

الحيز الافتراضي لدى الأقلية الفلسطينية في إسرائيل

هامة أبو كشك*

تقوم هذه المقالة على محاولة تقييم وسائل الإعلام الجديدة كحيز عامٍ يمكن من إتاحة النقاش وتسهيل المشاركة لدى الأقلية الفلسطينية في إسرائيل. المقال يُستهلّ بتناول الإعلام العربيّ في إسرائيل عمومًا، ثم يعرّج على مشاركة الفلسطينيين داخل إسرائيل في الإعلام الإلكترونيّ على وجه الخصوص ووسائله، مسلطًا الضوء على دور الحراك الشبابي من خلال نموذجين: الحرب على غزة ومخطّط برافر.

منذ قيام دولة إسرائيل، خضع الإعلام العربيّ فيها لرقابة مشدّدة وإشراف من قبل المؤسسة الحاكمة¹ كما أفرزت التمثيلات النمطية والأيديولوجية للأقلية الفلسطينية من خلال الإعلام الرئيسيّ المسيطر جملة معانٍ ودلالاتٍ سلبيةٍ بحقّ هذه الأقلية تجاه الغالبية اليهودية في الدولة كالتهديد والعداء والخصومة، وبالتالي تصويرهم كمنتهكين للقانون والنظام² هذا النوع من الإقصاء والتهميش يعطي السكّان العرب الدافع لاستخدام الإنترنت كحيزٍ عامٍ للتمثيل الذاتيّ ولتحدّي موقف السلطة والرقابة الراسخة.

فمع انتشار الإنترنت شهدت الصحافة العربية -التي كانت طوال سنوات خاضعة لرقابة مشدّدة وإشراف من قبل السلطات- تحررًا نوعًا ما من قيود هذه الرقابة، لتصبح أكثر حرّية ممّا كانت عليه في الماضي. بيّد أنّ الارتكاز والارتباط المادّي - الاقتصاديّ للصحافة العربية الإلكترونيّة (ولا سيّما التجارية والشعبية منها) بشركات إسرائيلية كبيرة دعاها للحفاظ على لغة معتدلة، وتناول قضايا أقلّ صراعًا.³

¹ Kabha, M. & Caspi, D. 2011. *The Palestinian Arab In/Outsiders: Media and Conflict in Israel*. London: Vallentine Mitchell.

² First, A. 2014. "A New Century and Still the Enemy: The Portrayal of Arabs in Israeli TV News during 2000-11". In: Caspi, D. *Ethnic Minorities in the Holy Land & Elias, N. (Eds.). Media & . London: Vallentine Mitchel, pp.43-58*

³ Kabha, M. & Caspi, D. 2011 (مصدر سابق)

إلى جانب مواقع الصحافة الإلكترونية العربيّة، بدأت في السنوات الأخيرة تزدهر مواقع الإنترنت الإخباريّة ذات الطابع المحليّ على المستوى البلديّ أو الإقليميّ، والأمثلة على ذلك أكثر من أن تُحصى.

حتىّ الآن، ليست هناك معلومات دقيقة عن عدد المواقع الإخباريّة باللغة العربيّة في إسرائيل. الرأى السائد أنّ هناك ما يقارب مئتيّ موقع.⁴ (من الجدير بالذكر أنّ أغلبيّة المعلومات الواردة في هذه المواقع تلبيّ الاحتياجات المحليّة التي لا تلبّيها المواقع الإخباريّة الرئيسيّة، وفي معظم الحالات محتويات هذه المواقع ضحلة وسطحيّة وذات معايير صحفيّة متدنّيّة).

في ما يتعلّق بشيوع الإنترنت واستخداماته عمومًا لدى الفلسطينيين في إسرائيل، يتّضح من البيانات الإحصائيّة لجمعيّة الجليل وركاز (2015) أنّ 90.4% من مجمل مستخدمي الحاسوب (ونسبتهم نحو 43%) يستخدمون الإنترنت، إذ إنّ نحو 84% من مستخدمي الإنترنت يستخدمونه للاطلاع والمعرفة، و 65% منهم يستخدمونه بهدف قراءة الأخبار، و 77% منهم من أجل استخدام الشبكات الاجتماعيّة.

بشأن المحتوى المتداول من خلال استخدامات شبكة الإنترنت في أوساط الأقلّيّة الفلسطينيّة في إسرائيل، وفي ما يتعلّق بمحتوى استخدامات الشبكات الاجتماعيّة والفيسبوك على وجه التحديد، فحتىّ الآن ليست هناك معطيات -وإنّ كانت أوليّة- عن ذلك المحتوى أو نوع الاستخدامات بالفيسبوك ذاته. أمّا في ما يتعلّق بالتدوين الإلكترونيّ، فقد أظهرت نتائج مسح وتحليل محتوى المدوّنات الفلسطينيّة في إسرائيل أنّها أكثر اهتمامًا بقضايا الشأن العامّ (57%) من قضايا الشؤون الخاصّة (43%). وفي مجال اهتمام المدوّنين بالشأن العامّ، تتصدّر القضية الفلسطينيّة قائمة هذه القضايا، تليها قضية العلاقة بين الأقلّيّة العربيّة والأغليّة اليهوديّة في إسرائيل. وفي مجال الشأن الخاصّ، كان اهتمام المدوّنات منصبًا على الخواطر والقضايا الدينيّة.⁵

من الملاحظ في السنوات الأخيرة، وتحديدًا بعد الثورات العربيّة، نشوء ظاهرة الحراك الشبائيّ عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ بين أوساط الشباب العرب في داخل الخطّ الأخضر؛ إذ أدّت هذه المواقع دورًا في إبراز الرأى والمشاركة في النقاش، وفي بعض الأحيان كانت قد استُخدمت كأداة في الحشد وتنظيم احتجاجات ومسيرات وطنيّة.

⁴ Daskal, Sh. & Shwartz altshuler, T. (2015). **A-Shams: The Challenges of an Arabic Raio Station in Israel**. Jerusalem: The Israel Democracy Institute.

⁵ Abu-Kishk, H. (in review). "Operation "Cast Lead" seen through the blogs and printed press in Arab society in Israel". In: Caspi, D. & Rubinstien, D. (Eds.), **Reporting the Middle East: Challenges and Chances**. Leiden. Brill.

في هذا السياق، أودّ تسليط الضوء على مثالين بارزين لنشاط احتجاجيٍّ ضدّ سياسة الدولة: الحرب على غزّة ومخطّط "برافر".

* الحرب على غزّة عام 2009 أو ما أطلق عليه اسم حملة "الرصاص المصبوب":

في الواقع، واكبت وسائل الإعلام الجديدة التطوّرات حتّى قبل بدء العمليّات العسكريّة وبعد قرار إسرائيل فرض تعقيم إعلاميٍّ على غزّة، ولا سيّما أنّه قبل أيّام من بدء عمليّة الرصاص المصبوب لم يُسمح للصحفيّين الأجانب بدخول منطقة الصراع، ومُنح الجنود الإسرائيليّون من اصطحاب هواتفهم النّقالة التي هي وسيلة شائعة لنقل المعلومات. هذه التدابير اتّخذت لغرض ترك مساحة أكبر لوسائل الإعلام الإسرائيليّة، و فقط لها، في توفير المعلومات عن الحرب، بغية التفرد في بناء الوعي والرأي العامّ وفق أجندتها هي، بما في ذلك تحديد من فاز ومن خسر في الحرب.

في سبيل الدعاية القوميّة (الهاسبارا) (הסברה) للسياسة الإسرائيليّة، قام IDC Herzliya بالاشتراك مع منظّمة Stand With Us وتنظيم Giyus بالعمل على الدعاية الإسرائيليّة،⁶ إذ جرى تجنيد متصفّحين ومدوّنين من ذوي الخبرة لهذا الغرض، وفي المقابل قامت وزارة استيعاب المهاجرين بتجنيد مهاجرين جدد فرودتهم بالحواسيب من أجل نشر الرواية الإسرائيليّة في الفضاء الإلكترونيّ بلغاتهم عبر المدوّنات ومجموعات الفيسبوك وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعيّ، وذلك من خلال الحملة التي سُميت "Help Us Win"، إذ أوكلت إليهم مهمّة الردّ على مقالات إخباريّة في الخارج والردّ على مدوّنات مناصرة للفلسطينيّين في غزّة ونشر تحديثات على التويتر وغيرها. في الوقت نفسه وفي الطرف المقابل في غزّة، تركّز نقل الأحداث على مجموعة من المدنّيين الفلسطينيين والصحفيّين الذين عملوا عبر عدّة وسائل إعلاميّة لتقديم لقطات وتقارير كانت على درجة عالية من الأهميّة لوسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليديّة على حدّ سواء. بالإضافة إلى هذا، ثمّ بسبب هذه المجموعة، وعلى الرغم من إبعاد/إقصاء الصحافة الأجنبيّة وقطع الكهرباء وإضعاف البنية التحتيّة للإنترنت في غزّة، مُلئت المواقع بالمقالات وصور الحرب التي أظهرت بدورها بشاعة المشهد وساعدت في حشد الرأي العامّ والتضامن مع الشعب الفلسطينيّ والعبارات المندّدة بالحرب.⁷

⁶ – المركز المتعدّد التخصصات في هرتسليا – مؤسسة أكاديميّة غير ممّولة IDC Herzliya
– منظّمة دوليّة غير سياسيّة تعمل على تحسين وتعزيز صورة إسرائيل في العالم، Stand With Us
– "تجنيد" تنظيم رقميٍّ عالميٍّ لنشطاء في حملات من أجل إسرائيل، Giyus
⁷ المصدر السابق.

علاوة على ما ذكر، خاض المتصّفحون -مناصرو الفلسطينيين من أنحاء مختلفة في العالم- حربًا افتراضيةً ضدّ المنظّمات المؤيِّدة لإسرائيل، بعضهم بادروا لذلك تطوُّعًا وعلى نحوٍ فرديّ، وغيرهم خرجوا عن صمتهم على نحوٍ منظمٍ. إحدى تلك الحملات التي نُظمت في ذلك الوقت أنشئت بالتعاون بين شبكة الطلبة القطريين وموقع الجزيرة-توك ومركز شباب الدوحة في قطر. هذه الحملة، التي هدفت إلى التضامن مع شعب غزّة وتقديم الدعم لهم عبر الإنترنت، سُميت "المقاومة الإلكترونية: أينما وُجد الظلم". ضمن هذه الحملة، شُيّدت خيمة في سوق "واقف" (الذي يعتبر أهمّ منطقة شعبية في الدوحة، والذي يستقطب الكثير من المواطنين والزوّار الأجانب) لمدة ثلاثة أيّام أُجريت خلالها ورشات تدريبية على كيفية التعامل مع مواقع التواصل الإلكترونيّ وتقديم المعلومات والتقنيّات اللازمة في الحرب الافتراضية لنصرة أهل غزّة.⁸

وهناك حملة أخرى أنشئت بمبادرة من مجموعة من المدوِّنين العرب من مختلف البلدان الذين توحدوا وأعلنوا عن "التدوين من أجل غزّة". كذلك أقيمت أكبر مظاهرة إلكترونية باشتراك عدّة مدوِّنات ومنتديات عربية. المظاهرة بدأت إذّاك عبر الفيسبوك في الأوّل من يناير عام 2009، وشملت أكثر من 13,000 عضو فيسبوك، و 87 مدوِّنة، و 57 منتدي عربيًّا.⁹

جزء من الفلسطينيين في إسرائيل شاركوا في هذه الحملات الإلكترونية المنظمة لدعم غزّة، وثمة آخرون بادروا إلى ذلك عبر صفحاتهم الخاصة في الفيسبوك والمدوِّنات. وسرعان ما تحوّلت صفحات الفيسبوك والمدوِّنات لدى هؤلاء إلى وسيلة لتمثيل الواقع وعرض المعلومات حول الوضع في غزّة. المدوِّنات في هذا السياق كانت عدسة مكبرة لمسرح الأحداث والشخصيات؛ فقد أخذ المدوِّنون قراءهم ومتابعيهم إلى كلّ زاوية وركن في قطاع غزّة ليعكسوا بذلك الوضع المأساويّ، وليسلطوا الضوء على معاناة السكّان، ولا سيّما الأطفال والمدنيّين العزّل. كانت تغطيتهم في الغالب عاطفية وطافحة بالمشاعر والألم. وفي غالبية هذه التدوينات جرى تحليل الحرب على غزّة ضمن سياق تاريخيٍّ أوسع، كالعودة إلى أحداث نكبة العام 1948 وغيرها، وتركّز خطابهم على خطاب "نحن" مقابل "هم".¹⁰

في حرب "الرصاص المصبوب"، لم يكن خطاب الحشد والتجنيد على وجه الخصوص في هذه التدوينات ذا زخمٍ مقارنةً بحرب "الجرف الصامد". ففي الحرب الأخيرة عام 2014، صُنفت غالبية التدوينات ضمن خطاب الحشد والتجنيد المذكورين. المدوِّنون وقروا المعلومات والروابط المتعلّقة بالمظاهرات والإضرابات لتعزيز النشاط السياسيّ، لا على نحوٍ مباشر ("أونلاين") فحسب، بل كذلك على نحوٍ غير مباشر ("أوفلاين"). ومنهم من عزّز الحشد

⁸ المصدر السابق.

⁹ المصدر السابق.

¹⁰ المصدر السابق.

والتجنيد لا على المستوى المحلي فحسب، بل قدّموا معلومات حول مظاهرات احتجاجية على صعيد الدول العربية وعلى صعيد دول الغرب.

من الواضح أنّ المدوّنين الفلسطينيين في إسرائيل استفادوا، بعد فترة حرب "الرصاص المصوب"، من تجربة تأثير الشبكات الاجتماعية والمدوّنات في الثورات بالعالم العربي لغرض التعبئة الجماهيرية، فخلال هذه السنوات نجحوا في بناء وبلورة مجتمع افتراضي (virtual community).

*مشروع تنظيم إسكان /تهجير البدو في النقب -الذي يطلق عليه "مخطّط برافر":

عبر شبكات التواصل الاجتماعي أُطلقت دعوة لحشد أكبر عدد من الجماهير العربية للاشتراك في سلسلة تظاهرات واعتصامات احتجاجاً على مخطّط "برافر" وسياسة تهويد النقب، فمن خلال صفحات الفيسبوك والمدوّنات أُطلقت العبارات المندّدة بالمخطّط التهودي والدعوة إلى التظاهر لمنعه.

في هذا الشأن، كان الدور الذي قام به الفيسبوك عامّة أكثر جلاءً من دور المدوّنات (سواء في هذا ما كان منها عبر صفحات الفيسبوك الشخصية أو تلك العامة). فقد أُسست عدّة صفحات على الفيسبوك تندّد بالمخطّط لها تسميات حملت في طياتها "برافر لن يمرّ". هدفت هذه الصفحات في الأساس إلى التعريف بالمخطّط والكشف عنه، إذ شُبه بالنكبة الفلسطينية، وكذلك هدفت إلى حشد وتجنيد عدد كبير من المشاركين في التظاهرات والمسيرات في أنحاء مختلفة في البلاد من خلال الإعلان المستمرّ ونقل صور من المظاهرات والمواجهات بين الشرطة والمتظاهرين، وفي بعض الأحداث نُشرت أسماء المعتقلين وصورهم. من الجدير بالذكر أنّ نقل المظاهرات عبر صفحات الفيسبوك لم يكن على المستوى المحلي فقط، بل تعدّاه ليخرج عن نطاق الدولة، إذ نُقلت صور لمظاهرات في أماكن عدّة في بعض الدول الأوروبية والدول العربية وفي الضفة الغربية. وهذه واحدة من الإنجازات القويّة تُحسب لدور الشبكات الاجتماعية هي التجسير بين المحلي والدولي، وهو ما يسمح بنقل ظواهر محليّة لأنحاء مختلفة بغية خلق تأثير، وذاك على الرغم من أنّ العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد والسلوك السياسي لا تزال مسألة مثيرة للجدل.¹¹

¹¹ في أدبيات الإعلام الجديد هنالك تباين بشأن دور وإسهام الإعلام الجديد في التعبئة الشعبية وإحداث التغيير. فأولئك الذين ينتسبون للحميّة يرون أنّ وسائل الإعلام الجديدة قد أدت دوراً هاماً في التعبئة والتشديد إلى حدّ تغيير حكومات. أمّا (Technological Determinism) التكنولوجية المعارضون أو المشكّكون في دور الإعلام الجديد، فيرون أنّ الادعاء الأخير مُبالغ فيه. وثمة باحثون آخرون اعتمدوا نهج السياق ووفق هذا النهج فإنّ الإعلام الجديد والتكنولوجيا يجب أن يُتناول دورهما وتأثيرهما وفق السياق السياسي المحلي (بيئتهما). (contextualism)

على وجه العموم، يمكن الاستنتاج أن نموذج الحراك الشبائي الإلكتروني، ثم العمل على أرض الواقع بمناهضة مخطّط برافر، كان قوياً ونجح في إيصال مبتغاه: التوعية السياسيّة والتحفيد. ولكن من الجدير بالذكر أن الصفحات الحراكيّة، سواء منها السياسيّة أو النسائيّة أو الدينيّة، على الأغلب تنشأ نتيجة أحداث معينة، ولكنها سرعان ما تخمد مع انخامد تلك الأحداث، أو تغدو أقلّ نشاطاً، وغالبيّتها لا تحظى بأرقام قياسيّة من المشتركين/المتابعين.

وهنا يجدر بنا التساؤل مع كثرة هذه المواقع والصفحات الفيسبوكيّة: هل حقاً قامت الأقلّيّة الفلسطينيّة بإسماص صوتها وقضاياها عبر الإنترنت، ولا سيّما أنّها عانت من عدم الوصول والمشاركة الإعلاميّة التقليديّة؟ هل حقاً قوى استخدام قنوات الاتّصال الإلكترونيّة هويّتها الداخليّة، ومنحها فرصة إظهار هويّتها هذه للعالم الخارجي وتمكين نفسها؟

لا شك أن الإنترنت كوسيلة قد وفّرت مجموعة واسعة من أدوات المشاركة والإنتاج الإعلاميّ ذات التكاليف المنخفضة والفاعليّة من حيث الاستخدام والنشر، ولكن في نفس الوقت لا يحظى كلّ محتوى في الإنترنت "باستهلاك" من خلال الاطّلاع عليه والمشاركة العامّة (public visibility). لذلك، في هذا المضمار، تسجيل المشاركة وحده لا يكفي، بل الأهمّ أن تُسمَع و "تستهلك" هذه المشاركة لا أن تُنشر فقط. المشاركة ستظلّ محدودة جدّاً، إذا كان الناس فقط يتكلّمون أو يكتبون ولا يُسمعون؛ وذلك أنه ستتولّد عندذاك بدلاً من تبادل الأفكار مونولوجات ذاتيّة.

وفي حالتنا الفلسطينيّة داخل الخطّ الأخضر، قليلاً جدّاً هي المدوّنات والمواقع الإخباريّة والصفحات الفيسبوكيّة التي تحظى بجماهيريّة شعبيّة، والتي أيضاً قد تعدّى حيّز خطابها حدودَ الدولة الجغرافيّة، وأفلحت في إيصال رسالتها وقضاياها إلى العالم. لذلك، يمكن اعتبار أغلب هذه المواقع والمدوّنات مجردّ مونولوجات ذاتيّة أو حيّزات ذاتيّة لا عامّة. وما دامت لا ترقى إلى الشعبيّة والشيوخ، فستظلّ عبارة عن نداءات وحيدة ليس لها أيّ مفعول على أرض الواقع في نضالها من أجل التغيير المنشود؛ فالعبرة ليست بكثرة الوسائل، وإنما بقدرة تلك على الوصول إلى جمهور أوسع.

قصارى القول إنّ الأقلّيات والمجموعات المهمّشة، أو تلك التي تسعى إلى إسماع قضاياها، عليها أن تكون قادرة على إنتاج إعلام سياسيّ واسع الانتشار والجمهور، وإنّ الواقع يؤكّد أنّ وسائل الإعلام الجديدة كفيلة بتلبية تلك الطموحات.

- د. هامة أبو كشك - باحثة ما بعد الدكتوراة Postdoctoral researcher في جامعة تل أبيب.