

الورقة الخامسة

أبعاد المعركة الإعلامية واتجاهاتها

طلال عتريسي*

كانت حرب غزة أول حرب تترافق فيها المواجهات المتعددة بين الإعلام العربي والإعلام الإسرائيلي، ولهذا سنناقش البعد الإعلامي للمعركة من خلال ما جرى أثناءها أولاً، ثم ننتقل إلى المستويات المفترضة للإعلام بعد معركة غزة واستعداداً للمعارك المقبلة.

أولاً: الثوابت الإعلامية الإسرائيلية

تقدم إسرائيل نفسها في أي حرب تخوضها وفقاً للثوابت التالية:

- أنها ضحية، وتدافع عن نفسها- الحرب لوقف إطلاق الصواريخ- لتحقيق أمن المستوطنين، ومنع خطف الجنود، وأن لها الحق القانوني في الرد.
- تحمل إسرائيل الطرف المقابل (حماس) مسؤولية ما تقوم به من جرائم وما ترتكبه من مجازر، أو تدمير (لأن ما قامت به هو رد فعل).
- تأليب الرأي العام الفلسطيني ضد حركة المقاومة.
- الاعتماد على التأييد الإعلامي الدولي: الأمريكي- الأوروبي.
- الاستفادة من توصيات فينوغراد في الحرب الإعلامية (تشكيل هيئة الإعلام القومي)

- الجديد في هذه الحرب هو التعقيم الإعلامي على ما جرى، وهذا التعقيم له علاقة بما جرى إعلامياً في حرب عام ٢٠٠٦ التي انكشفت فيها نقاط الضعف العسكرية (تدمير الدبابات، الجنود القتلى) والمدنية (آثار القصف على المستوطنات، الاختباء في الملاجئ)، ويكشف هذا التعقيم التغير في طبيعة القتال مع العدو، وأهم تغير هو

* د. طلال عتريسي: مدير مركز الدراسات الاستراتيجية الأسبق- لبنان.

معركة غزة ... تحول استراتيجي في المواجهة مع إسرائيل

- في تهديد الداخل بعد عام ٢٠٠٦ باستراتيجية قصف الصواريخ من قبل المقاومة.
- تدمير المؤسسات الإعلامية للطرف المقابل.
- توجه إلى الجبهة الداخلية - كبيت إشارات - مع الصواريخ (المستوطنون طالبوا الجيش بتخليصهم من المشكلة).

ثانياً: كيف نفدت هذه الثوابت؟

- جعلت إسرائيل الحرب بينها وبين حركة حماس فقط، تجاهلت عمداً الفصائل المقاومة الأخرى فوردت تعابير مثل: مسلحو حماس، مخربو حماس، ميلشيات حماس الإرهابية، والمقصود هو تصوير حركة حماس بأنها ذات بعد واحد، هو البعد العسكري فقط الذي يطغى على الأبعاد الأخرى السياسية والاجتماعية والإنسانية والأكاديمية وسواها، ما يبرر أيضاً الاستمدادات الشاملة لكل المؤسسات والأشخاص.
- اعتبرت إسرائيل أن الحرب لا تستهدف الفلسطينيين في قطاع غزة بل حركة حماس التي ستجلب الدمار للفلسطينيين، أي توجيه السخط الشعبي الفلسطيني والسياسي العربي إلى الجانب الفلسطيني (حماس) وليس إلى العدوان الإسرائيلي.
- كان فشل إسرائيل واضحاً في الحرب النفسية، وتوزيع منشورات تم رميها من الطائرات، تنبه الفلسطينيين واللبنانيين من المقاومة ومن قادتها وتدعوهم إلى التمرد على تلك المقاومة، لأن النتيجة كانت مخالفة تماماً للتوقعات الإسرائيلية.
- المداخلة الأساسية هنا: كيف فشل الإعلام الإسرائيلي ومن خلفه الإعلام الغربي في تغليب الادعاء الإسرائيلي؟ على الرغم من ضعف إمكانات الطرف المقابل وقلة عدته وعديده الإعلامي؟
- تفسير ذلك برأيي يعود إلى ما يلي:
 - قدرة المقاومة على الصمود (أهم شيء).
 - لا تجديد في الحرب النفسية الإسرائيلية.

○ علاقة المقاومة بشعبها.

○ تحقيق المقاومة لإنجازات في ميدان القتال.

لذلك لم تنجح إسرائيل في فبركة الصور التي تريدها، وخرج مئات الآلاف في العالم العربي والإسلامي تأييدا لفلسطين وللمقاومة في غزة، ولم يخرج أحد لتأييد السلطة الفلسطينية، كما خرج أضعافهم في أوروبا والولايات المتحدة وأمريكا الجنوبية تضامنا مع المقاومة الفلسطينية.

- حاولت أن تجعل حركة حماس مثل تنظيم القاعدة، أي حركة إرهابية معزولة، وتابعة لسوريا وإيران، وهي ضد مصلحة الشعب الفلسطيني.
- غياب الانتقاد الإعلامي الإسرائيلي للحرب، لأنها الحرب الأولى التي تخاض في داخل فلسطين.
- الإعلام الإسرائيلي كان جزءا من المؤسسة العسكرية الحربية ولم يكن منفصلاً عنها.
- أرادت إسرائيل أن تجعل من مشهد الدم درسا بليغا وعملية تثقيفية للفلسطينيين ولسائر العرب، أي كان المطلوب هو كي الوعي أو ردع الوعي لدى العرب.

ثالثا: أداء حماس الإعلامي

- لم تتح الحرب الصعبة، وطبيعة القتال في جغرافية غزة، لحركة حماس وللفضائل الأخرى التركيز على البعد الإعلامي للعمليات العسكرية ولبطولات المقاومة، باستثناء قلة من مشاهد القنص أو التفحم ضد الدبابات أو الخيول، أو إطلاق الصواريخ، فلم ترسل رسائل إلكترونية للجنود لتشويشهم أو إضعاف نفسيتهم، ولم تشن الحرب الإلكترونية لتدمير المواقع الإسرائيلية.
- إعلام حماس في إبراز صورة الصمود والمواجهة والبطولات الملحمية التي كانت ستؤدي خدمة كبيرة موافقة لمنطق المقاومة وقدرتها، وبالمقارنة مع حرب تموز/يوليو ٢٠٠٦ فقد تمكنت المقاومة آنذاك من تقييد مشاهد الدبابات المحترقة في

معركة غزة ... تحول استراتيجي في المواجهة مع إسرائيل

وادي الحجير في الجنوب، واحتراق البارجة ساعر في عمق البحر، ما أشاع في الأيام الأولى من الحرب الثقة بالمقاومة، وانعكس سلبا على الجيش الإسرائيلي وعلى الجمهور الإسرائيلي برمته، لا سيما مع ظهور قيادة المقاومة وإتقانها للعبة الإعلامية وللحرب النفسية في أثناء المعركة.

- لذا لم يكن أمام حماس بسبب المعركة الواسعة بين قدراتها الإعلامية وقدرات العدو سوى التركيز على ورقة "الضحايا المدنيين" لتأليب الرأي العام الفلسطيني والعربي والإسلامي والعالمي.
- في المقابل فشل الإسرائيلي في تقديم صورة الإنجاز العسكري، فلا صور لاعتقال مقاتلين ولا لتدمير أنفاق أو منصات صواريخ.

رابعا: دروس الحرب الإعلامية الإسرائيلية استعداداً لحرب مقبلة

- إن التركيز على الشك في هل تحقق الانتصار أو لا، لا يعود إلى الالتباس في قراءة نتائج المعركة فقط، أو إلى التشويه المستمر للانتصار، بل إلى الخبرة الإعلامية الجديدة لحركات المقاومة (في فلسطين ولبنان)، التي تتلخص في أمر جوهري، هو عدم المبالغة في ما تحقق خلافا للمعارك السابقة التي كانت تحقق انتصارات إعلامية وهزائم فعلية في الميدان.
- التركيز الإسرائيلي على قضيتين: مسؤولية حركة المقاومة عن أي حرب ستندب (مسؤولية إعلامية وسياسية).
- وضع المجازر ضد المدنيين على عاتق حركات المقاومة.
- الوضوح الإعلامي في التعامل مع إعمار غزة.
- التركيز الفلسطيني على المقاومة ككل وليس على فصيل واحد (يفشل الأهداف الإسرائيلية).
- نحن اليوم أمام انتصارات تحققت في فلسطين ولبنان لا بد من إعلام يوازي ذلك، أي إعلام يؤسس الوعي بثقافة الانتصار، بعدما ساد طويلاً إعلام وأدب ثقافة الهزيمة،

الفصل الثاني: إدارة المعركة لدى الجانبين ...

يجب أن تنتقل إلى هذا الإعلام بلا أي تردد، والمعرفة هنا بالغة الأهمية؛ فالإسرائيلي يريد لها معركة "كي الوعي"، ونحن نريدها معركة "إطلاق الوعي" والمعادلات الراهنة بعد تراكم الإنجازات تتيح إطلاق هذا الوعي بثقافة الانتصار، وطيّ ثقافة الهزيمة.

الفصل الثالث

أبعاد المعركة وانعكاساتها الداخلية والخارجية

الورقة الأولى

التفاعلات داخل إسرائيل، ومفاجآت الحرب

الورقة الثانية

الانعكاسات الاستراتيجية على عملية السلام

الورقة الثالثة

التفاعلات الإقليمية والدولية بعد المعركة

الورقة الرابعة

انعكاسات المعركة على مستقبل العلاقات الفلسطينية الداخلية

الورقة الخامسة

نتائج المعركة وانعكاساتها الداخلية والخارجية