

Israeli Political propaganda Via Social Media

“ Netanyahu’s English tweets on X Platform: A Case Study”

Tahreer Faieq Isbeetan
Public Relations, Communication, and Media
American University - Palestine
tahreer.isbeetan@gmail.com

Received : 04/03/2025

Accepted : 11/05/2025

Abstract:

This study aims to shed light on Israeli political propaganda via social media sites, specifically Netanyahu’s tweets on X platform. The researcher used descriptive analytical method and resorted to content analysis tool for all tweets in English language since (2016) until (2023), which number (328). The study found that Netanyahu uses X platform to showcase Israel’s military, political, and economic strength and to portray it as a civilized, peace-loving state. He resorts to international courtesies extensively, without excluding private and official occasions. Results showed that Netanyahu addresses world in support of his various decisions and achievements by 25.5%, opposes some events, especially terrorist attacks, by 14.8%, and stands neutral in face of international disputes by 6.7%. He also diversifies the style of writing and presenting tweets and focuses on narrative, then descriptive, then statistical method. It uses methods of persuasion and focuses on mental aspect by 64.02%, and emotional aspect by 29.2%. It makes greater use of textual tweets, attaching images to them by 35%, videos by 14%, and audio by 3.6%. Accordingly, Study recommends employing influencers and media professionals for social media networks to respond to Israeli political propaganda.

Keywords: Israeli Political Propaganda, Social Media, Tweets, X platform, Netanyahu.

الدعاية السياسية الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

"تغريدات نتنياهو باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس حالة دراسة"

تحرير فايق اسبيتان

قسم الإعلام والاتصال - كلية الدراسات العليا

الجامعة العربية الأمريكية - رام الله، فلسطين

tahreer.isbeetan@gmail.com

القبول : 2025/05/11

الاستلام : 2025/03/04

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدعاية السياسية الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا تغريدات نتنياهو في منصة إكس، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ولجأت إلى أداة تحليل المضمون لجميع التغريدات باللغة الإنجليزية منذ عام (2016) ولغاية عام (2023) والبالغ عددها (328) تغريدة، وتوصلت الدراسة إلى أن نتنياهو يوظف منصة إكس في استعراض قوة إسرائيل العسكرية والسياسية والاقتصادية، وإظهارها بصورة الدولة المتحضرة المُجَبَّة للسلام بشكل كبير، ويلجأ إلى المجاملات الدولية بشكل مكثف دون استثناء المناسبات الخاصة والرسمية، وبينت النتائج أن نتنياهو يخاطب العالم مؤيداً لقراراته وإنجازاته المختلفة بنسبة 25.5%، ويعارض بعض الأحداث وخاصة الهجمات الإرهابية بنسبة 14.8%، ويقف محايداً أمام الخصومات الدولية بنسبة 6.7%، كما ينوع في أسلوب كتابة التغريدات وتقديمها، ويركز على الأسلوب السريدي، ثم الوصفي، ثم الإحصائي، ويستخدم أساليب الإقناع، ويركز على الجانب العقلي بنسبة 64%، والعاطفي بنسبة 29.2%، ويوظف التغريدات النصية بشكل أكبر، ويرفق معها الصور بنسبة 35%، والفيديوهات بنسبة 14%، والصوت بنسبة 3.6%. بناءً عليه توصي الدراسة بتوظيف المؤثرين والإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي في الرد على الدعاية السياسية الإسرائيلية

الكلمات المفتاحية: الدعاية السياسية الإسرائيلية، التواصل الاجتماعي، تغريدات، منصة إكس، نتنياهو..

المقدمة:

من خلال دعايته التي أثرت على العديد من المفاهيم، وقرارات التطبيع^[2].

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على طبيعة الخطاب السياسي لنتنياهو، وتسليط الضوء على الدعاية الإسرائيلية، ومخاطبتها للرأي العام العالمي، وقامت الباحثة بتحديد صفحة نتنياهو أنموذجاً للدراسة، باعتبارها من أهم الصفحات الرسمية التي يتابعها أكثر من مليوني متابع من مختلف أنحاء العالم، كما تسلط هذه الدراسة الضوء على طبيعة المادة الإعلامية والدعائية في صفحة نتنياهو، من خلال دراسة استراتيجيات الاتصال والخطاب الموجه للجمهور.

مشكلة الدراسة:

يعد استخدام الإعلام بشكل مؤطر، سلاحاً قوياً في توجيه الجمهور نحو مواقف وأفكار معينة، تؤدي بالنتيجة إلى قلب الحقائق، خاصة في ظل غياب الثقافة الوطنية الموحدة، والرقابة الرسمية، التي تقتصر مواقع التواصل الاجتماعي لها، وهو الأمر الذي ساعد الكيان الإسرائيلي في إنشاء صفحات لمخاطبة الرأي العام العالمي^[4]. كصفحة نتنياهو التي لا تترك فرصة بطريقة مُسيئة لتمرير أفكارها العدائية، وقلب الحقائق في أذهان المتابعين،

تشكل وسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وهي تقوم بأدوار أساسية هامة على الصعيد السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، كما أنها تتدخل في تشكيل مفاهيم الجمهور وتصوراته، وأفكاره، ومواقفه تجاه العديد من مسائل الحياة، ويعُدُّ الإعلام والدعاية ظاهرة فنية خطيرة، مدَّتها الحضارة الحديثة بطائفة من الإمكانات الضخمة، ضاعفت من قيمتها، وجعلت منها قوة كبيرة لا تستغني عنها الشعوب، والحكومات المختلفة في شتى بقاع الأرض ذات اهتمام المباشر بالإعلام^[13].

يستمد الإعلام والدعاية تأثيرهما من كونهما يقدمان معلومات جديدة ومتواصلة في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع المتابع له على ما يدور في العالم حوله من منجزات وصراعات، وينعكس مقدار تأثير الإعلام في الفئات المجتمعية بقدر حجم ثقافتها ووعيتها^[23].

يعدُّ الإعلام ساحة صراع أخرى، بل وأساسية في قلب المفاهيم بين الطرفين المتنازعين، حيث أثبتت العديد من الدراسات الإعلامية السياسية والمتعلقة بالشؤون الإسرائيلية توظيف الإعلام الإسرائيلي لقلب المفاهيم، وعكس الحقائق لكسب الرأي العام العالمي، وتمثيل فلسطين وكأنه الطرف المعتدي، ولكن الأمر لم يتوقف على ذلك، بل خصص الإعلام الإسرائيلي مساحة لمخاطبة الجمهور العالمي

الحدود الزمانية: تحليل صفحة نتياهو منذ عام 2016 وحتى آخر منشور لعام 2023، وذلك في ظل أحداث السابع من أكتوبر 2023، حيث قام نتياهو بتخصيصها باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس، لمخاطبة دول العالم، وليس شعبه فقط.

مصطلحات الدراسة:

- **الدعاية السياسية:** القيام بنشر العقائد، والمواقف، والأفكار السياسية على نطاق واسع؛ وذلك من أجل توصيلها إلى أكبر عدد من الجمهور، ويستخدم لتحقيق ذلك وسائل اتصال ذات تأثير كبير في نفوس الجمهور، للتأثير على آرائهم ومعتقداتهم، ليتجهوا نحو نظام معين، من خلال تهيأتهم نفسياً لتقبل اتجاه دون آخر^[4].

- **تغريدات:** هي رسالة يتم نشرها على منصة إكس تحتوي على نصوص، و/أو صور، و/أو ملفات GIF، و/أو مقاطع فيديو. موضع ظهورها لدى المرسل: في صفحة الملف الشخصي للمرسل ويوميته^[9].

- **منصة إكس:** هو موقع تواصل اجتماعي أمريكي يقدم خدمة التدوين المصغر، يسمح لمستخدميه إرسال «تغريدات» من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو/و إعجاب المغردين الآخرين، بحد أقصى يبلغ 280 حرفاً للرسالة الواحدة^[8].

- **نتياهو:** سياسي إسرائيلي يرأس حزب الليكود، يشغل منصب رئيس وزراء إسرائيل منذ 29 ديسمبر 2022، وكان قد شغل ذات المنصب منذ 2009، وحتى 2021، وسابقاً منذ 1996 وحتى 1999، ليعُدّ صاحب أطول مدة كرئيس حكومة في تاريخ إسرائيل، حيث خدم لأكثر من 15 عاماً. كما أنه أول رئيس وزراء يولد في إسرائيل بعد إعلان الاستقلال^[16].

- **شبكة التواصل الاجتماعي:** هي شبكة إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، وتعدّ الركيزة الأساسية للإعلام الجديد، أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي^[22].

الإطار النظري:

نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة):

تقتض هذه النظرية أن هناك توافقاً كبيراً بين كمية الانتباه لموضوع معين في الإعلام، ومستوى الأهمية التي يوليها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام، فتتج وسائل الإعلام في إقناع الأفراد بأن يعدّوا بعض الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى^[10].

وهو الأمر الذي يشكل خطورة كبيرة في حشد الرأي العام ضد الفلسطيني، وتصوير الإسرائيلي بصورة إنسانية، وبالتالي قلب الحقائق، وعليه تكمن مشكلة الدراسة في تحديد طبيعة تغريدات نتياهو المكتوبة باللغة الإنجليزية التي يخاطب بها العالم عبر منصة إكس.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: الكشف عن أهمية شبكة التواصل الاجتماعي في مخاطبة الرأي العام العالمي، وتوظيف الدعاية فيه، وآثارها، وتحديداً من قبل الجانب الإسرائيلي، وذلك بالرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة.

الأهمية التطبيقية: تسليط الضوء على طبيعة الخطاب الإسرائيلي لنتياهو، وكيفية توظيفه بشكل دعائي لتغيير المواقف والاتجاهات نحو إسرائيل، وتعزيز صورتها أمام دول العالم، ومن الممكن أن تستفيد المؤسسات الرسمية، والوطنية، والإعلامية من هذه الدراسة من خلال كشف أهم الأفكار التي يجب أن يتم الرد عليها، وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في دعاية مضادة لها.

أهداف الدراسة:

- تحديد القضايا والموضوعات التي طرحها نتياهو في تغريداته الناطقة باللغة الإنجليزية.
- معرفة اتجاهات نتياهو في تغريداته باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس.
- الكشف عن أساليب التقديم والإقناع في تغريدات نتياهو باللغة الإنجليزية.
- معرفة مدى استخدام نتياهو للوسائط المتعددة في تغريداته، وطبيعة الكلمات وتأثيرها على الرأي العام المحلي والدولي.

أسئلة الدراسة:

- 1- ما القضايا والموضوعات التي طرحها نتياهو في تغريداته الناطقة باللغة الإنجليزية؟
- 2- ما اتجاهات نتياهو في تغريداته باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس؟
- 3- ما أساليب التقديم والإقناع في تغريدات نتياهو باللغة الإنجليزية؟
- 4- ما مدى استخدام نتياهو للوسائط المتعددة في تغريداته، وطبيعة الكلمات وتأثيرها على الرأي العام المحلي والدولي؟

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: منصة إكس؛ نظراً لأنها الوسيلة التي قام نتياهو في تخصيصها لمخاطبة دول العالم.

الفيس بوك:

بدأ كشبكة اجتماعية في عام 2004 من قبل مؤسسه مارك زوكربيرغ، وهو موقع تواصل اجتماعي يسمح بمشاركة الصور والمنشورات والتعليقات والأخبار المحلية والعالمية، بالإضافة إلى وجود الدردشة والألعاب، وبث الفيديو المباشر^[11].

منصة إكس:

تأسست على يد جاك دورسي، وإيفان ويليامز، ونوح غلاس، وهو موقع تواصل اجتماعي، يتواصل فيه الأشخاص عبر رسائل قصيرة لا تتجاوز (115) حرفاً تسمى التغريدات، ويتم من خلالها نشر الصور والفيديو، بالإضافة إلى أن معظم الشركات العالمية والشخصيات المؤثرة لديها حسابات رسمية على منصة إكس مثل إيلون ماسك^[19].

الدعاية السياسية:

تعرف الدعاية بأنها " القيام بنشر العقائد، والمواقف والأفكار السياسية على نطاق واسع، وذلك من أجل توصيلها إلى أكبر عدد من الجمهور، ويستخدم القائمة من وسائل اتصال ذات تأثير مثير في نفوس الجمهور، للتأثير على آرائهم ومعتقداتهم، ليجتهدوا نحو نظام معين، من خلال تهيأتهم نفسياً لتقبل اتجاه دون آخر^[4].

الدعاية السياسية الإسرائيلية على شبكات التواصل الاجتماعي:

ارتبط استخدام شبكة الإنترنت في فلسطين المحتلة و"إسرائيل" بالصراع السياسي والعسكري الدائر في المنطقة منذ أكثر من (60) عاماً، وهو أمر جاء امتداداً للصراع في وسائل الإعلام التقليدية، لكن الصراع تعمق وأخذ أبعاداً جديدة على شبكات التواصل الاجتماعي^[25].

وقد أولى الاحتلال الإسرائيلي أهمية كبيرة للدعاية، وخصص لذلك الموارد البشرية، والمادية، والتقنية، كما يوجد العديد من المؤسسات الرسمية الإسرائيلية التي تراهن على دور الدعاية في تحقيق أهدافها السياسية والأمنية على شبكات التواصل الاجتماعي^[20].

وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جلي في منح القائمين على الدعاية الإسرائيلية الفرصة لمخاطبة الرأي العام، من خلال الدعاية الناطقة بلغات عدة ومن بينها اللغة الإنجليزية، حيث تتمتع هذه المواقع بحرية لا يمكن للإعلام التقليدي أن يتبناها، وقد استعان نتنياهو بالناطق بلسانه "أوفير جندلمان" لمخاطبة الجمهور العربي باللغة الإنجليزية، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وهو يدير العديد من الصفحات والحسابات بلغات عدة، ومن بينها اللغة الإنجليزية على شبكات التواصل الاجتماعي^[3].

تركز هذه النظرية على أنه "بمقدور وسائل الإعلام تغيير الاتجاهات حسب نموذج التأثير، فيما يكون لوسائل الإعلام تأثير محدود على نوع، أو شدة الاتجاهات، إلا أنه يفترض أن تقوم الوسائل بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة"^[15].

وبالتالي الاستفادة في تطبيق هذه النظرية، من خلال تحديد درجة اهتمام القائم بالاتصال بقضية معينة، فإما أن يضعها في المقدمة، ويركز عليها، أو أن يؤخرها، ويستعرضها كباقي الأخبار والمواد الإعلامية، وقد وجدت الباحثة أن طريقة تقديم تغريدات نتنياهو تعبر عن اهتماماته، وطبيعة خطابه السياسي، وأهدافه، واختارت الباحثة هذه النظرية لتحديد طبيعة تغريدات نتنياهو المكتوبة باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس.

نظرية التأثير:

تركز هذه النظرية على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع، وتعدّ هذه النظرية الأكثر شمولاً، حيث تضع في حسابها بعض العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في الناس، وتميل إلى الجمع بين عناصر النموذج الإدراكي، وجوانب من نماذج البناء الوظيفي^[18].

حيث يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً تقوم على تغيير الموقف والمعتقدات والقناعات، وليس على التغيير المباشر الأني لسلوك الأفراد^[6].

وبالتالي الاستفادة من تطبيق هذه النظرية، حيث ترى الباحثة أن ما يعرضه نتنياهو من تغريدات باللغة الإنجليزية، بعيداً عن طريقة ترتيبه للقضية، أو الموضوع، له تأثير قصير، أو بعيد المدى، يعتمد على المتلقي، وعلى طريقة العرض والاقناع، وهو الأمر الذي ساعد إسرائيل في كثير من الأحيان لتوجيه الرأي العام لصالحها، والنجاح في تكوين علاقات وثيقة وقوية مع دول العالم، حيث أسهب من تغريداته بشكل كبير، من أجل هندسة العقول، وتغيير الأفكار والاتجاهات والمعتقدات عن إسرائيل للأفضل.

شبكات التواصل الاجتماعي:

تعدّ شبكات التواصل الاجتماعي أحد أشكال الإعلام الجديد، حيث تقدم خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابهة كالمحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات، وأحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال، والمشاركة بين الأشخاص، والمجتمعات، وتبادل المعلومات، وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي^[14].

القوة الإسرائيلية الرقمية وتوظيفها للعلاقات العامة الرقمية:

تعدّ إسرائيل من أكثر الدول تقدماً في المجال التكنولوجي، وقد أدرجت إسرائيل في قائمة أقوى الدول رقمياً بعد المملكة المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية^[7]، وشهدت إسرائيل تطورات تكنولوجية سريعة، أدت إلى تغييرات جذرية في مجالات الحياة المختلفة، شمل ذلك المجال الأمني والعسكري، الذي استحدث طرقاً جديدة في القتال، وبناء القوة، تتلاءم مع أنماط التفكير الاستراتيجي، والواقع المتغير^[12].

إن العلاقات العامة الرقمية الإسرائيلية ركزت على استخدام اللغة الإنجليزية والعربية لتعزيز صورتها الذهنية، من خلال تصوير أنها دولة المحبة، والتسامح، وسعت للتأكيد على مدى الترحيب الكبير النابع من الشعوب العربية تجاه إقامة الدول العربية علاقات دبلوماسية مع إسرائيل، وركزت على فكرة التقارب الثقافي بينهم^[5].

الدراسات السابقة:

دراسة عبد المنعم عام 2022 بعنوان: الأطر الإعلامية للدعاية العسكرية الإسرائيلية على موقع تويتر^[1].

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل تغريدات المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي "أفيخاي أدري" على موقع تويتر للتعرف على كيفية تناول جيش الاحتلال الإسرائيلي لتوقيع الكيان الإسرائيلي لأربع اتفاقيات للسلام مع أربع دول عربية عبر صفحة المتحدث باسمه للإعلام العربي، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول توقيع الكيان الإسرائيلي لاتفاقيات السلام، وأظهرت الدراسة أن نسبة تعليقات المتابعين الراضية لتوقيع الكيان الإسرائيلي لاتفاقيات للسلام مع أربع دول عربية 72.6%، وأن نسبة التعليقات المؤيدة لتوقيع الاتفاقيات بلغت 16.9%.

دراسة شريف عام 2019 بعنوان: الدعاية الصهيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي^[24].

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الدعاية الصهيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال استخدام المنهج الوصفي الاستقرائي، وتناول الباحث محاور عدة من أهمها: مفهوم الدعاية الصهيونية، وبيّنت الدراسة أن للدعاية دوراً هاماً في تكوين الرأي العام، لذلك يعتمد السياسيون على الإعلام في تهيئة الرأي العام لتقبل السلوك السياسي، وقد عملت الحركة الصهيونية منذ البدء على إقامة كيان صهيوني لليهود، لذلك كانت دعايتهم تقوم على كل السبل التي تؤدي إلى هذا الهدف، ولا تتوانى آلة الدعاية

الصهيونية في استخدام كل الوسائل والطرق المشروعة وغير المشروعة من أجل تحقيق أهدافها.

دراسة أبو قوطة عام 2019 بعنوان: الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018 عبر موقع تويتر، دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي^[4].

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018، عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، وتحديدًا التي تتبع لجيش الاحتلال في موقع تويتر، واعتمدت الدراسة عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، حيث تنوعت القضايا، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في مقدمتها، تليها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي.

دراسة صبيح وسمير عام 2018 بعنوان: الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي^[21].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبيان دور الناطق باسم الجيش الإسرائيلي في الدعاية الإسرائيلية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، ولجأت إلى أداة استمارة لتحليل الخطاب والصورة، وتمثل مجتمع البحث في موقع الفيس بوك وتحديدًا صفحة أفيخاي أدري باللغة العربية، وتوصلت الدراسة إلى استغلال أفيخاي أدري للمحتوى الذي ينتجه من أجل تحقيق أهداف دعائية بشكل يتوافق مع أهدافها السياسية.

دراسة (Klajnowska عام 2022)^[17] بعنوان:

The hashtag conflict: Social media players in the Israeli-Palestinian crisis and the battle for public opinion.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمة الإسرائيلية الفلسطينية، وتحديدًا في قضية- الشيخ جراح- وذلك من خلال تحليل التغريدات والتفاعل معها في تويتر، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وأداة تحليل المحتوى، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: حدث الصراع الإسرائيلي الفلسطيني في مختلف الساحات، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بلا شك ساحة معركة رئيسة تجذب الاهتمام العالمي، وهو الأمر الذي دفع بالعديد لتبادل المعلومات والنضال لتغيير الرأي العام، وقد ساهمت بجدارة في مناصرة قضية الشيخ جراح من خلال توأم الكردي محمد ومنى.

دراسة (Abu Mual) عام 2017^[3] بعنوان:

Palestinian-Israeli cyber conflict: An analytical study of the Israeli propaganda on Facebook Adraei's page as an example.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الدعاية الرسمية الإسرائيلية على شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل الصفحة الرسمية للناطق العسكري الإسرائيلي "أفيخاي أدري"، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، وتستخدم المنهج المسحي، ومنهج تحليل المحتوى (كمياً ونوعياً)، وبيّنت الدراسة أن الصفحة تستخدم أساليب دعائية مختلفة: إنشاء الصور الذهنية، ونشر بعض الأخبار المختارة بعناية، واستخدام الشعارات.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها ركزت على طبيعة تغريدات نتنياهو الموجهة للعالم كافة باللغة الإنجليزية عبر منصة إكس، محددة الموضوعات التي يتناولها، وطرق تقديمها، وأساليب الاقتناع، والكلمات المستخدمة، والوسائط الموظفة لتحقيق غاياتها، كما تميزت هذه الدراسة عن سابقتها في أنها توضح كيفية استمالة الرأي العام العالمي، وتحدد معالم الخطاب الدولي لإسرائيل، وكيفية تملقها لدول العالم للحصول على تأييدها سواء في الفرح، أو الحزن، أو في القضايا الأمنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بتحليل العبارات المستخدمة؛ نظراً لطبيعة الدراسة كونه من أكثر المناهج استخداماً في دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، ولما كان الهدف من هذه الدراسة هو وصف ظاهرة موجودة (وهي تغريدات نتنياهو باللغة الإنجليزية) باعتباره الأنسب، نظراً لما يتميز به من خصائص تتلاءم وطبيعة الموضوع للوصول إلى الأهداف الدقيقة، ومن ثمّ تجميع البيانات عن طريق تحليل المضمون، التي تم إعدادها بناءً على الإطار النظري والدراسات السابقة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المنشورات المكتوبة باللغة الإنجليزية عبر صفحة إكس التي يخاطب نتنياهو بها دول العالم، حيث يستهدف نتنياهو المجتمع الغربي؛ بهدف كسب تأييد دول العالم، وتعزيز دعم دولة الاحتلال، وقد اختيرت هذه المنشورات بهدف معرفة طريقة مخاطبة نتنياهو للعالم، والمحاور التي يركز عليها.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة العينة القصدية بهدف التركيز على المنشورات باللغة الإنجليزية التي تخاطب العالم، ولجأت إلى تحليل جميع المنشورات منذ عام 2016، ولغاية عام 2023، وبذلك يكون عدد العينة (297) عينة، ومنذ بداية الحرب لنهاية عام 2023 ما يقارب (31) عينة، ليصبح عدد العينة (328)، ويمكن توضيح عينة الدراسة كما في الجدول الآتي:

الجدول (1): تغريدات نتنياهو منذ عام 2016 لعام 2023:

النسبة المئوية	المجموع	اجتماعية		اقتصادية وإنجازات		سياسية		السنة
		النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
5.4%	18	0.006	2	2.7%	9	2.1%	7	2016
7.9%	26	1.2%	4	4.2%	14	2.4%	8	2017
13.4%	44	2.4%	8	7.6%	25	3.3%	11	2018
7.3%	24	1.5%	5	3.3%	11	2.4%	8	2019
16.1%	53	3.3%	11	9.1%	30	3.6%	12	2020
12.1%	40	3.6%	12	5.4%	18	3.04%	10	2021
15.5%	51	6.7%	22	5.4%	18	3.3%	11	2022
12.5%	41	5.7%	19	4.2%	14	2.4%	8	2023
9.4%	31	1.8%	6	2.1%	7	5.4%	18	2023/12/31 – 7/10/2023
100%	328	27.1%	89	4.4%	146	28.3%	93	مجموع

وهو المنهج الذي يهدف إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة، وينصب الاهتمام هنا على الأقوال التي تم جمعها، أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها، وتركز الباحثة أكثر على دراسة العدد لا الحالة، ولذلك تكون العينة كبيرة.

أداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة أداة تحليل المضمون كونها الأنسب في مثل هذه الدراسات، وهي أداة علمية من أدوات المنهج الوصفي لاستخراج نتائج رقمية محددة؛ بغية الحصول على إجابات دقيقة عن أسئلة الدراسة، كما اتبعت الباحثة المنهج الكمي في تحليل المضمون،

صدق الأداة:

بناءً على ما سبق وُضعت أسئلة الاستمارة، وحُكِّمت وعُدِّل عليها بالحذف والإضافة لتصل إلى صورتها النهائية التي تمكنا من الإجابة عن تساؤلات البحث.

فئات تحليل المضمون:

بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، وأساليب التحليل المتبعة، صممت الباحثة استمارة لتحليل المضمون، وقامت ببنائها على مجموعة من الفئات، حيث عُرضت على خبراء في هذا المجال للتأكد من صدق وثبات أداة التحليل والمضمون.

أولاً: فئة الموضوعات:

يُقصد بها كافة الموضوعات التي تحدَّث عنها نتائها في منشوراته باللغة الإنجليزية، وتشتمل على مجاملات الدول الأخرى، وإنجازات إسرائيل، والقضايا الأمنية والسياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، والتطبيع والسلام.

ثانياً: فئة الاتجاه:

يتمثل في اتجاه المحتوى المؤيد، أو المحايد، أو المعارض، للأحداث الجارية في الدول الأخرى، التي وُظِّفت كنوع من التملق لها والتقرب السياسي منها.

ثالثاً: فئة أساليب تقديم المضمون:

- أسلوب سرد المعلومات: يعتمد على تقديم المعلومات دون الاعتماد على الأرقام والإحصاءات.
- الأسلوب الإنشائي الوصفي: يعتمد على وصف الأوضاع الحاصلة.
- الأسلوب الإحصائي: الأسلوب الذي يستعرض الأرقام والإحصاءات المتعلقة بموضوع البحث.

رابعاً: فئة أساليب الإقناع:

- الأسلوب العاطفي: هو ما يعتمد على رصد الموضوعات بالتركيز على إثارة الجانب العاطفي والنفسي للمتابع.
- الأسلوب العقلي: هو ما يعتمد على الطرق والأدوات العقلية، مثل: الأرقام والإحصاءات، أو الاعتماد على آراء المحللين والخبراء والمختصين.
- بدون أسلوب إقناع: وهي المادة الخيرية الخالية من أي الأسلوبين السالف ذكرهما.

خامساً: الوسائط المتعددة:

- 1- الصورة: لحدث معين، أو صورة شخصية.
- 2- ملف صوتي: أي الملف الصوتي الذي يتم إرفاقه بالمادة المنشورة، وقد يكون مصاحباً وداعماً لها.
- 3- ملف فيديو: يعني إرفاق فيديو لتدعيم المادة المنشورة، وقد يكون مستقلاً، أو حاملاً عنواناً آخر.
- 4- منشورات نصية: وهي المنشورات التي تكتفي بالمواد النصية الصحفية.
- 5- منشورات تفاعلية: وهي المنشورات التي تتطلب تبادل الآراء والتفاعل مع الجمهور.

الأساليب الإحصائية:

اعتمدت الدراسة على التكرارات والنسب المئوية، لتوضيح وتبسيط الصورة حول طبيعة تغريدات نتائها الناطقة باللغة الإنجليزية.

نتائج الدراسة:

أولاً: فئة القضايا والموضوعات:

ويُقصد بها الموضوعات التي تناولها نتائها في تغريداته، وجاءت النتائج كما يلي:

الجدول (2): الموضوعات التي يتحدث عنها نتائها في تغريداته:

النسبة	التكرار	القياس
8.5%	28	التعزية
8.5%	28	التهنئة
10%	33	إشادة بإنجازات دول أخرى
27.1%	89	المجموع
12.8%	42	الأمني
4.8%	16	الاقتصادي
13.1%	43	السياسي
6.7%	22	التكنولوجي
3%	10	الثقافي
2.4%	8	الرياضي
1.5%	5	غيره
44.5%	146	المجموع

التطبيع والعلاقات العامة	المجاهرة بالاختراقات	22	6.8%
مهاجمة الإرهاب	دعوة العالم لمواجهة الإرهاب	37	11.2%
السلام	الحديث عن السلام والشرق الأوسط الجديد	34	10.3%
المجموع		93	28.3%
المجموع العام		328	100%

يظهر من الجدول السابق أن ننتياهاو استخدم تغريداته بشكل مكثف، وبنسبة 44.5% في الكشف عن إنجازات إسرائيل بالدرجة الأولى، من الناحية الأمنية بنسبة 12.8%، والسياسية بنسبة 13.1%، تليها التكنولوجية بنسبة 6.7%، ومن ثم الاقتصادية بنسبة 4.8%، تليها الثقافية بنسبة 3%، والرياضية بنسبة 2.4%، وغيرها بنسبة 1.5%، وجاء في المرتبة الثانية محور المجاملات الدولية، بنسبة 27.1%، حيث ركز ننتياهاو على المناسبات الشخصية كأعياد الميلاد والوفيات، والمناسبات الرسمية الوطنية، والإشادة بإنجازات الدول الأخرى بنسبة 10%، والتهنئة بنسبة 8.5%، والتعزية بنسبة 8.5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة من اهتمام ننتياهاو في دعوة العالم لمواجهة الإرهاب بنسبة 11.2%، والحديث عن السلام والشرق الأوسط الجديد بنسبة 10.3%، تليها الإشادة بالتطبيع والمجاهرة به مع الدول العربية بنسبة 6.8%.

رابعاً: فئة أساليب الإقناع:

الجدول (5): أساليب الإقناع المستخدمة في تغريدات ننتياهاو:

أسلوب الإقناع	تكرار	نسبة مئوية
الأسلوب العاطفي.	96	29.2%
الأسلوب العقلي.	210	64.02%
بدون أسلوب	22	6.7%
المجموع	328	100%

يتضح من الجدول السابق أن ننتياهاو استخدم الأسلوب العقلي بنسبة 64.02% حيث كان يوظف تغريداته في كسب تأييد الدول الأخرى، ولم يغفل عن الأسلوب العاطفي بنسبة 29.2% وخاصة فيما يتعلق بالتهنئة والتعزية والتعاطف مع ضحايا الإرهاب، وبنسبة 6.7% كان يعرض التغريدة بدون أسلوب ليبدو محايداً ومقنعاً.

خامساً: الوسائط المتعددة:

يفسر شكل المضمون مدى اهتمام ننتياهاو بالتغريدات، وتعزيز قدرتها على التأثير وجاءت النتائج كما يلي:

الجدول (6): طبيعة التغريدات:

شكل التغريدة	تكرار	النسبة المئوية
نصية	125	38.1%
تفاعلية نصية	30	9.1%
متزامنة مع فيديوهات	46	14%
متزامنة مع ملفات صوتية	12	3.6%
مرفقة بصور	115	35.06%
مجموع	328	100%

يتضح من الجدول السابق أن ننتياهاو استخدم التغريدات النصية بنسبة 38.1%، وأرفق معها الصور بنسبة 35.06%، والفديوهات بنسبة 14%، واستخدم تغريدات لغرض تفاعلي بنسبة 9.1%، والصوت بنسبة 3.6%.

سادساً: الكلمات

أما عن طبيعة الكلمات التي استخدمها ننتياهاو فأظهرت الصورة أنه محترف في اختيار الكلمات التي تستميل العالم من الناحية العقلية والعاطفية، فأكثر من الكلمات الجميلة مقابل كلمات الإذانة والإرهاب وجاءت النتائج كما يلي:

يظهر من الجدول السابق أن ننتياهاو استخدم تغريداته بشكل مكثف، وبنسبة 44.5% في الكشف عن إنجازات إسرائيل بالدرجة الأولى، من الناحية الأمنية بنسبة 12.8%، والسياسية بنسبة 13.1%، تليها التكنولوجية بنسبة 6.7%، ومن ثم الاقتصادية بنسبة 4.8%، تليها الثقافية بنسبة 3%، والرياضية بنسبة 2.4%، وغيرها بنسبة 1.5%، وجاء في المرتبة الثانية محور المجاملات الدولية، بنسبة 27.1%، حيث ركز ننتياهاو على المناسبات الشخصية كأعياد الميلاد والوفيات، والمناسبات الرسمية الوطنية، والإشادة بإنجازات الدول الأخرى بنسبة 10%، والتهنئة بنسبة 8.5%، والتعزية بنسبة 8.5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة من اهتمام ننتياهاو في دعوة العالم لمواجهة الإرهاب بنسبة 11.2%، والحديث عن السلام والشرق الأوسط الجديد بنسبة 10.3%، تليها الإشادة بالتطبيع والمجاهرة به مع الدول العربية بنسبة 6.8%.

ثانياً: فئة الاتجاه:

أما عن اتجاه المحتوى فقد استخدم ننتياهاو التغريدات في التعبير عن موقفه الشخصي والرسمي من الأحداث حول العالم والقرارات العالمية، ويمكن تحديد اتجاهات ننتياهاو، كما يلي:

الجدول (3): اتجاهات ننتياهاو ومواقفه في التغريدات المختلفة:

اتجاه المحتوى	اتجاه نحو الأحداث والقرارات الدولية	
	تكرار	نسبة
مؤيد	76	25.5%
محايد	20	6.7%
معارض	44	14.8%
المجموع	140	47.1%

ويتضح من الجدول السابق أن ننتياهاو خاطب العالم مؤيداً لقراراته وإنجازاته المختلفة بنسبة 25.5%، وعارض بعض الأحداث وخاصة الهجمات الإرهابية بنسبة 14.8%، ووقف محايداً أمام الخصومات الدولية بنسبة 6.7%.

ثالثاً: فئة أساليب تقديم المضمون:

الجدول (4): أساليب تقديم التغريدات والمنشورات المتزامنة معها، خاصة تلك التي تحتوي على روابط خارجية:

أسلوب التقديم	تغريدات ننتياهاو	
	تكرار	نسبة
الأسلوب الإنشائي الوصفي.	94	28.6%
الأسلوب الإحصائي.	42	12.8%
أسلوب سرد المعلومات	192	58.5%
المجموع	328	100%

الجدول (7): طبيعة الكلمات المستخدمة في تغريدات نتنياهو:

الدرجة	النسبة المئوية	تكرار	الكلمة
1	23.3%	98	السلام
5	7.4%	54	الحب
12	4.1%	30	الأمن والأمان
4	9.6%	70	الفخر
13	3.8%	28	السعادة والفرح
14	2.4%	18	يوم جميل
11	4.5%	33	أتمنى عيد سعيد
2	12.1%	88	التهاني
10	5.2%	38	أرسل تعازي
8	6.2%	45	صداقة قوية
3	11.08%	80	العلاقة الوثيقة
7	6.7%	49	الإرهاب قبل الحرب
2	20.7%	68	الإرهاب بعد الحرب
9	5.6%	41	أدين
6	6.9%	50	اختراق
	100%	722	المجموع

أو الإدانة للإرهاب فيها، والتعاطف مع الضحايا، والاستعداد لتقديم المساعدة، والعون.

تري الباحثة أن هذا الأسلوب على المدى الطويل من الممكن أن يؤثر بالتابعين الذين سيرسمون صورة جيدة عن نتنياهو ودولة إسرائيل، كما أن أسلوب نتنياهو في الخطاب يعبر عن هندسة العقول واستمالتها بتغيير الحقائق وقلبها.

مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات:

مناقشة السؤال الأول: ما الموضوعات التي طرحها نتنياهو في تغريداته؟

بينت النتائج أن نتنياهو استخدم تغريداته بشكل مكثف ونسبة 44.5% في الكشف عن إنجازات إسرائيل بالدرجة الأولى، من الناحية الأمنية بنسبة 12.8%، والسياسية بنسبة 13.1%، تليها التكنولوجيا بنسبة 6.7%، ومن ثم الاقتصادية بنسبة 4.8%، تليها الثقافية بنسبة 3%، والرياضية بنسبة 2.4%، وغيرها بنسبة 1.5% وتعزو الباحثة ذلك في رغبة نتنياهو للترويج لدولة إسرائيل كدولة متطورة في المجالات المختلفة، وإظهارها بمظهر القوة والتقدم؛ لتتمكن من بناء علاقات مع الدول.

ويؤكد على ذلك أن محور المجاملات الدولية في المرتبة الثانية، ونسبة 27.1%، حيث ركز نتنياهو على المناسبات الشخصية كأعياد الميلاد والوفيات، والمناسبات الرسمية الوطنية، والإشادة بإنجازات الدول الأخرى بنسبة 10%، والتهنئة بنسبة 8.5%، والتعزية بنسبة 8.5% ويدل ذلك برأي الباحثة على حرص إسرائيل على الحفاظ على العلاقات الودية مع الدول، والتملق لها بهدف كسب تأييدها، وتعاطفها.

يتضح من الجدول السابق أن نتنياهو ركز على كلمة السلام في المقام الأول بنسبة 23.3%، تليها التهاني بنسبة 12.1%، تليها العلاقات الوثيقة بنسبة 11.08%، ومن ثم الفخر بنسبة 9.6%، تليها الحب بنسبة 7.4%، تليها اختراق بنسبة 6.9%، ومن ثم الإرهاب بنسبة 6.7% قبل الحرب، أما بعد الحرب أكثر من (68 مرة تكرر) بنسبة 20%، ومن ثم الصداقة القوية بنسبة 6.2%، تليها إدانة بنسبة 5.6%، ثم التعازي بنسبة 5.2%، ثم الأمنيات السعيدة بنسبة 4.5%، ثم الأمن والأمان بنسبة 4.1%، تليها السعادة والفرح بنسبة 3.8%، وأخيراً يوم جميل بنسبة 2.4%.

مناقشة النتائج في ضوء نظرية الأجندة والتأثير:

أظهرت النتائج أن نتنياهو يهتم كثيراً بالتغريدات وكثافتها في منصة إكس، حيث أطلق ما يقارب (328) تغريدة منذ عام (2016) إلى نهاية عام (2023)، موزعة على محاور مختلفة، منها الترويج لدولة إسرائيل، وإنجازاتها على الصعيد الأمني والسياسي والثقافي والعلمي والرياضي وغيره، ومن ثم الجانب السياسي بالحديث عن التطبيع، ومهاجمة الإرهاب، والرغبة في السلام، وأخيراً عدم تغافل مجاملة الدول واستمالتها سواء بالمفاخرة بإنجازاتها وقراراتها، أو بالتعزية والتهنئة على الصعيد الشخصي والرسمي.

وانطلاقاً من نظرية تحديد الأولويات نجد أن نتنياهو استطاع أن يحدد أولوياته في مواضع كثيرة بالتركيز على إسرائيل كدولة قوية متطورة اقتصادياً وأمنياً وسياسياً، وفي الوقت نفسه محبة للسلام، ومحاربة للإرهاب، وترغب في تكوين العلاقات الوثيقة مع دول العالم في كل مكان، وركز نتنياهو على هذه الفكرة من خلال مجاملات الدول، ومخاطبتها في أحداثها سواء بالعزاء، أو التهنئة،

أو إعطاء الأرقام والحقائق، أو استخدام الأسلوب الوصفي الجميل، بهدف مخاطبة جميع العقول.

مناقشة السؤال الرابع: ما أساليب الإقناع التي استخدمها نتياهو في تغريداته؟

بينت النتائج أن نتياهو استخدم الأسلوب العقلي بنسبة 29.2% حيث كان يوظف تغريداته في كسب تأييد الدول الأخرى، ولم يغفل عن الأسلوب العاطفي بنسبة 29.2% وخاصة فيما يتعلق بالتهنئة والتعزية والتعاطف مع ضحايا الإرهاب، وبنسبة 6.7% كان يعرض التغريدة بدون أسلوب ليبدو محايداً ومقنعاً.

تعزو الباحثة ذلك أن نتياهو يستخدم منصة إكس كي يمرر أفكاره، ومواقفه بشكل مقنع للعالم، فيلعب على وتيرة الأحداث، فما كان منها إنجاز للدول يؤيده ويفخر به، ويطلب تعزيز العلاقات معها لتطويع هذا الإنجاز، وما كان منه إرهابي يستغل الفرصة لمخاطبة العالم لمهاجمة الإرهاب في كل مكان وخاصة في إسرائيل، ويبدى استعداده لتقديم يد العون لمساعدة الدولة للقضاء على الإرهاب، ومساندة الضحايا.

مناقشة السؤال الخامس: ما مدى استخدام نتياهو للوسائط المتعددة في تغريداته، وطبيعة تأثيرها على الرأي العام المحلي والدولي؟

أوضحت النتائج أن نتياهو استخدم التغريدات النصية بنسبة 38.1%، وأرفق معها الصور بنسبة 35.06%، والفيديوهات بنسبة 14%، واستخدم تغريدات لغرض تفاعلي بنسبة 9.1%، والصوت بنسبة 3.6%. ويفسر شكل المضمون مدى اهتمام نتياهو بالتغريدات وتعزيز قدرتها على التأثير، فهو بذلك حريص على جذب انتباه الجمهور المتابع له سواء بالصورة، أو بالصوت، أو بالكتابة.

مناقشة السؤال السادس: ما طبيعة الكلمات التي كررها نتياهو في تغريداته؟

أظهرت النتائج أن طبيعة الكلمات التي استخدمها نتياهو احترافية، فأظهرت الصورة أنه محترف في اختيار الكلمات التي تستميل العالم من الناحية العقلية والعاطفية، فأكثر من الكلمات الجميلة مقابل كلمات الإدانة والإرهاب، حيث ركز نتياهو على كلمة السلام في المقام الأول بنسبة 23.3%، تليها التهاني بنسبة 12.1%، تليها العلاقات الوثيقة بنسبة 11.08%، ومن ثم الفخر بنسبة 9.6%، تليها الحب بنسبة 7.4%، تليها اختراق بنسبة 6.9%.

إضافة إلى الإرهاب بنسبة 6.7% قبل الحرب وبعد الحرب بنسبة 20%، ومن ثم الصداقة القوية بنسبة 6.2%، تليها إدانة بنسبة 5.6%، ثم التعازي بنسبة 5.2%، ثم الأمنيات السعيدة بنسبة 4.5%، ثم الأمن والأمان بنسبة 4.1%، تليها السعادة والفرح بنسبة

ثم جاء في المرتبة الثالثة من اهتمام نتياهو في دعوة العالم لمواجهة الإرهاب بنسبة 11.2%، والحديث عن السلام والشرق الأوسط الجديد بنسبة 10.3%، والإشادة بالتطبيع والمجاهرة به مع الدول العربية بنسبة 6.8%، وتشير هذه النتائج إلى أن نتياهو رتب أولوياته نحو إظهار إسرائيل بالمظهر القوي والمتطور والمتقدم، ومن ثم تكوين صورة عنها بأنها دولة محبة للسلام محاربة للإرهاب، يليه تكوين صورة عنها بأنها مهمة بما يحدث في العالم سواء الأحداث الرسمية، أو الشخصية فلم يغفل عن التهاني والتعازي والإشادة بإنجازات الدول.

مناقشة السؤال الثاني: ما اتجاهات نتياهو في تغريداته عبر منصة إكس؟

كشفت النتائج أن نتياهو استخدم التغريدات في التعبير عن موقفه الشخصي والرسمي من الأحداث حول العالم والقرارات العالمية، فعلى سبيل المثال: أدان نتياهو الهجوم على الهند والبرازيل، ووقف بشكل معارض لجميع هذه الهجمات؛ كي يبدو محباً للسلام، وفي الوقت نفسه كان مؤيداً للعديد من القرارات والعلاقات مع إسرائيل، ومن بينها أمريكا، حيث أشاد بموقف رونالد ترامب لقراره الشجاع (على حد زعمه) لمواجهة النظام الإرهابي الإيراني، كما وقف محايداً أمام بعض الخلافات الدولية كي لا يخسر أي طرف بين الجهات المتخاصمة، كالأكرد والعراق. ويمكن تحديد اتجاهات ومواقف نتياهو كما يلي: خاطب العالم مؤيداً لقراراته وإنجازاته المختلفة بنسبة 25.5%، وعارض بعض الأحداث وخاصة الهجمات الإرهابية بنسبة 14.8%، ووقف محايداً أمام الخصومات الدولية بنسبة 6.7%.

تفسر الباحثة ذلك في ميل نتياهو إلى الظهور بمظهر المسالم المحب الذي يركز على الإيجابيات، وبالتالي فإن مواقفه المؤيدة لإنجازات الدول وقراراته كانت أكثر من المواقف المعارضة للأحداث الإرهابية، على الرغم من اهتمامه بالجهتين، كما أنه لم يرغب في إنشاء عدو، أو خصومة فوقف محايداً أمام بعض الخصومات الدولية التي لا تضره، أو تقيده بشيء، وذلك يعبر عن دهاء نتياهو في تحديد اتجاهاته ومواقفه وتوظيفها في تكوين صورة جيدة عنه وعن إسرائيل.

مناقشة السؤال الثالث: ما أساليب تقديم تغريدات نتياهو؟

كشفت النتائج أن نتياهو استخدم أسلوب سرد المعلومات بنسبة 58.5%، والأسلوب الإنشائي الوصفي بنسبة 28.6%، والأسلوب الإحصائي بنسبة 12.8%.

تفسر الباحثة ذلك برغبة نتياهو أن يظهر بمظهر العقلاني والمحايد في طرحه للمعلومات، وبصورة منطقية، كما يدل ذلك أن معرفة نتياهو لأهمية الخلط في طرق التقديم، بسرد المعلومات،

التوصيات:

- 1- ضرورة توظيف المؤثرين والإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي في الرد على الدعاية السياسية الإسرائيلية.
- 2- توظيف وزارة الخارجية الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في مخاطبة دول العالم ومجاملتها لتغيير الصورة التي أنتجها رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو.
- 3- تخصيص السياسيين الفلسطينيين لصفحات فلسطينية للرد على تغريدات رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو أولاً بأول بشكل منطقي.
- 4- توظيف وزارة الإعلام الفلسطينية لفرق إعلامية تتمتع بمهارة عالية ليس فقط باللغة الإنجليزية، وإنما بكافة لغات العالم؛ لنقل وجهة النظر العربية والفلسطينية، وتقريع النوايا والإجراءات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني.
- 5- استفادة المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من التجربة الإسرائيلية الداعائية في شبكات التواصل الاجتماعي، لحشد الرأي العام لصالح الفلسطيني.

3.8%، وأخيراً يوم جميل بنسبة 2.4%، وتعزو الباحثة ذلك إلى تركيز نتنياهو على الظهور أمام العالم بأنهم محبو للسلام، ويميلون للعلاقات الوثيقة والدافئة والقوية، ومن ثم مهاجمة الإرهاب، تليها المجاملات والأمنيات السعيدة.

الخاتمة:

قامت الدراسة بتسليط الضوء على طبيعة المادة الإعلامية والدعائية في صفحة نتنياهو عبر منصة إكس المكتوبة باللغة الإنجليزية الموجهة للعالم، من خلال دراسة استراتيجيات الاتصال والخطاب الموجه للجمهور، وكشفت الدراسة عن أهمية شبكة التواصل الاجتماعي في مخاطبة الرأي العام العالمي، وتوظيف الدعاية فيه، كما أظهرت النتائج أن نتنياهو يهتم كثيراً بالتغريدات وكثافتها في منصة إكس، حيث أطلق ما يقارب (328) تغريدة منذ عام (2016) إلى نهاية عام (2023) في عدة محاور، وتوصلت الدراسة إلى مدى اهتمام نتنياهو بالتغريدات وتعزيز قدرتها على التأثير، فهو بذلك حريص على جذب انتباه الجمهور المتابع له سواء بالصورة، أو بالصوت، أو بالكتابة، وكذلك دهاء نتنياهو في تحديد اتجاهاته ومواقفه وتوظيفها في تكوين صورة جيدة عنه وعن إسرائيل، وقد خرجت الدراسة في معرفة نتنياهو لأهمية الخلط في طرق التقديم، بسرد المعلومات، أو استخدام الأسلوب الوصفي الجميل، بهدف مخاطبة جميع العقول، كما توصلت الدراسة إلى تركيز نتنياهو على الظهور أمام العالم بأنهم محبو للسلام، ويميلون للعلاقات الوثيقة والدافئة والقوية.

النتائج:

- 1- يوظف رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو منصة إكس في استعراض قوة إسرائيل العسكرية والسياسية والاقتصادية، وإظهارها بصورة الدولة المتحضرة المحبة للسلام بشكل كبير.
- 2- يلجأ رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو إلى المجاملات الدولية بشكل مكثف دون استثناء، سواء المناسبات الخاصة أو الرسمية.
- 3- يخاطب رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو دول العالم لمكافحة الإرهاب ومساندة ضحاياه، في الإشارة إلى دولة إسرائيل.
- 4- يفخر رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو بالعلاقات الوثيقة القوية مع الدول الأخرى بما فيها الدول العربية.
- 5- يركز رئيس الوزراء الإسرائيلي نتنياهو على الكلمات الجميلة العاطفية لاستمالة المتابعين، فيركز على كلمة السلام والتهاني، والعلاقات الوثيقة، والفخر، والحب.

- Foundation, 2. Retrieved from <https://www.palestine-studies.org/sites/default/files/uploads/files/cyberwarfare.pdf>
13. Basyouni, H. (2008). *Studies in media, communication technology, and public opinion* (1st ed.). Cairo.
14. Fahmy, N. A. S. (2001). Interactivity in news websites on the Internet: An analytical study. *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Cairo, 2 (4), 221-269.
15. Freijat, N. (2014). *Environmental issue priorities at Al-Wadi Radio and its audience: An analytical study of a sample of environmental programs at Al-Wadi Radio and its audience* (Published Master's thesis). University of Algiers 3.
16. Government Website. (2021). Benjamin Netanyahu. Retrieved from https://www.gov.il/ar/departments/people/benjamin_netanyahu
17. Klajnowska, J. (2022). The hashtag conflict: Social media players in the Israeli-Palestinian crisis and the battle for public opinion. Research Project of the MA in International Studies on Media, Power and Difference, Department of Communication, Universitat Pompeu Fabra.
18. Mohamed, S. (2016). *Media effect theories*. Qissat Al-Fikr. Retrieved from <https://mindstory.org>
19. Mustafa, A. (2022). What is the story of "Twitter" and how did it begin and evolve in a few years? Independent Arabic Website. Retrieved from <https://www.independentarabia.com/node/325601>
20. Naeem, H. (2017). *Israeli propaganda discourse in Arabic towards Palestinian resistance via social media networks: An analytical study*. Unpublished Master's thesis. Islamic University, Gaza.
21. Sabeih, Y., & Samir, R. (2018). Israeli propaganda discourse through social media. *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 2018 (16), 521-588.
22. Sadeq, A. (2007). *New media: A study of its technological transformations and general characteristics*. The Journal of the Open Arab Academy in Denmark, 2007 (2), 17.
23. Shafik, H. (2004). *Specialized print and electronic journalism: New perspectives*. Cairo.
24. Sharif, B. (2019). Zionist propaganda through social media. *The Journal of Image and Communication*, 7(2), 99-118.
25. Yarchi, M. (2018). *The impact of anti-democratic actions on a country's*

References:

1. Abd El-Moneim, I. (2022). Media frames of Israeli military propaganda on Twitter. *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 23(23), 255-324.
2. Abu Amer, A. (2018). *The ideology of Israeli media in covering Palestinian affairs*. Published study, Al Jazeera Center for Media Studies, Qatar.
3. Abu Mualla, S. (2017). *Palestinian-Israeli cyber conflict: An analytical study of the Israeli propaganda on Facebook Adraei's page as an example*. *Journal of the Arab American University*, 3(2), 52-75.
4. Abu Quta, K. (2019). The Israeli propaganda discourse on the Great Return Marches through Twitter: A case study of the official spokesperson of the Israeli Army's page. *Journal of Media Studies*. The Democratic Center for Arab Studies, Berlin, Germany, 2019(7), 43-62.
5. Abu Shaishaa, M. (2022). Mechanisms of Israeli media discourse on social media to portray Israeli-Arab relations after the recent wave of Arab-Israeli diplomatic relations. *The Scientific Journal of Radio and Television Research*, 2022(23), 173-210.
6. Al-Halwa, K. (2022). *Introduction to media studies and media theories*. Retrieved from <https://kalhelwah.medium.com>
7. Al Jazeera Net. (2016, April 7). Israel boasts of being eighth in digital diplomacy. Retrieved from <https://www.aljazeera.net/news/2016/4/7>
8. Al-Jazi, H. (2021). What is Twitter and how to use it. Mawdoo3 website. Retrieved from <https://mawdoo3.com>
9. Al-Maany. (2023). *Meaning of tweets*. Retrieved from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-fr/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D8%AA/>
10. Al-Zanati, O. (2015). *Evaluation of Libyan journalists of Al Jazeera's coverage of the Libyan issue in 2014* (Published Master's thesis). Middle East University, Amman.
11. Amkran, N. (2022). The impact of Facebook on the social value system: A survey study on a sample of students from the Faculty of Media and Communication Sciences at the University of Algiers. *Al-Rawaq Journal of Social and Human Studies*, 8(2), 377-404.
12. Bara'am, G. (2017). The impact of the development of cyber warfare technology on building power in Israel. *Palestine Studies*

international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel. *Democracy and Security*, 14(2), 159-173.