول على تصاريح جديدة، وإلغاء المنع الأمني، والتنقل بين الضفة وغزة وإلى إسرائيل، في تجاوز واضح ومباشر لدور السلطة الفلسطينية" (زبون، 2020).

وبالتالي تكمن مهمة الدراسة في معرفة الكيفية التي تلجأ إليها قوى الاحتلال ممثلة هنا بمنظومة الإدارة المدنية في تسخير تكنولوجيا التواصل، والعلاقات العامة خصوصاً، من أجل تحقيق أهدافها الخفية، وتوظيف سياسة الاتصال باتجاهين من أجل الحصول على الإستجابة الطوعية من قبل المواطنين الفلسطينيين لرسائلها وخدماتها. هذا بالإضافة إلى استطلاع الأثر الناتج من هذا التسخير لتكنولوجيا الإتصال وتبعياته على المجتمع الفلسطيني.

وفي ضوء ذلك، تقدم الرسالة تساؤلات عن كيفية تأثير استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال صفحة "المنسق" على تحقيق استجابة فئات معينة من المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيعية ومرفوضة سابقاً، وعن التقنيات والآليات المستخدمة في سبيل تحقيق التأثير، إضافة للدوافع الأساسية التي تجعل الفلسطينيين متابعين لصفحة "المنسق" الممثلة لدولة احتلال بالنسبة لهم.

وبالتالي تقدم الدراسة تفسيرات علمية لظاهرة التأثير التي يقوم بها "المنسق" تجاه المجتمع الفلسطيني ومجالاً للباحثين والمختصين والعاملين في الجهات السياسية الرسمية لأخذ القرارات المناسبة ووضع الاستراتيجيات اللازمة.

مشكلة الدراسة:

في الوقت الذي تتصاعد فيه حدة الصراع المزمع بين الكيان الاسرائيلي والفلسطينيين بوجهتيه السياسية (في الضفة الغربية) والعسكرية (في غزة)، وفي الوقت الذي تتآلف عليه القوى العالمية للتغطية على سلسلة المواقف والاجراءات الاسرائيلية العدائية تجاه السلطة الفلسطينية في المنطقتين المذكورتين، يأخذ الصراع منحى جديد بتوظيفه لقنوات الإعلام الجديد ضمن سلسلة إجراءاته التعسفية والرامية إلى تبديد فرص قيام دولة فلسطينية قابلة للحياة. وضمن سلسلة الإجراءات التصعيدية هذه، كما يشار إلى أنّ سلطات الاحتلال، ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تحاول أن تربط المواطنين الفلسطينيين، للتعامل معها مباشرة، وبعيداً عن الشؤون

المدنية (وهدان، 2019). فإلى جانب سياسات الاحتلال وإجراءاته الاحتلالية والعسكرية تجاه المجتمع الفلسطيني المُحتل من قبله، نجد نشاطاً لا يستهان به عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحات خاصة تابعة للإدارة المدنية ناطقة بالعربية تحت مسمى المنسق (وحدة تنسيق أعمال الحكومة في المناطق).

يتمثل هذا النشاط بالعديد من المنشورات التي تُظهر التعامل الاسرائيلي مع المجتمع الفلسطيني بوجه ايجابي، خاصة فيما يتعلق بإجراءات الحركة (التصاريح) وإجراءات رفع المنع الأمني والمعايير وكل ما من شأنه ان يشكل حاجة للرجوع للإدارة المدنية. كما ينتهج مديرو هذا الموقع سياسة التقرب من المواطنين الفلسطينيين في المناسبات الدينية والاجتماعية، الأمر الذي قد نرى من خلاله الممارسة الإسرائيلية تتعدى دور السلطة الفلسطينية وتقويضه من جهة، وتقوم على تعزيز الإدارة المدنية من جهة أخرى. فإنها "تجاوزت دور السلطة الوطنية نحو التعامل مباشرة مع المواطنين الفلسطينيين، سواء كانوا أفراداً من حيث منحهم تصاريح للعمل في إسرائيل، أو رجال أعمال واقتصاديين فلسطينيين لتسهيل مصالحهم" (مسحل، 2019).

ومن هنا، تركز الدراسة على معرفة الكيفية التي تلجأ إليها قوى الاحتلال -ممثلة هنا بمنظومة الإدارة المدنية- في تسخير تكنولوجيا التواصل، والعلاقات العامة خصوصاً، من أجل التأثير على المواطن الفلسطيني لتحقيق أهدافها الخفية، وتوظيف سياسة الاتصال باتجاهين من أجل الحصول على الإستجابة الطوعية من قبل المواطنين الفلسطينيين لرسائلها وخدماتها. هذا بالإضافة إلى استطلاع الأثر الناتج من هذا التسخير لتكنولوجيا الإتصال وتبعياته على المجتمع الفلسطيني.

أهداف الدراسة:

في ظل ما قدمت له من خلفية لمشكلة البحث وموضوعه، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الكيفية التي تلجأ إليها قوى الاحتلال في تسخير كل ما يتاح لها من مخرجات تكنولوجيا الإتصال ومنهجيات العلاقات العامة في التأثير على المواطن الفلسطيني لتحقيق أهدافها المعلنة وتلك الخفية، من تقويض دور السلطة الفلسطينية في جانب خدمات الجمهور المربوطة قصراً بالمؤسسة

الإحتلالية، وتعزيز دور الادارة المدنية بهذا الشأن، وتنفيذ ما عجزت عه سياساتها التهويدية لسنوات وخططها الرامية للتطبيع وانهاء القضية الفلسطينية والحلم الفلسطيني في إقامة الدولة المستقلة. وتستند في ذلك إلى الأطر النظرية ونماذج العلاقات العامة التي عنيت بقياس ودراسة تأثير قنوات التواصل والاعلام في تشكيل توجهات جديدة وتحقيق استجابات لم يمكن من الممكن تحقيقها بالوسائل الاخرى قبل انتشار هذه القنوات. كما تهدف الدراسة إلى تحديد الكيفية التي استغلت بها مواقع التواصل الاجتماعي في استخدام التواصل باتجاهين الأمر الذي كان نتيجة السلوك الطوعي من قبل المواطنين الفلسطينيين في التجاوب مع غالبية ما تبثه وتنتشره من معلومات خدمتية. وبهذا تتمثل الأهداف بما يلي:

1. التعرف على آليات استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية في التواصل مع المجتمع الفلسطيني والتأثير عليه بما يحقق أهداف سياساتها الإحتلالية، التطبيعية خاصة.
2. تقصي المفاتيح الأساسية التي توظفها صفحة المنسق لجذب انتباه شرائح معينة في المجتمع الفلسطيني والتأثير عليها، وخصائص هذه الشرائح، وكيف سهلت تحقيق الأهداف الإسرائيلية.
3. التحقق من مسألة ما إذا كان استخدام التواصل باتجاهين على الموقع المذكور قد حقق نجاحاً بحد ذاته، أم أنه سهل حالة نجاح كانت ستحصل لو وظيفت وسيلة أخرى (مثل الضغط السياسي او اجراءات عقابية).
4. قياس ما اذا كانت الإستجابة للموقع طوعية فعلاً، أم أنها ضرورة وجدت منفذاً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تشكل الدراسة أهمية كبيرة كونها تبحث في كيفية تأثير وحدة تنسيق أعمال حكومة إسرائيل في المناطق والمسؤولة عن تطبيق السياسة في الضفة الغربية من خلال صفحة "المنسق" الموجودة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومعرفة آليات التأثير على المجتمع الفلسطيني بمختلف فئاته.

تأتي هذه الأهمية من منطلق المتابعة الكبيرة لصفحة المنسق والتي تقدر بأكثر من نصف مليون متابع، والتفاعل الملحوظ على المنشورات مقارنة بالصفحات الفلسطينية، الأمر الذي يجعل من الضرورة معرفة الطرق والوسائل التي توظفها إسرائيل لكسب الاستجابة الطوعية من قبل الجماهير المستهدفة لندائاتها المسيية. إضافة إلى معرفة الأهداف التي يسعى المنسق إلى تحقيقها من خلال تفاعله النشط مع الجمهور الفلسطيني، وتحديد الدوافع التي تجعل من الفلسطينيين متابعين لهذه الصفحة.

وفي ظل قلة الدراسات والابحاث العلمية المتناولة للموضوع، تشكل هذه الدراسة مصادر علمية موثوقة في حقل العلاقات العامة والاتصال وفرصة لسد الفجوة الأكاديمية والأدبية في مجال الدراسات الباحثة في موضوع العلاقات العامة الرقمية ودورها في الصراع العربي الإسرائيلي، مما يساهم في رفع رصيد الدراسات باللغة العربية. كما إنها من خلال تحليل البيانات والوصول إلى النتائج تساعد الجهات الفلسطينية في معرفة كيفية تأثير إسرائيل على المجتمع الفلسطيني وبالتالي فرصة لرسم السياسات والتقنيات من أجل مواجهة التأثير الرقمي الذي تمارسه إسرائيل. وتشكل التوصيات النهائية مجالاً لأصحاب القرار والجهات الرسمية المسؤولة في أخذ القرارات. كما وتشكل الدراسة أهمية للباحثين المهتمين في مجال العلاقات العامة الرقمية لدراسة زوايا وجوانب أخرى بالاعتماد على النتائج التي تم التوصل إليها.

كما إن تناول الدراسة في الفترة الزمنية ما بين شهر آذار وحتى نهاية شهر آب للعام 2020م تعد مهمة جداً لنتائج الدراسة كون هذه الفترة تمتاز بظروف سياسية تتمثل بخطة الضم الإسرائيلية وما تلاها من وقف للتنسيق الأمني واخرها التطبيع الإسرائيلي العربي مع دولة الامارات العربية المتحدة.

أسئلة الدراسة:

تتوجه الدراسة إلى الوصول لإجابات للأسئلة التالية:

كيف أثر توظيف اسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال "صفحة المنسق" على تحقيق استجابة فئات معينة من المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيع ومرفوضة سابقاً؟

ولا شك بأن الإجابة عن هذا السؤال العريض يحتاج إلى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1. ما الدوافع الأساسية التي تجعل الفلسطينيين متابعين لصفحة المنسق ومستجيبين لها؟
2. كيف تجعل صفحة المنسق المواضيع والقضايا التي تنشرها جاذبة ومؤثرة في المواطن الفلسطيني؟
3. ما اهم التقنيات الدعائية التي توظفها صفحة المنسق لبث تأثيرها وتحقيق استجابة المواطن الفلسطيني، وكيف يتم ذلك؟

الحدود الزمانية والمكانية:

الحد الزمني للدراسة:

يتمثل الحد الزمني للدراسة في فترة زمنية مقدارها ستة أشهر منذ بداية شهر آذار وحتى تاريخ 31 آب للعام 2020م وفقاً لحالة إعلان خطة الضم الإسرائيلية وما تلاها من عملية وقف التنسيق الأمني ومن ثم ما استجد من حالة التطبيع الإماراتي مع إسرائيل. وذلك لأخذ فترة كافية في دراسة الموضوع وبحث المشكلة وجمع المعلومات الكافية التي تساهم في الوقوف على حيثيات مشكلة البحث، والانطلاق منها للوصول إلى النتائج الكافية التي سيتم بناء عليها التوصيات اللازمة.

الحد المكاني للدراسة:

يتمثل الحد المكاني للدراسة في الضفة الغربية، بينما يتمثل الحد المكاني الافتراضي في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتحديداً صفحة "المنسق وحدة تنسيق أعمال الحكومة في المناطق" والموجهة باللغة العربية.

الفصل الثاني (الإطار النظري والمفاهيمي)

الإطار النظري للدراسة:

تتوالى النظريات الإدارية والمعرفية النظرية في مجال العلاقات العامة والاتصال من أجل تفسير الظواهر والحالات حيث استندت أدبيات الدراسة على نظريات مختلفة مثل المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأزمات وغيرها من النظريات، إلا أنه وفقاً لمشكلة الدراسة الحالية وأهدافها فقد تم اعتماد نظرية الاستخدامات والاشباع (بلومر و كاتز، 1974)، ونظرية التأطير (جوفمان، 1974) وتقنيات البروبوجاندا كما بينها مؤسسة الدعاية الأمريكية IPA عام 1939م (الدعاية، 1939)، لملائمتهم وانسجامهم مع المشكلة البحثية للدراسة، وقد تم توظيف المفارق والأسس لهذه الأطر النظرية في توجيه عملية تحليل البيانات وتفسيرها وخدمة أجزاء الدراسة البحثية. وتشكل عملية الاتصال هاجساً لدى الباحثين من مختلف العلوم لدراستها ووصف أبعادها ومراحلها كون الاتصال سمة إنسانية تتحقق عبر وسائل عدة، ولا شك أنها تطورت مع تطور الحاجات البشرية مما أدى إلى تحليل عملية الاتصال من قبل الباحثين ووضع الفرضيات التي توصلوا من خلالها إلى نظريات توضح تأثير الوسائل المستخدمة لإيصال الرسائل ومدى فعاليتها في توجيه الأفكار وتشكيل الآراء والتأثير أيضاً. كما وتتعدد النظريات الاتصالية المفسرة لدور العلاقات العامة حسب ما نراه من العناصر الرئيسة والفرضيات الخاصة بكل نظرية، فمنها نظرية التأطير، الاستخدامات والاشباع، الحوار والتميز وغيرها. وفقاً لـ (رايشوك، 2011) "في جوهرها تشير نظرية التأطير إلى أن كيفية تقديم شيء ما للجمهور يسمى (الإطار) يؤثر على الخيارات التي يتخذها الأشخاص حول كيفية معالجة هذه المعلومات. الأطارات عبارة عن تجريدات تعمل على تنظيم أو بناء معنى الرسالة". ومع تطور الوسائل الاتصالية المختلفة أصبح الأمر مختلفاً، فالفرد لديه حاجات عديدة يسعى إلى إشباعها، لهذا اتجهت وسائل الإعلام إلى إنتاج المضامين التي تشبع حاجات الأفراد بأساليب وطرق عدة وضمن إطارات خاصة تخدم أهدافها. عدا عن التطور التكنولوجي الذي وفر وسائل اتصالية بمزايا جديدة ونوعية حولت الفرد من متلقٍ للرسالة إلى مستخدم ومشارك يتفاعل معها ويعلق على المضامين المنشورة، فالمستقبل أصبح مشاركاً في صناعة المحتوى وتكوين الرسالة وتحديد شكلها لكن مع الانتباه إلى عدم إهمال التأطير الذي يعمل عليه المرسلون. تعد

جهود جرونج من المساهمات الهامة التي عملت على تشكيل مجموعة من النماذج الاتصالية التي تهتم بتقديم رزمة من القواعد والمعايير الاتصالية بالجمهور، فالنماذج الأربعة التي بينها جرونج تتمثل بنموذج الانتشار من خلال الصحافة، إعلام الجمهور وإخباره، ثنائي الاتجاه غير المتوازن وثنائي الاتجاه المتوازن (الجمال و معوض ، 2005، صفحة 51).

فالنموذج الأول "الانتشار من خلال الصحافة" يعني إخبار الجمهور عن المؤسسة أو المنظمة بطرق عديدة بغض النظر عن صحة المعلومات والتصريحات فهو لايهتم بحقيقة البيانات بقدر الانتشار بين الجماهير والهدف الأساس وهو الإقناع بما تريده المنظمة وما تقدمه. الثاني "إعلام الجمهور وإخباره" يختلف عن الأول من حيث الحقائق وصحة البيانات والتصريحات فهي ضرورية وهامة ويتم تقديمها من خلال الصحافة ووسائل الإعلام ويعتبر هذا النموذج سائداً في المؤسسات الحكومية ويتخذ اتجاهاً واحداً منفرداً في نقل المعلومات من المؤسسة إلى الجمهور. بينما الثالث "ثنائي الاتجاه غير المتوازن" يحاول إقناع الجمهور بتقبل وجهات نظر المؤسسة بناء على البحوث والمسوح ويوجد بعض التغذية الراجعة إلا أنها لا تؤثر ولا تغير من إدارة المنظمة في اتصالها وأسلوبها مع الجمهور. أما الرابع "ثنائي الاتجاه المتوازن" تولي العلاقات العامة أهمية عالية للجمهور فتركز اتصالاتها على إقناعه ومحاولة التأثير فيه وتعتقد أن للجماهير قوة تأثير تعادل قوة تأثير المنظمة وبالتالي تكون مستعدة لتعديل سياساتها وقراراتها وخططها بما يحقق التفهم لرغبات الجماهير (الديلمي، 2015، صفحة 71).

وبعد تحليل مشكلة البحث ووضع التساؤلات البحثية تجد الباحثة أن **نظرية الاستخدامات والاشباع**ات تتسجم مع عنوان البحث وعناصره، خاصة أنها تقول بأن الجماهير تبحث عن وسائل لتلبية احتياجاتها، فصحة المنسق التي هي صفحة تمثل وجه من اوجه سياسات احتلال للمجتمع الفلسطيني، تسعى في الواقع لتقديم المضامين التي تلاقي احتياجات الفرد الفلسطيني وتسعى لإشباعها بطريقة تحقق أهداف القائمين على الصفحة، وتخدم مصالحهم. وفي الوقت ذاته تشكل هذه الاشباعات حافزاً ودافعاً للمواطن الفلسطيني ليكون متابعاً نهماً لصفحة المنسق ومشاركاً بمضمونها أيضاً. وكنظرية اتصال، تفترض نظرية الاستخدامات والاشباع أن الجماهير تبحث بنشاط عن وسائل الإعلام لتلبية الاحتياجات الفردية. حيث تتطلع نظرية الاستخدامات إلى الإجابة

عن ثلاثة أسئلة: ما الذي يفعله الناس مع الوسائط، وما هي دوافعهم الأساسية لاستخدام الوسائط، وما هي إيجابيات وسلبيات استخدام الوسائط الفردية. وفقاً للنظرية، يقوم مستخدموا الوسائط باختيار أنواع الوسائط ومحتوى الوسائط التي يلجؤون إليها كمستهلكين للمعلومات بشكل نشط لإرضاء مختلف الاحتياجات اليومية. ظهرت هذه النظرية لأول مرة في الأربعينيات من القرن الماضي، لكنها تُعزى في المقام الأول إلى أبحاث أستاذ الاتصالات جاي بلومر وعالم الاجتماع إياهو كاتز في السبعينيات. تشير نظرية الاستخدامات والاشباع إلى أن تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، مرتبط بمدى ما يحققه هذا التعرض من تلبية لرغباته وإشباع لاحتياجاته المتعددة ويعد ذلك تحولاً عن السابق فيما يتعلق بالدور الذي يقوم به الجمهور في عملية الاتصال، حيث كان الاعتقاد السائد هو أن الجمهور ليس سوى متلق سلبي للرسائل التي تبثها أو تنشرها وسائل الإعلام. ولذلك أولت هذه النظرية الجمهور دوراً فاعلاً ومؤثراً في العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها. وتفترض النظرية بأن الجمهور يقوم بدور نشط في اختيار وسيلة إعلامية ما، وكذلك تفسيرها وإدماجها في حياتهم، تتنافس أنواع مختلفة من وسائل الإعلام ضد بعضها البعض وضد مصادر الرضا الأخرى لجذب انتباه المشاهدين أو المتابعين، إضافة إلى أنه سيتم استخدام الوسيلة التي توفر أكبر قدر من الرضا للشخص أكثر من الأنواع الأخرى (مكاوي و السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 2006، صفحة 241).

ومن شأن هذه النظرية ان توجه طرق جمع وتحليل البيانات في هذا البحث، خاصة وأنها تشير إلى أن أي تأثير للوسائط على الجمهور يتحدد إلى حد كبير من قبل الجمهور نفسه، وهذا ينطبق على حالة صفحة المنسق. فعلى الرغم من أن بعض أشكال الوسائط تقدم رسائل مصممة بعناية لاستحضار أنواع معينة من الردود (كتلك التي يستهدفها المنسق)، إلا أن المستلمين قادرون على تفسير الرسائل بطرق مختلفة. قد تكون بعض التفسيرات قاصرة وغير قادرة على تحليل مقاصدها الكلية، أو أن المستلمين يستجيبون دون وعي بمقصودها لمجرد اشباع حاجاتهم (سير المعاملة). وتطرح نظرية الاستخدامات والاشباع مجموعة من المفاهيم الأساسية ذات العلاقة القوية بأهداف هذا البحث، أهمها:

1. الجمهور النشط: فجمهور وسائل الاعلام مشارك نشط في الاتصال ويختار المضامين التي تحقق له الاحتياجات، وقد يمر الجمهور بعدة حالات: الانتقائية والاختيار غير العشوائي، المنفعة والتي يستخدم بها الجمهور وسائل الاعلام بناء على أهداف اجتماعية ونفسية وغيرها وهذا يعني أنه يقصد التعرض للمحتوى كونه يسعى لتحقيق غايات معينة، الاستغراق وهي الدرجة التي يدرك الجمهور العلاقة بينه وبين المحتوى ويتلقى حينها المضمون عبر ثلاث مستويات من الوعي (الجزئي، ما قبل الوعي، الوعي الكامل) (آل سعود، 2006، صفحة 106).

2. الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباع: قد تكون الاشباكات متحصلة ومتوقعة، وتعتبر بنوعها أساس نظرية الاستخدامات والاشباكات، واستناداً إلى العوامل النفسية والاجتماعية التي تمارس تأثيراً قوياً في عمليات الاتصال تحظى الأصول الاجتماعية والنفسية اهتمام كبير. وتمثل العمليات الانتقائية الأصول النفسية للإشباكات والتي تعني بأن الأفراد يختارون لأنفسهم ويفسرون المحتوى بناءً على عوامل نفسية مختلفة التي تؤدي إلى إيجاد دوافع للتعرض لوسيلة إعلامية ما. وقد تنطبق هذه الأصول النفسية على بعض المواطنين الفلسطينيين الذين أصبحوا في حالة من اليأس والاحباط مما تدفعهم هذه الحالات النفسية إلى اختيار صفحة المنسق كوسيلة ومنصة لهم يتفاعلون معها وقد يطلبون منها بعض الأمور المتعلقة بشؤونهم مثل التصاريح والمعاملات التجارية دون اللجوء إلى السلطة الفلسطينية، فإن "إسرائيل تسعى لإفراغ السلطة الفلسطينية من مسؤولياتها" (حرب، 2017)، أما فيما يتعلق بالأصول الاجتماعية، فهذا يشير إلى أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراداً منشقين عن الجماعة التي يعيشون بينها، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وبيئة ثقافية مشتركة مثل الحزبية.

3. الإشباكات المتحصلة والمتوقعة: ميز مطورا النظرية بين الإشباكات التي يسعى الأفراد لتحقيقها من التعرض لوسائل الإعلام وبين تلك التي يتم إشباعها بعد التعرض. فالمتوقعة تمثل حالة الدوافع التي تشجع وتحفز للتعرض لوسيلة ما فهي غير محققة فعلياً إنما يتوقع الجمهور أن يحصل عليها بفترة زمنية معينة أما الحاجات المشبعة فهي التي لامست حاجات

جمهور معين وتم تحقيقها بالفعل، وقد تدفع هذا الجمهور لاعتماد الوسيلة الاعلامية التي حققت حاجاته لتكون أساساً بالنسبة إليه ويعتاد على متابعتها. وبالتالي في حالة صفحة المنسق التي تعتبر صفحة احتلال موجهة للشعب الفلسطيني المحتل قد يكون السبب لدى المتابعين الفلسطينيين هو إشباعات محققة ومشبعة حصلوا عليها مرة من المرات مما جعلتهم يواصلون المتابعة والتواصل مع صفحة المنسق من جانب، وقد يتوقعون أن يحصلوا على غايات يسعون لتحقيقها من خلال الصفحة مما يدفعهم لاختيار الصفحة كوسيلة تواصل ومتابعة من جانب آخر.

4. التوقع: برأي ماكلويد وببكر فإن التوقع هو "احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات معينة ومطالب الجمهور بينما يعتقد بيليد وكاتز بأنه مطالب الجمهور من وسائل الإعلام" (المزاهرة، 2012، صفحة 196).

و ضمن نطاق هذا البحث وأهدافه، يحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف تتمثل بالتالي:

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الفلسطينيون صفحة المنسق وذلك بالنظر إلى فئة الجمهور النشط (العمال ومن هم بحاجة التصاريح) الذي يستطيع أن يختار ويستخدم مضمون الصفحة الذي تشبع حاجته وتوقعاته.

2. شرح دوافع التعرض لمضمون الصفحة وأبعاد التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض على المستخدمين.

3. التأكيد على نتائج استخدام الصفحة بهدف فهم أبعادها كعملية الاتصال جماهيري.

وإذا نظرنا إلى حاجات ودوافع الجمهور المرتبطة بالاشباعات في التعامل مع صفحة المنسق، نجد أن هناك أربعة أنواع من الإشباعات، (اسماعيل، 2003، الصفحات 255,256) متمثلة كالتالي:

إشباعات توجيهية: ترتبط هذه الاشباعات بمفاهيم التعرض والاهتمام والاعتماد على نطاق واسع من محتوى وسائل الاعلام (هنا صفحة المنسق) الذي يتضمن معلومات سياسية، وترتبط

إيجاباً بمفاهيم الاهتمامات السياسية والمعرفة السياسية والتأثير السياسي وقيادة الرأي في الشؤون العامة. وتضم المنافع المتعلقة باتخاذ القرارات السياسية مثل الحصول على المعلومات السياسية (أو الأمنية المرتبطة بها). والاشباعات شبه الاجتماعية والتي تعني استخدام المحتوى السياسي لوسائل الاعلام لتأكيد الهوية (الإدارة العسكرية لمناطق السلطة). وهناك الاشباعات شبه التوجيهية ويقصد بها استخدام عملية الاتصال التي تعيد توجيه المحتوى السياسي لدعم استعدادات الجمهور وتستخدم عادة في الاقلال من التوتر والدفاع عن الذات (كمدخل من مداخل التطبيع). وأخيراً الاشباعات الاجتماعية التي قد تكون إقناعية خاصة في النقاشات أو تلك الاشباعات الاجتماعية الهزلية وتأخذ شكل المنفعة الاجتماعية أو الشخصية (المنفعة المتبادلة كمدخل آخر من مداخل التطبيع).

إن تعدد الحاجات النفسية والاجتماعية والسياسية واختلافها من شخص إلى آخر وصعوبة تحديدها يعتبر من أهم الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباعات، كما إن تعدد المفاهيم المتعلقة بالنظرية مثل الحاجة والاشباع والدافع والهدف وعدم الاتفاق على تعريفات محددة يؤدي إلى اختلاف في النتائج عند تطبيق النظرية، خاصة أن النظرية تفترض أيضاً إيجابية وفعالية المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع، وقد لا يكون كذلك. مع هذا فإن توضيح عناصر البحث والتساؤلات البحثية تساعد في تحديد المفاهيم المناسبة، واختيار المفهوم المحدد والمتسق للنظرية مع مشكلة البحث يساهم في تجاوز هذه النقطة وهو أن نظرية الاستخدامات و الإشباع واحدة من نظريات الاتصال التي تفترض أن الجماهير تبحث بنشاط عن وسائل الإعلام لتلبية الاحتياجات الفردية. وخلال عملية جمع المعلومات وتحليلها فهذا التوجه سيساعد الباحثة على تحديد الحاجات المختلفة المرتبطة بمتابعي ومستخدمي صفحة المنسق (عينة البحث).

وهنا تجد الباحثة ارتباطاً بين نظرية الاستخدامات والاشباعات وعنوان البحث المتمثل بأثر استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية (من خلال صفحة المنسق على الفيسوك) على المجتمع الفلسطيني، حيث تدرس في هذا البحث الآلية التي يعمل بها "المنسق" من أجل التأثير في المجتمع الفلسطيني الذي يعتبر جمهوره المستهدف. فبعد عرض العناصر الأساسية للنظرية التي تعتمد على الحاجات والاشباعات والاستخدامات، تجد الباحثة انسجماً بين طريقة عمل هذه العناصر مع

طريقة تقديم المحتوى الذي يقدمه المنسق عبر وسيلة التواصل "الفيسبوك" لأفراد المجتمع الفلسطيني بمختلف فئاته. فالمرسل "المنسق" والمستقبل "أفراد المجتمع الفلسطيني" وقناة الاتصال "الفيسبوك" والرسالة "المحتوى" وكيف يتم توظيفه "تشفير الرسالة" وبالتالي كيفية ايقاع الأثر "كاستجابة طوعية"، هو جل ما يستكشفه هذا البحث ، وهي في الحقيقة ما يمثل عناصر العملية الاتصالية الأساسية. وما بين هذه العناصر نجد الحاجات والاشباكات أساساً لتشفير للرسالة (Message Coding) التي يصيغها المنسق لجمهوره المستهدف من الفلسطينيين طالبي خدماته.

وما يزيد من فرصة تلقي الاستجابة الطوعية للرسالة هو أن المجتمع الفلسطيني يعاني من إشكاليات عديدة ويبحث مجبراً ودوماً عن حل لها خاصة فيما يتعلق بالجوانب السياسية الاقتصادية لمجريات حياته اليومية. وهذه تعتبر الحاجات والإشباكات المتوقعة التي تدفع بالفرد الفلسطيني للتفاعل مع صفحة المنسق على الفيسبوك في ظل المزايا التواصلية التي توفرها وسيلة الاتصال. وهذا يظهر جلياً لأي متصفح لصفحة المنسق على الفيسبوك من خلال الرسالة المكتوبة الثابتة على الصفحة والمتمثلة بـ"التنسيق والتعاون ومتابعة الإجراءات الخدمية والمدنية التي تقدم للمواطن الفلسطيني ودعم التعاون عبر توظيف معلومات تؤول إلى الدمج بين الجودة البشرية والتقدم التقني ضف إلى تنسيق أنشطة الوزارات، جيش الدفاع وقوات الأمن ذات الارتباط المباشر بالفلسطينيين في يهودا، السامرة وقطاع غزة" (المنسق، 2020).

تركز رسالة المنسق، التي يضعها كواجهة رئيسة لصفحته على الفيسبوك، بشكل كبير على التنسيق والتعاون ومتابعة الإجراءات الخدمية والمدنية التي تقدم لجمهوره المستهدف "المواطن الفلسطيني"، وهو دور بالغ التعقيد اعتاد الفلسطينيون على معاناته في حياته اليومية، الأمر الذي يوفر لكل من يزور الصفحة حلاً لواحدة من اعقد إجراءات المحتل المعيقة لحياتهم، ما يؤدي مع مرور الوقت لإعتياده متابعة ما ينشر من محتوى ومضمون مشفّر لخدمة مصالح القائمين على الصفحة. وكمثال على ذلك، وإذا كان عامل فلسطيني يعمل في الداخل المحتل، يتعرض للكثير من الإشكاليات والأمور التي تتطلب اتصالاً بهذه الجهات في ظل تعقيدات الإجراءات الرسمية من خلال الجهات الفلسطينية الرسمية المسؤولة عنها في الأصل، فبات ما يعرف بالمنسق الإسرائيلي لشؤون المناطق "يروج لعودة ما تسمى الإدارة المدنية الإسرائيلية، مع تهميش دور وحضور هيئة

الشؤون المدنية الفلسطينية التي يفترض أن تمثل دور الجهة التي تعنى باحتياجات الفلسطينيين المتعلقة مع الجانب الإسرائيلي" (راية، 2019).

وكما نفترض النظرية، فإن التأثيرات المرافقة والمترابطة لما سبق من الرسائل، يجعل من المواطن الفلسطيني فرداً نشطاً على الصفحة ليتابع الأخبار والقرارات وكل ما يتعلق بشأن تحقيق احتياجاته واشباعها. لهذا تتوقع الباحثة بأن المنسق يدرس تماماً احتياجات جمهوره المستهدف ويعرفها جيداً، كونه جزء من كيان احتلالي يتصف بالقدرات التكنولوجية المتطورة، مما يدفعه لبث المحتوى الملائم بما ينسجم مع هذه الاحتياجات التي تشكل دافع قوي لدى المواطن الفلسطيني، نظراً لحاجته الملحة للخدمات المقدمة، ليكون متفاعلاً ومتابعاً لصفحة المنسق. وبهذا يتمحور عمل العلاقات العامة الذي يعنى بالعملية الاتصالية بين المرسل والمتلقي وعناصرها كاملة لتتج العلاقات العامة في إيصال رسائلها التي تخدم أهدافها الموضوعية. فهي لا تجبر المتلقي على المتابعة أو تلقي الرسالة بطريقة ما، لكنها تعرف تماماً كيف تجذب جمهورها بناءً على دراستها له ومعرفة احتياجاته، لتنتهي عملياتها الاتصالية باستجابة طوعية من قبل الجمهور المستهدف (قبول الأمر الواقع باستثناء دور الحكومة الفلسطينية واستبداله بدور للمنسق العسكري، عودة لدور اسرائيلي في إدارة شؤون المناطق التي من المفترض وفقاً لإتفاق أوسلو (1993) أنها تخضع لإدارة فلسطينية)، نجد في نظرية الاستخدامات والاشباع الأساس المناسب للاعتماد عليه في تفسير ما تسعى إليه الباحثة في هذا البحث لتجيب عن أسئلتها البحثية الخاصة بكيفية استخدام اسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال صفحة المنسق على تحقيق استجابة فئات معينة من المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيعية ومرفوضة بإجماع وطني، وإلى أي مدى نجحت إسرائيل بتوظيف العلاقات العامة الرقمية لتحقيق أهداف تطبيقية من خلال صفحة المنسق، وهل تحققت الإستجابة لدى غالبية المجتمع الفلسطيني أم أنها كانت خاصة بفئات معينة استهدفتها صفحة المنسق، وهل ساهم هذا التوظيف في خدمة السياسة الاسرائيلية وعزز روايتها.

وبما يخص الجانب الآخر في الإطار النظري والمتعلق بنظرية التأطير الإعلامي، تبلورت النظرية على يد عالم الاجتماع جوفمان عام 1974 الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل

الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الافراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيفي على المضمون معنى ومغزى. وحدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في كتابه تحليل الأطر وأشار إلى أن الإطار العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها. (حسونة، 2015) وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضاً علمياً وهو أن تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب أي تحديدها لأطر خبرية يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها الجمهور عندما يفكر في القضية ويشكل رأيه بشأنها.

وبالتالي فإن تأثير الأطر الإعلامية يتم من خلال مستويين: الأول يهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، والثاني يهتم بقياس أطر وسائل الإعلام وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة فمن خلال تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة تحدد لنفسها أطراً إعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا، الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا (حسونة، 2015). وتتميز نظرية التأطير أنها تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تقديم الأطر المرجعية التي توجه الجمهور في تقويمه وتفسيره للمحتوى الإعلامي من خلال التأثيرات المختلفة في الاتجاهات حيث تؤثر الأطر على الخيارات التي يتخذها الأشخاص حول كيفية معالجة هذه المعلومات، وتركز النظرية على الانتباه لمكانة الفرد ودوره في عملية الاتصال وتتصف بالمرونة واتساقها مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي، إضافة إلى قدرتها على التطوير الذاتي من خلال النماذج التي يقترحها الباحثون المعنيون بمجال التأطير. بينما ينتقد كل من الباحثين سيفيرن وتانكارد نظرية التأطير بأن أطر وسائل الإعلام تؤدي لتأثيرات معرفية ووجدانية متحيزة نظراً لافتقاد التغطية الإعلامية لأهم المعايير الموضوعية بعدم تقديمها جميع الأطر المعنية بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل (سيفرن و تانكرد، 1992، صفحة 215).

فالتأطير نظرية من نظريات الإعلام والاتصال التي تسعى إلى تحليل المضامين الأكثر ظهوراً في النصوص المختلفة، فالتأطير هو امتداد لنظرية وضع الأجندة باستخدام مصطلح وضع الأجندة من المستوى الثاني وذلك لوصف أثر الإبراز لمميزات التغطية الإعلامية في تفسير الجماهير للقصص الإخبارية (سيشفلي، 1999). ويشير أستاذ الإعلام والشؤون العامة روبرت إنتمان إلى أن الأطر الإخبارية يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية والوصف المجازي والمفاهيم والرموز والصور المرئية التي يتم التركيز عليها، فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور معينة يتم إظهار أفكار معينة واستبعاد أفكار أخرى (إيتمان، 1991).

وعُرف الإطار الإعلامي لقضية ما بأنه: "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقديم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها." (مكاوي و السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 1998، صفحة 384) ويضيف جوفمان بأن الإطار الإعلامي هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما. (الحמיד، 2004، صفحة 402). وكون الدراسة الحالية تبحث في مجال كيفية تأثير صفحة المنسق على المجتمع الفلسطيني والتي تعتبر الصفحة جزءاً من سياسة إسرائيل، فإن نظرية التأطير تتلاءم مع أهداف المشكلة البحثية، لأن التأطير بالأساس يركز على جوانب محددة لصالح القائم بالاتصال أي "المنسق" للتأثير على الجمهور المستهدف "المجتمع الفلسطيني" من جهة وإهمال جوانب معينة من جهة أخرى، فالمنشورات التي تصاغ على صفحة المنسق تركز على كلمات أو عناصر لصورة مثلاً دون بيان الحقيقة كاملةً. فهي توجه المتابع إلى ما هي تريد أن يفهمه ويفسره وليس ما هو يريد أن يراه أو يتابعه. بمعنى أنها تتدخل في عملية التفكير من قبل الجمهور ليصبح إيجابياً مع أهدافها ومتطلباتها.

وفي سبيل تحليل المنشورات التي تصيغها صفحة المنسق عبر موقع الفيسبوك فإن تقنيات البروبجاند السبعة كما قدمتها مؤسسة تحليل الدعاية (IPA) توفر إطاراً نظرياً يساهم في الوصول إلى إجابات على تساؤلات الدراسة الحالية، حيث بينت مؤسسة تحليل الدعاية سبع تقنيات، وتمحورت مهامها بتوعية الجمهور بطرق وأساليب الدعاية والمهارات المطلوبة لرصدها

والوقاية منها في سبيل فهم أثر الدعاية على الجمهور. وشكلت سبع تقنيات تتمثل بإطلاق التسميات (Name Calling)، العموميات البراقة (Glittering Generality)، النقل (Transfer)، التوصية (Testimonial)، الناس البسطاء (Folks Plain)، اللحاق بالركب (Bandwagon) والورقة الرابحة أو رص الأوراق (Card Stacking) (المصدر، 2016)، وتشير التقنيات إلى:

التسمية (Name Calling): تعني استبدال الأسماء بهدف إثارة مشاعر الكراهية والخوف والرفض لدى الجمهور عبر تسمية جماعة أو فكرة أو معتقد بمسميات ذات دلالات سلبية كأن يقوم القائم بالاتصال بإطلاق تسميات سلبية الأمر الذي يجعل الجمهور باتجاه تبني أحكام رافضة ومنقذة لها. مثل الإرهاب، الديكتاتورية، الإجرام وغيرها. (المصدر، 2016، صفحة 108) وهذه التقنية تساعد في تحديد المصطلحات والتسميات التي تستخدمها صفحة المنسق عند تأطيرها الأحداث والأخبار لصالحها وإظهارها بصورة إيجابية على حساب تشويه صورة المجتمع الفلسطيني.

العموميات البراقة (Glittering Generality): تقنية تقوم على إثارة مشاعر القبول والانتماء والايجابية لدى الجمهور من خلال مسميات إيجابية أي كلمات ترتبط بقيم ومعتقدات ذات قيمة عالية تحمل قوة الإقناع تدفع الجمهور لقبول الفكرة أو الشخص أو الجماعة دون الحاجة إلى أدلة أو براهين مثل استخدام كلمات الديمقراطية، السلام، الأمان. (بهيش، 2013، صفحة 50) وتساهم تقنية العموميات البراقة في تحديد المصطلحات الإيجابية التي تحاول صفحة المنسق أن تصف بها السياسة الإسرائيلية والأحداث لتظهر بصورة إيجابية تؤثر على الجمهور المستهدف "المجتمع الفلسطيني" في سبيل كسب أكبر عدد ممكن من الداعمين والمساندين لها.

النقل أو التحويل (Transfer): تعمل هذه التقنية من خلال الرموز والنصوص والشخصيات المرتبطة بشهرة إيجابية أو سلبية عند الجمهور، فيقوم القائم بالاتصال بربط هذه الأمور بفكرة أو قضية معينة بهدف إقناع الجمهور بتقبلها أو رفضها بمعنى توظيف شيء معين بربطه بشيء آخر. (المصدر، 2016، صفحة 109) حيث تساهم هذه التقنية بمعرفة الظروف والأفكار التي

تستغلها صفحة المنسق لتربطها بأفكارها وآرائها المقدمة للجمهور لتكون مسنودة ومدعمة بشكل أكبر.

التوصية (Testimonial): تقنية تعمل من خلال الاستعانة أو الاقتباس عن شخص أو أفكار أو نصوص أو تجارب أو إحصاءات أو أحداث سابقة من أجل دعم منتج أو فكرة أو سياسة وقد تكون إيجابية أو سلبية بمعنى قد تهدف إلى القبول أو الرفض. فيمكن أن تعمل بشكل عكسي باستخدام شخص مكروه أو غير مؤهل أو غير مقبول (جونسون كارتني و كوبليند، 2004). إن هذه التقنية تعمل على معرفة الكيفية التي تعمل بها صفحة المنسق للتأثير بالجمهور من خلال تحليل المنشورات وفقاً للاقتباسات والأفكار المأخوذة من شخصيات اعتبارية أو تجارب عملية أو أرقام وإحصائيات تجعل من رسائلها قوية في سبيل تمرير أهدافها المخفية.

الناس البسطاء (Plain Folks): تقنية تقوم على ارتداء ثوب البساطة للفوز بمحبة وثقة الجماهير وعادة ما يستخدمه السياسيون والقادة عند التعامل مع الجماهير والظهور في مظهر المواطن البسيط والعادي الذي لا يختلف عن باقي الشعب في تصرفاته واهتماماته. (المصدر، 2016، صفحة 111) فمن خلال هذه التقنية يتم رصد المظاهر والأشكال التي تحاول صفحة المنسق أن تبين نفسها في سبيل كسب ودّ وتعاطف الجمهور المستهدف.

البطاقة الراحبة (Card Stacking): تقنية تحاول التأثير من خلال توظيف فنون الخداع من أجل إقناع الجمهور بمواقفه وأفكاره ومعتقداته وسياساته، فيلجأ لانتقاء الحقائق التي تصب في مصلحته والكذب والتزييف أو يستشهد بمصادر محددة ويتجاهل أخرى أو جذب الانتباه لقضايا أقل أهمية. وهذا العرض الانتقائي أو التأطير يسعى لكسب دعم الجمهور المستهدف للسياسيين أنفسهم أو منظماتهم أو أفكارهم (جويت و دونيل، 2014). وتظهر هذه التقنية آليات عمل صفحة المنسق في كتابة رسائلها المختلفة المبنية على أجزاء من الحقيقة على حساب إهمال عناصر الكذب والخداع لبيان صورتها الإيجابية.

اللاحق بالركب (Band Wagon): تقنية تركز في تحقيق أهدافها على ميل الفرد الفطري نحو الانتماء للجماعة ومسايرة الاتجاه السائد والنمط الموجود وله مسميات عدة مثل غريزة القطيع

والجوقة الموسيقية. ويحاول القائم بالاتصال إقناع الأفراد بتبني فكرة معينة أو مسلك محدد بحجة أن الجماعة تتبنى نفس الفكرة أو النهج لذلك عليهم اللحاق بالركب وعدم تقويته (بوز، 2011). وتساهم تقنية اللحاق بالركب في معرفة آليات عمل صفحة المنسق القائمة على التأثير تجاه الجمهور مستغلة الميول الفردية الفطرية نحو الانتماء للجماعة لتجعل من الفرد منساقاً وراء أفكارها وأهدافها الخفية بناءً على إظهار الجماعات بصورة إيجابية داعمة لسياسة المنسق.

وفيما يتعلق بالنموذج النظري للبحث، فإنّ نموذج العلاقات العامة الاتصال ذي اتجاهين غير المتوازن يعتبر أحد نماذج جرونج، ويمتاز هذا النموذج بأن عملية الاتصال باتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المؤسسة، لكن عملية الاتصال غير متوازنة، إذ تحاول العلاقات العامة التأثير على الجمهور وإقناعه لمصلحة المؤسسة، ولا تحاول تعديل سياساتها وبرامجها بما يتماشى ومصالح الجمهور (عبد الأمير، 2011، صفحة 177). كما أن المعلومات التي تتدفق من المصدر لا تتوزع بشكل عادل على مختلف نوعيات الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة، كما أنها تركز على المعلومات الضرورية وذات التأثير والتي يتم توصيلها للجمهور للتأثير على اتجاهاته وسلوكه من خلال الإقناع (السالم، 2006، صفحة 156).

إن استخدام هذا النموذج ينسجم مع مشكلة البحث، كون الدراسة تبحث في استكشاف الكيفية التي تلجأ إليها قوى الإحتلال في تسخير كل ما يتاح لها من مخرجات تكنولوجيا الإتصال ومنهجيات العلاقات العامة في تحقيق أهدافها المعلنة وتلك الخفية من خلال صفحة "المنسق" على موقع التواصل الاجتماعي، والتي تمتلئ بمختلف المنشورات النصية والصورية والمقاطع التسجيلية المركزة على المنفعة المتبادلة لسياسة الإدارة المدنية التابعة للحكومة الإسرائيلية تجاه المواطنين الفلسطينيين. فمن خلال التواصل ذي اتجاهين مع الجمهور والتفاعل معهم والرد على استفساراتهم واتباعها نهج السهولة والسرعة والفاعلية في التعامل معهم، بغض النظر عن ما تحيكة سلباً من وراء الصفحة والأهداف المبطنة غير العلنية، والتي تبدو موجهة لمصلحة المرسل بصورة واضحة للمتعمق في السياسة الإسرائيلية والخلفية التاريخية. بالوقت الذي يغيب فيه التواصل الفلسطيني الرسمي (أي هيئة الشؤون المدنية الفلسطينية) مع المواطنين. تستهدف إسرائيل الوعي الفلسطيني إما من أجل تجنيد عملاء جدد لصالح إسرائيل وإنهاء حالة العداء والصراع معها من خلال رسائلها

عبر قنوات التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع الفيسبوك. فهي تتواصل مع المتابعين عبر صفحة المنسق وترد على تساؤلاتهم واستفساراتهم وتتفاعل مع تعليقاتهم، في الوقت لكن فعلياً لا نجد أي تعديلات على سياسات إسرائيل فيما يخدم مصلحة الشعب الفلسطيني.

الإطار المفاهيمي للدراسة:

يعتبر الإطار المفاهيمي للبحث هيكلاً لفكرة ومشكلة البحث التي يسعى الباحث إلى دراستها فكون الدراسة الحالية تتعلق بكيفية تأثير العلاقات العامة الرقمية الإسرائيلية على المجتمع الفلسطيني من خلال تحليل صفحة المنسق الموجهة باللغة العربية، لذا من الهام توضيح بعض المفاهيم ذات العلاقة بمشكلة البحث. وتم تقسيم الإطار المفاهيمي إلى ثلاثة مفاهيم ترتبط ارتباطاً وثيقاً مع مشكلة البحث على النحو التالي:

- العلاقات العامة الرقمية
- القوة الناعمة
- التواصل السياسي وبناء العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

حيث تم اختيار هذه المفاهيم وفقاً لمشكلة البحث التي تتمثل بدراسة كيفية تأثير العلاقات العامة الرقمية الإسرائيلية على المجتمع الفلسطيني من خلال صفحة المنسق التابعة لإسرائيل والموجهة إلى الشعب الفلسطيني، فمن الضروري معرفة مفهوم العلاقات العامة الرقمية المبنية وكيفية توظيفها إسرائيلياً لكسب الاستجابة الطوعية من الجمهور المستهدف، والقوة الناعمة التي ترتبط بالعلاقات العامة كونها تقوم على آليات وأساليب لتحقيق عملية التأثير المخطط لها وفقاً لأهداف القائم بالاتصال، إضافةً إلى مفهوم التواصل السياسي كون الدراسة تبحث في المجال السياسي وكيفية بناء العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي واختيار هذه المواقع تحديداً دون غيرها لأن الدراسة تبحث في العلاقات العامة الرقمية التي تعنى بتوظيف مهامها وأهدافها من خلال الوسائل الرقمية الحديثة وموقع الفيسبوك واحد من هذه المواقع الإلكترونية القائم على التفاعلية.

العلاقات العامة الرقمية:

من الصعب التطرق لمفهوم العلاقات العامة الرقمية وتوضيحه دون الإشارة إلى العلاقات العامة التي تعتبر أساساً للعلاقات العامة الرقمية حيث تعرف العلاقات العامة بأنها "عملية مخططة من الجهود تقوم بها الدولة أو المؤسسة أو حتى الأفراد لنيل ثقة الجمهور وتلبية احتياجاتهم، وفق منظومة تفاهم لطرفي الاتصال ووفق سياسات وإجراءات ممكنة ومرغوبة ومشروعة" (عجوة، كتاب الأسس العلمية للعلاقات العامة، 2000، صفحة 24). وإذا نظرنا لمصطلح العلاقات العامة الرقمية نجده مكماً لتعريف العلاقات العامة، والذي عرفته جمعية العلاقات العامة الدولية بأنه "قيام الإدارة المعنية (العلاقات العامة) بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الاعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع" (الزعبي، 2016). ولهذا فإن العلاقات العامة الرقمية تهدف لتحقيق الأهداف ذاتها التي تسعى إليها العلاقات العامة التقليدية المتعلقة بجماهير المؤسسة المختلفة والمجتمع، لكن الفارق يتمثل بأن الأولى تعتمد بالأساس على تسخير وتوظيف تقنيات وأنظمة الاتصال الحديثة والرقمية من أجل إنجاز مهامها وأهدافها، بينما الأخرى تستند للوسائل التقليدية كأدوات يستخدمها ممارسوها.

وبناءً على ما طُرح، فإنّ العلاقات العامة التقليدية والرقمية عمليات تواصل تربط بين المؤسسات المختلفة بمحيطيها الداخلي والخارجي لتكونا قادرتين على إيصال برامجهما وقيمهما وأفكارهما، بالإضافة إلى السعي لتعزيز الثقة والتفاهم والشفافية والقدرة التنافسية. إن طرح العلاقات العامة الرقمية يبين الأثر الكبير للتطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة التي شملت كل القطاعات وأصبح من الصعب ممارسة العلاقات العامة بشكل روتيني واقتصارها على الأدوات التقليدية، خاصة وأن العلاقات العامة تصب اهتمامها وأهدافها على الجمهور الذي أصبح مرتبطاً بمختلف الوسائل التقنية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. فبعد أن كانت المؤسسة تنشر مقالاً أو إعلاناً لها على الصحف أو الاذاعة أو التلفاز، أصبحت تبحث أكثر حول أكثر التقنيات والوسائل الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل جمهورها، وهذا يعد جزءاً هاماً في عمل العلاقات العامة بأن تدرس جمهورها وتختار الوسيلة المناسبة لتوصل رسائلها له.

كما يُظهر ذلك، خاصة يمتاز بها مجال العلاقات العامة والاتصال وهي سرعة التطور والتحديث كونه من أكثر المجالات الأكاديمية والمهنية توسعاً وتطوراً وتختلف فيه الكثير من التفاصيل بناءً على الظروف الزمانية ليكون مواكباً لكل التغيرات. خاصةً في ظل الكم الهائل من المعلومات التي باتت تتمتع بسهولة الاستعمال والتكلفة التي وفرت على ممارسي العلاقات العامة مناخاً ملائماً للقيام بعملهم وفرضت عليهم مراجعة أساليبهم ووسائلهم التقليدية (هتيمي، 2015، صفحة 26). وبالتالي تعتبر العلاقات العامة الرقمية بأنها الجيل الثاني من العلاقات العامة بنمطها التقليدي، والتي ترتبط أساساً بظهور الانترنت وتطور أدوات الاتصال الحديثة، واستثمار الوسائط الرقمية الجديدة في سياستها من أجل خدمة أهدافها. فأصبحت تشكل نظام دعم للعلاقات العامة بنمطها التقليدي في تحقيق أهدافها وإيصال رسائلها وإنجاز مهامها المنوطة بها.

فالعلاقات العامة الرقمية بتعريف الباحثة فن التواصل وإدارة وتعزيز سمعة المؤسسة من خلال العالم الإلكتروني بمختلف وسائطه حسب حاجة المؤسسة أو المنظمة وبما يتناسب مع أهدافها وجمهور ومتطلباتها. ودائماً ما تسعى العلاقات العامة إلى بناء العلاقات الوثيقة مع محيط المؤسسة الداخلي والخارجي بصورة إبداعية وبشكل غير تقليدي، خاصةً لارتباط هذا المجال بصفة الإبداع والتفكير خارج الصندوق والتفاعلية في حل المشكلات وتحقيق الأهداف، وهذا ما سهله التكنيات الحديثة والوسائط الرقمية لما تمتاز به من تشاركية وسرعة.

ولا يمكن تجاهل أمراً هاماً وأساسياً في أداء العلاقات العامة، ألا وهو الحصول على التغذية الراجعة فيما يتعلق بأعمالها المنجزة كونها تقوم على أساس التواصل باتجاهين بين المؤسسة والجمهور، فالوسائط التقنية الحديثة ساعدتها على تحقيق ذلك بشكل سريع وواضح، مما سهل على ممارستها استثمار هذه الوسائط بالطريقة المناسبة لمعرفة ما إذا كانت تعمل في المنحى الصحيح من خدمة مصالح المؤسسة، أم أن عليها تغيير محتواها بما يتوافق مع احتياجات وسمات جمهورها، الأمر الذي يعد أساساً في نهج عملها وفرصة نجاحها في سوق يتصف بالمنافسة العالية وسرعة تغييره بين حين وآخر. وبهذا ترى الباحثة أهمية مواكبة دوائر العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها وأشكالها سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو إجتماعية وغيرها، لكل ما يطرأ ويستجد من ظروف وتطورات لتحافظ على سمعتها وقوتها ومكانتها

بين مختلف المنافسين الذين ينتهزون أي فرصة للتفوق على غيرهم بشتى الطرق والوسائل. وبناءً على هذا تجد الباحثة مدى التوافق بين توظيف إسرائيل والعلاقات العامة الرقمية من خلال تواصلها مع جمهورها المستهدف الناطق باللغة العربية وتحديدًا الشعب الفلسطيني المحتل عبر فترات زمنية مختلفة، فرسائلها أصبحت توضع في إطارات وتصاغ بشكل رقمي مستغلةً مزايا مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة المبنية على التفاعل المتواصل بين القائم بالاتصال والمستقبل بعد أن كانت رسائلها غير ظاهرة نوعاً ما فأصبحت في الوقت الحالي تقوم بالعملية الاتصالية لتكون المصدر الصريح والواضح للرسائل الموجهة المبنية على حاجات الجمهور، فنجدها تبني الصفحات الالكترونية عبر مختلف المنصات التي أضحت وسائل أساسية يستخدمها الأفراد.

القوة الناعمة:

انتهجت الكثير من الأمم على مختلف العصور والأزمان العديد من السياسات والخطط في سبيل التأثير على دول أخرى من أجل تحقيق أهدافها المرصودة، بقوى وطرق ووسائل معينة للسيطرة على أراضي الغير ومقدرات شعوبها وغيرها من الآمال. يعد مفهوم القوة من المفاهيم الأساسية في علم السياسة والتي تعتبر الحاكم الأساس للعلاقات بين الدول والقدرة على التأثير في سلوك الآخرين، وفرض السيطرة عليهم. حيث عرفها فريدريك بأنها إنشاء علاقة تبعية بين طرفين يستطيع من خلاله الطرف الأول أن يجعل الطرف الآخر يفعل ما يريد والتصرف بطريقة تضيف إلى مصالح مالك القوة (أبو حلاوة، 2015، صفحة 3).

ومن بين القوى التي لطالما استخدمتها الدول، القوتان العسكرية والاقتصادية في مهاجمة دولة أخرى من أجل إحكام قبضتها وسيطرتها عليها. ويرى جوزيف ناي بهذا الخصوص أن القوتين العسكرية والاقتصادية مثالان للقوة الصلبة التي يمكن استخدامها لإقناع الآخرين بتغيير مواقفهم. فالقوة الصلبة بالإمكان أن تستند إلى سياسة العصا والجزرة، هذه السياسة التي تشير إلى أمرين أساسيين وهما الإقناع والتهديد. والتي تركز أساساً على نوعية وكم السكان والموقع الجغرافي، والموارد الطبيعية وقدرات السكان التقنية والصناعية والامكانيات العسكرية ونظام الحكم (ناي، 2007، صفحة 24).

وتطرقت الباحثة إلى القوة الصلبة للوصول إلى تعريف مفهوم القوة الناعمة الذي سيتضح من خلاله الفرق بينهما، فالقوة الناعمة تعتبر إحدى القوى المستخدمة سياسياً ودولياً من أجل تحقيق الأهداف المنشودة لكن بصورة مختلفة عن القوة الصلبة. حيث عرفها جوزيف ناي بأنها " القدرة على التأثير في الأهداف المطلوبة، وتغيير سلوك الآخرين عند الضرورة والقدرة على الحصول على ما تريد من خلال الإقناع والجذب وليس الإكراه" (ناي، 2007، صفحة 40). وبالتالي التأثير من خلال الجاذبية التي يمكن نشرها بعدة وسائل وطرق، مثل: الثقافة الشعبية، الدبلوماسية العامة والخاصة، المنظمات الدولية ومجمل الشركات والمؤسسات التجارية العاملة. ويحصر (ناي) القوة الناعمة لأي دولة من الدول الكبرى الفاعلة في العالم، بعناصر محددة تتمثل بالثقافة العامة الجاذبة للآخرين، والقيم السياسية والالتزام بها داخلياً وخارجياً ووقت السلم والحرب، بالإضافة إلى السياسة الخارجية المنتهجة ودرجة مشروعيتها وقبولها الطوعي من طرف دول العالم وشعوبه. وبالتالي تعني القوة الناعمة على وجه التحديد أن يكون للدولة قوة روحية ومعنوية من خلال ما تجسده من أفكار ومبادئ وأخلاق، ومن خلال الدعم في مجالات حقوق الإنسان والبنية التحتية والثقافة والفن، مما يؤدي بالآخرين إلى تقدير هذه القوة من خلال احترام الأسلوب، والإعجاب به، ثم اتباع إرشاداته (السماري، 2018).

وبعد توضيح مفهوم القوة الناعمة بهذه الصورة، تجد الباحثة مدى الانسجام بين القوة الناعمة، التي تعتمد على الجذب بشكل أساس دون إكراه أو تهديد، والعلاقات العامة التي تبحث بالأساس في الطرق الجاذبة للحصول على الاستجابة الطوعية من قبل الجمهور المستهدف، الأمر الذي أصبح شائعاً في تحقيق مختلف الأهداف التي تضعها المؤسسات والشركات بشتى أنواعها وأشكالها. حيث غدت القوة الناعمة أسلوباً مهماً في التأثير على العقول وكسب العواطف ومعرفة سلوك الشعوب واتجاهاته وميوله، ويعد قبول الآخر بعقلية منفتحة من أبرز عوامل صعود القوة الناعمة التي تعددت أساليبها وتنوعت أشكال تقديمها، وأسهمت في الإقناع والتأثير بشكل أكبر من النمط التقليدي المعتمد على القوة بشكل أساس لتحقيق الأهداف والمكاسب. كما تجد مدى التلاؤم والاتساق بين الألية التي تعمل بها إسرائيل في الوقت الحالي عند بثها الرسائل إلى جمهورها المستهدف والذي يتمثل في الدراسة الحالية بالشعب الفلسطيني الناطق باللغة العربية، فرسائلها

تصاغ من خلال صفحة المنسق بصورة إيجابية وكأنها داعمة لهذا الجمهور وملبية لحاجاته وملامسة لمشاكله لكن قد يكون هذا في العالم الافتراضي، لأننا نجد بالمقابل المواقف والانتهاكات التي تمارسها فعلياً على أرض الواقع تجاه ذات الجمهور. وهذا يقودنا إلى التفكير بأنها تعمل وفقاً لمفهوم القوة الناعمة لتمرير أهدافها وتحقيقها بشكل بعيد كل البعد عن فرضها للأمور بشكل قصري في سبيل التأثير بصورة فاعلة ومنظمة. لذا يتوجب دراسة وتحليل كيفية عملها وفقاً لهذا المنظور عبر تحليل الرسائل الموجهة من قبل القائم بالاتصال "المنسق" وردود المستقبل "الشعب الفلسطيني".

التواصل السياسي وبناء العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إنّ كثير من الأفعال التي يقوم بها الإنسان تعتبر عمليات إتصالية والاختلاف بين هذه الأفعال والسلوكيات الانسانية من الجانب التواصلية يتمثل باختلاف الدلالات التي تحكمها، فالإنسان هو منتج ومستهلك نشط للعلامة التي تجعل منه كائناً متواصلاً بشكل فعلي، وفعله أو سلوكه خلال هذه العمليات يتناوب بين إرسال رسالة واستقبال رسالة ما تتضمن مرحلتين الترميز وفك الترميز. فالحاجات الإنسانية المختلفة مرتبطة بالأمن والتقدير وتحقيق الذات والتعبير وتبادل العواطف وفهم العالم الخارجي وغيرها. وبناء على هذه الحاجات يمكن التمييز بين مستويات عدة وأنواع مختلفة من التواصل مثل التواصل الاجتماعي، التربوي، الاقتصادي، الديني والتواصل السياسي وغيرها. وكل نوع من هذه الأنواع يتميز ببلورة آليات خاصة لتحقيق فعاليتها وتجاوز العقبات التي تعترضها.

وفي مفهوم التواصل السياسي نجد عدة تعريفات وشروحات، يقول فيه وولتن بأنه "الفضاء الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة للفاعلين الثلاث الممتلكين لشرعية الحديث علناً عن السياسة، والمتمثلين في الساسة والصحفيين، والرأي العام المتمثل باستطلاعات الرأي" (موساوي، 2018، صفحة 39). ويؤكد محمد البشر على نشاط الإعلاميين والصحفيين في صنع القرارات والمشاركة في التواصل السياسي ويعطي اهتماماً بالجمهور الذي يعتبر عنصراً هاماً ومحورياً من عناصر التواصل السياسي، حيث يرى "أن وسائل الاتصال الجماهير هي وسيلتهم على مستوى

الاتصال الشخصي أو الجمعي من خلال المناقشات التي تدور بين أفراد المجتمع حول قضايا البيئة السياسية" (البشر، 2000، صفحة 16). ووضحه لورد لسمان (سنة النشر) بأنه الإرسال الإداري لرسالة سياسية من مرسل إلى مستقبل بهدف جر المستقبل في اتجاه لا يستطيع معه التفكير في غيره. وهذا يشير إلى أهمية عنصر التأثير وتحقيق الهدف المنشود من إرسال الرسائل السياسية التي لا يمكن إرسالها دون تحديدها بشكل دقيق ومناسب للجمهور المتلقي لتستطيع أن تتجح. فالرسالة السياسية تسعى للتأثير في الآخر ودفعه لأخذ قرار بشأن قضية ما، من خلال إنشاء نوع من الانفعالات والمشاعر والأحاسيس، والتي تتم من خلال خلق نوع من المشاركة الإيجابية الفعالة فيما يطرحه المرسل، فهي مثلها مثل أي رسالة تواصلية أخرى لا بد أن تحقق تقاسماً للمعاني مع الفاعلين الآخرين. فالاتصال لا يحدث إلا من خلال تنشيط العقول للمشاركة في المعنى (بروتون، 2013، صفحة 81). وبالتالي كي يتحقق التواصل السياسي يستدعي النشاط السياسي الذي يعتبر مضمون العملية الاتصالية السياسية، وكذلك القائم بالاتصال إما الساسة أو الإعلاميون وعامة أفراد الشعب، بالإضافة إلى الهدف الذي يتضمن الأثر المقصود من الرسالة.

إن الحديث عن التواصل يضعنا بشكل مباشر أمام نماذج متعددة، ويرجع بالأساس إلى تنوع المقاربات المعرفية التي اهتمت به من جهة، وإلى الفقرة النوعية التي عرفها مجال الاتصال في السنوات الأخيرة بفعل تطور وسائل الاتصال والإعلام. ومن أوائل من بحث ووضع النماذج التواصلية السوسيولوجي الأمريكي هارولد لاسويل الذي اهتم بالعملية التواصلية وحدد المكونات الأساسية للعملية التواصلية بالمرسل، الرسالة، القناة، المستمع والهدف. ونجد من خلال هذا النموذج تركيز لاسويل على الطرح الأحادي الاتجاه فهو ركز على الأثر الذي تتركه الرسالة، مغفلاً حقيقة التواصل التفاعلية بين المرسل والمستقبل (موساوي، 2018، صفحة 38).

والمتتبع للتواصل السياسي يلاحظ مدى التحول والاختلاف الذي طرأ على عملياته، ففي البداية كان يتمثل بتواصل الحكومة بالمنتخبين، ثم اهتم بتبادل الخطابات السياسية بين رجال السياسة في السلطة ونظرائهم في المعارضة خاصة في الحملات الانتخابية، ليتسع بعدها ويشمل دور وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وبالتالي التغير يعتمد على الظروف المحيطة والأهداف المنشودة وطبيعة العصر ومزاياه. وبما أنه لا يمكن اتمام عملية تواصل سياسية دون هدف محدد،

فإن بناء العلاقات مع الجماهير المستهدفة يعتبر هدفاً هاماً لدى الشركات والمنظمات المختلفة، خاصة في ظل التطور التكنولوجي ووسائل التواصل والوسائط المتعددة أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت المجال للتواصل بصورة أسهل وأسرع وأكثر تأثيراً. ولتحقيق هذا الهدف لا بد من المعرفة التامة وتحديد الآليات للوصول له، ودراسة الجمهور المستهدف ومعرفة كيفية التأثير فيه للحصول على الاستجابة الطوعية له.

وتجد الباحثة أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يتفق كثيراً مع أهداف المنظمات السياسية التي تسعى إلى بناء علاقات إيجابية مع جمهور ما لتجميل صورتها وسمعتها من خلال إشباع توقعاته ودوافعه خاصة إذا كان الجمهور المستهدف شعوب دولة محتلة. علماً أن هذا المدخل ينتمي إلى النظرية الوظيفية في علم الاجتماع ويولي أهمية خاصة للوظائف التي يؤديها الاتصال السياسي بالنسبة للجمهور المشارك في عملية الاتصال في ضوء ما لديه من دوافع أو إشباعات أو توقعات. وتتركز استخدامات مدخل الاستخدامات والاشباعات في دراسة الاتصال السياسي بمجالين هامين، الكيفية التي يدرك بها أفراد الجمهور الموضوعات والقضايا التي تعرضها الوسائل المختلفة على أنها قضايا وموضوعات سياسية، والمجال الآخر هو الاهتمام بتحليل التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام وعلاقتها بالسلوك السياسي في المجتمع. وهذا يتفق مع العلاقات العامة التي لا يقف عملها عند إيصال رسائلها المدروسة لجمهورها المستهدف، بل تبحث ما بعد ذلك من خلال تحليل ردود الأفعال والاستجابات الطوعية لتكون ناحجة في عملها الذي يرتبط في الأساس بعملية التأثير للحصول على موقف مطلوب ومرغوب دون الإكراه أو الطلب بالشكل المباشر.

وإذا نظرنا إلى مواقع التواصل الاجتماعي بمزاياها المتعددة وخصائصها الهامة، أتاحت عملية التسويق السياسي وبناء الصور الذهنية وتجميل وتحسين سمعة المؤسسات والمنظمات المختلفة أمام جماهير واسعة بشكل فعال ومؤثر من خلال أمور عدة، أهمها: تتيح صفحات مواقع التواصل الاجتماعي معرفة الآراء والأفكار المنتشرة من قبل المستخدمين، كما أنها تسهل عملية دراسة الجماهير وتحديد المستهدف منها بالنسبة لكل منظمة أو شركة بغض النظر عن نوعها وشكلها، ولا يمكن إغفال التفاعلية التي توفرها هذه المواقع وتجعل من عملية التواصل فعالة كونها

باتجاهين وليس باتجاه واحد. فأصبح الجمهور مشارك ومتفاعل بعد أن كان متلقياً للأفكار والآراء والقرارات. وهذا يتفق مع نموذج جرونج الرابع "ثنائي الاتجاه المتوازن" الذي تولي فيه العلاقات العامة أهمية عالية للجمهور فتركز اتصالاتها على إقناعه ومحاولة التأثير فيه وتعتقد أن للجماهير قوة تأثير تعادل قوة تأثير المنظمة وبالتالي تكون مستعدة لتعديل سياساتها وقراراتها وخطتها بما يحقق التفهم لرغبات الجماهير (الدليمي، 2015، صفحة 71).

كما عملت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة على توفير التغذية الراجعة للمؤسسات في حال اتخذت قراراً ما أو قامت بنشر فكرة معينة، بحيث أصبحت تتمكن من معرفة رأي الجمهور المستهدف بكل سهولة، لتكون في وقتها قادرة على تحديد نقاط الضعف والقوة. فالتغذية الراجعة السريعة تساهم في صناعة القرارات المستقبلية ومعرفة طرق وآليات التأثير المناسبة التي تكون الاستجابة الطوعية نتاج لها. وتعد الصفحة الإسرائيلية "المنسق" على الفيسبوك مثالاً على بناء العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي، فإن "الصفحة تهدف إلى تكريس علاقات شبه شخصية مع رواد التواصل الاجتماعي من الفلسطينيين، فهذا الأسلوب-برأيه- "أكثر إقناعاً للفلسطينيين خاصة حين يتاح المجال للطرف الآخر التواصل والتفاعل والاستفسار" (حيدر، 2017).

مراجعة الأدبيات:

لقد استخدم اصطلاح العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع عشر، إلا أنه أصبح شائعاً بمعناه الحديث في منتصف القرن العشرين وذلك من الناحيتين النظرية والتطبيقية، وقد تمثل ذلك في العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية وفي اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أنحاء العالم (أحمد و الشامي، 2009، صفحة 14).

إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة بين اطراف لها مصالح مشتركة بين أي مؤسسة سواء كانت تجارية أم صناعية أم خدمية أم اجتماعية أو سياسية. ويتضح أن العلاقات العامة تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار اجتماعية بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب تأييد الجماهير وضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها وأنواعها (ريفرز، بيترسون، و جنس، 1975،

صفحة 289). ويهتم نشاط العلاقات العامة بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى، وتوطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين، الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير (إمام، 1968، صفحة 7).

تعددت تعريفات العلاقات العامة من قبل الباحثين والمختصين، حيث بين جريزوليد في نشرته الدورية (أنباء العلاقات العامة) أنها "الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصلحة الجمهور وتنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه" (عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، 1988، صفحة 17). وعرفها إدوارد بيرنيز بأنها: "التوصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها" (بيرنيز و آخرون، 1959، صفحة 11). ووضحها سام بلاك بأنها: "اتصال ذو طرفين لجل المشاكل والمنازعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع، وذلك بالتوعية عن الوجه الصالح لتبادل المنفعة" (بلاك، 1972، صفحة 6). ونجد من خلال ما سبق، الاتفاق على أن العلاقات العامة قائمة على الاتصال باتجاهين من أجل تبادل المنفعة وخلق التواصل الفعال من خلال الإقناع والموائمة بين أهداف ومصالح الطرفين.

وفيما يتعلق بهدف العلاقات العامة وهو التأثير، لا بد من الإشارة إلى أن الإقناع في العلاقات العامة لا يتم استناداً للأساليب البلاغية والكلام الفصيح فقط، بل يعتمد على الأساليب العلمية في التأثير، بالاستعانة في الحقائق والأرقام والوقائع في توضيح أهداف المؤسسة للجماهير ويقوم على دراسة الجماهير للتعرف على خصائصها، ها خاصة ميولها واتجاهاتها ورغباتها وأفكارها وبذل الجهود المخططة المستمرة للتأثير في هذه الميول والاتجاهات والرغبات، لأن التأثير في الفرد أصبح عملية معقدة تحتاج إلى الاستعانة بالعلوم التطبيقية كالعلوم الاجتماعية والاحصائية. وهذا يعني أن نشاط العلاقات العامة لا يكون فعالاً دون الاستناد إلى الأساليب العلمية والكمية ومنها بحوث الرأي العام ويعتبر هذا سمة من سمات العلاقات العامة.

ويعتبر الرأي العام سبباً من أسباب جعل العلاقات العامة هامة بشكل كبير، نتيجة لتطور المجتمعات وتقدمها التي بدأت تحترم إرادة الانسان وحقه في التعبير عن رأيه دون وساطة، فأصبح المواطن قوة لا يستهان بها وأصبحت أجهزة الحكم في خدمته والذي تدور حوله كل سياسات الانتاج والتسويق والخدمات وغيرها، كما أصبح للرأي العام قوة وتأثير ودور أساسي في قيام الحكومات أو إسقاطها مما دعا الحكومات والمؤسسات إلى الاهتمام بالرأي العام من خلال شرح سياساتها بهدف تهيئة أذهان الجمهور وتعبئته لقبولها وتأييدها. حيث قام علماء النفس والاجتماع والرأي العام بدراسة سلوك الأفراد والجماعات والمجتمعات للوقوف على أساليب التأثير والتأثر وطرق التغير والتحول في القيم والمفاهيم والعواطف والمشاعر وفي السلوك والتفكير، الأمر الذي أعطى العلاقات العامة دفعة قوية إلى الأمام (أحمد و الشامي، 2009، صفحة 52). علماً أن الرأي العام ليس جامداً بل حيوي يتغير في ظل الظروف والعوامل والأحداث التي يواجهها الجمهور العام والخاص، فهم يميلون إلى تغيير مداركهم وآرائهم إذا كانت المعلومات التي تتوافر لهم من مصادر مختلفة تتعارض مع خبرات ومعلومات سابقة لهم، وأن لوسائل الاتصال والإعلام دوراً مهماً في إعلام الجماهير بالإكار والمعلومات الجديدة وتغير المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجموعة قد يجعلهم يعيدون النظر في آرائهم وأفكارهم وتتطبع اتجاهاتهم بالإطار الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الجديد. وقد يتغير اتجاه الرأي العام بفعل الشائعات والحملات المنظمة وخاصة في أوقات الأزمات حيث يميل الأشخاص إلى تصديق ما يشاع من شائعات تتفق مع اتجاهاتهم النفسية كذلك يكون للدعاية دور في تغيير الرأي العام من خلال نشر أفكار معينة تتفق مع الميول النفسية للأشخاص. وفي ذات السياق تلعب عملية الاتصالات وتطورها دوراً أساسياً في تسهيل أو تعقيد عملية أداء الفرد لعمله من خلال تأثيرها على رغبات وآراء العاملين والجمهور الخارجي (وكر، 1976، صفحة 118)، ووفقاً لما طرح يتضح أن للعلاقات العامة أهمية في العصر الحديث - عصر العلم والمعلومات الذي يمتاز بوسائله الحديثة في الاتصال والاعتراف بحساسية الرأي العام وأهميته، حيث تتمكن العلاقات العامة من تحقيق أهدافها والتي تسعى في نهاية المطاف إلى الحصول على الاستجابة الطوعية المبنية على التأثير.

يتحدد دور العلاقات العامة في المجال السياسي في تعميق وعي الجماهير وإيمانها بسياسة الدولة وخططها لتحسين هذه الجماهير ضد محاولات التشويش وكذلك لضمان مساهمة الجماهير في مسيرة البناء، نشر الوعي السياسي لدى الجماهير وحثهم على المشاركة السياسية في إبداء الرأي بخطط قرارات الدولة من خلال الممارسة الديمقراطية السليمة وإشاعة سياسة التنمية من أجل التعجيل بعملية التنمية وتحقيق أهدافها عبر وعي الجماهير، تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث وإيضاح آثارها لغرض تكييف الجماهير مع هذه التغيرات والقرارات التي تصدر بصددتها وعدم مفاجأتها وبالتالي تعجز عن فهمها مما يكون رد فعلها سلباً، إضافة إلى تنمية الحاسة السياسية لدى العاملين في أجهزة الدولة بمعنى أن يمتد تصورهم وفكرهم واهتماماتهم إلى استكشاف الأبعاد السياسية للقرارات والإجراءات والمشكلات التي تعرض عليهم فالوعي السياسي يهدي العاملين إلى توخي الغايات السياسية لأعمالهم ونشاطهم وإلى الحرص على ربط سياسة التنفيذ بأهداف السياسة العامة المرسومة من قبل قيادة الدولة (عجوة، العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر، 1977، الصفحات 30-40).

وفقاً لما سبق، فإن العديد من الدراسات ركزت على العلاقات العامة ودورها في المؤسسات المختلفة ودورها في الاتصال ذي اتجاهين، حتى فيما يتعلق بالجانب السياسي فإن أغلب الدراسات فسرت ووضحت العلاقة بين الحكومات وشعوبها وليس علاقة دولة مُحْتَلَّة بشعب آخر لا تملكه فعلياً بل تحاول السيطرة عليه واحتلال فكره وعقله، لذا فإن الدراسة الحالية تسعى إلى ملء الفجوة العلمية والأكاديمية والمعرفية في هذا المجال من خلال دراسة دور العلاقات العامة الرقمية التي تمارسها دولة احتلال تجاه شعب آخر. كما إن العديد من الدراسات اتخذت نظريات عديدة تابعة لحقل العلاقات العامة والاتصال مثل نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية التميز، نظرية ترتيب الأجندة وغيرها، إلا أنه وفقاً لمشكلة الدراسة الحالية، فإن نظرية الاستخدامات والاشباع والتأثير انسجمتا تماماً مع إشكالية الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها كون الدراسة تبحث في الكيفية التي تؤثر بها العلاقات العامة الرقمية الإسرائيلية على المجتمع الفلسطيني وفقاً لاحتياجات هذا المجتمع ودوافعه من خلال منصة موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وتحديداً صفحة (المنسق) في سبيل الحصول على الاستجابة الطوعية. إضافة إلى محاولة الدراسة الحالية معرفة الأطر التي تستخدمها

صفحة (المنسق) في طرح الموضوعات والقضايا الأمر الذي يجعل من نظرية التأطير نظرية مناسبة تماماً للحصول على البيانات وجمعها. وتحديد التقنيات الدعائية التي توظفها الصفحة والكيفية التي يتم توظيفها من أجل تحقيق عملية التأثير.

الدراسات السابقة:

ضمن نطاق اطلاع الباحثة، فإنّ معظم الدراسات السابقة في مجال الدراسة الحالية تبحث إما في شؤون دول عربية (مثل الكويت) أو أجنبية (مثل الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها) من منطلق تأثير مواقع التواصل الاجتماعي أو الصحف أو الدبلوماسية الرقمية. لكنّ الدراسة الحالية تبحث في مجال العلاقات العامة الرقمية وتحديدًا في الجانب السياسي-الاجتماعي كونها تدرس آليات تأثير تستخدمها دولة احتلال تجاه دولة مُحْتَلَّة وبالتالي ظروف مجتمع البحث مختلفة.

كما إن أكثر الدراسات السابقة الأجنبية المستندة عليها الدراسة الحالية في إطارها النظري اتخذت من الصحف والمجلات وبعض المواقع الالكترونية مواد للتحليل وإيجاد التقنيات الدعائية فيها بينما الدراسة الحالية تستند على مواد منصة الفيسبوك التي تعتبر واحدة من منصات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن طبيعة المواد المنشورة تختلف بين منصة وأخرى تبعاً للجمهور المستهدف ومزايا المنصات التي تتطلب نوعاً خاصاً من الصياغة والكتابة في إعداد الرسائل الموجهة وشكلها ونوعها، الأمر الذي يجعل من النتائج مختلفة. كما إن بعض الدراسات السابقة تناولت إما مواضيع تتعلق بالخطابات السياسية في فترة الانتخابات وغيرها وبالتالي كانت تقنية العموميات البراقة Glittering Generality أبرز نتائجها فالخطابات مليئة بالعبارات الرنانة لجذب الجمهور الداخلي (الشعب). إضافة إلى أن أغلب الدراسات السابقة استخدمت أداة واحدة في الحصول على البيانات، بينما تميزت الدراسة الحالية بأن تكون نموذجاً للبحث المزودج المبني على معلومات كمية ونوعية باستخدام أداة تحليل المحتوى والمقابلات النوعية.

ونظراً لقلة الأبحاث والدراسات السابقة العربية المتناولة موضوع صفحات "إسرائيل" الموجهة باللغة العربية، فإنّ الدراسة الحالية تشكل فرصة للجهات المهتمة بالإطلاع والاستفادة من نتائجها،

كما تشكل حافزاً للباحثين للانطلاق بإعداد الدراسات حول زوايا وجوانب أخرى بالاستناد على الدراسة الحالية. وتتمثل الدراسات السابقة بالآتي:

دراسة لسالم محمد وفاطمة عبد الكاظم (2018) بعنوان "توظيف العلاقات العامة للقوة الناعمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي/دراسة تحليلية لمنشورات الخارجية الامريكية على تويتر"

أخذت الدول لا سيما بعد الحرب العالمية الثانية في إعادة التفكير في مفهوم القوة وقد ظهرت العديد من الآراء والتيارات الفكرية في هذا المجال، كان من أبرزها فكرة القوة الناعمة التي تجاوزت قيود المادية في النظر إلى الأشياء والتي تعتبر ميزة تمكن صاحبها من الحصول على المزيد من التأثير بغض النظر عن شكلها. ومنذ ذلك الحين بدأت الدول المتقدمة في السعي إلى استثمار مزاياها في خلق قوى ناعمة عن طريق تطوير مصادر تلك القوى وبذل المزيد من الجهود للظهور بمظهر الدول المثالية ذات الثقافة والقيم السياسية الرائدة التي يمثل اتباعها مكسباً للجميع. وقد قامت العلاقات العامة بوصفها نشاطاً يعني بالدرجة الأساس بإدارة الصورة الذهنية إلى توظيف القوة الناعمة مستخدمة العديد من الأدوات أهمها الاعلام، فضلاً عن المؤسسات المتخصصة في الترويج للدول وأنظمتها وأخيراً أصبح الاعلام التفاعلي وتطبيقاته مثل الفيسبوك والتويتر وغيرها ميداناً فاعلاً لممارسة القوة الناعمة على المستوى الدولي. يهدف البحث للتعرف على كيفية توظيف العلاقات العامة للقوة الناعمة عن طريق تحليل منشورات وزراء الخارجية على تويتر للمدة من 2017/1/10 وحتى 2017/12/31 بالاعتماد على المنهج المسحي. وتوصل البحث إلى أن العلاقات العامة وظفت تويتر لمخاطبة الرأي العام العالمي بهدف اظهار مواطن الجذب والتميز التي يتمتع بها النظام الأمريكي والتي من أهمها قوة السياسة الخارجية الامريكية ووضوحها وقوة علاقاتها الدبلوماسية والدور الايجابي للولايات المتحدة في التعامل مع الازمات العالمية والعمل على إيجاد بديل لثقافة العنف والتطرف.

إن هذه الدراسة أخذت موقع تويتر للتواصل الاجتماعي في مسح وبحث المنشورات وتحليلها كونها الأكثر استخداماً من قبل السياسيين الأمريكيين وهذا كان نقطة قوة للبحث في اختيار الوسيلة والموقع الأكثر تفاعلاً، كما أظهرت الدراسة التفاعل الكبير مع نشاط السياسيين وهذا يدل على

نشاطهم في مخاطبة الجماهير وربطت العلاقة بين القوة الناعمة والعلاقات العامة في سبيل تحقيق الأهداف، وهذا الفارق بين الدراسة المطروحة فيما يتعلق بصفحة المنسق في اختيار موقع الفيسبوك كونه الأكثر استخداماً في المجتمع الفلسطيني بينما تتشارك الدراسة مع البحث المطروح بالأهداف التي تسعى إلى دراسة الأثر الناتج عن استخدام السياسيين لمواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور.

دراسة لمصعب قتلوني (2012) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً"

شهد العالم العربي اواخر العام 2010 ومطلع العام 2011 هزات سياسية لم يكن احد يتوقع حدوثها بهذه السرعة وبهذا القدر من التأخير اذ وللمرة الاولى بالعصر الحديث تتمكن بعض الشعوب العربية من تحقيق اهدافها وتطلعاتها في نيل حريتها عن طريق ثورات شعبية اطاحت بحكام بل وانظمة شمولية حكمت شعوبها طوال عشرات السنوات. تهدف الدراسة الحالية من خلال المنهج التحليلي إلى معرفة الدور الذي لعبته هذه المواقع في اطلاق شرارة الثورات العربية بشكل عام ومصر بشكل خاص وتناقش أبرز مظاهر تحول هذه المواقع وبالأخص الفيسبوك من الطابع الاجتماعي البحث، الذي من أجله انشئت إلى الطابع السياسي المؤثر وترصد كيف تحول نشاط الانترنت ممن اعتادوا على قضاء معظم اوقاتهم خلف شاشات الكمبيوتر إلى موج بشري هادر في الطرقات والشوارع يهتفون بأعلى صوتهم ويرددون بصوت واحد "الشعب يريد اسقاط النظام". وتحاول الدراسة استشراف الدور الذي يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تلعبه في المستقبل على صعيد التغيير السياسي وتخلص الدراسة إلى أن وسائل كثيرة وعوامل أخرى لعبت أدواراً لا يستهان بها في نفخ غبار سبات الشعوب العربية والانتفاض في وجه أنظمة حكمها التي لطالما وصفت بأنها استبدادية الا انا ما لا يمكن انكاره أبداً أن طفرة التكنولوجيا والتطور السريع لشبكات الانترنت وتقنية المعلومات فرضت نفسها بقوة واصبحت للمرة الاولى النواة التي تنطلق منها شرارة الثورة والتغيير.

هذه الدراسة ركزت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التغيير فيما يتعلق بالنظام الداخلي للدولة وهذا كان الفارق في الوقت الذي يدرس فيه البحث المطروح عن التغيير من قبل دولة احتلال على المجتمع المحتل "الفلسطيني".

دراسة لحميدة سميسم (2013) بعنوان "الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر واغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي واستخدم المنهج الوصفي المسحي في الدراسة واستخدمت الاستبانة التي طبقت على عينة من 404 مستجيبين جرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة من شرائح متنوعة من الشباب الكويتي. واستخلصت الدراسة عددا من النتائج اهمها، تبين أن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي اقوم به حلت بالمرتبة الاولى وجاء في المرتبة الثانية الاستخدامات التي تتعلق بصداقات جديدة من الجنسين، بينما جاء الاستخدام من اجل الترفيه والتسلية وقضاء الوقت في المرتبة الاخيرة من تلك الاستخدامات. وفيما يتعلق بمحور الاستخدامات السياسية جاءت المرتبة الاولى الاستخدام من أجل المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها. أما حول الاستخدامات الاعلامية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر تبين أن الاستخدامات لموقع تويتر كونه وسيلة للكشف عن الفساد السياسي والاداري مما يشير إلى التعويل على تويتر في مثل تلك المهمة ذات الصبغة السياسية.

هذه الدراسة كونها تبحث بالاستخدامات السياسية لموقع تويتر كان من الأهم التركيز على الجوانب السياسية دون التطرق للاستخدامات الأخرى مثل الترفيه وطبيعة العمل وغيرها. لتكون متعمقة بشكل أكبر حول الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي. كما كان من الأفضل استخدام أدوات أخرى للدراسة، كون الاستبانة غير كافية فيما يتعلق بعملية البحث في الاستخدام السياسي، فمن المفترض أن يكون هناك أدوات أخرى متعمقة لتكون النتائج أكثر عمقاً ووضوحاً. لكن اختيار موقع تويتر كان مناسباً كونه الأكثر استخداماً في الكويت من قبل الشباب.

دراسة لهشام سكيك (2014) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن، وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها الشبكات، وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث نظرية الاستخدامات والاشباع واستخدم منهج المسح، واعتمد ثلاث أدوات وهي أداة تحليل المضمون وأداة الاستقصاء الإلكتروني والاستبيان وأداة المقابلة، حيث تم تحليل مضمون صفحتي شبكتي قدس الاخبارية وغزة الان على شبكة الفيسبوك بعينة الاسبوع الصناعي من تاريخ 1-2-2013، حتى تاريخ 31-1-2013، واستمارة الاستقصاء الإلكتروني (الاستبيان) التي تم توزيعها على 422 شاباً وشابة فلسطينية، واستخدم الباحث أداة المقابلة الشخصية لعدد من نشطاء الاعلام الجديد والاكاديميين والسياسيين.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها، قضية الاسرى في سجون الاحتلال الاسرائيلي احتلت المرتبة الاولى في القضايا المنشورة على شبكة الفيسبوك تلاها قضية القدس ثم قضية الاستيطان ومن بعدها قضية اللاجئين. جاءت الاخبار التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي بدون مصدر في مقدمة المصادر بنسبة كبيرة بلغت تلاها تناول الصفحات للمصادر العامة، من بعدها تناول الاخبار بمصادر خاصة بنسبة مقاربة لما قبلها. كما إن شبكة "فيسبوك" حصلت على المرتبة الاولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية تلاها بفارق كبير تويتر. وبلغت درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي 1.24% وهي نسبة متوسطة.

إن هذه الدراسة تبين أن الفيسبوك هو الأكثر استخداماً في المجتمع الفلسطيني من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبالتالي من الهام تفعيل هذا الموقع من قبل الجهات المسؤولة للعمل على رفع الوعي السياسي والوطني لدى المستخدمين الفلسطينيين من أجل مواجهة كل ما يحاك ضد القضايا الفلسطينية في مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة لشدان أبو يعقوب (2015) بعنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية كونها من أكبر جامعات الضفة، إذ تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في حياة الطالب الجامعي سواء في حياته العامة أو حياته الدراسية.

ولجأت الباحثة إلى استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية، واعتمدت على أداة الاستبيان كوسيلة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (273) من طلبة جامعة النجاح الوطنية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الخارجي أو المستوى الداخلي الفلسطيني والمتعلقة بالقضية الفلسطينية، من خلال إنشاء آلاف الصفحات وإطلاق الحملات والأحداث التي تناولت القضية الفلسطينية وحملت الهم الفلسطيني وعالجت الكثير من القضايا، وعلى رأسها قضية اللاجئين والأسرى والقدس والاستيطان والانقسام.

ولكن بالرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي الإعلامية إلا أن هناك العديد من التحديات التي تواجه الشباب الفلسطيني أمام الانتشار الواسع والتدفق الكبير والهائل للمعلومات من خلال هذه المواقع، يجعل من الصعوبة فلترة هذه المعلومات ومعرفة مدى موثوقيتها وصحتها، فقد تكون مواقع التواصل الاجتماعي مرتعا للإشاعة والمعلومة المضللة ومن ثم بث الأوهام، وقد يستخدمها البعض للترويج لسياسات خاصة تخدم أيديولوجيات معينة، مبتعدة عن الشفافية والمصادقية.

دراسة لتينا نيهان جلاذ (2019) بعنوان " دور الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في تعزيز الصورة النمطية للصراع الإسرائيلي - الفلسطيني لدى مجتمع الولايات المتحدة الأمريكية"

تتصدى هذه الدراسة لمشكلة ذات أهمية كبيرة، تمس القضية الفلسطينية، وتتجسد في أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، بمكوناتها، تعمل بشكل مكثف، ومنظم ومدرّس، على خلق صورة نمطية حول الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني في الولايات المتحدة الأمريكية، بما تمتلكه من أدوات تأثير، تعمل من خلالها على تغيير الحقائق، وصياغة الرأي العام، ومواقف صانعي القرار على السواء، بما يخدم الموقف الإسرائيلي على حساب الجانب الفلسطيني. بنيت هذه الدراسة على فرضية أن الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، بمكوناتها، من استراتيجية، ووسائل، ومحتوى، وخطاب، تلعب دوراً فاعلاً في التأثير على خلق صورة نمطية حول الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني في الولايات المتحدة الأمريكية، بما تمتلكه من أدوات تأثير، تعمل على صياغة الرأي العام ومواقف صانعي القرار على السواء بما يعكس التعريفات الإسرائيلية للصراع. تقدم هذه الأطروحة تفسيراً لآلية تأثير هذه الدبلوماسية الرقمية على المجتمع الأمريكي من خلال توظيف نظريتي الإتصال والتأثير/دوامة الصمت، ونظرية مارشال ماكلوهان اللتان تؤطران فهمنا للتأثير في سياق هذه الدراسة: فمارشال ماكلوهان يوضح العلاقة بين التغييرات التي تحصل في المجتمع بسبب تأثير وسائل الإتصال والإعلام، وأنه كل ما زاد تركيز استخدام هذه الوسائل، أصبح حجم التغيير أكبر، وهو الدور الفاعل (Active Role). بينما تشير نظرية دوامة الصمت إلى أن هناك جانباً مظلماً من تأثير وسائل الإعلام والاتصال على المجتمعات، وهو الجانب السلبي، وهو تماماً ما تفعله الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في الولايات المتحدة. واعتمدت الدراسة منهجية دراسة الحالة، بحيث تتناول الدراسة الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية ودورها في التأثير على الرأي العام وصنع القرار في المجتمع الأمريكي. وتمت دراسة هذه الحالة بعمق من كافة جوانبها باستخدام هذا المنهج في الفترة ما بين 2011 - 2019، بدافع الرغبة في دراسة التاريخ التطوري للحالة قيد الدراسة، وفي محاولة لدراسة هذه الحالة دراسةً تفصيليةً في مجالها السياسي والاجتماعي بما يشمل من ثقافات وعادات وتقاليد وقيم سائدة في مجتمع الدراسة. وتتجلى أهمية الدراسة في توضيح تأثير الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية كأداة متقدمة من دبلوماسيتها التقليدية والشعبية، ذات تأثير من أجل خلق صورة نمطية،

وتعزيز رأي عام مساند لها لدى الشعب الأمريكي وصانعي القرار وكذلك من أجل لفت نظر صانع القرار الفلسطيني لمدى أهمية هذا النوع من الدبلوماسية وضرورة تطويره، لتقديم خطاب مضاد (counter discourse) للخطاب الصهيوني خاصة لدى فئات المجتمع الأمريكي. وتمكنت الدراسة من أن تخلص بنتيجة تؤكد نجاح الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية، وقدرتها على التأثير على المجتمع الأمريكي لصالحها، وكذلك التأكيد على أهمية الدبلوماسية الرقمية بشكل عام، ودورها المتقدم والفعال في التأثير، وسهولة الوصول للأفراد. وتتمثل الكلمات المفتاحية في هذه الدراسة: الدبلوماسية الرقمية، الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية، الصورة النمطية، الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني.

قدمت هذه الدراسة شكلاً واضحاً لأهمية الدبلوماسية الرقمية التي تستخدمها إسرائيل في تعزيز صورتها الايجابية أمام المجتمع الدولي وتحديداً الأمريكي، وبالتالي نجد تشابهاً مع ما تقدمه إسرائيل للمجتمع الفلسطيني من محتوى ومضمون يعزز من صورتها الايجابية لكن من خلال العلاقات العامة الرقمية. لكن الفارق أن مساعي الأولى هي الصورة الايجابية لدى الجمهور الخارجي، بينما الأخرى تستهدف جمهوراً داخلياً وتسعى لأهداف كامنة منها سحب صلاحيات السلطة الفلسطينية والتواصل مع الفلسطينيين بشكل مباشر بعيداً عن مؤسسات دولتهم.

دراسة ل Sungwook Hwang (2013) بعنوان "تأثير استخدام تويتر على مصداقية السياسيين والمواقف تجاههم"

تناولت هذه الدراسة كيفية قيام الشباب الكوري بتقييم استخدام تويتر من قبل السياسيين الكوريين، وإدراك مصداقية السياسيين، وتقييم السياسيين الذين يستخدمون تويتر، والعلاقات بين هذه المتغيرات الثلاثة. على الرغم من أن المجيبين قدموا إجابات إيجابية، ولكن محايدة تقريباً، عن الأسئلة المتعلقة باستخدام تويتر، والمصداقية المتصورة، والتقييم الشامل للسياسيين، فإن النموذج الذي تمثله هذه المتغيرات الثلاثة يناسب ردود النخب الكوريين الشباب. بمعنى آخر، توضح هذه الدراسة أن المواقف تجاه استخدام السياسيين الكوريين للتويتر أثرت إيجاباً على المصداقية المتصورة، والتي بدورها أثرت بشكل إيجابي على المواقف تجاه السياسيين الذين يستخدمون تويتر.

بالإضافة إلى ذلك، تستخدم المواقف تجاه تويتر المواقف المؤثرة بشكل مباشر تجاه السياسيين بطريقة إيجابية. وتناقش الدراسة الآثار النظرية والعملية لهذه النتائج.

وتأتي هذه الدراسة منسجمة مع نموذج العلاقات العامة ذي اتجاهين المتوازن والممارس من قبل السياسيين الكوريين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا تويتر، الذي يعد منصة من المنصات الهامة المستخدمة من قبل السياسيين في مختلف أنحاء العالم. كما إن اعتماد المعايير الثلاثة وهي الاستخدام للتويتر وإدراك المصادقية، وتقييم السياسيين المستخدمين، تعد من أهم المعايير التي من الممكن الاستناد عليها في دراسات العلاقات العامة، الباحثة في الأثر والاستخدام. وتأتي في منحنى عملية جمع المعلومات الهامة في توقع النتائج القادمة أو معرفة الكيفية التي يجب العمل عليها مستقبلاً. إن نتائج هذه الدراسة من شأنها المساهمة في تعزيز دور مواقع التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة وأهمية استخدامها كأدوات سواء في عملية البحث وجمع المعلومات أو حتى في عملية التأثير والإقناع.

دراسة لتل صموئيل أزران وموران يارشي (2018) بعنوان " الدبلوماسية العامة العسكرية 2.0: صفحة الفيسبوك العربية للمتحدث الرسمي باسم جيش الدفاع الإسرائيلي"

استقطبت صفحة الناطق الرسمي لما يسمى جيش "الدفاع" الإسرائيلي على موقع فيسبوك باللغة العربية متابعين كُثُر في العالم العربي، وهي بمثابة دراسة حالة مثيرة وفريدة من نوعها ، كونها ذات صلة بموضوع هذا البحث، ومن شأنها ان تشير نحو فهم تأثير مبادرة الدبلوماسية العامة العسكرية في استقطاب الجمهور وتحقيق استجابته الطوعية للمرسل كهدف مركزي للعلاقات العامة. يكشف تحليل محتوى صفحة فيسبوك لجيش الإحتلال عن مزيج من رسائل القوة والردع، مع نشر منشورات للتأكيد على القيم المشتركة. تحليل مشاركة الجمهور مع تلك الرسائل يقاس بـ "الإعجابات"، و"المشاركات"، والتعليقات وردود الفعل السلبية يكشف بشكل مدهش أن رسائل القيم المشتركة قد ولدت مستوىً مشابهاً من المشاركة مع الرسائل الأخرى، مما قد يظهر أن المحتوى لا يلعب دور مهم في مشاركة المستخدمين. بالإضافة إلى ذلك، يكشف التحليل أنه خلال فترات اشتداد حدة الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، ارتفعت مشاركة الأتباع وردود الفعل السلبية بشكل

كبير. توفر هذه الدراسة منظوراً فريداً لأهمية وفعالية الدبلوماسية العامة العسكرية في عصر الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت.

أظهرت نتائج البحث تفاعلاً كبيراً للصفحة بشكل ملفت للانتباه في وجود حالة من الاتصالات الفعالة لأعداد كبيرة من العرب والفلسطينيين، داخل إسرائيل وخارجها على السواء، مع محتوى الصفحة وعبر قنوات الويب 2.0 المباشرة الأخرى. وتشير إلى أن مشاركات أفيخاي أدري تولد نفس القدر من المشاركة بغض النظر عن محتواها، مما يعني أن بناء قاعدة جمهورية كبيرة ينعكس على نسب المشاركة والمتابعة بغض النظر عن المضمون. ومن الواضح أن الافتقار المحتمل لمصادقية المصدر يؤدي إلى عدم التماسك بين جاذبية المحتوى ودرجة الاستجابة. هذا بالإضافة إلى وجود صلة وثيقة ومباشرة بين الأحداث السياسية والنشاط على الصفحة، الأمر الذي قد ينظر إليه من زاوية أخرى على أنه قد يكون بمثابة منصة للعرب للتعبير عن غضبهم وإحباطاتهم أثناء الأزمات السياسية.

إن هذه الدراسة تجسد تماماً معنى قوة الاتصال ذي الاتجاهين المتساويين في الفرصة، فرغم كونها عملية اتصال تجري بين المصدر والهدف أو الجمهور "الصعب المنال"، إلا أنها حققت مستوى عالٍ من الإستجابات. ولربما كان هذا هو السبب في أن الدراسة تقدم توصية للباحثين المستقبليين إجراء تحليل أوثق للتعليقات الفعلية على الصفحات من أجل فهم أوسع وأعمق وتقديم المزيد من التفاصيل الدقيقة للمتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة لعوض مسحل (2019) بعنوان "أبعاد ومدلولات توسعة الإدارة المدنية الإسرائيلية"

في هذه الورقة البحثية يسعى الباحث إلى معرفة أبعاد ومدلولات توسعة الإدارة المدنية الإسرائيلية، حيث تثير مؤشرات مهمة جملة من الأسئلة حول ما إذا كان هذا التحول نحو توسيع نطاق عمل وصلاحيات "الإدارة المدنية" يندرج في سياق تعميق وتسريع "الضم الزاحف" غير المعلن، أم هو استعداد إسرائيلي (سياسي أم اقتصادي) تحسباً لانهايار السلطة الوطنية في حالة تطور الأوضاع باتجاه مواجهة سياسية وميدانية؟ وهل هو تخطٍ عما جاء في بروتوكولات اتفاق أوسلو الموقع بين السلطة وإسرائيل في العام 1993؟ فاتفاق أوسلو يعتبر مقدمة لإنهاء الحكم

الإسرائيلي المباشر خلال فترة انتقالية مدتها خمسة سنوات، بدأت حينها انطلاقاً من المناطق المصنفة (أ)، أي في 18% من الضفة الغربية، وجزئياً في مناطق (ب)، حيث عرفت ورسمت حدود العلاقة مع الجانب الإسرائيلي، ونصت ملاحقها على نقل صلاحيات إدارة ملف السكان المدني للسلطة وتقليص عدد الكوادر البشرية العاملة في "الإدارة المدنية" تدريجياً حتى التسليم الكامل للسلطة الفلسطينية.

ويتطرق الباحث إلى موضوع صفحة المنسق، حيث أنشأت "الإدارة المدنية" برئاسة منسق أعمال الحكومة في المناطق الميجر جنرال يوآف بولي مردخاي في العام 2016 صفحة إلكترونية عرفت بصفحة "المنسق" للتواصل مع الفلسطينيين.

وتحظى هذه الصفحة باهتمام المنسق الذي يطل فيها باستمرار ويبث مباشر. تجيب هذه الصفحة عن تساؤلات الفلسطينيين، من خلال طاقم مختص وثق بالفعل حجم التفاعل حول ما يُطرح، فضلاً عن مخاطبة الراغبين بحل مشاكلهم، والإعلان عن موعد جديد لسكان منطقة معينة ضمن "حملة لرفع المنع الأمني" وإخضاعهم للابتزاز، وربط ذلك بالهدوء العام والخاص.

تُدار الصفحة بصورة ممنهجة ومتطورة، تستخدم فيها كل وسائل الاتصال والتواصل باستخدام أيقونات الفيسبوك كاملة، إضافة إلى بث فيديوهات، وضخ تحذيرات، ومعلومات، وإحصائيات أسبوعية وشهرية عن النشاطات والخدمات والتسهيلات المقدمة، ومدى انعكاسها على حياة الفلسطينيين. وقد طُوّرت آليات العمل بوضع نماذج لتقديم الطلبات إلكترونياً تيسيراً للمواطن، من خلال الحصول على إجابة عن طلبه وهو في بيته، دون الحاجة إلى تعبئة طلبات، ووضع الطوابع، والتنقل من مكتب إلى آخر.

في هذا السياق، أُعلن بتاريخ 20/12/2018، عن إطلاق البث الأول لراديو المنسق كوسيلة جديدة للتواصل عبر الانترنت، كما افتتحت ثلاث مراكز لرفع المنع الأمني (الشمال، الوسط، الجنوب). وصل عدد متابعي الصفحة بنهاية العام 2018 حوالي نصف مليون متابع، وقد عبر "المنسق" عن غبطته بذلك من خلال عمل هاشتاج على جدار الصفحة (#نصف_مليون_بيغلطوش)، عززها برسائل موجهة لمتابعي الصفحة "ونحن في إسرائيل، نعمل

كل ما بوسعنا للتفريق بين السكان المدنيين الذين يتطلعون لمستقبل أفضل والمنظمات الإرهابية". (مسجل، 2019، ص3)

ونجد في هذه الورقة البحثية وصفاً لصفحة المنسق وبعض الابعاد والدلالات التي تكمن خلفها، والتي تثير الفضول البحثي للتوسع حول الكيفية والأثر الفعلي لصفحة المنسق بالاعتماد على الأطر والنماذج النظرية. فلا شك أن المضامين التي حلت في هذه الدراسة تدل على مدى الاهتمام الاسرائيلي في صياغة الرسائل الموجهة للفلسطينيين، وذلك بالتركيز على أهم القضايا والمواضيع التي تلامس احتياجاتهم. لكن بنية غير حسنة كون المصدر يعتبر عدواً ومحتلاً، فهو يحاول بالطرق الدبلوماسية والرسائل الناعمة بيان قدرته على مساعدة المواطن الفلسطيني في حل إشكالياته مستغلاً تجاوز الجهات الفلسطينية المسؤولية وضعف ممارسة مهامها.

دراسة لسافيرا شامي وعائشة اشفق (2018) بعنوان " التواصل السياسي الاستراتيجي والعلاقات العامة وإدارة السمعة وبناء العلاقات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي"

تقوم الباحثتان في هذه الدراسة بتسليط الضوء على التواصل السياسي الاستراتيجي والعلاقات العامة وإدارة السمعة وبناء العلاقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث شهدت السنوات الأخيرة الانتشار السريع لفئة جديدة من تقنيات المعلومات، والمعروفة باسم الوسائط الاجتماعية، والتي تدعم التواصل بين الأشخاص والتعاون باستخدام المنصات القائمة على الإنترنت.

من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح التواصل السياسي يركز بشكل متزايد على الشخصيات والصفات الشخصية للسياسيين. ويحتاج السياسيون والأحزاب السياسية إلى وجود دائم على هذه البرامج لتعزيز صورتهم والحفاظ على التواصل في الوقت الحقيقي مع مؤيديهم والناخبين المحتملين. وبالوقت الذي نجد فيه الكثير من الأدبيات حول كيفية استخدام الجهات الفاعلة السياسية لوسائل الإعلام الاجتماعية لكسب فوائدها في جميع أنحاء العالم، لكن لم تجر أي دراسة لتسليط الضوء على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية تحت مظلة التواصل السياسي الاستراتيجي والعلاقات العامة عبر الإنترنت وسمعتها.

حيث تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الأسس النظرية المختلفة لتحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية. من خلال العمل على إنشاء علاقة بين المنتجين والرسالة والمستهلكين. ويعتبر فيسبوك وتويتر من الوسائل المباشرة التي تجسد الاتصال ثنائي الاتجاه. تركز العلاقات العامة السياسية على تنمية السمعة والتواصل بين المرشحين في العملية السياسية. وبسبب الأغراض السياسية، تقوم الجهات الفاعلة السياسية بإدارة سمعتها على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال قياس مشاركة الجمهور في المشاركات والتغريدات.

المفاهيم النظرية التي نوقشت في هذه الدراسة حول التواصل السياسي الاستراتيجي والعلاقات العامة السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي: الجهات الفاعلة السياسية هي المنتجون، والمشاركات هي الرسائل والناخبون هم المستهلكون. أقامت هذه الورقة علاقة بين المنتجين والرسالة والمستهلكين. تركز العلاقات العامة السياسية على تنمية السمعة والتواصل بين المرشحين في العملية السياسية. في هذه الدراسة، تم أخذ مؤشرات الثقة والاستجابة في الاعتبار لتحليل إستراتيجية زراعة العلاقة بين الفاعلين السياسيين مع مراعاة أن هذين المؤشرين يمكن أن يكونا أهم مؤشرات زراعة العلاقة. يجب أن تحاول الجهات الفاعلة السياسية تزويد الجمهور بمعلومات صحيحة وحقيقية في هذا العصر، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة دعاية أكثر من مجرد مهنة إعلامية. ونجد في هذه الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية السمعة لدى السياسيين من خلال مساحة التواصل بين اتجاهين والتفاعلية التي توفرها الوسائل، وبالتالي تأكيد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة هامة من أدوات الاتصال الاستراتيجي في عالم السياسة. وإذا تعمقنا في الأمر نجد العلاقات العامة الرقمية تقوم بمهامها من خلال المرسل والرسالة والمتلقي والاستجابة الطوعية لدى المتلقي.

الفصل الثالث (الطريقة والإجراءات)

منهجية البحث:

يندرج البحث ضمن البحوث التي تتخذ منهجية مزدوجة تعتمد في جمعها للبيانات على أدوات قياس كمية ونوعية يجري تطويرها وتبحث عن الأسباب والحقائق والعلاقات بين المتغيرات لوصف النتائج. وتم استخدام المنهج الوصفي الذي يهدف إلى تفسير البيانات وتحديد العلاقات بين العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات من أجل المساهمة العلمية في الإضافة الأكاديمية (عليان، 2001). حيث تم اللجوء إلى أسلوب التثليث في البحث، حيث وظفت مساهمات لثلاث نظريات ونماذج نظرية في العلاقات العامة. ويستخدم التثليث بالمعيار الأساس لتعزيز المناقشة الذي أوصى به ثرموند وتبناه أيضاً دينزي، وكذلك كيمشي وآخرون، والذي يؤكد فيه العلماء على الجمع بين مصدرين أو أكثر من مصادر البيانات، والمنهج المنهجية، ووجهات النظر النظرية أو الأساليب التحليلية، ضمن نفس الدراسة، من أجل تعزيز المناقشة وزيادة القدرة على تفسير النتائج (دنزين، 1970). فالبحث الحالي يعتمد على أكثر من نظرية وأداة لجمع المعلومات.

جمع البيانات:

من الأساليب والأدوات التي يتم العمل بها من خلال المنهج الوصفي والتي تتسجم مع موضوع البحث تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى التي تقوم على وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة أو مسموعة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها، وتعريف مجتمع الدراسة لدراسته وتحليله، ويتم التحليل من خلال الإجابة على أسئلة البحث وتساعد على وصف وتصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد في إظهار العلاقات والترابطات بين أجزاء ومواضيع النص (عليان، 2001).

فمن خلال أداة تحليل المحتوى سيتم الحصول على بيانات كمية للإجابة على تساؤلات البحث التي تتمحور حول كيفية توظيف العلاقات العامة الإسرائيلية الرقمية في المجتمع الفلسطيني، ومعرفة التقنيات الدعائية التي تستخدمها إسرائيل عند صياغة رسائلها وأفكارها، ونسب

تكراراتها للوصول إلى مؤشرات تخدم البحث. كما يتم معرفة الموضوعات التي تطرحها الصفحة خلال الفترة الزمنية لدراسة البحث والأطر ونسب تكراراتها التي تستخدم في عملية كتابة المنشورات عبر صفحة المنسق. وبالتالي الإجابة على تساؤلات البحث ضمن نظرية تحليل الإطار الاعلامية القائمة على معرفة الأطر المستخدمة والكيفية التي يتم بها التركيز على جوانب معينة وإهمال جوانب أخرى. وهذا من شأنه أن يظهر الدوافع التي تقف وراء الاستخدامات التي قد تكون "اشباعات" لإحتياجات معينة لدى الجمهور، توفرها صفحة المنسق، وفقاً لنظرية الاستخدامات والاشباعات.

وفيما يخص الشق المتعلق بتحليل المحتوى، فمجتمع البحث يتمثل بعينات من المنشورات لأهم المناسبات التي تستدعي التنسيق المسبق مع الإحتلال خلال ستة أشهر منذ بداية شهر آذار وحتى تاريخ 24 آب للعام 2020م وفقاً لحالة إعلان خطة الضم الإسرائيلية وما تلاها من عملية وقف التنسيق الأمني ومن ثم ما استجد من حالة التطبيع الإماراتي مع إسرائيل.

عينة البحث الكمي: تم اختيار عينة عشوائية منتظمة من المنشورات التي تم نشرها خلال الفترة الزمنية الممتدة من الأول لآذار وحتى 31 آب للعام 2020. وتتمثل بـ 504 منشور تتمحور حول قضايا تتطلب التنسيق المسبق مع إسرائيل.

حجم العينة: 219 منشور بمعيار ثقة 95% وهامش خطأ 5%، تم حسابها وفقاً لموقع

<https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Monky Survey

ثم تم حساب مسافة الاختيار من خلال قسمة حجم المجتمع على حجم العينة والتي تساوي 2.3 وتم اعتماد المسافة 2.

وحدة التحليل: وحدة المنشور (المنشورات الفيسبوكية)

ومن أجل الحصول على المعلومات من خلال هذه الأداة، تم تصميم استمارة تحتوي على خمسة عناصر تتمثل بالموضوع والاطار والتقنية وكيف ولماذا، من أجل تحليل المنشورات الفيسبوكية بناء عليها ومن ثم استخراج النتائج الكمية والحصول على نسب ظهور المواضيع

والتقنيات في المنشورات. فكانت فئات التحليل للمحتوى على النحو التالي وتم وضع التعريفات الإجرائية من أجل صدق الأداة:

الموضوع: ويشمل القضايا والموضوعات المطروحة من قبل صفحة المنسق.

الإطار: معرفة الجوانب التي ركزت عليها المنشورات والأخرى التي أهملتها وما علاقة ذلك بالمؤشرات المرتبطة بدور الصفحة كما يستهدفه هذا البحث.

التقنية الدعائية: إظهار التقنيات الدعائية المستخدمة في كتابة المنشورات والمتمثلة بالتسمية (Name Calling)، العموميات البراقة (Glittering Generality)، النقل (Transfer)، البطاقة الرابحة (Card Staking)، التوصية (Testimonial)، اللحاق بالركب (Bandwagon)، الناس البسطاء (Plan Folks).

كيف: معرفة كيفية استخدام التقنيات الدعائية في المنشورات وما هي الدلالات المرتبطة بها، وعلاقتها بدور الصفحة كما يستهدفه هذا البحث.

لماذا: معرفة الأهداف والأسباب لاستخدام التقنيات الدعائية وطرح الموضوعات في المنشورات وعلاقة ذلك بدور الصفحة كما يستهدفه هذا البحث.

تحليل البيانات الكمية

تم اتباع خطوات محددة في سبيل إجراء عملية تحليل البيانات الكمية وفقاً لتحليل المحتوى:

1. تحديد مجتمع البحث وعينته.
2. اختيار المنشورات وفقاً للعينة من أجل تحليلها.
3. تحليل كل منشور من عينة البحث وفقاً لاستمارة تحليل المحتوى التي تحتوي الفئات.
4. تفرغ البيانات ضمن محاور محددة (القضايا والموضوعات، الأطر، التقنيات الدعائية).
5. حساب التكرارات ومن ثم النسبة المئوية لكل محور وإعداد الجداول.
6. مناقشة نتائج الجداول الظاهرة في الخطوة السابقة.

أدوات أخرى:

أما فيما يتعلق بأداة البحث الأخرى فتم اعتماد أداة المقابلة للحصول على معلومات نوعية من أجل دعم البيانات المتجمعة من خلال تحليل المحتوى وكونها تتوافق مع منهج البحث النوعي. وتتمثل المقابلات بـ 24 مقابلة بأسئلة مفتوحة، موزعة على فئات ذات علاقة بمشكلة البحث بحيث يتم إعداد خمس مقابلات من كل فئة إلا فئة العاملين في مجال الشؤون المدنية والارتباط المدني تعذر إجراء خمسة فتم إعداد أربعة فقط، وهي:

1. فئة السياسيين والمختصين في الشؤون السياسية، من أجل معرفة مدى تأثير أعمال المنسق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمور السياسية وخاصة فيما يتعلق بتفاصيل التنسيق بين الجهات الفلسطينية والإسرائيلية، ومدى التحول والانتقال في تلقي الخدمات والتواصل بين الجهات الإسرائيلية والفلسطينية ما بين الفترة الزمنية السابقة والحالية.
 2. فئة الخبراء في المجال الرقمي والعلاقات العامة، من أجل إظهار الدور الذي تقوم به إسرائيل مع المجتمع الفلسطيني والكيفية التي تتواصل معهم من خلال العلاقات العامة الرقمية وأهمية ذلك.
 3. فئة الجهات الرسمية العاملة في مجال الشؤون المدنية والارتباط المدني، من أجل معرفة كيفية ودرجة تأثير تفعيل صفحة المنسق على أعمال مكاتب الارتباط المدني، وما مؤشرات فاعلية الصفحة على الشؤون الرسمية المرتبطة بعمل الشؤون المدنية.
 4. فئة العمال الفلسطينيين العاملين في الداخل المحتل، لبحث أهم الاستخدامات التي تجعلهم يتابعون صفحة المنسق عبر الفيسبوك، وما طبيعة الخدمات التي يتلقونها من قبل المنسق.
 5. فئة التجار وأصحاب الشركات ذات التعامل التجاري مع "إسرائيل"، وذلك لبحث آليات عمل المنسق معهم في أمورهم التجارية، ومدى استفادتهم من صفحة المنسق عبر موقع الفيسبوك.
- وقد تم طرح خمسة أسئلة أساسية وخمسة أخرى ثانوية على كل عنصر من المقابلين، تندرج هذه الأسئلة من السؤال الأساس لمشكلة البحث المتمثل بـ "كيف أثر استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال "صفحة المنسق" على تحقيق استجابة فئات معينة من

المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيعية ومرفوضة سابقاً؟"، بحيث تكون أسئلة كل فئة متماثلة ومطروحة على جميع عناصر الفئة الواحدة.

تحليل البيانات النوعية:

تم جمع البيانات الكيفية بواسطة المقابلات كما هو مفصل اعلاه. تم اتباع الخطوات التالية في تحليل هذه البيانات:

1. تفريغ البيانات كاملة.
2. البحث عن عناوين جامعة محددة لتصنيف البيانات ضمن فئات ذات خواص متشابهة.
3. البحث عن الأنماط في كل فئة، مع الإقتباس الحرفي من إجابات المجيبين للاستشهاد.
4. وصف كل فئة أو مجموعة أنماط تم الخروج بها في بند منفصل.

الفصل الرابع

(مناقشة النتائج)

يناقش الفصل الرابع النتائج التي أظهرتها البيانات بناءً على عملية جمع المعلومات وتحليلها، حيث يقسم هذا الفصل إلى خمسة أقسام تتمثل في قسم الموضوعات والقضايا التي تركز عليها صفحة المنسق، قسم التقنيات الدعائية التي يوظفها المنسق من أجل التأثير الفاعل في الجمهور، قسم الأطر التي يستخدمها في طرح الاخبار والموضوعات، وقسم أخير يتمثل في نتائج المقابلات مع الفئات المحددة.

القسم الأول: القضايا والموضوعات

بعد إجراء تحليل محتوى لـ 219 منشوراً على صفحة الفيسبوك الخاصة بالمنسق، تشير النتائج إلى أن المنسق كان يطرح خمسة عشر موضوعاً وقضية كما تظهر في جدول رقم (1) تتمثل في الأمور الصحية بنسبة 24.6%، تليها الاجتماعية بنسبة متقاربة 23.7%، المعابر بنسبة 14%، الأخبار 11.4%، الزراعة بنسبة 6%، المنع الأمني والتصاريح بنسبة 5%، العمال بنسبة 3.2%، البيئة بنسبة 3%، الانسانية بنسبة 2.3%، المياة بنسبة 2%، الخدمات واستقبال الجمهور 1.3%، الطرق والمواصلات بنسبة 1.3%، السياسة بنسبة 1.3%، التجارة والاقتصاد بنسبة 0.45%، والسياحة بنسبة 0.45%.

جدول (1): عدد تكرارات الموضوعات في المنشورات المحللة ونسبها المئوية

الترتيب	الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
1	صحة	54 مرة	24.6%
2	اجتماعيات	52 مرة	23.7%
3	المعابر	31 مرة	14%
4	اخبار	25 مرة	11.4%
5	زراعة	13 مرة	6%
6	المنع الأمني والتصاريح	10 مرة	5%
7	عمال	7 مرة	3.2%

8	بيئة	7 مرة	3%
9	انساني	5 مرة	2.3%
10	مياه	4 مرة	2%
11	خدمات واستقبال الجمهور	3 مرة	1.3%
12	طرق ومواصلات	3 مرة	1.3%
13	سياسة	3 مرة	1.3%
14	سياحة	1 مرة	0.45%
15	تجارة واقتصاد	1 مرة	0.45%
المجموع		219 مرة	100%

حيث حصلت الموضوعات الصحية على المرتبة الأولى في فئة الموضوعات، ويعزى ذلك إلى الفترة الزمنية للدراسة المأخوذة منذ بداية شهر آذار وحتى آب 2020 والمتزامنة مع أزمة كورونا الصحية، وبالتالي يجد المنسق في هذه المواضيع قدرة على جذب المتابعين بصورة أكبر خاصة وأن المنشورات الصحية تمثلت بالتوعوية والإرشادية من منطلق إظهار الصورة الإيجابية والحسنة للمنسق المهتم بشؤون المتابعين وأحوالهم الصحية والحياتية. وهذا ينسجم مع أهدافه التي تسعى إلى تنسيق أمور الناس وشؤونها المدنية. كما يتفق تماماً مع منظور نظرية الاستخدامات والإشباع التي تسعى إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد وسائل الاتصال بناء على الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجته وتوقعاته. ففي الوقت المليء بأحداث أزمة كورونا التي تعتبر من الأزمات العالمية الصحية الكبرى، من الطبيعي أن تكون حاجات الناس واهتماماتهم متمثلة بالمعرفة أكثر حول هذه الأزمة وكيفية الوقاية من الإصابة ومعرفة كل التفاصيل المتعلقة بها خاصة فئة العمال الفلسطينيين، الأمر ذاته الذي يجعل المنسق يشبع هذه الحاجات والاهتمامات من خلال صياغة المنشورات الصحية ذات الأطر التوعوية والإرشادية والإنسانية من جهة، ويجعل من المتابعين جمهور نشط يتفاعل مع هذه المواد نتيجة لتحقيق الدوافع من خلال استخدام صفحة المنسق من جهة أخرى.

من المنشورات النصية التي تم نشرها في هذا الخصوص المنشور رقم (1) أدناه بتاريخ 30 حزيران 2020 الذي يظهر من خلالها كيفية اهتمام المنسق بنشر التوعية الصحية وتزويد المتابعين

بالمعلومات اللازمة وإرشادهم من أجل الوقاية وعدم الإصابة بفيروس كورونا، بالإضافة إلى إسناد هذه المعلومات للغاية المطلوبة والمراد إظهارها وهي الحفاظ على صحة المتابعين وحياتهم، الأمر الذي يجعل الموضوع ذات طابع إنساني يهدف إلى تسويق صورة المنسق وترويجها بشكل إيجابي والحصول على الاستجابة الطوعية من قبل المتابعين. إضافة إلى إظهار قدرات إسرائيل الطبية والتي قد تكون متفوقة على القدرات الطبية الفلسطينية الأمر الذي يجذب متابعة الجمهور لصفحة المنسق. واستخدام إطار حرية التعبير وحق الاطلاع (من حقك ان تعرف) الأمر الذي يواجه تقصير من مؤسسة الحكومة الفلسطينية.



منشور (1)

أما بالنسبة للموضوعات الاجتماعية أتت في المرتبة الثانية بعد الصحية بنسبة مقاربة تتمثل بـ 23.7%، حيث بينت نتائج التحليل تركيز المنسق على صياغة المنشورات التي تستهدف المتابعين من منطلق التقرب منهم وجعل العلاقة مباشرة فيما بينهم، فهو يشارك مناسبات المتابعين الاجتماعية والاعياد وحتى العطل الرسمية وغيرها. وهذا يتسق تماماً مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض تحديد الاحتياجات والإشباع والرغبات للتأثير في الجمهور بناءً على سؤالها عن ما الذي يفعله الناس مع الوسائط وما هي دوافعهم الأساسية لاستخدامها.

ويشار في هذا الخصوص إلى مفهوم الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباع والتي تعني بأنه قد تكون الإشباع متحصلة ومتوقعة، وتعتبر بنوعها أساس نظرية الاستخدامات والإشباع. واستناداً إلى العوامل النفسية والاجتماعية التي تمارس تأثيراً قوياً في عمليات الاتصال، تحظى الأصول الاجتماعية والنفسية اهتمام كبير. الأمر الذي يجعل من متابعي صفحة

المنسق جمهور نشط يتفاعل بقوة مع المنشورات الاجتماعية. فالمنسق بهذه الحالة يظهر بصورة إيجابية حسنة تدفع جمهوره للتفاعل معه فهو يتمنى لهم أفضل الأوقات ويشاركهم أفراحهم وحتى أتراحهم، ليتحول من عدو محتل للفلسطينيين إلى جهة رسمية حسنة قريبة منهم.

كما إنه وفقاً لنظرية الاستخدامات والاشباعات، يقوم مستخدمو الوسائط باختيار أنواع الوسائط ومحتوى الوسائط التي يلجؤون إليها كمستهلكين للمعلومات بشكل نشط لإرضاء مختلف الاحتياجات النفسية. لهذا تشكل الاشباعات حافزاً ودافعاً للمواطن الفلسطيني ليكون متابعاً لصفحة المنسق ومشاركاً أيضاً كونها مشبعة لاحتياجاتهم النفسية من خلال الموضوعات الاجتماعية، فتشكل المنشورات الاجتماعية الاشباعات بالنسبة للمنسق الذي يسعى لتوفيرها والدوافع للتفاعل مع الصفحة بالنسبة للفلسطينيين.



منشور (2)

فمثلاً المنشور رقم (2) يمثل جزءاً من المنشورات الاجتماعية التي تصيغها صفحة المنسق، فمضمون الرسالة لأي متابع أو قارئ لها يُظهر مدى الودية والاحترام للحاجات النفسية والاجتماعية للفلسطينيين كون يوم الجمعة هو يوم مقدس بالنسبة لهم. فالمنسق يظهر بصورة الشخص الجيد والودود الذي يتمنى للفلسطينيين أفضل الأوقات، ويركز على المنحى الاجتماعي من خلال تضمين المنشور بمصطلحات العائلة والأحبة والأعزاء. والذي يشاركهم أوقاتهم السعيدة، وبالتالي يفرض نفسه عليهم خاصة في اللحظات الأكثر فراغاً في اسبوعهم، فهو يصب جل اهتمامه على الحاجات

النفسية للمتابعين التي تحفز دوافعهم الداخلية للتفاعل بشكل نشط مع المنشور ويجعل منهم مستجيبين بشكل طوعي.

من الموضوعات الصحية والاجتماعية أظهرت النتائج نسبة 14% للموضوعات المتعلقة بالمعابر، فالمعابر جزء أساس من أعمال المنسق والخدمات التي يقدمها للفلسطينيين من ناحية الاشراف على فتحها وإغلاقها والسماح بالمرور والمنع وتزويد الجمهور بكافة المعلومات والتفاصيل حولها. وتعتبر المنشورات المهمة بالمعابر من الأمور التي تجذب الجمهور للتفاعل معها كونها تزودهم بآخر الاخبار والتطورات حولها خاصة بالنسبة لفئة العمال الفلسطينيين والشركات الفلسطينية ذات التعامل التجاري مع إسرائيل. فمعرفة مواعيد فتح المعابر وإغلاقها تعتبر الدوافع للفلسطينيين لمتابعة صفحة المنسق وبهذا تظهر فاعلية المنسق في العمل على خلق التفاعل مع الجمهور من خلال إشباع الحاجات والاجابة على الاستفسارات المتعلقة بالمعابر، خاصة في ظل افتقار الوجود للصفحات الفلسطينية التابعة لمكاتب الارتباط المدني الفلسطيني. الأمر الذي يجعل من صفحة المنسق مصدر هام بالنسبة للفلسطينيين لمعرفة شؤون المعابر.



منشور (3)

في المنشور رقم (3) يظهر كيف تعمل صفحة المنسق على إعلام الجمهور بفتح المعابر وإغلاقها من خلال الإعلان عن ذلك. وبالتالي تشكل معرفة تفاصيل المعابر إحدى الدوافع لاستخدام صفحة المنسق من قبل الفلسطينيين والتي تسعى الصفحة إلى إشباع حاجاتهم ودوافعهم من خلال تزويدهم بهذه المعلومات. ويهدف هذا الإشباع إلى إظهار صورة المنسق المهتم بشؤون

الفلسطينيين وجعل الصفحة مصدراً للحصول على المعلومات وتهميش دور مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية. الأمر الذي يعزز عملية التواصل بين المنسق وجمهوره ويقرب العلاقة بينهما وهذا يمثل جلياً الاتصال ذي اتجاهين خاصة وأن هناك عملية عكسية أيضاً تتمثل بطرح الفلسطينيين لاستفسارات حول المعابر ويجب عليها المنسق وكأنه الجهة الرسمية الوحيدة المسؤولة عن هذا الجانب.

في ظل افتقار الوجود للمعلومات الإخبارية المتعلقة بشؤون التصاريح والمعابر والخدمات المختلفة من قبل الجهات الفلسطينية، يجد المنسق حاجة لدى الفلسطينيين تجعله يسعى إلى توفير الأخبار المختلفة والمجيبة عن تساؤلاتهم، لهذا تعتبر الموضوعات الإخبارية جزءاً من المنشورات التي تنشر على الصفحة بنسبة 11.4% وهذا ينسجم مع نظرية الاستخدامات والاشباع التي تقترض بأن الجمهور يقوم بدور نشط في اختيار وسيلة اعلامية ما، وكذلك تفسيرها وإدماجها في حياتهم، حيث تتنافس أنواع مختلفة من وسائل الإعلام ضد بعضها البعض وضد مصادر الرضا الأخرى لجذب انتباه المشاهدين أو المتابعين. الأمر الذي يجعل الفلسطينيين ينشطون مع منشورات الاخبار كونها تلبي حاجتهم وتشبع استفساراتهم من خلال الإجابات التي تقدمها.

ويتنوع شكل الأخبار في صفحة المنسق بين نشرات إخبارية كاملة أسبوعية ومنشورات فردية يهدف من خلالها تقديم أبرز إنجازاته التي حققها وخدماته المقدمة للفلسطينيين بالنسب والأرقام حول عدد العابرين إلى إسرائيل عبر المعابر والمستفيدين من الخدمات والمقدمين للتصاريح، وعدد الشاحنات التجارية المارة بالاتجاهين بين فلسطين وإسرائيل ، كما يقدم جملة من الأخبار حول نشاط طاقم المنسق في الضفة الغربية من تهيئة البنى التحتية وإصلاح الطرق والمشاريع الزراعية وحماية البيئة وغيرها.



منشور (4)

في المنشور رقم (4) نجد مثلاً لمنشورات المنسق الإخبارية، وأكثر ما يثير الانتباه إلى طريقة الخطاب التي يوجهها للفلسطينيين خلال صياغته للمنشور، فجملتا "أخبار المنسق دائماً معكم" و"من حقك أن تعرف"، تتسجم تماماً مع محاولة المنسق للتأثير بالمتابعين من خلال إيصال فكرة أن الوصول إلى الأخبار هو حق لهم (في حين ينكر غالبية وأهم حقوق الفلسطينيين في ممارسة حياتهم) وبالتالي يظهر نفسه بصورة المعطي للحقوق لهم وأنه دائماً معهم بتوفير الأخبار التي تهمهم، وهنا يتم إشباع الحاجات النفسية للفلسطينيين في ظل انعدام وفرة المعلومات من الجهات الفلسطينية. الأمر الذي يجعل منهم جمهور نشط يتفاعل مع صفحة المنسق كونها ملبية لحاجاتهم من منطلق دوافع الإلمام بالأخبار والإجابة على الاستفسارات. إضافة إلى أن المنسق في هذه المواضيع يسعى إلى تسويق نفسه من خلال الأخبار المركزة على إنجازاته وأعماله ونشاطاته في الضفة الغربية وقطاع غزة والتي تكون أحياناً حلولاً لمشكلات ومعضلات تواجه الفلسطينيين.

يعتبر المزارعون الفلسطينيون من الفئات التي يحاول المنسق جذب انتباههم وتفاعلهم، لهذا يعتمد على نشر المنشورات المتعلقة بالخدمات التي يقدمها في قطاع الزراعة والتي مثلت نسبة 6% من الموضوعات التي يطرحها، ويعد المجال الزراعي مجالاً هاماً في حياة الفلسطينيين كونه من القطاعات التي تمثل مشاريع استثمارية تعيل العائلات والأسر الفلسطينية، ويشار إلى وجود مشكلات حقيقية تواجه المزارعين الفلسطينيين تتمثل بعدم وجود قوانين وتشريعات زراعية صارمة،

وعدم مراجعة الخطط الاستراتيجية المتعلقة بالقطاع الزراعي، وضعف السياسات الزراعية، وعدم وجود نظام تأمين زراعي وصندوق فاعل لتعويض المزارعين ضد الكوارث الطبيعية (حسين، 2018). وبالتالي مع هذه الإشكاليات الفلسطينية يجد المنسق محطة هامة يستطيع من خلالها التأثير على التفكير وكسب التفاعل عبر صفحته الفيسبوكية.

حيث يهدف من خلال منشوراته إلى التسويق لنفسه صورته في ممارسة دوره ونشاطه المقدم للفلسطينيين المزارعين، من دعم للمشاريع وجولاته التقدية للمزارع وحله للمشكلات المعترضة لطريق المزارعين.



منشور (5)

يعد المنشور رقم 5 مثلاً على المنشورات التي ينشرها المنسق في المجال الزراعي، يسعى من خلالها إلى إبراز نشاطه ودوره في القطاع الزراعي من أجل خدمة الفلسطينيين، حتى وأنه يبين نشاطه في حل المشكلات التي تواجه المزارعين مثل الآفات. بهذا يظهر المنسق جانبه الخدماتي للمزارعين الفلسطينيين ويشبع حاجاتهم المتمثلة بالدعم الزراعي وغيرها ليتشكل لديهم الدافع لمتابعة المنسق عبر صفحة الفيسبوك ويجعلهم نشيطين ومتفاعلين. وهنا يظهر مدى الاستجابة الطوعية التي يحصل عليها المنسق دون أي جهد أو عناء من قبل الجمهور الفلسطيني نتيجة للتأثير الذي يحققه.

ويشدد المنسق على إظهار جولاته للمزارعين من منطلق أهمية هذه الجولات التقدية لمزارعهم ومحاصيلهم واهتمامه بإنتاجهم ومشاريعهم الاستثمارية من جهة، وتوطيد العلاقات معهم والتقرب منهم من جهة أخرى. فهو يبين مدى التعاون بينه وبينهم من أجل صناعة الألفة والاعتيادية بين المواطن الفلسطيني والمنسق الذي هو بالأساس محتل بالنسبة للمجتمع الفلسطيني.

تشكل موضوعات المنع الأمني والتصاريح نسبة 6% من المنشورات المطروحة، حيث لا تقل هذه القضايا أهمية عن أية أخرى، فمن أكثر الإشكاليات التي تواجه الفلسطينيين عدم الحصول على تصاريح تمنحهم القدرة على الدخول للأراضي الفلسطينية المحتلة لأسباب أمنية عديدة، والتي تجعل من المواطنين الفلسطينيين الذهاب لمكاتب الارتباط المدني الفلسطيني للحصول عليها بالتنسيق مع الارتباط الاسرائيلي، الأمر الذي أصبح مختلفاً في الوقت الحالي مع نشر المنسق العديد من المنشورات التي تدعو الفلسطينيين لزيارة مكاتب الارتباط المدني الاسرائيلي لتقديم على طلبات التصاريح بشكل مباشر دون الوساطة الفلسطينية.

حيث يسعى المنسق من خلال الاعلان عن التصاريح الممنوحة وآلية تقديم الطلبات إلى تهميش دور الجهات الفلسطينية في هذا الأمر، علاوة على نشر المنشورات التي تتضمن أعداد الفلسطينيين الممنوحين للتصاريح من قبل مكاتب الارتباط المدني الاسرائيلي، مما يجعل دافع لدى بعض المواطنين الفلسطينيين تجاوز مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني واللجوء إلى المنسق للحصول على هذه الخدمات.



منشور (6)

في المنشور رقم (6) يظهر مجموعة من الفلسطينيين وطاقم المنسق خلال حملة الرفع الأمني الذي ينفذها المنسق في بعض الأوقات، حيث تعد فئة الفلسطينيين الممنوعين أمنياً جزءاً من الفئات المستهدفة كونها لديها عائق وإشكالية في دخول الأراضي الفلسطينية المحتلة، ومع ظل افتقار الحلول الفلسطينية لهم يجعلهم متجهين للمنسق ومكاتبه في مختلف المحافظات لحل هذه الإشكاليات والحصول على التصاريح، وبالتالي يعمل المنسق على تلبية الحاجات النفسية والسياسية والاجتماعية للفلسطينيين من خلال هذه الطريقة. ويركز المنسق على إظهار الصور في هذه المنشورات من أجل صناعة التأثير في المتابعين وجعل الوضع طبيعياً واعتيادياً فالأمر الذي سيفكر به أي متابع أن غيره يذهب لمكاتب الارتباط المدني الاسرائيلي بشكل عادي وبالتالي سينجر وراء ذلك مثله مثل الآخرين.

تأتي حملات رفع المنع الأمني في مختلف المحافظات الفلسطينية من أجل إظهار المنسق بصورة المتعاطف والخادم لشؤون الفلسطينيين والمنقذ لإشكالياتهم كون الكثير منهم يسعون وراء هذه التصاريح من أجل كسب المال وتأمين حياتهما المعيشية في ظل عدم توفر فرص عمل كافية في الأراضي الفلسطينية. ويحاول المنسق إيضاح أن الهدوء الأمني وعدم وجود أي مشكلات مع إسرائيل هي الدافع وراء هذه الحملات من أجل جعل الفلسطينيين في بعد عن أي أشكال للمقاومة ضد انتهاكات الاحتلال.

يمثل العمال الفلسطينيون جزءاً من اهتمامات المنسق الذي يسعى إلى جذب تفاعلهم ونشاطهم كونه يعنى بشؤون التصاريح والمعابر والعديد من الأمور المرتبطة بهم، لذا تطرح صفحة المنسق العديد من المنشورات المتعلقة بالعمال الفلسطينيين بنسبة 3.2% من مجمل المنشورات التي تم تحليلها، وتتمثل هذه المنشورات بأعداد العمال العاملين داخل الأراضي الفلسطينية المحتلة والمجالات التي يعملون بها، وتوفير المنسق لفرص عمل لهم باستمرار بشكل يأمن حقوقهم، ومساعي السلطات الإسرائيلية لتحسين شروط البيئة المهنية للعامل الفلسطيني من حقوق وتأمينات وغيرها، إضافة إلى نشر المعلومات الكافية التي تتعلق بصحة العمال.



منشور(7)

يمثل المنشور رقم (7) مثلاً على المنشورات المتعلقة بالعمال الفلسطينيين ويظهر فيه رسالة واضحة يحاول المنسق إيصالها وهي المحاولات الحثيثة لتحسين شروط تشغيل العمال وحتى الأجور والرواتب الممنوحة لهم. بهذا النهج يسعى المنسق إلى تحسين صورته وتسويقها بشكل إيجابي من أجل جذب اهتمام العمال وتفاعلهم. فهو يظهر بصورة المهتم في ظل افتقار فرص العمل في الأراضي الفلسطينية وقلة الرواتب والأجور الممنوحة للعمال في حال وجدت هذه الفرص.

إن اهتمام المنسق بفئة العمال الفلسطينيين بهذا النحو من شأنه أن يشبع الحاجات النفسية لديهم ويحفزهم للتعامل مع المنسق بصورة مباشرة وجعله وسيلتهم الأساسية في الحصول على المعلومات. كما يشجع الفلسطينيين غير العاملين إلى التوجه للأراضي الفلسطينية المحتلة للعمل داخلها ويصبحوا عمال لمشغلين إسرائيليين. ففي هذا إشباع للحاجات النفسية والاقتصادية والاجتماعية كون الموضوع يتعلق بالحصول على فرصة عمل في ظل البطالة الفلسطينية وما يلحقها من إحباط لدى الفلسطينيين والحصول على الأجر المادي الذي يعتبر أعلى مما قد يتلاقه في الضفة الغربية وقطاع غزة.

يعتبر القطاع البيئي مجالاً من المجالات التي يقدم المنسق من خلاله خدمات عدة، فهو يتولى شؤون التلوث والافات والتحديات التي تواجه البيئة، لهذا تشكل المنشورات المرتبطة بهذا الخصوص نسبة 3% من مجمل الموضوعات. فالمنسق ينشر كل ما يتعلق بمواجهة التحديات البيئية وجهوده في مكافحة التلوث، إضافة إلى تنظيمه لجولات تفتقدية وحملات لإيقاف عمليات التلويث التي تلحق الضرر بالبيئة.



المنسق

July 23 · 🌟

...

أجريت هذا #الصباح جولة في #مكب غير قانوني للنفايات في بلدة بديا بمشاركة مندوبين عن وحدة البيئة في #الإدارة_المدينة ومكتب #التنسيق_والارتباط منطقة #طولكرم و #قلقيلية. ويتم في هذا المكب إتخاذ إجراءات لتطبيق القانون بشكل مستمر بهدف الحؤول دون استمرار رمي النفايات في المكان. إن حرق النفايات يشكل خطرًا على صحة السكان الذين يتنفسون المواد المنبعثة خلال عملية #الحرق والتي تلوث البيئة. التقرير الكامل سينشر على صفحة #المنسق في الأيام القليلة المقبلة. #من_حقك_أن_تعرف

منشور (8)

في المنشور رقم (8) يظهر المنسق بصورة المحافظ على البيئة والطبيعة في الأراضي الفلسطينية، فهو ينظم الجولات والحملات التثقيمية لمكبات النفايات للتأكد من سلامتها وعدم إجراء أي عمليات حرق تؤثر على البيئة وسلامة السكان القريبين.

بهذا المنشور يسعى المنسق إلى التأثير بالمتابعين والجمهور من خلال تسويق صورته الايجابية وتعزيز دوره في حماية البيئة وسلامتها والحفاظ عليها من أي أضرار أو تحديات. وفي هذا إشباع للحاجات يشكل دوافع للمتابعة والتفاعل مع المنسق عبر صفحته الفيسبوكية. بالمقابل يحاول المنسق تسويق هذه الصورة الايجابية على حساب تشويه صورة الفلسطينيين بإظهارهم غير مهتمين بالبيئة وسلامتها.

يسعى المنسق من خلال صفحته الفيسبوكية التركيز على الجانب الإنساني حيث تمثل الموضوعات الانسانية نسبة 2.3% وتعتبر ضئيلة مقارنة بالموضوعات الأخرى لكن لا يجب الاستهانة بها، حيث يحاول التأثير في الجمهور من خلال إنسانية القضايا ودوره العاطفي في التعامل مع الحالات وإظهار التعامل الجيد مع الفلسطينيين.



المنسق
July 13 · ✨

...

الإنسان أولاً..
وقع صباح اليوم #حادث سير في منطقة #الأغوار
جنوبي قرية زبيدات، مما أدى إلى إصابة سائق جرار
زراعي فلسطيني بجروح بالغة. فقام أفراد مكتب
التنسيق والارتباط #أريحا وبتعاون مع منسقة شؤون
الصحة داليا باسا بتنسيق إخلاء السائق بواسطة طائرة
مروحية طبية نقلته للعلاج في مستشفى هداसा عين
كارم بمدينة أورشليم #القدس.
نتمنى له الشفاء التام، كما نأمل من جميع السائقين
توخي الحذر والالتزام بأنظمة المرور
#من_حقك_أن_تعرف

منشور (9)

في المنشور رقم (9) تظهر إنسانية المنسق في التعامل مع حوادث السير وحياة الإنسان، فهو يبين على الرغم من العداء بين الفلسطينيين وإسرائيل إلا أن الانسانية تتعدى ذلك وتتخطى هذه الحواجز، ويظهر مدى احترامه للإنسان بغض النظر عن جنسيته ودينه واهتمامه بصحته وسلامته. ومن ناحية أخرى يحاول المنسق من خلال المنشور أن يوفر أخبار شاملة لكل مناحي الحياة حتى لا يدع مجال للجوء المتابع لمواقع أخرى مما يستحوذ على انتباهه بشكل كامل، الأمر الذي يمكنه من بث رسائله ذات الأهداف الكامنة التي يسعى إلى تحقيقها.

في هذا يحاول المنسق تعزيز دوره في خدمة البشرية وحياة الإنسان واهتمامه بالفلسطينيين من أجل تسويق صورته الايجابية وتعزيزها في أذهان الجمهور من أجل خلق التأثير بهم والحصول على الاستجابة الطوعية المتمثلة بنشاطهم وتفاعلهم، وهذا مبني على الحاجات النفسية التي تشكل الدوافع والحوافز للتعامل مع المنسق.

تفرض وحدة تنسيق أعمال الحكومة في المناطق سلطتها على المياه، حيث يشكل هذا القطاع نسبة 2% من المنشورات التي يطرحها المنسق عبر صفحته الفيسبوكية، فهو يحاول التركيز على اهتمامه بالمياه ومصادرها والمحافظة عليها من الاشكاليات والتحديات. من خلال

تسليط الضوء على نشاطه وفعالياته ما بين السيطرة على عمليات سرقة المياه وأيضاً إصلاح المصادر التالفة وتزويدها بالمعدات والاليات اللازمة من أجل المحافظة على المياه.



منشور (10)

في المنشور رقم (10) يُظهر المنسق جهود وحدة المياه التابعة للإدارة المدنية في ملاحقة عمليات سرقة المياه والسيطرة عليها بطرق غير قانونية في المناطق الفلسطينية من أجل أغراض تجارية. في هذا المنشور يوصل المنسق رسالة واضحة تعزز دور الجهات الإسرائيلية في المحافظة على مصادر المياه من السرقة من جهة، وتشويه صورة الفلسطينيين وإظهارهم كسارقين للمياه من جهة أخرى.

يسعى المنسق من خلال ذلك، تسويق صورة الجهات التابعة للإدارة المدنية بشكل إيجابي بإبراز دورها ونشاطها في قطاع المياه للتأثير في الجمهور وكسب تفاعلهم ونشاطهم، وتهميش دور الجهات الفلسطينية في ذلك وإظهار عجزها عن تلبية حاجات مواطنيها. بهذا يحصل المنسق على الاستجابة الطوعية من قبل الجمهور المتابع دون أي إلزامية أو فرض بأي طريقة بل من خلال الاقتناع الذي يمارسه بالتركيز على نشاطهم الفاعل في الخدمات المقدمة.

تمثل موضوعات الخدمات واستقبال الجمهور، الطرق والمواصلات، والسياسة نسباً متساوية تقدر بـ 1.3% من مجمل الموضوعات، وهي نسب ضئيلة مقارنة بالموضوعات الصحية، الاجتماعية، المعابر والأخبار وغيرها. وهذا يشير إلى اهتمام المنسق بالموضوعات الثلاث (الخدمات واستقبال الجمهور، الطرق والمواصلات، السياسة) بشكل أقل. وهذا يعزى إلى أن المنسق ينشر وفقاً للحاجات المطلوبة من قبل جمهوره مما يكسب التفاعل والنشاط بصورة أكبر.

يطرح المنسق منشورات الخدمات واستقبال الجمهور من منطلق تزويد الجمهور وخاصة فئة الفلسطينيين العاملين في الداخل المحتل والممنوعين أمنياً، حيث تعتبر مكاتب الخدمات واستقبال الجمهور مكاتب شبيهة بمكاتب الارتباط المدني الفلسطيني، وفي هذا يحاول المنسق إنشاء العلاقة المباشرة بين المكاتب والمواطنين الفلسطينيين وتهتمش المكاتب الفلسطينية وفي هذا تقييد لدور السلطة الفلسطينية.



منشور (11)

في المنشور رقم (11) يعلن المنسق للجمهور عن فتح مكاتب الارتباط المدني الاسرائيلي في الضفة الغربية وقطاع غزة من أجل تقديم الخدمات لهم مع تمنياته بالصحة والعافية للجمهور، في هذا دعوة صريحة من قبل المنسق للفلسطينيين للتعامل مع مكاتبهم بصورة مباشرة وعدم الذهاب للمكاتب الفلسطينية، فهو يدرك تماماً حاجات الفلسطينيين للخدمات سواء التصاريح أو رفع المنع الأمني أو البطاقات الممغنطة وغيرها وبالتالي يشكل دافع لدى الفلسطينيين للذهاب للمكاتب الاسرائيلية للحصول عليها بوقت أسرع وجهد أقل من المكاتب الفلسطينية.

وفيما يتعلق بقطاع الطرق والمواصلات فإن المنسق يحاول تسليط الضوء على الخدمات التي تقدمها وحدة المواصلات التابعة للمنسق في الأراضي الفلسطينية، المتمثلة بإصلاح البنى التحتية وتزويد الشوارع بكل ما يحفظ سلامة السائقين.



مؤخرًا تم استكمال أعمال بُنى واسعة النطاق في مفرق #عيون_الحرامية والذي يقع على شارع 60 ما بين #رام_الله شمالًا و #نابلس جنوبًا حيث شملت هذه الأعمال توسيع الشوارع ونصب إشارات ضوئية وبناء محطات باصات وغيرها، وذلك من أجل تخفيف الازدحامات الشديدة وتقليص عدد حوادث الطرق التي كان في هذه المنطقة.
طاقم المنسق كان في المفرق واستمع إلى السائقين الفلسطينيين كيف تحسنت حركة السير في المفرق بشكل ملموس مقارنة بما كان عليه الوضع سابقًا. #شاهدوا:

منشور (12)

في المنشور رقم (12) يبين المنسق جهود وحدة المواصلات التي تعمل من أجل تقديم أفضل الخدمات للمواطنين، من خلال توسيع الشوارع ونصب الاشارات الضوئية لتخفيف الأزمات والازدحامات، وهذا من شأنه أن يعزز دور الإدارة المدنية الاسرائيلية في المناطق الفلسطينية وتسويق صورة المنسق بشكل إيجابي يجذب تفاعل الجمهور المتابع للمنسق عبر صفحته الفيسبوكية.

كما إن المنسق يسعى إلى إظهار قربيه من المواطنين الفلسطينيين من خلال جولات طاقمه في الشوارع المختلفة للاستماع إلى السائقين مقارنة بالوضع السابق قبل إصلاحات وحدة المواصلات، وفي هذا يحاول المنسق ترويج الأنشطة والأعمال المنفذة وكسب تأييد الفلسطينيين وجعلهم في مقارنة بين الوضع الحالي بعد الإصلاحات والوضع السابق الذي كانوا عليه دون وحدة المواصلات الإسرائيلية.

أما فيما يتعلق بالموضوعات السياسية بنسبة 1.3% من مجمل الموضوعات، فإن المنسق يحاول عرض القضايا السياسية من خلال أطر معينة لصالحه وصالح إسرائيل ، فهو يسعى من خلالها تحسين صورة إسرائيل على حساب تشويه صورة الفلسطينيين.



المنسق
August 13 · 🌟

...

!! بعد مشاورات أمنية، تقرر مساء اليوم وقف إدخال الوقود الى قطاع غزة بشكل فوري، من الآن وحتى إشعار آخر، وذلك في ضوء استمرار أعمال العنف وإطلاق البالونات الحارقة من القطاع باتجاه الأراضي الإسرائيلية.

!! منظمة حماس الإرهابية تتحمل المسؤولية عن كل ما يجري في قطاع غزة وينطلق منه باتجاه إسرائيل، وستتحمّل تداعيات العنف الذي يستهدف مواطني إسرائيل. وكما أوضحنا أكثر من مرة، فإن خرق الهدوء وزعزعة الاستقرار يمسّان بالدرجة الأولى بسكان القطاع.

منشور (13)

يمثل المنشور رقم (13) مثلاً على المنشورات السياسية، حيث يبين المنسق من خلاله إيقاف الخدمات التي يقدمها ويغلق المعابر في الوقت الذي تجري فيه أحداث عنف حسب وصفه، وإطلاق البالونات الحارقة من قطاع غزة باتجاه الأراضي الفلسطينية المحتلة، وفي هذا رسالة واضحة مفادها أنه على الرغم من تقديم المنسق للعديد من الخدمات إلا أن الفلسطينيين يواجهون ذلك بأعمال عنف وبالتالي يضطر إلى وقف خدماته. وفي ظل حالة الإحباط واليأس التي يعيشها المواطن الفلسطيني فإنه من خلال هذا المنشور فمن المتوقع أن يكون مؤيداً لفكرة وقف أعمال العنف من أجل استمرارية الحصول على الخدمات والحاجات التي يطلبها. إضافة إلى ضرورة التفكير بأنه في الوضع الطبيعي من المفترض أن تكون هذه المساومة موجهة إلى المسؤولين والقياديين السياسيين وعبر وسائل أخرى، لكنه في هذا الوقت الحالي يوجهها لجمهوره عبر صفحة الفيسبوك وبالتالي نجد هنا رسائل خفية ينشرها المنسق تشكل حافزاً ودافعاً في ظل حالة الإحباط التي يعيشها المواطن الفلسطيني للتفاعل مع هذا الرسائل وتشكيل وسائل ضغط على القيادة السياسية في قطاع غزة.

وتشير نماذج المنشورات السياسية إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في بث الرسائل السياسية والتأثير على الجمهور وجعلها آلية من آليات تحقيق الأهداف التي يسعى المنسق إلى تحقيقها بالإضافة إلى إظهار ممارسة إسرائيل للدبلوماسية الرقمية من خلال المساومات التي تنشرها.

إن التجارة والاقتصاد والسياحة كانتا أقل الموضوعات طرحاً عبر صفحة المنسق بنسبة متشابهة تتمثل بـ 0.45% من مجمل الموضوعات المطروحة وهذا يدل على قلة اهتمام المنسق بهذين القطاعين وتركيزه على القطاعات الأخرى ويعتبر الوضع طبيعياً خاصة في ظل الفترة الزمنية المأخوذة للدراسة كونها كانت تقع ضمن أزمة فايروس كورونا وما لحقها من إغلاقات شاملة وشلل في القطاع السياحي وبالتالي أثر ذلك على القطاع التجاري والاقتصادي، إلا أن المنسق يحاول من خلال منشورات التجارة والاقتصاد التركيز على صورة المنسق الداعمة للصناعات الفلسطينية والعلاقات التجارية بينهما للتأثير وكسب القبول بين الفلسطينيين وإسرائيل.



منشور (14)

يمثل المنشور رقم (14) مثالاً على منشورات المنسق المتعلقة في التجارة والاقتصاد، ويوضح من خلالها اهتمام المنسق بالصناعات الفلسطينية وأخذها شركة فلسطينية كنموذج لذلك ويعزي نجاحها وتطورها إلى العلاقات التجارية الواسعة بينها وبين الشركات الإسرائيلية. وفي هذا تسويق لصورة المنسق الداعمة للمشاريع الفلسطينية وكأنه لولا الشركات الإسرائيلية لما استمرت الشركات الفلسطينية. كما يظهر محاولة اختراق للوعي الفلسطيني من خلال التطبيع التجاري، وكما أفاد مالك شركة خاصة فلسطينية إلى المحاولات العديدة والمستمرة التي يقوم بها المنسق لإقناعه بالاستحواد على الصناعة التي يعمل بها من خلال فتح خطوط إنتاج جديدة ورفع القدرات الانتاجية وزيادة أعداد العاملين وأموال طائلة مقابل تسويق المنتج بإسم "إسرائيل" (الوهر، 2020).

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات التي يهتم بها المنسق ويقدم بعض الخدمات المرتبطة به، وخلال أزمة كورونا التي أثرت على الوضع السياحي أدى ذلك إلى قلة المنشورات التي

يصيغها المنسق حولها، لكن بنسبة ضئيلة جداً 0.45% فالمنشور الوحيد الذي حلل في عينة الدراسة، حاول المنسق من خلاله التسويق للسياحة لجذب المتابعين من الجمهور والتفاعل مع المنشور.



منشور (15)

فالمنشور رقم (15) يظهر محاولة المنسق على دمج الموروث الفلسطيني مع الجنسيات الأخرى وتسويق المدن الفلسطينية على أنها مدن إسرائيلية، وأ، المطبخ العربي الفلسطيني دخیل عليها. ويحاول خلق التعايش الطبيعي والاعتیادي بين الفلسطينيين والإسرائيليين من جهة والعرب والإسرائيليين من جهة أخرى، وما يلحق ذلك من تحقيق عملية التطبيع، الأمر الذي أصبح واضحاً بعد تطبيع الامارات مع إسرائيل وما جرى من جولات وزيارات سياحية متبادلة والاعلان عن خطط مستقبلية لفتح خطوط السياحة بين الامارات و إسرائيل.

القسم الثاني: التقنيات الدعائية المستخدمة في المنشورات

بناءً على تحليل المحتوى لمئتي وتسعة عشر (219) منشوراً عبر صفحة المنسق على الفيسبوك للكشف عن التقنيات الدعائية التي يستخدمها المنسق في صياغة منشوراته، تبين أن المنسق يستخدم ستة أنواع من التقنيات الدعائية في صياغة منشوراته عبر صفحة الفيسبوك وظهرت مجمل التقنيات 331 مرة كما يظهر في جدول رقم (2).

جدول (2): عدد التكرارات للتقنيات الدعائية الموجودة في المنشورات ونسبها المئوية

التقنية	عدد التكرارات	النسبة المئوية
العموميات البراقة	192 مرة	58%
البطاقة الراحبة	54 مرة	16.3%
التوصية	54 مرة	16.3%
التسمية	21 مرة	6.4%
اللاحق بالركب	6 مرة	1.8%
النقل	4 مرة	1.2%
الناس البسطاء	0	0
المجموع	331 مرة	100%

تعد تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality) الأكثر استخداماً بنسبة 58%، بينما تقنية النقل (Transfer) الأقل استخداماً بنسبة 1.2%. وتمثلت تقنيًا البطاقة الراحبة (Card Staking) والتوصية (Testimonial) بالمرتبة الثانية في الاستخدام بنسبة 16.3%، تلاهما تقنية التسمية (Name Calling) بنسبة 6.4%، اللاحق بالركب (Bandwagon) بنسبة 1.8%. فيما يهمل المنسق استخدام تقنية الناس البسطاء (Plain Folks) في صياغة المنشورات.

ويعزى استخدام المنسق لتقنية العموميات البراقة (Glittering Generality) كأكثر تقنية من بين مختلف التقنيات بنسبة 58% إلى هدف المنسق المتمثل بتحسين صورته وصورة إسرائيل وتعزيز دورهما في تحسين حياة المواطنين الفلسطينيين من أجل التأثير بهم وكسب الاستجابة الطوعية. كون تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality) التي تكررت 192 مرة في

المنشورات المحللة تقوم على إثارة مشاعر القبول والانتماء والايجابية لدى الجمهور من خلال مسميات إيجابية أي كلمات ترتبط بقيم ومعتقدات ذات قيمة عالية تحمل قوة الإقناع تدفع الجمهور لقبول الفكرة أو الشخص أو الجماعة دون الحاجة إلى أدلة أو براهين.



منشور (16)

يمثل المنشور رقم (16) جزءاً من المنشورات التي تستخدم تقنية العموميات البراقة التي تصل نسبتها إلى النصف مقارنة بالتقنيات الأخرى، ومن خلاله تظهر تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality) بشكلٍ جلي وواضح من خلال الكلمات "أبطالنا، الكفاح العالمي، وقفة احترام وإجلال.."، حيث يحاول المنسق من خلالها التأثير بجمهوره المستهدف عبر الإيجابية المرتبطة بالكلمات، فهو يعتبر الأطباء والمرضى مكافحين من أجل حياة الآخرين بغض النظر عن جنسيتهم وديانتهم ولغاتهم، وفي هذا إظهار صورة العدل والمساواة التي يتحلى بها المنسق دون أي أدلة أو براهين بل فقط من خلال الكلمات الإيجابية والمصطلحات التي يصف بها الأطباء

والممرضين. فهو يضفي الصبغة الموضوعية والإنسانية على صفحة المنسق، كهامش للتمويه وإخفاء الدور الحقيقي له. يسعى المنسق من خلال هذا المنشور إلى تحقيق القبول الاجتماعي والاستجابة الطوعية من قبل جمهوره المستهدف وتحسين صورته وصورة إسرائيل.

جاءت تقنيتا البطاقة الراحبة (Card Staking) والتوصية (Testimonial) في المرتبة الثانية بعد تقنية العموميات البراقة بنسبة متشابهة 16.3% من مجمل التقنيات الأخرى، فتقنية البطاقة الراحبة (Card Staking) تحاول التأثير من خلال توظيف فنون الخداع من أجل إقناع الجمهور بمواقف المرسل وأفكاره ومعتقداته وسياساته، فيلجأ لانتقاء الحقائق التي تصب في مصلحته والكذب والتزييف أو يستشهد بمصادر محددة ويتجاهل أخرى أو جذب الانتباه لقضايا أقل أهمية. وهذا ما يفعله المنسق تماماً فهو ينشر بعض المنشورات دون تأكيد واضح على صحة المعلومات والأفكار المطروحة.



منشور (17)

في المنشور رقم (17) ينشر المنسق خبراً حول المعابر وأعداد الداخلين والمارين من خلالها وأرقام التصاريح الممنوحة والتنسيقات من أجل مرور الحالات الإنسانية، حيث تظهر تقنية البطاقة الراحبة (Card Staking) من خلال الأرقام الموجودة في المنشور، فلا يمكن الجزم بصحتها ومدى حقيقتها فقد تكون أرقاماً مزيفة وغير حقيقية. بهذا يهدف المنسق إلى كسب تأييد الفلسطينيين وقبولهم للتعامل مع المنسق فهو يؤثر عليهم من خلال الأرقام للمارين من المعابر والممنوحين للتصاريح والتنسيقات للحالات الإنسانية، كما يسعى إلى إظهار صورته بشكل حسن وإيجابي ويبين مدى نشاطه وإنجازاته التي يقدمها للمواطن الفلسطيني خلال أسبوع. الأمر الذي من

شأنه أن يجعل بعض المواطنين الفلسطينيين ممن لهم حاجات مرتبطة بذلك كالحصول على التصاريح أو الدخول إلى الأراضي الفلسطينية المحتلة أو لديه حالة إنسانية التعامل مع المنسق والتفاعل مع طرحه وعرضه عبر صفحته الفيسبوكية وبالتالي نقول أن هناك استجابة طوعية حصل عليها المنسق من خلال تقنية الإقناع القائمة على التزييف وهي تقنية البطاقة الراحبة (Card Staking).

تظهر تقنية التوصية (Testimonial) بنسبة متشابهة لسابقتها 16.3%، والتي تعمل من خلال الاستعانة أو الاقتباس عن شخص أو أفكار أو نصوص أو تجارب أو أحداث سابقة من أجل دعم منتج أو فكرة أو سياسة وقد تكون إيجابية أو سلبية بمعنى قد تهدف إلى القبول أو الرفض. حيث تكرر استخدامها 54 مرة بشكل إيجابي في المنشورات المحللة بهدف التأثير في الجمهور المستهدف من خلال الاستعانة أو الاقتباس عن أشخاص ذي صفات اعتبارية، مما يجعل المنشور قوي التأثير خلال نشره بسنده لآخرين أو تدعيمه بالاقتباسات والأقوال. ويجعل من المتابعين أو المتصفحين لصفحة المنسق يتأثرون بجدية المنشورات ويجعل منهم في حالة نشطة للتفاعل والتعاطي معها كونهم اعتبروا الاقتباسات والأقوال الداعمة هي مصدر للصدق والثبات ويعطي المعلومات صبغة حقيقة.



المنسق

May 15 · 🌟

...

هذا هو فصل #الصيف قد اتى وبالتالي فان الايام الحارة قد تكون خطيرة ايضا وذلك بسبب اشتعال النيران في الاراضي المفتوحة وفي الاحراش. وعليه فيجب الانتباه الى قواعد الامان و عدم اشعال النار في الاماكن التي قد تشكل خطرا وعدم ترك النار بدون مراقبة.

سمير معدي منسق شؤون الزراعة من قبل الادارة المدنية يقول: "اننا نناشد ايضا سكان #يهودا_والسامرة بالاهتمام بقواعد الامان المتعلقة بالاراضي المفتوحة والاحراش مع اقبال فصل الصيف وارتفاع درجات الحرارة وذلك من اجل تفادي شوب الحرائق. يجب اشعال ...

منشور (18)

المنشور رقم (18) يظهر تقنية التوصية (Testimonial Technique) من خلال دعم فكرة التوعية والتثويه للحرائق في فصل الصيف بأقوال منسق شؤون الزراعة في الادارة المدنية الاسرائيلية الضابط سمير معدي، فالمنسق لم يكتف بالتوعية بشكل بسيط من خلال عبارات وتوصيات بل أكد المنشور بتوصية من قبل مسؤول إسرائيلي، وفي هذا تأثير أكبر وجذب للتفاعل والنشاط من قبل الجمهور المستهدف. حيث يظهر المنسق بصورة الوعي المهم لشؤون الفلسطينيين وصحتهم ودوره في حماية البيئة أيضاً والمساحات الزراعية، من أجل تحسين صورته وتجميلها بشكل إيجابي يكسب من خلالها التأييد والقبول.

تكررت تقنية التسمية (Name Calling) 21 مرة في المنشورات المحللة بنسبة 6.4% والتي تعتبر تقنية معاكسة لتقنية العموميات البراقة وتعني استبدال الأسماء بهدف إثارة مشاعر الكراهية والخوف والرفض لدى الجمهور عبر تسمية جماعة أو فكرة أو معتقد بمسميات ذات دلالات سلبية كأن يقوم القائم بالاتصال بإطلاق تسميات سلبية الأمر الذي يجعل الجمهور باتجاه تبني أحكام رافضة ومنتقدة لها. حيث يحاول المنسق استخدام هذه التقنية من أجل هدفها الأساس وهو تجميل صورة المنسق وتحسينها لكن على حساب تشويه صورة الفلسطينيين وجعلهم يظهرون بصورة سلبية معادية عنيفة مما يجعل الأحقية للمنسق وإسرائيل.



منشور (19)

في المنشور رقم (19) تظهر تقنية التسمية (Name Calling) من خلال الكلمات "أعمال العنف، البالونات الحارقة، الارهابية، زعزعة الاستقرار.." التي تهدف إلى تشويه صورة الفلسطينيين

فالمنسق يصف حركة حماس بالارهابية وفي هذا تأثير سلبي على صورة الحركة التابعة لأفراد فلسطينيين وبالتالي تشويه صورة المواطنين الفلسطينيين بشكل عام، وإظهار عدائية الفلسطينيين وتشكيلهم خطراً على حياة الآخرين بسبب أعمال العنف التي يقومون بها مما يؤدي ذلك إلى زعزعة الاستقرار وخرق الهدوء الأمني. في هذا تشويه ووصف الفلسطينيين بالعدائيين مقابل صورة إسرائيل الايجابية الضعيفة التي تتعرض للانتهاكات والخطر من أجل التأثير في الجمهور المستهدف وكسب التأييد الداعم للمنسق وإسرائيل.

تكررت تقنية اللحاق بالركب (Bandwagon) ست مرات في المنشورات المحللة بنسبة ضئيلة تمثلت بـ 1.8%، التي تركز في تحقيق أهدافها على ميل الفرد الفطري نحو الانتماء للجماعة ومسايرة الاتجاه السائد والنمط الموجود وله مسميات عدة مثل "غريزة القطيع" و"الجوقة الموسيقية". ويحاول القائم على الاتصال إقناع الأفراد بتبني فكرة معينة أو مسلك محدد بحجة أن الجماعة تتبنى نفس الفكرة أو النهج لذلك عليهم اللحاق بالركب وعدم تقويته.



منشور (20)

من خلال المنشور رقم (20) تظهر تقنية اللحاق بالركب (Bandwagon) بالصورة المرفقة للنص الذي يدعي للتوجه والانضمام لحملة رفع المنع الأمني والحصول على التصاريح التي تمكن الفلسطينيين من الدخول للأراضي الفلسطينية المحتلة، وبالتالي من منطلق التأثير بشكل أكبر جعل

المنسق هذه الصورة ترافق المنشور النصي والتي يظهر فيها حشد من الفلسطينيين التدين تبدو أشكالهم سعيدين بالتوجه لمكاتب الارتباط المدني الإسرائيلي ومقابلة أفراد الإدارة المدنية الإسرائيلية. الأمر الذي يؤثر في المتابعين الفلسطينيين للتوجه كون الصورة تبين الموضوع وكأنه طبيعي لا يوجد به أي إشكاليات بمعنى آخر "اللاحق بالركب"، فرسالة المنسق تفيد أن هؤلاء الأفراد انضموا لحملة رفع المنع الأمني فما الذي يمنعك كن واحداً منهم واتجه لمكاتب الارتباط المدني الاسرائيلي. فمن جهة، هذا حق لكل فلسطيني بحرية الحركة تكلفه التشريعات الدولية، ومن جهة أخرى، ففي هذا تهميش كبير لمكاتب الارتباط المدني الفلسطيني يسعى المنسق إلى تحقيقه. وجعل العلاقة مباشرة بين المنسق والمواطن الفلسطيني الذي لديه حاجات يجب أن يلبيها فبتشكل الدافع للتفاعل مع المنسق ومنشوراته.

تكررت تقنية النقل (Transfer) أربع مرات بنسبة قليلة تمثلت بـ 1.2% من مجمل التقنيات المستخدمة في المنشورات المحللة، والتي تعمل من خلال الرموز والنصوص والشخصيات المرتبطة بشهرة إيجابية أو سلبية عند الجمهور، فيقوم القائم بالاتصال بربط هذه الأمور بفكرة أو قضية معينة بهدف إقناع الجمهور بقبولها أو رفضها بمعنى توظيف شيء معين بربطه بشيء آخر من أجل خلق التأثير الفاعل لدى متلقي الرسائل وفقاً لرمزية وقوة تأثير الأمور التي يوظفها أو يعمل على ربطها بموضوعات ورسائل موجهة. ويعمل المنسق على استخدام النقل من أجل التأثير في الجمهور المستهدف وتحقيق أهدافه ومصالحه وكسب الاستجابة الطوعية.



منشور (21)

في المنشور رقم (21) يستخدم المنسق تقنية النقل من خلال استخدامه لأغنية عربية مشهورة وتعود لفنان عربي أيضاً مشهور له سمعة كبيرة في الوسط الفلسطيني والعربي، وبالتالي استخدام كلمات الاغنية بالإضافة إلى كتابته لـ"صوماً مقبولاً وإفطاراً شهياً" التي تعتبر من الجمل والدعوات التي يدعو بها المسلمين بشكل مستمر ودائم ولها رمزية خاصة، يؤثر المنسق في جمهوره المستهدف لكسب القبول الاجتماعي والتقرب من الفلسطينيين وإظهار صورته الحسنة الإيجابية لتغطية صورته السلبية كونه منسق تابع لإسرائيل.

أهمّل المنسق تقنية الناس البسطاء (Palin Folks) في كتابة منشوراته، وهذه نتيجة طبيعية كون المنسق يهدف إلى كسب القبول والتأييد من قبل الفلسطينيين وتحسين صورته وتجميلها وصورة إسرائيل، لهذا استخدم التقنيات الأخرى بصورة أكبر، بينما تقنية الناس البسطاء التي تقوم على ارتداء ثوب البساطة للفوز بمحبة وثقة الجماهير وعادة ما يستخدمها السياسيون والقادة عند التعامل مع الجماهير والظهور في مظهر المواطن البسيط والعادي الذي لا يختلف عن باقي الشعب في تصرفاته واهتماماته، تتسجم أكثر مع موضوعات الانتخابات والترشح التي تتطلب أن يكون المرسل مرتدياً ثوب البساطة ليكسب أصوات الشعب. بينما الدراسة الحالية تهتم أكثر بتجميل الصورة لدولة محتلة تسعى لكسب القبول والتأييد من الشعب الذي تحتله لهذا تميل لاستخدام تقنيات العموميات البراقة والشعارات الرنانة والبطاقة الراححة والتوصية والنقل لصالحها وتقنية التسمية لتشويه صورة الفلسطينيين.

القسم الثالث: الأطر الإعلامية

وفقاً لتحليل مئتي وتسعة عشر (219) منشوراً فيسبوكياً، تظهر البيانات أن المنسق يوظف بالدرجة الأولى ثلاثة أطر محددة خلال صياغته المنشورات من أجل التأثير في جمهوره المستهدف، وتمثلت بالآطر الإعلامية بنسبة 49.4%، الإنسانية بنسبة 26% والتوعوية بنسبة 24.6% كما في الجدول رقم (3).

جدول (3): عدد التكرارات للأطر المستخدمة في المنشورات ونسبها المئوية

	الأطر	عدد التكرارات	النسبة المئوية
1.	الإعلامية	108 مرة	49.4%
2.	الإنسانية	57 مرة	26%
3.	التوعوية	54 مرة	24.6%
	المجموع	219 مرة	100%

وتأتي هذه الأطر من منطلق تركيز المنسق على جوانب معينة وإهمال جوانب أخرى يشكل من خلالها قدرةً لدى جمهوره على تكوين مخزون من المعلومات والخبرات يحرك مدركاتهم وأفعالهم كون الأطر تضيف على المضمون معنى ومغزى.

احتلت الأطر الإعلامية النسبة الأكبر كون المنسق يسعى إلى تقديم المعلومات إلى الجمهور حول مختلف الأمور والخدمات التي يقدمها وينتهج سياسة إعلام وتزود الجمهور بأخر المستجدات والأخبار سواء المتعلقة بالإنجازات المقدمة أو الحاجات والخدمات التي يوفرها للفلسطينيين. ويستخدم المنسق الأطر الإعلامية بصورة مركزة على إظهار الجوانب الإيجابية له ولطاقمه ولإسرائيل من أجل التأثير وكسب التأييد والقبول من قبل الجمهور الفلسطيني المستهدف، وإنشاء علاقة اتصال مباشرة بينه وبينهم الأمر الذي يصب في الغاية الكبيرة وهي تهميش دور السلطة الفلسطينية والعمل على تحقيق عزوف الفلسطينيين عن التعامل مع مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني وجعل مكاتب الارتباط المدني الإسرائيلي وجهتهم الأولى والأساسية.

وتتنشط الأطر الإعلامية أيضاً من خلال الردود السريعة التي يقدمها المنسق للجمهور الفلسطيني حول الاستفسارات التي يطرحونها أو حتى الخدمات التي يطلبونها، فهو يعتمد على إطلاق هاشتاج مع كل منشور مؤطر إعلامياً يحمل عنوان "من_حقك_أن_تعرف"، ويأتي هذا الهاشتاج بناءً على حاجات الفلسطينيين النفسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، فهو يدرك تماماً افتقار الفلسطينيين لمصادر معلومات فلسطينية حول شؤون المعابر والعمال والتصاريج والمنع الأمني وغيرها الكثير، مما يجعله يكسب تفاعل الفلسطينيين ونشاطهم من خلال أن يكون مصدراً

لهذه المعلومات وملبياً للحاجات المفقودة، وإظهار ذلك على أنه حق للفلسطينيين. الأمر الذي يحرك توجهات الفلسطينيين وآرائهم ويدفعهم للتفاعل مع المنسق ومنشوراته، فهو باعتبار المعطي للحق الذي يحتاجونه. وبهذا يحقق التأثير الذي يخدم أهدافه ومصالحه.

مع هذه النسبة الكبيرة للأطر الإعلامية الموظفة إلا تحليل البيانات يشير يوضح إهمال المنسق وإغفاله للمواد الإعلامية التي تضر بأهدافه ومصالحه وتدعم صورة الفلسطينيين، فلا يزود جمهوره مثلاً بالمعلومات حول عدد الأشخاص غير الحاصلين على تصاريح، أو عدد الحالات المرفوضة من المرور عبر المعابر سواء المرضية أو التجارية. إضافة إلى أنه في الوقت الذي يقدم معلومات وتقارير إعلامية حول إنجازاته في الأراضي الفلسطينية مثل تطوير البنى التحتية والمشاريع الزراعية والمحافظة على البيئة وغيرها، يهمل الاخبار المتعلقة بمصادرة إسرائيل للأراضي الفلسطينية أو الخراب الذي يصنعه في مساحات واسعة مملوكة للفلسطينيين، أو حتى عن انتهاكات الاحتلال تجاه المدنيين والعمال الفلسطينيين والمزارعين.

تأتي الأطر الإنسانية بالمرتبة الثانية بنسبة 26% من مجمل الأطر الموظفة، حيث وجدت الباحثة أن المنسق يوظف الجوانب الإنسانية من خلال صياغة المنشورات التي تدغدغ المشاعر وتحركها إيجاباً معه، فصفحة المنسق تركز على إنسانية المواقف خلال طرحها للمنشورات والموضوعات، الأمر الذي من شأنه أن يساهم بشكل كبير في كسب ود وتعاطف الفلسطينيين وقبولهم للمنسق وطاقمه وإسرائيل.

فمن خلال الجوانب الإنسانية يسعى المنسق إلى تحقيق التأثير الذي يخدمه ويخدم مصالحه وأهدافه، فهو ينشر إنجازاته وتعامله الإنساني مع الفلسطينيين مثل الحالات المرضية التي يتوجب تلقي علاجها في الأراضي الفلسطينية المحتلة فهو يسمح بمرورها وتسهيل شؤون علاجها، أو عند وقوع حوادث سير لمركبات فلسطينية فهو ينشر صوراً لطواقم الشرطة والاسعاف الاسرائيليين وهم يتعاملون مع الحوادث بشكل إنساني ويصوغ الرسائل ذات العلاقة التي تشير إلى إنسانية الاسرائيليين في التعامل مع حياة الناس بغض النظر عن دينهم وجنسياتهم وغيرها من المعايير.

هذه الأمور تجعل من المتلقين للرسائل مهتمين ومتفاعلين مع المنشورات نتيجة لعواطفهم المنجذبة مع نشاط المنسق وإنجازاته، فهو يصبح المنسق الإنساني الإيجابي الخادم للفلسطينيين والمحافظ على حياتهم وسلامتهم.

في المقابل توضح البيانات جانباً خفياً كبيراً في ذات المحتوى للمنشورات وهو انتهاكات الاحتلال وممارسته لأعمال عنف تجاه الفلسطينيين وتعامله المهين للفئات المختلفة سواء عمال فلسطينيين، مدنيين، أسرى وغيرهم، وإعاقته لمرور الفلسطينيين عبر الحواجز التي يضعها بين المحافظات، وحتى مواقف وعمليات إرجاع أهالي الأسرى عن زيارتهم لأبنائهم في سجون إسرائيل. هذه الخفايا تغيب الجمهور المستهدف عنها بل مشاهداً ومتابعاً فقط للرسائل الإيجابية التي يبثها وينشرها مما يؤثر في اتجاهاته وأفكاره وسلوكه وأرائه. ففي هذا الأمر تسويق لصورة المنسق الإيجابية وتجميل صورتها وتعزيزها في أذهان الجمهور المستهدف لكسب ود وقبول الفلسطينيين.

إضافة إلى الأطر الإعلامية والإنسانية وجدت الباحثة استخدام وتوظيف للأطر التوعوية بنسبة 24.6%، حيث يستهدف المنسق جمهوره المستهدف من المتابعين بطرح الموضوعات ضمن جوانب توعوية يظهر من خلالها بصورة المرشد لهم بأمورهم الصحية خاصة في ظل أزمة كورونا، والتي استغلها بصورة كبيرة وركز عليها من خلال تزويدهم بالمنشورات التي تعنى بكيفية التعامل مع فايروس كورونا والأمور التي يجب اتباعها للمحافظة على الصحة. فنشر العديد من الرسائل التي توضح أهمية الالتزام بالإرشادات الوقائية لرفع الوعي لدى الجمهور بالتعامل مع أزمة كورونا، ووجه رسائله للعمال الفلسطينيين الذين يعتبروا جزءاً من جمهوره المستهدف، وإلى الجمهور بشكل عام.

يحاول المنسق من خلال الأطر التوعوية تسويق صورته الإيجابية وتجميل سمعته لدى الجمهور الفلسطيني لجذب تأييدهم وتفاعلهم ونشاطهم معه ومع طاقمه، فعندما يرى المتابعون منشورات المنسق التي تهتم بصحتهم وتزيد من وعيهم في ظروف صعبة، تتشكل الدوافع الإيجابية للتعامل معه والتفاعل مع رسائله وبالتالي تتحقق الاستجابة الطوعية التي يهدف المنسق إلى الوصول إليها. الأمر الذي يبني قنوات اتصال مباشرة بين الفلسطينيين والمنسق ويجعلهم جاهزين

للتعامل والتواصل معه في شؤون أخرى. وفي هذا تغييب للجوانب السلبية التي يقوم بها المنسق وإسرائيل مما يشكل أطراً إيجابية لعقول الفلسطينيين المؤثرة على عقولهم والمنعكسة على سلوكياتهم وتصرفاتهم.

كون الدراسة الحالية تبحث في مجال كيفية تأثير صفحة المنسق على المجتمع الفلسطيني والتي تعتبر الصفحة جزءاً من سياسة "إسرائيل"، فإن نظرية التأطير تتلاءم مع أهداف المشكلة البحثية، فالتأطير بالأساس يركز على جوانب محددة لصالح القائم بالاتصال أي "المنسق" للتأثير على الجمهور المستهدف "المجتمع الفلسطيني" من جهة وإهمال جوانب معينة من جهة أخرى، فالمنشورات التي تصاغ على صفحة المنسق تركز على كلمات أو عناصر لصورة مثلاً دون بيان الحقيقة كاملةً. فهي توجه المتابع إلى ما هي تريد أن يفهمه ويفسره وليس ما هو يريد أن يراه أو يتابعه. بمعنى أنها تتدخل في عملية التفكير من قبل الجمهور ليصبح إيجابياً مع أهدافها ومتطلباتها.

بشكل عام، تهدف عملية التأطير للموضوعات المطروحة إلى التأثير بالفلسطينيين من خلال خلق الصورة الإيجابية للمنسق وتعزيزها، إظهار الجهود الكبيرة التي يقوم بها المنسق من أجل خدمة الفلسطينيين. حمل المنسق لمسؤولية الكثير من القضايا مثل المياه، الزراعة، البيئة وغيرها. كما تهدف إلى خلق العلاقة المباشرة بين المنسق والفلسطينيين وإهمال الجهات الفلسطينية الرسمية المسؤولة عن شؤونهم. وإنشاء التفاعل الإيجابي بين المنسق وجمهوره عبر صفحة الفيسبوك بشكل بعيد عن صورة المنسق الذي يعتبر محتل بالنسبة للفلسطينيين.

القسم الرابع: المقابلات المفتوحة (أسئلة شبه محددة)

في سبيل الحصول على معلومات نوعية تجيب على التساؤلات البحثية، تم تقسيم المبحوثين إلى خمس فئات تتمثل بالمختصين السياسيين، العلاقات العامة والاعلام الرقمي، العاملين في مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني، العمال الفلسطينيين داخل الأراضي الفلسطينية المحتلة، والتجار والشركات ذات التعامل التجاري مع إسرائيل.

المنسق... والمختصون السياسيون الفلسطينيون

تم اختيار فئة المختصين السياسيين وإجراء خمس مقابلات لمعرفة كيفية تأثير صفحة المنسق على الأوضاع السياسية خاصة في ظل الظروف الراهنة خلال العام 2020م وما جرى خلالها من وقف للتنسيق الأمني وعمليات التطبيع مع الدول العربية، وآليات تمهيد إسرائيل من خلال صفحة المنسق على فرض السيطرة التامة على الشؤون الفلسطينية، وما الأسباب السياسية التي تقف وراء استجابة الفلسطينيين للتعامل مع المنسق وخطورة ذلك على مستقبل مؤسسات السلطة الفلسطينية، إضافة إلى معرفة السبل الممكنة المساهمة في تحجيم دور المنسق وضبط التعامل معه سياسياً.

بناء على تم تحديده من بيانات المبحوثين، فقد وجدت الباحثة أن البيانات يمكن تقسيمها

تحت محورين هامين، وهما:

المحور الأول: فاعلية نشاط صفحة المنسق وكيفية تأثيرها ومساهمتها في تحقيق أهداف احتلالية وتطبيعية

بالنسبة للمحور الأول ، وضحت بيانات المبحوثين الخمسة إلى أن صفحة المنسق تؤثر على العلاقة بين إسرائيل والفلسطينيين بصورة كبيرة كون إسرائيل تعمل منذ سنوات عدة على تطوير أدواتها الرقمية، وظهرت في الفترة الأخيرة الدبلوماسية الرقمية من أجل تحسين صورة إسرائيل خصوصاً أمام الجمهور العربي ونشطت في هذا المجال في مختلف أنحاء العالم. ويشير المبحوث الأول (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) أن إسرائيل احتلت المركز الثامن عالمياً في الدبلوماسية الرقمية ونافست دول عظمى ومنذ العام 2015 أصبح هناك قسم خاص في وزارة الخارجية الاسرائيلية يعنى بالدبلوماسية الرقمية فيه 75 موظفاً ومتطوعاً و30 موظفاً منتشرين في سفارات (دولة اسرائيل) وتشرف الوزارة على 350 قناة رقمية واجتماعية على الانترنت و20 موقعاً إلكترونياً تتحدث عدة لغات (عربية وانجليزية وفرنسية وفارسية وروسية).

وأضاف المبحوثون أن صفحة المنسق ظاهرياً تتحدث عن معاناة الشعب الفلسطيني وتحاول تقديم المساعدة لأي فلسطيني من عمال أو تجار أو مزارعين، لكن في حقيقة الأمر تبحث عن أدوات جديدة للتواصل والتأثير من أجل زيادة أعداد العملاء لصالح إسرائيل من الفلسطينيين، وإظهار الوجه الحسن وتجميل صورتها أمام عامة الناس، عدا عن تأثيرها عبر بث الاشاعات والتحريض ضد السلطة الوطنية الفلسطينية وقادتها وإظهار نصف الحقيقة في كل ما يخصها، لذا فإن صفحة المنسق تعتبر تكريس وجود إسرائيل للصفة الغربية وقطاع غزة من خلال التواصل مع الناس بعيداً عن السلطة الوطنية الفلسطينية والاتفاقيات الموقعة بين إسرائيل ومنظمة التحرير الفلسطينية.

وأضاف المبحوث الثاني (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) أن صفحة المنسق تمثل غرفة عمليات ميدانية لأجهزة المخابرات الإسرائيلية والإدارة المدنية للإحتلال، بعد أن دخلت العملية السياسية في أزمة واستعصاء نتيجة التعتن الإسرائيلي والتوصل من الالتزامات المفروضة بموجب الاتفاقيات، لتمهيد الأرضية المناسبة للعودة المباشرة للاحتلال وتقويض دعائم وأركان السلطة الفلسطينية ومنعها من تجسيد سيادتها على الأرض. وتمثل صفحة المنسق جسراً للتطبيع مع الفلسطينيين والدول العربية والعالمية، والتبويض لصفحة الاحتلال والتمهيد للسلس لتمرير مخططات الضم الإسرائيلية.

إن فعالية صفحة المنسق تمثل استغلالاً واضحاً للثورة التكنولوجية في ظل امتلاك إسرائيل للفضاء الإلكتروني والعلاقات القوية التي تربطها بالغرب مما يجعل القائمين على ذلك قادرين على الوصول لشرائح معينة من المجتمع الفلسطيني، فصفحة المنسق أصبحت عابرة للحدود والبيوت فمن خلال زر متابعة يصبح المواطن على إمكانية اتصال مباشرة مع طاقم المنسق لطلب أي خدمة مثل تصريح أو رفع منع أمني وغيرها، بينما تمرر رسائل خبيثة وقوية في ذات الوقت من قبل الطاقم للفلسطينيين، هدفها التأثير وكسب ودية العلاقة وتحقيق أهداف احتلالية وفرض سيطرة تامة من جهة وأهداف تطبيعية من جهة أخرى.

وعن التطبيع تحديداً، فإن صفحة المنسق ساهمت لحد كبير في تفهم وإسقاط بعض الشرائح الفلسطينية أو الدول العربية في تصديق الرواية الإسرائيلية لأنهم مدركين وملمين تماماً بالعادات والتقاليد والهوية الفلسطينية والعربية وحتى الديانة، مما يجعلهم مخاطبين للعواطف والفكر بشكل متماهي جداً مع الفلسطينيين والعرب، الأمر الذي يجعل من عملية التأثير أسهل وأسرع. وفي هذا توضيح للفئات العربية ذات الثقافة القليلة أصبحت تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حبها ورغبتها في زيارة "تل أبيب" متجاوزين العروبة وغيرها من الأمور المرتبطة بدولة وشعب فلسطين.

أشار المبحوثون إلى أن الظروف السياسية تؤثر على نشاط وفاعلية صفحة المنسق، ففي مرحلة وقف التنسيق الأمني سعت إسرائيل إلى زيادة الضغط على منظمة التحرير الفلسطينية والسلطة الوطنية الفلسطينية بمعنى أنها تستطيع التواصل مع الفلسطينيين بصورة مباشرة دون الرجوع لأي جهة فلسطينية رسمية، وفي حال عدم القبول بصفقة القرن فإنها ستقوم بتولي إدارة شؤون الضفة الغربية لوحدها وستعتبر هذا تكريس لضم الضفة الغربية لإسرائيل وبناء المزيد من المستوطنات في الضفة الغربية. إسرائيل استغلت الفراغ والغياب الفلسطيني من جهة واستغلت حاجة الفلسطينيين والعمال خاصة المتمثلة بالحصول على قوت يومه فهو بحاجة للعمل والوصول إلى مكان عمله.

إن صفحة المنسق ساهمت بشكل فعال خلال فترة وقف التنسيق الأمني في تسهيل معاملات العمال والمزارعين والتجار ورجال الأعمال وأصدرت لهم التصاريح دون الرجوع لمكاتب الارتباط المدني الفلسطيني، وبالتالي تبعت فعلياً رسائل إلى السلطة الوطنية الفلسطينية مفادها أن وقف التنسيق الأمني لا يمثل شيئاً في الوقت الحالي لأنها تستطيع إدارة شؤون الضفة الغربية بمفرده دون مساعدة السلطة الوطنية ومن شأن ذلك مساعدة إسرائيل بالمضي قدماً في تنفيذ مشروعها وهو السيطرة التامة على الضفة الغربية. وأضاف المبحوث الثاني (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) إلا أن هذه الفترة تشكل عودة لمرحلة ما قبل أوصلو ونشأة السلطة الفلسطينية وتتصلاً من الاتفاقيات الموقعة بين الجانبين وما تفرضه من التزامات، أي تكريس السلطة المباشرة للإحتلال، إضافة إلى اختراق المجتمع الفلسطيني وخلق آليات جديدة للضبط تعوض غياب

التنسيق الأمني. "فإن إسرائيل ماضية في تجاوز الفلسطينيين كمؤسسة كيانية سياسية والتخاطب مع المواطن الفلسطيني على اعتبار الوضع الطبيعي" المبحوث الرابع (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020).

أجمع المبحوثون على أنّ المنسق يقوم بدور متعدد المستويات، أمني، وسياسي، واجتماعي، واقتصادي ونفسي، فهو يحاول من خلال الصفحة إقامة صلة مباشرة بين المواطن الفلسطيني وسلطات الإدارة المدنية الإسرائيلية متجاهلاً دور السلطة ووساطتها، مستغلاً حاجة الفلسطيني للعمل والتنقل والسفر وأخرى عديدة ملبياً له هذه الحاجات، ظاهراً بصورة الحريص على مصالح الفلسطينيين، وبالتالي استعادة عملية إخضاعهم مجدداً بشكل ذكي وخبيث لسيطرته التامة على شؤون الحياة كلها من العمل والصحة والاقتصاد والتجارة وغيرها، إلى جانب تنشيط أدوات اختراقه للمجتمع الفلسطيني. حيث تجاوزت صفحة المنسق مسألة الوساطة لتلبية بعض الاحتياجات، وباتت تطرح مواضيع اجتماعية كالتهماني والتعازي والترويج للتعايش ووفرة العمل ورغد الحياة، وقضايا أمنية كالتحديات الموجهة لأشخاص أو تجمعات والإعلان عن تسهيلات أمنية ورفع للحظر الأمني أو المساومة على هذه الأشياء باعتبارها إمتيازات يمكن سحبها. إضافة إلى قيام طاقم صفحة المنسق على توسيع دائرة إنتشارها من خلال الحسابات الوهمية بهدف تعزيز السيطرة على كامل حياة الفلسطيني التواق للعيش الكريم. من أجل ضمان بقاء هذه الصفحات هي المصدر الوحيد الذي يستقي منه المعلومات الشعب الفلسطيني وبذلك تستطيع السيطرة على عقول عامة الناس.

المحور الثاني: الاستجابة الفلسطينية وخطورتها على مستقبل السلطة الفلسطينية وسبل

تحجيم دور صفحة المنسق

أما فيما يتعلق بالمحور الثاني المتمثل في الاستجابة الفلسطينية وخطورتها على مستقبل السلطة الفلسطينية وسبل تحجيم دور صفحة المنسق، أشار المبحوثون إلى أنّ أسباباً عديدة تقف وراء استجابة الفلسطينيين لمتابعة صفحة المنسق، منها:

1. افتقار الجهات الفلسطينية لإستثمار للصفحات الإلكترونية المختلفة لبث الرسائل المضادة والمقاومة لمحتوى صفحة المنسق ومثيلاتها.
2. الفراغ الفلسطيني وضعف في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية الرسمية والخاصة وهذا يجعل الناس تبحث عن مصدر آخر للمعلومات يكون أكثر ثقة فوجدوا ضالتهم في صفحة المنسق ومثيلاتها.
3. العديد من الاشخاص وجدوا أن صفحة المنسق تقدم أخباراً صحيحة وهي وقد تكون كذلك ولكن في مواضيع ليست ذات أهمية لإسرائيل وبالتالي تضيي صفة المصادقية على هذه الصفحة من قبل عامة الناس.
4. تقديم صفحة المنسق للعديد من الخدمات الإنسانية خاصة للعمال والتجار ورجال الاعمال والمزارعين خاصة بعد جائحة كورونا ووقف التنسيق الأمني مما اضطر العديد من الاشخاص لمتابعة صفحة المنسق والتعامل معها.
5. أزمة الثقة بين عامة الناس والقيادة الفلسطينية ومؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية مما اضطر الناس إلى البحث عن مصدر معلومات أكثر ثقة من مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية.
6. الحالة الموجودة في فلسطين التي تسبب بها الانقسام في العقائد والفكر وغيرها، فمثلاً هناك أشخاص لديه مناكفات معينة مما يجعلهم متابعين لصفحة المنسق نكاية بمؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية.
7. لغة التخاطب بين المنسق والمواطنين الفلسطينيين والتي تعتبر مؤشر كبير على الدهاء والذكاء الذين يميزان طاقم المنسق مما يشكل حوافز ودوافع للتفاعل مع الصفحة.
8. رصد صفحة المنسق للأمثلة العديدة ونشرها كحالات رفع المنع الأمني عن الأشخاص يشكل حافزاً للآخرين للتعامل مع الصفحة للحصول على هذه المطالب ومثيلاتها، بمعنى آخر "اللاحق بالركب".

9. حالة عدم اليقين بثبات واستمرارية عمل السلطة الوطنية الفلسطينية، بمعنى أن أي هزة سياسية تلوح بانتهيار السلطة.

10. التقنيات التكنولوجية التي يوظفها طاقم صفحة المنسق مثل الحسابات الوهمية التي يتم استغلالها لتحفيز فكرة اللحاق بالركب والتشجيع على المتابعة والتفاعل.

11. تشكيل الوعي الاستراتيجي، حيث إن إسرائيل تعمل على المدى البعيد فهي تنشر أخباراً بنسبة 90% من الصحة مقابل 10% من الخطأ، لتكسب الثقة والمصداقية من قبل الجمهور، مما يجعلها في المستقبل تنشر أخباراً مضللة بنسبة 90% وصحيحة بنسبة 10%.

وأضاف المبحوث الثاني (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) أن الإنسان عبد مصالحه، ومن الطبيعي أن يبحث الفلسطيني الذي تضيق به السبل على وسائل لتلبية تلك المصالح وخاصة الحصول على عمل ودخل يمكنه وأسرته من العيش وتدبير احتياجاته المتزايدة. ولا شك أن توجه البعض للتعامل مع المنسق يأتي في ظل أزمة تعيشها السلطة جراء العجز عن تلبية متطلبات الحياة الكريمة للناس وغياب أفق للحل السياسي العادل، وتفاقت المسألة لاحقاً جراء تداعيات جائحة كورونا على الاقتصاد الفلسطيني الذي يعاني أصلاً من تبعية للاقتصاد الإسرائيلي بسبب تحكم سلطات الاحتلال بالحدود والموانئ والمعابر وغياب سيادة وطنية فلسطينية، ناهيك عما يعانيه أصلاً الاقتصاد الفلسطيني من معضلات وما فرضته الاتفاقيات الموقعة بين الطرفين من شروط والتزامات على السلطة الفلسطينية كبلتها وجعلتها عاجزة عن القيام بتنمية مستدامة، تلبي حاجة المواطن الفلسطيني المتزايدة لفرص العمل والتشغيل والدخل اللائق والصحة اللائقة والبيئة النظيفة والتعليم المناسب وغيرها من الحقوق والحاجات. وبالتالي فإن الاحتلال يستغل كل ذلك ليدفع المواطن للبحث عن السبل الكفيلة بتلبية هذه الحقوق والاحتياجات والمصالح، فيجد مجبراً في المنسق ضالته، ويجذب لذلك تحت سطوة بروباغندا تضليلية من قبل المنسق وبقية إدارات إسرائيل المعنية بالسيطرة على الشعب الفلسطيني.

وجد المبحوثون سبلاً لتحجيم دور صفحة المنسق وضبط التعامل معه من خلال رفع مستوى وعي المواطن الفلسطيني عموماً والشباب منه بشكل خاص بخطورة دور المنسق وبقية صفحات

أدوات الاحتلال واستخباراته التي تستهدف التأثير على وعي المواطن الفلسطيني لتبويض صفحة الاحتلال والترويج لدوره الإنساني، تفعيل السلطة الوطنية الفلسطينية لدور مؤسساتها من أجل تعزيز صمود المواطن الفلسطيني وثقته بالمؤسسة الوطنية وبالتالي تعزيز انتمائه وولائه لفلسطين والكفاح من أجل حريته وكرامته الوطنية التي ينتهكها الاحتلال ويهدد وجودها، تضافر جهود كل المؤسسات الوطنية الرسمية والشعبية في تلبية احتياجات المواطن الفلسطيني على صعيد العمل والتشغيل والصحة والتعليم وغيرها من المجالات، رفع مستوى الوعي بأهمية مقاطعة سلطات الاحتلال والمنتجات الإسرائيلية، الطلب من المؤسسات الدولية كالصليب الأحمر وغيرها لأخذ دورها في مراقبة مدى امتثال سلطة الاحتلال للقانون الدولي والقانون الدولي الإنساني والقانون الدولي لحقوق الإنسان التي تفرض عليها كسلطة إحتلال تأمين حاجات معيشة المدنيين الخاضعين لسلطتها ليس باعتبارها عملاً إنسانياً منها أو منة ومنحة بل واجب تفرضه قوانين الاحتلال الأجنبي، وعلى إسرائيل الانصياع له، واستخدام انتهاكاتها لهذه الحقوق باعتبارها جرائم حرب وجرائم ضد الإنسانية من المفترض أن يلاحق مرتكبوها أمام المحاكم الدولية ويعاقبوا عليها ولا يفلتوا من العقاب على ارتكابهم لها، ضرورة الاهتمام ودعم المبادرات الوطنية كحملة "يا عندي يا عند المنسق"، التي نجحت في الكشف عن الدور الخطير الذي يقوم به المنسق واستطاعت أن تدفع آلاف من الفلسطينية للانسحاب من صفحته ومقاطعته، وبالتالي أهمية استخدام وسائل ومنصات التواصل الاجتماعي لكشف زيف خطاب إسرائيل ومحاولات اختراقه للمجتمع الفلسطيني وكى وعى الفلسطينيين.

وأضاف المبحوث الأول (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) ضرورة تفعيل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بصورة أكبر من أجل مواجهة عمليات التضليل، كسر الهوة بين الشعب الفلسطيني وقيادته لإعادة الثقة بالقيادة الفلسطينية ومحاربة الفساد، إصلاح مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية ومؤسسات منظمة التحرير وزيادة الكادر الشبابي للنهوض بها، إعطاء دور للشباب الفلسطيني في الجهاز الإداري الفلسطيني من أجل إيجاد حلول خلاقة لمقاومة الاحتلال الاسرائيلي في ظل الهجمة الشرسة التي تقودها "إسرائيل" ضد القضية الفلسطينية، دعم

الشباب من أجل تصميم صفحات تحاكي الصفحات الاسرائيلية وفضح أكاذيبهم وهناك امثلة كثيرة على ذلك منها: (صفحة يا عندي يا عند المنسق، جيش الاهد الالكتروني- اهد 194، حركة مقاطعة اسرائيل BDS، إيجاد مساق "الدبلوماسية الرقمية" في الجامعات الفلسطينية.

كما أشار المبحوث الرابع (سياسي، المنسق والمختصون السياسيون، 2020) إلى أن السبل تتحمل مسؤوليتها الجهات الرسمية وغير الرسمية، ويتمثل الدور الرسمي في الإعلام الرسمي الفلسطيني وتوفير مواقع إلكترونية مضادة لصفحة المنسق، على الرغم من التحديات التي قد تواجهه مثل سيطرة إسرائيل على الفضاء الإلكتروني، وقلة الكفاءة والمؤهلات للعاملين في الجهات الرسمية مقارنة بإسرائيل. بينما يتمثل الدور غير الرسمي بالشباب الفلسطيني الذي ولد بفترة الثورة التكنولوجية وبالتالي لديه القدرة على ممارسة دور لا يقل أهمية عن أي أدوار أخرى، إضافة إلى أهمية الجاليات الفلسطينية في الخارج ومسؤوليتها في تشكيل التجمعات إلكترونياً من أجل نشر الصورة الحقيقية عن فلسطين ومعاناتها، والقطاع الخاص الفلسطيني الذي يتوجب عليه تقليل التكاليف على المواطن الفلسطيني لكي لا يذهب إلى الشركات الإسرائيلية.

المنسق ومختص العلاقات العامة والاعلام الرقمي

في سبيل الإجابة على أسئلة الدراسة التي تبحث في كيفية تأثير صفحة المنسق على المجتمع الفلسطيني من الجانب المختص بالعلاقات العامة والاعلام الرقمي، تم إجراء خمس مقابلات مع ذوي الاختصاص في هذا الجانب. وذلك، لمعرفة كيفية خدمة صفحة المنسق للرواية الإسرائيلية المزيفة على حساب الحقائق الفلسطينية، والأهداف التي تسعى إسرائيل إلى تحقيقها عبر الصفحة، وكيفية تحقيق الاستجابة لدى الفلسطينيين مع منشوراتها، وأهمية التواصل ذي اتجاهين بين المنسق وأفراد المجتمع الفلسطيني، بالإضافة لمعرفة الفئات الفلسطينية المستهدفة من خلال الصفحة وآلية جذبها. وتم تقسيم هذه الجزئية إلى محورين هامين، هما:

المحور الأول: أهداف إسرائيل من صفحة المنسق وخدمتها للرواية الإسرائيلية

فيما يتعلق بالمحور الأول "أهداف إسرائيل من صفحة المنسق وخدمتها للرواية الإسرائيلية"، أجمع المبحوثون الخمسة بأن الصفحة تهدف إلى تطبيع صورة الجندي الإسرائيلي القاتل وتجميلها بالشكل الذي يظهره بالشخصية المعاونة والمساعدة للفلسطينيين من خلال تسويقه إيجاباً للجمهور المستهدف، وتزييف الوعي وتزوير الحقائق من خلال التماهي الذي يستخدمه المنسق عبر صفحته الفيسبوكية خاصة في المناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية، إضافة إلى قطع الطريق على السلطة الوطنية لتكون صلة ربط ووصل بينها وبين الجمهور الفلسطيني وإسرائيل. وإلغاء دور السلطة وخلق التواصل المباشر وبالتالي نشر روايتها فقط والتأثير في العقل الفلسطيني جاعلة إياه منقلب على حكومته وسلطته من خلال إظهار نفسها الوحيدة المالكة للحقائق.

وأضاف المبحوث الثالث (علاقات واتصال، 2020) إلى أن الصفحة تهدف إلى تقزيم طموح الفلسطيني وسقف توقعاته إلى حد ارتباطها بأخبار المعبر والتصاريح، ترسيخ سياسة "السيد" والتابع من خلال الاعلانات وطريقة صياغتها، خلق وتعزيز صورة نمطية للفلسطيني فهو عامل في البناء أو الزراعة أو النظافة، وملابسه رثّة ونظراته بائسة وإن ظهر مبتسماً فهو إما لشكر الاحتلال أو للمشغل الإسرائيلي، تضيق اهتمامات الفلسطينيين إلى الاهتمام الاقتصادي فقط، تسويق محتوى وأداء الصفحة وحجم التفاعل عالمياً لإظهار أن الفلسطينيين متقبلين للمحتل ومتعايشين معه، تشويه العلاقة بين المواطن الفلسطيني وقيادته السياسية والاجتماعية من خلال تسهيل التعامل مع الاحتلال دونما وسيط رسمي فلسطيني، إبراز وتقوية بعض الفلسطينيين المرتبطين بالاحتلال مثل تجار التصاريح، بعض مكاتب رفع المنع الأمني من خلال منحهم ميزة حل مشكلات بعض الفلسطينيين العالقة والتي تمنعهم من العمل بالأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948، إجراء دراسات نفسية واجتماعية وسياسية عن الفلسطيني من خلال ردود وتعليقات ومحتوى ما يقوله متابعو الصفحة الفلسطينيون والعمل على انتقاء وترشيح فلسطينيين من أجل تجنيدهم للعمل مع مخابرات الاحتلال، ويفسر الزماري هذا الأمر بأنه يحدث بشكل متكرر من خلال منفذين:

الأول منفذ الحاجة والظروف المعيشية، والثاني منفذ الإغراء الجنسي من خلال تسهيل "علاقات مبرمجة" بين الشاب الفلسطيني "الهدف" وشابة "فلسطينية" على نفس الصفحة والتي غالباً ما تكون ليست فلسطينية بل تعمل مع إسرائيل (وهذا ينطبق على الجنسين)، ثم تبدأ المساومات والضغط على "الهدف" للعمل مع مخابرات إسرائيل.

وعن خدمة الصفحة للرواية الإسرائيلية، قال المبحوثون بأن الصفحة ليست عبثية وإن ظهرت المضامين مجرد سرد لحقائق الرواية الإسرائيلية فإن حجم الجماهيرية العالية والتي أصبح الفلسطيني مكوناً أساسياً فيها لها خطوره لا يستهان بها، ففي المفهوم الاتصالي يعتبر التكرار وكثافة المعلومات آليات للتأثير من شأنها أن تنجح مع عامة الناس فيصبحوا غير قادرين على مجارة الرواية الإسرائيلية ودحضها. كما إن إسرائيل اعتادت منذ سنوات طوال على التدخل بالوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة من أجل تمرير رسائلها أو إعاقة الرواية الفلسطينية، فهي تعمل على غرس المصطلحات التي تخدم سياستها وتضر بالفلسطينيين للتأثير بالوعي الفلسطيني، فمثلاً تمرر الصفحة مصطلح جيش الدفاع بوصفها لجيش إسرائيل ، أو وصف الفلسطيني بالإرهابي.

ومن ناحية أخرى يعزز المنسق الرواية الإسرائيلية من خلال ترسيخ مصطلحات بالمسميات الاحتلالية ليتم تعامل جميع الأطراف لاحقاً معها كما تريد إسرائيل ، فمثلاً: (المنسق) يستخدم كلمة "تسهيلات" عند الحديث عن إجراءات جديدة أقل خنقاً من سابقتها، علماً أن التسهيلات المزعومة ما هي إلا إعادة حقوق مسلوقة من الفلسطيني مثل حق التنقل والحركة وحق الوصول إلى أرضه وقتما يشاء وكيفما يشاء، إلا أن الاحتلال من خلال صفحة المنسق وغيرها قد غرس كلمة "تسهيلات" فبات الفلسطينيون يستخدمونها دون أن يشعروا وكأنها منة، أو فضل قدمه الاحتلال الإسرائيلي للفلسطيني.

وأشار المبحوث الرابع (علاقات واتصال، 2020) إلى أن الرواية الاسرائيلية أكثر تأثيراً من الرواية الفلسطينية في ظل غياب الأخيرة، وافتقار الخطاب الفلسطيني المضاد لصفحة المنسق

وبالتالي تستطيع خدمة الرواية الإسرائيلية كونها رواية مدروسة بعناية فائقة تفهم الجمهور المستهدف ومن ثم تصنع المحتوى المناسب له، وتقع ضمن الاستراتيجية الرقمية لإسرائيل.

المحور الثاني: أهمية الاتصال ذي اتجاهين وتحديد الفئات المستهدفة وكيفية تحقيق الاستجابة لدى الفلسطينيين

أما بالنسبة للمحور الثاني المتمثل بأهمية الاتصال ذي اتجاهين وتحديد الفئات المستهدفة وكيفية تحقيق الاستجابة لدى الفلسطينيين، يجمع المبحوثون على الأهمية الكبيرة للاتصال الذي يقوم به المنسق من خلال صفحة الفيسبوك والمبني باتجاهين كون مواقع التواصل الاجتماعي تميزت عن التقليدية بحالة التفاعل التي خلقتها، فالجمهور يشعر بأنه جزء أصيل من العملية الاتصالية ومشارك في صنع القرار مما يندفع للمشاركة الفعالة وتبادل الأفكار. كما إن التفاعل مع التعليقات من قبل المنسق تعتبر نقطة قوة له، لأنها تشكل دليل اهتمام بالجمهور مما يعطي فاعلية أكبر للعملية الاتصالية وتحفيز للتفاعل والتجاوب مع الرسائل والمنشورات، لأنه أصبح متفاعل وليس متلقي فقط. وتكمن أهمية هذا التواصل بالنسبة للمنسق الممثل لإسرائيل بما يلي:

1. كسر حاجز التنافر والعداء بين الاحتلال والمواطن تحت الاحتلال.
2. التعامل المباشر بين الفلسطيني والمحتل يضعف ثقة وارتباط هذا المواطن بالقيادة السياسية، وحتى الحزبية والعشائرية.
3. تسهيل تحسّس احتياجات الفلسطيني ونقاط ضعفه، مما يسهّل التواصل معه (تطبيعاً) من خلالها.
4. إظهار عدم وجود مشكلة في العلاقة بين الفلسطيني كمواطن، ومحتله، لإثبات أن من يخلق المشكلات والعقبات أمام السلام هي القيادة الفلسطينية (سحب البساط من تحت أرجل الحكومة الفلسطينية).
5. جمع معلومات عن الفلسطينيين في خدمة أمور استخباراتية.

ومع هذه الأهمية والخدمة التي يقدمها المنسق للرواية الإسرائيلية من خلال صفحة الفيسبوك، فإنه من الضروري معرفة الفئات التي تستهدفها الصفحة، وأشار المبحوثون في هذا الجانب إلى أن العمال الفلسطينيين العاملين في الأراضي المحتلة هم الفئة الأساسية كونهم لديهم حاجات ومصالح ويجدون في صفحة المنسق إشباعاً لحاجاتهم وظروفهم، وفئة الساعين وراء الحصول على تصاريح سواء تجارية أو ترفيهية وغيرها، وأضاف المبحوث الأول (علاقات واتصال، 2020) إلى أن صفحة المنسق تستهدف أبعد من هذه الفئات فهي تحاول الوصول أيضاً لعامة الفلسطينيين خاصة بعد الأزمات الاقتصادية والسياسية وإشكاليات أموال المقاصة عام 2019م ومن ثم أزمة كورونا ومن بعدها أموال المقاصة الحالية الممتدة منذ منتصف عام 2020م. بينما أشار المبحوث الرابع (علاقات واتصال، 2020) إلى أن الصفحة تستبعد استهداف فئات المفكرين والمتقنين والوطنيين كونها فئات ليس لديها الكثير من الحاجات الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية وغيرها كفئة العمال والتجار مثلاً.

وبالتالي فصفحة المنسق تستهدف من لديهم حاجات تشكل دوافع للتعامل مع الصفحة وتجذب اهتمامهم من خلال مخاطبتهم بشكل مباشر للحصول على احتياجاتهم، وأيضاً من خلال فتح مثل هذه المنصة للتعبير عن آرائهم. ووضح المبحوث الثالث (علاقات واتصال، 2020) إلى أن بعض الدراسات والتي أجريت في بعض الجامعات الفلسطينية أثبتت أن مثل هذه الصفحات يكون لديها جمهور وهمي يدعم آراء وتوجهات القائم بالعملية الاتصالية.

أكد غالبية المبحوثين على أن صفحة المنسق تحقق استجابة الفلسطينيين للتعامل معها من خلال قربهم وصياغة المنشورات المناسبة مع الجمهور المستهدف بعد دراسته دراسة عميقة له، وتمويل المنشورات بمبالغ كبيرة حيث تصل لمئات آلاف الحسابات الفلسطينية عبر فيسبوك وانستجرام، واستغلال المناسبات الدينية أو المواسم الزراعية وكذلك استغلال أحداث معينة، من أجل نشر محتوى يتعلق بأحد هذه الأحداث أو المناسبات والمواسم وتمويله، تفعيل حسابات وهمية تبدأ بالتعليق والاشادة بالمنسق، مما يشجع آخرين على التعليق والاشادة، إجابة المنسق في حالات نادرة على بعض التعليقات "الفلسطينية" مما يشجع كثيرين آخرين على التعليق وطرح استفساراتهم

وحاجاتهم. إضافة إلى طرح المنسق للتطبيق الإلكتروني للحصول على الخدمات بصورة مباشرة وسريعة مما يدفع الفلسطيني المحتاج للاستجابة، عدا عن استخدام تقنيات الاقناع في صياغة المنشورات.

بينما لم يدعم المبحوث الخامس فكرة أن الصفحة تحقق استجابة لدى الفلسطينيين، من منطلق أن التصفح والمتابعة العالين للصفحة لا يعني التقاطع مع معتقدات وتوجهات الجمهور الفلسطيني وأن غالبية المعلقين لا يتحدثون إلا بطلب تسهيلات أو حاجات معينة، على الرغم من أن هذا التفاعل يشكل أرضية ممهدة لتقديم تنازلات مستقبلية.

المنسق والعاملون في مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية

تم إجراء أربع مقابلات مع عاملين في مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية، لمعرفة كيفية تأثير صفحة المنسق على المجتمع الفلسطيني من خلال تحديد الكيفية التي أثرت أعمال صفحة المنسق على مهام ودور مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية، وآليات مواجهة المتابعة الكبيرة لأفراد المجتمع الفلسطيني للصفحة، ومعرفة خدمة صفحة المنسق للرواية الإسرائيلية وخطورة انجرار بعض الفئات الفلسطينية وراء ما تقدمه، وإذا كانت هناك استراتيجيات فلسطينية رسمية مأخوذة لمواجهة السياسات الإسرائيلية الرقمية.

أشارت بيانات المبحوثين الأربعة إلى أن صفحة المنسق جزء من استمرار الاحتلال لممارسة سياساته وتمريضها على المجتمع الفلسطيني فهي صورة تجميلية للاحتلال عبر التلاعب بمشاعر الفلسطينيين الذين يبحثون عن الحياة الكريمة من خلال العمل في إسرائيل، وبالتالي فإن هذه الصفحة تمارس وضع السم بالعسل مما يؤدي إلى زرع بذور عدم الثقة بين المواطن والسلطة الفلسطينية. فهي أثرت بشكل كبير وسلبي كون البعض الفلسطيني يلجأ إليها للمتابعة وأخذ المعلومات والأخبار والحصول على الخدمات مثل التصاريح وغيرها، بسبب السرعة في تقديم الخدمات والتواصل الفعال الذي يقوم به طاقم صفحة المنسق، مما أدى إلى عزوف البعض عن التوجه إلى مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية من منطلق عدم الثقة بالخدمات المقدمة والتي خلقتها

صفحة المنسق، فهي أصبحت مصدر ثقة ومصداقية للمواطن الفلسطيني. كما أنها أثرت سلباً من خلال تحريض أفراد الشعب الفلسطيني ضد مؤسسات الارتباط المدني دون أن يأخذوا بعين الاعتبار أن الخدمات المقدمة مربوطة بالجانب الإسرائيلي وهو المعرقل لتلبيتها فعلياً لكن ظاهرياً يبين بأن الجهات الفلسطينية متقاعسة عن تلبية حاجات شعبها. ويضيف المبحوثون في هذا الجانب أن الفئة المستهدفة والتي تثق بالجانب الإسرائيلي أكثر هي فئة العمال ومن هم ذا مستوى ثقافي وعلمي متدني والذين لديهم حاجات فعلية مثل الحصول على قوت اليوم والعيش من خلال العمل في إسرائيل.

فيما يتعلق بمواجهة الجهات الفلسطينية لمتابعة الفلسطينيين لصفحة المنسق، وضحت بيانات المبحوثين أنه لا يوجد أي عملية توجيه أو توعية من قبل أي جهة رسمية أو أهلية في المجتمع الفلسطيني، على الرغم من إدراكهم لخطورة الأمر وانجرار بعض الفئات الفلسطينية لإسرائيل من خلال صفحة المنسق خاصة في ظل مرحلة وقف التنسيق الأمني، بل يقتصر الموضوع على التواصل مع الغرف التجارية الموجودة في المحافظات الفلسطينية وجعلهم يتواصلون مع التجار وزيادة الوعي لديهم ودعوتهم للتعامل بصورة مباشرة مع الجهات الفلسطينية.

إنّ صفحة المنسق تشكل سياسة خادمة للرواية الإسرائيلية المبنية على التزييف والتضليل والتقرب من الجمهور المستهدف وتوظيف التقنيات العديدة والآليات الإقناعية من أجل صناعة التأثير وتمير الأهداف الخفية الاحتلالية والتطبيعية، وتبين البيانات أن الصفحة هي صفحة ترويجية تضرب بقوة على دف احتياجات الفلسطيني الحياتية، من خلال تجاوز السلطة ومؤسساتها وفتح خطوط مباشرة مع الفلسطينيين، وتشكل الفلسفة الكبرى واللعبة الراحبة للرواية الاسرائيلية من خلال تغيير قواعد اللعبة لصالحها وتشتيت تفكير المواطنين الفلسطينيين واللعب بعقولهم والظهور أمامهم بمظهر الحكومة الديمقراطية التي تبحث عن السلام وتوهمهم أنها مصدر الأمن والأمان حتى تكسب المواطنين الفلسطينيين وثقتهم لمصلحتها.

إنّ الانجرار وراء صفحة المنسق يعني بالنسبة لبيانات المبحوثين نجاح السياسات الإسرائيلية التي تسعى إلى تنفيذها في المجتمع الفلسطيني ويعتبر خسارة للقضية الفلسطينية وزعزعة للوحدة

الوطنية وانقلاب الأمور للأسوء، وكل ذلك يعود بالنفع لصالح الاحتلال فهم يعرفون تماماً وجيداً خططهم وأهدافهم وصفحة الفيسبوك ما هي إلا نوع من أنواع الاستيطان الفكري الهادف إلى التأثير على الموقف الفلسطيني. والكثير من الحالات الفلسطينية التي وقعت في فخ الانجرار وراء صفحة المنسق واجهوا عمليات ابتزاز وإسقاط عديدة على الرغم من أن هدفهم الأساس من الصفحة كان التواصل لأجل طلب تصريح أو رفع منع أمني. لكن النهاية كانت وخيمة.

أشارت بيانات المبحوثين إلى أنه لا يوجد استراتيجيات سياسية رسمية لمواجهة السياسات الرقمية الإسرائيلية لأن من وجهة نظرهم أن العملية الرقمية يتحكم بها الجانب الإسرائيلي أي لا يوجد استقلال فلسطيني رقمي، والسلطة الوطنية الفلسطينية لا تستطيع فعلياً وضع أي استراتيجيات، وبالتالي يتوقف الموضوع على محاولة الجهات العاملة في مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية كسب ثقة أفراد المجتمع من خلال محاولة تلبية طلباتهم قدر الإمكان وتذكيرهم بصورة مستمرة بمساوئ اتباع السياسات الإسرائيلية والتعامل مع صفحة المنسق ومثيلاتها.

المنسق والعمال الفلسطينيون العاملون في الأراضي الفلسطينية المحتلة

تم إجراء خمس مقابلات مع عمال فلسطينيين عاملين في الأراضي المحتلة أي لدى مشغلين إسرائيليين، لمعرفة كيفية تأثير صفحة المنسق لهذه الفئة وكيفية تحقيق الاستجابة الطوعية للتفاعل معها. وبالتالي تسعى إجابات هذه الفئة إلى تحديد أسباب متابعة العمال لصفحة المنسق، والحاجات التي تدفعهم للتواصل من خلالها، ومقارنة تواصلهم الحالي في سبيل الحصول على خدمات بالوقت الماضي، ومعرفة ماهية الاتصال بينهم وبين صفحة المنسق ووصفه.

أشارت إجابات المبحوثين الخمسة إلى أنهم يتابعون صفحة المنسق من أجل معرفة الأمور المتعلقة بعملهم في الداخل المحتل كونها تشكل مصدراً زائراً بالمعلومات حول التصاريح المصدرة وآلية التقدم بطلبات رفع المنع الأمني، وأخبار المعابر من ناحية الإغلاق والفتح خاصة في ظل الظروف السياسية والاقتصادية والمناسبات الدينية والاجتماعية، والقرارات المعلنة المتعلقة بالعمال الفلسطينيين من تسهيلات أو إجراءات جديدة.

فيما يتعلق بفاعلية صفحة المنسق، أجمع المبحوثون الخمسة على قوة فاعليتها بناءً على مدى الفائدة التي حصلوا عليها من خلالها، ومصادقية الأخبار التي تنشرها. حيث وصفوها بأنها مصدر معلومات ذات ثقة كبيرة، الأمر الذي يجعلهم يسارعون لتصفحها للتأكد من شأن ما سمعوا عنه في صفحات أخرى غيرها. ويشير المبحوثين رقم أربعة وخمسة (عامل فلسطيني، 2020) إلى أنّ فاعلية الصفحة قوية بسبب افتقار وجود صفحات فلسطينية مثيلة ومهتمة بنشر المعلومات والأخبار التي تخصهم كعمال فلسطينيين وإن وجدت فهي عديمة الفائدة ومعلوماتها ليست بالدقيقة.

أما عن الكيفية التي تسهل صفحة المنسق على العمال الفلسطينيين الحصول على المعلومات، بينت بيانات المبحوثين أنّ الصفحة تسهل عليهم الكثير في عملية الحصول على المعلومات الهامة من خلال المنشورات العديدة والتي تتصف بالتحديث المستمر فهي تمثل إجابات شافية لكل التساؤلات والاستفسارات التي قد يطرحها العمال الفلسطينيون، وتُنتشر بأشكال عديدة ومختلفة مثل الصور، الانفوجرافيك، الفيديوهات المصورة وغيرها. إضافة إلى تطبيق "المنسق" الإلكتروني الذي يتم تنزيله على الأجهزة الذكية، ووصفوه العمال المبحوثون بأنه آلية سهلة جداً وسريعة لمعرفة المعلومات والأخبار خاصة المتعلقة بالتصاريح وشؤون المعابر ورفع المنع الأمني.

حيث أجمع المبحوثون على أنه في الوقت الماضي قبل صفحة المنسق كانوا يلجأون إلى مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني للحصول على الخدمات مثل التصاريح وغيرها أو لمعرفة أخبار المعابر، لكنّها كانت قليلة الفائدة وشحيحة المعلومات، عدا عن الوقت الطويل المستغرق في الرد على التساؤلات والاستفسارات خاصة في ظل وقف التنسيق الأمني، لهذا أضحت صفحة المنسق هي المكان المناسب الذي يستطيعون الوصول إليه بسهولة ويسر للحصول على حاجاتهم من خلالها.

أما فيما يتعلق بوصف عملية التواصل بين العمال الفلسطينيين وصفحة المنسق وتأثيرها على قناعاتهم حول سياسات المحتل، أكد المبحوثون الخمسة على أنّ عملية التواصل مع الصفحة فقط لأغراض خبرية ومعلوماتية تتعلق بشؤون عملهم في الداخل المحتل، والحصول على تصاريح ورفع المنع الأمني عن الأشخاص الممنوعين أمنياً من الدخول للأراضي المحتلة.

ونفت البيانات قطعياً عملية التأثير على قناعاتهم فيما يخص سياسات المحتل، فهي صفحة يرتادون زيارتها لمعرفة الأخبار فقط ولا يتركون مجال للتأثير بقناعاتهم، فهم يجدون المنسق محتل وممثل عن إسرائيل ، ولولا الافتقار للصفحات الفلسطينية المفيدة لهم في هذا الشأن لما كانوا متابعين لصفحة المنسق.

وبالتالي، فإن معرفة الأخبار والمعلومات حول شؤون العمال الفلسطينيين العاملين في الداخل المحتل تمثل الحاجات المشكلة لدوافع التواصل مع صفحة المنسق خاصة في ظل افتقار الصفحات الفلسطينية التي تقوم بتزويدهم بالبيانات والأخبار، وهذا ما يجعل المنسق نشطاً في عملية تزويد الأخبار بصورة مستمرة ومحدثة ما بين الفينة والأخرى لجعل من الفلسطينيين متابعين نشطين. الأمر الذي يضيف أهمية على هذه الجزئية هو إطلاق المنسق هاشتاغ #من_حقك_أن_تعرف مع كل منشور إخباري أو معلوماتي، ليظهر نفسه بالشخصية العادلة والمبلية للحقوق أمام الفلسطينيين، ويستغل في ذلك ضعف الجهات الفلسطينية المزودة للعمال بالأخبار والمعلومات.

ولا يمكن إهمال عاملي الثقة والمصادقية التي ذكرها العمال المبحوثين حول أخبار المنسق، لأنه قد يجعل أي خبر أو معلومة مزيفة وكأنها خبراً صحيحاً دقيقاً كونهم اعتادوا على المعلومات والأخبار الصحيحة. ويمثل هذا الأمر آلية من آليات المنسق الإقناعية لتحقيق مساعيه وأهدافه الخفية التي تتجاوز حدود تزويد الفلسطينيين بالمعلومات والأخبار فقط، بل أبعد من ذلك.

المنسق والتجار الفلسطينيين والشركات ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل

تم إجراء خمس مقابلات مع تجار وأصحاب شركات فلسطينية يتعاملون مع إسرائيل تجارياً، لمعرفة كيفية تأثير صفحة المنسق عليهم ومدى تواصلهم معها من خلال معرفة الحاجات التي تدفعهم لمتابعة الصفحة، والموضوعات والأمور التي تطرحها الصفحة وتشكل دافعاً للتجار لزيارة الصفحة، وكيفية تسهيل صفحة المنسق لأموهم التجارية ووصف العلاقة المشتركة بين الطرفين.

حيث أجمع المبحوثون الخمسة الذين يعملون في مجال شركات البناء والباطون والوقود والحديد والألمنيوم على أن معرفة الأخبار حول المعابر تحديداً تشكل سبباً من أسباب متابعة صفحة المنسق، والأخبار المتعلقة بالتصاريح الممنوحة ورفع المنع الأمني، خاصة في ظل الأزمات السياسية والصحية مثل كورونا ووقف التنسيق الأمني وما لحقها من إغلاق للمعابر ووقف لعمليات منح التصاريح. فهو أول مزود للأخبار على موقع التواصل الاجتماعي.

وعن أبرز الأمور والموضوعات المطروحة على صفحة المنسق والتي تجذب متابعتهم، أشاروا إلى أنهم من خلال الصفحة يجدون فرصاً لتشبيك علاقات تجارية مع شركات تجارية إسرائيلية يقوم المنسق بنشر الإعلانات التجارية حولها، مما يسمح لهم الفرصة بمعرفة هذه الشركات وبالتالي التواصل معها وعقد الاتفاقيات التجارية. إضافة إلى الأمور المتعلقة بنشر الأخبار حول شهادات الجودة والمواصفات الإسرائيلية والقرارات الصادرة بخصوصها.

أما في جانب تسهيل صفحة المنسق لأموهم التجارية، بينوا أن سهولة الوصول إلى المعلومات التي تهمهم والأخبار المتعلقة بشؤونهم التي تم ذكرها سابقاً تعتبر من العوامل الجاذبة لزيارة الصفحة وتصفحها والاطلاع على أخبارها، خاصة في ظل افتقار الوجود للصفحات الفلسطينية المهمة في هذه الشؤون وضعف المعلومات الموجودة لدى مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني. فإن الصفحة تعتبر مصداقية وذات ثقة كبيرة كون أخبارها صحيحة ودقيقة يجعل منها مصدراً للتأكد من المعلومات المنشورة على صفحات فلسطينية سواء إعلامية أو منوعة أو رسمية.

إنّ علاقة التجار والشركات التجارية الفلسطينية مع صفحة المنسق لا تتجاوز حدود معرفة الاخبار والمعلومات كما أشار المبحوثون، وأضافوا في هذا الجانب إلى أن المنسق يعتمد نشر المعلومات التحفيزية من خلال المقابلات والتقارير المصورة حول الشركات الفلسطينية ليظهر بودية العلاقة التجارية التي تجمع الشركات الإسرائيلية والفلسطينية ودعمه للشركات الفلسطينية وتعزيز وجودها، إلا أنه فعلياً على أرض الواقع لا يوجد أي شيء ملموس بل هي فقط شعارات رنانة عبر صفحة الفيسبوك في محاولة للتأثير وكسب التفاعل النشط وجمع الإعجابات والتعليقات، خاصة في

ظل الإشكاليات العديدة التي تواجه القطاع التجاري والاقتصادي الفلسطيني بالنسبة للتجار الفلسطينيين.

وأشار المبحوث الأول (تاجر فلسطيني، المنسق والتجار الفلسطينيون والشركات ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل ، 2020) المالك لشركة طوب وباطون إلى تعرضه لعملية تضليل وتشويه لسمعة شركته من خلال صفحة المنسق، حيث نشرت الصفحة تقريراً مصوراً عن شركته وظهر شخصياً فيها وتحدث عن العلاقات التجارية بينه وبين الشركات الإسرائيلية إلا أن المنسق أشار في التقرير للتعاون الذي يجمع شركته والمنسق في سبيل تعزيز القطاع الاقتصادي الفلسطيني، مما أدى إلى هجمة من قبل المجتمع الفلسطيني ضد شركته بشكل سلبي. ووضح أن شركة خاصة تعمل في الاراضي المحتلة قدمت لشركته وأعدت هذا التقرير في سبيل الترويج للشركات الفلسطينية وتفاجئ بوجوده بعد أشهر عدة على صفحة المنسق، فتبين أن طاقم المنسق اشترى التقرير مقابل أموال طائلة من الشركة الخاصة ووضع شعار المنسق عليه ونشره على صفحته. ويشكل هذا المثال واحداً من النماذج الموجودة في صفحة المنسق والتي تظهر واحدة من الآليات التي يعمل بها المنسق في سبيل صنع وممارسة التأثير.

وأضاف المبحوث الثاني (تاجر فلسطيني، المنسق والتجار الفلسطينيون والشركات ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل ، 2020) المالك لشركة حديد وصلب إلا أنه تم التواصل معه من خلال جهات إسرائيلية عبر صفحة المنسق وطرح عروض تحفيزية مثل توسيع خطوط الإنتاج وزيادة مساحة الأيدي العاملة والإنتاجية إضافة لأموال طائلة وعروض تسويقية بشرط كتابة مكان الصنع "إسرائيل"، الأمر الذي رفضه رفضاً قاطعاً. وفي هذا وضوح كامل لمحاولة المنسق من خلال جهات معينة الوصول للتجار والشركات الفلسطينية والعمل على ترويضها من أجل أهداف خاصة تخدم السياسة الإسرائيلية.

أشار المبحوثون إلى أن العلاقة بين صفحة المنسق والتجار والشركات الفلسطينية تتجه نحو كسب ثقتهم بصورة أكبر من خلال تسويق صورة المنسق الداعم والمساند للقطاع التجاري الفلسطيني من جهة، وفقدان الثقة والمصادقة بالجهات الفلسطينية المسؤولة من جهة أخرى. وهذا

من شأنه أن يحدد مستقبل مؤسسات السلطة الفلسطينية ويدعم السياسة الإسرائيلية مما يسهل عملية تحقيق أهداف إسرائيل الرامية إلى التطبيع وكسب الاستجابة الطوعية من قبل الفلسطينيين التجار، ويعزز عملية الوجود الإسرائيلي في القطاع التجاري الفلسطيني.

وضحت بيانات المبحوثين الحاجات والرغبات التي تسعى صفحة المنسق إلى إشباعها للتأثير في المجتمع الفلسطيني وتحديد فئة التجار والشركات الفلسطينية مستغلة افتقار الوجود الفلسطيني المقدم للمعلومات والأخبار المتعلقة بشؤونهم التجارية، ومحاولة إشباع هذه الحاجات بأبسط الطرق والوسائل وأسهلها وأسرعها أيضاً مختصرة الوقت الطويل والجهد. مما يشكل دافعاً للتجار الفلسطينيين للتعامل مع صفحة المنسق والتفاعل مع منشوراتها.

إضافة إلى صفتي المصادقية والدقة التي تتميز بها منشورات الصفحة، تشكل دافعاً لتصفح صفحة المنسق ومتابعتها أول بأول وفي هذا كسب للثقة، الأمر الذي يعتبر ممارسة ممنهجة وليست عشوائية، كون الصفحة تمثل سياسة دول احتلال بالنسبة للجمهور الفلسطيني، ويمكن تعليل ذلك بالمنهجيات والسياسات والآليات والتقنيات الإقناعية التي توظفها صفحة المنسق في سبيل الحصول على الاستجابة الطوعية.

كما إن طرح التقارير المصورة والمنشورات حول الشركات الفلسطينية وعرضها بشكل تعاوني مع الشركات الإسرائيلية يشكل إطاراً للقضايا والموضوعات التي تنشرها صفحة المنسق، ويعتبر تأطيراً اقتصادياً يهدف لتحقيق سياسات واستراتيجيات خادمة لإسرائيل وأهدافها.

الخلاصة الإستنتاجات

في ظل الإطار النظري المعتمد في الدراسة الحالية، ووفقاً لما توصلت إليه نتائج الدراسة بعد أن تم تحليل البيانات الكمية والنوعية، تشير النتائج إلى أن إسرائيل "إسرائيل" تمارس العلاقات العامة الرقمية بصورة كبيرة من خلال منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وتحديداً موقع الفيسبوك في الدراسة الحالية "صفحة المنسق"، في سبيل تحقيق أهداف تطبيعية مع أفراد المجتمع الفلسطيني وتجميل صورة إسرائيل من أجل خلق التفاعل النشط بين الطرفين ومحاولة منها لتجاوز السلطة الفلسطينية ومؤسساتها الرسمية. هذا الإستنتاج يبدو جلياً في كيفية ممارسة القائمين على صفحة المنسق بصناعة وممارسة التأثير في الجمهور المتابع لهم من خلال آليات عدة وطرق جمة، أبرزها عملية طرح الموضوعات والقضايا وفقاً للأولوية في احتياجات الفلسطينيين اليومية، التي تحدها إجراءات السلطات الإسرائيلية فترة زمنية معينة. فقد ركزت الصفحة على الموضوعات الصحية بنسبة 24.6% من الناحية التوعوية للمواطن الفلسطيني كون الفترة الزمنية المأخوذة للدراسة تزامنت مع انتشار فايروس كورونا، وفي هذا محاولة من صفحة المنسق إظهار الجانب الإنساني ومسؤوليتها التوعوية للمواطنين الفلسطينيين متجاوزة الإشكاليات السياسية إضافة إلى حاجة الفلسطينيين الملحة للحصول على التصاريح لأغراض علاجية طبية في ظل فترة وقف التنسيق الأمني. ولا يقف الموضوع عند هذا الحد فحتى تكون هذه الموضوعات جاذبة وملفتة بالنسبة للمتابعين ومؤثرة، تقوم صفحة (المنسق) بطرحها ضمن أطر هامة منها الإعلامية بنسبة 49.4% والإنسانية بنسبة 26% والتوعوية بنسبة 24.6% لنجاح عملية التأثير وكسب الاستجابة الطوعية من قبل الجمهور، الأمر الذي يتحكم في آلية التفكير بالطريقة التي يريدها المرسل (المنسق) لتمرير الرسائل الخفية والمنسجمة مع أهدافه ومصالحه. وهذا ما يتفق مع نظرية التأطير التي تقوم على أنها انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقديم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها.

كما تقدم نتائج البحث دليلاً واضحاً على أنّ صفحة المنسق تمارس التأثير في الجمهور الفلسطيني من خلال تحسسها لاحتياجاته وتحليلها لصفاته المختلفة، ثم العمل على تلبية هذه

الحاجات والرغبات وتقديمها كرزمة تسهيلات له تغنيه عن اللجوء لمراكز الخدمة ذاتها التي تقدمها مكاتب الارتباط الفلسطيني، خاصة في ظل الحالة النفسية الصعبة التي تعصف بالمواطن الفلسطيني. تقديم الخدمة بهذا الأسلوب غير المعهود سابقاً أحدث تغييراً لمفهوم التنسيق (كما جسدت صفحة المنسق) وجعلت المواطن الفلسطيني يرى في صفحة المنسق بوابة عبور لتحقيق وإشباع حاجاته اليومية الماسة في الحصول على الخدمة الصحية العاجلة التي لا تتوفر إلا في المصحات الإسرائيلية، أو في طلب رزقه وتسهيل أعماله التجارية. ولا شك بأن هذا التطور في العلاقة شكل دافعاً لديه للتواصل مع المنسق (من خلال صفحته التي أغنت المواطن عن جهود بالغة الصعوبة والتعقيد كما عهدتها سابقاً) والتفاعل مع منشوراتها بشكل نشط. وتصدرت حاجات الحصول على التصاريح وطلبات رفع المنع الأمني النسبة الأعلى التي تدفع المواطنين الفلسطينيين للتعامل مع صفحة المنسق، وهذا بسبب البطالة المرتفعة في المجتمع الفلسطيني وارتفاع الأجور المدفوعة للعمال العاملين في الأراضي المحتلة، إضافة إلى ضعف الخدمات المقدمة من قبل الجهات الفلسطينية أي مكاتب الارتباط المدني الفلسطيني بسبب تعقيدات الاحتلال وإشكالياته، إلا أنه بنهاية المطاف كل ما يحتاجه المواطن الفلسطيني هو الحصول على قوت يومه من خلال العمل الذي لا يتحقق إلا بالتصريح الممنوح من قبل إسرائيل. وهذا يتفق مع ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والإشباع إلى أن تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، مرتبط بمدى ما يحققه هذا التعرض من تلبية لرغباته وإشباع لاحتياجاته المتعددة. إضافة إلى أن صفتي المصادقية والدقة التي تتميز بها منشورات الصفحة، تشكل دافعاً لتصفح صفحة المنسق ومتابعتها أول بأول وفي هذا كسب للثقة، الأمر الذي يعتبر ممارسة ممنهجة وليست عشوائية، كون الصفحة تمثل سياسة دول احتلال بالنسبة للجمهور الفلسطيني، ويمكن تعليل ذلك بالمنهجيات والسياسات والآليات والتقنيات الإقناعية التي توظفها صفحة المنسق في سبيل الحصول على الاستجابة الطوعية.

تجد الباحثة أن صفحة المنسق تحاول جذب شرائح المجتمع الفلسطيني بشكل عام والعمال والتجار الفلسطينيين وأصحاب الحالات الصحية والمرضية بشكل خاص، كون هذه الفئات تمتاز بخصائص معينة تستطيع صفحة المنسق تقديم الرسائل وتمريضها وفقاً لها، وأهمها الحاجة الملحة لدى هذه الفئات والتي تتنوع ما بين حاجة العمل، الحصول على المال، تحويله طبية، التجارة

وغيرها، ضعف معرفتها التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي وما تخفيه هذه التقنيات الإلكترونية والمستوى الثقافي والعلمي للفئات المذكورة مقارنة بالفئات الفلسطينية الحاصلة على شهادات علمية جامعية فما أعلى، قدرة على التحليل والتفكير برسائل المنسق بصورة أكبر. إن متابعة بعض الفئات الفلسطينية لصفحة المنسق بصورة نشطة سهل عملية تحقيق أهداف "إسرائيل" الساعية إلى التطبيع وجعل العلاقة بينها والفلسطينيين عادية وطبيعية وكأنهما شعب واحد لا خلافات سياسية تجمعهما ولا تعقيدات تقف بينهما، بل تظهر إسرائيل بصورة الدولة الحامية والحريصة لشؤون الفلسطينيين والمسهلة لأمر حياتهم المختلفة سواء الاجتماعية، الاقتصادية، النفسية، الصحية وغيرها. وتسويق هذه الصورة للدول العربية والعالمية.

وفقاً لتقنيات الدعاية السبعة (IPA) المعتمدة نظرياً في الدراسة الحالية، استنتجت الباحثة أنها آليات إقناعية تستخدمها صفحة المنسق لتمرير الرسائل وتحقيق التأثير، حيث توظف العديد من التقنيات الدعائية في صياغة المنشورات والنصوص التي تنشرها من أجل خلق التأثير وكسب الاستجابة الطوعية، وتعتمد ست تقنيات من أصل سبعة وتعد العموميات البراقة Glittering (Generality) الأكثر استخداماً بنسبة 58%، بينما تقنية النقل (Transfer) الأقل استخداماً بنسبة 1.2%. وهذا يدل على أنها تسعى إلى خلق الصورة الإيجابية وتجميل سمعتها كونها دولة احتلال بالنسبة للفلسطينيين، من خلال العموميات البراقة المبنية على معلومات منقوصة غير كاملة أو مفقودة المعنى لكنها مخفية الأهداف والمصالح الخاصة بالقائم بالاتصال. مما يجعل من الضرورة خلق الوعي الكافي لدى المجتمع الفلسطيني المتفاعل مع صفحة المنسق وجعله ينظر ما بين السطور وما وراءها.

كما وتشير نتائج الدراسة في ضوء نظريتي التأطير والاستخدامات والاشباعات، إلى أنّ إسرائيل في توظيف العلاقات العامة الرقمية في تأطير/تشكيل العلاقة مع المجتمع الفلسطيني (تطبيعها) قد حقق لها درجات لا يمكن تجاهلها في مسألة تجاوز دور مؤسسات السلطة الوطنية الرسمية، وهو ما يهدف إليه المنسق من خلال التواصل مع المواطن الفلسطيني عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر وإسقاط دور الوسيط (مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية). هذه النتائج تظهر الأهمية الكبيرة للاتصال الجماهيري الإلكتروني الذي يقوم به المنسق والمبني

باتجاهين كون مواقع التواصل الاجتماعي تميزت عن تلك التقليدية بحالة التفاعل الهائل التي خلقتها. فالجمهور يشعر بأنه جزء أصيل من العملية الاتصالية ومشارك في صنع القرار مما يندفع للمشاركة الفعالة وتبادل الأفكار. كما إن التفاعل مع التعليقات (التجاوب) من قبل المنسق يعتبر نقطة قوة له في أداء دوره المتمثل في استدامة الوجود الإداري الإحتلالي للكيان، بتركيزه على مفارق الحياة التي تشكل مناطق تواصل هامة بالجمهور الفلسطيني، مما يعطي فاعلية أكبر للعملية الاتصالية وتحفيز للتفاعل والتجاوب مع الرسائل والمنشورات، الأمر الذي يزيد خطورته في ظل ضعف الدور الفلسطيني الرسمي والشعبي لمواجهة صفحة المنسق ومثيلاتها والداعمة للرواية الإسرائيلية. فعلى الرغم من الحملات الشعبية القليلة التي نُظمت مثل حملة يا عندي يا عند المنسق، هناك مئات المنشورات التي تكرر وتبث عبر صفحة المنسق من أجل تعزيز صورتها الإيجابية والتقرب من المجتمع الفلسطيني معززة ذلك بفكرة (من حقك أن تعرف) لتظهر بصورة حسنة معطاءة للحقوق وعادلة في طرح موضوعاتها.

ويزداد تأثير صفحة المنسق في ظل عدم وجود فعلي لاستراتيجيات فلسطينية سياسية رسمية لمواجهة السياسات الرقمية الإسرائيلية بسبب تحكم الجانب الإسرائيلي بالعملية الرقمية وبالتالي من الصعوبة وضع أي استراتيجيات على أرض الواقع.

ووفقاً لما سبق فإن الباحثة تجد استخدام صفحة المنسق للتواصل باتجاهين مع الجمهور الفلسطيني حقق نجاحاً لأهداف القائمين بالاتصال (إسرائيل) بتسهيل تنفيذ خططهم مقارنة مع اللجوء لوسائل أخرى مثل الضغط السياسي أو الإجراءات العقابية، الأمر الذي يؤكد أهمية العلاقات العامة والقوة الناعمة في تمرير الرسائل المحققة للأهداف المستقبلية. وفي ذات السياق فإن استخدام العلاقات العامة الرقمية جعل الاستجابة من قبل الجمهور الفلسطيني لصفحة المنسق طوعيةً فعلاً كونها لبت ضرورات وحاجات غاية في الأهمية، وأتت مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أداة سهلة وسريعة ذات مزايا عديدة لممارسة العلاقات العامة الرقمية باتجاهين.

مع كتابة العديد من الباحثين والمختصين السياسيين والاعلاميين وذو الشأن الاتصالي والرقمي حول صفحة المنسق وملاحظتهم للتفاعل النشط بينها وبين المتابعين الفلسطينيين حتى

توقعاتهم للسنوات القادمة وتخوفهم من سيطرة الإدارة المدنية الإسرائيلية على الشؤون الفلسطينية، إلا أنّ استنتاجات هذه الدراسة وضحت بصورة علمية ومؤكدة كيفية تأثير العلاقات العامة الرقمية التي تمارسها إسرائيل من خلال صفحة المنسق تجاه المجتمع الفلسطيني، خاصة في ظل افتقار الدراسات والأبحاث العربية المبنية على أسس علمية كاملة ونظرية. وبالتالي من شأنها أن تكون انطلاقة لباحثين جدد ومهتمين لأخذها أساساً والبحث في زوايا وجوانب أخرى هامة.

التوصيات

توصي الباحثة مجموعة من التوصيات وفقاً لنتائج البيانات ومناقشتها وما وصلت إليه من خلالها، والتي قدمت إجابات لتساؤلات الدراسة حول كيفية تأثير استخدام إسرائيل للعلاقات العامة الرقمية من خلال صفحة المنسق على تحقيق استجابة فئات معينة من المجتمع الفلسطيني لإجراءات إسرائيلية يمكن وصفها بالتطبيع ومرفوضة سابقاً. وتتمثل التوصيات المتعلقة في الجهات المسؤولة والرسمية بالتالي:

1. التغلب على تحديات عملية تفعيل السياسات الرقمية الفلسطينية لتصبح مفعلة بصورة أكبر.
2. ضرورة تفعيل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بشكل أفضل أكبر.
3. إعداد الدراسات حول فئات المجتمع الفلسطيني لمعرفة احتياجاتهم وأولوياتهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وحتى النفسية.
4. دعم الباحثين الدارسين في مجال العلاقات العامة الرقمية السياسية وتوفير الإمكانيات اللازمة.
5. تنظيم حملات توعوية للمجتمع الفلسطيني من أجل زيادة الوعي بخطورة التعامل مع صفحة المنسق ومثيلاتها.
6. تفعيل صفحات الجهات الرسمية المتعلقة بالشؤون المدنية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
7. إنشاء أقسام علاقات عامة رقمية في مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية.
8. زيادة فعالية دور المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة في تزويد الأخبار المتعلقة بشؤون الارتباط المدني.
9. رصد الميزانيات الكافية واللازمة المتعلقة بالأبحاث والدراسات.
10. وضع برامج تدريبية للعاملين في الجهات الرسمية وزيادة كفاءتهم في المجال الرقمي.

كما توصي الباحثين والمهتمين في هذا المجال ضرورة إجراء الدراسات والأبحاث الدورية حول صفحات إسرائيلية الموجهة بمختلف اللغات إلى جماهير مستهدفة. وترجمة الدراسات بلغات أجنبية لتصل إلى جماهير عالمية وليست عربية فقط.

المصادر والمراجع

- أبو حلاوة، كريم. (2015). *سياسات القوة الذكية ودورها في العلاقات الدولية*. دمشق: مركز دمشق للأبحاث والدراسات.
- أحمد، عبد الناصر ، و الشامي، لبنان. (2009). *أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق*. عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- اسماعيل، محمود. (2003). *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- آل بهيش، رجاء. (2013). *التعميمات البراقة في الخطاب الدعائي : دراسة سيميائية*. العراق: مجلة أبحاث العلوم السياسية. تم الاسترداد من https://search.emarefa.net/ar/search?append=PERSON_FILTER_AR_NAME_ss%3A%22%D8%A2%D9%84+%D8%A8%D9%87%D9%8A%D8%B4%D8%8C+%D8%B1%D8%AC%D8%A7%D8%A1+%D8%A3%D8%AD%D9%85%D8%AF%22
- آل سعود، سعد. (2006). *الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي*. الرياض: منشورات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- إمام، ابراهيم. (1968). *العلاقات العامة والمجتمع*. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- ايتمان، روبرت. (1991). *تأطير التغطية الأمريكية للأخبار الدولية: التناقضات في روايات حادثة KAL وحوادث الطيران الإيرانية*. الاتصال، 6-27.
- بروتون، فيليب. (2013). *الحجاج في التواصل . القاهرة: المركز القومي للترجمة*.
- البشر، محمد. (2000). *مقدمة في الاتصال السياسي . الرياض: العبيكان*.
- بلاك، سام. (1972). *دور العلاقات العامة في الإدارة*. لندن : بتمان.
- بلومر، جاي ، و كاتز، إلهو. (1974). *دور نظرية الاستخدامات والإشباع*. مجلة ساج.

بوز، سينثيا. (2 تموز، 2011). أربعة عشر أسلوبًا للدعاية تستخدمها فوكس "تيوز" لغسل أدمغة

الأمريكيين.

بيرنيز، ادوارد ، و آخرون. (1959). *العلاقات العامة فن*. (وديع فلسطين وحسين خليفة، المترجمون)

القاهرة: دار المعارف، مؤسسة فرانكلين.

الجمال، راسم ، و معوض، خيرت. (2005). *العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي*. القاهرة: الدار

المصرية اللبنانية .

جوفمان، ايفرينغ. (1974). *تحليل الإطار: مقال عن تنظيم التجربة*. نيويورك: هاربر ورو.

جونسون كارتني، كارين ، و كوبليند، جاري. (2004). *التواصل السياسي الاستراتيجي: إعادة التفكير في*

التأثير الاجتماعي والإقناع والدعاية (الاتصالات والإعلام والسياسة). نيويورك: رومان & ليتلفيلد.

جويت، جارت ، و دونيل، فيكتوريا. (2014). *الدعاية والإقناع*. لوس أنجلوس: ساج.

حرب، جهاد. (15 شباط، 2017). "الإدارة المدنية" الإسرائيلية تسحب صلاحيات السلطة الفلسطينية. رام

الله.

حسونة، نسرين. (2015). *نظريات الاعلام والاتصال*. شبكة الألوكة الالكترونية. تاريخ الاسترداد 10

حزيران، 2020، من <https://www.alukah.net/culture/0/82373/>

حسين، محمد. (30 نيسان، 2018). *دراسة حول التحديات التي تواجه القطاع الزراعي في فلسطين*. القدس.

حيدر، عزيز. (25 شباط، 2017). *صفحة "المنسق" تزدهر والسلطة تفقد سلطتها على رواد الصفحة!* رام

الله.

دنزين، نورمان. (1970). *قانون البحث: مقدمة نظرية في طرق علم الاجتماع*. ترانسكشن.

الدلمي، عبدالرزاق. (2015). *العلاقات العامة وإدارة الأزمات*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

رايشوك، انا. (2011). *التأطير وإعداد جدول الأعمال والتهيئة في وسائل الإعلام*.

- ريفرز، وليام ، بيترسون، تيودور ، و جنس، جاي. (1975). *وسائل الإعلام والمجتمع الحديث*. (ابراهيم إمام، المترجمون) القاهرة: دار المعرفة.
- زبون، كفاح. (17 حزيران، 2020). السلطة تجد صعوبة في تحجيم دور «المنسق» الإسرائيلي. رام الله، فلسطين.
- الزغبى، نورة. (7 نيسان، 2016). العلاقات العامة الرقمية. الرياض.
- السالم، شيماء. (2006). *الاتصالات التسويقية الكاملة*. مصر: مجموعة النيل العربية.
- السماري، عبد العزيز. (24 ايار، 2018). القوة الناعمة في السياسة. السعودية.
- سيشغلي، ديترام. (1999). التأطير كنظرية لتأثيرات الإعلام. *مجلة الاتصال*، 122.
- سيفرن، وارنر ، و تانكرد، جايمس. (1992). *نظريات الاتصال: الأصول والطرق والاستخدامات لوسائل الإعلام الجماهيري*. نيويورك: لونج مان.
- عامل فلسطيني. (10 تشرين ثاني، 2020). المنسق والعمال الفلسطينيون العاملون في الاراضي الفلسطينية المحتلة.
- عبد الأمير، علي. (2011). *نماذج العلاقات العامة وتدعيم فاعلية النشاط الاتصالي لإدارة العلاقات العامة*. العراق: جامعة بغداد.
- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير* (الإصدار 3). القاهرة، مصر: عالم الكتب. تاريخ الاسترداد 2 تموز، 2020، من <https://www.noor-book.com>
- عجوة، علي. (1977). *العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر*. القاهرة : عالم الكتب.
- عجوة، علي. (1988). *الأسس العلمية للعلاقات العامة*. القاهرة: عالم الكتب.
- عجوة، علي. (2000). *كتاب الأسس العلمية للعلاقات العامة*. القاهرة: عالم الكتب.
- عليان، ربحي. (2001). *البحث العلمي: أسسه ومناهجه وأساليبه وإجراءاته*. عمان: بيت الافكار الدولية.
- كيمتشي، جوديث ، بوليفكا، باربرا ، و ستيفنسون، جوان. (1991). *التأليث: التعريفات التشغيلية*.

- مالك شركة تاجر فلسطيني. (20 تشرين أول، 2020). المنسق والتجار الفلسطينيون والشركات ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل. (هبة مصطفى، المحاور)
- مالك شركة تاجر فلسطيني. (21 تشرين أول، 2020). المنسق والتجار الفلسطينيون والشركات ذات العلاقة التجارية مع إسرائيل. (هبة مصطفى، المحاور)
- المزاهرة، منال. (2012). *نظريات الإتصال*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مسحل، عوض. (28 أيلول، 2019). باحث: إسرائيل ترسخ السلام الاقتصادي واقعاً من خلال سياسة الإدارة المدنية وتوسعاتها. رام الله، فلسطين.
- المصدر، حيدر. (2016). أساليب الدعاية في الصحف المصرية الإلكترونية اتجاه حركة حماس دراسة تحليلية مقارنة. *رسالة ماجستير*. غزة: الجامعة الإسلامية.
- مكاوي حسن ، و السيد، ليلي. (2006). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- المنسق. (27 تشرين ثاني، 2020). المنسق "وحدة تنسيق أعمال الحكومة في المناطق. فلسطين.
- موساوي، هشام. (2018). التواصل السياسي: مقاربات ونماذج بنية الرسالة السياسية. *مجلة اتجاهات سياسية*، 39.
- مؤسسة الدعاية. (1939). *معهد تحليل الدعاية*. تم الاسترداد من معهد تحليل الدعاية: <https://www.physics.smu.edu/pseudo/Propaganda/ipatypes.html>
- موقع راية. (18 شباط، 2019). "المنسق" يبتلع مهام "الشؤون المدنية" ويبيع الوهم للفلسطينيين. رام الله.
- ناي، جوزيف. (2007). *القوة الناعمة: وسيلة النجاح في السياسة الدولية*. الرياض: مكتبة العبيكان.
- النمر، آلاء. (5 تشرين ثاني، 2020). الفضول والمغامرة.. فخ المنسق للإيقاع بالشباب الفلسطيني. غزة، فلسطين.
- هتيمي، حسين. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي / حسين محمود هتيمي*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

وكر، بيتر. (1976). *التكنولوجيا والإدارة والمجتمع*. (صليب بطرس، المترجمون) القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

وهدان، وليد. (18 حزيران، 2019). إسرائيل تربط الفلسطينيين بالإدارة المدنية مباشرة.. هل انتهى دور هيئة الشؤون المدنية. رام الله، فلسطين.

المقابلات الشخصية

- بندر، إباد، مقابلة شخصية، باحث في الشأن السياسي، رام الله، 2020/10/30.
- جابر، احمد، مقابلة شخصية، عامل فلسطيني في الاراضي المحتلة، طولكرم، 2020/10/18.
- جابر، يحيى، مقابلة شخصية، تاجر فلسطيني ومالك لشركة فلسطينية، طولكرم، 2020/10/12.
- جراد، نايف، مقابلة شخصية، باحث سياسي ومدير معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي، رام الله، 2020/11/20.
- حصارمة، بشرى، مقابلة شخصية، مختصة في العلاقات العامة والاتصال، نابلس، 2020/10/11.
- رداد، حسين، مقابلة شخصية، باحث سياسي ودكتوراه في العلوم الاستراتيجية، طولكرم، 2020/11/21.
- الزماري، عبدالله، مقابلة شخصية، باحث في شؤون الاعلام الرقمي، رام الله، 2020/10/27.
- زيادة، ياسمين، مقابلة شخصية، علوم سياسية، طولكرم، 2020/11/ 12.
- السعدي، لؤي، مقابلة شخصية، مدير مكتب الارتباط المدني في نابلس، نابلس، 2020/11/10.
- السعيد، محمد، مقابلة شخصية، عامل فلسطيني في الاراضي المحتلة، طولكرم، 2020/10/18.
- سليم، محمود، مقابلة شخصية، عامل فلسطيني في الاراضي المحتلة، طولكرم، 2020/10/17.

- الطنة، خليل، مقابلة شخصية، مدير مكتب الارتباط المدني في طولكرم، طولكرم، 2020/11/17.
- عبدالله، أسامة، مقابلة شخصية، باحث ومحاضر في العلاقات العامة والاتصال، طولكرم، 2020/10/27.
- عمر، فايز، مقابلة شخصية، عامل فلسطيني في الاراضي المحتلة، طولكرم، 2020/10/17.
- عيسى، محمود، مقابلة شخصية، عامل فلسطيني في الاراضي المحتلة، طولكرم، 2020/10/19.
- الغانم، رشدي، مقابلة شخصية، تاجر ومالك لشركة فلسطينية، طولكرم، 2020/11/13.
- كوع، معين، مقابلة شخصية، باحث ومحاضر في شؤون العلاقات العامة والاتصال، نابلس، 2020/11/10.
- مفلح، نصر، مقابلة شخصية، مدير مكاتب الارتباط المدني، طولكرم، 2020/10/25.
- ملحم، باسم، مقابلة شخصية، باحث سياسي وماجستير في الدراسات الإسرائيلية، طولكرم، 2020/11/22.
- ملحم، باسم، مقابلة شخصية، موظف في مكتب الارتباط المدني طولكرم، طولكرم، 2020/11/17.
- النقيب، محمد، مقابلة شخصية، تاجر فلسطيني، طولكرم، 2020/11/14.
- الوهر، علاء، مقابلة شخصية، تاجر ومالك لشركة فلسطينية، طولكرم، 2020/11/11.
- الوهر، محمود، مقابلة شخصية، تاجر فلسطيني ومالك لشركة فلسطينية، طولكرم، 2020/10/11.

الملاحق

أسئلة المقابلات

أسئلة فئة التجار وأصحاب الشركات ذات التعامل التجاري مع إسرائيل بالمحاور التالية:

1. ما الحاجات التي تدفعكم لمتابعة صفحة المنسق؟
2. ما أبرز الأمور والموضوعات التي تجعلكم تقصدون صفحة المنسق لمعرفة؟
3. كيف تسهل صفحة المنسق الأمور المتعلقة باحتياجاتكم التجارية؟
4. كيف تصف علاقة المنسق مع التجار وأصحاب الشركات ذات العلاقات التجارية المشتركة؟
5. في أية اتجاهات تجد ان هذه العلاقة تتجه؟ ما تأثيرها على مستقبل القضية الفلسطينية وحلم الدولة؟

أسئلة فئة الخبراء في المجال الرقمي والعلاقات العامة تتمثل بالآتي:

1. كيف تخدم صفحة المنسق الرواية الاسرائيلية المزيفة على حساب الحقائق الفلسطينية؟
2. ما الأهداف التي تسعى إسرائيل إلى تحقيقها عبر صفحة المنسق؟
3. كيف تحقق صفحة المنسق استجابة الفلسطينيين مع منشوراتها؟
4. ما دور وأهمية التواصل ذي اتجاهين بين المنسق وأفراد المجتمع الفلسطيني؟
5. أياً من الفئات الفلسطينية تستهدف صفحة المنسق؟ وكيف تعمل على جذبها؟

أسئلة فئة العمال الفلسطينيين العاملين في الداخل المحتل بالآتي:

1. لماذا تتابعون صفحة المنسق؟
2. هل تجدون أن صفحة المنسق فاعلة ومفيدة في ظل افتقار وجود صفحات فلسطينية تختص بشؤونكم؟

3. كيف تسهل صفحة المنسق حصولكم على المعلومات والأخبار التي تخص اعمالكم؟
4. كيف كنتم تحصلون على أخبار حول تصاريحكم الممنوحة أو أي أمور أخرى في الوقت الماضي بالمقارنة مع الوقت الحالي؟

5. كيف تصفون عملية التواصل بينكم وبين صفحة المنسق؟ هل تجدها تؤثر على قنواتك بسياسات المحتل؟

أسئلة فئة السياسيين والمختصين في الشؤون السياسية:

1. كيف يؤثر نشاط المنسق على العلاقة بين الفلسطينيين وإسرائيل؟ لأي مدى تساهم في تحقيق سياسات التطبيع معه؟

2. كيف تؤثر فاعلية صفحة المنسق سياسياً في مرحلة وقف التنسيق الأمني؟

3. كيف تمهد إسرائيل من خلال صفحة المنسق ومثيلاتها إلى فرض السيطرة التامة على الشؤون الفلسطينية؟

4. ما أسباب استجابة الفلسطينيين للتعامل مع المنسق وما خطورة ذلك على مستقبل مؤسسات السلطة الفلسطينية؟

5. هل من سبل تعتقد أنها قد تساهم في تحجيم دور المنسق وضبط التعامل معه، وكيف؟

أسئلة فئة الجهات الرسمية العاملة في مجال الشؤون المدنية والارتباط المدني بالتالي:

1. كيف أثرت أعمال المنسق وتحديداً صفحتهم الفيسبوكية على مهام ودور مكاتب الارتباط المدني الفلسطينية؟

2. كيف تواجهون المتابعة الكبيرة لأفراد المجتمع الفلسطيني لصفحة المنسق؟

3. كيف تخدم صفحة المنسق الرواية الإسرائيلية؟

4. ما خطورة انجرار بعض الفئات الفلسطينية وراء ما تقدمه لهم صفحة المنسق من معلومات تخدم مصالح الإحتلال؟

5. هل من استراتيجيات فلسطينية رسمية اتخذت لمواجهة السياسات الاسرائيلية الرقمية؟

المنشورات المرفقة في البحث



المنسق
April 14 · 🌐

...

مهما اختلفوا باللغات والهويات إلا أنه [#الأطباء](#) و [#الطواقم_الطبية](#) في جميع أنحاء العالم هم أبطالنا جميعًا العاملين من أجلنا جميعًا فتكريماً للطواقم الطبية الذين يقفون في جبهة الكفاح العالمي ضد وباء [#الكورونا](#) قامت الرسامة منال نصار بخط هذه اللوحة كوقفة احترام وإجلال على حسب قولها للطواقم الطبية في كل مكان على صمودهم بوجه العدو الخفي.

إنّ الأطباء والطبيبات والممرضين والممرضات والصيادلة والصيدلانيات والمسعفين والمسعفات وكل واحد وواحدة من هؤلاء الأبطال يكافحون من أجلنا في هذه الأيام على مدار الساعة وبالتالي من أجلهم ومن أجلنا يجب علينا جميعًا الالتزام بالتعليمات الطبية دعماً لهم في نضالهم وذلك من خلال المسؤولية الشخصية على أنفسنا وعلى أهلنا. [#خليكو_بالبيت](#)

الرسم والتصوير: منال نصار





المنسق
June 30 · 🌐

...

#كمامة الأنف والفم تغطي المسالك التنفسية وبمقدورها أن تقلل من فرص العدوى بالفيروسات.
القفازات - تحمي أيدينا من ملامسة المسطحات التي تعرضت لفيروس #كورونا.
يرجى الحرص على استخدام الكمامة والقفازات عند التواجد في الحيز العام، وذلك حسب التوصيات الصادرة عن الجهات الطبية، حفاظًا على صحتكم وصحة الأشخاص المحيطين بكم.
#من_حقك_أن_تعرف



المنسق
July 7 · 🌐

...

علان هام بشأن #معبر_الجيب - اعتبارًا من اليوم الموافق 7.7 لن يُتاح التنقل عن طريق المعبر من #أورشليم_القدس باتجاه #رام_الله، ما عدا سكان قريتي لنبي صموئيل والخليلة الذين سيتم إستثنائهم من ذلك ويستطيعون المرور من المعبر. كما وستستمر حركة التنقل من رام الله باتجاه أورشليم القدس كالمعتاد وفقًا للتصريح التي تسمح بالدخول عن طريق المعبر وقائمة المارة.



المنسق
June 23 · 🌐

...

زار طاقم #المنسق اليوم مكتب التنسيق والارتباط #جنين ليرافق حملة رفع المنع الأمني التي تُقام اليوم لصالح سكان #مخيم_جنين حيث حتى الآن تم رفع المنع عن نحو 80 شخصًا تقدموا بطلب رفع المنع ويأتي القرار لإجراء هذه الحملة على خلفية الهدوء الأمني النسبي الذي تشهده المنطقة في الآونة الأخيرة على أمل أن يبقى هذا الوضع على حاله في المستقبل.
التفاصيل والتقرير الكامل #قريبًا على صفحة المنسق #تابعونا
#من_حقك_أن_تعرف





المنسق

June 17 · 🌟

...

#أخبار_المنسق دائماً معكم
نحن على موعد متجدد معكم بالصوت والصورة غداً
الخميس عند الثامنة مساءً مع نشرة المنسق الأسبوعية
الإجمالية والتي ستتناول وستجمل لحضراتكم أهم أخبار
#المنسق في الأسبوع الأخير.
#انتظرونا
#من_حقك_أن_تعرف



المنسق

June 26 · 🌟

...

يعتبر يوم الجمعة أنسب يوم لشوية هدوء وراحة بال من
الأسبوع إلي فات، كما لقضاء الوقت مع الأهل
والأصدقاء مع كأس قهوة مثلاً.
نحن في طاقم المنسق نتمنى لمتابعينا الكرام أن يكون
نهاركم سعيد وجمعتكم مباركة وأن تقضونها في خضون
عائلاتكم وأحبائكم الأعزاء على قلوبكم.

#جمعة_مباركة



المنسق

July 27 · 🌟

...

مؤخرًا تم استكمال أعمال بُنى واسعة النطاق في مفرق #عيون_الحرامية والذي
يقع على شارع 60 ما بين #رام_الله شمالاً و #نابلس جنوباً حيث شملت هذه
الأعمال توسيع الشوارع ونصب إشارات ضوئية وبناء محطات باصات وغيرها،
وذلك من أجل تخفيف الازدحامات الشديدة وتقليص عدد حوادث الطرق التي
كان في هذه المنطقة.
طاقم المنسق كان في المفرق واستمع إلى السائقين الفلسطينيين كيف
تحسنت حركة السير في المفرق بشكل ملموس مقارنة بما كان عليه الوضع
سابقاً. #شاهدوا:



June 8 · 🌟

المنسق · Follow

مكتب التنسيق والارتباط إفريقيا

#منسق_شؤون_الزراعة في #الإدارة_المدينة، السيد سمير معدي ومكتب التنسيق والارتباط #طولكرم و #قليلية يعملان في السنوات الأخيرة جاهدين في
سبيل دعم المشاريع الزراعية في المنطقة، ومن بين هذه المشاريع، #زراعة_الأناناس، والتوت، والليمون، والأسكندنيا وإنشاء برك لتربية الأسماك للأكل.
وتطوير مجال مكافحة المتكاملة للآفات.

شاهدوا #الفديو:

للاطلاع على #التقارير الكاملة ندعوكم لدخول الموقع من خلال العنوان التالي:

<https://bit.ly/2XMnGIS>



المنسق
August 9 · 🌐

...

في الأسبوع الماضي، بين 02.08 ل-08.08، دخل إلى [#إسرائيل](#) من [#المعابر](#) أكثر من 160 ألف شخص من سكان [#يهودا_والسامرة](#)، وبضمنهم حوالي 97 ألف [#عامل](#). كما تم أيضًا إصدار ما يزيد عن 4300 تصريح دخول إلى إسرائيل، وكذلك تنسيق مرور نحو 50 سيارة إسعاف فضلاً عن تسجيل مرور أكثر من 12 ألف حالة إنسانية. نتمنى لجميع متابعينا أسبوعًا موفقًا وتمام الصحة [#من_حقك_أن_تعرف](#)



المنسق
May 15 · 🌐

...

هذا هو فصل [#الصيف](#) قد أتى وبالتالي فإن الأيام الحارة قد تكون خطيرة أيضًا وذلك بسبب اشتعال النيران في الأراضي المفتوحة وفي الاحراش. وعليه فيجب الانتباه إلى قواعد الأمان وعدم إشعال النار في الأماكن التي قد تشكل خطراً وعدم ترك النار بدون مراقبة.
سمير معدي منسق شؤون الزراعة من قبل الإدارة المدنية يقول: "اننا نناشد أيضًا سكان [#يهودا_والسامرة](#) بالاهتمام بقواعد الأمان المتعلقة بالأراضي المفتوحة والاحراش مع اقبال فصل الصيف وارتفاع درجات الحرارة وذلك من أجل تفادي شبوب الحرائق. يجب إشعال ...



المنسق
June 16 · 🌐

...

نعلمكم أنه في يوم الثلاثاء الموافق 23/06/2020 بين الساعة 8:00 صباحاً حتى 15:00 ظهرًا سنستقبل سكان [#مخيم جنين](#) فقط في مكتب التنسيق والارتباط [#جنين](#) لفحص إمكانية رفع [#المنع الأمني](#) عنهم علماً بأنه قرار إجراء الحملة جاء بفضل الهدوء الأمني النسبي في المنطقة خلال الآونة الأخيرة على أمل أن تنقضي هذه الظروف على حالها كما نرجو ممن يرغب بالحضور أن تكون بحوزته بطاقة الهوية الشخصية وكذلك كمامة الوجه وفقاً لتعليمات الجهات الطبية [#من_حقك_أن_تعرف](#)

1.9K 204 Comments 14 Shares

Like Comment Share

Most Relevant



Author
المنسق
عدنا لإجراء هذه الحملات رغم الظروف الاستثنائي نظراً لأهميتها إنبعوا التعليمات ولا تنسوا الكمامات وبطاقة الهوية. اسعد الله أوقاتكم جميعاً.



Write a comment...



المنسق
May 9 • ⚙️

...

لما تلاقى نجوم السما مليانة إيمان
وأما تلاقى الخير والحب فى كل مكان
وأما تلاقى هلال نور فى السما فرحان
يبقى بعوده رجوعك ليلى يارمضان 🎵

هذه بعض كلمات أغنية المطرب المشهور إيهاب توفيق هلال رمضان.
نتمنى لجميع متابعينا صوما مقبولا وإفطاراً شهيماً
#رمضان_كريم



المنسق
July 13 • ⚙️

...

الإنسان أولاً..
وقع صباح اليوم #حادث_سير فى منطقة #الأغوار
جنوبي قرية زبيدات، مما أدى إلى إصابة سائق جرار
زراعي فلسطيني بجروح بالغة، فقام أفراد مكتب
التنسيق والارتباط #أريحا ويتعاون مع منسقة شؤون
الصحة داليا باسا بتنسيق إخلاء السائق بواسطة طائرة
مروحية طبية نقلته للعلاج في مستشفى هداسا عين
كارم بمدينة أورشليم #القدس.
نتمنى له الشفاء التام، كما نأمل من جميع السائقين
توخي الحذر والالتزام بأنظمة المرور
#من_حقك_أن_تعرف



المنسق
July 23 • ⚙️

...

أجريت هذا #الصباح جولة في #مكب غير قانوني للنفايات في بلدة بديا
بمشاركة مندوبين عن وحدة البيئة في #الإدارة_المدينة ومكتب
#التنسيق_والارتباط منطقة #طولكرم و #قلقيلية.
ويتم في هذا المكب إتخاذ إجراءات لتطبيق القانون بشكل مستمر بهدف الحؤول
دون استمرار رمي النفايات في المكان. إن حرق النفايات يشكل خطراً على صحة
السكان الذين يتنفسون المواد المنبعثة خلال عملية #الحرق والتي تلوث البيئة.
التقرير الكامل سينشر على صفحة #المنسق في الأيام القليلة المقبلة.
#من_حقك_أن_تعرف



المنسق

September 20 • ⚙️

...

الحجر الخليلي هو احد كنوز الطبيعة الحيوية وبالغة الأهمية بالنسبة للصناعة الفلسطينية وللإقتصاد في منطقة [#الخليل](#) و [#بيت_لحم](#). وقد تحسنت [#شركة_العلالي](#) للحجر والرخام في استغلال ذلك لتتحول مع مرور السنين لإحدى الشركات الفلسطينية الأكثر نجاحاً في هذا المجال. ويعود الفضل في ذلك فيما يعود الى العلاقات التجارية الواسعة مع الشركات الإسرائيلية التي تقوم بتسويق الرخام ومنتجاته في السوق الإسرائيلي. [#شاهد](#)



المنسق

August 22 •

إعلان في موضوع الخدمة واستقبال الجمهور لسكان مناطق [#يهودا_والسامرة](#) - خلال الأسبوع القادم المؤرخ (23.08-27.08) سوف تعمل شبائيك استقبال الجمهور في مكاتب الارتباط المختلفة على نطاق ضيق مع تقديم الخدمات للحالات الضرورية والإنسانية فقط.

نؤكد أنه مركز اتصالات [#الإدارة_المدينة](#) الهاتفي ومراكز الخدمات لإصدار [#البطاقات_الممغنطة](#) في معبر [#طولكرم](#) و [#قلنديا](#) و [#ترقوميا](#) ستستمر في العمل كالعادة طيلة هذا الأسبوع.

ومن المتوقع إعادة فتح الشبائيك والعودة للدوام العادي في يوم الأحد الموافق 30.08.

نتمنى للجميع تمام الصحة والعافية.

[#من_حقك_أن_تعرف](#)



المنسق

6 Jul • ⚙️

...

بين [#المسخن](#) و [#النمورة](#) و [#العرب_بورجر](#) في السنوات الماضية أصبحت مدينة [#يافا](#) التي تقع على شواطئ [#البحر_الأبيض_المتوسط](#) مركزاً لـ [#سياحة_الطهي](#) المحلية والعالمية كونها تعرض خليطاً رائعاً من الثقافات مع العديد من المطاعم متنوعة الأساليب المتواجدة فيها وأهمها [#المطبخ_العربي](#) المحلي الذي يرفع رأسه خلال الفترة الأخيرة مع إقامة المطاعم العربية الجديدة التي تعتبر تقليدية من جهة وحديثة من جهة أخرى.



المنسق

August 13 · 🌐

...

!! بعد مشاورات أمنية، تقرر مساء اليوم وقف إدخال الوقود الى قطاع غزة بشكل فوري، من الآن وحتى إشعار آخر، وذلك في ضوء استمرار أعمال العنف وإطلاق البالونات الحارقة من القطاع باتجاه الأراضي الإسرائيلية.

!! منظمة حماس الإرهابية تتحمل المسؤولية عن كل ما يجري في قطاع غزة وينطلق منه باتجاه إسرائيل، وستتحمّل تداعيات العنف الذي يستهدف مواطني إسرائيل. وكما أوضحنا أكثر من مرة، فإن خرق الهدوء وزعزعة الاستقرار يمسان بالدرجة الأولى بسكان القطاع.



المنسق

June 6 · 🌐

...

في الأونة الأخيرة، بُذلت جهود جمة واستكملت خطوات هامة لتحسين شروط تشغيل [#العمال الفلسطينيين](#) في [#إسرائيل](#)، حيث نعمل مع أرباب العمل من أجل ضمان شروط عمل ملائمة والحفاظ على حقوق العمال، هذا بالإضافة الى تحقيق إنجاز كبير في مجال الأجور إذ يتم حالياً تحويل رواتب العمال مباشرة وبشكل رقمي الى حساباتهم الشخصية في البنوك.



المنسق

July 10 ·

خلال حملة لمكافحة ظاهرة وصلات المياه غير القانونية على طول شارع 35 في منطقة [#الخليل](#) تمت بالتعاون بين أفراد وحدة المياه في [#الإدارة المدنية](#) و [#الشرطة الإسرائيلية](#) وشركة المياه الإسرائيلية [#ميكوروت](#) وقوات الأمن تم العثور على عدة وصلات مياه ومصادرة صهريجي مياه كانا يُستخدمان لنقل المياه المسروقة للأغراض التجارية وبكميات هائلة ورافق طاقم [#المنسق](#) القوات في الميدان ليغطي الحملة الناجحة

عينة البحث الكمي

تم اختيارها عينة عشوائية منتظمة من المنشورات التي تم نشرها خلال الفترة الزمنية الممتدة من الأول لأذار وحتى 31 آب للعام 2020. وتتمثل بـ 504.

حجم العينة: 219 منشور بمعيار ثقة 95% وهامش خطأ 5%، تم حسابها وفقاً لموقع

<https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/> .Monkey Survey

The screenshot shows the SurveyMonkey website's sample size calculator. The header includes the SurveyMonkey logo and navigation links for Products, Solutions, Resources, and Plans & Pricing. There are also links for Log in and Sign up. The main heading is "Calculate your sample size". Below this, there are three input fields: "Population Size" with the value 504, "Confidence Level (%)" with a dropdown menu set to 95, and "Margin of Error (%)" with a value of 5. The result, "Sample size", is displayed in large green text as 219. Below the result, there is a short paragraph: "Doing market research? SurveyMonkey Audience gets you the right survey respondents fast and easy and helps you target them by demographics, consumer behavior, geography, or even designated marketing area."

ثم تم حساب مسافة الاختيار من خلال قسمة حجم المجتمع على حجم العينة والتي تساوي

2.3 وتم اعتماد المسافة 2.

استمارة تحليل المحتوى للمنشورات

رقم المنشور	المنشور	الإطار	التقنية	كيف؟	لماذا؟
1.					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
..					
219.					

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

Israel's use of Digital Public Relations to Influence Palestinian Society

Case Study: The Cogat's Page on Facebook

By

Hiba Hussein Mostafa

Supervisor

Dr.Hussein AlAhmad

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

2021

Israel's use Of Digital Public Relations to Influence Palestinian Society

Case Study: The Cogat's Page On Facebook

By

Hiba Hussein Mostafa

Supervised by

Dr.Hussein AlAhmad

Abstract

After years of Chronic Conflict between the Israeli entity and the Palestinians, in which various means have been employed, the conflict is taking another turn, which is embodied in the employment of new communication channels and social media sites as part of a series of measures aimed at dispelling the chances of establishing a viable Palestinian state and imposing full Israeli control. "Cogat", who is the officer in charge of the unit for coordinating the actions of the Israeli government in the Palestinian territories located in the West Bank, which is what the occupation calls "the territories" - became close to Palestinian citizens and crossed into homes through his Facebook page, creating a direct link without any need for an official Palestinian party. Therefore, this study seeks to find out how Israel's use of digital public relations, through "Cogat's Page", affects achieving the response of certain groups of Palestinian society to Israeli measures that can be described as normalizing and previously rejected. The study also explores main motives that make Palestinians follow and respond, and the frameworks used to raise issues

and topics to make them effective, in addition to determining the advertising techniques employed in order to achieve the impact process.

This study focuses on identifying the mechanisms of Israel's use of digital public relations in communicating with the Palestinian community. To investigate the basic keys used by "Cogat's Page" to attract the attention of certain Palestinian segments, to verify the question of the success of using two-way communication across the page, and to know how to achieve the voluntary response of the target audience in light of the time period between March and the end of August of the year 2020 AD. As it is a period characterized by political conditions represented in the Israeli annexation plan and the subsequent suspension of security coordination, the last of which is the Israeli-Arab normalization with the United Arab Emirates.

This study draws on the theories of uses, gratifications, and framing, in addition to the seven propaganda techniques of the Institute for Advertising Analysis (IPA) as theoretical frameworks because they are in harmony with the problem of the study and the possibility of serving them in answering the questions raised and reaching the results.

The study is a representation of dual research based on both quantitative and qualitative information, depending on the descriptive approach that studies the current conditions of phenomena in terms of their characteristics and the factors affecting them. For this, two basic tools were used in collecting data, namely, the content analysis tool for two hundred and nineteen (219) Facebook posts as a representative sample of the

research community of five hundred and four (504) posts on "Cogat's Page", and the interview tool with twenty-four (24) respondents in five categories. It is represented by political specialists, public relations and digital media, workers in the Palestinian civil liaison offices, Palestinian workers working in the occupation state, and Palestinian merchants and companies with a commercial relationship with the occupying power.

This study concluded that Cogat's Page exerts its influence by presenting fifteen (15) important topics to the Palestinians through designated frames in mass need for Palestinians. Health matters are the most discussed by 24.6%, while tourism and trade are the least by 0.45%. Six out of the seven advertising technologies, the most popular of which are Glittering Generality (58%), and the lowest is Transfer (1.2%). It also uses three frameworks, the highest being media frameworks at 49.4%, followed by humanitarian frameworks at 26%, and the lowest for awareness raising, at 24.6%.

Keywords: Cogat, Framing, Facebook, Digital Public Relations