

العدد الخامس
شباط 2022
annasher.com

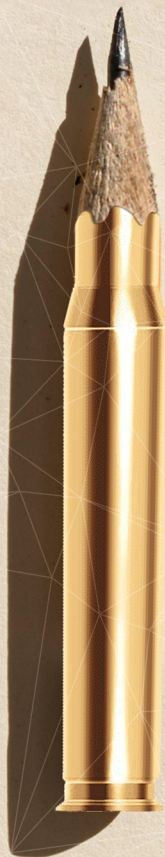
الناشر



نسخة ورقية تصدر عن موقع الناشر الإلكتروني (علم وخبر 108/2021)



الإعلام المقاوم
ما له وما عليه
[إصدار خاص]





في الميزان

”حمزة الخنسا“

تعدّ الإعلام، بأشكاله المتعدّدة، كونه وسيطاً ناقلاً للحدث والخبر. صار صانعاً للأحداث الكبرى وشريكاً في رسم السياسات والاستراتيجيات للدول والكيانات. انطلاقاً من هذه الحقيقة، وجدت وسائل الإعلام، والجهات التي تقف خلفها، نفسها أمام تحدّيات جديدة، زاد من صعوبتها التطوّر الهائل في وسائل الاتصال والتواصل الجماهيري.

ولأن المقاومة تخوض اليوم حرباً وجودية مفروضة، على المستويات العقائدية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، فلا بدّ للإعلام المقاوم أن يلعب دوراً أساسياً وريادياً فيها، إنطلاقاً من رؤية جديدة محدّثة للواقع الإعلامي ومتطلباته وتحدياته.

كثير من المتخصّصين والمعيّنين بالشأن الإعلامي، تحدّثوا بإسهاب عن المشاكل التي يواجهها الإعلام المقاوم، وأكثرها من ممارسة «النق» ربطاً بالواقع الذي يرونه «غير جدير» بالمقاومة ومشروعها. إلا أنه في الواقع، فإن «النق» هو أحد أبرز مشكلات هذا الإعلام، مضافاً إلى مشكلات كثيرة متعدّدة، سنحاول في هذا الإصدار من «الناشر» الإضاءة عليها، وسنحاول أيضاً تقديم الأفكار والرؤى كحلّول لتلك المشكلات.

«دُمّ جديد»، لعله يكون المكوّن المفتاحي الناقص في المشهدية الإعلامية المقاومة، على أن تُتاح له فرص الوصول إلى صلب الإدارة والقرار في وسائل الإعلام والجهات المقرّرة، لما للجبل الجديد من ميزات ومهارات يفقر لها عدد كبير ممّن يتولون إدارة المشهد وتفصيله، إذ لن تستقيم العملية الإعلامية في المؤسسات والإدارات حين يكون الرئيس أقلّ من المرؤوس في امتلاك مهارات ومكّة التعامل مع أدوات ومنصات كرسها التطوّر التكنولوجي بديهيات في العمل الإعلامي، كالقلم والمشبك والمسطرة والمكبس، التي لا يخلو منها أي مكتب. هذه الهوة تسبّب، من ضمن ما تسبّب، عرقلة جسيمة في عملية التفكير السليم في القرار، وقصوراً في تطبيقه، فضلاً عن تحويل العاملين في العمليات الإعلامية المتعدّدة إلى طبقة من «الموظفين» أشبه ما يكونون بموظفي الإدارات الرسمية في الدولة.

«مطبّخ إعلامي»، قد يكون هو الآخر من النواقص التي إنّ أوجدناها، أو عدّلنا بعضاً من مهام الكيانات والهيئات الموجودة لتتواءم مع متطلبات أن تتحوّل إلى «مطبّخ إعلامي»، ينسّق العمليات والخطاب والهجوم والدفاع، يمكن أن نكون قد تقدّمنا خطوة ملموسة نحو تحرير الخطاب والأداء من «اعتبارات» قد لا تكون في جميع الأحوال إلا مكبلة ومعرقلة.

بعيداً عن سياسة جلد الذات، نرى أنه من الواجب التحرك نحو ورشة عمل شاملة نستخلص منها خطة عمل جديدة للنهوض بالواقع الإعلامي بشقّيه، التقليدي والحديث، مستفيدين من توافر إمكانيات وموارد مادية ليست بالقليلة، وبشرية ذات قيمة عملية وعلمية عالية إنّ أحسنّا توظيفها.

الناشر

نسخة ورقية تصدر عن موقع الناشر الإلكتروني (علم وخبر 108/2021)

f t a annasher.com

العدد الخامس - شباط 2022

هيئة التحرير

الناشر: فيصل الأشمر - حمزة الخنسا

رئيس التحرير: حمزة الخنسا

شؤون صهيونية: جلال شريم

شؤون إقليمية: خليل نصرالله

شؤون محلية: ليلي عماشا - أحمد طه

مجتمع ومراة: آية القاضي - سارة فرّان

ترجمات: خضر خروبي

العلاقات العامة: بلال عبد الساتر

فني وتقني: علي باشا - محمد محمد

تصميم وطباعة: شركة دوق العالمية

للطباعة والتجارة العامة ش.م.م

اقرأ في هذا العدد

إعلام المقاومة بعيداً عن الفعل وردّ الفعل..... 4

نحن قلم الحبر وهم الرصاص!..... 6

تحقيق الإعلام الحربي..... 10

دور البيئة في الحرب الإعلامية للمقاومة..... 14

الإعلام المقاوم: القول الفصل في تسليط الضوء على الحق..... 17

تحقيق دروب الجبل الرابع: "معارك الإعلام" تحسمها الأفكار قبل الموارد..... 20

المحتوى الفلسطيني يتحدى ويكسر القيود..... 22

إعلاناتكم

00961 81 86 81 35

نحو صياغة مكونات جديدة لإعلام المقاومة

مروى عثمان - أستاذة جامعية معدة ومقدمة برنامج MidEaStream على قناة Press TV

وبينما كانت الناحية التي تنشط فيها وسائل الإعلام المناهضة للمقاومة هي احتلالها للوعي الجماهيري، نلاحظ أن الغزو الثقافي المناهض للمقاومة لم يختف مع انتهاء الاحتلال الجغرافي، حيث تفوقت المقاومة العسكرية. وهنا يكمن ضعف المقاومة إعلاميًا بعدم تحدي هذا العدو الذي ينجح تكرارًا بغزو عقل مجتمع المقاومة من خلال مختلف البرامج المرئية والمسموعة.

أحد العوامل الأخرى التي لعبت ضد الجهود الحالية التي تُبذل في وسط المقاومة هو التأخر التقني الموجه المتعلق بالتسارع التكنولوجي الذي تتقنه فرق الإعلام المناهض للمقاومة.

لقد وضعت مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام والاتصال وسائل الإعلام المقاومة أمام العديد من التحديات الجديدة، وفتحت مواجهة مباشرة مع التوحيد الثقافي وأتقنت بث الأخبار الكاذبة وطوّرت "المعايير المجتمعية" التي لا تنتهي التي يفرضها عمالقة وسائل التواصل الاجتماعي على شكل قوانين صارمة للنشر تؤدي إلى تقليص الوصول (reach) وتقريبًا القضاء على التأثير.

يبدأ إخراج إعلام محور المقاومة من الحلقة التقليدية غير المنتهية بتقديم مقترحات إعلامية تناسب المواجهة مع عمالقة الإعلام المناهضين للمقاومة وتوقعات جماهير المقاومة. يُعدّ تنوع ساحات المقاومة من أقوى نقاطها في مواجهة أسلوب إعلام أعدائها الصدامي الذي يساعدها على الخروج من الحلقة التقليدية. يعتبر اتخاذ الجانب الهجومي في وسائل الإعلام بنفس فعالية القيام بذلك في ساحة المعركة لا بل ويبقى أثره لفترة أكبر في ذاكرة المشاهد.

وبالتالي، فإن العمل على بناء وعي إعلامي مشترك في ساحات المقاومة المتنوعة تلك أمر لا بد منه. الهجوم الآتي من الإعلام المناهض للمقاومة قد يأتي بشكل واحد، لكن تأثيره يختلف باختلاف ساحات المقاومة. على سبيل المثال، يختلف تأثير أخبار العدو على الساحة السورية عن تأثيرها على الساحة اليمنية.

إن بناء وعي إعلامي مشترك في جميع ساحات المقاومة سيجعل من الأسهل بكثير استيعاب الهجوم الإعلامي المناهض للمقاومة والرد بمضادات إعلامية فعالة، مع بناء تكتيكات جديدة لاستخدامها كهجوم من خلال توقع الهجمات المستقبلية بدلاً من الجلوس في انتظار الهجمة القادمة من وسائل الإعلام المعادية.

يمكن القيام بذلك عن طريق التأكد من أن المؤسسات الإعلامية تضم مقاتلين جديرين بالثقة من أجل القضية، تمامًا مثل فيالق المقاومة العسكرية، بدلاً من أصحاب المصالح والأجندات التي تضر بتقدم إعلام المقاومة.

على القائمين على إعلام محور المقاومة أن يعملوا بفاعلية على تصحيح الانحراف الذي يعاني منه المكلفون بإدارة البرامج السياسية، بحيث لا يقتصر المحتوى والإعداد على رغباتهم من أجل أن يتمادوا بأنانية ويزدهروا كأفراد. ثم فليتبعدوا هذا النهج ويطوروا البرامج الثقافية والدينية والبيئية والقضائية أيضًا. لا ضرر في المرور كذلك على برامج الأطفال.

إننا نبني إعلام محور المقاومة هذه التعديلات، فلا شك في أن التعلم التجريبي سيصل إلى نروته وسيؤدي إلى مناخ ثقافي للمواطنين المحليين وغيرهم يدفعهم قدر الإمكان بعيدًا عن وسائل الإعلام الغربية المناهضة للمقاومة. حينها فقط، ستسود الحقيقة كالسيل على وابل أخبار العدو المزيّفة والمغلّفة بشكل جميل يسهل استيعابها.



للإجابة عن السؤال: ما هو دور الإعلام المقاوم في توعية المجتمع المدني الإقليمي والعالمي؟ قد يكون أحد الردود ذات الصلة كالتالي: دور الإعلام المقاوم إعداد مكان للتعليم التجريبي يساعد في خلق مناخ ثقافي للمواطنين يكون بطبيعته سياسيًا وديمقراطيًا ومستقلًا عن وسائل الإعلام الجماهيرية الخاضعة للسيطرة الغربية. هذا هو الدور الذي نطمح أن يلعبه إعلام محور المقاومة.

تعتبر شعوب غرب آسيا على وجه الخصوص وسائل الإعلام المقاومة بمثابة أدوات قوة أساسية لمجتمع السكان الأصليين الذي يتمتع بمزايا نقل المعرفة، تلك المعرفة التي تنتج عن نهج التوعية الذي يمكن تنفيذه في الأنماط الرسمية أو غير الرسمية من التقارير، أي في تقارير الأخبار التلفزيونية العادية، أو في وسائل الإعلام البديلة للبيئات الاجتماعية للمقاومة مثل استوديوهات الإنتاج أو الإنتاجات "في ميدان المعركة" (كالإعلام الحربي).

في عصر احتكار وسائل الإعلام وإضفاء الطابع المؤسساتي عليها، تقدّم حركات المقاومة للمجتمعات الأصلية في غرب آسيا إمكانية الانضمام إلى عملياتها العسكرية ومشاركتها الانتصارات والتضحيات على أرض المعركة كبديل للشركات الإعلامية الجماهيرية الإقليمية والغربية التي تشكل حاجزًا مانعًا أمام "التقارير في الوقت الحقيقي" real time reporting، والحوار المفتوح والتفاعل بين مجتمعات المقاومة والمجتمعات المدنية العالمية.

تنقسم وسائل الإعلام في منطقة غرب آسيا بأكملها، وخاصة في العالم العربي إلى عدة أنواع، تسودها ثلاثة أنواع أساسية: الإعلام المعادي لأميركا والمناهض للصهيونية (المعروف باسم إعلام المقاومة)، والإعلام المتنازل، والإعلام الصهيوني. النوع الأخير يجتمع بقوة مع وسائل الإعلام المتنازلة.

تلعب وسائل الإعلام الصهيونية ووسائل الإعلام المتنازلة الداعمة للصهيونية دورًا رخيصًا وتحريضيًا، بهدف تشويه وإرباك قضايا أمتنا المحقة، من أجل خداع الرأي العام وتضليله. إلا أن هذا النوع من الإعلام يلعب دوره دون أي تقصير.

في المقابل، على مستوى إعلام المقاومة وتحديداً في لبنان، لم تنتج القنوات الفضائية الموجودة في القيام بدورها بمستوى المنافسة الموجودة على الساحة اللبنانية والإقليمية.

وتعود أسباب عدم النجاح هذا إلى احتلال الشاشة من قبل الوجوه نفسها، دون السعي إلى حقن دماء جديدة، حيث تسيطر المحسوبة و"الصدقات" على الإعلام اللبناني بشكل خاص، والإعلام الإقليمي بأكمله بشكل عام، بغض النظر عن نوعه. في حين أن هناك عوامل واضحة تعرقل تطور إعلام المقاومة، بدءاً من تفضيل التقدم العسكري للمقاومة على ثقافة المقاومة رغم أن كلاهما متلازمان لدى الرأي العام.



إعلام المقاومة بعيدًا عن الفعل وردّ الفعل: قرار سياسي ومنهجية متبعة

محمد عفيف - مسؤول وحدة العلاقات الإعلامية في حزب الله

اللبنانيون يختلفون حول أمور كثيرة: اتفاق الطائف، الحرب الشورية، المقاومة ودورها الإقليمي الواسع الذي يحظى بأكبر قدر من النقاش والمواجهة، إلى قضايا أخرى، رئيسية أو هامشية، تُطاول مختلف مناحي الحياة. وهذا الاختلاف طبيعي ومفهوم ومقبول، إلا متى تحوّل إلى عداً أو افتعال عداً بين اللبنانيين، بذرائع شتى وتوصيفات يتم إسقاطها من أعلى.

لم تتعامل المقاومة يوماً مع خصومها السياسيين ووسائل الإعلام المعادية لها والجهات المعارضة لخياراتها إلا بوصف هؤلاء أخصاماً أو منافسين أو معارضين، ولم تصنّفهم في خانة العدو (كما يفعلون)، بل بوصفهم لبنانيين يختلفون معها في السياسة وفي الرؤى والأفكار حول طريقة إدارة البلد. والمقاومة لا تسمح لنفسها، بتأتاً، بالتشكيك في لبنانية خصومها، بمن فيهم من تعاملوا - فعلياً - مع العدو في فترات سابقة، وليس في أدبياتها توصيفات لهؤلاء إلا كـ«طرف آخر» أو «خصم».

قد يعيب البعض على إعلام المقاومة قصوره في مواضع وتقصيره في أخرى، ويحيلون إليه كثيراً من الأسئلة أو يشكّون في تفاصيل مختلفة لا يمكن الإجابة عنها في إطار قراءة مختصرة. لكنّ الجواب الشافي يكمن ليس في عدم التقدير الكافي لأهل المقاومة وأنصارها لإعلامها بل في فهم المعاني العميقة لقيام الولايات المتحدة والسعودية بحجب تلفزيون المنار وإنذاعة النور عن الأقمار الصناعية ومنع وصول البثّ إلى الدول العربية والأوروبية والأميركية، وفي حجب عدد من المؤسسات اللبنانية والعربية العاملة في إطار اتحاد إذاعات الدول الإسلامية ومؤسسات متعددة عاملة في إطار محور المقاومة عن شبكة الإنترنت، ما دفع العاملين في هذا القطاع إلى البحث عن البدائل وإطلاق معركة أدمغة لا تزال مستمرة.

لا شكّ أن إعلام المقاومة يواجه صعوبات ومعضلات واقعية بسبب مجموعة من الصّوابط والقيم الأخلاقية والإنسانية والدينية والسياسية التي لا تعترض، عادة، الإعلام المعارض للمقاومة.

بالمجمل، لأسباب سياسية وبسيكولوجية ومصالح صغيرة وآنية ضيقة لا مجال لذكرها هنا.

إلا أنه رغم الظروف الصعبة التي واجهتها المقاومة منذ انطلاقها عام ١٩٨٢، والاستهداف السياسي والطائفي الذي طاولها والحملات الإعلامية المركزة التي تعرّضت لها، نجح الإعلام المقاوم - ولعلّها أبرز نجاحاته التاريخية بل إنه يرتبط بها وباسمها ولولاها ما كان أن يكون - في تثبيت المقاومة قضية مركزية في وجدان اللبنانيين والعرب، وفي بناء شعبية كبيرة لها في محيطها الاجتماعي، وفي تحالفات راسخة على امتداد العالم العربي والعالمي، مستفيدًا بالطبع من نجاحاتها العسكرية ومن شهدائها وتضحياتها وانتصاراتها الباهرة على أكثر من صعيد... من بداية صعبة لهذا الإعلام، انطلاقًا من تجارب شعبية بسيطة وصولًا إلى مؤسسات كبيرة تشقّ الفضاء وحضور هائل على وسائل التواصل الاجتماعي وأنصار ومريدين في كل مكان، وهذا ما لم يستطع الإعلام المعارض للمقاومة إنكاره، فلجأ إلى وسائل تشويه مختلفة عبر ربط المقاومة بالإرهاب أو بالمخدرات، واتهامها بالطائفية وبزعزعة الاستقرار الإقليمي والتدخل في شؤون دول أخرى. لكنّ هذا لم يُفلح في حجب الحقيقة عنها ولم ينطل على كلّ الجماهير، لأنّ إعلام المقاومة تمكّن من نقلها من إطارها المحلي ومن كونها حركة مقاومة للاحتلال "الإسرائيلي" للبنان إلى مقاومة مشروع الهيمنة الأميركية في المنطقة.

لقد نجح الإعلام المقاوم - كمثال آخر - في بناء قضية رابحة أخرى هي قضية اليمن وشعبه المظلوم. أريدَ لهذه الحرب أن تكون حربًا صامتة يُقتل فيها مئات الآلاف ويتعرّض شعب بأكمله لحصار قاسٍ واجتياح أرض وتدمير مدن، في ظل حصار إعلامي خانق وسيطرة كاملة على المشهد الإعلامي لأدوات العدوان الأميركي السعودي. لكن، منذ الخطاب الأول لسماحة الأمين العام لحزب الله الذي ألقى حجرًا كبيرًا في المياه الإعلامية الآسنة والراكدة، تحرّكت ماكينة إعلام المقاومة بقوة، ونجحت في بناء قضية تحوّلت إلى قضية إنسانية عالمية ساهمت في الإضاءة على انتصارات الشعب اليمني وعلى الحصار الظالم الذي يُطبق عليه، وإلا لكتنا أمام واحدة من أكبر المآسي المروعة في التاريخ الحديث، مأساة صامتة لم يكن يعرف بها أحد لولا إعلام المقاومة ومحورها. وتكمن أهمية هذا النجاح في أنّه واجه آلة إعلامية إمبراطورية وأدوات تأثير هائلة على الرأي العام العربي والدولي وإمكانات مالية ضخمة، كل ذلك بإرادة قوية وإمكانات محدودة، ولكن بمعرفة كافية بأسباب النجاح وأدواته.

**** بتصرّف - جزء من محاضرة حول إعلام المقاومة**

وغالبًا ما يؤخذ على إعلام المقاومة أنّه إعلام ردّ فعل وليس إعلام فعل، وهذه كانت موضع نقاش داخل بيئة الإعلام المقاومة، ومع كثير من الأصدقاء والمعلّقين والإعلاميين الذين يحبّذون سياسة إعلامية هجومية فاعلة بدل الردّ على الحملات الإعلامية العنيفة على المقاومة وبيئتها الاجتماعية والسياسية.

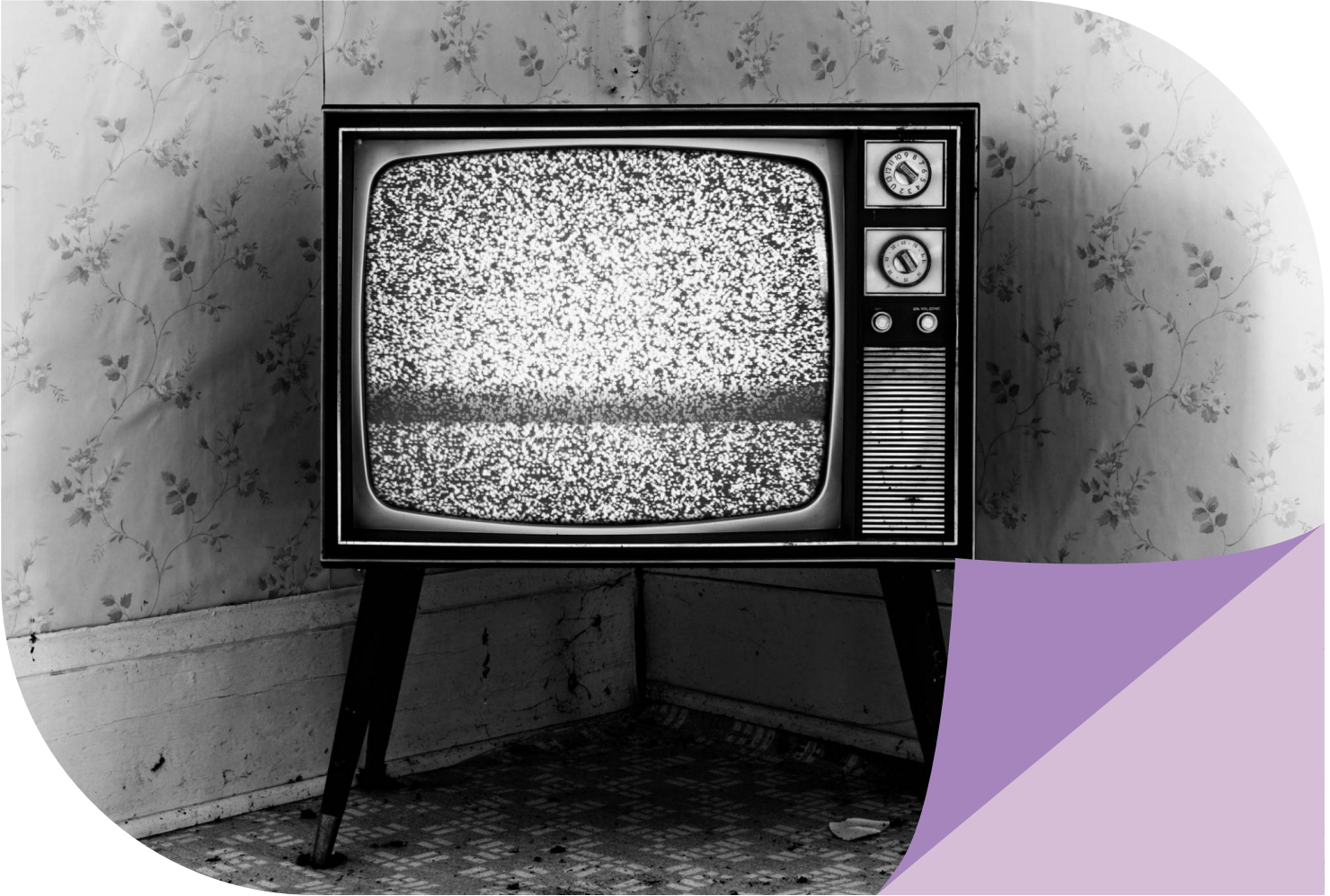
لكن إعلام المقاومة هو ابن بيئتها وثقافتها الإيمانية والأخلاقية ومدرستها الثقافية. وهو، بكل بساطة، يتلقّى تعليمات من القيادة تقضي بعدم الانجرار إلى الفتنة المذهبية، وبالتأني في الرد، مضمونًا وشكلًا ولغةً، على الانتقادات الظالمة والحملات والافتراءات، سواء من حلفاء أو من خصوم، وتجنّب أي بعد طائفي ومراعاة الحساسيات المذهبية واللياقات الأخلاقية والحفاظ على الصداقة والمهنية والاستناد إلى الدليل والسند.

لذا، لا يتعلق الأمر - كما يرى أصدقاء أو خصوم - بفعلٍ أو ردّ فعل، وبهجوم أو دفاع، بل هو قرار سياسي ومنهجية متبعة تعتمد الحكمة والصبر والهدوء. وبالتالي، فإنّ وسم إعلام المقاومة بالبطء نوعًا ما لا يلغي توازنه. فهو أن هاجم، ترك مساحة للتراجع والعودة إلى الحوار وحرص على عدم قطع الجسور وحرق المراكب، وإن دافع حرص على عدم كيل الاتهامات والاكتفاء قدر المستطاع بتبيان الحقيقة وإظهار الباطل والحفاظ على المصداقية وإبقاء قاعدة الأولويات ثابتة وعلى رأسها الوحدة الوطنية ونبذ الفرقة والشقاق، إن إن تعميق الحوار وإضفاء الطابع الإنساني والأخلاقي على إعلامنا، ولو أدّى إلى خسارات في جوانب معينة، أسلم من الانزلاق إلى آليات الاستخدام الإعلامي السهلة كالإثارة وتوجيه الاتهامات بلا دليل واستعارة مفردات سوقية باتت شائعة الاستعمال في مجتمع الإعلام اللبناني والصحافة اللبنانية اليوم، مع الأسف، ولو أعطتنا بعض المكاسب التكتيكية.

في إطار الانقسام السياسي الذي يضرب البلاد، ولا سيما بعد عام ٢٠٠٥، انقسم اللبنانيون ومعهم إعلامهم إلى فريقين كبيرين، لكلّ منهما مشروعه وأدواته وحلفاؤه محليًا وإقليميًا. لكن، في السنوات الأخيرة، بدا واضحًا أن الأمر لم يعد كذلك مع تبدّل صورة المشهد الإقليمي على منتصر كبير هو محور المقاومة، ما أعطى بطبيعة الحال زخمًا كبيرًا وقوة إضافية لإعلامه وجمهوره وأدواته الثقافية والفكرية. رغم ذلك، لم ينزل هذا الفريق إلى أي فعل عدواني إعلامي. وفي مقابله، ينتظم من يمكن تسميته «حلف ضدّ المقاومة»، ويضمّ أحزابًا ومؤسسات وإعلاميين تجعّعوا في إطار فريق عمل واحد رغم الخلافات السياسية الواضحة بينهم، لمواجهة المقاومة وبتّ روح العداء لها وإثارة الشائعات وتشويه صورتها وقادتها ورموزها. وهذا الفريق يعمل بشكل واضح وغير مستتر تحت إدارة السفارة الأميركية في بيروت وعدد من مراكز الأبحاث والدراسات في دولة الإمارات العربية المتحدة. وهي مراكز في غالبيتها شركات إسرائيلية وأميركية (في الباطن). ولكن، والحق يُقال، فإنّ هذا الفريق يعمل بطريقة أكثر فعالية وكفاءة على المستوى الإعلامي من الفريق الحليف للمقاومة

نحن قلم الحبر وهم الرصاص!

رندل جبور - نقية العاملين في الإعلام المرئي والمسموع في لبنان



رأيًا وقضية. ويمكنني أن أقول الحقيقة وأكون ذات مصداقية وأن أحمل رأيًا وقضية. ولكن أن أكون على الحياد، فهذه ليست مهنتي على الإطلاق. لم أختَر الإعلام والصحافة لأكون رمادية، بل اخترتها لأكون شريكة في صناعة الرأي العام. الصحفي ليس مخبرًا وحسب، الصحفي صناعي ينتج فكرًا ورأيًا عامًا.

وقد خضعت لدورات تدريبية في أكبر وكالات العالم، وأكثر الدول ديمقراطية، ورأيهم كيف يمررون أفكارهم. يتحدثون عن الموضوعية ولكنهم يدسّون الرسائل التي يريدونها في كل قطعة إعلامية صغيرة أو كبيرة. يدسّون السمّ في عسل يسمّونه موضوعية. يأخذون المشاهد أو المستمع أو القارئ إلى حيث

أسارع إلى القول قبل أي بداية، وعلى رغم كوني أستاذة جامعية، وأكاديميو الإعلام يستخدمون من السنة الأولى حتى السنة الأخيرة مع طلابهم مصطلحات مثل الموضوعية، إلا أنني لم أستسيغ يومًا هذه الكلمة. لم أفهمها بحقيقتها. تعريفاتها لا تشدني، وزادت قناعتني تلك مع سنوات الممارسة المهنية. أمنت بأنها مجرد تعبير لفظي لتخويف الطلاب ورسم حدود وهمية لهم ليس إلا، وحين يصلون إلى ميدان العمل يكتشفون حقيقة أخرى، على هوى صاحب الميدان ومصالحته. البعض يعتبر الموضوعية مرتبطة بالدقة، والبعض الآخر بالحياد، والبعض الثالث بالحقيقة أو المصداقية. يمكنني أن أكون دقيقة وأن أحمل

مقابل مؤامراتهم. فلنبتعد عن الخوف والخجل. مواقفنا مشرفة فلما ناستحي بها؟ فلتكن لنا أكاديمية أو أكثر للإعلاميين الجدد وللمخضرمين معًا. فلنطرح هواجسنا بشكل دائم على الطاولة، ولنطرح مشاكلنا والحلول بوعي وجراءة. فلنكثر إنتاجاتنا الإعلامية من أفلام مشتركة قصيرة وطويلة وبرامج مشتركة من خارج اللعب التقليدية. فلنرتق بطريقة مقارباتنا للقضايا الكبرى. فلنسافر ولنتعرف على التقنيات الجديدة وتبادل الخبرات.

مخطئ من يعتقد أن علينا فقط أن نربح المعركة السياسية أو العسكرية أو الاقتصادية. علينا قبل كل شيء أن نربح المعركة الإعلامية لأنها تعني كسب الرأي العام الذي نحتاج إليه لنفشل كل مشاريعهم.

قضايانا التي ممنوع أن نكون رماديين فيها كثيرة. لا يمكننا أن نكون في محل وسط في موضوع الفساد، ولا في قضية العمالة، ولا في مسائل التوطين وتغيير وجه لبنان، ولا في من هو العدو ومن هو الصديق، ولا في من هو الإرهابي ومن هو المقاوم، ولا في أين تكمن مصلحة لبنان، ولا في ملف الإنقاذ والاقتصاد المنتج، ولا في التدقيق الجنائي واستعادة أموال الناس، ولا في القوانين المرمية بلا إقرار في مجلس النواب، ولا في الشأن الاجتماعي. ولا يجوز أن نضيع البوصلة. نعرف من أذانا ومن دمّرنا ونعرف من يمكن أن يكون الخلاص.

ممنوع أن يلهونا باتهاماتهم وبسخافاتهم. ممنوع أن يأخذونا إلى حيث هم يريدون. ممنوع أن نسمح بأن يضعوا العتمة على عيون المواطنين. فلنجلب الجميع إلى ملعبنا نحن.

لقد خلقوا غرًا سوداء يحيكون فيها مشاريعهم ومصطلحاتهم ومقارباتهم. هي موجودة في الخارج. يأخذون إليها بعض الشاطرين ويغسلون أدمغتهم بالمال والمواد اللازمة ليغسلوا بدورهم عقول الناس. يدفعون الملايين وهذا موثق. فلما لا ندفع فقط قدراتنا لكي نربح المعركة؟

ليس صعبًا الانتصار. الإرادة موجودة وكذلك الإيمان والقدرات الإبداعية. فلنقرّشها إذاً وليكن لنا شرف المواجهة، تلك التي تجعلنا أرقامًا صعبة في المعادلات. استطاعوا أخذ الناس إلى مكان آخر بين الرمادية والسواد، أما نحن فخيرنا ألوان الحياة الحقيقية لا تلك الوهمية، ألوان العز والكرامة، تلك التي ترفض الارتهان والتبعية، تلك التي ترفض الإنعان. نحن أقلام حبر أما هم فأقلام رصاص. الحبر يبقى أما الرصاص فلو أصاب أحيانًا بمقتل إلا أنه سيبهت بعد قليل. سيختفي. يمكنهم أن يكذبوا على بعض الناس كل الوقت، وعلى كل الناس بعض الوقت، ولكننا نحن -الإعلاميين المقاومين- لن نسمح لهم بأن يكذبوا على كل الناس كل الوقت.

يريدون بطريقة معالجتهم للخبر أو للحدث، وبالزاوية التي يتناولون فيها قصّتهم. لكل قصة ألف وجه ووجه. وهم يختارون وجهًا واحدًا ويغفلون الوجوه الأخرى، فيصنعون رأيًا عامًا من خلال الزاوية التي اختاروها. هكذا فعلوا تجاه ما حصل في مناطقنا، من سوريا إلى العراق وكل الدول العربية وصولًا إلى ما بعد بعد دولنا.

أما في لبنان، فلا إعلام ما بين بين. هناك إعلام مع المشاريع الخارجية وهناك إعلام حامل قضية وطنية. هناك إعلام يقبض وهناك إعلام يدفع أثمان مواقفهم المشرفة. هناك إعلام ينفذ أجناسات بطريقة برّاقة وهناك إعلام أجندته الوحيدة هي لبنان.

ليست هناك مؤسسة إعلامية بلا خط سياسي أو سقوف، وهذا طبيعي. ولكن هناك إعلام يدّعي الحياد وهو غاطس في مياه لها لون وطعم مُرّ. وهناك إعلام يعلن لونه ولا خشية لديه من ذلك لأنه مؤمن بهذا اللون. فكفانا تكاذبًا. كفانا بيع مصطلحات لا تمتّ إلى الواقع بصلة.

أنا إعلامية غير حيادية وأفتخر. أحمل قضية ولذلك امتنعت الصحافة. وفي حرب كتلك التي نعيشها، والتي تُخاض بالإعلام بشكل أساسي، لا يمكننا أن نلقي السلاح. سلاح الكلمة والصوت والصورة من أقوى الأسلحة. بها تُخاض المعارك الكبرى. إنها حروب الجيل الجديد، وفي تلك الحروب، لسنا قذّيسين ولا مستسلمين. جندوا الكثير من الإعلاميين، فلما لا نكون نحن جنودًا على المقلب الآخر؟ جنودًا على جبهة إعلام القضية أو فلنسّمّها جبهة "الإعلام المقاوم"؟

نقاوم ماذا؟ نقاوم التضليل والكذب. نقاوم الشيطنة والتشويه والتشويش. نقاوم قلب الحقائق وقلب المفاهيم والمقاييس. نقاوم الهيلا هو. نقاوم جعل الأبيض أسود والأسود أبيض. نقاوم المال المشبوه. نقاوم محاولات تدمير بلداننا والقضاء على نقاط قوتها. نقاوم محاولات نهب ثرواتنا وأخذنا إلى مكان لا يشبهنا.

ولا بدّ من تمّتين جبهة الإعلام المقاوم، ولذلك سبل كثيرة. فلنعتد أساليبهم ونلجأ إلى طرقهم ولو لم نكن نمتلك قدراتهم المالية. فلتكن لنا لقاءات واجتماعات. فلنخضع لتدريبات. فلنجمع العقول الإعلامية المقاومة تحت مظلة واحدة. فلنؤخذ المصطلحات. فلنصطد أصحاب المواهب والأخلاق من الشباب. فلنقل الأشياء كما هي في الغرف المغلقة لنخرج بخلاصات واحدة. فلتكن لنا توجيهات نعّمها على بعضنا البعض ولنلتزم بسقفها في حواراتنا ومقابلاتنا ومقالاتنا. فلنعقد حلقات عمل ونقاش لا على مستوى لبنان فقط بل أيضًا على مستوى دول المشرق. فلنمتنّ علاقاتنا ببعضنا بعضًا ولنشمل إعلاميين من بلدنا ومن سوريا والعراق والأردن وفلسطين ودول أخرى. فلتكن لنا مؤتمرات في

الإعلام الملتزم بين وقائع التكنولوجيا ومزاج الجمهور

جمال شعيب - إعلامي لبناني



بعيدًا عن خطابات "الجلد" و"التنظير عن بعد" وسعيًا لمقاربة الأزمة التي يواجهها الإعلام الملتزم بأدوات عاقلة ومنصفة، لا بد بداية من عرض الوقائع التي فرضت نفسها على وسائل الإعلام الملتزم بمختلف "أوعيتها" و"قنواتها" و"جمهورها"، قبل الخوض في نقاش الوسائل والأدوات التي استخدمها هذا الإعلام لتطوير "المحتوى" و"المنصات" والحكم على نجاحه أو فشله.

التحدي الأكبر الذي واجهته وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الملتزم بشكل خاص.

فبالإضافة الى دخول عاملي "الحجم والسرعة" كمؤشري نجاح الولوج الى عالم الموبايل والسوشال ميديا، كان هناك عوامل أخرى تقنية و"احتكارية" تحدد مدى إمكانية صمود الإعلام الملتزم على المنصات، سواء تلك التي توفر خدمات "الاستضافة" للتطبيقات الخاصة بالموبايل كـ "بلاي ستور" و"آبل ستور" أو تلك التي تدير منصات التواصل الاجتماعي كـ "فايسبوك"

الوقائع الجديدة: التكنولوجيا تفرض نفسها

فرضت الطفرة التكنولوجية الحديثة نفسها على وسائل الإعلام والاتصال منذ نشأة الانترنت. ولكن هذه الطفرة لم تؤثر كثيرًا في أشكال وأساليب بث المحتوى الإعلامي، سوى في التحول التدريجي نحو "الإعلام الإلكتروني" أو بث المادة والمحتوى الإعلامي عبر المواقع الإلكترونية، وهو أمر يختلف تمامًا عن المرحلة الأخطر والأكثر حساسية بالنسبة لوسائل الإعلام والتي تعرف بمرحلة "الموبايل والسوشال ميديا"، والتي نعتقد أنها

حيث واجهت العديد من وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية الملتزمة بخيارات المقاومة تحدي "الحظر المتواصل" لحساباتها ومنصاتها وصفحاتها على مختلف وسائط التواصل الاجتماعي، ولا سيما على "فايسبوك" و"انستغرام"، فيما لم يكن "تويتر" متسامحًا بالقدر اللازم لكي تستطيع بناء حضورها بين جمهورها وتقدم محتواها المتميز والمتفرد عبر منصته.

ولم يكن الوضع مختلفًا كثيرًا لجهة "المحتوى"، إذ إنه وبدل نقل تجربة المحتوى الخاص بالسوشال ميديا الى البرامج والتقارير التلفزيونية والإذاعية إن لجهة "الاختصار واستخدام البيانات والرسوم والمؤثرات الصوتية والبصرية" لإنتاج مادة قابلة للهضم من قبل "جمهور مزاجي"، لجأت العديد من الوسائل الإعلامية الملتزمة الى فرض "منتجها الإعلامي" كما هو على جمهور مواقع التواصل، لا بل وصل بعضها الى حد إنتاج مواد لا يمكن نشرها حجمًا "ميغا بايت" أو "مدة زمنية" على أغلب المنصات وكان المحتوى فيها أقرب الى "الستاند أب" الإخباري منه الى "فلاش السوشال ميديا" (واجه مستخدمو السوشال ميديا مشاكل عديدة في إعادة "المونتاج" لتقارير مستقاة من وسائل إعلام ملتزمة وتقطيعها الى فيديوهات قصيرة لنشرها عبر حساباتهم). بينما قامت مختلف وسائل الإعلام الأخرى، لا سيما تلك التي تختلف أو تقف على النقيض تمامًا من خيارات وتوجهات الإعلام الملتزم، بإنتاج المادة الإعلامية والاعبارية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، ولجأ بعضها الى تدريب كادرها بواسطة اختصاصيين محترفين، لتطوير المحتوى وأساليب الإعداد والإنتاج والإخراج البصري والصوتي.

الجمهور، معيار النجاح والفشل

للحكم على استراتيجيات وسائل وقنوات الإعلام الملتزم وعلى خططها التنفيذية، فيما يتعلق بتطوير المحتوى وأساليب الإنتاج والإخراج، ومدى مواءمة موادها مع متطلبات الجمهور والإعلام الجديد، لا سيما السوشال ميديا، وكي لا يحسب "رأينا" ويحتسب في خانات "الجلد" أو "التنظير"، نحيلكم الى "الجمهور"، طالين منكم استفتاءه أو البحث في منشوراته وتعليقاته عن رأيه في أداء "الإعلام الملتزم والمقاوم"، واستخلاص النتيجة التي تجدونها مناسبة ... والعبر.

و"تويتر" و"انستغرام" وغيرها من منصات التواصل الاجتماعي التابعة لشركات إما أميركية بالكامل أو تخضع للشروط والقوانين الأميركية التي تمنع أو تحد من إمكانية حضور تطبيقات وصفحات الإعلام الملتزم على منصاتها.

مزاج الجمهور: التحدي الأكبر

قد يكون صحيحًا أن الإعلام الملتزم يتوجه بالدرجة الأولى الى جمهور يشبهه ويتبنى نفس المبادئ ووجهات النظر والمواقف في العديد من القضايا المعاصرة أو المستجدة، لكن مما لا شك فيه أن مزاج الجمهور ومتطلباته سواء على صعيد "المنصات" نفسها أو على صعيد "المحتوى" هو مزاج متبدل ويختلف بين شريحة وأخرى، وإن كان تحت نفس سقف المبادئ والتوجهات، إلا أن هذا لا يعني تطلعه الدائم وبحته عن كل جديد حينًا وعن فسحة من "الراحة والترفيه" حينًا آخر.

وقد ساهمت منصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي (بما فيها الواتس آب) في إحداث تبدل سريع وسلبي في مزاج الجمهور (المقصود) وتركت آثارها على خياراته واهتماماته، بالتالي بتنا نجد أنفسنا أمام جمهور "لحظوي" يحتاج الى استهداف "نقطوي" للوصول الى إرضائه وتلبية تطلعاته.

الإعلام الملتزم: تطوير المحتوى وفخاخ المنصات

أدخل العديد من وسائل الإعلام -لا سيما التلفزيونية والإذاعية منها- "عالم السوشال ميديا" الى استراتيجياتها (تفاعلاً ومتابعة) بالتزامن مع دخولها الى منصاته، وقد حقق هذا الدخول المتوازي الأفقي لهذه الوسائل قدرة أوسع على التأقلم مع المتغيرات التكنولوجية وأمن لها قاعدة حضور عند جمهور مزاجي ومتطلب، الأمر الذي ساعد على صمودها خلال المرحلة الانتقالية ونجاحها لاحقًا في تثبيت حضورها وتطوير محتواها بما يضمن لها جذب أوسع شريحة ممكنة من الجمهور المستهدف الى تطبيقاتها وصفحاتها.

أما الإعلام الملتزم غير القادر على إدخال "السوشال ميديا" الى استراتيجياته إلا وفق شروط وضوابط محددة (قراءة التغريدات والهاشتاغ)، فقد كان دخوله الى السوشال ميديا مقننًا حينًا ومقموعًا حينًا آخر،

تحقيق

الإعلام الحربي: من توثيق الانتصارات إلى المساهمة في صناعتها

هيئة التحرير



ما بين عين الكاميرا وما يقوله العدو ويشيعه، سنوات من الصراع، كانت في كل جولة الكلمة الفصل فيها للكاميرا. والكاميرا إن حكّت، فإنّها ستكتب التاريخ بلغة الحق؛ لأنّها الشاهد الوحيد الذي يحقّ له في محكمة الحروب أن يعطي القاضي شواهد موثقة، وليس روايات على نّمة الراوي.

اعتمد الاحتلال الصهيوني، ولا يزال، سياسة إخفاء عدد خسائره البشرية في العمليات كافة، ففي عملية الدبشة ١٩٩٤، عمل العدو على تضليل الناس، ونفّى أن المقاومة اقتحمت الموقع وطهرته، وجاء النفي على لسان القائد العسكري

للمنطقة الشمالية المحتلة آنذاك "عميرام ليفين"، الذي بدا مهزومًا مذهولًا حينما عرّضت المقاومة مشاهد العملية، وكيف طهرت الموقع، وأوقعت فيه خسائر في صفوف العدو، وظهرت راية المقاومة مثبتة هناك تعلن النصر. أحدثت تلك المشاهد ضجة هستيرية لدى العدو، دامت أربعة أشهر، لكنّه لم يتعلّم من الدرس الأول، حتّى لقنته عدسة المقاومة درسًا آخر عندما نفى "عميرام ليفين" نفسه حصول عملية أوجعت العدو، نفّذها الاستشهادي صلاح غندور في مركز الـ١٧ عام ١٩٩٥. فحين عرّضت مشاهد العملية التي صوّرتها عدسة المقاومة داخل الشريط المحتلّ -وهذا أن دلّ على شيء، فإنّه يدلّ على أن عين المقاومة تستطيع أن تكون في الأماكن كلّها كما سلاحها، خاصة في دائرة الخطر- يومها، رأى الجميع خيبة العدو على وجه "ليفين"، حين أشار على شاشته الصغيرة إلى سيّارة الاستشهادي صلاح غندور وهي تدخل بهدوء إلى عمق المنطقة في بنت جيبيل، ليقترح أهمّ مركز للعدوّ الإسرائيلي، وهو مركز الـ١٧، بندائه الأخير ونفسه المطمئنة. ومنذ ذلك الوقت، صار العدو "الإسرائيلي" يترقّب ما ستعرضه المقاومة؛ لأنّ عدستها أسست لمصادقيتها

وكرّستها مقابل اتّعاءات العدو، فانتزعت بذلك منه الثقة أمام جمهوره أيضًا.

تأسيس "الإعلام الحربي"

كانت الكاميرا قد وثّقت عملية الاستشهادي صلاح غندور بتفاصيلها كلّها، بدءًا من وداع الأمين العام السيّد حسن نصر الله له، مضافًا إلى تصوير وصيّته في السيّارة، وصولًا إلى تنفيذ العملية. كانت من أكثر العمليات الاستشهادية الموثقة بهذه الدقّة، ما دفع بالشهيد القائد السيّد مصطفى بدر الدين (نو الفقار)، الذي كان القائد العسكري للمقاومة آنذاك، إلى دعوة الإخوة العاملين في التصوير الميدانيّ إلى التداول في تشكيل جديد ضمن الإطار الرسمي لحزب الله. وهذا ما حصل، فأعطاه السيّد نو الفقار اسمًا رسميًا، والذي بقي حتّى الآن: "الإعلام الحربي".

بدأ الإعلام الحربي مهامه الميدانية من خلال مواكبة كلّ العمليات النوعية التي كانت تحصل من عام ١٩٨٦ وحتّى التسعينيات، وكانت مهامه: تصوير وصايا المجاهدين المنطلقين للأعمال الميدانية من عمليات نوعية إلى عمليات استشهادية، كوصية الاستشهاديين هيثم دبوب وعبد الله عطوي وأسعد برّو عام ١٩٨٨ و١٩٨٩، وتصوير تحضيرات العمليات؛ علما أن الشومرية،

(حفظه الله) التعبئة العامة، وهذا ما شكّل رعباً لدى العدو، وبالتالي تحولاً بارزاً في المعركة.

أيضاً، أحد عوامل تسريع التحرير وانسحاب العدو الذليل، التكتيك الإعلامي المواكب لقدرات المقاومة، حيث عمد الإعلام الحربي لتصميم فواصل فنية ترسخ القواعد التي أسسها الأمين العام (حفظه الله) للعملاء: "خياركم إما الانسحاب، أو التسليم للقضاء اللبناني، أو القتل"؛ فتم تصوير عملية عرمتي التي دفن فيها العملاء إلى الآن حيث هم، في فواصل تحت عنوان: "عرمتي اليوم.. وغداً موقع آخر"؛ لترهيب اللحيين وبث روح الهزيمة في نفوسهم قبل عام ٢٠٠٠م، وغيرها من المحطات طوال الصراع، وصولاً إلى حرب الدفاع عن المقدسات، حيث لعب الإعلام الحربي دوراً نفسياً فاعلاً في تغيير معادلات الصراع مع العدو التكفيري والكيان "الإسرائيلي" بجنوده وقادته ومواطنيه، والذين كانوا دائماً ينتظرون ماذا سيقول حزب الله عبر إعلامه، وماذا سيقدم من أدلة بالصوت والصورة.

معركة الدفاع عن المقدسات

بعد اندلاع المعارك ضدّ التكفيريين في سوريا، ومشاركة مجاهدي المقاومة الإسلامية عام ٢٠١٢، التحق بهم بعض الإخوة من الإعلام الحربي وبدأوا مهامهم كالعادة، من استطلاع إلى توثيق وتصوير. وتطوّر العمل شيئاً فشيئاً، فأنشأ الفريق نواة إعلام حربي هناك من اللجان الشعبية السورية، وعمل على تدريبهم ليلاً والإشراف على عملهم نهائياً في المعارك الحية. وبعدها، أصبح الإعلام الحربي مصدرًا للوسائل الإعلامية كافة في لبنان وسوريا، وتطوّر عديده وزاد ليلبي الحاجة المطلوبة؛ فكان أفرادهم يصوّرون المشاهد، ويُخرجونها بقلب فنيّ محترف، وصولاً إلى إنشاء مركز ضخم في دمشق للحرب النفسية، والإعلام الحربي، يحتوي على تقنيات مونتاج حديثة لإعداد نشرة يومية وتوزيعها، مضافاً إلى المشاهد التوثيقية التي يصورها الإعلام الحربي في المعارك كلها.

أهداف الإعلام الحربي

ثمة مهمة كبيرة على عاتق الإعلام الحربي، وتُمثّل دوره المحوري؛ فمن يرصد ويواكب الأحداث ويتابعها عن كثب، سيجد أن الإعلام الحربي ليس مجرد كاميرا وصورة تُنقل للجمهور، إنّما يتعدى دورها إلى وظائف ومهام عديدة، منها:

- ١ - رفع معنويات جمهور المقاومة، وفي المقلب لآخر إرسال رسائل ردع لجمهور العدو وإظهار حقيقة جيشه الذي يثق به.
- ٢ - توجيه رسائل لقادة العدو بأن يُعيدوا النظر في إظهار الحقائق؛ نظراً إلى صدق رواية المقاومة عند التشكيك.
- ٣ - توثيق التاريخ واللحظات الجميلة مع الشهداء في حضرة الوجدان، وفي اللحظات الأخيرة.

وبدر الكبرى، وعلي الطاهر، وبرعشيت عام ١٩٨٧. حتّى أن الأمين العام السابق الشهيد السيّد عباس الموسوي (رضوان الله عليه)، الذي كان المسؤول العسكري للمقاومة آنذاك، أولى عناية خاصة بالكاميرا، فكان يسأل عن تحضيرات الإخوة، وعمّا إذا صوّرت أي عملية تُنفّذ، معتبراً أن للصورة أهمية تعادل عمليات الاقتحام؛ لأنّها تساهم في صياغة الرواية الخاصة بالإنجازات التاريخية للمقاومة ومجاهديها.

بدأ عمل الإعلام الحربي بعدد قليل من الأفراد، وأصبح بعد عام ١٩٩٦ يتكوّن من أربعة عشر مصوّراً متدرّجاً ومتقناً لعمله، وقد قام هذا الفريق بتغطية حرب تمّوز عام ١٩٩٣، وكان الشهيد باقر حيدر أحمد ممّن صوّر ميدانياً في مناطق الخطر كافة، واستشهد خلال هذه الحرب، فأكمل إخوانه من بعده رحلة التوثيق بعدياتهم. وكانت كاميرا الإعلام الحربي تؤنّق العمليات النوعية كلّها، وزرع العبوات، والرميات، والمناورات الخاصة، كما أنّها واكبت الانسحاب الذليل لعملاء لحد من جزين إلى عرمتي والبيّاضة، وباقي الأراضي اللبنانية التي كانت محتلة من قبل العدو الإسرائيلي.

الاختصاص والدقة

منذ عام ١٩٩٧ وحتّى العام ٢٠٠٠، كما كان للمقاومة نمط جديد وتطوّر عسكري نوعي في العمليات، كان الإعلام الحربي أيضاً يتطوّر بكادته وتقنيات التصوير والأسلوب، وقد تميّزت صورته بالنوعية والجودة المميّزة، مضافاً إلى التصوير الاحترافي. وكان هدف المصوّر في تلك المرحلة: التقاط الصورة كمخرج، لا كمصوّر. وهذا ما كان يؤكّد عليه القائد الشهيد عماد مغنية عند إشرافه على الإعلام الحربي منذ عام ١٩٩٩م. كذلك ارتفع عدد كاميراته، فمن كاميرتين أو ثلاث في الميدان إلى أكثر من عشر في عملية بيت ياحون والبيّاضة، ووصلت إلى أكثر من ٢٠ كاميرا في عملية عرمتي النوعية. وقد علّقت صحافة العدو حينها: "إنّ حزب الله يقوم بإخراج فيلم سينمائي ميداني للعمليات النوعية التي ينجزها!".

هذا، مضافاً إلى تصوير عملية الأسر في شبعا ٢٠٠٠م، وعملية الغجر النوعية عام ٢٠٠٥م، ورويسات العلم، وغيرها من العمليات التي كانت تنفّذها المقاومة الإسلامية بعد التحرير وصولاً إلى عملية الأسر النوعية في ١٢ تمّوز ٢٠٠٦م.

الحرب النفسية

ضاعفت مواكبة الكاميرا للعمليات الجهادية من القيمة المعلوماتية والسياسية للحدث، وأضفت عليه أبعاداً ومفاعيل نفسية وردعية. ولم يقتصر دورها في الميدان على تصوير الحدث، وإنّما تعدّى ذلك لتوجّه رسائل ردع لمجتمع العدو. وقد برز ذلك خلال عدوان نيسان ١٩٩٦م، حين أنتج الإعلام الحربي فاصلاً خاصاً بالاستشهاديين، عندما أعلن الأمين العام السيّد حسن نصر الله

إعلام المقاومة: المسؤولية الكبيرة والضوابط والمعايير



محمد شري - إعلامي لبناني

أهل الصدق والثقة أم عكس ذلك؟

ومن هنا فإن الانتماء لإعلام حزب الله وإعلام المقاومة يوجب مسؤولية كبيرة ويلزم صاحبه بمعايير وضوابط حازمة يراها الآخرون قيوداً تحدّ من قدرة الإعلام على الانتشار والمنافسة مع الوسائل الإعلامية المتغلّطة من كل الضوابط . كما عبّر عنه شعار قناة المنار في ذكرى تأسيسها الثلاثين:

أولى هذه المعايير: الصدق والصدقية

هذه قاعدة حاكمة فلا نقول إلا ما نعرف أنه حقيقة، ولو على حساب السبق الصحفي، فيما وسائل الإعلام الأخرى تتسابق في نقل الأخبار دون تمحيص أو دليل، بل يتسابق بعضها في اختراع الأخبار ولا يهمها أن تعود للنفي وهي تدّعي أنها بذلك حقّقت سبقين الأول إنذاعة الخبر والثاني نفي الخبر، هذا إذا نفت. بينما إعلام المقاومة، وهنا أتحدث عن الإعلام المباشر، ومنه قناة المنار، يحرص كل الحرص على هذه الصدقية التي كرّست حضوره وجعلته متميّزاً ومؤثراً وفعالاً باعتراف العدو كما الصديق .

وهذه الصدقية هي أحد أبرز عناصر القوة في هذا الإعلام، وهي بالمقابل، أبرز عناصر الضعف في إعلام الخصوم والأعداء رغم كثافة حضورهم وضخامة إمكاناتهم على عكس ما يتوهمون .

ثاني هذه المعايير: المسؤولية

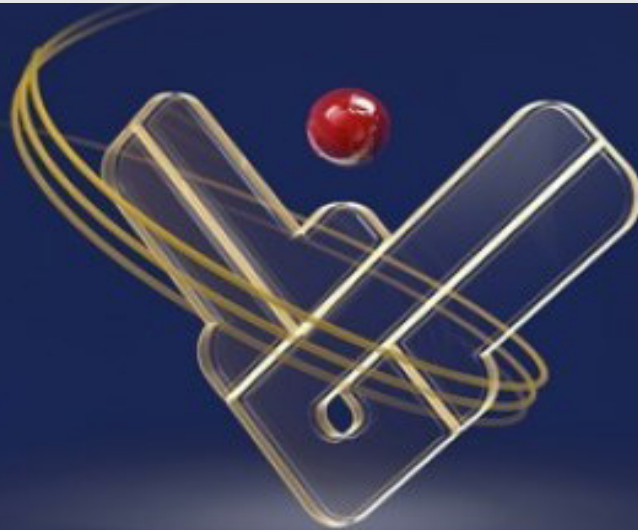
المسؤولية بأبعادها الوطنية والأخلاقية والإنسانية والشرعية، فإعلامنا ليس مؤسسة تبغي الربح وليس إعلاماً للإعلام، فلا نبحت عن إثارة السلبية لجذب الجمهور أو استفزازه وتحريضه على بعضه البعض، حتى في خصوماتنا السياسية لا نفعل ولا نستدرج إلى مربع الفتن الأهلية والطائفية والمذهبية التي لا يرعوي الآخرون عن اللعب بها واستغلالها إلى أبعد الحدود وأبشعها. وهذا ما يعتبره البعض نقطة ضعف فيما هو امتياز وواجب وطني وأخلاقي وإنساني .

من البديهيات التسليم بأهمية الإعلام ليس فقط في عصرنا الحالي فحسب بل من قديم الزمان. وليس صدفة أن تكون معجزة الإسلام الكبرى هي القرآن الكريم الذي شكّل أعظم وسيلة إعلام باقية ومؤثرة على مر العصور .

من هنا أبدأ القول إن أهمية الإعلام تبدأ أولاً من مصدر هذا الإعلام . هل هذا المصدر صاحب صدقية؟ هل معروف عنه الصدق والالتزام والمسؤولية والعلم؟ أم أنه مصدر لا يراعي هذه الصفات ولا يرعوي عن الكذب والافتراء؟ هذا فارق جوهري يختصره في عالمنا المعاصر نموذج إعلام حزب الله ومثاله الأكبر سماحة السيد حسن نصر الله، ويقابله على المستوى الدولي الإعلام الأميركي ومثاله دونالد ترامب وجورج بوش الابن وأكاذيبه الصريحة لتبرير حربه على العراق.

يقول الله سبحانه وتعالى "يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين".

وعليه، فإن الأساس يبدأ من صدقية المصدر، هل هو من



ألم تعقد المؤتمرات والندوات والأبحاث الدولية والاقليمية وسخر لها أشهر الباحثين والخبراء والنخب في لبنان والعالم العربي بل والدولي لفك شيفرة حزب الله؟ ألم تعقد الندوات المتخصصة في الكونغرس ووزارة الخارجية الأميركية لبحث كيفية تشويه صورة حزب الله؟ ومع ذلك ماذا كان المربود؟

في مقابل إعلام المقاومة بإمكاناته وحجمه قياساً بأحجامهم وإمكاناتهم، إن الصمود في هذه المعركة والمواجهة لا يقل أهمية عن الصمود في الحرب العسكرية. وقد أقرت المراكز المعنية في المملكة السعودية بهزيمتها وإحباطها وفشلها في هذه المواجهة قياساً إلى حجم ما صرفت من أموال ووظفت من طاقات في مقابل فعالية إعلام حزب الله وتأثيره. وكما في الحرب هناك خسائر لكن العبرة في النتائج.

أليس نجاحاً لإعلام المقاومة أن يصمد جمهورها وشعبها كل هذا الصمود في ظل هذه الحرب الشاملة الإعلامية والسياسية والاقتصادية التي يتعرض لها، وأن يكون حزب الله رغم كل ذلك الحزب الأكبر شعبية في لبنان باعتراف الجميع وفي ظل الواقع السياسي المعقد والحساسيات الطائفية والمذهبية والسياسية حتى بين الحلفاء؟

أليست الحرب الشاملة على إعلام المقاومة لمنعه من الوصول إلى المشاهدين عبر كل الأقمار الصناعية أو عبر الفضاء الإلكتروني شهادة على قدرة هذا الإعلام وفاعليته وتأثيره.

ونحن مع ذلك إعلام منفتح على الآخر المختلف ممن يبادلنا الاحترام والانفتاح، دعاة حوار ولقاء على المشترك الانساني والوطني فيما الآخرون دعاة إقصاء وإلغاء وتنمر وعنصرية وفوقية واحتكار للهوية الوطنية باعتبارنا جالية أجنبية واحتلالاً خارجياً.

لا أبغي في هذه المقالة تنزيه إعلام المقاومة عن نقاط الضعف أو عن التقصير أو القصور أو عن النقد البناء، وهو بالتأكيد أمر طبيعي بل وضروري وشرط للتطور ومعالجة الأخطاء، فالمرض من طبيعة الحياة ولسنا محصنين من الأمراض ولسنا من دعاة نفيها أو تجاهلها لتفتك بجسدنا.

لكن أن يرى البعض أن إعلام المقاومة فاشل وجامد فهذا غير منصف وغير موضوعي، وهو يأتي من خلفية ذهنية من خارج فكر المقاومة وثقافتها وبيئتها، لا سيما الذهنية اليسارية، هذا اليسار الذي انشطر فممه من ارتد وانضم إلى معسكر اليمين الأميركي والسعودي ومنه من اتجه نحو يسار ثوري ينظر من بعيد لا يعطي للواقعية والواقع أي اعتبار.

ففارق كبير بين أن تكون في قلب المعركة تخوضها وتتعرض لنيرانها وبين أن تكون مراقباً من بعيد، مع احترامنا للجميع وتقديرنا لكل المهتمين ولكل الناقدين، عسى أن نكون ممن يستمعون القول فيتبعون أحسنه.

ثالث هذه المعايير: وضوح الأهداف والأولويات

وأولى هذه الأولويات هي المقاومة، أعجب البعض ذلك أم كرهه، لم ولن نحيد عنها مهما كانت التحديات والأعباء ومحاولات الإشغال والضغط والحملات. لن نضيع البوصلة إطلاقاً. تحمّلنا أذى كبيراً، وهل من أذى أكبر من الأذى الذي تعرضنا له خلال حرب تموز وانخراط البعض في المعركة إلى جانب العدو فيما كانت دماء أبناء شعبنا تسفك على الهواء؟ لم ننجر إلى رد فعل أو انفعال أو غضب لتنفيس ما يعتل في صدور شعبنا وناسنا، وبذلك انتصرنا على أنفسنا ومن ثم على أعدائنا وخصومنا.

هل من أذى أكبر مما تعرضنا له خلال حربنا مع الإرهاب التكفيري الذي ادعى العالم كله محاربتة بالإعلام والتصريحات فيما كنا نحارب بالدم والشهادة؟ ومع ذلك كانت كل الحملات على المقاومة وإعلامها بدل أن تكون على الإرهاب ورعائه الحقيقيين. ومع ذلك صبرنا على هذا الظلم وانتصرنا وحفظنا بلدنا لأننا نعرف أولياتنا ونعرف أن قبلتنا الأولى هي القدس وعدونا الأساس هو الكيان "الإسرائيلي".

ثاني هذه الأولويات الحرب الاقتصادية والمالية ومواجهة الحصار الأميركي الخليجي والدفاع عن مصالح شعبنا بعد أن بلغ الانهيار الاقتصادي حدود الكارثة.

من هنا أفردت المنار المساحة الواسعة والمفتوحة لهذا البعد الاجتماعي، واستحضرت قضايا الناس وهمومهم وصوتهم المباشر وتابعت مشاكلهم وحاجاتهم الاجتماعية والخدماتية والمطلبية في نشرات الأخبار والبرامج المتخصصة اليومية وبرامجها السياسية العامة، مع ملاحظة فارق مثيرنا عن الآخرين الذين امتنوا أسلوب التشهير والتهام بكل اتجاه وجعلوا عنوان الحرب على الفساد طريقاً لتحقيق أجندات سياسية مكشوفة في خدمة السياسة الأميركية. فنحن لسنا قضاة كما يفعل الآخرون فلا نطلق الأحكام والتهامات جزافاً ولا نلجأ لشهود الزور، نحن من مدرسة "قل هاتوا برهانكم أن كنتم صادقين".

إن منظورنا للفساد في لبنان لا يقتصر على فساد أفراد أو أشخاص بل هو منظومة فساد متكاملة وآليات فساد وثقافة فساد تكاد لا توقر مجالاً أو قطاعاً، وعليه فالإصلاح ومحاربة الفساد في جوهره يجب أن يطال هذه المنظومة وهذه الآليات وهذه الثقافة، لا أن نكتفي بتغيير شخص هنا أو هناك حتى لا يكون التغيير شكلياً في اسم الفاسد وليس في القضاء على الفساد، وحجتنا في ذلك أن أكثر مدعي محاربة الفاسدين اليوم في وسائل الإعلام هم أنفسهم فاسدون بل أمثلة في الفساد كما هو معروف عن أكثر من وسيلة إعلام والقيمين عليها.

يمكنني القول إن مستوى إنجاز إعلام المقاومة يقاس بمستوى التحدي، ألم نطلع جميعاً على التصريحات التي كشفت عن مليارات الدولارات التي صرفت ولا تزال لتشويه صورة المقاومة، وعن جيش وسائل الإعلام والإعلاميين المسخرين لهذه الغاية بحيث بات الهجوم على المقاومة أهم وسيلة ارتزاق لهذا الإعلام من رعاته الخليجيين والدوليين؟

دور البيئة في الحرب الإعلامية للمقاومة

د. علي أحمد - باحث في علوم الإعلام والاتصال الرقمي

من التواجد في المعركة، فكان المنع من التواجد في الأقماع الصناعية ومنع حضوره الفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، وشراء نزم المؤسسات الإعلامية، والضخ والتحريض الهائل والمستمر على هدف واحد هو تشويه صورة المقاومة والتحريض عليها وتحميلها مسؤولية كل كبيرة وصغيرة.

ومن المضحك أن خطاب منظمات المجتمع المدني السياسي التي تحمل لواء التغيير يتلخص بعنوان واحد: الهجوم على حزب الله، ويتم توزيع الأدوار فيما بينهم حول مفردات الخطاب. والملفت أنه نادراً ما يتم تسمية أحد من رموز السلطة التي حكمت لبنان أو مهاجمته بالاسم وهي من المفترض المسؤولة عن الانهيار المالي الذي حصل بل عند الحاجة يتم اللجوء إلى مفردة السلطة التي يحميها حزب الله.

دور البيئة في معركة المقاومة الإعلامية في ظل حجم التحريض والضغط الإعلامي الذي يتعرض له لدرجة لا يمكن أن تحتملها أي جماعة، ولكن مع ذلك فوجود منصات التواصل الاجتماعي التي جعلت من كل شخص يمتلك وسيلة إعلامية (بغض النظر عن عدد الجمهور المستهدف عشرات كان أم الآلاف) وقادر على نشر أو إعادة نشر محتوى معين، وانطلاقاً من أن البيئة نصف المعركة لا بل يمكن أن تكون حصتها أكثر قليلاً في هذا الجانب فإن أي سلوك انفعالي حكماً ستكون نتيجته سلبية على المقاومة بشكل عام.

فالعدو يعمل على إطلاق حملات تضليل في كل يوم، ومن أهداف تلك الحملات تحقيق أكبر قدر من الضغط بأكثر من اتجاه منها الدفع باتجاه قرارات غاضبة تجاه حليف هنا وحليف هناك ما أدخل المقاومة عدة مرات في حرج سياسي في أوقات حساسة وضاعطة، أو جر الجمهور إلى حيث يرغب في التفاعل مع قضية معينة بدل أن يكون مبادراً تجاه أصل الموضوع. وهنا نذكر على سبيل المثال عندما تم الحديث عن التفاوض غير المباشر مع العدو الإسرائيلي لترسيم الحدود البحرية فذهب "الترند" نتيجة عمليات التضليل للحديث عن شكل الوفد وطبيعة التفاوض بدل أن يكون الحديث هجوميًا بأنه لولا المقاومة لما كان هناك تفاوض من أساسه ولكان العدو سرق الغاز ولم نستطع فعل شيء.

كما يعمل العدو عدة مرات على تفرغ الإنجازات من خلال تضخيمها؛ فعلى سبيل المثال أيضًا عند حدوث عملية ما يلجأ لنشر معلومات عن عدد كبير جداً من الإصابات، وبما أن الناس مفضولة على تصديق ما ترغب به فيتم نشر المعلومات المضللة، وعندما تظهر النتائج بدلاً من أن يكون الحديث عن أصل الإنجاز يصبح الحديث عن الإخفاق في تحقيق النتائج التي نشرتها المعلومات المضللة. ولن نتحدث هنا عن فكرة اعرف عدوك وضوابطها ودور الاستخدام غير المحترف لها في عمليات التضليل وعن الحسابات الوهمية ودورها وطريقة عملها، فلربما يأتي الكلام عنها في مقال آخر.

خلاصة القول إن بيئة المقاومة تتحمل اليوم مسؤولية كبرى في المعركة الإعلامية، فهي شريكة كاملة في هذه الجبهة وإن أي سلوك تتخذه يحسب على المقاومة، ولا فارق هنا بين خطاب رسمي أو غير رسمي، فالعدو ينظر إليها كما أسلفنا أنها كتلة صلبة واحدة، والقاعدة التي يجب الانطلاق منها أن كل معلومة تصل عبر مواقع التواصل كاذبة حتى يثبت صدقها وليس العكس.

عندما هتف سماحة السيد حسن نصر الله في احتفال النصر الكبير على العدو في ٢٢ أيلول ٢٠٠٦ "يا أشرف الناس وأطهر الناس وأكرم الناس"، كان يعبر حقيقة كيف ينظر عقل المقاومة تجاه بيئتها. فكل الانتصارات مرتكزة على جناحين: العمل الميداني والناس، وبالتالي لا يمكن للمقاومة أن تنتصر دون أن تكون هاتان الركيزتان متكاملتين.

هذا الجمهور الذي يمكن القول إنه تعرض لأكبر عملية تحريض ضده في التاريخ، خاض مع المقاومة منذ انطلاقته عدة أشكال من الحروب مع العدو، من الحرب العسكرية الكبرى التي كانت آخرها حرب تموز ٢٠٠٦ والتي خرجت المقاومة بعدها كقوة إقليمية واعتبرها العدو الإسرائيلي تهديداً وجودياً لكيانه، إلى حرب الاستنزاف التي كان آخر وجوهها داعش، إلى الحرب الأمنية المستمرة، فالحرب الاقتصادية التي تتجلى حالياً بالأزمة بأكبر صورها، وصولاً إلى الحرب الناعمة بكافة أشكالها والتي يشكل الإعلام أحد أبرز أدواتها، ففي هذه الحرب فقط تتراوح الأرقام المعلنة تجاه ما صرفته الولايات المتحدة وحلفاؤها بين ٢٠ و٣٠ مليار دولار.

ولعل قراءة موضوعية لحجم التضليل والضخ والتحريض الذي تعرض له هذا الجمهور غير مسبوق في التاريخ، فإن يتم صرف هذا القدر من الأموال ورغم ذلك ثبت الجمهور وصمد في كل الظروف إلى الحد الذي يثبس العدو عنده من تحقيق اختراق فيه وقد عبر أحد قادة المحور المعادي عن هذه الحقيقة المرة عندما قال قبل عدة أشهر: أيها الشيعة: اللبنانيون بانتظاركم، وما تعني هذه العبارة من عدم قدرة على تحقيق إنجاز وشرح داخل البيئة التي أصبحت بنظر الخصوم والاعداء كتلة صلبة عصية على الاختراق.

في المعركة العسكرية المباشرة كانت يد المقاومة مطلقة ومفتوحة، ورغم أنه لم يكن هناك إجماع يومًا على المقاومة لكن العمل في الميدان العسكري وضد العدو الإسرائيلي من الصعب التشويش عليه خاصة إذا كان يحقق الانتصارات، أما في مواجهة الحرب الناعمة فتتنوع الجبهات في هذه الحرب، وتتشابك الجبهة السياسية الإعلامية وأدوات المعركة فيهما تختلف.

ففي السياسة الداخلية الحديث يتغير تمامًا، الاعتبارات السياسية والخطوط الحمر التي نادراً ما كانت موجودة في الصراع مع العدو أصبحت حاضرة في كل تفصيل، ومعها أصبحت كل حركة إعلامية محكومة بالسقوف

السياسية والتوازنات وإلى ما هنالك، وهنا يختلف المشهد، ففي وقت كان العمل السياسي للمقاومة تحكمه مجموعة من المبادئ من حفظ المقاومة والوحدة الوطنية والإسلامية، والسلم الأهلي، كانت استراتيجية العدو تعمل لكسر كل هذه المبادئ، فهدفه هزيمة المقاومة ومن أجل ذلك أوجع الفتنة المذهبية وسعى لتعزيز الشرخ الوطني، وكان يعمل ليل نهار لجبر المقاومة إلى مستنقع الحرب في الداخل على ينزع الغطاء عن شرعيتها.

حكمت عقل قيادة حزب الله في مقاربة السياسة الداخلية منهجية الاحتواء والصبر وتقديم الأهم على المهم والعمل للحفاظ على المبادئ والأهداف، فلا مانع من خسارة بعض النقاط في الإعلام مقابل تحصين المقاومة وحماية الوحدة والسلم الأهلي. في المقابل كان العدو يعمل على ثلاثة محاور: منع إعلام المقاومة



المقاومة.. النموذج

أحمد ياسين - إعلامي وأكاديمي لبناني

نموذج المقاومة في لبنان يمكن أن يرد إلى أمرين، الأول يتمثل بالقناعة الكبيرة التي تم زرعها وتحقيقها لدى مجتمع المقاومة على امتداد الأجيال من ثمانينيات القرن الماضي إلى يومنا الحالي، بأن هذا النموذج لديه القدرة والإمكانات على هزيمة المشروع الصهيوني في أي مواجهة قادمة، وهو مؤشر نجاح عالٍ تمكنت المقاومة من تحقيقه بفعل العمل العسكري والإعلامي والثقافي، وهو ما يظهر لدى أجيال ربما لم تشهد معركة حقيقية تخوضها هذه المقاومة لكن حجم اليقين بالانتصار كافٍ في وعيها لتحقيق النصر على المشروع الصهيوني.

والثاني تعمل المقاومة على تحقيقه من خلال الحرب الإعلامية والنفسية التي تخاض مع أدوات المشروع الصهيوني. كما أن شخص الأمين العام لحزب الله سماحة السيد حسن نصر الله شكل في عدوان تموز ٢٠٠٦ مثلاً أحد أهم عوامل الانتصار من خلال المواقف التي أطلقها منذ اليوم الأول للحرب مروراً بالمفاجآت التي تحققت خلال الحرب وصولاً إلى عملية التبادل بالتفاوض غير المباشر مع الاحتلال كما وضع أطرها سماحتها في بداية الحرب.

والأمثلة بعد ذلك كثيرة في المفاصل السياسية الأساسية التي مر بها لبنان وصولاً إلى مشاركة المقاومة في الحرب على سوريا والمعادلات التي تم إرساؤها خلال الحرب والتي توجت بمعادلة توازن ردع ورعب لم يشهد لها الصراع العربي مع كيان الاحتلال من مثيل منذ تأسيس الكيان.

أمام هذا المشهد هل يمكن القول إن المقاومة نجحت في تأسيس نموذجها الإعلامي الخاص القادر على تحقيق الانتصار كما حققه نموذجها الثوري المسلح؟ وهل ما تم تحقيقه لغاية اليوم من خلال النموذج الإعلامي كافٍ للاستمرار بالتصدي للأشكال الجديدة من الحرب التي تخاض ضدها؟ ما يكفل تحقيق ذلك هو أداء هذه المقاومة من خلال تقديم الرواية الخاصة والمقنعة للرأي العام في دحض ورد التهم التي تكال لها يوميًا من خلال المضخات والأساطيل الإعلامية المعادية من الداخل والخارج. أدوات رد هذا العدوان الجديد حاضرة من خلال تاريخ العمل السياسي لهذه المقاومة الذي يؤكد بالدليل عدم تورطها بملفات الفساد والإفساد في البلاد، لكن النموذج الإعلامي الحالي بحاجة إلى سبك الأسلوب والصيغة التي تجعل من هذه الرواية أمرًا ملموسًا قادرًا على إظهار براءة المقاومة، وتقديم نموذجها الإصلاحي الناجع لتكون كما كانت في كل الحروب التي خاضتها على مختلف أشكالها.

لم تعد الحروب الكلاسيكية أمرًا مرغوبًا لدى الدول الاستعمارية والمنظمات ذات الطابع الثوري والتغييري، وذلك مرده للعديد من الأسباب التي تجعل هذا النوع من الحروب أكثر كلفة وأقل نجاعةً من غيره. لذا شهدنا خلال العقدين الماضيين استخدام نهج جديد في غزو الخصوم والأعداء بعيدًا عن أدوات الحرب الصلبة.

لعل التأثير على الرأي العام وقناعاته أكثر هذه الأساليب تأثيرًا وخطورة في آن، كونها تجعل من الحقيقة وهمًا ومن الأوهام حقيقةً ثابتة لا لبس فيها. لذا فإن السيطرة على العقول واللاوعي لدى الرأي العام يعتبر بمثابة القنبلة النووية التي تفتك من خلالها الدول والمنظمات بعضها ببعض دون الحاجة إلى سيل من الدماء والبارود.

أمام هذا المشهد كان لا بد من صناعة أساطيل إعلامية من كل أشكال وأنواع العمل الدعائي والإعلامي سياسيًا، اجتماعيًا، فنيًا، ثقافيًا وغيرها من الميادين التي تؤثر وتتأثر بالرأي العام. لذا فإن أغلب هذه الأساطيل الكبرى والممولة بمليارات الدولارات تسبح في الفلك الغربي عمومًا أو ما يوازيه في بلداننا العربية، وليس من الخفاء بمكان أن الضخ الإعلامي لهذه الأساطيل يرمى بوجه الحكومات والمنظمات الممانعة للمشاريع الغربية والأميركية في منطقتنا العربية.

ولعل كي الوعي الذي مارسه كيان الاحتلال "الإسرائيلي" إبان إعلان قيامه على أرض فلسطين المحتلة أسس لفكرة أن الجيش "الإسرائيلي" لا يقهر وتم تكريس مقولة العين لا تقاوم المخرز لتجعل من فكرة مقاومة هذا الجيش "الجبار" أمرًا مستحيلًا وغير ممكن للتحقق ابتداءً. كما قامت أسطورة هذا الجيش على نشر أساطير التفوق العسكري والبطش؛ فعلى سبيل المثال مجزرة دير ياسين في فلسطين المحتلة التي أشاع جيش الاحتلال أنه قتل فيها الآلاف من سكان المدينة هو أمر غير صحيح، فسكان المنطقة حينها لم يتجاوز عددهم المئات بين رجال ونساء، لكن تضخيم الحدث كان مقصودًا لإظهار القوة والبطش وعدم الخوف من سفك الحد الأقصى من الدماء، وهو ما يفعله جيش الاحتلال منذ نشأته. لا نقول هذا لتبرئته من المجازر لكن لتبيان نوع الدعاية التي استخدمها الصهاينة في بث الرعب لدى الرأي العام وهو ما كُسر بفعل المقاومة المسلحة في فلسطين ولبنان.

مقاومة هذا النموذج كانت تحتاج إلى جناحين أساسيين لا يمكن هزيمة النموذج الغربي إلا من خلالهما مجتمعين: المقاومة المسلحة لرأس المشروع الغربي المتمثل بكيان الاحتلال، والرواية الإعلامية الخاصة التي تدحض الرواية الصهيونية وتبين نفاقها.

من هنا كانت المقاومة في لبنان وفلسطين تسعى لتقديم نموذج خاص إعلاميًا يسعى إلى بناء الوعي الجمعي لدى جمهورها لتمكينه من مقاومة الرواية الصهيونية والانتصار عليها. رغم عدم كفاءة المعركة عسكريًا والفارق الهائل بالقدرات والمقومات الإعلامية بين النموذجين، إلا أن المقاومة عملت منذ الطلقات الأولى على تأسيس هيئات ومؤسسات تتعاطى بالشأن الإعلامي على اختلاف أشكاله المرئية والمسموعة والمكتوبة ولا تزال، فضلًا عن بداية دق المسمار في نعش المشروع الصهيوني من خلال مواقف أطلقها قادة المقاومة منذ نشأتها تؤسس لنظرية أن العين تقاوم المخرز وتنتصر عليه، وأن ما بات يعرف اليوم بمفهوم الصبر الاستراتيجي هو مفهوم ناجع وفعال على المدى البعيد.

الحديث عن فائض القوة الذي يناقش فيه العديد من المراقبين حول



المقاومة الإعلامية: بين الضرورة والإمكانات

ليلي عماشا - صحفية لبنانية

بكلّ ما يدخل في تفاصيل أيامنا. وتشمل هذه الأدوات الأعمال الفنية الهادفة والبرامج التواصلية والتفاعلية بالإضافة إلى الحملات الإعلامية (على كلّ مستويات الإعلام) الموجهة والتي تستهدف فئات معيّنة أو تتمحور حول مواضيع محدّدة. هذه الأدوات ما زالت شبه غائبة في خطابنا الإعلامي وفي خططنا للمواجهة في ميدان الإعلام، رغم توقّر إمكانياتها المادية والبشرية وبوجود مبدعين ينتظرون فرصاً في هذا المجال.

في حرب تموز، تمكّن الإعلام المقاوم، وبشكل خاص قناة المنار، من لعب دور أساسي في استهداف الصهاينة خلال الحرب، وفي تثبيت روح الهزيمة لديهم بعد الحرب وإلى اليوم. ويمكن القول إن هذا الإنجاز الإعلامي المقاوم الذي عكس النّصر الإلهي وواكبه وساهم بتثييته هو أحد أسباب الهبّة الأميركية لاستخدام الإعلام الموجه والتركيز على هذا الميدان في حربهم على المقاومة.

اليوم، نخوض تموّز آخر بأدوات مختلفة: حصار اقتصادي، سعي إلى عزل سياسي، تميط وتشويه وشيطنة. بالمقابل، وقد نجد لنا عذراً في وهن الدعاية الأميركية وهشاشة مستخدماتها ومستخذيها، لم يطرّوّر إعلامنا عملاً يوازي بقدراته وبأثره تلك القدرات التي أظهرها في تموز ٢٠٠٦، تحت النار.

الإعلام مسؤول اليوم ليس فقط في مواجهة الأميركي وأدواته، بل في تثبيت كلّ نصر تحقّق سابقاً عبر رصّ الصفوف بما يخص الخطوط العريضة المتعلقة بشكل المواجهة المتغيّر، وهو مسؤول تجاه جمهور المقاومة بالدرجة الأولى، الذي يحتاج إعلاماً يعكس صورته وواقعه وتطلّعاته ولا يكتفي بالوسائل التقليدية التي تبقى ضرورية كمنطلق لكل تجديد، التجديد الذي يشبه أهل المقاومة فلا يسقط عليهم صورة أو عملاً لا يحاكيهم ولا يغيب إمكانياتهم الواعدة أو يؤطّرها في جمود الإعلام التقليدي.

بين الغيورين على الإعلام المقاوم، الذين لا يرتضون له نقداً، وبين متصيدي هفواته وأخطائه، يبقى الإعلام ميداناً أساسياً في كلّ معركة تخوضها المقاومة اليوم. ويشمل هذا الميدان، بالإضافة إلى منصاته الكلاسيكية، كالتلفزيون والإناعة والصحافة المكتوبة، وسائل التواصل والمنديات الافتراضية التفاعلية. وبذلك لا يعود جنود المعركة الإعلامية هم حصراً الإعلاميون والصحافيون، بل يصبح كلّ ناشر لخبر أو لصورة، وكلّ متفاعل مع المنشور شريكاً في الميدان، سواء عرف دوره أم لم يعرفه.

من هنا يمكن لأسئلة عديدة أن تطرح حول دور الإعلام المقاوم في هذه المرحلة بالذات، ومنها:

- هل خطابنا الإعلامي يواكب المرحلة ويجيد التعامل مع ظروفها ومعطياتها؟

- هل يؤدي إعلامنا دوره بشكل كافٍ، على الأقل مقارنة بالدور الوازن الذي لعبه هذا الإعلام في حرب تموز؟

- ما هي الأسباب التي تجعل الإعلام مسؤولاً في هذه المرحلة؟ أين يقصّر؟ وما هي أسباب التقصير؟

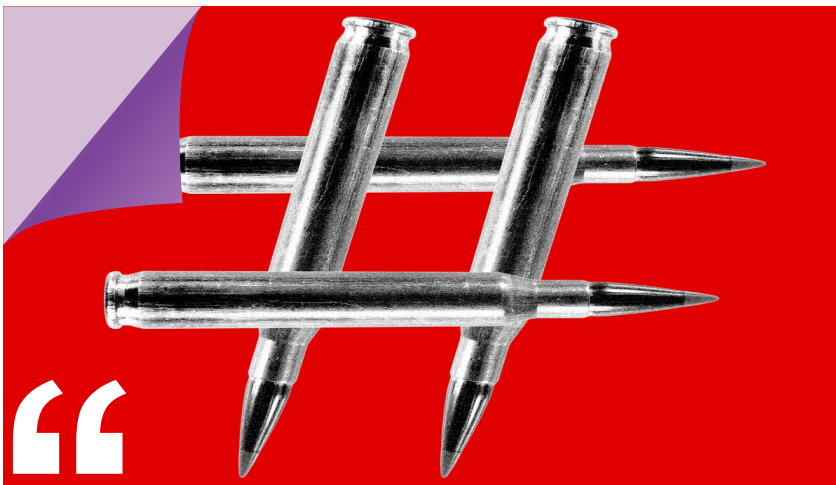
- ما هي النتائج المتوخاة من الإعلام المقاوم كمنصّة حربية بكلّ معنى الكلمة؟ وما هي إمكانياته المتوفرة لأداء هذا الدور؟

بالعودة إلى خطاب السيد حسن نصر الله في افتتاح اللقاء الإعلامي الوطني بعنوان "مؤتمر فلسطين تنتصر: تجديد الخطاب الإعلامي وإدارة المواجهة" في شهر تموز ٢٠٢١، تحدّث السيّد بالتفصيل عن دور الإعلام وعن أهمية الخطاب الإعلامي وتجديده في سبيل إدارة المواجهة بناءً على الأدوات المستجدة فيها ولمواكبة التطوّرات الحاصلة في مجال الإعلام.

تحدّث السيّد يومها عن أهميّة وضرورة تجديد الخطاب الإعلامي مع تطوّر أدوات وأساليب المواجهة الإعلامية، تماماً كما يتمّ تجديد وتحديث أدوات وأساليب المواجهة العسكرية والأمنية والسياسية، واضعاً بهذه المقارنة الميدان الإعلامي بموازاة ميادين الأمن والعسكر والسياسة، مما يعني حكماً أن هذا الميدان هو ميدان أساسي تجري فيه مواجهة مفصلية تؤثر بشكل مباشر على نتائج المعركة ككلّ. وهنا، يصبح كلّ حديث عن لا جدوى العمل الإعلامي أو عن عدم فعاليته توهيناً حقيقياً قد يترك أثراً سلبية على كلّ مجريات الأمور على الأرض، ويصبح أيضاً الإصرار على عدم محاكاة كلّ التطورات والاكتفاء بالخطاب الإعلامي التقليدي حصراً نوعاً من العناد المضّر ببقية ميادين المواجهة.

من الظلم القول إن خطاب الإعلام المقاوم مقصّر في ميدان المواجهة الأساسي، والمتمثّل بالتصديّ للدعاية الأميركية والماكنة الإعلامية الهائلة التي يوظّفها الأميركي ويدعمها ويحدّد لها مساراتها وخططها وأهدافها، إلّا أن هذا اللاتقصير لا يعني بالضرورة أن سبل المواجهة المعتمدة لدينا توظّف الإمكانيات الكبيرة الموجودة في سبيل تحقيق أعلى درجات التصدي، بل هي تكتفي إلى حدّ ما بالإمكانيات المعتمدة منذ سنين طويلة رغم ظهور وتطور إمكانيات تواكب العصر.

تغيّرت في هذه المرحلة أدوات المواجهة بحيث أصبحت مرتبطة



الإعلام المقاوم:

القول الفصل في تسليط الضوء على الحق

حسن الخنسا - ناموس عمدة الإعلام في الحزب السوري القومي الاجتماعي

المشرق. وإذا كان الإعلام وحده لا يكفي كي نحقق انتصار قضيتنا، فإننا لن نتصم من دون تسليط ضوء الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي على قضايانا العادلة، الوعي لهويتنا وحقيقتنا القومية مقابل محاولة العدو محو تاريخنا الثقافي وإرثنا الحضاري، تارة بتدمير آثارنا وتارة بسرقتها ومحاولة نسبها له وترسيخ وعي مزيف لحقيقة بلادنا. والوعي يعني المعرفة العلمية المدركة لتاريخ حضارات خلت مخلدة إرثاً ثقافياً وذاكرة اجتماعية تضمن انتصار قضيتنا في ميزان الحق والباطل، لا البغض الطائفي والحق وكيل الشتم وتشويه الحقائق.

إن مناضلي الإعلام المقاوم وضباطه المؤمنين بنصر لا ريب فيه، هم بأخلاقهم وكبرياتهم وعزة نفوسهم يشبهون المُرابطين على الجبهات في الجنوب وجنوب الجنوب. عزّة تعلو على صغار النفوس اللاهثين لتطبيع العلاقات مع الدولة اليهودية الزائلة، فلا يجوز أن يكون في كادرها ضباط وجنود يشتمون أو يكذبون أو يشوهون الحقائق حتى ولو كان ذلك فيه انحياز للمقاومة، فسر انتصار المقاومة هو بعقليتها الأخلاقية الجديدة، عقلية الإنسان المجتمع، المقاومة المجتمع.

إذا كانت القوة هي القول الفصل في إثبات الحق القومي، فالإعلام هو وسيلة من وسائل هذه القوة وهو القول الفصل في تسليط الضوء على هذا الحق. وحضور الإعلام المقاوم هو أحد أهم أساليب الردع لحملات التشويه والتضليل. حين يخفق إعلام المقاومة يجب عليه التغلب على إخفاقه، فقضيتنا التي ندافع عنها بالمعنى الإنساني والاجتماعي والقومي العميق ستنتصر مهما علا صوت الباطل، سوف تنتصر بوعينا للدور الخطير الذي يكمن في طيات المعلومة ووسائل انتقالها، حيث يجب علينا مواجهة الدور المباشر وغير المباشر الذي يلعبه إعلام العدو في بث اليأس والوهن وجعل مجتمعنا يتقبل التطبيع والمهادنة والخنوع والدّل والتبعية في الثقافة والتربية والأخلاق.

أخيراً، نؤكد أن إعلام المقاومة يجب أن يكون إعلاماً ينقل الحقيقة بصدق وشفافية، يكسب ثقة العدو قبل الصديق، يدفع نحو التمرد الثوري على المفاهيم الدخيلة على ثقافتنا، لا يحرض بل وينبذ الطائفية والطائفيين والمذهبية والمذهبيين، ويدعو لوحدة المجتمع في مواجهة المسائل الخطيرة التي تساوي وجوده. إعلام المقاومة يجب أن يكون عصرياً حديثاً يواكب وسائل المواجهة، علمياً يستند في طروحاته للحقائق العلمية لا التأويلات والمغالطات، إعلام حرّ يقارب الواقع بموضوعية وصراحة، كي نتصم!



قبل الغوص في أهمية الإعلام المقاوم وكيفية استخدام الوسائل الحديثة في معركة المصير القومي، لا بد لنا من الإشارة إلى أن الإعلام والصحافة لنا نحن هما «مقياس ارتقاء الأمم، وصورة الأخلاق فيها، ومظهر شعورها وعنوان مجدها». كما أن الإعلام بما يمثل من وسائل هو نفسه «المرآة التي ترى بها الأمة نفسها، وتنعكس عنها صورتها، ويتجلى فيها تمدنها كما هو، لا كما يرسم الوهم أو يصوره الخيال». إن دور الإعلام في ارتقاء الأمم والدفاع عن حقوقها أصبح يوازي دور القوة التي هي القول الفصل في إثبات الحق القومي، فالوسائل الإعلامية بمختلف تقنياتها تلعب دوراً كبيراً في معارك المصير.

إن هدف الوسيلة الإعلامية هو الذي يحدّد هويتها، وللإعلام المقاوم دور كبير في نشر الوعي لدى العامة، كما يكمن دوره في رفع معنويات الجمهور وعدم السماح للإعلام المعاكس في تشويه صورة المقاومة وجعلها مستهدفة من قبل بيئتها وشعبها، وهذا لا يعني ألا يكون لدينا رأي آخر أو تحفظ اتجاه المسار السياسي الذي يسلكه تنظيم مقاوم ما هنا أو هناك.

لقد تجلّى دور الإعلام المقاوم في حرب تموز ٢٠٠٦، بحيث حاولت الدولة اليهودية الزائلة بوسائلها الإعلامية (العبرية والعربية) وحتى اللبائية منها، ضرب معنويات المقاومين والبيئة الحاضنة للمقاومة بأخبار زائفة، فجاء ردّ المقاومة سريعاً برسالة أرسلها مجاهدوها لأمينهم العام مؤكدين ثباتهم على جبهات فلسطين واستعدادهم للالتحام مع من يجرو من ألوية النخبة في جيش العدو. وكان لرسل الرد من الأمين العام وقعها الوجداني في قلوب هؤلاء الأحرار. ومن منا لا يذكر الشهيد حسن نصر الله حين قال: «انظروا إليها تحترق وستغرق ومعها عشرات الجنود الإسرائيليين الضهانية، هذه البداية وحتى النهاية كلام طويل وموعّد والسلام؟» لا ريب في أنه كانت لهذا الخطاب الكلمة الفصل في قلب موازين الحرب آنذاك. والأكد أن مصداقية المتكلم جعلت من الشارع «الإسرائيلي» ينتظر خطابات الأمين العام ويبنى عليها المواقف في سير الأحداث.

خلال سنوات الحرب على سوريا، استُخدم الإعلام لتشويه صورة الجيش السوري وإسقاطه أخلاقياً ومناقياً من نفوس الشعب، من البراميل المتفجرة إلى استخدام الأسلحة الكيماوية وغيرها من الحكايا التي لم يستطع الإعلام المأجور إثبات صحتها. وفي معركة «سيف القدس»، أثبتت المقاومة في قطاع غزة وعيها لقدرة الإعلام على التأثير في سير المعركة. فظهور شخصية «أبو غبيدة»، ناك الزجل المثلّم المتحدث باسم «حماس» على الشاشات مهدداً وواعداً العدو بالحجيم، جعل الشارع «الإسرائيلي» قلقاً، ممّا أدى للضغط على الحكومة اليهودية للتراجع ومحاولة إنهاء المعركة بأقلّ الخسائر.

اليوم نحن نخوض حرب عتادها الكاميرات والتكنولوجيا والشبكة العنكبوتية والقلم وغيرها من الوسائل، وعديدها مجتدون مأجورون يحملون سلاحاً أمضى من السيف. وهنا لا يسعني إلا أن أستحضر هذا القول لزعيم الحزب السوري القومي الاجتماعي ومؤسسه أنطون سعادة: «بيد أن لكلّ جوار كبوة، ولكلّ قلم عثرة. ولكن شتان ما بين كبوات الجياد وعثرات الأقلام، لأنّ تلك لا تُردي إلا فوارسها أما هذه فتُردي كثيرين وقد تُلقي أمماً وشعوباً بأسرها في هاوية عميقة من التعاسة والشقاء».

نخوض هذه الحرب مع كارتيلات الإعلام التي تُستثمر فيها مليارات الدولارات لغاية واحدة وهي تشويه صورة المقاومة وجعلها العدو الأول لشعبها. بيد أن المقاومة هي العثرة الأخيرة في وجه محاولات السيطرة على أمتنا ونهب ما تبقى من خيراتها وإسقاط مشروع النهضة في هذا

تحقيق إعلام المقاومة: النجاة في زمن الحظر

خضر خروبي

وتعود "المواجهة الإعلامية" بين إيران والولايات المتحدة إلى سنوات خلت، حيث أقدم عدد من الحكومات الغربية، في أكثر من مناسبة، على حجب قنوات تابعة لـ "محور المقاومة"، كقرار "مجلس أوروبا" أواخر العام ٢٠١٢ حجب قناتي "العالم، الناطقة بالعربية، و"برس تي في"، الناطقة بالإنكليزية، المملوكتين للحكومة الإيرانية، كأول قرار يتخذه المجلس ضد كل وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية التابعة لدولة معينة. ولطالما كان تبرير الغرب لقرارات مشابهة يأتي تحت مزايع تحريض تلك القنوات على ما يعتبره "كراهية"، أو "إرهاباً"، و"انتهاكات حقوق الإنسان" مرفقاً بالرد على اتهامات طهران له بقمع الحريات الإعلامية باتهامات مشابهة ضد الأخيرة التي تحجب محطات غربية مثل "بي بي سي" البريطانية، و"فويس أوف أميركا" باعتبارهما جزءاً من "بروباغندا معادية" من منظور طهران.

كيف تقيم واشنطن الاستراتيجية الإعلامية لطهران؟

يذهب باحثون أميركيون إلى اعتبار أن "الاتحاد" ينشط في تطوير وسائل الإعلام التقليدي في كل من العراق ولبنان بشكل ملحوظ. ففي دراسة بعنوان: "فهم شبكة الإعلام الإيرانية الواسعة في الدول العربية"، يرى الباحث في "معهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى" حمدي مالك، أن استراتيجية الرأي العام الإيرانية في هذين البلدين تعكس نهج "الجمهورية الإسلامية" تجاه الأنشطة السياسية والعسكرية الجارية فيهما، وهو نهج قائم أساساً على معارضة السياسات الأميركية و"الإسرائيلية" في الشرق الأوسط، زاعماً أن "حزب الله" مسؤول عن مشاريع "الاتحاد" في لبنان، بينما يُقدّم "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات العراقية" الدعم لمجموعة كبيرة من وسائل الإعلام التابعة لحلفاء طهران في العراق من بينها شبكات تلفزيون "الاتجاه"، و"العهد"، و"النجباء"، و"قناة البيئة". وبحسب الكاتب، المتخصص في دراسة الجماعات الشيعية، يتولى "حزب الله" بصورة مباشرة كافة أنشطة "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية" في البلاد، بحيث يشمل ذلك تطوير وسائل الإعلام غير اللبنانية على غرار "قناة المسيرة" اليمنية.

وتلفت الدراسة، التي نشرها "معهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى"، إلى دور شخصيات بارزة في "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية" في توفير الدعم الاستشاري لحركة "أنصار الله" اليمنية، في صياغة "الاستراتيجية الإعلامية" الخاصة بهم في تغطية التطورات السياسية والميدانية وتسليط الضوء على انتهاكات "التحالف"، الذي تقوده الرياض، في اليمن. وبحسب الدراسة، فإنه من غير المرجح أن يكون لإدراج "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية" على قائمة العقوبات في تشريع الأول تأثير كبير على مشاريع "الاتحاد"، بالنظر إلى تمتع "حزب الله"، و"اتحاد الإذاعات والتلفزيونات العراقية" باستقلالية مالية كبيرة عن إيران سمحت لهم بالاستمرار رغم الضغوط الاقتصادية على الجمهورية الإسلامية بفعل سياسة "الضغوط القصوى" للرئيس الأميركي السابق دونالد ترامب.

في عصر الجيل الرابع من الحروب، بات الفضاء الرقمي والإعلام، بوجهيه التقليدي، من خلال القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، والحديث عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر...)، أحد أبرز ميادين الصراعات الدولية، وربما أشدها احتداماً مع انكفاء فكرة "الحروب المباشرة" في أنهان قادة العسكر والسياسة، على وقع تجارب، لن تكون قطعاً تجربة الخروج المذل للآلة العسكرية الأميركية من أفغانستان آخرها. وفيما تبدو موازين القوى التقليدية (أقله ظاهرياً) أكثر ميلاً لتأييد قوى الهيمنة على الصعيد الدولي، تكتسي "معارك الإعلام" بين الخصوم شكلاً من أشكال التكافؤ، في حرب تحسمها العقول والأفكار المتدفقة عبر ضفتي الصراع، قبل الموارد الاقتصادية والإمكانات العسكرية. وهذا النوع من المعارك بالذات، هو ما بدأت تتحول إليه الشعوب والدول في مواجهة السياسات الفظة للقوى الكبرى، حيث وجدت طهران، شأنها شأن باقي أضلاع "محور المقاومة"، ضالتها في تحسين وتحسين "قوتها الناعمة" في وجه واشنطن، بالتوازي مع تدعيم جاهزية "قوتها الصلبة"، وذلك عبر سلسلة من القنوات والمنصات الإعلامية المختلفة.

واشنطن: مناهضة سياستنا تعادل "الإرهاب"

في واشنطن، ثمة من يقرّ بوجود ما يسمى "استراتيجية طهران الإعلامية في الشرق الأوسط"، ويرصد ما يعتبره "جزءاً لا يتجزأ من جهود إيران لتبرير مشروعها الإقليمي" في مواجهة مشاريع الهيمنة الغربية في المنطقة. وبين إخفاقات سياسات واشنطن الشرق أوسطية، وانفضاح زيف شعاراتها حول "الديمقراطية" و"حقوق الإنسان" أمام العالم، وبخاصة الشعوب العربية والإسلامية خلال العقود الماضية، يعترف محللون غربيون بنجاح طهران في "تعزيز مشروعها (حول مفهوم المقاومة) لدى جمهور واسع".

ويحظى "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية"، المؤسس عام ٢٠٠٧، بعناية بالغة من عين الرصد الغربية عمومًا، والأميركية خصوصًا، ويُنظر إليه على أنه إحدى الجهات المسؤولة عمّا تعتبرها واشنطن "حملة التضليل الإعلامي" أو "استراتيجية نشر المشاعر المعادية لأميركا"، لدوره الكبير في دعم الجزء الأكبر من القنوات التلفزيونية ووسائل الإعلام الأخرى المدعومة إيرانيًا في الخارج، وعلى رأسها "قناة العالم" الناطقة بالعربية. وغالبًا ما يوصف الاتحاد المذكور باعتباره "الذراع الدعائية الرئيسية لفيلق القدس التابع للحرس الثوري الإسلامي" في إيران.

وعلى الرغم من أن العقوبات التي فرضها "مكتب مراقبة الأصول الأجنبية" التابع لوزارة الخزانة الأميركية في تشرين الأول من العام ٢٠٢٠ استهدفت خمسة كيانات إيرانية، مرتبطة بـ "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية"، فإن الأنشطة الخارجية للاتحاد والكيانات التابعة له، كانت تحظى باهتمام الحكومة الأميركية قبل فترة طويلة من ذلك التاريخ.

تمكنت من تعزيز وجودها "الافتراضي" عبر منصات التواصل الاجتماعي، من خلال تشجيع مؤيديها على نقل أفكارها السياسية، ورسالتها الإعلامية من خلال صور احتفالاتها، ومقاطع الفيديو المصورة لخطابات قياداتها، إلى جانب بعض النشاطات ذات الطابع الديني والثقافي دون أن يصل الأمر إلى حدّ تجاوز معايير المحتوى وسياسات النشر العائدة لتلك المنصات.

ويرجع محللون غربيون، نجاح "حزب الله" اللبناني، وكذلك الحال بالنسبة إلى "حركة حماس" الفلسطينية، في تحقيق انتشار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دون قيود تذكر إلى حد كبير، إلى تغيير في استراتيجيته المتبعة على صعيد مواقع "السوشال ميديا"، من خلال لجوئه إلى تدابير نشر معينة، مكّنته من التحايل على طريقة عمل "خوارزميات" (Algorithms) تلك المواقع، رغم نجاح بعضها مثل "فيسبوك" في حجب نشاط منظمات أخرى مصنّفة بدورها "إرهابية".

وبحسب هؤلاء، فقد دفع تغيير "حزب الله"، وسائر عناصر "الماكينة الإعلامية لمحور المقاومة"، استراتيجيتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، شركات مثل "فيسبوك"، و"يوتيوب"، و"تويتر" إلى حيز معقّد، وإشكالي من الناحيتين التقنية، والسياسية. فخلالاً لتنظيمات متطرفة وفق القاموس السياسي لواشنطن، مثل تنظيمي "القاعدة"، و"داعش"، فإن "حزب الله"، على غرار "حركة حماس" في فلسطين، يشكل قوة سياسية، وحزباً سياسياً معترفاً به في لبنان، ذلك أنه يحرص على عدم نشر مواد عنيفة، ما جعله يستحق معاملة مختلفة من جانب تلك الشركات التي تعلن على الدوام التزامها بالمعايير الأميركية في "مكافحة الإرهاب".

ومن منظور تقني، فإن الإشكالية، أو المأزق الذي تواجهه تلك الشركات في جهودها لمحاربة "حزب الله"، ونشاطه الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هو أن التداول المكثف لأي منشور فيها، يسهم في زيادة فرص ظهوره لدى جمهور ورواد تلك المواقع بصورة أكبر، وبالتالي يصبح مشروعاً التداول به. ومن منظور سياسي، فإنه من الصعوبة بمكان أن تنجح تلك الشركات في تطبيق قواعد ومعايير النشر التي وضعتها بنفسها، بالنظر إلى أن هذا النوع من الجماعات يتم النظر إليه بصفته منظمات سياسية داخل مجتمعاتها، أو بوصفها كيانات "إرهابية" خارجها.

مواقع التواصل الاجتماعي: البديل الإعلامي الأقل تكلفة

كما تتحدّث الدراسة عن لجوء حلفاء إيران في المنطقة إلى أساليب أرخص بكثير مالياً للوصول إلى جماهيرها بفعالية، مشيرة إلى أن الحلفاء العراقيين لطهران زادوا مؤخرًا من أنشطتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما على تطبيق "تيليجرام"، وذلك من خلال إنشاء منتديات عبر التطبيق بغية نشر المشاعر المعادية لأميركا، إلى جانب مشاركة الإعلانات وتنظيم الأنشطة المتعلقة بحركات المقاومة، إضافة إلى تأسيس "قنوات إخبارية" على وسائل التواصل الاجتماعي تشارك في حملات مناهضة لواشنطن وحلفائها من السياسيين العراقيين، وبث التقارير حول الهجمات على المصالح الأميركية، ونشر الصور والمعلومات حول التحركات الأميركية في جميع أنحاء البلاد.

وتدعو الدراسة إلى اتخاذ إجراءات إضافية ضد الهيئات الإعلامية التقليدية أيضًا، وعلى رأسها "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات العراقية"، باعتباره المنظمة الفرعية لـ "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية"، بزعم تقديمه خدمات لوسائل الإعلام التابعة لـ "كتائب حزب الله"، و"عصائب أهل الحق"، و"حركة حزب الله النجباء" المصنفة على قائمة "الإرهاب" الأميركية. وتخلص الدراسة إلى مطالبة السلطات الأميركية بالنظر في معاقبة العديد من القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية والمواقع الإلكترونية والمنظمات المدعومة منها في جميع أنحاء المنطقة.

وقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا متزايد الأهمية في سياسات الشرق الأوسط منذ الربيع العربي عام ٢٠١١، فيما سعت دول مثل إيران والسعودية إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير على الخطاب في الداخل وتقويض الخصوم في الخارج.

وفي مقال حمل تساؤلًا مفاده: "كيف يتم توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط؟"، رأت مجلة "ناشونال انترست" أن حكومات المنطقة تجهد في استغلال وسائل التواصل الاجتماعي من أجل حشد الدعم المحلي والخارجي لسياساتها. وبحسب المجلة، فإنه "بالنظر إلى هيمنة الحروب المستمرة في كل من سوريا واليمن على التغطية الإخبارية من الشرق الأوسط خلال الأعوام الأخيرة، فقد اكتسبت مهمة حشد الرأي العام الدولي أهمية أكبر بالنسبة للجهات الإقليمية المنخرطة بشكل أو بآخر في هذه الحروب، وقد كانت وسائل التواصل الاجتماعي من ضمن وسائط التأثير الرئيسية في الرأي العام الدولي المشار إليه".

حركات المقاومة الفلسطينية واللبنانية: سبل النجاة "الافتراضية" متاحة!

في خضم "معركة الوجود" التي تخوضها بعض الحركات ووسائل الإعلام المنضوية في "محور المقاومة"، يعتبر "حزب الله" من بين عشرات الجماعات والمنظمات، المدرجة على "لوائح الإرهاب" الأميركية، التي أتقنت كيفية التغلب على معايير وتدابير الشركات المالكة لمواقع التواصل الاجتماعي لحجب صفحاتها وحساباتها عبر تلك المواقع. وفي حين تمكنت شركات مثل "فيسبوك" و"يوتيوب" و"تويتر" من حجب الصفحات الرسمية نهائيًا لعدد من الجماعات المتطرفة، مثل تنظيمي "القاعدة"، و"داعش"، غير أن تنظيمات محسوبة على "محور المقاومة" مثل "حزب الله"، إلى جانب "حركة حماس"،



تقرير

الحرب الناعمة الخطة
باء: التدمير المعنوي

علي حجازي - ناشط لبناني

جدلية الإعلام المقاوم:

يكثُر الحديث من قِبَل شريحة مُعْتَدِّ بها في الآونة الأخيرة عما يَصِفُونَهُ بِضَعْفِ الإعلام المقاوم في مواجهة مشاريع الأعداء، من دون مراعاة أدنى معايير التفاضل الواقعي الذي يحكم الحالة العالمية اليوم، في عالم تقع موارده ومقدّراته في جانب واحد، وهو جانب الدّول المُهيمنة والاستعمارية. اليوم يستطيع العدو أن يجلب بثّ القنوات الإعلامية متى يشاء، وأن يُعْطِلَ المواقع الإلكترونية التي يُريد. وبالتالي، فإنّه من غير المنطقي أن نقارن القدرة الإعلامية على أساس المقدّرات المادية التي تمتلكها القوى المعادية، وهي (الأخيرة) التي تمثّل الستاليت ووسائل التكنولوجيا والتقنيّات في العالم. وجه الاعتبار الأول يجب أن يكون جانب الفعالية، مدى فعالية وسائل الإعلام المقاوم في مواجهة الوسائل المعادية، وبالموارد المُتاحة، ضمن مسار إحباط مخطّطات العدو الناعمة ومنعه من تحقيق أهدافه التي ذكرناها سابقاً، والذي يوجب إرساء الفكر المقاوم الثّوري الطامح دائماً إلى التحرّر. وهنا يكمن دور الإعلام المقاوم في دحض سرديّات الإعلام المُناهض، وإعادة تصويب المسارات المُحرّفة وتقوية الجانب المُعنوي لشعوب المقاومة. وفي مهمة أخرى، يقع على عاتق إعلام المقاومة، بكل أشكاله، إيضاح مكامن التحرّر الحقيقي وأدواته ووسائله، بعد توضيح الدور التي تقوم به الدول التي تأيّر حرية شعوبنا وتمنعها من النهوض.

في الحروب العسكرية مع العدو الصهيوني، لا يُقاس الانتصار بنسبة الخسائر الماديّة، في مقابل عدوّ يمتلك أكثر الأسلحة الفتّاة تطوّرًا في العالم، بل بالقدرة على الصمود لكسر إرادة العدو وإحباط مكائده وأهدافه، ويبقى الهدف الأسمى التحرير الكامل للأمة، والذي يحتاج بالدرجة الأولى إلى المحافظة على المقاومة.

يُستخدَم الإعلام من قِبَل الدّول الاستعمارية، منذ نشأته، أداةً للغزو الثقافي والفكري، وله الدّور الأبرز في خدمة دَوْل الهيمنة على العالم.

زرع الاستعمار في بلادنا الكيان الصهيوني، ضمن إطار مشروع السّطو الكامل على منطقتنا وسرقة مواردها وخيراتنا. وظهّرت في مقابلته حركات مقاومة تهدف إلى التحرّر وطرد الاحتلال وأدواته من المنطقة. خيضت المعارك العسكريّة الدامية، في مسار تراكميّ أفضى إلى إرساء قواعد اشتباك لا يمكن تحطّيبها من قبل العدو، ونوع من أنواع توازن الرّدع، يتألّق بأبهى حُلّله اليوم في لبنان، عبر مقاومة حزب الله.

وعندما بات العدو عاجزاً عن القضاء على حركات المُمانعة في الحرب العسكريّة (الخيشنة) نتيجة ما ذكرناه من حالة توازن الردع القائم، انتقل (الأعداء) إلى الخطة "ب"، القضاء على حركة المقاومة عبر الأدوات الناعمة، والتي أطلق عليها سماحة السيّد علي الخامنئي عام ٢٠٠٩ عبارة "الحرب الناعمة".

يرتكز أسلوب الحرب الناعمة على الجانب التدميري "المعنوي"، عبر تقويض اعتبار وقدسيّة المقاومة، وتشويه صورة مسيرتها وقادتها، وعزلها عن كيانها الاجتماعي، ومحاصرتها بغية القضاء عليها. كلمة السِرّ الأولى لهذه الخطة هي "الإعلام".

لعبت وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والعالمية الدور الأساسي في هذه المعركة منذ العام ٢٠٠٥، واستطاعت المقاومة من خلالها منع العدو من تحقيق أهدافه التّشويهيّة المُقيّنة. وعقب حراك ١٧ تشرين الأول عام ٢٠١٩، بلغ الهُجُوم الإعلاميّ أشدّه، عبر وسائل إعلام مُمؤّلة من الدول التي تُعادي التيار المقاوم وتنوي القضاء عليه، بغية إتاحة الجوّ المناسب لانتزاع القضية من عقول شعوب المنطقة وإقامة السلام الشامل مع دولة الكيان الصهيوني المُزعمّة، إضافةً إلى إعلاميّين وصحافيين مُرتزقة يلعبون دور رأس الحربة في ساحة الرأْي العام عبر البرامج التلفزيونية والمقالات وبرامج التواصل الاجتماعي. وما زال هذا الإعلام في حالة هجوميّة تصاعديّة حتى يومنا هذا.

لم يبقَ حدث منذ ١٧ تشرين لم يُستَغَلَّ ضدّ المقاومة، ولم يترك الأعداء والخصوم لا صغيرة ولا كبيرة لم يستغلّوها في مسار أبلّسة تلك المقاومة وعزلها.

الأسلوب التدميري هذا، يهدف، بعدما باتت المقاومة تشكل الخطر الوجوديّ الأول على إسرائيل، إلى القضاء عليها عبر انتزاع المُحتوى الثقافي المقاوم من وعي الشعوب، وتدمير عقيدة الثورة والصمود، وإحلال ثقافة الخضوع والارتهاق والاستسلام محلها.



تتبع لها، وتمثّل وجهة نظر تلك الدول ودعايةً ترويجيّةً لمشاريعها، وبالتالي هي تشارك في معركة كَيّ الوعي التي تُشنّ على عقول الشعوب المقاومة التي لا زالت تحمل قضاياها وتحارب لأجلها، من أجل تشتيت الرأي العام وتحريف صوابيّة مساراته.

تتربّع قنوات المنار والمباين اليوم على رأس القنوات العربية التي تدعم القضية الفلسطينية وقضايا المقاومة في المنطقة، والأخيرة لها جمهور عربي وعربي عريض، وموقعها الإلكتروني يتضمّن العديد من النُخب الصحافية التي تكتب للقضية وتصدّو الوعي العام المقاوم نحو المؤامرات الاستعمارية وسبل المواجهة معها.

مقال واحد في صحيفة الأخبار يثير معلومة أو قضية جدليّة كفيّل بأن ينتشر في أرجاء المجتمع اللبناني وعلى وسائل التواصل ليصبح مادة متداولة، بينما لا ترى تواجدًا لباقي الصُحف اللبنانية اليوم في ساحة الرأي العام إلا في ما ندر من الحالات.

إضافةً إلى عشرات المواقع الإلكترونية والكتّاب والناشطين، كلهم يصبّون جهدهم في تفكيك مؤامرات الأعداء وتشريح مكائده أمام الرأي العام، وتسليط الضوء على أبوات الحصار الذي يواجه وطننا، والذي يشكّل الحائز الأساسي للأزمة التي تعصف في لبنان.

لعلّ من أبرز معالم نجاح الإعلام المقاوم اليوم، أن فكرة الصراع القائم حاليًا تتجلّى في وعي أغلبية الشعب العربي عمومًا، والشعب اللبناني بشكل خاص. حتى لو لم ييوح خصوم المقاومة بذلك، فإنهم يضمرون بمعظمهم أن الصراع القائم اليوم يهدف إلى سحق المقاومة، ومن الطبيعي لهذه الفئة أن تنفي ذلك، كونها تشكّل بشكل أو بآخر أداةً في متناول المشروع المعادي. أما الذين يحسبون أنفسهم في منأى عن هذا الصراع، وخصوصًا الجماعات الرّمادية التي ظهرت عقب أحداث ١٧ تشرين، فإنهم يتعمّون، عمدًا، عن طبيعة الصراع القائم، ويحاولون حصر الأزمة الحالية بالأسباب الداخلية فقط، وهم يشاركون بشكل أو بآخر، عبر هذا التعامي، بتحريف مسار الإصلاح والنهوض.

استطاع إعلام المقاومة، عبر كافة أشكاله، وخصوصًا على منصات الإعلام الجديد، عبر النُخب والمناصرين، مدّعين من وسائل إعلام المقاومة المرئية والمسموعة والمكتوبة، بإظهار مكامن القُفن التي يصنعها الأعداء، ومسالك التضليل التي يتبعونها، والتحريف الذي يُصنع في مطابخ وسائل الإعلام التي تعمل وفق أجندة الدول الخارجية.

نحن نحتاج بالدرجة الأولى إلى الثقة بالنفس، الثقة بقدراتنا ونُخبنا وإعلامييننا. علينا أن نزرع في عقولنا أنه باستطاعتنا مقارعة الأعداء في الميدان الإعلامي، وهذا وجوب النجاح والتقدّم في هذه المعركة، مستندين دائمًا إلى قوّة عسكرية تكاد توازن الكَمّ النوعي لما يمتلكه الكيان الصهيوني، وباعترافه هو.

لا يجوز أن نمشي خلف السريّات التي تبعث باليأس في نفوس شعوبنا، وتحدّث دائمًا عن ضعف إعلامنا، وتسلب الضوء ليل نهار على مكامن الخلل والفشل، من دون الأخذ بعين الاعتبار أي مسار إيجابي يحدث على حلبة الصراع الإعلامي.

هي ليست معركة وسائل إعلام وموارد مادية، إنّما معركة وعي وفكر وثقافة يمتاز بها مثقفونا ونُخبنا وناشئنا العاديون. وهي، والأهم، معركة متواصلة منذ قرن في الحد الأدنى، لم يستطع من خلالها الأعداء تفتيت مكوّناتنا الثقافية، واستطعنّا نحن، دائمًا، بالدفاع عن معتقداتنا وقضايانا بالطُرُق المناسبة والمُناسبة.

كذلك في الميدان الإعلامي، المهمّة هي منع العدو من تحقيق سطوة ثقافة الوهن والضعف واليأس، التي يحاول بكل قوّته بثّها في مجتمع المقاومة مستغلًا الانهيار المالي والاقتصادي الذي يشهده لبنان في الفترة الأخيرة، وبثّ روح المقاومة في نفوس الأمّة المُستضعفة، والإشارة إلى جدواها الدائمة التي تمثّل الشرط الأول للعيش الكريم.

وللتذكير دائمًا، نحن الفئة المُدافعة، وبالتالي فإن أهدافنا حتمًا تختلف عن أهداف الفئة المهاجمة. نحن لا نريد غزو أحد، لا عسكريًا ولا ثقافيًا ولا سياسيًا، جلّ أهدافنا أن نتحرّر أوطاننا وتصبح مستقلةً عزيزة، وهذا ما نحارب لأجله بكل الوسائل المتاحة، من دون يأس ولا إحباط.

هدفنا أن نمنع العدو من السيطرة على عقولنا وتسيير أفكارنا نحو مبنغاه الاستعماري، أن نسلّح العقول بسلّاح الوعي والمعرفة ونرسيخ الثورة في سلوك شعوبنا من دون يأس أو ضعف. أن نشحذ همم شبابنا كي يكونوا على معرفة بهدفهم الأسمى وعلى استعداد للتضحية من أجله، ألا وهو (الهدف الأسمى) "الحرية"، ليست الحرية المادية فحسب، بل حرية الفكر والإبداع والعلم والثقافة.

بعض الناس المحبّون وصل بهم الأمر أن يلوموا إعلام المقاومة على عدم سلوك مسار الإعلام الغربي والمُعادي، بمعنى آخر هم يطالبون إعلامنا بالتخلي عن سماته القيّمية والأخلاقيّة. ربما نسوا أن إعلام المقاومة يشكّل مصدر المعلومة الموثوق للصديق والعدو، وكان السكان المُغتصبون لفلسطين المُحتلّة، الإسرائيليّون، يصدّقون قناة المنار أكثر من قادة جيشهم إبان حرب تموز عام ٢٠٠٦. عندما نتخلّى عن مبادئنا فعن ماذا ندافع؟ ولأجل ماذا؟ عندئذ نكون قد خسرنا المعركة.

في معركة "سيف القدس" منتصف العام الماضي، ساهم الناشطون على وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال المظلومية الفلسطينية إلى كل العالم. شاهد من هم في أقاصي الأرض جرائم الاحتلال الإسرائيلي ومجازره في حق الأطفال والنساء والشيوخ، وتعاطفوا مع المقاومة الفلسطينية باعتبارها تدافع عن أهلها ونابيسها في مواجهة الإجراء الصهيوني.

أضحّت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم مسرحًا لـ"صراع القضايا". جمهور المقاومة يشارك اليوم عبر وسائل التواصل في معركة ثقافيّة حقيقيّة، بمواجهة الدعاية الأميركية والبروباغندا التضليليّة التي تنشرها بين أرجاء الفئات المجتمعيّة اللبنانية خدمةً لأهدافها. إعلاميو المحور المُمانع فعّالون اليوم على المسرح الافتراضي أكثر بكثير من إعلاميّ المحور المقابل، وهم يشكّلون الثقة في أي معلومة تُنتشر في الأرجاء. جمهور المقاومة يبلي بلاءً حسنًا في الدفاع عن قضيّته وتكذيب الافتراءات التي تستهدف مقاومته.

في إحدى جلسات تطبيق club-house، عبّر الإعلامي سامي كليب عن إعجابه بقناة BBC البريطانيّة على أساس أنها قناة "معتدلة" ولا تنتمي لأي طرف (بحسب قوله)، مع العلم أن القناة المذكورة تتّخذ سياسة البلد الذي تنتمي إليه، وهي تُبدي انحيازًا تامًا للعدو الإسرائيلي في معركته ضد الشعب الفلسطيني والمقاومة الفلسطينية، إضافة إلى بثّ أفكار تدميرية للقضية، كأن معركة سيف القدس مثلاً هي حرب أهلية، نات أحقيّة إسرائيليّة. الأستاذ سامي، الذي يُعتبر من صفّ النُخب الإعلامية، ويتأثر بآرائه الكثير من الناس، يُمكن أن يُحدث مسارًا لدى الرأي العام الشبابي مُعجّب بتلك القنوات الأجنبية التي تتّخذ صبغة حياديّة، بينما هي في الواقع تبثّ أفكار الدول التي

المحتوى الفلسطيني يتحدى ويكسر القيود

مروان الخطيب - صحفي فلسطيني مقيم في لبنان

الاجتماعي في عام ٢٠٢١، حيث أغلقت العشرات من الصفحات الفلسطينية.

موقع فيس بوك كان جزءاً من المعركة على المحتوى الرقمي حيث عمل على تعطيل وحذف حسابات ومواقع إخبارية فلسطينية .

المنصات الأخرى على الانترنت لم تكن بعيدة عن هذه السياسة، مثل يوتيوب وانستغرام وغيرهما، وكافة المنصات العالمية حاربت المحتوى الرقمي الفلسطيني، ناهيك عن السياسة الأميركية التي كانت حاضرة في معركة إخراس الصوت الفلسطيني وصوت المقاومة عبر حجب مواقع الويب التابعة لاتحاد الإذاعات الإسلامية بقرار من الإدارة الأميركية.

معركة سيف القدس وقضايا الأسرى والاستيطان والتطبيع مع "إسرائيل" حضرت في مواقع التواصل، وكان تفاعل الناشطين الفلسطينيين وغير الفلسطينيين كبيراً جداً على صفحات فيس بوك وتويتر وانستغرام ويوتيوب عبر نشر انتهاكات الاحتلال وجرائمه. لكن هذا التفاعل شهد تضيقاً بغية إخراس صوت الحقيقة وحجب الصورة، ولكن رغم الاستهداف إلا أن الشعب الفلسطيني استطاع أن يحقق إنجازات هامة تحدث الإجراءات التضيقية حيث أصبحت قضية الشيخ جراح التردد العالمي في معظم منصات التواصل، وتابعنا كيف اهتم المؤثرون العرب والعالميون بهذه القضية وتفاعلوا معها عبر هاشتاغ أنقذوا حي الشيخ جراح. معركة سيف القدس أيضاً كانت محط اهتمام الناشطين على التواصل الاجتماعي لكشف زيف الرواية "الإسرائيلية".

النجاح الكبير في عرض الإنجازات الفلسطينية وفضح الاحتلال "الإسرائيلي" عرض الناشطين الفلسطينيين والعرب على فيسبوك وتويتر لإنذارات بالخطر وإغلاق حساباتهم بعد رصد المنشورات والمواد المعروضة عبر الخوارزميات التي طورتها مواقع التواصل الاجتماعي. ولكن رغم كل هذا الحظر المفروض إلا أن الشباب الفلسطيني والعربي المتضامن معه قادر على ابتداء الأساليب والالتفاف على هذه الخوارزميات لإبقاء صوت الحق والحقيقة حاضراً. ونستحضر ختاماً ما قاله الشهيد الدكتور فتحى الشقاقي: فلسطين مركز الصراع الكوني بين تمام الحق وتمام الباطل.

لطالما كانت الرواية الفلسطينية وإيصالها إلى العالم أحد أبرز التحديات التي تواجه الاحتلال الإسرائيلي، فمنذ احتلال فلسطين وبدء الصراع العربي الإسرائيلي، والكيان ماضٍ في محاربة القضية الفلسطينية وشيطنتها وقلب الحقائق على المستويات السياسية والعسكرية والاقتصادية مسخراً قدراته الإعلامية وإمكاناته المادية غير المحدودة لخداع الرأي العام العالمي وتبرير احتلاله واستيطانه وجرائمه بحق الشعب الفلسطيني.

في موازاة الرواية "الإسرائيلية" حضرت الرواية الفلسطينية إعلامياً وثقافياً وأدبياً. ومن بداية سبعينيات القرن الماضي اتجه الاحتلال إلى محاولات إخراس الصوت الفلسطيني عبر الاغتيالات التي طالت نخبة إعلامية وثقافية مثل الأديب غسان كنفاني ومسؤول الإعلام في الثورة الفلسطينية ماجد أبو شرار، وفنان الكاريكاتور ناجي العالي وقوائم كثيرة من القائمين على إبراز رواية الحقيقة، الرواية الفلسطينية

الإعلام الفلسطيني هدف "إسرائيلي" أفشلته الإرادة الفلسطينية:

الإعلام الفلسطيني الذي يقع على عاتقه كشف جرائم الاحتلال وممارساته بحق الأرض والإنسان الفلسطينيين كان على الدوام في دائرة الاستهداف لحجب الصورة. وسبق ذلك الإعلام المقاوم غير الفلسطيني مثل قناة المنار التابعة للمقاومة الإسلامية في لبنان، التي نالت نصيبها من الاستهداف نظراً للدور الكبير الذي لعبته في كشف جرائم الاحتلال، وتغطيتها المؤثرة في انتفاضة الأقصى عام ٢٠٠٠، فحُجبت عن قمر الناييل سات، وتم التضيق على المراسلين والصحفيين المتعاونين معها.

أبرز أشكال الاستهداف للإعلام الفلسطيني على سبيل المثال لا الحصر تجلّى في استهداف فضائية فلسطين اليوم، حيث أغلق جيش الاحتلال عام ٢٠١٦ مكاتب فضائية فلسطين اليوم في الضفة الغربية، بعد دهم مكاتبها في مدينة البيرة ومصادرة معادنها واعتقال مدير مكتبها وعدد من الصحفيين. كما تم التضيق على الفضائية ومنعها من ممارسة عملها في مدن الضفة الغربية واعتقال مراسليها.

وفي عام ٢٠٢١ وخلال الاعتداءات على قطاع غزة استهدف طيران الاحتلال "الإسرائيلي" مبنى فضائية الأقصى ودمرها بشكل كامل. ولم يسلم الصحفيون الفلسطينيون في ميدان المواجهات من الاستهداف المباشر، ونستذكر هنا الصحفي معاذ عمارنة الذي استهدفه جنود الاحتلال برصاصة معدنية في عينه اليسرى في تشرين الثاني ٢٠١٩ خلال تغطيته للمواجهات مع قوات الاحتلال في بلدة صوري قرب الخليل. ورغم كل هذه الإجراءات إلا أن الصوت الفلسطيني بقي عالياً، فالفلسطينيون لن يعدموا الوسيلة.

• الحرب على المحتوى الرقمي الفلسطيني تجلّى خلال معركة (سيف القدس) وأحداث كثيرة شهدتها الساحة الفلسطينية مؤخراً

• الإعلام الرقمي ساحة معركة، وتحيز واضح من إدارة فيسبوك (META) للكيان الإسرائيلي

الإعلام الرقمي ساحة مواجهة حامية لفضح الجرائم "الإسرائيلية"، والحرب على الصفحات الفلسطينية والمناصرة للقضية سياسةً تبنتها إدارات مواقع التواصل العالمية بذريعة مخالفة المعايير الاجتماعية والتحرّض على العنف.

الأرقام والإحصائيات كشفت الكثير من الانتهاكات. لجنة دعم الصحفيين (JSC) وهي منظمة غير حكومية رصدت ٢٢٠ انتهاكاً بحق المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل





تستثمر الدول الغربية كثيرًا من الأموال في بناء قوتها الإعلامية وإنشاء وسائل إعلامية تحقق أهداف سياساتها الخارجية وتؤثر في اتجاهات الجماهير في دول العالم. وهذه الوسائل الإعلامية الموجهة إلى الشعوب في الدول الأجنبية تسهم في إدارة حضور الدولة على المستوى العالمي.

لذلك، تركز الولايات المتحدة وفرنسا وبريطانيا وروسيا على التأثير في شعوب الدول النامية باستخدام الشبكات الإذاعية والتلفزيونية لتحقيق أهداف سياساتها الخارجية، وبناء قوتها الناعمة.

ورغم اتّعاءات هذه الشبكات بأنها تلتزم بالموضوعية والحياد والتوازن، فإن تحليل مضمونها يثبت ارتباطها بالسياسة الخارجية لدولها، وأنها أداة لتحقيق أهداف هذه السياسة.

فقد كان من الواضح أن الشركات العابرة للقارات -التي سيطرت على صناعة الإعلام والاتصال- قد تحالفت مع الحكومات الغربية للسيطرة على الاقتصاد العالمي، واستخدمت هذه الشركات الإمبراطوريات الإعلامية لفرض السيطرة الأميركية على العالم، وإخضاع شعوب العالم لأميركا عن طريق التصوير المبالغ فيه للقوة الأميركية، وتقديم أميركا للشعوب باعتبارها القوة التي تحمي الديمقراطية والأمن والاستقرار العالمي.

وشكل ذلك تحوُّلاً في تاريخ الصحافة والإعلام في أميركا وأوروبا أدّى إلى زيادة تحيُّز وسائل الإعلام الغربية لأميركا وسياساتها، والعمل لتحقيق المصالح القومية، وتبرير العدوان الأميركي على الشعوب، والدفاع عن أميركا وإدارتها للصراعات العالمية.

وبدراسة مضمون وسائل الإعلام الغربية توضح أنها استخدمت الدعاية القائمة على الخداع والتزييف لتبرير العدوان على العراق، والترويج لفكرة أن أميركا تحمي العالم من امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل. أدّى كل ذلك لتشويه صورة الدبلوماسية الإعلامية، وربطها بالدعاية التي تستهدف شيطنة العدو، وتبرير الجرائم الأميركية، وتبني وسائل الإعلام لخطاب السلطة، واستخدامها لتحقيق المصالح القومية.

وتعاونوا



وتعاونوا حملة انسانية لجمع المساعدات العينية وتوزيعها على المحتاجين

يمكنكم التبرع
لحملة وتعاونوا
في كافة فروع
مؤسسة القرض الحسن
رقم الحساب:
١٠٠-٣٢-٨١٤

نضع بين أيديكم تقديرات حملتنا المتواضعة وتعاونوا عام ٢٠٢١

- ◆ أدوية بقيمة مليار و ٨٢٥ مليون ليرة
- ◆ حليب اطفال بقيمة ٦٤٨ مليون ليرة
- ◆ حفاظات للمرضى و لكبار السن بقيمة ٨٢٨ مليون ليرة
- ◆ فرش بيت: ١٤٠ بيت
- ◆ اجرة بيوت لعائلات ايتام او لا معيل لهم: ٤٤٨ مليون ليرة
- ◆ حصص تموينية: ١٨٤ الف حصة
- ◆ عمليات جراحية و استشفاء : ١٧٠٠ حالة بقيمة ١٤ مليار و ٢٠٠ مليون

نسأل الله أن يتقبل منا و منكم بأحسن القبول، وأن يوفقنا و إياكم لتكون
دائماً في خدمة اهل المقاومة و الفقراء والمستضعفين