

تناول مواقع التواصل الاجتماعي للعدوان على غزة ومتطلبات المرحلة

The Role of New Media in the Gaza War and its Implications for the Future

خلاف جلول¹

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

جامعة محمد لمين دباغين سطيف -2-

khellafdjelloul@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2024/02/22 القبول 2024/04/29 النشر على الخط 2024/06/01

Received 22/02/2024 Accepted 29/04/2024 Published online 01/06/2024

ملخص:

يهدف البحث إلى رصد وتحليل ما تناوله الاعلام الجديد في موضوع العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة أكتوبر 2023، من حيث رصد وتحليل تفاعل المستخدمين مع المحتوى المقدم لكل من الرواية الاسرائيلية والفلسطينية للحرب والتي اعتبرت الاعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي كساحة موازية للحرب على الأرض من أجل كسب الرأي العام الدولي لحرب الابدادة هذه والعمل على توقيفها ، وتشير الدراسة إلى الدور الذي يلعبه المواطن الصحفي عبر هذه المواقع في فك الحصار الذي فرضه الاعلام الرسمي لعقود من الزمن والضغط على الحكومات الغربية المؤيدة للرواية الاسرائيلية حتى ترى الحقيقة ، كما حاولت الدراسة بناء استراتيجية اتصالية لنصرة القضية الفلسطينية وفق مجموعة من الخطوات المنهجية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات النوعية التي تسعى للوصف الدقيق للظاهرة، والكشف عن نوع الرسائل المتناولة للحدث بين الصورة والفيديو والتعليقات...، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها عملية التوعية بطبيعة القضية ودفعها من جديد بأبعادها الدينية والتاريخية في الجيل الجديد. وتعاضم المواطن الصحفيين في إحداث التغيير.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل، الاستراتيجية الاتصالية، حرب غزة، متطلبات المرحلة

Abstract:

This research aims to analyze the treatment of the Israeli aggression against the Gaza Strip in October 2023 by the new media. The study examines user interaction with content relating to Israeli and Palestinian narratives of the war. Social media platforms and new media have served as a parallel battlefield to influence international public opinion in the face of this war of extermination. The research highlights the crucial role of the “citizen-journalist” on these platforms in breaking the silence imposed by mainstream media for decades and pressuring pro-Israel Western governments to take a fairer stance. The study also proposes a communication strategy to support the Palestinian cause based on a rigorous methodology.

Keywords:. Social media, The communication strategy, Gaza War, Future implications.

¹ المؤلف المراسل: خلاف جلول البريد الالكتروني: khellafdjelloul@yahoo.fr

1 . مقدمة :

تشهد الأراضي الفلسطينية المحتلة هذه الأيام تصعيداً أمنياً خطيراً بسبب العدوان المتواصل على قطاع غزة لأكثر من خمسة أشهر، في حرب غير مسبقة ذهب ضحيتها إلى حد الآن الآلاف من الشهداء والمصابين الذين أكثرهم من النساء والأطفال . وفي ظل استمرارية هذا العدوان والصعوبة البالغة التي تواجه تحرك الصحفيين في تغطية الحدث وما يتعرضون له من تصفيات واغتيالات من أجل التعتيم الإعلامي، تدخل وسائل الاعلام الجديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي مجال تغطية الأحداث ومسيرة التطورات بشكل فوري ومستمر، بما يسهل في كشف الحقيقة لما يحدث في غزة ونقل الجرائم والمجازر التي يرتكبها الاحتلال الإسرائيلي ضد الشعب الفلسطيني، والانتهاكات المتواصلة للمقدسات الإسلامية والمسيحية، والعمل على تهجير سكان القطاع من أجل الانفراد بالمقاومة الباسلة .

لقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأقرب لتصوير وتوثيق ما يحدث من وضع كارثي وأمني وإنساني في قطاع غزة وباقي الأراضي الفلسطينية المحتلة. وحملت هذه المواقع شعار نصرته غزة والقدس عربية إسلامية في مقابل إعلام جديد للكيان الاسرائيلي يقوم على أساس تزييف الحقائق والترويج للأسطورة اليهودية والدولة الديمقراطية والجيش الذي لا يقهر، عبر قنوات تناصره على حساب الواقع والحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني.

لقد انتقلت ساحات الحرب من المواجهة التقليدية التي كانت تعتمد الميدان وجهاً واحداً، إلى المواجهة الإعلامية الكترونية التي تعتمد الفضاء الرقمي مجالا موازياً لها، وهكذا تحولت حرب الساحات إلى حرب منصات لما لهذه الحرب من أهمية في كسب حرب الساحات.

ونظراً لما تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي من دور بارز في إعادة القضية الفلسطينية إلى الواجهة ؛ في أعقاب تسليطها الضوء على الجرائم والانتهاكات التي يرتكبها الاحتلال في فلسطين جاءت هذه الورقة لتعالج هذا الموضوع من خلال طرح الاشكال التالي : كيف تناولت مواقع التواصل الاجتماعي العدوان على غزة وكيف ساهمت في ابرازها ؟ ومعالجة ذلك من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: غزة من حرب الساحات إلى حرب المنصات

المحور الثاني: صحافة المواطن ودورها في رفع الحصار

المحور الثالث: الاستراتيجية الاتصالية الخاصة في تعزيز سمعة القضية الفلسطينية

2. أهداف الدراسة:

يتمثل هدف الدراسة العام في كيفية تناول الاعلام الجديد للعدوان على غزة وكيف حاول رسم صورته من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. ويتفرع منه مجموعة أهداف فرعية مثل:

- معرفة طبيعة الحرب على منصات التواصل الاجتماعي التي ينتهجها كل من الطرف الفلسطيني والاسرائيلي.
- التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في كسر الحصار الذي فرضه الاعلام الجماهيري على القضية لسنوات.
- رسم صورة لاستراتيجية اتصالية تساهم في نصر المقاومة في غزة ومد يد العون للشعب الفلسطيني المكافح .

3. غزة من حرب الساحات إلى حرب المنصات:

مع استمرار العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة مُخلفاً آلاف الضحايا، ومدمراً للبنى التحتية للقطاع، تشتعل حرب من نوع آخر، ليست على أرض غزة الطاهرة، بل في الفضاء الرقمي، ومعها تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى ساحة حرب موازية لما يقع بين المجاهدين وجيش الاحتلال، يحاول كل طرف فيها كسب التأييد لروايته، معتمداً الصورة والقصة ومقاطع الفيديو سلاحاً أساسياً في المعركة، وقد ذكرت صحيفة "واشنطن بوست" أن "الفيدوهات التي جرى تحميلها ونشرها على منصات شبكات التواصل الاجتماعي، من قبل الفلسطينيين أو الإسرائيليين، ساهمت بشكل كبير في نقل صورة ما يحدث في إسرائيل وغزة للعالم، حتى وإن اختلطت بمنشورات مضللة"¹.

وفي هذا المحور نحاول معرفة كيف يستغل العدوان العاشم على غزة والدول الغربية التي في صفه في استغلال مواقع التواصل في تحسين صورة إسرائيل ومن جهة مقابلة كيف لنا نحن أن نستفيد من هذه المواقع لنصرة القضية الفلسطينية وتوصيل صوت غزة والمقاومة إلى شعوب العالم.

3.1. التعبئة الإسرائيلية لحرب المنصات:

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي هي أهم ميدان للمعركة التي يخوضها الاحتلال في قطاع غزة، المعركة التي ستحدد بنسبة كبيرة قدرته في الاستمرار على العدوان وتحقيق أهدافه من الحرب المعلنة في القطاع، وحسب تصريح المتحدث باسم البعثة الإسرائيلية في الاتحاد الأوروبي الذي قال الحرب ليست فقط على الأرض .

ومع الأيام الأولى للعدوان على غزة أطلقت إسرائيل ما أسمته " جيش إسرائيل الإلكتروني" عبر الفضاء الرقمي في معركة المهدف منها الترويج للرواية الإسرائيلية للحرب ووضع خوارزميات تمنع الصوت الآخر من الوصول، بهدف التأثير على الرأي العام العالمي وكسب المعركة. فوفق صحيفة "يديعوت أحرونوت" العبرية ، أن "جبهة التوعية" ليست بأقل أهمية عن ساحات القتال، بل وصفتها بأنها "المعركة على الوعي" ويكون ذلك باختراق الفضاء الرقمي وإيصال صداها إلى العالم².

فجندت لذلك المال والخبراء وكل ما تملك، فقد ذكرت صحيفة «ليبراسيون» الفرنسية أن " إسرائيل دفعت ملايين الدولارات من أجل الترويج لروايتها في حرب غزة. فحجم ما أنفقته في الدعاية على يوتيوب وحدها بلغ أكثر من 8 مليون دولار، فأنفقت 2.4 مليون دولار لاستهداف المستخدمين في ألمانيا، و1.2 مليون لاستهداف الجمهور البريطاني في حين أنفقت 4.6

1 فتحية الدخاخي، حرب غزة تُشعل معارك رقمية على منصات التواصل، <https://aawsat.com>، تاريخ النشر 202 /11/05 ، تاريخ الاطلاع 2023/12/29 .

2 محمد وتد، حرب دعاية إلكترونية. الاحتلال يسعى لمحاورة التضامن مع "طوفان الأقصى"، <https://www.aljazeera.net>، تاريخ النشر 2023 /10/19 ، تاريخ الاطلاع 2023/12/30.

مليون دولار في فرنسا".¹ ووفق صحيفة "غلوبس" الإسرائيلية فقد تم نشر نحو ألف تغريدة و منشور بلغات مختلفة منها الإنجليزية والعربية والإسبانية والروسية والفارسية، وقد حصلت على أكثر من 320 مليون مشاهدة. كما صدر أكثر من 80 بياناً رسمياً تدين فيه دول مختلفة حماس وتدعم الرواية الإسرائيلية.²

بل كان هذا التجنيد مخططاً له قبل ذلك بسنوات، ففي أوت 2013 نشرت صحيفة هارتز *HAARETZ* الإسرائيلية خبراً مفاده أن مكتب رئيس الوزراء الإسرائيلي قرر تشكيل وحدات سرية مع الاتحاد الوطني للطلبة الاسرائيليين عملها بث محتوى على منصات التواصل الاجتماعي تدافع فيه عن الحكومة الإسرائيلية وتدعم الدبلوماسية العامة من خلال الرسائل الموجهة للجماهير الدولية، بحيث يتم تدريبهم في مجالات المحتوى والتصميم وإدارة النشر عبر المنصات ودراسة المحتوى الذي ينشر في المقابل، وقد رصدت للمشروع 550 طالب وميزانية قدرها 810 ألف دولار أمريكي.³

وقبل بضعة أشهر من هذه الأحداث نشرت قناة الجزيرة روبرتاجاً أسمته "الفضاء المغلق" وسلطت من خلاله الضوء على سياسات شركة ميتا **META** " المالكة للفيسبوك والستغرام... وذكرت أنه تم إنشاء صفحتين صفحة واحدة باللغة العربية اسموها "لمة فلسطين" وصفحة بالعبرية اسموها "أرض الأجداد" وقاموا بالنشر عليهما نفس المحتوى ونفس الصور وفي نفس الوقت، ثم ملاحظة ذلك بعد النشر، فلما جاءت أحداث نابلس تم نشر صور مروعة على الصفحتين، فلاحظ أن الصور التي كانت على الصفحة الفلسطينية حذفت وتعرضت للإنذار، أما التي نشرت على الصفحة العبرية فلم تحذف ولكن انتشرت أكثر رغم أن فيها كلمات محزنة صراحة على العنف والقتل، وتركت التجربة تستمر عاماً ولوحظ أيضاً أنه في العديد من الأحداث كانت دائماً الصفحة العربية إن لم يتم حذف المحتوى يتم تقييد وصوله بشكل كبير، ولما قامت الهيئة المكلفة بالتحقيق وتم الاتصال بأعضاء شركة فيسبوك في الشرق الأوسط تبين أن المحتوى العربي الخاص بالقضية الفلسطينية أكثر مراقبة من غيره العبري.⁴ وهذا يبين أن شركة ميتا التي تدعي الاستقلالية تعمل وفق خوارزميات تقلل أو تحذف المنشورات الخاصة بالقضية الفلسطينية أو تحذفها بداعي التحريض على العنف.

ويعتبر الصحفي والمصور الفلسطيني معتز عزازية أحد الأسماء التي برزت على مواقع التواصل الاجتماعي، الذي عمد إلى نقل الصورة من غزة ووثق جرائم الاحتلال الإسرائيلي هناك، مثال للتضييق الحاصل على المحتوى الفلسطيني إذ أغلقت شركة ميتا حسابه

¹ فتحية دهاخني، مرجع سابق.

² محمد وتد، مرجع سابق.

³ Barak Ravid, Aug 13 2013, HAARETZ, Prime Minister's Office Recruiting Students to Wage Online Hasbara Battles. <https://www.haaretz.com/>

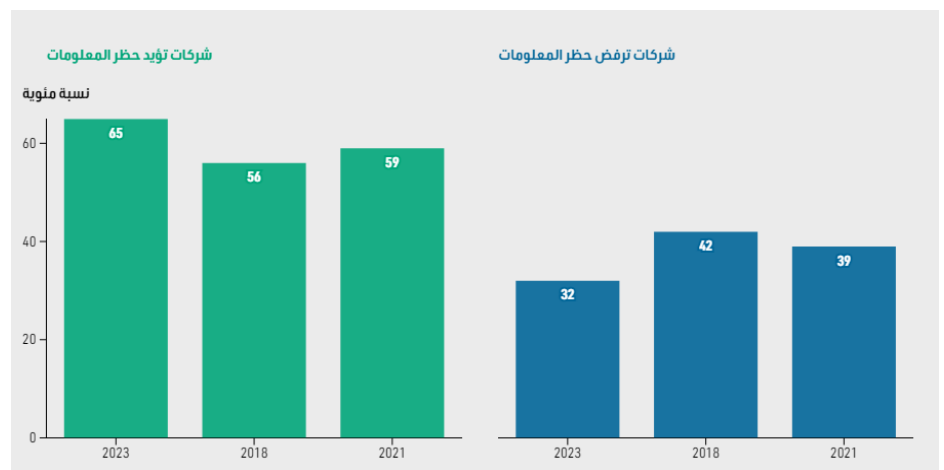
⁴ تامر المسحال، ما خفي أعظم "الفضاء المغلق" <https://www.aljazeera.net/programs/the-hidden-is-more-immense>

تاريخ النشر 2023 /09/08 ، تاريخ الاطلاع 2024/01/25.

على منصة الانستغرام مؤخرا وفقا لما نقله موقع العربي الجديد وقد كان يتابعه نحو 12 مليون متابع على صفحته. وكل هذا يدخل في باب حرب المنصات الرقمية، حرب للأصوات على المنصات الرقمية التي تدعم الرواية الفلسطينية، يأتي جنبا إلى جنب مع تحريم تلك الأصوات على أرض الواقع ففرنسا هددت بالسجن ليس أقل من خمس سنوات لكل من يظهر تعاطفا تجاه ما تتعرض له غزة ، أما بريطانيا فجرمت رفع العلم الفلسطيني وفي ألمانيا منعت الحكومة ارتداء الكوفية الفلسطينية باعتبارها تهديدا للسلام رواد مواقع التواصل الاجتماعي عبروا عن آرائهم تجاه هذه الرقابة فالمدونة **Mugisha Jessy** قالت " إن العمل الجماعي للاتحاد الأوروبي بالإضافة إلى التحركات الفردية للدول الثلاثة الكبرى ألمانيا وأنجلترا وفرنسا لحظر أي شكل من أشكال الاحتجاج على حملة الإبادة الجماعية الاسرائيلية على غزة كلها تثبت النفاق العنصري للغرب العنصرية لا تزال حية إنهم يخفونها فقط " ¹. وفي أمريكا عمد أصحاب رؤوس المال والمستثمرون الأمريكيان في مجال تكنولوجيا المعلومات بتجديد دعمهم لحظر تطبيق تيك توك في الولايات المتحدة الأمريكية بدعوى أنه المحتوى الأكثر متابعة فيما يخص الصراع بين اسرائيل وعناصر المقاومة في غزة، كما أنه يظهر تحيزا نحو القضية الفلسطينية وأنه يقوم بغسل دماغ الشباب الأمريكي ويجعلهم يتعاطفون مع حماس ².

إنها حرب من أجل منع صوت الواقع والحقيقة من دمار وإبادة لما يحدث أن يصل ومحاولة تحسين الصورة النمطية للذات الاسرائيلية وإظهارها في صورة الضحية المعتدى عليها حتى تكسب تعاطف الرأي العام العالمي وتبرر أعمالها الاجرامية والشكل المقابل يوضح ذلك.

شكل 1: موقف شركات التكنولوجيا تجاه حظر المعلومات



المصدر: ستاتيسستا • مقارنة بين استطلاعات الرأي في أعوام 2018 و 2021 و 2023 ³

¹ <https://twitter.com/mugishajessy?lang=ar> 2024/02/10 تاريخ الاطلاع.

² وايزر لوك.نت ، هل بدأ "تيك توك" يرضخ لمطالب حذر المحتوى الداعم لفلسطين؟ <https://www.wiserlook.net/?p=2188> ، تاريخ النشر 2024/02/21 ، تاريخ الاطلاع 2023 /12/29.

³ لمياء كنعان ، <https://cnnbusinessarabic.com> ، تاريخ الاطلاع 2024/02/21

2.3 مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني والعربي ونصرة القضية

تقابل هذه الحرب الإعلامية من الجانب الإسرائيلي، دعاية على المنصات من جانب حركة "حماس" والشارع الفلسطيني والعربي الذي يعيش الحدث من أجل إيصال صورة الحقيقة والواقع التاريخي لهذا الصراع إلى أطراف و جماهير من العالم قد تشبعت بنظرة من جهة واحدة للقضية الفلسطينية شارك فيها القادة السياسيون وكبريات الوكالات الاعلامية الغربية بصفة خاصة. فخلال الأسابيع الأولى من الحرب على غزة حول الفلسطينيون والمناصرون لهم مواقع التواصل الاجتماعي ساحة حرب موازية فحسب تقرير المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية «مدار» تم نشر في هذه الفترة حوالي 114 مليار فيديو مناصر للفلسطينيين.¹

إنّ التعامل مع صورة الحدث اليوم أصبح يعتمد على ما يحمله الفرد من وعي وفقه بالقضية التي يريد أن يوصلها ويقنع بها الآخرين - جمهور المتلقيين - المستهدف حسب مكانه جغرافيا واللغة التي يستخدمها، وهنا نوضح أهمية الثقافة بين المرسل (صاحب المحتوى المناصر للقضية) و المتلقي (الجمهور المستهدف)، وبمعنى آخر استخدام المنصات الرقمية لتصبح وسيلة إعلامية تفاعلية يتحاور فيها المرسل والمتلقي، على سلسلة الحقائق المعيّنة عن الجمهور. وهنا نشير إلى:

1.2.3. أهمية نشر الرواية التاريخية الفلسطينية:

إن أعداء الأمة يعرفون جيداً أهمية التاريخ و التراث ويدركون أنه لا يمكن أن توجد أمة ليس لها تاريخ ولا تراث، وأنه لا بقاء ولا مستقبل لمن لا ماضي له، فالصهيونية تفتعل تاريخاً مزيفاً وتحاول تزييف وتشويه تراث مدينة القدس. ومن ثم تبرز قيمة سردية المسجد الأقصى التي تقتني تراثاً عريقاً، ولكنه مهدد بالضياع نتيجة ما تفرضه التحديات الحضارية التي تواجه هذه الأمة في هذه البقعة الحساسة من الوطن العربي والاسلامي، وهذا التراث التليد في حاجة إلى من يحافظ عليه ويعتني به من أفراد ومؤسسات.

إن من الأهمية بمكان إعادة بثّ حقائق تاريخية وروحانية لتشكّل ثقافة عند المتلقي. فيما يتعلق بقضية القدس والأرض المباركة، منها واقع القدس، فهي المدينة التي تستأثر بتقديس نحو ثلثي سكان الأرض من أتباع الديانات الثلاثة الكبرى، وأنها من أقدم المدن في العالم، والقدس هي مدينة اليبوسيين، واليبوسيون، بطن من بطون الكنعانيين، أطلقوا عليها "يورسالم" أو "يبوس" وكان ذلك سنة 3000 ق.م، وأن شعب فلسطين ذو حضارة عمرها أكثر من خمسة آلاف سنة، وبالتالي هذه المنطقة الجغرافية التي اسمها القدس، هي منطقة عربية بالوراثة منذ القدم. إن هذا لا يذكر في الإعلام ولا في مواقع التواصل الاجتماعي، والأمر الثاني أن في قلب هذه المدينة مقدسات ككنيسة القيامة وهي أقدم كنيسة في العالم، و المسجد الأقصى الذي هو ثاني أقدم بيت من بيوت الله تم بناؤه

¹ وديع عواودة، في حرب تيك توك العالمية الأولى: الفلسطينيون ومناصروهم يحققون انتصارا كاسحا على إسرائيل، القدس العربي،

على كوكب الأرض، وهو المسجد الذي جمع الله فيه أنبياءه ليلة الاسراء فصلى بهم محمد خاتم الأنبياء.¹ وهذا أعطى طابع القدسية للمكان، قدسيّة (قدس)، إذن نحن مرتبطون روحياً بهذا المكان بما يمثل من قدسية، بل الأماكن التي حوله من نهر الفرات شرقاً حتى سيناء مبارك فيها بنص القرآن " إنك بالودي المقدس طوى"² و " وجعلنا بينهم وبين القرى التي باركنا فيها"³ و من قدر هذه الأرض المقدسة أن تكون في معظم حقبات تاريخها ميداناً للحروب والصراعات، لموقعها الإستراتيجي ومكانتها الدينية فهي مطمع الصليبيين واليهود الذين تحالفوا عليها حتى منحوها إسرائيل سنة 1967.⁴

والمطلوب منا اليوم خاصة بعد الهجمة الشرسة التي نشهدها على هذه الأرض، أن نعيد تثقيف أنفسنا وتثقيف الآخر، ممن يتقن لغتنا أو يتقن لغات أخرى بهذه القضايا التاريخية التي هي جوهر الصراع اليوم. لأن الأجيال من الشباب اليوم ليست لهم أي فكرة مناسبة عن القضية الفلسطينية وعن المسجد الأقصى. الملاحظ في الاعلام العربي أنه مازالت القضية الفلسطينية تشكل خبرا بينما الأهم أن تكون مادة لصناعة الوعي وتنمية الفكر وبناء الالتزام، نعن نعلم أن الاعلام له مجموعة وظائف منها الاخبار والتنمية والترفيه وغيرها هذا كله يجب أن تكون قضية فلسطين جزء منه ، فحتى تصنع الوعي وتزرعه في الشباب العربي يجب أن تكون القضية الفلسطينية مادة تقدم الفلسطيني أنه شعب محب للحياة شعب متعلم شعب يسعى لبناء دولة حرة مستقلة، وهكذا نعيد طرح القضية الفلسطينية من الفلسطيني الضحية إلى الفلسطيني الحر المكافح عبر وسائل الاعلام بالخبر والروبرتاج والكوميديا وغيرها من الأساليب.

2.2.3. أهمية نشر مفهوم الرباط:

الرباط هو المقام بمكان يخيفه العدو، ويخيف العدو. فمن أقام فيه بنية دفع العدو فهو مرابط، والأعمال بالنيات مضللة".⁵ وقال الحافظ في (الفتح): الرباط: ملازمة المكان الذي بين المسلمين والكفار لحراسة المسلمين منهم.⁶ فالمرابطون بمثابة الحراس لحدود البلاد الإسلامية من هجوم المشركين والأعداء المعتدين.

وكلما كان الثغر أشد خوفاً، واحتمال الخطر عليه من الأعداء أكبر كانت المراقبة فيه أفضل وأعظم أجراً. والمراقبة اليوم تأخذ معنى جديد لأن الثغور أخذت معنى جديد. ومن هنا فعلينا أن نحسن اختيار الثغر للمراقبة فيه واختيار السلاح وقد صار السلاح اليوم ليس بندقية فقط والثغور ليست مخايئ ، فالكاميرا سلاح الفايبروبوك سلاح، واليوتيوب سلاح والتيك توك سلاح وكلملك سلاح

¹ مكتبة المسجد الأقصى المبارك (ماضيها وحاضرها) <https://qii.media/index.php?s=articles&id=209>، تاريخ الابداع

2023/02/17، تاريخ الاطلاع 2023/02/17

² سورة طه، آية 12

³ سورة سبأ، آية 18

⁴ مكتبة المسجد الأقصى المبارك المرجع السابق

¹ أحمد بن تيمية، مجموع فتاوى ، ج 28، كتاب الفقه 8 - الجهاد، ص 418.

² فيصل آل مبارك، خلاصة الكلام شرح عمدة الأحكام كتاب الجهاد ، ط2 ، 1992، ص 394.

والـ SMS سلاح وهاتفك سلاح و غوغل Google سلاح... من التطبيقات المختلفة. وكل هذه ثغور من جهتها يحاول العدو الاختراق، فعلينا أن نكون واعين بدورنا كمواطنين، وأن نعيد تدوير واستخدام هذه الأدوات بالطريقة التي تناسبنا فنحن نحسن استخدام هذه الوسائط الحديثة، وعلينا أن نعمل على تطوير هذه الوسائط الحديثة لتصبح في خدمتنا، وهكذا أصبح كمؤمنين كمواطنين نتقن التعامل في حرب الميدان ونخلق ميادين جديدة عبر المنصات المختلفة ونكون إما.

1- مراسلين من قلب الحدث (القدس / فلسطين بشكل عام)

2- أو مثاقفين ؛ نحمل فكرة فلسطين والقدس ذات الهدف نجادل بها عبر منصات التواصل في حوار متصل في حوار مع الطرف الآخر ليحيله من مجادل إلى واع بحقيقة قضية فلسطين والقدس.

4. صحافة المواطن ودورها في رفع الحصار:

ترجع أطروحة الاعلام البديل أو المواطن الصحفي امتدادا فكريا لأطروحة الثقافة المضادة في مقابل الجماهيرية، وتعتبر الثقافة المضادة مجموعة من المبادئ والقيم التي أفرزها عالم ما بعد الحداثة، لتعارض سلطة النظام السياسي والاعلامي المفروض من المؤسسات والأنظمة البرجوازية التي تحكم الساحة العالمية وكانت بدايتها بعد ثورة الطلاب التي بدأت في فرنسا سنة 1968 وتبنتها الكثير من وسائل الاعلام على غرار صحيفة لبراسيون¹.

وهكذا يتضح أن " صحافة المواطن ورفع الحصار " هو مصطلح سياسي صحفي أكثر منه كلمة أو مصطلحا يعكس محتوى أكاديمي أو علمي، باعتبار أن السياق في استخدام هذا المصطلح في مناسبات كهذه يعني رفع احتكار الإعلام التقليدي لبناء المحتوى من ناحية، وكسر احتكار سيطرة الدولة وأصحاب رأس المال على توجيه هذا المحتوى، ففي البيئة الإعلامية القديمة التي تسيطر عليها الدولة أو طبقة أصحاب المال بصورة دائمة، تراها تفرض قبضتها على الدورة الاعلامية بمختلف أبعادها، أو تجاه نوعية محددة من الأحداث، إلى الدرجة التي يتشكل فيها انطبعا عاما واستسلاما شاملا أمام هذه السيطرة المطلقة مما يبعث على استحالة القدرة على التغيير أو الاختراق، فإن أي عامل آخر من شأنه التأثير على تلك السيطرة أو الحد من تلك السيطرة، ينظر إليه نظرة استشراف وقبول، باعتباره قدرة استثنائية مكنت من الانفلات والخروج من الواقع القديم نحو واقع متجدد. ولقد ظهرت هذه الأفكار في الإعلام البديل في سبعينات القرن العشرين، وقامت على ثلاث مبادئ رئيسية، اتخذت منها صحافة المواطن مرجعا لها، وهي:

1.4. رفض الخلفية الرأسمالية: لقد تركزت أغلب وسائل الاعلام التقليدية في يد الطبقة البرجوازية ، مما أفقدها الكثير من الحرية والموضوعية فجاءت صحافة المواطن كرد فعل على هذا التوجه الرأسمالي، حيث قامت على رفض أي ارتباط بين المؤسسة

¹Breton, Philippe. *l'explosion de la communication. Paris: la de couverte, 1989, P12,PDF.*

الاعلامية بالمؤسسات المالية والشركات المتعددة الجنسيات، حتى تبقى صحافة حرة مستقلة عن أي تأثير لهذه الأوساط وتضمن التدفق الحر للمعلومات والأخبار والتفاعل غير المحدود، أو المقيد مع الجمهور.

2.4. رفض الخلفية المؤسسية: تقوم وسائل الاعلام التقليدية على التنظيم المؤسسي الذي يجعل المضمون الاعلامي يخضع لكثير من القواعد منها تحول المادة الاعلامية إلى مادة دعائية وكذا تحكم حراس البوابة في قرار نشر الرسالة الاعلامية، من هنا تستند صحافة المواطن على رفض الخلفية المؤسسية واستبدالها بشكل تنظيمي جديد لا يأخذ بعين الاعتبار وجود مكان خاص وترتيب وظيفي معين، وكل ما يطلبه هو الالتزام الأخلاقي بالعمل للصالح العام، فصحافة المواطن قائمة على مبدأ التطوع.

3.4. رفض الخلفية الاحترافية: إن صحافة المواطن كأداة من أدوات الإعلام البديل، لا

يشترط أن يكون العاملون فيها صحفيون محترفين، والمواطن الصحفي هو شخص قادر على جمع الأخبار والمعلومات والحصول عليها من موقعه الاجتماعي أو الجغرافي، فالمواطن باستطاعته أن يكون مراسلا صحفيا و الصحفيون ليسوا فصيلا فريدا من البشر. فصحافة المواطن لا تشترط بالضرورة المستوى الدراسي والتخصص الإعلامي، ولا بالخلفية الاحترافية التي هي حسب صحافة المواطن ارتباط مادي بين الصحفي ومؤسسته، تجعل من الصحفي رهينة لضغوطات مؤسسته أو رجال المال والأعمال أو المعلنين مما يؤثر سلبا على مضامين الرسالة الإعلامية المنشورة، ففي عام 2009م في الولايات المتحدة الأمريكية يعتقد 60% من قراء الصحف أن مؤسساتهم الإعلامية غير مستقلة، ويؤثر عليها بعض الأفراد والمؤسسات¹. هذه المبادئ، هو ما رفع من شأن دور وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة وجعلها تبشر بتغيرات في بنية العملية الاعلامية، إلى حد القول بولادة إعلام جديد يقوم على مقاربات جديدة في التعامل مع القضايا والأحداث. ولقد كان للتطورات السياسية التي شهدتها المنطقة العربية دورا كبيرا في تنشيط صحافة المواطن من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأحداث، بل أخذت وسائل الاعلام الرسمية من صحف وإذاعات وتلفزيونات تعتمد على ما ينتجه المواطن الصحفي عبر هذه الشبكات من رسائل إعلامية، مما تزايد الحديث عن الدور الكبير الذي ينتظر هذا المواطن الصحفي.

وبعد أن أنهت مواقع التواصل الاجتماعي عصوراً من احتكار الإعلام الرسمي، نراها اليوم تخالف ما اعتبرته هدفها الأسمى وهو حق حرية التعبير. بل دخلت في ممارسات منحازة لصالح طرف على آخر بسبب ما يمكن أن نسميه "اللاحياد الخوارزمي"؛ إذ تتعرض كثير من والمنشورات المناهضة لإسرائيل للحجب بحجة نشر أخبار مضللة أو بحجة "الحذف بالخطأ" كما جرى مع كثير من النشطاء على منصة فيسبوك بصفة خاصة.

¹ صادق رابع، إعلام المواطن، "بحث في المفهوم والمقاربات"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2010، ص 252.

ومن جانب آخر فإنه على الرغم من المضامين الاعلامية المنتجة بواسطة المواطن الصحفي و الدور الكبير الذي يقوم به في التغطية خاصة داخل مناطق الصراعات الساخنة ، أين تغيب تغطية وسائل الاعلام الرسمية، فإن ذلك لم يمنحه بعد حق الاعتراف به كجهة قادرة على كسر الاحتكار أو الحصار الذي يفرضه حراس البوابات على بنية العملية الإبلاغية في الاعلام التقليدي الذي يخضع لأجندات مختلفة.

وهذا ما يستوجب ضرورة التساؤل عن حدود المفارقة التي بات عليها الاعلام الجديد مقارنة بالتقليدي حول مدى قدرته على التأثير في مدركات المتلقي، والاجابة على ذلك وبشكل مختصر يكون من خلال تسليط الضوء على نوعية مساهمات الاعلام الجديد في تغطيته للأحداث والتزام الحيادية، والوقوف على حدود امكانياته في التأثير على مدركات المتلقي باعتبار أن ذلك هو ما يمنحه طابعه الصحفي من عدمه.

فصحافة المواطن أيا كان هذا المصطلح فهو وفق المحتوى، ذلك المضمون الصحفي الذي ينتج محتواه ومضمونه الإعلامي الصحفيون المحترفون في وسائل الإعلام التقليدية. وهو من حيث الأسلوب نشاط يقوم المواطنون من خلاله بعملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، بهدف تزويد وسائل الاعلام بها وبالتالي فإنها ذلك الدور الذي يقوم به المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقعها مستخدما المتاح له من الوسائط التكنولوجية ، وهذا يحيل إلى إمكانية أن يكون أي شخص صحفيا عندما ينقل آراءه ومشاهداته للآخرين، دون الحاجة إلى أي مقوم.

5. الاستراتيجيات الاتصالية الخاصة في تعزيز سمعة القضية الفلسطينية:

يعرف مجلس الأمن القومي البريطاني **GOV.UK** الاتصال الاستراتيجي بأنه " الاستخدام المنهجي والمنسق لجميع وسائل الاتصال لتحقيق أهداف الأمن القومي من خلال التأثير على مواقف وسلوكيات الأفراد والجماعات والدول"¹. أو هو " مجموعة من الأنشطة المنسقة (المترابطة)، والرسائل، الصور، وأشكال أخرى من إشارات التي تهدف إلى الإعلام والتأثير وإقناع جماهير مختارة دعما للأهداف الوطنية"² وإذا كانت الاستراتيجية هي عملية وضع وتصميم للأهداف ثم العمل على تحقيق هذه الأهداف ذات الأمد البعيد.³ فإنه يشترط لنجاح استراتيجيات مجموعة من المراحل تسمى بمراحل البناء .

1.5. مراحل بناء الاستراتيجية: تستخدم المنظمات عدة استراتيجيات للتسويق الاجتماعي قصد التأثير على الأفراد أو الجماعات، و بهدف تحقيق التحول أو التغيير الاجتماعي المنشود، منها تحديد الهدف العام الذي على أساسه يتم وضع الخارطة

¹ منصة رمضان الأغا، الاتصال الاستراتيجي <https://ae.linkedin.com/posts/ramdanagha> ، تاريخ الاطلاع 2024/02/17

² Paul Christopher : Strtegic Communication origins concepts and current debates, Library of congress cataloging in Publication, Praeger, United States of america, 2011, P17

³ مجيد الكرخي، التخطيط الاستراتيجي المبني على النتائج. مؤسسة الريان للطباعة والنشر، قطر، 2014، ص 73.

الموصلة إلى ذلك، على أن تكون هذه الخارطة تتسم بالوضوح والبساطة والايجاز وتنطلق من الخلفية الفكرية والعقدية. ومن حيث العمل فإن هذه الاستراتيجيات يتم تنفيذها وفق مجموعة من التكتيكات المستخدمة في عملية التسويق منها: إدارة الحملات الاعلامية للتأثير على الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي قضيتنا هنا العمل على تحسين الصورة الذهنية للرواية أو السردية الفلسطينية، و محاولة التأثير في الأطراف المختلفة للموقف (حيال القضية) من خلال اظهار أهمية القضية وبيان أبعادها مما يجعل الأطراف المختلفة تهتم بها، وكذا التأثير في أجندة صانعي القرار بحيث أن ما تعيشه غزة اليوم يكون هو الحدث الذي تتناوله كل وسائل الاعلام وهو اهتمام العالم كله دولا وشعوبا، ثم بناء التحالفات حتى نضفي على الحملة نوع من الأهمية وكذلك لتحقيق الدعم المادي أو المالي عند القيام بتلك التحالفات مع شركات تجارية أو جماعات أهلية أو منظمات المجتمع المدني و العناية ببناء علاقات بقيادة الرأي والعمل على كسبهم حيال نصره القضية، وقادة الرأي هنا يمكن أن يكونوا لاعبي كرة أو فنانيين مشهورين أو شخصيات قيادية أو شخصيات ذات محتوى رقمي واسع حتى نضمن الوصول إلى عدد أكبر ممن يؤيدون القضية، كما نحتاج إلى تحديد طبيعة الجمهور بداية بالجمهور الفاعل والمتعاطف مع القضية. أما الخطوة الثانية فتتمثل في وضع الأهداف الجزئية للحملة ومن أهمها المثاقفة وهي توعية الشباب العربي والاسلامي بالقضية باعتباره يمثل الصحفي المواطن القادر على إيصال صوت القضية بالتأثير والاقناع القائم على المنطق والأدلة والبراهين والتاريخ. وفي التخطيط الاستراتيجي نحتاج التقييم أي إلى الأهداف الاجرائية وهي أهداف قابلة للقياس وكمؤشرات دالة على نجاح الاستراتيجية كأن تتوقع عشرون مليون مشارك في عملية النصر. كما نحتاج إلى تحديد طبيعة الجمهور تبعا لطبيعة الوسيلة وعند الكلام عن الجمهور المستهدف تجدر الإشارة إلى بيان أنواعه وهي الجمهور الذي يمثل شريكا استراتيجيا كونه يشارك معنا الأهداف، ثم الجمهور القريب منا والذي يحمل أفكارنا واتجاهاتنا كالأحرار في العالم الذين يناصرون القضايا العادلة، وأخيرا الجمهور العام والواسع، ولا شك أن جمهور الكبار في السن ما زالوا يعتمدون على وسائل الاعلام الجماهيري كالإذاعة والتلفزيون كمصدر للأخبار والمعلومات، بينما الشباب قد تحول بالكامل إلى الاعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار والتفاعل معها وإعادة نشرها. لنؤكد أن دراسة الجمهور هي ضرورة منهجية لبناء استراتيجية ناجحة.

2.5 . الاستراتيجية المقترحة: ويشترط لنجاح هذه الاستراتيجيات لنصرة فلسطين وغزة مجموعة من النقاط نوجزها في

الآتي:

- العمل على توحيد عمل المؤسسات الإعلامية المتخصصة بحيث يكون عمل مؤسسي واضح يفسر ويشرح مضمون ومحتوى القضية الفلسطينية بمستوى وعظمة هذه القضية و في ظل ما يتعرض له الشعب الفلسطيني من حرب إبادة بل حرب المحرقة اليهودية.

- العمل على إيجاد قاعدة فكرية وعلمية تكون مرجعا لكل الإعلاميين والصحفيين تحتوي على التفاصيل التي تحتاج إليها القضية الفلسطينية، مع التنبيه إلى أهمية تفعيل دور الشباب في إيصال صوتهم لدعم القضية والأخذ بآرائهم ومقترحاتهم في هذا المجال.
- توظيف مواقع التواصل وعلى رأسها التيك توك، من وسيلة اعلامية تهتم بنشر وتحديث الأخبار والاعلانات إلى وسيلة تفاعل وتثقيف مع الشعوب والمجتمعات، والاستفادة من القوة التعاونية التي توفرها هذه المنصات.
- اضعاء الطابع غير الرسمي في أغلب المنشورات التي تبث على هذه المحطات وفي التواصل مع الجماهير، معتمدين على التوسع التدريجي في بناء علاقاتنا بشكل متواصل دون انقطاع فإن طريق الألف ميل يبدأ بخطوة مع الاستمرار.
- التزاوج بين الدبلوماسية التقليدية التي تقدم بها وسائل الاعلام الرسمية وبين الدبلوماسية الشعبية التي تقوم بها الشعوب على مواقع التواصل تكملة لها، فلا يوجد ما هو افتراضي دون أن يكون له في الواقع مجالا وحقيقة، وبذلك يمكن اختراق جزئيات من المجتمعات الغربية والشرقية، باستغلال حبها للمقدسات وللحرية وحقوق الانسان، للتأثير على مواقف البعض منها.
- استخدام استراتيجية (الشرح والتفسير) لبناء السمعة والصورة الحسنة والحقيقية عن القدس والقضية الفلسطينية ، وهي استراتيجية تمكننا من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لشرح البعد الديني والتاريخي للقضية وكذا وجهات النظر " الفلسطينية" للعالم ككل، والعالم العربي والاسلامي بشكل خاص، مع توظيف الأفراد القادرين على إدارة الحوار و المجيدين للغة و الأساليب الاقناعية لإدارة العلاقة مع الاطراف المستهدفة.
- العمل من خلال منصات التواصل لتوثيق انتهاكات حقوق الإنسان التي يقوم بها الاحتلال خاصة مع النساء والأطفال، والإبلاغ عنها باستخدام لغة التعاطف مع المظلومين، ونشر البيانات والرسائل ومقاطع الفيديو والرسوم البيانية الخاصة بها وارسالها إلى منظمات حقوق الانسان.
- السعي وراء كشف كل الأساليب الدعائية الكاذبة التي تحاول اسرائيل من خلالها تبرير مواقفها حتى تنكشف أمام العالم ويتكشف مدى ضعف روايتها في عدوانها على غزة. و العمل على إزالة المحتوى المضلل الذي تنشره الحكومة الإسرائيلية والجهات المدعومة من قبلها على منصات التواصل الاجتماعي.
- الانتقال من مشروع الدفاع إلى مشروع المبادرة، ونشر المحتوى الفلسطيني والترويج له، واقناع الناس به، تحت مسميات حديثة كحقوق الانسان والشرعية الدولية وبناء السلام وحق الدفاع وغيرها.
- ودعم المبادرات الدولية القائمة على ايقاف اطلاق النار و إيقاف جريمة الابادة ورفض التهجير القسري للمدنيين والدعوة بسماع وصول المساعدات الإنسانية بشكل كامل وسريع وآمن دون عوائق.

6. خاتمة:

يلعب الاعلام الجديد دورا فعالا في توجيه وصناعة الرأي العام في جميع المجالات خاصة في أوقات الحروب والأزمات ويعتبر كدبلوماسية شعبية للضغط على الأطراف المتنازعة ، وكذا نصرة القضايا العادلة في العالم وقد شهود تحول ملحوظ في الرأي العام العالمي نحو القضية الفلسطينية والتعاطف معها وتأييد روايتها نتيجة العمل الذي قامت به المقاومة متمثلة في قادة حماس وكذا الشعب الفلسطيني من داخل الأراضي الفلسطينية ثم مواطنين عالميين مؤيدين وناصرين للقضية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يوجد تحول ملحوظ في الرأي العام العالمي نحو رفض الرواية الاسرائيلية التي بثت في الأيام الأولى من الحرب بعد أن عرفت حقيقتها وكشف زيفها

خفت وطأة وسائل الإعلام الغربية في تبريرها لحرب الإبادة هذه، نتيجة الضغط الذي مارسه اعلام المواطن الصحفي من خلال الرسائل الكاشفة التي تنشرها.

6. قائمة المراجع:

القرآن الكريم

• المراجع باللغة العربية

1. أحمد بن تيمية، مجموع فتاوى ، ج 28، كتاب الفقه — 8- الجهاد.
2. فيصل آل مبارك، خلاصة الكلام شرح عمدة الأحكام كتاب الجهاد ، ط2 ، 1992.
3. صادق رابع، إعلام المواطن، "بحث في المفهوم والمقاربات"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2010.
4. مجيد الكرخي، التخطيط الاستراتيجي المبني على النتائج. مؤسسة الريان للطباعة والنشر، قطر، 2014 .

• المراجع باللغة الأجنبية:

1. Breton, Philippe. l'explosion de la communication. Paris: la de couverte, 1989, P12,PDF
2. Paul Christopher : Strtegic Communication origins concepts and current debates, Library of congress cataloging in Publication, Praeger, United States of america, 2011.

• مواقع الانترنت:

1. فتحية الدخاخي، حرب غزة تُشعل معارك رقمية على منصات التواصل، <https://aawsat.com>، تاريخ النشر 2023 / 11 / 05 ، تاريخ الاطلاع 2023 / 12 / 29 ، الساعة 20.20.
2. محمد وتد، حرب دعاية إلكترونية. الاحتلال يسعى لمحاصرة التضامن مع "طوفان الأقصى"، <https://www.aljazeera.net>، تاريخ النشر 2023 / 10 / 19 ، تاريخ الاطلاع 2023 / 12 / 30.
3. تامر المسحال، ما خفي أعظم "الفضاء المغلق" <https://www.aljazeera.net/programs/the-hidden-is-more-immense>، تاريخ النشر 2023 / 09 / 08 ، تاريخ الاطلاع 2024 / 01 / 25.
4. وديع عواودة، في حرب تيك توك العالمية الأولى: الفلسطينيون ومناصروهم يحققون انتصارا كاسحا على إسرائيل، القدس العربي، <https://www.alquds.co.uk> ، تاريخ الاطلاع 2024 / 01 / 20.
5. منصة رمضان الأغا، الاتصال الاستراتيجي <https://ae.linkedin.com/posts/ramdanagha> ، تاريخ الاطلاع 2023 / 02 / 17.
6. مكتبة المسجد الأقصى المبارك (ماضيها وحاضرها) <https://qii.media/index.php?s=articles&id=209>، تاريخ الاطلاع 2023 / 02 / 17.
7. لمياء كنعان ، <https://cnnbusinessarabic.com> ، تاريخ الاطلاع 2024 / 02 / 21.
8. وايزر لوك.نت ، هل بدأ "تيك توك" يرضخ لمطالب حضر المحتوى الداعم لفلسطين؟ <https://www.wiserlook.net/?p=2188> ، تاريخ النشر 2023 / 12 / 29 ، تاريخ الاطلاع 2024 / 02 / 21.
9. Barak Ravid ,Aug 13 2013, HAARETZ, Prime Minister's Office Recruiting Students to Wage Online Hasbara Battles. <https://www.haaretz.com/>
10. <https://twitter.com/mugishajessy?lang=ar> 2024 / 02 / 10 تاريخ الاطلاع.

References

1. Aḥmad ibn Taymīyah, Majmū‘ Fatāwá, J 28, Kitāb al-fiqh 8 – al-jihād.
 2. Fayṣal Āl Mubārak, Khulāṣat al-kalām sharḥ ‘Umdat al-aḥkām Kitāb al-jihād, t2, 1992.
 3. Ṣādiq Rābiḥ, I‘lām al-Muwāṭin, "baḥth fī al-mafhūm wa-al-muqārabāt", al-Majallah al-‘Arabīyah lil-I‘lām wa-al-Ittiṣāl, al‘dd6, al-Jam‘īyah al-Sa‘ūdīyah lil-I‘lām wa-al-Ittiṣāl, 2010.
 4. Majīd alkrkhy, al-Takhtīt al-istirātījī al-mabnī ‘alā al-natā’ij. Mu’assasat al-Rayyān lil-Ṭibā‘ah wa-al-Nashr, Qaṭar, 2014.
- **al-Marāji‘ bi-al-lughah al-ajnabīyah:**

1. Breton, Philippe. l'explosion de la communication. Paris: la de couverte, 1989, P12,PDF

2 .Paul Christopher : Strategic Communication origins concepts and current debates, Library of congress cataloging in Publication, Praeger, United States of america, 2011.

•mawāqi‘ alāntrnyṭ:

1. Faṭḥīyah aldkhākhny, Ḥarb Ghazzah tush‘l Ma‘ārik raqmīyah ‘alā mnṣāt al-tawāṣul, [https : / / aawsat. com](https://aawsat.com), Tārīkh al-Nashr 05/11/2023, Tārīkh al-iṭṭilā‘ 29/12/2023, al-sā‘ah 20. 20.
2. Muḥammad Watad, Ḥarb Da‘āyat iliktrūnīyah. al-iḥṭilāl yas‘á lmḥāsrh al-Taḍāmūn ma‘a "Ṭūfān al-Aqṣá, [https : / / www. aljazeera. net](https://www.aljazeera.net), Tārīkh al-Nashr 19/10/2023, Tārīkh al-iṭṭilā‘ 30/12/2023.
3. Tāmīr al-Mishāl, mā khafīyā a‘ḥam "al-faḍā’ al-mughlaq" [https : / / www. aljazeera. net / programs / the-hidden-is-more-immense](https://www.aljazeera.net/programs/the-hidden-is-more-immense), Tārīkh al-Nashr 08/09/2023, Tārīkh al-iṭṭilā‘ 25/01/2024.
4. Wadī‘ ‘Awāwidah, fī Ḥarb tyk Tūk al-‘Ālamīyah al-ūlá : al-Filasṭīnīyūn wmnāṣrwhm yḥqqwn antṣārā kāshā ‘alā Isrā’īl, al-Quds al-‘Arabī, [https : / / www. alquds. co. uk](https://www.alquds.co.uk), Tārīkh al-iṭṭilā‘ 20/01/2024.
5. Minaṣṣat Ramaḍān al-Aghā, al-ittiṣāl al-istirātījī [https : / / ae. linkedin. com / posts / ramdanagha](https://ae.linkedin.com/posts/ramdanagha), Tārīkh al-iṭṭilā‘ 17/02/2023.
6. Maktabat al-Masjid al-Aqṣá al-Mubārak (māḍihā wa-ḥāḍiruhā) [https : / / qii. media / index. php? s=articles & id=209](https://qii.media/index.php?s=articles&id=209), Tārīkh alāyda‘ 17/02/2023, Tārīkh al-iṭṭilā‘ 17/02/2023
7. Lamyā’ Kan‘ān, [https : / / cnnbusinessarabic. com /](https://cnnbusinessarabic.com/), Tārīkh al-iṭṭilā‘ 21/02/2024.
8. Wāyẓr lūk. Nīt, Hal bada’a "tyk Tūk" yrdkh lmṭālb ḥaḍar al-muḥṭawá aldā‘m li-Filasṭīn? [https : / / www. wiserlook. net /? p=2188](https://www.wiserlook.net/?p=2188), Tārīkh al-Nashr 29/12/2023, Tārīkh al-iṭṭilā‘ 21/02/2024.
9. Barak Ravid ,Aug 13 2013, HAARETZ, Prime Minister's Office Recruiting Students to Wage Online Hasbara Battles. <https://www.haaretz.com/>
10. [https : / / twitter. com / mugishajessy? lang=ar](https://twitter.com/mugishajessy?lang=ar) Tārīkh al-iṭṭilā‘ 10/02/2024.