



الجامعة العربية الأمريكية
كلية الدراسات العليا

دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية
الفلسطينية رقمياً: الإنستغرام دراسة حالة

إعداد
رنا عبد الرحيم خضر خموس

إشراف
د. هنادي دويكات

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في تخصص العلاقات العامة المعاصرة

شباط / 2023

© الجامعة العربية الأمريكية- 2022. جميع حقوق الطبع محفوظة

دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية
اللسطينية رقمياً- الإنستغرام دراسة حالة

إعداد
رنا عبد الرحيم خضر خموس

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 10 اذار/ 2023 وأجيزت:

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة:



1. الدكتورة هنادي دويكات مشرفاً ورئيساً

2. الدكتور فريد أبو ضهير ممتحناً خارجياً

3. الدكتور عمر أبو عرقوب ممتحناً داخلياً

الإقرار

أنا الطالبة رنا عبد الرحيم خضر خموس، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان "دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً-الإنستغرام دراسة حالة، أقر بأن ما اشتملت عليه الرسالة، هو نتاج جهدي الشخصي، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها، لم يقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالبة: رنا عبد الرحيم خضر خموس

رقم الطالبة 201912605

التوقيع: 

التاريخ: ١٧/٧/٢٠٢٣

الإهداء

إلى روح والدي الغالي... عبد الرحيم

الشكر والتقدير

تتقدم الباحثة بأسمى معاني الشكر والعرفان والتقدير إلى الدكتورة هنادي حسام دويكات، عميدة كلية الإعلام الحديث في الجامعة العربية الأمريكية، التي تحملت عناء الإشراف على هذا الجهد العلمي المتواضع، الذي وصل إلى ما هو عليه بفضل إشرافها وتوجيهاتها وملاحظاتها المستمرة. كما يسعد الباحثة أن تتقدم بحزيل الشكر والعرفان إلى أعضاء لجنة المناقشة، المكونة من الممتحن الداخلي الدكتور عمر أبو عرقوب، والخارجي الدكتور فريد أبو ضهير، لموافقته على المناقشة ولما قدموه من ملاحظات وإرشادات أثرت الرسالة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل للمحكمين الذين تفضلوا بتحكيم استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة، والخبراء والمختصين والمدونين الذين تمت مقابلتهم، وأخص بالذكر الشيف محمد سبيطة، الشيف فداء أبو حمديّة، الشيف هيفاء عودة، الشيف هبة الجيطان، الدكتور سعيد أبو معلا عضو هيئة تدريسية في كلية الإعلام الرقمي الحديث-الجامعة العربية الأمريكية، السيد أحمد القاضي مسؤول الرصد والتوثيق في المركز العربي، السيد حمزة العقرباوي باحث في موضوع الموروث الثقافي الفلسطيني، الأستاذ إياد الرفاعي الخبير في الشؤون الرقمية، راجية للجميع خير الجزاء من الله تعالى.

الباحثة

الملخص

تقدم هذه الرسالة ملخصاً عن دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً، وكيف يوظف مدونو الطعام الفلسطينيون منصة الانستغرام في سبيل صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام، ومحاولة تفسير تأثير هذا المضمون على الهوية الوطنية الفلسطينية، من خلال رصد الأساليب والعناصر التي استخدمها المدونون في محتوهم عبر منشوراتهم، بالإضافة الى التعرف على كيفية تقديمها وأبرز القضايا والمصطلحات المستخدمة للدلالة على الهوية الوطنية الفلسطينية، بالاستناد إلى نظرية الدور الاجتماعي.

وتتنمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكمي، واستخدمت الباحثة أداتين رئيسيتين للإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، وهما أداة استمارة تحليل المضمون لعينة الدراسة المكونة من 152 منشوراً تم اختيارها باتباع أسلوب الدورة المتكرر من عينة الدراسة لمنشورات الصفحات الثلاث لمدوني الطعام الفلسطينيين على الإنستغرام: (محمد سبيطة "أبو جوليا"، هيفاء عودة، هبة الجيطان) في الفترة الزمنية الواقعة 1 كانون الثاني 2021م-31 كانون اول 2021م، واستمارة المقابلة المعمقة التي أجرتها الباحثة مع مختصين وخبراء في الإعلام الرقمي و علم الأنثروبولوجيا والطعام، بالإضافة الى عينة الدراسة.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنه بالرغم من إدراك المدونين أهمية الانستغرام في تسليط الضوء على المطبخ الفلسطيني، وبالرغم من معرفتهم بأهمية ابراز هويتهم الفلسطينية من خلال وصفات الطعام الا ان تسليطهم الضوء على الاطباق الفلسطينية جاء في مرتبة ثالثة، واحتلت الاطباق العربية والأجنبية مراتب متقدمة. وأشارت نتائج الدراسة انه بالرغم من وعي المدونين بأهمية دورهم في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام، وأهمية الطعام في الموروث الثقافي، الا أهدافهم كانت من منشوراتهم بشكل رئيسي اهداف تجارية وتسويقية، أو بهدف تقديم الوصفات. كما بينت النتائج أن اسلوبهم التسويقي والترويجي في منشوراتهم على الإنستغرام جاء بالمرتبة الأولى، بينما جاء الأسلوب الوطني والسياسي وأسلوب الحشد والمناصرة والأسلوب الاخباري في مرتبة أقل.

وأشارت نتائج الدراسة إلى تعرض المدونين الفلسطينيين جميعهم إلى عملية تقييد في محتوهم الرقمي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى ضعف في تناول مواضيع الذاكرة الجمعية الفلسطينية بمكوناتها، وعدم تناول المضمون المتعلق بسرقة الطعام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي بشكل عميق وواضح. كما خلصت نتائج التحليل والمقابلات المعمقة إلى أن المطبخ الفلسطيني يتعرض إلى عملية محو ثقافية من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وأن التدوين عن الطعام هو فعل مقاومة.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإقرار
د	الإهداء
هـ	الشكر والتقدير
و	الملخص
ح	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
ك	فهرس الملاحق
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1	أولاً: مقدمة الدراسة
2	ثانياً: مشكلة الدراسة
3	ثالثاً: أهمية الدراسة
4	رابعاً: أهداف الدراسة
4	خامساً: تساؤلات الدراسة
5	سادساً: حدود الدراسة
6	سابعاً: مصطلحات الدراسة
8	ثامناً: الدراسات السابقة
15	تاسعاً: التعقيب على الدراسات السابقة
18	الفصل الثاني: منهجية الدراسة
18	أولاً: نوع الدراسة ومنهجها
19	ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها
22	ثالثاً: أدوات الدراسة
28	رابعاً: إجراءات الصدق والثبات لاستمارة التحليل
29	خامساً: المعالجات الإحصائية للبيانات
30	الفصل الثالث: الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة
30	المبحث الأول: الهوية الوطنية الفلسطينية وارتباطها بأنتروبولوجيا الطعام
30	1.1 أنتروبولوجيا الطعام
35	1.2 الهوية الوطنية الفلسطينية
39	1.3 أهمية الطعام في الذاكرة الجمعية الفلسطينية
44	1.4 الطعام في الموروث الثقافي الفلسطيني

الصفحة	الموضوع
47	1.5 اسرلة الطعام الفلسطيني
54	المبحث الثاني: أهمية مدونات الطعام في بناء الهوية الرقمية
54	2.1 الهوية الفلسطينية في العصر الرقمي
55	2.2 مدونات الطعام والهوية الرقمية
56	2.3 تعريفات المدونات المصغرة
58	2.4 وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها
59	2.5 أهمية وسائل التواصل الاجتماعي لمدوني الطعام
61	2.6 منصة الإنستغرام
63	المبحث الثالث: مدونو الطعام الفلسطينيون
63	3.1 صناع محتوى
65	3.2 ما معنى أن تكون مدون طعام فلسطينياً
66	3.3 تأثير تقييد المحتوى الفلسطيني على مدونات الطعام
69	3.4 أهمية مدونات الطعام الفلسطينية
71	المبحث الرابع: النظرية المؤطرة للدراسة
71	4.1 نظرية الدور الاجتماعي
72	4.2 الاستفادة منها في الدراسة الحالية
74	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
78	أولاً: نتائج تحليل المضمون
98	ثانياً: نتائج المقابلات المعمقة
116	الفصل الخامس: ملخص نتائج الدراسة وتوصياتها
116	أولاً: ملخص نتائج الدراسة
125	ثانياً: اختبار النظريات
127	ثالثاً: التوصيات
131	قائمة المراجع
145	الملاحق
168	Abstract

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
6	جدول (1): صفحات مدوني الطعام على الإنستغرام
20	جدول (2): صفحات عينة الدراسة على منصة الإنستغرام
79	جدول (3): طبيعة المحتوى الذي تناولته منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
80	جدول (4): طبيعة التفاعل مع منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
80	جدول (5): عدد منشورات عينة الدراسة يومياً على الإنستغرام
81	جدول (6): أهداف منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
82	جدول (7): الأساليب التي استخدمتها عينة الدراسة في عرض منشورات صفحاتهم على الإنستغرام
84	جدول (8): القضايا التي تناولتها عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام
85	جدول (9): أبرز المصطلحات المستخدمة من عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام
87	جدول (10): الجمهور الذي استهدفته عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام
88	جدول (11): القضايا التي تناولتها عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام
89	جدول (12): طبيعة العناصر التي تدل على الهوية الوطنية في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
90	جدول (13): الوسائط المتعددة الموظفة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
91	جدول (14): طبيعة الصور في محتوى عينة الدراسة على الإنستغرام
92	جدول (15): عدد الصور في المنشور الواحد لعينة الدراسة على الإنستغرام
93	جدول (16): طبيعة شكل الفيديو في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
94	جدول (17): مدة الفيديو المنشور لعينة الدراسة على الإنستغرام
94	جدول (18): طبيعة نوع الموسيقى المستخدمة لعينة الدراسة على الإنستغرام
96	جدول (19): العناصر التفاعلية المستخدمة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام
97	جدول (20): نوع اللغة المستخدمة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

فهرس الملاحق

الصفحة	الملحق
145	ملحق (1) التعريفات الإجرائية لأهم فئات التحليل
150	ملحق (2) لجنة تحكيم استمارة تحليل المضمون
151	ملحق (3) تعريف شخصيات المقابلات
153	ملحق (4) استمارة تحليل المضمون قبل التحكيم
156	ملحق (5) استمارة المقابلات المعمقة لعينة الدراسة وللخبراء والمختصين بعد التحكيم
161	ملحق (6) صور فالبطاقة التعريفية (BIO) لعينة الدراسة على الانستغرام
163	ملحق (7) صور بعض منشورات المدونين توضح فئات التحليل

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولاً: المقدمة

لقد أدى التطور التكنولوجي وظهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى خلق فرصة جيدة للفلسطينيين لتأكيد وجودهم في هذا الفضاء الرقمي الواسع، باعتباره وسيلة لإثبات الهوية الوطنية الفلسطينية مع محاولات الاحتلال الإسرائيلي المستمرة لطمسها على مختلف الأصعدة الاجتماعية، والسياسية، والجغرافية، والثقافية، والرقمية أيضاً. حيث يعمل الاحتلال الإسرائيلي على إنكار ارتباط الفلسطيني بالمكان بمختلف مكوناته، وتوظيف ذلك لدعم مقولة " أرض بلا شعب لشعب بلا أرض".

ويعتبر الطعام مكون ثقافي مهم، حيث تشير "ثقافة الطعام" إلى الممارسات والمواقف والمعتقدات والشبكات والمؤسسات المحيطة بالإنتاج والتوزيع واستهلاك الغذاء (Fiorentino, 2019) فهناك جانب ثقافي للطعام يعمل السكان بتعديل خصائصه ويعرفون به. وعندما يتبادل أفراد المجتمع الصفات ويتقاسمون الطعام كل يوم، يصبح وسيلة للتواصل الثقافي لإبقاء علاقاتهم حية. ووفقاً للبيئة الإعلامية الجديدة فإن العالم الافتراضي ما هو إلا امتداد للعالم الاجتماعي، إذ لا تختلف صيرورة بناء الهوية في الواقع الاجتماعي عن نظيرتها في المجال الإلكتروني (الراوي، 2020).

ولأن الطعام جزء من هويتنا الفلسطينية، كان ولا يزال أحد المجالات التي يتم محاربة الفلسطيني من خلالها، لذلك ارتأت الباحثة إلى أهمية إجراء هذه الدراسة التي تهدف إلى معرفة كيفية توظيف "مدوني الطعام" الفلسطينيين وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية حية، خاصة بعد إدراج العديد من الأطباق الفلسطينية ضمن قائمة التراث اليهودي، ومحاولات الاحتلال المستمرة لسرقة مأكولاتنا الفلسطينية ونسبها للتراث الإسرائيلي.

وتعد الهوية الوطنية الرقمية هي الهوية البصرية لفلسطين، وهو ملف يجب إبرازه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، لذا تسعى الدراسة إلى البحث في مختلف النشاطات الاتصالية التي يقوم بها "مدونو الطعام" الفلسطينيون على منصة الإنستغرام كدراسة حالة، التي من خلالها يتم تقديم الأطباق الفلسطينية قيماً ثقافية وإنسانية لتعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية. قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليل كغرض للوصول لأهداف البحث بشكل علمي منظم،

للخروج بنتائج تأمل الباحثة من خلالها ان تسهم تلك النتائج والتوصيات في إعداد أبحاث مركزة تتعلق بموضوع الدراسة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تلعب مدونات الطعام دوراً بارزاً في تشكيل محتوى فلسطيني يهدف من خلاله الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية من عمليات التهويد والطمس المستمرة من قبل الاحتلال الإسرائيلي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتؤدي تلك المدونات المنتشرة على منصة الانستغرام دوراً مهماً في توجيه الرأي العام وتشكيل مواقفه حول القضية الفلسطينية، خاصة موضوع الطعام، الذي يعتبر رمزاً ثقافياً، ومكوناً رئيسياً من مكونات الهوية الفلسطينية.

وقد تبدو هذه التدوينات مجرد هواية لدى المتابع، ولكنها في الحقيقة لها أهمية كبيرة في الحفاظ على الذاكرة الجماعية للشعب الفلسطيني، وتعد جزءاً من النضال الفلسطيني لتعزيز حقوقه في الوجود سواء ثقافياً، سياسياً، اقتصادياً، اجتماعياً أو إنسانياً. ونظراً للتطور المتسارع الذي نعيشه في العصر الرقمي، وسرعة تفاعل مكونات المجتمع مع هذا العصر، حتم علينا - نحن الفلسطينيون - بناء هوية رقمية نطل من خلالها على العالم، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي الفضاء الأنسب والأكثر رواجاً لتصويرها وتصديرها للخارج، وغيابنا عنه يعني إفساح المجال للاحتلال الإسرائيلي في تشكيل هوية لا نستطيع التحكم فيها.

ولهذا، وظف مدونو الطعام منصة الانستغرام للحديث عن الطعام، وتقديم محتوى يساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال استخدام تقنيات وسائل الاعلام الحديثة وأدوات الوسائط المتعددة من صور ونصوص وفيديوهات بما يتناسب مع خصائص الانستغرام.

ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة تتناول موضوع الطعام والهوية الوطنية الفلسطينية، وانخفاض الوعي العام بثقافة الطعام وأهميته في تشكيل خطاب رقمي يخدم القضية الفلسطينية بأبعادها ومكوناتها على الصعيد المحلي والعالمي. فقد تركزت مشكلة الدراسة في التعرف على دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً من خلال الأهداف والأساليب والقضايا والرموز السلوكية واللغوية المستخدمة من قبل مدوني الطعام، والتعرف على كيفية توظيف تلك المدونات في صياغة الرسالة الرقمية عبر منصة الانستغرام من خلال تحليل

شكل ومضمون المحتوى الرقمي على صفحاتهم لعينة الدراسة المكونة من ثلاث مدونين وهم :
(محمد سبيطة "أبو جوليا"، هبة الجيطان، هيفاء عودة) خلال عام 2021م.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع الذي تتناوله الباحثة، للوقوف على دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال المحتوى الرقمي المنشور على صفحاتهم عبر منصة الانستغرام. وتتلخص أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تعد من الدراسات القليلة على حد علم الباحثة التي تناولت موضوع الطعام وارتباطه بصياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية.
2. تبحث في توظيف الخطاب الرقمي عبر منصة الإنستغرام من مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، والتعرف على أهمية وجودهم في تحريرها من هيمنة الاحتلال الإسرائيلي.
3. تبرز أهمية هذه الدراسة في البحث في مدى وعي مدوني الطعام الفلسطينيين وإدراكهم لدورهم في المحافل الدولية كونهم سفراء لهويتهم ولوطنهم.
4. تسعى إلى فهم مدونات الطعام ضمن سياق تاريخي وثقافي أوسع، وفهم الدور الذي تؤديه مدونات الطعام في السياق التاريخي والثقافي مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في كيفية تشكيل الثقافة المعاصرة.
5. ستطلع الدراسة مدوني الطعام الفلسطينيين على طبيعة عملهم كونهم مدونين يمثلون وطنهم رقمياً، وتوجيههم من خلال نتائج الدراسة حول كيفية نقل الرواية الفلسطينية من خلال الطعام.
6. تساهم الدراسة في رفد المكتبات العربية في تناولها موضوعاً حديثاً ومستجداً على الساحة العربية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص، وهو دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً.
7. إثراء الرصيد المعرفي والعلمي لدى الباحثين في العلاقات العامة والعلوم الإنسانية، وتعريفهم بأهمية نظرية الدور الاجتماعي، وتأثيرها على تشكيل الهوية البصرية لفلسطين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية صياغة الرسالة الرقمية من خلال الطعام بما يخدم

القضية الفلسطينية وتأثير تلك المدونات على تشكيل الرأي العام العربي والعالمى لدعم فلسطين.

8. تسلط الدراسة الضوء على موضوع لا يحظى باهتمام على حد علم الباحثة من قبل الجهات الرسمية أو من مؤسساتنا الأكاديمية رغم أهميته البحثية، في حين إن الاحتلال الإسرائيلي أدرك أهميته مبكراً، واستخدم كل الوسائل لتزوير الحقائق والترويج للعديد من الماكولات الفلسطينية بالمحافل الدولية على أنها من التراث الثقافي الإسرائيلي.

رابعاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. معرفة دور مدوني الطعام الفلسطينيين على صفحاتهم على منصة الإنستغرام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية.
2. تحليل مضمون الرسالة التي يقدمها مدونو الطعام الفلسطينيون على صفحاتهم على منصة الإنستغرام لعام 2021م.
3. دراسة الرموز السلوكية والكلامية واللغوية التي استخدمها المدونون لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، ورصد أشكالها.
4. دراسة المضامين التي قدمت بها الرسالة الرقمية لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية ورصدها.
5. معرفة مدى إدراك المدونين ووعيهم لمحتويات الرسالة الرقمية التي يقدمونها من خلال الطعام.

خامساً: تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات الرئيسة في سبيل تحقيق أهدافها، وهي:

1. ما أدوار مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال صفحاتهم على منصة الإنستغرام لعام 2021م؟
2. ما الرموز السلوكية والكلامية واللغوية التي استخدمها المدونون لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال صفحاتهم على الإنستغرام لعام 2021م؟

3. ما المضامين التي قدمت بها الرسالة الرقمية لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية عبر صفحات مدوني الطعام على الإنستغرام لعام 2021م؟
4. ما مدى إدراك المدونين ووعيهم لمحتويات الرسالة الرقمية التي يقدمونها من خلال الطعام عبر صفحاتهم على الإنستغرام لعام 2021م؟
5. ما دور مدوني الطعام في مواجهة أسئلة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية المتمثلة بالطعام عبر صفحاتهم على الإنستغرام لعام 2021م، ومقاومة أسرلتها؟

سادساً: حدود الدراسة

الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية لهذه الدراسة، في الفترة الممتدة بين 1 كانون ثاني 2021- 31 كانون أول 2021، من خلال تحليل المنشورات على صفحات مدوني الطعام الثلاث على منصة الإنستغرام، التي تم اختيارها بناء على أسلوب الدورة المتكرر أو ما يعرف بالأسبوع الصناعي (الأسبوع الأول من الشهر الأول، الأسبوع الثاني من الشهر الثاني، والأسبوع الثالث من الشهر الثالث، والأسبوع الرابع من الشهر الرابع... الخ)، لضمان البعد الزمني نفسه بين الأسابيع، وسيضمن محتوى تلك المنشورات كلا من: النصوص والصور ومقاطع الفيديو والروابط والرموز التعبيرية وغيرها. وتم اختيار هذه الفترة للحصول على أحدث النتائج قبل البدء بعملية التحليل، كما أنها تعد حدود هذه الدراسة.

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في صفحات الإنستغرام التابعة لعينة الدراسة، وتم اختيار الإنستغرام لأنها الشبكة الاجتماعية الأكثر والأسرع نمواً في العالم وتمتاز بتبادل الصور أكثر من النصوص (الرفاعي، 2019). ويتخصص الإنستغرام بالتواصل المرئي، وهو الوسيلة الأمثل لدراسة الطعام في سياق تاريخي ثقافي، ويقع ضمن البحوث الأنثروبولوجية المرئية الثقافية، ويتميز محتواه بخاصية جمالية، وإنشاء محتوى جذاب بأشكال مختلفة (Manovich, 2017, p. 11).

ولتحقيق أهداف الدراسة ومعرفة شكل الرسالة ومضمونها المقدمة من مدوني الطعام الثلاث على منصة الإنستغرام، اختارت الباحثة الصفحات الأكثر تفاعلاً ونشراً ومتابعة وشهرة في مجال الطعام، وهذه الصفحات:

جدول (1): صفحات مدوني الطعام على (الإنستغرام)

اسم المدون	اسم الصفحة
محمد سبيطة	juliaa-bu أبو جوليا
هيفاء عودة	<i>Fufuinthekitchen</i>
هبة الجيطان	<i>Hiba's food</i>

محددات الدراسة

- عدم وجود دراسات مرتبطة بموضوع الطعام والهوية الوطنية الفلسطينية.
- ندرة المراجع والدراسات السابقة باللغتين العربية والانجليزية التي تتناول موضوع الطعام الشعبي الفلسطيني، وارتباطه التاريخي والثقافي بالهوية الفلسطينية، وعدم توفر دراسات سابقة تتحدث عن مدونات الطعام وارتباطها بتكوين الهوية البصرية.
- صعوبة الوصول الى أشخاص لاجراء المقابلات، تحديداً المدونين المقيمين خارج فلسطين، لهذا كانت وسيلة الاتصال عبر التقنيات الاتصالية ك"الواتس اب" او من خلال البريد الالكتروني.

سابعاً: مصطلحات الدراسة

لجأت الباحثة إلى استخدام عدد من المفاهيم والمصطلحات الأساسية في البحث، لغرض بيان الهدف المقصود من الدراسة، وهي:

1. **مدونات الطعام:** وتعرف المدونة بأنها موقع إنترنت تفاعلي تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات التي يؤمن بها، وتمكن المستخدمين من قراءة هذه المضامين وتقييمها وإضافة مضامين أخرى من خلال خاصية التفاعل التي تتميز بها تلك المدونات وإثارة نقاش حول هذا المحتوى (الشمالية، اللحام، كافي، 2015، ص 159).

وبالنسبة للمدونات المصغرة **Microblogging** فهي عبارة عن تطبيقات على الهاتف المحمول وهي برامج مصممة على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (Hepworth, Kropczynski, Walden, Smith, 2019).

وهناك أنواع عدة من المدونات الصغيرة وهي: التغريد ، المدونات النصية، والصورة ، ويتم اختيارها حسب نوع المحتوى المفضل لدى المدون والجمهور المستهدف (Singla، 2022).

وتعد مدونات الطعام مجموعات افتراضية ومساحات للتفاعل الاجتماعي، والمدون فيها هو قائد المجتمع، بينما الأعضاء زوار منتظمون لتلك المدونة ويتفاعلون حول ما ينشره المدون من وصفات طهي وخبراتهم ومنشورات ذات العلاقة، فتلك الأقسام التي تتكون منها المدونة يؤدي كل منها وظيفة اتصالية محددة (Singla، 2022).

وتعرفه الباحثة مدونات الطعام إجرائياً، بأنها مدونات مصغرة متواجدة على منصة الإنستغرام تعتمد فيها على الصور والفيديو القصير في تقديم محتواها بطريقة جذابة وفقاً لمضامين تفاعلية يقدمها تطبيق الإنستغرام.

2. **الهوية الوطنية الفلسطينية:** وتضم الهوية الوطنية الهوية القومية، والدينية، والثقافية، لتتجاوز هذا المفهوم إلى هوية تنتمي لجغرافية، وتاريخ، وثقافة، ودين، ومصالح مشتركة بين أفراد الوطن الواحد، وهي محدد السلوك لأية دولة وسياساتها الخارجية، وهذه السمات نتاج أحداث وتجارب تاريخية تعيشها المجتمعات خلال نسق تراثي وثقافي (بن وزه، غرغوط، 2018).

"والهوية الوطنية تكتسب مقدرتها على البقاء من خلال مقدرتها على التطور والتفاعل مع المعطيات الاجتماعية والسياسية والثقافية والتاريخية وبوعيا لهذه الخصوصية المرنة والانفتاح" (بن وزه، غرغوط، 2018، ص 89).

وتقصد الباحثة بالهوية الوطنية الفلسطينية وتمثيلها من خلال مدونات الطعام بأنها بطاقة تعريفية تثبت من خلال الأطباق المقدمة عبر صفحات المدونين على منصة الإنستغرام، جنسيتهم الفلسطينية لتتطابق مع كينونة الفلسطيني ومصدر توجيه وإيحاء ثقافي له. وذلك، لتوظيف مدوناتهم في إنتاج هوية وطنية فلسطينية وفقاً لعوامل التأثير وقوة الرسالة التي يقدمونها في تلك المدونات، ودراسة مضمون مدونات الطعام وتحليلها وملاءمتها في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية.

3. **الهوية الرقمية:** وتعرف بأنها "هوية اجتماعية تنشأ عبر الإنترنت من خلال ملفات التعريف عبر الويب، وتستخدم لتمثيل الذات عبر إحدى الشبكات الاجتماعية الموجودة على الإنترنت،

وذلك من خلال إنشاء محتوى يعزز من إبراز الجذور العميقة لهويتك الشخصية عبر تكوين هوية افتراضية تعكس الوعي في فهم العلاقة بين وجودها الشخصي والحضور الاجتماعي والوجود العاطفي في البيئة الافتراضية" (Bozkurt,Hsiung TU,2016,p.157).

وتقصد بها الباحثة اجرائياً بالمحتوى المقدم عبر مدونات الطعام على الإنستغرام بأشكاله المختلفة، وكيفية انعكاسه على صياغة الهوية الفلسطينية الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي خاصة الإنستغرام، باعتباره هوية افتراضية تعكس الوجود الفلسطيني في العالم الرقمي.

ثامناً: الدراسات السابقة

الدراسات التي تناولت موضوع الطعام

دراسة Tania Lewis (2018) بعنوان "الطعام الرقمي: من الحقل إلى المنصة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على التشابكات المعقدة بين العالم الرقمي وعالم الطعام، سواء من ناحية الغذاء، أو الأكل، أو النمو، أو الاختيارات الشرائية.. الخ. والبحث في مفهوم الطعام الرقمي، وتناولت الدراسة العلاقة بين الطعام وحياتنا اليومية وتأثير مشاركة الصور على منصات التواصل الاجتماعي وبرامج الطهي على اليوتيوب من المستخدمين على ثقافة الطعام. وتوصلت الدراسة إلى أن الطعام الرقمي مجموعة من الممارسات والتقنيات والخطابات والقيم، التي تتطور مثل البيئة الرقمية نفسها، وأن ثقافة الطعام في عالم التدوين في تزايد مستمر فهناك روابط متنامية بين الغذاء والتكنولوجيا سواء في عالم الطعام واختياراته أو الاقتصاد أو حتى الزراعة والسياسة. وأن الطرق التي يتم التعبير من خلالها عن الممارسات الغذائية عبر منصات التواصل الاجتماعي متزايدة ومفتوحة سواء عبر الإنستغرام أو اليوتيوب أو المنتديات.

دراسة Mara Ritonga ،Robert Sibarani ،Doha Fitrisia (2018) بعنوان: الطعام الشعبي من منظور لغوي.

هدفت الدراسة الى التعرف على العلاقة بين اللغة والطعام، وأيضا معرفة العلاقة بين الغذاء وعملية الطهي والهوية المجتمعية للمنطقة، وكيف يمكن ان يكون الطعام رمزاً لتكوين ترابط اجتماعي يتناسب مع اللغويات المستخدمة في تلك المنطقة، واعتمد الباحثون على المنهج المقارن من خلال دراسة الاطار النحوي للكلمات المستخدمة بعملية الطهي في اندونيسيا، وباستخدام علم الدلالات اللغوي المستخدم في عملية تقديم الطعام او طهييه.

وأظهرت نتائج الدراسة الى أن المطبخ الشعبي او التقليدي هو هوية المجتمع او المنطقة بحيث يميزه عن المناطق الأخرى، وهناك تفاعل قوي بين الطعام واللغة والثقافة والهوية المجتمعية، وبينت النتائج أنه لا يمكن تحديد عملية الطهي في اندونيسيا باستخدام لغة واحدة او بتوحيد اللغة لان قوة المطبخ الاندونيسي نابع من تنوع لغات المجتمع نفسه، وان استكشاف الطعام المحلي بشكل مثير للاهتمام من خلال ما يعرف بلغويات الطهي، ومن خلال لغويات الطهي يتم تحديد القيم والعادات المجتمعية والتقاليد.

دراسة Dilek Donmez Polat (2018) بعنوان "مدونات الطعام على الإنستغرام: بعض الأمثلة ومحتوياتها".

هدفت الدراسة الى التعرف على أهمية مدونات الطعام كجزء من صناعة الغذاء، وتقييم المدونات المختصة بالطعام على الإنستغرام فيما اذا كانت تلبي أهداف صناعة الأغذية، وإمكانية ان تصبح تلك المدونات كاستراتيجية تسويق في صناعة الأغذية والمشروبات، إضافة الى رصد كيفية استخدام مدونو الطعام الإنستغرام بالترويج لأنفسهم. وتنتمي الدراسة الى حقل الدراسات النوعية، واستخدم النهج التحليلي من خلال اختيار ثلاث مدونات بشكل عشوائي يتابعها اكثر من 3.3 مليون متابع لتحليل منشوراتها على الإنستغرام. وبينت النتائج أن مدونات الطعام على الإنستغرام تساهم في تحقيق أهداف صناعات الغذاء. وتوصلت الدراسة إلى أن مدوني الطعام هم المؤثرون الجدد في عالم تسويق الصناعات الغذائية. وأنهم لا ينشرون محتوى فقط على مدوناتهم بل أيضا يقومون ببناء علاقات اجتماعية مع القراء والمدونين الآخرين، وأنهم يستخدمون النص والعناصر المرئية لخلق تجربة وسائط اجتماعية ممتعة وودية لمتابعي مدوناتهم.

دراسة Adliah Nour. Hanifati (2015) بعنوان: "تأثير مدوني الطعام على سلوك المستهلكين واتجاهاتهم في اختيار المطاعم في أندونيسيا".

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف تقييم مدوني الطعام للمطاعم وتوصياتهم في التأثير على سلوك المستهلكين (رواد المطاعم)، والكشف عن العلاقة بين الفائدة المرجوة لتوصيات مدوني الطعام وموقف المستهلك من هذه التوصيات، وتحليل هل اذا كانت هناك علاقة بين نية المستهلك وتوصية مدون الطعام وتقييمه للطعام المقدم في اختيار المطعم. وتم استطلاع رأي قراء المدونات عبر استبيان وزع الكترونيا من قبل اثنين من المدونين، وتم الاخذ 242 رداً من قراء تلك المدونات كانت صالحة للتحليل من أصل 477 إجابة من قراء المدونات المختارة في الدراسة بالاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا (Technology acceptance model).

وبينت نتائج دراستها إلى أن استخدام الإنستغرام كمنصة للنشر فيما يتعلق بالطعام أكثر تأثيراً من المدونات الأخرى وأن لها تأثير أكبر على نية المستهلك في زيارة المطعم، فالمستهلكين يعتبرون الإنستغرام مصدر معلوماتي للطعام. كما أشارت النتائج أن المستهلك يزور المطعم في حال شعوره بأن توصية المدون مفيدة.

دراسة Ronald Ranata،Yonatan Mendel (2014) بعنوان "استهلاك فلسطين: فلسطين والفلسطينيون في ثقافة الطعام الإسرائيلية".

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبه الفلسطينيون والعرب الفلسطينيون في تكوين الهوية الوطنية الإسرائيلية من خلال فحص ثقافة الطعام الإسرائيلية، والتعرف على دورها في إنشاء المواطن الإسرائيلي وذاكرته الجمعية والنفسية الوطنية وتطلعاته السياسية. وتوصلت الدراسة إلى أن العنصر الغذائي العربي الفلسطيني مهمش وغير واضح ويعاد تفسيره على أنه ينتمي للمستوطنين الصهاينة الشرقيين. وأن ثقافة الطعام الإسرائيلية احتاجت الثقافة العربية الفلسطينية مصدراً للتقليد والتوطين، ولكن في نفس الوقت أرادوا تجريد تلك الثقافة من فلسطينيتها. كما كشفت الدراسة إلى أن المواجهة الصهيونية المبكرة مع الشعب العربي الفلسطيني وثقافته احتوت على مزيج من الرومانسية والإعجاب والتقليد، وبينت أن هناك رفضاً إسرائيلياً بالاعتراف بتأثير الثقافة العربية الفلسطينية على الطعام لأسباب اجتماعية وسياسية وأوصت الدراسة الإسرائيليين بفض الغبار (كما وصفها الباحثان) عن الجذور الفلسطينية المخبأة في كل طبق وطني إسرائيلي.

دراسة Jennifer Lofgren (2013) بعنوان "التدوين الغذائي وتقارب الوسائط المتعلقة بالطعام".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيف تقدم مدونات الطعام عادات الأكل للأشخاص العاديين مقارنة بالوسائط التقليدية المتعارف عليها ككتب الطهي مثلاً، وتحاول الدراسة البحث في كيفية تطور التدوين الغذائي (مدونات الطعام) من نشاط ثقافي إلى عنصر إعلامي ووسيلة للحديث فيها عن الطعام. وكيف تحولت من هواية إلى صناعة. كما تناقش الدراسة كيفية تأثير مدونات الطعام على وسائل الإعلام المتعلقة بالطعام وإمكاناتها لدفع اتجاهات الغذاء. وتوصلت الدراسة إلى أن مدونات الطعام زادت من أهمية تبادل الصفات بين الأفراد، وأن تطور المدونات جزء من التطور المستمر للوسائط المتعلقة بالأغذية وتقنيات مشاركة الصفات. كما تعد مدونات الطعام جزءاً

مهماً من ثقافة الطعام وثقافة المجتمع بشكل عام. وتعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية التي استخدمت نهج الدراسات الأثنوغرافية والثقافية لدراسات المجتمع عبر (الإنترنت).

دراسة Nir Avieli , Rafi Groslik (2013) بعنوان "الطعام والقوة في الشرق الأوسط والبحر المتوسط".

سعت هذه الدراسة إلى عرض تجارب الإسرائيليين في إثبات هويتهم الوطنية من خلال عرض تجربة طبق الحمص والصراع الدائر حوله في إثبات هويته ونسبه في الشرق الأوسط خاصة ما بين لبنان وإسرائيلي، كما توصلت دراسته المقارنة إلى أن إسرائيل تستخدم الطعام قوةً وسلطةً في المنطقة، وأن الفلسطيني ينظر إلى الطعام بعين المقاومة والتحدي والعربي بالمثل وبنفس الطريقة. كما كشفت ارتباط الطعام وانعكاسه على الجوانب العرقية والقومية والإقليمية خاصة في المجتمع الإسرائيلي وأن التنوع الموجود بالمطبخ الإسرائيلي جاء من المهاجرين اليهود.

دراسة Yael Raviv (2003) بعنوان "الفلافل، أيقونة وطنية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على تاريخ الفلافل بالنسبة للشعب اليهودي وكيفية نشوئها كونها أيقونة ورمزا وطنيا لإسرائيل، وتعرفت الدراسة على مكانة الفلافل في منطقة الشرق الأوسط وأهمية الشعب الإسرائيلي بنسبة الفلافل له لأنه جزء من دول الشرق الأوسط. كما كشفت دور الفلافل في المشروع القومي الإسرائيلي، ومكانته في الصراع السياسي والثقافي الفلسطيني الإسرائيلي. وتوصلت الدراسة إلى أن الفلافل لم يكن أداة قهر، حيث لم يتم الاستيلاء على أراضي الفلسطينيين ليتم زراعة حبوب الحمص ولم يتم صناعة الفلافل من خلال استغلال عمل السكان المستعمرين فيه. وبينت أيضا أن الفلافل أيقونة وطنية استطاعت وقدرت على توحيد الشعب اليهودي في الشتات.

الدراسات المتعلقة بالهوية الوطنية

دراسة راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور(2021) بعنوان: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام، وأنماط كثافة تعرض الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى أهمية هذا التعرض من ناحية، وأيضا مدى تأثير هذه الوسائل

لدى الرأي العام. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية دالة احصائياً بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، وبينت النتائج أنه كلما زاد معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي زادت عملية ممارسة المواطنة، والتي تتضمن المشاركة السياسية والاحساس بالهوية والشعور بالانتماء، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها.

دراسة كايد عزات شريم (2017) بعنوان: الهوية الوطنية الفلسطينية: جدل الواقع ومأزق الخطاب مقارنة نقدية تحليلية.

هدفت الدراسة الى التعرف على واقع ومستقبل الهوية الوطنية الفلسطينية في ظل الجدل المستمر حول موضوع الهوية، والتعرف على العلاقة التي تربط الهوية الوطنية الفلسطينية والكفاح الوطني التحرري. واعتمد الباحث منهج المقاربة النقدية التحليلية للهوية الوطنية الفلسطينية من خلال المنهج المادي الجدلي التاريخي.

وأظهرت نتائج الدراسة الى ان إشكاليات الهوية الوطنية الفلسطينية بوصفها قضية حركة التحرر الوطني الفلسطيني في المنظور الثقافي الوطني مقارنة فلسطينية بالعمق والجزرية في مقابل المنظورين السياسي الوطني والقانوني. كما بينت النتائج ان الإشكاليات التي تواجه الهوية الوطنية الفلسطينية تأسست في واقع المواجهة "الوجودية" مع المشروع الصهيوني، الذي يعمل على نفي الهوية الوطنية الفلسطينية ليس من الجغرافيا "الطبيعية والسكانية والسياسية" فحسب، بل من التاريخ الذي يعمل على إعادة تشكيله بما ينفي الحكاية الفلسطينية الجامعة.

دراسة Uğur Gündüz (2017) بعنوان "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على بناء الهوية".

هدفت الدراسة إلى فهم وسائل التواصل الاجتماعي وتحليلها كونها هيكلًا اجتماعيًا مستقلاً يتم فيه بناء الهوية، وسعت الدراسة إلى الكشف عن الجوانب العملية لبناء الهوية المتعلقة بقضايا المجتمعات الافتراضية والاجتماعية، وتحلل الأسباب المحتملة التي تجعل الأفراد يشعرون بالحاجة إلى إنشاء هوية افتراضية لأنفسهم. والتعرف على القيم الثقافية والصفات التي تتشكل في هذه المجتمعات الافتراضية التي تظهر في الشبكات الاجتماعية. ومن أبرز نتائج هذه الدراسة: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تمكن من تنظيم الهيكل الاجتماعي وبنائه وعرضه بما يتناسب مع العصر الحالي بطريقة مرنة كما هو الحال في القضايا الاقتصادية. وأشارت الدراسة

الى أن التفاعل الاجتماعي أصبح أسهل بفضل البيئات الافتراضية التي خلقتها شبكات الاتصال الاجتماعية، وقد سمحت للناس بالمشاركة المجتمعية افتراضيا بعيدا عن ضغوطات الأنا. وأن المستخدمين في المجتمعات الافتراضية يعبرون عن أنفسهم بحرية أكبر من المجتمع الواقعي، كما أنهم يهربون من أدوارهم الحقيقية.

دراسة Gina M.Almerico (2014) بعنوان: "الطعام والهوية: الدراسات الغذائية، الثقافية، والهوية الشخصية".

هدفت الدراسة إلى استكشاف علاقة الطعام بالتجربة البشرية من ناحية ثقافية مجتمعية، وفحص تأثير خيارات الطعام على العائلات والهجرة، والاستيعاب والمقاومة. وأيضا فحص الممارسات الغذائية وأهميتها في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية. وتوصلت الدراسة إلى أن الطعام له تأثير قوي على الناس والجماعات، فيتم قبول الفرد مجتمعيًا من خلال اختيارات طعامه حتى لو لم يكن يرغب بهذا النوع من الطعام، ولكن اختياراته تكون بناء على ما يريده الحشد أو المجتمع حتى يشعر بقبوله. كما توصلت الدراسة إلى أن هناك رمزية في الطعام نستخدمها -نحن الأفراد - من خلال التعبيرات اليومية مثل الحزن والفرح.. الخ. كما أنه يتم تحديد الحالة الاجتماعية للفرد بناء على اختياراته من الغذاء.

دراسة أباهر السقا (2013) بعنوان "الهوية الاجتماعية الفلسطينية: تمثلاتها المتشظية وتداخلاتها المتعددة".

هدفت إلى دراسة تأثيرات واقع التجزئة وأزمة المشروع الوطني على التمثلات الاجتماعية للهوية، داخل الوطن والشتات. كما هدفت إلى دراسة أثر التقسيمات التي أنتجها الاحتلال ومشروع أوصلو في نشوء مظاهر كضعف النسيج المجتمعي على حساب الهوية الفلسطينية وتمثيلات الجمعية المشتركة. وتوصلت الدراسة إلى أن التمايز الهوياتي كان نتيجة لعدة عوامل، منها: الفضاء الجغرافي والاجتماعي وأثره على تكون الهوية الاجتماعية الفلسطينية، وهشاشة الهوية الوطنية، وغياب مشروع اجتماعي يلغي التمايز الجهوي والحمائلي. وتوصلت الدراسة إلى أن الفلسطينيين يحتاجون إلى البقاء موحدين بهويتهم من خلال تركيزهم على الهوية القائمة على الوطن، وليس على الشكل السياسي لإقامة دولة على جزء من وطنهم.

دراسة Jon D. Holtzman (2006) بعنوان: "الطعام والهوية: الدراسات الغذائية، الثقافية، والهوية الشخصية".

هدفت هذه الدراسة إلى فهم ارتباط الذاكرة بالطعام، وكيف أن الطعام يعد ساحة لاستكشاف تعقيدات الذاكرة، وعلاقة الطعام لفهم الواقع وتصورات المستقبل من خلال الفهم الأسطوري والتاريخي له. كما تطرقت الدراسة لعلاقة الطعام بإنشاء الهوية الوطنية والأمة، وكيفية تناوله بشكل رمزي وحسي من خلال الذاكرة. وتوصلت الدراسة إلى أن التفسيرات التي تعتقد بأن ارتباط الطعام بالذاكرة جاء بسبب علمي لارتباطه بالشهوانية الحسية داخل جسد الإنسان هو ليس التفسير الوحيد أو المنطقي فقط، بل هناك تفسير آخر وهو ارتباط الطعام بالذاكرة الجماعية، وأهمية رمزية الطعام دون الرجوع إلى الجسد، فهناك سياقات ثقافية وتاريخية مرتبطة بالطعام، كما استنتجت الدراسة أن الطعام له ارتباطات وثيقة بالتفاصيل اليومية في حياتنا سواء ثقافياً أو اقتصادياً أو سياسياً وتتقاطع مع ظواهر الذاكرة المتغيرة، ومنها: الذاكرة الرمزية، والحسية، والنفسية، والمختزعة.

دراسة رحاب مختار ، ساسي سفيان (2017) بعنوان: الأنثروبولوجيا المرئية، الفيلم الاثنوغرافي والإنتاج الإعلامي الثقافي نموذجاً.

هدفت الدراسة إلى معرفة الأثر الذي أحدثه ابتكار آلة التصوير والصور الفوتوغرافية على البحث الحقلية الأنثروبولوجي. وتحديد الأثر الذي أحدثته الكاميرا وظهور ما يعرف بالفيلم الاثنوغرافي وتأثيره على ظهور الأنثروبولوجيا المرئية أو البصرية، والتعرف على العوامل الخارجية التي أثرت على تطوير أدوات البحث الأنثروبولوجي. وتناولت الدراسة البحث في مفهوم الأنثروبولوجيا المرئية أو البصرية ومزاياه وكيفية الاستفادة منه في البحوث الأنثروبولوجية. وتنتمي الدراسة إلى بحوث التاريخية واستخدمت الباحثان المنهج المقارن. وأظهرت نتائج الدراسة أن أدوات البحث الأنثروبولوجي شهدت تطوراً كبيراً في توظيف التصوير من خلال دراسة ظواهر مختلفة، وان توثيق المعطيات الميدانية من خلال المعايشة والملاحظة بصقة دقيقة ومحايطة بواسطة الأدوات التكنولوجية الحديثة تكون بعيدة عن التحريف والتزييف.

وبينت نتائج الدراسة إلى أن استخدام تلك الأدوات الحديثة أدت إلى حدوث تطور في الأنثروبولوجيا من ناحية الموضوع والمنهج ويتعلق الأمر تحديداً في استخدام وسائط تخزين جديدة تتعلق باستعمال الكاميرا، وهو ما أدى إلى ظهور الفيلم الاثنوغرافي مما أدى إلى ظهور

الانثروبولوجيا المرئية أو البصرية، وتوصلت النتائج الى ان الانثروبولوجيا البصرية ترتبط بالانثروبولوجيا الثقافية.

تاسعاً: التعقيب على الدراسات السابقة

في ضوء مراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة تبين للباحثة مجموعة من النقاط يمكن إجمالها فيما يلي:

- وجدت الباحثة مجموعة من الدراسات ذات الصلة بمتغيرات بحثها الرئيسية التي ساعدتها في اختيار النظرية المناسبة لدراستها كان أقربها، تلك التي تتعلق بمساهمة الطعام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية للمجتمع.
- غلب على الدراسات التي تعرضت لوسائل التواصل الاجتماعي ومنصة الإنستغرام تحديداً تناولها مواضيع الطعام من ناحية تسويقية واقتصادية وتأثير مدونات الطعام على الاختيارات الشرائية للمتابع أو الجمهور، ومدى اعتماد الجمهور على المدونين كونهم مؤثرين في هذا المجال، ولم تركز على كيفية توظيف تلك المدونات في تشكيل ثقافة المجتمع وهويته.
- تتشابه هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة خاصة الإسرائيلية منها في تناول الطعام في تشكيل الهوية الوطنية الإسرائيلية، وتحديداً دورها في إنشاء المشروع القومي الصهيوني، ولكن غلب عليها استخدام المنهج التاريخي، ولم تركز أي منها على دراسة وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها في كيفية تقديم هذا المحتوى بما يخدم صياغة هوية وطنية رقمية، ولكنها أوصت بذلك في نتائجها.
- استخدمت الدراسات السابقة المنهج المسحي والوصفي في دراسة مدونات الطعام على الإنستغرام، وبرز فيها استخدام أدوات تحليل المضمون والملاحظة خاصة التي تناولت مفهوم أطباق الطعام الإيحائية (Food Porn) وكيفية تأثير المحتوى المرئي على الإنستغرام على التسويق الربحي.
- لم تجد الباحثة (في حدود اطلاعها) دراسات عربية تناولت مفهوم الطعام وتشكيل الهوية أو مساهمة الطعام في تكوين الهوية الثقافية والاجتماعية، في حين هناك دراسات أجنبية تتعلق بموضوع الطعام وتناوله في سياق ثقافي واجتماعي وتركيزهم في تناول الموضوع الطعام من ناحية أنثروبولوجية تتعلق في سلوك الإنسان ودراسة المجتمع من خلال خيارات الطعام لديه.

- جميع الدراسات السابقة، وتحديدًا التي تتعلق بالهوية الوطنية الفلسطينية لم تتناول كيفية توظيف الهوية في سياقات ثقافية واجتماعية، كان التركيز فيها في تناول الهوية في السياق السياسي والتاريخي وكيفية نشوئها وارتباطها بالوطن ومكوناتها ضمن التحولات السياسية التي مرت بها القضية الفلسطينية، في حين أن هناك غيابًا لتناول الهوية الوطنية الفلسطينية مع التطور التكنولوجي الذي نعيشه، في حين ترى الباحثة أن التقنيات والوسائل التكنولوجية التي تشهد حضوراً متزايداً في وقتنا الحاضر أمر يتطلب إجراء دراسات علمية تفحص فيها مفهوم الهوية الوطنية الرقمية وهو مفهوم جديد ليتمشى مع التطور التقني الذي بات له أهمية كبيرة في ابراز القضية الفلسطينية.

- هناك قلة من الدراسات العربية والفلسطينية بالذات التي تناولت عمليات تقييد المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وإن وجدت تكون مقتصرة على شكل تقارير أو دراسة تغطية لهذا الموضوع في الصحافة الفلسطينية، ولم تصل إلى درجة تحليل المضمون وكيفية هذا التقييد وشكله، والفئات التي تتعرض لهذا التقييد وكيفية معالجة الموضوع والتحليل عليه بالأساليب المتوفرة.

أوجه الاختلاف

- تختلف مع بعض الدراسات في أداة جمع البيانات، فغلب عليها استخدام الاستبانة واستخدام منهج التحليل التاريخي الوصفي، بينما تستخدم الدراسة الحالية أداة تحليل المضمون بشكل أساسي وأداة المقابلة.
- تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة وعينتها، وحدودها الزمانية والمكانية.
- تختلف عن الدراسات السابقة في دراسة الأثر الناجم عن استخدام مدونات الطعام الفلسطينية على منصة الإنستغرام في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية وكيفية توظيفها لخدمة أهداف الدراسة، أما الدراسات السابقة فركزت على تناول الطعام في السياق التاريخي الثقافي، كما ركزت الدراسات السابقة على مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الإنستغرام في الترويج والتسويق من خلال مدونات الطعام على الإنستغرام.

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة

- أفادت الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أهميتها وأهدافها واسئلتها، وتقسيم الدراسة إلى فصول ومحاوّر تجمع أطراف مشكلة البحث التحليلية والمعرفية. كما ساهمت الدراسات السابقة في إضافة العديد من التعديلات عليها وفقاً للنتائج التي توصل إليها الباحثون، والأساليب التي انتهجها الباحثون في الدراسة.
- ساعدت في تعريف فئات التحليل المستخدمة في تحليل استمارة تحليل المضمون، وذلك عبر تقديم معلومات مختلفة بتحليل مضمون الإنستغرام، وصياغة أسئلة المقابلات المعمقة مع الخبراء والمختصين.
- يساهم التنوع في الدراسات السابقة في مناقشة نتائج هذه الدراسة وتعميق التحليل والتفسير، على ضوء ما توصل إليه الباحثون ومقارنتها بنتائج دراستها الحالية.
- أفادت الدراسات السابقة في توسيع نطاق معرفة الباحثة حول كيفية إنشاء بحث علمي متكامل ومتوافق في عناصره كافة.

الفصل الثاني

منهجية الدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

يتناول هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ الدراسة، التي تتمثل في: نوع الدراسة ومنهجها، ومجتمع الدراسة وعينتها، والأدوات المستخدمة للدراسة أداتي تحليل المضمون والمقابلات، وكيفية بنائها وتطويرها، كما يتناول إجراءات التحقق من صدق الأداة وثباتها، وفيما يأتي وصف لهذه الإجراءات.

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها

تتنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية القائمة على دراسة الحالة، لمعرفة دور مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي الإنستغرام حالة دراسية، عبر تناول الأطباق والوصفات التي يقدمها المدونون وتحليلها وتفسيرها ودورها في التأثير على صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: "المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية، في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره" (عليان، غنيم، 2000، ص 43).

ويُعد المنهج الوصفي مناسباً لمثل هذا النوع من الدراسات لأنه لا يعتمد فقط على جمع البيانات، ولكن أيضاً على تحليل دقيق لها وتفسيرها بعمق للوصول إلى نتائج وتفسيرات لظاهرة ما أو مشكلة الدراسة، ومن أجل فهم أعمق للمجتمع الذي تمثله.

أما بالنسبة لدراسة الحالة، فتعد نوعاً من الدراسات العلمية التي تركز على مجتمع معين، حيث تتمحور فكرتها في دراسة حالة واحدة بشكل مفصل وعميق عبر كل الطرق المناسبة والمتاحة. ويزود منهج دراسة الحالة الباحثة ببيانات كمية ونوعية حول عوامل متعددة تتعلق بأفراد أو مؤسسات أو مجموعات اجتماعية في حالات محددة من أجل إعطاء تفسير أقوى للظاهرة المدروسة (ماجد، 2016).

وقامت الباحثة باختيار الإنستغرام لدراسة الحالة في بحثها، لأنه يحتوي على مواد مرئية وبيانات غنية ذات قيمة. وهو ما يتناسب مع الدراسة الحالية التي تعنى بدراسة مدونات الطعام الفلسطينية على الإنستغرام، التي تشتمل في إجراءاتها المنهجية على أداتي المقابلات المعمقة، واستبانة تحليل المضمون، وذلك لجمع معلومات شاملة ودقيقة ومعقدة.

ونظراً لحدائثة موضوع الدراسة، ومن أجل الوصول إلى نتائج علمية وتعميمات تحقق أهداف الدراسة، وتجنب عن أسئلتها؛ استخدمت الباحثة المنهج الكمي والنوعي، في جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، بهدف ترجمتها للظاهرة المراد دراستها في سبيل بناء إجابة مقنعة عن أسئلة الدراسة والحصول على نتائج أكثر مصداقية ودقة.

وتتناول المناهج الكمية "ماهية" الدراسة، وتعتمد على جمع معلومات وحقائق وتنسيقها، بحيث يمكن حسابها وقياسها رياضياً أو حقائق اجتماعية يمكن تحويلها إلى أرقام وإحصائيات وبيانات رسومية، ويرتكز هذا النوع من الأبحاث على قياس الآراء عبر المسح والاستبانة أو قياس السلوك عبر الملاحظة وجمع المعلومات المسجلة" (ماجد، 2016، ص 44).

والتحليل الكمي هو "طريقة لإنشاء نماذج رياضية تعتمد على البيانات الإحصائية وحساب مؤشرات مختلفة وتقييم قيمها العددية في تحليل البيانات مع النماذج الرياضية المستخدمة، وهي إحدى الطرق الأكثر شيوعاً عند الباحثين لتحليل البيانات الضخمة على وسائل التواصل الاجتماعي" (Yang، 2021).

وأما البحوث النوعية فهي في الغالب تتكون من بيانات غير رقمية وعادة ما تكون وصفية، يعني أن البيانات التي تم جمعها تكون على شكل كلمات ونصوص، وهذه البيانات تجسد المشاعر والعواطف أو التصورات الذاتية لشيء ما. ويهدف المنهج النوعي إلى معالجة "كيف؟" و"لماذا؟" لاستكشاف العمليات الكامنة وراء النتائج المرصودة وفهمها، وتقييم التغييرات في تصورات مجتمع الدراسة (Sajjad، 2016).

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يشمل مجتمع الدراسة جميع عناصر المشكلة ومفرداتها أو الظاهرة قيد الدراسة، ولديها خصائص مشابهة، وهناك اعتبارات يتم اختيار عينة الدراسة بناء عليها (عليان، غنيم، 2000، صفحة 137).

ويتضمن مجتمع البحث في الدراسة الحالية مدونات الطعام لمدونين فلسطينيين مهتمين بمجال الطعام على منصة الإنستغرام لعام كامل، وتحديدًا في الفترة الزمنية من 1 كانون ثاني 2021 إلى 31 كانون أول 2021.

وبسبب صعوبة حصر صفحات الإنستغرام التابعة لمدوني الطعام الفلسطينيين، ونظراً لعدم وجود إحصاءات حول الموضوع، ووفقاً للبحث الذي أجرته الباحثة وإرشادات المتخصصين فقد أمكن حصر ما يقارب 20 صفحة على منصة الإنستغرام تعود إلى مدوني طعام فلسطينيين مشهورين، وتعمل على تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بصياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، إلا أن أعداد المتابعين والتفاعل لديهم دون الحد المنشود حسب تقسيمات المؤثرين في المدونات المصغرة. كما أن عدداً منهم غير منتظم بالنشر. ولذلك تكونت عينة الدراسة من تحليل أبرز ثلاث صفحات لمدوني طعام فلسطينيين على منصة الإنستغرام، وهم: هيفاء عودة، هبة الجيطان، محمد سبيطة (أبو جوليا)، لمعرفة دورهم في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال الأطباق التي يقدمونها على المنصة، كونهم مدونين معروفين ولديهم متابعات عالية على منصتهم، ويمثلون مجتمع المدونين المختصين في مجال الطعام، ولدورهم الكبير في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية في العالم الرقمي. وتم اختيارهم عينةً قصدياً وفقاً للصفحات الأكثر متابعة وتفاعلاً ونشراً للمحتوى كما هي موزعة في الجدول الآتي:

جدول (2): صفحات عينة الدراسة على منصة (الإنستغرام)

اسم المدون	اسم الصفحة	عدد المعجبين بالصفحة	عدد المنشورات	تاريخ إنشاء الصفحة	رابط الصفحة
هيفاء عودة	<i>fufuinthe kitchen</i>	106 ألف متابع	1577	2015/5/8	Heifa (@fufuintheKitchen) • Instagram photos and videos
هبة الجيطان	<i>Hiba's food</i>	146 ألف متابع	1921	2013/8/23	@hibajitan • Instagram photos and videos
محمد سبيطة	-Abu juliaa أبو جوليا	2.1 مليون متابع	299	2020/8/12	Abu Julia (juliaa abu) • Instagram photos and videos

وتم اختيار منصة الإنستغرام لأن هناك أكثر من 2 بليون مستخدم نشط شهرياً للإنستغرام في جميع أنحاء العالم، وهي الشبكة الاجتماعية الأكثر والأسرع نمواً في العالم، وتمتاز بتبادل الصور أكثر من النصوص (الرفاعي، 2019).

ويعرف الإنستغرام بأنه تطبيق للصور الاجتماعية مع وظائف التقاط الصور والفيديو وتحميلها ومشاركتها، كما يعد منصة اجتماعية تعتمد على تفاعل الصور أكثر من النصوص، وهو ليس أداة للتواصل الاجتماعي بين الأصدقاء ولكنه أيضاً منصة مهمة لعمل المدونين (Yang,2021,p.15-16).

وحسب الدراسات المنشورة فإن الإنستغرام يتخصص بالتواصل المرئي aesthetic visual communication، وفي دراسة الطعام يكون الإنستغرام الوسيلة الأفضل للدراسة في سياق تاريخي ثقافي، ويقع ضمن البحوث الأنثروبولوجية المرئية الثقافية، ويتميز محتواه بخاصية جمالية، وإنشاء محتوى جذاب بأشكال مختلفة (Manovich,2017,p.11).

وتمثل عينة الدراسة جميع المنشورات التي نشرها المدونون على منصة الإنستغرام 566 منشوراً موزعة على المدونين الثلاثة في الفترة الزمنية الواقعة من 1 كانون ثاني 2021 إلى 31 كانون أول 2021.

واختارت الباحثة هذه العينة للأسباب الآتية:

- وجود حضور وشهرة واسعة للعينة المختارة على وسائل التواصل الاجتماعي- تحديداً الإنستغرام- وتفاعل الجمهور مع المدونين من خلال منصاتهم بشكل كبير.
- ونظراً لتتابع النشر من العينة المختارة من المدونين بشكل مستمر وشبه يومي لوصفات وأطباق مختلفة على الإنستغرام.

وتعرف العينة بأنها "نموذج يشمل جانب أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي للبحث، وتكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة الوحدات، ويتم اختيار العينات وفق أساليب وطرق علمية متعارف عليها". (الحميد، 2000، صفحة 231)

ونظراً لحجم العينة الأصلي ارتأت الباحثة حصرها بـ (152) منشوراً من منشورات مدوني الطعام الذين تم اختيارهم على منصة الإنستغرام، بالاعتماد على أسلوب الدورة المتكرر أو ما يعرف بالأسبوع الصناعي (الأسبوع الأول من الشهر الأول، الأسبوع الثاني من الشهر الثاني،

والأسبوع الثالث من الشهر الثالث، والأسبوع الرابع من الشهر الرابع، والأسبوع الأول من الشهر الخامس، والأسبوع الثاني من الشهر السادس... إلخ)، لضمان البعد الزمني نفسه بين الأسابيع، وسيضمن محتوى تلك المنشورات كلا من: النصوص والصور ومقاطع الفيديو والروابط والرموز التعبيرية وغيرها. وذلك خلال الفترة الزمنية الواقعة بين (1 كانون ثاني 2021-31 كانون أول 2021)، حتى تكون النتائج أقرب وأدق للتعميم. وتم اختيار هذه الفترة لأنها آنية وللحصول على نتائج حديثة.

كما تعتمد الدراسة على المقابلات المعمقة من خلال طرح أسئلة شاملة ومحكمة لموضوع الدراسة بين الباحث والمبحوث بشكل فردي، وتحديداً مع مدوني الطعام المذكورين في عينة الدراسة، وخبراء ومختصين في مجال الطعام والمجال الرقمي ينتمون إلى مجتمع الدراسة، لمعرفة كيف تقوم هذه المدونات في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، وأهمية الطعام في الحفاظ على الهوية الفلسطينية كونها جزءاً من موروثنا الثقافي والوطني، ومعرفة الدور الذي يقع على عاتقهم للحفاظ على هويتنا الفلسطينية من خلال الطعام في مواجهة سياسات الاحتلال الرامية إلى تهويدها وسرقتها.

وبلغ عدد المبحوثين من الذين شملتهم المقابلات سبعة أشخاص مختصين وملمين في مجال الدراسة وأهدافها لجمع المعلومات التي تحقق أهداف الدراسة، وتم جمع المعلومات باستخدام وسائل سمعية وبصرية لضمان دقة النتائج.

ثالثاً: أدوات الدراسة

اعتمدت الباحثة أسلوب تحليل المضمون بشكل رئيسي لجمع المعلومات في هذا البحث، بشقيه الكمي والكيفي، وذلك لمعالجة مشكلة البحث، وللتعرف على نوعية المضامين والموضوعات المتعلقة بالدراسة.

وتعد "الأدوات والطرق التي يستخدمها الباحث لجمع المعلومات اللازمة، والتي يحتاجها حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها أو لفحص فرضياتها، سواء كانت (ملاحظة، مقابلة، الاستبانة، الاختبارات أو الوثائق) ويتم اختيارها حسب طبيعة البحث ومدى ملاءمتها لجمع المعلومات، وطبيعة مجتمع الدراسة وعينتها (عليان، غنيم، 2000، صفحة 81).

وقامت الباحثة بجمع البيانات وتتبع ما ينشره مدونو الطعام على منصة الإنستغرام، التي تمثل عينة الدراسة وتسجيل ملاحظاتها من أجل الاستعانة بها في تحليل أسئلة المقابلة للإجابة عن

أسئلة الدراسة وتحقيق أهداف البحث. مع العلم أن الباحثة واجهت صعوبة خلال عملية التحليل بسبب التحديثات المستمرة على خصائص هذه المنصة وميزاتها، وبسبب القيود التي فرضت على المحتوى الفلسطيني، لذا فإن عدد الوصول والتفاعل مع المنشورات متفاوت عند عينة الدراسة، كما أن تقييد المحتوى حال دون دراسة القصة أو البث المباشر؛ لأن العديد من المدونين تم منعهم من البث وحجب محتوهم كنوع من العقوبة لنشرهم محتوى "يحض على الكراهية" حسب معايير شركات التواصل الاجتماعي، كما أنه أثر على المدونين مما جعل لديهم رقابة ذاتية في عملية النشر، وبعضهم حاول تجنب نشر كل ما يتعلق بالقضية الفلسطينية، أو حتى استخدام الرموز في تلك المنشورات، لهذا اعتمدت الباحثة دراسة المنشورات فقط. كما اعتمدت الباحثة على أداتين أساسيتين للحصول على بيانات كافية تساعد في التوصل إلى النتائج وربطها بالنظريات المستخدمة وأسئلة الدراسة، وهي:

أداة المقابلة المعمقة

تعرف المقابلة بأنها "حادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين، يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة. والمقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات هي وسيلة شفوية مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات يتم من خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى". (المشهداني، 2019)

وتتبع أهمية المقابلات المعمقة تحديداً في أنها مباشرة، وغير منتظمة الهيكل، يتم فيها سبر أعماق مستجوب وحيد بواسطة شخص يمتلك مهارات خاصة بمقابلة الناس، وذلك من أجل اكتشاف دوافعهم، واتجاهاتهم، ومعتقداتهم، وأيضاً مشاعرهم الأساسية نحو شيء ما، وتعد أهم طرق تنفيذ المقابلة التسلسل بالأفكار والأسئلة (طعيمة، 2004).

واعتمدت الباحثة أداة المقابلة لدورها في مساعدتها في الحصول على المعلومات المعمقة حول موضوع البحث، ولغزارة البيانات وإمكانية تصنيفها عند التحليل، حتى تشكل أساساً تبني عليه الباحثة استنتاجاتها من خلال معرفة تفاصيل أكثر حول مدونات الطعام ودورها في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، ولمساعدة الباحثة على تثبيت صحة معلومات حصلت عليها من استمارة تحليل المضمون، ومن ملاحظاتها لمجتمع الدراسة طوال فترة الدراسة، والمقابلة المعمقة منحت الباحثة فرصة الكشف عن تناقضات ظهرت بين تلك المصادر، والبحث في مواضيع جديدة لم يكن مشار إليها سابقاً بحكم خبرة المبحوثين وتجربتهم في المقابلة، الأمر

الذي يساهم في معرفة الدور الذي يقوم به مدونو الطعام في صياغة الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة منصة الإنستغرام.

استمارة تحليل المضمون

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون بشقها الكمي للحصول على البيانات وتحليلها؛ لتقديم فهم منظم ودقيق لمحتوى المنشورات المتعلقة بالدراسة ومضمونها، والإجابة عن الأسئلة البحثية، ومشكلة الدراسة. ومنهج تحليل المضمون أحد أساليب البحث العلمي، التي تعتمد على تحليل المضامين الفعلية لظواهر سلوكية، واجتماعية، واقتصادية وسياسية في المجتمعات الإنسانية، وهذا المنهج ذو فائدة كبيرة في تحديد العوامل المؤثرة في بعض السلوكيات أو الظواهر المراد تحليلها (نوفل، أبو عواد، 2010، صفحة 221).

ويعرف تحليل المضمون بأنه "مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (حسونة، 2014، ص.3).

وتتكون أداة تحليل المضمون من فئات الموضوع (ماذا قيل؟)، وتشمل تحليل الكلمات والتعبيرات والأفكار والمعاني الثقافية وفئات الشكل (كيف قيل؟) وتعني الشكل المادي للاتصال والأسلوب والنغمة والإيقاع والشكل. وإن النتائج التي تسفر عنها عملية تحليل المضمون أكثر جدوى وأبعد أثراً وأعمق فكراً (طعيمة، 2004).

واعتمدت الباحثة أسلوب تحليل المحتوى لموضوع الدراسة "دور مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية" لجمع المعلومات والتعرف على طبيعة المحتوى المقدم على منصة الإنستغرام لعينة الدراسة، وتم استخدام الأسلوب الكمي بالاعتماد على المعطيات العددية، وقد استقرت الباحثة على التكرار مقياساً لوحدة التحليل وتفسيرها واستخلاص النتائج، وقامت الباحثة بتحديد فئات التحليل وتقسيمها، - وفقاً لطبيعة الموضوع ومضمونه، وأهداف الدراسة - إلى مجموعتين:

تحديد فئات تحليل المضمون

تصنف أنواع الفئات إلى نوعين رئيسيين ويندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، ويدور النوع الأول من الفئات الرئيسية حول مضمون مادة الاتصال أو المعاني التي

تنقلها، أما النوع الثاني من الفئات الرئيسية وهي الشكل، الذي قدم فيه المضمون وانتقلت من خلاله معانيه. (طعيمة، 2004، صفحة 276).

وارتبطت فئات التحليل بتساؤلات الدراسة وأهدافها، وهي مجموعة من التصنيفات، وقد قامت الباحثة بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، كي تستخدم في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور.

أولاً: الفئات الخاصة بالمضمون، وتضم:

1. فئة طبيعة المنشور: تستخدم هذه الفئة لرصد طبيعة الأطعمة المقدمة من مدون الطعام عبر مدونته على منصة الإنستغرام، التي يركز على تقديمها من خلال محتواه: صورة، مقطع فيديو طويل، مقطع فيديو قصير، منشور (صورة مع فيديو).

2. فئة الهدف من المنشور: تستخدم هذه الفئة لرصد الأهداف التي يريد المدون الفلسطيني بلوغها أو الوصول إليها عن طريق مضمونه ومعالجته للموضوع خلال تقديم الأطباق المختلفة على منصة الإنستغرام:

- أهداف إخبارية وإعلامية: المنشورات التي تقدم معلومات تتعلق بالهوية الفلسطينية والأحداث السياسية وتشمل: تهويد الطعام الفلسطيني، سرقة المأكولات الشعبية الفلسطينية، سيطرة الاحتلال على التراث الفلسطيني، محور الهوية الوطنية الفلسطينية، قضايا وطنية.
- أهداف الحشد والمناصرة: هي المنشورات التي تهدف إلى خلق رأي عام يدعم ويعزز وجود الهوية الرقمية الفلسطينية.
- أهداف تثقيفية توعوية: هي المنشورات التي تتناول معلومات من شأنها توعية الأفراد وتثقيفهم في قضية ما.
- أهداف تجارية -تسويقية: هي المنشورات التي تتناول معلومات حول منتجات معينة يستخدمها المدون في إعداد أطباقه والهدف منها الترويج والتسويق (هدف ربحي).

3. فئة أسلوب الرسالة: ويقصد بها الطرق التي اعتمدها مدون الطعام في عرض أفكاره حول الطعام، وتعزيز الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية تشمل: أسلوب وطني، أسلوب ثقافي،

أسلوب مناقشة / حوار، أسلوب سياسي، أسلوب ترويجي/ إعلاني، أسلوب استفهامي، أسلوب استنكاري، أساليب أخرى.

4. فئة القضايا التي تناولتها منشورات مدوني الطعام التي تمثل عينة الدراسة، وتشمل: الهوية الوطنية الفلسطينية، التراث الفلسطيني، عادات وتقاليد، أخرى.

5. فئة أبرز المصطلحات المستخدمة: تستخدم لرصد الكلمات والمصطلحات الأكثر استخداماً على منصات المدونين على الإنستغرام الدالة على هويتهم، وتشمل: وصفات طعام فلسطينية، أطباق فلسطينية، تراث فلسطيني، فلسطين، التهجير، وطن، أكل بلدي، طعام فلسطيني، وصفات الأجداد والأمهات، الحنين إلى الأرض، ثقافة، عادات وتقاليد، طعام متوارث، هوية فلسطينية، سرقة الطعام، تهويد الطعام، سيطرة الاحتلال، تزوير، محو/ إزالة، الاحتلال الإسرائيلي، الاستيطان، الحرية، لا شيء، أخرى.

6. فئة الجمهور المستهدف: العرب، فلسطيني الشتات، الأجانب، الفلسطينيون داخل حدود الوطن، كل ما ذكر، غير ذلك.

7. فئة النشاط الذي تضمنه المحتوى على الصفحة، وتهدف إلى معرفة أسلوب المدون في نشر مدونته عن الطعام والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين باستخدامه أساليب الانتشار التفاعلي والترويج للمحتوى: عرض الطبق المطهو بشكل فردي/عرض الطبق بشكل ثنائي مع مدون آخر/ عرض الطبق مع ضيوف، أخرى.

8. فئة التفاعل مع المنشور: إعجاب/ تعليق.

9. فئة عدد المنشورات في اليوم: مرة يومياً/ مرتان يومياً/ ثلاث مرات يومياً / أربع مرات وأكثر.

10. فئة العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية في المنشور الواحد لعينة الدراسة على الإنستغرام، لمعرفة مدى وعيه في استخدام هذه المكونات التي تعد رموزاً للهوية الفلسطينية: خارطة فلسطين، علم فلسطين، تطريز فلسطيني، كوفية، التصميم الداخلي للمطبخ (الديكور)، أدوات الطهي المستخدمة من المدون.

الفئات الخاصة بالشكل، وتضم:

1. فئة الوسائط المتعددة: ويقصد بها العناصر السمعية والبصرية التي وظفها مدون الطعام الفلسطيني في منشوراته، وتهدف إلى معرفة مدى ارتباط محتوى الصورة أو الفيديو مع شخصية المدون. وتشمل: نص وصورة، صورة وتتضمن: (صور فوتوغرافية، إنفوجرافيك، تصميم جرافيك، رسوم بيانية)، ريلز، كاريكاتير، فيديو مصور، فيديو مع موسيقا، تسجيل صوتي (بودكاست)، وأخرى.
2. فئة الصور وتهدف إلى تحليل الصور وارتباطها بالأنشطة التي يقوم المدون بنشرها: صور شخصية، صور أطباق فلسطينية، صور أطباق غربية، صور أطباق عربية، صور أطباق شرقية، صور أطباق بمناطق تراثية أو تاريخية، صور أطباق غربية مقدمة بطابع فلسطيني، أخرى.
3. فئة عدد الصور بالمنشور الواحد: صورة واحدة للطبق، صورتان، ثلاث صور، أربعة صور فأكثر.
4. فئة الفيديو في المنشور الواحد: فيديو مع صور، فيديو فقط.
5. فئة مدة الفيديو في المنشور الواحد: أقل من دقيقة، دقيقة، أكثر من دقيقة، أكثر من خمس دقائق.
6. فئة عدد المشاهدات في الفيديو بالمنشور الواحد: تهدف إلى معرفة مدى التفاعل في الفيديو بالمنشور الواحد ومقارنتها مع عدد التفاعل مع الصور.
7. فئة الموسيقى المستخدمة والمرافقة للفيديو المصور: موسيقا شعبية، موسيقا عربية، موسيقا غربية، أغاني وطنية، أغاني تراثية، أخرى.
8. فئة العناصر التفاعلية: تعني العناصر المساندة للنص التي وظفها مدون الطعام لزيادة التفاعل والقيام بإجراء من الجمهور، التي تمكن القارئ من زيادة معرفته حول موضوع ما من خلال الانتقال إلى صفحات أخرى بمجرد النقر عليها، وتشمل: الرابط الإلكتروني في Bio الخاص بالمدون، الإشارة إلى الوصفة بالهايلات highlight، الوسم (hashtag)، الإشارة (mention)، الأيموجي، أخرى.
9. فئة الاقتباسات: تستخدم هذه الفئة لحصر نقل الأقوال عن مصادرها.

10. فئة اتجاه اللغة: تعني الاتجاه الذي تضمنته لغة الرسالة في منشورات مدون الطعام الفلسطيني على منصته، من أجل تحديد الجمهور المستهدف: لغة عربية، لغة إنجليزية، لغة عربية وإنجليزية، أخرى.

رابعاً: إجراءات الصدق والثبات لاستمارة التحليل

إجراءات قياس الصدق

يعد الصدق من خصائص القياس المهمة، ويشير إلى صحة الاستدلالات التي يتوصل إليها الباحث من درجات المقاييس، ويكون المقياس صادقاً عندما يقيس ما أعد لقياسه، للأغراض التي صُمم من أجلها. فالصدق مفهوم مجرد، وله أبعاد مختلفة، وتتعدد طرق التحقق منه، ولا تُعد هذه الطرق بدائل لبعضها البعض، لكن كلاً منها يهتم بجمع نوع معين من الأدلة، ويبرر جانباً من جوانب الصدق المختلفة (محمود، 2019).

ويتحدد صدق أداة البحث من خلال العلاقة بين الأداة ووظيفتها، ويرتبط في الإجراءات المتبعة في التحليل، مثل: اختيار العينة، وبناء الفئات وتحديد دقة، فضلاً عن درجة الثبات في التحليل، أما إجراءات قياس الصدق في المقابلات المعمقة، فهي: اختيار العينة بما يتناسب مع مجتمع الدراسة، الحياد في اختيار العينة ومناسبتها لأهداف الدراسة (نوفل، أبو عواد، 2010، ص. 269-275).

وحرصت الباحثة على تحديد فئات التحليل بدقة، ومراعاتها في إجراءات التحليل، وصولاً إلى مستوى مرتفع من الصدق الظاهري لاستمارة التحليل، كما يتحقق هذا النوع من الصدق بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين لفحصها والحكم على صلاحيتها في قياس متغيرات الدراسة وتحقيق أهدافها.

وصدق المحكمين يتم بعرض الأداة على عدد من المحكمين من المتخصصين والخبراء في المجال الذي تقيسه الأداة، فإذا قالوا إن هذه الأداة تقيس السلوك الذي وضعت لقياسه، فإن الباحث يستطيع الاعتماد على تحكيمهم (نوفل، أبو عواد، 2010).

وتحقيقاً لما سبق، عرضت الباحثة أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين في مجال العلاقات العامة والإعلام، وذلك للحكم على صلاحية الاستمارة وتلبيتها لأهداف الدراسة، وبعد عملية التحكيم قامت الباحثة بجمع الملاحظات من المحكمين، وأخذت منها ما كان في مصلحة الدراسة وأهدافها.

وفيما يتعلق بالتحليل الكيفي للأطر الموظفة في مضمون صفحات مدوني الطعام الفلسطينيين المختارين على الإنستغرام، فإن الصدق في التحليل الكيفي يشير إلى الدرجة التي يتم بموجبها تفسير النتائج بطريقة سليمة وصحيحة، ويساهم الوصف والتحليل المتقن للمضمون في استخلاص النتائج بطريقة سليمة، مما يزيد من صدق التحليل أيضاً.

وتم إجراء الصدق لأداة الدراسة من خلال إعداد محاور تحليل المضمون وفئاته، بناء على مجموعة من الدراسات المحكمة والمنشورة، أهمها دراسة (Megan & Nathan Taylor 2018 Keating) تحت عنوان "صور الطعام المعاصر: أطباق الطعام الإيحائية وغيرها من الاتجاهات المرئية" Contemporary food imagery :Food Porn and other (ual trendsvis و دراسة (Chen Yang) بعنوان "البحث في سياق الإنستغرام: الأساليب والطرق (Research in the Instagram Context :Approaches and (Methods).

ودراسة Kambhampati ،Yuheng Hu Lydia Manikonda Subbarao (2014) بعنوان تحليل أولي لمحتوى صور (الإنستغرام) وأنواع المستخدمين. A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types

أما بالنسبة للمقابلات المعمقة، وبعد أن قامت الباحثة بأخذ موافقة العينة المراد مقابلتها واطلاعهم على أهداف الدراسة وأهميتها تم الحصول على المعلومات وتصنيفها في محاور تخدم وتصب في مصلحة أهداف الدراسة وإرفاقها بشكل موثق.

إجراءات قياس الثبات

في سبيل تحليل المضمون موضوعياً، ينبغي أن تكون إجراءات هذا التحليل محددة، وعلى درجة كبيرة من الدقة، ويحدث الثبات عندما يتم إعادة تحليل نفس المضمون مرة أخرى، باستخدام أداة الترميز نفسها، والتوصل إلى النتائج والمستخلصات نفسها.

خامساً: المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع البيانات تم إحصاؤها عن طريق التحليل الإحصائي الإلكتروني البسيط، باللجوء إلى التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

الفصل الثالث

الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة

تمهيد

يتناول هذا الفصل مفهوم الهوية الوطنية الفلسطينية وارتباطها بأنتروبولوجيا الطعام، وأهمية الطعام في الذاكرة الجمعية الفلسطينية، وعلاقته بالموروث الثقافي الفلسطيني، ثم عرض عملية تهويد الطعام الفلسطيني.

أما المبحث الثاني فيتناول أهمية مدونات الطعام في بناء الهوية الرقمية، ومفهوم الهوية في العصر الرقمي، ثم توضيح مفهوم المدونات المصغرة وكيفية تناول مدونات الطعام للهوية الرقمية، وعرج المبحث الثاني على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لمدونات الطعام بعد التعريف بأهميتها بشكل عام، وتم التركيز على الإنستغرام كونه منصة اجتماعية ودورها في انتشار مدونات الطعام.

أما المبحث الثالث فيعرض مفهوم صناع المحتوى والمؤثرين، وشرح معنى أن تكون مدون طعام فلسطينياً من خلال عرض تجارب المدونين، ثم تحدث عن عمليات تقييد المحتوى التي تعرض لها المحتوى الفلسطيني ومنهم مدونو الطعام، وأهمية تلك المدونات بشكل عام.

كما يقدم المبحث توضيحاً حول النظرية المستخدمة في الدراسة الحالية، وهي نظرية الدور الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها، بالإضافة إلى نموذج الدراسة وهو الإنستغرام من حيث تحليل الخطاب التغذوي على الإنستغرام أو الخطاب الإثنوغرافي المرئي.

المبحث الأول: الهوية الوطنية الفلسطينية وارتباطها بأنتروبولوجيا الطعام

1.1 أنتروبولوجيا الطعام

يعد الطعام عند الفلسطينيين قوة ذاتية، قوة تحتاج إلى الإدراك والاستكشاف حتى تكون مترابطة مع كينونة الإنسان الفلسطيني، لتوفير انطباع عن هويته واستعادة الذات الفلسطينية المسلوبة. وفلسطين بالذات، عاشت - وما زالت تعيش - قصة ملحمة منذ ظهور الأطماع الصهيونية فيها، ولكن التجربة الأكثر إيلاماً كانت نكبة عام 1948م؛ إذ تم تهجير ثلثي الفلسطينيين من ديارهم وعائلاتهم العصابات الصهيونية - مع تواطؤ الحكومة البريطانية في المدن والقرى

الفلسطينية- فساداً كبيراً، وسجلت أبشع جرائم التطهير العرقي، وفي عام 1967م عاش الفلسطينيون مرحلة نزوح ثانية واحتلت الضفة الغربية والقدس (عزام، 2016).

وبالنسبة للطعام لا تكمن قوته فقط في إنتاجه واستهلاكه للبقاء على قيد الحياة، فهناك معان تطغى على دراسة الطعام وعلاقته مع الجسد الذي يتغذى عليه، وطرق التعامل معه، تشمل المعتقدات والسلوكيات المحيطة، والبحث في المعاني خلف البيانات التي يتم جمعها عن السلوك البشري.

كل ذلك، يؤدي إلى التفكير في علم الأنثروبولوجيا ودراسة الغذاء، وعلاقته مع التجربة البشرية والثقافة والمجتمع، إذ إن اختيارات الطعام لها مستجدات تتبع الأحداث التي يمر بها أي شعب، ويركز هذا العلم على التحليلات الرمزية والبنائية للطعام، وهو ما سنتناوله الباحثة في دراستها لفهم معنى الطعام الفلسطيني وفحصه عندما ينشره المدونون على منصة الإنستغرام.

يقول كلود ليفي شتراوس: إن الأطعمة "مفيدة للتفكير" وإن الطعام ميدان مهم، يمكن أن يكشف عن البنية العميقة للمجتمع، التي تؤثر بشكل كبير على وظائف الإنسان (غارين، 2021).

وترى كوينهان أن الطعام ليس مجرد مجموعة من المنتجات يمكن استخدامها في الدراسات الإحصائية أو الغذائية، بل هو طريقة للتواصل، ومجموعة من الصور، وبروتوكول يطبق على ما يصح قوله أو فعله، وعلى الأحوال والسلوك. كما تعد طرق التعامل مع الطعام نشاطاً له سمات تميزه وتدل على معنى معين، فالطعام يشكل لغة سهلة المنال بالنسبة للجميع (2013).

وتوضح كوينهان أن "الناس في جميع أنحاء العالم ينظمون طرق تعاملهم مع الطعام في نسق يخضع لنظام مواز للأنساق الثقافية الأخرى، ويبيت فيها المعنى، فمطبخ أي شعب من الشعوب يرتبط بفهم هذا الشعب للعالم" (2013، صفحة 38).

ولأن مبدأ الأنثروبولوجيا يقوم على دراسة الثقافات الأخرى، اختارت الباحثة دراسة الطعام من منظور ثقافي واجتماعي، فدراسة المعتقدات والسلوكيات والعلاقات التي تنتج عن الطعام أمر في غاية الأهمية، فهو محور للنشاط الاجتماعي والثقافي وحتى الاقتصادي والسياسي، وفي حالتنا الفلسطينية يعد أحد ممارسات الاستعمار الذي عاشته فلسطين منذ قيام دولة الاحتلال، خاصة أن "الأنثروبولوجيا الثقافية تهتم بدراسة الأيديولوجيات التي تتحكم بالمجمعات" (تيلوين، 2011، صفحة 23).

وفي هذا السياق، تعرف الأنثروبولوجيا بأنها: ممارسة بحثية، ووظيفية، ومنهجية، وأثنوغرافيا تتقاطع مع تخصصات عديدة منها: الفلسفة، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والدراسات الثقافية والنقد الأدبي وعلم اللغات. كما تتعامل مع العلاقات العامة التي ظهرت نتيجة العولمة والتجارة والاستعمار والاستكشاف والثقافة (Heath، 2013).

ويعرف مصطلح أنثروبولوجيا" بأنه تعريب للكلمة الإنجليزية Anthropologie والفرنسية Anthropology، وكلاهما مشتقان من اللفظتين اللاتينيتين Anthropos وتعني الإنسان، وكلمة logia وتعني منطقاً أو علماً أو دراسة، وبهذا فالمعنى اللفظي للاصطلاح هو علم الإنسان" (مختار، سفيان، 2018، ص. 479).

كما يعد علم الأثنوغرافيا من العلوم الإنسانية، والفرق بين العلمين كما يشير الباحثان، أن الأثنوغرافيا يقع على عاتقها جمع المعطيات، أما الأنثروبولوجيا فمهمته إجراء التحليل المقارن للمجتمعات والثقافات (مختار، سفيان، 2018، ص. 479-480).

وتعني الأثنوغرافيا وصف أو تصوير حي للناس، وعلى نحو عام هي استراتيجية خاصة للبحث الأنثروبولوجي ومنتجة لمعرفته وتوجهاته الأكاديمية. وفي الوقت نفسه، يستعملها الأنثروبولوجي لتصوير مجال لدراسته سواء كان شعباً أو قبيلة أو جماعة إثنية (العباسي، 2013).

وتعد دراسة الطعام الشعبي دراسات إثنوغرافية أيضاً، وهي دراسات وصفية لثقافة الطعام الشعبي في مجتمع من المجتمعات المحلية، ويصف كناعنة هذه الدراسات بأنها أفقية ولها علاقة بالثقافة المادية، بمعنى أنها لا تهتم بالعمق الزمني أو بالناحية التاريخية للطعام في الثقافة المعنية، وإنما تعطي وصفاً لكل نواحي الحياة الشعبية - الاقتصادية والاجتماعية والثقافية - المتعلقة بالطعام الشعبي المحلي، كالعلاقات المتعلقة بالحصول على مواد الطعام وكيفية تحضيره وتقديمه واستهلاكه. كما تتناول القيم المتعلقة بالطعام، ودوره في المناسبات، وعلاقته بالدين (كناعنة، 2011).

بينما تهدف الأنثروبولوجيا كما يرى شتراوس إلى "معرفة كلية وشمولية للإنسان في علاقته بامتداداته التاريخية ومحيطه الجغرافي" (تيلوين، 2011). فالممارسات الغذائية هي ممارسة رمزية في جوهرها تنصهر في صميم عملية الإنتاج الهوياتي Production

Identitaire، حتى إن الهوية الإثنية يمكن أن تكون ملتصقة بتقليد مطبخي خاص فتصبح مختزلة فيه (صولة، 2012).

كما ينتشارك هذا العلم مع العلاقات العامة من خلال الاتصالات بين الثقافات، وبهذا فإن مفهوم الثقافة الذي نبحث فيه من منظور إنثروبولوجي أساسي في التطورات الثقافية من حيث إنشاء المعنى، وتعديله، وإعادة اختراعه من خلال عمليات الترميز، والتمثيل والاستهلاك وإعادة تشكيل الهوية (Heath، 2013).

وترى تهامى أن الطعام موضوع للتحليل مثل أي موضوع ثقافي لدراسة الهيكل الاجتماعي لأي شعب، وترجع دراسة الطعام كحقل إنثروبولوجي معرفي إلى القرن التاسع عشر، حيث سادت الكتابات الكلاسيكية حول الطعام ابتداءً من كتابات إدوار تايلور (Edward Burnett Tylor) عن الطعام من خلال دراسته للقبائل البدائية، وفرانز بواس (Franz Boas) في دراسته عن إعداد سمك السالمون عند قبائل الكوايكوتيل، كذلك دراسات مارسيل موس (Mauss Marcel) عن تبادل الطعام عند البوتلاش، ودراسة مالينوفسكي (aw Malinowski Bronis) لصيادي الباسفيك، وصولاً لكتابات أودري ريتشاردز (Audrey Isabel Richards) عن العمل والجوع في روديسيا، التي وضعت حجر الأساس لأنثروبولوجيا الطعام" (تهامى، 2022).

ويتفق الباحثان من جامعة إلينوي، هانتر وديريك أن أنثروبولوجيا الطعام لها جذور عميقة، وأن تايلور يعد أول عالم أنثروبولوجي محترف في العالم، ويعد جون بورك (1885) أول كاتب لورقة بحثية متخصصة حول الطعام بعنوان "رقصة البول عند الهنود الزونيين في نيو مكسيكو" إذ كتبت بعد عشرين عاماً من ملاحظاته الأثنوغرافية التي كتبت وقتها. كما بحث روبرتسون سميث حول الطعام فيما يتعلق بالأضحية أو القربان من ناحية وظيفية.

ويضيف الباحثان أن الأفكار الوظيفية، هي التي كانت رائجة بين علماء أنثروبولوجيا الغذاء، وفي عامي (1932، 1939) قادت أودري ريتشاردز خلال دراستها للقبائل في شرق إفريقيا العلاقات الاجتماعية القبلية، وكيف خدمت احتياجاتهم الغذائية. وجاء بعدها ريموند فيرث (1934) وماير وسنيا فوريتز ودرسوا المعتقدات والطقوس وعلاقتها بالطعام، وفي الولايات المتحدة الأمريكية عام (1941) ركزت الأبحاث على علاقة الطعام بعلم النفس، كما كان للحرب العالمية الثانية تأثير على استهلاك الطعام ونوعيته، وتتابع الأحداث بعد ذلك، وفي السبعينيات

درس ليفي شتراوس الطعام وتمثيله الثقافي، وقام دوجلاس بالتركيز على الهوية والرمزية ودلالات الطعام.

وفي الثمانينيات كان من أشهر علماء أنثروبولوجيا الطعام جاك جودينز (1982) وسيدني مينتز (1985)، وأصبح موضوع الهوية (القومية والعرقية والجنس والجيل) موضوعاً مهماً داخل أنثروبولوجيا الغذاء، ومن الذين كتبوا فيه كارول كوينهان.

وظل موضوع الهوية محل اختلاف بين علماء الأنثروبولوجيا في الألفية، حول إذا كان للطعام صفات تجعله وسيلة لتحديد الهوية، كرمز للهويات، وبين إن كان وسيلة لنقل الذكريات فيحافظ بذلك على الوعي التاريخي (Hunter، Dirks، 2012).

وعرف دي غارين (2021، ص 162) أنثروبولوجيا الطعام من ناحية الثقافة اللامادية كالآتي: " أنثولوجيا العلم، وأنثولوجيا النبات، التغذية العرقية، علم أنثولوجيا الحيوان، التنظيم الاجتماعي والديني وما يتعلق بإنتاج الأطعمة واستهلاكها. الدراسة الطقوسية باستخدام المكونات الغذائية، القرابين، الأضاحي، أنظمة العرافة... وغيرها. دراسة أنشطة الوجاهة التي تؤدي فيها الأطعمة دوراً مثل: الهدايا، الاستهلاك الجماعي التفاخري، العلاجات التجميلية للجسد من خلال الطعام، طب الأعراق".

وسلطت دراسات الغذاء الضوء على عمليات مجتمعية واسعة مثل السياسة، والاقتصاد، وخلق القيمة الرمزية، والبناء الاجتماعي للذاكرة. كما أثبتت الدراسات أيضاً أنها ساحة مهمة لمناقشة المزايا النسبية للمادية الثقافية والمادية التاريخية مقابل التفسيرات البنيوية أو الرمزية للإنسان (Mintz, Du Bois, 2002).

وبناء على ما سبق، تعتقد الباحثة أن دراسة الطعام والمفاهيم المرتبطة به يساهم بشكل مباشر في التعرف على الأساليب الاستعمارية التي اتبعتها الاحتلال من أجل السيطرة على الهوية الفلسطينية، باعتبار أن الطعام رمزاً للهوية والثقافة، لأن الأنثروبولوجيا مدخل للسيطرة السياسية على الأرض والشعوب بكل مكوناتها ورموزها.

فالأنثروبولوجيا تحدد القوانين العامة لحياة الإنسان في المجتمع، سواء عند الشعوب البدائية أو الشعوب الحديثة والمعاصرة، والأنثروبولوجيا التطبيقية تسعى من خلال نظرياتها للتحكم في المجتمعات التي تقوم بدراستها والبحث فيها، والسعي إلى إدارتها سواء سياسياً، أو ثقافياً أو عسكرياً... إلخ (تيلوين، 2011، صفحة 23).

1.2 الهوية الوطنية الفلسطينية

تتآكل الهوية الفلسطينية كما تأكلت الأرض أمام احتلال إسرائيلي لا يترك فرصة إلا ويحاول فيها اقتلاع شعب بأكمله من أرضه، وفي ظل سردية إسرائيلية دولية غيرت حقائق وقلبت فيها عقول وقلوب شعوب العالم لاستجداء عواطفهم اتجاه سياسات الاحتلال لشرعتها، هناك سردية فلسطينية ضعيفة مغيبة ولكنها متجذرة وبقوة في ثقافة الشعب الفلسطيني وعاداته وتقاليده، ويعد استغلال الغذاء أحد أفضل فصول هذه السردية لإظهار مدى ثراء المجتمع الفلسطيني بهويته الوطنية.

فالغذاء هو مركز هويتنا كما يشير الباحث في علم الاجتماع كلود فيشلر، والغذاء أيضا مركز الفرد بيولوجياً ونفسياً واجتماعياً، فوظيفته تمتد من التغذية (بيولوجيا) إلى الوظيفية الثقافية، حيث يعكس ملامح اجتماعية وثقافية لأي مجتمع، وهو ما قصد به علماء الأنثروبولوجيا عند ممارسة عادة الأكل من حيث توافقها مع الاحتياجات التغذوية، فهناك معان رمزية للطعام سواء بالمعتقدات أو الرغبات لدى الفرد، أي هناك رمزية ثقافية ومدلولات في أنماط الأكل تمثل الأعراق البشرية (Fischler, 1988).

ويعكس مطبخ أي مجتمع أو بلد تاريخه وأسلوب حياته ومعتقداته، كما تبلور المأكولات الوطنية الثقافة والهوية، حيث تحكي اختيارات الطعام قصصا عن العائلات، والهجرات، والاندماج في المجتمعات الأخرى، والمقاومة، والتغييرات التي يمر بها الفرد مع مرور الوقت، والهوية الشخصية والجماعية (Almerico، 2014).

ويصف كناعنة (كناعنة، 2011، ص. 201-204) في كتابه "دراسات في الثقافة والتراث والهوية" الطعام الشعبي بأنه "اللهجات" المحلية للطعام، لأن له صفات ووصفات خاصة على مستوى المجتمعات والجماعات المحلية، التي تميزه عن أنواع الطعام التي تعد "قومية" أو "عالمية"، كما عده لغة تفاعل واتصال من خلال المواد التي تدخل في تحضير الأطباق، التي تحمل قيماً مختلفة تمكن الناس من إيصال رسائل معينة.

وتقول مؤلفة كتاب "مطبخ غزة: رحلة طهي فلسطينية" في مقابلة لها (El-Haddad, 2015) أن فلسطين قبل الاحتلال الإسرائيلي عام 1948م كانت تمتلك تراثا غذائيا أصيلاً وغنياً، فالحديث عن الطعام والوصفات يعني الحديث عن كرامة الحياة اليومية، وعن التاريخ والتراث، في مكان غالباً ما يتم فيه الاستهانة بهذه الأشياء ومحورها فعليا.

وهو ما تحدثت عنه بامية (Bamieh,2021)صاحبة المشروع الفني "جمعية استضافات فلسطين"، الذي يستكشف ثقافة الطعام التقليدية في فلسطين، فالوجود الفلسطيني يعتمد على مقاومة سياسة المحو والإزالة من الخريطة التي يقوم بها الاحتلال الإسرائيلي.

عندما نتحدث عن خريطة، كما تقول بامية، لا يقتصر الأمر على خريطة العالم، بل أيضا إزالة من خريطة الذاكرة والتاريخ والأرض على حد سواء، تاركة خلف هذه السياسة الاستعمارية قصصاً وذكريات مبعثرة.

والطهي بالنسبة إليها هو بقاء، حيث تقوم من خلاله بإعادة تشكيل هويتها الفلسطينية، "واختراع أنفسنا من أجل انقاذها من الاقتلاع الجسدي والعقلي المستمر". وتصف الطعام بأنه "قوة ناعمة" فالجميع يحب الطعام ويستمتع إليه، فهو البوابة التي استطاعت من خلاله الفنانة لفت الانتباه إلى وجودها وهويتها كفلسطينية. فالفلسطيني يستخدم الطعام للتعبير عن هوية تتعرض للتقويض باستمرار.

وتتفق بامية مع حداد بأن الطعام عبارة عن "مقاومة يومية هادئة"، فالطعام هنا لا بد له من سياق يوضع فيه، إنهاء الاستعمار للطعام من خلال فهم الغذاء كموقع للنضالات والاستراتيجيات الاستعمارية في طرق إنتاجه واستهلاكه وتداوله وتقديمه (El-Haddad,2015).

يعد "الطعام حاملاً للهوية ومساهمًا في تشكيلها، إذ نعرف أنفسنا من خلال الغذاء الذي نستهلكه، فالطبق التقليدي يعد طبقًا إثنيًا يختزل ثقلاً رمزيًا لدى المهاجرين على سبيل المثال، لأنه حائز على تاريخ، فمن الناحية الثقافية فإنه خاص جدا لأن أثر الهجرة فيه أخضعه إلى عملية إعادة ترمين ثقافي" (صولة، 2012، ص. 276).

وتشكل فلسطين جزءاً من سلسلة ثقافية واسعة تمتد عبر الأراضي التي كانت تُعرف سابقاً باسم بلاد الشام. ولذا فإن مطبخها له الكثير من القواسم المشتركة مع المأكولات الأخرى في هذه المنطقة، بين ما يعرف الآن بتركيا وحافة النيل، مسقط رأس شجرة الزيتون. كما تركت الحضارات التي مرت فيها بصماتها على مطبخها: أرز الفرس المعطر، وتحضيرات التمر للعرب، وأطباق الزبادي للأتراك. ويمكن تقسيم المطبخ الفلسطيني إلى تنوعات حضرية وريفية وبدوية، مع التمييز بين المناطق الشمالية والجنوبية والساحلية (Haddad,Schmitt,Jenkins,2013).

ويعتمد المطبخ الفلسطيني الشمالي بشكل كبير على الصلصات المصنوعة من الزبادي والنكهات اللاذعة ويتشارك الكثير مع الطعام اللبناني والسوري، بينما يميل الجنوب إلى استخدام الطماطم كقاعدة لليخنات واللحوم، كما اشتهرت المناطق الساحلية في فلسطين، من حيفا إلى غزة -الأكثر حضرية وتطوراً- بمأكولاتها البحرية واستخدام التوابل الغريبة، بينما اعتمدت الزراعة الداخلية بشكل أساسي على المنتجات الزراعية الموسمية، والخضروات البرية، ولحم الضأن، وحليب الأغنام، والحبوب مثل الشعير والفريكة (El-Haddad, Schimitt, Jenkins, 2013).

وينتمي المطبخ الفلسطيني إلى منطقة حوض البحر المتوسط، التي ترتبط أطباقها بالتضاريس المتنوعة للأرض، وعمادها زيت الزيتون والأعشاب البرية والخضراوات الطازجة. أما أساليب الطهي والتوابل تختلف حسب المنطقة الجغرافية، حيث تعرف الضفة الغربية بالأطباق الثقيلة مثل خبز الطابون والأرز ويخنة لحم الضأن، أما المنطقة الساحلية تعرف بالأسماك والفلفل الحار. (Rubin، 2018)

ويفسر صولة (2012، ص. 274) مكونات هوية المجتمع، ويرى أنها تتجلى من خلال الطعام، فما نسميه هوية مطبخية لا يزيد عن كونه تجسيداً خاصاً للهوية الاجتماعية والثقافية. على أن الأمر أكثر من اختزال للطعام في صورة الانعكاس الآلي لثقافة المجتمع وشروط حياته، إذ هو بدوره يساهم في شحنها ونحتها مكوناً أحد مصادر الهوية، فلغذاء دور في إحساسنا بانتمائنا الثقافي طالما أنه ينخرط في الدينامية الهوياتية للمجتمع. ، بذلك، "يتحول الغذاء إلى مصدر توجيه وإيحاء ثقافيين تتضخم وظيفته لتصل حد إنتاج الهوية".

تعرف الهوية حسب المعجم الوسيط بأنها "حقيقة الشيء أو الشخص الذي تميزه عن غيره، وتعرف أيضا بأنها بطاقة يثبت فيها اسم الشخص وجنسيته ومولده وعمله وتسمى البطاقة الشخصية" (المعجم الوسيط، 2008).

ويعرف قاموس إكسفورد الهوية بوصفها "حالة الكينونة المتطابقة بإحكام، أو المتماثلة إلى حدّ التطابق التام أو التشابه المطلق. والكينونة، هنا، تتعلق بالشيء المادي أو بالشخص الإنساني". فالهوية من الناحية الاجتماعية تعد رمز وتجسيد اجتماعي مبني ومتعلق بالمتخيل أكثر منه طابعاً لواقع موضوعي، وهي إحدى الوسائل التي تحاول المجموعة بناء وحدتها بها، فهي "كلّ ديناميكي تتفاعل جميع عناصره في تكاملية أو في صراع، وتنتج عن "استراتيجيات انتمائية يحاول الفرد

من خلالها الدفاع عن وجوده ورؤيته الاجتماعية، ويبحث عن تماسكه المنطقي الخاص به، فهي عملية بناء اجتماعي بامتياز". (السقا، 2013)

كما أنها جزء من السياقات السياسية والاجتماعية في العالم الحديث (زيادة، 2021)، والهوية ترتبط بالفرد أو الجماعة سواء كانت الجماعة تعيش على أرضها التاريخية أو في الشتات. واشترطت زيادة أن يتوفر عنصر الانتماء للجماعة والوعي بالهوية، ومن أهم مكونات الهوية التي تنتقل بالوراثة داخل الجماعة وتظل محتفظة بوجودها وحيويتها هي: الأساطير والقيم والتراث الثقافي.

وحددت العناصر التي ساهمت في تكوين الهوية الفلسطينية، وتتمثل بما يأتي (السقا، 2013):

1. التكوين التاريخي الذي سبب وجود القوميات في المشرق العربي في مرحلة الاستعمار.
2. تعميم مفهوم الدولة الحديثة منذ عام 1945م كأنموذج دولتي للأشكال السياسية في العالم، والانتقال من مفهوم الأمة إلى الدولة.
3. الوطنية الفلسطينية، وهي نتاج لعملية تاريخية مرتبطة بالسياق الفلسطيني من صعود الوطنيات/ القوميات ما بعد الخلافة العثمانية، مروراً بالاستعمار البريطاني (الانتداب) وصعود القومية العربية التي جاءت محاكاةً للوطنية التركية.
4. الصراع مع المشروع الاستعماري الصهيوني الذي سرع من الشعور بالفلسطنة، وأكد الكاتب أنه ضد الحجة التي تربط ولادة الهوية الفلسطينية بالمشروع الصهيوني، فالهوية الفلسطينية ضاربة جذورها بالأرض كما تاريخ شعبها.

ويتفق معه (الشيخ، 2013) بأن "النكبة الفلسطينية لم تكن حدثاً تأسيسياً في الهوية الوطنية الفلسطينية، وفي كونها "لحظة التاريخ الصفر" في مواجهة الهوية الصهيونية النقيضة على مستوى كلاسيكياتها (أرضاً وناساً وحكاية وطنية جامعة لهذين الحدين) وحسب، وإنما في الوعي بهذه الهوية والتفاعل معها، كذلك، على امتداد حاضنتها العربية".

"والهوية الوطنية تكتسب مقدرتها على البقاء من خلال مقدرتها على التطور والتفاعل مع المعطيات الاجتماعية والسياسية والثقافية والتاريخية وبوعيا لهذه الخصوصية المرنة وبالانفتاح" (بن وزه، غرغوط، 2018، ص. 89).

ولهذا، فإن الهوية الوطنية الفلسطينية مثلها مثل أية هوية حية، "هي مشروع بناء لا يزال مستمراً ضمن مشروع وطني تحرري (خلاصي) هدفه إنقاذ الشعب الفلسطيني من آثار نكبته" (السقا، 2013، ص. 43).

وتشبه الهوية الوطنية بالمثلث ثلاثي الأضلاع، الإنسان ضلعها الأول، والحكاية الجامعة ضلعها الثاني، أما الأرض فهي ضلعها الثالث، وتتلاقى جميعها ضمن مشروع وطني فلسطيني مستقبلي، ويكون محورها الرئيس التجربة التاريخية لأنه مشروع الشعب وليس مشروع الدولة. (شريم، 2017)

وترى الباحثة أن من المفيد إعلان وجود أجدادنا من خلال الأطباق التي نقدمها، كونها لغة تواصل، فالطعام يزيد من حيوية الشعوب المضطهدة والشعوب الأصلية في إثبات أنفسهم، والأطباق قادرة على ترميم الهوية المهدة بالاندثار من خلال الحنين إلى ماضٍ جماعي تنهض من خلالها الذاكرة الجمعية الفلسطينية.

وتعتقد الباحثة أن السردية الفلسطينية من خلال الطعام يجب أن تكون حاضرة في المحافل الدولية والرقمية على حد سواء، لأنها قادرة على إعادة صياغة روايتنا وهويتنا الفلسطينية بمذاقات مختلفة. مذاقات ترتبط بقصص التهجير والبقاء والوجود، فالهوية الوطنية الفلسطينية يجب بناؤها من خلال استحضار التراث الاجتماعي والثقافي والسياسي.

1.3 أهمية الطعام في الذاكرة الجمعية الفلسطينية

يشكل الطعام جسراً رمزياً في استعادة الهوية المسلوقة، فمدونات الطعام المنتشرة على وسائل التواصل الاجتماعي مليئة بالذكريات والقصص التي تعبر عن الحياة الاجتماعية للفلسطينيين، يتحدثون فيها - ليس عن صفات الأمهات والجدات فقط - بل ينقلون من خلالها مشاعر الحنين والانتماء إلى أوطانهم التي هجروا منها، فهي عبارة عن بحث واع ودؤوب في الذاكرة الجمعية الفلسطينية، التي تعد الرحم الذي ولدت منه الهوية.

تنشر مدونة الطعام ناهد الفار، التي تقيم في بريطانيا، في مدونتها على الإنستغرام بعنوان "رحلة الطهي"، وصفات الطعام التي تحكي من خلالها قصة التهجير والطرده لعائلتها من مدينة يافا الساحلية بعد النكبة الفلسطينية عام 1948م، حيث تنشر مقطع فيديو لطريقة عمل الصفيحة اليافاوية بالطريقة التقليدية التي تعلمتها من والدتها، وتشارك صورة لطبق "الرمانية" وهي أكلة

نباتية تراثية تتكون من العدس والبادنجان المطبوخين على نار هادئة بعصير الرمان الحامض، ومنشؤها يافا واللد، ثم انتقلت بعد التهجير إلى مدينة غزة مع اللاجئين.

وتتمثل أهمية ما تقوم به بامية التي تبحث في توثيق الأكل الشعبي الفلسطيني من خلال جولاتها الاستكشافية حسب رأيها "أريد خلق تجربة مغايرة مع الجمهور، لنصدر إلى ذهنه معلومات جديدة حول الطبق الذي قد يتناوله لأول مرة، أو أنه قد يأكله يوماً لكنه نسي تاريخه، هذه الطبخات التي بنسبائها أوقنا جانباً من الذاكرة الجمعية الفلسطينية، فحين نضعها على طاولة النقاش ونتفاعل مع تفاصيل تربطنا بفلسطين سياسياً وتاريخياً وجغرافياً بعيداً عن خطابات سياسية ووطنية باتت مفرغة، عندئذٍ نعيد النظر بأسلوب جديد إلى ذواتنا وهويتنا التي يحق لنا الزهو بها" (عطا الله، 2019).

وتعتقد الباحثة بأن أهمية الطعام تنبع من أهمية بناء الذاكرة الجمعية الفلسطينية، وذلك نتيجة ارتباطها في بناء التاريخ، الذي شيدت من خلاله الهوية، والهوية العرقية، والقومية، بالإضافة إلى حاجة الفلسطيني في بناء سردياته المتعلقة بالهوية الوطنية سواء نصياً أو بصرياً في المنفى أو في الوطن، كونها وثيقة جماعية تروي من خلالها حياة شعب، واستخدامها استراتيجياً لمواجهة.

وما يميز الذاكرة الجمعية الفلسطينية ليس فقط التقاليد والفلكلور المتوارث من الأجداد، بل هو ضمير جمعي ينبع من المشاعر المتوارثة، ومن عملية التهجير التي تعرض لها الشعب الفلسطيني، لذلك تعد الذاكرة قضية ملهمة، وتعد من العوامل المهمة في مواجهة رواية الاحتلال الصهيوني ودحضها (توفيق، 2019).

ويقول هولتزمان (Holtzman، 2006) إن الطعام الشعبي مرتبط بالذاكرة الجماعية للشعوب، فالأهمية الرمزية للطعام تنبع من السياقات الثقافية والتاريخية التي وضعت فيه، كما أنه مرتبط بالهياكل المهنية والاجتماعية، وبالعمليات السياسية والاقتصادية. ولهذا أسست الذاكرة ميلاداً جديداً للهوية الوطنية الفلسطينية، وأحدثت وعياً وطنياً فلسطينياً بأهمية إعادة "وطننة الفضاء الاجتماعي" ومأسسته من خلال استنهاض رموز التراث والتقاليد... إلخ. وذلك كله من خلال تفعيل الذاكرة الجمعية الفلسطينية باعتبارها مرجعية جغرافية وثقافية وتاريخية، فالهوية الاجتماعية الجديدة قامت على فكرة العودة إلى المكان الأول ما قبل الاقتلاع-النكبة- (السقا، 2013).

تعرف الذاكرة بأنها "المعاني والتجارب التي تعيدنا إلى الماضي" (Holtzman, 2006, p.363) خاصة أن الماضي هو التاريخ الذي يعد ذاكرة البشرية، فالتاريخ أقدم العلوم الذي عمد إلى دراسة الإنسان في الزمن، هو احتياطي هائل من الأحداث والتجارب والخبرات التي مرت بها الشعوب والحضارات المتعاقبة (الخصراوي، 2020، ص. 81).

أما تعريف الذاكرة بالنسبة للعزة (2018، ص. 77) فهي عبارة عن "عملية إحياء للوعي الجمعي في المجتمع، فالذاكرة محكومة بانتماء الفرد إلى مجموعة اجتماعية، وتلك العملية تتجاوز الفرد إلى الأطر الاجتماعية والثقافية التي تتم فيها عمليات التذكر، دون أن تستكين إلى مفاهيم مثل "الذاكرة الجمعية" أو "الذاكرة الثقافية"، واستند العزة إلى مفهوم "ممارسات التخليد" بديلا دون أن يكتفي بتحليل عناصر التخليد وإنما يجادل أن ممارسات التخليد هي نتاج لعملية تدويت ضمن خطاب سائد أو بديل محدد زمانياً ومكانياً. وعلى الضد من القراءة التقليدية التي تعد الماضي يؤثر في الحاضر والمستقبل، تبدو ممارسات التخليد وليدة قراءة للحاضرة وتصور مستقبلي يتولد ضمن ذات الخطاب سواء السائد أو البديل".

يطلق مصطلح الذاكرة الجمعية على "الوجود الإنساني في أبعاده الثلاثة: الماضي والحاضر والمستقبل، ولكل بعد دوره المهم الذي يتكامل مع الآخر، لذلك تتساوى أهمية الماضي مع الحاضر ومع المستقبل، والماضي ليس مجرد أحداث عابرة، بقدر ما هو خزان تجارب للأفراد وللمجتمعات. وهي الطريقة التي تتذكر بها الجماعات تاريخها، أي أننا نتعامل مع الذاكرة كونها ظاهرة مجتمعية ذات بعد جمعي وليس فردياً، تتأثر بالبيئات المجتمعية والعوامل السياسية المحيطة، والطرق التي يتم رسمها لسرد التاريخ أو نقله أو تغييره" (توفيق، 2019، صفحة 17).

وبالنسبة للمؤسس الفعلي لعلم اجتماع الذاكرة الفرنسي هالبفاكس موريس (1877-1945)، فقد كان له رأي مغاير مع نظرائه من علماء الاجتماع حينها، بأن الذاكرة عملية داخلية ترتبط بالفرد المتذكر وتنحصر فيه، وكان يخالفهم الرأي من خلال كتابه الأول عام 1925، الذي حمل عنوان (الأطر الاجتماعية للذاكرة: Les Cadres sociaux de la mémoire) وعرف فيه الذاكرة بأنها ظاهرة مجتمعية وليست مجرد إرث بيولوجي كما كانت تعتقد الأوساط آنذاك، وينتقد وجهة النظر الفيزيولوجية المحضة التي تكتفي بالتسليم بأن الدماغ البشري وحده يكفي للقيام بعملية استدعاء الذكريات وتمييزها (سوكاح، 2019).

ويؤكد هالبفاكس أن "ذكرياتنا تبقى، رغم فردانيتها الظاهرية، ذات طبيعة مشتركة؛ ومن ثم فهي جمعية، وذلك حينما يذكرنا بها المجتمع مع أنها أحداث غنينا بها وحدنا، مضيفاً أننا لسنا

في الحقيقة وحيدتين ألبتة، فالعلاقة تكاملية بين الذاكرة الفردية والذاكرة الجمعية" (سوكاح، 2019، ص 177).

ويعود ظهور علامات الوعي الجمعي بالذاكرة كما أوضح المؤرخ الفرنسي بيير نورا (نورا، 2020) إلى نهاية سبعينيات القرن العشرين خاصة في فرنسا، وأن الاهتمام بالذاكرة الجمعية جاء نتيجة إنهاء الاستعمار العالمي، الذي أتاح الوصول إلى الوعي التاريخي واستعادة إنتاج ذاكرة المجتمعات التي كانت غارقة في سبات إثني نتيجة القمع الاستعماري، وأن انبعاث الذاكرة الجمعية بوصفها ردة فعل على ما أسماه المؤرخ دانيال هاليفي (1872-1962) بـ"تسارع التاريخ".

أما نورا يوضح أن المفهومين متضادان ولكنهما يفسران بعضهما البعض، فالذاكرة ترتبط بالفرد، أما التاريخ فهو مجال مرتبط بالجماعة، وبسبب تسارع التاريخ، لم يعد بإمكان الفرد الاحتفاظ بالماضي لإعادة رسم المستقبل، أو إعطاء معنى للحاضر، ومعنى المصطلح أن الماضي أصبح على مسافة منا، وأصبحنا معزولين عنه.

ولا يمكننا العثور عليه إلا من خلال عملية إعادة بناء وثائقية وأرشيفية ضخمة تجعل من "الذاكرة" نفسها لما كان يسمى سابقاً "التاريخ"، والعمل على استعمال التاريخ في خدمة الذاكرة.

تبرز أهمية الذاكرة نتيجة انفجار الاستمرارية التاريخية والزمنية، فلم يعد الماضي ضمناً للمستقبل، "وهنا يكمن السبب الرئيس لتعزيز الذاكرة بصفتها فاعلا ديناميكيا ووعدا بالاستمرارية. ففي السابق، كان هناك تضامن بين الماضي والمستقبل، حيث لم يكن الحاضر سوى صلة وصل فحسب، إلا أن هناك تضامنا، اليوم، بين الحاضر والذاكرة" (نورا، 2020، ص 134).

يرى الخالدي (2021، ص 210) أن "الذاكرة" تساعد في سرد وجهة نظر مفقودة ومهمشة عن قصة مقاومة فلسطين ضد استعمارها الاستيطاني ورؤية صحيحة في مجال الفهم الجديد في تدوين التاريخ"

بالإضافة إلى ذلك، للذاكرة دور مهم في بناء المقاومة المعرفية وصناعتها ضد هيمنة الاستعمار، خاصة الذاكرة الفلسطينية المرتبطة بالسياق السياسي، فدورها لا يقتصر فقط على دراسة التاريخ، فالذاكرة أداة لنقد الأيديولوجيا السياسية الاستعمارية، ونقد لعملية تزييف الحقائق التي تم تغييرها خلال عملية إنتاج المعرفة، لذلك تصبح دراسة الذاكرة أداة لتخليد وتذكير أيضا" (العزة، 2018).

يتفق الخالدي (2021، ص 211) مع العزة في مصطلح الاستعمار المعرفي الذي اتبعه الاحتلال، ويقول إن الهوية الفلسطينية تشكلت بصورة معاكسة للهوية الصهيونية، حيث صنعت هوية المستوطنين الصهاينة من خلال المؤسسات التي بدأ المستعمر البريطاني في دمجها من خلال اكتساب الخبرة وإعادة إحياء اللغة العبرية وتوسيع النشاط الاقتصادي. بينما كانت هوية الشعب الفلسطيني تتكون بالتزامن مع سعي الاستعمار البريطاني لتدمير البنى الاجتماعية والسياسية المؤسساتية، التي كان الفلسطينيون يحاولون تأسيسها.

وتعتقد الباحثة أن المأكل الفلسطيني هو أداة لتعزيز الهوية الوطنية، فالكثير من رموز الذاكرة الفلسطينية أصبحت تراثاً وطنياً وعلامة فارقة في الهوية الوطنية. ويرى زيادة (زيادة، 2021) أن الهوية قائمة على الذاكرة الجماعية باعتبارها صانعة للهوية مع المحددات الأخرى، أي السمات المشتركة وهي (اللغة، والعادات، والتقاليد، وحدة المصير في القضية الوطنية.. إلخ). إن دراسة التاريخ تشكل أساس الذاكرة، وهي أمر بالغ الأهمية، لأنها تمثل الهوية والقومية، والقوة والسلطة، ودراستها مسعى قومي يقوم على التسليم بضرورة تبني فهم المطلع وولائه المروم للوطن، والإرث، والمعتقد. (سعيد، 2000)

تؤكد الباحثة أن أهمية أي رمز من رموز الهوية الفلسطينية هو سجل يضاف إلى الذاكرة الجمعية الفلسطينية التي لا تندثر، وتستحضر ما كتبه الروائي اللبناني إلياس خوري "إن المفارقة الفلسطينية التي لا شبيه لها، أنه لا يمكن كتابة تاريخ النكبة والمقاومة المستمرتين إلا بصفتها حاضراً، بحيث يصير الحاضر مدخلاً لقراءة الماضي، ويتحول الماضي إلى ذاكرة الحاضر" (خوري، 2022).

وتتمثل أهمية الطعام بأنه وسيلة نقل للذكريات، لذا هي تحافظ على الوعي التاريخي، ومن خلال ما سبق، ترى الباحثة أن الطعام نموذج رمزي يتشابك مع العديد من الموضوعات (الهوية، الذاكرة الجمعية، التاريخ) وتفكيك هذه النماذج الرمزية باعتبارها تتقاطع مع علم الأنثروبولوجيا الثقافية وعالم الطهي، وإعداد الطعام أحد تجليات الثقافة، حيث يعمل الطعام على المساهمة في تشكيل الذاكرة الجمعية وبنفس الوقت يعد حاملاً للهوية الفلسطينية بنكهاته وأدواته وطريقة إعداده. وبهذا فإن الطبيعة والطعام بيئة ضرورية تبني حولهما الهويات الجمعية، وبهما ينشأ الإنسان، لذلك فإنهما يصبحان أدوات مركزية يستخدمها الاستعمار للسيطرة على الإنسان وتفكيك هويته (إغبارية، 2017).

1.4 الطعام في الموروث الثقافي الفلسطيني

يمتلك الطعام دلالات عديدة في الموروث الثقافي الفلسطيني، فهو مؤشر اجتماعي وثقافي ونفسي، وجزء أساسي من صناعة الهوية الثقافية الوطنية الفلسطينية، والمرتبطة بشكل مباشر بالأرض، فالطعام مرتبط بمواسم الفلاحة الفلسطينية، وبذلك له وظيفة استعارية للتعبير عن معاني التجربة الإنسانية التي بتطورها يكون موروثه الثقافي، وإعادة اكتشاف هذا الموروث هو عنوان للذاكرة الجماعية التي أشرنا لها سابقاً.

وتعرف الثقافة بأنها "منظومة العقائد والمعتقدات والمعايير والقيم والتصورات المشتركة التي يمارسها أعضاء المجتمع، وتشمل أيضاً كل أشكال التعبيرات المختلفة والفعاليات المتنوعة التي تنبثق عن النظام المعرفي المكتسب، وفي صيغتها الأنثروبولوجية تضم أيضاً مختلف موضوعات الحياة اليومية من عادات وأخلاق وتصورات جمعية ومنظومة العقائد ككل" (ميكشيللي، 1993، ص 28).

أما بسيسو (2019، ص 2) فيرى الثقافة بأنها "جماع الأنظمة المادية والروحية التي ابتكرها الإنسان لتحكم سلوكه فيما هو ذاهبٌ إلى الارتقاء بهويته وذاته ونمط حياته والإعلاء من شأن وجوده في الحياة عبر الانخراط في صيرورة هي الثابت الوحيد في هذه الحياة، وعبر الاحتفاظ بأبنية ثقافية تحملها اللغة إلى الأجيال اللاحقة كي تسكنها وتتولى تعديلها أو إعادة إنتاجها وفق حاجاتها وشروط تطوره".

وتدل كلمة ثقافة على "مجمل طرق توافق بني الإنسان المتعلمة أو المنقولة اجتماعياً، أي إن ثقافة جماعة من الجماعات تضم جميع طرق حياة تلك الجماعة وأساليبها ما عدا ذلك الجزء الغريزي المنقول بالوراثة الجينية البيولوجية، وهي وسيلة الإنسان للتأقلم مع بيئته" (كناعنة، 2011، ص 36).

ويقسم (كناعنة، 2011) الثقافة إلى نوعين، رسمي وشعبي. النوع الأول ينتقل بصفة رسمية من خلال مؤسسات الدولة، أما الثاني عبارة عن نتاج عفوي جماعي يعبر عن الشعور الشعبي، وإن الرموز التي تكوّن هوية الشعب يتكون مضمونها ومعانيها من تلك الثقافة، وبالأخص الثقافة الشعبية لأنها نابعة من روح الشعب وتنتقل بطريقة عفوية سواء عن طريق الرواية الشفوية أو المحاكاة والتقليد دون تدخل رسمي، وتعد رموز الثقافة مادية ظاهرة وملموسة تعبر من خلالها عن الهوية مثل الملابس الشعبية والأكلات الشعبية.

وبالنسبة للطعام، فهو يخضع لعملية تكيف ثقافي، فالثقافة توظف تقاليدها أو عواملها الثقافية من أجل تعديل الطعام أو تقديمه أو طهيته، ومن بين تلك العوامل (التكلفة، توفر المواد الخام، سهولة الحصول عليها، القيمة الغذائية للطعام، المرجع الديني، والعادات والتقاليد، الحس الجمعي (تهامي، 2022).

أما الأنثروبولوجيا الثقافية تعرف بأنها العلم الذي يتعامل مع المادة والحركة (السلوك)، وأن السلوك الإنساني مركب من عناصر بيولوجية وثقافية (الزهرة، 2016، ص. 123).

وتشكل طرق التعامل مع الطعام نسقاً منظماً في كل ثقافة من الثقافات فمطابخ الشعوب تختزل ثقافتها بعمق داخل الأطباق التي تقدمها كهوية، كما أن للطعام رمزية تفهم حسب السياق الموجود فيه، باعتباره لغة تواصل ولديه من المعاني والأدوار الكثير من أجل تكوين المجتمع والثقافة (كونيهان، 2013).

ويؤكد الشيف والحكم الدولي أمير عنبتاوي خلال مقابلة له أن الطعام ثقافة، وفلسطين تاريخياً كانت معبراً لثقافات وحضارات عديدة لموقعها الجغرافي والتجاري، والطبق هو هوية شعب ويمثل تراثه ومنطقته، ومقومات المطبخ الفلسطيني لا تعد ولا تحصى خاصة غطاؤها النباتي، وفيها من التنوع ما لا يوجد في مطابخ العالم وحتى الدول العربية، فأكلة العكوب مثلاً فلسطينية بحتة، المسخن مثلاً لا تتوفر نكهته الفلسطينية بأي مكان آخر، لأن السماق البلدي من الأرض نفسها، ولأن زيت الزيتون من الأرض نفسها، فما يميز أي مطبخ عن آخر هو نكهة مكوناته. (عنبتاوي، 2021).

تحدد الثقافة وجبات الطعام، فضلاً عن المواد التي تتكون منها، فهناك قواعد للتعامل مع الطعام وأنماط تختلف باختلاف الثقافات تماماً مثل رمزية الوليمة التي تدل على حسن المضيف وكرمه والروابط الاجتماعية التي ستعكسها الوليمة، فالطعام يؤدي دوراً مهماً في بناء العلاقات الاجتماعية وإدامتها، ويرسخ من الأنماط الثقافية التي تميز كل جماعة عن غيرها. (العباسي، 2013).

وترتبط الاختيارات الغذائية للمجموعات الثقافية بالسلوكيات العرقية والمعتقدات الدينية، فهناك علاقة بين الأطعمة والأفراد من خلال الثقافة التي عاشوها وذكريات طفولتهم والمشاعر التي ارتبطوا بها. فالطعام يحمل قيمة رمزية خاصة موجودة بالتعبيرات الاجتماعية التي نستخدمها

لوصف المكانة أو الحزن أو الفرح... إلخ، وبذلك أصبحت الأطعمة جزءاً من ثقافتنا المعاشة وتراثها. (Almerico، 2014).

تعتقد كاسيلا في دراستها أن الطعام يعتمد على الثقافة، وهناك من يرى أن وصفات الطعام عبارة عن سرديّة ثقافية، تماماً ككلمات العالم المختلفة، فالسلوك الغذائي يتبع الاختلافات الثقافية، فوصفات الطعام وكتب الطهي عبارة عن نصوص تعكس السياقات الثقافية والاجتماعية، وإعداد الوجبات الغذائية تعتمد على العادات السائدة في المجتمع، حيث يمكنهم الطعام من تجربة تقاليد بلادهم وماضيهم من خلال نقل الوصفات عبر الأجيال المتعاقبة، لذلك يعد الطعام أداة تساعد في الحفاظ على الثقافة. (Kaisla، 2019).

واختارت صاحبة مدونة استضافات فلسطين (ting Societylestine HosP) أن تنشر مجموعة متنوعة من الوصفات النباتية التي ارتبطت بالأرض، فمن المعروف أن الفلسطينيين يعملون في الفلاحة والرعي مثل غيرهم من مجتمعات بلاد الشام-كما تشير فهم يتغذون على ما توفره الأرض لهم، حيث تعرض المدونة طبق "الحويرنة" الذي تحضره النسوة مع لبن النعاج وزيت الزيتون، وتصفه بأنه طبق منسي كان يزين المائدة الفلسطينية في الماضي، حيث تسارع النسوة إلى قطف الحويرنة، ما إن تنبت بعد هطول المطر. ومن الوصفات التي قامت بامية بتحضيرها كان طبق اللوف وهي نبتة فلسطينية بامتياز، واسمها العلمي أيضا يحمل اسم فلسطين (Arum palaestinum) وهي من الأطباق التي تحتاج إلى مهارة عالية في التحضير لأن لها سرّاً تعرفه النسوة الفلسطينيات إن لم تحضر بها فستسبب مشاكل في اللسان خاصة أنها نبتة سامة قبل طهيها. (بامية، 2019)

وفي تدوينة أخرى لها، تعرض بامية طبقاً غزائياً تقليدياً مشهوراً في الشتاء، وهو موسم نبتة الحمصيص والمتواجدة بكثرة في غزة وقليلة الظهور في الضفة الغربية، والمكونة من نبات الحمصيص المطبوخ مع العدس المنكه بحبوب الشبت الناشفة، التي يعدها الغزايون في زبدية فخارية مصنوعة بطريقة يدوية تقليدية، ويحلو تناولها مع قرون الفلفل الأخضر الحار.

وكثيراً ما ارتبط الطعام بمواسم الأعراس مثل القزحة، حيث كانت تعد حلويات في حفل "جبله الحناء" وتعجن مع الزبيب والمكسرات والطحين وتقدم ضيافة بمناسبة الزواج، كما كان يقدم مختوم القزحة الخليلية لعلية القوم حسب الروايات الفلسطينية المتوارثة، وتقول (حمد، 2022) في مدونتها على الإنستغرام بعنوان "Food in Law" قديماً كانت القزحة تقدم في فلسطين لعلية القوم ولكبار الزوار كأفضل غذاء فلسطيني وصحي، كان يطلق عليها قديماً

"المختوم" في إشارة إلى أنه أفضل ما يملكه الفلسطيني في بيته، خليط من القزحة والمكسرات متماسكا داخل سائل الدبس والزيت مطبوخا على نار هادئة ويحفظ في علب زجاجية لوقت الحاجة، وأيضا هناك اسم آخر للقزحة حسب الموروث الفلسطيني هي "الشدة" لأنها تقدم اللواتي يلدن حديثاً "لتشد حيلها وجسدها"، كما يساعد مغلي القزحة في إدرار الحليب وتكثيفه للمرضعات.

وتعتقد الباحثة أن تلك الأطباق - التي تعد جزءاً من موروثنا الثقافي الفلسطيني وهويتنا - بحاجة إلى إعادة بلورتها من خلال مشروع وطني لاستنهاض وعي وطني جمعي بالهوية الثقافية على امتداد فلسطين التاريخية، ويصعب الحديث عن هذا دون أن تقع ضمن السياق السياسي الذي نعيشه، وإعادة الاعتبار لهويتنا الثقافية باعتبارها رحماً للهوية الوطنية، الذي يعمد الاحتلال الإسرائيلي إلى تزويرها ومحوها.

إن الهوية الفلسطينية من منظور ثقافي، يعد محوراً رئيساً في صياغة الهوية الوطنية، التي جاءت نتيجة جهد وتجارب مر بها الإنسان وليس نتيجة ما يملك، "وتتطلق الهوية بناء على هذا المنظور من وعي مادي جدلي وتاريخي في تحليله للواقع الاجتماعي، فيرى الظواهر الاجتماعية ضمن شروط تكوينها وصيرورتها المادية في مسار الصراع السياسي، الطبقي وليس بمعزل أو بعيداً عنها". (شريم، 2017)

ويرى شريم (2017، ص 119) أنه لا انفصال بين الهوية الوطنية في عمقها الثقافي وما بين عمقها السياسي، ومن المهم التمرکز حول الإنسان باعتباره الضلع الأول المكون لتلك الهوية، بالتوازي مع ضرورة ديمومة الحكاية الجامعة التي عدّها الضلع الثاني إلى جانب الأرض باعتبارها الضلع الثالث.

1.5 "أسرلة" الطعام الفلسطيني

يتصدر موضوع الهوية الفلسطينية واجهة التحديات، خاصة مع انسداد الأفق السياسي وحق تقرير المصير الذي بات الفلسطينيون على قناعة تامة بأن حل إقامة دولة فلسطينية أمر صعب المنال مع التوغل الاستيطاني الاستعماري الإسرائيلي، فالجدل القائم اليوم هو حول كيفية المحافظة على الفلسطيني وكيونته وسيرورته مع استمرار التهام الأرض وتهويد مكونات هذا الشعب.

إن الاستهانة بالعناصر المكونة للفلسطيني سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية يعني الخضوع لسياسات الاستعمار، وتجاهل الطعام كونه أحد هذه المكونات التي واجهت أيضا عمليات تهويد مبرمجة مارسها الاحتلال، يعد أمراً في غاية الخطورة.

في عام 1940 تم إصدار كتاب ونشره بعنوان "كيف تطبخ في فلسطين" How to Cook in Palestine؟" صادر عن الاتحاد الفلسطيني النسائي الدولي الصهيوني The Palestine Federation of the Womens Internat)(Zionist Organisation .Womens Internat) (WIZ) يشرح فيه للنساء المستعمرات الجدد من أوروبا كيفية تأقلمهن مع المناخ الجديد والطقس في فلسطين من خلال الطعام، ويبين لهن استخدامهن المكونات أو المنتجات الطبيعية في فلسطين لوصفات الطهي مثل (البرغل، الباذنجان، الكوسا)، وتعريفهم بالأعشاب البرية الموجودة في الأرض الفلسطينية، وطريقة حفظ تلك المكونات واستخدامها في المواسم التي لا تتوفر فيها كتجفيف البامية مثلاً، والترويج للطعام في فلسطين بأنه عالي البروتين، أو الترويج لاستخدام زيت الزيتون المتوفر "بكثره" مقابل التخلي أو التقليل من استخدام الزبدة المتعارف عليها في أوروبا. إن على ربات البيوت تحرير مطابخهن من العادات الأوروبية التي "لا تنطبق في فلسطين"، ونصحت (Meyer، 1940، p. 7) القارئات بضرورة تأييد الطبخ الصحي في فلسطين، وتعزيز هذه الأفكار "لأننا مضطرون للقيام بذلك"، ولأن ذلك "سيساعدنا كوننا مقيمين جدد أكثر من أي شيء آخر على التأقلم مع وطننا القديم الجديد".

والمنظمة نفسها تم ذكرها في دراسة (Mendal,Ranta,2014,p.416) حيث تم استخدام الطعام رمزا من القادة الصهيونيين لبناء مشاريع وطنية مبكرة تبنيها النخب السياسية والمثقفة مثل منظمة الصهيونية العالمية للمرأة (WIZO) وعمدت سياسة المنظمة على استخدام سياسة الاستبدال بدلا من التقليد الذي اعتمدوا عليها في المراحل الأولى من توطين المستعمرين اليهود في فلسطين، حيث أراد المستوطنون الصهاينة أن يتشبهوا بالفلاحين العرب الفلسطينيين بما فيهم مأكلمهم ومشربهم، للاستيلاء على تقاليدهم وعاداتهم الموروثة، وكل ذلك تم تبريره "بالعودة" إلى الوطن والعادات اليهودية التاريخية التوراتية.

وبالنسبة لكتاب "كيف تطبخ في فلسطين؟"، الذي ترجم لثلاث لغات (الألمانية، الإنجليزية، العبرية)، أشار إلى أهمية تعلم فنون الطهي في فلسطين لأن ذلك "من متطلبات بناء الوطن الأساسية" (Meyer، 1940، ص 31) ولم تأت الكاتبة على ذكر الفلسطيني بجنسيته، بل ذكرته ب"العربي"، ومن بين المكونات التي ذكرتها النعنع وصنفته على أنه من المنكهات الخضرية "

من المدهش استخدام نبات صحي مثل النعنع ويطلق عليه بالعربية "nana" وبالإنجليزية "mint" وبالعبرية "ikaalai mast" من العرب ولا يتم زراعته في المستعمرات اليهودية" (Meyer، 1940).

وتتمثل أهمية فلسطين والعرب الفلسطينيين في دورهم الكبير في صناعة الهوية الوطنية وثقافة الطعام الإسرائيلية، وقد تحررت الأخيرة المهاجرين الصهاينة الأوروبيين قبل هجرتهم إلى فلسطين عام 1948م، وخلقت من خلال تلك الثقافة مواطناً إسرائيلياً لديه ذاكرته الجمعية، والنفسية، والوطنية وتطلعاته المستقبلية (Mendal,Ranta,2014).

ويوضح الباحث أن عملية المواجهة "الرومانسية" التي اتصف بها الجانبان على حد تعبيره، تحولت من عملية تقليد وإعجاب إلى الهدف الصهيوني المتمثل في استبدال الشعب العربي الفلسطيني من خلال مجتمع سياسي واقتصادي منفصل، وأصبح الهدف هو الاستيلاء والنسيان المتعمد وإعادة كتابة الماضي واجتثاث كل ما هو فلسطيني، "حيث اعتمد المهاجرون اليهود الأوائل بعض الممارسات الثقافية العربية المحلية في محاولة متعمدة للتخلي عن عادات الشتات لصالح وجود جديد في فلسطين" (Raviv، 2003).

وفي الأربعينيات من احتلال فلسطين، تم إطلاق حملة منتجات الأرض (Tozeret Haaretz) من قبل المنظمات الصهيونية، التي دعت إلى شراء الطعام المنتج محلياً من العمال اليهود، لأن الزراعة باتت عملاً من أعمال وواجبات الصهيونية ثم تأكيداً وطنياً في تكوين الهوية القومية اليهودية، وبات مفهوم الوطن محورا رئيساً في بناء الهوية الوطنية الإسرائيلية، وأصبح الطعام أيديولوجيا استخدمت في إنشاء الدولة الجديدة، حيث سعت الحركة الصهيونية في أواخر القرن التاسع عشر لبناء شرعيتها على التفكير القومي وإعادة الشعب اليهودي للأرض التوراتية الموعودة، وباعتبار الزراعة والطعام من السمات الرئيسية في بناء المشاعر المجتمعية على أرض إسرائيل أنشأت الحركة الصهيونية اهتماماتها وقامت بإنشاء تراث ثقافي موحد من خلال المأكولات الوطنية (pantzer, 2020).

وفيما يتعلق بثقافة الطعام الإسرائيلية كان العنصر الغذائي العربي الفلسطيني فيه مهماً وغير واضح، ويعاد تفسيره على أنه ينتمي للمستوطنين الصهاينة، وقد تم جلبه إلى إسرائيل مع اليهود الشرقيين (Mendel، Ronald، 2014).

تقول الكاتبة الفلسطينية المتخصصة بالطعام ريم قسيس في مقالة لها نشرت في صحيفة الواشنطن بوست الأمريكية، إن هناك حججاً إسرائيلية جاهزة في تنسيب "الأطباق الوطنية الإسرائيلية" مثل: الحمص، الفلفل، الشكشوكة، الكنافة... إلخ، مفادها أن هذه الأطباق تم جلبها وتطويرها من المهاجرين اليهود في إسرائيل، حيث يقومون بدبلجة هذه الأطباق وينكرون تأثير ثقافة الطعام الفلسطينية المحلية الأصلية عليها (Kassis، 2020).

ومن المثير للسخرية-على حد تعبير قسيس- أن العديد من المطاعم وكتب الطبخ الإسرائيلية لا تواجه أي مشكلة بإضافة عناصر عربية إليها مثل يماني شوغ (Yemeni schug) أو سبيش عراقي (hiraqi sabi) أو "سلطة تونسية". لكن غياب كلمة "فلسطيني" من قوائمهم وكتبهم هو إغفال صارخ ومقصود. كما أشار العديد من الأكاديميين وكتاب الطعام الإسرائيليون أنفسهم، فإن كلمة فلسطيني لا تزال تعد من العديد من الإسرائيليين تهديداً لوجودهم. (Kassis، 2020) تماماً كما تم سرد قصة طبق "الفلفل"، إذ تتداول الروايات الإسرائيلية تاريخ الفلفل، الذي يعود أصله إلى الأقباط في مصر؛ فقد كان طبخهم النباتي أيام الصوم، ثم انتقل إلى مناطق أخرى وتم جلبه من المهاجرين اليهود اليمينيين إلى إسرائيل مع التعديلات التي حدثت عليه، واستبدل الفول بالحمص، وأصبح "الطبق الوطني الإسرائيلي" وتم الغناء للفلفل من خلال عملية بناء خطاب وطني للهوية الإسرائيلية، وتكييف العناصر الفلسطينية ونزع التعريب منها، وأصبح من أيقونات إسرائيل الثقافية (Raviv، 2003).

والنص التالي يوضح الكلمات في الأغنية التي حملت اسم "فلفل" كونه طبقاً "تراثياً ووطنياً إسرائيلياً": (The Falafel Song، 1950)

Every country in the world	كل بلد لها طبق وطني معروف
has a national dish that is known to	للجميع
everyone	وكل طفل في الروضة يعرف أن
and every child in kindergarten knows	الإيطاليين مشهورون بالمعكرونة
that	والنمساويين معروفون بطعم الشنتسل
the Italian meal is made of macaroni	والفرنسيون بأكل الضفادع
schnitzel The Austrians have tasty	أما الصينيون مشهورون بطعام الأرز
and that the French eat frogs	

eat fine rice that the Chinese	بينما أكلو لحوم البشر يأكلون بعضهم البعض
and that the cannibals eat one another	و نحن لدينا الفلافل
And we have falafel	فلافل، فلافل
falafel ،falafel	هدية للأباء
a present for my dad	حتى الأمهات يتعاونها للجدات،
even mom buys it here	سنشتري نصف حصة
we will buy half a ،randmaG for my old	والحموات سيحصلون على فلافل
portion	اليوم
law will get one -in-and even the mother	فلافل، فلافل
today	
falafel ،falafel	

وتعتقد الباحثة أن فكرة خلق يهودي، وطني محلي، ومتجذر، وحديث الهوية في فلسطين التاريخية هو الهدف من وراء استخدام ثقافة الطعام في عملية التهويد أو الاستيطان ومحو الهوية الفلسطينية، وممارسة فكرة القومية اليهودية وترسيخها والعلاقة بين الهوية والوطنية والغذاء في رؤية المجتمعات اليهودية الاستعمارية المستقبلية، وممارسة دورها السيادي على الأرض.

يقول الباحثان (Mendal,Ranta,2014,p.4) "إن ثقافة الطعام هي جزء من هوية اليهودي، وكيف نتخيل الهوية من خلال أنفسنا وأمتنا؟ فهي لا تعني نظاماً غذائياً يستهلكه مجتمع معين بقدر ما تعنيه ب "نحن"، وهي تشمل الآداب والطرق التي يتم من خلالها زراعة الطعام وإنتاجه وتحضيره وإدراكه".

والأمة كما يراها أندرسون (2009، ص. 52) هي جماعة سياسية متخيلة، فليس بالضرورة أعضاء هذه الأمة أن يعرفوا نظراءهم، أو التقوا بهم، ومع ذلك يعدون أنفسهم جزءاً واحداً لأن لديهم قواسم مشتركة، من خلال الرموز والطقوس واللغة. كما أن للجماعات المتخيلة تلك علاقة بالهوية القومية لهذه الأمة، فالإنسان القومي يكون كامل الانتماء للجماعة المتخيلة، أو يقوم بتحويلها إلى أيولوجية مثلاً في فهم التاريخ كأنه تاريخ قومي، فالمجتمعات المتخيلة هي عملية دمج دينية وإقليمية (مكانية) وعرقية في الهوية الوطنية.

"إن المستوطن يصنع التاريخ، وهو يستشهد دائماً بتاريخ وطنه الأم، وهو امتداد لذلك الوطن الأم. وذلك يعني أن التاريخ الذي يكتبه ليس تاريخ البلد الذي ينهب خيراته بل تاريخ أمته فيما تقوم به من طغيان واغتصاب وتجويع". (فانون، 2015)

ومن رموز الغذاء التي استخدمها الاستعمار الصهيوني في تهويد فلسطين، هما الصبر والبرتقال، وكلمة "صبر" تطلق على اليهودي المولود في إسرائيل، بينما أصبح البرتقال- الذي اشتهرت فيه يافا- بعدما كان رمز الإنتاج الفلسطيني بات المنتج الأول في صادرات إسرائيل. بالإضافة إلى ذلك، لقد أدى الغذاء دوراً كبيراً في "تحرير اليهود الجدد" من إثنيتاتهم، واستطاعوا العودة إلى الصهيونية التاريخية والسياسية، وإلى أرض فلسطين وخلقوا فيها هويتهم الإسرائيلية (Mendel، Ranta، 2014).

وترى الباحثة أن الأرض بما فيها وما عليها شكلت محور صراع مع الاستعمار الصهيوني، وهي وسيلة قوة مثلها مثل الطعام، كما أن عمليات المحو والإبادة والتهجير التي مارسها الاستعمار الصهيوني ضد الفلسطينيين طالت أيضاً القيم ورموز الثقافة الفلسطينية.

ولهذا فإن الغذاء هو وسيلة تحكّم يستخدمها المستعمر، أو صاحب القوة -حتى الجوع - علامة للعجز، فمن خلال توزيع الطعام أو التبرع فيه يتم تفعيل هذه السلطة، ففعل القوة ليس من خلال التجويع بل من خلال التبرع والعتاء أيضاً، ولا يوجد علامة أو وصف أبلغ على فقدان القوة أكثر من الجوع، فالإنسان لم يعد قادراً على إشباع أكثر احتياجات الكفاف الأساسية لديه، ألا وهي الطعام، لذلك دائماً المحور الرئيس لدى أي مستعمر هو الأرض والسيطرة عليها وكل شيء متعلق فيها (Avieli, Grosalik, 2013).

تعتقد الباحثة أن الأرض هي وسيلة إنتاج الفلسطيني المادية وسبب وجوده المعنوي والقومي والرمزي، وهي التي تعمل على صياغة هويته وذاكرته، لهذا عمد الاستعمار على استهدافها لمحو الوجود الفلسطيني سواء عليها أو من خلالها.

إن استعمار الأرض يعني استلاب أشكال الحياة كافة للشعوب الأصلية ومنها الحياة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية والثقافية، ويصف سلامة شجرة الزيتون بأنها حياة للفلسطيني، بوصفها "مناً حسيماً" بما تعنيه الأرض للفلاح. وتعني استمرارية البقاء في الحياة، لدرجة التقديس ليس بالمعنى الديني فقط، لأن العمل بالنسبة له مقدس فالاشتغال بالأرض والاهتمام

بشجرة الزيتون عمل مقدس، والأرض مصدر التغذية والاستمرار في هذه الحياة (سلامة، 2021، ص 28-29).

تماما كما أوضح اغبارية (إغبارية، 2017) في مقاله "لماذا تخشى إسرائيل الزعتر والعكوب؟" بأن إسرائيل حاولت تسخير الطبيعة لصالحها عن طريق محو المعالم الفلسطينية فيها، فالمنظومة الإسرائيلية سيطرت على تفاصيل حياة الفلسطيني اليومية بهدف ضبطها وإزالتها ومحوها، وفصل الإنسان الفلسطيني عن أرضه عبر محو هويته، وذلك هو أصل الاستعمار.

يقول فانون (2015، ص. 43) "إن المستعمر يظل مستعمرا رغم نجاحه في تطويع الأرض والتملك الذي حصل عليه، إن ما يميز "الطبقة الحاكمة" ليس المصانع وليس رصيد البنك، بل نوع الحاكم، النوع الذي جاء من مكان آخر، وهو النوع الذي لا يشبه السكان الأصليين، هو الذي عمل بلا كلل على تحطيم صور الحياة الاجتماعية لدى السكان الأصليين".

ومن أجل السيطرة على آثار الفلسطينيين المادية، استندت إسرائيل إلى بنية معرفية لإقامة مشروعها الصهيوني في أرض فلسطين، فأصبح تاريخ الفلسطيني وثقافته أساسا لمنظومة التبرير النفسي والمعرفي، فأعيد تعيين الإحداثيات الزمانية والمكانية بما يخدم التاريخ اليهودي التوراتي، من أجل التقليل من التاريخ العربي الفلسطيني (روحانا، خوري، 2013).

ثم استمرت إسرائيل بالسيطرة على الفلسطيني عبر الطعام، وذلك من خلال استغلال التبريرات البيئية من أجل فصل الفلسطيني عن أرضه وهويته، حيث أصدرت قانون "النباتات المحمية" عام 1950م، وعرف وقتها قانون "العنزة السوداء" حيث فرضت سلطات الاحتلال قيودها ومخالفاتها على الفلسطينيين الذين يربون هذه الأغنام؛ بحجة أن رعيهم يسبب ضرراً للطبيعة، وفي عام 1967 شكلت "الدورية الخضراء"، وفي عام 1977 أصدر (أرنيل شارون)، حين كان وزير الزراعة وقتها بإصدار قانون منع قطف الزعتر البري أو البلدي، وفي عام 2005 م أصدر قانون يمنع قطف نبتة العكوب، ومن يقيم بقطفها يَكُن معرضاً للحبس أو الغرامة المالية، وهذا القانون-كما يفنده إغبارية- هو مفهوم استعماري آخر، من أجل تفكيك الفلسطيني عن أرضه وهويته، حيث يمثل الزعتر والعكوب رمزا لهوية الفلسطيني وثقافته، فالاحتلال يجرّد الإنسان الفلسطيني من أرضه من خلال الطعام (إغبارية، 2017).

وفي السياق نفسه، تعتقد الباحثة أن المبدأ الذي أقيمت عليه إسرائيل مبدأ مغشوش، وفعل الأكل والتذكر الذي يقوم به الفلسطيني في الوطن والشتات ما هو إلا فعل احتجاج ومقاومة

للاستعمار الصهيوني الذي استطاع بناء وطن قومي يهودي له على أرض فلسطين، فالفلسطيني يحاول الاحتفاظ بذكرىات فلسطين وتذوق طعمها ورائحتها من خلال أطباق تناقلوها عبر أجدادهم الذين هجروا منها، لذا، قصة الطعام بحاجة إلى مراجعة أمينة وسليمة من الفلسطينيين، وبحاجة إلى لغة سياسية ووطنية وثقافية تعبر بكفاءة عن الحقيقة.

المبحث الثاني: أهمية مدونات الطعام في بناء الهوية الرقمية

2.1 الهوية الفلسطينية في العصر الرقمي

لقد نتج عن عصر الإنترنت الذي نعيشه معرفة رقمية فرضت نفسها ضمن القوى العالمية، وكان ظهور شبكة الإنترنت في التسعينيات هو المحفز الرئيس لظهور أجهزة الحاسوب والحوسبة، التي يتكون منها النظام التقني الرقمي، ثم انتقلت بعد ذلك إلى الهواتف والهواتف الذكية وبعدها إلى الأجهزة اللوحية...إلخ. لذا، الإنترنت هو الذي جلب القوة المعرفية وسرّع من تفاعل مكونات المجتمع مع العصر الرقمي ووسع أفق الممارسات الاجتماعية والثقافية (طاير، 2020).

وبما أن العالم أصبح قرية صغيرة، فإن هذا التقلص أحدث سرعة كبيرة في ثورة الاتصالات، حيث وجدت الشعوب نفسها تخضع لأكثر التحولات الاجتماعية سرعة في التاريخ، أصبح عصرنا عصر بحث عن جذور؛ عصر تحاول فيه الشعوب أن تكشف في الذاكرة الجمعية لعرقها وديانته وطاقته وأسرها عن ماضيهم (سعيد، 2000).

وتأخذ منصات التواصل الاجتماعي حيزاً كبيراً في حياتنا اليومية، فهي تعرض تجاربنا وتعكس خبراتنا وأفكارنا إزاء قضايا مجتمعية، وثقافية، وسياسية واقتصادية. كما تقوم على مشاركة الأحداث والآراء والتأثير عليها، ولها تأثير كبير في اتخاذ مواقفنا في الحياة المادية والافتراضية على حد سواء. وتتيح وسائل التواصل الاجتماعي التعبير عن الهوية والاستكشاف والتجريب باعتبار منصات الأكثر تفاعلية من ناحية الاتصال والتفاعل، حيث تمكن تلك المنصات المستخدمين من نقل الصور والنصوص ومقاطع الفيديو والصوت بطريقة سلسة وسريعة، وتمكن المستخدم من الوصول إلى المحتوى الذي يريده، كل ذلك يؤدي إلى إنتاج هوية رقمية تعبر عن الأشخاص أو المجموعات (Gündüz، 2017).

من هنا، أوجد الفلسطيني لغة واضحة المعالم تعبر بكفاءة عن فلسطين وحقائقها التاريخية، وتعتقد الباحثة أن الفلسطيني تمكن من كسر الحواجز الإسرائيلية، لاخترق العزلة التي فرضت

على الشعب الفلسطيني طوال العقود الماضية، فظهرت أنماط وأساليب جديدة باستخدام تقنيات ما بعد الحداثة.

2.2 مدونات الطعام والهوية الرقمية

لقد خلق التحول الرقمي من الطعام مساحة إنتاجية يمكن من خلاله فهم التطور المعقد للعلاقات وتشكيل نمط جديد لدور الطعام من السياق المادي إلى السياق الرقمي وتأثيره على حياتنا اليومية والثقافات العامة، والتعامل مع النصوص الرقمية والوثائق الهويةية بطريقة أكثر حيوية وجمالية من منظور فلسفي واجتماعي وثقافي وسياسي لفهمها وفهم قوتها" (Lewis، 2018، p.213).

و تدرجت الكتابة حول الطعام من الشكل الشفوي، إلى كتب الطاهين وعروض الطهي التلفزيونية إلى الإنترنت بعدها، وظهرت أشكال وأساليب عديدة في طريقة الكتابة، فمن الكتابة الأكاديمية إلى الكتابة عبر الويب، والمذكرات والرحلات، جميع هذه الأنماط تناولت موضوع الطعام، إلا أن ظهر التدوين في أوائل القرن الحادي والعشرين، وبدأت مدونات الطعام بالصعود والانتشار طريقة جديدة لإعطاء صوت للأشخاص العاديين غير المحترفين بالطهي، ومشاركة المدونات للأفكار والاتجاهات والمعلومات حول الطعام، التي تستخدم في بناء الهوية (Lofgren، 2013).

وتعرف الهوية الرقمية بأنها "هوية اجتماعية تنشأ عبر الإنترنت من خلال ملفات التعريف عبر الويب، وتستخدم لتمثيل الذات عبر إحدى الشبكات الاجتماعية الموجودة على الإنترنت، وذلك من خلال إنشاء محتوى يعزز من إبراز الجذور العميقة لهويتك الشخصية عبر تكوين هوية افتراضية تعكس الوعي في فهم العلاقة بين وجودها الشخصي والحضور الاجتماعي والوجود العاطفي في البيئة الافتراضية" (Bozkurt,Hsiung Tu,2016,p.157).

كما تتحدث Lewis (2018,p.218) عن دور هذه المجموعات الافتراضية وقوتها الرقمية في التأثير على التغيير في سياسات واقعية من خلال عملية الاتصال الرقمي التي تقوم بها، وتوضح لويس بأن أدوات العالم الرقمي مكنت النشطاء الاجتماعيين أو الفاعلين والنشطاء السياسيين من تبني قضايا سياسية عالمية متعلقة بالغذاء، وتسليط الضوء عليها تماما مثل قضية زراعة الأفوكادو الإسرائيلية على الأراضي الفلسطينية، التي تم الاستيلاء عليها بطريقة غير شرعية وتصديرها منتجا وسلعة غذائية إسرائيلية إلى العالم.

ويعرف الاتصال الرقمي بأنه عملية اجتماعية يتم فيها الاتصال بمهارة عالية من المستخدم سواء من خلال إنتاج الرسائل الرقمية أو توصيلها واستقبالها وإرسالها لتحقيق أهداف معينة ضمن بيئة تفاعلية وسياق اجتماعي واتصالي محدد. كما أن عملية الاتصال تتم بطريقة واعية وهادفة ضمن خصائص الاتصال التي من أهمها أنها تفاعلية وتكاملية وتتجاوز الحدود الثقافية وتتجاوز وحدة الزمان والمكان أيضا (الشمائلة، اللحام، كافي، 2015).

و يعد الطعام لغة خطاب، و رسالة اتصالية يتم نقلها ومشاركتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن اعتبار المدونات المتخصصة في عرض صور الطعام والوصفات على شبكات التواصل الاجتماعي أدوات بحث أنثروبولوجية أو ما عرف حديثا بالأنثروبولوجيا المرئية (Visuelle anthropologie) وهي فرع من فروع الأنثوغرافيا الوصفية، بحيث تجمع بوساطة الصورة معلومات عن شعوب الحاضر والماضي، وتتغير أشكال الصورة وفقا للعصور، حسب الظروف التقنية لكل عصر أو حقبة، وأخذت الأنثروبولوجيا البصرية اسمها من نفس الحقل النظري للعلوم الإنسانية، وهي تعنى بتحليل الصور ضمن السياق التاريخي والثقافي والاجتماعي (مختار، سفيان، 2018، ص. 480). وأيضا، تعد ذات فائدة ليس فقط للمختصين، ولكن أيضا للأفراد المهتمين بفهم مصائر عائلاتهم وشعوبهم، والعالم عبر التاريخ.

ولقد وفرت المدونات باعتبارها أنثروبولوجيا مرئية بأشكالها التقليدية Traditional Bloggers والمدونات المصغرة Microblogging إمكانية إنشاء محتوى حول الطعام سواء لنشر وصفات الطعام، أو أسلوب للبحث في أعماق التاريخ والذاكرة، أو حشد الآراء حول تجربة طعام معينة، أو عن رحلات الطهي والتذوق التي يقوم بها هؤلاء المدونون واستخدامات المدونات بأشكالها تأتي حسب أولويات مستخدميها.

2.3 تعريف المدونات المصغرة

وتعرف المدونة بأنها موقع إنترنت تفاعلي تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات التي يؤمن بها، وتمكن المستخدمين من قراءة هذه المضامين وتقييمها وإضافة مضامين أخرى من خلال خاصية التفاعل التي تتميز بها تلك المدونات وإثارة نقاش حول هذا المحتوى (الشمائلة، اللحام، كافي، 2015، ص. 159).

وتعد المدونات خامس أكثر مصدر موثوق في العالم حسب Google Analytics لعام

2021م، فإن

(77%) من مستخدمي الإنترنت في العالم يحبون قراءة المدونات، وهناك أكثر من 570 مليون مدونة على الإنترنت استناداً إلى إحصائيات منصات التدوين في العالم، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية هناك 31,7 مليون مدوناً، ويبلغ عدد المدونات النشطة 500 مليون مدونة و 7 ملايين مشاركة يتم نشرها يوميا على المدونات، و (77.6%) من مستخدمي الإنترنت يقرأون المدونات بانتظام، ويتصفح حوالي 43% من الأشخاص مشاركات المدونات، وأكثر من (60%) من المدونين يعيدون نشر المحتوى نفسه على وسائل التواصل الاجتماعي (Dopson، 2021) (Djuraskovic، 2022).

وتصنف المدونات (Blogs) ومدونات الفيديو (Vlogs) والمدونات المصغرة (Microblogging) بأنها منصات تواصل اجتماعي مثل تويتر ويوتيوب و إنستغرام والمدونات لها نفس سمات وسائل التواصل الاجتماعي وخصائصها، وتتناول موضوعاً محدداً ومعينا مثل الطهي أو الموسيقى أو الكوميديا.. إلخ (Heath، 2013، p.74).

ويصنف المؤثرون لخمسة فئات وفقا لعدد متابعيهم ودائرة التأثير: (محرم، 2020، ص. 388-389)

- المؤثرون محدودو التأثير Nano:
لديهم جمهور صغير نسبيا على مواقع التواصل الاجتماعي، وخبرتهم في مجال العلامات التجارية قليلة ويتراوح عدد المتابعين على الإنستغرام 10k-1k.
- المؤثرون ذوو التأثير المنخفض Micro:
لديهم نسبة متابعة أكبر مقارنة ب ال Nano، وخبرتهم متواضعة في التعاون مع العلامات التجارية، ويبلغ عدد المتابعين على (الإنستغرام) أكثر من 10000 متابع.
- المؤثرون متوسطو التأثير Mid:
وهم الشريحة الوسطى من المؤثرين، ولديهم مهارة عالية في التعاون مع العلامات التجارية، ويبلغ عدد المتابعين على الإنستغرام 500k-5k.
- المؤثرون ذوو التأثير العالي Macro:
هذا النوع من المؤثرين يعد محترفاً في عملية التسويق للمنتجات، ومتوسط عدد المتابعين على الإنستغرام 500k-1m.

• المؤثرون المشاهير Mega:

المؤثرون المشاهير من ممثلين أو فنانيين.... إلخ، وهم الذين لديهم أكثر من مليون متابع على الإنستغرام. ويعد المؤثرون الـ Micro و Macro هم الأكثر انتشاراً على منصات التواصل الاجتماعي، ويتم اللجوء إلى المؤثرين الـ Macro في حالة الرغبة في زيادة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين، بينما يتم اللجوء إلى المؤثرين Micro في حالة الرغبة للتفاعل مع شرائح جماهيرية معينة أو محدودة.

ويعرف المؤثرون بأنهم "الأفراد الذين لديهم مجتمع اجتماعي كبير من المتابعين على منصة أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، ويقومون بنشر محتوهم بشكل منسق لجمهورهم أو متابعيهم لتحقيق هدف معين، ويستخدم محتوهم للتأثير على الجمهور وخياراته ولجذب انتباهه أو الوصول إلى المستهلكين (Bun,Alversia,2020,p.22)

وتعد مدونات الطعام مجموعات افتراضية ومساحات للتفاعل الاجتماعي، والمدون فيها هو قائد المجتمع، بينما الأعضاء زوار منتظمون لتلك المدونة ويتفاعلون حول ما ينشره المدون من صفات وخبرات طهي ومنشورات ذات علاقة، فتلك الأقسام التي تتكون منها المدونة يؤدي كل منها وظيفة اتصالية محددة (Singla، 2022).

2.4 وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها

شهد القرنان العشرين، والواحد والعشرين نقلة تقنية كبيرة ومتسارعة، عرفت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي ثمار نتاج هذا التطور، التي ظهرت مع بداية الجيل الثاني للويب 2.0، واستطاعت جذب ملايين البشر، الذين أقبلوا على الاندماج بشكل كبير فيها واستخدامها بشكل يومي.

ويطلق مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي على مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة على شبكة الإنترنت تتيح لأعضائها مشاركة حياتهم الاجتماعية، تجمعهم اهتمامات واحدة، كما تسمح بالتواصل والتفاعل فيما بينهم لإقامة روابط اجتماعية، وذلك عبر قنوات اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، ومشاركة المعلومات، وفي وسائل أخرى يتم تعبير الأفراد عن مشاعرهم وأفكارهم دون قيود (الشمائلة، اللحام، كافي، 2015، ص. 199).

كما وتعرف منصات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت، وتسمح بتصميم محتوى يقوم بإنشائها المستخدم سواء نص أو فيديو أو صور أو مقاطع

مسموعة، جميعها يتم نشرها وإرسال رسائل موجزة وقصيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتتميز بسرعة الاتصال ولهذا هي الأكثر انتشاراً حول العالم في جيل الشباب (Walden, Kropczynski, Hepworth, Smith, 2019, p.3).

وتشير الإحصائيات إلى أن (97%) من المدونين في عام 2019 استخدموا منصات التواصل الاجتماعي لزيادة حركة المرور على مدوناتهم، ونشر الوعي بمدوناتهم ومحتواها أو ما يعرف بعالم التسويق بالعلامة التجارية، وهذه بعض الأسباب التي زادت من عدد المدونين في العالم، فوسائل التواصل الاجتماعي بمنزلة الزيت الذي يصب على النار، وأن (69%) من المدونين يستخدمونها لتحسين محركات البحث، بينما يستخدم (66%) منهم التسويق عبر البريد الإلكتروني (Djuraskovic، 2022).

وتتفق الباحثة مع هذا الأمر، بأن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن فضاءات اجتماعية، ومنها شبكات التواصل كالفيسبوك، واليوتيوب، وتويتر والإنستغرام، جميعها تؤدي دوراً تشاركياً في تبادل المعلومات والاهتمامات وتتيح للمستخدمين اللقاء رقمياً لغايات ثقافية واجتماعية، فهي مواقع يتم من خلالها تبادل المحتوى أو المضمون، وتتيح بناء شبكات من العلاقات بغض النظر عن مكانها وزمانها (تهامى، 2022، ص. 3463).

2.5 أهمية وسائل التواصل الاجتماعي لمدوني الطعام

لقد وفرت المساحة على الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي فرصة كبيرة للمدونين لمشاركة اهتمامهم حول الطعام. ومن جانبهم اعتمد مدونو الطعام على منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجماهير النشطة، بسبب سهولة الوصول إلى الجمهور المستهدف لمشاركته والتفاعل معه في تبادل المعلومات المتعلقة بالطعام، وبسبب أدوات التفاعل الموجودة فيها، وأساليب النشر المستخدمة، وقد وفرت المنصات الجديدة لمحبي الطعام والطهاة الهواة قدرة كبيرة على إنشاء محتوى جذاب وبتكلفة قليلة ومشاركة هذا المحتوى لأكثر عدد ممكن من المتابعين (Lewis، 2018، صفحة 221).

كما أن التفاعلات الحسية مع الطعام اختلفت مع تطور تقنيات الاتصال والعصر الرقمي، إذ استحوذ الحس البصري على تفاعلات الناس مع الوصفات وصورها على منصات التواصل الاجتماعي أكثر من حاستي الذوق والرائحة، ويعتقد الباحثون أن وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت متأصلة بعمق في عاداتنا الغذائية، والناس أكثر انخراطاً في اتجاهات الطعام وثقافة الطعام (Williams، 2014) (wledgeKno، 2012).

بالإضافة إلى الميزة الاحترافية العالية التي تميزت بها الصور المنشورة سواء على الإنستغرام (Instagram) أو فليكر (Flickr) أو مقاطع الفيديو المنشورة على يوتيوب (Youtube) جعلها منافسة للمحترفين الطهاة في المطاعم المشهورة، وتطلق لويس مصطلح الطعام الرقمي (Digital Food) على عملية إنتاج صور طعام الهواة ونشرها عبر الإنترنت بشكل احترافي وبجودة عالية، وشكلت ثقافة التدوين الغذائي مع وجود منصات التواصل الاجتماعي شكلت انفجاراً واسعاً لانتشار تلك التدوينات والصور المتعلقة بالطعام ومشاركتها بشكل واسع في العالم. كما وفرت المدونات المصغرة فائدة كبيرة للمدونين الهواة، حيث ساوت بين الأدوار بين الخبير محترف الطهي (الشيف)، والطهاة الهواة (Lewis، 2018).

ومن جانب آخر، يستخدم المؤثرون وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات في عملية التسويق التآثيري من خلال التسويق بالمحتوى، وهذا الأسلوب قد تزايد استخدامه بالنسبة للشركات العالمية والعلامات التجارية خاصة المتعلقة بالجمال، الصحة، الطعام، الملابس... إلخ (الحميد، 2019).

وكانت شركة ايپوك (Ipoke) المتخصصة بالاعلام الاجتماعي الفلسطيني نصحت صناع المحتوى باتباع بعض الخطوات عند صناعة المحتوى صالح السردية الفلسطينية، فالخوف من المنصة وعدم الاهتمام بها يفقد الفلسطيني مساحة للتعريف بماهية قضيته، ويفتح المجال للاحتلال الإسرائيلي لسيادة روايته، ومن تلك النصائح: (Ipoke,2021).

- يجب تحديد اهداف النشر وطريقة النشر للمحتوى.
- تحديد أوقات النشر حسب الجمهور.
- استخدام وسوم (هاشتاغ) الترنند دائماً سيساعدك على تحقيق عدد كبير من المشاهدات بوقت قصير، استخدام الموسيقى المتداولة على التطبيق بما يتناسب مع محتواك، واستخدام الكلمات المفتاحية keyword المناسبة، والاعلى بحثاً من قبل الجمهور وتضمينها بالفيديوهات، وتعزيز المعلومات بالأرقام والشواهد والصور.
- التركيز على القضايا الوطنية التي يجتمع عليها الكل الفلسطيني.

كما أن عملية التأثير على المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي أكبر، فالمستخدمون يعبرون عن أنفسهم بمصداقية وثقة أفضل من وسائل الإعلام التقليدية، حيث يتميز الإعلام الجديد بالحرية، فهو غير مقيد لا بزمان ولا بمكان، بينما يتصف الإعلام التقليدي بأسلوبه الاستهلاكي القسري لجمهوره (Gündüz، 2017).

وتشير نتائج دراسية للباحثة Williams(Williams، 2014، صفحة 3) أن " هناك تأثير كبير على ثقافة الطعام من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يلجأ العدد الأكبر من المستخدمين أو المتابعين للبحث عن معلومات حول الطعام على تلك الوسائل أو المواقع الاجتماعية سواء على شكل (website) موقع ويب، أو (app) تطبيقات، أو مدونات (Blogs)، وهو خروج عن نمط الطباعة التقليدية مثل الصحف وكتب الطبخ".

2.6 منصة الإنستغرام

تعد منصة الإنستغرام إحدى منصات التواصل الاجتماعي الشهيرة، التي تتيح للمستخدمين مشاركة الصور الخاصة بهم أثناء التنقل من خلال جهاز الهاتف المحمول، كما أنها تتيح للمستخدم تحرير تلك الصور من خلال (الفلاتر) كونها أداة تحرير سريعة، ويسمح بمشاركتها عبر منصات تواصل أخرى كالفيسبوك وتويتر.

وأطلق كيفين سيستروم ومايك كرايغر الإنستغرام في أواخر عام 2010م، ويتكون من مقطعين (nstantl) وتعني فوري و (Telegram) وتعني برقية، اختصار (Instagram)، حيث تم إصداره تطبيقاً لجهاز (Iphone) ولكن بعد ذلك أصبح الإنستغرام فيما بعد نموذجاً لحقبة جديدة للتصوير بالهاتف المحمول، فهو الوسيلة الأكثر نقاء من الناحية النظرية، فهو تطبيق لا يحتاج إلى كاميرا أو عمليات تحرير صور باستخدام برامج احترافية، على عكس منصة Flickr التي خصصت للمصورين وأرشفة الصور بطريقة احترافية (Manovich، 2017) (Plystone,2020).

وتقول الرفاعي (الرفاعي، 2019) في كتابها الإلكتروني أن هناك أكثر من 2 بليون مستخدم نشط شهرياً للإنستغرام في جميع أنحاء العالم، وهي الشبكة الاجتماعية الأكثر والأسرع نمواً في العالم، والهدف منه هو التواصل الحقيقي مع الجمهور المستهدف من خلال الصور المرئية، ومن ميزاته أن استجابة الصور أكثر من النص، فالبيانات المرئية لا تنسى مثل الكلمات أو الأصوات، كما يوفر تفاعلات أكثر إنسانية بين المستخدمين.

وتؤكد هينيسي (2020) أن الإنستغرام يعد الأقوى في عالم الأعمال والعلامات التجارية والتسويقية، وبهذا فهو الأكثر ربحاً للمؤثرين، وهو إحدى المنصات الأربع الأكثر تأثيراً في قنوات التواصل الاجتماعي، فيسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب.

وهناك بعض النصائح لأي شخص يستخدم الإنستغرام (Instagrammer) يرغب في كسب المال من خلال بناء شخصية قوية ذات هوية واضحة على منصة الإنستغرام، وهي كالآتي: (Geyser، 2022)

- إتقان كتابة سيرة ذاتية متقنة ويقصد فيها (Bio) تكون واضحة في تعريف نفسك من خلالها، ومن يريد متابعتك.
- النشر بانتظام.
- نشر صور بجودة عالية.
- إنتاج محتوى هادف وجيد.
- استخدام علامات التصنيف حتى تسهل عملية الوصول إليك.

ويتخصص الإنستغرام بالتواصل المرئي (aesthetic visual communication)، أما جوجل بخدمة استرجاع المعلومات، بينما تويتر بتبادل الأخبار، والفيسبوك بالتواصل الاجتماعي، بينما يُعرف فليكر بأرشفة الصور، وفي دراسة الطعام يكون الإنستغرام الوسيلة الأفضل للدراسة في سياق تاريخي ثقافي، يقع ضمن البحوث الأنثروبولوجية المرئية الثقافية، ويتميز محتواه بخاصية جمالية، وإنشاء محتوى جذاب بأشكال مختلفة منها: صور/ فيديو/ ريلز/ ستوري (Manovich، 2017، صفحة 11).

ويرجع السبب وراء استخدام الإنستغرام من قبل مدوني الطعام أنه أداة اجتماعية تتيح المجال لمشاركة الصور من خلالها، حيث تتيح للمدون مشاركة صور الطعام بطريقة جذابة في جدول زمني منسق، ورؤية المنشورات والمتابعة لدى تلك المنصة سهلة وبسيطة (Hanifati.Nur).

وتسرد جودي القلا - مدونة طعام بريطانية من أصل فلسطيني- كيف استفادت من صفحتها على منصة الإنستغرام التي تحمل اسم " Palestine on A plate " خلال تحضيرها لكتابها "بلدي فلسطين..PALESTINE PALADI" عام 2018م، حيث طلبت من متابعيها

تزويدها بصور لوصفات الطعام التي أدرجتها في الكتاب شرط أن تكون مصورة في فلسطين، وبالفعل تقول القلا: أشخاص عاديون ومتابعون على الإنستغرام تبرعوا بإرسال صور، وقد وصلني أكثر من 10 آلاف صورة وكان علي اختيار 100 صورة، "وهكذا أبصر كتاب "بلدي" النور.. من خلال مجتمع الإنستغرام، من فلسطينيين يعيشون في فلسطين. أردته أن يكون كذلك مع أن الأمر كان صعبا، ولكن النتيجة كانت رائعة، وهذا ما يجعله مختلفا" (العربي، 2020).

المبحث الثالث: مدونو الطعام الفلسطينيون

3.1 صناع محتوى

تشير ظاهرة المؤثرين إلى حالة تحول اجتماعية وتجربة مختلفة غير مسيطر عليها مع ارتفاع أعداد صناع المحتوى، خاصة أن عملية التأثير والاتصال التي يقومون بها في المجتمع واضحة سواء في إنتاج المعلومات أو استهلاكها ونقلها. كما يقوم المؤثرون أو المدونون باستغلال وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها الواسع في إنشاء مدوناتهم ومحتواها بطريقة جذابة تتماشى واهتمامات المتابعين، فأصبحوا مصدر ثقة وعنصر جذب للعديد من القضايا والمجالات سواء الإنسانية، الثقافية، الاجتماعية، الغذائية، التسويقية... إلخ. (حليم، 2022)

وحسب استطلاع رأي نشرته شركة ايبوك (ipoke) المتخصصة في مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطينية لعام 2021، بينت أن 85,2% من المستطلعين يعتقدون أن هناك تأثير للمؤثرين وزيادة فاعليتهم وتفاعلهم نحو الاتجاه الوطني، وبأن هناك مساهمات حثيثة ودور لمشاهير شبكات التواصل الاجتماعي بفضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي خاصة خلال أحداث القدس والشيخ جراح في أيار / 2021، بينما يعتقد 89,1% يعتقدون أن الحملات والأدوات الرقمية عززت من صمود المواطن الفلسطيني على أرضه (تقرير ايبوك، 2021).

وتبين جعفري (2021، ص. 39) بأن ظاهرة المدونين (Bloggers) أو المؤثرين (Influencers) أو صناع المحتوى من أهم الظواهر التي تجتاح وسائل التواصل الاجتماعي. وتعرفهم بأنهم صغار المشاهير الذين يتميزون بمكانة اجتماعية نتيجة مشاركة حياتهم اليومية من خلال السرد النصي والبصري المنشور عليها، واستطاعوا جذب أكبر عدد ممكن من المتابعين على مدوناتهم ومنصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها بوقت قصير وسريع، ولديهم قدرة على التأثير على قرارات المتابعين وآرائهم من خلال محتواهم.

وينظر إلى مدوني الطعام مصدرًا للثقة، ومعياريًا للأشخاص الذين يودون تجربة مطعم ما، أو يرغبون بالبحث عن منطقة تقدم أفضل المأكولات، حيث يعد مدونو الطعام المؤثرين الجدد في كل ما يتعلق بالطعام (Hanifati, 2015).

ويطلق مصطلح مدون الطعام على الشخص الذي يقوم بالتدوين عن الطعام سواء النص أو الصور أو الفيديو، ويميل مدون الطعام في الكتابة والتدوين عن يوميات الطعام الشخصية المنزلية والوصفات الخاصة به، أو من خلال السفر وتجربته بالتذوق ومحطات سفره بالبحث عن الطعام، وتعد عملية التدوين إما هواية أو ذات هدف تجاري أو الاثنين معاً (Hanifati, 2015, p.149).

ويعد مدون الطعام مصدرًا رئيسًا للحصول على نصائح حول الطعام سواء حول الوصفات أو الحصول على أفكار للوجبات أو مراجعات حول بعض المطاعم أو المنتجات ذات العلاقة بالغذاء، كما أن الأفراد يعتمدون على المؤثرين ويرغبون في الحصول على معلومات حول الطعام أكثر من أي علامة تجارية، فتقنة الناس بأرائهم أكبر (Lepkowska-White, Kortright, 2017).

وكان المؤثرون المختصون في التدوين عن الطعام حرروا الطعام من القنوات التلفزيونية وبرامج الطهو التي سادت لفترة طويلة مثل الشيف المشهور جوردن رامزي صاحب برنامج (Kitchen Hell)، أما في العالم العربي كان الشيف أسامة السيد والشيف منال العالم من أشهر الطهاة عبر القنوات العربية (الصباع، 2016). إذ انتشرت القنوات المختصة بتحضير الطعام في الأرياف على قناة اليوتيوب، كما وعرف العديد من الطهاة الهواة والمحترفين عبر صفحات الفيسبوك و الإنستغرام مثل الشيف التركي بوراك أزدومير، وحازت الشيف اللبنانية عبير صغير على شهرة واسعة عربيا وعالميا بسبب محتوى الطهي التي تقدمه على منصات التيك توك و الإنستغرام بطريقة ملفتة وجذابة، ومنهم من اتخذ قنوات التواصل الاجتماعي أيضا فرصة للحديث عن رحلاته في تجربة أنواع مختلفة من الطعام مثل الرحالة ومدون الطعام باسل الحاج ببرنامج على قناة اليوتيوب باسم " أركى أكل في العالم" التي حققت أكثر من 65 مليون مشاهدة (جمال، 2019) (إيناس، 2022).

ومن تلك الصفحات حسب موقع (influencermarketinghub) لعام 2022، مدونة تم إنشاؤها من قبل جانين دونوفريو وزوجها جاك ماثيوز عام 2011م تحت اسم (Love

(and Lemons)، وحازت على إعجاب العديد من مجلات الطعام المختصة، وهناك مدونة (Cookie and Kate) وغيرها العديد من المدونات (Geyser، 2022).

3.2 ما معنى أن تكون مدون طعام فلسطينياً؟

إن إعادة تمركز المجتمع الفلسطيني من خلال الهوية الرقمية، أمر في غاية الأهمية خاصة في إعادة تعريف الهوية الفلسطينية من خلال الطعام، فالتحولات السريعة التي يمر بها الشعب الفلسطيني سواء في التاريخ أو المكان والزمان باعثة على الشعور بالانتماء وحافز للتماهي مع فلسطين، وذلك كله يعد في صلب عملية منح المدون الفلسطيني مضموناً سواء من خلال المدونات أو المدونات المصغرة على وسائل التواصل الاجتماعي.

تقول ميرنا بامية إن أي شيء في قائمة الطعام يمكن أن يكون فعل مقاومة، وأن تناول الطعام ليس من أجل التفاعل مع الآخرين فقط، بل هو احتفال بثقافة نازحة ووصفات وتقاليد توشك على الانقراض سواء مع مرور الوقت أو بسبب الاستعمار والاحتلال، إذ تم تسوية هذه "المعرفة" بالأرض أي التعرف على المطبخ الفلسطيني ومحتوياته الثقافية (Khan، 2021).

وتعزو ريم قسيس، الحاصلة على جائزة (James Beard) الدولية لكتاب الطعام، في مقالة لها نشرتها صحيفة واشنطن بوست الأمريكية بعنوان (The Rise of Palestinian Food) أن سبب تدوينها عن الطعام هو انتشار المطاعم الإسرائيلية التي تسطو على الأطباق الفلسطينية، التي ولدت لديها رغبة ملحة في تدوين تاريخ المطبخ الفلسطيني وتقاليد، وهو ما دفعها أيضاً لتأليف كتابها، الأول بعنوان "المائدة الفلسطينية"، الذي نشر عام 2017م، ولها كتاب آخر بعنوان "مائدة السوق العربية" أصدر عام 2021م.

تصف قسيس التي تعيش في الولايات المتحدة الأمريكية والمولودة في القدس مصطلح "المطبخ الإسرائيلي" بأنه عبارة يصعب بلعها وهضمها، فهي تعني بالنسبة لها استيلاء وسرقة للمطبخ الفلسطيني بكل ما تعنيه من معنى سواء تاريخياً أو ثقافياً، وترى قسيس أن ما تقوم به "إسرائيل" هو محو الأصل الفلسطيني ومحو تاريخه ووجوده، وانتحال هوية شعب آخر وشخصيته (Kassis، 2022).

تقول مدونة الطعام هيفاء عودة إن مشاركتها لوصفات عائلتها وشعبها التي تنتمي له يشعرها بعمق جذورها، وما تقوم به أكثر من مجرد مشاركة وصفات عبر الإنترنت، فكل وصفة

تتعلق بإحساسها في فلسطين، فهي تشعر ببلدها من خلال الطعام، لهذا تستخدم الإنستغرام لنشر الوعي حول وطنها الأصلي (Osman، 2022).

بالنسبة للفلسطيني، تعلق قسيس أن الغذاء أصبح وسيلة لاستعادة الوطن، لأن الهوية الوطنية الفلسطينية تتعرض باستمرار للتقويض، ولأننا لا نعيش في دولة مستقلة، فإن البنى غير الجغرافية تصبح حيوية لشعورهم بالجزور والهوية، نفسياً وعاطفياً (Kassis، 2022).

وتعتقد الباحثة أن ما يعنيه أن تكون فلسطينيا غير متعلق فقط بكونك مدوناً فلسطينياً، سواء في مجال الطعام أو السياسة أو الثقافة، إن الفلسطيني بشكل عام يرى نفسه صاحب مسؤولية اتجاه وطنه، فهو يحمل أمانة ورسالة تجاه هويته الوطنية. ومن خلال الاطلاع على مدونات الطعام الفلسطيني التي تم استكشافها في هذه الدراسة، ترى الباحثة أن مدون الطعام الفلسطيني يقدم هذه الصفات تاريخاً جماعياً لشعبه، فهو يسرد حكاية ومشاعر أعيد بناؤها من خلال التجربة التي يعيشها المدون أو صانع المحتوى سواء في المهجر أو في الوطن، فمدونات الطعام الفلسطينية توفر سرداً عميقاً لما يعنيه أن تكون فلسطينيا في العصر الرقمي.

3.3 تأثير تقييد المحتوى الفلسطيني على مدونات الطعام

جوبهت الرواية الفلسطينية بكثير من محاولات التشويه والمحو وتزييف الحقائق في العديد من الجبهات، ولكن ما يشكل تهديداً حقيقياً في العصر الذي نعيشه، هو الجبهة الرقمية، التي هي سلاح استعماري من نوع آخر، ولا يقل فتكاً عن عمليات القتل الإسرائيلية اليومية.

فالحرب الرقمية التي يشنها الاحتلال وأذرعه في الشركات الرقمية الكبرى على المحتوى الرقمي الفلسطيني تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أهمية وتأثير العالم الرقمي والنشطاء في إحداث حالة إعلامية وشعبية غير مسبوقة من التضامن والتعاطف مع القضية الفلسطينية، وفي الوقت ذاته شكلت منبراً مهماً لنقل الحقيقة كما هي لحظة وقوعها، الأمر الذي أضاع بصورة مركزة على تجاوزات وانتهاكات الاحتلال (تقرير ايپوك، 2021).

حيث سجل تقرير (Ipoke) 1537 انتهاكاً رقمياً، وأكثر من 390 حالة اعتقال أو استدعاء بسبب منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الاحتلال الإسرائيلي خلال عام 2021، وسجلت المئات من حالات الاعتقال التي استندت المحاكمات عليها من خلال

مراقبة استخدام منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، صنفت على أنها تشكل خطراً على دولة الاحتلال كونها تحمل عبارات "تحريضية" (تقرير ايبوك، 2021).

أما بالنسبة لمدونات الطعام الفلسطينية، فقد تعرضت للتقييد والحذف، فمثلاً، مرت جودي القلا بنفس التجربة؛ إذ تم تقييد محتوى مدونتها على الإنستغرام، تقول "أن تكون فلسطينياً بأي صناعة يعني أنك مقيد وملاحق لأنك تتحدث عن فلسطين" (القلا، 2022).

وتقول، إن التعامل مع قضية فلسطين سواء في موضوع الطعام أو في غيرها من المواضيع غير المتوازنة إعلامياً، أما عند تغطية أحداث أخرى مثل حرب أوكرانيا وروسيا على سبيل المثال فالأمر مختلف تماماً، عندما تناولت ونشرت أحد المواضيع المتعلقة بفلسطين تم تقييد حسابي من منصة الإنستغرام وحظري على تلك المنصة، بالنهاية هم لا يريدون صوت فلسطين عالياً حتى لو رقمياً، فهم يسعون إلى إخفاء الحقائق بكافة أشكاله، لا يريدون لألم الشعب الفلسطيني ومعاناته أن يصل إلى العالم ولا حتى يرغبون بأن يكون هناك أي تعاطف معنا نحن الفلسطينيون الذين نعيش تحت نظام عسكري صهيوني (القلا، 2022).

واستطاع الفلسطينيون تلقين الجيش درساً في محاولات الإسكات الرقمية التي قاموا بها ضدهم من خلال التحايل على خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي والرقابة من خلال إدخال الشرائط بين الكلمات أو حذف حروف العلة وغيرها من الأساليب، كما وقاموا احتجاجاً على تلك السياسات بإنشاء حملة عالمية من أجل خفض التقييمات على تطبيقات متاجر آبل وجوجل بلاي (King، 2021، صفحة 38).

وتعرض منظمة (accessnow) التي تعنى بحماية الحقوق الرقمية للمستخدمين، في تقرير لها جزءاً من الانتهاكات الرقمية التي تم رصدها في فلسطين، وبينت أن هناك رقابة صارخة على المحتوى الفلسطيني على منصات التواصل الاجتماعي، ومن أشكال الانتهاكات التي تعرض لها الفلسطينيون رقمياً، الآتي:

1. اختفاء محتوى المستخدمين والنشطاء الفلسطينيين خاصة خلال حملة #أنقذوا الشيخ جراح أو #الأقصى سواء على فيسبوك مثلاً أو الإنستغرام، حيث قامت المنصة الأخيرة بإزالة القصة story دون إشعار مسبق، خاصة تلك التي أعيد نشرها، وتحمل علامات الوسم السابقة.

2. وضع علامة على منشوراتهم لانتهاكها شروط منصاتهم.

3. تعليق حسابات المستخدمين والنشطاء الفلسطينيين.

4. تقييد ميزات الإعجاب والتعليق.

5. تقييد الوصول أو الزيارات لمنشورات المستخدمين الفلسطينيين عند نشرهم أي شيء عن فلسطين أو غيرها من القضايا التي أثّرت مؤخرًا مثل الحرب على غزة (accessnow، 2021).

وكان المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي-حملة، رصد في تقريره السنوي لعام 2021 بعنوان "هاشتاغ فلسطين، جهود السلطات الإسرائيلية في التضييق على المحتوى الفلسطيني رقمياً، فقد وافقت اللجنة الوزارية للتشريع على المسودة الأولى من قانون "الفيسبوك" الذي يسمح للنيابة الإسرائيلية العامة التوجّه للمحاكم الإسرائيلية لاستصدار قرارات ملزمة لإزالة أي محتوى على الفضاء الرقمي، مما له تداعيات خطيرة على حقوق الفلسطينيين الرقمية.

وبيّنت الإحصائيات أن أحداث أيار/ 2021 في القدس ضاعفت من حجم الرقابة على المحتوى الفلسطيني الحقوقي والسياسي، وضيقّت منصات التواصل الاجتماعي، وحذفت وقيدت مئات المنشورات المتعلقة بالحالة الفلسطينية، خلال فترة لا تتجاوز الأسبوعين، ويوضح التقرير توثيق مركز حملة لأكثر من 1000 انتهاك عبر المنصات المختلفة، وقد تصدرت كلّ من منصّتي فيسبوك وإنستغرام قائمة المنصّات الأكثر انتهاكاً لحقوق الفلسطينيين الرقمية والمحتوى الفلسطيني، فيما كانت شركة "تويتز" وشركة "تيك توك" أكثر استجابة لتبليغات مركز حملة من شركة "ميتا" (مركز حملة، 2021).

وتعرف الحقوق الرقمية بأنها حقوق الإنسان التي تسمح للفرد بالوصول إلى الإعلام الرقمي واستخدامه وإنشائه ونشره أو الوصول إلى أجهزة الحاسوب وغيرها من أنظمة الاتصال التي تمّ التوصل لها وما عليها من خدمات لنقل البيانات والمعلومات وحق الوصول لها والأجهزة الإلكترونية أو شبكات الاتصال واستخدامها (كرويدم، 2021، ص. 2036).

ويقدم المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية -مدى- تلك الحقوق كما يلي، منها:
(مدى، 2020)

1. الحق في الانفتاح على الإنترنت.

2. الحق في الوصول إلى الإنترنت بأسعار معقولة.

3. الحق في الخصوصية وحماية البيانات.

4. الحق في استخدام إنترنت آمن ومستقر ومرن.

5. الحق في حرية التعبير.

6. الحق في المعلومات.

7. الحق في التنمية والوصول إلى المعرفة.

3.4 أهمية مدونات الطعام الفلسطينية

برزت مدونات الطعام الفلسطينية كأداة جديدة من أدوات التنظيم الاجتماعي لمساعدة الفلسطينيين في مواجهة التجزئة الجغرافية بسبب الاحتلال الإسرائيلي، وطريقة أخرى لاطلاع العالم على تاريخ الشعب الفلسطيني وثقافته وهويته، وإعادة صياغة فلسطين من خلال ثقافة الطعام.

وتساهم المدونات في المعرفة وتبادل المعلومات، كونها وسيلة للتواصل، وإيصال هوية الفرد، إذ تعد مساحة عبر الإنترنت تمكن الأشخاص من استكشاف هوياتهم، والمدونات الصغيرة المنتشرة تؤدي دوراً محورياً ومهماً في بناء المعاني وتداولها وربطها في المناقشات على الأصعدة كافة؛ ثقافياً، سياسياً، اجتماعياً، اقتصادياً... إلخ (Siapera، 2015).

وأثرت شعبية مدونات الطعام على الطريقة التي يفكر بها الناس في الطعام ويتفاعلون مع المعلومات المتعلقة بالغذاء، (Williams، 2014) كما أنها تقدم وظيفة من نوع آخر، وأصبحت ذات قيمة في أرشفة التاريخ، فهي تمتلك نفس القيمة الأرشيفية في الوثائق الرسمية لأنها أرشيف شخصي يعتمد على سرد الحياة الشخصية والتجارب، أو ما يعرف بسجلات القصص، فالمدونات يمكن أن توفر لمحة عن الزمان والمكان والثقافة التي كتبت فيها.

وتقوم الباحثة بتوضيح القيمة البحثية لتلك المدونات ومثال عليها ما يطلق عليه (Milblogs)، وتذكر مدونات الجنود الأمريكيين المتورطين في حربي العراق وأفغانستان، إذ تعد تلك المدونات سجلات رقمية، تم ملاحقة المسؤولين عن العديد من الانتهاكات والجرائم الإنسانية من خلالها (Williams، 2014، p.11).

ومن الضروري امتلاك مدونة من أجل الحفاظ على ظهور متقدم في محركات البحث جوجل، وهو سبب مهم يجعلك تربط مدونتك بحساباتك على منصات التواصل المختلفة، كما أنها

مهمة في حفظ محتواك وأعمالك من أن تكون عرضة للتحكم فيها من شركات التواصل الاجتماعي الكبيرة، وتكون عرضة لسياسات تقييد المحتوى لديها أو حذف منشوراتك، أو إغلاق صفحتك مما يجعلك عرضة لأن تفقد تاريخك الرقمي كله. (هينيسي، 2020، ص. 5-6) كما أنها تعكس مدى انتشارك وتأثيرك الحقيقي على المتابعين، ناهيك عن مصداقية المؤشرات التي تخرج من المدونة.

كما وتبرز أهمية المدونات بما يلي: (Lofgren، 2013)

- تطيل من العمر التشاركي للطعام من خلال تبادل المعرفة حول الوصفات، فالوصفات "تقنية ثقافية" مهمة في توسيع دائرة مشاركة الطعام زمنيًا ومكانيًا.
 - تدوين الذات بإحساس الانتماء والمكان والإنجاز، وتعد المدونات ميدانًا غنيًا للتفكير في كيفية تشكيل الثقافة المعاصرة.
 - تعد مدونات الطعام أكثر ديناميكية من كتب الطبخ، فهي تحتوي على نقاط دخول متعددة ووسائل تتيح للأشخاص اكتشافها سواء من خلال محركات البحث، أو من خلال الإحالات الشفهية التقليدية. تسمح هذه الديناميكية لمدوني الطعام بتشكيل مجتمع نشط يمكن من خلاله للأشخاص "العاديين" مشاركة شغفهم بالطعام ومتعة الطهي وطلب المشورة وتقديم الملاحظات ومناقشة قضايا متعلقة بالغذاء.
 - هيكلية المدونة وتنظيمها وترتيبها، وأسلوب المحتوى وأشكاله وارتباطها بالمصادر الأخرى جميعها تساعد المدون على تطوير محتواه من خلال التعرف على آراء المتابعين عن كتب.
- كما أن الانخراط في مجتمعات مدوني الطعام يمنح فرصة جديدة للمدون في دخول عالم النجومية والشهرة، كما حدث تماما مع الشيف الفلسطينية مي يعقوبي، التي بدأت رحلتها في الطهي من خلال مدونتها على الإنستغرام، التي اكتسبت شهرة كبيرة، قادت للنجومية وقدمت برامج متخصصة بالطهي مثل قناة القاهرة والناس، وقناة فتافيت القناة المتخصصة عربيا بالطهي (ستات كوم، 2019).

وهناك تجربة أخرى نقلت صاحبها من تدوين الطعام إلى عالم البودكاست، كلوتيلد دوسولير Clotilde Dusoulier صاحبة مدونة (Zucchini & Chocolate)، التي استقالت من عملها كمهندسة برمجيات من أجل التفرغ في تدوين الطعام، واستطاعت إرضاء متابعيها بوصفات الطعام التي كانت تنشرها على مدونتها، وألفت كتبا عن الطهي كان آخرها بعنوان

"تذوق باريس" وبعد تنامي أعمالها استطاعت دخول عالم البودكاست من خلال برنامجها الأسبوعي بعنوان غيرت حياتي (Change Ma Vie) ويتحدث عن تحسين أفكارك وتغيير حياتك للأفضل (chocolate and zucchini).

وترى الباحثة أن المطبخ الفلسطيني المتمثل في نماذج مدونات الطعام أنفة الذكر منحت فلسطين إيقاعاً طبيعياً، واستطاع المدونون الفلسطينيون إنشاء ملف تعريف خاص بوطنهم وثقافته من خلال مدوناتهم، فالمصطلحات المتعلقة بمنتجات فلسطين الغذائية التي استخدمها المدونون مرتبطة بشكل كبير بالمقاومة التي يقوم بها الفلسطيني في حياته اليومية لإثبات وجوده، والصمود في وجه آلة استعمارية هدفها الإبادة الجماعية. فالتدوين بحاجة إلى العاطفة والانتماء والحب، وهو ما عكسته مدونات الطعام الفلسطينية التي كانت صورة طبق الأصل عن "عونة" موسم قطف الزيتون، وتماثل رائحة الزعتر الجبلي والميرمية التي تعتبر مذاقات فلسطينية حاضرة في المدونات ويتم قراءتها في سياق ثقافي واجتماعي وسياسي.

المبحث الرابع: النظرية المؤطرة للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الدور الاجتماعي من خلال توظيفها في تفسير الدور المنوط بمدون الطعام الفلسطيني وفهمها، والتعرف على كيفية استخدامه لمنصات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال وصفات الطعام وأطباقه التي يقدمها خاصة الفلسطينية منها، ومن أي منظور يعرف بتلك الأطباق، وهل استطاع أن يقوم بدوره في الحفاظ على هويته الفلسطينية من خلال الطعام.

4.1 نظرية الدور الاجتماعي

ظهرت نظرية الدور الاجتماعي في مطلع القرن العشرين، إذ تعد من النظريات الحديثة في علم الاجتماع وعلم الأنثروبولوجيا. وتعتقد بأن سلوك الفرد وعلاقته الاجتماعية إنما تعتمد على الدور أو الأدوار الاجتماعية التي يشغلها في المجتمع. فضلا عن أن مرتبة الفرد الاجتماعية ومكانته تعتمد على أدواره الاجتماعية. ومن بين المفكرين الذين ساهموا في تطوير نظرية الدور نجد: (Max Weber) و (Hans Kirt) و (Wright Mills)، و (Talkott Parsons)، و (Robert Maclver) فنجد مثلا ماكس فيبر يهتم بالدور الاجتماعي أكثر من اهتمامه بأي موضوع آخر، إذ إنه يعرف علم الاجتماع في كتابه "نظرية التنظيم الاجتماعي والاقتصادي" بالعلم الذي يدرس ويفهم ويفسر السلوك الاجتماعي، وقد عرف فيبر السلوك الاجتماعي بأنه أي

نشاط أو حركة يقوم بها الفرد تكون لها علاقة مباشرة بوجود الأفراد الآخرين في المجتمع، علماً أن سلوك الفرد يعتمد على ثلاثة شروطٍ رئيسة هي:

1- وجود الدور الذي يشغله الفرد الذي يحدد طبيعة سلوكه.

2- استعمال الرموز السلوكية والكلامية واللغوية المتعارف عليها من الأفراد عند القيام بالسلوك.

3- وجود علاقة اجتماعية تربط شاغل الدور مع الآخرين عند حدوث السلوك، والسلوك الذي يقوم به شاغل الدور يكون على ثلاثة أشكال هي: السلوك الاجتماعي الغريزي الانفعالي، السلوك الاجتماعي العقلاني المثالي، السلوك الاجتماعي التقليدي (زلاقي، 2018).

ويرى اتباع المدرسة الوظيفية، أن الأدوار الاجتماعية أجزاء ثابتة وغير متغيرة من ثقافة المجتمع، باعتبارها حقائق اجتماعية وفق مفهوم الدور الاجتماعية للفرد. فالأفراد يتعلمون هذه الأدوار أو يؤدونها حسب المواقع الاجتماعية في ثقافتهم. كما أن أدوارهم الاجتماعية لا تنطوي على احتمال التفاوض أو ضرورة الابتكار، فهي تقدم وصفات واضحة لاحتواء سلوك الفرد وتوجيهه من خلال التنشئة الاجتماعية يتلقن الأفراد أدوارهم ويتعلمون السبل لأدائها وتنفيذها. بحيث يفهمون أدوارهم الاجتماعية من خلال عملية مستمرة من التفاعل الاجتماعي. وتعد نظرية الدور من النظريات الاجتماعية التي يُعتمد عليها في دراسة سلوك الأفراد (غدنز، 2005).

وتعتبر نظرية الدور نظرية تنبؤية، لأنها تقوم على الافتراض القائل بأنه إن وجدت معلومات حول توقعات الدور لمكانة محددة، فيمكن التنبؤ بسلوك الأفراد المحتملين لتلك المكانة، وعلى أساس ذلك يتحدد دور الفرد وفقاً للمعطيات الاجتماعية، والمعطيات الانثروبولوجية والمعطيات النفسية (زلاقي، 2018) كما طور الفارد مفاهيم تتعلق بهوياتهم وأدوارهم الاجتماعية ضمن عرفه المفكر ستيفن وولكر (S.Walker) حيث تطرق لمفهوم الأدوار الوطنية في إطار السياسة الخارجية.

4.2 الاستفادة منها في الدراسة الحالية

وقد استفادت الباحثة من هذه النظرية أيضاً في فهم عمليات الممارسة أو الإعداد لتلك الصفات. وفيما إذا استخدم المدون تطبيق شروط النظرية في "استعمال الرموز السلوكية والكلامية واللغوية المتعارف عليها من الأفراد عند القيام بالسلوك" أي التدوين حول الطعام الفلسطيني في سبيل حفظ هويته الوطنية الفلسطينية".

وفي هذه الدراسة تم استخدام نظرية الدور الاجتماعي لتقييم الواقع بين الدور الفعلي
الممارس من مدون الطعام والدور المتوقع له من خلال منهج التحليل الذي يتم استخدامه في
الدراسة، فالنظرية ممكن أن تكون وسيلة للحكم على أداء سلوك المدونين وتحديده.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

مقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج تحليل بيانات الدراسة، إذ جاء في القسم الأول استعراض للبطاقة التعريفية لعينة الدراسة على الإنستغرام وتعقيب عليها، بينما القسم الثاني يتضمن تحليل مضمون منشورات صفحات عينة الدراسة على منصة الإنستغرام. وعرضت الباحثة البيانات في جداول وفقاً لمجموعة من المحاور بما يخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها، فيما يتطرق القسم الثالث إلى نتائج تحليل بيانات المقابلات المعمقة بما يخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

القسم الأول

تستعرض الباحثة البطاقة التعريفية أو السيرة الذاتية لعينة الدراسة على الإنستغرام والتي تعرف بالبايو (Bio) لثلاثة مدونين طعام فلسطينيين وهم: هيفاء عودة، هبة الجيطان، محمد سبيبة (أبو جوليا)، لمعرفة دورهم في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال الأطباق التي يقدمونها على المنصة، كونهم مدونين معروفين ولديهم متابعات عالية على منصتهم، ويمثلون مجتمع المدونين المختصين في مجال الطعام، ولمعرفة دورهم الكبير في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية في العالم الرقمي من خلال تحليل مضمون منشوراتهم على صفحاتهم على الإنستغرام. وتم اختيارهم عينة قصدية وفقاً للصفحات الأكثر متابعة وتفاعلاً ونشراً للمحتوى، وهي كالتالي:

1. محمد سبيبة (أبو جوليا):

محمد سبيبة من قطاع غزة ومقيم في بريطانيا، واسم مدونته على الإنستغرام "abu-julaaa". بدأ بالتدوين عن الطعام بتاريخ أغسطس 2020م، وكان الدافع وراء التدوين حبه للمطبخ وإعداد الطعام الذي ورثه عن والدته وجدته، ويدون سبيبة باللغة العربية.

وعمل أبو جوليا في الحدادة مع أهله ويرى أن الطعام مثل الحدادة حيث يتم تشكيل شيء جميل من لا شيء، والطعام نفس الأمر، فتعد وصفات لذيدة من مكونات بسيطة. ودرس أبو جوليا الترجمة وعمل مترجماً في لندن.

ويعد أبو جوليا أحد أكثر الشخصيات متابعة في الوطن العربي في هذا المجال، وهو متفرغ حالياً في صناعة المحتوى عن الطعام، فيقوم بنشر وصفات الطعام المرئية على شكل فيديو، وينشر محتواه مرتين بالأسبوع يراعي فيها توقيت الشرق الأوسط خاصة وقت الظهيرة على المنصات الآتية: الفيسبوك، يوتيوب، تيك توك، الإنستغرام.

وجدت الباحثة أن عدد المتابعين لحساب سببينة على الإنستغرام قد بلغ أكثر من مليوني متابع، كما بلغ عدد المنشورات 299 منشوراً، وقامت الباحثة بتحليل المنشورات الموجودة بصفحة على الإنستغرام. وأنشئت الصفحة التي تم تحليلها بتاريخ 8 أغسطس 2020م، وهو نفس التاريخ الذي بدأ فيه أبو جوليا بالنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

يعرف المدون نفسه بالبطاقة التعريفية على الإنستغرام (Bio) بالشيف، ويشير إلى جنسيته الفلسطينية باستخدام اختصار "PS". ويرفق رابط يصل جمهوره ومتابعيه بمنصاته الأخرى الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي، ولا ترتبط صفحته بمدونة ويب، ولا يستخدم أي من الكلمات الدلالية أو الهاشتاق أو الرموز التعبيرية الأخرى، ولا تتضمن بطاقة التعريف أي دعوة الجمهور للقيام بإجراء أو ما يعرف بـ (Call to Action) سواء لزيارة صفحاته على المنصات الأخرى أو لطلب شراء إن وجد أو رقم هاتف للتواصل.. إلخ.

ويعرف (Call to Action) أو الحث على اتخاذ إجراء بأنها "نوع من الميزات التي يستخدمها الإنستغرام لدعوة الأشخاص أو المتابعين للقيام بإجراء ما، وتحتوي عادة على كلمات منها: احصل، أو تسوق، جرب، قم بزيارة مدونة أو موقع أو منصة أخرى... إلخ. ويستخدمها المدونون لحث المستخدم على زيادة التفاعل مع المحتوى المنشور، وهو ما يزيد من تحسين الرؤى على مدونتك أو التنقل عبر الخدمات التي تقدمها مدونتك على المنصات الأخرى أو عبر الإنستغرام... إلخ" (Sharifi، 2021).

2. هيفاء عودة

هيفاء عودة تعود أصولها إلى مدينة رام الله، ولدت وترعرعت في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقيم حالياً في مدينة شيكاغو الأمريكية، واسم مدونتها على الإنستغرام (fufuinthekitchen)، وبدأت بالتدوين بشكل احترافي عام 2017م. أما الدافع وراء تدوينها عن الطعام، فهو حبها للمطبخ، وعملت خبازة لمدة 10 سنوات، وحاصلة على جائزة أفضل مدونة طعام حسب مجلة (saveurmag) لعام 2019م، وتدون عودة باللغة الإنجليزية.

وتستخدم عودة المنصات الآتية لنشر محتواها عن الطعام: wordpress حيث تتواجد مدونة الويب الخاصة بها عليها، والإستغرام، والتيك توك Tiktok، والبنتريست Pinterest. وتنشر عودة في معظم الأوقات خاصة في فترة الظهيرة ما عدا يوم الجمعة، وتستخدم أشكال المحتوى كافة لتوثيق وصفاتها.

وجدت الباحثة أن عدد المتابعين لمدونة عودة قد بلغ 106 ألف متابع، وعدد المنشورات 1,577 منشورا، وتأسست صفحتها على الإستغرام بتاريخ 8 مايو 2015م.

تعرف هيفاء عودة نفسها بالبطاقة التعريفية (Bio) على صفحتها على الإستغرام بـ"مدونة طعام"، وتلخص ما تقوم به بشكل مباشر ومجال تخصصها بأنها (مدونة طعام، مؤلفة، مطورة وصفات). ولديها كتاب يشير إلى مجال اهتمامها وعملها ورؤيتها في مجال الطعام بعنوان تعشى في فلسطين (Dine in Palestine)، وتضمنت البطاقة التعريفية أيضا رابط الكتروني (Link) يرتبط مباشرة مع الموقع الالكتروني لمدونتها، كما أنها تستخدم ما يعرف بـ (Call to Action) في بطاقتها التعريفية (Bio) حيث تطلب من متابعيها بطريقة واضحة للحصول على كتابها وشرائه من خلال رابط.

3. هبة الجيطان

هبة الجيطان من مدينة القدس، درست المحاماة، وحاصلة على شهادة الماجستير في حقوق الإنسان والديموقراطية من جامعة بيرزيت. واسم مدونتها على الإستغرام Hiba's food، وبدأت الجيطان التدوين عن الطعام عام 2011م، أما الدافع وراء التدوين هو شغفها وحبها للطهي والمطبخ الفلسطيني بالذات.

وتستخدم الجيطان الفيسبوك والإستغرام في نشر محتواها عن الطعام، وتقوم بالنشر في فترتي الصباح والمساء دون تحديد أيام معينة أو عدد مرات محددة، كما انها تستخدم اللغة العربية بالتدوين.

وجدت الباحثة أن عدد المتابعين لصفحة الجيطان قد بلغ 146 ألف متابع وأن عدد المنشورات قد بلغ 1920 منشورا، وتأسست صفحتها على الإستغرام بتاريخ 23 أغسطس 2013م.

وتظهر جنسية الجيطان في (Bio) من خلال رمز الموقع التعبيري للخرائط إلى مدينة القدس، وتضيف الرموز التعبيرية ولا تستخدم الهاشتاق ولا كلمات دلالية توضح تخصصها، ولا

يصل الرابط المرفق إلى مدونة ويب أو أياً من صفحاتها الأخرى على منصات التواصل الاجتماعي.

تعقيب على نتائج تحليل البطاقة التعريفية للمدونين (Bio)

استناداً إلى خصائص الإنستغرام وخوارزمياته وشروط السيرة الذاتية (Bio) النموذجية، التي تتمثل فيما يلي: (Lavanya، 2022)

أن تكون واضحة، ومباشرة، وتلخص ما يقدمه صاحب الصفحة، وما يمكن أن يقوم به من أجل متابعيه. وبنفس الوقت، عند كتابة البايو يشير خبراء التسويق الإلكتروني على أهمية أن يطلب صاحب الحساب من جمهوره القيام بإجراء (Call to Action) أو الحث على التفاعل حتى تظهر نتائج البحث عن المدون بطريقة سلسة وأسهل للوصول، وحتى تظهر احترافية المدون في تقديم نفسه، كما أنه يساهم في زيادة التفاعل ويحسن من الرؤى وزيارة صفحة المدون.

وأيضاً، من الأفضل كما يشير الخبراء إلى إضافة الاسم باللغتين العربية والإنجليزية، واستخدام الكلمات الدلالية، والرموز التعبيرية (Emoji)، واستخدام إشارة التصنيف (#) التي تعمل على تحسين محركات البحث (SEO) على الإنستغرام، وتساهم في تصنيف الحساب بشكل فعال، وتساهم في زيادة الوصول إلى الصفحة والمحتوى بشكل طبيعي وسهولته. (Sharethis، 2022)

وجدت الباحثة أن عينة الدراسة لم تجمع على الالتزام بهذه الشروط، فلم يعر بعضهم أهمية لتلك الخصائص للحصول على التفاعل وعملية الوصول عند البحث عنهم، وفيما يلي تعقيب على البطاقة التعريفية لصفحات عينة الدراسة:

أولاً: لاحظت الباحثة أن مدون الطعام محمد سبيته (أبو جوليا) استخدم اللغتين العربية والإنجليزية في إضافة اسم مدونته، ولم يستخدم أي من الكلمات الدلالية أو الرموز التعبيرية، سوى استخدامه اختصار PS للدلالة على جنسيته الفلسطينية، ولم يقم بإضافة أي إشارة تصنيف في البطاقة التعريفية له (Bio)، كما أنه أضاف رابط يصل إلى صفحاته الأخرى على منصات التواصل الاجتماعي دون توضيح ما الذي يريده من المتابع. وبذلك، وجدت الباحثة أن مدون الطعام أبو جوليا لم يعر اهتماماً في بطاقته التعريفية لشروط كتابة (Bio) بشكل احترافي.

ثانياً: وجدت الباحثة أن مدونة الطعام هيفاء عودة أظهرت اهتماماً بالغاً في تعريف نفسها بشكل احترافي عبر صفحتها على منصة الإنستغرام، فعرفت نفسها بالمدونة بشكل مباشر، وذكرت أهم

إنجازاتها بحصولها على جائزة أفضل مدون طعام لعام 2019م مرفق بموقع المجلة، وأظهرت جنسيتها الفلسطينية باستخدام (PS) إلى جانب اسمها، واستخدمت اللغة الإنجليزية فقط في بطاقتها التعريفية.

ولاحظت الباحثة استخدامها لميزة الحث على التفاعل، فأرقت رابطاً مباشراً يصل متابعيها الراغبين في شراء كتابها مستخدمة كلمات دلالية مثل: "من يود اقتناء الكتاب، أو الحصول على ..ألخ"، كما استخدمت الرموز التعبيرية، بينما لم تستخدم الهاشتاق في بطاقتها التعريفية (Bio).

أولاً: نتائج تحليل المضمون

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج تحليل مضمون صفحات عينة الدراسة على الإنستغرام، ومناقشتها وفقاً لمجموعة من المحاور بما يخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وعرضت الباحثة البيانات في جداول، ومن ثم محاولة تحليلها وتفسيرها بما يخدم أهداف الدراسة، والإجابة على تساؤلاتها.

وقبل أن نتطرق الباحثة إلى تقسيم نتائج الدراسة وفقاً لتساؤلاتها وأهدافها، فإنه ينبغي الإشارة إلى معدلات نشر صفحات عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة كما تبينها الجداول التالية. ومن الأهمية بمكان التنويه إلى أن بعض المنشورات قد تشتمل على أكثر من موضوع في آن واحد، لذا فإن إجمالي مجموع التكرارات قد يتجاوز العدد الكلي لمنشورات عينة الدراسة في الجداول التالية.

المحور الأول: مضمون الرسائل التي يقدمها مدونو الطعام عبر صفحاتهم على الإنستغرام لعام 2021م:

لمعرفة تصنيف الأهداف والقضايا التي تنتمي إلى المواد المنشورة على صفحات عينة الدراسة، قامت الباحثة بدراسة طبيعة الأطعمة المقدمة من المدونين وتحليلها، كما قامت بدراسة الأنشطة وتحليلها وأهداف المنشورات وأبرز القضايا والمصطلحات التي استخدمها مدونو الطعام عبر صفحاتهم بما يخدم أهداف الدراسة.

وذلك على النحو الآتي:

1. طبيعة المحتوى المنشور على صفحات عينة الدراسة على الإنستغرام:

قامت الباحثة بدراسة طبيعة المحتوى الذي تناولته منشورات صفحات عينة الدراسة سواء (صورة، ريلز، مقطع فيديو طويل IGTV)، وذلك بتقسيمها إلى مجموعة من الفئات لغرض تحديد أبرزها، ومن الأهمية بمكان التنويه إلى أن المنشور الواحد قد يشتمل على أكثر من شكل في آن واحد، لذا فإن إجمالي مجموع التكرارات قد يتجاوز العدد الكلي لمنشورات عينة الدراسة. ويوضح الجدول أدناه الفئات:

جدول (3): طبيعة المحتوى الذي تناولته منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع	هبة جيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		طبيعة شكل المحتوى	
	ت	%	ت	%	ت	%		
%61.54	96	%51.40	38	%98.20	54	%14.80	4	صورة
%26.92	42	%25.70	19	%0.00	0	%85.20	23	فيديو طويل (IGTV)
%10.90	17	%21.60	16	%1.80	1	%0.00	0	فيديو قصير (ريلز)
%0.64	1	%1.40	1	%0.00	0	%0.00	0	فيديو + مجموعة صور
%100.00	156	%100.00	74	%100.00	55	%100.00	27	المجموع

يظهر الجدول السابق طبيعة المحتوى الذي قدمته صفحات عينة الدراسة عبر منصة (الإنستغرام)، فنجد أن الصورة قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 61.54%، وفي المرتبة الثانية كانت مقاطع الفيديو الطويلة (IGTV) بنسبة 26.54%، وهو تطبيق هاتف يتم من خلاله تحميل مقاطع الفيديو الطويلة الخاصة بالإنستغرام، التي تزيد عن 60 ثانية، ويُستخدم هذا التطبيق وسيلة منافسة لمنصة YouTube (التقنية، 2022).

وتلتها مقاطع الفيديو القصيرة (Reels) بنسبة 10.90%، وتتنافس ميزة الريلز التي تصل مدتها إلى دقيقة، وهي ميزة أضافها (الإنستغرام) لمنافسة تطبيق TikTok. و يتضح من الجدول السابق، أن مدونة الطعام هيفاء عودة اعتمدت على الصورة بالمرتبة الأولى، بينما اعتمد أبو جوليا على قالب واحد في صناعة المحتوى وهو الفيديو الطويل بشكل أساسي، أما هبة الجيطان فقد تنوعت في القوالب، رغم أن الصورة احتلت المرتبة الأولى في القوالب المستخدمة.

2. فئة التفاعل مع منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

تفسر هذه الجزئية طبيعة التفاعل مع منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام، لذا تتيح خوارزميات الإنستغرام للباحثة تحديد طبيعة هذا التفاعل بالفئتين التي يظهرها الجدول الآتي.

جدول (4): طبيعة التفاعل مع منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

فئة التفاعل	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
إعجاب	1229510	97.60%	64986	92.70%	82654	96.00%	1377150	97.25%
تعليق	30370	2.40%	5143	7.30%	3430	4.00%	38943	2.75%
المجموع	1259880	100.00%	70129	100.00%	86084	100.00%	1416093	100.00%

يوضح الجدول السابق إن فئة الإعجاب احتلت المرتبة الأولى في طبيعة التفاعل مع منشورات المدونين حول الطعام على صفحاتهم في الإنستغرام بنسبة 97.25%، وتلتها فئة التعليقات بنسبة 2.75%.

3. عدد منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

يظهر الجدول الآتي عدد المنشورات التي يقوم مدون الطعام بنشرها يومياً حول الطعام سواء من وصفات أو أي نشاط يقوم به حتى يبقى متواصلاً مع جمهوره على منصة الإنستغرام.

جدول (5): عدد منشورات عينة الدراسة يومياً على الإنستغرام

عدد المنشورات	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مرة يومياً	25	96.20%	47	88.70%	27	56.30%	99	77.95%
مرتان يومياً	1	3.80%	6	11.30%	16	33.30%	23	18.11%
ثلاث مرات يومياً	0	0.00%	0	0.00%	5	10.40%	5	3.94%
المجموع	26	100.00%	53	100.00%	48	100.00%	127	100.00%

بينت النتائج أن عينة الدراسة تقوم بالنشر بشكل يومي على منصة الإنستغرام بنسبة 77.95%، وأن ما نسبته 18.11% يقومون بالنشر مرتين يومياً، وتلاها النشر أكثر من ثلاث مرات يومياً ما نسبته 3.94%. وبينت النتائج أن هبة الجيطان كانت تنشر يومياً أكثر من مرة بنسبة 33.30% مرتين يومياً وبنسبة ثلاث مرات 10.40% بينما أبو جوليا لم ينشر أكثر من مرة يومياً، أما هيفاء عودة كانت تنشر مرتان يومياً بنسبة 11.30%، بينما لم تلجأ إلى النشر ثلاث مرات يومياً.

4. أهداف المنشورات التي قدمتها عينة الدراسة في منشوراتها على الإنستغرام:

تتضمن هذه الفئة رصد الأهداف التي يريد المدون الفلسطيني بلوغها، والوصول إليها عن طريق مضمونه ومعالجته للهدف من خلال تقديم الأطباق المختلفة على منصة الإنستغرام، التي قسمتها الباحثة إلى مجموعة من الفئات موضحة في الجدول الآتي:

جدول (6): أهداف منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

الأهداف	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة جيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
إخبارية وإعلامية	0	%0.00	1	%1.80	3	%3.80	4	%2.47
حشد ومناصرة	0	%0.00	0	%0.00	2	%2.50	2	%1.23
تثقيفية وتوعوية	1	%3.70	3	%5.40	5	%6.30	9	%5.56
تجارية وتسويقية	1	%3.70	11	%19.60	39	%49.40	51	%31.48
أخرى	25	%92.60	41	%73.20	30	%38.00	96	%59.26
المجموع	27	%100.00	56	%100.00	79	%100.00	162	%100.00

يشير الجدول السابق إلى طبيعة الأهداف التي ركز عليها مدونو الطعام الفلسطينيين من خلال تقديم أطباقهم عبر منشوراتهم على صفحة الإنستغرام، ويظهر بأن فئة أخرى (عرض الوصفات وطرق الطهي) احتلت المرتبة الأولى بنسبة 59.26% ، حيث اعتمدت صفحتي أبو جوليا وعودة بشكل ملفت. بينما تلاها المرتبة الثانية بنسبة 31.48% فئة الأهداف التجارية والتسويقية، والتي اعتمدها الجيطان بمنشوراتها بنسبة أعلى من المدونين الآخرين.

وجاءت الأهداف التثقيفية والتوعوية في المرتبة الثالثة بنسبة 5.56%، و نظرا لخصائص الإنستغرام التي تنصح صانع المحتوى بتقديم النصائح لجمهوره لزيادة التفاعل والتنوع بالمحتوى المقدم، إذ اقتصر أفكار الأهداف التوعوية والتثقيفية بالأمر التي تتعلق بالمطبخ وأدواته وكيفية استخدامها أو كيفية حفظ الطعام.. وغيرها من الأمور التي تتعلق بمجال الطهي.

بالنسبة للأهداف التي تتعلق بالقضية الفلسطينية كالأهداف الإخبارية أو الإعلامية، وأهداف الحشد والمناصرة جاءت بمرتبة متقاربة من المرتبة الرابعة على التوالي بنسبة 2.47% و 1.23%، ووضح الجدول ، ان كلتا المدونتين الجيطان وعودة اعتمدتا تلك الفئتين السابقتين

بشكل أكبر من أبو جوليا. وسلطت الضوء على مجموعة من الموضوعات التي مرت بها فلسطين في الحدود الزمانية للدراسة، منها: قضايا القدس، والحرب على غزة، ومحاولات الاحتلال للسيطرة على التراث الفلسطيني من خلال الطعام بالتركيز على فلسطينية الطبق المقدم وهويته.

أما فئة الحشد والمناصرة فقد ركزت على تبني الحملات الرقمية التي قام بها الفلسطينيون خلال أحداث الشيخ جراح في أيار/ مايو 2021، واقتحامات المسجد الأقصى عبر تبني وسوما وتغريدات معينة عرضتها عينة الدراسة في صفحاتهم على الإنستغرام، كما ركزت منشورات مدوني الطعام على الموضوعات السياسية في عرض الأحداث والاعبار خاصة الحرب على غزة وقتل الأطفال الأبرياء لخلق رأي عام مناصر للقضية الفلسطينية.

5. الأساليب التي عرضتها عينة الدراسة في منشوراتها على الإنستغرام:

لغرض تحديد أهم الأساليب التي وظفها مدونو الطعام في عرض وصفات الطعام وأفكارهم عبر منشوراتهم على الإنستغرام، وتسليط الضوء على الأساليب المستخدمة لتعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال منشوراتهم. قامت الباحثة بتقسيمها إلى فئات يوضحها الجدول الآتي:

جدول (7): الأساليب التي استخدمتها عينة الدراسة في عرض منشورات صفحاتهم على الإنستغرام

المجموع	هبة جيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		الأساليب المستخدمة	
	ت	%	ت	%	ت	%		
%5.7	10	%10.3	9	%1.6	1	%0.0	0	أسلوب وطني
%2.3	4	%4.6	4	%0.0	0	%0.0	0	أسلوب ثقافي
%3.4	6	%2.3	2	%6.6	4	%0.0	0	أسلوب مناقشة/ حوار
%1.7	3	%2.3	2	%1.6	1	%0.0	0	أسلوب سياسي
%26.3	46	%40.2	35	%16.4	10	%3.7	1	أسلوب تسويقي
%23.4	41	%9.2	8	%41.0	25	%29.6	8	أسلوب استفهامي
%1.1	2	%2.3	2	%0.0	0	%0.0	0	أسلوب استنكاري
%36.0	63	%28.7	25	%32.8	20	%66.7	18	أخرى
%100.0	175	%100.0	87	%100.0	61	%100.0	27	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن أساليب أخرى استخدمها المدون في عرض أطباقه احتلت

نسبة 36% من هذه الفئة، وقصدت بها الباحثة عرض الأفكار بطريقة عادية دون توجيه أو تحديد أسلوب معين في عرض الطبق استخدام أحد، وما يلفت النظر أن الأسلوب الوطني لم يعتمده أبو

جوليا في منشوراته بينما استخدمته المدونتين الجيطان وعودة بنسب منخفضة، مقارنة بالأسلوب التسويقي الذي احتل نسب مرتفعة عند المدونين جميعهم نسبة 26.3%.

كما يظهر الجدول احتلال فئة الأسلوب الاستفهامي بنسبة 23.4% المرتبة الثالثة حيث عكست المنشورات أسلوب السؤال والاستفهام في عرض الأطباق المقدمة من المدون لحث المتابعين على التفاعل بالتعليقات.

وبلغت نسبة فئة الأسلوب الوطني 5.7% ويظهر من خلال طبيعة اللباس وطريقة تقديم المدونين أطباقهم باستخدام عناصر فلسطينية خلال عملية الطهي، أو باستخدام شرح تفصيلي حول هوية الطبق المقدم باستخدام كلمات ومصطلحات متعلقة بالهوية الفلسطينية أو قضايا وطنية. بينما احتل أسلوب المناقشة والحوار المرتبة الرابعة وتكرر بنسبة 3.4%، ويظهر ذلك من خلال طبيعة الأسلوب في عملية التقديم والطهي للطعام سواء مع ضيف أو من خلال توجيه الخطاب إلى الجمهور بأسلوب شيق لخلق حوار حول الطبق المقدم عبر تفاعل الجمهور.

وتمثل الأسلوب الثقافي المرتبة الخامسة وتكرر بنسبة 2.3%، وتمحور حول تناول محتوى المنشورات باستخدام مصطلحات تراثية أو ارتداء التراث الفلسطيني كالتطريز الفلسطيني، واستخدمت هبة الجيطان هذا الأسلوب بشكل منفرد في منشوراتها مقارنة مع عينة الدراسة (هبة عودة وأبو جوليا).

واستخدمت الأساليب الاستنكارية بنسبة تكررت 1.1% سواء ضد قضايا سياسية مثل سياسة التهجير التي يحاول الاحتلال تنفيذها في حي الشيخ جراح، وغيرها من الممارسات غير الإنسانية والانتهاكات اتجاه الشعب الفلسطيني أو ضد قضايا اجتماعية. وكان الأسلوب السياسي متقاربا للأسلوب السابق بنسبة تكررت 1.7% فتناول المدون الأحداث السياسية المتعلقة بفلسطين في منشوراته كالقصف على غزة وعدد الشهداء وغيرها من الأحداث السياسية المتعلقة بالقضية الفلسطينية، حيث اعتمدت هبة الجيطان هذا الأسلوب بشكل ملفت مقارنة مع زملائها بينما لم يركز أبو جوليا على هذا الأسلوب في العرض.

وتعزو الباحثة إلى استخدام المدون أساليب أخرى بنسبة 36% في عرض محتواه مقارنة بالفئات الأخرى إلى سياسات تقييد المحتوى التي اتبعتها الإنستغرام ضد المنشورات التي على حد تعبيرهم "تعرض على الكراهية والعنصرية" أو تلك التي صنفتها على أساس "نشاطات تدعو إلى الحشد وتقليب الرأي العام".

6. القضايا التي تضمنتها منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

من أجل تحديد القضايا التي ركزت عليها منشورات مدوني الطعام الفلسطينيين على صفحات الإنستغرام التابعة لهم بما يحقق هدف الدراسة، قامت الباحثة بتقسيمها إلى فئات موضحة في الجدول أدناه.

جدول (8): القضايا التي تناولتها عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام

فئة القضايا	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة جيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الهوية الوطنية	1	3.70%	3	5.40%	12	13.50%	16	9.30%
التراث الفلسطيني	1	3.70%	3	5.40%	11	12.40%	15	8.72%
عادات وتقاليد	2	7.40%	2	3.60%	12	13.50%	16	9.30%
أخرى	23	85.20%	48	85.70%	54	60.70%	125	72.67%
المجموع	27	100.00%	56	100.00%	89	100.00%	172	100.00%

تظهر نتائج الجدول السابق، أبرز القضايا التي تصب في تحقيق هدف الدراسة وهو الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، فمن الملفت للانتباه ان فئات القضايا التي تصب في مصلحة الدراسة لم تحتل مرتبة عالية في منشورات المدونين، منها: الهوية الوطنية، العادات والتقاليد، التراث الفلسطيني. حيث احتلت فئة القضايا الأخرى المتعلقة بالوصفات والمطبخ بشكل عام المرتبة الأولى بنسبة 72.67%. بينما احتلت قضايا الهوية الوطنية والإشارة إليها وكل ما يتعلق بها نسبة 9.30%.

وكانت الجيطان ركزت في منشوراتها على تناول الفئات التي تصب في تحقيق هدف الدراسة مقارنة مع زملائها، حيث بلغت نسبة فئة الهوية الوطنية 13.50% بينما استخدمت عودة تلك الفئة بنسبة 5.40%، أما أبو جوليا بلغت نسبة اعتماده على تلك الفئة في منشوراته 3.70% .

وقد احتلت فئة القضايا المتعلقة بالعادات والتقاليد الفلسطينية بنسبة 9.30% وتمثلت بالمنشورات التي تتناول الأطباق الفلسطينية قصصا تروي العادات والتقاليد أو بنمط تقديمها، وتلتها قضايا التراث الفلسطيني بنسبة 8.72% ويظهر بالموروث الشعبي من خلال الأطباق التي يقدمها مدون الطعام في منشوراته.

7. المصطلحات التي استخدمتها عينة الدراسة للدلالة على هويتهم الوطنية الفلسطينية في منشوراتهم على الإنستغرام:

شمل مضمون محتوى مدوني الطعام الفلسطينيين في منشوراتهم على الإنستغرام مجموعة من المصطلحات المتكررة للدلالة على هويتهم الوطنية الفلسطينية الرقمية سواء في النص أو الفيديو أو عن طريق استخدام الوسوم (#)، التي قامت الباحثة بحصرها في الفئات الموضحة في الجدول أدناه. وتشير الباحثة إلى أنه تم اعتماد المصطلحات التي تكررت 6 مرات فما فوق.

جدول (9): أبرز المصطلحات المستخدمة من عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام

المجموع		هبة جيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		أبرز المصطلحات المستخدمة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%2.82	6	%2.70	3	%4.30	3	%0.00	0	وصفات طعام فلسطينية
%3.76	8	%4.50	5	%4.30	3	%0.00	0	أطباق فلسطينية
%3.29	7	%6.40	7	%0.00	0	%0.00	0	تراث فلسطيني
%7.51	16	%8.20	9	%4.30	3	%12.10	4	فلسطين
%0.47	1	%0.90	1	%0.00	0	%0.00	0	تهجير
%1.88	4	%2.70	3	%0.00	0	%3.00	1	وطن
%0.94	2	%0.90	1	%1.40	1	%0.00	0	أكل بلدي
%1.88	4	%1.80	2	%2.90	2	%0.00	0	طعام فلسطيني
%8.92	19	%2.70	3	%22.90	16	%0.00	0	أطباق عربية
%1.41	3	%0.00	0	%4.30	3	%0.00	0	طعام شرقي
%3.29	7	%1.80	2	%4.30	3	%6.10	2	وصفات البحر المتوسط
%4.69	10	%4.50	5	%4.30	3	%6.10	2	وصفات الأجداد والأمهات
%0.94	2	%0.90	1	%1.40	1	%0.00	0	الحنين إلى الأرض
%0.94	2	%1.80	2	%0.00	0	%0.00	0	ثقافة

المجموع	هبة جيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		أبرز المصطلحات المستخدمة	
	%	ت	%	ت	%	ت		
%3.29	7	%2.70	3	%1.40	1	%9.10	3	عادات وتقاليد
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	هوية فلسطينية
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	سرقة الطعام
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	تهويد الطعام
%0.94	2	%1.80	2	%0.00	0	%0.00	0	الاحتلال الإسرائيلي
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	تزوير
%0.94	2	%1.80	2	%0.00	0	%0.00	0	محو/إزالة
%0.47	1	%0.90	1	%0.00	0	%0.00	0	الاستيطان
%51.64	110	%52.70	58	%44.30	31	%63.60	21	أخرى
%100.00	213	%100.00	110	%100.00	70	%100.00	33	المجموع

يبين الجدول السابق طبيعة المصطلحات التي استخدمها مدونو الطعام الفلسطينيين على الإنستغرام، فجاءت في المرتبة الأولى فئة أخرى بنسبة 51.64% وارتبطت بالمصطلحات التي تدل على اسم الطبق نفسه او مصطلحات ليس لها بالهوية الفلسطينية او مصطلحات تدل على عملية الطهي ، اما المرتبة الثانية هي فئة الأطباق العربية بنسبة 8.92%، وارتبط المصطلح بنوعية الأطباق التي يقدمها المدون ليميزها عن الأطباق الغربية، وتلاها مصطلح فلسطين بالمرتبة الثانية بنسبة 7.51% للإشارة إلى أصل الطبق المقدم وهويته، أو الإشارة إلى ممارسات الاحتلال السياسية في فلسطين، التي تشير إلى انتهاكات الاحتلال في القدس وغزة، وجاءت فئة وصفات الأمهات والأجداد بالمرتبة الثالثة سواء بالمصطلحات المستخدمة أو بالإشارة لها من خلال مقاطع الفيديو بنسبة 4.69%، تلتها في المرتبة الرابعة مصطلحات أطباق فلسطينية بنسبة 3.76%، ومصطلح تراث فلسطيني بالمرتبة الخامسة 3.29%، كذلك جاء بالمرتبة نفسها مصطلح عادات وتقاليد بنسبة 3.29%، ثم تلاها مصطلح وصفات طعام فلسطينية بنسبة 2.82% في المرتبة السادسة.

واحتل مصطلح فلسطين عند أبو جوليا ما نسبته 12.10% في منشوراته على صفحة الإنستغرام، بينما تكرر المصطلح عند هيفاء عودة ما نسبته 4.30%، أما هبة الجيطان 8.20%،

وشمل ذكر مصطلح فلسطين المقارنات بين الأطباق المقدمة وليس بالضرورة أن يكون الطبق نفسه فلسطيني. بينما احتلت فئة الأطباق العربية عند عودة ما نسبته 22.90%، وكانت الجيطان استخدمت المصطلح ذاته بنسبة 2.70%، بينما أبو جوليا لم يتطرق للمصطلح نفسه على الإطلاق.

8. الجمهور المستهدف في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

تهدف هذه الجزئية إلى تحديد الجمهور المستهدف في منشورات مدوني الطعام على الإنستغرام.

جدول (10): الجمهور الذي استهدفته عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام

الجمهور المستهدف	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
العرب	27	32.5%	54	44.3%	58	30.5%	139	35.2%
فلسطينيو الشتات	27	32.5%	16	13.1%	58	30.5%	101	25.6%
الفلسطينيون داخل الوطن	27	32.5%	0	0.0%	72	37.9%	99	25.1%
الأجانب	2	2.4%	51	41.8%		0.0%	53	13.4%
كل ما ذكر	0	0.0%	1	0.8%	1	0.5%	2	0.5%
غير ذلك	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	1	0.3%
المجموع	83	100.0%	122	100.0%	190	100.0%	395	100.0%

يفسر الجدول السابق أن مضمون محتوى مدوني الطعام وجه إلى الفئات الثلاث الأولى، حيث جاءت فئة الجمهور العربي بالمرتبة الأولى بنسبة 35.2%، وتجد الباحثة أنه من الطبيعي حصول تلك الفئة على النسبة الأعلى لأن المدونين يستهدفون العرب بجميع جنسياتهم، ووصفاتهم متنوعة بين فلسطينية وعربية وغربية، وعدد منهم يوجه رسالته باستخدام اللغة العربية، ولذا وجهت الرسالة لشريحة عريضة من هذا الجمهور، ومنهم مغترب لذلك يوجهون رسائلهم للفلسطينيين في الشتات أيضا في بعض منشوراتهم فاحتلت هذه الفئة المرتبة الثانية بنسبة 25.6%، ويليهما الجمهور الفلسطيني داخل الوطن بشقيه بنسبة 25.1%، إذ وجه مضمون بعض الرسائل إلى الفلسطينيين داخل الوطن خاصة عند الحديث عن منتجات يتم استخدامها في مناطق محددة بالصفة الغربية. وتظهر النتائج السابقة أن الأجانب احتلوا المرتبة الأخيرة بنسبة 13.4%.

ويوضح الجدول السابق، ان هبة الجيطان ركزت بشكل ملف للانتباه في منشوراتها الى جمهورها داخل فلسطين بنسبة 37.9% وفلسطينيو الشتات بنسبة 30.5% ويعود ذلك كونها

تعيش داخل فلسطين وأيضا الشركات الراحية لها خلال إعداها للأطباق داخل الوطن. بينما هيفاء عودة كان الجمهور المستهدف هم العرب بنسبة 44.3%، والعرب بنسبة 41.8% بشكل ملفت خاصة انها تعيش في الولايات المتحدة الامريكية وتستخدم اللغة الإنجليزية بالتدوين، بينما أبو جوليا بلغت نسبة فئة الأجانب 2.4% رغم انه يعيش في بريطانيا ولكن لم يستخدم اللغة الإنجليزية في التدوين، حيث بلغت نسبة الجمهور العربي في منشوراته 32.5% وفلسطينيو الشتات 32.5%.

9. الأنشطة التي تضمنتها منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

يوضح الجدول الآتي نوع الأنشطة التي تضمنتها منشورات صفحات عينة الدراسة، لغرض معرفة أسلوب المدون في نشر مدونته عن الطعام، والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين باستخدامه أساليب الانتشار التفاعلي والترويج للمحتوى وطريقة عرضه للوصفة بشكل فردي أو بوجود شيف أو مدون آخر أو ضيوف.

جدول (11): القضايا التي تناولتها عينة الدراسة في منشوراتهم على الإنستغرام

فئة النشاط	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة جيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
عرض الطبق المطهو بشكل فردي	20	74.10%	48	87.30%	28	39.40%	96	62.75%
عرض الطبق المطهو بشكل ثنائي مع مدون آخر	0	0.00%	1	1.80%	6	8.50%	7	4.58%
عرض الطبق مع ضيوف	2	7.40%	5	9.10%	2	2.80%	9	5.88%
غير ذلك	5	18.50%	1	1.80%	34	49.30%	40	26.79%
المجموع	27	100.00%	55	100.00%	70	100.00%	152	100.00%

وتظهر النتائج أن تحضير المدون للطعام بشكل منفرد احتلت أعلى نسبة بنسبة 62.75%، بينما عرض الطبق مع وجود ضيوف لا ينتمون لمجال الطهي احتل المرتبة الثانية بنسبة 5.88%، وتلاها تعاون المدون بالطهي مع شيف أو مدون طعام آخر بنسبة 4.58%. ومن الملفت للانتباه اعتماد هبة الجيطان على عرض الطبق مع مدون آخر أو خبير في نفس مجال الطهي بنسبة 8.50% بينما أبو جوليا مثلا لم يعتمد هذه الفئة عند طهي الطبق، أما نسبة عرض

الطبق مع ضيوف سواء افراد الاسرة نفسها او مشهورين او أشخاص مؤثرين..الخ كانت النسب متفاوتة بينهم فأبو جوليا مثلا بنسبة 7.40%، وهبة عودة بنسبة 9.10% وهبة الجيطان بنسبة 2.80%. أما فئة غير ذلك التي حصلت على نسبة 26% تبين الباحثة من خلالها المنشورات المتعلقة بقضايا غير الطهي أو عرض الأطباق بشكل مسبق دون توضيح الطاهي سواء بالنص أو بالفيديو.

10. فئة عينة العناصر التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

قامت الباحثة بتحديد طبيعة العناصر التي يتضمنها محتوى المدون في المنشور الواحد، التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية، في صفحات العينة على الإنستغرام، وقامت الباحثة بتحديد أبرز العناصر والرموز التي يستخدمها الفلسطيني للتعبير عن هويته، كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول (12): طبيعة العناصر التي تدل على الهوية الوطنية في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

فئة العناصر	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
علم فلسطين	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	3.0%
تطريز فلسطيني	0	0.0%	0	0.0%	4	17.4%	4	12.1%
كوفية	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	3.0%
التصميم الداخلي للمطبخ	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	1	3.0%
أدوات المطبخ	2	100.0%	7	87.5%	17	73.9%	26	78.8%
المجموع	2	100.0%	8	100.0%	23	100.0%	33	100.0%

يشير الجدول السابق إلى طبيعة العناصر الدالة على الهوية الوطنية الفلسطينية في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام، فاحتلت أدوات المطبخ التي لها طابع نقوش ارتبطت بصناعة الخزف في مدينة الخليل والقدس، وحاول المدونون من خلالها تقديمهم للأطباق لإبراز الطابع الفلسطيني، واحتلت المرتبة الأولى بنسبة 78.8%، وفي المرتبة الثانية كان التطريز الفلسطيني سواء من خلال ملابس المدونين أو من خلال الديكور وجاء بنسبة 12.1%، وتساوى استخدام الكوفية وعلم فلسطين والتصميم الداخلي للمطبخ في المرتبة الثالثة بنسبة 3%، سواء في

المنشورات أو من خلال الملابس كمربول المطبخ للمدون أو من خلال المنشورات التي اهتمت بالقضايا الوطنية والسياسية.

وجاءت هبة الجيطان الأكثر استخداماً وتنوعاً في العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية، حيث احتلت فئة علم فلسطين ما نسبته 4.3%، والتطريز الفلسطيني نسبة 17.4% وظهرت الكوفية في منشوراتها بنسبة 4.3% بينما استخدمت هيفاء عودة عناصر تدل على الهوية الوطنية في التصميم الداخلي للمطبخ بنسبة 12.5%. أما أبو جوليا لم يستخدم تلك العناصر، وكان جل اهتمامه في إبراز هويته من خلال استخدام أدوات المطبخ .

المجموعة الثانية: فئة الشكل (كيف قيل)؟

1. الوسائط المتعددة الموظفة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

لجأ مدونو الطعام إلى توظيف الوسائط المتعددة في محتوهم الرقمي المنشور على الإنستغرام حتى يقوموا بإيصال رسائلهم للجمهور بطريقة ممتعة ومتنوعة وبما يتناسب مع خصائص الإنستغرام المتغيرة بشكل مستمر، ووجدت الباحثة أن عددا منهم وفي الفترة الزمانية للدراسة التزموا بتلك الخصائص مما يساعد في فهم الرسائل وانتشارها بشكل أسرع، مثلاً فئة النص والصورة التي جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 60.00% رافقت معظم المنشورات التي تمثل عينة الدراسة. ويوضح الجدول أدناه مجموعة الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات مدوني الطعام، ومن الأهمية بمكان التنويه إلى أن المنشور الواحد قد يحتوي على أكثر من فئة، لذا فإن إجمالي مجموع التكرارات قد تتجاوز العدد الكلي لمنشورات عينة الدراسة.

جدول (13): الوسائط المتعددة الموظفة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

الوسائط المتعددة	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نص وصورة	4	14.80%	54	98.20%	38	48.70%	96	60.00%
صورة	0	0.00%	0	0.00%	1	1.30%	1	0.63%
ريلز (مقطع فيديو قصير)	0	0.00%	0	0.00%	7	9.00%	7	4.38%
فيديو مصور (IGTV)	23	85.20%	0	0.00%	16	20.50%	39	24.38%
فيديو قصير مع موسيقا	0	0.00%	1	1.80%	15	19.20%	16	10.00%
المجموع	27	100.00%	55	100.00%	78	100.00%	160	100.00%

يوضح الجدول أعلاه أن فئة الصورة مع النص احتلت المرتبة الأولى بنسبة 60%، وكانت تلك الفئة من نصيب المدونة هيفاء عودة، والتي اعتمدها بنسبة 98.80%، بينما كانت نسبة استخدامها من قبل هبة الجيطان 48.70%، أما أبو جوليا 14.8%. أما مقاطع الفيديو الريلز استخدمتها فقط هبة الجيطان بنسبة 9%. وبالنسبة لمقاطع الفيديو بصيغة (IGTV) اعتمدها أبو جوليا بشكل ملفت بنسبة 85% بينما استخدمتها الجيطان بنسبة 20%.

حيث احتلت فئة مقاطع الفيديو الطويلة والممتجة بصيغة (IGTV) احتلت المرتبة الثانية بنسبة 24.38%، وترى الباحثة أن ذلك يعود لأهميتها في نقل الصفات بطريقة سلسة وتفاعلية للجمهور الذي يرغب بالمشاهدة أكثر من قراءة نص على الإنستغرام، ولخصائص الإنستغرام المرئية نفسها. ثم تلاها الفيديو القصير مع الموسيقى بنسبة 10%، والتي استخدمته هبة الجيطان بنسبة 19.20%، بينما هيفاء عودة بنسبة 1.80%، أما أبو جوليا لم يستخدم تلك الفئة مطلقاً، مع العلم أن الإنستغرام قام بتحديثات عديدة خلال فترة الدراسة وبعدها وكان هناك اختلاف ملموس من المدونين بالالتزام بتلك التحديثات.

2. طبيعة الصور المنشورة في محتوى عينة الدراسة على الإنستغرام:

لغرض تحديد شكل محتوى الصور المقدمة وطبيعتها من مدوني الطعام خلال إعداد الأطباق وتقديمها وارتباطها بالأنشطة المنشورة على الإنستغرام بما يبرز الهوية الوطنية الفلسطينية، قامت الباحثة بتحديد فئات شكل محتوى الصور وتحليلها بناء على تصنيفات المدون بإعداد الطبق سواء كان بالنص أو عبر الهاشتاق أو محتوى الفيديو في حديثه عن أصل الطبق ومسقط رأسه.

جدول (14): طبيعة الصور في محتوى عينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع	هبة الجيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		طبيعة الصور في المنشورات	
	ت	%	ت	%	ت	%		
%8.3	14	%14.5	11	%3.1	2	%3.6	1	صور شخصية
%14.9	25	%17.1	13	%10.9	7	%17.9	5	أطباق فلسطينية
%31.0	52	%27.6	21	%31.3	20	%39.3	11	أطباق غربية
%26.8	45	%21.1	16	%32.8	21	%28.6	8	أطباق عربية
%4.2	7	%2.6	2	%7.8	5	%0.0	0	أطباق شرقية
%0.6	1	%1.3	1	%0.0	0	%0.0	0	أطباق بمناطق تراثية أو تاريخية
%4.2	7	%3.9	3	%6.3	4	%0.0	0	أطباق غربية بطابع فلسطيني
%10.1	17	%11.8	9	%7.8	5	%10.7	3	أخرى
%100.0	168	%100.0	76	%100.0	64	%100.0	28	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أن فئة صور الأطباق الغربية طغت على منشورات المدونين بنسبة 31%، وأن نسبة الأطباق العربية احتلت المرتبة الثانية بنسبة 26.8%، وأن نسبة صور الأطباق الفلسطينية احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 14.9% من عدد منشورات العينة، ووجدت الباحثة التنوع الذي يحاول فيه المدونون تلبية رغبات جمهورهم خاصة أن منهم مقيمين في الخارج وجمهورهم المستهدف العرب بشكل رئيسي، وترى الباحثة أن المدونين يحاولون إبراز هويتهم من خلال تقديم الأطباق الغربية بنمط فلسطيني وإدخال عناصر فلسطينية فيها وهذه الفئة احتلت نسبة 4.2%، وتساوت الأطباق الشرقية مع سابقتها بنفس المرتبة، بينما فئة أخرى احتلت نسبة 10% وتشير إلى منشورات عادية أو ليس لها علاقة بالأطباق كالصور الشخصية مثلا.

ويوضح الجدول السابق، اعتماد هبة الجيطان فئة الصور الشخصية أكثر من نظرائها من المدونين بنسبة 14.5%، بينما كان نصيب فئة صور الأطباق الفلسطينية لديها وعند منشورات أبو جوليا أكثر من هيفاء عودة. وقد احتلت فئة صور الاطباق الغربية عند عودة ما نسبته 31.3%، وعند أبو جوليا 39.3%، أما الجيطان ما نسبته 27%. واحتلت فئة الأطباق العربية عند الجميع نسب متقاربة، والملفت أن الاطباق التي ظهرت بطابع فلسطيني احتلت عند عودة ما نسبته 6.3% أقل من الجيطان، والتي احتلت فيها تلك الفئة ما نسبته 3.9%، أما أبو جوليا لم يستخدمها مطلقاً.

3. عدد الصور لمنشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

يشير الجدول الآتي إلى عدد الصور التي استخدمها المدونون في منشوراتهم على الإنستغرام.

جدول (15): عدد الصور في المنشور الواحد لعينة الدراسة على الإنستغرام

عدد الصور	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة جيطان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
صورة واحدة	4	100.0%	47	87.0%	27	67.5%	78	79.6%
صورتان	0	0.0%	6	11.1%	6	15.0%	12	12.2%
ثلاث صور	0	0.0%	1	1.9%	1	2.5%	2	2.0%
أربع صور فأكثر	0	0.0%	0	0.0%	6	15.0%	6	6.1%
المجموع	4	100.0%	54	100.0%	40	100.0%	98	100.0%

وتظهر النتائج أنهم يفضلون نشر صورة واحدة، فقد احتلت تلك الفئة نسبة 79.6%، بينما احتلت فئة الصورتين ما نسبته 12.2%، وجاءت فئة الأربع صور فأكثر 6.1%، وجاء المنشور الذي يتضمن ثلاث صور فقط 2%. ومن الملفت للانتباه، أن أبو جوليا اعتمد فقط

الصورة الواحدة في منشوراته بنسبة 100%، أما فئة الصورتان والثلاث صور فقط اعتمدتهما الجيطان وعودة بنسب متقاربة أقل من فئة الصورة الواحدة.

4. طبيعة عرض الفيديو لمنشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

يعرض الجدول الآتي طبيعة شكل الفيديو المقدم سواء مقطع فيديو طويل أو مقطع فيديو قصير.

جدول (16): طبيعة شكل الفيديو في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع		هبة الجيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		طبيعة شكل الفيديو المنشور
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.7%	1	2.8%	1	0.0%	0	0.0%	0	فيديو مع صور
98.3%	59	97.2%	35	100.0%	1	100.0%	23	فيديو فقط
100.0%	60	100.0%	36	100.0%	1	100.0%	23	المجموع

ويظهر أن 98.3% من المدونين يعرضون الفيديو وحده دون صورة مرفقة معه، وأن 1.7% فقط يعرضون الفيديو مع صورة. ومما تطرحه النتائج السابقة، أن أبو جوليا وعودة لم يعتمدان على نشر الفيديو مع الصور، وكانت الجيطان فقط هي من استخدمت هذا الشكل بالنشر بنسبة 2.8%، وكان اعتماد المدونين بشكل كبير على فئة الفيديو فقط.

5. مدة الفيديو لمنشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

لغرض تحديد مدة الفيديو المنشور لعينة الدراسة على الإنستغرام قامت الباحثة بتحديد الفئات اعتماداً على مدة مقاطع الفيديو القصيرة (Reels) التي تصل أطولها إلى 60 ثانية وأقصرها إلى 3 ثوان، أما مقاطع الفيديو الطويلة فقط فقد سمح الإنستغرام باستخدام تطبيق أو ميزة IGTV، فهو يتيح تنزيل فيديوهات طولها من دقيقة -15 دقيقة (Chotia، 2021) (Kinchin، 2021). وقامت الباحثة بهذا التصنيف بدافع تحديد الإستراتيجية والأسلوب اللذين يعتمدهما المدونون بنشر وصفاتهم على الصفحات ومدى ملاءمتها لتطبيق الإنستغرام، ومدى وعي المدون بهذه الميزات. ومن الأهمية بمكان التنويه إلى أن بعض المنشورات لا تشتمل على فيديوهات، لذا فإن إجمالي مجموع التكرارات قد لا يتساوى مع العدد الكلي لمنشورات عينة الدراسة.

جدول (17): مدة الفيديو المنشور لعينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع		هبة الجيطان		هيفاء عودة		ابو جوليا		مدة الفيديو
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%17.2	10	%28.6	10	%0.0	0	%0.0	0	أقل من دقيقة
%12.1	7	%20.0	7	%0.0	0	%0.0	0	دقيقة
%25.9	15	%42.9	15	%0.0	0	%0.0	0	أكثر من دقيقة
%44.8	26	%8.6	3	%0.0	0	%100.0	23	أكثر من خمس دقائق
%100.0	58	%100.0	35	%0.0	0	%100.0	23	المجموع

ويبين الجدول أعلاه أن المدونين اعتمدوا مقاطع الفيديو التي تصل إلى أكثر من خمس دقائق، حيث بلغت نسبتها %44.8 ما عدا هيفاء عودة التي لم تستخدم تلك الفئة، وكان اعتماد أبو جوليا عليها بنسبة مرتفعة أكثر من الجيطان، بينما مقاطع الفيديو التي تكون أكثر من دقيقة نسبتها %25.9 اعتمدها فقط الجيطان دون أبو جوليا عودة، أما بالنسبة للمقاطع التي يصل طولها إلى دقيقة بلغت نسبتها %12.1، ولم يستخدم هذه الفئة عودة أو أبو جوليا، بينما التي تقل عن دقيقة احتلت ما نسبته %17.2 واستخدمتها فقط الجيطان.

6. طبيعة الموسيقى المستخدمة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام:

يوضح الجدول الآتي طبيعة الموسيقى المستخدمة، بهدف تحديد أكثر أنواع الموسيقى استخداماً، ومدى ملاءمتها لمحتوى الأطباق المقدمة أو المنشورات الدالة على الهوية الوطنية الفلسطينية.

جدول (18): طبيعة نوع الموسيقى المستخدمة لعينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع		هبة الجيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		نوع الموسيقى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%13.8	11	%17.9	10	%0.0	0	%4.3	1	موسيقا عربية
%33.8	27	%37.5	21	%100.0	1	%21.7	5	موسيقا غربية
%1.3	1	%1.8	1	%0.0	0	%0.0	0	أغان وطنية
%2.5	2	%3.6	2	%0.0	0	%0.0	0	أغان تراثية
%48.8	39	%39.3	22	%0.0	0	%73.9	17	أخرى
%100.0	80	%100.0	56	%100.0	1	%100.0	23	المجموع

يفسر الجدول أعلاه طبيعة الموسيقى واختيارها بما يتناسب مع الطبق المقدم أو المنشورات التي تستخدمها عينة الدراسة في التعبير عن هويتهم على الإنستغرام، وأن احتلال فئة أخرى المرتبة الأولى بنسبة 48.8% أمر طبيعي لأن منهم من يعرض الوصفات دون موسيقا أي بصوته، وقد احتلت فئة الموسيقى الغربية المرتبة الثانية بنسبة 33.8% وكانت هيفاء عودة أبرز من استخدمتها، يليها الموسيقى العربية بنسبة 13.8% اعتمدها كثيرا هبة الجيطان بنسبة اعلى من أبو جوليا، بينما الأغاني التراثية حصلت ما نسبته 2.5%، والأغاني الوطنية نسبة 1.3%، واعتمدها فقط الجيطان في مدوناتها دون الاخرين.

7. العناصر التفاعلية الموظفة في منشورات العينة على الإنستغرام

لاحظت الباحثة من خلال منشورات عينة الدراسة، عدم توظيفهم للعناصر التفاعلية بشكل مناسب، التي قد تساهم بشكل مباشر في تصنيفات المنشورات في خوارزميات الإنستغرام وزيادة التفاعل من خلالها، كما أن جزءا من هذه العناصر تمكن القارئ من زيادة معرفته بموضوع ما من خلال الانتقال إلى صفحات أخرى بمجرد النقر عليها وهي ميزة تعرف بالدعوة للقيام بإجراء (Call to Action) خاصة أن الوصفات تكون محفوظة إما بالعناوين الرئيسية (highlight) أو مدونة الويب الخاصة بالمدون، أو أن يطلب المدون من جمهوره متابعته لمعرفة تفاصيل الوصفة

عبر القصة (story). وقسمتها الباحثة إلى فئات موضحة في الجدول الآتي.

جدول (19): العناصر التفاعلية المستخدمة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

العناصر التفاعلية	أبو جوليا		هيفاء عودة		هبة الجيطان		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	
الرابط الإلكتروني في Bio الخاص بالمدون	0	%0.0	30	%20.3	1	%0.9	31
الإشارة إلى الوصفة في القصة (story)	1	%3.1	3	%2.0	4	%3.7	8
الإشارة إلى العناوين الرئيسية highlight	1	%3.1	10	%6.8	2	%1.9	13
الوسم (hashtag)	19	%59.4	53	%35.8	8	%7.4	80
الإشارة (mention)	1	%3.1	13	%8.8	35	%32.4	49
الرموز التعبيرية (Emoji)	7	%21.9	36	%24.3	42	%38.9	85
أخرى	3	%9.4	3	%2.0	16	%14.8	22
المجموع	32	%100.0	148	%100.0	108	%100.0	288

يفسر الجدول السابق شكل العناصر التفاعلية الموظفة في منشورات صفحات عينة الدراسة. وكانت فئة الرموز التعبيرية في المرتبة الأولى بنسبة 29.5%، واحتلت المرتبة الثانية الوسوم (hashtag) بنسبة 27.8%، وتساعد الميزتان على زيادة التفاعل مع المتابعين، وتصنيف المنشور في عمليات البحث، فيسهل الوسوم من عملية التنظيم والترويج والتواصل، وتسليط الضوء على القضايا والأحداث. ومن المفت للانتباه اعتماد أبو جوليا بشكل مرتفع هذه الفئة بنسبة 59.4%، بينما عودتها بنسبة 35.7%، بينما الجيطان بنسبة 7%

وجاءت الإشارة (mention) بنسبة 17% في المرتبة الثالثة، ولاحظت الباحثة استخدامها بشكل ملحوظ للإشارة إلى الضيف فيقوم المدون بالإشارة إلى صفحة الضيف الشخصية على الإنستغرام أو موقع الشركة التي يروج لها من مدون الطعا خاصة عند المدونة الجيطان بنسبة 32% بينما عند هيفاء عودة كانت نسبة استخدامها 8.8%، أما أبو جوليا 3%. وحصلت

فئة الإشارة إلى الرابط في البطاقة التعريفية للمدون (Bio) المرتبة الرابعة بنسبة 10.8%، حيث اعتمدها عودة ما عدا أبو جوليا والجيطان.

وجاءت فئة الإشارة إلى العناوين الرئيسية (highlight) بنسبة 4.5%، وتمثلت بالإشارة إلى وجود الوصفة كاملة محفوظة بالقائمة الرئيسية، ورغم أهمية الفئتين الأخيرتين في زيادة التفاعل والترويج لمحتوى المدون إلا أنها غير مستخدمة بشكل كبير، بينما فئة القصة (story) بلغت نسبتها 2.8%، وتمثلت بالإشارة إلى وصفة حتى يتم متابعتها في توقيت معين من المتابعين أو للحديث عن زيارة أو جولة في منطقة معينة أو للحديث عن قضايا مجتمعية وسياسية... إلخ، أما فئة أخرى بلغت نسبتها 7.6% وتمثلت بمنشورات لا يوجد فيها من العناصر التفاعلية أو الإشارة إلى وجود الوصفات على قناة المدون على يوتيوب.

8. نوع اللغة المستخدمة في منشورات العينة على الإنستغرام:

يوضح الجدول الآتي نوع اللغة المستخدمة الذي تضمنتها منشورات مدوني الطعام على الإنستغرام، من أجل تحديد الجمهور المستهدف.

جدول (20): نوع اللغة المستخدمة في منشورات عينة الدراسة على الإنستغرام

المجموع		هبة الجيطان		هيفاء عودة		أبو جوليا		نوع اللغة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
59.5%	94	93.4%	71	0.0%	0	85.2%	23	لغة عربية
36.1%	57	2.6%	2	100.0%	55	0.0%	0	لغة إنجليزية
4.4%	7	3.9%	3	0.0%	0	14.8%	4	لغة عربية وإنجليزية
100.0%	158	100.0%	76	100.0%	55	100.0%	27	المجموع

يشير الجدول السابق إلى نوع اللغة التي يستخدمها مدونو الطعام في صفحاتهم على منصة الإنستغرام، فقد جاءت اللغة العربية في المرتبة الأولى بنسبة 59.5% ما عدا هيفاء عودة، واللغة الإنجليزية في المرتبة الثانية بنسبة 36.1% ما عدا أبو جوليا وهبة الجيطان، بينما استُخدمت اللغتان العربية والإنجليزية بالمنشور الواحد المرتبة الثالثة بنسبة 4.4% ما عدا هيفاء عودة، التي تستخدمها بمنشوراتها.

ثانياً: نتائج المقابلات المعمقة

قامت الباحثة بإجراء عدة مقابلات مع شخصيات مختلفة لتقصي دور مدوني الطعام في حفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، وأهمية استخدام التدوين عن الطعام في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية على منصة الإنستغرام.

تناولت المقابلات المحاور التالية:

المحور الأول: دور مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية.

المحور الثاني: الرموز السلوكية والكلامية واللغوية التي استخدمها المدونون لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على الإنستغرام لعام 2021.

المحور الثالث: المضامين التي قدمت بها الرسالة الرقمية التي استخدمها مدونو الطعام لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على الإنستغرام لعام 2021.

المحور الرابع: مدى إدراك المدونين ووعيهم لمحتويات الرسالة الرقمية التي يقدمونها من خلال الطعام لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على الإنستغرام لعام 2021.

المحور الخامس: دور مدوني الطعام في مواجهة أسئلة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية المتمثلة بالطعام وسرقتها.

المحور الأول: دور مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية على منصة الإنستغرام لعام 2021.

❖ **توظيف مدونات الطعام في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً.**

استطاع مدونو الطعام توظيف صفحاتهم على الإنستغرام في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية لعام 2021 من خلال تقديمهم وصفات متعلقة بالمطبخ الفلسطيني إلى جانب الوصفات التي تداولوها، ومن خلال العناصر والمصطلحات التي استخدموها في منشوراتهم. وذلك في سبيل الحفاظ عليها من السرقة، والحفاظ على المطبخ الفلسطيني من الضياع.

فوفقاً للمقابلات التي أجرتها الباحثة مع عينة الدراسة، أكد المدونون على دورهم في نقل هويتهم الفلسطينية عبر صفحاتهم على الإنستغرام من أجل تسليط الضوء على ما يعيشه أبناء شعبهم من انتهاكات إسرائيلية، وأيضاً استخدموا صفحاتهم من أجل تثقيف الجمهور العربي

والأجنبي حول الوضع السياسي في فلسطين، ورفع الوعي بالقضية الفلسطينية، وحث جمهورهم على التضامن مع فلسطين.

أجرت الباحثة مقابلة مع سعيد أبو معلا المحاضر في كلية الإعلام الرقمي في الجامعة العربية الأمريكية بتاريخ 2022/12/15، حول مساهمة التدوين عن الطعام في بناء الهوية الوطنية الفلسطينية، وكانت إجابة أبي معلا:

"إن الطعام مكون مهم من مكونات الهوية الوطنية لأي شعب، فهو جزء من الممارسات الحياتية اليومية وبهذا يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل وهو ما يجعله مكونا هوياتيا مثل الملابس والأغاني والأدب... إلخ. فالطعام مكون هوياتي بارز في شخصية الشعوب عامة أما في السياق الفلسطيني وبسبب ظرف الاحتلال، فإن السرقة امتدت للطعام كونه نوعاً من فعل احتلالي لهذا الشعب وهذه الأرض. لذلك نجد أن الفلسطيني يستحضر الأطعمة ويركز عليها من أجل تثبيت ذاته، والتأكيد على وجود هويته وتعزيزها برموزها المختلفة وأبرزها الطعام".

وفي نفس السياق أجابت الباحثة في مجال الطعام الشيف فداء أبو حمدية: إن "التدوين عن الطعام يساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية والثقافة الفلسطينية، لأننا نقوم بوضعه في إطار ويبقى معروفاً ومقروءاً ولا يتشتت، ولا بد من الإشارة إلى أهمية المحافظة على أصل الطبق حتى يحافظ على هويته ونسب اختلافاته حسب كل مدينة، وهذا الدور يقع على عاتق المدون الذي يجب أن يكون على علم مسبق بأصل الطبق، فالمهم المحافظة عليه بإعادته لأصله".

وتشير أبو حمدية إلى أهمية أن يكون المدون على وعي ودراية بأهداف مدونته، ووضع استراتيجية واضحة عند تناوله الطبق الفلسطيني، وأن يكون لديه خطة حقيقة في سبيل ترسيخ المفاهيم الوطنية المتعلقة بالطعام لأنه يمثل وطنه وهويته.

ويرى الباحث في الموروث الثقافي الفلسطيني حمزة العقرباوي أن تدوين الطعام يحفظ الإرث الفلسطيني من الضياع، وهو وسيلة توريث للأجيال القادمة.

وفي هذا الإطار فسرت الباحثة ضرورة مواصلة العمل على استغلال مدونات الطعام الموجودة على منصة الانستغرام من أجل الحديث عن المطبخ الفلسطيني، حيث وجدت الباحثة أن هناك إجماعاً من عينة الدراسة على العلاقة التي تربط بين التدوين عن الطعام والحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية، وأن هناك دوراً مشتركاً يجب القيام به بين المبادرات الشخصية التي يقوم بها مدونو الطعام والجهات الرسمية من أجل الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية

كما أوضح الخبير الرقمي ومدير مركز صدى سوشال لتوثيق ورصد الانتهاكات الرقمية إباد الرفاعي، أهمها:

- الحفاظ على الحالة الإلكترونية من خلال تعزيز النشر وإعداد المحتوى حول الحالة الوطنية الفلسطينية.

- يجب أن يكون هناك نضال إلكتروني على المستوى الرسمي ومؤسسات المجتمع المدني لانتزاع الحقوق الرقمية الفلسطينية.

- استثمار جهود المستخدمين العاديين وصناع المحتوى من مختلف الفئات والمجالات بإعداد محتوى عن فلسطين بمختلف المجالات والمواظبة على عملية النشر عبر الفضاء الرقمي.

وفي السياق نفسه، يرى أحمد القاضي منسق الرصد والتوثيق في المركز العربي لتطوير الإعلام المجتمعي -حملة، أن التحديات التي تواجه الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية تحتاج إلى عمل جماعي، وسياسة نضالية واحدة خاصة في الفضاء الرقمي، فالأزمة السياسية هي انعكاس للواقع الفلسطيني المعاش مع غياب قيادة سياسية واحدة. ويرى القاضي أن "الواقع السياسي الفلسطيني يلقي بعبء كبير على الأفراد والنشطاء الذين يقومون بتمثيل هويتهم الوطنية في عالم الإنترنت خاصة في مواجهة سياسات الشركات المالكة لتلك المنصات أو مواجهة سلطات الاحتلال. ومن الأهمية بمكان، بناء حركات اجتماعية لتعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال تعزيز الرواية الفلسطينية على الإنترنت".

وأجمع المبحوثون أن مسؤولية الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية رقمياً لا تقع فقط على عاتق المدونين، ولكن أيضاً يتشارك جانب من المسؤولية الجهات الرسمية، التي يقع على عاتقها مسؤولية توثيق المطبخ الفلسطيني سواء محلياً أو في المحافل الدولية. وذلك من خلال فهم ظواهر الذاكرة المتغيرة وجوانب الطعام المختلفة من أجل فهم العلاقة بين الطعام والذاكرة كما أوصت نتائج دراسة جون هولتزمان بعنوان "الطعام والذاكرة". ودراسة الباحثان رونالد رانتا ويوناتان ميندال بعنوان "استهلاك فلسطين، فلسطين والفلسطينيون في ثقافة الطعام الإسرائيلية" التي أوصت على أهمية فحص ثقافة الطعام الإسرائيلية والتعرف على دورها في إنشاء المواطن الإسرائيلي وذاكرته الجمعية والنفسية والوطنية وتطلعاته السياسية.

ووجدت الباحثة أن من الأهمية بمكان إعادة تفسير مفهوم الطعام وانتمائه إلى الفلسطيني من خلال ذاكرته، وعرض التجارب الفلسطينية كحقائق تاريخية وتراثية من أجل إثبات الهوية

الوطنية، وفحص تأثيره تاريخياً وسياسياً واجتماعياً، والعمل على تطوير مدونات الطعام من ناحية تقنية ومن جانب المحتوى أيضاً.

وفي معرض رد أبو معلا حول كيفية استعادة أهمية الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية، قال أن "من الضروري أن يكون لدينا وعي عندما نأكل، وعند تحضير الطعام بأن نطبخ بوعي، والعودة إلى الأرض وطعامها ومنتجاتها، وأن نطور ما ينسجم مع صحتنا وهويتنا".

وهو ما أشارت إليه دراسة الباحثة تانيا لويس بعنوان "الطعام الرقمي" حيث أوصت إلى ضرورة محور "الأمية الرقمية" المتعلقة بالطعام، فتطور البيئة الرقمية ومفهوم الطعام أدى إلى ظهور مفهوم "الطعام الرقمي"، فمن خلال منصات التواصل الاجتماعي يتم التأثير على الممارسات الغذائية، ومن الأهمية بمكان أن تتحول من كونك فرد مستهلك للطعام الرقمي إلى "مواطن طعام".

ويتفق العقرباوي مع أبي معلا في ضرورة استعادة العلاقة مع الطعام الشعبي، خاصة في المناهج التعليمية سواء في المدارس أو الجامعات وتسلط الضوء على موضوع هوية المطبخ الشعبي الفلسطيني.

وفي نفس السياق، ركزت أبو حمدية أنه "من خلال التوثيق نستعيد الهوية الفلسطينية من خلال استعادة تاريخ الأطباق الفلسطينية، فالاحتلال لن يتوقف عن سرقة المطبخ الفلسطيني، لأنه احتلال بالنهاية، ولكن بالمقابل يجب ألا يتوقف الفلسطيني بالحديث عن تراثه غير المادي، ويجب أن تقدم تلك الأطباق بطريقة محترفة وأصيلة".

❖ مدونات الطعام وعلاقتها بالثقافة والاثنوغرافيا الرقمية

وجدت الباحثة أن مدونات الطعام الموجودة في الفضاء الرقمي لها دور في تشكيل مفهوم الأثنوغرافيا المرئية، التي هي الأساس تساهم في مواجهة عملية المحو الثقافي التي تتعرض لها الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، على منصة الإنستغرام بشكل خاص.

وضح أبو معلا أن دور مدونات الطعام الرقمية في تشكيل مفهوم الأثنوغرافيا المرئية يعتمد على وعي المدون بما يفعل. مثلاً، المدون أبو جوليا لا يقدم محتوى وطني بالمعنى الحرفي لكنه يعيد بناء الأطباق الفلسطينية مثل الأطباق في غزة. واعتبر أبو معلا أنه عندما تتحول الحياة اليومية للفرد إلى حالة مرئية تعد نوعاً من الأثنوغرافيا المرئية المهمة، وهدفها هو تعزيز الهوية، وهذا لا يقتصر على ممارسات الناس فقط، ولكن أيضاً تضم قطاعات أخرى.

أما أبو حمديّة، فقد أجابت أن "المدونات جزء من الأثنوغرافيا المرئية، لأنها عبارة عن دراسات وصفية للطعام، وتعكس الثقافة المادية وتهتم بالعمق التاريخي والزمني للطعام، ومدون الطعام دوره يقع في إظهار هذا الأمر، وتشكيل هذا المفهوم من خلال المدونات يعتمد على رسالة المدون وهدفه، ولا شك أن مدونات الطعام الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي تعكس هذا المفهوم، ولكنها بحاجة إلى عمق أكبر عند تقديم الأطباق، وبسبب الخصائص المختلفة لتلك المنصات، يصعب قياس مدى أثر تلك المدونات على الأثنوغرافيا المرئية".

لاحظت الباحثة أن الأثنوغرافيا المرئية تعتمد على وعي المدون بما يقوم به حتى يتم توثيقها في هذا الإطار العلمي، وان ثقافة الطعام الرقمية جزء من الأثنوغرافيا المرئية، ولهذا قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع المدونين للتعرف على مدى وعيهم بالدور الذي يقومون به كمدوني طعام فلسطينيين في تشكيل هذا المفهوم، وللإجابة عن التساؤل حول هل أصولهم الفلسطينية تمنحهم التميز عن غيرهم من المدونين، أجاب أبو جوليا أن مدون الطعام الفلسطيني لا يختلف عن أي مدون آخر بالعالم، سوى بمحتواه وما يقدمه من طعام متميز، إلا ان خصوصية مدون الطعام الفلسطيني بجنسيته نفسها، ويرى انه بالرغم من ان 5% من وصفاته التي يقدمها فلسطينية إلا ان جنسيته تكفي لإبراز هويته. وترى عودة أن ما يميز مدون الطعام الفلسطيني هو محاولاته المستمرة في مجابهة عمليات السرقة الإسرائيلية، فالفلسطيني برأيها من أكثر الجنسيات اعتزازاً وافتخاراً بما يقوم به في المجالات كافة. وتتفق معها الجيطان، بأن توثيق الطعام وحمائته من سرقة الاحتلال الإسرائيلي هو ما يميز مدون الطعام الفلسطيني.

ومن جهة أخرى وضحت إجابة أبي معلا حول عملية المحو الثقافي الرقمي التي يواجهها الفلسطيني رقمياً، بأنه تحد كبير يتم مواجهته يومياً، وأن عملية المحو الإسرائيلية ليست بالجديدة، فمنذ عام 1948 والفلسطيني يتعرض إلى عملية محو.

وهذا ما أرادت الباحثة تفسيره عند البحث في خصوصية مدون الطعام الفلسطيني، وترى أبو حمديّة عدم وجود وعي كافٍ بالثقافة الرقمية لدى المدونين، فبالإضافة الى التغيرات المستمرة لخصائص المنصات الاجتماعية وخوارزمياتها وعدم الوعي بها وقلّة فهم كاف من قبل المدون للمفاهيم السابقة التي ذكرناها، فإن المدون يعرض نفسه لعملية محو ثقافي رقمية ذاتية.

لاحظت الباحثة أن مواجهة عملية المحو الثقافي الرقمي التي يتعرض لها المدونون يمكن مواجهتها في إدراك أهمية توثيق المطبخ الفلسطيني من خلال مفهوم الأثنوغرافيا المرئية، وأن

يصبح الحديث عن صفات الطعام والأطباق ظاهرة ثقافية تعكس مدى ارتباط الإنسان بوطنه، كما تم تأكيده من المختصين والخبراء.

أما بالنسبة لإدراك الفلسطيني لأهمية توثيق الطعام، فلا يعتقد أبو معلا أن هناك تاريخاً معيناً لذلك، ولكن قسمها إلى أربع مراحل:

أولاً: بعد صدمة الاحتلال وتجربة اللجوء بدأ هناك اهتمام كبير لدى اللاجئين في عملية تثبيت علاقتهم بالوطن من خلال الأطعمة.

ثانياً: ارتباط الأمر بما قبل 1948، إذ كان الطعام تعبيراً عن مظهر هوياتي، فهناك ما يشبه المنافسة على نسب أطباق كل منطقة ومأكولاتها: الشام، لبنان، الأردن، فلسطين.

ثالثاً: ظهور (الإنترنت) ودخوله على ساحة المواجهة وتثبيت الهويات وإظهارها وتعزيزها، كل ذلك كان في منتصف التسعينيات.

رابعاً: ظهور منصات التواصل الاجتماعي، التي شهدت حالة انفجار في الاهتمام بالطعام.

أما أبو حمدي فترى أنه حتى اللحظة نحن غير مدركين لأهمية توثيق الطعام الفلسطيني، وتفسر ذلك بأنه ليس لدينا قرار سياسي واضح، والجهات الرسمية الفلسطينية لا تدرج الطعام ضمن أجندتها الثقافية، ولا حتى تقوم بعمل ذلك ضمن الأصول والأسس العلمية البحثية. تلك الأسس تتضمن بحثاً عميقاً في أصول الأشياء وأسس المائدة الفلسطينية من بداية الزراعة، وطبيعة عمل الفلاح الفلسطيني ومناسبة زراعته لهذا الموسم وصناعة هذا الطبق حسب ذاك الموسم. فمن الضروري الاهتمام بالتفاصيل وأصولها سواء في الموروث الثقافي أو العادات والتقاليد. ناهيك أن كل احتلال كان يجلب معه منتجاته ويقوم باستنزاف الأرض واستنزاف الشعب مادياً بهذه الطريقة، من زمن الأتراك مروراً بالاحتلال الإنجليزي ووصولاً للاحتلال الإسرائيلي، ضاع الكثير من تاريخ الطعام. لقد منعنا الاحتلال الإسرائيلي من تقييد الزعتر والعكوب في حين أنهم قاموا بزراعته بمناطقهم الزراعية في المستعمرات أو ما يعرف بـ"الكيوتس" ويقومون ببيعه للفلسطينيين، بحجة حماية الطبيعة، بالنهاية هدف الاحتلال ليس فقط استنزاف الفلسطيني، بل أيضاً استنزاف أرضه.

وتتفق الباحثة مع المختصين على أهمية دور الجهات الرسمية في تناول موضوع الطعام ضمن أجندتهم الثقافية والسياسية على حد سواء وأخذ موضوع الطعام كرمز من رموز الهوية الوطنية على محمل الجد، ووضعه ضمن سلم الأولويات، ووجدت الباحثة أن رأي مدوني الطعام

يتفق مع المختصين، خاصة أن المسؤولية تحتاج إلى دراسة وتخطيط وهو أمر أكبر من أن يتحمله المدونين وحدهم، فمواجهة سياسات تقييد محتوى من قبل شركات عملاقة ومواجهة سياسات دولة احتلال يحتاج إلى سياسات دولة وخطط استراتيجية على مستوى عالي من التحضير والتجهيز.

المحور الثاني: الرموز السلوكية والكلامية واللغوية التي استخدمها المدونون لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على الإنترنت لعام 2021.

وجدت الباحثة أن المدونين استخدموا الرموز السلوكية والكلامية واللغوية في مدوناتهم عبر الإنترنت لتسليط الضوء على المطبخ الفلسطيني وإبراز هويته من خلال الموضوعات والقضايا التي قاموا بنشرها في سبيل الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية.

لاحظت الباحثة من خلال تحليل مضمون منشورات الدراسة كميًا وكيفيًا، ان فئات القضايا التي تصب في مصلحة الدراسة لم تحتل مرتبة عالية في منشورات المدونين كما هو موضح في الجدول رقم (7)، منها: الهوية الوطنية، العادات والتقاليد، التراث الفلسطيني. حيث احتلت فئة القضايا الأخرى المتعلقة بالوصفات والمطبخ بشكل عام المرتبة الأولى بنسبة 72.67%. بينما احتلت قضايا الهوية الوطنية والإشارة إليها وكل ما يتعلق بها نسبة 9.30%، وقد تساوت مكررة بالقضايا المتعلقة بالعادات والتقاليد الفلسطينية بنسبة 9.30% سواء بتناول الأطباق الفلسطينية قصصا تروي العادات والتقاليد أو بنمط تقديمها، وتلتها قضايا التراث الفلسطيني بنسبة 8.72% حيث تظهر قضايا الموروث الشعبي من خلال الأطباق التي يقدمها مدون الطعام في منشوراته.

ووجدت الباحثة أن الأسلوب الذي استخدمه المدونون في منشوراتهم كما هو موضح في الجدول رقم (6) كان أسلوب عرض الطبق بشكل عادي دون توجيه أو تحديد أسلوب معين بنسبة 36%، بينما احتل الأسلوب التسويقي والترويجي نسبة 26%، ومقارنة بالأسلوب الوطني الذي احتل نسبة 5.7%، فان المدونين لم يركزوا بشكل كبير على تحديد أسلوبهم للنشر وله بالمواضيع المتعلقة بالهوية الوطنية.

اما بالنسبة للعناصر الدالة على الهوية الوطنية الفلسطينية التي قاموا باستخدامها في منشوراتهم كما هو موضح في الجدول رقم (13)، كانت هبة الجيطان الأكثر استخداماً وتنوعاً في العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية، حيث احتلت فئة علم فلسطين ما نسبته 4.3%،

والتطريز الفلسطيني نسبة 17.4% وظهرت الكوفية في منشوراتها بنسبة 4.3% بينما استخدمت هيفاء عودة عناصر تدل على الهوية الوطنية في التصميم الداخلي للمطبخ بنسبة 12.5%. أما أبو جوليا لم يستخدم تلك العناصر، وكان جل اهتمامه في إبراز هويته من خلال استخدام أدوات المطبخ واللهجة الفلسطينية المحكية.

ووجدت الباحثة توظيف المدونين للمصطلحات التي تدل على هويتهم خلال تقديمهم للأطباق الفلسطينية أو عند تناول الواقع السياسي الفلسطيني، أبرزها: فلسطين، وصفات طعام فلسطينية، أطباق فلسطينية، تراث فلسطين، وصفات الأمهات والأجداد، وغياب المصطلحات التي تدل على الاحتلال الإسرائيلي ومحاولاته في تهويد وإسرة الطعام الفلسطيني كما هو مبين في الجدول رقم (8).

وفي نفس السياق، أظهرت النتائج في الجدول رقم (19) طبيعة الموسيقى المستخدمة، حيث احتلت نسبة استخدام صوت المدون المرتبة الأولى، والموسيقى الغربية مرتبة ثانية، وتلتها الموسيقى العربية، بينما الموسيقى الوطنية والتراثية احتلت نسب متدنية، وهذا يدل على عدم توظيف عينة الدراسة للرموز السلوكية والكلامية واللغوية بشكل كبير، وعدم استغلالهم لتلك العناصر والموضوعات والقضايا في إبراز هويتهم، ولاحظت الباحثة استخدامهم للأمر بشكل ضعيف ومتوسط.

المحور الثالث: المضامين التي قدمت بها الرسالة الرقمية التي استخدمها مدونو الطعام لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على الإنستغرام لعام 2021.

قامت الباحثة بتحليل مضمون الرسالة الرقمية التي يقدمها مدونو الطعام من خلال صفحاتهم على الإنستغرام، وأهم المضامين التي تناولتها عينة الدراسة، التي تعزز من الهوية الوطني الفلسطينية الرقمية عبر مدونات الطعام الموجودة على الإنستغرام. ومنها:

الذاكرة الجمعية الفلسطينية:

أجاب أبو معلا أن " الذاكرة فعل مهم في مسألة الطعام كما أنها اليوم أصبحت ذاكرة مستعادة عبر التوثيق والفيديوهات والصور، إن الفلسطيني ليس استثناء في مسألة علاقة علم الإنسان المرتبط بالأطعمة والمأكولات، هذا شأن كل شعوب الأرض وتجارب الشعوب الحية. لكن التحدي الأبرز في السياق الفلسطيني الذي يعزز من هذه العلاقة وي طرح هذا العلم في سياقات مختلفة عن أي شعوب أخرى مصدرها الاحتلال والحاجة الدائمة إلى أن يستثمر الفلسطيني كل

مكون من أجل إعلان تحقيقه لذاته، وأوضح أبو معلا الذاكرة الجمعية التي يعكسها الطعام بمثل "مطعم في رام الله للمنسف يستعيد تاريخ بلدة وهي سلواد، حيث يربط الطبق الشهير بكرم العائلات في البلدة قبل نحو 100 سنة. ونجد في المطعم عشرات الصور من البلدة تظهر الأطباق العامرة والتحام الرجال في حالة من تجلي الأكل. حيث يتم استعادة الماضي من خلال الذاكرة، باستخدام الطعام".

وتتفق أبو حمدية مع أبي معلا في ارتباط الطعام بالذاكرة الجمعية الفلسطينية، وتؤمّد أن المشكلة هي في أداة قياس تلك الذاكرة، حيث لا يوجد أي أبحاث تاريخية وتوثيقة لموضوع الطعام وارتباطه بالذاكرة الجمعية. فهناك ذاكرة جمعية للفلسطيني يجب استغلالها حتى يتم قياس ارتباط الطعام بالأنثروبولوجيا وسلوك الإنسان، فالذاكرة الجمعية التي تقاس من خلال الطعام يتم قياسها من خلال القصص والحكايا التي كان يتم تداولها عند تناول نوع معين من الأطباق في مناسبة دون غيرها مثلاً. محمود درويش كان يكره السجن فقط لأن القهوة لا طعم لها فيه، كان مرتبطاً بأمه من خلال خبزها، عندما قال "أحن إلى خبز أمي" في قصيدته المشهورة "إلى أمي" كان مرتبطاً بذاكرته من خلال الطعام، وهناك مثال آخر للفنان سلمان الناطور عندما ذكر الزعتر ووجوده وارتباطه بالفلسطيني المغترب وارتباطه بالذكاء، وكيف استهزأ من حراس المطار وهو في طريقه إلى لندن، عندما أثار الزعتر شكوكهم وقاموا بإيقافه لفحصه، قال ناطور متهمكاً: "رغم السنوات الطويلة التي عشناها تحت الاحتلال البريطاني لأرضنا فهو غير مدرك لمدى ارتباط الفلسطيني بالزعتر".

وأكدت أبو حمدية "من الضروري أن تبقى الذاكرة الجمعية الفلسطينية حية ومنتعشة، فخورة بما تحتويه، ممثلة برائحة الطعام المرتبط بالأرض كالزعتر والزيتون، ارتباطنا بالبطيخ الذي استخدمناه رمزا للعلم الفلسطيني في الانتفاضة، فبات رمزاً للمقاومة ضد الاحتلال، الطعام جزء من ذاكرتنا الجمعية ومكون من مكونات هويتنا الوطنية".

وفي نفس السياق، قال العقرباوي: إن الطعام لا يغيب في أبيات العتابا والدلعونا الفلسطينية، فالفلسطينيون يكونون هويتهم من خلال الأشياء التي ترتبط بحياتهم ووجودهم، والطعام رسخ حضوره في ذاكرتهم وهويتهم من خلال ما كان يتبادل من أحاديث وأمثال حول الأطباق.

ووجدت الباحثة أن عينة الدراسة لا تركز من خلال مضمونها حول الطعام على إظهار الذاكرة الجمعية، فهناك ضعف في تقديم الوصفات الفلسطينية، والأطباق المقدمة متنوعة كما يذكر

أبو جوليا، ولديه وجهة نظر مختلفة يبزر فيها عدم تركيزه من خلال محتواه على المطبخ الفلسطيني، مشيراً إلى أن 5% من الوصفات التي يستخدمها فلسطينية، رغم أن صداها واسع جداً والتفاعل معها كبير جداً، ويرجع الأمر إلى أن معظم المتابعين لديه عندهم علم مسبق بالطعام الفلسطيني. مشيراً إلى أنه، كفلسطيني مغرب، يرى "أن من الأجدى أن أقوم بطهي وصفات متنوعة وتقديمها ومن مختلف الأقطار، حتى تكون رسالتي وهويتي مثمرة أكثر، بالنهاية كوني فلسطينياً هذا بحد ذاته انتشار لهويتي الوطنية التي أعتز بها".

وأكد أن مضمون الأطباق التي يقوم بتدوينها لها طابع تراثي، فيركز على وصفات متداولة من العادات والتقاليد المتوارثة من الأجداد.

أما بالنسبة لهيفاء عودة فتشير إلى أنها تركز بشكل أساسي على الوصفات الفلسطينية التي نشأت عليها من والدتها وجدتها، وكذلك الأطباق التي تذكرها بالأهل والوطن والعودة إليه، كما تراعي الوصفات التي يطلبها منها جمهورها سواء من المتابعين العرب أو الأجانب.

وتذكر هبة الجيطان أنها تركز على تقديم وصفات الطعام التي قاربت على الاندثار، والمهددة بالضياع سواء بفعل الاحتلال أو بسبب المتغيرات التي طرأت على المطبخ الفلسطيني ومكوناته.

تهويد الطعام

لم تعكس منشورات عينة الدراسة مضمون تهويد الطعام بشكل بارز وهو ما أظهره جدول رقم (7)؛ فلم يتم استخدام مصطلحات تشير إلى عملية سرقة الطعام أو تهويده، وكانت المضامين الوطنية والإخبارية حول ممارسات الاحتلال الإسرائيلي خاصة فيما يتعلق بأحداث الشيخ جراح والقدس بارزة، كما نشرت عينة الدراسة مضامين الطعام التي تركز على أصل الطبق الفلسطيني والمتعلق بالموروث التراثي والشعبي.

عرف أبو معلا تهويد الطعام بأنه سرقة "وهذا لا يعني إعادة طبخه، إنما نسبه لشعب ما من الشعوب والسطو عليه وتقديمه على أنه من منجزاته أو أحد مكونات هويته، فالأطباق تعد تاريخاً وجزءاً من تطور الشعوب وحضارتها، وهي تعبير عن رقيها ونظرتها لنفسها وعلاقتها مع جسدها وروحها".

بينما لا تتفق أبو حمدية مع مفهوم تهويد الطعام، فهي ترى أن ما يقوم به الاحتلال هو سرقة للطعام وعملية استيطان ومحو لهويتنا الوطنية، الاحتلال ينهب ويسرق تراثنا وطعامنا

بطريقة غير شرعية وغير قانونية، بالنهاية هم لا يملكون لا هوية ولا ثقافة بل يحاولون افتعالها من خلال السرقة ووضع اليد".

وعرفها العقرباوي بأنها " عملية سرقة للأطباق الشعبية الفلسطينية، وتقديمها في سياق يخدم الاستعمار الصهيوني في المطاعم أو المناسبات"

الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية

وللإجابة عن تساؤل مفهوم الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية لدى المبحوثين، قامت الباحثة بسؤال الرفاعي حول الأمر وأجاب: بـ"أنه لا يوجد تعريف دقيق وخاص بالهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، ولكن تعتبر الهوية الرقمية هي حالة حضور وإثبات للذات الإلكترونية، بحيث عندما نقوم بإسقاط التعريف على الحالة الفلسطينية، فالهوية الفلسطينية الرقمية تعني كل البيانات والمعلومات والتفاعل الدائر حول القضية الفلسطينية، وتعريفاتها في هذا الفضاء الإلكتروني، وبما يشمل كل المنشورات والمحتوى في الفضاء الإلكتروني عن فلسطين، وهناك محددات كثيرة لضبط الهوية الفلسطينية الرقمية وتحديدها ومن أهمها سياسات منصات التواصل الاجتماعي". مؤكداً أن أي لمسة أو أية إضافة في مختلف المجالات والتخصصات يتم ربطها بالقضية الفلسطينية فهي تساهم في تشكيل هوية وطنية رقمية فلسطينية.

وأوضح القاضي "أنه لا يمكن فصل الهوية الوطنية الفلسطينية التي قامت على أساس النضال والكفاح المسلح عن الهوية الرقمية الفلسطينية، وبسبب التشرذم الجغرافي والسياسي الذي لحق بالشعب الفلسطيني، إلا أن الفضاء الرقمي استطاع مساعدة الشعب على التواصل سواء بالضفة أو غزة أو في الشتات أو داخل الأرض المحتلة عام 48 أو في الشتات، ذلك أننا نتعرض - نحن الفلسطينيين- لنفس سياسات المحو والإزالة، فمسيرنا مشترك وبنات النشر الرقمي وسيلة لتعزيز صورة فلسطين والتعاطف مع قضيتها، كل هذا ساعد في تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية في ظل عدم وجود أي مقومات حقيقة على الأرض لتعزيز الروح الوطنية الواحدة، فوسائل التواصل الاجتماعي والفضاء الرقمي بشكل عام ساعدت في مواجهة الخطر الذي يهدد هويتنا ومنعتها من التفتت بشكل أسرع مما عليه الآن".

بينما تحفظ القاضي عن إجابة الباحثة حول مساهمة مدونات الطعام في تعزيز الهوية الوطنية الرقمية، بأن الأمر ليس من مجال اختصاصه.

المحور الرابع: مدى إدراك المدونين ووعيهم لمحتويات الرسالة الرقمية التي يقدمونها من خلال الطعام لحفظ الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية على الإنستغرام لعام 2021.

في محاولة للتعرف على مدى إدراك مدون الطعام ووعيه بالحقوق الرقمية والمهارات التي يجب أن يتحلى بها، استفسرت الباحثة عن شكل تلك الانتهاكات ومدى وعي عينة الدراسة في كيفية التعامل معها، وسؤال المختصين حول الأساليب وراء عمليات تقييد المحتوى الفلسطيني والآليات التي تعزز من عمليات المحو الثقافي الرقمي من خلال الطعام. فأجابت عينة الدراسة حول عمليات تقييد المحتوى التي يتعرضون، والتي تتمثل بتحديد مدى وصول الجمهور لمنشورات المدونين، أو منعهم من استخدام خصائص المنصة كالبث المباشر أو السماح لهم بالنشر على "القصة story"، أو التهديد بإيقاف الحساب على المنصة.. الخ.

وتتفق عينة الدراسة على تعرضهم لانتهاكات رقمية وتقييد محتوى من الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي، وجميعهم تعرضوا لتقييد محتوى على الإنستغرام لعام 2021م بسبب نشرهم للأحداث السياسية وصور الشهداء وانتهاكات الاحتلال في القدس خلال أحداث الشيخ جراح في أيار من العام نفسه.

يقول أبو جوليا: إن نسبة المشاهدات على مدونته على الإنستغرام انخفضت من 300 ألف مشاهدة إلى 70 ألف مشاهدة يومياً، بسبب تناوله موضوع الحرب على غزة وأحداث الشيخ جراح في عام 2021م. ولكن يظهر أبو جوليا وعيه في تخطي هذا التقييد أو الحذف لمدونته من خلال وعيه بخصائص الإنستغرام وخوارزمياته وللسياسة التي تقوم بها تلك الشركات، ويبيد حذره في منشوراته من خلال عرضها بطريقة مختلفة عن الآخرين، وبشكل غير مباشر. فيتناول المواضيع السياسية ب"خطاب لا يحض على الكراهية" حسب مفهومهم.

والأمر ذاته للمنصات الأخرى، ويقول أبو جوليا: إن هذه سياسة بالنهاية، سياسة صناعة المجتمع والقانون من وجهة نظر واحدة، وتتشابه بها كل منصات التواصل الاجتماعي.

وفي السياق نفسه، تقول المدونة هيفاء عودة أنها تتعرض لتقييد على محتوى الإنستغرام في كل مرة تقوم بها بمشاركة شيء عن فلسطين، ويتم تحديد رؤية منشوراتها بسبب ذلك.

أما تقييد المحتوى الذي تعرضت له المدونة هبة الجيطان فكان أشد، حسب تعبيرها حيث تم إيقاف حسابها على الإنستغرام بشكل كامل بعد أحداث الشيخ جراح، وتم تقييد خروجها على البث المباشر وقلل من عملية الوصول الى الحساب عند عملية البحث عنه، وتشير جيطان "عندما

أقوم بالنشر عن القرى المهجرة بالداخل المحتل عام 48 يتم تقييد التفاعل والوصول إلى القصة (story) التي أقوم بنشرها، فقد كانت تصل إلى عشرة آلاف مشاهدة ثم انخفضت إلى الفين مشاهدة. أما التفاعل على المنشورات فقد انخفض إلى أضعاف ذلك، إذ كانت الفيديوهات تحصل على 200 ألف إعجاب، بعد التقييد أصبحت تحصل على 500 إعجاب".

وجدت الباحثة أن عمليات تقييد المحتوى التي تعرض لها المدونون خلال الحدود الزمانية للدراسة حالت دون إبراز الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية، فحاول المدونون الالتفاف والتحايل على خوارزميات الإنستغرام من خلال استخدام رموز واختصارات، أو من خلال تقطيع الكلمات أو من خلال تقديم عرض تمثيلي في مقاطع الفيديو المنشورة على صفحاتهم على الإنستغرام لشرح عمليات التهجير في حي الشيخ جراح، ولكن رغم ذلك كانت الإنذارات التي تلقاها المدونون عديدة ومنهم من تعرض لإيقاف حسابه أو تحديد الوصول لمدونته.

وفي هذا الإطار، يوضح الرفاعي أن الحالة الوطنية الإلكترونية التي شهدتها أحداث الشيخ جراح في أيار عام 2021، أدت دوراً مهماً في تقدم الأداء النضالي الرقمي الفلسطيني، وكان هناك ارتفاع بمستوى استخدام الأفراد لمنصات التواصل الاجتماعي والترويج للقضية الفلسطينية، وشاهدنا نماذج عديدة من الغرف الإلكترونية المخصصة للترويج للقضية الفلسطينية، وأيضاً كان هناك العديد من الجهود الفردية من متقني اللغات الأخرى غير العربية من الفلسطينيين والمشاهير الذين استطاع النشطاء الفلسطينيون الوصول إليهم وحثهم على النشر من أجل فلسطين.

وفي نفس السياق أكد القاضي بأن الشعب الفلسطيني استطاع استخدام الفضاء الرقمي بشكل فعال، فالتشردم الجغرافي والداخلي الذي نعيشه فرض علينا استخدامه بشكل فعال رغم التضحيات، خاصة أنه أصبح الوسيلة الوحيدة للحشد والمناصرة والتواصل الداخلي، مع سياسة العزل (الأبرتهيد) التي يمارسها الاحتلال داخل الوطن، وسياسة القمع ومنع الحريات، حيث أصبح الفضاء الرقمي المتنفس الوحيد لممارسة هذه الحقوق، فلا يوجد لنا قدرة على العمل السياسي على الأرض، ولكن رغم ذلك كان الفضاء الرقمي وسيلة مهمة في توصيل رسالتنا إلى العالم وهو جزء أساسي لأي حركة ذات طابع أو بعد سياسي فلسطيني.

و اعتبر الرفاعي والقاضي أن الفضاء الرقمي أتاح إيصال رسالة الفلسطيني وصوته إلى العالم بأقل التكاليف والمصادر وبالسرية المطلوبة، وأفضل مثال أحداث الشيخ جراح في أيار عام 2021.

وفي محاولة للتعرف على المهارات الرقمية التي يجب أن تتوفر في عينة الدراسة، ومدى إدراكهم ووعيهم بخصائص الإنستغرام ومنصات التواصل الاجتماعي، وكيفية توظيفهم لها بالحديث عن المطبخ الفلسطيني، وجدت الباحثة أن من الضروري للمدونين الاطلاع على خصائص المنصة التي يستخدمونها للحديث عن الطعام خاصة في ظل التحديات الكبيرة التي يواجهها المحتوى الفلسطيني، وأن هناك مجموعة من المهارات يجب أن يمتلكها المدون ومنها - حسب أحمد القاضي منسق الرصد والتنسيق في مركز الإعلام العربي المجتمعي-حملة:-

1. امتلاك مهارات استخدام منصات التواصل الاجتماعي، منها القدرة على التصوير، وإنتاج محتوى ملائم أو فيديوهات ملائمة لمنصات التواصل الاجتماعي في سياقات مختلفة.

2. يجب أن يمتلك المدون القدرة على تحليل الجمهور الذي يود التواصل معه، ومعرفة خصوصية كل منصة عن غيرها، موضحاً أنه إذا أردت مخاطبة جمهور خارجي على سبيل المثال يجب أن تكون اللغة مناسبة وبمنطق مختلف حتى تستطيع الوصول والترويج لهذا المحتوى أو الرسالة التي يحاول المدون أن يمررها عبر المنصات.

3. المشكلة ليست بالمعلومة، ولكن المشكلة كيف نجعلها راسخة عند المتلقي ولا تُنسى، لأننا نتعرض يومياً لمئات بل آلاف المنشورات، فمن الضروري صياغة المحتوى بطريقة تجعله راسخاً في الذهن، ويؤثر في المتلقي حتى لا يمر عليها مثل أي محتوى آخر.

وفي سياق الطعام أشار القاضي إلى أنه "يجب أن يسأل المدون نفسه كيف يمرر رسائلي بخلفية المحتوى، وبما أن الطعام يعكس موروث الشعب الفلسطيني ثقافياً، فمن خلال الشرح يستطيع المدون تمرير تلك الرسالة بالوصف وربطها بهذا الموروث، أو من خلال تطبيقه للوصفات بشكل مباشر وغير مباشر تمرر الرسائل، فذكر أصل الوصفة تكفي لإثبات وجودنا كشعب له تاريخ وهوية من خلال الطعام".

وفي نفس السياق، أشار الرفاعي إلى أهمية مواكبة التطورات الحاصلة على منصات التواصل الاجتماعي، والاستفادة من خصائصها المتنوعة في زيادة التفاعل ونشر المحتوى إلى أكبر عدد من الجمهور، كما أشار إلى أنه من الضروري فهم السياسات الخاصة بكل منصة حتى تكون لصانع المحتوى القدرة على صياغة رسالته وعدم تعريض نفسه لقيود وضعتها تلك السياسات الفضاضة من المالكين لشركات وسائل التواصل الاجتماعي.

أجمع المختصون الرقميون الذين تمت مقابلتهم على ان هناك بلاغات وصلتهم من مدوني طعام فلسطينيين تعرضوا لانتهاكات رقمية عديدة ومنهم محمد سبيته (أبو جوليا) وهبة الجيطان.

وفي هذا الإطار، فسرت الباحثة ضرورة ادراك الحقوق الرقمية من قبل مدون الطعام، وأن يعيها للدفاع عنها وومارسنها في هذا الفضاء الرقمي من أجل إثبات هويته.

وحسب القاضي فإن السياق الفلسطيني لا يختلف بحقوقه عن السياق العالمي، ففي السنوات العشر الأخيرة بات هناك اعتراف متزايد لتلك الحقوق ومطالبات بممارستها، رغم عدم وجود أي اتفاقيات ملزمة بها. ولكن المفهوم بدأ يتبلور لدى المؤسسات الحقوقية وأصبح هناك اعتراف متزايد لتلك القرارات من مجلس حقوق الإنسان، حسب قرار المجلس عام 2012م، من أجل تبنيتها سواء بالنشر على الإنترنت، أو التعبير عن الرأي، أو الحق بالأمان والحماية، والخصوصية، والوصول إلى المعلومات، وأيضا الحق بالوصول إلى الإنترنت.

وأكد الرفاعي أن الحقوق الرقمية هي استخدام الفلسطيني للفضاء الرقمي مثله مثل أي مستخدم حول العالم دون أي تمييز أو تحفظات يتم تطبيقها عليه دون غيره من مستخدمي هذا الفضاء الرقمي.

وفي معرض رد الباحثة أبو حمدي حول هدف الاحتلال من القيام بعملية محو ثقافي رقمي للهوية الفلسطينية وبشكل خاص على وسائل التواصل الاجتماعي، أكدت أن "ما نتعرض له من تقييد في المحتوى هو بكل تأكيد محاولات لمحونا ثقافيا في الفضاء الرقمي، فيتم حصارنا بعملية تقييد للمحتوى كبيرة على حساباتنا الشخصية كوننا فلسطينيين ناشطين، أو نتعرض لعمليات تبليغ مما يقيد وصول إلى الجمهور الى حساباتنا أو تحديدها، بينما الحسابات الإسرائيلية أو المؤيدة والداعمة لإسرائيل لا تتعرض لأي تقييد رغم محتواها الذي يحث على العنف والكراهية، كل هذا نوع من أنواع المحو الذي نتعرض له نحن الفلسطينيون. كما أشارت إلى عملية المحو الداخلي التي نعرض أنفسنا لها دون وعي من جانبنا، للأسف لا يوجد وعي كافٍ بالثقافة الرقمية، خاصة أن خصائص المنصات الاجتماعية وخوارزمياتها تتغير بشكل مستمر". ووضح أبو معلا أن عملية المحو الحاصلة اتجاه هويتنا الفلسطينية موجودة منذ عام 1948م حتى اليوم، فالاحتلال واع لوجودنا على المنصات الرقمية، ومحاربتة لنا أمر طبيعي، فهو لا يريد أن يرانا نؤسس لدولة فلسطينية وحياة فلسطينية مقاومة في البيئات الرقمية.

أما بالنسبة للآليات التي يستخدمها الاحتلال في عملية المحو الرقمي يرى أبو معلا أن لها أشكالاً، وهي:

1. السيطرة الاحتلالية الرقمية على الفضاء السيبراني الفلسطيني.
2. السيطرة قدر الإمكان على المنصات الرقمية عبر اتفاقيات وضغوط وممارسات تجعلها تطارد المحتوى والوجود الفلسطيني وهذا أمر خطير.
3. قوانين الاحتلال التي تطارد الحضور الفلسطيني وتقود إلى سجنه لممارسات يرى أنها أفعال إرهابية.

وأوضحت أبو حمدية أن الآليات المستخدمة سواء من تقييد محتوى أو تشويه لهويتنا عبر الفضاء الرقمي، جميعها آليات تستخدم في عملية المحو الثقافي الرقمي التي نتعرض لها، ولا يقتصر الأمر عند هذا الحد، فحرماتنا من خدمة الاتصالات الحديثة G5، وخضوعنا للرقابة هي أيضاً آليات يستخدمها الاحتلال في مواجهة حضورنا رقمياً.

وترى الباحثة أن الجهود المبذولة لمواجهة التحديات وكيفية مجابتهها من خلال توثيق الأطباق الفلسطينية في المحافل الدولية، تهدف إلى المحافظة على التراث الفلسطيني من المحو والإزالة أو السرقة. وحسب أبي حمدية " فإن الأمر يختلف عند الشعوب الأخرى، فهم يقومون بالمحافظة على تراثهم من خلال توثيق الأطباق والمنتجات الغذائية وتسجيلها في منظمة الأمم المتحدة تحت بند التراث غير المادي ولكننا نحن في موضع دفاع دائم عن وجودنا سواء من خلال الطعام أو غيره من رموز وعناصر لهويتنا الوطنية".

وجدت الباحثة أن عينة الدراسة أجمعت على ضرورة رفع الوعي اتجاه ثقافة الطعام وتأكيد هوية الأطباق الفلسطينية التي تتعرض إلى السرقة والاستهداف ضمن هجمة الاحتلال الإسرائيلي على كل ما هو فلسطيني سواء في المحتوى الرقمي أو على أرض الواقع. وأكدت عينة الدراسة أن ما يقوم به الاحتلال على منصات التواصل الاجتماعي كافة هو انتهاك للحقوق الرقمية الفلسطينية ومحاولة لوضع اليد والسيطرة على ثقافة شعب آخر.

و استفسرت الباحثة حول الأساليب التي تتبعها منصات التواصل الاجتماعي لتضييق المحتوى على الفلسطينيين، وضح الرفاعي، أن هناك سياستين يتم استخدامهما لمحاربة المحتوى الرقمي الفلسطيني، وهما سياسة محاربة "خطاب الكراهية" و"خطاب التحريض على العنف". وهما سياستان فضفاضتان، فلا يوجد تعريف مفصل ودقيق لهما، ويتم اسقاطهما على الحالة

الفلسطينية مما يؤدي إلى التضيق على المحتوى الفلسطيني. سواء من خلال الخوارزميات والبرمجيات التي يتم تزويدها بقائمة من المصطلحات، والأشكال، والرسومات، والصور لملاحظتها بشكل أوتوماتيكي، أو من خلال الشركات التي تتعاقد معها منصات وسائل التواصل الاجتماعي ويتم مراجعتها من أشخاص حقيقيين.

وجدت الباحثة أن إدارة محتوى المنصات التي تتبعها الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي تطل أيضاً المحتوى الثقافي ومنه الموروث الشعبي الفلسطيني المتمثل بالطعام حسب الدراسة التي تقوم بها، وفي محاولة للتعرف على سياسة تلك المنصات لإدارة المحتوى الرقمي الفلسطيني، وضح القاضي "أن معظم الشركات الأمريكية تعمل ضمن بيئة قانونية وسياسية معادية للشعب الفلسطيني، وهذه المنصات لديها معايير تطبقها بشكل مفرط اتجاه الفلسطيني في الفضاء الرقمي أكثر منها في تطبيقها اتجاه الفضاء الرقمي الإسرائيلي، لهذا هناك قمع أكبر اتجاهنا".

المحور الخامس: دور مدونات الطعام في مواجهة أسئلة الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية المتمثلة بالطعام وسرقتها.

وعلى صعيد آخر، استفسرت الباحثة عن كيفية محاربة الاحتلال الإسرائيلي الهوية الفلسطينية من خلال الطعام؟ وهل يمكن اعتبار التدوين عن الطعام فعل مقاومة؟

❖ محاربة الاحتلال للهوية الفلسطينية من خلال الطعام

وجدت الباحثة من خلال المقابلات التي أجرتها مع عينة الدراسة حول محاربة الاحتلال الإسرائيلي للهوية الفلسطينية من خلال الطعام، بأنهم مدركون للمخاطر التي تترصد الطعام، الذي هو بالأساس جزء من الهوية الفلسطينية ومحاولات الاحتلال المستمرة لسرقة المطبخ الفلسطيني ومكوناته الأصيلة، ويجمع المدونون على أهمية الاستمرار بالتدوين والحديث عن الطعام الفلسطيني لإبراز هويته الفلسطينية من خلال الفضاء الرقمي، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي في سبيل ذلك.

كما يتفق المدونون على أن الطعام يقع ضمن دائرة الاستهداف الإسرائيلية لأنه مكون رئيس من مكونات الهوية الوطنية الفلسطينية.

وعدّ أبو معلا تدوين الأكلات الشعبية والأطباق المختلفة فعلاً إحيائياً مرتبطاً بهذا الشعب. وكل استعادة لرموز هذا الشعب هو تأكيد على أحقية الفلسطيني بوطن. ولذا فالتدوين فعل مقاومة

ثقافية. ثقافة الطعام تعني علاقات اجتماعية وألوان وطقوس ومواسم حصاد ومكونات وعلاقة بالبحر والسماء والمطر... إلخ وهذه أفعال ثقافية رمزية مهمة.

أكدت أبو حمدية أن "أي شخص يتكلم أو يدون عن فلسطين بطريقته هو يقاوم الاحتلال وروايته. الهدف من التدوين هو أن تبقى فلسطين على قيد الحياة في مختلف التخصصات، فالتدوين هو فعل، لأن المدون يقوم بإظهار حقيقة، والكشف عن سارق يحاول سلبك حقك بأرضك وبهويتك، حقي بإرث مادي وغير مادي، وهذا مقاومة برأبي".

ويتفق القاضي مع أبو حمدية في ذلك، بأن "أي تعبير يقوم به الفلسطيني هو دعوة للمقاومة، أو أي نقد أو امتعاض أو رفع رمز من الرموز الفلسطينية له علاقة بالهوية الوطنية، أو رموز القضية، أو حتى الحديث عن الرواية التاريخية، والإشارة إلى أماكن مقدسة، أو نشر حول الأحداث الجارية بفلسطين، جميعها تشكل جزءاً من الرواية الفلسطينية، التي تخضع لرقابة تلك الشركات".

وجدت الباحثة من خلال المقابلات مع المبحوثين أن التدوين عن الطعام هو فعل مقاومة، وان صانع المحتوى الفلسطيني بمختلف أطيافه يحارب من قبل الشركات التي تسيطر على الفضاء الرقمي ومن قبل المنظومة الأمنية الإسرائيلية بشكل كبير لانهم يعتبرون التدوين الثقافي والتاريخي لرموز القضية الفلسطينية "فعل مقاومة" يجب التصدي له.

الفصل الخامس

ملخص نتائج الدراسة وتوصياتها

المقدمة

يسعى هذا الفصل إلى عرض أبرز النتائج التي خلصت إليها الدراسة، في ضوء الأهداف والتساؤلات التي سعت للإجابة عنها، وقسمتها الباحثة إلى خمسة محاور وفقاً لتساؤلات الدراسة في محاولة للإجابة عنها وعرضها بشكل مبسط، كما تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات التي يمكن للمدونين والباحثين والجهات الرسمية الاستفادة منها والبحث في مجالها.

أولاً: ملخص نتائج الدراسة

فيما يتعلق بالتساؤل الأول: ما هي أدوار مدوني الطعام الفلسطينيين في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية على صفحات الإنستغرام؟

من الواضح أن المقابلات التي أجرتها الباحثة مع عينة الدراسة والموضحة في جدول رقم (21) و جدول رقم (22) تبين أن المدونين مدركون لأهمية مدوناتهم عبر الإنستغرام لتسليط الضوء على المطبخ الفلسطيني وإبراز هويته من خلال الأطباق والوصفات التي يقومون بنشرها، وأهمية الطعام في الحفاظ على الموروث الثقافي الفلسطيني، ومدركون لضرورة مواجهة أسئلة الأطباق الفلسطينية وسرقتها من الاحتلال الإسرائيلي في استمرارية النشر والتدوين رقمياً حول المطبخ الفلسطيني لإثبات هويته الوطنية على منصة الإنستغرام.

وسعت الباحثة للإجابة عن هذا التساؤل من خلال معرفة طبيعة الأهداف والقضايا التي تناولها المدونون في منشوراتهم، وأظهرت النتائج ضعفاً في تحديد الأهداف التي تناولتها منشورات عينة الدراسة التي تجيب عن تساؤل الدراسة الرئيس، وذلك بالرغم من إدراكهم ووعيمهم بدورهم في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية عبر الطعام، إلا أن أهدافهم التجارية والتسويقية احتلت مرتبة متقدمة بالنتائج حول فئة الهدف من المنشور بنسبة 31%، وتلتها الأهداف التثقيفية والتوعوية بنسبة 5.56%، واحتلت الأهداف الإخبارية والإعلامية وأهداف الحشد والمناصرة من القضية الفلسطينية نسباً متقاربة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن منشورات المبحوثين على الإنستغرام ركزت على مجموعة من القضايا التي مرت بها فلسطين في الحدود الزمانية للدراسة، منها: قضايا القدس، والحرب على غزة.

ومن الواضح أن صفحات عينة الدراسة على الإنستغرام أظهرت أن قضايا الهوية الوطنية الفلسطينية والقضايا المتعلقة بالعادات والتقاليد الفلسطينية وتلتها قضية التراث الفلسطيني احتلت مرتبة أقل من القضايا المتعلقة بتقديم الوصفات المتنوعة، فلم يركز محتوى المنشورات المقدمة على الهوية الوطنية الفلسطينية بشكل عميق، وهو ما يتوافق مع نتائج المقابلات المعمقة مع عينة الدراسة التي تبين أن الهدف من منشوراتهم كان متنوع بين المدونين فالجيطان وعودة تحدثنا عن تناول الوصفات التي تركز على المطبخ الفلسطيني، أما أبو جوليا لم يركز بتقديم وصفاته على المطبخ الفلسطيني، بل اكتفى بإبراز هويته من خلال اللغة التي يستخدمها عند تقديم الوصفات.

واستنتجت الباحثة أنه كان لا بد من تحديد الهدف من المنشورات التي يقدمها المدونين بشكل مسبق، بالتركيز بشكل أعمق وأكبر على محتوى عينة الدراسة في تناول تلك القضايا من خلال الطعام خاصة عند تناول الأطباق الفلسطينية.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن توظيف الأنشطة التي يقوم بها مع المدونين في استضافة شخصيات عربية أو أجنبية مشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي لإبراز القضايا الوطنية والعادات والتقاليد من خلال الأطباق المقدمة، أو استضافة المهتمين بالمواضيع التراثية والفولكلورية لتقديم وصفات فلسطينية يساهم بشكل كبير في زيادة التفاعل حول موضوع الدراسة ويحقق أهدافها. حيث أن المدونين اعتمدوا على أنفسهم في تحضير الطعام بنسبة 62.75%، بينما عرض الطبق مع وجود ضيوف لا ينتمون لمجال الطهي احتل المرتبة الثانية بنسبة 5.88%، وتلاها تعاون المدون بالطهي مع شيف أو مدون طعام آخر بنسبة 4.58%. أما فئة غير ذلك التي حصلت على نسبة 26% تبين الباحثة من خلالها المنشورات المتعلقة بقضايا غير الطهي أو عرض الأطباق بشكل مسبق دون توضيح الطاهي سواء بالنص أو بالفيديو.

كما أظهرت النتائج أن فئة صور الأطباق الغربية طغت على منشورات المدونين بنسبة 31%، وأن نسبة الأطباق العربية احتلت المرتبة الثانية بنسبة 26.8%، وأن نسبة صور الأطباق الفلسطينية احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 14.9% من عدد منشورات العينة.

وتتوافق هذه النتائج مع نتائج المقابلات المعمقة التي تحدثت عن أهمية مدونات الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، الذي هو بالأساس غير مدرك من الجهات الرسمية الفلسطينية أو من المدونين، خاصة أن الأطباق شكل من أشكال الأثنوغرافية الرقمية التي تعكس تاريخ الشعوب وهويته الأثنية، وأوضحت نتائج الدراسة أن الطعام جزء أساسي من الموروث الثقافي الفلسطيني وأنه يتعرض لعملية استهداف إسرائيلية تهدف إلى محوه رقمياً وثقافياً وتاريخياً. كما أوضحت نتائج الدراسة أن استعادة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال الطعام والمحافظة عليها تتم من خلال التوثيق المستمر سواء بالشكل المكتوب أو المرئي، وبما يتناسب مع الحالة الحياتية التي نعيشها خاصة مع التطور التكنولوجي والتقني الحاصل، وأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي في التدوين عن الطعام والمطبخ الفلسطيني أمر بالغ الأهمية لنقل مضامين الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية برسائل اتصالية تحتوي على مواضيع الذاكرة الجمعية الفلسطينية والتحديات التي يواجهها الطعام مع وجود الاحتلال الإسرائيلي ومحاولات سرقة السيطرة عليه.

ووجدت الباحثة أن هناك تنوعاً يحاول من خلاله المدونون تلبية رغبات جمهورهم وحسب المنطقة الجغرافية المتواجدين فيها وجنسياتهم. لذلك لا تحتل الأطباق الفلسطينية نسبة مرتفعة من منشوراتهم، وتوصلت الباحثة من خلال المقابلات المعمقة مع عينة الدراسة أنهم يحاولون إبراز هويتهم من خلال تقديم الأطباق الغربية بنمط فلسطيني وإدخال عناصر فلسطينية فيها وهذه الفئة احتلت نسبة 4.2%، وتساوت الأطباق الشرقية مع سابقتها بنفس المرتبة، بينما فئة أخرى احتلت نسبة 10% وتشير إلى منشورات عادية أو ليس لها علاقة بالأطباق كالصور الشخصية.

كما قاموا بتوظيف العناصر والرموز والمصطلحات في تحديد هوية الأطباق والوصفات الفلسطينية التي يقومون بتقديمها ضمن أشكال المحتوى المختلفة (ريلز، فيديو IGTV، صورة)، ولكن لم يعتمد أغلبهم على نشر محتوى متنوع يناسب خصائص الإنستغرام المتغيرة.

كما أن عينة الدراسة لم توظف العناصر التفاعلية ما بين وسوم وصور تعبيرية أو الإشارة إلى القصة (story) أو الإشارة إلى العناوين الرئيسية (highlight)، حيث احتلت فئة الرموز التعبيرية المرتبة الأولى بنسبة 29.5% شكل فعال حتى يتم استغلالها في زيادة التفاعل على المنشورات، وهذا يدل على وجود ضعف في استثمار العناصر التفاعلية واستغلالها في منشورات العينة في سبيل تحقيق أهدافها.

كما أوضحت النتائج أن أبرز القضايا التي تصب في تحقيق هدف الدراسة وهو الحفاظ على الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، كانت وصفات الطعام العادية وأمور المطبخ جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 72.67%، بينما احتلت قضايا الهوية الوطنية الفلسطينية والإشارة إليها وكل ما يتعلق بها نسبة 9.30%، وقد تساوت مكررة بالقضايا المتعلقة بالعبادات والتقاليد الفلسطينية بنسبة 9.30% سواء بتناول الأطباق الفلسطينية قصصاً تروي العادات والتقاليد أو بنمط تقديمها، وتلتها قضايا التراث الفلسطيني بنسبة 8.72%.

وأظهرت نتائج مقابلات المبحوثين وعينة الدراسة أن عمليات تقييد المحتوى التي تعرض لها المحتوى الفلسطيني خلال الحدود الزمانية للدراسة حالت دون إبراز الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، فحاول المدونون الالتفاف والتحايل على خوارزميات الإنستغرام من خلال استخدام رموز واختصارات، أو من خلال تقطيع الكلمات أو من خلال تقديم عرض تمثيلي في الفيديوها المقدمة لشرح عمليات التهجير في حي الشيخ جراح، ولكن رغم ذلك كانت الإنذارات التي تلاحقها المدونون عديدة ومنهم من تعرض لإيقاف حسابه أو تحديد الوصول لمدونته.

2. ما هي الرموز السلوكية والكلامية واللغوية التي استخدمها المدونون لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية؟

تجيب الباحثة عن هذا السؤال بالاستناد لنتائج التحليل، التي أظهرت أن صفحات عينة الدراسة على منصة الإنستغرام لم تركز على الأساليب والعناصر التي تبرز الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية من خلال توظيف الطعام عبر مدوناتها، كما تظهر النتائج أن الأساليب الأخرى التي استخدمها المدون في عرض أطباقه احتلت نسبة 36% من هذه الفئة، أما بالنسبة للأسلوب الترويجي والإعلاني لمنتجات الشركات في إعداد الأطباق التي يقدمها مدونو الطعام احتل المرتبة الثانية بنسبة 26.3%، تلاها الأسلوب الاستفهامي بنسبة 23.4% حيث عكست المنشورات أسلوب السؤال والاستفهام في عرض الأطباق المقدمة من المدون لحث المتابعين على التفاعل بالتعليقات.

تلاه استخدام الأسلوب الوطني بنسبة 5.7% ويظهر من خلال طبيعة اللباس وطريقة تقديم المدونين أطباقهم باستخدام عناصر فلسطينية خلال عملية الطهي، أو باستخدام شرح تفصيلي حول هوية الطبق المقدم باستخدام كلمات ومصطلحات متعلقة بالهوية الفلسطينية أو قضايا وطنية. بينما احتل أسلوب المناقشة والحوار المرتبة الرابعة وتكرر بنسبة 3.4%، ويظهر ذلك من خلال طبيعة

الأسلوب في عملية التقديم والطهي للطعام سواء مع ضيف أو من خلال توجيه الخطاب إلى الجمهور بأسلوب شيق لخلق حوار حول الطبق المقدم عبر تفاعل الجمهور.

ويمثل الأسلوب الثقافي المرتبة الخامسة بنسبة 2.3%، وتمحورت حول تناول محتوى المنشورات باستخدام مصطلحات تراثية أو ارتداء التراث الفلسطيني كالتطريز الفلسطيني.

واستخدمت الأساليب الاستنكارية بنسبة تكررت 1.1% سواء ضد قضايا سياسية مثل سياسة التهجير التي يحاول الاحتلال تنفيذها في حي الشيخ جراح، وغيرها من الممارسات غير الإنسانية والانتهاكات اتجاه الشعب الفلسطيني أو ضد قضايا اجتماعية. وكان الأسلوب السياسي مقارباً للأسلوب السابق بنسبة تكررت 1.7% فتناول المدونون الأحداث السياسية المتعلقة بفلسطين في منشوراتهم على الإنستغرام كالكصف على غزة وعدد الشهداء وغيرها من الأحداث السياسية المتعلقة بالقضية الفلسطينية.

كما أوضحت نتائج الدراسة استخدام الرموز التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية، مثل: أدوات المطبخ، الملابس وإبراز التطريز الفلسطيني في ملابس المدونين. كما لاحظت الباحثة توظيف المدونين للمصطلحات التي تدل على هويتهم خلال تقديمهم للأطباق الفلسطينية أو عند تناول الواقع السياسي الفلسطيني، أبرزها: فلسطين، وصفات طعام فلسطينية، أطباق فلسطينية، تراث فلسطين، وصفات الأمهات والأجداد، إلا أن هناك ضعفاً في استخدامها والتركيز عليها خاصة تلك المتعلقة بأسرلة الطعام منها: تهويد الطعام، أسرلة الطعام، استيطان، سرقة، محو/ إزالة، تزوير، الاحتلال الإسرائيلي.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج المقابلات مع المدونين التي تؤكد تعرض المدونين لانتهاكات رقمية كتقييد المحتوى الرقمي الفلسطيني سواء اتجاه عينة الدراسة أو صناع المحتوى المناصرين للقضية الفلسطينية بشكل عام.

أما بالنسبة لتوظيف عينة الدراسة للموسيقى المتعلقة والدالة على الهوية الوطنية الفلسطينية، أظهرت النتائج أنه لم يتم توظيف هذا الرمز السمعي في منشورات المدونين بشكل كبير، وهو ما يتفق مع نتائج المقابلات المعمقة مع المدونين الذين راعوا طبيعة الطبق المقدم، فاستخدمت عينة الدراسة أصواتهم الحقيقية في توثيق وصفاتهم وتسجيلها، وتلاها الموسيقى الغربية بنسبة 33.8%، بينما احتلت الموسيقى العربية المرتبة الثالثة بنسبة 13.8%، بينما الأغاني التراثية حصلت ما نسبته 2.5%، والأغاني الوطنية نسبة 1.3%.

وفيما يتعلق باللغة والجمهور، بينت نتائج الدراسة أنه تم توظيف اللغة بشكل مناسب مع الجمهور، حيث استُخدمت اللغتان العربية والإنجليزية في منشورات عينة الدراسة، كما أن مضمون محتوى مدوني الطعام وجه إلى الفئات الثلاث الأولى، فجاءت فئة الجمهور العربي بالمرتبة الأولى بنسبة 35.2%، وتجد الباحثة أنه من الطبيعي حصول تلك الفئة على النسبة الأعلى لأن المدونين يستهدفون العرب بجميع جنسياتهم، ووصفاتهم متنوعة بين فلسطينية وعربية وغربية، وعدد منهم يوجه رسالته باستخدام اللغة العربية، ووجهت الرسالة لشريحة عريضة من هذا الجمهور، ومنهم مغترب لذلك يوجهون رسائلهم للفلسطينيين في الشتات أيضا في بعض منشوراتهم، فاحتلت هذه الفئة المرتبة الثانية بنسبة 25.6%، يليها الجمهور الفلسطيني داخل الوطن بنسبة 25.1%، خاصة عند الحديث عن منتجات يتم استخدامها في مناطق محددة بالضفة الغربية. وتظهر النتائج السابقة أن الأجانب احتلوا المرتبة الأخيرة بنسبة 13.4%.

بالإضافة إلى أن الباحثة رصدت أشكال المحتوى عبر منصة الإنستغرام، فاستخدمت عينة الدراسة الصورة بنسبة 60%، تلتها مقاطع الفيديو الطويلة والممتجة بصيغة (IGTV) بنسبة 24.38%، نظراً لخصائص الإنستغرام المرئية نفسها، وأظهرت نتائج المقابلات مع عينة الدراسة عدم التزام أبو جوليا مثلا بخصائص الإنستغرام خلال الفترة الزمانية للدراسة حيث فضل استخدام الفيديو في شكل المحتوى المقدم دون غيره من الأشكال، بينما استخدمت عودة الصورة بشكل أكبر من الأشكال الأخرى، أما هبة الجيطان حاولت التنوع في استخدام أشكال المحتوى. وهذا يدل على ضعف المعرفة بخوارزميات الإنستغرام وعدم متابعة استخدام تلك الخصائص من قبل المدونين، والالتزام بعض منهم بشكل محتوى واحد يقلل من فرصة التفاعل على المدى البعيد.

ووجدت الباحثة أن هناك ضعفاً في توظيف الوسائط المتعددة بطريقة متنوعة من المدونين بما يتناسب مع خوارزميات المنصة وخصائصها، مع العلم أن الإنستغرام قام بتحديثات عديدة خلال فترة الدراسة وبعدها، وكان هناك اختلاف ملموس من المدونين بالالتزام بتلك التحديثات وهو ما يتفق مع نتائج مقابلات المبحوثين التي تشير إلى أهمية الاطلاع على سياسات الإنستغرام وخصائصه بشكل مستمر وعدم الالتزام بقالب محتوى معين، وهذا يدل على أهمية استخدام ما يناسب كل منصة على حدة.

3. ما هي المضامين التي قدمت بها الرسالة الرقمية لحفظ الهوية الوطنية الفلسطينية؟

درست الباحثة طبيعة مضمون المحتوى الرقمي الذي يقدمه مدونو الطعام عبر صفحاتهم على الإنستغرام، من ناحية: الأهداف، الأساليب، القضايا، المصطلحات الأكثر تكراراً، الجمهور المستهدف، العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية.

أشارت النتائج إلى ضعف في تناول محتوى عينة الدراسة لأهداف الحشد والمناصرة للقضية الفلسطينية، فكان تركيزهم منصباً على مجموعة من الأهداف كان من أبرزها: تقديم وصفات الطعام دون تحديد أي هدف منها سوى تطبيق الوصفة وحث الجمهور على تجربتها، وكانت نسبتها 59.26%، بينما الأهداف التسويقية والتجارية شكلت ما نسبته 31.48%، أما الأهداف التثقيفية والتوعوية احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 5.56%، حيث اقتصر أفكار الأهداف التوعوية والتثقيفية بالأمر التي تتعلق بالمطبخ وأدواته وكيفية استخدامها أو كيفية حفظ الطعام.. وغيرها من الأمور التي تتعلق بمجال الطهي، أما أهداف الحشد والمناصرة احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 1.23% وهي متعلقة بتشكيل رأي عام مساند للقضية الفلسطينية من خلال المحتوى المنشور لعينة الدراسة على الإنستغرام.

كما تظهر النتائج أن أسلوب عرض المحتوى للمبجوثين على الإنستغرام باستخدام الأسلوب الوطني بلغ نسبته 5.7% ويظهر من خلال طبيعة اللباس وطريقة تقديم المدونين أطباقهم باستخدام عناصر فلسطينية خلال عملية الطهي، أو باستخدام شرح تفصيلي حول هوية الطبق المقدم باستخدام كلمات ومصطلحات متعلقة بالهوية الفلسطينية أو قضايا وطنية. بينما احتلت أساليب أخرى استخدمها المدون في عرض أطباقه نسبة 36% من هذه الفئة، وقصدت بها الباحثة إلى عرض الأفكار بطريقة عادية دون توجيه، أما بالنسبة للأسلوب الترويجي والإعلاني لمنتجات الشركات في إعداد الأطباق التي يقدمها مدونو الطعام فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة 26.3%، تلاها الأسلوب الاستفهامي بنسبة 23.4% في المرتبة الثانية حيث عكست المنشورات أسلوب السؤال والاستفهام في عرض الأطباق المقدمة من المدون لحث المتابعين على التفاعل بالتعليقات.

بينما احتل أسلوب المناقشة والحوار المرتبة الرابعة وتكرر بنسبة 3.4%، ويظهر ذلك من خلال طبيعة الأسلوب في عملية التقديم والطهي للطعام سواء مع ضيف أو من خلال توجيه الخطاب إلى الجمهور بأسلوب شيق لخلق حوار حول الطبق المقدم عبر تفاعل الجمهور.

وتمثل الأسلوب الثقافي المرتبة الخامسة بنسبة 2.3%، وتمحور حول تناول محتوى المنشورات باستخدام مصطلحات تراثية أو ارتداء الثوب التراثي الفلسطيني.

واستخدمت الأساليب الاستنكارية بنسبة تكررت 1.1% سواء ضد قضايا سياسية مثل سياسة التهجير التي يحاول الاحتلال تنفيذها في حي الشيخ جراح، وغيرها من الممارسات غير الإنسانية والانتهاكات اتجاه الشعب الفلسطيني أو ضد قضايا اجتماعية مثل قضايا المرأة. وكان الأسلوب السياسي متقاربا للأسلوب السابق بنسبة تكررت 1.7% فتناول المدونون الأحداث السياسية المتعلقة بفلسطين في منشوراتهم على الإنستغرام كالقصف على غزة وعدد الشهداء وغيرها من الأحداث السياسية المتعلقة بالقضية الفلسطينية.

وبينت نتائج الدراسة ضعف المعالجة الوطنية في تمثيل الهوية الوطنية من خلال الطعام عبر منشورات عينة الدراسة، وضعفاً في تناول مواضيع الذاكرة الجمعية الفلسطينية بمكوناتها، والهوية الرقمية الوطنية وتمثيلاتها الأنثروبولوجية، وعدم تناول المضمون المتعلق بسرقة الطعام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي بشكل عميق وواضح.

4. ما مدى إدراك المدونين ووعيهم لمحتويات الرسالة الرقمية التي يقدمونها من خلال الطعام؟

من الواضح أن عينة الدراسة تعرضت إلى عمليات تقييد محتوى من منصة الإنستغرام، كما تعرضوا إلى انتهاكات في حقوقهم الرقمية أبرزها تحديد نسبة التفاعل مع المنشورات، وتحديد الوصول إلى القصص والمنشورات من الجمهور، وأيضا تم إيقاف ميزات على منصة الإنستغرام، مثل: القصة (story)، وتحديد عدد المشاهدات للريلز.. إلخ، وذلك بسبب نشر أي شيء متعلق بالقضية الفلسطينية. وأظهرت النتائج أن هناك تفاوتاً في تفاعل الجمهور بسبب عمليات تقييد المحتوى من خلال المقابلات التي أجرتها الباحثة مع المبحوثين، فأبو جوليا مثلاً انخفضت نسبة المشاهدات على مدونته على الإنستغرام من 300 ألف مشاهدة إلى 70 ألف مشاهدة يومياً، بسبب تناوله موضوع الحرب على غزة وأحداث الشيخ جراح في عام 2021م. وهو ما يتفق مع نتائج مقابلات المبحوثين التي أشارت إلى انتهاك صريح للحقوق الفلسطينية الرقمية من خلال البلاغات التي تم رصدها من مدوني الطعام، رغم أن البلاغات محدودة بسبب حداثة الموضوع على الصعيد الرقمي الفلسطيني. إلا أن انحياز شركات التواصل الاجتماعي لصالح إسرائيل هو السبب وراء تقييد المحتوى الفلسطيني.

من جهة أخرى، وجدت الباحثة أن إحدى الآليات الضرورية التي ساهمت في فضح انتهاكات الاحتلال ومحاولاته السيطرة على مكونات هوية الفلسطيني سواء من خلال الطعام أو غيرها من رموز القضية الفلسطينية هي منصات التواصل الاجتماعي. ومن جهة ثانية، أدت تلك المنصات دوراً بارزاً كونها فضاءً رقمياً سارع في صياغة الهوية الفلسطينية من خلال الطعام، خاصة في حالة التشرذم الجغرافي والسياسي التي نعيشها نحن الفلسطينيون، كما ساهمت منصات التواصل الاجتماعي من خلال المدونات المصغرة في نشر الوعي بالحقوق الفلسطينية الرقمية وسلطت الضوء على أهمية الطعام الفلسطيني في تشكيل الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية.

وأظهرت نتائج الدراسة أهمية امتلاك عينة الدراسة لمهارات استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وأن يكون مدون الطعام على دراية وعلم مسبق بسياسات تلك المنصات وخوارزمياتها، وهذا يتفق مع نتائج التحليل التي أظهرت إدراك المدونين للمخاطر والتهديدات التي تلاحقهم نتيجة تلك السياسات، التي أثرت بشكل واضح على منشوراتهم وطبيعة تناولهم لموضوع الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام عبر منصة الإنستغرام.

5. ما دور مدونات الطعام في مواجهة أسرلة الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية المتمثلة بالطعام وسرقتها؟

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تقارباً في إجابات المقابلات المعمقة حول موضوع سرقة الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام، و دور التدوين في الحفاظ على الهوية الوطنية من خلال الطعام، ودورها في مواجهة أسرلة الطعام وسرقة مكونات المطبخ الفلسطيني ونسبها للاحتلال كونها فعل مقاومة.

واتفقت نتائج الدراسة مع المقابلات المعمقة في تكريس عينة الدراسة لهويتهم الفلسطينية من خلال الطعام عبر منشوراتهم على منصة (الإنستغرام)، وتوصلت الباحثة إلى أنه رغم قلة الاهتمام الرسمي بمدونات الطعام، فإن المبحوثين يرون أن المسؤولية التي تقع على عاتقها فردية ونابعة من حبهم لوطنهم، وهذا يدل على إدراكهم لأهمية ما يقومون به رغم غياب الدعم الرسمي وعدم توفر التقنيات الفنية والتكنولوجية لإنتاج محتوى احترافي يتناسب مع التطور التقني المتسارع في صناعة المحتوى.

ويشير ذلك إلى جدية السياسات الرامية إلى محاربة المحتوى الفلسطيني حتى وإن كان موضوعه الطعام، ووجدت الباحثة أن هناك سياستين تمثلان مبررات لمحاربة المحتوى الرقمي

الفلسطيني، وهما سياسة محاربة "خطاب الكراهية" و"خطاب التحريض على العنف". وهما سياستان فضفاضتان، فلا يوجد تعريف مفصل ودقيق لهما، ويتم إسقاطهما على الحالة الفلسطينية، وهي أساليب يتم اتباعها للتضييق على المحتوى الفلسطيني.

ثانياً: اختبار النظريات

استفادت الباحثة من نظرية الدور الاجتماعي بإسقاطها على الحالة الدراسية لتساعدها في فهم الدور المنوط على المدون الفلسطيني القيام به من خلال تقديمه لأطباق الطعام الفلسطينية عبر منصة الإنستغرام، ومن أي منظور يعرف بتلك الأطباق من خلال التعرف وقياس محتوى الرسائل ومضمونها التي يقوم بنشرها مدون الطعام الفلسطيني وهل تحقق هدفها في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية؟

واستفادت الباحثة من النظرية أيضاً في تحليل توظيف هذا الدور من خلال فهم عمليات الممارسة أو الإعداد لتلك الصفات. وهل استخدم المدون أحد شروط النظرية في "استعمال الرموز السلوكية والكلامية واللغوية المتعارف عليها من الأفراد عند القيام بالسلوك" أي التدوين حول الطعام الفلسطيني في سبيل حفظ هويته الوطنية الفلسطينية.

وبناء على نظرية الدور الاجتماعي فإن سلوك الفرد وعلاقته الاجتماعية تعتمد على الدور أو الأدوار الاجتماعية التي يشغلها في المجتمع. فضلا عن أن مرتبة الفرد الاجتماعية ومكانته تعتمد على أدواره الاجتماعية.

وكانت النظرية قد ظهرت في مطلع القرن العشرين، و تعد من النظريات الحديثة في علم الاجتماع وعلم الأنثروبولوجيا. فوجد مثلا ماكس فيبر يهتم بالدور الاجتماعي أكثر من اهتمامه بأي موضوع آخر، إذ إنه يعرف علم الاجتماع في كتابه "نظرية التنظيم الاجتماعي والاقتصادي" بالعلم الذي يدرس و يفهم ويفسر السلوك الاجتماعي، وقد عرف فيبر السلوك الاجتماعي بأنه أي نشاط أو حركة يقوم بها الفرد تكون لها علاقة مباشرة بوجود الأفراد الآخرين في المجتمع، علماً أن سلوك الفرد يعتمد على ثلاثة شروطٍ رئيسة هي:

1- وجود الدور الذي يشغله الفرد الذي يحدد طبيعة سلوكه.

2- استعمال الرموز السلوكية والكلامية واللغوية المتعارف عليها من الأفراد عند القيام بالسلوك.

3- وجود علاقة اجتماعية تربط شاغل الدور مع الآخرين عند حدوث السلوك، والسلوك الذي يقوم به شاغل الدور يكون على ثلاثة أشكال هي: السلوك الاجتماعي الغريزي الانفعالي، السلوك الاجتماعي العقلاني المثالي، السلوك الاجتماعي التقليدي. (زلاقي، 2018)

وتوصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى استخدام نظرية الدور الاجتماعي لتقييم الواقع بين الدور الفعلي الممارس من مدون الطعام والدور المتوقع له من خلال منهج التحليل الذي تم استخدامه في الدراسة، فالنظرية ممكن أن تكون وسيلة للحكم على أداء سلوك المدونين. التي استطاعت الباحثة من خلالها التوصل إلى أن النظرية تنطبق على الدراسة الحالية، ويظهر ذلك من خلال:

- أظهرت مدونات الطعام الفلسطينية على منصة الإنستغرام ضعفها بالتركيز على الأهداف الإخبارية والإعلامية المتعلقة بالهوية الفلسطينية خاصة التي تركز على الطعام، ومنها: محو الهوية الوطنية الفلسطينية، القضايا الوطنية، سرقة المأكولات الشعبية الفلسطينية، والسيطرة على التراث الفلسطيني، ولم تبرز النتائج تركيز المدونين على عرض أفكارهم حول الطعام بأسلوب يعزز من الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، كالأسلوب الوطني، أو الأسلوب السياسي، أو الأسلوب الثقافي. كما لم تركز المنشورات بالشكل المرجو أو بعمق على المصطلحات الدالة على الهوية أو الذاكرة الجمعية الفلسطينية أو أسرلة الطعام وسرقة من الاحتلال.

- لم يعمل مدونو الطعام على تحديد أدوارهم وأهدافهم وأسلوبهم من خلال الرموز السلوكية واللغوية والكلامية حتى يعزز من دورهم الاجتماعي الانفعالي والدور المثالي العقلاني الرامي إلى الحشد والمناصرة للقضية الفلسطينية من خلال الطعام والتحديات التي تواجه محتوهم الرقمي.

- حاول المدونون تكثيف عمليات النشر على صفحاتهم على منصة الإنستغرام واستغلال خصائصها التي ساهمت في تنوع المنشورات والمحتوى المستخدم، وحاول المدونون توظيف الرموز الدالة على الهوية الوطنية الفلسطينية مثل: التطريز الفلسطيني، أدوات المطبخ في رسائلهم الاتصالية لإبراز هويتهم الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام. وتناولوا في منشوراتهم القضايا التي تعزز من هذا الدور مثل: الهوية الوطنية الفلسطينية، التراث الفلسطيني، العادات والتقاليد. ونشروا محتوى متنوعاً من الصور والفيديوهات بأشكالها (ريلز، IGTV) ولكنهم لم يوظفوا العناصر التفاعلية بشكل محترف من وسوم أو إشارات أو

رموز تعبيرية.. إلخ، لإيصال رسالتهم بشكل أوسع وأكبر لقطاع الجماهير عربياً ودولياً، خاصة أن مدوني الطعام استطاعوا توظيف اللغتين العربية والإنجليزية للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وتوجيههم لقراءة مدوناتهم والتعرف على الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال الطعام.

ثالثاً: التوصيات

بناء على النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة، فإن الباحثة خرجت بالتوصيات التالية:

❖ توصيات المدونين:

- ضرورة تعزيز قدرات مدوني الطعام الفلسطينيين لاستخدام المصطلحات ذات الدلالة والارتباط بالهوية الوطنية الفلسطينية.
- ضرورة ربط الطبق المقدم في منشورات مدوني الطعام بأصوله وجذوره حسب المنطقة الجغرافية وبيان القصة المرتبطة به التي تعود إلى الذاكرة الجمعية الفلسطينية أو المرتبطة بالموروث الثقافي الفلسطيني، خاصة أن العديد من الأطباق تعود إلى المناطق التي هجر منها الفلسطينيون عام 48، كما أن ربط الأطباق بأصولها يساهم ويعزز الرواية التاريخية التي يظهر جلياً استخدام الاحتلال لها في الترويج لأطباق مثل الفلافل والحمص... إلخ.
- تحديد أهداف واضحة ضمن استراتيجية يضعها المدونون عند تناول الأطباق الفلسطينية بطريقة أصيلة باعتبارها استعادة للتاريخ، وأن يقدم بطريقة احترافية حتى يتم تشجيع الشعوب الأخرى على تناول أطباقنا الفلسطينية وتقديمها دولياً.
- ضرورة التنوع في أشكال المحتوى المقدمة بما يتناسب مع سياسات المنصة المستخدمة في نشر الرسائل الاتصالية، وعدم اقتصرها على الصور على صفحات عينة الدراسة على الإنستغرام.
- ضرورة ربط منصات التواصل الاجتماعي بمدونات ويب خاصة لعينة الدراسة لما لها من دور في حفظ الطعام وتوثيقه في ظل السياسات المتغيرة لمنصات التواصل الاجتماعي.
- ضرورة الاطلاع على خصائص الإنستغرام وخوارزمياته كالعناصر التفاعلية الخاصة بالمنصة والاطلاع على خصائص المنصات الأخرى التي يستخدمها المدونون في نشر الطعام حتى يتم مواكبة تطوراتها وتعلم مهارات استخدامها من المدونين الفلسطينيين.

- توظيف القضايا الوطنية والعادات والتقاليد والموروث الثقافي خلال النشر حول الطعام في مدونات عينة الدراسة على الإنستغرام، بالإضافة إلى توظيف الأساليب الإخبارية والإعلامية والتثقيفية حول موضوع القضية الفلسطينية من خلال الوصفات المقدمة أو من خلال استضافة الشخصيات خلال إعداد الأطباق.
- الاستفادة من التقنيات المختلفة التي توفرها منصة الإنستغرام من بث مباشر، أو إعداد القصة أو حفظ المنشورات وتصنيفها في القائمة الرئيسية أو عن طريق خاصية الريلز وIGTV لزيادة جذب الجمهور للمضامين المنشورة.
- الاستفادة من عرض الطبق المطهو مع مدونين آخرين أو ضيوف (مؤثرين) خاصة الذين يحظون بمتابعات عالية على المستوى العربي والعالمي، وأيضا استضافة مهتمين في مجال علم الأنثروبولوجيا والطعام خاصة عند تناول المدونين الأطباق الفلسطينية.
- توظيف الموسيقى خاصة الوطنية والتراثية والعناصر التي تدل على الهوية الوطنية في منشورات المدونين مثل: التصاميم الداخلية للمطبخ، الكوفية، خارطة فلسطين، التطريز الفلسطيني، الأطباق التراثية الفلسطينية... إلخ.
- زيادة النشر من قبل المدونين حول موضوع الطعام الفلسطيني بطريقة مبنية على أساس معرفي وربطه بالموروث الثقافي والذاكرة الجمعية الفلسطينية.
- استعانة المدونين بخبراء ومختصين في المجال الرقمي لزيادة الوعي حول التقنيات المستخدمة على منصات التواصل الاجتماعي، للترويج للمحتوى الرقمي المتعلق بالطعام.
- حث مدوني الطعام على التبليغ لأي انتهاك رقمي يتعرضون له على منصات التواصل الاجتماعي.

❖ توصيات للجهات الرسمية:

- توثيق الأطباق الفلسطينية وتسجيلها في الأمم المتحدة ضمن قائمة التراث غير المادي، وأن يكون على رأس هذه المبادرة مدونو طعام فلسطينيون ومختصون وخبراء في هذا المجال لحمايته من السرقة والضياع.
- ضرورة إنشاء مدونة ويب ومدونات مصغرة على المنصات الاجتماعية من قبل وزارة الثقافة الفلسطينية أو المؤسسات المجتمعية الثقافية والمعنية في مجال الطعام، حتى تضم

مدوني الطعام الفلسطينيين، وتكون متخصصة في تقديم وصفات الطعام الفلسطينية تحت مظلة رسمية تمثل فلسطين في هذا الجانب.

- تكثيف النشر حول الطعام الفلسطيني ونشر ثقافة الطعام وإبرازه كونه مكوناً من مكونات هويتنا الوطنية من المدونين وإنشاء حملات إعلامية وحملات علاقات عامة على الصعيد الرقمي وبما يشمل المؤسسات التعليمية لتوعية الجمهور حول دور الطعام في صياغة الهوية.

- توظيف وزارة الخارجية الفلسطينية والسفارات الفلسطينية الموجودة حول العالم في تسليط الضوء على مدوني الطعام في المناسبات الثقافية المختلفة، واعتبارهم سفراء للهوية الوطنية الفلسطينية ومؤثرين فيها واصطحابهم ضمن جولات الدعم والترويج لصالح القضية الفلسطينية.

- ضرورة استخدام الدبلوماسية الرقمية التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي من قبل وزارة الخارجية الفلسطينية، لما تقوم من دور مهم في تقديم رسالة اتصالية مكثفة تحت عنوان "دبلوماسية الطبق الفلسطيني" لحشد الدعم العربي والدولي نحو القضية الفلسطينية ورموزها باعتبار الطعام مكوناً أساسياً لهويتها.

- احتضان مدوني الطعام على المستوى الرسمي سواء من قبل وزارة الثقافة الفلسطينية أو وزارة الخارجية الفلسطينية وتقديم الدعم المادي والسياسي والحقوقى لهم باعتبارهم سفراء للهوية الفلسطينية من خلال الطعام. وتكثيف الحملات الداعمة لمقاطعة الاحتلال الإسرائيلي من خلال الطعام وتوعية الجمهور الخارجي من خلال المدونين الناطقين باللغة الإنجليزية حول إظهار حقيقة أصل الطبق وإبراز مكوناته الفلسطينية.

- ضرورة إشراك المستوى الشعبي والمجتمعي في نشر ثقافة الطعام من خلال استراتيجية يتم وضعها بالتعاون مع وزارتي الثقافة والاعلام ودائرة العلاقات العامة في منظمة التحرير الفلسطينية لمواجهة التحديات الرقمية الإسرائيلية والأمريكية باعتبارهما لوبي الضغط على الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي.

- الترويج للأطباق الفلسطينية من خلال المدونين من قبل وزارة الخارجية بالتعاون مع وزارة الاتصالات ووزارة الرياضة والشباب وحث شركات عربية جوية عملاقة مثلاً على تبني هذه الأطباق على متن طيرانها العربي والدولي أو من خلال المناسبات الرياضية الدولية تماماً كما حصل في مونديال قطر لعام 2022 (كأس العالم لكرة القدم) حيث كانت فلسطين حاضرة

عربياً ودولياً فيه من خلال العلم الفلسطيني وغيرها من رموز الهوية الوطنية الفلسطينية، كان من الأجدى أن تقوم الدبلوماسية الفلسطينية بتفعيل علاقتها مع نظرائها العرب واستثمارها وتبني أطباقاً مثل الفلافل والحمص التي تستولي عليها إسرائيل عنوة وتنسبها لها في كل محفل ومناسبة دولية.

❖ توصيات للباحثين:

- تقترح الباحثة مجموعة من التوصيات البحثية، في مجال العلاقات العامة وبناء الهوية الوطنية الفلسطينية خاصة في ظل الانتشار الكبير والمتسارع لأدوات الاتصال الرقمية، وللانتشار الواسع وزيادة الاهتمام بالطعام وصناع المحتوى في هذا المجال، وهي مجالات ذات أهمية متنامية وتستحق البحث.
- إجراء دراسة مقارنة بين مدونات الطعام الفلسطينية ومدونات الطعام الإسرائيلية على صفحات الإنستغرام، خاصة أن الدراسات الإسرائيلية التي وجدتها الباحثة حول موضوع الهوية الوطنية والطعام أغلبها كانت ذات منهج تاريخي في الدراسة، ومن الأهمية بمكان دراسة تلك المدونات ومقارنتها بناء على أداتي تحليل المضمون وأداة المقابلات، باستخدام منهج الدراسات المسحية الكمية والكيفية. وذلك لمعرفة كيفية تناول الاحتلال الإسرائيلي لموضوع الطعام ومقارنته مع الحالة الفلسطينية ومعرفة كيفية سرقة الاحتلال الإسرائيلي للمطبخ الفلسطيني والترويج له رقمياً على أنه إسرائيلي.
- ضرورة استخدام أدوات بحثية أخرى كالأدوات البحثية الأثنوغرافية، من خلال مراقبة المجموعات الموجودة على الفيسبوك أو الواتس اب المهتمة في مجال الطعام، لمعرفة العلاقة المادية التي تربط الطعام الشعبي بالمجتمع الفلسطيني، ودوره في الممارسة الرمزية له في عملية الإنتاج الهوياتي وفي تكوين الهوية الأثنية.
- توسيع دائرة نطاق عينة الدراسة والفترة الزمانية لها من خلال دراسة منشورات المدونين خلال عام كامل وبشكل يومي بالاعتماد على نظرية الدور الاجتماعي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

الكتب والمجلات

أندرسون، بندكت. (2009). الجماعات المتخيلة.. تأملات في أصل القومية وانتشارها. ترجمة: ثائر ديب، ط 1. شركة قدمس للنشر والتوزيع. بيروت-لبنان.

تيليون، مصطفى. (2011). كتاب مدخل عام في الأنثروبولوجيا، دار الفارابي، الطبعة الأولى. بيروت-لبنان.

الخالدي، رشيد. (2021). ملخص كتاب حرب المئة عام على فلسطين: قصة الاستعمار الاستيطاني والمقاومة 1917-2017. ترجمة: عامر شيخوني، مجلة عمران-مجلة فصلية محكمة تعنى بالعلوم الاجتماعية، العدد 38، المجلد، 11. ص 359. الدار العربية للعلوم ناشرون. بيروت.

سعيد، ادوارد. (2000). خارج المكان-مذكرات. ترجمة: فواز طرابلسي. ط1. دار الاداب. بيروت-لبنان.

سلامة، بلال عوض. (2021). في معنى الأرض-استعادة الذات الفلسطينية. ط1. ص 207. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. بيروت. لبنان.

سوكاح، زهير (2016). مراجعة كتاب الذاكرة الجمعية موريس هالفاكس. ترجمة: نسرين الزهر. بيت المواطن للنشر والتوزيع. نشرت المراجعة في مجلة تبين. العدد 9/33. ص 181.

شتراس، كلود ليفي. (1977). الأنثروبولوجيا البنيوية. (ترجمة د. مصطفى صالح. منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي). دمشق.

الشمائلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزت، كافي، مصطفى يوسف. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. ط1. دار الاعصار للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.

طعيمة، رشدي أحمد (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومها أسسه، استخداماته. ط1. دار الفكر العربي. القاهرة.

عليان، ربحي مصطفى (2000). البحث العلمي "أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته". عمان: بيت الأفكار الدولية. ص48

عليان، ربحي مصطفى، غنيم، عثمان محمد (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق. ط1. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

غدنز، أنتوني (2005). علم الاجتماع. ترجمة: الدكتور فايز الصباغ. مؤسسة ترجمان. ط4. عمان-الأردن.

فانون، فرانز (2015). معذبو الأرض. ترجمة: سامي البارودي، وجمال الاتاسي، ط3. مدارات للأبحاث والنشر.

قنديجلي، عامر، السامرائي، إيمان (2018). البحث العلمي الكمي والنوعي. دار اليازوري-عمان. جامعة قطر.

كونيهان، كارول م. (2013). انثروبولوجيا الطعام والجسد (النوع والمعنى والقوة). (ترجمة سهام عبد السلام. ط 1). المركز القومي للترجمة، القاهرة.

مجموعة مؤلفين، (2016). قضية فلسطين ومستقبل المشروع الوطني الفلسطيني. الجزء الثاني: الكولونيالية الفلسطينية وإعادة تصور مستقبل المشروع الوطني. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. قطر.

المشهداني، سعد سلمان (2019). منهجية البحث العلمي. ط1. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون. ص156

معلوف، أمين (1999). الهويات القاتلة "قراءات في الانتماء والعولمة". ترجمة: د. نبيل محسن. درا ورد للنشر والطباعة. دمشق.

مكشيللي، اليكس (1993). الهوية. ترجمة د. علي وطفة، ط 1. دار الوسيم للخدمات الطباعية. دمشق.

نوفل، محمد بكر، أبو عواد، فريال محمد (2010). التفكير والبحث العلمي. ط1. الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.

هارون، محمود طارق (2017). الشبكات الاجتماعية على (الأنترنت) وتأثيرها في المعرفة النظرية والتطبيق. ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. مصر.

الدراسات

أحمد محمد، ممدوح عبد الفتاح. (2021). أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل "دراسة تطبيقية على عملاء الخطوط الجوية المصري". العدد 1، مجلد40، ص 53-112. كلية التجارة جامعة كفر الشيخ. مصر.

بصافة، أمينة. (2022). سيكولوجية المؤثر وقبائل المتأثرين في البيئة الرقمية. مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية. مج 2. ع 1. ص 90-106. جامعة الجزائر.

بن كرويدوم، غانية. (2021). الحقوق الرقمية: الواقع والتحديات. مجلة الدراسات القانونية. المجلد7، العدد1.

بن وزة، خديجة، وعاتكة، غرغوط. (2018). العلاقة بين الهوية الوطنية والمواطن. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع. العدد 5. ص 75-92. الجزائر.

تهامى، مروة محمد. (2022). السوشال ميديا والتمايز الاجتماعي الطعام نموذجاً-دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا. مجلة كلية الآداب. مج 14. ع 1. ص 3455-3495. جامعة الفيوم.

توفيق، مها. (2019). دور الذاكرة الجمعية في الحفاظ على هوية المرأة. ورقة بحثية نشرت خلال أشغال المؤتمر السنوي الدولي لمؤسسة مقاربات بعنوان "الذاكرة والبناء الثقافي". بتاريخ مارس-2019. مج1. العدد 1. ص 9-46. مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية. فاس.

جعفري، نبيلة. (2022). مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغيير في المفاهيم والأدوار. مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية: المجلد 2، العدد 1. ص 22-54. الجزائر

حليم، رانيا رمزي. (2022). دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي". مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، المجلد 26، العدد1، ص 556-591.

حنفي، حسن (2012). الهوية والاعترا ب. مجلة تبين للدراسات الثقافية والفكرية، العدد 1. ص 9-17. مجلة فصلية محكمة يصدرها المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

الخضراوي، إدريس. (2020). من التاريخ إلى الرواية-الذاكرة الجمعية مصدراً للسرد. بحث منشور في مجلة تبين، مجلد 9، العدد 33. المركز العربي للدراسات وسياسات الأبحاث. قطر.

زلاقي، حبيبة. (2018). نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي. مجلة العلوم القانونية والسياسية. عدد 17. جامعة تانتة. الجزائر.

زهران، هديل معروف. (2020). تحولات الهوية الوطنية الفلسطينية منذ أوسلو (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية. نابلس، فلسطين.

الزهرة، أحمد نجم عبد. (2016). ثقافة الطعام في مجتمع محلي-دراسة أنثروبولوجية في مدينة بغداد. دراسة ماجستير غير منشورة. مقدمة لنيل درجة الماجستير في الأنثروبولوجيا التطبيقية. كلية الآداب. الجامعة المستنصرية. بغداد.

السقا، أباهر. (2013). الهوية الاجتماعية الفلسطينية: تمثاتها المتشظية وتداخلاتها المتعددة. ورقة بحثية ضمن المؤتمر الثاني بعنوان "التجمعات الفلسطينية وتمثاتها ومستقبل القضية الفلسطينية". ص 40-64. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الإستراتيجية-مسارات. البيرة، فلسطين.

سوكاح، زهير (2019). مراجعة كتاب الذاكرة الجمعية موريس هالفاكس. ترجمة: نسرين الزهر. بيت المواطن للنشر والتوزيع. نشرت المراجعة في مجلة تبين. العدد 9/33. ص 181.

شريم، كايد عزات كايد. (2017). الهوية الفلسطينية الوطنية: جدل الواقع ومأزق الخطاب. مقاربة نقدية تحليلية. بحث منشور في مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، ومنشور في مجلة دار المنظومة. مج 2. عدد خاص 97. جامعة الاستقلال-عمادة البحث العلمي والدراسات العليا. ص 97-126.

صولة، عماد. (2012). هوية الطعام وطعام الهوية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. مجلد 1. عدد 2. ص 253-282.

طاير، مفيدة. (2020). معلومات وتحديات تشكيل الهوية الرقمية للمؤسسة في العصر الرقمي. المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة: المجلد 2، العدد 4. ص 197-222. الجزائر.

العباسي، ياس خضر عباس. (2013). أنثوغرافيا الطعام-بحث في الأنثروبولوجيا الثقافية. مجلة العلوم التربوية والنفسية. الناشر: الجمعية العراقية للعلوم التربوية والنفسية. دار المنظومة. العدد 102. ص 365-384.

عبد الحميد، منة الله محمد. (2019). تسويق المؤثرين للماركات عبر مواقع التواصل الاجتماعي "إنستجرام" وانعكاسه على اتجاه الجمهور نحوهم. دراسة تحليلية منشورة في الدوريات المصرية. المجلد 43. العدد 1. ص. 521-564 مصر.

عزام، منى أحمد جابر. (2016). الهوية والمكان في ذاكرة النكبة المستمرة "مخيم الجلزون، حالة دراسية" (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت.

العزة، علاء. (2018). الذاكرة بوصفها خطاباً ورؤية مستقبلية: ممارسات تخليد انتفاضة عام 1987. المجلة العربية لعلم الاجتماع - إضافات، ع 44,43. ص 80 - 63، مركز دراسات الوحدة العربية. لبنان.

غارين، أيغور دي. (2021). أنثروبولوجيا الطعام وتعدد الاختصاصات. ترجمة زيان محمد، وميمون محمد. مجلة أنثروبولوجيا، مجلد 7. العدد 1. ص 153-168.

غانية، بن كرويدم. (2021). الحقوق الرقمية: الواقع والتحديات. مجلة الدراسات القانونية المقارنة. مج 7. ع 1. ص 2033-2051.

قرة، سامي. (2020). الفلسطينيون والهوية. العدد 8. ص 139-146. جامعة القدس-مركز دراسات القدس.

كنعانة، شريف. (2011). دراسات في الثقافة والتراث والهوية. مواطن، المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية. مؤسسة ناديا للطباعة والنشر والإعلام والتوزيع. رام الله. فلسطين. مقال

محرم، محمد مصطفى رفعت. (2020). تقييم فاعلية أساليب التسويق التثري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي: دراسة كيفية. مجلة البحوث الإعلامية. المجلد 55. ج 1. ص 371-404. جامعة الأزهر.

مختار، رحاب، وسفيان، ساسي. (2018). الأنتروبولوجية المرئية: الفيلم الأنتوغرافي والإنتاج الإعلامي الثقافي نموذجاً. حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 23، ج 1، ص 473-369. الجزائر.

منصور، راللا أحمد محمد عبد الوهاب. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام. مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الازهر. العدد 57. ج3. ص 1327-1380.

نورا، ببير (2020). الارتقاء العالمي للذاكرة. مجلة تبين للدراسات الفلسفية والنظريات النقدية. ترجمة: ميرفت أبو خليل. المجلد 9، عدد 33. ص. 129-139. المركز العربي للدراسات وسياسات الأبحاث. قطر.

المواقع الالكترونية:

أبوبكر، فادي (20 يونيو 2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز زخم القضية الفلسطينية: التوأم الكرد نموذجاً، مقال منشور على موقع صحيفة الرأي الأردنية. [دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز زخم القضية الفلسطينية: التوأم الكرد نموذجاً | صحيفة الرأي \(alrai.com\)](#)

إغبارية، ربيع (5 أغسطس 2017). لماذا تخشى إسرائيل الزعتر والعكوب، مقال منشور على موقع فسحة. [لماذا تخشى إسرائيل الزعتر والعكوب؟ | فسحة | عرب 48 \(arab48.com\)](#)

أنس، لميس. (27 يونيو 2020). الشيف البريطانية الفلسطينية جودي القلا: طلب مني تغيير اسم كتابي "فلسطين على طبق" وقولي "لا" جزء من مقاومتي. موقع القدس العربي. [الشيف البريطانية الفلسطينية جودي القلا: طلب مني تغيير اسم كتابي "فلسطين على طبق ... " وقولي "لا" جزء من مقاومتي \(alquds.co.uk\)](#)

ايبوك (2 ديسمبر 2022). انتهاكات المحتوى الفلسطيني حيث ان 86% من المستطلعين يواجهون مشاكل بالحذف والحظر والتهديد. موقع Ipoke.social. [انتهاكات المحتوى الفلسطيني حيث أن 86% من المستطلعين يواجهون مشاكل بالحذف والحظر والتهديد | سوشال ايبوك \(ipoke.social\)](#)

ايبوك (2021). التقرير السادس لشركة ايبوك (Ipoke): الواقع الرقمي الفلسطيني. موقع [SocialMediaOnPalestine2021.pdf \(ipoke.co\)](#). Ipoke.social

بسيسو، عبد الرحمن. (27 أكتوبر، 2019). الثقافة ومعركة الدفاع عن الهوية الفلسطينية. مدونة

مركز التقدم العربي للسياسات. لندن. [/https://www.arabprogress.org](https://www.arabprogress.org)

جمال، سارة (7 يوليو 2019). برامج "الأكيلة"..ملوك تذوق الطعام على الشاشة. موقع

الجزيرة نت. [الجزيرة نت | أخبار أسلوب حياة |](https://www.aljazeera.net)

[الجزيرة نت \(aljazeera.net\)](https://www.aljazeera.net)

حسونة، نسرين. (2014). تحليل المضمون: مفهومه، محدداته، استخداماته. شبكة الالوكة. ص3.

[PDF\) تحليل المضمون \(Nisreen Hassouna - Academia.edu](https://www.academia.edu)

خوري، الياس (11 أبريل 2022). موعد في جنين. الموقع الإلكتروني لصحيفة القدس العربي. [موعد](https://www.alquds.co.uk)

[في جنين \(alquds.co.uk\)](https://www.alquds.co.uk)

الرفاعي، سارة. (2019). أسرار استخدام شبكة (إنستغرام). كتاب إلكتروني منشور في مجلة

تواصل-منتدى التسوق الإلكتروني والإعلام الرقمي. ط 1. ص 64. [تحميل كتاب اسرار](https://www.tawasulforum.org)

[الانستغرام - pdf سارة الرفاعي | منصة تواصل \(tawasulforum.org\)](https://www.tawasulforum.org)

روحانا، نديم، صباغ-خوري، أريج (2016). الكولونيالية الاستيطانية وإعادة تصور مستقبل

المشروع الوطني. الفصل الرابع من كتاب الكتروني: مواطنة كولونيالية استيطانية ماهية

العلاقة بين ارسائل ومواطنيها الفلسطينيين. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

بيروت.

الشيخ، عبد الرحيم (أيار 2013) الهوية الثقافية الفلسطينية "المثال" و"التمثيل" و"التمائل". المركز

الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية-مسارات. ط1. ص 67-69. [التجمعات](https://www.birzeit.edu)

[الفلسطينية و تمثالاتها \(birzeit.edu\) pdf](https://www.birzeit.edu)

عطا الله، هديل. (17 فبراير 2019). "استضافات فلسطين". طعام شعبي على الطاولات. موقع

جريدة الشرق الأوسط. [ميرنا بامية لـ«الشرق الأوسط»: أبحث عن الأكلات التي توشك أن](https://www.aawsat.com)

[تسقط من الذاكرة | الشرق الأوسط \(aawsat.com\)](https://www.aawsat.com)

عنبتاوي، أمير (24 أيار 2021) المطبخ الفلسطيني، تاريخ امتداد واختلافات. برنامج على

الزوم. قناة مساواة. المحاور: عامر حليجل. (220) [مساواة عالزوم: المطبخ الفلسطيني،](https://www.youtube.com)

[تاريخ امتداد واختلافات مع عامر حليجل YouTube -](https://www.youtube.com)

الغبر، شفيق (أيار 2013). التحديات امام الهوية الفلسطينية. المركز الفلسطيني لبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية-مسارات. ط1. ص17-20. [التجمعات الفلسطينية و تمثلاتها.pdf](#).
(birzeit.edu)

فياض، حسام الدين (24 أغسطس 2022). فرانز فانون ومقاومة الاستعمار. مقال منشور على موقع الحوار المتمدن-العدد 7350. [حسام الدين فياض - فرانز فانون ومقاومة الاستعمار](#).
(ahewar.org)

فياض، حسام الدين محمود. (3 اذار 2021). الأنثروبولوجيا والاستعمار. مقال منشور على موقع مجلة البيان، العدد 420. [الأنثروبولوجيا والاستعمار](#) (albayan.co.uk)

الغبرا، جودي (4 أغسطس 2022). سرقة المطبخ الفلسطيني. المحاور: أحمد البيقاوي. موقع اليوتيوب. (225) [سرقة المطبخ الفلسطيني مع جودي الغبرا | بودكاست تقارب | #47 -](#)
[YouTube](#)

كمال، إيناس (21 يوليو 2022). من هي الشيف عبير الصغير؟. موقع FoodToday. [من هي الشيف عبير الصغير؟.. وسر لقب «أميرة ديزني» وجذب 13 مليون ...](#)
(foodtodayeg.com)

مركز حملة (2021). هاشتاغ فلسطين. المركز العربي لتطوير الاعلام الاجتماعي-حملة. [حملة - المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي](#) (amleh.org)

المغربي، فؤاد (أيار 2013). ملاحظات حول الهوية الوطنية. المركز الفلسطيني لبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية-مسارات. ط1. ص23-34. [التجمعات الفلسطينية و تمثلاتها.pdf](#).
(birzeit.edu)

هينيسي، بريتانى. (14 مارس 2022). المؤثرون الاجتماعيون. كتاب إلكتروني منشور في مجلة تواصل-منتدى التسوق الإلكتروني والإعلام الرقمي. العدد 207. ص 12. مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم. [تحميل كتاب مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي | pdf منصة تواصل](#)
(tawasulforum.org)

- Abu El-Haj, Nadia.(2010). Racial Palestinianization and the Janus-faced nature of the Isarel. Routledge Publisher.Vol 44. No 1.
- Almerico,Gina M.(2014). Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. Journal of International Business and Cultural Studies.Vol 8.pp 2-5.
- Avieli, Nir, and Grosplik, Rafi. (2013). Food and Power in the Middle East and the Mediterranean, Food, Culture & Society, Routledge Taylor and Francis publisher, Vol 16.No2.pp.181-195. University of California.
- Bozkurt, Aras, Hsiung Tu,Chih.(2016). Digital identity formation: socially being real and present on digital networks, Journal of Educational Media International. Routledge Taylor and Francis publisher, Vol 53. Issue 3.pp 153-167.
- Bun, Stephanie, Alversia, Yeshika.(2020). Incentives and Food Blogger Influence on Cusromer Engagement Through Instagram,Proceedings of the International Conference on Business and Management Research,Published by Atlanties Press, volume 160.
- Deutsch, Jonathan.(2015). Eat Me Up. Food, Culture & Society, Routledge publisher. Vol7. No1, pp 27-36. University of California.
- Dirks, Robert, Hunter, Gina.(2012). A Chapter in Book About: THE ANTHROPOLOGY OF FOOD, Routledge International Handbook of Food Studies.كتاب
- Donmez Polat,Dilek. (2018). Food Blogs on Instagram: some examples and their contents. Social Sience Development Journal.Vol 3, Issue 11. Pp 342-351.

- El-Haddad, Laila, Schmitt, Nancy, Harmon, Jenkins (2013). *The Gaza Kitchen: A Palestinian Culinary*. Publisher: Just World Books. P 620.
- Fiorentino, Daniela.(2019). *Food-Bloggers: Do they influence customers' food choices*. Università Ca' Foscari Venezia.
- Fischler, Claude.(1988).“Food, Self and Identity” *Social Science Information*, SAGE Publishing, Vol. 27, No. 2, pp. 275-276.
- Fitrisia, Dohra, Sibarani, Robert, Mulyadi, Ritonga, Mara Untung(2018). *Traditional food in The Perspective of Culinary Linguistics*. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*. Vol 5, Issue 2, pp 24-27. Indonesia.
- Gündüz, Uğur .(2017). *The effect of social media on identity construction*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 8.No 5.pp.85-90. Doi: 10.1515/mjss-2017-0026.
- Hanifati, Adliah Nur.(2015). *The Impact of Food Blogger toward Consumer's Attitude and Behavior in Choosing Resturant*. *International Journal of Humanities and Management Siences*. Vol 3, Issue 3, pp 149-154.
- Heath, Robert. L. (2013), *Encyclopedia of Public Relations*, Vol.1, Second Edition, University of Houston, U.S.A. pp.33-34.
- Hepworth, Allison.D, and Kropczynski, Jess, and Walden, Justin, and Smith, Rachel.A. (2019). *Exploring Patterns of Social Relationships among Food Bloggers on Twitter Using a Social Network Analysis Approach*. *Journal of Social Structure*, VOL20, No 4. pp1 - 21.
- Holtzman, Jon D.(2006) *Food and Memory*. *The Annual Review of Anthropology*, Volume 35, pp 361-374, Western Michigan University.

- Hu, Yuheng, Manikond, Lydia, Kambhampati, Subbarao. (2014). A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. pp.595-598. 8th International conference on Weblogs and Social Media. Arizona State University. ليست محكمة.
- Kaisla, Janni Susanna. (2019). Cultural Identity and Code-Switching in Arabic Food Blogs. Master's Thesis. University of Helesinki.
- Lepkowska, White Elzbieta, Kortright, Emily. (2017). The business of blogging: Effective approaches of women food bloggers, Journal of Foodservice Business Research. Rouledge: Taylor and Francis publisher. Vol 21. Issue 3. pp 257-279.
- Lewis, Tania. (2018). Digital food: from paddock to platform, Communication Research and Practice, Routledge: Taylor & Francis Group publisher. VOL 4, NO. 3. pp. 212–228.
- Lofgren, Jennifer. (2013). Food Blogging and Food-related Media Convergence. Media and Culture Journal, Vol.16.No. 3.
- Lofgren, Jennifer. (2013). Changing Tastes in Food Media: A study of Recipe Sharing in the Food Blogging Community. Thesis submitted in fulfillment of requirements for the degree of Master of Arts (Research). Queensland University of Technology.
- Manovich, Lev. (2017). Instagram and Contemporary Image. Academia accelerating the Worlds research. p 148.
- Meyer, Erna. (1940). How to Cook in Palestine. Publisher: The University of Leeds Library. pp.7-33. كتاب
- Mintz, Du Bois. (2002) The Anthropology of Food and Eating. Annual Reviews of Anthropology. Vol.31, pp.99-119.

- Ranta,Ronald, Mendel, Yonatan.(2014). Consuming Palestine: Palestine and Palestinians in Israeli Food Culutre. SAGE Journals.Vol 14, Issue 3.
- Raviv, Yael (2003). Falafel a national icon‘ The Journal of Food and Culture. Vol3, No3, summer 2003 . University of California,pp. 20-23.
- Shan, Riya.(2018). Food Identity: Food Studies,Cultural and Personal Identity.Research Gate. Christ University.Bangalore.
- Siapera, Eugenia. (2014). Tweeting #Palestine: Twitter and the mediation of Palestine. SAGE Journal, Vol 17,NO 6 ,PP 539-555.
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A, Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. International Journal of Interactive Mobile Technologies,VOL 14.Issue 5.pp 111-114.
- Wang,Tien. (2017). Social Identity Dimensions and Consumer Behavior in Social Media. Asia Pacific Managgement Review 22. National Cheng Kung University. Taiwan.
- Williams, Jency L. (2014). Food Bloggers and their Perceptions of Digital Preservation. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, College of Information and Library Science. University of North Carolina.
- Yang, Chen. (2021). Research in the Instagram Context: Approaches and Methods. The Journal of Social Sciences Research.Vol.7,Issue.1,pp.15-21.

Rubin, Shira.(2018). Palestine Is Not Just Geography, It's How We Cook and Eat and Talk. An article on Eater website: Palestinian Food's Next Wave - Eater.

King, Gretchen.(2021). Breaking the silence: Public communication in/for Palestine. Media Development. [WACC | Breaking the silence: Public communication in/for Palestine \(waccglobal.org\)](https://waccglobal.org/)

Sigla,Ankit.(2022).Microblogging: The Definitive Guide 2022. [Microblogging: The Definitive Guide \(2023 Edition\) \(masterblogging.com\)](https://masterblogging.com/)

El-Haddad,Laila.(jan28,2015) An Interview on Food Farmer Earch Cjannel on YouTube. [\(218\) The Gaza Kitchen: An Interview with Laila El Haddad - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=218)

Mishan,Ligaya.(Feb 12,2020). The Rise of Palestinian Food. The New York Times. [The Rise of Palestinian Food - The New York Times \(nytimes.com\)](https://www.nytimes.com/)

Kasiss,Reem(Feb 18,2020). Here's Why Palestinians object to the term "Israeli food": It erases us from history. The Washington Post. [Here's why Palestinians object to the term 'Israeli food': It erases us from history - The Washington Post](https://www.washingtonpost.com/)

ArteEast.(Sep17,2021). Artist spotlight with Mirna Bamieh(interview) . [Artist Spotlight with Mirna Bamieh | ArteEast](https://www.arteeast.com/)

Osman,Nadda(13 july 2022). Palestinian food blogger Heifa Odeh on her culinary roots and cultural 'resilience'. Middle East Eye. [Palestinian food blogger Heifa Odeh on her culinary roots and cultural 'resilience' | Middle East Eye](https://www.middleeasteye.net/)

Djuraskovic,Ogi.(26 Dec 2022). Blogging Statistics 2023: Ultimate list with 47 Facts and Stats. [47 Blogging Statistics \(2023\): How Many Blogs Are There? \(firstsiteguide.com\)](https://www.firstsiteguide.com/blogging-statistics-2023/)

Geyser,Werner (9 Feb2023).The state of Influncer Marketing2022:Benchmark repoet. [The State of Influencer Marketing 2022: Benchmark Report \(influencermarketinghub.com\)](https://www.influencermarketinghub.com/state-of-influencer-marketing-2022/)

الملاحق

ملحق (1)

التعريفات الإجرائية لأهم فئات التحليل:

مفاهيم فئات التحليل وتعريفاتها:

1. الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية هو كل ما يصدر من مدونات الطعام الفلسطينية الموجودة على الإنستغرام، باعتبارها بطاقة تعريفية تثبت من خلال الأطباق المقدمة عبر صفحات المدونين، جنسيتهم الفلسطينية لتتطابق مع كينونة الفلسطيني ومصدر توجيه وإيحاء ثقافي له.

وكيفية توظيف المحتوى المقدم عبر تلك المدونات في إنتاج هوية وطنية فلسطينية وفقاً لعوامل التأثير وقوة الرسالة التي يقدمونها في تلك المدونات، ودراسة مضمون منشورات مدونات الطعام وتحليلها وملاءمتها في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية وانعكاس محتواها على صياغة الهوية الفلسطينية الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي خاصة الإنستغرام، باعتباره هوية افتراضية تعكس الوجود الفلسطيني في العالم الرقمي.

2. مدونات الطعام: هي مدونات مصغرة متواجدة على منصة الإنستغرام تعتمد فيها على الصور والفيديو القصير في تقديم محتواها بطريقة جذابة وفقاً لمضامين تفاعلية يقدمها تطبيق الإنستغرام، ودراسة تلك المدونات وتحليل محتواها وتأثيره في صياغة الهوية الوطنية الفلسطينية الرقمية من خلال الطعام.

3. فئة الهدف من المنشور: تستخدم هذه الفئة لرصد الأهداف التي يريد المدون الفلسطيني بلوغها أو الوصول إليها عن طريق مضمونه ومعالجته للموضوع خلال تقديم الأطباق المختلفة على منصة الإنستغرام لعام 2021، وتشمل:

● أهداف إخبارية وإعلامية: يندرج تحت هذه الفئة المنشورات التي تقدم معلومات تتعلق بالهوية الفلسطينية والأحداث السياسية وتشمل: تهويد الطعام الفلسطيني، سرقة المأكولات الشعبية الفلسطينية، سيطرة الاحتلال على التراث الفلسطيني، محور الهوية الوطنية الفلسطينية، قضايا وطنية.

● أهداف الحشد والمناصرة: يندرج تحت هذه الفئة المنشورات التي تهدف إلى خلق رأي عام يدعم ويعزز وجود الهوية الرقمية الفلسطينية.

- أهداف تثقيفية توعوية: يندرج تحت هذه الفئة المنشورات التي تتناول معلومات من شأنها توعية الأفراد وتثقيفهم في قضية ما.
- أهداف تجارية / تسويقية: يندرج تحت هذه الفئة المنشورات التي تتناول معلومات حول منتجات معينة يستخدمها المدون في إعداد أطباقه والهدف منها الترويج والتسويق (هدف ربحي).
- 4. فئة أسلوب الرسالة: ويقصد بها الطرق التي اعتمدها مدون الطعام في عرض أفكاره حول الطعام وتعزيز الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية تشمل:
 - أسلوبا وطنيا: هو الأسلوب الذي اعتمده المدون في الحديث عن الأطباق الفلسطينية أو المحتوى الذي يقدمه المدون باستخدام رموز أو مصطلحات تدل على الجنسية الفلسطينية تعكس مدى ارتباط الطعام بالهوية الفلسطينية.
 - أسلوبا ثقافيا: هو الأسلوب الذي يستخدمه المدون في تقديم المحتوى، الذي يرتبط بالأمر الثقافي أو الفني أو الأدبية أو المتوارثة من الأجداد سواء بتقديم الأطباق أو من خلال أنشطة تضمن محتوى مدوناتهم على (الإنستغرام).
 - أسلوب مناقشة / حوارى: هي الأساليب التي اعتمدت على المحادثة بين المدون ومتابعيه، أو بين المدون والضيف والمتعلقة بتقديم وصفات الطعام، أو القضايا الأخرى.
 - أسلوبا سياسيا: هي الأساليب التي استخدمها المدون في منشوراته للحديث عن القضية الفلسطينية والأوضاع السياسية من أحداث أو تواريخ متعلقة بالقضية الفلسطينية والتاريخية والمواقف الدولية من القضية الفلسطينية، خاصة أن الحدود الزمانية للدراسة كانت في أحداث الشيخ جراح في أيار/ مايو 2021 وهو حي من أحياء القدس الشرقية أنشئ عام 1956م، وتعيش فيه 28 عائلة فلسطينية مهددون بالتهجير من الاحتلال الإسرائيلي.
 - أسلوبا ترويجيا/ إعلانيا: هو الأسلوب الذي استخدمه المدون للترويج والتسويق لشركات متخصصة في مجال الطعام من خلال الوصفات التي يقدمها، بأسلوب تجاري واضح من خلال المحتوى المنشور على مدونات عينة الدراسة.
 - أسلوبا استفهاميا: الاعتماد على صيغة الأسئلة للحصول على إجابات حول قضية أو موضوع ما وحث الجمهور على المشاركة بآرائهم وتعليقاتهم.

- أسلوبا استنكاريا: توظيف المفردات اللغوية في منشورات المدونين لرفض حدث أو قضية معينة أو استنكارهما، والاحتجاج عليهما وعدم تقبلهما من خلال محتوى المدون.
 - أساليب أخرى.
5. فئة القضايا التي تناولتها منشورات مدوني الطعام التي تمثل عينة الدراسة، وتشمل: الهوية الوطنية الفلسطينية، التراث الفلسطيني، عادات وتقاليد، أخرى.
 6. فئة أبرز المصطلحات المستخدمة: تستخدم لرصد الكلمات والمصطلحات الأكثر استخداما على منصات المدونين على (الإنستغرام) الدالة على هويتهم، وتشمل: وصفات طعام فلسطينية، أطباق فلسطينية، تراث فلسطيني، فلسطين، التهجير، وطن، أكل بلدي، طعام فلسطيني، وصفات الأجداد والأمهات، الحنين إلى الأرض، ثقافة، عادات وتقاليد، طعام متوارث، هوية فلسطينية، سرقة الطعام، تهويد الطعام، سيطرة الاحتلال، تزوير، محو/ إزالة، الاحتلال الإسرائيلي، الاستيطان، الحرية، لا شيء، أخرى.
 7. سرقة الطعام: السيطرة على المطبخ الفلسطيني وأطباقه المتوارثة ونسبها إلى المطبخ الإسرائيلي، وتندرج هذه السيطرة في سياق السرقة والاستيلاء على شيء ليس من حق الطرف الآخر، إذ يتم السيطرة عليه عنوة وبطريقة غير شرعية.
 8. تهويد الطعام: الممارسات التي يقوم بها الاحتلال الإسرائيلي لنزع الهوية الفلسطينية من الأطباق التي يروج لها وينسبها له وفرض الطابع اليهودي الإسرائيلي عليها.
 9. طعام متوارث: ويقصد به الأطباق الفلسطينية التي تناقلتها الأجيال المتعاقبة، خاصة وصفات الجدات والأمهات القديمة والتقليدية.
 10. المحو / الإزالة: هي العمليات التي تنفذها دولة الاحتلال تجاه السكان والموروث الثقافي والهوية الفلسطينية لمحو حق الفلسطيني في أرضه ونزعه من جذوره والاستيلاء على ثقافته وهويته بتلك الممارسات.
 11. الاستيطان: العمليات التي تنفذها إسرائيل في سبيل السيطرة على الأرض الفلسطيني من خلال بناء وحدات استيطانية للمستعمرين الصهاينة.
 12. فئة الجمهور المستهدف: العرب، فلسطينيو الشتات، الأجانب، الفلسطينيون داخل حدود الوطن، كل ما ذكر، غير ذلك.

13. فئة النشاط الذي تضمنه المحتوى على الصفحة وتهدف إلى معرفة أسلوب المدون في نشر مدونته عن الطعام والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين باستخدامه أساليب الانتشار التفاعلي والترويج للمحتوى: عرض الطبق المطهو بشكل فردي/عرض الطبق بشكل ثنائي مع مدون آخر/ عرض الطبق مع ضيوف، أخرى.
14. فئة التفاعل مع المنشور: إعجاب/ تعليق.
15. فئة عدد المنشورات في اليوم: مرة يوميا/ مرتين يوميا/ ثلاث مرات يوميا / أربع مرات وأكثر.
16. فئة العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية في المنشور الواحد لعينة الدراسة على (الإنستغرام)، لمعرفة مدى وعيه في استخدام هذه المكونات التي تعد رموزا للهوية الفلسطينية: خارطة فلسطين، علم فلسطين، تطريز فلسطيني، كوفية، التصميم الداخلي للمطبخ (الديكور)، أدوات الطهي المستخدمة من المدون.

القسم الثاني: فئة الشكل:

1. فئة الوسائط المتعددة: ويقصد بها العناصر السمعية والبصرية التي وظفها مدون الطعام الفلسطيني في منشوراته، وتهدف إلى معرفة مدى ارتباط محتوى الصورة أو الفيديو مع شخصية المدون. وتشمل: نص وصورة، صورة وتتضمن: (صورا فوتوغرافية، إنفوجرافيك، تصميم جرافيك، رسوما بيانية)، ريلز، كاريكاتير، فيديو مصور، فيديو مع موسيقا، تسجيل صوتي (بودكاست)، وأخرى.
2. فئة الصور وتهدف إلى تحليل الصور وارتباطها بالأنشطة التي يقوم المدون بنشرها: صور شخصية، صور أطباق فلسطينية، صور أطباق غربية، صور أطباق عربية، صور أطباق شرقية، صور أطباق بمناطق تراثية أو تاريخية، صور أطباق غربية مقدمة بطابع فلسطيني، أخرى.
3. صور أطباق فلسطينية: الوصفات المعروفة بانتمائها للمطبخ الفلسطيني مثل المسخن، المقلوبة أو الزعتر... إلخ.
4. صور أطباق غربية مقدمة بطابع فلسطيني، من المعروف أن صناعة الخزف منتشرة في مدينة الخليل، وانتشرت الأطباق التي تميزها الزخارف المصنوعة يدويا في مدينة الخليل

- وفي مدونات عينة الدراسة استخدمها المدونون للدلالة على الطابع الفلسطيني أو من خلال استخدام سلاسل القش أو زخارف الكوفية على الأطباق المستخدمة على سبيل المثال.
5. صور أطباق بمناطق تراثية أو تاريخية: الوصفات التي يقدمها المدونون ويقومون بتصويرها في أماكن طبيعية داخل فلسطين أو بمناطق أثرية وتاريخية داخل فلسطين وإبراز المكان خلفية للأطباق المقدمة والإشارة إليها بالمحتوى المنشور على مدونته على (الإنستغرام).
6. فئة عدد الصور بالمنشور الواحد: صورة واحدة للطبق، صورتان، ثلاث صور، أربع صور فأكثر.
7. فئة الفيديو في المنشور الواحد: فيديو مع صور، فيديو فقط.
8. فئة مدة الفيديو في المنشور الواحد: أقل من دقيقة، دقيقة، أكثر من دقيقة، أكثر من خمس دقائق.
9. فئة عدد المشاهدات في الفيديو بالمنشور الواحد: تهدف إلى معرفة مدى التفاعل في الفيديو بالمنشور الواحد ومقارنتها مع عدد التفاعل مع الصور.
10. فئة الموسيقى المستخدمة والمرافقة للفيديو المصور: موسيقا شعبية، موسيقا عربية، موسيقا غربية، أغان وطنية، أغان تراثية، أخرى.
11. فئة العناصر التفاعلية: وتعني العناصر المساندة للنص التي وظفها مدون الطعام لزيادة التفاعل والقيام بإجراء من الجمهور، التي تمكن القارئ من زيادة معرفته حول موضوع ما من خلال الانتقال إلى صفحات أخرى بمجرد النقر عليها، وتشمل: الرابط الإلكتروني في Bio الخاص بالمدون، الإشارة إلى الوصفة بالهايلات highlight، الوسم (hashtag)، الإشارة (mention)، الأيموجي، أخرى.
12. فئة الاقتباسات: تستخدم هذه الفئة لحصر نقل الأقوال عن مصادرها.
13. فئة اتجاه اللغة: وتعني الاتجاه الذي تضمنته لغة الرسالة في منشورات مدون الطعام الفلسطيني على منصته، من أجل تحديد الجمهور المستهدف: لغة عربية، لغة إنجليزية، لغة عربية وإنجليزية، أخرى.

ملحق (2)

لجنة تحكيم استمارة تحليل المضمون

الجامعة	التخصص	الاسم	الرقم
جامعة النجاح الوطنية	اعلام رقمي	الدكتور فريد أبو ضهير	1
الجامعة العربية الأمريكية	اعلام واتصال	الدكتور شادي أبو عياش	2
جامعة النجاح الوطنية	علاقات عامة واتصال	الدكتور حافظ أبو عياش	3

ملحق (3)

تعريف شخصيات المقابلات

محمد سبيطة: مدون طعام فلسطيني، درس الترجمة والأدب الإنجليزي وعمل فيها حتى بدأ بالتدوين عن الطعام عام 2020م، وسبيطة من موالد مدينة غزة-فلسطين ويقيم منذ خمس سنوات في لندن-بريطانيا، ويعد من أشهر الشيفات متابعة في الوطن العربي، إذ يتابعه أكثر من سبعة ملايين متابع على مختلف منصاته الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي، وحصدت فيديواته التي يقوم بنشرها على ملايين المشاهدات.

هبة الجيطان: مدونة طعام فلسطينية، حاصلة على شهادة البكالوريوس في القانون وشهادة الماجستير في حقوق الإنسان من جامعة بيرزيت، والشيف جيطان من مواليد مدينة القدس المحتلة- فلسطين، وتقيم في مدينة رام الله.

هيفاء عودة: مدونة طعام فلسطينية، حاصلة على جائزة أفضل مدونة طعام ثقافية لعام 2019م من مجلة SAVEUR المتخصصة في مجال الطعام، وأصدرت كتاب باللغة الإنجليزية بعنوان "العشاء في فلسطين"، ولدت عودة وترعرعت في الولايات المتحدة الأمريكية وتعود أصولها إلى مدينة رام الله.

فداء أبو حمديّة: شيف فلسطينية وكاتبة متخصصة في الطعام، حاصلة على شهادتي البكالوريوس والماجستير في فن وعلوم الطهي من جامعة بادوفا في إيطاليا، وحملت أطروحتها عنوان "الأكل الفلسطيني بين الوطن والشتات"، وفي عام 2016م أصدرت بالتعاون مع صديقتها الإيطالية كتابا بعنوان " الطبخ الشعبي الفلسطيني" باللغة الإيطالية، وتعمل مدرسة في تخصص فن الطعام والشراب في الكلية الذكية للتعليم المهني الحديث في مدينة الخليل، وهي ناشطة في توثيق الطعام الفلسطيني، كما أنها كاتبة متخصصة في المجال إذ تنشر مقالات في زاوية أسبوعية بعنوان "الطعام والهوية" في إحدى الصحف المحلية الإيطالية تتحدث فيها حول المطبخ الفلسطيني.

حمزة العقرباوي: باحث وكاتب في مجال الموروث الشعبي الفلسطيني، وحكواتي فلسطيني، شارك في مهرجان الحكايا في أكثر من عاصمة عربية، وهو عضو في فريق "حكايا فلسطين" ومقدم لبرامج مصور "خريفية" حول التراث الفلسطيني، وله أبحاث ومقالات منشورة حول التراث الشعبي الفلسطيني والذاكرة الجمعية الفلسطينية، والعقرباوي حاصل على شهادة البكالوريوس في علم الإدارة من جامعة النجاح الوطنية، ويعمل حاليا في إعداد مشروع تعليمي

مرتبط بالأرض والتقويم الشعبي المرتبطين برصد حركة النجوم وتقلباتها في السماء ورصد فعل الفلاح الفلسطيني عبر مواسمه على الأرض.

أحمد القاضي: منسق الرصد والتوثيق في المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي-حملة، حاصل على شهادة الماجستير في الدراسات الإسرائيلية من جامعة بيرزيت، وكاتب في الشؤون الفلسطينية/ الإسرائيلية.

سعيد أبو معلا: عضو هيئة تدريسية في كلية الإعلام الرقمي الحديث-الجامعة العربية الأمريكية، باحث في درجة الدكتوراة في تخصص الهويات وشبكات التواصل الاجتماعي، وحاصل على درجة الماجستير في الإعلام الجماهيري، وشهادة البكالوريوس في الصحافة من جامعة النجاح الوطنية، وعمل كاتبا ومحرا صحفيا في العديد من المواقع العربية.

إياد الرفاعي: مدير مركز "صدى سوشال" المختص في الدفاع عن الحقوق الرقمية والمحتوى الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي، وخبير في الشؤون الرقمية، وعمل محرا صحافيا.

ملحق (4)

استمارة تحليل المضمون بعد التحكيم

وحدات التحليل:

تمثلت وحدات التحليل في هذه الدراسة في وحدة المنشورات التي قامت بها عينة الدراسة من مدوني الطعام غي منصة الانستغرام، كاداة للقياس والعد، وقد استقرت الباحثة على التكرار كمقياس لوحدة التحليل.

تحديد فئات التحليل:

ارتبطت فئات التحليل بتساؤلات وأهداف الدراسة، وهي مجموعة من التصنيفات قامت الباحثة بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لتستخدم في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل وإستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر.

أولاً: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟):

❖ فئة طبيعة المنشور: تستخدم هذه الفئة لرصد طبيعة الأطعمة المقدمة من قبل مدون الطعام عبر مدونته على منصة الانستغرام، والتي يركز على تقديمها من خلال محتواه: صورة، فيديو، ريلز، بوست (فيديو مع مجموعة صور).

❖ فئة الهدف من المنشور: تستخدم هذه الفئة لرصد الأهداف التي يريد المدون الفلسطيني بلوغها أو الوصول إليها عن طريق مضمونه ومعالجته خلال تقديم الاطباق المختلفة على منصة الانستغرام:

– أهداف إخبارية وإعلامية: المنشورات التي تقدم معلومات تتعلق بالهوية الفلسطينية والاحداث السياسية وتشمل: تهويد الطعام الفلسطيني، سرقة المأكولات الشعبية الفلسطينية، سيطرة الاحتلال على التراث الفلسطيني، محو الهوية الوطنية الفلسطينية، قضايا وطنية.

– أهداف الحشد والمناصرة: وهي المنشورات التي تهدف إلى خلق رأي عام يدعم ويعزز وجود الهوية الرقمية الفلسطينية.

– أهداف تثقيفية توعوية: وهي المنشورات التي تتناول معلومات من شأنها توعية وتثقيف الأفراد في قضية ما.

– أهداف تجارية -تسويقية: وهي المنشورات التي تتناول معلومات حول منتجات معينة يستخدمها المدون في اعداد اطباقه والهدف منها الترويج والتسويق (هدف ربحي).

– أخرى

❖ فئة أسلوب الرسالة: ويقصد بها الطرق التي اعتمدها مدون الطعام في عرض أفكاره حول الطعام وتعزيز الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية تشمل: أسلوب وطني، أسلوب ثقافي، أسلوب مناقشة/ حوار، أسلوب سياسي، أسلوب ترويجي/ إعلاني، أسلوب استفهامي، أسلوب استنكاري، أساليب أخرى.

❖ فئة القضايا التي تناولتها منشورات مدوني الطعام التي تمثل عينة الدراسة، وتشمل: الهوية الوطنية الفلسطينية، التراث الفلسطيني، عادات وتقاليد، أخرى.

❖ فئة أبرز المصطلحات المستخدمة: تستخدم لرصد الكلمات والمصطلحات الأكثر استخداما على منصات المدونين على الانستغرام الدالة على هويتهم، وتشمل: وصفات طعام فلسطينية، أطباق فلسطينية، تراث فلسطيني، فلسطين، التهجير، وطن، أكل بلدي، طعام فلسطيني، وصفات الأجداد والامهات، الحنين الى الأرض، ثقافة، عادات وتقاليد، هوية فلسطينية، سرقة الطعام، تهويد الطعام، الاحتلال الاسرائيلي، تزوير، محو/ إزالة، الاستيطان، الحرية، لا شيء، أخرى.

❖ فئة الجمهور المستهدف: العرب، فلسطينو الشتات، الأجانب، الفلسطينيون داخل حدود الوطن، كل ما ذكر، غير ذلك.

❖ فئة النشاط الذي تضمنه المحتوى على الصفحة وتهدف الى معرفة أسلوب المدون في نشر مدونته عن الطعام والوصول الى أكبر عدد من المتابعين باستخدامه أساليب الانتشار التفاعلي والترويج للمحتوى: عرض الطبق المطهو بشكل فردي/ عرض الطبق بشكل ثنائي مع مدون اخر/ عرض الطبق مع ضيوف، أخرى.

❖ فئة التفاعل مع المنشور: إعجاب/ تعليق.

❖ فئة عدد المنشورات في اليوم: مرة يوميا/ مرتان يوميا/ ثلاث مرات يوميا/ أربع مرات وأكثر.

❖ فئة العناصر التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية في المنشور الواحد: خارطة فلسطين، علم فلسطين، تطريز فلسطيني، كوفية، التصميم الداخلي للمطبخ، أدوات المطبخ.

ثانيا: فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟):

- ❖ فئة الوسائط المتعددة: ويقصد بها العناصر السمعية والبصرية التي وظفها مدون الطعام الفلسطيني في منشوراته، وتهدف الى معرفة مدى ارتباط محتوى الصورة او الفيديو مع شخصية المدون. وتشمل: نص وصورة، صورة وتتضمن: (صور فوتوغرافية، إنفوجرافيك، تصميم جرافيك، رسوم بيانية)، ريلز، كاريكاتير، فيديو مصور، فيديو مع موسيقى، تسجيل صوتي (بودكاست)، وأخرى.
- ❖ فئة الصور وتهدف الى تحليل الصور وارتباطها بالانشطة التي يقوم المدون بنشرها(شكل الاطباق المقدمة): صور شخصية، صور أطباق فلسطينية، صور أطباق غربية، صور أطباق عربية، صور أطباق شرقية، صور أطباق بمناطق تراثية او تاريخية، صور أطباق غربية تحمل الطابع الفلسطيني، أخرى.
- ❖ فئة عدد الصور بالمنشور الواحد: صورة واحدة للطبق، صورتان، ثلاث صور، أربعة صور فأكثر.
- ❖ فئة طبيعة شكل الفيديو في المنشور الواحد: فيديو مع صور، فيديو فقط.
- ❖ فئة مدة الفيديو في المنشور الواحد: أقل من دقيقة، دقيقة، أكثر من دقيقة، أكثر من خمس دقائق.
- ❖ فئة الموسيقى المستخدمة والمرافقة للفيديو المصور: موسيقى شعبية، موسيقى عربية، موسيقى غربية، أغاني وطنية، أغاني تراثية، أخرى.
- ❖ فئة العناصر التفاعلية: وتعني العناصر المساندة للنص التي وظفها مدون الطعام، والتي تمكن القارئ من زيادة معرفته بموضوع ما من خلال الانتقال إلى صفحات أخرى بمجرد النقر عليها، وتشمل: الرابط الإلكتروني في Bio الخاص بالمدون، الإشارة الى الوصفة في الستوري story، الإشارة الى الوصفة بالهايلات highlight، الوسم (hashtag)، الإشارة (mention)، الايموجي، أخرى.
- ❖ فئة اتجاه اللغة: وتعني الاتجاه الذي تضمنته لغة الرسالة في منشورات مدون الطعام الفلسطيني على منصته، من أجل تحديد الجمهور المستهدف: لغة عربية، لغة انجليزية، لغة عربية وانجليزية، أخرى.

ملحق (5)

استمارة المقابلات المعمقة لعينة الدراسة وللخبراء والمختصين بعد التحكيم

قامت الباحثة بإجراء عدة مقابلات مع عينة الدراسة وشخصيات مختلفة لتقصي دور مدونو الطعام في حفظ الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، وللبحث في عدد من المحاور التي تصب في صلب الإجابة على أسئلة الدراسة حول الدور الذي تقوم به مدونات الطعام الفلسطينية على منصة الانستغرام في الحفاظ على الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية، من أجل استخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر.

القسم الأول: المقابلات المعمقة لعينة الدراسة

أولاً: مدونو الطعام

الرقم	السؤال	الشخصيات	الشيف هبة جيطان	الشيف محمد سببينة (أبو جوليا)	الشيف هبة عودة
1	ما الدافع وراء ممارستك الطهي؟				
2	ما تعريفك لمدون الطعام؟				
3	متى بدأت التدوين؟				
4	ما المنصات التي تقوم باستخدامها؟				
5	ماهي المنصة الأكثر استخداماً بين تلك المنصات؟				
6	ما السبب وراء تركيزك على استخدام هذه المنصة؟				
7	هل تمتلك مدونة ويب*؟				
8	هل ترتبط مدونة الويب بالمنصات التي تتواجد عليها؟				

الرقم	السؤال	الشخصيات	الشيف هبة جيطان	الشيف محمد سببته (أبو جوليا)	الشيف هبة عودة
9	ما الذي يميز مدون الطعام الفلسطيني عن غيره من مدوني الطعام في العالم؟				
10	من جمهورك المستهدف؟				
11	ما هي اللغة التي تستخدمها للتدوين عن الطعام؟				
12	ما التوقيت الذي تقوم باختياره عند النشر؟				
13	ما هو شكل المحتوى الذي تقوم باستخدامه في صياغة رسالتك الرقمية (ريلز، فيديو، صورة)؟				
14.	ما المضامين التي تركز عليها في التدوين عن الطعام الفلسطيني؟				
15.	هل تعرضت لتضييق على المحتوى؟				
16.	هل تعرضت لانتهاك رقمي ضمن (تقييد المحتوى الفلسطيني) على أي من المنصات التي تستخدمها؟ او على منصة انستغرام؟				
17.	هل برأيك الطعام ضمن دائرة الاستهداف الإسرائيلية؟				
18.	كيف يحارب الاحتلال الإسرائيلي الهوية الفلسطينية من خلال الطعام الفلسطيني؟				
19.	ما مدى تجاوب الجمهور مع مدونتك على الانستغرام؟ وتفاعلهم لما تقوم بنشره؟				

الرقم	السؤال	الشخصيات	الشيف هبة جيطان	الشيف محمد سبيبة (أبو جوليا)	الشيف هبة عودة
20.	هل ترى نفسك كمدون عن الطعام يقع على عاتقك مسؤولية تكريس الهوية الفلسطينية من خلال الطعام؟				

*نوع من أنواع مواقع الويب يكون على شكل مدونة، حيث يظهر المحتوى الذي يتم إدخاله سواء من شخص أو من مجموعة أشخاص بترتيب زمني عكسي من الاحداث الى الأقدم، ويتم تحديثها بانتظام والمدونات نوع من مواقع الويب).

ثانياً: مقابلات المختصين والخبراء

الرقم	السؤال	الشخصيات
1.	كيف يساهم التدوين عن الطعام في بناء الهوية الوطنية الفلسطينية؟	
2.	متى بدأ الفلسطينيون في إدراك أهمية توثيق المطبخ الفلسطيني؟	
3.	ما مدى ارتباط انثروبولوجيا الطعام بالذاكرة الجمعية الفلسطينية؟	
4.	كيف تصبح الأطباق ظاهرة ثقافية تعكس مدى ارتباط الانسان بوطنه؟	
5.	ما تعريفك لمفهوم تهويد الطعام؟	
6.	ما هدف الاحتلال الإسرائيلي من الاستيلاء على الهوية الفلسطينية الاثنية من خلال تهويد المطبخ الفلسطيني؟	
7.	كيف يمكن اعتبار التدوين عن الطعام فعل مقاومة؟	
8.	ما دور مدونات الطعام الرقمية في تشكيل مفهوم الأثنوغرافيا المرئية؟	

الرقم	السؤال	الشخصيات
9.	هل نتعرض كفلسطينيين الى عملية محو ثقافي رقمي؟	
10.	ما الاليات المستخدمة في عملية المحو الثقافي الرقمي التي يتعرض لها الفلسطينيون؟	
11.	كيف نستعيد أهمية الطعام في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية؟	

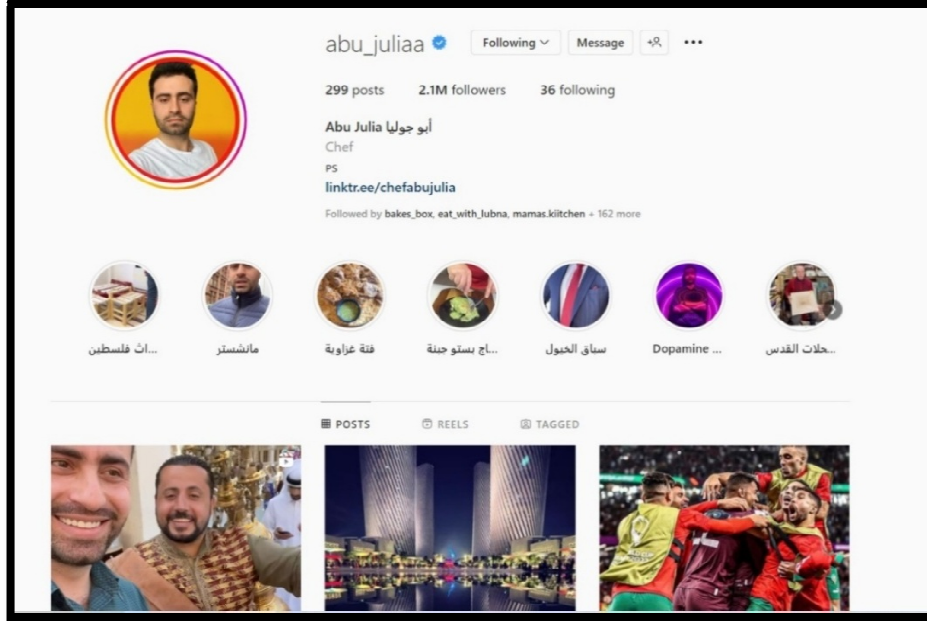
ثالثاً: خبراء رقميين ومختصين بالحقوق الرقمية

الرقم	السؤال	الشخصيات
1.	ما هي الهوية الرقمية الفلسطينية؟	
2.	كيف نحافظ على الهوية الوطنية الرقمية الفلسطينية؟	
3.	هل برأيك استطعنا كفلسطينيين تشكيل هوية رقمية في هذا الفضاء الرقمي المتسارع؟	
4.	اذا كان الجواب لا، فما هي الأساليب الأكثر فاعلية في تشكيل الهوية الرقمية؟	
5.	ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل هوية وطنية رقمية فلسطينية؟	
6.	هل استطاع مدونو الطعام الفلسطينيون صياغة رسالة رقمية ساعدت في بناء الهوية الوطنية الرقمية؟	
7.	ما الأساليب التي تتبعها منصات التواصل الاجتماعي في التضييق على المحتوى الرقمي الفلسطيني؟	
8.	ما المهارات الرقمية التي يجب أن تتوفر في مدون الطعام	

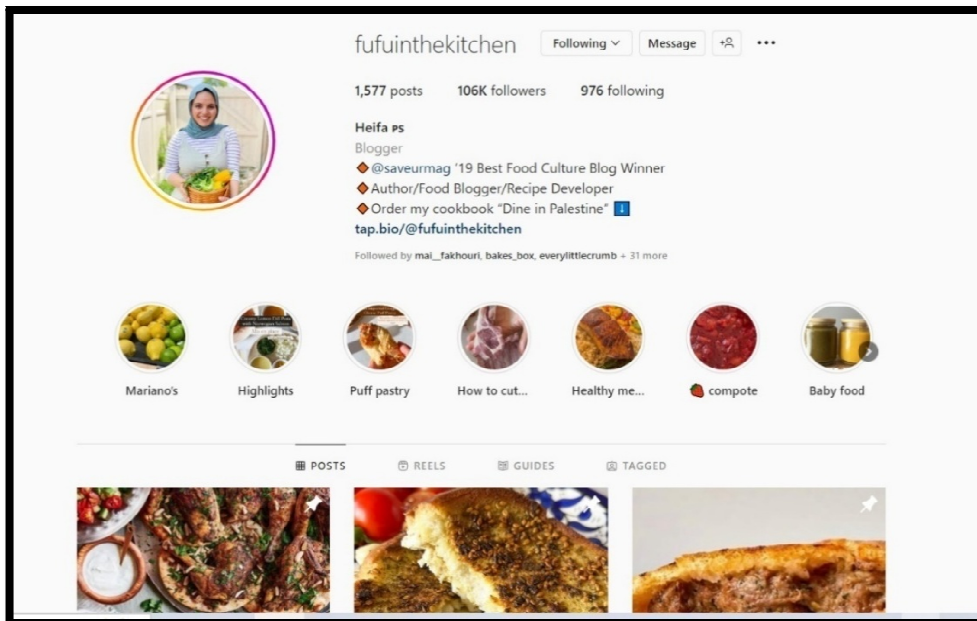
		الفاططننن لكن نقرموننا بنترسفن هونون وطننون رقمونون فاططننون للطعام الفاططننون؟	
	9.	ما الاسباب وراء تقننن المحتونون الرقمنون الفاططننون؟	
	10.	ما هونون الحقوق الرقمنون الفاططننون؟	
	11.	هل الاحتلال الاسرائنلن ننتهك الحقوق الرقمنون الفاططننون؟	
	12.	هل تعرضت مدوننن الطعام الفاططننون لآون من هونون التظنننقنننات على الانستغرام؟	
	13.	هل وصلتكم اونون بلاغات بشأن تلك الانتهاكات؟	

ملحق (6)

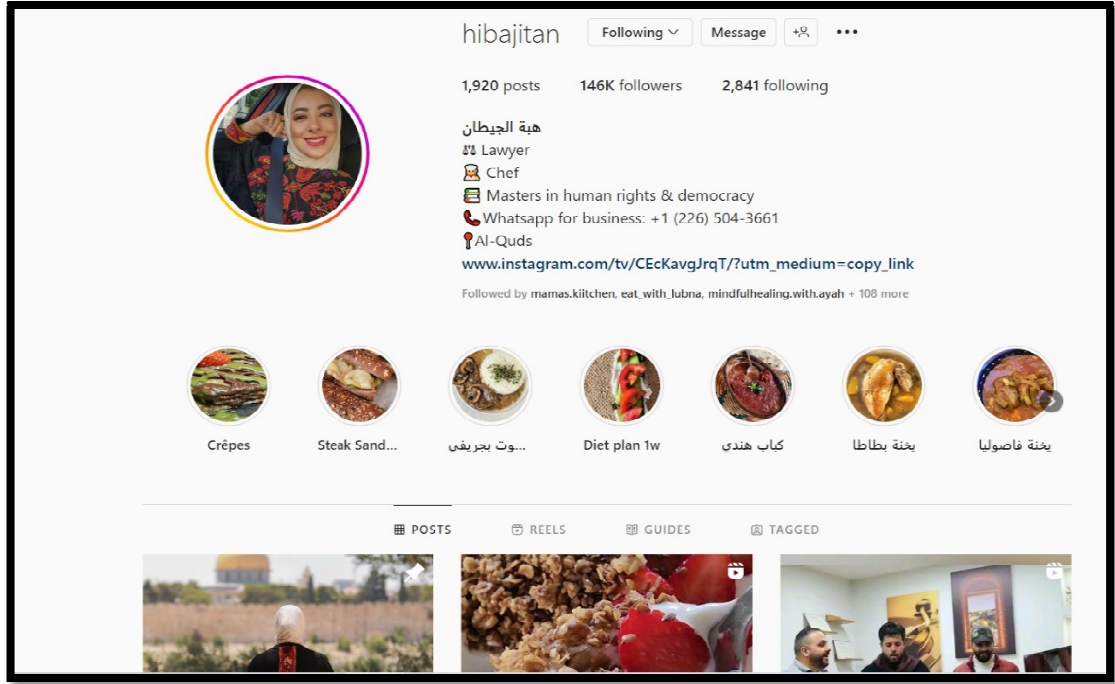
صور البطاقة التعريفية (BIO) لعينة الدراسة على الانستغرام



صورة (1): صفحة المدون محمد سبيته (أبو جوليا) على منصة الإنستغرام، التقطت بتاريخ 2022 /12/10



صورة (2): صفحة المدونة هيفاء عودة على منصة الإنستغرام، التقطت الصورة بتاريخ 2022/12/10

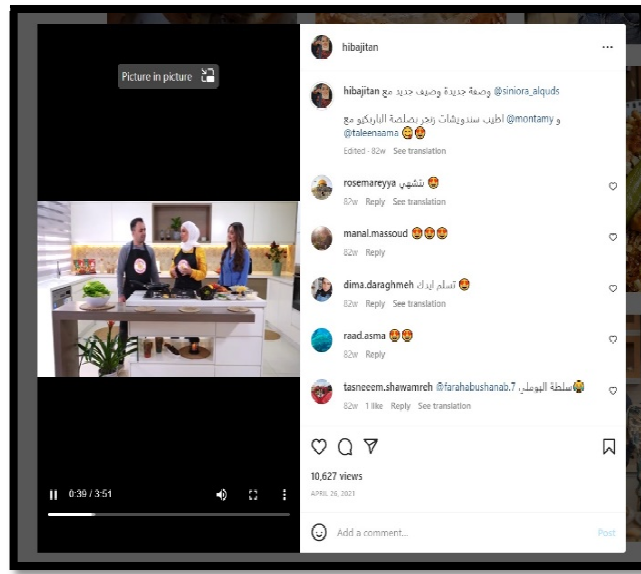


صورة (3): صفحة المدونة هبة الجيطان على الإنستغرام، التقطت بتاريخ 2022/12/10

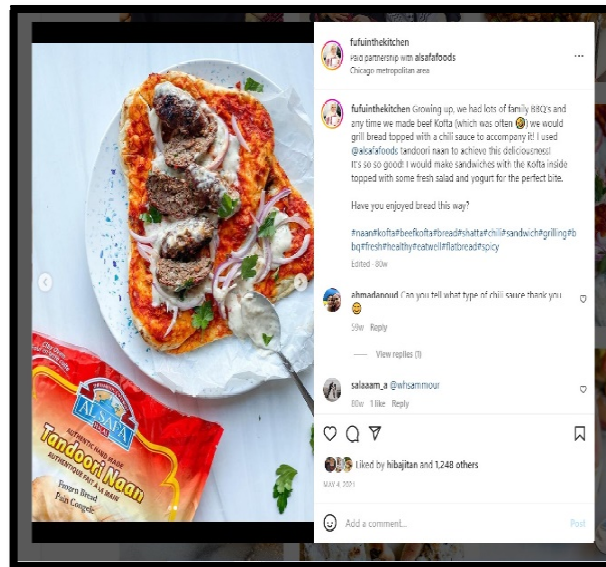
ملحق (7)

صور بعض من منشورات المدونين توضح فئات التحليل

– صور أهداف المنشورات التي قدمتها عينة الدراسة في منشوراتها على الانستغرام كما جاي في جدول رقم (5):



صورة (1): الأهداف التجارية والتسويقية للمحتوى المنشور من صفحة المدونة هبة الجيطان



صورة (2): الأهداف التجارية والتسويقية للمحتوى المنشور من صفحة المدونة هيفاء عودة

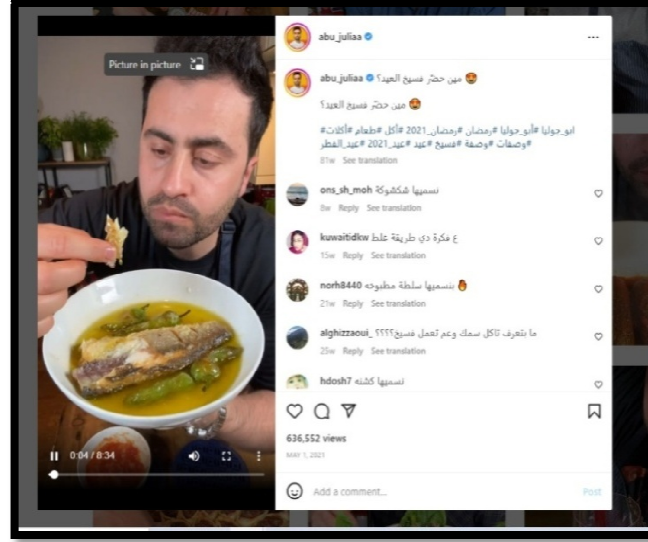


صورة (3): الأهداف التثقيفية والتوعوية للمحتوى المنشور من صفحة المدون محمد سيبة (أبو جوليا)



صورة (4): أهداف الحشد والمناصرة للمحتوى المنشور من صفحة المدونة هبة الجيطان

– صور توضح القضايا التي تضمنتها منشورات عينة الدراسة على الانستغرام كما هو موضح في جدول رقم (7):

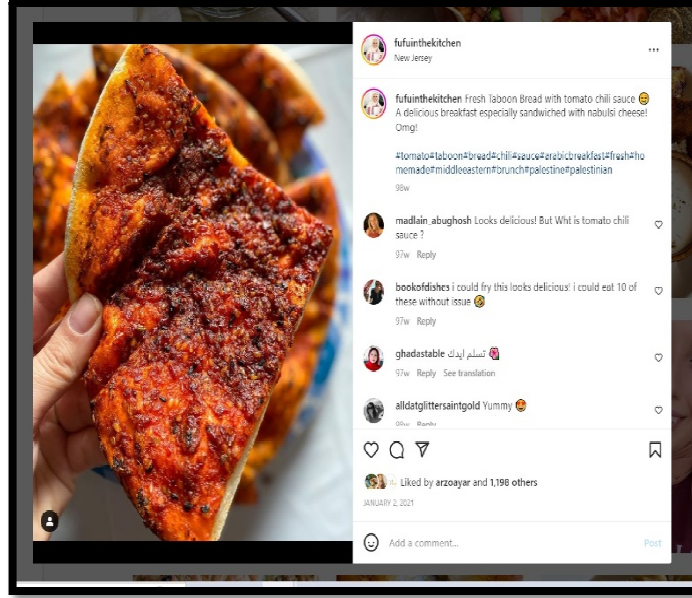


صورة (5): قضايا التراث الفلسطيني وقضايا العادات والتقاليد من صفحة مدون الطعام أبو جوليا



صورة (6): قضايا التراث الفلسطيني وقضايا العادات والتقاليد من صفحة مدونة الطعام هبة الجيطان

– صور توضح فئة المصطلحات التي استخدمتها عينة الدراسة للدلالة على الهوية الوطنية الفلسطينية في منشوراتهم على الانستغرام، كما هو موضح في جدول رقم (8):



صورة (7): مصطلحات تدل على فلسطين ووصفات الأمهات والأجداد من صفحة المدونة هيفاء عودة

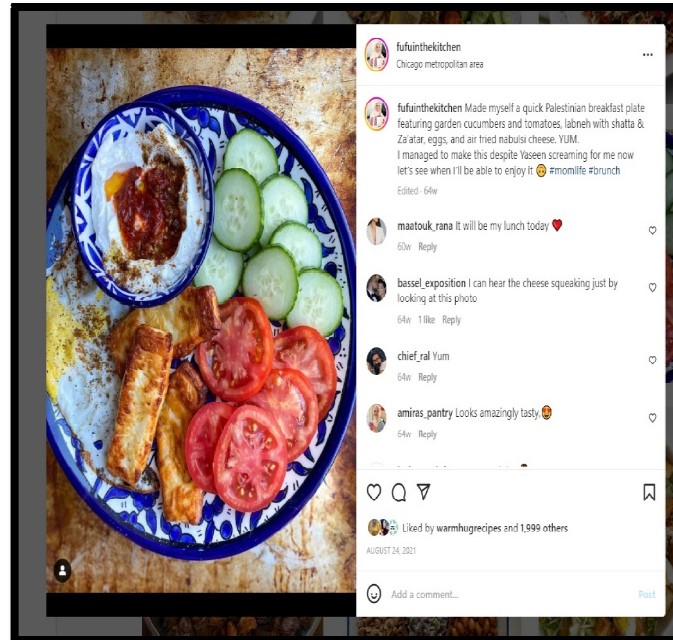


صورة (8): مصطلحات تدل على فلسطين ووصفات الأمهات والأجداد من صفحة المدونة هبة الجيطان

— صور فئة العناصر التي تدل على الهوية الفلسطينية في منشورات عينة الدراسة على الانستغرام:



صورة (9): العناصر التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال التطريز الفلسطيني من صفحة المدونة هبة الجيطان



صورة (10): العناصر التي تدل على الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال أدوات المطبخ من صفحة المدونة هيفاء عودة

Abstract

This thesis aimed to identify how Palestinian 'food bloggers' use social media in preserving the Palestinian digital national identity, through the Instagram platform as a case study. It also aimed to know the form and nature of the content provided by bloggers in an attempt to know the methods and elements used by bloggers in presenting their recipes, in order to monitor the techniques used in their content via Instagram. The thesis also analyzed the content, how it is presented, and the most prominent issues and terms used to denote the Palestinian national identity, based on social role theory.

This study is descriptive analytical. The researcher used the content analysis tool in both its quantitative and qualitative parts, and two main tools to answer the questions of the study and achieve its objectives, namely the content analysis form tool for the study sample consisting of 152 publications which were selected following the repeated course method from the study sample population for the posts of the three pages of Palestinian food bloggers on Instagram: (Muhammad Sbeita 'Abu Julia', Haifa Odeh, Heba Al-Jitan) in the time period located January 1, 2021 AD - December 31, 2021 AD, And the long interview conducted by the researcher with specialists and experts in digital media, anthropology and food, and the study sample.

The study concluded a set of results, the most important of which are:

The bloggers were able to convey their Palestinian national identity when applying recipes from the Palestinian cuisine through the nature of the elements used in the publication and the nature of the terms used. The results concluded that the study sample employed interactive elements of pictorial symbols, tags, links and references when dealing with national or

political issues related to the Palestinian cause, or when presenting Palestinian dishes.

The study also concluded that bloggers used the marketing and promotion methods in their Instagram posts in the first place, and there was a weakness in employing the national and political style, the style of mobilization and advocacy, and the news style when presenting dishes and recipes in their posts, and limiting this to issues related to Palestine, especially in the time period of the study, where the occupied territories witnessed many political events, including the events of Sheikh Jarrah in May 2021, and the war on Gaza in the same year.

The results of the study also showed that Palestinian food bloggers adopted the picture in the form of content in the first place and long videos (IGTV) in the second place. The researcher found that the study sample employed elements, symbols and terms in determining the identity of Palestinian dishes and recipes that they serve within different forms of content (Reels, IGTV video, image), but most of them did not rely on publishing a variety of content that suits the changing characteristics of Instagram.

The study concluded with a set of results, the most important of which is that despite bloggers' awareness of the importance of Instagram in highlighting Palestinian cuisine, and their knowledge of the importance of showing their Palestinian identity through food recipes, emphasizing Palestinian dishes came in third place, while Arab and foreign dishes occupied higher rankings. The study results indicated that despite bloggers' awareness of their role in preserving Palestinian national identity through food, and the importance of food in cultural heritage, their goals were mainly commercial and marketing-oriented or aimed at presenting recipes. Furthermore, the results showed that their marketing and promotional style

in their Instagram posts came in first place, while the national and political style, as well as news and public support methods, came in lower ranks.

The study results indicated that all Palestinian bloggers were subjected to digital content restrictions. The study also found a weakness in addressing topics related to Palestinian collective memory and its components, and a lack of in-depth coverage of the content related to the Israeli occupation's theft of Palestinian food. The results of the analysis and in-depth interviews also concluded that Palestinian cuisine is subjected to a cultural erasure process by the Israeli occupation, and that blogging about food is an act of resistance.