



مركز البيان للدراسات والتخطيط
Al-Bayan Center for Planning and Studies

تكتيكات الهسبارا في عصر الدبلوماسية العامة الرقمية «الكيان الصهيوني وإدارة الأزمات عبر الإنترنت»

سيف ضياء



سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط

عن المركز

مركزُ البيان للدراسات والتخطيط مركزٌ مستقلٌّ، غيرٌ ربحيٍّ، مقرُّه الرئيس في بغداد، مهمته الرئيسة -فضلاً عن قضايا أخرى- تقديم وجهة نظر ذات مصداقية حول قضايا السياسات العامة والخارجية التي تخصّ العراق بنحو خاصٍّ، ومنطقة الشرق الأوسط بنحو عام. ويسعى المركز إلى إجراء تحليلٍ مستقلٍّ، وإيجاد حلولٍ عمليّةٍ جليّةٍ لقضايا معقدة تمُّ الحقلين السياسي والأكاديمي.

ملحوظة:

لا تعبّر الآراء الواردة في المقال بالضرورة عن اتجاهات يتبناها المركز، وإنما تعبّر عن رأي كاتبها.

حقوق النشر محفوظة © 2024

www.bayancenter.org

info@bayancenter.org

Since 2014

تكتيكات الهسبارا في عصر الدبلوماسية العامة الرقمية «الكيان الصهيوني وإدارة الأزمات عبر الإنترنت»

سيف ضياء*

توطئة:

لطالما شهدت النزاعات الدولية اعتماداً على الأسلحة التقليدية في مجرياتها؛ ولكن، مع التطورات الهائلة التي يمر بها عالمنا اليوم، نلاحظ ظهور مناهج قتالية جديدة تتخطى حدود العسكرية لتتواءم مع متطلبات العصر الراهن، في هذا السياق، اكتسبت الاستراتيجيات القائمة على استخدام الإعلام كأداة للنفوذ والتأثير أهمية متزايدة، خصوصاً مع دور وسائل الإعلام الفعّال الذي بات أكثر جلاءً من ذي قبل، إذ إن الانتشار الواسع للإعلام الحديث، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي، سهّل من عملية الوصول إلى الأفراد والتأثير في الذهنية الجماعية لأي مجتمع من خلال توجيه ونشر الأخبار بما يخدم الأهداف المرسومة، يعتبر السلاح الإعلامي بذلك تحولاً مهماً في كيفية إدارة الصراعات، مع التركيز بشكل خاص على تشكيل الوعي الجماعي والرأي العام العالمي، ضمن هذا الإطار، يبرز مصطلح «الهسبارا HaSbara»¹ كاستراتيجية من جانب إسرائيل، تهدف بجوهرها إلى استخدام الأدوات الإعلامية لتعزيز صورتها الإيجابية عالمياً، مُظهرةً نفسها كدولة تنشُد الديمقراطية والسلام، وتقف ضد الإرهاب، إذ يعود أصل تسمية هذا المفهوم إلى أحد قادة الحركة الصهيونية، ناحوم سوكولوف، في بدايات القرن العشرين، حيث كان يُنظر للهسبارا كوسيلة لنقل تطلعات الشعب اليهودي إلى المجتمع الأوروبي عبر خطب عامة يتبناها قادة الصهاينة، أما في خضم الأحداث الجارية، لجأت استراتيجية «هاسبارا» إلى استخدامها كأداة إضافية لترويج روايات مضللة حول جميع جوانب الأفعال الإجرامية التي تُنسب إلى الكيان الصهيوني، إذ خلال الأشهر الأولى من عمليات الكيان الصهيوني في غزة، اعتمدت حملة «هاسبارا» الصهيونية على تشكيل شبكة واسعة من الدعم تضم نحو 120 غرفة عمليات، إلى جانب مشاركة 41 منظمة غير حكومية متخصصة في تطوير التقنيات، والاستعانة بأكثر من 110 قاعدة بيانات،

1. يُعد مصطلح «الهسبارا» مصطلحاً فريداً مرتبطاً بـ «إسرائيل» وخصوصية وضعها، إذ يشير إلى آلية نقل الرسائل الإسرائيلية إلى العالم وإقناعه بالرواية الإسرائيلية، خاصةً في القضايا السياسية، لا تقتصر هذه العملية على أجهزة الأمن، بل تشمل أيضاً وسائل الإعلام التي تهدف إلى تبرير السياسة الإسرائيلية، وصد الهجمات الإعلامية، والحفاظ على صورة «إسرائيل» الإيجابية أمام الرأي العام الدولي والذي يستمد معناه من اللغة العبرية، مشيراً إلى «الشرح» أو «التوضيح».

هذا وقد أشير إلى تلك الجهود ضمن تقارير صادرة عن معهد دراسات الأمن القومي الإسرائيلي² بالتعاون مع خريطة «هاسبارا» الإسرائيلية، إذ سُجل نشاط مكثف لعدة المبادرات خلال تلك الفترة، حيث تبنت 72 مبادرة نموذج العمل غير الربحي، معتمدةً على جهود متطوعين ينتمون إلى الشركات التكنولوجية، الخبراء التقنيين، الأكاديميين، والمنظمات التي عبرت عن دعمها للكيان الصهيوني، وفي هذا السياق، نوهت التقارير إلى أن المتحدث الرسمي باسم جيش الكيان الصهيوني قد أصبحت له الأسبقية في كونه المصدر الأساسي للمعطيات المستخدمة ضمن تلك الحملات³، إن هذا التطور يدل على تبني الكيان الصهيوني نهجاً يهدف إلى التأثير في الرأي العام الدولي عبر مجموعة من الأدوات الإعلامية التي تلعب دوراً بارزاً في تشكيل التصورات الدولية، خصوصاً بين الجماهير الأوروبية وكذلك في تعديل النظرة المجتمعية في الدول العربية تجاه الوجود الصهيوني، من هذه الزاوية، تُعنى هذه الورقة البحثية بإلقاء الضوء على ماهية هذا التوجه الصهيوني ودوره كأداة إضافية في الحرب الراهنة، بهدف الترويج للروايات المضللة حول مختلف الجرائم التي ترتكبها إسرائيل.

أولاً: التحولات الاستراتيجية في آليات الدعاية الإسرائيلية على أعتاب الثورة الرقمية.

مع فجر الألفية الثالثة، شهد الكيان الصهيوني الإسرائيلي تحولات جوهرية في آليات دعايته، مستفيد بشكل استثنائي من الطفرات التكنولوجية وظهور تقنيات اتصال جديدة، في ظل ثورة رقمية متلاطمة، انعكست هذه التغيرات على تكوين بيئات تفاعلية جديدة للجمهور، فضلاً عن إرساء أرضيات تأثيرية فعّالة للقوى النشطة في ميدان الدعاية. هكذا، تمكنت هذه الميادين الجديدة من توفير فرص غير مسبوقة أمام الدول لنشر دعايتها وتعزيز تأثيرها، ليس فقط داخلياً، بل على الصعيد الدولي أيضاً، إذ تبلور أهمية هذا التحول في طرق الدعاية وأساليبها عبر استغلالها الممنهج للمنصات الرقمية، التي باتت تشكل مسرحاً حيويّاً للتأثير والتواصل مع الجماهير بأساليب مبتكرة ومتجددة.

إن التفاعل مع هذه البيئات الجديدة يتطلب من الفاعلين دراية عميقة بديناميكيات الاتصال الحديثة، والقدرة على توظيفها بشكل يخدم أهدافهم الاستراتيجية، الأمر الذي يعزز من كفاءة وتأثير الرسائل الدعائية في هذا العصر الرقمي.

2. للمزيد ينظر: <https://www.inss.org.il/>

3. للمزيد ينظر، الموقع الرسمي خريطة «هاسبارا» الإسرائيلية وفق الرابط: <https://www.hasbaramap.com>

1- الرؤية والإعلام: الأسس الصهيونية لنشر فكرة الدولة عبر الصحافة والدعاية منذ النشأة.

تعود جذور الاهتمام الصهيوني بالإعلام إلى ما قبل تأسيس كيانه أساساً، إذ احتلت الدعاية مكانة رئيسية في الأدبيات الأساسية للفكر الصهيوني المتمثلة في الكتب والمقالات والبيانات التي ألفها رواد هذه الحركة، ويعود اهتمامهم بوسائل الإعلام إلى عام 1869، قبل الاجتماع الأول للمؤتمر الصهيوني في بازل السويسرية بثمانية وعشرين عاماً تقريباً.

إذ أكد الحاخام «رايشهورن Reichhorn Rabbi» أمام تجمع لليهود في مدينة براغ على الدور الحاسم للصحافة الذي يأتي مباشرة بعد الذهب في التأثير العالمي، مشدداً على ضرورة توظيف الذهب واستخدام المال للسيطرة عليها، كذلك، عبّر (ثيودور هرتزل Theodor Her)، الأب الروحي ومؤسس الصهيونية السياسية الحديثة، عن هذا الاهتمام من خلال إطلاق مجلة «دي فيلت» كمنبر إعلامي يعبر عن الحركة الصهيونية قبيل المؤتمر الصهيوني الأول في عام 1897، مؤكداً على أهمية «الضجيج» في إقامة الوطن اليهودي في فلسطين، إذ أولى المؤتمر اهتماماً خاصاً بالإعلام عبر تشكيل «مكتب التوجيه المركزي» الذي يربط بين رئيس المنظمة الصهيونية والوحدات المحلية، وفي ما بعد الحرب العالمية الأولى، تم تأسيس «دائرة الدعاية» لذات الغرض أعلاه، لم يخف الصهاينة أهمية الإعلام في تحقيق مشروعهم القومي في دولة فلسطين، إذ يؤكد مستشار الأمن القومي السابق، (يهوشافات ركابي Yehoshafa Harkaba)، على الاستفادة من الإعلام ووسائل الاتصال في تعزيز المشروع الصهيوني والتأثير في الرأي العام العالمي. ويتفق معه ديفيد بن غوريون، أول رئيس وزراء للكيان الصهيوني، الذي أشار صراحةً إلى دور الإعلام في رسم خريطة الدولة على الساحة الدولية وتحصيل شرعيتها وجدارتها قبل أن تصبح واقعاً ملموساً⁴، تبرز هذه الشهادات الدور الفعال الذي لعبه الإعلام في تأسيس ما يسمى الدولة الإسرائيلية وترويج أيديولوجيتها، مؤكدة على أهميته كأداة استراتيجية في الفكر الصهيوني.

2- الهسبارا: استراتيجيات الدبلوماسية العامة الإسرائيلية من النشأة إلى العصر الرقمي.

يُشار إلى مصطلح «الدبلوماسية العامة» (Public Diplomacy) لوصف مجموعة

4. رامى الجندي: الاختراق الإسرائيلي للشباب العربي عبر الإعلام، معهد الجزيرة للإعلام 5 أيار/مايو، 2018، وفق الرابط:

<https://cutt.us/Ps3Mz>

الآليات التي تستخدمها الدول بهدف تشكيل وتحسين صورتها لدى المجتمعات والحكومات الأجنبية، بما يبدو في ظاهره أداة مشروعة ضمن آليات العلاقات الدولية، إلا أنها قد تُستثمر بكفاءة من قبل الدول ذات التوجهات العدوانية، أو التي تحمل أجندات سياسية تثير الجدل، لذا، تتحول الدبلوماسية العامة، بالنسبة لهذه الدول، إلى وسيلة لتنقية صورتها الدولية وكسب التأييد العالمي، من خلال استخدامها لطمس معالم أفعالها العدوانية أو انتهاكات حقوق الإنسان، وذلك بادعاء النوايا الإيجابية أو الدفاع عن «الحقوق المغتصبة» أو الإشارة إلى «التهديدات الوجودية».

بناءً عليه، فإن الدبلوماسية العامة تنطوي على إمكانية أن تكون إما منصة لتوضيح المواقف أمام العالمية، أو في بعض الأحيان، آلية للتضليل والمراوغة⁵، في سياق دولة الكيان الصهيوني، تُعرف هذه الأداة بـ «المسبارا»، اللافت للاهتمام أن عمر هذه الكلمة أطول من دولة الاحتلال نفسها، فقد أدخل أحد زعماء الحركة الصهيونية ناحوم سوكولوف، مصطلح «هاسبارا» رسمياً على المفردات الصهيونية في مطلع القرن العشرين، ووفقاً له، فإن أي مستوطنة يهودية تُنشأ على أرض فلسطين ستعاني من تصور سيئ وصورة سلبية، وبالتزامن مع اجتياح بيروت ومجزرة صبرا وشاتيلا عام 1982، بدأت المنظمات الإسرائيلية في الترويج لـ «هاسبارا» كما واعتمد الكنيست الإسرائيلي هذا المفهوم بشكل أوسع متجاوزاً بذلك الحدود الضيقة للسياسة، ليجعل منه عماداً أساسياً في تطوير العلاقات الدولية وتعميق الدبلوماسية، تحت إشراف وزارة الشؤون الاستراتيجية والإعلامية.

يدير هذا البرنامج مجموعة من ضباط الاستخبارات والأمن، بتمويل رئيسي من قبل حكومة الاحتلال، ويحظى بدعم واسع من أفراد وشركات على الصعيد العالمي⁶، وذلك بسبب تراجع صورة «إسرائيل» في العالم، وفي أعقاب الحرب الإسرائيلية على لبنان عام 2006 و «عملية الرصاص المصبوب» بعد ذلك بعامين، وكتاتهما أضرت بسمعة «إسرائيل» الدولية.

كان هناك تحول تدريجي بين عامي 2008 و2012، أطلق عليه «هاسبارا 2.0»، التي تمثل تقنيات الويب الجديدة والتطبيقات الشبكية مثل وسائل التواصل الاجتماعي ويوتيوب. لذا،

5. طيايية ساعد: الدبلوماسية العامة الرقمية ... قوة ناعمة جديدة (الجزائر: مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، 2017) ص ص 90 - 91.

6. احمد . م . جابر (السعي للاستيلاء على فلسطين : كواليس وعد بلفور) ، بوابة الهدف، 30 ، يناير، 2018 وفق الرابط: [martinkramer/files/balfour_arabic.pdf/https://scholar.harvard.edu/files](https://scholar.harvard.edu/files/martinkramer/files/balfour_arabic.pdf)

حوّل الاحتلال «هاسبارا» إلى مؤسسة رسمية اهتمت بصياغة إستراتيجية تواصل وتفسير سياسات الاحتلال سواء كانت مبررة، أو لم تكن، تحت إشراف وزارة الشؤون الاستراتيجية والإعلامية الصهيونية الإسرائيلية، وهي وزارة تعد نموذجاً فريداً في ميدان الدبلوماسية العامة، تديرها كوادر من ضباط الاستخبارات والأمن السيبراني، وتتلقى تمويلاً جزيلاً من حكومة الكيان الصهيوني، بدعم لاف من شخصيات ومؤسسات دولية مختلفة.

3- استراتيجيات الهسبارا.

في إطار التطلع إلى تعزيز صورة «إسرائيل» على الصعيد الدولي، يركز مفهوم «هاسبارا» على تبني سلسلة من الاستراتيجيات الإعلامية والتواصلية، ضمن هذا الإطار، وبالرجوع إلى «كتيب "Hasbara"» والذي يعتبر دليلاً تدريبياً شاملاً، يتم شرح الأساليب التفصيلية للدفاع عن المصالح الصهيونية في الفضاء الافتراضي، بما في ذلك تقنيات الجدل والمشاركة في النقاشات الفكرية، إذ تتلخص الأهداف الرئيسية في النقاط التالية:⁷

* **التواصل الشامل:** الوصول إلى جميع الشعوب والثقافات عبر تقديم رسائل مصممة بعناية تتناسب مع الأفكار والمعتقدات فريدة لكل جمهور، بهدف التأثير إيجابياً على الانطباعات والمشاعر تجاه ما يسمى «إسرائيل»، وذلك خلال التركيز على سرديات مختلفة مثل التركيز على المعاناة التاريخية لليهود أو البرهنة على القوة والاستقرار الذاتي للدولة.

* **تبرير السياسات الهمجية والوحشية:** توضيح وتبرير الأعمال التي قد يُنظر إليها على أنها عنيفة ووحشية تحت شعار «مكافحة التطرف والإرهاب»، بهدف تعزي فهم أعمق للتحديات الأمنية التي تواجه ما يسمى «إسرائيل».

* **التشويه الرقمي:** إذ يتم من خلالها إعادة تشكيل الحقائق والتعامل مع الوقائع والسرديات بطريقة تسعى إلى تقديم وجهة نظر الكيان الصهيوني «إسرائيل» في إطار موضوعي، وذلك بإعادة تفسير الأحداث أو تعديل سياقها لصالح الرؤية الصهيونية، عبر التلاعب بالوعي وحرف الأنظار عن المجرم الحقيقي.

7. عبد الله عدوي واخرون: الدعاية الاسرائيلية: قراءة في القوة الناعمة (اسطنبول: دار vision للطباعة والنشر، ط1 2023) ص 75 - 85.

***الردع الرقمي:** وتمثل بالتصدي للمعارضة، عبر دفع شركات الإنترنت الكبرى لاتخاذ تدابير صارمة بحق الأصوات المعارضة والعمل على تصوير أي نقد أو نشاط معارض لـ«إسرائيل» على أنه معادٍ للسامية، وهي تسمية تحمل «تبعات قانونية» في عدة بلدان، في مسعى لحماية سمعة ما يسمى «إسرائيل» ودعمها على المستوى الدولي، إذ يتم حذف الآلاف من المنشورات والحسابات المتعاطفة مع فلسطين على منصات التواصل الاجتماعي.

***التفاعل التكنولوجي والتعبئة الرقمية:** تنظيم دورات تدريبية متخصصة في مجال الإنترنت والتواصل الاجتماعي لتحسين القدرة على نشر المحتوى الذي يعكس الأهداف الإعلامية لـ «هاسبارا»، بما في ذلك استخدام التطبيقات الموجهة لتعزيز الرسائل الداعمة لـ «إسرائيل»، خير مثال على ذلك التطبيقات الهاتفية وهي من أهم أدوات وأسلحة حربهم الإعلامية «هل ترغب في الدفاع عن إسرائيل؟... حمل التطبيق وانضم إلينا لنشر الحقيقة»، بهذا النداء يُعلن عن تطبيق (Act. IL / 4IL)، الموجه للجمهور الإسرائيلي عبر العالم، وقد تم إطلاق هذا التطبيق في 2017 بدعم من حكومة الكيان الصهيوني، بالتعاون مع وزارات الشؤون الاستراتيجية، الإعلام والسياحة، بالإضافة إلى موقع وتطبيق (Hasbara app)، وهي مبادرة من مجموعة حتراد حشيني التعليمية التي تأسست عام 2010، يهدف التطبيق بشكل أساسي إلى مواجهة حملة المقاطعة BDS بشكل إلكتروني، ويسعى لتقديم صورة «إسرائيل» كدولة «محبّة للسلام، وتعزز القيم الإنسانية»، معتبرةً أنها تتعرض لحملة تشويه «غير عادلة» من قبل جهات «معادية للسامية».⁸

***الدبلوماسية الرقمية:** إذ تتمثل بالرد على الانتقادات تطوير استجابات مدروسة ومبنية على مكافحة أي انتقادات موجهة ضد «إسرائيل»، وذلك بما يضمن تقديم موقف موضوعي ومبني على المعلومات.

***التركيز على الجمهور الغربي:** السعي لتقديم «إسرائيل» كدولة تقدمية وديمقراطية ضمن النمط الغربي، تواجه تحديات وتهديدات غير مبررة من جيرانها، بهدف تعزيز الدعم والتفهم من جانب الجمهور الغربي.

تسعى «هاسبارا» من خلال هذه الأهداف والمسااعي إلى تعزيز الفهم والدعم الدولي لـ«إسرائيل»، والعمل على تحسين صورتها العامة من خلال تطوير وتنفيذ استراتيجيات إعلامية فعالة.

8. للمزيد ينظر: بسام حمود: الاعلام الإلكتروني الصهيوني وتأثيره بالشارع العربي (بيروت: مركز انطلاقة للدراسات، 2022).

4- تعظيم الدعم لإسرائيل: التكامل بين المؤسسات الحكومية وجهود المجتمع المدني في

توسيع رقعة الدبلوماسية العامة والإعلام.

تشارك العديد من مؤسسات حكومة الكيان الصهيوني وكذلك منظمات المجتمع المدني التي تؤيد إسرائيل في جهود موسعة للدبلوماسية العامة والدعاية. ضمن هذا الإطار، تبرز الجهات والمؤسسات الآتية كمحركات رئيسية في هذا المسعى.

* **وحدة المتحدث باسم جيش الدفاع الإسرائيلي (IDF):** تقف هذه الوحدة في قلب الجهود الصهيونية للدبلوماسية العامة، إذ تعمل على تعزيز السياسات الحكومية وتوسعها، تحظى صفحة فيسبوك الخاصة بهذه الوحدة بمتابعة واسعة عالمياً، وهي تُعتبر أكبر جهة ناطقة باسم إسرائيل، بتشكيلتها التي تضم أكثر من 400 فرد من الضباط والمدنيين والجنود، إلى جانب الوحدة الاحتياطية التي تشمل حوالي 1200 عنصر، ومنذ عام 2015 برز نشاط جيش الدفاع الإسرائيلي بشكل فعال ومنظم عبر عدة منصات لوسائل التواصل الاجتماعي.⁹

* **وحدة المتحدث الرسمي لمكتب تنسيق أعمال الحكومة في المناطق:** تعني هذه الوحدة، التابعة لجيش الدفاع الإسرائيلي، بالتواصل مع السلطة الفلسطينية، متميزةً بمتحدثها الرسمي وقنوات التواصل الاجتماعي باللغتين الإنجليزية والعربية.

* **مكتب رئيس الوزراء (PMO):** يسهم الصحفيون الحكوميون ومديريات الدبلوماسية العامة والإعلام الوطني ضمن مكتب رئيس الوزراء الإسرائيلي في دعم جهود الدبلوماسية العامة.

* **وزارة الخارجية (MFA):** إذ تمتلك وزارة الخارجية الإسرائيلية بدورها مديرية مخصصة للدبلوماسية العامة، تشكلت من أقسام معنية بالإعلام والشؤون العامة، الثقافة والتعاون العلمي، إلى جانب مكتب العلاقات مع ما يسمى بالشتات اليهودي، إذ يتولى قسم الإعلام والشؤون العامة مسؤولية «العلامة التجارية» للدولة، وإنتاج المحتوى البصري والسياسات التوجيهية للبعثات الإسرائيلية عالمياً، مع التركيز على العلاقة مع وسائل الإعلام عبر مكتب المتحدث الرسمي. كذلك، تعمل الوزارة على قضايا المجتمع المدني، وبالأخص مكافحة حملة المقاطعة لإسرائيل، بالإضافة إلى مواكبة التقدم التكنولوجي وترسيخ الدبلوماسية الرقمية عبر قنواتها الإلكترونية.

9. للمزيد ينظر الموقع الرسمي وفق الرابط: <https://hasbarafellowships.org/>

*منظمات المجتمع المدني الموالية للصهيونية: إذ تُبدي منظمات ومبادرات المجتمع المدني، سواء داخل إسرائيل أو خارجها، تأييداً لجهود إسرائيل الدبلوماسية، من ضمن هؤلاء، تبرز منظمات مثل StandWithUs، لجنة الشؤون العامة الأمريكية الإسرائيلية (AIPAC)، معهد واشنطن لسياسة الشرق الأدنى (WINEP)، رابطة مكافحة التشهير (ADL)، المسيحيون المتحدون من أجل إسرائيل (CUFI)، وتحالف إسرائيل في الحرم الجامعي، إلى جانب مبادرة AMCHA و«مشروع ديفيد».

*زمالك هاسبارا: إذ تعمل المبادرة على صياغة جيل جديد من الناشطين المؤيدين لإسرائيل ضمن الحرم الجامعي في جامعات أمريكا الشمالية. وُلدت هذا المبادرة في العام 2001، بالتعاون بين مؤسسها «إيش هتورا» ووزارة الخارجية الإسرائيلية، بهدف تقوية الدعم الجامعي لإسرائيل على أرض الولايات المتحدة الأمريكية وباقي دول القارة، إذ تتبنى هذه المنظمة إعداد وتأهيل الطلاب ليصبحوا سفراء فكريين ومدافعين عن القضية الصهيونية في أروقة الجامعات، متجاوزة في ذلك حدود التعليم النظري إلى تطبيق عملي ملموس عن طريق خلق فرص للقاءات مباشرة مع شخصيات إسرائيلية هامة، قامت المنظمة بإنجازها تدريب ما يقارب 2000 طالب من أكثر من 220 جامعة أمريكية، إذ تمكنوا من اكتساب مهارات التواصل والتأثير الفعال في الحرم الجامعي.

يتضمن برنامج الزمالة رحلة فريدة إلى إسرائيل، يتخللها جدول حافل باللقاءات الثرية مع الوجوه الإدارية والسياسية البارزة في الدولة، بما في ذلك مستشار رئيس الوزراء الإسرائيلي، وعدد من أعضاء الكنيست ووزير الخارجية، بالإضافة إلى رؤساء بلدية مدن إسرائيلية مختلفة.¹⁰

5- تعزيز الهوية الإسرائيلية وصقل الصورة الدولية: دور المبادرات والحملات في استراتيجية الدبلوماسية العامة.

*مبادرة ماسا: منذ إطلاقها في العام 2004، لعبت (ماسا رحلة إسرائيل Mass Israel Journey) دوراً فعالاً في تعميق الصلات بين أكثر من 160,000 شاب وشابة، تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة، قادمين من أكثر من 60 دولة حول العالم، مع إسرائيل، لقد تنوعت البرامج التي قدمتها المبادرة لتشمل أكثر من 200 برنامج، وذلك بهدف ترسيخ الالتزام والدعم

10. للمزيد انظر: ياسر الموسوي، هاسبارا: تمويه إلكتروني للجرائم الإسرائيلية، وفق الرابط: <https://www.alqaous.com/article/279>

لإسرائيل في نفوس جيل جديد من الشباب اليهودي، يمكن لهذه التجارب أن تأخذ مسارات مختلفة، تتراوح بين رحلات لمدة شهرين إلى 10 أشهر، ولكن تبقى النتيجة ثابتة؛ وهي بروز جيل جديد من الشباب اليهودي المزود بعقلية قيادية، ومتحلي بعلاقات متينة مع إسرائيل وفهم معمق للحياة ضمن الدولة اليهودية¹¹ إن مكانة هذه المبادرة وأهميتها تنبع من تأثيرها الملموس على هؤلاء الشباب، كما يتضح ذلك من خلال التفاصيل الواردة في الجدول أدناه:

النسبة	التأثيرات
91%	1- الرغبة بالعيش داخل إسرائيل
81%	2- نظرة أكثر إيجابية عن الداخل الإسرائيلي
60%	3- المشاركة في الحياة اليهودية
92%	4- تربية الأطفال على التعاليم الصهيونية
87%	5- العمل على تحسين صورة إسرائيل

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الموقع الرسمي وفق الرابط:

<https://www.uiaaustralia.org.au/project/masa>

* حملة هاسبارا المناصرة الإسرائيلية: تُدير الوكالة اليهودية لإسرائيل، ضمن قسم التعليم الصهيوني اليهودي، حملة بعنوان «هاسبارا، المناصرة الإسرائيلية»، دليلك للصراع في الشرق الأوسط». وفي أيار/مايو 2007، أشارت زمالات هاسبارا في رسالة إلى أعضائها إلى أن ويكيبيديا لا تُعتبر مصدراً محايداً، بل هي موسوعة يمكن للجميع تحريرها، ما أدى إلى سيطرة بعض «المثقفين» على تعديل المحتوى بما يسيء إلى صورة إسرائيل ضمن سجل الصراع العربي الإسرائيلي. أبرزت هذه الرسالة دعوة للمهتمين بضمان تمثيل إسرائيل بإنصاف ودقة على ويكيبيديا أن يشاركوا في هذه المساعي. عقب ذلك، قامت «لجنة الدقة في تقارير الشرق الأوسط في أمريكا» بإطلاق حملة مناصرة مماثلة على الموقع. في أيار/مايو 2008، قامت إدارة ويكيبيديا بمعاينة خمسة محررين شاركوا في هذه الحملة، مؤكدة أن تكوين مجموعات خاصة للتنسيق السري في التحرير يتعارض مع مبادئ

11. للمزيد ينظر الموقع الرسمي للمبادرة وفق الرابط : <https://www.uiaaustralia.org.au/project/masa>

ويكيبيديا القائمة على الشفافية والإتاحة للجميع.¹²

* **ماسبيريم إسرائيل (Masbirim Israel):** مع مطلع عام 2010، أطلقت وزارة الإعلام وشؤون الشتات الإسرائيلية حملة «ماسبيريم إسرائيل» بهدف دمج المواطنين الإسرائيليين في جهود تعزيز صورة الدولة عالمياً، عبر توظيف الإعلام الجديد في توليد رسائل دعم، هذا التوجه نقل بعض المهام التقليدية للدبلوماسية العامة من عهدة الوزارات الحكومية إلى المبادرات الفردية، واعتُبر انعكاساً للقيم النيوليبرالية، وتجلياً للخصخصة في المجال الإعلامي والعلاقات العامة، عبر تفعيل دور المواطن في دعم السياسة الوطنية بشكل غير رسمي. «ماسبيريم إسرائيل» تشير إلى أهمية الدور الذي يمكن أن يلعبه كل فرد في ترويج صورة الدولة، مما يدل على نهج مبتكر يوظف التكنولوجيا الحديثة في دعم المصالح الوطنية.¹³

* **سياسات حملات النفاذ الرقمي إلى العالم العربي:** وهذا ما يتمثل بالدور الناشط للصفحات الإلكترونية الناطقة بالعربية في عرض الهوية والسياسات، بقيادة مكتب منسق شؤون الأراضي الفلسطينية المحتلة في وزارة الحرب الإسرائيلية في إدارة الدعاية باللغة العربية وكما موضع بالجدول أدناه:

اسم الصفحة	مهمة الصفحة
«إسرائيل تتكلم العربية»	أنشأتها وزارة الخارجية «الإسرائيلية»، وتركّز على نشر العلاقات بين «إسرائيل» والدول العربية، لترويج فكرة أن كيان الاحتلال هو جزء من المنطقة، وتقوم بترويج صورة إيجابية عن الاحتلال، ويبلغ عدد متابعيها ثلاثة ملايين و200 ألف متابع.
«إسرائيل من دون رقابة»	تتبع هذه الصفحة لموقع المصدر «الإسرائيلي» الناطق بالعربية، وهو موقع يعنى بالأخبار «الإسرائيلية» والإقليمية الساخنة، ويعمل على إيجاد حوار تطبيعي مع «إسرائيل»، ويقوم بالتحريض على المقاومة الفلسطينية، ويبلغ عدد متابعيها أكثر من مليون و400 ألف متابع، علماً أنّ هناك أيضاً صفحة رسمية باسم «المصدر» تتبع للموقع، ولكن عدد متابعيها أقل، إذ يصل إلى 538 ألف متابع.

12. رندة حيدر: الرؤية الإسرائيلية للصراعات في الشرق الأوسط وانعكاساتها على أمن إسرائيل (دراسات لجنرالات وباحثين إسرائيليين كبار، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، 2017) ص 76- ص 80.

13. للمزيد ينظر الموقع الرسمي وفق الرابط: <https://masbirim.ca>

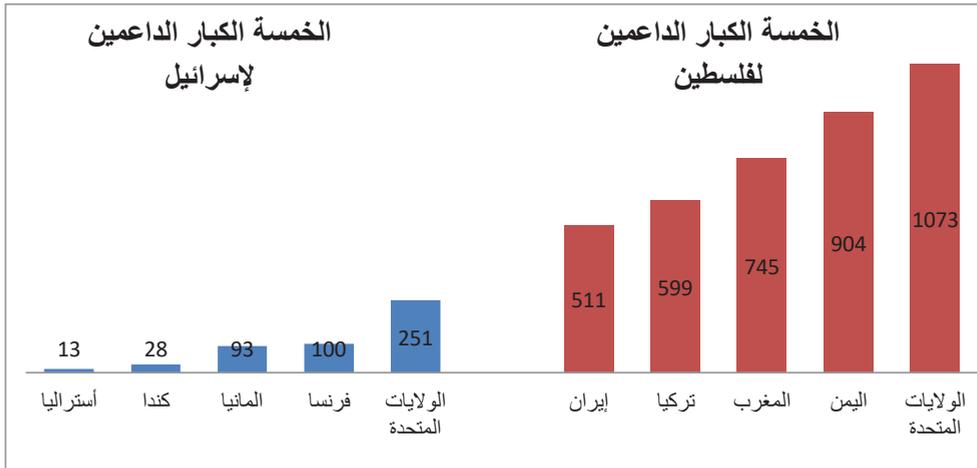
اسم الصفحة	مهمة الصفحة
«إسرائيل في مصر»	تدير هذه الصفحة السفارة «الإسرائيلية» في مصر، وهي معنية بنشر كل ما هو جديد حول العلاقات بين مصر و«إسرائيل»، كما وتنشر بعض العادات والتقاليد «الإسرائيلية» في المناسبات المتعددة، ويبلغ عدد متابعيها 243 ألف متابع.
«قف معنا بالعربية» Stand With Us Arabic	تعمل هذه الصفحة على تجريم عمليات المقاومة الفلسطينية، وتسعى إلى تزوير التاريخ واستعراض الاكتشافات الأثرية على أنها تعود لإسرائيل؛ وذلك لإثبات أن لهم حقاً تاريخياً في أرض فلسطين، ويبلغ عدد متابعيها 377 ألف متابع.
«إسرائيل في الأردن»	تشرف على هذه الصفحة وزارة الخارجية «الإسرائيلية»، وهي تدعو إلى التطبيع، كما وتعمل على التحريض على المقاومة الفلسطينية، وتدعي أنها تهدف إلى تعزيز العلاقات الدبلوماسية والنمو الاقتصادي والصداقة بين الاحتلال والأردن، وبلغ عدد متابعيها أكثر من 76 ألف متابع.
Israel in Arabic إسرائيل بالعربية	تتبع هذه الصفحة موقع «إسرائيل» بالعربية الإلكتروني، وتقوم بترويج الخلفية الدينية والفكرية اليهودية في القضايا التي تعرضها، وتهدف إلى نشر صورة مشرقة عن الاحتلال، وبلغ عدد متابعي الصفحة أكثر من 186 ألف متابع.
«رئيس الوزراء الإسرائيلي (نتنياهو)»	الصفحة الرسمية ل «نتنياهو» الناطقة بالعربية، وينشر عليها تصريحات «نتنياهو» وتحركاته السياسية، يبلغ عدد متابعيها أكثر من 306 ألف متابع.

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على: بسام حمود: الإعلام الإلكتروني الصهيوني وتأثيره بالشارع العربي (بيروت: مركز انطلاقة للدراسات، 2022).

ثانياً: إستراتيجيات الهاسبارا: فن الخداع الإعلامي ودوره في تشكيل الصورة الذاتية لإسرائيل وإدارة الحرب الحالية.

1. تعد الهاسبارا إحدى جبهات الحروب الإسرائيلية، حيث يصفها كثيرون بـ«فن الخداع» التي دأبت دولة الاحتلال الصهيوني على اتباعه، يشير بعض الأكاديميين العسكريين الأميركيين، إلى أن جزءاً من استراتيجية هاسبارا في العدوان الإسرائيلي على غزة في العام 2008، هدف إلى تبرير عمليات الجيش الإسرائيلي، حتى يكسب وقتاً إضافياً لضرب أهدافه. لذلك، تضافرت الجهود لتصوير عمليات الجيش بطريقة إيجابية بهدف إزالة القلق من نقد المجتمع الدولي ومجلس الأمن لإسرائيل، أما خلال حرب العام 2012، صممت إسرائيل رواية عن نفسها باعتبارها «الضحية البريئة للإرهاب الفلسطيني» في حين كانت تمطر غزة بوابل من الذخائر، واستخدمت الهاسبارا بشكل مكثف قنوات الاتصال الأكثر تعقيداً في وسائل التواصل الاجتماعي، واستغلت وظائف المتصفح، وخوارزميات محرك البحث، والآليات التي تتحكم في المحتوى المقدم للمشاهدين لإيصال هذه الفكرة؛ وهو ما تكرر في كل حرب تقريباً لتقليل غضب الرأي العام الخارجي ضد إجرامها المستمر؛ إذ شكّلت الحرب الحالية، المرة الأولى التي تشتري إسرائيل - بشكل سرّي - نظاماً تكنولوجياً قادراً على القيام بحملات تأثير جماعية عبر الإنترنت، بحسب ما كشفته جريدة «هآرتس» الإسرائيلية مؤخراً نقلاً عن مصادر مطلّعة على عمل الهاسبارا، ويأتي ذلك ردّاً على ما اعتبرته المصادر فشلاً في الدبلوماسية العامة، ومع الإشارة إلى خطورة تطوير أنظمة تكنولوجياية تأثيرية، قرّرت إسرائيل شراء نظام موجود مسبقاً، يتضمّن عدداً من الأدوات والبرامج من بينها نظام لرسم خرائط تحدّد الجماهير عبر الإنترنت، ونظام قادر على إنشاء مواقع الويب تلقائياً، بالإضافة إلى محتوى مخصّص للجماهير محدّدة، ونظام مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ومنصّات المراسلة، في حين لا تعمل هاسبارا تحت شعار موحد، وتكون معظم أنشطتها غير محدّدة الهوية، إلّا أنّ هذه الحملة منمنّمة من قبل جهاز هاسبارا، الذي يضمّ وكالات حكومية ووزارات ومراكز أبحاث ومنظمات غير حكومية وغيرها، يضمّ الجهاز قسماً في مكتب رئاسة الوزراء وقسم الإعلام والدبلوماسية العامة في وزارة الخارجية ووزارة الدبلوماسية العامة وشؤون المعتقلين (سابقاً) والوكالة اليهودية لأجل إسرائيل (وهي جزء من منمنّمة الصهيونية العالمية) ووزارة السياحة وقسم المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي، ولكلّ منها أدوار تفصيلية محدّدة، كما وضعناها سابقاً، أما في الوقت الحاضر، تتفاعل حملات الدعاية الإعلامية التابعة للهاسبارا بشكل نشط خلال النزاع المستمر في

غزة، إذ تعمل على تصوير الكيان الصهيوني الإسرائيلي بمثابة الطرف المستضعف الذي يواجه خطر الزوال، بدلاً من كونها الطرف المنفذ للعمليات العدائية ذات النوايا الإبادية عرقياً ضد الفلسطينيين، وبعد مرور حوالي ستة أشهر على اندلاع الحرب، شهدت منصات التواصل الاجتماعي تزايداً في الحملات الدعائية المؤيدة لإسرائيل، والتي تسعى لتبرير جرائمها في غزة، وتوجهت أنشطة الهاسبارا إلى إثراء المجال الإعلامي، وبشكل خاص منصات التواصل الاجتماعي، بمعلومات ومحتوى يستهدف شرائح متنوعة من المتلقين. ضمن هذه العملية، تحفز الجهود المبذولة في إطار الهاسبارا الجماهير على مشاركة العروض التقديمية وتنظيم والمشاركة في التظاهرات الداعمة لإسرائيل. لتحقيق ذلك، تبني حملات الهاسبارا أدوات تقنية مبتكرة، حيث تعتمد على شركات التكنولوجيا المتقدمة لاستقاء وتجميع المعلومات المتاحة والمنتشرة على نطاق واسع، وتولي مهمة ترجمتها وإدارة كافة المحتويات المرتبطة بهذه الجهود. هذا النهج يسمح بتعزيز وتيرة نشر المعلومات بطرق أكثر فعالية ودقة، مما يسهم في إيجاد قاعدة تفاعلية موسعة ومستنيرة تدعم الأهداف الاستراتيجية للهاسبارا وكما موضح بالشكل التالي:



من إعداد الباحث بالاعتماد على: <https://acleddata.com>

بالإضافة إلى أن تمويل هذه الحملات يأتي غالباً من جهود الهاسبارا داخل إسرائيل وخارجها، التي تعيد صياغة روايتها وسردياتها وتغيّر تركيزها استجابةً لتحديات التصور العام حين تلتمس فشلها، فمثلاً، التحول من تشبيه حماس بداعش كمقارنة مصممة لجذب تعاطف الجمهور الغربي؛ إلى استحضار جرائم الحرب الأمريكية في العراق وأفغانستان لتبرير أفعال الكيان الإسرائيلي في غزة، في الشهر الأول من الحرب، أنفقت الحكومة الإسرائيلية ما يقارب 7.1 مليون دولار أمريكي على الإعلانات عبر منصة "YouTube" وفقاً لتحليل بيانات من منصة Semrush التي تقدر الإنفاق الإعلاني. إذ تهدف الهاسبارا إلى نشر معلومات تعزز من صورة إسرائيل عالمياً، متبعةً استراتيجيات سابقة استخدمت لتبرير العمليات العسكرية في العراق وأفغانستان، على سبيل المثال، أعلن الرئيس الإسرائيلي عن أوامر يُزعم أن حماس تلقتها بشأن تصنيع الأسلحة الكيميائية، بتلميح إلى تأثيرها بتنظيم القاعدة، هذا الإعلان انتشر بسرعة في الأسابيع الأولى من الصراع، وتستهدف حملات الهاسبارا المجتمعات اليهودية حول العالم، مستخدمةً لغاتهم المتنوعة لتحقيق هذا الهدف، إذ تقوم مؤسسة «ميراج الإسرائيلية»، الموجودة منذ 25 عاماً، بدعم هجرة اليهود الإيرانيين إلى إسرائيل ومساعدتهم على الاندماج في المجتمع الإسرائيلي، منذ بداية الصراع على غزة، استعانت هذه المؤسسة بحوالي 450 متطوعاً إسرائيلياً من أصل إيراني يتقنون اللغة الفارسية، بهدف نشر محتوى الدبلوماسية العامة المترجم عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وإنشاء محتوى يُلبّي احتياجات الجالية اليهودية الإيرانية.

2- التمويل الحكومي لجهود الهاسبارا: نظرة شاملة

تقدم المؤسسات الحكومية الصهيونية دعماً مادياً ومعنوياً للمنظمات المدنية الناشطة في مجالات مختلفة، بما في ذلك تلك التي تعنى بجهود الهاسبارا، على سبيل المثال، بادرت وزارة شؤون المغتربين بإصدار دعوة لتقديم مقترحات مشاريع بهدف تأمين الموارد اللازمة لمبادرات الهاسبارا المدنية، إلى جانب توفير الدعم المالي للمنظمات ذات العلاقة التي سبق وأن أسهمت في هذه الجهود، إذ في تشرين الثاني/نوفمبر من العام المنصرم، خصصت وزارة المالية ميزانية إضافية قدرها 63 مليون شيكل (ما يُعادل تقريباً 17 مليون دولار أمريكي) لدعم جهود الهاسبارا خلال النزاع، يتم توزيع هذا المبلغ على النحو التالي:¹⁴

14. للمزيد انظر: <https://m.jpost.com/israel-news/article-775248>

* وزارة الخارجية: 10 ملايين شيكل.

* وزارة الشؤون الاستراتيجية: 20 مليون شيكل.

* دعم المنظمات المدنية الفاعلة في مجال الهسبارا خلال الحرب: 33 مليون شيكل.

ولتقديم تصور أوضح حول تقسيم هذا المبلغ، يمكن النظر إلى الجدول التوضيحي التالي:

المبلغ المخصص (شيكال)	الجهة المستفيدة
10,000,000	وزارة الخارجية
20,000,000	وزارة الشؤون الإستراتيجية
33,000,000	المنظمات المدنية الناشطة في الهسبارا

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على:

<https://m.jpost.com/israel-news/article775248->

يُظهر هذا التوزيع التزام الحكومة بدعم جهود الهسبارا، من خلال تخصيص موارد مالية كبيرة لتعزيز فعاليتها، سواء كان ذلك من خلال الإدارة الحكومية الرسمية أو دعم المنظمات المدنية التي تعمل بهذا الاتجاه.

الخاتمة:

في نهاية المطاف واستناداً إلى ما سبق، يتبين بجلاء أن ظاهرة الهسبارا تُشكّل جانباً معقداً ومميزاً للسياسة الإسرائيلية، متجذرة في خصوصية الوضع الذي تمر به «إسرائيل»، إذ إنها تمثل الجسر الذي يتم من خلاله نقل الرسائل من داخل «الكيان الصهيوني» بغية التأثير على الرأي العام العالمي، معتمدة على استراتيجيات تسعى لتحريك المشاعر والسلوك، مستخدمة طيفاً واسعاً من الأدوات الشمولية التي تجمع بين الدعاية، الإعلام، والقوة الناعمة لغاية الترويج لسرديات تخدم مصالحها بشكل حصري.

وعلى هذا الأساس، لا تقتصر عملية الهاسبارا على الأطر الأمنية والعسكرية وحسب، بل تتخطاها لتشمل وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، إذ تُوظَّف تقنيات معقدة ومتقدمة ترمي إلى التلاعب بوجودان وعقول الجمهور، مستغلة الثغرات القائمة في النسق الإعلامي، وتسُلط الضوء على قوة تشكيل النرجسية الذاتية في الأوساط الاجتماعية.

تتجلى المخاطر المترتبة على ظاهرة الهاسبارا في احتمالية تغيير مسار الرأي العام، وإثارة الانقسامات، وتبرير الأفعال العنيفة والاجرامية، ولمواجهة هذه المخاطر، يجب تضافر الجهود على مختلف المستويات:

***على المستوى الفردي:** ضرورة تسليح كل فرد بالوعي تجاه آليات الهاسبارا وتعلُّم كيفية التمييز بين المعلومات المغلوطة والدقيقة.

***على المستوى المؤسسي:** على المؤسسات الإعلامية والتعليمية دمج برامج التوعية بخصوص الهاسبارا ضمن مناهجها التعليمية.

***على المستوى الحكومي:** تقع على عاتق الحكومات مسؤولية سن التشريعات التي تجرّم ممارسات الهاسبارا، وتحمي المجتمع من تأثيراتها الضارة.

إنّ مواجهة الهاسبارا مسؤولية الجميع، ومن الضروري تبني مقاربة شمولية تعتمد على:

***التثقيف الذاتي:** من المهم أن نكون على دراية بأساليب الهاسبارا، وأن نتعلم كيفية تمييز المعلومات المضللة من المعلومات الصحيحة.

***التفكير النقدي:** يجب أن نكون حذرين من المعلومات التي نلقاها، وأن نفكر فيها بشكل نقدي قبل تصديقها.

***التحقق من المصدر:** من المهم أن نتحقق من مصدر المعلومات قبل نشرها أو مشاركتها،

إذ إنّ مواجهة الهاسبارا مسؤولية الجميع، فمن خلال التثقيف الذاتي والتفكير النقدي، بالإضافة إلى التحقق من مصادر المعلومات، يمكننا حماية وتعزيز مقاومة الأفعال التضليلية وتزويد المجتمع بأدوات تمكنه من وقاية نفسه وضمان مستقبل مليء بالعدالة والسلام والامان.

المصادر

1. للمزيد ينظر : <https://www.inss.org.il/>
2. للمزيد ينظر، الموقع الرسمي خريطة «هاسبارا» الإسرائيلية وفق الرابط:
<https://www.hasbaramap.com>
3. رامي الجندي: الاختراق الإسرائيلي للشباب العربي عبر الإعلام، معهد الجزيرة للإعلام 5 أيار/مايو، 2018، وفق الرابط: <https://cutt.us/Ps3Mz>
4. طيايية ساعد: الدبلوماسية العامة الرقمية ... قوة ناعمة جديدة (الجزائر: مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، 2017) ص 90 – 91.
5. احمد. م. جابر (السعي للاستيلاء على فلسطين: كواليس وعد بلفور)، بوابة الهدف، 30، يناير، 2018، وفق الرابط:
https://scholar.harvard.edu/files/martinkramer/files/balfour_arabic.pdf
6. عبد الله عدوي واخرون: الدعاية الاسرائيلية: قراءة في القوة الناعمة (اسطنبول: دار vision للطباعة والنشر، ط 1 2023) ص 75 – 85.
7. للمزيد ينظر: بسام حمود: الإعلام الإلكتروني الصهيوني وتأثيره بالشارع العربي (بيروت: مركز انطلاقة للدراسات، 2022).
8. للمزيد ينظر الموقع الرسمي وفق الرابط: <https://hasbarafellowships.org/>
9. للمزيد انظر: ياسر الموسوي، «هاسبارا»: تمويه إلكتروني للجرائم الإسرائيلية، وفق الرابط: <https://www.alqaous.com/article/279>
10. للمزيد ينظر الموقع الرسمي للمبادرة وفق الرابط:
<https://www.uiaaaustralia.org.au/project/masa>

11. رنده حيدر: الرؤية الإسرائيلية للصراعات في الشرق الأوسط وانعكاساتها على أمن إسرائيل (دراسات لجنرالات وباحثين إسرائيليين كبار، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، 2017) ص 80-76.

12. للمزيد ينظر الموقع الرسمي وفق الرابط:

<https://masbirim.ca/>

13. Lieutenant General William B Caldwell Iv, Us Army; Mr. Dennis M Murphy; And Mr. Anton Menning, Allied Perspectives, Learning to Leverage New Media

14. للمزيد انظر:

<https://www.haaretz.com/israel-news/security-aviation/2024-01-16/ty-article-magazine/.premium/israel-bought-mass-online-influence-system-to-counter-antisemitism-hamas-atrocity-denial/0000018d-0d31-db13-affd-7d3532830000>

15. للمزيد انظر: <https://m.jpost.com/israel-news/article-775248>