

منوعات

MEDIA

فلسطين في تونس

تونس - محمد معمر

حضرت القضية الفلسطينية في فعاليات معرض تونس الدولي للكتاب، وكان أبرزها الاحتفاء بمراسلة قناة الجزيرة الشهيدة شيرين أبو عاقلة التي اغتيلت برصاص الاحتلال في عام 2022. وبعد ندوات متنوعة تناولت الأدب والمقاومة وتاريخ فلسطين شهدها المعرض،

احتضنت دار خريف للنشر لقاءً حول كتاب للصحافية التونسية آسيا العتروس بعنوان «شيرين أبو عاقلة عروس جنين التي اغتالها الاحتلال»، الذي يوثق لمسيرة الصحافية الفلسطينية شيرين أبو عاقلة التي اغتالها جيش الاحتلال الإسرائيلي في 11 مايو/أيار 2022، والدور الذي لعبته في الدفاع عن قضية فلسطين من خلال اختراق الحصار الإعلامي المفروض

عليها، ونقل ما يحصل في الأراضي الفلسطينية إلى العالم، وتحوّل اللقاء، الذي حضره عدد كبير من الصحافيين والعاملين في المجال الإعلامي، إلى مناسبة لتكريم أرواح كل شهداء الصحافة الفلسطينية، منذ بدء العدوان على قطاع غزة في 7 أكتوبر/تشرين الأول الماضي. نذرت الصحافية آسيا العتروس بالجرائم الإسرائيلية بحق الشعب الفلسطيني، معتبرة أن ما يحصل

اليوم جريمة مستمرة، خاصة بحق الصحافيين الذين يتعرضون للاستهداف المنهج والتصفية الجسدية من أجل إخراس أصواتهم وعدم نشر ما يحصل من جرائم إبادة إلى كل العالم. من جهته، اعتبر الأستاذ في معهد الصحافة وعلوم الأخبار في تونس، هاني مبارك، أن جرائم الاحتلال الإسرائيلي بحق الصحافيين الفلسطينيين غير مسبوقة.

كشف تقرير جديد للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي فصلاً جديداً من تأثير «يوتيوب» على الحقوق الرقمية للفلسطينيين خلال حرب الإبادة الإسرائيلية في غزة

كيف أخفقت «غوغل» مع المحتوى الإسرائيلي؟

الرباط - حمزة الترابوي

أصدر المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي (حملة)، تقريراً بعنوان «تأثير يوتيوب على الحقوق الرقمية للفلسطينيين خلال الحرب على غزة»، سلط الضوء بشكل أساسي على سياسات منصة يوتيوب وممارساتها التمييزية، ومدى امتثالها للقانون الدولي لحقوق الإنسان، بالإضافة إلى بذل الجهود اللازمة لمراعاة حقوق الإنسان، وتأثيرها على الحقوق الرقمية للفلسطينيين في أعقاب حرب الإبادة على غزة. بدأ تقرير «حملة»، من الأيام الأولى التي تلت السابع من أكتوبر/ تشرين الأول الماضي، حين لاحظ متصفح يوتيوب الظهور التدريجي لحملة دعائية لوزارة الخارجية الإسرائيلية، تحت المشاهدين على «مناصرة إسرائيل في عملياتها ضد حركة حماس». وقد اتسم جزء كبير من الفيديوهات في هذه الحملة الدعائية «برسومات عالية الجودة وعبارات تحذيرية، كانت قد صُممت خصيصاً لإثارة ردود أفعال عاطفية قوية».

غياب الأدلة الواضحة

وبينما داب عدد من الباحثين في العقد الأخير على تحليل الدعايات السياسية على «يوتيوب»، اتضح في بحث متاح على «غوغل سكولار» أن المنصة تفكر إلى مراجع تتمحور حول استخدام آلية الإعلان لغرض الدعاية والترويج خلال الحرب. ويشير تقرير «حملة» إلى أنه لم تمض فترة طويلة على السابع من أكتوبر حتى بدأ حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية على «يوتيوب» بإنتاج فيديوهات تم الترويج لها على شكل إعلانات مضمّنة على المنصة، و«سرعان ما بدأ مستخدمو المنصة في أوروبا بالإشارة على وسائل التواصل الاجتماعي إلى أنهم يتلقون بشكل موجه محتويات استثنائية عن حركة حماس، تشمل غالباً لغة بصرية و/أو صوراً». وفقاً لمعطيات مركز شفافية الإعلانات في «غوغل» (مالكة «يوتيوب»)، نشرت وزارة الخارجية الإسرائيلية على حسابها على «يوتيوب» نحو 200 إعلان منذ السابع من أكتوبر، تم الترويج لها على المنصة حتى 27 أكتوبر، أي طيلة 20 يوماً. وقد واجه إعلانان نقداً واسع النطاق على الشبكة، استند أحدهما إلى قصة أطفال شهيرة: يظهر نص الإعلان على خلفية أقواس قرع وأحصى وحيد القرن مع عبارة «نعرف أن طفلك لا يستطيع قراءة ذلك، ولكننا نحمل إليك رسالة مهمة كاهل. 40 طفلاً قتلوا في إسرائيل على يد إرهابي حماس (داعش). وكما ستفعلون أنتم أي شيء وكل شيء من أجل أطفالكم سنفعل نحن المثل من أجل حماية أطفالنا. والأز، عانقوا أطفالكم وناصرنا». حظي هذا الفيديو بـ 1.1 مليون مشاهدة وفقاً لمعطيات «يوتيوب». ورغم أن كلمة «ناصرنا» الواردة في الإعلان، هي مناشدة لدعم حرب الإبادة في قطاع غزة، فإن شركة غوغل لم تعتبره تحريضاً على العنف وانتهاكاً لحقوق الإنسان.

في فيديو آخر نُشر بصيغة إعلان أيضاً في شهر أكتوبر، ولكنه لم يعد متاحاً في مركز شفافية الإعلانات، ظهر مقطع مصور بعنوان «جرائم ضد الإنسانية»، مشيراً إلى ما يلي: «إنهم يرتكبون أفعال الجرائم ضد الإنسانية. يذبحون الأطفال، يقتلون بوحشية، ويختطفون كبار السن والأطفال الصغار، والنساء والرجال الأبرياء، ويغتصبون نساء بلا رحمة. لم يلتزم العالم يوماً الصمت أمام جرائم كهذه ضد الإنسانية، لا يمكن للعالم الآن أن يقف صامتاً»، الصور في هذا الإعلان شملت أكياس جثامين وجسد رهينة نصف عار، في حالة إغماء في الجزء الخلفي من شاحنة، وهي الصورة التي تكرر في إعلانات أخرى مع عبارة «حماس هي داعش»، وهذا الخط

تحديداً بين حركة حماس وبين تنظيم داعش، هدف بشكل أساسي إلى تأجيج المشاعر، وتصوير الاستعمار الإسرائيلي المتواصل من 76 سنة، بصورة مضللة للمشاهد الغربي «على ما يبدو لتجنيد الدعم للعملية العسكرية الإسرائيلية». وبحسب ما خلص إليه تقرير «حملة»، فإن هذا المحتوى «يخرق مبادئ غوغل التوجيهية، خصوصاً تلك التي تنطبق إلى المحتويات العنيفة والتصويرية».

انفك الاحتلال
71 مليون دولار أميركي
على إعلانات يوتيوب

تحليل «بوليتيكو»
ونقل المركز تحليلاً أجراه موقع بوليتيكو عن حملة الإعلانية الاجتماعية الإسرائيلية الجارية في دول أوروبية رئيسية لحشد الدعم لردّها العسكري ضد حركة حماس، مع التركيز على الإعلانات التي تشمل مشاهد وحشية وعاطفية. ورصدت «بوليتيكو» 75 إعلاناً على حساب وزارة الخارجية الإسرائيلية على «يوتيوب» جميعها موجهة بشكل أساسي إلى

فرنسا، وألمانيا، والولايات المتحدة، والمملكة المتحدة. وبعد توجيه الموقع إلى غوغل، حذفت هذه الأخيرة 30 من هذه الإعلانات. وادعت «غوغل» أنها لم تسمح باستخدام لغة عنيفة في إعلاناتها، أو صور مروعة أو متفردة أو توثيقات لصدمة جسدية، وهو ما يعكس الواقع بحسب تقرير «حملة»، الذي أشار إلى أن «غوغل» أخفقت على مستويين: أولاً في الإشراف الناجع على الإعلانات التي خرقت المبادئ التوجيهية قبل نشرها، وثانياً، في الإشراف على الفيديوهات المصنوعة مجاناً، مستخدمة الخصائص المدمجة في المنصة والتي كان يجب أن تشمل تحذيراً بخصوص المحتوى التصويري.

تحليل «سمراش»

قدّرت منصة سمراش Semrush، وهي منصة تحليلات للبيانات، أن وزارة الخارجية الإسرائيلية أنفقت 71 مليون دولار أميركي على إعلانات يوتيوب، وقد خصص الجزء الأكبر من الاستثمار للإعلانات الموجهة لفرنسا، وألمانيا والمملكة المتحدة. هذا الاستثمار المتعمد لهذه الدول الثلاث تحديداً لم يكن واضحاً البتة في معطيات مركز شفافية الإعلانات في غوغل، الذي أخفق في توضيح مدى استهداف كل دولة. وقد أخفق المركز أيضاً في توضيح سائر أشكال الاستهداف وفقاً للفئات المختلفة، مثل المجموعة الديموغرافية، والاهتمامات، والهوايات، والسلوك على شبكة الإنترنت.

اختفاء

ولعل القاسم المشترك بين كل التحليلات التي أجريت حول الإعلانات على «يوتيوب» هو أن الاحتلال عمد إلى نشر فيديوهات مؤذية وعنيفة كمواد إعلانية، متجاوزاً بذلك منظومة إدارة المحتويات الإعلانية في غوغل، وقد بقيت هذه المقاطع على المنصة لساعات، وأيام، قبل حذفها من قبل «يوتيوب». وسبق أن أشارت شركة غوغل إلى أن «تقنياتنا الإشرافية تعتمد على الذكاء الاصطناعي، وقد تم تصميمها لحماية مستخدمينا وللحفاظ على أمن منصاتنا الإعلانية. الحالات الأصعب والأكثر دقة وتعقيداً تخضع للفحص والتقييم من قبل خبراء مدربين خصيصاً لهذا الغرض. نحن نتخذ التدابير اللازمة إذا خرقت سياساتنا»، لكن لم تكن هذه هي الحال منذ السابع من أكتوبر.

ميتا

إنفاق الاحتلال على الإعلانات لم يقتصر على «يوتيوب»، بل سبق أن حُللت «بوليتيكو» مكتبة إعلانات «ميتا»، وراجعت الإعلانات التي عُرضت بين 2 نوفمبر/تشرين الثاني و1 ديسمبر/ كانون الأول، بناءً على انتقادات مجموعات المناصرة إما لإسرائيل أو فلسطين. ووجدت «بوليتيكو» أن إنفاقها المشترك البالغ 2.2 مليون دولار، تجاوز تقريباً أي كيان آخر خلال الفترة المدروسة، باستثناء المنبر الإخباري المحافظ، ديلي واير، وحسابات «ميتا» التابعة لها، التي أنفقت ما يقرب من ثلاثة ملايين دولار. وبالمقارنة، أنفقت المجموعات الداعمة للفلسطينيين والمسلمين والعرب أقل من 20 ألف دولار في نفس الفترة على الإعلانات، بحسب ما وجدته الصحيفة. وكانت اللجنة الأميركية العربية لمكافحة التنشيط أكبر منفق على الإعلانات من جماعات مناصرة فلسطين، ولم تصرف سوى أقل قليلاً عن عشرة آلاف دولار على منصات «ميتا». في الفترة ما بين 2 نوفمبر و1 ديسمبر، على الرغم من أن جميع رسائلها المدفوعة تقريباً لم تذكر العدوان على غزة على وجه التحديد، إذ جاء في أحد إعلانات اللجنة: «ساعدونا في حماية حقوق العرب الأميركيين».



ضرب سائقين إسرائيلي، إبريل 2024 (وايكيت غوميز ساستر/ جيتي)

توصيات واستنتاجات

نشرت وزارة الخارجية الإسرائيلية، إذ إن أغلب المحتوى للوزارة كان عبارة عن صور ومقاطع «إشكالية»، قدّمت بصيغة محتوى إعلاني مع دائرة استهداف واسعة تشمل جمهوراً كبيراً حول العالم. كما قدّمت حملة مجموعة من التوصيات الموجهة إلى يوتيوب، من أهمها الالتزام بشروط الخدمة من دون تمييز، وإضافة معلومات حول الدول التي استهدفتها الإعلانات العنيفة التي أطلقتها وزارة الخارجية الإسرائيلية والاحتفاظ بإعلانات المحذوفة في مركز شفافية المعلومات الخاص في منصة يوتيوب، ونشر تقارير شفافية مفصلة حول حالات خرق المبادئ التوجيهية للمجتمع وحذف المحتويات وأسباب إبطال الصفة النقدية، بالإضافة إلى السماح للفلسطينيين بجنس الأرباح من محتوهم المنشور على «يوتيوب».

خلص التقرير الذي أعده مركز «حملة» إلى أن الإخفاق في إدارة المحتوى أدى إلى نشر محتوى تصويري إشكالي بصيغة محتوى إعلاني، زاد من التحريض على الكراهية والعنف تجاه الفلسطينيين، وأن ممارسات المنصة المستمرة لإبطال الصفة النقدية للمحتويات الناقدة لما تفعله إسرائيل في غزة تدل على أن مبادئ «يوتيوب» التوجيهية للمجتمع لا تحمي حرية التعبير، وتعيق مشاركة معلومات بخصوص حياة الفلسطينيين. وأشار في فقرة الاستنتاجات في نهاية التقرير إلى أن عدداً كبيراً من صنّاع المحتوى أشاروا إلى حظر «يوتيوب» لمحتوهم الذي انتقد المجازر الإسرائيلية في غزة، منذ السابع من أكتوبر/ تشرين الأول الماضي، بحجة منع المحتوى الذي يظهر مشاهد عنف، إلا أن المعايير المزدوجة للمنصة ظهرت مرة أخرى بعدما تجاهلت الإعلانات التي

