



السلطة الوطنية الفلسطينية
المكتب الإعلامي الحكومي

الأداء الإعلامي

خلال الحرب على قطاع غزة

د.حسن محمد أبو حشيش

رئيس المكتب الإعلامي الحكومي

رجب 1432 هـ - يونيو 2011م
غزة - فلسطين

إصدارات ومنشورات المكتب الإعلامي الحكومي

الدوريات:

1. النشرة الإخبارية (يومية).
2. صحيفة الرأي الحكومية (أسبوعية).
3. الإيجاز الحكومي (مترجم-أسبوعي).
4. التقرير الشهري لحالة الحريات الإعلامية.

الكتب:

1. الإعلام والأمن . . تكامل أم تضاد؟
2. الدليل الإعلامي الفلسطيني .
3. التجربة الإعلامية خلال الحرب على غزة وفلسفة الأداء الإعلامي .
4. الإعلام وقضايا المجتمع .
5. ذاكرة التاريخ (إلكتروني) .
6. ميثاق الشرف الصحفي .
7. سفراء صفار .
8. أربعة أعوام على حكم حماس .
9. الخطوط العريضة لمسيرة الحكومة الفلسطينية أرقام وإحصائيات .

تحت الطبع:

1. "أسرى الحرية .. آلام وآمال" .
2. "القدس .. تهويد ممنهج" .

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

(27-12-2008م / 1-1-2009م)

د. حسن محمد أبو حشيش
رئيس المكتب الإعلامي الحكومي

رجب 1432 هـ / يونيو 2011م
غزة - فلسطين

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدِ جَمَعُوا لَكُمْ فَاجشَوْهُمْ

فَزَادَهُمْ إِيمَانًا وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ}

سورة آل عمران (173)

الإهداء

❖ إلى شهداء وزارة الداخلية ونخص منهم الشهيد القائد سعيد صيام وزير الداخلية ، واللواء توفيق جبر قائد عام الشرطة الفلسطينية، والعقيد إسماعيل الجعبري قائد جهاز الأمن والحماية، والمقدم محمد الأشقر نائب قائد جهاز الامن والحماية،،

❖ إلى الشهيد القائد المرابي أ.د. نزار ريان،،

❖ إلى روح القائد المؤسس والشيخ الجليل محمد حسن شمعة (أبو حسن)،،

❖ إلى شهداء الحركة الإعلامية،،

❖ إلى الشعب الفلسطيني؛ عرفاناً بالجميل لحمايته المقاومة واحتضانه للحكومة،،

نهدي هذا الجهد

محاوور الءراسة :

- 1- مقءمة : ءول أهمة الإءلام فف السلم والءرب .
- 2- الاسءءاء الإءلامف قبل الءرب .
- 3- الإسءراءففة الإءلامفة فف فءرة الءرب .
- 4- عمل الناطقفن الإءلامفن .
- 5- ظهور القفاءاء السفسفة والءكومفة فف الإءلام .
- 6- ءور الإءلام الءماهفر فف الءرب .
- 7- الءرب النفسفة والءءائفة فف الءرب
- 8- مءءاءاء الءطاب الإءلامف للنصر والصموء .

مقدمة :

أهمية الإعلام في السلم والحرب :

لاشك أن الحديث حول الإعلام وإدارته في حرب الفرقان هو شأنك ومعقد وجدلي : بمعنى أنه يثير سؤالاً كبيراً حول من يؤثر في الآخر الإعلام أم الواقع ؟

وواقع الأمر أن هذه السطور غير كافية لوضع الإجابات الشافية لما هو مطلوب , ولكنها محاولة لإثارة العقول حولها , واستفزاً للطاقت العلمية والبحثية تجاهها... لذا جاءت هذه الدراسة على شكل خطاب مركز محدد بعيداً عن الاستغراق الإنشائي الطول , أو الزيادات غير المثمرة .

وبالإمكان القول أن التعامل مع وسائل الإعلام بات يشكل ضرورة من ضروريات الحياة اليومية , ولا أعتقد أنني أكون مبالغاً إذا ما اعتبرت الأمر من الحاجات الأساسية المرتبطة بوجود الإنسان من عدمه كالماء والهواء والتكاثر... وذلك لتطور الهائل والكبير في وسائل الإعلام وتنوعها , ولأدائها دوراً أساسياً في تذويب

الحدود ، واختراق الثقافات ، والخصوصيات ، لدرجة أن العالم اليوم بمكوناته البشرية والمادية أصبح متجاوزاً للقرية والغرفة الكونية إلى قرار بالضغط على أزرار تشغيل الأجهزة الإعلامية الالكترونية من تلفاز وإذاعة وانترنت ... من قبل أي شخص مهما كان عمره أو علمه أو ثقافته أو كيانه ... فيطلع ويعرف ويقلب ويتجول في رحاب العالم ، والتعرف على كل شيء بسوئه وحسنه ، وبأضراره ومنافعه... كل ذلك جعل وسائل الإعلام بكافة أنواعها من أهم الأساليب والصادر التي يتم الاعتماد عليها في تطوير الذات ، وبناء الأسرة ، وتدعيم أركان المجتمع ، ونسج علاقات بين الدول في السلم والحرب .

وتنبع أهمية الإعلام من كونها تعمل على تزويد الفرد والأسرة والمجتمع بالأخبار والعلوم بشكل مستمر غير منقطع ، وتحللها وتفسرها وتشرحها ، وتوضح أسباب حدوثها ، وتكشف عن خباياها، وتبين العلاقات بين الأحداث ، وتعمل على توجيههم وإرشادهم لتبني مواقف وسلوكيات بعينها، ويتركوا غيرها، كما وتسعى إلى تثقيفهم بالمعارف والحضارات القديمة والجديدة ، الوطنية والعالمية ، وتقدم لهم ما يُروح عنهم ، ويرفهم ويسليهم، ويرفع عنهم عناء وهموم العمل والحياة ، إضافة إلى مساعدتهم في تبني سلوكيات شرائية معينة ، وتبني مواقف خدمية وفكرية محددة تنسجم مع تطلعاتهم وميولهم وأفكارهم ، وذلك من خلال حملات الإعلانات المتنوعة.

وهكذا نجد أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في التنشئة والتربية والتنمية والتطوير العام في كافة مجالات الحياة.

ورغم هذه الوظائف المهمة لوسائل الإعلام إلا أن لها خطورة بالغة ومؤثرة في حياة الناس ، ونبعت هذه خطورة من عظم الوظائف سالفة الذكر : حيث دفعت الفرد وهو المكون الأساس للأسرة والمجتمع إلى الاعتماد الكبير والمتزايد في تحقيق أمور يومية، وقضاء حاجاته... على وسائل الإعلام ، لدرجة أن الأمر وصل إلى التسوق وهو في المنزل. ودخلت وسائل الإعلام لغرف النوم ، وغرف ألعاب الأطفال. و إلى السائق في سيارته ، والفلاح في حقله ، والطالب في مدرسته وجامعته ، والمرأة في بيتها ، والرجال في أعمالهم على تنوعها.

وحتى نستوعب ونُدرك ونُدلل على الأهمية والخطورة للإعلام فإننا نسوق هنا جملة من الخصائص يتصف بها الإعلام بشكل عام:

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

- 1- القدرة على الاستحواذ على الرأي العام لأن بإمكانه أن يتعرض إلى وسائله في المكان المناسب والوقت المناسب ولا يذهب له.
 - 2- يجعل الإعلام الإنسان يُسخر أهم حواسه وأدواته كالسمع والبصر والقراءة والفهم والإدراك... وذلك من أجل توفر أكبر قدر ممكن من المعلومات.
 - 3- القدرة على التكرار والإعادة وتقديم الموضوع الواحد بأشكال متعددة. مما يُسهل الالتقاء بالجماهير ويعتمد عليه عدد كبير من الناس.
 - 4- تنوع البرامج الإعلامية بين الخيال والواقع.
 - 5- حرية التعرض من قبل الجمهور والتنقل بين الوسائل والأدوات.
- كل ذلك جعل الإعلام واستخداماته عنصراً أساسياً في العلاقات بين الدول سواء كانت في حالة حرب وصراع ، أم سلم وتصالح ، أم حالة لا سلم ولا حرب. وعلى وجه الخصوص بات الإعلام بأدواته المختلفة سلاحاً هاماً وخطيراً من أسلحة الحروب لا يمكن التخلي والاستغناء عنها ... الأمر الذي وجدناه وعاشناه واقعاً ملموساً ومنظوراً خلال حرب الاحتلال الصهيوني على قطاع غزة ، حيث كانت المعركة الإعلامية جنباً إلى جنب مع المعركة العسكرية ، وفي أوقات عديدة تفوقت عليها ، واكتسبت أهمية زيادة ، بل وانفردت في أوقات أخرى لتُمارس ضغطاً وتضليلاً لعلها تحقق انهياراً نفسياً ، واستسلاماً يجلب نصراً للاحتلال بأقل الخسائر المادية والعسكرية . لذلك من المهم ألا تغيب دراسة الإعلام في المعركة والعدوان عن أي بحث أو ندوة أو مؤتمر علمي ، أو تقييم ومراجعة وتصحيح أوضاع .

أولاً:

الاستعداد الإعلامي الفلسطيني قبل الحرب:

ما مدى استعداد الفلسطينيين إعلامياً قبل شن الاحتلال الصهيوني حربه وعدوانه؟

سؤال يتكرر عند كل حديث، وبين يدي أي دراسة وبحث يتناول فترة الحرب على غزة.

وتكراره هنا أساس ومهم لأن الإجابة عليه تُساعد كثيراً في تشخيص الأداء الإعلامي في المعركة. فلقد أفادت مضامين ورش العمل والندوات والتجارب الشخصية التي نظمتها العديد من المؤسسات الرسمية والأهلية في قطاع غزة بعد وقف العدوان: أن طبيعة الحرب كانت غير مسبوقة، ولم تكن متوقعة في حجمها وشراستها، وبالتالي الاستعداد الذي كان في كافة القطاعات بما فيها الإعلام لم يكن بالمستوى المطلوب، ولم يكن بمستوى الحدث. (يوم دراسي نظمته وزارة الإعلام في غزة حول التجربة الإعلامية في الحرب) وفي هذا السياق جاء في وثائق ودراسات تقييمية لحركة حماس غير منشورة: "لم يتم إعداد خطة مسبقة لمواجهة الأزمات المتوقعة كالحرب التي شنت على قطاع غزة بسبب عدم تأكيد المؤشرات الدالة على ذلك، حيث لم نطلع على أي تقارير أمنية تفيد بتوقع طبيعة الحرب الأخيرة حتى نبني عليها أي خطة". وفي وثيقة أخرى لحماس غير منشورة

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

حول الموضوع تم التأكيد على عدم وجود خطة طوارئ عامة مسبقاً لمواجهة الظروف الصعبة كما حدث في الحرب, رغم وجود مؤشرات قوية توحى بتصعيد خطير مقبل. وفي سؤال تم توجيهه للعديد من الناطقين الإعلاميين الرسميين (طاهر النونو الناطق باسم الحكومة , وفوزي برهوم الناطق باسم حركة حماس على سبيل المثال لا الحصر) هل كنتم تتوقعون هذه الحرب ؟ فكانت الإجابة مُتشابهة في مضامينها , حيث أكدوا المعنى التالي : : أن الأداء الإعلامي هو ترجمة للعمل السياسي , والرؤية السياسية حول الحرب كانت مستبعدة , ولم يكن توقع للحرب بطبيعتها التي حدثت وبصورتها الوحشية , ولم تصل تقارير أمنية وسياسية تُفيد وتُشير بسيناريوهات التطورات السياسية سواء باتجاه الحرب التي وقعت أو بغيرها. هذا التشخيص الموضوعي والصريح يسوقنا إلى طبيعة الاستعداد المسبق على الصعيد الإعلامي , حيث أكدت المعاشة والملاحظة والاستماع للمُدخلات: أن فصائل المقاومة وأدواتها الإعلامية ونتيجة لضبابية الاستقرار السياسي والأمني المسبق لم تقم بالاستعداد الموازي والكافي , واقتصر موقفها على تجهيز أماكن عمل بسيطة كبديل , وتشكيل فرق إعلامية للتحرك في حالة وجود أي خطر أو اعتداء تقليدي واعتيادي كالذي يحدث بشكل مستمر , ربما ترتفع درجة خطورته أو تقل حسب سخونة الأوضاع الأمنية . وهكذا لم يتوقع الفلسطينيون طبيعة الحرب , مما نتج عنه عدم استعداد إعلامي مسبق , قادر على المواجهة .

ثانياً

الإستراتيجية الإعلامية في فترة الحرب:

ونظراً لشراسة المعركة , وعدم أخلاقيات العدوان , وفقدان المعركة لأبسط مظاهر الإنسانية, فقد كانت الضربة شديدة , وقوية , مَسَّت العصب فأربكت في البداية الأداء الإعلامي , وكانت الصدمة ليست سهلة ... رغم هذه الصعوبة إلا أن العمل الإعلامي بشكل عام , ومضامين الرؤية الإعلامية المرتبطة بالموقف السياسي مرت بثلاث مراحل :

المرحلة الأولى :

حيث شكَّلت الضربة الأولى التي شنتها قوات الاحتلال نوعاً من المفاجأة من حيث حجمها ووحشيتها وآليتها وعدد الشهداء , وأعطت مؤشراً عن بداية مرحلة جديدة من العدوان مختلفة تماماً عن سابقتها . وفتحت على الفلسطينيين مجالات الإعلام على مصراعيها فكان الخطاب الإعلامي يركز على :

- 1- إدانة الجريمة البشعة ونعي الشهداء.
 - 2- تحميل الاحتلال مسؤولية تداعيات ما حدث.
 - 3- تكتيف الخطاب التعبوي لمواجهة العدوان.
 - 4- إتباع أسلوب الخطاب الثأري والثوري لرفع الهمة وتجاوز آثار الضربة.
 - 5- العمل على رفع الروح المعنوية للمواطنين في الجبهة الداخلية.
 - 6- الدعوة إلى الوحدة لمواجهة العدوان والالتفاف حول خيار المقاومة.
 - 7- التأكيد على شرعية المقاومة وضرورة ردها على الجرائم.
 - 8- الدعوة لوقف التطبيع مع الاحتلال وقطع العلاقات الدبلوماسية معه.
- وتميزت هذه المرحلة بالواقع الميداني التالي :

- 1- كافة الوسائل كانت متاحة للتعبير عن وجهة النظر خاصة المؤتمرات الصحفية المباشرة , والخروج المباشر على الفضائيات والإذاعات.

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

2- القدرة النسبية على التحرك والاتصال وإجراء اللقاءات الهاتفية.

3- التواصل النسبي بين المؤسسة الإعلامية وتوزيع الأدوار .

وامتدت هذه المرحلة على مدار الأيام الخمسة الأولى من الحرب.

المرحلة الثانية :

ركز الخطاب الإعلامي في هذه المرحلة على القضايا الآتية على النحو التالي :

1- تعزيز صمود المواطنين وبت الروح والإرادة لمواجهة العدوان.

2- بث رسائل طمأنينة للجماهير العربية على المقاومة وتحريضها للتحرك الشعبي والمظاهرات.

3- العمل على محورين متوازيين الأول كشف بشاعة الجريمة، وبث معاني البطولة.

4- التأكيد على استمرارية عمل الحكومة ودورها وخاصة في منع الاحتكار

ومتابعة الأمن الغذائي والأمن الداخلي والأمن الصحي.

5- تثبيت المواقف السياسية من العدوان والقائمة على وقف العدوان دون قيد أو

شرط والتأكيد على الثوابت الوطنية باعتبارها المستهدف الأول من هذه الحرب.

6- الابتعاد عن الخطاب الفئوي الحزبي إلى خطاب عام باسم الشعب ككل.

7- الابتعاد عن الدخول في الخلافات الداخلية أو الرد على الدعايات والإشاعات.

8- استمرار الخطاب الثوري المصاحب للمعركة وتعزيز الخطاب الديني.

9- حث المجتمع الدولي على التدخل لإنهاء العدوان على شعبنا وتحمل مسؤولياتهم

الأخلاقية تجاه وقف مجازر الاحتلال وعدوانه وخاصة المؤسسات الدولية ذات العلاقة

كمجلس الأمن، والأمم المتحدة ، والجامعة العربية، ومنظمة المؤتمر الإسلامي،

ومؤسسات حقوق الإنسان الدولية.

وتميزت هذه المرحلة بالواقع الميداني التالي :

1- توقف المؤتمرات الصحفية المباشرة .

2- صعوبة ظهور الناطقين في النشرات الإخبارية.

3- صعوبة الحركة أمام الناطقين بسبب اشتداد الحرب وتعذر التواصل مع القيادة.

4- تركيز وسائل الإعلام على وقائع المعركة دون وجود تطورات سياسية تذكر.

5- الاجتهاد في الموازنة بين إظهار دور الضحية ، وبين رفع الروح المعنوية للجماهير.

6- اختفاء دور المقاومة من التحرك السياسي الخارجي بشكل مقصود بحيث

تركز التحرك في الجامعة العربية ومجلس الأمن بالتعاون مع الرئيس محمود

عباس وحكومة فياض بانتظار إعلان المقاومة الاستسلام , وإعطاء الاحتلال الفرصة للقضاء على المقاومة وخاصة حماس ميدانياً أو دفعها إلى رفع الراية البيضاء سياسياً.

7- ازدياد الهجمة الدعائية من التيار المناهض للمقاومة , واستخدام العديد من المنابر الإعلامية في ظل غياب واضح لناطقين باسم المقاومة ومسئولي حركة حماس من الصف الأول والثاني والثالث.

8- بدت بعض أشكال المساندة الإعلامية عبر بيانات محدودة من الضفة، فيما كان المميز الأهم بدء ظهور المساندة من الخارج من قبل ناظرين مساندين للمقاومة .

9- حجم الظهور الإعلامي في هذه المرحلة كان ضعيفاً جداً، وهذا الضعف كان ملموساً بسبب انقطاع التيار الكهربائي في القطاع واستماع المواطنين فقط للإذاعات وقضائية الجزيرة التي كانت تُسمع عبر الإذاعات المحلية، وعدم متابعة وسائل الإعلام الأخرى التي كان الناطقون يخرجون عليها بشكل متفرق , وكذلك الصحف الخارجية ومواقع الإنترنت التي كانت تنشر بكثرة التصريحات العممة من قبل حركات المقاومة وخاصة حماس أو الحكومة. وهذه المرحلة ممتدة من اليوم السادس تقريباً حتى اليوم الثالث عشر.

المرحلة الثالثة :

وبدأت هذه المرحلة بعد اليوم الثالث عشر للعدوان إلى يوم وقفه , حيث أراد الاحتلال جني ثمار عدوانه سياسياً , فيما بدأ بعض التحرك الإقليمي والدولي لإنقاذ الوضع والذي جاء كقاطعة طريق أمام اتخاذ قرار واضح وملزم من مجلس الأمن بوقف العدوان .

وأكد الخطاب الإعلامي في هذه المرحلة على الآتي :

- 1- الاستمرار في فضح جرائم الاحتلال والتي وصلت إلى حد غير معقول، وكانت الأعنف منذ بدء الحرب في مجزرة الفخورة، وعائلة السموني...
- 2- مواصلة الخطاب التعبوي التقليدي.
- 3- التركيز على الثوابت السياسية.
- 4- تم إضافة محور جديد للخطاب الإعلامي وهو الحوارات من أجل التهدئة

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

- فكان الموقف هو لن يحصل الاحتلال على الاستسلام من المقاومة , و ما لم يحققه بالمعركة لن يحققه على طاولة التفاوض عبر الوسطاء.
- 5- ترك الباب موارباً أمام التحركات السياسية والمبادرات والإعلان صراحة عن قبول وقف إطلاق النار مقابل شرطين أساسيين وهما وقف العدوان وفتح المعابر.
 - 6- إعلاء السقف التفاوضي بسقف إعلامي عال برفض أي اشتراطات صهيونية لوقف النار.
 - 7- التبشير بقرب النصر بشكل يظهر ثقة بالنفس ويعطي دفعات معنوية للمواطنين.
 - 8- التحذير من الدعاية الصهيونية التي اشتدت بكتافة سواء عبر اختراق الفضائيات (القدس والأقصى) أو عبر اختراق الإذاعات, أو المنشورات الملقاة عبر الطائرات, أو عبر إشاعات العملاء .
 - 9- رفض عودة فريق رام الله على دبابات الاحتلال، ورفض مقترح القوات الدولية واعتباره احتلال جديد لغزة.
 - 10- التأكيد على استمرارية عمل الحكومة وسيطرة حماس على القطاع والدعوة إلى الوحدة في المقاومة وصولاً إلى مرحلة الحوار بعد انتهاء العدوان.
- 1-1 رفض الربط بين (شاليط) ووقف إطلاق النار والحوار.
 - 1-2 الإشادة بالجهود الشعبية ودعوتها للمزيد وبدء الحديث عن مصطلح جرائم الحرب والاستعداد لمحاكمة المجرمين.

وتميزت هذه المرحلة بالواقع الميداني التالي :

- 1- التوتر في العلاقات العربية , وبرز الانشطار بين معسكرين واضحين خاصة حول قمة الدوحة.
- 2- انعكس هذا التوتر على العلاقة مع مصر وبدا التوتر واضح وله آثار إعلامية.
- 3- فريق الاعتدال العربي أراد إعطاء إسرائيل فرصة سواء باتجاه الحسم الميداني أو إحراز تقدم يدفع باتجاه استسلام حماس والمقاومة.
- 4- الضغط السياسي عبر الحوارات التي جرت في القاهرة على الحركة للقبول بوقف غير مشرف لإطلاق النار.
- 5- تجاوز بعض الصعوبات في الاتصال وبدء التأقلم مع الحرب.
- 6- استعادة الاتصال بين الناطقين والجهاز الإعلامي عموماً.
- 7- زيادة وتيرة التصريحات المكتوبة والمرسلة عبر الانترنت وزيادة الظهور الإعلامي بشكل نسبي مقارنة مع أول أسبوعين وليس مقارنة مع المطلوب.

ثالثاً :

عمل الناطقين الإعلاميين:

ضمن هذه الرؤية العامة وفي إطار هذه المراحل الثلاث الموزعة على أسابيع الحرب الثلاثة إضافة لفترة ما بعد الحرب ... عمل الناطقون الإعلامييون لفصائل المقاومة وخاصة الحركة الكبرى والأولى حماس , وللحكومة , وللمجلس التشريعي. وقبل أن نسلط الضوء على أدائهم الإعلامي , فإننا نلقي الضوء على أهم مُعوقات عملهم على النحو الآتي:

- 1- عدم توفر الأماكن البديلة التي من خلالها يتم انطلاق وتنسيق العمل الإعلامي ويلجأ إليه الناطقون وأصحاب القرار الإعلامي. .
- 2- صعوبة تدوير المعلومة والموقف السياسي أثناء الحرب وتأخر وصولها إلى الناطقين والمتحدثين.
- 3- ضراوة الحرب غير المسبوقة وغير المتوقعة حالت دون التواصل في كثير من الأيام وأدت إلى التشتت.
- 4- غياب الموقف السياسي والمحددات الإعلامية التي تصل من القيادة السياسية إلا القليل و اليسير فترة الحرب وترك الأمر للاجتهاد الشخصي للمتحدثين.
- 5- انقطاع الكهرباء , وتشويش الاتصالات مما أدى إلى صعوبة الاتصال والتواصل بالسرعة المطلوبة لمتابعة الحدث .
- 6- شعور الناطقين بالخطورة الأمنية , واحتمالية استهدافهم كانت واردة بشكل كبير جداً , الأمر الذي غيبتهم عن العمل التقليدي المعتاد .وتلقيهم أوامر من الدوائر الأمنية الفلسطينية أن الحفاظ على الحياة والسلامة الشخصية أولى من انجاز العمل.

رغم كل هذه الظروف المعقدة والصعبة لم يكن بديلاً للناطقين إلا التعبير عن مواقف فصائلهم والمقاومة والحكومة والتشريعي , إحساساً منهم بالمسؤولية , وتعبيراً عن عدالة القضية الفلسطينية... فعلى سبيل المثال قام الناطقون بالتعبير عن

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

- المواقف بأشكال وأساليب متعددة حسب الإمكانيات المتاحة ,ومن أبرزها ما يلي:
- (المصدر : متابعة الباحث لمجريات الحرب , ومقابلة مع فوزي برهوم , ووثائق حركة حماس غير منشورة , وتقرير عن عمل الحكومة والتشريعي الإعلامي)
- 1- المؤتمرات الصحفية المباشرة وخاصة أول خمسة أيام من الحرب , وقام بذلك كل من فوزي برهوم وإسماعيل رضوان من حماس , و طاهر النونو الناطق باسم الحكومة وإيهاب الغصين الناطق باسم الداخلية , ومشير المصري عضو المجلس التشريعي .
 - 2- جولات ميدانية في مستشفى الشفاء على المصابين في ظل وجود وسائل الإعلام , كما فعل فوزي برهوم الناطق باسم حماس .
 - 3- تسجيل رسائل إعلامية من قبل الناطق باسم كتائب القسام كبرى فصائل المقاومة أبو عبيدة وتكررت ثلاث مرات خلال الحرب .
 - 4- تعميم مواد وكلمات مصورة للناطقين على وسائل الإعلام المرئية .
 - 5- الكوث في مقرات الفضائيات كالأقصى والقدس والجزيرة والعالمية والبي بي سي وغيرها , وإجراء مقابلات عديدة ومتنوعة في هذه الفترة ثم الاختفاء , كما فعل أكثر من مرة طاهر النونو الناطق باسم الحكومة .
 - 6- صياغة البيانات والتصريحات المكتوبة وتوزيعها على وسائل الإعلام .
 - 7- إرسال رسائل قصيرة على الهواتف النقالة في أوقات ممكن وصول الرسالة , والتجربة أثبتت أن وقت ساعات الفجر الأولى أفضل وقت لوصول الرسائل بأقل المعوقات .
 - 8- الخروج في بعض برامج الفضائيات وخاصة برنامج لقاء خاص على فضائية الأقصى وبشكل تسجيلي , كما فعل فوزي برهوم.
 - 9- المشاركة في برامج الإذاعات المحلية عبر الهواتف النقالة من خلال أرقام خاصة يتم تغييرها باستمرار للاحتياطات الأمنية.
- ومن المهم هنا تسجيل ملاحظة جديرة بالذكر وهي أن العديد من الناطقين باسم فصائل المقاومة وشخصيات سياسية لتنظيمات عديدة كانت حاضرة في وسائل الإعلام , ولكنها لم تكن معرضة للتهديد الأمني المباشر, وبدرجة تعيق نشاطهم الإعلامي, عكس الناطقين باسم حماس والقسام والحكومة والتشريعي , والتنويه لذلك كان برائي ضرورة حتى نفسر تكرار استشهادنا بأداء ناطقي

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

حماس وحكومتها وكتلتها البرلمانية . وهكذا تحدى الناطقون الظروف القاسية ,وتجاوزوا الإجراءات المعيقة ,ولم تمنعهم شراسة العدوان وشمولية الحرب... فتحركوا رغم علمهم باستهدافهم , ويقينهم أن الاحتلال لا يحترم خصوصية العمل لإعلامي ولا العمل السياسي , ولا العمل البرلماني. فأوصلوا رسالة الشعب الفلسطيني , وعززوا وجود موقف المقاومة في الإعلام, وأحدثوا توازناً نسبياً في نقل المعلومات والرواية في مجمل الأحداث والتطورات مقابل الرواية المضادة .

رابعاً:

ظهور القيادات السياسية والحكومية في الإعلام:

إن الأوجاء الأمنية الصعبة التي نتجت عن الحرب العدوانية، وألقت بظلالها الميعة والعطلة على الناطقين الإعلاميين، هي نفسها تنسحب على القيادات السياسية والحكومية وبشكل أكثر تأثيراً، بحكم مكانتهم، وقوة دورهم في مُعادلة الصراع، وكون أن الاحتلال قرر استهدافهم بشكل مباشر الأمر الذي تحقق مع قائدين من أبرز قيادات حماس والحكومة هما الشيخ الدكتور نزار ريان والشيخ الوزير سعيد صيام وزير الداخلية .

ولكن سجلت القيادات السياسية والحكومية حضوراً إعلامياً عايشه الرأي العام، ووجهت رسائل قوية تعاملت معها بجدية واهتمام المستويات الجماهيرية والإعلامية والسياسية والأمنية، وعلى الصعيدين المحلي والعالي وصعيد الاحتلال. ومن أبرز مظاهر ظهور القيادات إعلامياً :

1- أصدر رئيس الوزراء إسماعيل هنية بياناً مكتوباً بعد الضربة الأولى بساعات محددة وُزِع على كافة وسائل الإعلام وتم نشره (راجع كل المواقع الإلكترونية والصحف التي صدرت في اليوم التالي للحرب).

2- خرج رئيس الوزراء في مساء يوم السبت وهو اليوم الأول للحرب بخطاب متلفز مُوجهاً للشعب، وينعي الشهداء، ويدعو للصمود والتماسك ويُبشر بالنصر (راجعوا الفضائيات وخاصة الأقصى والقدس والجزيرة والعربية والمنار... وغيرها من الفضائيات) .

3- كرر رئيس الوزراء خطاباته المتلفزة بعد خطابه الأول مرتين، وكان يُعالج التطورات الميدانية، ويُحدد الموقف السياسي من الأحداث (نقلتها كل الفضائيات ووسائل الإعلام والإذاعات المحلية وعلّق عليها الاحتلال وإعلامه) .

4- خرج الدكتور محمود الزهار في منتصف الحرب تقريباً بخطاب متلفز عبر قناة الأقصى بنته بقية الفضائيات، وهو وزير الخارجية الأسبق، وأحد أبرز قادة حماس

ومن الشخصيات التي أعلن الاحتلال استهدافها .

5- وجه كل من القائد خليل الحية والقائد معالي وزير الداخلية سعيد صيام رسائل مكتوبة في الأسبوع الأول والثاني من الحرب .

6- سجل العديد من الوزراء والشخصيات الحكومية حضوراً ميدانياً وبالتالي إعلامياً على مدار الحرب من خلال المؤتمرات والبيانات والجولات الميدانية من أبرزهم وزير الصحة الدكتور باسم نعيم ، والاقتصاد المهندس زياد الظاظا ، والشئون الاجتماعية احمد الكرد ، ود. حسن أبو حشيش رئيس المكتب الإعلامي ، وأمين عام مجلس الوزراء الدكتور محمد عوض ، ود. محمد الأغا وزير الزراعة ، والدكتور يوسف المنسي وزير الأشغال ، ود. أسامة العيسوي وزير النقل والمواصلات... وغيرهم .

هكذا سجّلت القيادات حضوراً متوازناً بين الالتزام بالأوامر الأمنية للحفاظ على أنفسهم بصفتهم رموز تهم الشعب كله ، وبين الظهور للإعلام ومؤازرة للشعب وتوضيح المواقف.

دور الإعلام الجماهيري في الحرب:

الإعلام الجماهيري مهم جداً في التعبئة العامة ، وله دور كبير في تحريك الجماهير وتوعيتهم وحشدهم مع أو ضد المواقف المحددة . ولكن نظراً لاتساع رقعة الحرب ، وشراستها ، واستهدافها لكل شيء في الشارع الفلسطيني، فإن الاعتماد الكامل على كل أدوات الإعلام الجماهيري لم يتم ، ونوضح هنا أبرز الأدوات الجماهيرية وحجم استخدامها :

- 1- غاب البيان الجماهيري فمثلاً لم تصدر حماس سوى بيانين فقط طوال الحرب .
- 2- بعد ظهور ملامح الحرب لم يعد ممكناً تحريك المسيرات الجماهيرية المنددة بالعدوان، حتى مسيرات الشهداء وبيوت العزاء تأثرت كثيراً ، ولم تكن ممكنة بسهولة في مدينة غزة على سبيل المثال المدينة الأكثر استهدافاً .
- 3- كذلك سيارات الإذاعة المحمولة غابت تماماً بسبب إمكانية أن تكون هدفاً .
- 4- اللوحات الإعلامية والإعلانية في المساجد ارتبطت بالمبادرات المحلية لكل مسجد ، وغابت الرؤية الشاملة ، وغابت وحدة العمل والمضمون .
- 5- خطبة الجمعة كان لها دور في رفع العنويات وشحذ الهمم ، ولكنها كذلك لم تكن

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

بالمستوى المطلوب لعدم مقدرة الكثير من الخطباء على التنقل والتواصل مع مساجدهم بسبب الإجراءات الأمنية المتبعة.

6- برز الدعاء والقنوت بشكل فعال وقوي في كل الصلوات وفي كل مساجد القطاع، وهذا يعزز البعد الروحاني في النفوس، ويعكس أثراً طيباً ويهدئ من التوتر لدى المواطنين .

7- عملت الإذاعات المحلية بفعالية كبيرة في الإعلام الجماهير من حيث التوضيح والنداءات والتحذير وشرح الأمور , واضطرت إلي هذا الدور باعتبارها جزءاً مهماً من مكونات المجتمع، وشعرت أن الرأي العام يحتاج إلى هذا الموقف والدور .

بشكل عام نستطيع القول أن طبيعة وهول العدوان، ومحاصرة قطاع غزة من الجهات الأربع ... أفقد الإعلام الجماهيري حيويته المعهودة، والتي تعمل وتنجح في ظل تظاهرة وحشد بشري تعذر أمنياً . وبالتالي لم يُسجل حضوراً قوياً في غالبية أدواته .

خامساً:

الحملة النفسية والدعائية في الحرب:

باتت اليوم حرب الكلمة الموجهة للنفوس والضمائر والعقول لا يمكن أن تنفك عن الحرب الموجهة للأجساد والممتلكات والقومات المادية , وأدرك الساسة والعسكريون والإعلاميون وعلماء النفس أن الهزيمة الحقيقية للشعوب والأحزاب والدول ليست الهزيمة العسكرية لوحدها , بل يجب تسجيل انهيارات نفسية ومعنوية لدى الأفراد والجماعات كمؤشر على الهزيمة ورفع الرايات البيضاء ... هذه الفلسفة المسيطرة على الحروب العسكرية أصبحت سمة الحروب, وشيئاً أساسياً في طبيعة العلاقات بين المتنازعين والمتحاربين , وذلك بغرض تحطيم المعنويات, وزعزعة النفسيات , وتشتيت الجبهة الداخلية للعدو والخصم , والتشكيك في القدرات , وتعظيم قدرات وقوة الذات للجبهة المستخدمة للحرب الإعلامية , وصولاً لاختصار الكثير من مراحل الحرب العسكرية وتوفير الخسائر البشرية والمادية للجميع من خلال سرعة الاستسلام ورفع الرايات البيضاء , وبالتالي فرض شروط الهزيمة والانكسار من قبل الطرف المنتصر , وفرض التنازل عن الثوابت والحقوق على الطرف المهزوم .

هذه فلسفة الدعاية وحرب الإشاعة المستخدمة في الحروب الساخنة والحروب الباردة, والتي تعود الاحتلال الصهيوني على استخدامها في علاقته التصادمية مع العرب والفلسطينيين في طريقها للاستيلاء على فلسطين وعلى الأرض العربية حتى قبل قيام كياناتهم المزعومة... الأمر الذي لسنانه بقوة ووضوح وبشكل مركز في هذه الحرب العدوانية البربرية دون أن تتوقف لحظة واحدة.

هذه الأسابيع الطويلة , والحرب الضروس الجبانة , التي طالت الأخضر واليابس , ومست عصب الحياة المدنية... صاحبها مظاهر حرب دعائية رخيصة من قبل

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

الكيان الصهيوني , وفي المقابل ردت المقاومة الفلسطينية بحرب دعائية وإعلامية مضادة رغم الفارق الكبير في الإمكانيات بين الطرفين تماما كما هو الفارق في القدرات العسكرية . وفي هذه القراءة نسلط الضوء على أهم ملامح الحرب الإعلامية من قبل الاحتلال ومن قبل المقاومة .

فمن جهة الاحتلال فبانّت ملامح حربه الإعلامية على النحو التالي :

أولاً : لقد أطلقوا اسما معنويا على عدوانهم وحربهم هو - الرصاص المصبوب - كناية عن القوة والجبروت والمقدرة على كسر المقاومة , وسخونة وجدية المعركة , لان الرصاص الساخن حين يُصب على الشيء يكون له مفعول الحرق والإيذاء والألم والتأثير المباشر .

ثانياً : أعلنوا قبل الحرب بزمن ليس ببسيط واستمروا يعلنون خلال الحرب : أن هدف الحرب هو المقاومة وحماس وليس الشعب وفي ذلك محاولة للتفريق والتمزيق للجسم الاجتماعي , ومحاولة منهم لدفع الشعب إلى لفظ المقاومة ومظاهرها والتخلي عنها , وبالتالي التظاهر ضدها , وأنهم ليسوا في حالة عدا مع كل الشعب الفلسطيني بل مع حماس التي تأسر الشعب وتحكم في مصيره .

ثالثاً : مارسوا القرصنة على أثير الإذاعات المحلية , ووجهوا رسائل رعب وتخويف للمواطنين , وتزويدهم بمعلومات كاذبة مفركة عن المقاومة وزعمائها .

رابعاً : وجهوا رسائل مسجلة بشكل عشوائي للمواطنين عبر الهواتف المحمولة والهواتف الأرضية , يهددون بتدمير البيوت التي تحتوي أو تؤوي سلاحا وهذا لإرهاب الناس وزرع الخوف والإرباك في نفوسهم ودفعهم لتصرفات عشوائية مضرّة , أو تجعلهم يتصرفون بشكل تخبطي تكشف لهم بعض الأمور التي تساعدهم على القصف والقتل .

خامساً : يأمرّون جواسيسهم وعملائهم بأن ينتشروا في صفوف الشعب لنشر الأكاذيب والأراجيف , ونشر الإشاعة التي تقوم على خلخلة البناء الداخلي , وزعزعة الثقة بالنفس والقدرات , وللتلصص وجمع المعلومات التي قد تفيدهم في تحديد أهداف .

سادساً : استخدمهم لأسلوب الصدمة في الضربة الأولى , وإيقاع أكبر قدر ممكن من الشهداء والجرحى بغرض الإرباك وخلق الأوراق وبالتالي فقدان السيطرة وعدم

تحمل قوتها والاستسلام .

سابعاً : التجرؤ على قصف المساجد بمن فيها , والبيوت على قاطنيتها , وفي ذلك توصيل رسالة للناس بأنه لا خطوط حمراء ولا حصانة لمقدسات فالأمر جد خطير .
ثامناً : توزيع المناشير عبر الطائرات في أماكن محددة ومعينة , تتضمن رسائل في باطنها العذاب والتهديد , وفي ظاهرها الرحمة والحرص , وكذلك طلبهم إخلاء البيوت والمربعات السكنية كما حدث في الشريط الحدودي في مدينة رفح .

تاسعاً : التصريحات الإعلامية لقادة العدو بان الضربة الأولى هي بداية , وأن العملية ستطول وستمتد إلى وقت طويل , وبأنها مقدمة لاجتياح كبير .

عاشرًا : قصف المؤسسات الإعلامية كما حدث مع مبنى فضائية الأقصى , ومبنى جريدة الرسالة , وقصف برج الشروق وبرج الجوهرة المكتظتان بالمكاتب الإعلامية الدولية والعربية والمحلية , وقصف بيوت الصحفيين وقتلهم كما حدث مع الصحفي إيهاب الوحيدي وعائلته والصحفي علاء مرتجى وعائلته ... كل ذلك بغرض التأثير على العمل الإعلامي في نقل الحقيقة , والتأثير السلبي في صياغة الرواية , وترويع وتخويف الإعلام كي لا يتعامل مع رموز المقاومة ورجالها .

الحادي عشر : اختراق موجات الفضائيات وخاصة فضائيتي الأقصى والقدس , وسرقة البث وتوجيه رسائل دعائية ضد المقاومة ورموزها وركزوا على العديد من القادة وخاصة قادة حركة حماس أمثال خالد مشعل , وإسماعيل هنية , ومحمود الزهار , وخليل الحية , وأحمد الجعبري , ومحاولة وصفهم بأنهم أخطئوا الحسابات وفروا وورطوا الشعب وأنهم خائفون ومختبئون... و شكشكوا في خطاباتهم وكلماتهم للشعب .

الثاني عشر : قطع الكهرباء عن أجزاء كبيرة عن قطاع غزة , ولدد طويلة , بهدف حجب المواطن عن المعلومة , وإغراقه بالظلام الدامس الذي يعكس رعبا في نفوس الأطفال والنساء والشيوخ والمدنيين .

الثالث عشر : العمل من خلال طائرات التجسس والاستطلاع على التشويش المستمر على البث الفضائي , لخلق حالة من التوتر لدي المتلقي الفلسطيني في قطاع غزة فيصاب بحالة من الإرباك واليأس في المتابعة المريحة والمستقرة لتغطية الفضائيات .

الرابع عشر : حجب المعلومة عن الإعلام الدولي , وعن الإعلام المدني الإسرائيلي , وتغيبه عن ساحة وميدان المعركة , والاعتماد على الإعلام العسكري التابع

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

للمنظومة العسكرية المسيطر عليها , ومنع الصحفيين من دخول قطاع غزة عبر العابر التي تسيطر عليها.

الخامس عشر : القيام بجولة من الدبلوماسية والنشاط الخارجي قبل وخلال الحرب العدوانية لتبريرها , وجلب غطاء دولي يغطي على الجرائم والمجازر بحق المدنيين , وخلق حالة من التوازن مع حركة المعارضة للحرب في كل العالم .

السادس عشر : خلق سيناريو سياسي وإعلامي لوقف العدوان , وكأن الحرب وقفت بمزاج الاحتلال بعد تحقيق أهدافها , وذلك بغرض عدم تسجيل موقف إعلامي للمقاومة انه اتفق معها على وقف الحرب , ولكن في حقيقة الأمر أنه بمجرد أن أعلنت المقاومة وقف للهجمات ومنحت فرصة أسبوعاً للانسحاب كان المحتل انسحب بنسبة كبيرة من الأماكن التي تواجد فيها ثم مُنهيها بعدها كل تواجده منتظراً مفاوضات مع المقاومة حول التهدئة .

السابع عشر : يُضاف إلى هذه الأساليب المباشرة من العدو , التصريحات والمقالات والتحليلات من بعض المتحدثين والكتاب والمحللين سواء الفلسطينيين أم العرب والتي تُحمل حركة حماس المسؤولية , وتُبرأ الاحتلال , وتنشر المعلومات المغلوطة والكاذبة والمبرمجة وخاصة الأكاذيب التي تدعي أن هناك عشرات الشهداء من معتقلي فتح السياسيين وهم يدركون انه لا معتقلين سياسيين في سجون الحكومة في غزة , وهم يدركون كذب ذلك ولكنهم يمارسون دوراً محدداً لهم للفت الأنظار عن بشاعة وحجم الجريمة ويقدمون خدمة للاحتلال .

وهذا المظهر الإعلامي تكتف مؤخراً بشكل قوي وبنته بعض الفضائيات التي تقف ضد المقاومة وحركة حماس , وأبدعت فيه بعض المواقع المحسوبة على التيار الانقلابي القديم المحسوب على حركة فتح أمثال موقع فلسطين برس , والكوفية وغيره ... حيث الإشاعات والأكاذيب وفبركة الأمور الخاصة بالوضع الميداني وأمور خاصة بالقيادات الحكومية والحمساوية ... ومن أهم ملامح الخطاب الإعلامي لهذا الطابور المتناغم مع التطبيع والتسوية في المنطقة ... قبح المقاومة وتحميلها المسؤولية , وبأن الاحتلال بريء وهو يدافع عن نفسه أمام الصواريخ العبتية , وبأن المقاومة جلبت لنا الدمار والخراب والحصار , وبأن حماس تتخذ من الشعب رهينة لتحقيق مصالحها , وبأن حماس تسرق العون وتبيعها في الأسواق , وأن حماس تقتل الناس في الشوارع , وأن الحل الوحيد هو عودة قطاع غزة للشريعة , وأن حماس عليها تعلم

الدرس وترك السياسة للسلطة الشرعية برئاسة عباس ، وأن حماس تدعي الانتصار أمام هذه المجازر والخراب ، وأن قادة حماس هربت عبر الأنفاق إلى العريش وتركت الناس لمصيرها ، وأن عملاء من حماس هم وراء قتل سعيد صيام ، وأن محمود الزهار نقلته سيارة إسعاف وهربته إلى مصر، وأين هي المقاومة التي كانت حماس تتوعد العدو وأين العمليات الاستشهادية؟... كل هذا الخطاب قد روج له الاحتلال بأدوات عربية وفلسطينية لزعزعة الجبهة الداخلية ، ودفع الناس للثورة ضد المقاومة بقيادة حماس ... و الشخصيات التي تولت كبر هذا الضمون فلسطينياً هي نفس الأشخاص الذين غرقوا في الأمنيات بأن تنهي الحرب حماس ووجودها وعودتهم للنفوذ... وللأسف كان خطاب محمود عباس أوضح شيء ، لاحظوا خطابه في الأمم المتحدة وفي القاهرة وفي شرم الشيخ وفي الكويت وفي كل مؤتمراته ، ومحمد دحلان ، والطيب عبد الرحيم ، وأحمد عبد الرحمن ، وياسر عبد ربه الذي ما توقف على مدار الحرب وتوج الأمر بخطاب هو الأسوأ يوم الخميس 22-1-2009 م ، ومحمود الهباش الذي خرج بخطاب يحمل نفس المضامين يوم الأربعاء 21-1-2009 م له... وغيرهم .

وهذا الأسلوب يُعتبر إشارة على فشل الأسلوب العسكري في النيل من المقاومة فأطلقوا أبواقهم الناطقة باللكنة الفلسطينية ، لعلها تُطفئ أنوار الصمود ، وتنال من العزيمة الصامدة والصابرة بعد عجز السلاح...

أما من جهة المقاومة فبانت ملامح حربها الإعلامية على النحو التالي:

أولاً : أطلقت مصطلح بقعة الزيت على عملياتها الصاروخية في دلالة على إمكانية توسيع هذه البقعة بشكل مستمر كون أن الزيت ينتشر بسرعة، وفي ذلك رسالة للمجتمع الصهيوني بأن الشعب الفلسطيني لم يعد يكتوي بالنيران لوحده ، وأن أمنه مهدد وستصلهم الصواريخ ، واعتمدت المقاومة وخاصة القسام عبارة "بقعة الزيت تتسع وتكبر" مع كل مدى جديد تصلها الصواريخ ، ونجاحها العسكري في التدرج في مدى الصواريخ، منح خطابها الإعلامي مصداقية، وإنزاع الأمر في مخيلة المواطن الصهيوني لدرجة أن الإعلام الصهيوني بات يردد لوحده إمكانية ضرب تل أبيب ومفاعل ديمونة النووي... وهذا له أثره النفسي على معنويات المستويات الأمنية والعسكرية والمدينة للاحتلال .

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

ثانياً: ظهر رئيس الوزراء إسماعيل هنية بعد ساعات محدودة للرأي العام عبر بيان مكتوب وزع على كافة وسائل الإعلام يعلن فشل الهجمة ويدعو للصبر والصمود والثبات , ثم في مساء اليوم الأول نفسه خرج بكلمة متلفزة أكد على نفس المعاني , وأعلن أن هذه الحرب ستكون حرب الفرقان , مؤكداً ومستبشراً بفشل العدوان وانتصار الشعب الفلسطيني وبأن هذه الحرب ستكون فرقاناً بين مرحلتين لصالح المقاومة . ويهذين الظهورين للإعلام في غضون أقل من عشر ساعات أبطل مفعول الصدمة التي أرادها الاحتلال. وبانت المقاومة معافاة وبخير , وأن الفشل تم تسجيله من اللحظات الأولى للعدوان وهذا ترك أثراً معنوياً كبيراً لدى جنود المقاومة وكافة أبناء الشعب الفلسطيني وأنصاره في العالم.

ثالثاً: توالي خروج القادة والناطقين الإعلاميين في وسائل الإعلام , لدحض الإشاعات, وتفنييد الحرب النفسية التي وجهها الاحتلال للشعب , ويعززوا عوامل الصمود المعنوية, ويقررون قرارات ميدانية للوقوف بجانب الشعب , ويؤكدون أن المقاومة بخير , والاحتلال يتخبط , وسيفشل وستفشل كل الأطراف المتعاونة معه ... وهنا تكرر خروج رئيس الوزراء إسماعيل هنية , وخالد مشعل وفوزي برهوم والدكتور اسماعيل رضوان وطاهر النونو وإيهاب الغصين ومحمود الزهار, والدكتور باسم نعيم... وأصدر العديد من القادة تصريحات مكتوبة مثل الشهيد سعيد صيام والدكتور خليل الحية وبقية الوزراء... وهذا عزز الالتحام مع الجماهير.

رابعاً: تكرر خروج أبو عبيدة الناطق باسم كتائب القسام , وخصوصية الخروج كونه كان يعطي كل مرة بيانات جديدة للرأي العام حول العمليات وأماكنها وطبيعة السلاح المستخدم , وكان يوعده بتوسيع رقعة الصواريخ ويحدث ذلك , فاقترن خروجه بالصدق والدقة والارتياح لدى الرأي العام المناصر للمقاومة , ونكد للرأي العام الصهيوني الذي كان يخضع هذه الخطابات للتحليل والدلالات , ومن الأمور ذات الأثر النفسي للناطق هو قدرته على البيان والتوضيح , والشرح , واستخدام خرائط إيضاح ووسائل تدليل وبراهين , والجو العام من الأعلام واللافات ومظاهر الهيبة العامة , والظهور بشكل الواثق والمتزن والشجاع... كل ذلك يصب في إطار رفع الروح المعنوية فلسطينياً وزعزعتها في جانب العدو .

خامساً: تمكنت المقاومة في خطابها من التأكيد أن الحرب والعدوان ليست على حماس, وأنه موجه ضد الشعب كله , وكانت دعاية المقاومة تستند على نتائج الجرائم بحق الحياة المدنية ويراها المواطن بعينه , كما زخر خطاب المقاومة بأفعال الاحتلال

حتى ضد رموز تيار التسوية وأسلو خاصة موقفه الإجرامي من شريكهم في أوسلو الشهيد ياسر عرفات , واستشهاد المقاومة بتاريخهم من المجازر كدير ياسين وقبية وصبرا وشاتيلا ... كذلك في عملية السور الواقي ومخيم جنين , واعتماد الدعاية المضادة للمقاومة على الصدق والبراهين وتحريك ذاكرة الجمهور الفلسطيني من خلال استحضار سجل تاريخ المجازر الصهيونية .

سادساً : نجحت المقاومة في ربط أهداف العدوان بالثوابت الفلسطينية كالقدس وحق العودة والأسرى والدولة والسيادة , وأن الاحتلال يهدف للضغط لابتزاز الشعب كي يتنازل عن ثوابته , وأن حجم تضحيات الشعب هي بحجم وأهمية القضية الفلسطينية برمتها وبكل تفاصيلها وليست محصورة في بقعة قطاع غزة ولا في حماس ... ونظراً لأن هذه حقائق متأصلة في العقلية والضمير الفلسطيني فإنها تسهل على الخطاب والدعاية من قبل المقاومة وتوفر فرص النجاح في رفع الروح المعنوية .

سابعاً : أبدعت المقاومة في ربط خطابها بالضمون الديني والتراث الإسلامي , حيث تم ربط الواقع بالقرآن الكريم وسيرة الرسول محمد صلى الله عليه وسلم , حتى اختيار رئيس الوزراء لاسم الحرب ب (الفرقان) هو مصطلح قرآني بامتياز ومرتبطة بمعركة بدر الشهيرة في التاريخ الإسلامي التي تحمل دلالات النصر والفتح والتمكين والظهور للمؤمنين ... وهذا خطاب ناجح في بيئة متدينة تربط موتها وهدم بيتها وتجريف مزرعتها ورزقها بيد الخالق وبقدره لعباده , وفي ذلك راحة نفسية عالية لا تتحقق إلا للمؤمنين , وربط الأمر بالسلوك والعتق الديني من شأنه أن يحصن الفرد والجماعة والمجتمع من الإرهاب والإشاعة والتهديد ومن كل مظاهر العدوان , وهذا ما تمكنت دعاية المقاومة من انجازه لأن عوامل نجاحه متوفرة في الشعب الفلسطيني المؤمن المتمرس على هذه الأشكال من العدوان الجسدي والمعنوي .

ثامناً : قامت الحكومة الفلسطينية بالعديد من الإجراءات الميدانية التي عززت الأمن للمواطن, وحمت الجبهة الداخلية , وكرست الاستقرار النفسي وسط هدير الطائرات والدبابات وآلة البطش الحربية , فعلى سبيل المثال: نسقت مع البلديات لتوفير مياه الشرب بشكل جيد , ونسقت مع حركة حماس لتشكيل لجان متابعة ومؤازرة في الأحياء لتعزيز التعاون والتكافل , وأوعزت للداخلية بالعمل على فرض الأمن الليلي وتوفير الحماية للناس وممتلكاتهم , وصرفت رواتب كل الموظفين وسلمتها باليد لهم, وتابعت وزارة الاقتصاد الاحتكار والأسعار , ووزارة الشؤون الاجتماعية تابعت حاجات

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

الناس، ووزارة الصحة لم تغادر الميدان وتابعت كل الحالة الصحية... فلم يشعر المواطن بالفراغ، وتعززت روحه المعنوية، وشعر بالأمن المالي والاقتصادي وسط كل عوامل الإرهاب والتخويف.

تاسعاً : تقديم قيادات أمنية شهداء مثل اللواء توفيق جبر مسئول الشرطة، والعقيد إسماعيل الجعبري مسئول الأمن والحماية، وقيادات سياسية وازنة مثل وزير الداخلية سعيد صيام، وقيادات تنظيمية ودينية وفكرية مثل الدكتور نزار ريان. فند كل الدعاية السوداء ضد القيادات، وأثبت مجدداً للرأي العام أن قيادات المقاومة بكافة مستوياتها هي على مذبح التضحية وفي الصفوف الأولى، وفي ذلك ثبات للروح المعنوية وتحصناً ضد الهجوم في هذا الجانب.

عاشراً : في مقابل وجود أدوات إعلامية عربية وفلسطينية ساهمت في الحرب الصهيونية الإعلامية، فإن هناك إعلاماً عربياً وفلسطينياً وعالمياً حراً، عمل بدون أوامر من المقاومة أو من احد، بل انطلق من مهنيته ومن مسؤوليته الاجتماعية والوطنية والإنسانية، ولم تكتف بنقل المشهد بل، تبنت الحق الفلسطيني، وساهمت في التحليل والتوضيح والإرشاد، وكانوا جنوداً مجهولين ومعلمين في التصدي للمؤامرة الكبرى على قطاع غزة وعلى كل فلسطين... فالإذاعات المحلية كان لها دوراً كبيراً في مصاحبة المواطن على مدار الساعة، والعشرات من الفضائيات كالأقصى والقدس والجزيرة والنار والحوار والعالم والساعة... وعشرات الأقلام والمحللين... فالإعلام الحر المهني خلق حالة من التوازن في الحرب الإعلامية السلبية ضد المقاومة.

الحادي عشر : إن حركة الجماهير العالمية غير المسبوقة، ومواقف العلماء وبياناتهم وخطبهم وتحركاتهم، وحملة المقاطعة للبضائع الأمريكية والصهيونية، والقمة العربية وإن كانت ضعيفة، والوفود التي أتت قطاع غزة، وحملة التبرعات العالمية، وحملة طرد سفراء الاحتلال من العديد من الدول العالمية والعربية... كل ذلك ساهم في رفع الروح المعنوية للشعب الفلسطيني، وعزز عوامل صموده، وأبطل كل التحركات الإعلامية والسياسية العالمية للصهيونية وتيارها الفلسطيني والعربي ضد المقاومة، وسياسة وتبرير العدوان.

الثاني عشر : إن إطلاق الصواريخ من قبل المقاومة خلال خطاب أولمرت وبعده حمل دلالات كبيرة في الحرب المعنوية ومعاني النصر والهزيمة، كذلك خروج رئيس الوزراء إسماعيل هنية في إلقاء خطاب النصر، وأعقبه العديد من المؤتمرات للقسام وفصائل

المقاومة و للوزارات المختلفة وللحكومة , وخروج مئات الألوف من أنصار حماس في ساعة واحدة في توقيت واحد على صعيد كافة محافظات قطاع غزة ... كل ذلك حمل دلائل نجاح إعلامي أفرزه نجاح نفسي وعسكري , بينما انتبه الاحتلال لترميم جبهته الداخلية الانتخابية , ودراسة سبل مجابهة القانون الدولي , والبحث في الأهداف التي حققها أم أخفق فيها , وفي حجم الخسائر البشرية والمادية والاقتصادية.

لقد شهدت هذه الحرب مشهداً معقداً ومتشعباً لمعركة رديفة للرصاصة والقنبلة والصاروخ, إنها تدافع الكلمة والصورة, والقلم والورق , والشاشات والأثير , فالعدو الصهيوني أرادها حرباً خاطفة , وأراد أن يزرع في الذهنية الفلسطينية بأن الحصار هو نتيجة للالتفاف حول حماس ونتيجة لاحتضان المقاومة , ونتيجة لتبني فكر المعارضة والممانعة للمشروع الصهيوني في المنطقة ...ولكن النتيجة أن الاحتلال لم يترك أسلوباً ولا وسيلة عسكرية ولا إعلامية ولا نفسية ضد الشعب الفلسطيني إلا واستخدمها , وحشد لها كل إمكانياته وتقنياته وجبروته... قد يكون تحقق أثره نسبياً على فرد هنا أو أسرة و تجمع هناك ...لأسباب عديدة : منها الخوف أو الضعف أو الخشية من المستقبل أو الولاء والتعامل أو الحقد والانتقام ...لكن في المحصلة النهائية يحكم العقلاء والمراقبون والمتابعون على النجاح والفضل بما يتم تحقيقه من أهداف معلنة للأساليب المتبعة والوسائل المستخدمة, فهل حقق الاحتلال أهدافه من وراء حربته الدعائية والنفسية؟, الواقع يؤكد الفشل في كل شيء: في القتل والدمار والخراب الذي عزز الانتماء لفلسطين وعمق الحقد والكراهية في النفوس ضد الاحتلال والعدوان , وكرس حب المقاومة وحماس. والفشل العسكري تبعه فشل إعلامي وسياسي.

سادساً:

محددات الخطاب الإعلامي للنصر :

حصلت على وثيقة من وثائق الحرب بعنوان ملامح خطاب إعلامي يُشير إلى النصر(صادرة عن الدائرة الإعلامية لحركة حماس بتاريخ 2009-1-7) وحسب تاريخها فقد تم إعدادها وتجهيزها قبل انتهاء العدوان بعشرة أيام تقريبا, ومن الأمور المفاجئة فيها أنها حددت رؤية شاملة لحملة إعلامية تقوم بها حماس بعد وقف العدوان لنشر معاني النصر والصمود وتوضيح فشل الحرب على قطاع غزة...فكانت أهدافها :

1. فشل تصفية المشروع الإسلامي الوطني المقاوم على حساب المشروع الاستسلامي المنهزم.
2. توضيح ملامح الصبر والصمود لأبناء الشعب الفلسطيني في قطاع غزة.
3. إثبات فشل حملة(الرصاص المصبوب) وعجز العدوان وكسر شوكة الاحتلال.واثبات قدرة المقاومة الباسلة على الصمود.
4. إظهار مدى قوة التلاحم الشعبي اللامسبوق بين القيادة والشعب.
5. رفع الروح المعنوية لأبناء شعبنا وأمتنا.
6. تحطيم الروح المعنوية للعدو وشعبه وأنصاره وعملائه.
7. تخليد (معركة الفرقان) فكرياً وسياسياً واجتماعياً.
8. استثمار المعركة سياسياً وميدانياً(العلاقات الوطنية والإقليمية والدولية). و حددت الوثيقة وسائل لذلك وآليات للتنفيذ , كما حددت محددات للخطاب الإعلامي من أبرزها :

1. المحرقة الصهيونية للشعب الفلسطيني تأتي ضمن حلقات المؤامرة على ثوابته, ومعاقبة الشعب الفلسطيني على خياره الديمقراطي.
2. التركيز الشديد على ضحايا المحرقة من المدنيين العزل وخاصة الأطفال

1. النساء والشيوخ والمزارعين، والمجازر التي ارتكبت بحق بعض العائلات الفلسطينية التي أبيدت عن بكرة أبيها، والقتل العمد للأسرى، واستهداف الطواقم الطبية وطواقم وكالة الغوث، بالإضافة إلى استهداف الصحفيين والمراسلين.
2. تسليط الضوء على تدمير وقصف المؤسسات المدنية كالجامعات والوزارات والمساجد والبيوت والمدارس. وحتى مقار الداخلية والشرطة التي تُصنف دولياً بأنها مدنية.
3. شكر وتقدير وثمانين لضمود الشعب الفلسطيني وتضحياته واحتضانه للمقاومة قولاً وعملاً.
4. إبراز دور المقاومة وقصائلها وحصادها وبسالتها وإحراجها للعدو وخاصة القسام مع عدم إغفال الآخرين.
5. استحضار الأهداف الكبرى لضمود الشعب الفلسطيني كالقدس وحق العودة وحق تقرير المصير والدولة كاملة السيادة والأسرى وإزالة الاستيطان..الخ.
6. توضيح الأهداف الرئيسية للعدو المتمثل في إجهاد التجربة الإسلامية الوطنية وإنهاء روح المقاومة والضمود والصبر وشطب تيار الممانعة من المنطقة وإيجاد منطقة خالية من المعارضين للصهيونية.
7. انحسار الاحتلال جغرافياً وخوفه من المجابهة العسكرية خارج أرضنا المحتلة عام 1948م عبر استحضار انسحابه من جنوب لبنان ومن قطاع غزة وهزيمته الأخيرة في تموز 2006م في لبنان وربطهما بالفشل اليوم في غزة.
8. التركيز على هزيمة المشروع الصهيوأمريري في المنطقة.
9. استحضار المجازر التي ارتكبتها الاحتلال من عهد عصابات الهاجانا والأرجون مروراً بقانا وبحر البقر والخليل والقدس والمحرقّة الأولى ثم الآن مجازر الحياة المدنية... رغم كل ذلك بقي الشعب الفلسطيني صامداً على مدار مائة عام يدافع عن أرضه ومقدساته وحقه.
10. استحضار قدرة الاحتلال على تصفية قادة المقاومة كالشيخ حمد ياسين والدكتور الرنتيسي و المقادمة و الرئيس ياسر عرفات وأبو علي مصطفى وقادة القسام والدكتور المجاهد نزار ريان والوزير سعيد صيام... لكنه لن يكون قادراً على كسر البندقية، والدليل اليوم المقاومة تصمد وتصل إلى كل المنطقة الجنوبية من فلسطين المحتلة.

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

12. الرد على التيار المنهزم الذي يروج أن المقاومة - دمرت غزة من أجل صواريخ لم تقتل أحداً.. ويكون الرد بالآتي:
 - صواريخ المقاومة الفلسطينية من لبنان ألم تحدث توازن رعب وأرعبت مستوطنات الشمال رغم عدم قدرتها على قتل الكثير من الصهاينة؟.
 - نموذج فيتنام ألم يدمر الاحتلال الأمريكي كل شيء وقتل الأخضر واليابس هل نقول أنهم دمروا بلدهم؟.
 - الجزائر التي قدمت أكثر من مليون شهيد في سبيل الاستقلال عن فرنسا هل هي منتحرة؟.
 - ثم إعلان الرئيس جمال عبد الناصر تأميم قناة السويس واعتبارها ملكاً مصرياً خالصاً وما تعرضت له مدن القناة مثل بورسعيد والقنطرة وبور فؤاد والسويس والإسماعيلية من دمار شامل خلال العدوان الثلاثي على مصر عام 1956م هل أيضاً هذا انتحار وتدمير أم بطولة ومقاومة لنيل الاستقلال؟.
 - ارسدوا كل حركات المقاومة في العالم التي حررت دولها من الاحتلال والمستعمر هل تعامل معها الاحتلال بالورود والحب أم بالإبادة والتطهير العرقي؟.
 - ألم يجرب العرب الحلول السياسية والتسويات والمفاوضات ماذا جنت على الأمة سوى التطبيع وزعزعة الأمن الغذائي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والقيمي للشعوب العربية؟، وزيادة الأسرى وزيادة إسقاط الناس والتبعية في كل شيء وزيادة الاستيطان وتهويد القدس؟.. ثم لم يعطونا شيئاً بل ردوا المعروف بتصفية قائد السلام الذي وقع معهم الشهيد ياسر عرفات.
 - إذا كانت هذه صواريخ ألعاب وعبثية لماذا هذا الهلع من الاحتلال والعالم العربي والدولي على وقفها؟.
13. ربط الصمود بالبعد الإيماني ، ونواجه ما كتب الله لنا واستحضار القرآن والسيرة والتاريخ.
14. شكر للشعوب والعلماء والأمة والأحرار على هبتهم ومساعدتهم.
15. التركيز على الكذب والحرب النفسية والإشاعات التي كان يقوم بها الاحتلال
16. تثبيت اسم معركة الفرقان وكذلك حرب المحرقة الثانية.
17. نكثر من مصطلحات التطهير العرقي، إرهاب الدولة المنظم، عصابات القتل

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

الصهيونية، مخالفة للأعراف والقوانين الدولية ونصوص ومواثيق المؤسسات الدولية والحكومية، مخالفة للأديان والقيم ولل بشرية والإنسانية، أعداء السلام والمحبة.

18. شكر وسائل الإعلام والفضائيات بصورة عامة وبصورة خاصة الجزيرة والقدس والأقصى.

ومن خلال المتابعة الدقيقة لأداء حركة حماس بعد الحرب ومنذ اللحظات الأولى وجدنا ترجمة لهذه الرؤية، حيث ألقى رئيس الوزراء إسماعيل هنية خطاب النصر اشتمل مضامين الخطاب المعد مسبقاً مع آخر المستجدات، وأعقبه العديد من المؤتمرات للقسام وفصائل المقاومة و للوزارات المختلفة وللحكومة، وخروج مئات الألوف من أنصار حماس في ساعة واحدة في توقيت واحد على صعيد كافة محافظات قطاع غزة... وخرجت قيادات المقاومة من خارج فلسطين للإعلام، واستمر التحرك الإعلامي والشعبي في كل الساحات العربية والعالمية. واستمر الخطاب إلى الآن وبات فكرياً ومنهجياً وفلسفة. ففي أول خطبة جمعة مباشرة لرئيس الوزراء إسماعيل هنية في مسجده الكبير (الغربي) في مخيم الشاطئ 2009-4-17 م أكد على مفهوم الصمود والنصر وفشل العدوان والحرب، وهذا يعني ترسيخ الخطاب بعد ثلاثة شهور من توقف الحرب.

بشكل عام فإن مرحلة ما بعد الحرب شكلت انطلاقة قوية في العمل الإعلامي مختلفة تماماً عن سابقتها. إذ بات بالإمكان التحرك بحرية، وسهولة للحصول على العلوم، و باتت وسائل الإعلام تتسابق على مسؤولي وناطقى حماس والحكومة وبقية فصائل المقاومة، رافقه دخول مئات الصحفيين الأجانب إلى القطاع. وأضيفت محددات جديدة للقائمة المعدة مسبقاً وهي: الدعوة إلى الوحدة الوطنية بعد فشل المراهنات على التغيير عبر الانقلاب العسكري أو الحصار أو الفوضى الأمنية أو الحرب، والإشادة بالجهد العربي الشعبي من مسيرات ومهرجانات وحملة تضامن، وانتقاد التخاذل من بعض الأنظمة وانتقاد لحالة الانقسام في الساحة العربية. والتركيز على بدء معركة إعادة الإعمار، والدعوة لبناء ما هدمه الاحتلال على قاعدة رفض المال المسيس أو المشروط، والترحيب بأي

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

جهود سواء مباشرة أو عبر الحكومة، أو عبر المؤسسات الدولية، وتسليط الضوء على مواكبة عمليات الإغاثة السريعة لأصحاب المنازل المهدمة.

وهكذا شغلت العملية الإعلامية بال الشعب الفلسطيني، وباتت ضرورة ملحة بشكل يوافق الميدان، ويُدلل العوقات التي نتجت عن الحرب وشراستها. ولا تقل الإدارة الحكيمة والذكية للنشاط الإعلامي في الحرب أهمية وخطورة عن الإدارة العسكرية والأمنية والسياسية والاقتصادية، بل هي الأهم بسبب قدرتها على توضيح المواقف في كل المجالات، فالوضع الأمني يحتاج للإعلام القوي، والمقاومة المسلحة تحتاج للإعلام القوي، والتفاوض السياسي يحتاج للإعلام القوي، وتمتين الجبهة الداخلية ومجابهة الحرب النفسية تحتاج إلى الإعلام القوي. فبالنتيجة النهائية يمكن القول أن الفلسطينيين أداروا الإعلام في المعركة بنجاح، وبأقل الخسائر، وساعدهم على ذلك الانتماء الوطني للإعلام والقائمين عليه، وعدالة القضية، وظلم الاحتلال والعدوان.

سابعاً:

”قراءة تحليلية في

الأداء الإعلامي المحلي والعربي والدولي:

لم يعد يختلف إثنان على أن البعد الإعلامي في معركة الفرقان على قطاع غزة شكل بعداً موازياً لأبعاد المعركة الأخرى وخاصة العسكرية والأمنية، ولعب دوراً كبيراً مؤثراً في المعركة سلباً وإيجاباً، وألقى بآثاره على كل مجريات المعركة محلياً وإقليمياً ودولياً، ولم يعد ممكناً ولا علمياً أن نحلل المعركة من جوانبها المختلفة ونهمش ونتجاوز تحليل الموقف الإعلامي الذي صاحب مجريات المعركة، وتزامن مع إجراءات وقراءات وقفها وإبقائها. لذا من الأهمية بمكان، وحتى تكتمل الصورة للنظرة التحليلية فإننا سنسلط الضوء في الصفحات التالية على النشاط الإعلامي المحلي، العربي، الدولي.

نظرة تحليلية على الأداء الإعلامي المحلي:

لقد تحرك وعمل الإعلام الفلسطيني المحلي تحت ظروف صعبة غير معهودة عليه، بسبب عدم تقليدية الحرب والمعركة، واتساعها لتستهدف كل الحياة المدنية، ولقلة الإمكانيات المتوفرة لدى مكونات الإعلام الفلسطيني كأفراد ومؤسسات.... رغم ذلك سجل الأداء الإعلامي المحلي نقاط قوة في رسالته، واجتهد وسط حقول الألغام التي باتت غير معروفة في ساحة قطاع غزة، وتنقل المصورون بين المناطق الساخنة، ليلاً ونهاراً، والتقطوا الصورة المعبرة والدقيقة لبشاعة المجازر، التي طالت أحياءً سكنية بأكملها، وعائلات بمكوناتها البشرية، والمزارع، والمساجد، والمدارس، والجامعات، والمؤسسات المدنية والرسمية، ذات الطابع العسكري والخدماتي، كما

عمل المرسلون والكتاب تحت نفس الظروف، وانتشروا في الشوارع ونقاط التماس ليعبروا في رسائلهم وتقاريرهم عن الحقيقة، والحدث بلا زيادات أو تلوينات صحفية، فنقلوا الرواية الفلسطينية، وعبروا عن حالة الرأي العام، وكانوا عبارة عن حلقات وصل بين الميدان والمواطن حيث اعتمد المواطن على الإعلام المحلي اعتماداً كبيراً في تلقي المعلومة وخاصة الإذاعات المحلية، وفضائية الأقصى وفضائية القدس اللتان تعتبران محليتان وزاد الاعتماد مع صعوبة تنقل المواطن لمساحات واسعة لمعرفة طبيعة الحدث والواقعة، وانقطاع الكهرباء لمدة زمنية طويلة، الأمر الذي تمكنت وسائل الإعلام المحلي من التغلب عليه نسبياً من خلال توفير الوقود بصعوبة لتشغيل البث والإرسال من خلال مولدات بديلة عن التيار الكهربائي المفقود.

ومن الأمور التي تمكن الإعلام المحلي من تجاوزها هو رفضه أن يكون حيادياً في معادلة الصراع مع الاحتلال، فالمعركة شرسة ووقحة ولا أخلاقية، وبات مطلوب من الإعلام المحلي كمؤسسة للصحفيين ألا يكونوا حياديين وذلك لأنهم يعملون ضمن إطار الوطنية والمسئولية الاجتماعية تجاه قضايا وطنهم وشعبهم وحریتهم المسلوبة من الاحتلال الطرف الثاني في المعادلة والصراع.... بجانب إطار المهنية والموضوعية. فنجح في ذلك وكان أداة مهمة من أدوات تثبيت الشعب، وحثه على الصمود والصبر، ودعوته للتمسك بالحقوق والثوابت وممارسة دور مهم ومؤثر في الحرب الدعائية المضادة للحرب الدعائية للصهيونية. نسجل هنا بإيجابية عالية استمرار بعض الإذاعات المحلية في عملها رغم كل الصعاب ونخص بالذكر إذاعة الأقصى، والقدس، والشعب، ونؤكد هنا استمرار عمل إذاعة الأقصى المقربة من حركة حماس رغم التهديد وقصف مقرها، والعمل من أماكن مختلفة وبدائل عديدة.

كما نسجل بإيجابية كذلك استمرار عمل فضائية الأقصى المقربة كذلك من حماس التي تم قصف مقرها الرئيس في الساعات الأولى من المعركة، وتعرضها للفرضية الصهيونية والاختراق طوال فترة الحرب... إلا أنها بقيت على الهوا، وملاصقة للميدان، وعملت في ظروف معقدة، واعتبر طاقمها نفسه استشهائياً في سبيل الاستمرار في نقل الصوت والصورة، واستمرت في عملها من أماكن عديدة ومراكز بث بديلة. كذلك عملت فضائية القدس المحلية رغم

وجود مقرها الرئيس خارج فلسطين، وتمكنت من تجاوز حداثة انطلاقها، وقلة خبرة طاقمها، حيث تزامن انطلاقها تقريباً مع بداية العدوان فوجدت نفسها في تحدي لا يمكن لأي صحفي حر أن يهرب منه أو يرفضه، فقبلت التحدي، وتمكنت أن تكون بلغة أخرى الحصان الأسود في الميدان، وآزرت أخواتها من وسائل الإعلام المحلية بشكل ثابت وأساسي، ولجأ إليها المواطن الفلسطيني في حال فقد وصوله للأقصى وبقية الوسائل المحلية، وشكلت انطلاقها إضافة نوعية رفعت درجة المسؤولية عند طاقمها العامل في قطاع غزة.

من هنا نقول لو أن الإعلام المحلي توفرت له الظروف القانونية الدولية والحقوق المنصوص عليها في كل الدساتير والأعراف العالمية من حق التنقل وحصانة مهنية، وأدوات إعلامية لوجستية لأبداع فوق الإبداع الموجود، ولقدم زيادة عما قدمه، ولحقق أداءً إعلامياً فاق الأداء المسجل.

نظرة تحليلية لأداء الإعلام العربي:

لا يمكن الحديث عن أداء الإعلام العربي من زاوية سياسية ووضعية وزمنية واحدة، لأنه اتسم بالاختلاف والتقلب وعدم الاستقرار، وارتبط بالجو والموقف المتبني من قبل الدولة التي تنتمي إليها الوسيلة الإعلامية. لذا سنتناول رؤيتنا التحليلية من عدة زوايا؛ فإعلام دول الاعتدال في المنطقة تقلب وتغير أكثر من مرة، حيث شهد في البدايات الأولي ملامح نقد مباشر وغير مباشر للمقاومة الفلسطينية، ركز الإعلام فيها على تحميل حماس مسؤولية توفير مبررات العدوان، وأعتبر أن إطلاق الصواريخ من قبل المقاومة هو السبب، ولكن بعد مرور عدة أيام، وظهور بشاعة المجازر إنضم الإعلام في هذه الدول إلى مؤازرة المقاومة، وبدأ يُحمل الاحتلال المسؤولية، وفي الربع الأخير من المعركة وما بعدها عاد الخطاب الإعلامي ليهاجم المقاومة، وحملها مسؤولية حجم الخسائر والمجازر، وأن ما حدث كارثة وهزيمة وليس انتصار، وطالب بقبول مبادرة وقف إطلاق النار، وعدم العناد والالتفات لصلحة المواطنين، وفي كل محطة من المحطات الثلاث لم يخل الخطاب من الهجوم على الاحتلال بجانب الموقف المنهج ضد المقاومة ولعل سياسة قناة العربية كانت النموذج الحي لهذه السياسة، وكذلك موقعها الإلكتروني، حيث أدرك كل المتابعين لها الفلسفة التي تحكمت في خطابها

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

الإعلامي وتلاعبت في الصياغات ولونت بعض الأخبار، ووظفت الكثير من مقاطع الصور لصالح زعزعة الجبهة الداخلية الفلسطينية واعتمدت على نشر بالونات الأخبار وموضوعات الإشاعات والدعاية التي من شأنها تحطيم معنويات المقاومة. وحاولت أن تفرد مساحات زمنية لآراء المقاومة وخاصة حماس ورموزها ولخطابات رئيس الوزراء إسماعيل هنية والناطقين الإعلاميين بغرض التغطية على سياستها وإظهار التوازن وصناعته شكلاً لا مضموناً. هذه السياسة عرضها للنقد ولحملات إعلامية من الرأي العام العربي، وإغلاق مكتبها لعدة أيام في قطاع غزة.

أما الإعلام في الدول المانعة، والداعمة للمقاومة فمضمونه متطابقاً تماماً مع الشعب الفلسطيني، وشكل رافعة قوية في مضمونه ورسالته وشكله للإعلام الفلسطيني المحلي، وساند الرواية الفلسطينية، ونقل الأحداث، وكان منبراً مفتوحاً وموجهاً، واتسم كالإعلام المحلي بالوطنية والمسئولية الاجتماعية في نقل الوقائع حسب مصلحة الحق الفلسطيني، وبرز دور واضح لقناة الجزيرة القطرية الفضائية التي لم تتوان في دعم الموقف في قطاع غزة، وإبراز ملامح صمود الشعب، وملامح معاناته وإجرام الاحتلال، بل وعبر المواطن العربي عن رأيه بوضوح كبير جداً ضد الزعماء العرب، والمؤسسة العربية الرسمية، واتسامها بالعجز والخذلان، ونقلت نبض الشارع العربي الذي كان مسانداً بالكلية والشمولية لعدالة القضية الفلسطينية، وبجانب الجزيرة برزت وبقوة قنوات فضائية كان لها دور بارز ومهم لصالح المقاومة كقناة الحوار من لندن، والمنار من لبنان، والعالم من إيران، والساعة من مصر، إضافة لقنوات الإعلام العراقي المقاوم التابع للأحزاب والفصائل المناهضة للإحتلاليين الأمريكي والصهيوني، والإعلام السوري والسوداني واللبناني والليبي والجزائري والبحريني.

ولا يبتعد الموقف في كلا الحالتين الرسميتين سالفتي الذكر عن الإعلام الخاص والحزبي فالإعلام التابع للتيارات الإسلامية والقومية المساندة للمقاومة كان خطابها واضحاً وبارزاً من حيث الدعم المطلق لرواية المقاومة الفلسطينية، أما الإعلام التابع لتيارات التسوية والتطبيع فموقفها عكس ذلك.

والأمر ينسحب على الشخصيات السياسية والفنية والفكرية والعسكرية في تحليلاتها ومشاركاتها في البرامج الحوارية على الفضائيات وفي كتاباتها في الصحف والمجلات والمواقع الالكترونية. وبين هذين التيارين يوجد إعلام خاص وتجاري غالباً ما يبتعد في الأوضاع العادية في الشأن السياسي القومي أو الإقليمي، ويستغرق في الهم

الداخلي أو في الشأن التخصصي للوسيلة الإعلامية... هذا الإعلام وجدناه تفاعل إيجابياً مع المعركة وساهم بدرجات متفاوتة في العراك الإعلامي، وغيرَ وبدلَ في دوراته البرمجية وجعلها تحت شعار العدوان على غزة ونصرة فلسطين وتضامناً مع أطفال ونساء وشيوخ قطاع غزة حيث تم تسخير البرامج الفنية والثقافية والاقتصادية والرياضية والدينية والترفيهية لهذا الغرض. وبرزت فضائيات عديدة مثلت هذا النوع من الإعلام نذكر أمثلة منها لا حصرأ كقنوات المحور ودريم المصريتين، وطيور الجنة الأردنية، والرسالة الكويتية والمجد وقرأ السعودية، والشارقة الإماراتية، إضافة للعديد من البرامج في مختلف الفضائيات العربية.

وبعيداً عن التفاصيل الدقيقة، والمعايير والزوايا التي تناولنا فيها تحليلنا إلا أن بالمجمل وبالنتيجة النهائية للمشهد العام والمسيطر على الإعلام العربي في المعركة هو إيجابي، وداعم ومسئول، وحاضن للهم الفلسطيني وللرواية الفلسطينية المقاومة. ويوصف بالنجاح المتقدم، وحقق إنجازاً واضحاً، وتمكن من التعبير عن حالة الوعي والحراك الموجود لدى المواطن العربي، وعكس نبض الشارع المتقدم كثيراً عن موقف الزعماء والرؤساء.

نظرة تحليلية على الأداء الإعلامي الدولي:

الذي يعود إلى أدبيات النظرية والآليات الميدانية للإعلام الدولي بشكل عام يجد أنه محكومة بفلسفة الحرية في القول والفعل بما فيها حرية الصحافة وحرية الرأي وحرية تبني المواقف، والاحتكام بالديمقراطية ومكوناتها وانعكاساتها على الإعلام ومكوناته، هذا الأمر من المفترض أن يلقي بآثاره الإيجابية على موقف الإعلام الدولي وخاصة الأوروبي والأمريكي من عدالة الشعب الفلسطيني ولكن ذلك لم يحدث. وبالإمكان تحديد مجموعة من العوامل أثرت على حيادية موضوعية الإعلام الدولي تجاه العدوان:

1. حملة العلاقات العامة التي قامت بها الخارجية الصهيونية بزعامة الوزيرة ليفني قبل الحرب بشهور والتي مهدت وهيات الرأي العام الدولي بأن (إسرائيل) تدافع عن نفسها من خطر الصواريخ ومن شن (الإرهابيين) لهجمات ضد المدنيين الأمنيين (الإسرائيليين).

2. دور اللوبي الصهيوني الإعلامي في تحديد مضامين الخطاب الخاص بالمؤسسات الكبرى والأضخم في العالم، وخاصة في الأزمات الكبرى كالحرب العدوانية على قطاع

الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة

- غزة ودفع الاعلام لتبني الرواية الصهيونية.
3. المصالح الاقتصادية التي تربط دولة الاحتلال بدول العالم التي بدورها تؤثر على إعلامها في عدم توتير العلاقة مع الاحتلال الأمر الذي يدفع نحو إمّا الصمت عن جرائمه أو تبني مبرراته لعدوانه.
4. نشوب الحرب وبدأ العدوان في فترة إجازة رأس السنة الميلادية لوسائل الاعلام، وهذا ما أكدته التقارير الإعلامية التي تم نشرها عن وزيرة خارجية الاحتلال التي مدحت أكثر من مرة أننا نستغل شلل الاعلام الدولي بسبب الإجازة.
5. الانشغال الكبير للإعلام الأمريكي في الفترة الانتقالية بين إجراء الانتخابات في نوفمبر من 2008، وبين تولي الرئيس باراك أوباما مقاليد الرئاسة في يناير 2009م. ورغم أنها أمور مكبلة وحاجزة لانسياب أي رواية عادلة حول أحداث العدوان إلا أن الصورة كانت أكبر، والجريمة أعظم من أن تزور، ولعبت الجاليات الفلسطينية والعربية والمسلمة في المجتمع الغربي إضافة للمنظمات والأحرار في أوروبا وأمريكا دوراً كبيراً في تحريك الشارع بكل أطيافه مما فرض الاحتجاج الشعبي اليومي ضد العدوان كخير ولصورة يومية في وسائل الاعلام. ولكن (إسرائيل) لم تركز لجهدا السابق للحرب بل استنفرت طاقاتها ونفوذها مجدداً، ومنعت وسائل الاعلام الأجنبية من دخول قطاع غزة.

وهذه الحملة والنفوذ الصهيوني بالتأكيد أثر على الحقيقة وساهم في تبني التشهير الصهيوني. وهذا برأيي يعود بجانب قوة اللوبي الصهيوني إلى ضعف الخطاب الفلسطيني والعربي الموجه للغرب، ولعجز السفارات الفلسطينية في لعب الدور الإعلامي والدعائي لصالح عدالة القضية.

رغم ذلك تمكن بعض من تواجد في قطاع غزة من الأجنب وخاصة الأطباء والحقوقيين والإغاثيين من لعب دور إعلامي في كتابة التقارير وإرسالها لبلدانهم ونشرها في إعلامها، كما أن فضاة الجريمة وبشاعة المجزرة فرضت نفسها على وسائل الإعلام اليومية هناك، كما لا ننسى الدور الشعبي والإعلامي للجالية العربية هناك بما فيها وسائل الإعلام العربية في أوروبا وأمريكا وبرز في هذا الجانب قناة الحوار من لندن وصحيفة القدس العربي الصادرة في لندن، عكس الإعلام المحلي والعربي المطلوب منه البعد الوطني والمسؤولية الاجتماعية، وهنا نقرر أن الحيادية الموضوعية الحرفية والدقيقة دائماً تكون لصالح الحقيقة ولصالح العدالة والإنصاف.



السيرة الذاتية

- مواليد غزة في 1967-11-7 م - البلدة الأصلية البطاني الغربي.

المؤهل العلمي

- دكتوراة في الإعلام من معهد البحوث والدراسات العربية في القاهرة عام 2004م.
- ماجستير إعلام من معهد البحوث والدراسات العربية في القاهرة عام 2001م.
- بكالوريوس صحافة وإعلام من الجامعة الإسلامية عام 1996 م .
- دبلوم معلمين من معهد المعلمين بغزة علم 1990 .

الخبرة العملية

- العمل الصحفي من 1994م- 1997م في جريدة النهار المقدسية .
- العمل الصحفي من 1997م-2002م في جريدة الرسالة في غزة .
- التدريس في قسم الإعلام التربوي في جامعة الأقصى عامي 97م-99م .
- العمل مشرفاً على العلاقات العامة بالجمعية الإسلامية بغزة . عام 1999 م .
- مدير مكتب النبا للإعلام والتوثيق 2003 م- 2005 م .
- العمل مراسلاً لصحيفة الحقائق اللندنية من مايو 2003م وحتى مايو 2004م.
- التدريس في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية منذ عام 2001م 2006م.
- رئيس قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية 2005م 2006م.
- رئيس تحرير جريدة صوت الجامعة الإسلامية 2005 م 2006 م .
- وكيل مساعد وزارة الإعلام ابريل 2006 م .
- رئيس المكتب الإعلامي الحكومي 2009 م .
- المشرف العام على صحيفة الرأي الحكومية التي صدرت في مارس 2009 م .
- كتابة المقالات في العديد من الصحف المحلية والعربية حتى اللحظة.
- المشاركة في الندوات والمؤتمرات وورش العمل الرسمية والأهلية.

الكتب والمؤلفات

- الأداء الإعلامي خلال الحرب على قطاع غزة . 2011 م .
- أربع سنوات على حكم حماس : أصل الحكاية . 2010 م .
- الإعلام وقضايا المجتمع . 2010 م .
- " فن التحقيق الصحفي في الصحافة الفلسطينية " 2006م .
- " الصحافة في فلسطين " عام 2005 م .
- " كوكبة من شهداء مخيم الشاطئ أبطال شهداء على التاريخ " 2002م.
- " من الذاكرة الفلسطينية " 1999م .

المؤسسات التي نشط فيها

- عضو مجلس طلاب الجامعة الإسلامية عام 1993م.
- نائب رئيس مجلس طلاب الجامعة الإسلامية عام 1994م.
- عضو مؤسس في حزب الخلاص الوطني الإسلامي وعضو مؤتمره العام وعضو مجلس الشورى أعوام 96م-97م-98م .
- عضو مجلس إدارة إذاعة ومرئية الأقصى . 2005م- 2006م .
- عضو مجلس إدارة صحيفة فلسطين اليومية في غزة فبراير 2007 م .
- عضو نقابة الصحفيين الفلسطينيين منذ 1999م .
- عضو مؤسس لكتلة الصحفي الفلسطيني منذ عام 1999م .