

النهج الإعلامي للرئيس الراحل ياسر عرفات وأثره على الإعلام الفلسطيني

د. ماجد سالم ترaban،

أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال المساعد، كلية الإعلام،

جامعة الأقصى، غزة ، فلسطين

مقدمة:

لا يمكن لأحد أن ينكر أن القضية الفلسطينية قد تحولت على يدي ياسر عرفات من مسألة لاجئين يطالبون بالمحافظة على خدمات وكالة الغوث (الأونروا) إلى شعب يطالب بوطن ودولة مستقلة.

ولعل من المستحيل أن يؤرخ أحد لنصف القرن الماضي دون أن يأتي على ذكر الانجازات الثقافية، والإعلامية، والسياسية... التي تحققت في زمن ياسر عرفات، وربما على يديه شخصياً... فياسر عرفات الذي كان بين الحياة والموت على مدى نصف قرن في الأردن، والكرامة، وبيروت، والصحراء الليبية، وتونس، ورام الله، يظل علامة ورمزاً وصورة في التاريخ، فقد توحد مع القضية الفلسطينية، وأصبحت الكوفية الفلسطينية على الرأس، والمسند على الجنب، رمزين لهما، فلا يذكر أبو عمار... إلا وتذكر فلسطين، ولا تذكر فلسطين.. إلا ويذكر أبو عمار.

وقد يقول البعض أن سر توهج أبي عمار يكمن في القضية الاستثنائية التي يحملها، ولكن السر أيضاً في أن هذه القضية الاستثنائية قيض لها أن يحملها رجل استثنائي، عرف كيف يوازن بين صلابه المبدأ ومرونة الأداء، وبين شجاعة الموقف، وبين دقة الحساب، وبين وطنية القضية وبين عروبتها، فهو ليس صانع الهوية، ولا مبتدع الكيانية الفلسطينية من بدايتها، أو من عدم، طبقاً لما ذهب البعض، ولكنه هو الذي عمق هذه الأبعاد والهوية والكيان، وأعاد تركيبها وترتيبها، وحلق بها ومعها إلى آفاق جديدة فارضا إياها على الأحداث الإقليمية والدولية⁽¹⁾ وذلك لما يتمتع من مزايا وخصال يندر اجتماعها في رجل آخر وعلى رأسها المرونة، والصبر، والصلابة، واقتناص اللحظة، والدهاء، كل ذلك مكنه من تجاوز العوائق والألغام من كل نوع.⁽²⁾

بالإضافة إلى المنطلقات الإستراتيجية التي طرحتها حركة فتح بقيادته، والتي حددت من خلالها أولوية تحرير فلسطين بإتباع أسلوب الكفاح المسلح لتحقيق الهدف، والانطلاق من النضال المسلح

¹ - الأزعر، محمد خالد (2005)، عرفات ونموذجه القيادي، مجلة صامد الاقتصادي، ع 140-139 : 25-28.

² - ربيع، شوقي (2005)، أبو عمار عنقاء طالما نهضت من رمادها، مجلة صامد الاقتصادي، ع 140-139 : 15-20.

القطري لتوحيد نضال الجماهير العربية، فهي بذلك تكون رسمت منهاجاً إعلامياً واضحاً⁽³⁾. أسهم في صياغته وترسيخه القائد العام للحركة، بما يتميز به من صفات إعلامية وقيادية فذة تعكس رؤى، وفهم واضح لأهمية الإعلام ودوره في دعم القضية الفلسطينية.

من هنا تنبع أهمية دراسة النهج الإعلامي للرئيس الشهيد ياسر عرفات والتأريخ له ورصده رصدًا علمياً، وتتبعه من خلال ما كتب عنه من دراسات وكتب ومقالات، ومن خلال رصد مواقف العديد من الإعلاميين سواء من عملوا معه طيلة فترة النضال، أو ممن أجروا معه مقابلات صحفية، وكتبوا تجاربهم عنها. الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث العلمي للدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة لم يجد الباحث أي دراسة لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته، وجل ما وجدته هو عبارة عن مقالات وكتب في فكره السياسي، وفي تجاربه النضالية وحياته ونشأته وغيرها.. بهدف توثيق هذه الظاهرة الفلسطينية الفريدة من نوعها والتي ما فتأت تناضل من أجل فلسطين والقضية الفلسطينية، كما وجد الباحث عدداً محدوداً من الدراسات التي تناولت أبا عمار من جوانب مختلفة، ورأى الباحث أن يعرض لها لإثراء الدراسة وهي كما يلي:-

1. دراسة (أبو السعيد، 2005) بعنوان "الصورة الذهنية للرئيس ياسر عرفات لدى النخبة الفلسطينية"⁽⁴⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة الرئيس ياسر عرفات لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية، وتوصلت إلى أن 96.6% من أفراد العينة يجمعون على أن الرئيس عرفات ودود وسهل التعامل معه، وتنطبق عليه نظرية الرجل العظيم، كما توصلت الدراسة إلى أن الصورة الذهنية للرئيس أبي عمار تختلف باختلاف الانتماء السياسي، وكانت أكثر وضوحاً لدى النخبة الإعلامية الفتحوية.

2. دراسة (عنتر، 2005) بعنوان "أثر النهج السياسي لعرفات على صورته الإعلامية في ألمانيا"⁽⁵⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على الأهمية التي توليها ألمانيا بشقيها الرسمي والإعلامي نحو

³ - المرجع السابق نفسه.

⁴ - أبو السعيد، أحمد (2005)، الصورة الذهنية للرئيس ياسر عرفات لدى النخبة الفلسطينية، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة: 475-520.

⁵ - عنتر، أسامة (2005)، أثر النهج السياسي لعرفات على صورته الإعلامية في ألمانيا، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة: 521-548.

القضية الفلسطينية، وكذلك التعرف على رؤية الإعلام الألماني تجاه القضية الفلسطينية بشكل عام، وعلى الشخصية السياسية لعرفات بشكل خاص، وتوصلت الدراسة إلى أن بعض وسائل الإعلام تبني شخصية عرفات على أساس أنها شخصية نضالية، ومنها من تبني الفرضية المرتبطة بالإرهاب، كما توصلت الدراسة إلى أن صورة عرفات السياسية في الإعلام الألماني ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالقضية الفلسطينية، وأصبحت رمزا لهذه القضية ولأبعادها، ولهذا السبب كانت صورة عرفات السياسية وخاصة في السنوات الأخيرة من حياته على درجة كبيرة من الجدل والتذبذب في الإعلام السياسي، وأخيرا توصل الباحث إلى أن عرفات بشخصيته الكارزمية استطاع أن يحول جزءا كبيرا من الصحافة الألمانية لصالح القضية الفلسطينية.

3. دراسة (طالب، 2005) بعنوان "صورة الرئيس عرفات في الإعلام الإسرائيلي"،⁽⁶⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة صورة الرئيس عرفات في وسائل الإعلام الإسرائيلية، ومعرفة أهم القضايا والمواضيع التي ركز عليها الإعلام الإسرائيلي فيما يتعلق بالرئيس عرفات، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تباينا في صورة الرئيس في كل وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية والعبرية، حيث ركز الإعلام العبري على قضايا علاقته بالإرهاب، وتهديد إسرائيل بطرده، والحصار الإسرائيلي السياسي للرئيس عرفات، وذلك بدافع توجيه الرأي العام الإسرائيلي لتأييد المخططات الحكومية، والإجراءات التي تتخذها بحقه، وركزت وسائل الإعلام باللغة العربية على علاقات الرئيس بحكومة أبي مازن والمجتمع الدولي من أجل التأثير على الرأي العام الفلسطيني، وإقناعه بأن الرئيس عرفات عقبة في وجه إحلال السلام.

4. دراسة (أبو عامر، 2005) بعنوان "التغطية الإعلامية الإسرائيلية لوفاة الرئيس ياسر عرفات"،⁽⁷⁾ هدفت الدراسة إلى رصد أهم المؤشرات التي عايشته وأعقبت حادثة وفاة عرفات على مجمل الأداء الإعلامي الإسرائيلي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الإسرائيلي تراجع في أدائه لمهامه إلى درجة إعلام مجند، لم يكتف بتزويد متلقيه بمستجدات الأمور والأحداث المتلاحقة خلال حادثة الوفاة، بل لجأ إلى المبالغة تارة، وإلى التستر تارة أخرى، وأخذ على

⁶ - طالب، موسى (2005)، صورة الرئيس عرفات في الإعلام الإسرائيلي، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة: 549-572.

⁷ - أبو عامر، عدنان (2005)، التغطية الإعلامية الإسرائيلية لوفاة الرئيس ياسر عرفات، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة: 573-600.

عائقه من خلال حفنة ضئيلة من رجال الإعلام المدعين لمعرفة واسعة في الشئون الفلسطينية والعربية تعبئة الرأي العام الإسرائيلي من خلال التهويل وعدم الدقة والتعامل والتحريض.

مشكلة الدراسة: تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على النهج الإعلامي للرئيس الراحل ياسر عرفات وأثر هذا النهج على الإعلام الفلسطيني منذ انطلاق الثورة الفلسطينية في الفاتح من يناير 1965م وحتى استشهاده في 11 نوفمبر 2004م.

وتحاول الدراسة الإجابة على تساؤل رئيس، ما النهج الإعلامي للرئيس ياسر عرفات؟ وما أثره على الإعلام الفلسطيني في ظل التعددية الإعلامية للإعلام التي تشهدها الساحة الفلسطينية في ظل انحراف بوصلة الإعلام الفلسطيني عن وجهتها كثيرا، واهتمامها بقضايا فرعية ثانوية على حساب القضية التي ناضل من أجلها الراحل أبو عمار، ودفع من أجلها حياته ثمنا لها، وأحيانا تحولها إلى بوق دعائي حزبي محض يؤثر بالسلب على القضية الفلسطينية أكثر مما يخدمها.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها: تهدف الدراسة إلى التعرف على النهج الإعلامي للرئيس الراحل ياسر عرفات، وأثر هذا النهج على الإعلام الفلسطيني بأنواعه المختلفة (مرئي، ومسموع، ومطبوع) وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:-

1. هل هناك نهج إعلامي للرئيس الشهيد أبو عمار؟ وما طبيعة هذا النهج؟

2. ما سلوك أبو عمار الإعلامي؟

3. كيف كان يتعامل مع الإعلاميين ووسائل الإعلام المحلية والدولية؟

4. كيف أثر نهج أبو عمار على وسائل الإعلام الفلسطينية؟ وما طبيعة هذا التأثير؟

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى "تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية"،⁽⁸⁾ من خلال تحليل وتقييم خصائص مشكلة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، أو الموقف، أو الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها، أو التحكم فيها، وهذا النوع من البحوث لا يقف عند حد جمع البيانات، وإنما يمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم جمعها وتسجيلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل الدراسة".⁽⁹⁾

⁸ - عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة: 159.

⁹ - عبد الحميد، محمد (1997)، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة: 94.

وتعتمد الدراسة على المنهج التاريخي والوصفي التحليلي، وذلك للتأريخ للنهج الإعلامي لأبي عمار، بالإضافة إلى وصف وتحليل أبعاده المختلفة، وتفسير علاقاتها وأثرها على الإعلام الفلسطيني، في ضوء المادة العلمية المتوافرة عن الموضوع سواء في الكتب أو الدراسات أو المصادر المتصلة بالموضوع من خلال المقابلة المقننة.

وقد اقتصرَت المقابلة المقننة على عدد من المتخصصين والممارسين للإعلام في فلسطين ممن عملوا مع الرئيس الراحل بغرض الاستفادة من تجربتهم في هذا المجال.

مكونات الدراسة:

تتكون الدراسة من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة، حيث يتناول المبحث الأول النهج الإعلامي لأبي عمار، ويرصد المبحث الثاني سلوكه الإعلامي، وعلاقة هذه السلوك بتعامله مع الإعلاميين ووسائل الإعلام المحلية والدولية، ويعالج المبحث الثالث أثر النهج الإعلامي على الإعلام الفلسطيني من خلال التطرق إلى تجربة الإعلام في الشتات، وتجربة الإعلام الموحد، وتجربة الإعلام في الداخل بعد عودة الرئيس الراحل أبو عمار إلى أرض الوطن.

المبحث الأول: النهج الإعلامي للرئيس أبو عمار:

يتفق علماء الاتصال على أن الإعلام سلاح فعال لا غنى عنه لإنجاح العمليات الحياتية المختلفة، وهو سلاح ذو حدين سلبي وإيجابي، وفق أهداف واتجاه ورؤى قيادته والميادين الحياتية.⁽¹⁰⁾ والمتابع لمسيرة الشهيد الراحل ياسر عرفات يرى أنه ومنذ انطلاق الثورة الفلسطينية حرص على أن تأخذ صدى إعلامي كبير من خلال إنشاؤه للعديد من الصحف، والمجلات، والإذاعات، وكذلك من خلال دعمه المتواصل للعديد من الصحف المحلية، والإقليمية، والدولية، وحرصه على الظهور الدائم في وسائل الإعلام فهو لا يطبق أن يبقى وحيدا بلا زوار وبلا لقاءات أو نشاط.⁽¹¹⁾ فالشاهد الراحل له الفضل في وضع القضية الفلسطينية على سلم أولويات الناشرين العرب والعالميين، وجعل منها العنوان الأول في سياق العناوين التي يصدرها العالم العربي والدولي، خلال العقود الأربعة الماضية، وهذا لم يكن لولا تمتعه بنهج إعلامي ورؤية واضحة تعكسها تصريحاته الإعلامية، ومقولاته المتعددة، ومنها -على سبيل المثال لا الحصر- "الحدث المهم بدون إعلام كأنه لا يحدث" و "لا يجوز أن نقطع عن الناس".⁽¹²⁾

¹⁰ - أبو شنب، حسين (1995)، الاتفاق الفلسطيني الإسرائيلي.. الرأي والرأي الآخر، مدبولي، القاهرة : 10.

¹¹ - اللوح، دياب (2004)، آفاق سياسية، مطبعة الرنتيسي، ط1، غزة : 171.

¹² - رباح، يحيى (2011)، الناطق الرسمي باسم حركة فتح في قطاع غزة، مقابلة في منزله، غزة.

فهذه التصريحات تؤكد معرفته لأهمية الإعلام، وقدرته في التأثير ودعم القضية الفلسطينية، كما تنم عن تمتعه بنهج إعلامي كبير يمكن الدلالة عليه من خلال تصريح القائد العسكري الإسرائيلي "مناحيم بنين" أثناء حصار بيروت عام 1982م حيث قال: "هل أنا أحاصر صاحب اللحية في بيروت، أم هو الذي يحاصرني في تل أبيب" ويعود ذلك حسب خبراء إلى أن أبا عمار يمثل ظاهرة وليس قوة معزولة.⁽¹³⁾

مؤشرات النهج الإعلامي لأبي عمار:

يمكن رصد العديد من المؤشرات التي تدلل على النهج الإعلامي لأبي عمار كما يلي:-

1. التصريحات الإعلامية ولغتها:

إن دراسة تصرفات أبو عمار الإعلامية تؤكد أنه يمتلك رؤية إعلامية واضحة، وأن لم تكن نهجاً ذات تخطيط مسبق، رغم أن الكثيرين كانوا يريدون منه أن يفصح أكثر عن حقيقة نواياه وأهدافه في نصوص سياسية جامعة مانعة، بدلا من الخليط الهائل الذي استخدمه لتحقيق هدفه.⁽¹⁴⁾

وعندما جرت مقارنة بين لغته وخطاباته في بدايات الثورة، وبين لغته وخطاباته الحالية جاء رده قاطعا بأنه ليس من أنصار "قل كلمتك وامش"، وأفهم الجميع بأن الكلمات والمواقف هي سياج وخندق متقدم لحماية النواة الصلبة التي تؤدي للعمل.⁽¹⁵⁾

ويرصد الباحث لبعض التصريحات الإعلامية التي تدلل على نهجه الإعلامي:-

- قال ياسر عرفات في عقد الستينيات: "نحن حركة تحرر وطني ليست تابعة لأحد، ولا خاضعة لأحد وأن قوتنا تكمن في عدالة قضيتنا وفي قرارنا المستقل".

- وقال في 1982/4/5م: "إن الثورة الفلسطينية لا تملك القوة ولا السلاح الذي يؤهلها لمواجهة القوات الإسرائيلية... إلا أنها تملك الإنسان المقاتل المؤمن، والمستعد للتضحية والفداء".

ويرى باحثون أنه بذلك استثمر الإعلام في إدارة علاقاته الدولية من خلال توجيه رسائل توضح عدالة قضيته التي يدافع عنها، كما استثمره لصالحه على غير ما اعتاد العرب من صيحات القوة

¹³ - عبد الرحمن، أحمد (2006)، الرئيس.. سنوات مع ياسر عرفات، ط1، دار الشروق، رام الله: 170.

¹⁴ - أبو عياش، رضوان (2011)، مسئول هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطيني الأسبق، مقابلة عبر البريد الإلكتروني، من رام الله.

¹⁵ - المصدر السابق نفسه.

والقدرة على التدمير التي استغلتها الدعاية الصهيونية لتظهر الكيان الإسرائيلي كأنه الحمل في مواجهة الذئاب العربية. (16)

ويسرد أحمد عبد الرحمن أحد مستشاري الرئيس الشهيد أن بياناته ورسائله وتصريحاته لها وظائف عدة أهمها:

- تارة يريد لها لتضليل أعدائه.
- تارة يريد لها لكسب المزيد من الأصدقاء.
- تارة يريد لها لإضفاء مسؤوليته المباشرة عن هذا الفعل أو ذاك.
- وكان يردد مقولته الشهيرة " لغة الفعل أقوى "، ومقولة " تكلم بصوت منخفض، واحمل عصا غليظة".

2. ممارسة الاتصال الشخصي المباشر:

وصف أحمد عبد الرحمن أهمية ممارسة الاتصال المباشر في حياة الرئيس عرفات بقوله " أبو عمار لا يغضبه أكثر من الغياب، والتجاهل، والنسيان، أما الحضور الساطع فهو حياته، فلا معنى للحياة عنده بلا فعل وبلا حضور، والفعل عنده مبادرات مفاجئة يطلقها لاخترق الحديث الرتيب، أنه يبادر، ولا ينتظر فعل الآخرين فهو فعل وليس رد فعل، وحين يحضر ينقلب السكون إلى حركة وكل شيء في المكان يأخذ إيقاع حركته، السرعة، الانتباه، الانضباط، الاستعداد، وعليك أن تجد ما تعمله. (17)

وأعتبر يحيى رباح أبا عمار من أكثر الناس ممارسة للاتصال الشخصي المباشر، وذلك بحكم تشتت الشعب الفلسطيني في بقاع العالم، وحرص أبو عمار في المقابل أن يهتم بهم ويذهب إليهم، كما كان يعرف أهمية الاتصال المباشر كوسيلة اتصال مهمة تحقق أهداف القضية التي يتبناها، والدليل على ذلك اهتمامه بزيارة مختلف الدول العربية والأجنبية، وحرصه على إقامة علاقات مهمة وجيدة مع أي شخص يتضامن مع قضيته، فعلى سبيل المثال: دخل أبو عمار البيت الأبيض (25) مرة وسجل رقما قياسيا في دخول زعماء العالم هذا البيت، وفي عدد اللقاءات التي عقدت مع رئيس أمريكي. (18)

3. التكرار والتأثير:

16- عبد الرحمن، أحمد (2006)، الرئيس، سنوات مع ياسر عرفات، مرجع سابق: 219.

17- المرجع السابق نفسه: 219.

18- نوفل، ممدوح (2005)، عرفات الرمز والإنسان، مجلة صامد الاقتصادي، ع 139-140 : 30-39.

وهي من المؤشرات المهمة لنهج الرئيس الإعلامي حيث عرف عنه تكراره للحقائق في كل خطاب من خطابه، أو تصريحاته الإعلامية المختلفة، وذلك بهدف ترسيخ تلك الحقائق في أذهان العالم لا سيما تكراره لكلمة "القدس عاصمة الدولة الفلسطينية"، في نهاية كل خطاب.⁽¹⁹⁾

أما التأثير:- فيقصد به التأثير القوي الذي أحدثه عرفات خاصة عند المحيطين به من العاملين في مجال الإعلام الفلسطيني حيث نُمى لديهم قوة الانتباه والمتابعة، وهذا يعود إلى قوة ذاكرته، ومتابعته لصغائر الأمور وانتباهه للأشياء البسيطة قبل الكبيرة، وعرف عنه مراقبته ومتابعته اليومية للأخبار والتحليلات الإذاعية، والتلفزيونية، والصحفية، وكان دائما يحرص على متابعة كل ما هو متعلق بالقضية الفلسطينية سواء عبر مكتبته الإعلامي، أو عبر التقارير الإعلامية التي ترده من الدوائر الأمنية والإعلامية المختلفة.⁽²⁰⁾

4. اصطناع الحدث:

الشهيد الراحل كان يتمتع بقدرات فذة لا تقف عند حد أو حدود بما فيها صناعة الإعلام، وصناعة الأحداث لديه تعود إلى بدايات عمله في الكفاح المسلح منذ أن ارتدى الكوفية الفلسطينية التي أصبحت رمزا للفدائي الفلسطيني، مروراً باختيار غور الأردن كمقر لقواته المقاتلة باعتباره اقرب نقطة تماس مع إسرائيل بعد 1967، وحتى اجتياح بيروت واختياره لعب كرم القدم أمام الصحفيين أثناء القصف الإسرائيلي لها، وإطلاقه أسماء على المراحل التي مرت بها القضية، والأحداث في فلسطين وغيرها مثل: ديمقراطية... غابة البنادق، وأطفال الحجارة وغيرها. ، كما كان حريصا على أن يبقى الحدث الفلسطيني ساخنا من أجل استقطاب الإعلام الدولي والعربي، وكانت لديه القدرة الفائقة على صناعة المواضيع والأحداث، وأحيانا يفجر مواضيع معينة لتوصيل رسائل معينة إلى هذه الجهة أو تلك.⁽²¹⁾

بالإضافة إلى أن هناك العديد من المؤشرات التي لا يستطيع الباحث حصرها في مقدرة الراحل أبو عمار في صناعة الحدث الفلسطيني إلى الدرجة التي وضع فيها القضية الفلسطينية في الأجندة الدولية، واحتلت رأس جدول هيئة الأمم المتحدة والمؤسسات الدولية وكل الدول الصغرى والكبرى، فعلى مدى ثلاثين عاما والقضية الفلسطينية في واجهة دائرة الاهتمام الدولي دون أن تؤثر عليها قوة وهيمنة الدعاية الصهيونية التي يساندها الإعلام الغربي.

19- رباح، يحيى (2011)، مصدر سابق.

20- أبو ندا، هاشم (2011)، مدير عام مالية الرئيس ، مقابلة في منزله، غزة.

21- الكاشف، حسن (2011)، مدير عام وزارة الإعلام الفلسطينية، مقابلة، غزة.

ركائز النهج الإعلامي وأهدافه:

مما تقدم يمكننا القول إن أهداف النهج الإعلامي للشهيد أبو عمار كانت واضحة ومحددة في الحفاظ على الثوابت الفلسطينية، والأسس التي تضمن للثورة والدولة والحركة نهجا واضحا لا يحيد عنه الإعلام الرسمي، ويمثل سلوكا للثورة الفلسطينية، والسلطة الوطنية الفلسطينية من بعدها، كل ذلك بهدف الحفاظ على ديمومة النضال، ورفع معنويات الأمة، والتصدي للإعلام المعادي، وعدم التعرض للأخطاء بصورة كبيرة.

وعليه يمكن تحديد ركائز النهج الإعلامي للراحل أبو عمار في: الدفاع عن منجزات الثورة، والسلطة الوطنية من بعدها، وفي مرحلة لاحقة الحفاظ على منجزات الدولة المستقبلية، ثم الدفاع عن المستقبل الفلسطيني الذي كان يراه بصورة جلية لا يراها الآخرون، ونجده سعى لتحقيق ذلك من خلال تمكين علاقاته بالمؤسسات الإعلامية، والإعلام الفلسطيني بشكل عام سواء في الشتات، أو في داخل فلسطين فقد كان يقيم مكاتب له في الإذاعة في بيروت، وكان كثير الزيارات للمؤسسات الإعلامية في غزة ورام الله وأريحا وغيرها. (22)

المبحث الثاني: سلوك أبو عمار الإعلامي:

ينسب لأبي عمار القدرة الاستثنائية في الحفاظ على مقامه في وسط الساحة الإعلامية لدواع بعضها ذاتي وبعضها وطني، فقد كان مدركا لأهمية وكيفية التعامل مع أدوات الاتصال بكل أنماطها وبكيفية توظيفها في خدمة أهدافه الوطنية، كما ينسب إليه استغلالها بشكل كبير في مراحل زعامته، ووظيفتها بما يخدم زعامته وقضيته في الوقت ذاته. (23)

وعلى صعيد آخر كان أبو عمار مراقبا ومتابعا يوميا للأخبار والتحليلات من مختلف وسائل الإعلام، وذلك ليس بقصد الاطلاع فحسب، بل بقصد التوجيه والتدخل والتوضيح، أي رسم سياسة إعلامية عامة ودون فرض تفصيلات أكاديمية ممنهجة، فياسر عرفات كان كثيرا ما يتحدث عن الإعلام ووسائله وتطويره ومقارنته بعضه ببعض من ناحية الاهتمام بالقضية الفلسطينية، كما كان مهتما بالإعلام الفلسطيني، إلى الدرجة التي ينسب إليه فيها التدخل المباشر في رسم الشكل والهيكل العام للإعلام الفلسطيني. (24)

²² - أبو عياش، رضوان (2011)، مصدر سابق.

²³ - نوفل، ممدوح (2005)، عرفات الرمز والإنسان، مرجع سابق: 31

²⁴ - أبو عياش، رضوان (2011)، مصدر سابق.

كما كانت تربطه علاقات مميزة مع وسائل الإعلام والإعلاميين والصحفيين العاملين في الصحف العربية والدولية، ويذكر أحدهم أنه كان يتصل كثيرا بالمستولين في جريدة السفير أبان الحصار الإسرائيلي على بيروت عام 1982م، ويشيد بموقفهم البطولي في نقل الحقيقة، وقد زار الجريدة أكثر من مرة بعد منتصف الليل، وسهر مع المحررين الذين كانوا ينامون في الجريدة. (25)

وكان عرفات يرى أن الإعلام بكل مكوناته جبهة قتال، ولا بد أن تكون في صالح القضية الفلسطينية، كما وإن الإعلاميين لا بد أن يشاركوا في المعركة الفلسطينية عبر تناولهم للأخبار والتعليق عليها، وعندما سئل عن هذه الرؤية قال: " في بيروت كان عندي كتبية الكومودور - اسم فندق في بيروت - التي ضمت 450 صحفيا ووفرت لهم 14 جهازا تلو كس، وكان معظمهم خصوما لنا، وعندما أسقطنا طائرة للعدو، دخل إلى الفندق صحفي من هؤلاء الخصوم صائحا أسقطنا طائرة هليكوبتر، وهكذا كان مشاركا في المعركة الفلسطينية". (26)

من خلال ما سبق يمكن أن نرصد سلوك أبو عمار الإعلامي في التعامل مع الصحفيين العرب والأجانب من خلال ما يلي: - (27)

1. كان ياسر عرفات دائما ما يتيح الوقت للصحفيين والمقابلات الإعلامية.
2. كان يفرق بين التعامل مع الإعلاميين المحليين الفلسطينيين والعرب والأجانب حسب نوع الوسيلة والجمهور الذي توجه إليه تلك الوسيلة.
3. كان يتعامل مع الإعلاميين الفلسطينيين كأبناء له ويقدم للشعب الفلسطيني ما يريد أن يوصله، في حين كان يبعث بالرسائل الدولية من خلال وسائل الإعلام الغربية، ويتعامل معها بحرفية كاملة.
4. على مستوى الإعلام الفلسطيني فكان يتدخل بشكل الصوت والصورة في حين كان يتعامل مع الإعلام الدولي بصورة مهنية عالية من حيث الوقت والإجابة واللغة، ويستفيد من مرافقيه الإعلاميين الفلسطينيين المحترفين أثناء مقابلته مع الإعلام الغربي.

²⁵ - الحسن، بلال (2005)، عرفات الإنسان قبل عرفات القائد، مجلة صامد الاقتصادي، ع 140-139 : 106 - 109.

²⁶ - العالم، محمود، و نصار، مصطفى (1991)، ياسر عرفات، أزمة الخليج، قضية فلسطين، الأمن العربي، (حوار)، دار العالم الثالث، القاهرة: 51.

²⁷ - ألمان، ت. (د.ت) ، تحدي السلام، 40 ساعة مع ياسر عرفات ، مترجم ، م.ت.ف، الإعلام الموحد، بيروت: 31، أيضا: عبد الرحمن، أحمد (2006)، الرئيس، سنوات مع ياسر عرفات، مرجع سابق: 220.

5. كان كثير النقد للوسائل المحلية عبر اجتماعاته الدورية معها ومراقبته لها بقصد تطويرها ومنع حدوث الأخطاء الكبرى فيها.

6. كان يولي إعلامي الفصائل الفلسطينية المختلفة اهتماما خاصا، ويعاملهم معاملة خاصة، ويشعرهم بالمساواة مع إعلاميي حركة فتح التي ترأسها.

7. كان يقارن الوسائل المحلية بالعربية والدولية، ويكيل لها النقد البناء، أما وسائل الإعلام العربية فكان يطالبها بالدفاع عن المواقف الفلسطينية، وأيضا الدفاع عن النهج الذي يحمله.

8. كان يدقق بمهنية الإعلام الدولي وهدفه والطريقة التي يتعامل بها معه، وكان يعامل الإعلاميين الدوليين حسب موقف الجهة التي يمثلها ذلك الإعلامي.

9. لم يكن يخشى المواقف الدولية منه بل كان يوصل ما يريد دون تردد ويفرق بين الموقف السياسي لتلك الدولة والموقف المهني للإعلامي الذي يمثلها.

10. كان يجيب عن الأسئلة بالطريقة التي يريد وليس بالطريقة التي يتوقعها الإعلاميون الغربيون منه.

11. لديه قدرة إنسانية لمزج العلاقات بين الإعلاميين من خلال كرمه معهم في الجانب الإنساني، من خلال تأمين احتياجاتهم الإنسانية والأمنية وغيرها، إضافة إلى تعامله معهم بود وصبر ومحاملة، فقد كان يصطحبهم في جولاته، ويدعوهم لتناول وجبات الغداء والعشاء معه، وكان يتواصل معهم باستمرار.

12. لديه المقدرة على أن يرضي كل صحفي عبر إعطائه خبرا مستقلا وكأنه سبق صحفي، ليميزه بذلك عن غيره وفقا لقناعته بأن الصحفيين هم شهود عيان على الحالة الفلسطينية.

13. كان يتمتع بسعة صدر لانتقادات الصحفيين، وكان يوليهم اهتماما شديدا، ولديه أسلوب سلس في التخاطب معهم.

المبحث الثالث: أثر نهجه الإعلامي على الإعلام الفلسطيني:

استطاعت القيادة الفلسطينية برئاسة أبو عمار وانطلاق الثورة الفلسطينية المسلحة في الفاتح من يناير 1965م، أن تبلور مفهوما عاما للإعلام الفلسطيني وسياسة إعلامية تعكس النظام الفلسطيني في عصر الثورة، وفي ضوء هذا الإطار حددت القيادة الفلسطينية مفهومها للإعلام على أنه: " استثمار كافة وسائل الإعلام والاتصال، تجاه خدمة القضية الفلسطينية ودعمها على المستويات الفلسطينية والعربية والدولية. بما يحقق توظيف الرأي العام نحو الضغط المتواصل والمنظم على القيادات الفاعلة وصناع القرار في مختلف أرجاء المعمورة لاتخاذ المواقف والقرارات التي من شأنها أن تجعل من

القضية الفلسطينية محورا دائما لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني لتحقيق أهدافه الوطنية في الحرية وتقرير المصير وإقامة دولته المستقلة على ترابه الوطني".⁽²⁸⁾

وإيماننا من القيادة الفلسطينية وعلى رأسها أبو عمار بأهمية الإعلام في خدمة القضية الفلسطينية أكدت المجالس الوطنية لمنظمة التحرير الفلسطينية - منذ قيامها 1964م - في دوراتها المتعاقبة على أهمية الإعلام، فكثفت دعواتها إلى تخطيط الإعلام وبرمجته وتنشيطه ليؤدي دوره بفاعلية في المجالات الذاتية والغربية والدولية، ويلاحظ أن هذا التكتيف جاء في دورات المجالس الوطنية الخمسة الأولى، كما ظهر في القرارات الإعلامية الصادرة عنها الأمر الذي أسهم في إنشاء العديد من الصحف والمجلات والإذاعات المختلفة في كل مناطق التواجد للقيادة الفلسطينية من القاهرة، إلى عمان إلى سوريا إلى بيروت وقبرص، وتونس... في الفترة الممتدة من 1964م - 1995م.

حيث شهدت هذه الفترة أشكالا إعلامية بارزة ومتنوعة بين المحدودة وواسعة الانتشار، وبين الرسمية الناطقة بلسان منظمة التحرير الفلسطينية مثل: صحيفة فلسطين الثورة، وفلسطين المحتلة، وصوت البلاد، أو الناطقة بلسان الفصائل الفلسطينية وأبرزها العاصفة، فتح، الصخرة، الهدف، الحرية، الأفق، النضال، إلى الأمام، القدس العربي، الاستقلال، الحصاد، وغير ذلك العديد من النشرات والدوريات، والصحافة والمتخصصة والمهنية - وباللغات الأجنبية، بالإضافة إلى فصلية شئون فلسطينية الصادرة عن مركز الأبحاث وكذلك الصحافة الفلسطينية غير الدورية التي صدرت في بعض البلدان الأوروبية والأمريكية التي اقتضتها الحاجة والظروف السياسية والمواجهات مع الاحتلال الصهيوني.⁽²⁹⁾

وشهدت فترة السبعينيات والثمانينيات صدور العديد من المجلات الفلسطينية السياسية منها والثقافية، والأسبوعية، والشهرية، والفصلية، التي كانت تفوق في عددها وتنوعها أكثر مما تصدره أية دولة عربية على الإطلاق.⁽³⁰⁾

ويرى السواحري أن ياسر عرفات كان حريصا على تمويل العديد من المجلات والصحف الفلسطينية أو العربية، سواء تمويل كلي أو جزئي، ولعل أبرزها مجلة شئون فلسطينية، ومجلة فلسطين

28- أبو شنب، حسين (2001)، الإعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته، ط1، مكتبة القادسية، خان يونس: 7.

29- أبو شنب، حسين (2001)، الإعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته، مرجع سابق: 21.

30- السواحري، خليل (2005)، ياسر عرفات والثقافة، مجلة صامد الاقتصادي، ع 140-139 : 73-71.

الثورة، ومجلات أخرى في بيروت وقبرص، إضافة إلى أن مجلة لوتس التي يصدرها اتحاد كتاب آسيا وأفريقيا تلقت في سنواتها الأخيرة تمويلاً مباشراً من ياسر عرفات. (31)

وفيما يتعلق بالإذاعات أنشأت منظمة التحرير الفلسطينية أول إذاعة في 1965/3/1 وهي إذاعة صوت فلسطين، والتي استمرت في البث من القاهرة، ثم بغداد، ومن بعد بيروت، إضافة إلى إنشاء العديد من الإذاعات مثل: إذاعة العاصفة، وزمزم، ودرعا، وإذاعة جبل دربل التي أنشئها بعد تدمير قوات الاحتلال الإسرائيلي لإذاعة صوت فلسطين في بيروت. (32)

ويذكر يحي رباح أن أبا عمار في حصار طرابلس يكاد يشترك في صياغة النشرة الإخبارية لكي تسلم إلى إذاعة مني كارلو، وذلك حتى لا ينقطع عن الوسائل الإعلامية، وكان يقول "لا بد أن يكون لديك إعلامك الخاص، بالإضافة إلى الإعلام البديل الذي يعتمد على الصداقات في حال دمر العدو إعلامك" فلا يجوز أبداً أن ننقطع عن الناس".

الإعلام الموحد:-

دعا المجلس الوطني في دورته السادسة المنعقدة في القاهرة ما بين 1-1969/9/6م، إلى توحيد الإعلام الفلسطيني في جهاز واحد، والتركيز على الدعوة للقضية الفلسطينية ومنطلقات الثورة، وجاء هذا القرار نتيجة التعدد الإعلامي، وتعدد أشكاله، وتأثير مناهجه، وافتقاده إلى المنهج الواحد، وخروجه إلى قضايا جانبية على حساب القضية الأساسية، كما ودعا في دورته التاسعة من 7-1971/7/13م المنعقدة بالقاهرة إلى العمل على خلق جهاز مركزي لإعلام الثورة الفلسطينية يكون من حقه ممارسة التخطيط المسبق، والرقابة اللاحقة على كل النشاطات، والأجهزة الإعلامية، والثقافية الفلسطينية بما يمكن هذه الأجهزة من أن تبلور رأياً عاماً موحداً ومتماسكاً إزاء القضية الفلسطينية. (33)

وبناءً على ما سبق، قررت اللجنة المركزية لحركة فتح إنشاء هذه المجلس في إطار الإعلام الموحد لمنظمة التحرير الفلسطينية، وأصدر مفوض الإعلام كتاباً قرر فيه أن تصبح جميع الإذاعات التابعة للحركة باسم "صوت فلسطين صوت الثورة الفلسطينية"، وألغت فتح جميع نشراتها ومطبوعاتها الإعلامية الخاصة لتعطي لهذا الجهاز المركزي قدرة على الفعل والإنتاج والتوحيد،

31- المرجع السابق نفسه: 72.

32- أبو شنب، حسين (1996)، أعضاء على الإعلام الفلسطيني، جريدة الحياة الجديدة، ع⁴⁶⁶، رام الله: 12.

33- أبو شنب، حسين (1996)، الإعلام الفلسطيني، ط1، دار الجليل للنشر، عمان: 80. أنظر أيضاً:- طالب، موسي

(2006)، الصراع الإعلامي الفلسطيني، ط1، مكتبة الطالب بجامعة الأزهر، غزة: 24-25

واستطاع هذا الجهاز الذي تولى مسئوليته ماجد أبو شرار بعد استشهاد مديره السابق كمال ناصر أن يعمل على تشكيل مجلس الإعلام الموحد الذي ضم مختلف أطراف العمل السياسي الفلسطيني، واستطاع أن يقدم منهجاً إعلامياً موحداً يجمع إلى حد ما تناقضات الإعلام الفرعية، وأن تكون مجلة فلسطين الثورة منبرا لآراء الجميع في إطار منظمة التحرير بقيادة أبو عمار.⁽³⁴⁾

تجربة الإعلام الفلسطيني في الداخل:-

مع قدوم السلطة الوطنية الفلسطينية لأرض الوطن ، عام 1994م عملت على تنظيم قانون المطبوعات والنشر الذي ينظم العلاقة بين السلطة والصحافة، وبدأت تتبلور الحركة الصحفية في ظل السلطة بإعطاء تراخيص لإصدار صحف، وكان أولها صحيفة " فلسطين بتاريخ 1994/9/23م، ثم الحياة الجديدة في 1994/11/10م وهي صحيفة السلطة، كما صدرت في 1994/12/8م صحيفة " الوطن " الناطقة باسم حماس ، وصحيفة " الاستقلال " الناطقة باسم حركة الجهاد الإسلامي عام 1995م وفي نهاية عام 1995م صدرت صحيفتي " البلاد والأيام " اليوميّتان ، كما صدرت عن أجهزة السلطة عدة صحف ومجلات ، منها " الأقصى والساحل و الزيتون و الرأي والصباح "، وغيرها.⁽³⁵⁾

وظهرت مع ذلك بدايات مطمئنة بإمكانية خلق جيل صحفي قادر على التعامل مع الأحداث وتطوير نفسه، بالرغم من المضايقات التي تعرض لها الصحفيون في بداية عهد السلطة الوطنية نظراً لحالة الفوضى و الارتباك التي كانت تسود السنوات الأولى لقدوم السلطة الوطنية، إلا أن العلاقة بين السلطة والصحافة بدأت أكثر وضوحاً وتشهد حالياً العديد من الخطوات التي اتخذتها السلطة لترسيخ تلك العلاقة مع الصحافة.⁽³⁶⁾ حيث تصدر في فلسطين أربع صحف يومية باللغة العربية، بالإضافة إلى أكثر من سبعين محطة تلفزيونية وإذاعية محلية، ووكالاتي أنباء علي الأقل، والعديد من المجلات غير المنتظمة، علاوة على الإذاعة والتلفزيون الرسميين ومحطتين فضائيتين خاصتين.⁽³⁷⁾

³⁴ - رباح، يحيى (2011)، مصدر سابق.

³⁵ - أبو شنب، حسين (1996)، أعضاء على الإعلام الفلسطيني، مصدر سابق: 12.

³⁶ - أبو السعيد، أحمد (2004)، الإعلام الفلسطيني نشأته ومراحل ط1، مطبعة الأمل، غزة: 176.

³⁷ - عبد الله، عبد الرحيم (2008)، الإصلاح المؤسسي كمدخل لتطوير الإعلام الفلسطيني، مجلة تسامح، ع²¹، مركز رام الله للدراسات وحقوق الإنسان، رام الله: 23.

بالإضافة إلى العديد من المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، سواء مواقع الكترونية إخبارية عامة (*)، أو مواقع الكترونية لصحف مطبوعة يومية، أو مواقع لصحف حزبية، أو مواقع لمجلات مطبوعة، أو مواقع لوكالات أنباء، إضافة إلى العديد من المنتديات السياسية والاجتماعية والترفيهية وغيرها الكثير من المواقع المتنوعة.

هل أثر نهج أبو عمار على الإعلام الفلسطيني: (38)

يجمع المتخصصون في مجال الإعلام ممن قابلهم الباحث أن نهج أبو عمار كان له تأثيراً مباشراً على وسائل الإعلام الفلسطينية بوجه عام ووسائل الإعلام الفتاوية بوجه خاص، وذهبوا إلى أن هذا التأثير تمثل في ترسيخ تقاليد وثوابت لدى الإعلام الفلسطيني، تمثلت في التركيز على العديد من القضايا التي تؤكد الحق الفلسطيني في الحصول على الدولة، وتبيان الممارسات الإسرائيلية القمعية بحق الفلسطينيين، والعمل على تكوين رأي عام دولي وعربي يساند القضية الفلسطينية.

فأبو عمار من وجهة نظر القائمين على الإعلام الفلسطيني يمثل رئيس التحرير الفعلي للمؤسسة الإعلامية الفلسطينية، وإن كان لا يتدخل في الأداء اليومي للعمل أو العاملين، ولكنه عزز لديهم فكرة عدم تضيق المساحة الإعلامية على نمط محدد ليكون للإعلام الفلسطيني الحضور القوي والفاعل، واسهم بذلك في بناء مدرسة إعلامية محددة وخصوصاً في الرد على وسائل الإعلام المعادية والتي تستهدف ضرب النموذج الفلسطيني البناء والجيد.

كما واكتسبت وسائل الإعلام الفلسطينية خبرة موازية للنهج العرفاتي الإعلامي، فكان مسئولو الإعلام فيها يدركون الغث من السمين والصواب من الخطأ، واستطاعوا إدارة وسائل إعلامهم بما فيه خدمة للقضية الفلسطينية، فعلى سبيل المثال تمكن المجلس الإعلامي الفلسطيني الأعلى الذي أسس في قبرص من فك الحصار الإعلامي على طرابلس أثناء اجتياح إسرائيل لبيروت عام 1982م، وفتحوا آفاقاً جديدة لتنظيم صلات مهمة مع الأرض المحتلة وصحافتها، وهذا أسس لتنمية هذه العلاقة أثناء الانتفاضة الفلسطينية الأولى عام 1987م. (39)

وبالنسبة للإعلام الفتاوي فقد عكس هذا الإعلام النهج الإعلامي للرئيس أبي عمار من خلال وسائل الإعلام المتنوعة والعديدة لحركة فتح، التي استفادت بشكل كبير إدارياً ومهنيًا من الدعم

(*) - يوجد في فلسطين قرابة (15) موقع إخباري متخصص ومتنوع الاتجاهات السياسية والفكرية.

38 - أبو عياش، رضوان (2008)، أثر التطور الاجتماعي والتحدي السياسي على أداء الإعلام الفلسطيني، مطبعة المنار الحديثة، رام الله: 105.

39 - الكاشف، حسن (2011)، مصدر سابق.

المالي، والمهني، والمعنوي الذي وفره لها أبو عمار، فكان الراعي والمرجع الأساسي لها، الأمر الذي أدى إلى تفوق هذه الوسائل من ناحية العدد والعدة والانتشار الواسع، كونها تعكس رؤية حركة فتح والسلطة الوطنية الفلسطينية التي يرأسها أبو عمار. (40)

خاتمة:

لا شك أن الإعلام الفلسطيني قد لعب دوراً مهماً ومركزياً من البدايات في واقع الحياة الفلسطينية، حيث يمكن القول أن للإعلام الفلسطيني خصوصية استمدتها من خصوصية التجربة الفلسطينية، وقد تمحور الإعلام الفلسطيني حول القضية الفلسطينية، وحمل عبء الكشف عن المخططات التي تستهدف النيل من الشعب الفلسطيني وقضيته، وتاريخه، وهو ما جعل الإعلام الفلسطيني يلعب دوراً مهماً في المعركة ضد العدو الصهيوني، ويتحمل مسؤولية تعبئة الجماهير وتوعيتها بالأخطار التي تحيق بها وبقضيته، هذا إلى جانب قيام الإعلام بدور أساسي في صناعة الرأي العام الفلسطيني إزاء القضايا المصيرية والحساسة. (41)

وبالرغم من ذلك فإن التجاذبات التي عصفت بالقضية الفلسطينية، كان لها بالغ الأثر على الإعلام الفلسطيني، الأمر الذي أدى إلى إخفاقه في العديد من الجوانب، ونجاحاته في جوانب أخرى، ومن هنا نستطيع القول أن النجاحات التي حققها الإعلام الفلسطيني في جوانب مختلفة، يرجع الفضل فيها إلى استفادته من النهج الإعلامي للراحل أبو عمار، أما الإخفاقات فهي تعود من وجهة نظر الباحث إلى القائمين على تلك الوسائل، حيث لا يجوز تحميل الراحل أبو عمار أعباءً فوق أعباءه، إضافة إلى عدم استغلال رؤية الراحل أبو عمار بصورة مهنية واضحة، وخير دليل على ذلك أن مجموع ما بناه أبو عمار من علاقات مع وسائل الإعلام العربية والدولية وإعلامييها الكبار لم يتم الحفاظ عليها وتأمين استمراريتها وتنميتها. (42)

كما أن المشهد الإعلامي الفلسطيني بعد عرفات يمكن وصف خارطته الإعلامية بأنها تعاني من ازدحام في المنتج الإعلامي، وتشتت في الاستهلاك، ويصنف المشهد الإعلامي الفلسطيني على أنه سوق يتسم بالازدحام والتشتت. (43)

40- رباح، يحيى (2011)، مصدر سابق.

41- أبو شنب، حسين (2001)، الإعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته، مرجع سابق: 6.

42- الكاشف، حسن (2011)، مصدر سابق.

43- عبد الله، عبد الرحيم (2008)، الإصلاح المؤسسي كمدخل لتطوير الإعلام الفلسطيني، مرجع سابق: 23

بالإضافة إلى أن الإعلام الفلسطيني في ظل حالة الانقسام التي تشهدها الساحة الفلسطينية، فقد بوصلته وأصبح إعلام حزبي مقيت يعمل على تأجيج الصراع الداخلي لا على إنهائه، كما أن تأثيره على الرأي العام الدولي ضعيف جدا مقارنة بالتحديات الكبرى المعادية والتحديات العدوانية ضد الشعب الفلسطيني التي يقوم بها النهج الصهيوني الذي يقلب الحقائق ويستغل ضعف جوانب الإعلام الفلسطيني بصورة عامة. (44)

وأخيرا وحتى لا تكون الصورة قائمة بعد أبي عمار نستطيع القول أن النهج الإعلامي لأبي عمار، لا زال له تأثيرات على معظم وسائل الإعلام الفلسطيني، وأن كانت غير مباشرة، أو لا تستغل بصورة مهنية، ولكنها موجودة، فبعد كل هفوة يقوم الإعلام الفلسطيني وينتبه إلى الطريق الذي رسخه أبو عمار حيث الأولوية للقضية الفلسطينية، والدولة التي عاصمتها القدس.

مراجع الدراسة:

أولا: بحوث علمية منشورة:-

1. أبو السعيد، أحمد (2005)، الصورة الذهنية للرئيس ياسر عرفات لدى النخبة الفلسطينية، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة.
 2. أبو عامر، عدنان (2005)، التغطية الإعلامية الإسرائيلية لوفاة الرئيس ياسر عرفات، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى غزة.
 3. طالب، موسى (2005)، صورة الرئيس عرفات في الإعلام الإسرائيلي، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة.
 4. عنتر، أسامة (2005)، أثر النهج السياسي لعرفات على صورته الإعلامية في ألمانيا، مجلة المؤتمر العلمي الدولي، ياسر عرفات ذاكرة وطن ومسيرة شعب، جامعة الأقصى، غزة.
- ثانيا: كتب عربية ومترجمة:

1. أبو السعيد، أحمد (2004)، الإعلام الفلسطيني نشأته ومراحل ط1، مطبعة الأمل، غزة.
2. أبو شنب، حسين (2001)، الإعلام الفلسطيني، تجاربه وتحدياته، ط1، مكتبة القادسية، خان يونس.
3. _____ (1996)، الإعلام الفلسطيني، ط1، دار الجليل للنشر، عمان.

44- شاهين، رمزي (2011)، الإعلام الفلسطيني وسياسية تصفية الحسابات، خير منشور، متوافر على:

<http://www.alaahd.com/arabic>

4. _____ (1995)، الاتفاق الفلسطيني الإسرائيلي.. الرأي والرأي الآخر، مدبولي، القاهرة.
 5. أبو عياش، رضوان (2008)، أثر التطور الاجتماعي والتحدي السياسي على أداء الإعلام الفلسطيني ، مطبعة المنار الحديثة، رام الله.
 6. ألمان، ت. (د.ت) ، تحدي السلام، 40 ساعة مع ياسر عرفات ، مترجم ، م.ت.ف، الإعلام الموحد، بيروت.
 7. العالم، محمود، و نصار، مصطفى(1991)، ياسر عرفات، أزمة الخليج، قضية فلسطين، الأمن العربي، (حوار)، دار العالم الثالث، القاهرة.
 8. عبد الحميد، محمد (1997)، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة.
 9. عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
 10. عبد الرحمن، أحمد (2006)، الرئيس.. سنوات مع ياسر عرفات، ط1، دار الشروق، رام الله.
 11. اللوح، دياب (2004)، آفاق سياسية، مطبعة الرئيسي، ط1، غزة.
- ثالثاً: الدوريات والمقالات:

1. أبو شنب، حسين (1996)، أضواء على الإعلام الفلسطيني، جريدة الحياة الجديدة، ع⁴⁶⁶ ، رام الله.
 2. الأزعر، محمد خالد (2005)، عرفات ونموذجه القيادي، مجلة صامد الاقتصادي، ع¹⁴⁰⁻¹³⁹.
 3. الحسن، بلال (2005)، عرفات الإنسان قبل عرفات القائد، مجلة صامد الاقتصادي، ع¹⁴⁰⁻¹³⁹.
 4. ربيع، شوقي (2005)، أبو عمار عنقاء طالما فُضت من رمادها، مجلة صامد الاقتصادي، ع¹⁴⁰⁻¹³⁹.
 5. السواحري، خليل (2005)، ياسر عرفات والثقافة، مجلة صامد الاقتصادي، ع¹⁴⁰⁻¹³⁹.
 6. عبد الله، عبد الرحيم (2008)، الإصلاح المؤسسي كمدخل لتطوير الإعلام الفلسطيني، مجلة تسامح، ع²¹، مركز رام الله للدراسات وحقوق الإنسان، رام الله.
 7. نوفل، ممدوح (2005)، عرفات الرمز والإنسان، مجلة صامد الاقتصادي، ع¹⁴⁰⁻¹³⁹.
- رابعاً: المقابلات:

5. أبو عياش، رضوان (2011)، مسئول هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطيني الأسبق، مقابلة عبر البريد الإلكتروني، من رام الله.
6. أبو ندا، هاشم (2011)، مدير عام مالية الرئيس ، مقابلة في منزله، غزة.
7. رباح، يحيي (2011)، الناطق الرسمي باسم حركة فتح في قطاع غزة، مقابلة في منزله، غزة.
8. الكاشف، حسن (2011)، مدير عام وزارة الإعلام الفلسطينية، مقابلة، غزة.

خامسا: المقالات المنشورة على الانترنت:

1. شاهين، رمزي (2011)، الإعلام الفلسطيني وسياسية تصفية الحسابات، خبر منشور، متوافر على:

<http://www.alaahd.com/arabic>