

الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية في معركة طوفان الأقصى توظيف لغة الصورة لتأكيد السردية الفلسطينية

The media strategy of the Palestinian resistance in the Battle of Al-Aqsa Flood : Employing the language of images to confirm the Palestinian narrative

أ.د جمال العيفة¹

جامعة باجي مختار، عنابة

laifadjamel71@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2024/02/28 القبول 2024/05/17 النشر على الخط 2024/06/01

Received 28/02/2024 Accepted 17/05/2024 Published online 01/06/2024

ملخص:

يستهدف هذا المقال تحليل الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى، التي انطلقت بتاريخ السابع أكتوبر سنة ثلاثة وعشرين وألفين.

حيث انتهت فصائل المقاومة الفلسطينية منذ بداية المعركة لأهمية البعد الإعلامي في إدارة المعركة، إذ اعتمدت على استراتيجية إعلامية تسير جنباً إلى جنب مع المعارك الهجومية والدفاعية على حد سواء، موجهة رسائلها لمختلف الفاعلين ذوي العلاقة بالقضية الفلسطينية. وأبرز معالم هذه الاستراتيجية هي توظيف الطاقة التعبيرية للصورة، واستغلال شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الثقيلة لتجسيد هذه الاستراتيجية.

وقد خالصنا إلى عدة نتائج أبرزها:

* استغلال إلى أكبر قدر ممكن الكاميرا لالتقاط مشاهد الالتحام في مختلف خطوط التماس مع الجنود والآليات الصهيونية المتوغلة إلى قطاع غزة.

* المزاجية بين استخدام سلاح الكاميرا والسلاح الحربي بغرض توثيق المشاهد.

* هذه الاستراتيجية الإعلامية الناجحة أكسبت خطاب المقاومة مصداقية لدى العدو قبل الصديق.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية الإعلامية، معركة طوفان الأقصى، المقاومة الفلسطينية.

Abstract:

This article aims to analyze the media strategy of the Palestinian resistance during the Battle of Al-Aqsa Flood, which began on October 7, 2023.

Since the beginning of the battle, the Palestinian resistance factions paid attention to the importance of the media dimension in managing the battle, as they relied on a media strategy that goes hand in hand with both offensive and defensive battles, directing their messages to the various actors related to the Palestinian issue.

The most prominent features of this strategy are the use of the expressive energy of the image, and the exploitation of social networks and heavy media to embody this strategy.

We concluded several results, the most notable of which are:

* Exploit the camera as much as possible to capture scenes of clashes on the various lines of contact with Zionist soldiers and vehicles penetrating the Gaza Strip.

* Combining the use of a camera and a military weapon for the purpose of documenting scenes.

* This successful media strategy gave the resistance discourse credibility with the enemy rather than the friend.

Keywords: Media strategy, Aqsa flood battle, Palestinian resistance.

1. مقدمة:

أبانت معركة طوفان الأقصى عن قدرات إعلامية غير مسبقة للمقاومة الفلسطينية، حيث رافقت آلة الكاميرا البندقية في أغلب أطوار المعارك التي شهدتها غزة من الشمال إلى الوسط إلى الجنوب.

فمنذ اليوم لانطلاق معركة طوفان الأقصى حرصت المقاومة الفلسطينية على تصوير وتوثيق مشاهد الالتحام، كلما سنحت الفرصة لتكون شاهدا ودليلا على الأعمال الحربية للمقاومة الفلسطينية بمختلف حساسياتها.

وفي هذا المقال نستهدف الوقوف على الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى، من أجل عرض السردية الفلسطينية، ويمكننا بناء على ما سبق طرح التساؤل الرئيس التالي:

ما هي معالم الاستراتيجية الإعلامية التي اتبعتها المقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى؟

يمكن تفكيك التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي صور الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى؟
- 2- من هي الفئات المستهدفة في الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى؟
- 3- ما هي آثار الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى خصوصا على السردية الفلسطينية؟

سنتناول هذا الموضوع من خلال استعراض المحطات التالية:

- الصورة الأولى: التعامل الإعلامي مع اليوم الأول للإعلان عن معركة طوفان الأقصى.
- الصورة الثانية: الظهور الإعلامي للنطاق العسكري باسم المقاومة في شكل رسائل صوتية، أو رسائل سمعية بصرية تتحدث عن إنجازات المقاومة خلال سير المعارك.
- الصورة الثالثة: الاستراتيجية الإعلامية خلال فترة تبادل الأسرى .
- الصورة الرابعة: الرسائل التي تبثها المقاومة والمتعلقة بوضعية الأسرى لديها في غزة .
- الفئات المستهدفة في الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى.
- آثار الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى خصوصا على السردية الفلسطينية.
- قبل استعراض العناصر سالفة الذكر، والتي تُعد صلب الموضوع، لا بد من التوقف عند بعض المحددات التي تساهم في تأطير الموضوع وهي أربعة:
- المحدد الأول:

المقصود بالمقاومة الفلسطينية هي الأجنحة العسكرية التي تتبع الواجهات السياسية، ويمكن ترتيبها حسب معيار القوة والانتشار على النحو التالي:

- 1/ كتائب الشهيد عز الدين القسام التابعة لحركة المقاومة الإسلامية حماس، وهي التنظيم الأقوى والأكثر عتادا وعدة، وهي من أعلنت عن انطلاق معركة طوفان الأقصى بتاريخ السابع من أكتوبر سنة ألفين وثلاثة وعشرين.
- 2/ سرايا القدس، التابعة لحركة الجهاد الإسلامي، وهي التنظيم الثاني من حيث القوة والانتشار في قطاع غزة.

- 3/ كتائب الشهيد أبو علي مصطفى التابعة للجهة الشعبية لتحرير فلسطين، وهي تنظيم صغير إذا ما قورن بالتنظيمين الأول والثاني، وهي حركة يسارية يشمل نشاطها التراب الفلسطيني.
- 4/ كتائب شهداء الأقصى التابع لحركة التحرير الفلسطينية فتح.
- 5/ ألوية الناصر صلاح الدين، التابع للجان لمقاومة لشعبية¹.
- وهي التنظيمات التي نشرت فيديوهات لعملياتها العسكرية في قطاع غزة.
- وهناك فصائل أخرى صغيرة وأقل انتشارا لكنها لم تنشر رسائل مصورة لعملياتها العسكرية.
- المحدد الثاني:

أن المقاومة الفلسطينية استفادت بشكل كبير من إتقان قادتها السياسيين والعسكريين للغة العبرية، سواء عندما كانوا أسرى لدى الاحتلال أو بمبادرة منهم، مما دفع بالعديد منهم إلى الاطلاع على التراث العبري لدولة الاحتلال ومنه فهم طريقة تفكير قادة الاحتلال، مما ساعدهم على انتقاء الخطاب الإعلامي الذي يناسب هذه العقليّة.

المحدد الثالث:

لقد تبين من خلال متابعة أطوار معركة الأقصى بداية من اليوم الأول، أن التحضير لهذه المعركة والإعداد لها كان احترافيا وعلى قدر عال من الدقة والجهوزية العسكرية الهجومية والدفاعية والإعلامية، حيث اتضح نية المقاومة في استغلال آخر ما وصلت إليها تكنولوجيا التصوير، من أجل التقاط مشاهد للمعارك الدائرة، يرافق فيها المصور حامل البندقية أو القاذف، ومحاولة تجاوز القيود التي تفرضها شبكات التواصل الاجتماعي على المحتوى الفلسطيني وخصوصا المقاوم منه.

وقد استفادت المقاومة الفلسطينية من مراكمة الخبرة العسكرية والتفاوضية والإعلامية، استفادة من المواجهات السابقة (حروب، 2008، 2012، 2014، 2021)، ومن عملية تبادل الأسرى في صفقة الأسير الصهيوني لدى المقاومة الفلسطينية جلعاد شاليط.

المحدد الرابع:

يتضح الفرق الشاسع بين الإمكانيات الإعلامية المتاحة للمقاومة الفلسطينية، والإمكانيات الإعلامية الكبيرة جدا التي يملكها الاحتلال، المسنود من قبل أبرز القنوات الإعلامية الغربية، فضلا عن انحياز شبكات التواصل الاجتماعي للرواية الصهيونية، فضلا عن الأموال الطائلة التي ينفقها الاحتلال على مستوى الجهة الإعلامية، مما جعل السردية الصهيونية مهيمنة لأزيد من سبعة عقود على الساحة العالمية، من خلال الترويج للمظلومية المتولدة عن الهولوكوست المزعوم.

حيث تمتلك فصائل المقاومة الفلسطينية أعداد محدودة من الوسائط الإعلامية أغلبها صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي، على غرار قناة الأقصى التابعة لحركة حماس، ومواقع على شبكة الانترنت كشبكة القدس الإخبارية، وشبكة فلسطين

¹ محسن محمد صالح، فلسطين: دراسات منهجية في القضية الفلسطينية، سلسلة دراسات فلسطينية، (القاهرة: مركز الإعلام العربي، 2003)، ص ص 361-420.

للحوار والمركز الفلسطيني للإعلام، مع استفادتها من قناة الجزيرة الإخبارية التي تقدم تغطية متميزة للحرب على غزة، حيث تقوم القناة بنقل رسائل حركات المقاومة الفلسطينية وبثها حال الوصول عليها.

2. صور الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى:

تطورت أشكال التعبير والحرب الإعلامية الفلسطينية ضد قوات الاحتلال الصهيوني بتطور وسائل الإعلام، حيث اقتضت خلال الانتفاضة الأولى (انتفاضة الحجارة) سنة 1988 على الكتابة والرسم على الجدران، وإنشاء الصحف والمجلات والقنوات الفضائية وغيرها من أشكال التعبير الإعلامي.

ومع تطور تقنيات التصوير¹، وانتشار الهواتف النقالة المزودة بالكاميرات وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، استغلت المقاومة الفلسطينية هذه التقنيات، معتمدة على الفكرة التي تقول أن الصورة هي آية هذا الزمان، فُرِّبَ صورة أبلغ من ألف كلمة.. وأصبح الاتصال البصري أداة فعالة في إيصال الرسائل البليغة والقوية لمختلف المتلقين.

2.1: الصورة الأولى: التعامل الإعلامي مع اليوم الأول للإعلان عن معركة طوفان الأقصى

لقد حرصت المقاومة الفلسطينية بمختلف أطرافها وفصائلها منذ اللحظات الأولى للإعلان عن بدء معركة طوفان الأقصى على توثيق العمليات العسكرية الميدانية من خلال:

بث تسجيل صوتي للقائد العام لكثائب عز الدين القسام، يشرح فيه أسباب وأهداف معركة طوفان الأقصى².
تصوير العمليات العسكرية التي قامت بها المقاومة الفلسطينية في الهجوم على مستوطنات غلاف غزة في اليوم الأول للمعركة، من خلال تثبيت عناصر المقاومة الفلسطينية كاميرات تصوير على خوذاتهم تقوم بتوثيق وتصوير سير المعارك داخل مستوطنات غلاف غزة.

• بث تسجيل صوتي مساء السابع من أكتوبر 2023 قدم فيها الناطق باسم المقاومة المزيد من المعطيات حول معركة طوفان الأقصى³.

وقد ركزت هذه الرسائل على توصيل عدة أفكار أبرزها:

- أسباب إعلان معركة طوفان الأقصى، والتي أبرزها الاقتحامات الصهيونية للمسجد الأقصى، والحصار المستمر على قطاع غزة لمدة 17 سنة كاملة ومتواصلة، والاستيطان الذي ابتلع القدس والضفة الغربية، ومصادرة الحقوق الفلسطينية.

¹ مراد بن عياد، قراءة "الصورة المصورة" من خلال المنهاج البلاغي في التراث العربي تقبلاً وتأويلاً، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 28/29 ديسمبر 1995 جانفي - 213 جوان، 1996 ص ص 113-136.

² https://www.youtube.com/watch?v=-cxL5_Nw1l0&t=6s

³ <https://www.aljazeera.net/news/2023/10/12/%D8%A3%D8%A8%D9%88-%D8%B9%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D8%A9>

- أهداف معركة طوفان الأقصى، وعلى رأسها تبييض السجون الصهيونية من الأسرى الفلسطينيين، واسترجاع الحقوق الفلسطينية وأبرزها إقامة الدولة الفلسطينية وعودة اللاجئين، ووقف الانتهاكات التي تطال المسجد الأقصى المبارك.
- مخاطبة الرأي العام العالمي والإسلامي والعربي وتذكيره بمعاناة الشعب الفلسطيني على جميع المستويات والأصعدة، حيث كانت هذه المعاناة سببا مباشرا لانطلاق معركة طوفان الأقصى.

2.2 الصورة الثانية: الظهور الإعلامي للناطق العسكري باسم المقاومة في شكل رسائل صوتية، أو رسائل سمعية بصرية تتحدث عن إنجازات المقاومة خلال سير المعارك

- وقد برز في هذا الإطار الناطق الرسمي باسم كتائب الشهيد عز الدين القسام، أبو عبيدة، باعتبار تنظيمه هو الأقوى في قطاع غزة، يليه الناطق باسم سرايا القدس أبو حمزة، وقد كان حضوره أقل من الناطق باسم كتائب القسام.
- ولقد تعدد هذا لظهور وتنوع وتطور بتطور وتقدم المعارك، وكان يهدف في عمومها إلى إبراز ما يلي:
- استعراض عمليات المقاومة خلال بضعة أيام من خلال تقديم إحصائيات عن عدد العمليات التي نفذتها المقاومة، وعدد الآليات المستهدفة، ونوعية الاستهداف، وعدد جنود الاحتلال الذين تم استهدافهم، وغيرها من أعمال المقاومة..
- وقد استهدفت هذه التدخلات توصيل عديد الرسائل للأطراف ذات الصلة بسير المعارك وهي:
- سكان قطاع غزة الذين يُعدون حاضنة المقاومة: من خلال الإشادة بصبرهم وثباتهم، ودعمهم للمقاومة واحتضانها، على الرغم من حرب الإبادة التي طالتهم.
- سكان الضفة الغربية وعرب الداخل الفلسطيني، أو ما يسمى بعرب 1948: وذلك بدعوتهم لمساندة والمقاومة عن طريق القيام بأعمال مقاومة في هاتين المنطقتين الحساستين.
- جمهور المقاومة في الدول العربية والإسلامية: من خلال دعوته إلى إسناد المقاومة بمختلف الفعاليات والتظاهرات والوقفات المنددة بالعدوان الصهيوني والمطالبة بوقف الحرب.
- أحرار العالم من غير العرب والمسلمين الذين يناصرون القضية الفلسطينية: من خلال شكرهم على مواقفهم الإنسانية الداعمة لحق الشعب الفلسطيني في استعادة حقوقه المشروعة.
- قادة وحكام الدول العربية والإسلامية: من خلال توجيه اللوم لهم على تقصيرهم وعجزهم عن إدخال المساعدات لسكان غزة المحاصرين.
- قادة الاحتلال: من خلال توجيه عديد الرسائل التي تتحداهم وتصفهم بالعواجز والمفلسين سياسيا وعسكريا.
- جمهور الاحتلال الصهيوني: ويتم مخاطبته بالقول أن حكومتهم تكذب عليهم، وتخفي عنهم حقائق الميدان التي تشهد خسائر كبيرة في آليات وجنود الاحتلال الصهيوني، وقد حرصت المقاومة على ترجمة بعض هذه الرسائل المصورة إلى اللغة العبرية حتى تصل الرسالة للجمهور المستهدف.
- وقد مثل المثلث الأحمر المقلوب رمزية عالية في المشاهد التي تبثها المقاومة الفلسطينية، وهو المثلث الذي يؤشر على الآلية أو الجندي محل الاستهداف قبل إصابته بقذيفة أو رصاصة المقاوم الفلسطيني.
- فقد أضحى هذا المثلث رمزا للمسافة صفر، وللصمود والمواجهة الباسلة.

3.2 . الصورة الثالثة: الاستراتيجية الإعلامية خلال فترة تبادل الأسرى.

في حين انغمست إسرائيل في نشر صور وفيديوهات غير إنسانية تُظهر الأسرى الفلسطينيين عُراة، اكتسبت المقاومة الفلسطينية تعاطف واحترام فئة كبيرة من الجمهور الغربي في أثناء بثها فيديوهات تُظهر معاملتها الإنسانية العالية للأسرى الإسرائيليين¹.

وقد استغلت المقاومة الفلسطينية فترة الهدنة المؤقتة لمدة أسبوع واحد، والتي شهدت تبادلاً للأسرى مع الاحتلال الصهيوني من أجل بث العديد من الرسائل والقيم للعديد الأطراف ذات العلاقة بتبادل الأسرى. حيث أظهرت العديد من المشاهد إنسانية عناصر المقاومة وتسامحهم مع الأسرى المحتجزين لديهم، ومن أبرز المشاهد تبادل التحايا والابتسامات والوداع الحار بين عناصر المقاومة والأسرى أثناء عملية تسليم الأسرى لفرق الصليب الأحمر الدولي. كما ظهر الأسرى في ملابس أنيقة، وحالة صحية جيدة.

ومن أبرز آثار تلك المعاملة تصريحات بعض الأسرى أو أهاليهم، بحسن المعاملة التي تلقوها طيلة فترة أسرهم داخل أنفاق المقاومة، حيث قالت إحدى الأسيرات التي كانت رفقة ابنتها الصغيرة، أن ابنتها "عاشت ملكة في غزة"²، ما اعتبرته وسائل إعلام إسرائيلية "بروباغندا"، في ظل حظر تل أبيب المتواصل على أسراها الذين أطلق سراحهم من التحدث لوسائل الإعلام.

¹ بالخطابات والفيديوهات... كيف تفوقت المقاومة في توظيف الإعلام ضد الاحتلال؟
على الرابط التالي:

<https://www.trtarabi.com/explainers/%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%D9%87%D8%A7%D8%AA-8%AA-%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D9%81%D9%88%D9%82%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%B6%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%84%D8%A7%D9%84-16308939>

تاريخ الاطلاع: 20 فيفري 2024.

² محمد سعد، تفاعل واسع مع رسالة أسيرة صهيونية لـ "القسام" .. إنجاز إعلامي يعزز مكاسب المقاومة عسكرياً، تاريخ الاطلاع: 25 فيفري 2024، على الرابط التالي:

<https://albosala.com/%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%B9-%D9%85%D8%B9-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B5%D9%87%D9%8A%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%80%D8%A7%D9%84>

فيفري 2024.

للاطلاع على جميع الفيديوهات المتعلقة بتبادل الأسرى بين المقاومة الفلسطينية وجيش الاحتلال الصهيوني، يمكن زيارة الرابط التالي:

وقد اعتُبرت هذه الرسالة بمثابة مكاسب إعلامية كبيرة للمقاومة الفلسطينية، في وجه الآلة الإعلامية الصهيونية والغربية التي ظلت لعقود تشيطن كل أفعال المقاومة ضد الاحتلال التي يقوم بها الفلسطينيون. وقد دعا ناشطون من دولة الاحتلال إلى وقف تداول تلك المقاطع¹.

4.2 . الصورة الرابعة: الرسائل التي تبثها المقاومة والمتعلقة بوضعية الأسرى لديها في غزة.

وقد برز ذلك من خلال التركيز على بعض المشاهد الموجهة أغلبها للجمهور الداخلي لدولة الاحتلال على النحو التالي: تصوير أسرى الاحتلال لدى المقاومة وهم يناشدون قيادتهم وقف القصف الجوي الذي قد يتسبب لهم في أذى، وإجراء صفقة تبادل للإفراج عنهم، وهذه الرسائل موجهة أساساً لأهالي وذوي الأسرى المحتجزين في غزة، والتأثير عليهم بعبارات من قبيل: "حكومتكم تكذب عليكم"

تصوير أسرى الاحتلال الجرحى في غزة وهم يتلقون العلاج في الأنفاق أو في أماكن الاحتجاز الأخرى. بث رسائل تحاطب الجمهور الداخلي للاحتلال، تركز على نفاذ الوقت من أجل إبرام صفقة تبادل ووقف الحرب. وجهت كتائب عز الدين القسام، الجناح العسكري لحركة حماس يوم 18 فيفري 2024، رسالة للجهة الاحتلال الصهيوني الداخلية تؤكد فيها بالصورة أن حكومة الاحتلال تكذب على الإسرائيليين وآخر ما يشغلها هو حياة الأسرى لدى المقاومة. وحملت الصورة رسالة: "حكومتكم تكذب.. الوقت ينفذ"، وفي تفاصيلها يظهر ملف الأسرى ملقى بسلة المهملات فيما يدير ننتياهو رئيس حكومة الاحتلال ظهره لأهالي الأسرى ولقضيتهم وينشغل بمصالحه الشخصية وعائلته وائتلافه الحاكم فقط.



المصدر: <https://palinfo.com/news/2024/02/18/877172/>

كما تمتلك المقاومة مجموعة من القنوات التلفزيونية (فضائية الأقصى مثلاً) والمحطات الإذاعية والصحف، ومواقع على الانترنت وصفحات على شبكات التواصل الاجتماعية، لكنها تظل غير كافية قياساً بما يمتلكه العدو الصهيوني وداعموه في هذا المجال، كما أن بعض هذه المواقع تعرض للمنع في الداخل الفلسطيني من قبل النائب العام التابع لسلطة أوسلو.

¹ <https://www.aljazeera.net/where/palestine/>

1.3: الفئات المستهدفة في الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى:

وجهت المقاومة الفلسطينية من خلال خطاباتها المكتوبة والناطقية والمصورة لعديد الأطراف ذات الصلة بالمعركة، وقد اقتصر في عمومها على الفئات التالية:

حاضنة المقاومة داخل غزة.

الشعب الفلسطيني في الضفة الغربية والداخل الفلسطيني المسمى عرب 1948.

الأمة العربية والإسلامية.

المقاومة اللبنانية والعراقية واليمنية.

أحرار العالم والمتعاطفون مع القضية.

جمهور الجبهة الداخلية الصهيونية، وقادته السياسيين وإعلاميه.

أهالي الأسرى الصهاينة الموجودون في غزة.

ويمكن استجلاء محتويات هذه الرسائل على النحو التالي:

* تثبت الحاضنة الشعبية للمقاومة داخل غزة، ورفع معنوياتها والتي كانت أول المتضررين من التوحش الصهيوني كرد فعل على ما حدث بتاريخ السابع من أكتوبر 2023.

* توجيه جزء من الخطاب الإعلامي للمقاومة لفلسطيني الضفة الغربية وعرب 1948، من أجل إسناد ظهر المقاومة في غزة، عبر توجيه ضربات لقوات الاحتلال الصهيوني في هذه المناطق، تشغله وتشنت تركيزه في الحرب، وقد أتت هذه الاستراتيجية أكلها من خلال العمليات النوعية التي نفذها الفلسطينيون في القدس أساساً، وبعض المدن الفلسطينية في الداخل المحتل.

* دحض السردية الصهيونية القائمة على الكذب والإثارة والتضليل والمظلومية منذ ما يقارب الثمانين عاماً

إيصال الرسالة إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور العالمي الذي كان مقتنعا بالرواية الصهيونية في بعدها الدعائي التضليلي.

ذلك أن سكان الكيان الصهيوني ومنذ قيامه ظلما على حساب أرض فلسطين، هم أسرى لإعلامهم وبروباغندا المتحكمين في الكيان وإعلامهم يطرح خطاباً أحادياً، فهم لا يجدون أي غضاضة في شيطنة الآخر، في خلق الأكاذيب والشائعات تحت شعار أكذب أكذب حتى يصدقك الآخرون.

وهذا الأسلوب يعرف عندهم بالهسبارا (Hasbara) أي تفسير ودعم وجهة النظر الصهيونية والدفاع عنها كانت عادلة أو لا.

وكل هذا تطبيقاً لمقولة ديفيد بن غوريون أول رئيس لوزراء الكيان: " ليس المهم ما يقوله العالم، بل ما يسمعه (الإسرائيلي)".

* كان لجمهور الأمة العربية والإسلامية نصيباً وافراً في أغلب خطابات المقاومة الفلسطينية عبر دعوتها للتظاهر وتقديم الدعم المعنوي والمادي للمقاومة في غزة.

* كما ظلت المقاومة الفلسطينية في غزة تشيد بالإسناد العسكري لها من قبل المقاومة اللبنانية والعراقية، وجماعة أنصار الله الحوثي اليمنية.

* لقد كان لأحرار العالم والمتعاطفين مع القضية الفلسطينية من غير العب والمسلمين نصيبا من خطاب المقاومة تراوح بين الشكر والثناء، وبين الحث على مزيد من المواقف والأفعال لصالح الحق الفلسطيني.

* استهدفت رسائل وخطابات لمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى، جمهور الجبهة الداخلية الصهيونية، وقادته السياسيين وإعلاميه من خلال التأثير على معنوياتهم وإظهار عجزهم على تحقيق الأهداف التي رسموها في عدوانهم على غزة.

* خصصت المقاومة الفلسطينية عدة رسائل مكتوبة ومصورة تم توجيهها حصريا لأهالي الأسرى الصهاينة الموجودون في غزة، من قبيل " الوقت ينفذ" أي أن كلما مر وقت أطول على أسراهم في غزة، كلما تعرضوا إما للموت أو الأذى بسبب القصف الذي تتعرض له غزة منذ بداية الحرب.

إضافة إلى عبارة " حكومتكم تكذب عليكم"، أي أن الحكومة الصهيونية تكذب على أهالي الأسرى الموجودين في غزة، وتبيع لهم الوهم، ولا تضع قضيتهم في سلم أولوياتها.

2.3: آثار الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى:

إن الاستراتيجية الإعلامية المنتهجة من قبل المقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى، خلفت آثارا آنية، وأخرى سوف يتبدى أثرها في المنظورين القريب والبعيد، ويمكن إجمال بعضها على النحو التالي:

* تثبتت الحاضنة الشعبية للمقاومة الفلسطينية داخل غزة ورفع معنوياتها، ومساعدتها على مواجهة الآلة الدعائية الصهيونية، وقد نجحت المقاومة نسبيا في أمرين اثنين على قدر كبير من الأهمية:

الأول: بقاء حوالي 700 ألف من سكان غزة في مناطق إقامتهم على الرغم من القتل والتدمير والتجويع.

الثاني: منع أي حركة تمرد ضد المقاومة من أهالي غزة، على الرغم من التحريض اليومي من قبل الاحتلال الصهيوني ضد المقاومة، وتحميلها جميع المآسي التي يعيشها سكان القطاع.

لقد نجحت حركة حماس وبقية حركات المقاومة في العمل على بث روح العزيمة والثبات في المواطن الفلسطيني في غزة، وتشجيعه على مزيد من التحمل والصبر، وعدم اليأس جراء الوضعية المزرية التي يعيشها في ظل الحصار والتضييق والتشويه والإبادة والتجويع والتحريض من القريب قبل البعيد.

* استجابة الشعب الفلسطيني في الضفة الغربية والداخل الفلسطيني المسمى عرب 1948 لنداءات المقاومة للقيام بأعمال مقاومة في الضفة الغربية والقدس، من خلال القيام بعمليات نوعية في العديد من المستوطنات داخل هذه المناطق أوجعت الاحتلال ومستوطنيه، وأثرت على معنوياتهم.

* إحداث شرخ في الجبهة الداخلية الصهيونية، خصوصا بين حكومة الاحتلال وعائلات أهالي الأسرى المحتجزين في غزة، وصلت إلى حد تأليب الأهالي على حكومتهم، وقد تجلّى ذلك في المظاهرات التي يتم تنظيمها أمام بيت رئيس حكومة الاحتلال، أو أمام مبنى الحكومة أو مبنى وزارة الدفاع.

فقد سجل الإعلام العسكري للمقاومة اسمه بحروف من ذهب وبات مصدرا موثوقا ومرجعية أساسية، ليس لأنصاره ومتابعيه فقط بل لدى الجبهة الداخلية للكيان الصهيوني، التي باتت تثق في رسائل المقاومة أكثر من قادتها السياسيين والعسكريين، خصوصا ما يتعلق بالأخبار التي تم أسرى جيش الاحتلال الموجودين لدى المقاومة في غزة.

* دعم وتأكيّد السردية الفلسطينية القائمة على أساس حق أصحاب الأرض في مقاومة الاحتلال، وإقامة الدولة الفلسطينية وعاصمتها القدس، وإعادة إحياء القضية الفلسطينية في نفوس كل المتعاطفين معها، وجعلها على رأس أولويات كبار القادة العالميين.

بالمقابل يتم بالتدريج دحض السردية الصهيونية القائمة أساسا على المظلومية من خلال الادعاء بوقوع اليهود ضحايا المحرقة النازية، و ادعاء الأحقية الكاملة للصهاينة في امتلاك أرض فلسطين، والقضاء على أكذوبة الجيش الذي لا يقهر، عسكريا واستخباراتيا، إضافة إلى دحض أكذوبة توفير الأمن للمستوطنين على كامل أرض فلسطين المحتلة، من أجل جلب أكبر عدد من المهاجرين اليهود عبر العالم، وكذا أكذوبة أن الفلسطينيين متوحشون وإرهابيون، وغيرها من الأساطير المؤسسة للسردية الصهيونية¹ منذ أزيد من قرن من الزمان، وما يؤكد ذلك هو وصف وزير الدفاع الصهيوني خلال معركة طوفان الأقصى للفلسطينيين بأنهم حيوانات بشرية.²

* الصدى الإعلامي الطيب الذي حظي به خطاب المقاومة الفلسطينية في صفوف الأمتين العربية والإسلامية والملايين من أحرار العالم، خاصة في عواصم الدول الغربية الداعمة للكيان الصهيوني كنيويورك ولندن وباريس وبرلين، على الرغم من محاولات التعتيم الإعلامي على خطاب المقاومة، ومحاوله طمس حقيقة ما يجري على أرض غزة من إبادة لشعب غزة على يد الجيش الصهيوني، من خلال منع الصحفيين في كبرى القنوات الإعلامية الدولية من دخول غزة.

تائج الدراسة:

من خلال هذه المساهمة يمكن حصر معالم الاستراتيجية الإعلامية التي انتهجتها المقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى في العناصر التالية:

* الحرص على تصوير أكبر قدر ممكن من المعارك مع قوات جيش الاحتلال سواء في حالة الهجوم أو الدفاع، وذلك باستغلال الطاقة التعبيرية للصورة وللقوة التي تمتلكها كاميرا التصوير كتنقية متقدمة.

¹ للاستزادة بخصوص هذا الموضوع، يمكن الاطلاع على المقال التالي:

روجيه، جارودي، الأساطير المؤسسة للسياسة الإسرائيلية، الطبعة الثانية، (بيروت: دار الشروق، 1998).

² للاستزادة بخصوص هذا الموضوع، يمكن الاطلاع على المقال التالي:

أحمد شريف بسام و وردة حمدي، الأطر التاريخية والأيدولوجية للدعاية الصهيونية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 09 / العدد 01، 2021، ص 338-309.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/157516>

* المزاوجة بين العمل العسكري والعمل الإعلامي طيلة فترة الحرب، بالقدر الذي لا يجعل لأحدهما السبق على الآخر، حيث شاهدنا في الفيديوها التي تعرضها المقاومة لاستهداف جنود الاحتلال الصهيوني وآلياته، كيف كان المصور يرافق حامل السلاح غير ما مرة.

* الاعتماد على البيانات العسكرية الموجزة التي تغطي سير المعارك أياماً أو أسابيع حسب الظروف الميدانية.

* اختيار الأوقات المناسبة لبث الخطابات والتدخلات، وعدم الإكثار من الظهور الإعلامي الممل، وخلق حالة شوق لدى جمهور المقاومة المتعطش لإطلالة الناطقين العسكريين باسم المقاومة.

حيث يحرص الإعلام العسكري للمقاومة، في ذلك كله، حتى في صيغته التعبوية، على الإيجاز والدقة والمباشرة، ويتخير الأوقات الخاصة، بحسب مجريات المعركة أو بحسب التطورات السياسية لخروج الناطق العسكري الذي تعلقت الجماهير بخطاباته، ومن ثمّ تحتم السياسة الإعلامية للمقاومة بعدم استهلاك الناطق العسكري، والحفاظ على قدرته على التأثير والرفع المعنوي بتقليل ظهوره أثناء المعركة، وتخير الأوقات التي تحتاج خطاباً مهماً من الكنائس¹.

* القيام بحملات متنوعة من الحرب النفسية لزيادة الضغط على قادة الاحتلال الصهيوني وسكانه، تنتقي رسائلها المصورة والمكتوبة بعناية، وهي تدل على المعرفة الدقيقة للقائمين على الجهاز الإعلامي للمقاومة بعقلية القائد والمستوطن الصهيوني، خصوصاً وأن العديد من قادة المقاومة كانوا أسرى في سجون الاحتلال الصهيوني وتمكنوا من إتقان اللغة العبرية، التي ألهتهم للاطلاع على التراث العبري، وبالتالي معرفة التركيبة النفسية لقادة الاحتلال ومستوطنيه، وهو من العناصر التي شكلت الفارق في الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية².

* استغلال المساحات الممكنة التي تتيحها بعض شبكات التواصل الاجتماعي لبث رسائل وفيديوها المقاومة، والتعريف بنشاطها العسكري في مواجهة الاحتلال الصهيوني، على الرغم من التقييد الكبير من قبل هذه الشبكات على المحتوى الفلسطيني الذي

¹ ساري عراي، خطابات "أبي عبيدة" والاتصال بالجماهير.. كيف تدير المقاومة إعلامها في الحرب؟

تاريخ الاطلاع: 20 فيفري 2023، على الرابط التالي:

<https://www.aljazeera.net/opinions/2023/10/21/%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A3%D8%A8%D9%8A-%D8%B9%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1>

² للاستزادة بخصوص هذا الموضوع، يمكن الاطلاع على المؤلف التالي:

محمد علي الزعبي، دقائق النفسية اليهودية، (بيروت: د.ن، 1968).

يساهم به فلسطينيون على جميع الأصعدة، أو المحتوى الرقمي الذي يتعاطف مع السردية الفلسطينية للأحداث الراهنة، أو ما يتعلق بأصل المشكلة بخصوص القضية الفلسطينية.

4. خاتمة:

مما سبق يتبين أن المقاومة الفلسطينية أعدت للمعركة الإعلامية بالقدر الذي أعدت فيه للمعركة العسكرية، إدراكا منها لأهمية الآلة الإعلامية في خوض الحروب النفسية، وأن معركة الوعي لا تقل أهمية عن معارك الميدان في بعدها العسكري. وقد قدمت المقاومة الفلسطينية أنموذجا متقدما وغير مسبوق في الإعلام الحربي، أذهل العديد من الإعلاميين المحترفين تمت فيه المواجهة الناجحة بين بندقية المحارب وكاميرا المصور، حيث تم بث مشاهد كانت فيها لقطات الكاميرا أشد إيلاما على جنود العدو وقادته ومستوطنيه من طلقة البندقية أو القذيفة.

إن أغلب المعارك التي انهزم فيها العرب والمسلمون كانت معارك نفسية وإعلامية، تم من خلالها استهداف الوعي العربي والإسلامي، من أجل دفعه إلى الشعور بالعجز الدائم، وتصديق شعارات من قبيل الجيش الذي لا يُقهر.

وقد ساهمت هذه الاستراتيجية الإعلامية في دحض السردية التي قامت عليها رواية الاحتلال الصهيوني منذ سنة 1948، والتي تركز على القوة الاستخباراتية لجيش الاحتلال الذي لا يُقهر، كمنا قضت على أسطورة دبابة الميركافا شديدة التحصين على حد زعمهم، والتي أصبحت ركاما بفعل ضربات قاذف الياسين 105.

وعليه فقد حسمت المقاومة الفلسطينية معركة الصورة ضد الاحتلال الصهيوني منذ الأسابيع الأولى للحرب، حيث باتت هزيمة الاحتلال مركبة، استخباراتية وعسكرية وإعلامية.

ويمكن قياس ذلك الأثر من خلال تحول الرأي العام العالمي وخصوصا الغربي منه، نحو تبني السردية الفلسطينية، والافتناع بجدوى المقاومة الفلسطينية وأحققتها في أرض فلسطين، بعدما كان هذا الرأي العام طيلة عقود ضحية التضليل الإعلامي للآلة الإعلامية الصهيونية.

وقد تظهر على المديئ المتوسط والقريب آثار أخرى، لهذه الاستراتيجية، قد لا يتبدى بعضها في الوقت الراهن، وسيظل الزمن كفيلا بكشف العديد منها.

6. قائمة المراجع:

1- محسن محمد صالح، فلسطين: دراسات منهجية في القضية الفلسطينية، سلسلة دراسات فلسطينية، (القاهرة: مركز الإعلام العربي، 2003)، ص 361-420.

2- https://www.youtube.com/watch?v=-cxL5_Nw1l0&t=6s

3- <https://www.aljazeera.net/news/2023/10/12/%D8%A3%D8%A8%D9%88-%D8%B9%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D8%A9>

4- بالخطابات والفيديوهات.. كيف تفوقت المقاومة في توظيف الإعلام ضد الاحتلال؟
على الرابط التالي:

<https://www.trtarabi.com/explainers/%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D9%81%D9%88%D9%82%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%B6%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%84%D8%A7%D9%84-16308939>

تاريخ الاطلاع: 20 فيفري 2024

5- <https://palinfo.com/news/2024/02/18/877172/>

-6

محمد سعد، تفاعل واسع مع رسالة أسيرة صهيونية لـ"القسام" .. إنجاز إعلامي يعزز مكاسب المقاومة عسكريا، تاريخ الاطلاع: 25 فيفري 2024، على الرابط التالي:

<https://albosala.com/%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%B9-%D9%85%D8%B9-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A3%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B5%D9%87%D9%8A%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%80%D8%A7%D9%84>

7- <https://www.aljazeera.net/where/palestine/>

8- روجيه، جارودي، الأساطير المؤسسة للسياسة الإسرائيلية، الطبعة الثانية، (بيروت: دار الشروق، 1998).

9- ساري عرابي، خطابات "أبي عبيدة" والاتصال بال جماهير.. كيف تدير المقاومة إعلامها في الحرب؟

تاريخ الاطلاع: 20 فيفري 2023، على الرابط التالي:

<https://www.aljazeera.net/opinions/2023/10/21/%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A3%D8%A8%D9%8A-%D8%B9%D8%A8%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1>

10- أحمد شريف بسام و وردة حمدي، الأطر التاريخية والأيدولوجية للدعاية الصهيونية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 09 /

العدد 01، 2021، ص 338-309.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/157516>

11- محمد علي الزعبي، دقائق النفسية اليهودية، (بيروت: دن، 1968).