

المؤثرين الرقميين في المجتمعات الغربية والسردية الإسرائيلية

"مسألة في توجهات المؤثر البريطاني بيرس مورغن".

**Digital Influencers in Western and Israeli Narrative Societies
" Questioning the trends of British influencer Piers Morgan"**ط.د/ الحاج عيسى بن صفى الدين، ¹ Hadj Aïssa Bensafiddineأ. د. الحاج عيسى سعيدات، ² Hadj aïssa saidat¹ جامعة عمار ثليجي بالأغواط، مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم، التمثلات، الممارسات Sociology

laboratory of cultural communication: values, representations, practices

h.bensafiddine.sh@lagh-univ.dz

² جامعة عمار ثليجي بالأغواط، مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم، التمثلات، الممارسات Sociology

laboratory of cultural communication: values, representations, practices

ha.saidat@lagh-univ.dz

المؤلف المرسل: ط.د/ الحاج عيسى بن صفى الدين Hadj aïssa bensafiddine

الإيميل: h.bensafiddine.sh@lagh-univ.dz

تاريخ القبول: 2024/12/ 09

تاريخ الاستلام: 2024/04/ 20

الملخص:

تبحث هذه الورقة في نموذج جديد من التأثير والذي يتماشى مع ما نعيشه من تطورات على مستوى الوسائل الاتصالية الحديثة ألا وهو "المؤثرين"، كألية حديثة وعصرية وانتلجنسيا يهودية استعملت مؤخرا من أجل تلميع الصورة الصهيونية للعالم أجمع، تحديدا في السياق الغربي الذي ما أنفك يقف مع أراجيف وأساطير السردية اليهودية وهذا ما تجلى مؤخرا خلال الحرب الأخيرة على قطاع غزة في السابع من أكتوبر / تشرين الأول 2023 لذا تحاول هذه الورقة البحثية إبراز ومساءلة الجانب الأيديولوجي وكذا

الجانب التضليلي المغالط لهذه الفئة التي أضحت تأثيرها بارزا في عصر الميديا الجديدة، وكذا كيفية بناء وتشكيل الصورة الذهنية التي تدعم الأسطورة الصهيونية.

كما تسعى بالأساس دراستنا الوقوف على قراءة الموقف المتخفي والحيادي للمؤثر البريطاني الشهير لنصرة الموقف الإسرائيلي من الحرب من خلال قراءة مجموعة من المقابلات الإعلامية التي أجراها في أعقاب السابع من أكتوبر والتي أدامها الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: المؤثرين الرقميين، المجتمعات الغربية، السردية الإسرائيلية، بيرس مورغن.

Abstract:

This paper explores a new model of influence that aligns with the developments in modern communication media namely "influencers", as a modern, contemporary, and Jewish intelligentsia mechanism recently used to polish the Zionist image to the world, specifically in the Western context that often aligns with Jewish narrative myths. This was evident during the recent war on Gaza on October 7th, 2023. Therefore, this research paper aims to highlight and question the ideological and deceptive aspects of this influential group that has become prominent in the era of new media. It also seeks to understand how mental images are constructed and shaped to support the Zionist myth.

Our study primarily focuses on uncovering the hidden and neutral stance of the famous British influencer in support of Israel during the war through analyzing a series of media interviews conducted following October 7th, which were condemned by many social media users.

Keywords : Digital influencers; Western societie; Israeli narrative; myths Piers Morgan.

1. مقدمة:

لا شك فيه أن المسألة اليهودية شكلت عبر التاريخ البشري عموماً أحد أكثر المشكلات العويصة التي انكب الباحثين على الاشتغال عليها، وهذا راجع إلى أهمية وطبيعة الموضوع نفسه الذي تشكل وفق سرديات وأجندات وكذا سياقات تاريخية خاصة سعت إلى إثبات أساطير وروايات تؤكد وجود شعب بعينه في أرض لم تكن له بالأساس، ابتداء من الرواية التاريخية القائلة، إن الشعب اليهودي قائم منذ نزول التوراة في سيناء وأن اليهود الذين خرجوا من مصر واحتلوا أرض فلسطين لاعتقادهم أنها الأرض الموعودة من طرف الرب هم أبناء عمومة للإسرائيليين الذي اختاروا الاستيطان بأرض فلسطين، ووفقاً لهذا التشابك الحاصل تاريخياً بين مثبت ومعارض لسرديات زائفة تخدم أجندات صهيونية أرض فلسطين وتهدف بالأساس إلى تثبيت روايات زائفة باستخدام مختلف الوسائل التي استطاع اليهود امتلاكها، وفي هذا عكف الصهيونيون من أجل تمرير رواياتهم، الاستعانة بباحثين ونخب مختلفة التوجهات والمشارب عليهم يساهمون في خلق أراجيف وسرديات تشفع لهم التبرير لوجود لم يحصل في التاريخ الإنساني، لقد سعى اليهود دائماً إلى تحقيق السيطرة بل وإلى اكتناز جميع الوسائل والإمكانات مادية كانت أم بشرية، ففي البلاد الأوروبية مثلاً نرى الأسماء الأكثر بروزاً هي لليهود في ميادين: البنوك والتجارة والصناعة والمسرح والصحافة والأدب، فسائر النجوم الوطنية البارزة للبلاد هم بما لا يقبل الجدل إما يهود أو متحدرون من أصل يهودي¹، وقد أقر القرآن الكريم بفساد هذه الفئة الباغية وتوعدها بالعذاب الأليم بقوله الله تعالى: **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَخْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ²**.

لقد سعت الحركة اليهودية ومن ورائها الغرب الداعم لها منذ بداية نشأتها إلى بناء سرديات ومغالطات زائفة وذلك بالاستعانة بالترسانة الإعلامية وشن حروب نفسية موازية للأعمال الوحشية التي يمارسها اليهود على الفلسطينيين، تقوم على التفوق المادي المطلق للكيان الصهيوني سواء كان العسكري منه وذلك ببناء مغالطة الجيش الذي لا يقهر أو على التفوق الحضاري كون أن الكيان الصهيوني امتداد للحضارة الغربية

القائمة زيفا على مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان، عبر التحكم في الوسائل الإعلامية والاتصالية منذ نشأة الفكرة اليهودية على يد مؤسسها تيودور هرتزل سنة 1897.

وعلى هذا لم يكن الصراع يوما بين الفلسطينيين والإسرائيليين في جانبه عسكريا فقط بل كان متجاوزا دائما ليشمل السياق الإعلامي الذي لم يهمله اليهود نظرا لأهميته في ترسيخ السرديات والصور الذهنية وبل وتثبيتها في عقول الرأي العام العالمي، وفي سياق كلامنا حول بناء السرديات وبناءها، نعيش اليوم صراعا داميا بين الصهاينة والسكان الأصليين لفلسطين وقد تجلّت وبثت هذه الحرب عبر وسائل الإعلام المختلفة تقليدية أو رقمية إذ أصبحت هذه الحرب موضع اهتمام وتوجه نظر العالم بأسره.

لقد شهد العالم مع بداية القرن الحادي والعشرين تطورات على مستوى الوسائل الاتصالية فقد ظهرت نماذج جديدة للتواصل والإعلام والتي لم تسلم هي الأخرى من قبضة يد اليهود وتحكمهم بها، وتحولت بذلك الحرب من مجال واقعي عسكري يرى بالأعين إلى عالم مواز تسيره وتتحكم فيه الأيدي الخفية وهو واقع رمزي وفكري قد يستعصي على العالم بيانه نظرا لكونه مجال يستدعي التأمل والتفكير والبحث عن أغوار هذه السرديات، وقد كانت دوما الأنتلجسينا*³ اليهودية داعمة ومساهمة في نشر السرديات الزائفة والمؤيدة للكيان الصهيوني، وفي خضم هذه التحولات على مستوى الوسائل الاتصالية، برز نوع جديد من قادة الرأي أضحى لها أدوار مؤثرة على مستخدميها، بل وفي أحيان كثيرة يتجاوز تأثيرها على جمهور المتلقين ما تفعله الوسائل الاتصالية نفسها من تأثيرات.

أهداف الدراسة:

تصبوا هذه الورقة إلى تحقيق جملة من الأهداف وهي كالتالي:

- تحديد صفة المؤثر عبر وسائل الإعلام المختلفة؛
- التأكيد على شيطنة النشاط الدعائي اليهودي من خلال الاستعانة بفئة المؤثرين كألية جديدة عبر وسائل الإعلام المختلفة؛
- إبراز طبيعة تحيز فئة المؤثرين الغربيين للسردية الإسرائيلية.

اعتبارات منهجية ونظرية:

مشكلة الدراسة وأهدافها:

اعتمد الإعلام الغربي في معالجاته الإخبارية للحرب الفلسطينية الإسرائيلية الآنية روايات موجهة ومشوهة للفلسطينيين بصفة عامة ولحركة المقاومة خصيصاً، وقد اعتمد في بناء هذه السرديات وروح لها عبر كبريات وسائل الإعلام المختلفة وكبار المشاهير المعتمدين من قبل وسائل الإعلام نفسها من صحفيين ومؤثري شبكات التواصل الاجتماعي، واستتبعا لما سبق وفي سياق الحديث عن المشاهير وكذا المؤثرين كآلية دعائية معاصرة من شأنها إغلاط الرأي العام العالمي وتوجيهه عبر إيديولوجيات تخدم جهات معينة، تأتي هذه الورقة لتساءل العمل المتحيز الذي يقوم به المؤثر البريطاني الشهير بيرس مورغن من خلال الاستضافات التي يقوم بها مؤخراً في سياق الكلام عن الحرب الجارية في غزة وكشف موقفه المستبطن وكذا تأثيره على نصره الأسطورة الإسرائيلية على الموقف الفلسطيني، وبهذا تحاول هذه الورقة البحثية كشف كيفية تعامل هذا المؤثر الشهير الذي يمتلك مكانة كبيرة داخل المجتمعات الغربية نظراً لشهرته على الوسائل الإعلامية المختلفة ولكونه أيضاً محاججا متمرساً بإمكانه اللعب بعقول الرأي العام الغربي والعالمي، وفي هذا الصدد تحاول ورقتنا الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية: ما هو دور المؤثرين الرقميين كآلية اتصالية جديدة في المجتمعات الغربية من خلال معاجلتهم للسردية الإسرائيلية؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية تثار جملة من التساؤلات:

- ماهي الصفات التي يمكننا أن نحدد بها صفة المؤثر عبر وسائل الإعلام المختلفة؟
- ما طبيعة نشاط الدعاية اليهودية من خلال وسائل الإعلام المختلفة؟
- ماهي طبيعة البنية الإعلامية للسردية الإسرائيلية من خلال فئة المؤثرين؟
- من هو بيرس مورغن؟ وما هو المضمون الذي يقدمه؟ ومن هم ضيوفه في القضية الفلسطينية بعد طوفان الأقصى؟ وكيف يدير مورغن حواراته؟

1. 2. إشكالية ظاهرة المؤثرين في عصر البيئة الرقمية ومسألة ضبط المفهوم:

لا يزال الحديث عن ظاهرة المؤثرين في أوساط الباحثين من مجال تداولي غربي أو إسلامي محل "حذر أكاديمي" واضح بسبب تعقد هذا الموضوع القديم والحديث في نفس الوقت، وبالرغم من الاهتمامات البحثية الكلاسيكية التي عكفت على دراسته منذ الستينيات من القرن الماضي من خلال ما يعرف بدراسات الإقناع الاجتماعي على المستويين الشخصي وكذا الإعلامي ومع بروز الأشكال الاتصالية

الجديدة أعيد الاهتمام بهذا الموضوع بسبب أخذه العديد من التطورات التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بالوسائل الاتصالية الحديثة وظهور أشكال وأساليب اتصالية جديدة بدى تأثيرها واضحا على مستخدمي هذه الوسائل، ويمكننا أن نرجع هذا الحذر إلى جملة من الأسباب والوقائع نوردتها كالاتي:

أولاهـا: عدم اتفاق الباحثين من تخصصات مختلفة حول ماهية المؤثر، أي على أي أساس يتم فعل التأثير من قبل هذا المؤثر، وماهي الأساليب والإستراتيجيات الاتصالية والإقناعية التي يمكنه التأثير بها على جمهور المتلقين، يأتي طرحنا لهذا السبب خاصا بالحيشات والظواهر التي ظهرت في القرن الحادي والعشرين أين برزت أشكال جديدة من التأثيرات بواسطة وسائل وأشكال تواصل حديثة، والتي أضحت ظاهرة قابلة للدراسة والفحص أكثر من أي وقت مضى.

ثانيا: أن ما يعرف بالدراسات التي اهتمت بقيادة الرأي العام في النظريات الكلاسيكية وبخاصة نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين والتي أولت اهتماما بقيادة الرأي كشكل تأثير من شأنه تحويل الرسالة الإعلامية وتقديمها بواسطة أساليب اقناعية، يتعلق الأمر بمجموعة معينة متفق عليها "تعرف بالمشاهير" تتمهن مهن معينة أو ذات مكانة مجتمعية سمحت لها بالاتصاف بها، قد يكون قائد الرأي صحفيا مشهورا أو لاعب كرة قدم أو ممثل مشهورا أو رجل سياسة... الخ

ثالثا: يرتبط السبب الثالث تحديدا بما طرأ على مفهوم المؤثرين حاليا من خلال ظهور تكنولوجيات حديثة أدت إلى هذا "الحذر" في وصف شخص بعينه أو جهة معينة بالتأثير، ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي على سبيل المثال لا الحصر ساعدت في كون أن كل شخص مستخدم عادي استطاع الوصول لأعداد لا بأس بها من المتابعين عبر صناعة محتويات مختلفة، أضحي باستطاعته الوصول إلى التأثيرات التي تكلمت عنها الفرضيات التي طرحت من قبل الباحثين الذين عكفوا على دراسة ظاهرة المؤثرين بل وحتى تجاوزتها في بعض الأحيان.

رابعا: يتعلق هذا السبب في أن مفهوم المؤثرين واحد من المفاهيم الزئبقية التي تتشابك مع مفاهيم ومصطلحات قريبة منه خصوصا في البيئة الرقمية، فهناك مثلا من يفضل تسميتهم بالمؤثرين الاجتماعيين

وهناك من يلقبهم بصناع المحتوى الرقميين، هذا الأمر أدى إلى زيادة الحذر الذي انطلقنا منه لإبراز عدم الاستقرار على اصطلاح هذا المفهوم من قبل المشتغلين عليه.

خامسا: يتعلق الأمر بما أطلق عليه الباحث نصرالدين بوزيان إشكالية الترنج المعرفي وغياب الثبات العلمي في الدراسات التي عكفت على دراسة بحوث التأثير، ويتأتى هذا من خلال تركيز غالبية الدراسات الغربية في منطلقاتها البحثية على الجمهور بدل الرسالة، فمن التأثير القوي الى التأثير المعتدل الى العودة الى للتأثير القوة تارة والمحدود تارة أخرى، ففهم متغير التأثير والتركيز على الجمهور أوقع مجمل نظريات الاتصال في إشكاليات عديدة كالإثبات (اثبات التأثير، حجمه، ديمومته) الثبات المنهجي وحتى الصدق المعرفي فيبدو أن التركيز على الجمهور هو بمثابة الوقوف على أرضية متحركة ومتغيرة متأثرة بالعديد من الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية وغيرها من الاعتبارات الأخرى التي نجدتها على مدار الامتدادات التاريخية أو الخصوصيات المجتمعية⁴.

2. في معنى مفهوم المؤثر وصانع المحتوى (عرض الاختلافات بين المفهومين):

سنحاول الوقوف على نقاط الاختلاف والتلاقي التي تربط مفهوم المؤثرين بمفاهيم أخرى ترتبط به ارتباطا وثيقا كمفهوم كصانع المحتوى، وهي خطوة نراها مهمة للسير في بناء ورقتنا من أجل توضيح اللبس الذي يميز معاني هذا المفهوم، تحيلنا هذه النقطة كمدخل لتوضيح مسار ورقتنا عبر طرح جملة من الإشكالات التي تتعلق بفعل التأثير ذاته وهي خطوة أخرى نعتقد أنها مهمة خاصة وأننا نعيش في عصر الثقة الذي صار محكوما بقوانين ضبط تتعلق بتحديد صفة المؤثر خوارزميا وبيان هذه الأسئلة على النحو الآتي:

➤ كيف يتم فعل التأثير؟

➤ وماهي المؤشرات والدلائل التي يمكننا من خلالها معرفة أن شخص بعينه أو جمهور تأثر بمحتوى

خاص؟

➤ وهل يمكننا اعتبار فعل التأثير في عصرنا الحالي إيدان بعودة الفرضيات التي طرحتها النظريات

الكلاسيكية وعلى رأسها نظريات التأثير القوي والمباشر؟

➤ هل تعتبر النظرة الكمية للمتابعين الشائعة من أجل تحديد صفة المؤثر والتي تتبناها كوكبة كبيرة من

الباحثين الذين اشتغلوا على موضوع المؤثرين الرقميين سبب وجيه لتحديد سمة المؤثر؟

يأتي طرحنا لهذه التساؤلات في خضم طبيعة النقاش المحتدم حول مفهوم التأثير حيث يطرح الباحث MARC-OLIVIER GOULET-LANTHIER من خلال دراسته المعنونة بـ "مشاكل التأثير في مواقع التواصل الاجتماعي"، تعريفاً لمسألة التأثير في سياق عدم الاتفاق بين الباحثين الذين عكفوا على دراسة هذا المبحث المتشابك، بأنه "عمل تدريجي غير محسوس والذي يمارس على إرادة التصرفات النفسية"، مع ذلك يطرح الباحث في دراسته المشاكل التي قد تواجه الباحثين حول هذا الموضوع بالقول، "أنه من الاختزال التبسيط بشكل قاطع كل التعقيد الذي يختبئ وراء مفهوم التأثير، إن توصيف التأثير هو مهمة شاقة تمت معالجتها من قبل العديد من الباحثين، في مجالات مختلفة أكاديمية وبحثية في العلوم الاجتماعية، هذه الصعوبة وقد تم تسليط الضوء على تصنيف التأثير من قبل مارش March الذي قدم في خمس قضايا رئيسية الأسباب بحسب رأي الباحثين إنهم غير قادرين على تحديد التعريف العالمي لهذا الأمر بالإجماع بأنه مفهوم غير ملموس" وذلك بالرجوع الى عدة أسباب ومشاكل وهي كالآتي:

مشكلة الافتقار الى العمومية.

مشكلة تحديد ترتيب النفوذ.

مشكلة العواقب غير المتوقعة.

مشكلة أبعاد التأثير.

مشكلة القياس وحساب التأثير.⁵

2.2 في مفهوم المؤثر وصانع المحتوى:

مفهوم المؤثر الاجتماعي Social Influencer:

يعرف المؤثر الاجتماعي على أنه هو كل فرد ذو وصول اجتماعي كبير (10 آلاف متابع كأقل

تقدير) ولديه قدرة التأثير على القرارات التي يتخذها جمهوره، ونظراً لأنه أنشأ جمهوراً نشطاً يتابعه عبر

قنوات التواصل الاجتماعي، يمكنه أن يصبح من المدافعين عن العلامات التجارية أثناء تقديم منتج أو خدمة ذات صلة بجمهوره⁶.

في هذا الصدد خصلت دراسة لمحمد نور عبد الحميد و وتشاو كاي بوي و أوه شويت رينج المعنونة ب توقعات الشباب الماليزي للمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أن فئة المؤثرين هم عبارة عن أشخاص قاموا ببناء شبكة كبيرة من المتابعين من خلال تنسيق ونشر المحتويات النصية والمرئية بعناية على وجه الخصوص، روايات عن حياتهم اليومية وأن هذه الفئة "المؤثرين" على وسائل التواصل الاجتماعي هم: "أفراد يجذبون الأشخاص ويملكون أعداد كبيرة من المتابعين من خلال تواجدهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويشار إليهم أحيانا باسم "المشاهير الصغار" الذين يختلفون عن المشاهير الذين يكتسبون شعبيات كبيرة عبر وسائل الإعلام الرئيسية ولديهم أيضا اتصال أوثق مع جماهيرهم من خلال مشاركة حياتهم الخاصة معهم عادة ما يستعمل المؤثرين منصات التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك، إنستغرام، سناب شات ، تويتر، يوتيوب، حيث يستخدمون شبكتهم الكبيرة لممارسة التأثير على المستهلكين وهذا ما أجبر العديد من المسوقين بتحويل وتغيير إستراتيجياتهم التسويقية من الاستعانة بالوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف المطبوعة ومحطات الراديو إلى المؤثرين كأداة جديدة للتسويق والعلاقات العامة.

كما ينظر للمؤثرين من خلال الدراسة المذكورة أعلاه على أنهم أشخاص مفعمين بالراحة والإيجابية وأنهم أذكياء وطموحين ومنتجين ومتوازين ويمكن الاعتماد عليهم، وهذا الأمر يؤكد على أن هذه الفئة لا يعملون فقط كصانع محتوى ومؤيدين للمنتجات بل يتعدى الأمر للعبهم معظم الأوقات أدوارا متعددة بما في ذلك المستشار والبطل والوسيط بل والملمهم.

مفهوم صانع المحتوى Content Creator:

يرى جايد باول Jayed Powell أن صانع المحتوى والمؤثر كلاهما مبدعين رقميين باعتبارهما يمارسان "إنتاج المحتوى" إلا أنه هناك فرقا واضحا بينهما حيث يعطي مثلا شخصا مناسبا يقول من خلاله أن صانع المحتوى يعرض في محتواه أسلوب الحياة النبائي وأهميته من خلال تركيزه على الصفات الأصلية والأفكار البديلة، أي أن صانع المحتوى هو "منشئ فكرة وصانعها" وليس مروجاً لها كما يعتقد الكثير⁷

يتضح من خلال هذا العرض المفاهيمي لمفهوم المؤثر وصانع المحتوى أن الاختلاف بينهما جوهري في وهذا راجع الى طبيعة اشتغال كل واحد منهم، فالمؤثر طبيعة اشتغاله تتجلى من خلال صورته عبر منصات التواصل الاجتماعي بأنه شخص ذو مكانة مرموقة، هذه المكانة تجعل منه في كثير من الأحيان يلعب دور المستشار في مواضيع بعينها ووسيط لمتابعيه، بينما تبين صورة اشتغال صانع المحتوى في البيئة الرقمية من خلال المصطلح في حد ذاته، والذي يوحي بأن هذه الفئة تحديدا مهمتها صناعة وإنشاء محتويات في مواضيع ومجالات متعددة وليس الترويج لها.

3. السردية في المعنى والأهمية:

ان الباحث الذي يشتغل لأول وهلة حول موضوع السرديات أو خلق الروايات، يعي أنه أمام موضوع مركب ذو طبيعة متعددة الأوجه، إذ أنه محل اشتغال العديد من التخصصات المعرفية كعلم التاريخ وعلم الاجتماع و علم الانثروبولوجيا وغيرها من المعارف، و يعود هذا الى أهمية هذا المبحث الذي استخدمته العديد من الدول والشعوب البشرية على مر التاريخ وعلى رأسها اليهود بغية اصباح شرعيات وجودها للعالم، و يشير هذا المفهوم إلى " القصة التي نقدمها عن أنفسنا والعالم، بما يجعلها مصدرا مهما للمعلومات حول كيفية فهم الناس لحياتهم، وكيفية التعامل مع الحقائق المتباينة ونسجها معرفيا من أجل فهم الواقع، لا تقوم السردية على مجموعة من الحقائق المجردة بقدر ما تمثل منتجا له طبيعة اجتماعية يتم انتاجها ضمن سياق ثقافي واجتماعي وتاريخي محدد، وهو الأمر الذي يجعل السرديات وسائل تعبير عن الذات والآخرين ويضعها في قلب تشكيل الهوية"⁸

ويمكن تعريف الروايات التاريخية أيضا بأنها: تمثيلات للتاريخ وتتضمن إحساس المجموعة بما هي عليه وما ينبغي أن تكون عليه وبالتالي فهي توفر أساس هوية المجموعة ومعاييرها وقيمها، فضلا على أنها ترشد العلاقات بين المجموعات ويمكنها أيضا أن تكون بمثابة أسطورة لإضفاء الشرعية على الدولة ومشاريعها السياسية.⁹

بهذا يمكننا القول بأن السردية التاريخية لها أهمية متعددة الجوانب إذ يرجع هذا الأمر الى الكيفية التي يستخدم بها هذا المفهوم وبالتالي قد تكون السردية في بعض السياقات التاريخية والثقافية والاجتماعية لها إيجابيات وامتيازات خلافا للطرح السلبي لها، إذ بواسطتها يمكن أن تربط الأفراد أو الجماعات بأوطانهم

ونصرة قضايهم، كما يمكن للسردية التاريخية المساهمة أيضا في بناء الهوية الشخصية للجماعات والدول، وعليه يمكن أن يكون للسردية التاريخية وبنائها وكيفية استخدامها وجهين:

الأول: وجه للبناء.

والثاني: وجه للهدم.

1.3 البنية الإعلامية للسردية الإسرائيلية (الدعاية الصهيونية الراهنة):

استقطبت إسرائيل شركات الاعلام الغربية وصناعة السينما في هوليوود والنخب السياسية ومثلي البرلمان الغربية لعقود طويلة من أجل تعزيز خطاب متصهين يجد لها الأعذار ويسعى لقلب رذائلها الى فضائل تحت ذريعة "حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها" دون السؤال عن مبدأ التناسب في الحروب بين المقاتلين ونوعية الأسلحة الفتاكة، وخلال الأسبوع الأول من الحرب على غزة، في 7 أكتوبر / تشرين الأول، انتعش الخطاب الذي حاول تقليص العدسة فقط على أزمة المحتجزين الإسرائيليين في القطاع وغدا السؤال المرجعي النمطي: هل تدين حماس؟ بمنزلة بسملة لدى جل إعلامي الغرب خلال المقابلات التي أجريت مع السياسيين والنشطاء من شتى المشارب خاصة من العرب الأمريكيين أو العرب أو الأوروبيين¹⁰.

تتواصل حرب تثبيت الرواية عبر مختلف وسائل الإعلام وبخاصة منصات التواصل الاجتماعي بين مناصري الحق الفلسطيني ومؤيدي الزيف الإسرائيلي خاصة مع عملية طوفان الأقصى الأخيرة، ذلك أن ما فعله شباب الأقصى عبر هذه العملية استطاع أن يغير الكثير من المعتقدات والمسائل التي كانت تظهر على صور نمطية معينة، وغني عن البيان ان الحرب التي تعيشها غزة اليوم لم ولن تكن عسكرية في كليتها بل هي حرب إعلامية كذلك، نظرا لأهمية الجانب الإعلامي ذاته وفي هذا يقول الكاتب البريطاني "روديارد كيلينغ: "إن الضحية الأولى لأي حرب هي الحقيقة"، ولعلها المقولة التي تنطبق تماما على ما تفعله الآلة الإعلامية المتحكم بها من طرف اللوبي الصهيوني و التي ظلت عبر التاريخ تفرض الحرب على العالم بأسره منذ أكثر

من قرن وهو الأمر الذي أدى إلى تغليب الرأي العام العالمي والذي كان قبل عملية طوفان الأقصى يرى بمنظار ضيق للمقاومة الفلسطينية.

وقد اتخذت وسائل الإعلام المختلفة في هذا من الخطابات الدعائية الصهيونية الكثير من الأشكال والصيغ مخادعة بذلك الرأي العام العالمي ومشاركة في تلميع صور اليهود الذين اعتادوا ممارسة دور الضحية، وذلك بالاستعانة بكافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتاحة تقليدية أو رقمية، وفي خضم التطورات التي حصلت على مستوى الوسائل الاتصالية تطور أيضا مفهوم التأثير ليشمل سياقات واعتبارات أخرى تتعلق بالتأثيرات الشخصية الذي يحدثها شخص على شخص آخر أو على مجموعة (صغيرة - كبيرة) من الجماهير وهو نوع آخر من التأثيرات التي أضيفت إلى ما تحدثه هذه الفئة بالاستعانة بوسائل الإعلام الجماهيرية، وفي التاريخ ما يبرز ملاحظة تأثير الإعلام والمشاهير في قلب مجريات الحياة السياسية على سبيل المثال فقد ساهم انضمام مديعة التوك شو الشهيرة أوبرا وينفري إلى حملة باراك أوباما عام 2008م في ارتفاع نسبة التأييد له بما لا يقل عن 15 - 30 % فكان دعمها له من الأسباب المهمة في فوزه بالرئاسة¹¹، وبناء على هذه الأهمية التي تمتلكها فئة المؤثرين ومكانتهم داخل المجتمعات لم يتوانى اليهود يوما عن إغفال تكوين عالم الأشخاص المؤثر في شتى المجالات عن طريق الاستحواذ عليه بل وشراء ذمه بكل الطرق والوسائل الإغرائية، وفي هذا الصدد وفي خضم الحرب على غزة و منذ هذه العملية قام سكرتير نتنياهو العسكري بجمع المؤثرين الإسرائيليين على مواقع التواصل الاجتماعي بغية توجيههم من أجل زيادة العمل على نصرته السردية الإسرائيلية في خطوة توضح الأهمية القصوى التي توليها المصالح الإسرائيلية اتجاه هذه الفئة، ويأتي الاهتمام بالمؤثرين لعدة أسباب بناء على نوعية نشاطها الاتصالي وأيضا لكون أنها استطاعت تحقيق ما عجزت عنه الأشكال الاتصالية والتأثيرية القديمة سيما أنها استطاعت كسب أكبر الأعداد من المتابعين بالرغم من رداءة محتويات البعض منهم في غالب الأوقات، إلا أنها تظل نافذة مهمة للتأثير والتغليب وآلية مهمة لبناء الأسطورة اليهودية واضفاءها طابع الديمقراطية.

2.3 عينة الدراسة: تحليل مضمون مقابلة بيرس مورغن وأندروتيت:

نحاول من خلال ورقتنا البحثية مساءلة توجهات الاعلامي والمحاجج البريطاني بيرس مورغن بخصوص آراءه اتجاه ما يحدث في غزة هذه الأيام، وتوجهاته اتجاه الدفاع عن السردية الإسرائيلية، فقد تم الاعتماد على المنهج المسحي نظرا لكثرة اللقاءات والاستضافات التي قام بها بيرس مورغن بخصوص القضية

الفلسطينية، حيث أننا اخترنا لقاءه مع أندرويتيت كعينة قصدية كونها تخدم أهداف البحث، حيث يبلغ إجمالي دقائق اللقاء بـ خمسة وثلاثون دقيقة وستة ثواني، كما أننا سنعتمد في تحليلنا لعينة دراستنا على النموذج الأرسطي للإقناع والذي يشمل ثلاثيته الإقناعية الشهيرة والمتمثلة في اللوغوس Logos أي الإقناع بالخطاب، أو الباتوس Pathos أي الرهان على انفعالات الجمهور، الطرف المتلقي ونوازه، و الايتوس Ethos ويعني الرهان على أخلاق الباحث المتمثلة في صورة المنبر الإعلامي ذاته وسمته¹² ونحن في هذه الورقة سنلجأ الى الاستعانة بالخطاب الإقناعي المبني على الخطاب (اللوغوس) والذي يركز على الاستراتيجيات الكلامية للخطيب والمتمثلة في دراستنا في خطاب بيرس مورغن ذاته، و كذا نموذج (الايتوس) الذي يهتم بصورة الخطيب كون أن بيرس مورغن يمثل صورة المنبر الإعلامي والمنظومة التي يشغل ضمنها ويمثل نفسه من خلال ما يصرح به من كلام، وجانب (الباتوس) الذي يهتم ويركز على الجمهور وأحواله وأوضاعه حيث أننا نعتقد أن عينة دراستنا تعتمد تكرار مصطلحات ومفردات من شأنها حمل المتلقين على الاعتقاد بها نظرا لشهرته وقوته في الاستدلال والحجاج، وهو مناط اهتمام دراستنا من خلال مساءلة توجهاته المستبطنة.

طبيعة برنامج بيرس مورغن:

جدول رقم (01): يمثل فئة (اللوغوس): مظاهر التحيز من خلال خطاب بيرس مورغن.

النسبة	التكرار	
28 %	28	إدانة حركة حماس "بالإرهاب"
7 %	7	عدم إدانة أعمال الكيان الصهيوني بصفة "الإرهاب"

إدانة هجومات مقاومة حماس على قطاع الكيان الصهيوني في السابع من أكتوبر	8	8 %
شرعنة هجومات الكيان الصهيوني على غزة بعد أحداث السابع من أكتوبر	9	9 %

المصدر: من إعداد الباحث

يتجلى خطاب (اللوغوس) المتحيز لبيرس مورغن عند استضافته لأندروتيت من خلال تكرار سؤال واحد على ضيفه حول مدى ادانته للفعل الذي بادرت به حركة حماس في السابع من أكتوبر 2023، حيث أنه أصر على معرفة رأي ضيفه في البرنامج بالسؤال: ما رأيك بما فعلته حماس في السابع من أكتوبر؟ واتهام اندروتيت أحيانا على أنه داعم للمقاومة الفلسطينية إذا لم يجيب على سؤاله المذكور، بالإضافة الى تقريره الواضح بشأن الحرب التي تحدث في غزة وذلك بإدانته المباشرة للمقاومة الفلسطينية وتكرار صفة "الإرهاب" عليهم ووصفهم بمصطلحات نابية وخادشة في بعض الأوقات مثل: "عصابة من الإرهابيين، أشار التطرف الإسلامي، النازيين"، ورفضه التام لتسمية الأعمال التي يقوم بها الكيان الصهيوني بذات الصفة، بل تعدى به الأمر الى شرعنة الأعمال الوحشية التي يقوم بها الكيان الصهيوني كردود أفعال طبيعية يقوم بها أي طرف تم الهجوم عليه وهو يقوم بتلك الأعمال دفاعا عن أرضه وشعبه، بالإضافة الى هذا أكد بيرس مورغن في الكثير من المرات أثناء اللقاء دعمه للدعاية التضليلية التي قام الكيان الصهيوني الصاقها بهجوم السابع من أكتوبر من طرف المقاومة الفلسطينية وهي قتل الأطفال الصغار وحرقتهم أثناء الهجوم.

جدول رقم (02): يمثل فئة (الباتوس): الأحكام المسبقة من خلال خطاب بيرس مورغن.

التكرار	النسبة
---------	--------

2 %	2	التأكيد على سردية قطع رؤوس الأطفال اليهود من طرف المقاومة الفلسطينية
7 %	7	الجزم ببراءة أعمال الكيان الصهيوني
2 %	2	دعم سردية "الشعب اليهودي بدل شتات يهودي"

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال الجدول أعلاه والمتمثل في خطاب (الباتوس) والذي يهتم بعرض الأحاسيس والنوازع بشكل درامي غايته تحريك المشاعر لدى جمهور المتلقين حيث يتبين من خلال تحليل خطاب بيرس مورغن انه تعتمد في الكثير من أوقات لقاءه مع ضيفه أندرويتيت التللفظ بمصطلحات (قومية) متنازع عليها تاريخيا يتعلق الأمر أساسا بإشكالية عد اليهود واعتبارهم شعبا ككل الشعوب أم أنهم مجرد شتات فنجد بيرس مورغن في هذا الحوار يعتمد التفوه بمصطلحات مثل: "الشعب اليهودي شعب مسلم، واقتحام الحدود " في إشارة منه على أن اليهود شعبا له أرضه " بقوله: "لا تحاول مساواة السرقة مع عصابة من الإرهابيين الذين يقتحمون الحدود ويذهبون الى مكان مسلم وتقتل الناس وتعبر الحدود في 7 أكتوبر"، في حين نجد بيرس مورغن منساق وراء الدعاية الصهيونية التي أطلقها الكيان الصهيوني بعد العملية التي قامت بها حركة حماس في السابع من أكتوبر والتي أكدت أن المقاومين قتلوا وقطعوا رؤوس الأطفال، وهي واحدة من المحركات العاطفية التي استخدمتها الدعاية الصهيونية والتي من شأنها التأثير في عواطف الجمهور ودغدغة مشاعرهم والتي سقط في فخها كبار رؤساء الدول والصحفيين وكذا مؤثري منصات التواصل الاجتماعي بعد تنفيذ ثبوت الرواية المختلفة من طرف الكيان الصهيوني حيث تبين في الأخير الهدف منا اختلاق هذه الكذبة

من أجل دعشنة مقاومة حماس وإبراز كطرف إجرامي في الحرب¹³، تجدر الإشارة الى أن الكلمات والعبارات تحوز قوة كبيرة وقوية ويكون لها في غالب الأوقات وقع أقوى خاصة إذا تم ارفاقها بصور وان كانت تلك الصور مزيفة كما حدث مع هذه الحادثة، بالإضافة الى اختيار (الباث) الذي يعلن هذا الخبر ويكرره في كل مرة كما حدث مع حالة بيرس مورغن كون صحفي شهير وأيقونة من أيقونات الصحافة العالمية، في سياق آخر نجد بيرس يبرر في كل مرة من خلال كلامه طريقة الهجوم والقتل الذي يحدث للفلسطينيين ردا على أسئلة ضيفه اندروتيت بقوله: "لو كان ما يجري للفلسطينيين على أنه إبادة لأرادوا قتل كل من في فلسطين لكن لا يريدون ذلك، في حين حماس تريد قتل كل يهودي هذا هو الواقع..."، وأيضا بقوله: "يجب التخلص من حماس، إذا لم تفعلها بالطريقة التي تفعلها إسرائيل"، هذا من جانبه تبرير للأعمال الوحشية التي يمارسها الكيان الصهيوني على العزل في غزة، بينما نجد دائما بيرس مورغن يعتمد تبرئة للكيان الصهيوني ويحاول ان يلصق عليهم لباس البراءة من خلال ايجاءاته وتصريحاته المباشرة والغير مباشرة على شرعية تواجدهم على الأراضي الفلسطينية وكذا تعمدته نسيان السياق التاريخي لاحتلال فلسطين وتبرئة كل الأعمال الاجرامية في حق الشعب الفلسطيني بقوله: "اعطني مثالا واحدا حيث أن إسرائيل بدون أي استفزاز ذهبت الى غزة وقتلت 1500 بريء".

جدول رقم (03): يمثل فئة (الايثوس): صورة الحوار الدائر بين بيرس مورغن وأندروتيت.

النسبة %	التكرار	
56 %	56	مقاطعة الضيف
55 %	55	توجيه الحوار

قهر المحاور	18	18 %
-------------	----	------

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل صورة وشكل الحوار (الايثوس) الذي دار بين الصحفي بيرس مورغن وضيغه اندروتيت، حيث يعتبر هذا النمط الإقناعي من أنجع الأنماط الإقناعية، ذلك لأنه يرتبط بصورة الجهة أو الشخص الخطيب وبالتالي يناقش الايتوس مسألة الصورة المعيارية القيمية حول الذات، والصورة التي تتمثل في الجدول أعلاه من خلال اللقاء عينة الدراسة، حيث أننا نجد الصحفي بيرس مورغن يعتمد ويجبر ضيفه ويقاطعه في كل مرة من أطوار حلقة، من أجل توجيه الحوار الى سؤال تم تكراره من قبيل المخاطب (بيرس مورغن) والذي يريد من خلاله معرفة إجابة ضيفه من جهة والذي يقول فيه: "ما رأيك بما فعلته حماس في السابع من أكتوبر؟"، ومن جهة أخرى يصبوا من خلاله الى التأكيد على إرهابية ودعشنة مقاومة حماس بالإضافة الى هذا تعتمد بيرس مورغن في كل مرة على استخدام الأسلوب القهري في الحوار أو استخدام الحجج الشخصية¹⁴ في حوار مع ضيفه بحيث أنه اتهمه في العديد من المرات أنه يدعم الإرهاب فقط لأنه لم يجيب عن سؤاله المطروح أعلاه بالرغم من ان ضيفه كان يؤكد له على أنه يقف موقف الوسط من سؤاله وأن سؤاله غير صحي لأنه ينطلق من السابع من أكتوبر فقط وليس قبلها حيث حاول في كذا مرة تحوير سؤاله الى سؤال آخر بقوله: "لا تدين حماس على فعلتهم؟" أو في عبارة أخرى: "إذا أنت لا تعتقد أن ما حدث للشعب الإسرائيلي في السابع من أكتوبر هو إرهاب"، وأيضاً من صور القهر التي حاول استعمالها بيرس مع ضيفه أنه حاول تشبيهه بضيف سابق له في برنامجه وهو جيري كوربن الذي لم يجب عن سؤاله المطروح ل 15 مرة مكررة في كل حصصه حول إدانتهم لحركة حماس بسبب فعلها الذي يعتبره اجرامي، وفي إحدى دقائق الحوار عمد بيرس مورغن قطع كلام اندروتيت لأنه كان يدين الهجمات الضارية التي يقوم بها الكيان الصهيوني لكن بيرس أوقفه بحجة أنه سيعود للكلام عن ما تفعله إسرائيل في غزة الآن، إلا أنه عند عودته للشطر الثاني المخصص الكلام فيه عن إسرائيل جنح من جديد

إلى الحديث عن إسرائيل لكن بصيغ الدفاع عنها واستمرار إدانته للهجمات التي قامت بها مقاومة حماس في السابع من أكتوبر، زيادة على ما سبق تعمد المخاطب بيرس مورغن في حوار مع ضيفه تكرار عبارة "لا شيء يبرر الحادثة التي وقعت"، في إشارة منه على رفضه المطلق مما حدث فجر السابع من أكتوبر، كذلك تتجلى صور القهر النفسي التي حاول استخدامها بيرس مورغن في سياق دفاعه عن الإسرائيليين بقوله لضيفه: " أنت لست واقعيًا، لأنك تعتقد أن ما قامت به حماس في السابع من أكتوبر هو عمل حرية وفعل مقاومة وأنا أقول إن هذا الأمر مثير للسخرية ومخجل" مستخدما أسلوبا قهريا للاستهزاء برأي ضيفه بغية إضعافه.

يحملنا الكلام عن التحيز الذي لمسناه من خلال مساءلة توجهات بيرس مورغن، الى الحديث عن التوجهات الإيديولوجية للمنابر الإعلامية العالمية باختلاف تنوعاتها (مؤسسات إعلامية، صحفيين، مؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي)، كتحدى علمي ومعرفي يضعنا أمام إعادة التفكير من جديد في "إشكالية الموضوعية والذاتية" وتداخلها الفج مع إشكالية التحيز والحياد في العمل الإعلامي، وهو ما أبانت عليه ورقتنا من خلال آراء الصحفي البريطاني بيرس مورغن من خلال برنامجه الإعلامي الشهير، كإشكالية ابستمولوجية هامة من خلال استخدام هذا الثنائي كواجهات من أجل تلميع صور جهات وأطراف بعينها على حساب جهات أخرى، وإعادة مساءلة المنظومة المتحكمة في الآلة الإعلامية العالمية بما فيها منصات التواصل الاجتماعي الآن التي لبست لباس الموضوعية في ظاهرها.

4. خاتمة:

إن دراسة موضوع ظاهرة المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي أو عبر وسائل الإعلام المختلفة واحد من أهم الموضوعات والظواهر الآنية التي نتصادم معها يوميا من خلال استخداماتنا لهذه المنصات، والتي تتطلب منا كباحثين مساءلتها والغوص في أعماقها دون إطلاق أحكام مسبقة وجاهزة، ويتأتى هذا الأمر عبر الاستناد للتراث الكلاسيكي الذي انطلق من مفهوم محوري ناقشته مجمل نظريات الاتصال وهو مفهوم التأثير بدرجاته المختلفة (القوي والمعتدل والقوي تارة والمعتدل تارة أخرى)، و من جهتنا حاولنا من خلال هذه الدراسة، مساءلة توجهات المؤثر البريطاني بيرس مورغن من خلال تصريحاته

المباشرة أو المستبطنة في كلامه مع ضيفه وذلك للحديث عن عملية طوفان الأقصى في السابع من أكتوبر/ تشرين الأول 2023، وكما هو معروف شخصية بيرس مورغن ليست ككل الشخصيات التي يمكننا تجاوز آراءها ومعتقداتها في كل مجالات الحياة كونه من الشخصيات الأيقونية في العمل الإعلامي، ولأنه متابع ومحط أنظار الكثير من شرائح المجتمعات العالمية، وكما هو معروف أن للحظات المفصلية في التاريخ دور مهم كمسببات في كشف الحمولات النفسية للأشخاص والتي تتعلق بالآراء والمشاعر وغيرها من المكونات التي يمكن إخفاءها عن الناس في الأيام العادية، وهو الأمر الذي لمسناه مع تحيز وحياد بيرس مورغن الصارخ للطرف الإسرائيلي ضد الشعب الفلسطيني المظلوم من خلال نوعية طرحه للأسئلة أثناء اجراء حواراته مع ضيوفه ومن خلال تصرفاته وقهره لضيوفه عن طريق أخذهم الى مسالك يدينهم فيها عن آراءهم ودفاعهم عن الشعب الفلسطيني، وبكل تأكيد تظل دراستنا في هذا المقام عبارة عن محاولة جد متواضعة لمعرفة التوجهات الأيديولوجية لهذا المؤثر، ويظل موضوع المؤثرين بصفة عامة من المواضيع التي تحتاج حسب تقديرنا لدراسات أكبر من قبل المختصين في علوم الاعلام والاتصال لما له من أهمية نورد بيانها على النحو التالي:

أولاً: أن مفهوم المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي لايزال يحتاج إلى تحديد واصطلاح مفاهيمي حول صفة المؤثر ذاته من قبل المشتغلين في علوم الاعلام والاتصال وعلم النفس وعلم الاجتماع.

ثانياً: مساءلة التوجهات الإيديولوجية لهذه الفئة، ذلك أنها صارت تستغل في نشر ونصرة قضايا على حساب أخرى

وقد خلصت دراستنا البحثية الى جملة من النتائج بناء على التحليل والتقصي نوردها على الشكل الآتي:

- بين البحث أن بيرس مورغن يدين وبشدة هجومات حركة حماس على الكيان الصهيوني في السابع من أكتوبر/ تشرين الأول 2023.

- دل تحليلنا لحوار بيرس مورغن توجهه فيما يخص تبرئته وشرعنته للأعمال التي يقوم بها الكيان الصهيوني الآن في قطاع غزة لأنها نتيجة منطقية وطبيعية تتخذها أي دولة من أجل الدفاع عن نفسها.
- يؤمن بيرس مورغن بالسردية الدعائية للكيان الصهيوني والتي تؤكد أن مقاومة حركة حماس قطعت رؤوس الأطفال.
- يفتعل بيرس مورغن قطع كلام محاوره بل يلجأ في الكثير من المرات إلى تحويره عن طريق اتهامه من أجل توجيه الحوار لما يريد هو.
- يفند بيرس مورغن كل الهجومات التاريخية السابقة على الشعب الفلسطيني دون أي استفزاز منهم للكيان الصهيوني.
- يتعمد بيرس مورغن مقاطعة ضيفه أثناء حوارهِ معه كأسلوب قهري لعدم إتمام الكلام خوفا من نشر الحقيقة.
- يرفض بيرس مورغن رفضا قاطعا تسمية ما قام به عبر التاريخ وما يقوم به الآن الكيان الصهيوني من فظائع وتقتيل في حق الشعب الفلسطيني على تسميته بأنه أعمال إرهابية كسؤال طرح له في الكثير من المرات من قبل ضيفه.

5. قائمة المراجع :

¹ - مالك بن نبي، وجهة العالم الإسلامي ج2(المسألة اليهودية)، دار الفكر، دمشق، الطبعة السادسة، 2019، ص 44.

² - سورة التوبة، الآية 34.

* الأنتلجسنيا : هي فئة تضم الأشخاص المتعلمين من مدرسين وأدباء وشعراء وكتاب مقالات ونخب مختلفة المشارب والتخصصات، ساهمت بشكل كبير في بناء السردية اليهودية نظرا لمكانتها في المجتمع.

⁴ - نصر الدين بوزيان، أساليب الاقناع في القرآن الكريم محاولة تحليلية لإثراء النقاشات العلمية، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد

1، 2024، ص 46.

⁵ - MARC-OLIVIER GOULET-LANTHIER, LE PROBLÈME DE L'INFLUENCE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX : ÉTUDE D'UNE CAMPAGNE STRATÉGIQUE DE DÉVELOPPEMENT DE

NOTORIÉTÉ SUR TWITTER, MÉMOIRE PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL, OCTOBRE 2018, P 22.

⁶ - محمد زكريا خراب، المؤثرون وجمهور المتابعين- رؤية نقدية حول جدلية من صنع من؟، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية

والاتصالية، المجلد 02، العدد 01، 2022، ص 126

⁷ - يعقوب بن الصغير، هندسة الاعلام في ظل البيئة الرقمية بين تأثيثية المحتوى الرقمي ومكاسب الذكاء الاصطناعي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 08، العدد 02، 2023، ص 231.

⁸ - عبير ياسين، السردية الإسرائيلية حول حرب غزة الخامسة: محاولة للتفكيك، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، أكتوبر 2023، ص 03 - 04.

⁹ - Andrew Pilecki , Phillip L. Hammack , **Negotiating the past, imagining the future: Israeli and Palestinian narratives in intergroup dialog**, International Journal of Intercultural Relations , 2014, P 102.

¹⁰ - محمد الشرقاوي، بين خطاي الصهيونية والفلسطينية: تحول نسقي في تمثيلات الرأي العام العالمي، مركز الجزيرة لدراسات الاتصال والاعلام، العدد 03، كانون الثاني 2024، ص 270 - 271.

¹¹ - أحمد فهمي، هندسة الجمهور. كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات، آفاق المعرفة للنشر والتوزيع، ط4، 2019، ص 32.

¹² - عبد القادر ملوك، حجاجية الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، دار الأمان، الطبعة الأولى، الرباط، 2018، ص 134.

¹³ - أحمد السباعي(2023)، دعشنة حماس وقطع رؤوس وقطع رؤوس الأطفال اختلاق وتشويه سقط في فخها العم سام، متاح على الرابط:

<https://www.aljazeera.net/politics/2023/10/12/%D8%AF%D8%B9%D8%B4%D9%8%D8%AD%D9%85%D8%A7%D8%B3-6%D8%A9-%D9%88%D9%82%D8%B7%D8%B9-%D8%B1%D8%A4%D9%88%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D9%81%D8%A7%D9%84-%D9%81%D8%A8%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA>،

./https://www.aljazeera.net

¹⁴ - الحجة الشخصية (الشخصنة): كأن يعتمد المحاجج الى الطعن في شخص القائل بدلا من تفنيد قوله، وهي أيضا واحدة من أشهر المغالطات المنطقية المستخدمة من طرف المحججين.