

تشرين الثاني/نوفمبر 2020

ورقة حقائق: الدبلوماسية الفلسطينية الرقمية .. الواقع والتحديات

إعداد: صلاح الرزي، مهند شعت

حقائق وأرقام

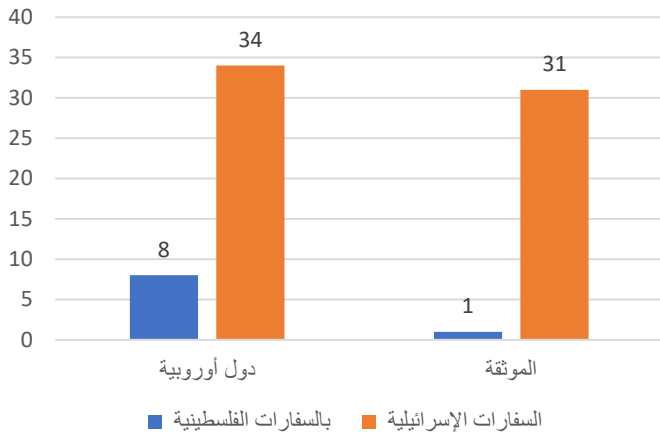
- الدبلوماسية الرقمية هي امتداد للدبلوماسية بمفهومها التقليدي، وتستند إلى الابتكارات وأنواع الاستعمال الناجمة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- احتلت فلسطين، في العام 2017، المركز الخامس والثمانين عالمياً، حسب تصنيف مركز "أكا" التركي للدبلوماسية الرقمية على الجهود التي تبذلها وزارة الخارجية، بينما احتلت إسرائيل المركز التاسع عالمياً.
- تمتلك وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية موقعاً إلكترونياً رسمياً مطروحاً بثلاث لغات فقط: العربية، والإنجليزية، والإسبانية، في المقابل تمتلك وزارة الخارجية الإسرائيلية موقعاً إلكترونياً رسمياً بست لغات (الإنجليزية، والعبرية، والعربية، والروسية، والإسبانية، والفارسية).
- تمتلك الخارجية الفلسطينية حساباً واحداً موقفاً على موقع فيسبوك باللغة العربية فقط، مقارنة بستة حسابات موقفة للخارجية الإسرائيلية بستة لغات، وصل عدد متابعيها إلى أكثر من 2 مليون مقارنة بأكثر من 80 ألف متابع لحساب الخارجية الفلسطينية.
- يوجد موقع إلكتروني خاص بالسفارات الفلسطينية في 17 دولة أوروبية و4 دول عربية فقط، بينما تمتلك السفارات الإسرائيلية موقعاً إلكترونياً في 34 دولة أوروبية، إلى جانب مصر والأردن التي تقيم علاقات دبلوماسية معها.
- يوجد حساب تويتر تابع للسفارات والبعثات الفلسطينية في 8 دول أوروبية فقط، وجميعها غير موقفة، باستثناء حساب البعثة لدى المملكة المتحدة. أما السفارات الإسرائيلية فليها حساب في 34 دولة أوروبية، منها 31 حساباً موقفاً.
- يوجد حساب تويتر للسفارات الفلسطينية في 3 دول عربية فقط، وجميعها غير موقفة، فيما تملك سفارات إسرائيل في مصر والأردن حسابات موقفة باللغة العربية.
- تمتلك السفارات الفلسطينية حساب فيسبوك في 31 دولة أوروبية، ولكن جميعها غير موقفة، باستثناء صفحة البعثة لدى المملكة المتحدة التي وثقت في نيسان/إبريل 2020، مقارنة بـ41 صفحة للسفارات الإسرائيلية في الدول الأوروبية، 38 منها موقفة.
- يوجد صفحة فيسبوك تابعة للسفارات الفلسطينية في 13 دولة عربية، وجميعها غير موقفة، بينما يوجد صفحة تابعة للسفارة الإسرائيلية في كل من مصر والأردن بالعربية.
- أنشأت وزارة الخارجية والمغتربين حساباً لها على موقع "فليكر" (وهو موقع مخصص للصور) في العام 2012، ولم ترفع عليه سوى 30 صورة، ولا يوجد له سوى متابعين اثنين.
- أنشأت وزارة الخارجية الفلسطينية حساباً لها على منصة "غوغل بلس" (وهي منصة تواصل اجتماعي تتبع محرك جوجل)، لكن تبين أن محتواها منشور مسبقاً على يوتيوب بشكل متطابق.

1. يعكس احتلال فلسطين للمركز 85 عالمياً الواقع المتردي للدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية، خاصة أن وزارة الخارجية لا تمتلك إستراتيجية محددة للدبلوماسية الرقمية، ولم تنشئ قسماً خاصاً لها.
2. نتيجة لما سبق، أصبح العمل في السفارات يقوم على الفردية والاجتهاد، وافقدت الوزارة القدرة على ربط السفارات بمواقعها وصفحاتها بهوية بصرية واحدة، ومواكبة عالية للأحداث، وتوفير محتوى نوعي بلغات متعددة، وفقاً لنسق عام موحد ومنظم.
3. في المقابل، تشرف وزارة الخارجية الإسرائيلية، عبر قسم الدبلوماسية الرقمية، على أكثر من 350 قناة رقمية واجتماعية، و20 موقعاً إلكترونياً بست لغات، و80 موقعاً تابعاً للسفارات حول العالم، بالإضافة إلى وزارة الشؤون الإستراتيجية والإعلام، التي تركز الأموال والخبرات والأفراد لتنظيم حملات دعائية وتشغيل شبكة من الفاعلين والمنظمات حول العالم.
4. أدى شح الكوادر المؤهلة في مجال الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية إلى تدني مستوى المحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات الرسمية للوزارة والسفارات، ويتجلى ذلك عبر: غياب الإبداع في تصميم المواقع والصفحات ومحتواها الرقمي، وغياب اللغات المتعددة، وضعف تحديث المعلومات.

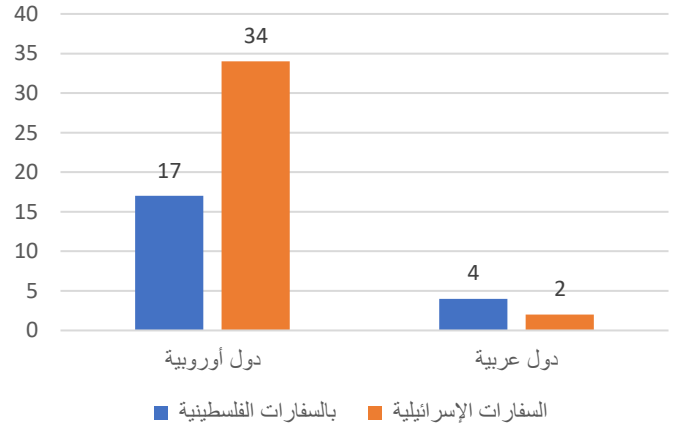
ورقة حقائق: الدبلوماسية الفلسطينية الرقمية .. الواقع والتحديات

5. اتضح أن الكثير من الدبلوماسيين الفلسطينيين لا يعرفون الكثير عن الدبلوماسية الرقمية ولا أهدافها، وكذلك لا يملكون حسابات فعّالة على مواقع التواصل الاجتماعي، أو يستخدمونها بصورة شخصية.
6. على الرغم من وجود صفحة فيسبوك للوزارة باللغة الإنجليزية، إلا أنه نادراً ما يظهر منشور باللغة الإنجليزية، مما يعطي انطباعاً بأن المحتوى موجه لفئة معينة، أي الناطقين باللغة العربية.
7. يوجد حساب لوزارة الخارجية على تويتر، ولكنه غير مستغل، ولو بالحد الأدنى. كما أن ربطه بحساب فيسبوك أفقده الكثير من المزايا التي كان من الممكن توظيفها في التواصل مع الجمهور.
8. تبين أن جميع مواقع السفارات الفلسطينية في الدول الأوروبية، باستثناء موقعي سفارتي فلسطين في كل من بولندا وبريطانيا، إما غير فعالة بناتاً، أو لا تقدم محتواها بلغة البلد الذي تتواجد فيه.
9. ظهرت فجوة واسعة في أعداد المتابعين للمواقع والصفحات الرسمية الفلسطينية، مقارنة بنظيرتها الإسرائيلية، إضافة إلى أن غالبية متابعيها من الجاليات الفلسطينية، على العكس تماماً من مواقع السفارات الإسرائيلية التي تستقطب جمهوراً واسعاً من البلدان المضيفة، بما في ذلك الشعوب العربية.
10. لا يوجد معهد مختص لتأهيل كوادر شابة متخصصة في الدبلوماسية الرقمية، أو برامج متخصصة لدى الجامعات في هذا المجال، وذلك بسبب غياب خطة حكومية لتعزيز الدبلوماسية الرقمية وتفعيلها في مواجهة حملات التحريض والتزيف الإسرائيلية.
11. يطرح ما سبق الحاجة الملحة إلى تبني إستراتيجية وطنية لتطوير الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وتوفير مستلزمات نجاحها، بما في ذلك: توفير الموارد المالية المطلوبة، وتطوير برامج جامعية لتأهيل كوادر شابة، وإعداد دليل استخدام المنصات الرقمية مخصص للسفراء والقناصل والناطقين الرسميين والعاملين في السلك الدبلوماسي.

مقارنة حساب تويتر التابع للسفارات والبعثات الفلسطينية
بالسفارات الإسرائيلية



مقارنة بين عدد المواقع الإلكترونية للسفارات الفلسطينية
والسفارات الإسرائيلية في الدول الأوروبية والعربية



المصدر: ورقة حسن الداودي

المراجع

1. معاذ العامودي، الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية: دراسة مقارنة بين فلسطين والاحتلال الإسرائيلي، مجلة رؤية التركية، شتاء 2018: <https://bit.ly/3eTyvnu>
2. حسن الداودي، الدبلوماسية الرقمية للخارجية الفلسطينية والإسرائيلية في العالم، ورقة قدمت خلال ندوة نظمها مركز دراسات المجتمع المدني - غزة، 2020/8/11.
3. الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الصراع، مركز الخليج للدراسات الإستراتيجية، 2019/9/21: <http://bit.ly/35fCvfp>
4. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية على موقع الفيسبوك: <http://bit.ly/3lfex9j>
5. قناة وزارة الشؤون الخارجية والمغتربين الفلسطينية على موقع يوتيوب: <http://bit.ly/2U7b2WO>
6. وائل عبد العال، الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية، مركز تطوير الإعلام بجامعة بيرزيت، رام الله، 2018: <http://bit.ly/32r0y92>