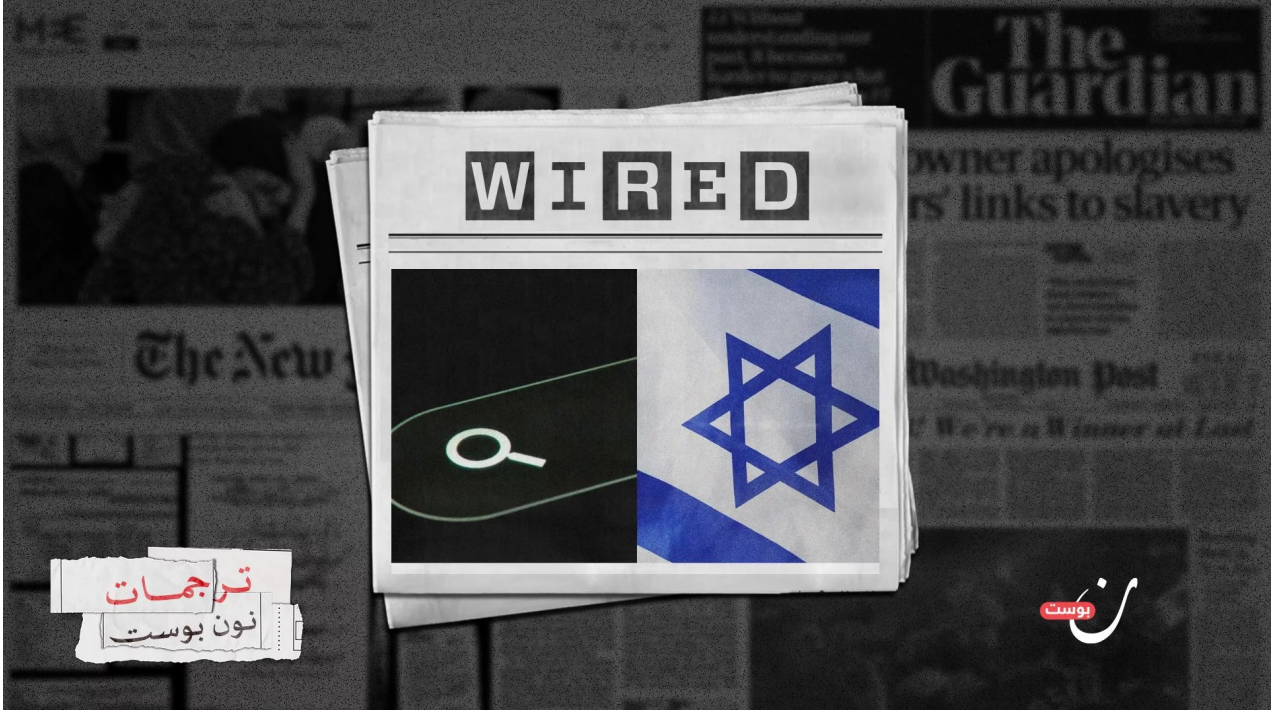


”الحرب الإعلانية“.. كيف تستخدم ”إسرائيل“ غوغل كسلاح لتقويض دعم الأونروا؟



ترجمة وتحرير: نون بوست

في منتصف شهر كانون الثاني/يناير، كانت مارا كرونينفيلد تبحث على غوغل عن اسم المنظمة غير الربحية التي تديرها، والتي تجمع الأموال في الولايات المتحدة لصالح أكبر مقدم للمساعدات الإنسانية في غزة. وبينما كانت تستعرض نتائج البحث عن منظماتها، الأونروا في الولايات المتحدة، الشركة لوكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في الشرق الأدنى (الأونروا)، لاحظت إعلانًا مفاجئًا.

كان الإعلان يبدو وكأنه ترويج من وكالة الأمم المتحدة، لكن الرابط كان يؤدي إلى موقع إلكتروني تابع للحكومة الإسرائيلية. وتقول كرونينفيلد إنها اكتشفت أن هذه الحملة الإعلانية على الإنترنت، التي استمرت لعدة أشهر، كانت جزءًا من جهد إسرائيلي لتشويه سمعة الأونروا وسحب تمويلها.

وفي الوقت الذي واجهت فيه كرونينفيلد الإعلانات، كانت إسرائيل قد اتهمت 12 موظفًا من موظفي الأونروا بالمشاركة في الهجوم القاتل الذي شنه مقاتلو حماس على إسرائيل في تشرين الأول/أكتوبر الماضي. ووصف مسؤولون إسرائيليون الأونروا بأنها واجهة لحماس وحثوا حكومات مثل الولايات المتحدة على وقف تمويل الوكالة. وكان انطباع كرونينفيلد أن إسرائيل أرادت أيضًا تشويه سمعة الأونروا في الولايات المتحدة وقطع التبرعات عنها.

يرجع ذلك جزئيًا إلى الحملات الإعلانية على غوغل التي استهدفت الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث ارتفعت التبرعات للمنظمة بشكل كبير بعد أن شنت إسرائيل حربًا شاملة على غزة بهدف هزيمة حماس، مما أدى إلى خلق أزمة غذاء ومأوى. وتقول كرونينفيلد إن منظماتها جمعت أكثر من 32 مليون دولار من حوالي 73,000 متبرع في سنة 2023، مقارنةً بحوالي 5 ملايين دولار من نحو 5,700 متبرع في السنة السابقة.

ومن خلال شراء إعلانات تستهدف عمليات البحث عن ”الأونروا“ و”الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية“، يبدو أن الحكومة الإسرائيلية تهدف إلى توجيه المانحين المحتملين إلى صفحة إلكترونية تحتوي على ادعاءات حول عدم موثوقية الأونروا. وتدعي هذه الصفحة أن الوكالة الأممية لم تكشف ما إذا كان توظيف أعضاء من حماس ينتهك حيادها، وأنها لا تحقق في استخدام المتطرفين لمنشأتها. وفي الواقع، تشترط الأونروا الاستقلالية عن المصالح العسكرية، وأظهرت مراجعة خارجية وجود دليل على إجراء عمليات تفتيش للمنشآت، رغم أنها اقترحت أن هذه العمليات قد تحتاج إلى أن تكون أكثر تكرارًا. بعد مشاهدة الإعلانات - التي تمولها وكالة الإعلانات الحكومية الإسرائيلية، حسب التفاصيل التي تظهر عند النقر على زر القائمة بجانبها - سعت كرونينفيلد وطاقمها المكون من سبعة أشخاص بسرعة إلى غوغل طلبًا للمساعدة في مواجهة ما اعتبروه حملة تضليل.

وما حدث منذ ذلك الحين يُظهر العلاقة الحساسة التي حافظت عليها غوغل مع عميلها الإعلاني، إسرائيل، وحدود رقابة الشركة على المعلومات المضللة المزعومة في الإعلانات.

ويقول العديد من موظفي غوغل الحاليين والسابقين لـ ”وايرد“ إن الحملة المناهضة للأونروا ليست سوى جزء من سلسلة إعلانات دبرتها إسرائيل في الأشهر الأخيرة، والتي أثارت شكاوى داخل الشركة وخارجها. ولم يتم الإبلاغ من قبل عن الإعلانات المتعلقة بالأونروا أو عن الحملات الأخرى التي تستهدف الشرق الأوسط.

في الفترة من أيار/مايو حتى تموز/يوليو عندما استفسر المستخدمون عن أكثر من 300 مصطلح متعلق بالأونروا، ظهرت الإعلانات الإسرائيلية بنسبة 44 بالمائة من الوقت الذي كانت فيه إعلانات الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية مؤهلة للظهور، وفقًا لتحليلات حساب إعلانات الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية على غوغل. بينما ظهرت إعلانات الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية في 34 بالمائة فقط من الحالات المؤهلة للظهور.

وتقول كرونينفيلد إنه من الصعب قياس تأثير الحملة الإسرائيلية، فقد أنفقت منظمتها غير الربحية عشرات الآلاف من الدولارات، بالإضافة إلى وقت الموظفين، في محاولة لتجاوز الإعلانات الإسرائيلية على غوغل. ورغم ذلك، تشير إلى أن الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية جمعت في النصف الأول من هذه السنة المبلغ ذاته الذي جمعته في سنة 2023 بأكمله. وقد سجلت المنظمة هذه السنة رقمًا قياسيًا بلغ 78,000 متبرع، وهو أكبر عدد من المتبرعين منذ تأسيسها في سنة 2005.

تقول كرونينفيلد إن ما يثير قلقها بشكل خاص هو أن الأمريكيين يتعرضون للدعاية الإسرائيلية أثناء محاولتهم فهم دور الأونروا في الأزمة الحالية. بجانب إعلانات البحث؛ بثت إسرائيل أيضًا إعلانات فيديو في الولايات المتحدة عبر غوغل، تدعي أن ”الأونروا لا تنفصل عن حماس“ وأنها ”تواصل توظيف الإرهابيين“. قد يؤدي هذا التصور الخاطئ إلى تهديد دعم الحكومة الأمريكية للأونروا، التي كانت قبل الحرب أكبر مانح للوكالة.

وتضيف كرونينفيلد: ”هناك حملة قوية بشكل لا يصدق لتفكيك الأونروا. وأريد أن يعرف الجمهور ما يحدث وطبيعته الخبيثة، وخاصة في وقت تتعرض فيه حياة المدنيين للهجوم في غزة“.

تقول جاسيل بوث، المتحدثة باسم غوغل، لـ ”وايرد“ إن الحكومات يمكنها تشغيل إعلانات طالما أنها تلتزم بسياسات الشركة، ويُشجع المستخدمون والموظفون على الإبلاغ عن أي انتهاكات مزعومة. وتوضح بوث بشأن القواعد: ”نحن نطبقها بشكل مستمر ودون تحيز. إذا اكتشفنا إعلانات تنتهك هذه السياسات، فإننا نتخذ إجراءات سريعة“.

وقد أقرت وزارة الخارجية الإسرائيلية في نيويورك بذلك لكنها لم تستجب لطلبات متعددة للتعليق على

هذه القصة على مدى الأشهر الأربعة الماضية.

إجراءات الأونروا

باستخدام ما يقرب من 1.5 مليار دولار سنويًا من دعم المانحين، توظف الأونروا حوالي 30 ألف شخص لتثقيف وإطعام وتوفير الرعاية لملايين اللاجئين الفلسطينيين في غزة والمناطق المجاورة. ويقول أنصار الأونروا إن إسرائيل لا تحب أن تحافظ الوكالة على وضع اللاجئين الفلسطينيين، والذي يمكن القول إنه يمنحهم فرصة أفضل لاستعادة الأراضي المحتلة يومًا ما.

اتهمت إسرائيل الأونروا على مدى عقود بالعمل كعائق أمام تحقيق السلام الدائم، من خلال حماية حركة حماس، التي صنفتها الولايات المتحدة بالإرهابية، والمساعدة في تمكينها. كما ادعت أن الأونروا تسهم في نشر أيديولوجية الكراهية عبر تعليمها لجيل بعد جيل.

وردًا على اتهامات إسرائيل، قامت الأونروا هذه السنة بطرد 13 موظفًا، من بينهم تسعة حددت هيئة الرقابة أنهم ربما كانوا متورطين في الهجوم الذي شنته حماس السنة الماضية، استنادًا إلى الأدلة التي قدمتها إسرائيل. وفي الوقت نفسه، أوقفت الولايات المتحدة تمويل الأونروا منذ كانون الثاني/يناير. ومع ذلك، تعهدت دول أخرى، كانت قد خفضت دعمها للوكالة هذه السنة مثل ألمانيا وسويسرا، بإعادة استئناف تمويلها.

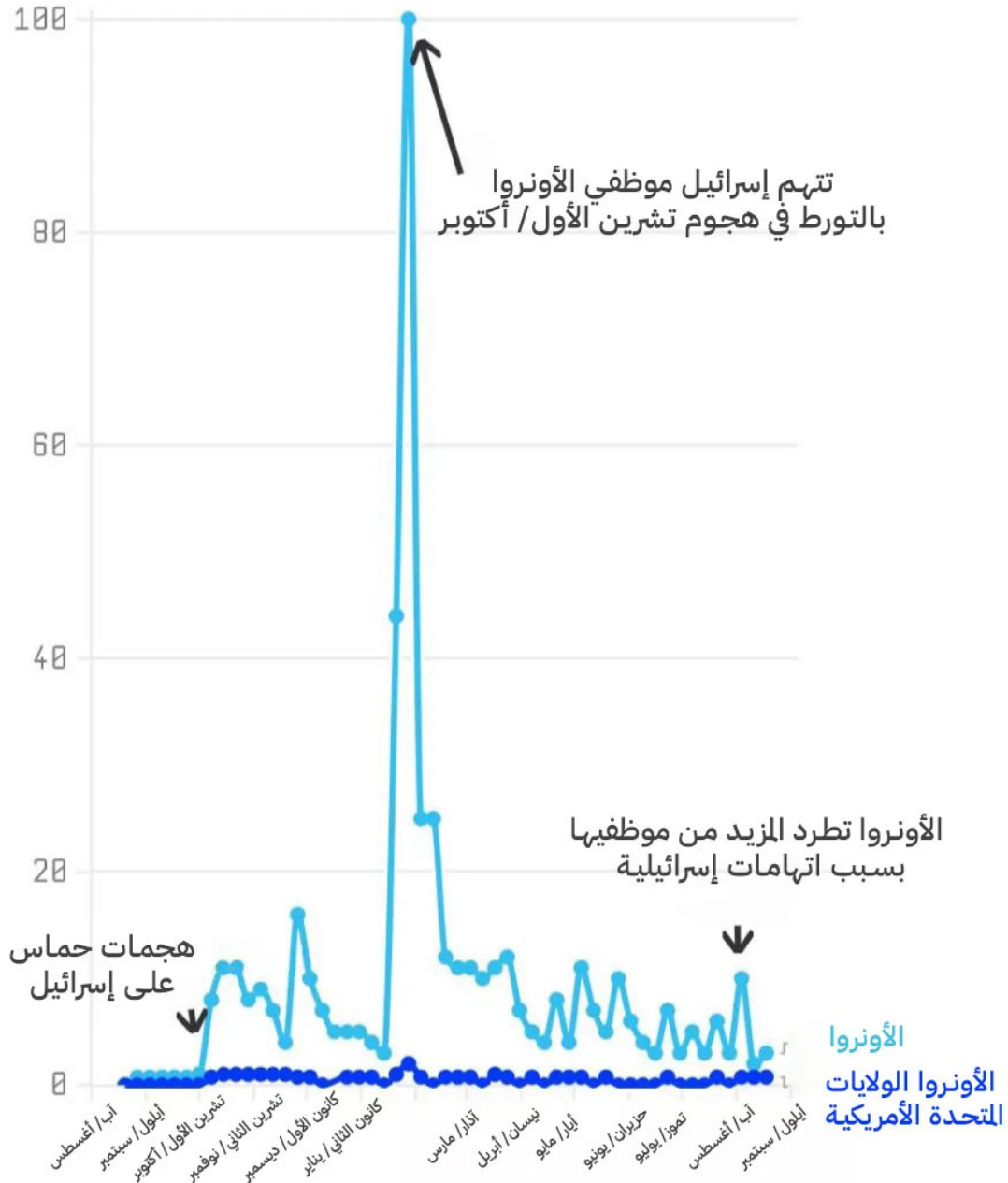
وقال المفوض العام للأونروا، فيليب لازاريني، إن منظمته تلعب دورًا محايدًا وحيويًا في المنطقة وأنها تشارك في الفحص والتدريب لإبعاد المتعاطفين مع حماس عن صفوفها.

تقول كرونينفيلد، وهي يهودية، إن شفافية لازاريني وجهوده الطيبة جعلتها تشعر بالراحة بشأن دورها في الأونروا. وقد انضمت كرونينفيلد إلى الأونروا في الولايات المتحدة في سنة 2020، لأن جدها كان قد هرب من ألمانيا النازية وغرس فيها أنه لا ينبغي معاملة أي شخص بوحشية، بغض النظر عن مكان ولادته. ومن بين المبادرات التي قادتها، تعزيز الإعلانات عبر الإنترنت لتحقيق عائد لا يقل عن 3.90 دولار لكل دولار يتم إنفاقه.

وبسبب الحرر؛ بلغ العائد على الاستثمار 25 دولارًا لكل دولار يتم إنفاقه هذه السنة، لكن المنافسة من إسرائيل على غوغل تعني أن الأونروا في الولايات المتحدة تفوز بمزادات إعلانية أقل ومن المرجح أن يتم عرض رسالتها لعدد أقل من المستخدمين.

الحرب تزيد من عمليات البحث على جوجل في الولايات المتحدة للأونروا خلال السنة الماضية

تشير القيمة 100 إلى ذروة شعبية الموضوع، وفقاً لغوغل.



وبعد أن قدمت كرونيغفيلد وزملاؤها شكوى إلى غوغل في كانون الثاني / يناير بخصوص الإعلانات الإسرائيلية التي تحمل عناوين مثل ”الأونروا لحقوق الإنسان“، أفادوا بأن ممثل الشركة أبلغهم، دون تقديم تفسير، أن تلك الإعلانات قد أزيلت. ومن جانبها، تقول بوث من غوغل إنه لم يُرصد أي انتهاك للسياسات.

بحلول شهر أيار / مايو، أظهرت لقطات الشاشة التي أطلعت عليها ”وايرد“ أن إسرائيل استأنفت الترويج

لنفس المحتوى ولكن بعبارات معدلة - ومن بينها ”حياد الأونروا معرض للخطر“، ”إسرائيل تكشف عن قضايا الأونروا“، و”إسرائيل تدافع عن ممارسات إنسانية أكثر أمثا وشفافية“، والتي توضح بشكل أكثر وضوحًا ما سيحصل عليه المستخدمون إذا نقرّوا على هذه الإعلانات.

وصرحت كرونينفيلد أن الإعلانات المعدلة، والتي تشير إلى ما تعتبره الأونروا في الولايات المتحدة الأمريكية تضليلًا غير نزيه إلى حد كبير فقد تم عرضها في جميع أنحاء الولايات المتحدة وأوروبا ولا تزال تظهر على غوغل منذ بداية هذا الشهر على الرغم من الشكاوى الإضافية التي تقدمها الأونروا في الولايات المتحدة، والتي تدّعي أن هذه الإعلانات ”تحول سياسات غوغل لمنع تقديم ادعاءات كاذبة بشكل واضح ويمكن أن تؤدي إلى عرقلة المشاركة أو الثقة في العملية الانتخابية أو الديمقراطية بشكل كبير“. وتعتقد أيضًا أن الإعلانات تتعارض مع سياسة غوغل التي تحظر استخدام العلامات التجارية لشخص آخر ”بطريقة مربكة أو خادعة أو مضللة“.

وإضافة إلى ذلك، لا تُعد الشكاوى المتعلقة بظهور إعلانات المنافسين في عمليات البحث عن شركة أو مؤسسة معينة أمرًا جديدًا على غوغل. إذ ينتهي الأمر دائمًا بالشركات إلى إنفاق مبالغ طائلة لضمان عدم محاصرتها من قبل منافسيها في الروابط المروّجة في أعلى نتائج البحث عن اسمها.

وفي دراسة نُشرت هذا العام حول هذه المنافسة، قدّر باحثون جامعيون أن حوالي 50 مليار دولار سنويًا، أو ما يقرب من ثلث عائدات إعلانات البحث في غوغل، تأتي من الإعلانات على الاستعلامات التي يبحث فيها المستخدمون عن موقع إلكتروني أو علامة تجارية معينة، ورفضت غوغل التعليق على هذه الدراسة.

ويقول كريستو ويلسون، عالم الحاسوب في جامعة نورث إيسترن الذي شارك في هذه الدراسة: ”نشك في أن إسرائيل تدفع مبلغًا كبيرًا لظهور هذه الإعلانات باستمرار“. وبالنظر إلى أنه من غير الممكن أن تضحي غوغل بالمبيعات من خلال اتخاذ إجراء بشأن هذه المسألة؛ يقترح ويلسون أن تتوقف المنظمات التي يتم عرض الإعلانات باسمها عن محاولة الإعلان باستخدام اسمها.

ويقول: ”إن الانسحاب الهائل من شأنه أن يؤثر على أرباح غوغل النهائية“. وأضاف ولسون: ”أنفهم أن هذا سيكون شيئًا صعبًا جدًّا على رئيس التسويق أن يتقبله عندما يقول شخص ما إن منتجك ليس جيدًا أو أنك منظمة غير ربحية فاسدة“.

وأكد التقرير أن غوغل تحظر عرض بعض الإعلانات على موضوعات بحث معينة تعتبرها ”حساسة“، وهي تسمية استخدمتها غوغل خلال الانتخابات الأمريكية لعام 2020، و جائحة كوفيد والحرب المستمرة في غزة، وفقًا للشركة. لكن أحد موظفي غوغل غير مصرح له بالتحدث إلى وسائل الإعلام يقول إن الشركة اختارت عدم اتخاذ إجراء بشأن عمليات البحث عن ”الأونروا“ والمصطلحات ذات الصلة على الرغم من ارتباطها بالحرب. ويزعم هذا الشخص أن غوغل قلقة من أن فرض إجراءات صارمة بشكل مفرط ضد إسرائيل قد يعرض الأعمال التجارية المستقبلية مع هذا البلد للخطر، ويؤكد بوث من شركة غوغل على أن شركته لا تريد أن تؤثر القرارات السياسية العامة على الاعتبارات التجارية.

استهداف الشرق الأوسط

وأشار التقرير إلى تعبير بعض موظفي غوغل عن مخاوفهم بشأن استخدام إسرائيل لعدد من تقنيات غوغل، مثل الحوسبة السحابية والصور، بالإضافة إلى التحيز الملموس لدى الإدارة في وحدة يوتيوب التابعة لها تجاه تفضيل إسرائيل في سياسات المحتوى وتحقيق الدخل.

ويقول جوش ماركسن، وهو مهندس برمجيات في ”غوغل كلاود“ اعترض على تعاقد أجراه مع إسرائيل، وهي صفقة تُعرف باسم نيمبوس: ”لقد رأينا إسرائيل تستخدم الكثير من خدمات غوغل كسلاح“.

وفي حين أثارَت صفقة نيمبوس احتجاجًا واسعًا وعمامًا، يقول بعض الموظفين إنهم غاضبون داخل غوغل من الحملات الإعلانية الإسرائيلية لأن المستخدمين اشتكوا منها.

وفي تشرين الأو/أكتوبر، أزالَت غوغل حوالي 30 إعلانًا إسرائيليًا يحتوي على صور عنيفة بعد تحقيق أجرته مجلة ”بوليتيكو“، كما واجهت الشركة انتقادات بسبب الإعلانات الإسرائيلية الحساسة التي كانت تُعرض في تطبيقات ألعاب الأطفال. لم تكن هذه هي المرة الأولى التي تنتهك فيها الإعلانات الإسرائيلية قواعد الشركة. فلأسباب مماثلة؛ ورد أن يوتيوب حظر في آيار/مايو سنة 2021 إعلانًا إسرائيليًا يقول إن إسرائيل ستدافع عن نفسها ضد حماس.

وفي نيسان/أبريل الماضي؛ بدأ مستخدمون مثل الفنانة نورا أحمد شاهين، وهي فنانة مصرية، في الشكوى على وسائل التواصل الاجتماعي مما وصفه العديد من الأشخاص لموقع ”وايرد“ بأنه إعلانات صادمة من إسرائيل تقاطع مشاهدتهم على يوتيوب. كان الإعلان الذي شاهدته نورا شاهين باللغة العربية ويصف حماس بأنها قادرة على إنهاء الحرب بإطلاق سراح الرهائن والتنازل عن السيطرة على غزة. وقد أشارت إليه في تطبيق يوتيوب على أنه مثير للمشاكل.

وقالت شاهين لموقع ”وايرد“: ”إنه لأمر مخزٍ أن يوفر يوتيوب منصته لحكومة ما، لفرض أيديولوجياتها المريضة على حسابي“، مضيفة أنها شعرت أن الإعلان حاول تبرير الهجوم الإسرائيلي على غزة بشكل غير عادل.

من خلال شبكة إعلانات غوغل، ظهرت الإعلانات أيضًا على المواقع الإلكترونية لمنافذ إخبارية ومنشورات أخرى في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وقد اشتكى بعض أصحاب دور النشر لغوغل من أن الإعلانات تروج لمصالح سياسية إسرائيلية، وفقًا لمصدرين في الشركة.

ولم يرد العديد من الناشرين الرئيسيين في الدول العربية التي ظهرت فيها الإعلانات، بما في ذلك الإمارات العربية المتحدة ومصر والأردن والبحرين، على طلب ”وايرد“ للتعليق. ويقول بوث من غوغل إن الناشرين يمكنهم حظر الإعلانات السياسية ومعلنين محددين.

ويقول أحد المصادر داخل غوغل إن الإعلانات كانت لافتة للنظر لأنها كانت أول مثال معروف منذ سنوات عديدة على استهداف الحكومة الإسرائيلية للإعلانات السياسية في الدول العربية ويبدو أن الحملة الإعلانية توقفت في شهر آيار/مايو تقريبًا، وتحديدًا عندما بدأ موقع ”وايرد“ بسؤال وزارة الخارجية الإسرائيلية والناشرين في الشرق الأوسط عن ذلك.

ومن غير الواضح ما إذا كانت الإعلانات لا تزال تُبث بشكل ما؛ حيث يقول بوث من غوغل إن الشركة ليس لديها سياسة محددة فيما يتعلق بعرض إسرائيل للإعلانات خارج حدودها.

ويقول موظفو غوغل الذين تحدثت إليهم ”وايرد“ إنهم قلقون بشأن استفادة الشركة مما يعتبرونه جهود إسرائيل لإلقاء اللوم على منظمات مثل حماس والأونروا وصرف الانتباه عن دورها في أزمة غزة، ويقول أحدهم: ”لا ينبغي أن تأخذ هذه الأموال“.

وقالت جولبيت توما، المتحدثة باسم الأونروا، إن إعلانات إسرائيل وحملتها الأوسع على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات قد أضرت بسمعة الوكالة بشدة، مضيفة: ”هذه الإعلانات مدمرة للناس، ويجب أن تتوقف، ويجب محاسبة المسؤولين عن هذا التخريب. يجب أن يكون هناك الكثير من المتابعة مع شركات مثل غوغل بمجرد انتهاء الحرب. هناك الكثير الأشياء التي نحتاج جوابًا لها“.

المصدر: وايرد

”الحرب الإعلانية“.. كيف تستخدم ”إسرائيل“ غوغل كسلاح لتقويض دعم الأونروا؟

باريش ديف | نشر في ٢٩ أغسطس, ٢٠٢٤



رابط المقال: <https://www.noonpost.com/241790/>