

دور إعلام المقاومة في قناة الأقصى الفضائية في تفنيد سرديّة الاحتلال الصهيوني *The Role of Resistance Media on Al-Aqsa Satellite Channel in Refuting the Zionist Occupation Narrative*

تاريخ القبول: 2024/05/27

تاريخ الإرسال: 2024/04/01

تتلخص في كشف الدعاية الصهيونية وزيفها، ركزت استراتيجية الإعلام الفلسطيني المقاوم من خلال فضائية الأقصى على عدة جوانب: أولها تعبئة الجماهير الفلسطينية والعربية والإسلامية خلف المقاومة. والجانب الثاني في التصدي للحرب الإعلامية الصهيونية الإسرائيلية من خلال تحصين الجبهة الداخلية الفلسطينية وإضعاف الجبهة الداخلية الإسرائيلية، والجانب الثالث يتلخص في نقل الصورة الحقيقية للعالم اجمع لما تقوم به إسرائيل من جرائم ودمار داخل قطاع غزة والضفة الغربية والقدس وأخيرا على قدسية المعركة التي تخوضها المقاومة الفلسطينية. خاصة في ظل الاقتحامات المتكررة للمسجد الأقصى.

الكلمات المفتاحية: فضائية الأقصى، استراتيجية، أهداف مقاومة، جبهة داخلية، إسرائيل.

يوسف قاسم Yosef QASEEM

جامعة أحمد بوقرة - بومرداس

University of Boumerdes

ykacem@univ-boumerdes.dz

Abdelouahab

AMROUCH

عمروش عبد الوهاب

جامعة أحمد بوقرة - بومرداس

University of Boumerdes

a.amrouch@univ-boumerdes.dz

ملخص:

تحول الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في القضية الفلسطينية إلى صراع بقاء وثبات على الأرض، ولم تعد الحرب التقليدية تخيف الفلسطينيين، فقد استخدمت إسرائيل ما بحوزتها من أسلحة ومعدات حديثة ومتطورة، في حين ان معركة الإرادة أصبحت تميل لصالح الفلسطينيين.

ومنذ الانتخابات الفلسطينية وفوز حركة حماس بها في العام 2005 نهض الإعلام الفلسطيني المقاوم خاصة في العام 2008، حيث تم افتتاح فضائية الأقصى التابعة لحركة حماس التي أصبح لها استراتيجية واضحة،

Abstract:

The Palestinian-Israeli conflict in

the Palestinian cause has turned into a struggle for survival and steadfastness on the land as the traditional war no longer frightens Palestinians. Israel has used the modern and advanced weapons and equipment at its disposal. On the other hand, the battle of wills has become tilted in favor of the Palestinians.

The Palestinian resistance media has risen ever since the Palestinian elections and the victory of the Hamas movement in 2005, especially in the year 2008, when Al-Aqsa TV channel affiliated with the Hamas movement was opened, which now has a clear strategy aimed at exposing the Zionist propaganda and its falsehood. The strategy of the

Palestinian resistance media focused on several aspects: the first of which is mobilizing the Palestinian, Arab and Islamic masses behind the resistance, The second aspect is confronting the Zionist-Israeli media war by fortifying the Palestinian internal front and weakening the Israeli internal front, and The third aspect is conveying to the whole world the true picture of the crimes and destruction Israel is committing inside the Gaza Strip, the West Bank and Jerusalem. Finally, emphasizing the sanctity of the battle waged by the Palestinian resistance especially in light of the repeated raids on Al-Aqsa Mosque.

Keywords: Al-Aqsa TV; strategy; resistance goals, home front; Israel.

مقدمة:

كان لدى المقاومة الفلسطينية في طوفان الأقصى مجموعة من الأهداف، حاولت تحقيقها، منها ما يتعلق باستهداف الجبهة الداخلية الإسرائيلية بإضعاف معنويات الإسرائيليين بشكل يربك الجيش الإسرائيلي ومستوطنيه، ومنها ما يتعلق ببناء الجبهة الداخلية، مثل الدفاع عن القدس والمسجد الأقصى الذي يتعرض بشكل دائم لاقتحامات يومية متواصلة، والتصدي للاقتحامات الإسرائيلية للضفة الغربية، في ظل استمرار الحصار الاقتصادي في قطاع غزة لأكثر من سبعة عشر عاما متتالية، تركز خطاب المقاومة على أن يكون خطابا تعبويا للذات الوطنية الفلسطينية لبناء هويتها ومقاومتها للمحتل، وأن يكون خطابا قانونيا وأخلاقيا لتقبله في العالم، لكسب تأييده وضمان حياده على أقل تقدير، والتأثير على معنويات الاحتلال وجنوده ومستوطنيه، ومن خلال تحليل الخطاب الإعلامي لحركات المقاومة الوطنية الفلسطينية أمكن لنا استقراء واستنباط بعض من هذه الأهداف التي تتناولها

بالتحليل من خلال دراستنا ومتابعتنا لهذه الأحداث. فرضت الأحداث السابقة أن تكون فضائية الأقصى في مقدمة المحطات الفضائية التي قامت بدور الدعاية المضادة ضد الحرب النفسية الإسرائيلية، عبر مائة عام من الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، يتعلق الجانب الأول: بما تقوم به فضائية الأقصى من نقل رسالة إعلامية بالتعبئة الداخلية للفلسطينيين، واستنهاضها ضد المحتل والتحريض على الثأر، أما الجانب الثاني: فيتعلق بما تحمله من رسائل موجّهة للعالم العربي والدولي، لتظهر وتنقل جرائم الاحتلال بقتل المدنيين وخاصة الأطفال والنساء وكبار السن الأبرياء، ومن الجانب الثالث: رسائل إلى الجمهور الإسرائيلي تتعلق بالتشكيك بقدرة الجيش على حمايتهم في المستقبل القريب، وإضعاف الجبهة الداخلية لديهم.

- إشكالية البحث: تكمن إشكالية البحث في سؤال مركزي واحد، ما هو دور إعلام المقاومة الفلسطينية في قناة الأقصى الفضائية في تنفيذ سرديّة الاحتلال الصهيوني؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: كان للدعاية المضادة لإعلام المقاومة دور أساسي في تنفيذ سرديّة وأسطورة القوة الصهيونية.

الفرضية الثانية: لعبت قناة الأقصى الفضائية كإعلام مقاومة دوراً محورياً لحشد الشعب الفلسطيني والجمهير العربية والشعوب الحرة. خلف المقاومة.

- أهمية البحث وأهدافه: الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في الفترة الأخيرة تحول إلى حرب نفسية إعلامية، تهدف إلى إضعاف معنويات الخصم، وشنق الجبهة الداخلية لكل من الفئات المتحاربة، وذلك بعد أن استنفذت كافة الوسائل في الحرب التقليدية منذ قرن كامل، لذلك لا بد من التركيز على الدعاية المضادة في وسائل الإعلام الفلسطينية وغيرها، ودراسة العوامل النفسية في الحرب التي أصبحت هي

العامل الحاسم في كسب المعركة. تهدف الدراسة إلى معرفة تأثيرات الدعاية المضادة في إعلام المقاومة (قناة الأقصى) مثالا، على الجبهة الداخلية الإسرائيلية بإضعافها وتحقيق الانقسام فيها. أيضا ربما تكون هذه المقالة تمهيدا لدراسات اشمل وأكبر من قبل الباحثين.

- **منهجية البحث:** في العلوم السياسية وفي الحروب التي لم تتضح نتائجها بعد، يعتبر المنهج الاستكشافي هو أفضل المناهج المستخدمة، لكننا في هذا المقال القصير أمكن لنا تناول بعض الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع من خلال صفحات الأنترنت أو الكتب والمقالات، معتمدين على منهج تحليل المضمون

- **الدراسات السابقة:** كثيرة هي الدراسات التي تناولت الموضوع خاصة الدراسات الإسرائيلية والفلسطينية، فيما اقتصرّت الدراسات التي تناولت طوفان الأقصى على الأنترنت، أو ندوات حوارية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، كون معركة طوفان الأقصى ما زالت محتدمة، ونتائجها زالت تحير كبار المحللين العسكريين والسياسيين. - أولا: رسالة ماجستير بعنوان إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب (فضائية الأقصى نموذجاً) الجامعة الإسلامية 2010- غزة

تحدثت هذه الدراسة التي أضافت مرجعا جديدا في إدارة الإعلام المقاوم في الحرب النفسية ما بين المقاومة الفلسطينية والجيش الإسرائيلي عن الدور الذي تقوم به هذه الفضائية، برفع الجبهة الداخلية الفلسطينية، وتعزيز صمودها، والعمل على إضعاف الجبهة الداخلية الإسرائيلية من جانب آخر، خلال الحروب المختلفة التي قامت بها إسرائيل على قطاع غزة، لكن ينقص الرسالة الاعتماد على النظريات النفسية، مثل نظريات التحليل النفسي، ونظريات المثير والاستجابة، ونظرية قوة التأثير النفسي في الإعلام، لتحديد السلوك الإعلامي للخصم وفق هذه النظريات، لكنها اقتربت من أثر الإعلام المقاوم والدعاية المضادة في الحرب النفسية التي يخوضها إعلام المقاومة والإعلام الإسرائيلي.

- ثانيا: دراسة بسام عبد الرحمن المشاقبة 2011

تعتبر دراسة بسام عبد الرحمن المشاقبة من الدراسات المهمة التي جاءت بعنوان الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح، تحدث فيها عن الأهداف الاستراتيجية لإعلام المقاومة وناقش تطورها، وما يميز دراسته، أنها جمعت قوى المقاومة في المنطقة العربية كفلسطين ولبنان والعراق، لكن ينقص الدراسة التحليل من وجهة النظر السيكلوجية. ذلك أن مواضيع الحرب النفسية بحاجة إلى متخصصين في الحرب النفسية.

- ثالثا: رسالة ماجستير بعنوان إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب (فضائية الأقصى نموذجاً) الجامعة الإسلامية 2010 غزة

تحدثت هذه الدراسة، التي أضافت مرجعا جديدا في الحرب النفسية ما بين المقاومة الفلسطينية والجيش الإسرائيلي، عن الدور التي تقوم به هذه الفضائية برفع الجبهة الداخلية الفلسطينية وتعزيز صمودها، والعمل على إضعاف الجبهة الداخلية الإسرائيلية من جانب آخر، خلال الحروب المختلفة التي قامت بها إسرائيل على قطاع غزة، ولكن ينقص الرسالة الاعتماد على النظريات النفسية، مثل نظريات التحليل النفسي، ونظريات المثير والاستجابة، ونظرية قوة التأثير النفسي في الإعلام، لتحديد السلوك الإعلامي للخصم وفق هذه النظريات، لكنها اقتربت من أثر الإعلام المقاوم والدعاية المضادة في الحرب النفسية التي يخوضها إعلام المقاومة والإعلام الإسرائيلي.

- رابعا: استراتيجية المقاومة الشاملة، بحوث مؤتمر المقاومة خيار أم ضرورة، تقديم أحمد يوسف احمد ومجموعة من المؤلفين 2011

كان لنا أيضا، في كتاب استراتيجية المقاومة الشاملة تقديم احمد يوسف ومداخله لعبد الرحمن فرحانه، والذي هو عبارة عن بحوث مؤتمر المقاومة خيار أم ضرورة، يطرح فيه عبد الكريم فرحانه عن استراتيجية الإعلام المقاوم الشامل، من سمات



معينة في لغة الخطاب الإعلامي، لكنه يتحدث بعمومية عن استراتيجية المقاومة الشاملة، ويفتقد إلى التخصص والانتقال إلى المرحلة العملية في لغة الخطاب الإعلامي المقاوم.

وكان لنا في مجموعة أخرى من الدراسات التي تناولت الموضوع، إضافة إلى متابعتنا للأحداث مباشرة بحكم قربنا من الأحداث.

- **محاور البحث:** تتكون الدراسة من ثلاثة محاور، يتناول المحور الأول: مفهوم الإعلام المقاوم واستراتيجياته، بينما يتناول المحور الثاني: فضائية الأقصى باعتبارها نموذج للإعلام الاستراتيجي الفلسطيني المقاوم، في حين يتناول المحور الثالث: الأهداف الاستراتيجية الدعائية للمقاومة الفلسطينية، من خلال فضائية الأقصى وأثرها على الجبهة الداخلية الإسرائيلية، ثم الخاتمة والتوصيات.

- **حدود الدراسة:** تم تحديد فترة الدراسة ما بين نشأة الإعلام المقاوم المنظم في فلسطين عام 2006 وحتى بداية معركة طوفان الأقصى، حيث إن معركة طوفان الأقصى ما زالت مستمرة، ولم تتضح نتائجها بعد.

المحور الأول: مفهوم الإعلام المقاوم واستراتيجياته

أولاً: مفهوم الإعلام المقاوم

يعتبر الإعلام المقاوم، صنفاً من أصناف الإعلام، يتميز بمقولة أساسية، أن ما تفعله الرصاصة في المعركة، تفعله الكلمة كذلك، سواء قبل المعركة أو أثناءها أو بعدها، وهو الإعلام الأيديولوجي أو الدعائي أو السياسي، أو ما أطلق عليه مصطلح الميدلوجيا، وقد أطلق عليه "ريجيس دويريه" بعد ثورة الاتصالات أن إدارة الوضوح في الأقوال والأفعال، وقدرة الكلمات على إيصال الحدث، من خلال التحقيق والتقرير والخبر البناء، والتأثير على الخصم، وركز على أهمية الصورة كوسيط أكثر من المضمون⁽¹⁾ ربما يكون مفعول الكلمة أكثر من البندقية. دخل الإعلام المقاوم ليوواجه أي عملية تحريف أو تشويه للحقائق والأفكار والوقائع، من

خلال ما يسمى الدعاية المضادة في الحرب النفسية لمقاومة هذا التزييف، ربما يكون هذا التزييف والتحريف جملًا أو تشويه أو تشهيرًا لأهداف دعائية، والأخيرة هي الجانب المتعلق بالدعاية الصهيونية ضد الفلسطينيين والعرب لتحقيق غايات وأهداف سياسية معادية.

إعلام المقاومة، هو الإعلام الذي يعبر عن مقاومة شعب ضد المحتل، من خلال استراتيجية إعلامية، تعتمد على دعوة الرأي العام للدولة لمساندة المقاومة ودعمها، والتركيز على دورها وأهميتها وتضحياتها وإنجازاتها. كما هو في الحالة الفلسطينية، كان لزامًا على الإعلام المقاوم أن يتصدى للإعلام الغربي الصهيوني بعد أن عجز الإعلام الرسمي والخاص معًا في ذلك، بل وأخلّى الساحة للإعلام الصهيوني الأمريكي الذي كوّن صورة سلبية بحق العرب والمسلمين⁽²⁾، رأى الباحث أن الإعلام الغربي حاول تشويه صورة المقاومة منذ أوائل هذا القرن، والتي جاءت بعد أن تم تقييد الإعلام العربي من قبل الإعلام الصهيوني والغربي، في ظل ضعف وعجز الإعلام العربي في الدفاع عن قضايا الأمة.

ثانياً: العلاقة بين المنظومة الإعلامية والمنظومة السياسية

بداية، يمكن القول: أن العلاقة بين المنظومتين هي علاقة تبادلية تكمل كل منهما الأخرى. بكل تأكيد تعتبر وسائل الإعلام ناقلة للحدث ولأنماط التفكير والمعرفة والقيم، لذلك فإن المنظومة السياسية وبيئتها الثقافية لها علاقة في تحديد الخطاب الإعلامي المراد نقله للجهة المستهدفة، وهذا يقودنا إلى أن حالة المقاومة الدعائية تفرض خطاباً إعلامياً، يتميز بمواصفات ومحددات معينة متنوعة، بحسب الجمهور المتلقي في مخاطبة الذات أو الجهة الداخلية، لرفع معنوياتها أولاً، أو استهداف العدو والمباشر الذي يخوض حرباً تقليدية أما بالكلمة، أو بالحرب النفسية، أو كلاهما معاً، أو الجمهور المساند لكسب تأييده أو حياده على أقل تقدير، وهم يعتبرون كجهة ثالثة في الحرب الدعائية⁽³⁾.



يرى الباحث، أن إعلام المقاومة الفلسطينية هو إعلام نفسي دعائي، يتعلق بالدعاية المضادة للحرب النفسية التي يخوضها الإعلام الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني منذ نشوء الكيان الصهيوني في مؤتمر بازل عام 1897، تطورت الدعاية المضادة الفلسطينية في طوفان الأقصى إلى حرب نفسية للمقاومة الفلسطينية، على العد والإسرائيلي بصورة مباشرة، وهي بمثابة أهداف نفسية دعائية للمقاومة، ولها عدة اتجاهات.

في الانتفاضة الأولى في العام 1987 لم يكن هناك إعلام للمقاومة، بل إن القيادة الوطنية الموحدة للانتفاضة اعتمدت على المصقات والكتابة على الجدران، أو ما يسمى بصحافة الحائط، أو من خلال المنشورات وساعات المساجد والكنائس، وهي بمثابة إذاعات يتم بواسطتها التواصل مع جماهير المقاومة، حيث يتم تلاوة بيانات القيادة الوطنية الموحدة للانتفاضة، والتي تضع برنامجاً للفعاليات.

بعد اتفاق أوسلو وتكوين السلطة الفلسطينية، دخل الإعلام الرسمي الفلسطيني عبر تلفزيون فلسطين الرسمي الفضائي، وصوت فلسطين، والإذاعات المحلية الأخرى غير الرسمية، غير أنه تم قصفها بالانتفاضة الثانية في العام 2000، من قبل الاحتلال الإسرائيلي، بتهمة التحريض على الاحتلال بشكل كبير، لكن الإعلام الرسمي الفلسطيني بقي مقيدا باتفاقية الإعلام الموقعة في اتفاق أوسلو.

ثالثاً: استراتيجية المقاومة الفلسطينية

بعد الانتخابات الفلسطينية سنة 2006 والانقسام الفلسطيني في 2007 وسيطرة حركة حماس على غزة، وافتتاح فضائيات المقاومة ممثلة في فضائية الأقصى عام 2006 التابعة لـ حماس، وفضائية القدس التابعة للجهاد الإسلامي، أصبح للإعلام المقاوم فلسفته واستراتيجيته الخاصة، وأصبحت هذه الاستراتيجية تنطلق من أنه أصبح إعلاماً تعبويًا للمقاومة، يستخدم كل أدوات التعبئة الجهادية للمقاومة المتاحة لحشد طاقات الشعب نحو المشاركة والالتحام الفاعل مع الدور الذي تقوم به

المقاومة، مما يشكل داعماً أساسياً لها من جهة، ومواجهة الإعلام الإسرائيلي ومن يسانده من إعلام غربي قوي التأثير من جهة أخرى، مهما كانت النتائج، لقد أصبح هناك استراتيجية واضحة في بث الصورة الحقيقية للمقاومة، تصوير جرائم الاحتلال، وإبراز الوجه الحقيقي للمقاومة، وتحديد الخطوط العريضة لها⁽⁴⁾ وفي الحالة الفلسطينية فإن إعلام المقاومة يواجه إعلاماً صهيونياً ممنهجاً، يعتمد عدة أساليب وخطط نفسية مدروسة ومدعومة من الإعلام الغربي. فهو إعلام الدولة الصهيونية الذي تغلغل في الفكر الغربي والعربي في الآونة الأخيرة، خصوصاً في مرحلة التطبيع العربي الذي جاء كنتيجة للفكر الدعائي الصهيوني الغربي، من خلال مواقع وزارة الخارجية الصهيونية ومواقع رسمية متخصصة، أهمها موقع وصفحة تنيا هو الشخصية والفضائية الإسرائيلية قناة مكان 33 و24.

تضمنت استراتيجية الإعلام المقاوم الفلسطيني مجموعة من الآليات للتغطية الإعلامية لإنجازات العمل المقاوم الموثقة بالفيديوهات، كما حدث في طوفان الأقصى، والتشكيك بالقدرات العسكرية للجيش الإسرائيلي، ونقل عمليات المقاومة في مكان تواجد الخصم، وتصويرها إن أمكن ذلك لكشف نقاط ضعفه، مما اقتضى اختراق إعلام العدو والتأثير على جمهوره، وفي الوقت نفسه،

التأكيد لجمهور المقاومة وكافة مناصريها أن معركة المقاومة تختلف عن معركة الجيوش النظامية، فهي تعتمد على عنوان المفاجئة والضرية الخاطفة، وعلى مبدئي الكر والفر خلف خطوط العدو، والهجوم والانسحاب في الوقت المناسب، ويعتبر عنصر الهزيمة غير وارد في حسابات المقاومة، فهي انسحابات تكتيكية، ولا يوجد في قاموس المقاومة الخضوع والاستسلام، من منطلق أنها مقاومة ملتزمة بالشوابة الوطنية الراضة لمبدأ الاستسلام، واستخدام قاعدة الضربة بالضربة والقصف بالقصف، أي لكل فعل رد فعل واستجابة، وهو أسلوب اتبعته المقاومة الفلسطينية خاصة في طوفان الأقصى، نشير هنا إلى أنه من الضروري أن تتضمن استراتيجيات

المقاومة تضليل العدو وإرباكه، وأن يكون الخطاب خطاباً تعبويًا للذات، ويتصف بالخطاب النفسي القادر على التأثير على العدو، إضافة إلى أن يكون الخطاب الإعلامي قانونيًا وأخلاقيًا وإنسانيًا للغرب، للتأثير على القرار الدولي⁽⁵⁾.

المحور الثاني: فضائية الأقصى باعتبارها نموذج للإعلام الاستراتيجي الفلسطيني المقاوم

أولاً: الدعاية المضادة في فضائية الأقصى

فرضت الأحداث الخاصة بالشعب الفلسطيني المقاوم بعد اتفاق أوسلو والانتفاضة الثانية على هذه الفضائية، أن تكون في مقدمة القنوات الفضائية في التصدي للحرب النفسية الإسرائيلية، من عدة اتجاهات، يتعلق الاتجاه الأول: بنقل الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة والضفة الغربية والقدس، وفق المنظور الفلسطيني، وفضح ممارسات الاحتلال وجرائمه، وتعريته أمام الرأي العالمي والدولي، إضافة إلى التعبئة الداخلية للشعب الفلسطيني، أما الاتجاه الثاني: فهو موجه للكيان الإسرائيلي لإضعاف تماسك الجبهة الداخلية لديه.

أسهمت فضائية الأقصى بشكل مباشر في الدعاية المضادة ضد الحرب النفسية الإسرائيلية، والتي وصلت إلى ما يقارب مائة عام في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ورغم حداثة البث الفضائي للمقاومة، لكنه اسهم بما تقوم به فضائية الأقصى، في نقل رسالة إعلامية في التعبئة الداخلية للفلسطينيين واستنهاضهم ضد المحتل، والتحريض على الثأر، إضافة بما تحمله من رسائل موجهة للعالم العربي والدولي لتظهر وتنقل جرائم الاحتلال بقتل المدنيين وخاصة الأطفال الأبرياء، وأخيراً رسالة إلى الجمهور الإسرائيلي تتعلق بعدم قدرة جيشهم على حمايتهم في المستقبل القريب والعمل على إضعاف معنوياتهم.

في العام 2019 يوليو أيار، اعتمدت المقاومة الفلسطينية لا سيما حماس على منظومتها الإعلامية والدعائية، خاصة قناة الأقصى الفضائية، وقامت بتصوير عملياتها

المسلحة بالفيديو، وإنتاج الأفلام القصيرة والتي تبدد ووثائقية مقنعة⁽⁶⁾ بينما وتهدف إلى إضعاف معنويات العد والإسرائيلي وبث الكلمات التحريضية الموجهة للجمهور الفلسطيني لجعلها دعماً ومساندة لها، في حين كانت تبث ساعات محددة باللغة العبرية وتكون موجهة للجمهور الإسرائيلي بغرض الردع والتخويف.

خصص الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى دائرة إعلامية خاصة باسم الإعلام الحربي، لها موازنات مالية وكوادر بشرية كبيرة، فيما سمي بالجهد العسكري الذي تقوم به حماس، ويعتمد على أدوات مختلفة مثل فضائية الأقصى، وفضائية القدس التابعة لحركة الجهاد الإسلامي، التي كان في مضمونها نشر الرسائل الإعلامية المصورة التي تتزامن في الوقت نفسه مع العدوان الإسرائيلية، والهدف هو إثبات قوة الردع للمقاومة.⁽⁷⁾

ثانياً: تطور استراتيجية الدعاية المضادة لقناة الأقصى.

أقدمت فضائية الأقصى، وفي تطور كبير ووقت قصير، على بث رسائل باللغة العبرية موجهة لجنود الاحتلال، تنوعدهم فيها إذا دخلوا غزة، مشككة في قيادتهم التي ورطتهم في الحروب مع غزة، وبالتالي عليهم انتظار صواريخ المقاومة، وفي ذات الوقت، قامت فضائية الأقصى بمخاطبة المستوطنين مباشرة وباللغة العبرية، بأن عليهم البقاء في الملاجئ عن طريق خلق الرعب في صفوفهم وذلك بهدف خلق البلبلة في صفوفهم، وذلك بهدف فقدان الثقة بقيادتهم السياسية والعسكرية، يرى الباحث أن هذه التوجهات من قبل فضائية الأقصى تعتبر إحدى أساليب الحرب النفسية التي تسببت في أحداث صدمة نفسية عميقة للإسرائيليين، متلاعباً بأعصابهم وأعصاب قياداتهم. بنفس الوقت ضاعفت ثقة الجمهور الفلسطيني بقيادة المقاومة، ورفعت من معنوياته، مما كان له الأثر الأكبر في التعبئة الداخلية للشعب الفلسطيني.

لقد كان لمشاهد المجازر، خاصة قتل الأطفال والنساء والشيوخ من المدنيين في

فضائية الأقصى التابعة لحماس، أهدافا أخرى تتمثل في حشد تأييد وتعاطف الرأي العام العالمي، في حين بث مشاهد الصواريخ التي تنطلق من القطاع، والتي كان هدفها إقناع الإسرائيليين بقدرة المقاومة على إثبات وجودها كطرف فاعل في المعادلة الإسرائيلية الفلسطينية، وإن معادلة الحرب بين الفلسطينيين والإسرائيليين قد تغيرت، ولم يعد هناك جيش إسرائيلي يقتل ويدمر ويقصف الفلسطينيين دون دفع فاتورة الخسائر من الجانب الإسرائيلي باستهداف جنوده وقتلهم، هذه الرسالة كانت واضحة من خلال فضائية الأقصى⁽⁸⁾.

يوضح ذلك ما قامت به فضائية الأقصى بإسقاط عامل الرعب وإسقاط صورة الجيش الذي لا يقهر وإسقاط هيئته⁽⁹⁾ بالصور والفيديوهات التي أظهرت صورة دبابات المركفاه وقد تم تدميرها بالكامل، عن طريق قذيفة الياسين 105 التي صنعتها المقاومة محليا، هذه الدبابة التي كانت تباعها إسرائيل للعالم بأسعار مرتفعة، فتدمير المقاومة لها كسر مصداقية الصناعة العسكرية الصهيونية في العالم، وأعطت مصداقية لسلاح المقاومة، ونضرب مثلا على ذلك، عندما كان يتعرض الشعب الفلسطيني للقتل والدمار والقصف، كان يخرج أبو عبيدة في فضائية الأقصى ويعلن أن الرد قادم، محققا هدفين، الهدف الأول: "ه وتحقيق مصداقية المقاومة أمام العالم بما فيهم الإسرائيليين، والهدف الثاني: وهو إدخال عنصري الترهيب والرعب في الجانب الإسرائيلي⁽¹⁰⁾.

أظهرت دراسة دكتوراه قام بها الباحث محمد سعيد ثريا في العام 2008 في رسالة الماجستير من الجامعة الإسلامية بغزة، أن فضائية الأقصى نجحت إلى حد ما، وبنسبة 66.9% بالضغط على الشارع الإسرائيلي لوقف الحرب عام 2008 في حرب الرصاص المصوب، وذلك من خلال صورة البث باللغة العبرية⁽¹¹⁾ والتي أثرت سلبا على النخب الفكرية في الجمهور الإسرائيلي، التي شككت في قدرة الجيش الإسرائيلي على تحقيق أهدافه، في حين لم تتمكن المقاومة في منع الاحتلال

الإسرائيلي من شن هجمات لاحقة على غزة في المستقبل تبعاً للتفوق العسكري، لكنّ إعلام المقاومة اضعف جبهته الداخلية.

لاحظ الباحث حينها أن إعلام المقاومة في قناة الأقصى نقل رسالة للإسرائيليين، مفادها، أن مصير الجندي الإسرائيلي هو الموت المحقق، ولا بد للإسرائيليين إدراك مدى الخطورة التي تواجه أبنائهم، بسبب تخلي القيادة العسكرية السياسية والإسرائيلية عن جنودها وعدم الاهتمام بسلامتهم. من أمثله ذلك ما يحدث للأسرى الإسرائيليين الذين تم أسرهم في طوفان الأقصى من إهمال القيادة السياسية لدخول مفاوضات مع المقاومة الفلسطينية بشأنهم والذين يموتون الواحد تل والآخر.

في مقابلة إجرائها الباحث مع خلدون البرغوثي المختص بالشؤون الإسرائيلية حول مصداقية إعلام المقاومة، قال: أن الناطق الرسمي باسم حماس أبو عبيدة يتمتع بمصداقية أكثر من الناطق باسم الجيش، وهذا ما ذكرته مراسلة قناة "كان" الإسرائيلية، ونقله عدنان أبو عامر المختص السياسي في الشؤون الإسرائيلية، ذلك أن أبو عبيدة يتمتع بمصداقية عند الإسرائيليين أكثر مما يتمتع به الناطق باسم الجيش الإسرائيلي، ويعتبر ذلك من ضمن الدعاية المضادة في الإعلام الفلسطيني المقاوم، والذي يتم إطلاقه من فضائية الأقصى التابعة لحركة حماس⁽¹²⁾.

المحور الثالث: الأهداف الاستراتيجية للمقاومة وأثرها على الجبهة الداخلية الإسرائيلية من خلال قناة الأقصى

رغم الحصار على غزة والحروب الإسرائيلية عليها، تصدت المقاومة الفلسطينية لهجمات العد والصهيوني على غزة، سواء بالاشتباكات المباشرة أو إطلاق الصواريخ من قطاع غزة على المدن الإسرائيلية، والتي بدأت من القصف على مستوطنات غلاف غزة القريبة من القطاع، واتسعت في الفترة الأخيرة لتشمل المدن الإسرائيلية في الداخل المحتل، في القدس وحيفا وتل أبيب وبئر السبع وغيرها من المدن الإسرائيلية، في وقت كان إعلام المقاومة من خلال الفضائيات المختلفة خاصة قناة

الأقصى التابعة لحركة حماس يخوض حرباً إعلامية نفسية للتأثير على الجبهة الداخلية الإسرائيلية، وفيما يلي عدد من أهداف المقاومة الفلسطينية من خلال فضائية الأقصى ووسائل الإعلام الأخرى المختلفة.

أولاً: إضعاف الروح المعنوية عند العد والصهيوني

بث إعلام المقاومة روح اليأس وإضعاف الروح المعنوية وثقافة الهزيمة في صفوف جيش الاحتلال الإسرائيلي، إضافة إلى التأثير على جمهور المستوطنين بصورة سلبية، وضرب معنوياته وثقته في الجيش، وهو ما كان واضحاً قبل معركة طوفان الأقصى وأثنائها وبعدها، من خلال تصريحات الناطق العسكري أبو عبيدة، والذي بدأ الإسرائيليون يثقون في تصريحاته أكثر مما يثقون بالناطق العسكري الإسرائيلي. كذلك إضعاف ثقتهم في حتمية النصر على المقاومة.

استطاعت المقاومة من خلال الإعلام الفلسطيني نقل صورة إلى الإسرائيليين، مفادها: استحالة تحقيق النصر على المقاومة، وهو هدف أعلن لتنتياهو ومنذ بداية الحرب على غزة في طوفان الأقصى، ما أدى إلى ضرب الروح المعنوية للجبهة العد والداخلية، والتشكيك بقدرة الجيش الصهيوني على النصر، وتهيئة الجمهور الإسرائيلي بان قادتهم يقودونهم إلى المهالك⁽¹³⁾

ثانياً: إرباك صانعي القرار في إسرائيل من سياسيين وعسكريين

كان لسياسة الغموض التي اتبعتها إعلام المقاومة الفلسطينية، خاصة في خطابات السياسية أثراً كبيراً في عدم قدرة الاحتلال على تقدير قوة المقاومة وهو ما أدى إلى عدم ظهور المسؤولين في القيادة السياسية والعسكرية الصهيونية منذ الحرب الأولى في عام 2008، أمام الإعلام خوفاً من سوء تقدير القوة العسكرية للمقاومة، وهو ما أدى إلى عجز الأجهزة الأمنية الإسرائيلية من حماية مواطنيها وجمهورها، وبالتالي انهيار قوة الردع الإسرائيلي، وإضعاف الجبهة الداخلية الإسرائيلية⁽¹⁴⁾، وهو ما تكرر في اليوم الأول من طوفان الأقصى نتيجة لارتباك القيادة السياسية

والعسكرية، وتشنت الجيش، حيث استطاع عدد من مقاومي حماس قتلهم وأسره دون أن يكون هناك ردة فعل أولي منهم.

بثت حماس فيدي وترهيبى للإسرائيليين في غلاف غزة باللغة العبرية على اليوتيوب تحت شعار "كلمة الفلسطينيين واحدة ولن نموت لوحدها" وهي مشاهد مثيرة للربح في قلب الإسرائيليين. تم تصوير المشاهد مع موسيقى صاخبة ومشاهد من المواجهات العنيفة على السياج الحدودي بين غزة وإسرائيل. والتي كان لها الدور الأكبر في إرباك الإسرائيليين وإضعاف معنوياتهم⁽¹⁵⁾.

ثالثاً: التعبئة المعنوية للامة العربية والإسلامية خلف المقاومة الفلسطينية

قام إعلام المقاومة بالتعبئة المعنوية للامة العربية والإسلامية وتوجيههم لكرهية الاحتلال الإسرائيلي، وتجميع الأمة وقواها وتعبئة مشاعرها الوطنية والإسلامية ضد عدوها الأول وهو الاحتلال الإسرائيلي، وإقناع الشعب الفلسطيني والشعوب العربية والإسلامية بعدالة القضية الفلسطينية، والتوضيح أن هرولة عدد من الدول العربية للتطبيع مع إسرائيل هي خيانة للقضية والأمة. اعتقدت إسرائيل أن بإمكانها لقد اعترفت القناة العاشرة في التلفاز الإسرائيلي بقصة نجاح الإعلام المقاوم، وكيف تمكن من إعادة صياغة العقل الفلسطيني والعربي بالفكر المقاوم. استطاع الإعلام المقاوم تنمية الحس الوطني والجهادي والاستشهادي، على نحو ما نرى في فلسطين، مما يثير الحماسة الوطنية ويرفع الروح المعنوية في نفوس المواطنين من أبناء الأمة العربية والإسلامية⁽¹⁶⁾، لقد كان واضحاً ذلك قبل طوفان الأقصى من خلال ربط الاجتياحات الإسرائيلية المتكررة للمسجد الأقصى بإطلاق الصواريخ على القدس وتحديدًا على مسيرة الإعلام الإسرائيلي مما كان له أثراً كبيراً في التأيد الشعبي للمقاومة.

رابعاً: القضاء على سرديّة تفوق كل من الصناعات الإسرائيلية والاقتصاد الإسرائيلي

استطاع المقاومة ومن خلال فضائية الأقصى ضرب الصناعات العسكرية للاحتلال، والاقتصاد الإسرائيلي، من خلال بث مشاهد فيديو هجمات اختراق واحتراق دبابة (الميركفاه)، والتي كان يدعي الاحتلال وبتباهي بأنها أصبحت على تقنية عالية من التصنيع، لقد أدى تدمير الدبابة الإسرائيلية نوع (ميركفاه) في الحرب على غزة عام 2014 من قبل المقاومة الفلسطينية إلى انخفاض سعر هذه الدبابة في الأسواق الأوروبية، في حين بلغت الخسائر الإسرائيلية في معركة طوفان الأقصى 18 مليار دولار خلال العشرة أيام الأولى من معركة طوفان الأقصى، و38 مليار دولار حتى نهاية العام الماضي 2023⁽¹⁷⁾.

لقد تمكنت المقاومة من تشويش الأمور والحياة اليومية للإسرائيليين. إن ضرب الصناعات العسكرية الصهيونية من شأنه إضعاف ثقة الجمهور الإسرائيلي بالقدرات العسكرية الصهيونية.

خامساً: التحكم في المعركة

زعزعت المقاومة الفلسطينية ثقة العالم والرأي العام العالمي بمصداقية إسرائيل من جانب، وثقة الإسرائيليين بقيادتهم من الجانب الآخر، وشككت المقاومة ثقة العالم بفكر رسخته الصهيونية في عقول العالم، عبر أساطيرها المزعومة، مثل أسطورة الجيش الذي لا يقهر، أو قدرة إسرائيل على حسم المعركة خلال أيام أو ساعات، على نحو ما كان يحصل في حروبها السابقة مع الدول العربية، والتركيز على أن قوات الجيش الإسرائيلي هي من بدأت الحرب في كل حروبها السابقة قبل طوفان الأقصى، وليس بمقدورها أن توقفها. يقول الدكتور رون شلايفير الخبير بالحرب النفسية، متحدثاً عن الحرب على غزة عام 2014: إن حركة حماس رغم الضغوط الكبيرة عليها نجحت في إدارة حرب نفسية فعالة ضد إسرائيل منذ بداية العدوان

2014 ويقول: أن هذه الحرب بلغت ذروتها عندما حبست تل أبيب أنفاسها بانتظار موجة من الصواريخ عند الساعة التي حددتها المقاومة سلفاً. في العام 2014⁽¹⁸⁾. وأن حركة حماس ترسل أشرطة فيديو للعالم لإقناعهم بالسرديّة الفلسطينية وتنفيذ السرديّة الإسرائيليّة.

سادساً: التضليل للإسرائيليين في إعلام المقاومة

استطاعت الدعاية المضادة في الإعلام الفلسطيني المقاوم القيام بعملية تضليل واسعة للعدو، من حيث الإيحاء له أن هناك مناطق تضم مخازن أو أنفاق أو منصات إطلاق صواريخ، مع الوقت تبين أن هذه المناطق هي أراض فارغة، وفي الوقت نفسه كانت المقاومة تطلق صواريخها بكثافة من مناطق أخرى، وحافظت على كثافة نيرانها، والتي كشفت للعدو وعدم تأثر المقاومة الفلسطينية بضرباته. أما بما يتعلق بالرسائل التي أرسلتها حماس على الهواتف الإسرائيليّة لبث الذعر عند الجمهور الإسرائيلي، يقول شلايفير في هذا المجال، أخصائي الحرب النفسية في إسرائيل، للجزيرة نت: أن حماس تدرك أهمية الحرب النفسية في ظل اختلال موازين القوى لصالحها، لذلك بعثت رسائل نصية للهواتف المحمولة تفيد بمقتل 25 إسرائيلياً في حيفا نتيجة سقوط صاروخ عليها⁽¹⁹⁾، مما يؤدي إلى زعزعة الجبهة الداخلية الإسرائيليّة.

سابعاً: تحقيق مفهوم الردع

يعتبر مفهوم الردع أحد المفاهيم المهمة من الناحية العسكرية والنفسية، وهو أسلوب هام من أساليب الحرب النفسية، استخدمته إسرائيل على نطاق واسع في حروبها مع الدول العربيّة، وكان لها ما أرادت. مفهوم الردع هو القدرة على منع الخصم من تنفيذ اعتداءات على الشعوب، واتضح ذلك منذ بداية الاعتداءات الإسرائيليّة على غزة، وتحديدًا معركة عمود السحاب في العام 2012 تشرين ثاني، أو حرب الأيام الثمانية من 14-21 تشرين ثاني 2012، معركة أحدثت اختراق في



الوعي العربي، مفادها أن إسرائيل تكسب المعركة عندما تخوضها ضد الأنظمة وتخسر المعركة عندما تخوضها ضد الشعوب⁽²⁰⁾، وكشفت أيضا أن موازين الإرادة قادرة على التفوق على موازين القوى، فالإرادة عندما تتوفر تحقق تراكما قويا، يسهم في تغيير هذه الموازين. يتضح ذلك عندما انهمرت صواريخ المقاومة على المدن الإسرائيلية، فقد أربكت (صواريخ فجر 9) الجبهة الداخلية الإسرائيلية، وأجبرت ثلاثة ملايين إسرائيلي على النوم في الملاجئ بينهم كبار المسؤولين.

استطاعت المقاومة تحقيق عامل الردع إلى حد معين، كأسلوب من أساليب الحرب النفسية، عند رؤية مئات الصواريخ وهي تنطلق من غزة إلى المدن الإسرائيلية عبر وسائل الإعلام المختلفة، مع إدراكنا أن ذلك لم يمنع إسرائيل من اعتداءات قادمة، ولكن تدرك قيادة العدو والإسرائيلية وجمهور المستوطنين أن نتائج هذه الحروب لن تكون أفضل حالا من نتائج الحرب على غزة 2008، 2009، 2012 في أية مواجهة قادمة.

أما في معركة طوفان الأقصى التي لم تتضح نتائجها بعد، حيث تمكنت حماس من اقتحام السياج الحدودي في يوم 2023/10/7 والتي أفقدت إسرائيل هيبتها، وكلفها ذلك خسائر بشرية في الجنود والمستوطنين بالإضافة إلى خسائر اقتصادية هائلة، والتي أدت بالتالي إلى قيام إسرائيل بإبادة جماعية، لكن لم تتضح نتائج المعركة حتى الآن.

وفي ذلك أشار "يفتاح شبير" الباحث السياسي في معهد دراسات الأمن القومي الإسرائيلي، قال: إن منظومة الدفاعات الجوية الإسرائيلية دفعت المقاومة إلى بذل مزيد من الجهود والظفر، بما يتعلق بالتفوق الدعائي في وسائل إعلام المقاومة، بالقول: أنه هزم منظومة دفاعية متطورة إلى هذا الحد⁽²¹⁾.

تصاعد مفهوم الردع للمقاومة وإعلامها في معركة غزة 10-21 أيار/ 2021 حين اعتمدت المقاومة مفهوم "الجزء من جنس العمل"، وهو ما يعني أن الاستفزاز

الذي اعلنه المستوطنون بالتخطيط لاقتحام الأقصى يجب أن يواجهه من المستوى ذاته، والهدف تفريق المستوطنين بإطلاق الصواريخ للقدس، ودفع الإسرائيليين للاحتفاء بالملاجئ، لذلك أعلنت المقاومة بأنها ستضرب مدينة القدس المحتلة إن نفذ المستوطنون اقتحامهم للمسجد الأقصى، وهو ما حصل عندما استهدفت المقاومة الفلسطينية القدس خلال مسيرة الإعلام في شهر ايار 2021، هذا ما ضاعف قوة الردع للمقاوم، خاصة أن المقاومة الفلسطينية، فرضت حظر التجول في عدد من المدن الفلسطينية، وأغلقت خطوط الملاحة الجوية عقب تعطل الحركة في مطار بن غوريون، وبالتالي استنزفت الجبهة الداخلية خلال 11 يوما في الحرب.

ثامنا: كي الوعي الإسرائيلي

تمثل في زرع الشك في أوساط المستوطنين الإسرائيليين في السردية الإسرائيلية حول مدى صحة إنجازاتها العسكرية، والتي تحدثت عنها القيادتان السياسية والأمنية، وعدم تصديقه للسردية الإسرائيلية وعن أكذوبة الدرس القاسي الذي لقنه الجيش الإسرائيلي لحماس، ونجاح العملية في استرداد عامل الردع، وذلك بسبب الصواريخ التي كانت تتساقط عليه في مستعمرات غلاف قطاع غزة، في حين كان التلفزيون الإسرائيلي ينقل مشاهد الأبراج السكنية في غزة، أو البيانات العسكرية عن تدمير الأنفاق، والسؤال هنا، كيف يمكن لجيش يعتبر نفسه اقوى جيش في المنطقة، ومدجج بأحدث الأسلحة، ويستخدم جميع التقنيات المعقدة من السلاح السيبراني والذكاء الاصطناعي أن يفشل في وقف قصف صواريخ من إنتاج محلي؟! وصلت إلى عقر دارهم، وأجبرت المستوطنين على النزوح إلى أماكن أكثر أمنا في مدن إسرائيلية أخرى⁽²²⁾. يقول مايكل مليستين وهو باحث إسرائيلي في جامعة راينجمان "إن أحداث طوفان الأقصى شرخا واضحا في الوعي لدى الأغلبية المطلقة عند الإسرائيليين"⁽²³⁾، وهو ما يراه الباحث في هذه الدراسة أن المقاومة الفلسطينية في الحروب السابقة، وأحداث اليوم الأول لطوفان الأقصى، إضافة إلى ما قام به

إعلام المقاومة قد أدى إلى كي الوعي الإسرائيلي لدى الإسرائيليّين خاصة مستوطني غلاف غزة.

وأخيرا يرى الباحث أن إعلام المقاومة نجح في تفنيد الدعاية الصهيونية في طوفان الأقصى بشكل كبير تجلّى ذلك بقيام بعض الدول الغربية منها إسبانيا وأيرلندا والنرويج بالاعتراف بالدولة الفلسطينية، في الآونة الأخيرة ومسيرات الطلبة الجامعيين في أمريكا وأوروبا لصالح القضية الفلسطينية.

خاتمة:

لقد كان هناك استراتيجية واضحة في إعلام المقاومة الفلسطينية، بداية من فترة الانتخابات الفلسطينية في العام 2005 ومن خلال فضائية الأقصى كرمز للإعلام الفلسطيني المقاوم، والتي استطاعت أن تكون إعلاما تعبويا شاملا للشعب الفلسطيني، تمكنت من إعادة صياغة العقل الفلسطيني والعربي بالفكر المقاوم. وتنمية الحس الوطني والجهادي والاستشهادي.

وثقت المقاومة فيدي وهاتها بالصوت والصورة، لأحداث اختراق للجهة الداخلية الإسرائيلية، سواء بفضح سياسة التضليل التي قامت بها الدعاية الصهيونية للعالم حول الصورة التي قدمتها إسرائيل عن العربي والفلسطيني للغرب. أو تلك السياسة المضللة التي قامت بها إسرائيل بقلب المفاهيم من خلال تصوير المجرم بالضحية والضحية بالجلاد، أو بنقل رسالة واضحة للإسرائيليين بلغتهم العبرية.

استطاعت المقاومة الفلسطينية عبر الإعلام المقاوم في الآونة الأخيرة من التأثير على معنويات الاحتلال الإسرائيلي، في تحقيق عدد من أهداف المقاومة في الدعاية المضادة الفلسطينية عبر وسائل إعلام المقاومة، وفي مقدمتها فضائية الأقصى التابعة لحركة المقاومة الفلسطينية حماس، والتي كان لها استراتيجيات واضحة في عدد من الاتجاهات، وقد استطاعت تحقيقها بالفعل.

حقق إعلام المقاومة الفلسطينية من خلال عدة مناح، فقد عمل على إضعاف

الروح المعنوية عند الإسرائيليين، وضرب مصداقيتهم بقياداتهم السياسية والعسكرية، وأصبح أبو عبيدة بالنسبة للإسرائيليين أكثر صدقا من القيادة السياسية لديهم، وتمكن الإعلام المقاوم الفلسطيني من إرباك صانعي القرار في إسرائيل من سياسيين وعسكريين وغيرهم، إضافة إلى ضرب الصناعات العسكرية والاقتصاد الإسرائيلي، من خلال تدمير دبابات المركفاة، والتي تقوم إسرائيل بتصديرها للعالم، واستطاعت تحقيق مفهوم الردع من خلال معركة عمود السحاب 2012، والحروب الأخرى حتى بداية حرب طوفان الأقصى 2023\10\7 وإطلاق الصواريخ الفلسطينية على المستوطنات الإسرائيلية.

من جهة أخرى استطاعت المقاومة الفلسطينية من خلال قضائيتها وإعلامها تضليل الإسرائيليين عسكريا وسياسيا، من خلال حرب نفسية خاضتها المقاومة، مقنعة الإسرائيليين أن حماس تعمل على نقل الحرب من غزة إلى الضفة، وهو ما ثبت عكسه في معركة طوفان الأقصى.

وأخيرا تمكنت المقاومة الفلسطينية عن طريق إعلامها من العمل على "كي الوعي الإسرائيلي، وهو مصطلح استخدمته إسرائيل في حربها النفسية ضد الفلسطينيين، بما يسمى كي الوعي الفلسطيني. لكن المقاومة استطاعت تغيير قواعد المصطلحات، وقامت على كي الوعي الإسرائيلي، عبر تبديد أسطورة الجيش الإسرائيلي الذي لا يقهر، والتي كانت تتباهى بها إسرائيل إقليميا ودوليا. مما أحدث تساؤلا لدى الإسرائيليين، كيف يمكن لجيش يعتبر أقوى جيش في المنطقة أن يفشل في وقف الصواريخ الفلسطينية؟! بل كيف اجتازت المقاومة الفلسطينية غلاف غزة في ظل وجود أحدث التقنيات في الجيش الإسرائيلي؟!

المقترحات:

من أهم التوصيات التي يوصي بها الباحث، ضرورة إسناد إعلام المقاومة فلسطينيا وعربيا على حد سواء، وفيما يلي مجموعة من التوصيات:



- العمل على أن يكون إعلام المقاومة إعلاما تعبويا للذات، لبناء الشخصية المقاومة لكل الفلسطيني والعربي.
- ضرورة توحيد الإعلام الفلسطيني المقاوم، والخروج بخطاب إعلامي موحد في اتجاهين، الأول متعلق بأن يكون هذا الخطاب قانونيا وأخلاقيا وإنسانيا مع الغرب، للحصول على دعمهم وتأييدهم، وفي الوقت نفسه، زيادة القدرة على التأثير في الجبهة الداخلية، وذلك استجابة للخطاب الإعلامي الموحد.
- ضرورة أن تقوم فضائية الأقصى بنقل الرسالة الإعلامية باللغات المختلفة والتي من ضمنها اللغة العبرية، لغة الكيان الإسرائيلي، للتأثير على الجبهة الداخلية بشكل أكبر، وباللغات المختلفة أيضا، لضمان تأييد العالم الغربي للقضية الفلسطينية أو ضمان حيادهم على أقل تقدير.
- ضرورة أن يركز إعلام المقاومة الفلسطينية والعربية على دعوة الدول المطبعة نحو إنهاء التطبيع مع دولة الاحتلال، والتي تقتل وتدمر الشعب الفلسطيني على نطاق واسع، وصل إلى حد الإبادة الجماعية، وأخيرا ضرورة إغلاق السفارات الإسرائيلية في عواصم الدول المطبعة، وإغلاق سفارات هذه الدول.
- مطلوب من الإعلام الرسمي الفلسطيني مساندة إعلام المقاومة في فضح الممارسات والانتهاكات المستمرة التي تقوم بها إسرائيل، سواء في الضفة الغربية أو القدس وكذلك في قطاع غزة.
- ضرورة اهتمام الإعلام المقاوم في معركة المصطلحات، كونها أسس لغوية مرجعية تشارك في تحديد قوانين اللعبة السياسية والعسكرية، وهي قوالب لغوية، تسهم صياغة وقولبة الرأي العام لصالح القضية الفلسطينية.
- سابعاً: وأخيراً، توصي الدراسة بضرورة العمل على إجراء دراسات شاملة حول الإعلام المقاوم، والحرب النفسية والإعلامية التي تخوضها المقاومة الفلسطينية مع الإسرائيليين، فالمعركة وكما ذكرنا آنفاً في مقدمة المقال، هي حرب إعلامية نفسية

بالدرجة الأولى.

الهوامش والمراجع:

- (1)- الميديولوجيا: دور وسائل التواصل والإعلام كوسيط في تشكيل رؤيتنا للعالم. أواصر للثقافة والفكر والحوار. <https://www.awaser.net/2022/07/02> [متصل] 7 2، 2022.
- (2)- بسام المشاقبة. الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح. عمان: دار أسامة، 20011. صفحة 84.
- (3)- فرحانه عبد الرحمن. المقاومة الاعلامية، بحوث مؤتمر المقاومة خيار أم ضرورة، استراتيجية المقاومة الشاملة. القاهرة: مركز الإعلام العربي، 2008.
- (4)- بسام مشاقبة. الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح، (مرجع سبق ذكره). عمان: دار أسامة، 2011، صفحة 135.
- (5)- استراتيجية المقاومة الشاملة - بحوث مؤتمر المقاومة خيار أم ضرورة، مرجع سبق ذكره. فرحانه عبد الرحمن. القاهرة: مركز الإعلام العربي، 2008. صفحة 416.
- (6)- خير عسكري: فيديوهات المقاومة توثيق حقيقي ومقاطع الاحتلال بربو غاندا فاشلة. الجزيرة. [متصل] - <https://www.aljazeera.net/news> 12 9، 2023.
- (7)- عدنان أبو عامر. الإعلام العسكري: جبهة حماس القتالية ضد إسرائيل. المركز الفلسطيني الاعلامي. [متصل] <https://palinfo.com/news/2019/06/09/70232> 6 9، 2019.
- (8)- الإعلام العسكري: جبهة حماس القتالية ضد إسرائيل (المرجع السابق). المركز الفلسطيني للإعلام. [متصل] 6 9، 2019.
- (9)- طلعت موسى. الحرب الإسرائيلية الثالثة على غزة. السياسة الدولية. 198، 2014، صفحة 126.
- (10)- بسام المشاقبة. الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح (مرجع سابق). الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011. صفحة 144.
- (11)- محمد سعيد ثريا. إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب (فضائية الأقصى حالة عملية). غزة: رسالة ماجستير: الجامعة الإسلامية، 2010. صفحة 1979.
- (12)- الخليج أون لاين. خير عسكري: "اب وعبيدة" أكثر مصداقية من جيش الاحتلال. الخليج أونلاين. [متصل] <https://khaleej.online/zEWexZ> 11 9، 2023.
- (13)- عبد الباسط أبو ناموس. الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان على محافظات غزة. غزة: رسالة ماجستير: جامعة الأقصى، 2014. صفحة 67.
- (14)- أحمد محمد طاهر. دور الإعلام الفلسطيني في تدعيم الجبهة الدبلوماسية للاعتراف بدولة فلسطين من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية. غزة: رسالة ماجستير: جامعة الأقصى، 2017. صفحة 67.
- (15)- فيدي وتخوفي من حماس لإسرائيل | ترجمة من العبرية فيدي وترهيب وحرب نفسية ورسائل لإسرائيل من فلسطينيين. فيدي وتخوف، حرب نفسية، رسائل إلى إسرائيل من الفلسطينيين قبيل أعمال الشغب والاشتباكات

في غزة ويوم النكبة. [متصل]

<https://www.youtube.com/watch?v=l0siNPTN6jE>

(16) - بسام مشاقبة. الإعلام بين الواقع والطموح (مرجع سابق). القاهرة: دار اسمة للنشر والتوزيع، 2011. صفحة 141.

محمد وتد. تقارير: 38 مليار دولار خسائر اسرائيلية بسبب الحرب على غزة. الجزيرة. [متصل] 24 10 2023. (17)

<https://www.aljazeera.net/ebusiness>

الرسالة. خبير "اسرائيلي": حماس ربحت الحرب النفسية. الرسالة. [متصل] 22 7 2014. (18) <https://alresalah.ps/p/97758>.

(19) - وديع عواودة. حماس تدير حرباً نفسية تستنزف الإسرائيليين. الجزيرة. [متصل] 15 7 2014.

<https://www.aljazeera.net/news>.

(20) - معن بشور. معركة غزة وتداعياتها. المستقبل العربي. 406، 12-2012، صفحة 7.

(21) - يفتاح شبير. القبة الحديدية ملكة "عمود السحاب". مجلة دراسات فلسطينية. 94، 2013، صفحة 27.

(22) - رندة حيدر. الحرب العسكرية ضد حرب على الوعي وصراع على السردية. الدراسات الفلسطينية. 127، صيف 2021.

(23) - ميلستين، مايكل. بالعبري حشد جماهيري حطم اسطورة الانفصال بين حماس وسكانها. يديعوت احرنوت. [متصل] 14 10 2023.

<https://www.ynet.co.il/news/article/rjbxnwd11a>.