

مؤثرون وحملات رقمية وتلاعب خوارزمي.. أدوات "إسرائيل" لتبويض صورتها بعد غزة

أبحاث رأي سريّة، حملات إعلامية رقمية، تجنيد مؤثرين، محاولات للتأثير على منصات التواصل الكبرى وحتى الاستثمار فيها، إلى جانب تضخيم سرديات تربط الفلسطينيين والعرب بـ"التطرف".

كل ذلك أصبح جزءاً من إستراتيجية إسرائيلية تهدف لإعادة تشكيل صورتها بعد أن تآكلت بشدة حول العالم خلال العامين الأخيرين نتيجة العدوان على قطاع غزة وما خلفه من مأس إنسانية ودمار واسع.

تسريبات بحوث حول سمعة "إسرائيل"

تكليف سري: في أغسطس 2025، كشفت منصة "News Site Drop" عن عرض تقديمي مسرّب أعدته شركة "Global Stagwell" بأمر من وزارة الخارجية الإسرائيلية.

تضمن التكاليف استطلاعات رأي لأكثر من 13 ألف شخص في 13 بلداً، وخلص إلى أن نحو نصف الأوروبيين يربطون "إسرائيل" بكونها "دولة إبادة جماعية ونظام فصل عنصري"، رغم أن المشاركين يعارضون حماس وإيران.

كما أظهرت استطلاعات رأي أخرى أن الشباب الأميركي أقل تعاطفاً مع "تل أبيب". فعلى سبيل المثال، وجد استطلاع لمؤسسة غالوب العالمية أن 9% فقط من الأميركيين بين 18 و34 عاماً يدعمون "العمليات العسكرية الإسرائيلية".

التوصيات: قدمت الوثيقة اقتراحات لتحسين الصورة، منها إبراز حقوق المرأة والمثليين في "إسرائيل"، واستخدام الخوف من "التطرف الجهادي" لتحقيق مكاسب في الرأي العام؛ حيث لاحظ الباحثون أن هذه الرسائل حققت تغييرات في المواقف تزيد عن 20 نقطة.

كما اقترحت دمج تسجيلات تحكي قصص الأسرى الإسرائيليين في قطاع غزة، مع تعليقات تذكر "الجهاد الراديكالي" وتربطه بالفلسطينيين، وفق تعبيرها.

وأمام هذا الواقع، ارتفعت ميزانية الدبلوماسية العامة لعام 2025 إلى 150 مليون دولار، وهي أكثر من 20 ضعفاً من المعتاد، حيث خصصت حكومة الاحتلال أموالاً ضخمة لحملات على وسائل التواصل وإرسال وفود إلى الجامعات الأميركية واستقبال مؤثرين.

كيف تحاول "إسرائيل" تحسين سمعتها؟

1- تجنيد المؤثرين وتمويلهم

تلقت شركة "Partners Bridges" نحو 900 ألف دولار لتمويل "حملة مؤثرين" لصالح وزارة الخارجية الإسرائيلية، على أن يدفع العقد لكل مؤثر ما بين 6000 و7372 دولاراً للمنشور الواحد، حيث طلب من المؤثرين إنتاج 75-90 منشوراً بين يونيو وسبتمبر 2025، وكانت الخطة تستهدف تيك توك وإنستغرام وإكس، فيما ينص العقد على أن المحتوى يجب أن يروج لـ"إسرائيل" ويربط الفلسطينيين بـ"الفصائل المتطرفة".

توسع البرنامج ليشمل شركات أخرى؛ مثل "Consulting 21 Genesis" ومجموعة "by Faith Show" في الغرب في الإنجيليين المسيحيين تستهدف حملات لتنظيم، "Works".

ووكشفت هآرتس في يوليو 2025 أن الخارجية الإسرائيلية تخطط لاستضافة 16 مؤثراً من تيار ماغا ومؤيدين للرئيس الأميركي دونالد ترامب إلى "إسرائيل" لمواجهة تراجع الدعم بين الشباب الأميركي، مع

خطط لتنظيم 550 زيارة لمؤثرين بحلول نهاية العام.

وفي أكتوبر 2025، التقى رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو عددا من المؤثرين الأمريكيين في القنصلية بنيويورك. وقال: "علينا أن نقاتل بأسلحة ثلاثم ساحات المعركة التي نخوضها، وأهمها اليوم وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد الجبهة الثامنة بالنسبة لإسرائيل".



رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو نفسه يتلقي عددا من المؤثرين الأمريكيين في نيويورك

2- السيطرة على منصات التواصل

في سبتمبر 2025، نشر موقع "Statecraft Responsible" تقريراً تحت عنوان "إسرائيل تريح تيك توك"، يفصّل استحواذ مجموعة من المستثمرين المقربين من "تل أبيب" على النسخة الأمريكية من التطبيق بعد مزاعم أعضاء في الكونغرس أن المنصة "منحازة للفلسطينيين".

بين التقرير أن الصفقة، البالغة قيمتها 14 مليار دولار، تضمن سيطرة مستثمرين مثل لاري إيلسون مؤسس أوراكل، وروبرت مردوخ وجيف ياس - وجميعهم معروفون بدعمهم لـ "إسرائيل" - على المنصة.

بموجب الصفقة، تحصل أوراكل على 15% من الحصة وتصبح "مزود الأمن"، وسيُتاح للمستثمرين التحكم في خوارزميات التطبيق التي يستهلك من خلالها 30% من الأمريكيين الأخبار.

ولفت الموقع إلى أن إيلسون يعد أكبر متبرع لجيش الاحتلال وأن شركته مع سافرا كاتز، المديرية التنفيذية لأوراكل وصديقة نتياهو، تُمكن من توظيف بيانات تيك توك لخدمة رواية "إسرائيل"، موضحاً أن المستثمر جيف ياس يدعم منظمات مرتبطة بحملات معادية للمسلمين في الولايات المتحدة.

وفور الإعلان عن الاستحواذ الأخير، قال نتياهو إن شراء تيك توك "أهم صفقة بالوقت الحالي"، مؤكداً أن "الأسلحة تتغير بمرور الوقت؛ أهمها وسائل التواصل"، كما دعا إلى التعاون مع إيلون ماسك مالك منصة إكس لـ "ضمان الانتصار".

وكشف موقع "Dispatch Peoples" عن تعيين المدربة السابقة في جيش الاحتلال إريكا ميندل،

مديرة لسياسة مكافحة الكراهية في تيك توك مما يثير المخاوف من توجه المنصة نحو تقييد الأصوات المؤيدة لفلسطين.

وذكر أن أوراكل تعاونت مع وزارات إسرائيلية لمشروع يدعى "كلمات من حديد" لدعم المحتوى المؤيد لـ "إسرائيل" على تيك توك وإنستغرام وإكس.

3- تدريب أنظمة الذكاء الاصطناعي

مشروع X Tower Clock: في يوليو 2025، كشفت وثائق أن الخارجية الإسرائيلية تعاقدت مع شركة 6 بقيمة بعقد، لترامب السابقة الرقمية الحملة مدير "بارسكيل براد" لـ المملوكة، Clock Tower X، ملايين دولار.

العقد يهدف لإنشاء محتوى يستهدف جيل زد وتوليد 50 مليون انطباع مدفوع شهرياً، إلى جانب بناء مواقع ويب جديدة تعمل على "تأطير الإجابات في محادثات GPT"، أي التأثير على بيانات التدريب التي تعتمد عليها أنظمة الذكاء الاصطناعي مثل Gemini و ChatGPT.

وأوضحت صحيفة يديعوت أحرونوت أن البرنامج يستخدم تقنية Engine Generative الذكاء مخرجات لتوجيه ولكن البحث محركات بتحسين الشبيهة، " (GEO) Optimization" الاصطناعي.

مبادرة الروبوتات: ذكرت الغارديان أن شركة SKDKnickerbocker، المملوكة لـ Global Stagwell، حصلت على عقد بـ 600 ألف دولار لإدارة "برنامج قائم على الروبوتات" يهدف إلى إغراق تيك توك وإنستغرام ويوتيوب بالمحتوى المؤيد لـ "إسرائيل".

لكن سياسة الضغط والمقاطعة أدت إلى إيقاف البرنامج. وفي أوائل 2025، جرى إنهاء العقد مع SKDK وتحويل الموارد إلى Tower Clock.

التلاعب ببيانات التدريب: Tower Clock ستستخدم أيضاً أداة AI MarketBrew لتهيئة المحتوى لمحركات البحث، مما يمكن "إسرائيل" من دفع روايتها لتصبح مرجعاً للذكاء الاصطناعي.

بارسكيل كشف أن هذه الشراكة ستكون مع شبكة Media Havas وأن الشركة تعمل تحت إشراف "إسرائيل"، في عمل يستهدف الأمريكيين الذين ابتعدوا عن تأييد "تل أبيب".

4- حملات الإعلانات الرقمية والتلاعب بالمعلومات

إعلانات "لا توجد مجاعة": في سبتمبر 2025 كشف تحقيق مشترك لـ "News Eurovision" 50 مليون إنفاق على وافقت الإسرائيلية الإعفاءات لجنة أن، الإسبانية "RTVE" ووكالة "Spotlight" دولار على حملات معلومات عامة عبر Google و X ومنصات أخرى لنفي المجاعة في غزة.

فقد خصصت 45 مليون دولار لإعلانات على يوتيوب ومنصة 360 Video & Display Google، و3 ملايين دولار لمنصة إكس، و2.12 مليون دولار لمنصتي Teads و Outbrain.

ونفذت وكالة الإعلان الحكومية الإسرائيلية "Lapam" هذه الحملات، ونشرت فيديوهات تُظهر أسواقاً مزدحمة في غزة لتكذيب تقارير عن المجاعة، فيما تلقت غوغل العديد من الشكاوى، بما فيها من جهات حكومية، ضد إعلانات الفيديو الإسرائيلية التي تقول "هناك طعام في غزة". ورغم ذلك قرر فريق الثقة والأمان في الشركة إبقاء الإعلانات بحجة أنها لا تنتهك سياسة المحتوى.



”إسرائيل“ مولت حملات إعلانات رقمية وتلاعب بالمعلومات لنفي التجويع في غزة

5- شيطنة الأفراد والمنظمات والإعلام

تحريض فردي وجماعي: كلفت ”إسرائيل“ شركة ”Works by Faith Show“ الأمريكية (مؤسسة ضغط – لوبيينغ يمينية) بتدشين حملة لـ ”ربط السكان الفلسطينيين بالفصائل المتطرفة“ والترويج إلى أنهم ”يخفون أسلحة في مدارسهم ويشاركون في هجمات 7 أكتوبر“.

كما تبث ”إسرائيل“ رسائل تستهدف الجمهور المسيحي لتبرير دعمها من خلال إثارة الخوف من الإسلام والعرب. على سبيل المثال، نشر يميني إسرائيلي صورة مؤخرًا يحرض فيها ضد السوريين في ألمانيا لأنهم تظاهروا في ذكرى سقوط نظام بشار الأسد.



Eyal Yakoby @EYakoby · 11h

BREAKING: In Berlin, thousands of Syrians took over a Christmas market.

The West doesn't need to tolerate this.



From **Julian Adrat**

253

792

3.3K

176K

🔖 📌

كما نشر تغريدة أخرى قال فيها: "في برلين، يهتف الإسلاميون الله أكبر وسط تصفيق اليساريين المتطرفين. تجتمع الإسلاميون واليساريون علناً، ممجدين حماس والجبهة الشعبية لتحرير فلسطين، في قلب ألمانيا".

تستخدم هذه الأمثلة الشخصية لتوضيح أن التحريض ضد العرب والمسلمين ليس ظاهرة عفوية بل جزء من حملة موسّعة تهدف إلى صرف الانتباه عن الجرائم الإسرائيلية في غزة وإعادة تعريف الصراع كحرب مزعومة ضد "التطرف الإسلامي".

تشويه المنظمات الدولية: تبين المواد المسربة أن وكالة "Lapam" الإسرائيلية الحكومية، مولت إعلانات تتهم الأمم المتحدة ووكالة الأونروا بأنها "مناصرة لحماس".

تضمنت الإعلانات دعوات للعثور على "ثغرات" في تقرير هيئة تصنيف الأمن الغذائي (IPC) حول المجاعة، وظهرت أعلى نتائج البحث في دول أوروبية لإعادة توجيه المستخدمين إلى موقع حكومي إسرائيلي. وتضاعف عدد الإعلانات التي تبثها "Lapam" من 2000 في عام 2024 إلى أكثر من 4000 في 2025، نصفها يستهدف جمهوراً دولياً.

الهجمات على الإعلام: دشنت وزارة الخارجية الإسرائيلية حملة دعائية مكثفة على منصة إكس؛ تضمنت إعلانات مدفوعة تهاجم وسائل إعلام مثل BBC وCNN وتتهمها بنشر "دعاية حمساوية".