الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية
دراسة مقارنة بين فلسطين والاحتلال الإسرائيلي

معاذ العامودي *

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على فعالية الدبلوماسية الرقمية للفلسطينيين مقارنة بالاحتلال الإسرائيلي، وأسباب تأخرها. تشمل الدراسة أهدافًا فرعية، منها تحليل الدبلوماسية الرقمية الرسمية وغير الرسمية الفلسطينية، وفحص العمل المؤسّسيّ المنظّم فلسطينيًّا، وتأثير الدبلوماسية الفلسطينية الرقمية في الوعي الجمعي للمستويات الرسمية والشعوب باتجاه القضية الفلسطينية. تستخدم الدراسة المنهج المقارن والأداة المسحية، من خلال أهم قنوات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية لكلّ من فلسطين والاحتلال الإسرائيلي، من خلال أربعة مؤشرات قياس، هي: مؤشّر الحضور: ويتطرق إلى حجم وحضور المتابعين على قنوات الدبلوماسية الرقمية الرسمية وغير الرسمية. ومؤشّر المحتوى: ويتعلّق بالمتفاعلين مع قنوات الدبلوماسية الرقمية وحضورهم فيها. ومؤشّر المواكبة: ويتعلق بنوعية الأدوات الرقمية. ومؤشّر التفاعل: ويتعلق بمدى تلبية التفسيرات المطلوبة للجماهير، والمستوى الرسمي ضمن السياسة الخارجية، وتفاعل الجماهير معها.

* باحث، فلسطين

Official Digital Diplomacy and its Impact on Foreign Policy
A comparative Study between Palestine and the Occupying State of Israel

MUATH AL AMOUDI*

ABSTRACT The study aims at identifying the effectiveness of the Palestinians digital diplomacy compared to the Israeli's, and the reasons for the former's set back. A sub-goal of this study is to analyze Palestinians official and non-official digital diplomacy, examine the Palestinian organized institutional work, and the impact of their digital diplomacy on the collective consciousness of the Palestinian cause on the official and populace levels. The study employs the observative and comparative method of the main Palestinians and Israeli social media platforms. It bases its conclusion on measuring four main indicators: 1. presence: the followers' number and presence of the main official or non-official digital diplomatic platforms; 2. content: being shared with the followers and their interaction with it; 3. competitivity: relating to the quality of the digital tools used; 4. interaction: related to the extent to which the possible questions in the minds of the followers are answered within the framework of foreign policy and the followers' interaction with it.

* Researcher. Palestine

رؤية تركية
2018 - (7/4)
149 - 125

مقدمة

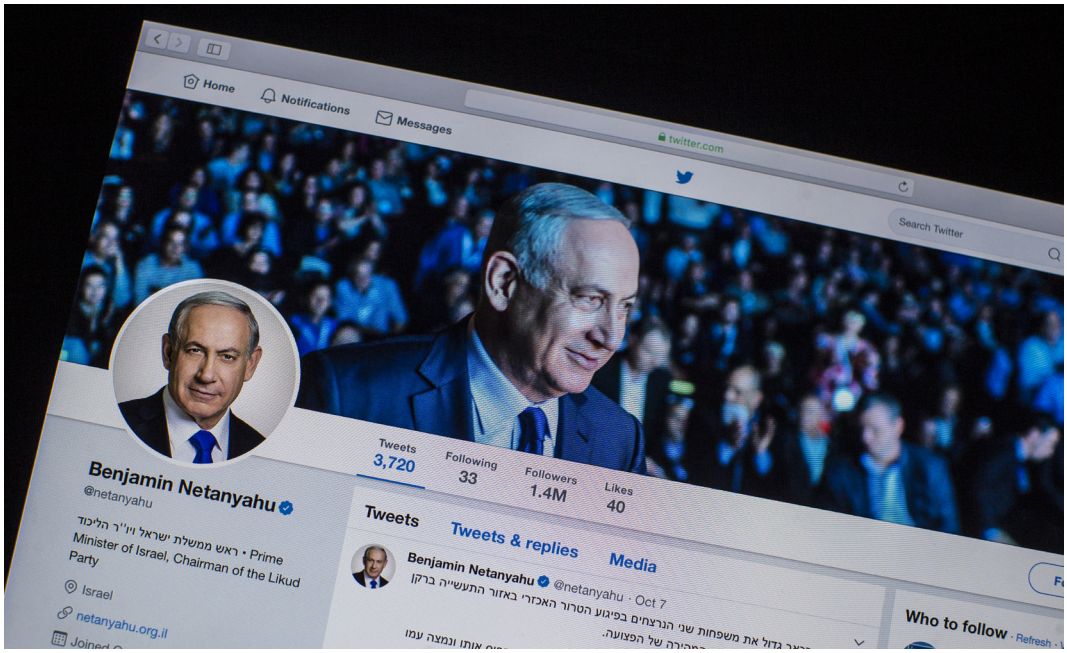
نقلت تفجيرات لندن في يوليو 2005 الصحافة والإعلام إلى عالم جديد، حيث لم يستطع الصحفيون الوصول إلى صورة الأحداث في المترو تحت الأرض وفوقها، لكن المواطنين كانوا أسرع، إذ رصدت كاميرات الجوال مئات الصور ومقاطع الفيديو التي التقطت من أناس ليسوا محترفي تصوير أو صحفيين. وأمام شحّ الصورة الاحترافية اضطرت وسائل الإعلام والصحف بشتى أنواعها أن تتعامل مع صورة المواطن ومعلوماته الأولية؛ لننتقل إلى عصر "صحافة المواطن".

انتبهت قناة "بي.بي.سي" اللندنية إلى هذا التغيير فاتجهت، إلى صحافة الجماهير، وبدأت تفعيل البرامج التي تدعم مشاركة الجماهير للفيديوهات التي يشاركونها مع أصحابهم؛ لتكون القناة وجهتهم الجديدة، وأتاح انتقال العالم من الشبكة العنكبوتية الأولى "wep1" إلى الشبكة العنكبوتية "wep2" -أي انتقال الجمهور من مستقبلين إلى مُرسِلين- كمًّا هائلًا من المعرفة والفيديوهات، وزيادة كبيرة في العلاقات الافتراضية، والمتابعة عبر السوشيال ميديا من الجماهير.

ومثّلت ثورة الإعلام الرقمي أهمّ وسائل الدبلوماسية العامة الجديدة للدول، فقد بدت مرسِلة ومستقبلة للتأثير في الجماهير، ومع سهولة مخاطبة المستوى غير الرسمي من خلال منشورات أو ميديا، تُوزَّع إلى ملايين البشر بضغطة زر واحدة وبلغات مختلفة- بدأت المستويات الرسمية الدولية تُنشئ مراكز خاصة، وأقسامًا رسمية تختص بـ"الدبلوماسية الرقمية"، تابعة للدولة، تمرّر سياستها الخارجية، وتروّج لها ولمشروعاتها، وتفتح الآفاق للحديث والجدل حول القضايا الشائكة الخاصة بها، وتقدّم رؤيتها للجماهير بلغات مختلفة.

ونجحت الدبلوماسية الرقمية الحديثة التي نحتتها قوى العولمة بقدراتها التواصلية الجديدة في مواجهة فائض من التحدّيات، أهمّها الوصول واسع الانتشار إلى الجماهير الداخلية والخارجية، وقد أثبتت ضرورة إدراجها ضمن أهم أدوات السياسة الخارجية، شأنها شأن التمويل الخارجي والمساعدات الدولية، وقد أظهرت أن أيّ جانب من جوانب السلوك الدبلوماسي لم يعد محصَنًا ضدّ قوى التغيير العالمي، حيث شهدت وزارات الخارجية تغيّرات مهمّة أجبرتها على إنشاء منصّات دبلوماسية جديدة؛ لتحصين جهتها ومواجهة توازنات الجماهير.

في تقرير الدبلوماسية الرقمية لجهود دوائر الدبلوماسية الرقمية في وزارات الخارجية العالمية لعام 2017 جاءت الولايات المتحدة الأمريكية في المركز الأول عالميًّا، وجاءت بريطانيا في المرتبة الثانية، تليها فرنسا، وتبوَّأ الاحتلال الإسرائيلي المركز التاسع عالميًّا، وهو مركز متقدّم لوزارة الخارجية الإسرائيلية، بينما جاءت فلسطين في المركز الخامس والثمانين، وهو متأخّر



كثيرًا، حيث يقترب من دول مثل أفغانستان ونيبال وبوليفيا. والحقيقة أنّ قضية فلسطين التي تتبوّأ مركزًا في صدر الاهتمام الدولي، بوصفه أطول احتلال تاريخي، صاحبته حالة من التزوير للحقائق إسرائيليًّا تستحقّ مركزًا أفضل من ذلك.[1]

وعلى مستوى الأفراد تبوّأت شخصيات رسمية في الاحتلال الإسرائيلي مراكز متقدّمة في المتابعين والمتفاعلين مع حساباتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مقارنةً بحجم التفاعل والمتابعة الضعيف للشخصيات الفلسطينية، وهو ما يظهر المشكلة التي تستدعي الدراسة والتحليل.

الدبلوماسية الرقمية في الأدبيات السابقة:

في هذا الجزء المفهومي من الدراسة نتطرّق للأدبيات السابقة التي تحدثت عن الدبلوماسية الرقمية وأهميتها في حقل العلاقات الدولية، ولأن الدراسة لا تعتمد على الطريقة البحثية النظرية البحتة سيجري الحديث عن أهمّ التعريفات التي شكّلت نقلة نوعية في حضور أكثر فاعلية للدبلوماسية الرقمية داخل وزارات الخارجية للدول.

غالبًا ما يُقال إنّ الانتشار الحديث للمبادرات الرقمية في وزارات الخارجية ليس أقلّ من ثورة في ممارسة الدبلوماسية. في بعض النواحي طال انتظار هذه الثورة، إذ غيّرت التكنولوجيا الرقمية الطرق التي تتبعها الشركات في إدارة الأعمال، والأفراد الذين يجرون العلاقات

الاجتماعيـة، وتدبير الدول للحكـم الداخلي، وتدرك الدول قدرتها على تغيير الطرق التي يُنفَّذ بها تنفيذ جميع جوانب التفاعلات الدولية.

وعلى وجه الخصوص، فإن استخدام الدبلوماسية الرقمية؛ (أي استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لأغراض دبلوماسية) أدّى إلى تغيير الممارسات المتعلقة بكيفية مشاركة الدبلوماسيين في إدارة المعلومات، أو الدبلوماسية العامة، أو التخطيط الإستراتيجي، أو المفاوضات الدولية، أو حتى إدارة الأزمات. على الرغم من هذه التغييرات المهمّة والوعد الذي تقدّمه الدبلوماسية الرقمية، لا يُعرَف من منظور تحليلي الكثيرُ عن كيفية عمل الدبلوماسية الرقمية.

نقلـت تفجيـرات لنـدن فـي يوليـو 2005 الصحافة والإعلام إلى عالم جديـد حيث لم يستطع الصحفيون الوصـول إلى صـورة الأحداث في المتـرو تحت الأرض وفوقها لكن المواطنين كانوا أسرع إذ رصدت كاميرات الجوال مئات الصور ومقاطع الفيديو التي التقطت من أناس ليسوا محترفي تصوير أو صحفيين

وكانـت الثورة الرقميـة وتأثيراتها الفوريـة والقريبة في جوانـب الشـؤون الدبلوماسـية بحاجـة إلى محاولـة فهـم جديـدة للممارسـة الدبلوماسـية الجديـدة؛ لحاجة المسـتوى السـياسي إلى المعلومات المرشّـحة من البيانات التي يتداولها الجمهور والمسـتوى الرسمي، وتحويلها إلى معرفة يسـتطيع صانع القـرار اتّخاذ القـرار الحكيم منها، وعليـه فإنّ البيانات الكبيرة تشـكّل كنـزًا حصينًا لصانع القـرار السـياسي، وللجمهور الـذي يحتاج إلى التفسـير مـن صانـع القـرار والإجابة عـن تسـاؤلاته، من خلال ممارسات التواصل السياسي الجديدة.

وقـد أدّى مصطلـح الدبلوماسـية الرقميـة إلى اشـتباك لـدى مفكـري العلاقـات الدولية والدبلوماسـيين الجـدد، لما كان له من أثر مـع الثورة الرقمية في جوانب الحيـاة المتعدّدة، ومنها العلاقـات الدوليـة، وقـد أدّى في بداية الأمر الشـابُّ الهندي "بـاراخ خانا" مستشـار الرئيس باراك أوباما دورًا مهمًّا في عالم الدبلوماسـية الرقمية الجديد، فقد نقل أمريكا من الدبلوماسـية التقليديـة إلى الدبلوماسـية الرقمية، حـين حديثه عن الإمبراطوريات الرقميـة الجديدة العابرة للحـدود، والقبائـل الرقميـة التي لم تسـتطع الخروج إلى العـالم الجديد في كتابه: "العـالَم الثاني: السـلطة والسـطوة في العالم الجديد"، ونظرًا إلى حداثة المصطلح قلّت التعريفات الأدبية له، إذ هو انتقال من عصر الدبلوماسـية التقليدية إلى الدبلوماسـية الرقمية الجديدة، فقد اتّفق الجميع فيما بينهم على أنها إدخال التكنولوجيا الحديثة وأدواتها إلى الدبلوماسية التقليدية؛ لتُظهر شكلًا جديدًا مكمّلًا -لا أنّها بديل لها- تحت إطار الدبلوماسية الرقمية.

إن الدبلوماسـية بشـكل عام هي غرفة المحرّكات للعلاقات الدولية،[2] والطريقة الراسـخة التي تحدّد بها الدول أهداف سياستها الخارجية، وتنسّق جهودها للتأثير في قرارات وسلوكيات الحكومات والشـعوب الأجنبية من خلال الحوار والمفاوضات وغيرها؛ من أجل الحفاظ على السلام، وتطوير النوايا الحسنة تجاه الدول والشعوب؛ لضمان تعاونها أو عدم حيادها.

وبالنظر إلى الدبلوماسية الرقمية لا يوجد تعريف محدّد لها بين الباحثين، لما يتمتع به المصطلح من مرونة وتطوّر سريع، مع التراكم الأسّيّ للمعلومات والبيانات الحالية، فوَفقًا لـ"مانور وسيجف" تشير الدبلوماسية الرقمية بشكل مركَّز إلى الاستخدام المتزايد لمنصات الإعلام الاجتماعي من الدولة؛ لتحقيق سياستها الخارجية، وإدارة سمعتها وصورتها بشكل يستبق أيّ تشويش أو يتصدّى له، وقد وضع الباحثان الدبلوماسية الرقمية في مستويين: وزارة الخارجية، والسفارات التابعة لها حول العالم، ويعتمد ذلك على قدرة الدولة تصميم الرسائل السياسية الخارجية بما يتوافق مع تاريخ الجمهور وثقافته وقيمه وتقاليده الموجّهة إليها الرسائل[3]، وسنرى لاحقًا في الدراسة كيف نجح الاحتلال الإسرائيلي في إنشاء صفحات تواصل اجتماعي ناطقة بلغة الدولة الموجّهة إليها تلك الصفحات.

أما "لويس" فقد عرّف الدبلوماسية الرقمية بأنها استخدام أدوات الاتصال الرقمية بواسطة الدبلوماسيين للتواصل مع بعضهم ومع عامة الناس،[4] في حين عرّفها "بوتر" بأنها الممارسات الدبلوماسية من خلال التقنيات الرقمية والشبكات، بما فيها الإنترنت والأجهزة المحمولة وقنوات التواصل الاجتماعي،[5] وقد عرّفها "هانسون" ببساطة بأنها استخدام الإنترنت وتقنيات الاتصالات المعلوماتية الجديدة للمساعدة في تنفيذ الأهداف الدبلوماسية.[6]

ورأى "هانسون" الدبلوماسية الرقمية بوصفها مصطلحًا جديدًا أنها استخدام الإنترنت وتقنيات الاتصال والمعلومات للمساعدة في تحقيق الأهداف الدبلوماسية، أمّا " أديسينا" فأشارت في مقالتها المحكمة بعنوان: "السياسة الخارجية في عصر الدبلوماسية الرقمية" إلى أن الدبلوماسية الرقمية أحد العوامل الرئيسة التي أثرت في الدبلوماسية في هذا العصر، لما أحدثته ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تأثير في طريقة التواصل مع الجماهير وتبادل المعلومات، بحيث أدّت إلى تغيرات جوهرية في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية في أنحاء العالم.[7]

وعلى المستوى الرسمي لوزارات الخارجية فقد تشابك تعريف الدبلوماسية الرقمية داخل وزارات الشؤون الخارجية الأكثر فعالية بالدبلوماسية الرقمية –بحسب التقرير الذي أشرنا إليه سابقًا– فقد عرّفها مكتب الشؤون الخارجية في بريطانيا بأنها: "حلّ مشكلات السياسة الخارجية باستخدام الإنترنت"، وهو تعريف أضيق يستثني أدوات التعاون الإلكترونية الداخلية والهاتف المحمول والدبلوماسية القائمة على الأجهزة اللوحية،[8] لكن وزارة الخارجية الأمريكية استخدمت "فنّ الحكم في القرن الحادي والعشرين" تعريفًا للدبلوماسية الرقمية،[9] في حين أطلقت وزارة الخارجية الكندية عليها اسم "السياسة المفتوحة"، وقد منحتها مرونة أكبر.[10]

أما وزارة الخارجية الفرنسية فتعدّ الدبلوماسية الرقمية امتدادًا للدبلوماسية بمفهومها التقليدي، مع استنادها إلى الابتكار واستعمال التكنولوجيا لنقل المعلومات، للإسهام في

تغيير وجه النشـاط الدبلوماسي، وهي أولوية ضمن وزارة الشـؤون الخارجية الفرنسـية تتّجه إليها للتأثير الدبلوماسي على المسـتوين الرسـمي وغير الرسـمي، وإدارة المعلومات والمعارف والمسائل الخاصة بالخدمات العامة.[11]

ومن خلال الدراسـات السـابقة نلخّص الدبلوماسية الرقمية في تعريف شامل بأنها: "أهمّ وسـائل الترويج للسياسـة الخارجيـة للدولة، تكمن في قدرتها على تحويـل البيانات الكبيرة إلى معلومات ومعرفة يُعاد توجيههما بحكمة من صانع القرار في الأطر الدبلوماسية، سواء داخل الدولة كوزارة الخارجية أم خارجها عبر سفاراتها المنتشرة في العالم، باستخدام الأدوات التقنية الجديـدة ومنصات التواصل الاجتماعي للتأثير في الجماهير المحلية والخارجية، وتفسـير وجهة نظر الدولة حول الأزمات التي تتعرض لها بطريقة القوة الناعمة، وتحتاج إلى فهم أعمق لتاريخ الشعوب –التي تُقدَّم إليهم الرسائل السياسية– وثقافتِها وعاداتها وتقاليدها".

وهنا يمكن الإشـارة إلى أن هناك دراسـة وحيدة في هذا المجال في الشأن الفلسطيني، وهي للباحث وائل عبد العال، وعنوانها: "الدبلوماسـية الرقمية ومكانتها في السياسـية الخارجية"، وقد تناولها الباحث من منظور الإعلام السياسي، وتختلف هذه الدراسة عن سابقتها بأنها تأتي من منظور العلاقات الدولية والدبلوماسية السياسية، كما أنها تتطرق للحالة الفلسطينية بشكل مقارن مع الاحتلال الإسرائيلي، من خلال تحليل منصّات الدبلوماسية الرقمية الجديدة.[12]

فعالية الدبلوماسية الرقمية الرسمية تجاه الجماهير

أدّى "فيسـبوك" دورًا مهمًّا في أكتوبر 2008 خلال الحملة الانتخابية الرئاسية في الولايات المتحـدة للرئيس باراك أوباما، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، على أنّه أحد أهم وسـائل القوة الناعمة الحديثة للتأثير في الجماهير، وأنشـأ حزب الديمقراطيين الذي ترشّح عنه الرئيـس السـابق باراك أوباما غرفًا شـملت أكثر من سـتين ألف جهاز كمبيوتـر، وفرق عمل موزّعـة عـلى الولايـات وداعمـة للحملة مـن خلال التأثـير في الجماهـير والترويـج للبرنامج الانتخابي للمرشّح.

عـلى الصعيـد الخارجي نقل الشـاب الهنـدي "باراج خانـا" الذي عمل مستشـارًا للرئيس أوباما الدبلوماسـية السياسـية الأمريكية من الميـدان المباشر إلى الميدان غير المبـاشر، تبع ذلك تغليبُ القوة الناعمة على الخشنة، وسحب القوات من أفغانستان والعراق، وقد روّج "باراخ" بشـكل فاعل للدبلوماسية الرقمية في العلاقات الدولية للنظام العالمي الجديد، بشرح الخطاب الرسـمي الأمريكـي للجماهـير الخارجية، وقـد شرح "بـاراخ" في كتابه "العالَم الثاني: السـلطة والسـطوة في النظـام العالمـي الجديـد" آلية تشـكّل الإمبراطوريـات الرقمية الجديـدة، وكيف سهّلت الثورة المعلوماتية الوصول إلى جمهور أكبر بتكلفة أقلّ وفوائد أكبر.

وأصبح مع التفاعل الجديد امتلاك البيانات في مخازن المؤسسات الاستخباراتية يُعدّ أهمّ مفاتيح قوّة الدولة اليوم؛ لارتباطها بقدرة صانع القرار على التوقع، أمّا وكلاء الدبلوماسية الرقمية فهم يتيحون لأنفسهم مرونة وانتشارًا أكبر على الأرض، يستطيعون من خلالها التفسير الأفضل للإشارات عبر الإنترنت من جميع الجهات الفاعلة في أوقات الأزمات أو انتفائها، إذ إن معرفة كيفية تفكير "الطرف الآخر" وهو الجمهور أو الجهات الفاعلة الخارجية والداخلية مهمّة لصانع القرار.

نعني بذلك أن المعلومات نفسها أصبحت سلعة مهمّة للدول الصاعدة، تقيس من خلالها مستويات التعليم والمهارات والمعرفة والازدهار والثروة والتنمية على المستوى الشخصي والمحلي الوطني، وكذلك على المستوى الدولي، من خلال الدول أو المنظمات الدولية، فما تقدّمه المنظمات الدولية اليوم من حملات توعية أو بيانات عابرة للحدود لإحصائيات الأزمات لديها، كالهجرة والأمراض العابرة والفقر والإرهاب الإلكتروني، وبرامج التنمية والمساعدة، وكذلك مئات الآلاف من الدورات التعليمية والتثقيفية عبر الدبلوماسية الرقمية- كلّها أسهم بشكل أساسي في صنع عالم أكثر اتزانًا، وأصبح ما يمكن تسميته عمال المعرفة وخبراء التنقيب في البيانات والمعلومات -مع هذا التطور- قوة عمل مهمّة في الدول.

أدّى "فيسبوك" دورًا مهمًا في أكتوبر 2008 خلال الحملة الانتخابية الرئاسية في الولايات المتحدة للرئيس باراك أوباما وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على أنّه أحد أهم وسائل القوة الناعمة الحديثة للتأثير في الجماهير

دور الدبلوماسية الرقمية في حفظ اتزان النظام السياسي:

نشأت الدبلوماسية الرقمية وَفق حاجة المستوى السياسي الرسمي بعد انتقال الجماهير إلى الشبكة العنكبوتية الثانية التي أصبحت فيها قادرة على الإرسال والاستقبال والتشويش على النظام الرسمي، ولّد ذلك شعورًا لدى المستوى الرسمي بخطر الجماهير التي شكّلت مستوى رقابيًّا أعلى من المستوى الرسمي، فاتّجه المستوى الرسمي متمثّلًا في السلطة إلى الدبلوماسية الرقمية بوصفها وسيطًا بينه وبين الجماهير التي أصبحت بفعل قوتها الدبلوماسية الشعبية قادرة على التأثير في توازن المستوى الرسمي، وتشعره بالاضطراب، كما حصل تمامًا في ثورات الربيع العربي التي ابتدأت من مواقع التواصل الاجتماعي، وأثّرت في الإقليم والفاعلين في النظام الدولي.

ولم يقتصر استخدام الدبلوماسية الرقمية على الشعوب، بل تجاوزت ذلك إلى القادة وزعماء الدول والمنظمات الدولية الحكومية منها وغير الحكومية، بحيث أثّرت بشكل مباشر في واقع

العلاقات الدولية، وتشكّلت بوادره مع إنشاء الخارجية الأمريكية مكتبًا خاصًّا بالدبلوماسية الإلكترونية عام 2002.

وقد لقيَ خيار التوجّه نحو القبيلة العالمية الرقمية اهتمامًا في العديد من الدول، إذ عيّنت الدنمارك في سبتمبر 2017 "كاسبر كلينغ" سفيرًا لوادي السيلكون في كاليفورنيا، الذي يضمّ أكبر شركات التكنولوجيا والتواصل الاجتماعي وعلق كلينغ قائلًا:

" بعض الشركات التكنولوجية لها تأثير كبير في البلدان، وهذا ما يؤكد حاجتنا اليوم إلى التيكبلوماسية"، وقد حذت فرنسا الاتجاه نفسه بتعيين "دافيد مارتينون" سفيرًا لشؤون المجال الرقمي في نوفمبر للعام نفسه.

القدرة التواصلية للدبلوماسية الرقمية في الاضطرابات السياسية

أصبحت تقنيات المعلومات –ولاسيّما استخدام منصات التواصل الاجتماعي– تُدمَج بشكل متزايد في الممارسة اليومية للتواصل الدبلوماسي، وبناء على أهميتها غيّرت الأنشطة الدبلوماسية بشكل عام، نحو قدرة الدبلوماسية الرقمية على إدارة فعّالة للأزمات بالنيابة عن الجهات الفاعلة والدولة والمجتمع الدولي، وهو ما يسوّغ تصرفات الدولة المرسِلة أو الشخص المرسل إلى الجماهير، أو بمصطلح أكثر وضوحًا "المفسر" للإشارات الجماهيرية القادمة بما يدعم السياسة الخارجية للدولة أو النظام، ويعتمد ذلك على قدرات التواصل على المستويين الرسمي وغير الرسمي، والتواصل الجمعي بإنشاء جيوش إلكترونية جديدة تسير بين الجماهير ووفق حاجة الجماهير للترويج إلى السياسة الخارجية، إنها باختصار "حرب الإمبراطوريات الرقمية".

وفي ظل التغيرات الرقمية الهائلة والتراكم الأُسّيّ للبيانات بشكل يومي، كانت الحاجة إلى ترشيح البيانات أو إعادة توجيهها مهمًّا في السياسة الخارجية للبلدان، وعليه اعتماد الانتشار السريع لتفسير مواقف الحكومات، أو لإطلاق التصريحات المثيرة للجدل، كما يفعل الرئيس الأمريكي الحالي دونالد ترامب عبر صفحته على توتير، حيث يتابع كتاباته الصغيرة الملايين، وتنقل عنه وسائل الإعلام والصحافة بأشكالها، وهو يُعدّ تصريحًا رسميًّا أسرع في الوصول من الإعلام التقليدي، و في بعض الأحيان يردّ الفاعلون السياسيون من خلاله على تساؤلات الجماهير الداخلية والخارجية وهو ما يعزز ثقة الجماهير بالمستوى الرسمي.

أصبحت قوة التأثير في المجال الرقمي للدول من مؤشرات قياس قوة الدول، فتلك التي لا تستطيع الدفاع عن مصالحها في المجال الرقمي، ولا حماية نفسها من الحروب السيبرانية القادمة هي دول ضعيفة غير محمية، وستظل سياستها الخارجية ضعيفة أيضًا.

وفي تجربة الاحتلال الإسرائيلي مع دبلوماسية الجماهير في الاضطرابات السياسية، نرى تغريدات متواصلة في المستوى الرسمي الإسرائيلي وبشكل مستمر يتفاعل مع الأحداث،

وتوجيه رسائل مباشرة للجمهور الفلسطيني على الدوام، ولو أخذنا مثال حالة قطاع غزة، وحراك مسيرات العودة، والتصعيد المتقطّع نرى أن أفخاي أدرعي الذي يشغل منصب الناطق باسم (جيش الدفاع الإسرائيلي) للإعلام العربي، وباعتبار الحراك السلمي في قطاع غزة يشكل حالة إضراب وأزمة سياسية للاحتلال الإسرائيلي- حريص دائمًا على تقديم تفسيرات للمجتمع الدولي لاستخدام القوة بحق الفلسطينيين، وحريص أيضًا على ضرورة وقف هذه الإضرابات بخطاب عقلاني أكثر من كونه تهديديًّا، موجّه إلى الجماهير الفلسطينية التي تتوجه عبر الحدود، إذ نجد أنّ منشورًا (بوست) له نشره على الفيسبوك بتاريخ 17-10-2018، حصل في غضون 4 أيام إلى تاريخ 21-10-2018 على 158 تعليقًا متفاعلًا، و70٪ من هذه التعليقات لأشخاص من أهل غزة، وشاهدَ الفيديو المرفق 16 ألف شخص، وشاركه 9 أشخاص، منهم 5 من قطاع غزة.

وقد رُقِّيَ "أدرعي" في تاريخ 21-10-2018 إلى رتبة مقدّم في الجيش الإسرائيلي، وأورد ذلك عبر صفحته الشخصية، وخلال 10 دقائق من نشر البوست عبر الفيسبوك حصل على 81 تعليقًا كثير منها لأناس من قطاع غزة، وهذا يدلّ على حجم اهتمام الاحتلال الإسرائيلي بدبلوماسية الجماهير، والدبلوماسية الرقمية للتفسير، حيث يفسر ويسوّغ "أدرعي" عمليات جيش الاحتلال الإسرائيلي ضد الفلسطينيين، وإن كانت غالبية التعليقات فيها نوع من الشتم والتشمّت، لكنها في نهاية المطاف تؤسّس في العقل الباطن للتطبيع والتعامل مع الاحتلال الإسرائيلي بوصفه كيانًا موجودًا على الأرض تجب مناقشته ومحاورته، ويسعى الاحتلال من خلال هذه الخطوة إلى تعميق التطبيع العربي معه، وزيادة التعاون في مجالات اقتصادية وأمنية مختلفة.

مكانة الدبلوماسية الرقمية وفعاليّتها داخل الاحتلال الإسرائيلي:

منذ نشأة الاحتلال الإسرائيلي كانت عقدة الشرعية تلاحقه في المجتمع والمنظمات الدولية، وحتى الجماهير؛ لذا كان مضطرًا دائمًا إلى تفسير تصرفاته واستخدامه للعنف ضد الفلسطينيين على مدار تاريخه، وتسويغ ذلك للجماهير المحلية أولًا، ثم الأوروبية، والأهم العربية، فهو يشعر بأنّه جزء دخيل في المنطقة العربية، وأنّه خارج تكوينها الثقافي أو الجغرافي؛ لذا ظلّ يسعى تدريجيًّا حتى وصل إلى إمبراطوريته الرقمية في الدبلوماسية الرقمية، وقد تصدّر الاحتلال الإسرائيلي المركز التاسع عالميًّا،[15] وهو مركز متقدّم تمامًا. وإنّ حاجة الاحتلال الإسرائيلي الدفاع المستمر عن نفسه، وتراكم إنتاج اقتصاد التقانة بأنواعه الطبية والعسكرية، جعلاه حذرًا من انتهاك القوانين، وحريصًا على تفسير ما يحصل للعالم حتى لا يضرّ بإنتاجه الصناعي والتقني، وقد استمرّت الدبلوماسية الرقمية للاحتلال الإسرائيلي على مدار الصراع العربي الإسرائيلي.

وزارة الهسبراه:

أنشأ الاحتلال الإسرائيلي وزارة خاصة تحت اسم وزارة الشؤون الإستراتيجية والإعلامية الإسرائيلية "الهسبراه"، وهي كلمة تلفظ باللغة العبرية، معناها التفسير والشرح، أي أنّ الوزارة المختصة تُعنَى بشرح وتفسير المواقف الرسمية التي يصدرها الاحتلال الإسرائيلي، والدفاع عن)دولة إسرائيل(، وتتعلق بالتمثيل الإعلامي والسياسي والدبلوماسي للمواقف الإسرائيلية. وقد أضافت الوزارة برامج ومساقات خاصة بها على الطلبة داخل الجامعات والكليات الإسرائيلية، لتوفير الأدوات والمهارات اللازمة لتسويق صورة الاحتلال الإسرائيلي عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

وقد بدأت جامعة حيفا داخل الاحتلال الإسرائيلي بتدريس مساق "سفراء في الشبكة" المفروض من الهسبراه عام 2012، وهنا يقول "إيلي أفراهام"[16] المحاضر في قسم الإعلام في جامعة حيفا وأحد مؤسسي المساق: "الفكرة الرئيسة هي كيفية استخدام وسائل الإعلام لنشر

الروايـة الإسرائيليـة، وتعزيز وجهة نظرهـا"،[17] وتقدّم جامعة تل أبيب في السـنوات الأخيرة مساقًا بعنوان: نادي السفراء "Club Ambassado" لتعزيز الدبلوماسية الرقمية.[18]

ومع تقدم اقتصاديات التقانة في الاحتلال الإسرائيلي كان هناك وادي سليكون في تل أبيب على شـاكلة وادي السليكون المعلوماتي في كاليفورنيا بأمريكا، وبدت شركات ناشئة تصعد في السوق وتتبوّأ مكانة عالية، وغالبية هذه الشركات متخصصة في المعلوماتية والإنترنت والتقانة بتقاطعاتها الطبية والعسـكرية والتنموية والاستخباراتية، ومع هذا التقدّم الهائل احتضنت تل أبيب ثاني أكبر مكتب لشركة غوغل في العالم، وثاني أهم مكتب لموقع الفيسـبوك، وفق ما ذُكِر في كتاب ملف غوغل الصادر عن عالم المعرفة.

ولم يكتف الاحتلال الإسرائيلي بـ"الهسـبراه"، بل اضطُـرّ إلى النزول إلى الجماهير، ووظّفت وزارة الخارجيـة في الاحتـلال الإسرائيـلي 75 موظفًـا ومتطوعًـا و8 مستشـارين في قسـم "الدبلوماسية الجماهيرية" مع انتشار قرابة 30 موظفًا آخرين في مكاتب التمثيل الدبلوماسي، كالسـفارات والقنصليـات حول العالم، كما تـشرف وزارة الخارجية الإسرائيليـة على أكثر من 350 قنـاة رقميـة واجتماعية على شـبكة الإنترنت، إضافة إلى أكثر مـن 80 موقعًا تابعًا لمكاتب التمثيل الدبلوماسي حول العالم، وقد كتب الذراع الإعلامي للخارجية الإسرائيلية: "قبل 10 سـنوات لم تكـن تربطنا أيّ علاقـة مع الناس في العـالم العربي، ولكن اليوم نحـن قادرون على الوصول إلى كلّ مواطن... تصلنا تعليقات من أشخاص يغيّرون رأيهم عن إسرائيل".[19]

قنوات دبلوماسية رقمية بلغات ولهجات مختلفة ينشئها الاحتلال الإسرائيلي

في الأعـوام السـابقة شرعـت حكومة الاحتلال الإسرائيلي في إنشـاء صفحات على شـبكات التواصل الاجتماعي بلغات مختلفة، كالعربية والروسـية والفارسـية والإسـبانية والإنكليزية، ولم تكتـف باللغـات؛ بل في إطار مسـاعيها الوصول إلى أكبر عدد من الشـعوب العربية أنشـأت أول صفحة فيسبوك في مايو 2018 متخصّصة باللهجة العراقية تحت اسم: "إسرائيل باللهجة العراقية"، واعتبرها البعض دبلوماسية رقمية بديلًا عن سفارة تل أبيب في بغداد، حيث لا تسمح العلاقات بين البلدين إنشاء سفارة هناك، ووصل عدد الإعجابات بالصفحة إلى 65406 معجبًا، و70398 متابعًا للصفحة. (كان الدخول إلى الصفحة في 21-10-2018).

كـما أن صفحـة "إسرائيـل بالعربيـة" عـبر وسـائل التواصـل الاجتماعـي -التـي تُوصَف بأنّهـا منظمـة حكومية- نالت إعجـاب 1.590.950 شـخصًا، ويتابعهـا 1.643.307 من الأشـخاص، في حـين يتابع صفحـة "إسرائيل بالعربية" عبر تويتر 175 ألف شـخص، بواقع 9.765 تغريدة. (كان الدخول إلى الموقعين في 21-10-2018).

مكانة الدبلوماسية الرقمية وفعاليّتها فلسطينيًا

لا تُمكن محاكاة السـلطة الوطنية الفلسطينية للنماذج الناجحة في مجال الدبلوماسية الرقمية؛ بسبب تحدّيات كبيرة، أهمها الاحتلال الإسرائيلي، الذي فرض حواجز عدة أمام بناء مؤسسات

فلسطينية رسمية قادرة على صناعة دبلوماسية رقمية قوية، إذ أخذت فلسطين المركز 85 عالميًا، وَفق تقرير الدبلوماسية الرقمية "أكا" في وزارات الخارجية العالمية لعام 2017، وهذه المكانة المتأخرة رصدها الباحث المتخصص في الإعلام الرقمي عمار جمهور قائلًا: "كثير من الدبلوماسيين الفلسطينيين لا يعرفون الدبلوماسية الرقمية ولا أهميتها، ولا مغزاها ومرادها الحقيقي، ومن واقع خبرتي وعملي سنوات عديدة في وزارة التخطيط، لم يتم التطرق لذلك في الخطط الفلسطينية، أو خطط وزارة الخارجية وبرامجها، ولا حتى في الخطة الخمسية التطويرية للحكومة الجاري إعدادها في مكتب رئيس الوزراء"، ولا توجد أصلًا دائرة أو قسم ضمن وزارة الخارجية الفلسطينية تحمل اسم "الدبلوماسية الرقمية" [20].

سيعتمد هذا البحث حساب وزارة الخارجية الفلسطينية وحساب وزارة الخارجية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا في المنطقة الجغرافية، وهي: فيسبوك وتويتر ويوتيوب- حسابين رسميّين للطرفين، إذ يحاول كلّ منهما ترويج روايته الخاصة، وسوف يُقاس أداء الدبلوماسية الرقمية الرسمية للطرفين من خلال مؤشرات القياس الأربعة السابقة التي التي استخدمها الباحث وذُكِرتف ي أول البحث، [21] في دراسته عن الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية مع إسقاطها على حالة الاحتلال الإسرائيلي، وتراكم الفجوة الزمنية عليها.

مقارنة بين وزارة الخارجية الفلسطينية والإسرائيلية

سيجري مسحُ وتحليل البيانات والتفاعلات المختلفة لكل من وزارة الخارجية الفلسطينية ووزارة الخارجية الإسرائيلية:

أولًا: وزارة الخارجية الفلسطينية

• الحضور

لوزارة الخارجية الفلسطينية حضور في عدد من وسائل الاتصال الرقمي، وتستخدم المنصات الآتية:

1. الموقع الإلكتروني: تركز وزارة الخارجية الفلسطينية حضورها بشكل واضح من خلال موقعها الإلكتروني الرسمي الذي يتحدّث بشكل يومي، ويتابع الأحداث باستمرار، وينقل أخبار الوزارة والسفارات المنتشرة حول العالم، ويتوفر الموقع باللغتين العربية والإنكليزية [22].

2. تويتر: يحمل حساب تويتر الرسمي لوزارة الخارجية الفلسطينية اسم "وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينيين"، [23] وعنوانه @pmofa، وهو حساب غير موثّق، وقد بلغ عدد التغريدات حتى تاريخ 1-10-2018 على هذا الحساب 4.383 تغريدة، ووصل عدد المتابعين للحساب 728 متابعًا، وينشر الحساب تغريداته باللغة العربية فقط.

ويوجد حساب آخر موثوق للبعثة الرسمية الفلسطينية في الأمم المتحدة، التابعة لوزارة الخارجية الفلسطينية، تحمل اسم State of Palestine، وعنوانه Palestine_UN@ ويغرّد الحساب باللغة الإنكليزية، ووصل عدد التغريدات حتى 1-10-2018 إلى 3.476 وعدد المتابعين إلى 44.5 ألف متابع.

3. فيسبوك: يحمل الحساب اسم وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية باللغة العربية عبر الفيسبوك[24] وسمًا موثقًا، ويعرض الأخبار الخاصة بالوزارة والحراك الدبلوماسي لها حول العالم، وحازت الصفحة إعجاب 16.750 شخصًا، ويتابع الصفحة 17.475 شخصًا حتى تاريخ 1-10-2018.

وحملت صفحة أخرى على الفيسبوك اسم حكومة دولة فلسطين GovernmentofPalestine@ وسمًا موثقًا، حصل على إعجاب 106.618 شخصًا، يتابعه 106.105 أشخاص، في حين لا تحظى منشورات الصفحة بإعجابات أو تفاعلات كثيرة× نتيجة عدم التسويق لها، وعدم تفاعلها مع الحدث أوّلًا بأول، إضافة إلى قلة المنشورات عليها، حيث تبقى لأكثر من خمس أيام أحيانًا بدون أيّ مشاركة جديدة.

شرعت حكومة الاحتلال الإسرائيلي في إنشاء صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي بلغات مختلفة كالعربية والروسية والفارسية والإسبانية والإنكليزية ولم تكتف باللغات بل في إطار مساعيها الوصول إلى أكبر عدد من الشعوب العربية أنشأت أول صفحة فيسبوك في مايو 2018 متخصّصة باللهجة العراقية

• المحتوى

يتضمن محتوى المنصّات السابقة التي ذكرناها آنفًا وزارة الخارجية الفلسطينية وقدرتها على إبراز القضايا الفلسطينية الأساسية للمحافل الدولية والجماهير المتابعة لها.

1. الموقع الإلكتروني: يتعرض الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية بنسختيه العربية والإنكليزية للقضايا الفاعلة فلسطينيًّا في الإطار الدولي حاليًّا، خصوصًا بعد الإجراءات الأمريكية الأخيرة، مع قدوم إدارة الرئيس دونالد ترامب، الذي اتخذ مبادرات فردية بعيدًا عن دور الوساطة الأمريكية فيها، وانحاز إلى الاحتلال الإسرائيلي في قضايا الحلّ النهائي، كنقل السفارة الأمريكية إلى القدس، والاعتراف بها عاصمة للاحتلال الإسرائيلي، وإغلاق مكتب منظمة التحرير في واشنطن، إضافة إلى وقف تمويل الأونروا والمحاولات المستمرة بشأن تصفية اللاجئين الفلسطينيين، في حين تستمر حكومة الاحتلال الإسرائيلي في بناء المستوطنات في الضفة الغربية بشكل مخالف لما ينصّ عليه القانون الدولي.

وقد تناول الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية الفلسطينية بنسختيه العربية والإنكليزية النقاط السابقة من خلال زوايا الموقع التي تشمل زاوية للتعريف بفلسطين وقانونها وعلَمها ونشيدها الوطني ونظامها السياسي، وزاوية ثانية بعنوان: القضايا الأساسية، وشملت "الأسرى، والمستوطنات، والقدس، واللاجئين، والحدود، والمياه، وجدار الفصل العنصري"، وفي زاوية أخرى تناول الموقف البعثات الفلسطينية الدبلوماسية لدى العالم، والبعثات

الأجنبية لدى فلسطين، وتناولت زاويةُ دولة فلسطين في المنظومة الدولية "قائمةَ الاتفاقيات التي انضمت إليها فلسطين حتى تاريخ تشرين الثاني/ نوفمبر 2017، وفعاليات فلسطين في الأمم المتحدة، والاتفاقيات التي وقعتها فلسطين مع دول المشرق العربي، والمندوبية الدائمة لفلسطين لدى منظمة التعاون الإسلامي، إلى تقرير دولة فلسطين الأول الخاص باتفاقية حقوق الطفل، الذي نشر على الموقع في 26-9-2018.

2. صفحات الفيسبوك وتويتر ويوتيوب:

منذ أن أعدّ الباحث وائل عبد العال بحثه عن الدبلوماسية الفلسطينية كانت نتائج المحتوى الخاصّ بوزارة الخارجية حتى تاريخ 11-11-2017، عبر الفيسبوك وتويتر ويوتيوب[25] كالآتي:

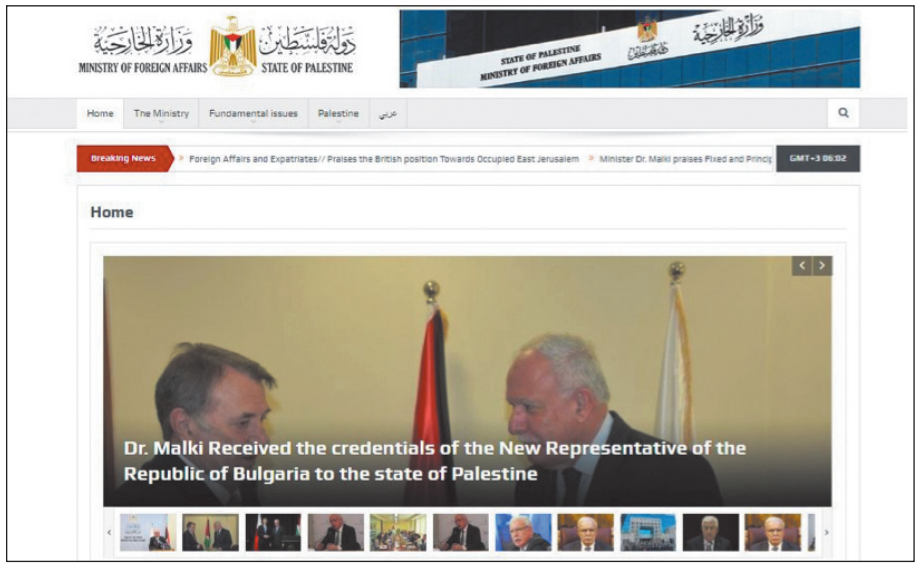
حضور وزارة الخارجية الفلسطينية على أهم ثلاثة مواقع تواصل اجتماعي 11-11-2017		
تويتر	فيسبوك	يوتيوب
عدد التغريدات: 3.633 عدد المتابعين: 484	عدد المتابعين: 12.750	عدد المشتركين: 15 عدد الفيديوهات: 13

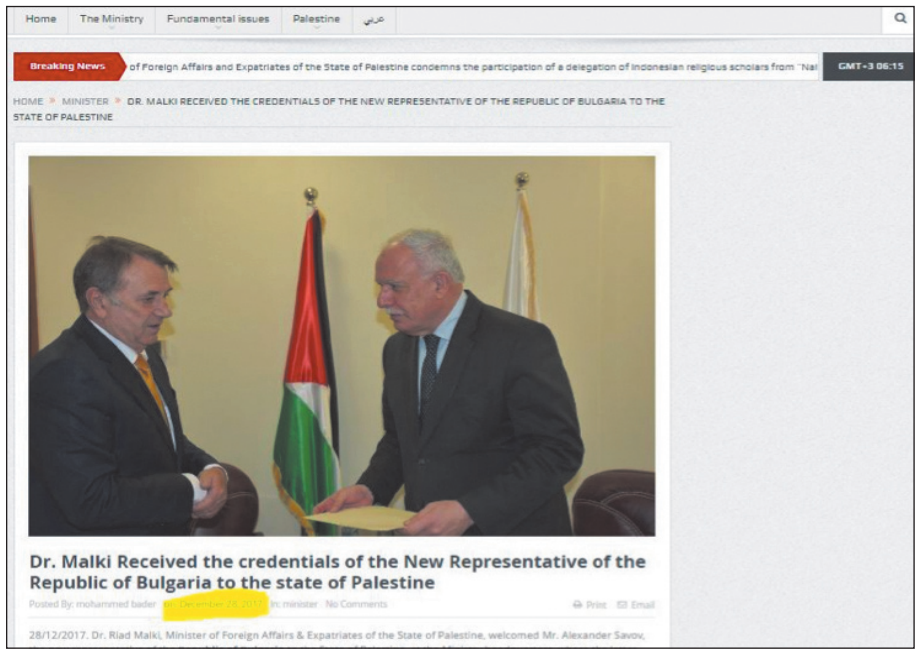
وفي تاريخ 22-10-2018 أُجري المسح نفسه؛ أي بعد عام على الدراسة المسحية السابقة، وتبين أن التزايد كان بطيئًا جدًّا، ففي تويتر زادت 749 تغريدة، وزاد 243 متابعًا فقط، في حين تزايد عبر الفيسبوك 4.706 متابعًا، في ظلّ أحداث مهمّة كبيرة شهدتها القضية الفلسطينية، أهمّها نقل السفارة الأمريكية إلى القدس، وإغلاق مكتب منظمة التحرير أيضًا، أما عبر يوتيوب في قناة وحدة الإعلام في وزارة الخارجية الفلسطينية فقد زاد في القناة 11 مشتركًا فقط، وزادت الفيديوهات بواقع 10 فيديوهات فقط، هذه الزيادة الضعيفة كشفت عدم وجود خطة للإعلام الرقمي والقنوات الدبلوماسية الفلسطينية الرسمية، وعدم وجود اهتمام يحاكي أهمية القضية الفلسطينية المتفاعلة وظروفها.

حضور وزارة الخارجية الفلسطينية على أهم ثلاثة مواقع تواصل اجتماعي 22-10-2018		
تويتر	فيسبوك	يوتيوب
عدد التغريدات: 4.382 عدد المتابعين 727	عدد المتابعين: 17.465	عدد المشتركين: 26 عدد الفيديوهات: 23

• المواكبة

يظهر من خلال المسح على الموقع الإلكتروني اهتمام قويّ بنوعية الأخبار، وخصوصًا باللغة العربية، أما باللغة الإنكليزية فقد ظهرت على الشاشة الرئيسة للموقع أخبار منذ شهر ديسمبر 2017، لا تتناول قضايا رئيسة يمكن تثبيتها، وهذا يعني وجود ضعف كبير في الخطاب الموجّه إلى الجمهور الغربي، (كان الدخول على الموقع في 22-10-2018).





وقد اقتصر وجود المواكبة على الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك وتوتير واليوتيوب، في حين غابت الدبلوماسية الرقمية بأدواتها المختلفة، في ظل قائمة طويلة من الأدوات الرقمية المنتشرة في العالم، وتزايد اهتمام الجماهير والمنظمات الدولية بأدوات حديثة، وتطبيقات للهاتف النقال، سواء على نظام تشغيل "Android"، أو نظام تشغيل "IOS"، كذلك غابت الدبلوماسية الرقمية عن الأدوات البصرية الحديثة، مثل الفيديوهات القصيرة، والإحصائيات المدعمة بـ"إنفو غرافيك" أو "فيديو غرافيك"، أو السلاسل الزمنية والبيانات والدراسات البحثية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، التي وجدت في تقرير الدبلوماسية الرقمية (أكا).[26]

List of Social Media networks				
Twitter	Pinterest	Periscope	Blogspot	Weibo
Facebook	LinkedIn	Dialymotion	WordPress	YouKu
Instagram	Blog	Vimeo	Storify	Playbuzz
Youtube	Livestream	SlideShare	Soundcloud	Buzzfeed
+Google	Naver	Tumblr	Vine	Tencent
Flickr	ABoom	Medium	Weishi	VK
Type of Other Digital Assets				
RSS	Blog	IOS app	Android app	BBapp

هنا نأخذ مثالًا للبنك الدولي لكونه من كبرى المنظمات الدولية التابعة للأمم المتحدة، ولكونه ذا صلة مباشرة بالقضية الفلسطينية؛ نتيجة الخطوات الأمريكية الأخيرة بخصوص وقف التمويل عن وكالة إغاثة وتشغيل اللاجئين الأونروا، وعن السلطة الفلسطينية، وقد شهد البنك الدولي[27] تطورًا هائلًا في استخدام الدبلوماسية الرقمية، فيما يقدّمه من إحصائيات دائمة، وفيديوهات تشرح وتفسر خطواته ومشروعاته، وحضوره في كثير من منصّات التواصل الاجتماعي، مثل "flickr"، حيث نشر 12.268 صورة، ويتابعه من الأشخاص 2.3k حتى تاريخ 22-10-2018، وأمّا "linkedin" فيتابع البنك الدولي 559.855 شخصًا، في حين جاءت الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية متأخرة، رغم ضرورة زيادة فعاليتها للتوافق مع ما يقدّمه البنك الدولي من دبلوماسية رقمية للقضية الفلسطينية، ونرصد في الجدول الآتي الحضور الفلسطيني الرسمي على البرامج الأعلى من البرامج السابقة كالآتي:

حضور وزارة الخارجية الفلسطينية على منصات مختلفة 22-10-2018		
Linkedin	flickr	google plus
عدد المتابعين: 110	عدد المتابعين: 4 عدد المنشورات: 36 صورة	عدد المتابعين: 67 الفيديوهات المنشورة: 21

في الدبلوماسية الرقمية العالمية الجديدة، وحين التفحّص نرى أن الدول تستخدم زوايا تشويق وشرح وتفسير للجماهير، معتمدة على أشكال وأدوات جديدة من التصميم والعرض للمعلومات والأحداث والتصريحات الرسمية، بزيادة مطردة في الاهتمام البصري والألوان والإحصائيات للفيديوهات القصيرة، كالرسوم المعلوماتية الطويلة والدقيقة "Infographic"، أو الفيديوهات القصيرة "Motion Graphic"، لكن الدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية الفلسطينية اعتمدت أكثر على نقل الأخبار النصية، وتداولها عبر منصّات التواصل الاجتماعي بشكل تقليدي جدًّا، وقد لوحظ ارتباط الفيسبوك بتويتر بالموقع الإلكتروني، كما يظهر في المنشور (البوست) الآتي عبر صحفة وزارة الخارجية وشؤون المغتربين على تويتر في تاريخ 22-10-2018.

لكنّ هناك جهدًا فلسطينيًّا غير رسمي تقوده مبادرات شبابية، ومواقع إلكترونية مدعومة، مثل صفحة "pal27"، وصحفة "وكالة شهاب للأنباء"، وشبكة "قدس نت الإخبارية"، ويمكن اعتبار غياب حضور الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بشكل رسمي سبّب ظهور المبادرات غير الرسمية والمدعومة من اتجاهات مختلفة.

• التفاعل

لا تشهد قنوات الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية تفاعلًا من الجماهير المستقبلة والمرسلة في نفس الوقت مع منشوراتها، فعبر الفيسبوك كان عدد الإعجابات بالمنشورات ومشاركتها والتعليقات عليها محدودًا جدًّا، حيث تُشارَك المنشورات (البوستات) من الموقع الرسمي لوزارة الخارجية الفلسطينية عبر الفيسبوك، وتُشارَك الفيديوهات للكلمات الرسمية نقلًا عن تلفزيون فلسطين الرسمي، أو من إعداد وزارة الخارجية، فمثلًا لم يحصل منشور نُشر في 17-10-2018 بعد خمس أيام إلا على 14 إعجابا ومشاركة واحدة و230 مشاهدة.

وكانـت صحفـة وزارة الخارجية والمغتربين قد نشرت عبر تويتر الخبر السـابق نفسـه بنقل البيـان والخـبر من الموقع الإلكتروني لـوزارة الخارجية إلى تويتر مبـاشرة قبل يوم من نشره على الفيسـبوك، أي في 16-10-2018 على شـكل فيديو، وقد حظي الخـبر بإعجاب واحد فقط و3 إعـادات تغريـد، وهو ما يدل على انعدام التفاعل لمنصات الدبلوماسـية الرقمية الرسـمية الفلسطينية.

ثانيًا: وزارة الخارجية الإسرائيلية

• الحضور

لوزارة الخارجية الإسرائيلية حضور بشكل فاعل وواضح في العديد من وسائل الاتصال الرقمي، وهنا سنعتمد اللغتين العربية والإنكليزية لتحليل الخطاب الموجّه إلى العرب والفلسطينيين والعالم الغربي، وتستخدم وزارة الخارجية منصّات مختلفة، وهذا جعلها تحقّق موقعًا متقدّمًا في عالم الدبلوماسية الرقمية، وأهم هذه المنصات:

1 - الموقع الإلكتروني: تعرض وزارة الخارجية في الاحتلال الإسرائيلي موقعها الإلكتروني[28] بـ6 لغات هي: "العبرية، والعربية، والإنكليزية، والفارسية، والإسبانية، والروسية"، ويتحدث بشكل مستمر، وأخبار يومية، في واجهته الرئيسة، وأخباره بين الزوايا، لكن موقع اللغة العربية يتأخّر كثيرًا عن الموقع باللغات الأخرى، ومن خلال الملاحظة والمسح للموقع نرى أن الأخبار التي يتناولها باللغة العربية تتأخر بضعة أيام، في حين تركز الخارجية الإسرائيلية على صفحتها عبر الفيسبوك بعنوان "إسرائيل تتحدث العربية"

2 - تويتر: يحمل حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية ""Israel Foreign Min الموثّق،[29] وعنوانه IsraelMFA@، وقد وصل عدد التغريدات فيه حتى تاريخ 1-10-2018 إلى 20.700 تغريدة، ووصل عدد المتابعين للحساب إلى 181 ألف متابع.

وهناك حساب داعم لنفس سياسة ما تنشره وزارة الخارجية لكن باللغة العربية تحت اسم "إسرائيل تتكلم العربية" بعنوان IsraelArabic@، وهو أيضًا حساب موثّق، وقد وصل عدد تغريداته حتى تاريخ 1-10-2018 إلى 9.750 تغريدة، ووصل عدد المتابعين إلى 175 ألف متابع.

3 - فيسبوك: يحمل حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر الفيسبوك وسمًا موثقًا،[30] وهناك أكثر من حساب بأكثر من لغة، فهو باللغة الإنكليزية تحت اسم "Israel Ministry of Foreign Affairs"، وقد حازت الصفحة إعجاب 550.562 معجبًا، ويتابعه 549.705 أشخاص، في حين هناك حساب آخر تحت اسم "إسرائيل تتكلم العربية"،[31] وقد نالت الصفحة إعجاب مليون و591226 شخصًا، ويتابعه مليون و643754 شخصًا حتى تاريخ 1-10-2018.

• المحتوى

يتحدث المحتوى بشكل مهمّ يواكب الأحداث الجارية، ويركز على الفيديو القصير، وجاء كالآتي:

1 - الموقع الإلكتروني: يضمّ الموقع زوايا مختلفة عن وزارة الخارجية الإسرائيلية وعملها، عبر قنصلياتها المنتشرة في العالم، وتركز في زوايا متعددة على التجربة الإسرائيلية، تحاول من خلالها إظهار التعايش مع الآخرين، والمسابقات الدولية المختلفة التي فاز بها الاحتلال الإسرائيلي، كذلك في زاوية: "إسرائيل المبتكِرة" تركّز فيها على آخر الابتكارات في مجالات مختلفة؛ لإظهارها للعالم، كما يعرض الموقع الإلكتروني مقالات للرأي، وبيانات، وتصريحات، وزاوية خاصة بالفيديو.

ويلاحظ من خلال الموقع أن وزارة خارجية الاحتلال الإسرائيلي تركّز على تحسين صورة إسرائيل بالفيديو أكثر من المقالات التحريرية، وتعزّز دور الجمهور، حيث تنقل كثيرًا من المقابلات مع الجماهير بالتوازي مع التصريحات الرسمية، ويُلاحَظ ربط الفيديوهات بقناة "إسرائيل" عبر اليوتيوب، حيث يشترك فيها 18.364 شخصًا.

2 - صفحات الفيسبوك وتوتير: هناك تفاعل واضح مع الأحداث، ولا يوجد ارتباط دقيق بين الحسابات، حيث يتم النشر في الفيسبوك بطريقة مختلفة عن توتير، وتضم الصفحات فيديوهات قصيرة بشكل أساسي، تتطرق لجميع الزوايا التاريخية والسياسية والثقافية للاحتلال الإسرائيلي وإنجازاته عبر العالم، وهي موجهة بشكل أساسي لتفسير وجهة نظر الاحتلال الإسرائيلي، وجميع الصفحات التي يعرضها الجدول الآتي موثقة رسميًا.

حضور وزارة الخارجية الإسرائيلية في أهم ثلاثة مواقع تواصل اجتماعي 22-10-2018		
تويتر	فيسبوك	يوتيوب
صفحة Israel Foreign Min	صفحة "Israel Ministry of Foreign Affairs"	صفحة Israel
عدد التغريدات: 20.800 عدد المتابعين: 181 ألف	عدد المتابعين: 549.705 عدد المعجبين: 550.562	المشتركين: 76.426 الفيديوهات: غير محدّد
صفحة إسرائيل تتحدث العربية	صفحة إسرائيل تتكلم العربية	صفحة إسرائيل
عدد التغريدات: 9.771 عدد المتابعين: 175.000	عدد المتابعين: 1.643.754 عدد المعجبين: 1.591.266	المشتركين: 18.368 الفيديوهات: غير محدّد

• المواكبة

هنـاك مواكبـة واضحـة من قبـل الاحتلال الإسرائيـلي للوسـائل الحديثة في الدبلوماسـية الرقميـة، فحـين المسـح على المواقـع السـابقة -وهي محّـل المقارنـة مـع الدبلوماسـية الرقمية الفلسـطينية- نجد اسـتخدام الصورة بشكل واضح يتناسب مع عصر السرعة، والفيديوهات القصيرة، و"Infographic" و"Motion Graphic"، والإحصائيات في كلتا الصفحتين باللغة العربية والإنكليزية، سواء في الموقع الإلكتروني، أو في وسائل التواصل الاجتماعي.

وقـد واكب الاحتلال الإسرائيلي الدبلوماسـية الرقمية، لا على صعيـد الأدوات فقط، بل عـلى صعيـد التحديـات واختراق الشـعوب، فمثلًا صفحـة "إسرائيل باللهجـة العراقية" عبر الفيسـبوك[32] التـي تعمـل على اخـتراق المجتمع العراق- تسـعى إلى تمـدّد العلاقـات العراقية الإسرائيلية، وقد حظيت بإعجاب 66.028 شـخصًا، ومتابعة 71.061 شخصًا حتى تاريخ 22-10-2018، وتركز على طبيعة العلاقات التاريخية بين البلدين.

وأيضًـا هنـاك صفحة "إسرائيـل بي فارسي"[33] عبر تويـتر، وكانت بواقـع 7.515 تغريدة، و80.700 متابع و18.800 معجب، وتشـهد تفاعلًا كبيرًا من قبل الجمهور الإيراني، ويُذكَر هنـا أن كل صفحة من الصفحات تختلف في منشـوراتها عن الأخرى، وحتى الصفحة نفسـها تختلف منشوراتها ومحتواها في الفيسبوك عنها في تويتر.

والاحتـلال الإسرائيـلي يكون حاضرًا عبر الأدوات الحديثة للدبلوماسـية الرقمية بشـكل واضح، وهنا نعرض حضوره على مواقع أخرى للدبلوماسية الرقمية:

حضور وزارة الخارجية الإسرائيلية على منصات مختلفة 22-10-2018		
Linkedin[34]	flickr[35]	google plus
عدد المتابعين: 5.058	عدد المتابعين: 330 عدد المنشورات: 2.479 صورة	عدد المتابعين: 76.638 فيديوهات منشورة: غير محدّد

• التفاعل

تشـهد صفحات التواصل الاجتماعي الرئيسـة لـوزارة الخارجية في الاحتـلال الإسرائيلي "الفيسـبوك ويوتيـوب وتوتـير" تفاعلًا نشـطًا غير مسـبوق، وتحصل عـلى آلاف التعليقات والإعجابـات والمشـاركات أو إعادة التغريد، وتشـهد خصوصًـا تلك الناطقـة باللغة العربية جـدلًا وحـوارًا عربيًّـا، وإن كان الجمهور العربي يعلّـق بالسـلب، إلّا أنّ الاحتلال الإسرائيلي يسـعى عبر الزمن إلى تعزيز رؤيته في العقل الباطن، مستخدمًا المقارنات بين مؤشرات القياس والإحصائيات التي يتقدّم فيها على العالم العربي.

العوامل التي أدّت إلى تراجع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية وغير الرسمية:

في ظل ضعف الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية، وحضور دبلوماسية رقمية غير رسمية سنقف على أهم العوامل التي أدّت إلى ضعف الدبلوماسية الرسمية وغير الرسمية، وهي كالآتي:

1 - الاحتلال الإسرائيلي:

يستخدم الاحتلال الإسرائيلي تقنيات أكثر حداثة للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور الداخلي والخارجي، كما أنه يهاجم باستمرار الصفحات النشطة الفلسطينية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وباعتبار أن ثاني مكتب عبر الفيسبوك وتويتر بوصفهما أكثر المنصات الاجتماعية فعالية في فلسطين، ووفق تقرير وسائل التواصل الاجتماعي والرقمي في فلسطين 2017 الصادر عن عدة مؤسسات خاصة تقرير وسائل التواصل الاجتماعي والرقمي في فلسطين [36] فإن الاحتلال اعتقل عشرات الناشطين الفلسطينيين في الإعلام الرقمي، ونتيجة قوة الضغط التي يتمتع بها داخل مؤسسات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك وغوغل، فقد حظر آلاف الحسابات عبر الفيسبوك واليوتيوب بدعوى أنها تحرّض على الإرهاب، إذ يضيّق الفيسبوك واليوتيوب الخناق على الفلسطينيين عبر الكلمات الدلالية التي يعدّها محرّضة.

2 - الانقسام الفلسطيني:

كان للانقسام الفلسطيني الحاصل دور مهمّ في تشتيت القضية الفلسطينية، وما تنشره الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية وغير الرسمية، فحين مسح الاحتلال الإسرائيلي الصفحات لأبرز الناشطين الفلسطينيين، سواء من ممثّلي الفصائل الفلسطينية، أو الناشطين بشكل عام، نجد أن قضايا الانقسام وتبادل الاتهامات حاضرة في المحتوى عبر صفحاتهم في الفيسبوك وتويتر خصوصًا، وقد أصدر النائب العام الفلسطيني أحمد براك قرارًا لشركات تزويد الإنترنت في الضفة الغربية بحجب أكثر من 20 موقعًا إلكترونيًّا بقرار حكومي مساند، ووفق ما تحدَّثَ به الناطق الرسمي باسم الحكومة الفلسطينية طارق رشماوي فإنّ قرار الحجب اتُّخِذ بسبب "إثارة هذه القنوات التفاعلية الفتنة، وعدم توخّي المصداقية والمهنية في نقل الأخبار المتعلقة بالشأن الفلسطيني" [37]، وأهمّ هذه المواقع هي شبكة قدس الإخبارية، ووكالة شهاب للأنباء، والمركز الفلسطيني للإعلام [38] الذي ينشر تقاريره الإخبارية، وتغطيته المباشرة بلغات مختلفة، هي: "العربية، والإنكليزية، والفرنسية، والتركية، والفارسية، والأوردية، والمالاوية"، ويعرض بشكل مركّز الأخبار الفلسطينية بوسائل حديثة، وهنا يمكن اعتبار الانقسام الفلسطيني أحد أهم معوّقات الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية وغير الرسمية.

3 - قلة الخبرات:

من خلال نتائج المسح عبر حسابات وزارة الخارجية الفلسطينية، يظهر قلّة الخبرة المتاحة لدى الفاعلين والمتخصصين في إدارة حسابات الوزارة الرسمية، من خلال فقر المحتوى المعروض لأدوات الدبلوماسية الرقمية الجديدة، وتقنيات جذب الجماهير، وضعف صياغة الأخبار، وقلة الفيديوهات والإحصائيات، وطرق عرض المعلومات والبيانات الرسمية الحديثة مقارنة بما يعرضه القائمون على إدارة صفحات التواصل الاجتماعي الرسمية في الاحتلال الإسرائيلي، ونتج عن قلّة الخبرات عدمُ الاهتمام بالدبلوماسية الرقمية من المستوى الرسمي الفلسطيني، وعدم تخصيص أقسام وفروع خاصة لها، وبُطءُ تُطوّر المحتوى الفلسطيني الرسمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى المستوى غير الرسمي والجماهيري، ولوحظ أيضًا أن هناك حالة من التغريد للداخل، فالفلسطينيون بمستوياتهم الرسمية وغيرها يغرّدون على مبدأ "القبيلة الرقمية"، حيث مع عوامل الضعف السابقة بدأوا يغردون لأنفسهم، بعيدًا عن العالم الخارجي بسبب الخلافات وضعف الكوادر.

الخاتمة

يأتي هذا البحث في الأساس للمقارنة بين المستوى الرسمي الفلسطيني والمستوى الرسمي للاحتلال الإسرائيلي في الدبلوماسية الرقمية، من خلال وزارة الخارجية في الجانبين، وبسبب أنّ قضية فلسطين قضية عادلة يُجمِع عليها كل أحرار العالم- كانت الحاجة إلى الدبلوماسية الرقمية في ظلّ التغيرات العالمية نحو العولمة والرقمنة ضرورة ملحة، إذ إن الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير العالمية بلغات مختلفة، والوصول إلى أكبر عدد من المستوى الرسمي- وسيلة مهمّة للضغط على الفاعلين الدوليين، لإيقاف جرائم الاحتلال الإسرائيلي بحقّ الفلسطينيين وممتلكاتهم، ودحض الرواية الإسرائيلية التي تقلب الحقائق.

وقد كانت الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية تفتقر إلى القوة وسعة الانتشار؛ نتيجة التعقيدات السياسية الفلسطينية على الصعيدين الداخلي والخارجي، حيث عزّز الانقسام تشتيتًا للمحتوى الفلسطيني، كما عززت قلّة الخبرة الصحفية والتسويقية والإعلامية لوزارة الخارجية الفلسطينية ضعف الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، ولوحظ أن المحتوى يفتقر إلى التقنيات والأشكال الجديدة للعرض، كالفيديو القصير، والإحصائيات المصورة "إنفوغرافيك"، وكذلك على مستوى صحافة البيانات، ونضع هنا بعض الحلول لمشكلة ضعف الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية:

- إنشاء وحدة متخصصة في وزارة الخارجية الفلسطينية بطاقم كامل، وتمويل خاصٍّ؛ لإعادة تقديم المحتوى الفلسطيني الرسمي بطريقة أكثر فعالية إلى الجماهير والمستوى الرسمي، وصرف تمويل مخصّص لهذه الوحدة، يشمل خطّة بأهداف واضحة.

- تدريب الكوادر الجديدة الفاعلة في الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية على وسائل الدبلوماسية وأدواتها وأشكالها الجديدة، حيث إن الرواية الفلسطينية تعاني ضعفًا في الانتشار والشرح. وإنشاء وسائل دبلوماسية وصفحات ناطقة بلغات مختلفة، خصوصًا باللغة العبرية والإنكليزية والإسبانية.
- تدريب المستوى الرسمي الفلسطيني على أدوات التقانة الدبلوماسية الجديدة، وزيادة عددهم، ولاسيّما الناطقين باسم الوزارات، مثل وزارة الثقافة، ووزارة الاقتصاد، ووزارة الخارجية، ومجلس الوزراء الفلسطيني؛ لأن تصريحاتهم عبر وسائل الدبلوماسية الرقمية أسرع في الوصول من البيانات الرسمية التي تُنشَر على الموقع.
- إعداد جيش إلكتروني فلسطيني مساند لوزارة الخارجية، على هيئة الجيش الإلكتروني الطوعي في الهسبراه.

الهوامش والمصادر :

1. تقرير الدبلوماسية الرقمية الصادر عن مركز إسطنبول للشؤون الرقمية)أكا(لعام 2017، على الرابط: https://bit.ly/2AwsBbY
2. Cohen, Raymond. (1998). Putting diplomatic studies on the map. Diplomatic studies program newsletter. Leicester: Centre for the Study of Diplomacy.
3. Manor, Ilan and Elad Segev. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), Digital diplomacy: Theory and practice (pp. 89–108). New York, NY: Routledge.
4. Lewis, Dev. (2014). Digital diplomacy. Retrieved from: https://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/
5. Potter,Evan. (2002). Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century. Ontario: McGill-Queen's Press.
6. Hanson, Fergus. (2012). Baked in and wired: eDiplomacy@State, Foreign Policy Paper Series no 30 (pp. 1–41), Washington, DC: Brookings Institution
7. Adesina, Olubukola. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. Cogent Social Sciences, Volume3, p11.
8. تقرير الدبلوماسية الرقمية وزارة الخارجية البريطانية على الرابط: https://bit.ly/2R7xrzy
9. صفحة الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية الأمريكية، على الرابط: https://www.state.gov/statecraft/
10. موقع وزارة الخارجية الكندية "The Cadieux-Léger Fellowship". DFAIT.
11. موقع الدبلوماسية الفرنسية على الرابط: https://bit.ly/2yLZpt0
12. عبد العال، وائل. (2018). الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية، سلسة أبحاث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت.
13. الصفحة الشخصية للناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي أفيخاي أدرعي: https://www.facebook.com/IDFarabicAvichayAdraee/
14. نفس المصدر السابق.
15. تقرير الدبلوماسية الرقمية الصادر عن مركز إسطنبول للشؤون الرقمية)أكا(لعام 2017، على الرابط:

https://bit.ly/2AwsBbY
16. لقاء مع إيلي افراهام عن مساق الهسبراه في جامعة حيفا: https://bit.ly/2CwflTS
17. تقرير شرح عن الهسبراه. (2013، أيار) المؤسسات الأكاديمية تتجند لتسويق إسرائيل، الراصد الأكاديمي، جمعية الثقافة العربية، على الرابط: https://bit.ly/2CXDJ1K
18. نفس المصدر السابق.
19. هروش، هداس. (2017). التراسل مع دولة إسرائيل في الفيسبوك، موقع المصدر الإسرائيلي، على الرابط: https://bit.ly/2EBMeBp
20. عبد العال، وائل. (2018). الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية، سلسة أبحاث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت.
21. نفس المصدر السابق.
22. موقع وزارة الخارجية الفلسطينية http://www.mofa.pna.ps/ar/
23. حساب وزارة الخارجية الفلسطينية والمغتربين عبر توتير: https://twitter.com/pmofa
24. حساب وزارة الخارجية الفلسطينية والمغتربين عبر الفيسبوك: https://www.facebook.com/mofa.pna
25. حساب وحدة الإعلام، وزارة الخارجية الفلسطينية عبر "يوتيوب": https://www.youtube.com/user/pmofa
26. تقرير الدبلوماسية الرقمية الصادر عن مركز إسطنبول للشؤون الرقمية) أكا(لعام 2017، على الرابط: https://bit.ly/2AwsBbY
27. البنك الدولي عبر الإنترنت: https://www.albankaldawli.org/
28. الموقع وزارة الخارجية الإسرائيلية: http://mfa.gov.il/MFA/Pages/default.aspx
29. حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر تويتر باللغة الإنكليزية https://twitter.com/israelarabic?lang=ar
30. حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر الفيسبوك باللغة الإنكليزية https://www.facebook.com/IsraelMFA/
31. صفحة إسرائيل بالعربية https://twitter.com/israelarabic?lang=ar
32. صفحة "إسرائيل باللهجة العراقية عبر الفيسبوك"، https://bit.ly/2P8IThd
33. حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية بالفارسي عبر تويتر "إسرائيل به فارسي" https://twitter.com/israelpersian?lang=ar
34. حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر "linked in": https://www.linkedin.com/company/ministry-of-foreign-affairs-of-israel
35. حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية عبر "flicker" https://www.flickr.com/photos/israel-mfa/
36. تقرير وسائل التواصل الاجتماعي والرقمي في فلسطين، 2017. على الرابط: https://socialstudio./me/digital-and-social-media-report-in-palestine-2017
37. نفس المصدر السابق.
38. موقع المركز الفلسطيني للإعلام عبر الإترنت: https://www.palinfo.com/