



السلطة الوطنية الفلسطينية
وزارة الإعلام
Palestinian National Authority
Ministry of Information

تقييم الأداء الإعلامي خلال العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة 1436هـ - 2014م

تقييم الأداء الإعلامي

خلال العدوان الإسرائيلي

على قطاع غزة

1436هـ - 2014م

تقديم

خاض الشعب الفلسطيني في قطاع غزة خلال فترة زمنية لم تتجاوز الست أعوام ثلاث حملات شرسية مع الاحتلال الإسرائيلي. كان آخرها عدوان 2014 الأكثر همجية في تاريخ الصراعات البشرية والذي استمر مدة 51 يوماً، وارتقى خلاله أكثر من ألفي شهيد، وما يزيد عن أحد عشر ألف جريح، إلى جانب آلاف القصص المأساوية التي حفرت في أذهان الأطفال مشاهد قاسية لن يحوها سوى نصرهم الآتي من الله، كما تعرض القطاع إلى هجمة عنيفة ومفاجية خلال عدوان 2012 "معركة حجارة السجيل" الذي استمر ثمانية أيام، إضافة إلى عدوان 2008 "معركة الفرقان" مدة 22 يوماً.

وبفضل الله وصمود الشعب الفلسطيني وبسالة المقاومة والتفاف الجميع حول بعضهم البعض؛ ليكونوا جسماً صلباً استطاع الشعب أن يبدد أوهام العدو، ونجح بثباته انتزاع نصره الحقيقي ليشكل بداية انطلاقاً لعهد جديد من العزة الكرامة.

لقد أثبت شعبنا قوته بالرغم من كل حملات التحريض والفصل بين القيادة والشعب، وما يحاول العدو أن يبثه من خصومة داخلية، فقد ذابت الخلافات والتف الجميع حول برنامج المقاومة والصمود، وتبني شروط المقاومة كتأبث من الثوابت الوطنية. وشهدت معركة العصف المأكول احتضاناً كاملاً من الحكومة لهيوم المواطنين ووفرت البيئة المثالية للصمود من حيث الحفاظ على الاستقرار المجتمعي والاقتصادي للسلع والبضائع الأساسية وخلق حالة من الأطمئنان في الجبهة الداخلية التي لم تشهد أياً من أشكال التوتر، بل شهدت حالة من السكينة أنزلها الله على عباده.

وقد استطاع الإعلام الفلسطيني بجميع الوسائل أن يعلن للعالم انتصاره من خلال إبداعه على المستويين الرسمي والمؤسساتي الخاص، فكان الإعلاميون والصحافيون في الخط المتقدم المساند للعمل المقاوم والعمل السياسي، واكتسب أداء الإعلام الفلسطيني مصداقية عالية، استطاع من خلالها دحض الرواية الإسرائيلية التي كانت سائدة في الفترات السابقة، وأجبر الإعلام الإسرائيلي أن يعتمد الرواية الفلسطينية لما تميزت به دقة ومصداقية.

الإعلام المطبوع

مقدمة

تميز الإعلام الفلسطيني خلال الحرب بمهنية عالية وحرفية متقنة رغم ضعف الإمكانيات والصعوبات التي واجهته من قسوة الاستهداف الإسرائيلي و انقطاع التيار الكهربائي والاتصالات الأرضية والنقالة و الانترنت وصعوبة التنقل. والمخاطر الكبيرة التي تعرض لها الإعلاميون طوال واحد وخمسين يوماً.

ورغم ذلك تمكن الإعلام من نقل المعاناة بصورة جيدة ودحض الدعاية الإسرائيلية. حيث كان الصحفي الفلسطيني هو الجندي الثاني في المعركة. إن لم يكن الجندي الأول. حيث عزز من صمود المواطنين. وساعد في تمكين الجبهة الداخلية وتماسكها. وغير الصورة النمطية التي سادت في العدوانين السابقين ونقل البطولة والصمود.

وقد واجهت الصحافة المطبوعة في واحد وخمسين يوماً صعوبات كبيرة خاصة في صعوبة ملاحقة الحدث لكثرتة وتواتره بسرعة كبيرة. وعدم القدرة على توزيع الأعداد بسبب خطورة الوضع الأمني على الأرض ثم توقف طباعتها بسبب تخوف أصحاب المطابع من العمل في وقت متأخر.

وهنا في هذه الورقة نعرض لأبرز ما مرت به الصحافة المطبوعة. والتي تتمثل في الصحف الصادرة في قطاع غزة. وهي صحيفة فلسطين اليومية وصحيفة الرأي الحكومية. وصحيفتي الرسالة والاستقلال. إلى جانب الصحف الثلاث اليومية الصادرة في الضفة الغربية. للتعرف على ما مرت به خلال العدوان من معيقات وتطورات تميزت بها عن تغطية العدوانين السابقين. بجانب التوصيات التي يمكن من

وإيماناً من المكتب الإعلامي الحكومي بقوة هذا الإعلام. رأى ضرورة أن يتم دراسة هذه الحالة الإعلامية التي كانت بمثابة المقاتل جنباً إلى جنب مع العسكري في الميدان. فقد استطاع الإعلاميون بواسطة كاميراتهم وصورهم أن يتصدوا للهجمة الإسرائيلية الشرسة. فقد عقد المكتب الإعلامي الحكومي سبع جلسات تمثل جميع وسائل الإعلام التي عملت خلال الحرب. حيث انقسمت هذه الجلسات إلى (الإعلام المطبوع- الإعلام الإذاعي- الإعلام المرئي المحلي- الإعلام الإلكتروني - الإعلام الجديد "صحافة المواطن"- الإعلام العربي والدولي- الإعلام الإسرائيلي). وقد حاول المكتب الإعلامي الحكومي أن يعمل على تمثيل واقع افتراضي لكل وسيلة من وسائل الإعلام التي عملت خلال الحرب. حيث دعا إلى هذه الجلسات جميع المكونات الأساسية لكل نوع من وسائل الإعلام. حيث تم دعوة مدير إذاعة من إذاعة معينة. ومدير برامج من إذاعة أخرى. ومراسل من غيرها. و مذيع من إذاعة أخرى.. وهكذا. ليتم تمثيل واقع افتراضي لهذه الوسيلة ممثلة بكل هذه الوسائل مشتركة. وجمع المكتب نتائج هذه الجلسات في سبع ورقات تقييم كل وسيلة من هذه الوسائل.

ويتقدم المكتب الإعلامي الحكومي بالشكر الجزيل لجميع الوسائل الإعلامية التي عملت خلال الحرب. والتي شاركت في إنجاز هذه الجلسات من أجل تقييم هذا الإعلام. للوقوف على بعض النتائج الإيجابية التي ظهرت من أجل تعزيزها. و تسجيل بعض النقاط والأخطاء والمعيقات التي ظهرت لهذه الوسائل من أجل تلافيتها.

المكتب الإعلامي الحكومي

غزة - فلسطين

1436هـ / 2014م

خلالها تجنب بعض المشاكل التي واجهت الإعلام المطبوع، وتقديم تغطية أفضل في أي أزمة أو عدوان لاحق لا قدر الله.

المحور الأول:

نظرة عامة على أداء الإعلام المطبوع خلال عدوان 2014م

شهدت الصحافة المطبوعة تطوراً كبيراً في تغطيتها للعدوان الأخير على القطاع عما كانت عليه في الفترات السابقة، من حيث أنها تمكنت من نقل الصورة بدقة أكبر رغم انقطاعها عن الطباعة، ولكنها لم تتوقف تماماً. حيث واصلت العمل إلكترونياً بطاقتها الذي أدى ما عليه حسب طاقته وموقعه ومدى إمكانيته في الحركة والوصول لموقع الحدث أو تغطية الأحداث من منطقتة الخاصة.

وعمل الإعلام ومن ضمنه الصحافة المطبوعة على نقل الصورة بشقيها الناقل للمعانة والصمود معاً وتعزيز الجبهة الداخلية بدرجة عالية من الوعي والمهنية، حيث كان الإعلام المحلي أحد الجبهات المقاتلة خلال الحرب، وشكل درعاً مضاداً للدعاية الإسرائيلية واكتسب مصداقية عالية لدى الجمهور المحلي.

واستطاع الإعلام الفلسطيني والصورة الصحفية الفلسطينية اكتساب ثقة الإعلام الأجنبي ومناقسة الصورة الصهيونية، كما شكل عنصر وحدة للجبهة الداخلية، وأثبتت الصورة الصحفية أنها قادرة على فضح الاحتلال وممارساته حيث كانت منافساً شرساً للدعاية الإسرائيلية وفضح سياساتها الكاذبة.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام المطبوع

حقق الإعلام بشكل عام، والإعلام المطبوع بشكل خاص على صعيد تمكين الجبهة الداخلية، وفضح ممارسات الاحتلال واطلاع المواطن على آخر الأحداث، نجاحات واسعة، وكان له دوراً هاماً في ضح الدعاية الإسرائيلية الكاذبة، إلا أن الإعلام

المطبوع مثله مثل باقي الحقول الإعلامية قد واجه عدداً من المعيقات التي أثرت سلباً على عمله، ومن أهم هذه المعيقات والمشاكل:

- صعوبة التنقل من مكان لآخر لمواكبة الحدث، مما دفع بعض الصحفيين للتنقل بعربات الكارو أحياناً، أو استخدام المواصلات الخاصة بالمواطنين أحياناً أخرى، أو استخدام أي وسيلة مواصلات متوافرة.

- امتناع أصحاب المطابع العاملة في قطاع غزة عن العمل على طباعة الصحف، وذلك بسبب الخوف من الاستهداف الإسرائيلي لهذه المطابع، إلى جانب أن الوضع على الأرض لم يكن يسمح بتوزيع الصحيفة ورقياً في حال طباعتها.

- انقطاع التيار الكهربائي، وشبكات الاتصال في الكثير من الأحيان.

- العمل تحت مظلة الموت والقصف في أي لحظة، وذلك يعود إلى قوة الهجمة الإسرائيلية الشرسة والعنيفة على القطاع.

- كثرة الأحداث وتجدد الضحايا دون توقف، أدى إلى عدم مقدرة الإعلاميين على ملاحقة كل ما هو جديد.

- رغم وضع الخطط الإعلامية لكثير من المؤسسات الصحفية، لكنها لم تكن مناسبة كلياً نظراً لطول الفترة وتسارع الأحداث، حيث لم تكن الرؤية واضحة في بداية العدوان.

- عدم توافر الدعم اللوجستي وعناصر تأمين الصحفي من معدات وأجهزة، وخاصة أدوات الحماية والسلامة.

- شكل الوضع الاجتماعي للصحفي عائقاً في بعض الأحيان عن أدائه لرسالته الإعلامية، حيث أن الصحفي كان ملقى على كاهله مثله مثل أي مواطن في القطاع حماية وتأمين أهله، وتثبيته وتطمينهم ورعايته لهم، ولكنه ملقى على عاتقه دوراً خاصاً به، ألا وهو نقل رسالته الإعلامية، فهو شخص لديه رسالة وليس مواطناً عادياً، ولكنه في الأول والأخير لديه أهل وعائلة عليه رعايتهم وتأمين الحماية لهم نظراً لكثرة القلق والخوف، فقد أدى ذلك لإعاقة العمل عند بعض الصحفيين.

- تشابه الكثير من القصص الإنسانية وبشاعة المجازر أربك الصحفي وشكل

ضعفاً في قدرته على تنويع التغطية.

- ضعف الأمان في مقرات العمل، وكثرة التنقل من مكان لآخر في بعض الصحف نظراً لاستهداف مقراتها، وصعوبة التواصل بين الصحفي والمسؤولين.
- خيمة الشفاء كانت مكاناً جيداً في البداية، لكنها أصبحت مزدحمة، وبها الكثير من غير الصحفيين المنتمين لمؤسسات (هواة): مما أعاق عمل الصحفي بشكل مهني. كما أن تحولها إلى مركز إيواء عطل كثيراً العمل الصحفي، وأصبح هناك قلق على المعدات وتدخل في التغطية من بعض المواطنين.
- الصحفي الحر كان يشكل عبئاً على الصحفي والمصور الصحفي خصوصاً المنتمي لمؤسسة إعلامية، حيث شكل ازدحاماً في المشافي وأماكن التغطية، مما دفع بعض رجال الأمن منع بعض الصحفيين من التغطية ولم يفرقوا بين الصحفي الهاوي والصحفي التابع لمؤسسة إعلامية لديها رسالتها الوطنية في التغطية.
- كثرة الصحفيين الأجانب دون رقابة أو متابعة لما ينشروه أدى إلى تغطية مغلوطة لبعض الأخبار ونشر بعض الصور التي لم يكن من الوطنية والمهنية ظهورها.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

رغم اختلاف طبيعة ومدة العدوانين السابقين عن العدوان الأخير على قطاع غزة إلا أنهما شكلا أرضية كافية وخبرة جيدة للإعلامي الفلسطيني في تغطيته لهذا العدوان، وكان من أهم الأمور التي استفادها الإعلام بشكل عام، والصحافة المطبوعة بشكل خاص من العدوانين السابقين:

1. اتخاذ وسائل الحيلة والأمان بشكل أكبر من العدوانين السابقين.
2. التجهيز المسبق لوسائل المساعدة والأجهزة التي يحتاجها الصحفي في عمله الميداني والمكتبي.
3. التغطية الميدانية والمتابعة الإخبارية بمهنية أعلى ومصداقية أكبر.

4. معرفة طرق وكيفية التحرك بشكل أسهل وأكثر أماناً.

5. بناء شبكة مصادر أقوى وأفضل من المرات السابقة.

6. بعد العدوانين السابقين تم تدريب طواقم صحفية عديدة من مؤسساتها على كيفية التغطية خلال الحروب والأزمات، بجانب إعداد طاقم مساعد في حال عدم تمكن الطواقم الأساسية من العمل لسبب أو لآخر.

7. تميزت الرسالة الإعلامية بقوة وخبرة وجنبت السلبيات التي كانت تخرج بها الرسالة الإعلامية في التغطيات السابقة، خاصة فيما نقل من صور صحفية للعالم الخارجي.

8. استفاد المصور الصحفي من خبرته السابقة من حيث معرفته بنوعية الصور التي يجب أن تصدر للجمهور المحلي والجمهور الخارجي، بينما لم يكن الحال كذلك في العدوانين السابقين.

9. أصبح الصحفي على دراية أكبر بالعمل الصحفي بشكل عام إذ كان يتطلب الأمر أحياناً أن يعمل الصحفي عن بعض الزملاء الذين لم يتمكنوا من العمل.

المحور الرابع:

الرسالة الإعلامية الفلسطينية، وكيفية تقييمها

تعد وسائل الإعلام المطبوعة أحد الوسائل الإعلامية المحلية، فرسانتها يجب أن تركز على التوجه للمواطن الذي يعايش معاناة القصف والتدمير والتشريد، ولكن بسبب صعوبة طبع الصحف، اضطرت هذه الصحف إلى الانتقال إلى النسخة الإلكترونية، مما أجبرها على التغيير في طريقة تغطيتها، وخاصة أن المواطن لم يكن يعتمد عليها في الحصول على الخبر العاجل، بل كان الاعتماد الأكثر عليه في الحصول على بعض القصص والتقارير الإنسانية، إلى جانب أنها انتقلت من المحلية إلى الدولية والعالمية، فأصبح لا بد من الاختلاف في كيفية التغطية الصحفية، فالرسالة الموجهة للجمهور الداخلية تختلف عن الرسالة الموجهة للجمهور

الخارجي، ومن أهم ما ميز الرسالة الإعلامية في الإعلام المطبوع، خلال فترة العدوان الأخير:

1. التركيز على نقل الرسائل الإعلامية التي تعمل على تعزيز الجبهة الداخلية، والاهتمام بالوحدة الوطنية، وبث ما يمكن أن يساعد في التقليل من خوف المواطنين.
2. بث رسائل المقاومة والصمود الشعبي أمام بشاعة آلة الحرب الإسرائيلية والجرائم المرتكبة بحق الشعب والعائلات الفلسطينية.
3. يعاب على الرسائل الإعلامية خلال هذا العدوان عدم الاتفاق على المصطلحات الموحدة، حتى أنه كان لكل فصيل اسم خاص للعدوان على غزة، اضطر الصحف إلى التعامل مع ذلك بشيء من الحذر والشمولية.
4. بث الرسائل الخاصة بدحض الرواية الإسرائيلية الكاذبة والتي كان يمارسها الاحتلال في إطار الحرب النفسية.
5. التركيز على القصص والتقارير الخاصة بالوضع الإنساني، وعدم الاجترار وراء الأخبار العاجلة، لأن المواطن لا يتابع الصحف من أجل ملاحقة الأخبار العاجلة.
6. أصبح لدى الصحفيين خبرة كبيرة في معرفة ما هو صالح للنشر، وما هو غير صالح للنشر، وأصبح لديهم المقدرة على تقدير ما يمكن إرساله من تقارير وما يمكن بثه من صور.

المحور الخامس:

توصيات لرفع كفاءة الإعلام المطبوع استناداً لما تم خلال العدوان

1. العمل على توزيع التغطية في مناطق مختلفة ومتنوعة من القطاع.
2. توفير مناطق ميسرة للعمل في تلك المناطق، كتجمعات إعلامية للصحفيين تتوفر فيها الانترنت والاتصالات والكهرباء.

3. العمل على تعدد الخطاب الإعلامي وتنوعه من حيث توجيه خطاب للداخل وخطاب للخارج العربي وخطاب للخارج الأجنبي.

4. عقد ورش عمل في تغطية الحروب لتقييم السلبيات والإيجابيات وتدريب الصحفيين على ذلك النوع من التغطية.

5. إعداد قائمة بالمصطلحات المستخدمة في الإعلام خاصة المحلي منه، لتجنب تعدد المصطلحات وتضاربها أحياناً.

6. تدريب المؤسسات على كتابة خطط طوارئ تتناسب مع اختلاف الظروف.

7. تقديم برامج علاج ودعم نفسي للإعلاميين بعد العدوان.

8. إعداد وثيقة وطنية للعمل الصحفي خلال الحروب، أو الخروج بمدونة سلوك أخلاقية خلال الحروب.

9. عدم السماح للصحفيين غير المسجلين مسبقاً بالعمل في الأوقات الحرجة وذلك لضمان سير التغطية بمهنية وموضوعية وبنسبة مرتفعة من الأمن.

10. إيجاد طرق تواصل في حال قطع الشبكات واستحداث آليات تواصل.

11. الانفتاح على الإعلام العبري لنتمكن من إيصال المعلومة من خلاله للجماهير الإسرائيلي.

12. يجب تدريب الأجهزة الأمنية على التعامل مع الصحفيين وطريقة عملهم وخاصة خلال الأزمات والحروب.

13. وضع آلية للاستفادة من الكم الهائل من الصور التي وثقت ورصدت للعدوان، وأن تكون هناك لجان خاصة للاستفادة منها حسب الحاجة، بحيث تتنوع التغطية من زوايا مختلفة وطرق متنوعة.

14. إعطاء أهمية أكبر لبطاقة العمل الإعلامي الصادرة من المكتب الإعلامي الحكومي والإيعاز لوزارة الداخلية للتعامل مع هذه البطاقة بصورة أكثر مرونة وتسهيل مهام حاملها.

15. العمل على تفعيل الدور الإعلامي لفلسطيني الخارج والسفارات والشخصيات

البارزة هناك مخاطبة الدول المختلفة بلغتها من خلال شخصيات تعرفها. لنكسب تفاعله وتعاطفه مع القضية، وضرورة أن يمارس الإعلام الحكومي وإعلام الداخلية نوع من الترتيب والتنسيق أكثر لوضع الإعلام في القطاع، خاصة وقت الأزمات والحروب، وخاصة في الأماكن التي تشكل مواقع ساخنة للتغطية كمجمع الشفاء وغيرها.

16. هناك حاجة ماسة لجسم إعلامي ينسق ويرتب ويعرف الصحفيين بمهامهم، وتقديم بعض المساعدات لهم.

17. تنسيق دخول الصحفيين الأجانب وإيجاد آلية مناسبة لمتابعة ما ينشرون من نصوص وصور.

18. إعلاء الحس الأمني لدى الصحفي وكذلك الحس الوطني أكثر من أي شيء آخر، وذلك من خلال الدورات وورش العمل.

الإعلام الإذاعي

مقدمة

فرض العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في الثامن من يوليو/تموز من العام 2014 نفسه على جميع وسائل الإعلام، وجعلها تفرد له الوقت والمساحة الكبيرة، حتى وصل الحد في العديد من الوسائل لعمل موجات مفتوحة، سواء في متابعة الأحداث أو من خلال بث الأغاني والأناشيد الثورية، وقد أدى الإعلام الفلسطيني دور البطولة أثناء العدوان، وقدم الكثير من التضحيات خلال التغطية سقط خلالها 17 شهيد من الصحفيين، وأصيب عدد من الجرحى الصحفيين، وتمكنوا من إيصال الرسالة.

ورغم ما كان يعاني منه قطاع غزة قبل هذا العدوان من حصار دام سنوات عديدة، نتج عنه قطع متواصل لوسائل الاتصال والتيار الكهربائي، جاء العدوان ليزيد ذلك سوءاً ويضع القطاع في دائرة استهداف واسعة شملت كل المواطنين، فالكل كان مستهدفاً، وقد استطاع الإعلام بشكل عام والإعلام الإذاعي بشكل خاص أن يكون له دور كبير في تحشيد الجمهور وإعادة إحياء الوعي التحرري لديه.

ونتيجة الاستهداف الإسرائيلي خلال العدوان لكل وسائل الاتصال وانقطاع التيار الكهربائي وانقطاع الانترنت فقد أصبحت المحطات الإذاعية هي الملاذ الأكثر سهولة لمتابعة الأحداث الجارية على الأرض، فقد أصبحت الإذاعات المحلية أول وسائل الإعلام التي يعتمد عليها سكان قطاع غزة، لمتابعة ما يدور حولهم من تطورات، فقد عمل الراديو خلال العدوان على نقل الأحداث بشكل سريع عبر المراسلين المنتشرين في كافة مناطق قطاع غزة، واستطاع من خلال شبكة المراسلين المنتشرة أن ينقل أكبر كم من الأحداث الجارية على الأرض لمستمعيه.

وقد عملت الإذاعات المحلية في القطاع على بقاء أذان مستمعيها متصلة بها خلال فترة العدوان التي استمرت 51 يوماً. ومن الإذاعات التي تميزت خلال تغطيتها العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة، إذاعة الأقصى، الرأي، القدس، البراق، الوطن، الشعب، الأسرى، وغيرهم من الإذاعات التي استطاعت بما اكتسبته من خبرة خلال عملها في عدوان 2008، وعدوان 2012، أن تتجنب بعض الأخطاء لتؤدي دورها بشكل أفضل وأكثر مهنية وموضوعية.

المحور الأول:

نظرة عامة على أداء الإعلام الإذاعي خلال عدوان 2014م

عمل الإعلام الإذاعي خلال تغطيته للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة مركزاً على نقل الأخبار والتفاصيل عبر المراسلين مفسحاً المجال أمام التحليل بصورة أكبر من خلال استضافة محللين سياسيين وقادة فصائل ومتابعين للشؤون الإسرائيلية لسرد الأحداث وتحليلها، وقد ألغت معظم الإذاعات برامجها الاعتيادية، وعملت على تغطيات متواصلة لتفاصيل العدوان.

وقد استطاع الإعلام الإذاعي أن ينقل لجمهوره الأخبار أولاً بأول، ويجعل المستمع على دراية كاملة بما يدور حوله من أحداث، وركز من خلال تغطيته المتواصلة وبرامجه التحليلية واستضافة الشخصيات والمحللين السياسيين على تعزيز الجبهة الداخلية وتقويتها أمام حالة الضغط التي عانى منها المواطنون.

واعتبرت الإذاعات المحلية المصدر الأهم للمعلومات في ظل انقطاع التيار الكهربائي، حيث اعتمد المواطنين على أجهزة الراديو التي تعمل بالبطاريات سواء التي يتم شحنها مسبقاً أو الأجهزة التي تعتمد على البطاريات الجافة، والغالبية العظمى من المستمعين كانوا يستمعون للإذاعات المحلية من خلال هواتفهم النقالة.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام الإذاعي

رغم ما حققه الإعلام الإذاعي على صعيد دعم صمود الشعب الفلسطيني خلال تغطيتها المتواصلة للعدوان الإسرائيلي الذي استمر 51 يوماً، إلا أن العديد من المشاكل والمعيقات واجهت الكوادر الإعلامية العاملة في قطاع غزة، ومن أهم

هذه المعيقات والمشاكل التي أدت إلى ظهور بعض القصور والأخطاء في العمل الإعلامي:

- 1- التركيز على الشهداء كأرقام، وعدم التطرق لحياتهم وما كانوا يطمحون إليه.
- 2- على صعيد التحليل، والنقاش العميق فقد كان هناك نقص كبير في تواجد هذا النوع من التغطية، نظراً لسرعة وتلاحق الأحداث.
- 3- غياب التخطيط، حيث كان العمل يمتاز بال عفوية، ورغم أن العفوية تحقق أثراً، إلا أن ما يحققه من نتائج يكون من باب المحاولة والخطأ.
- 4- غياب الخطة الوطنية الإعلامية المحكمة والواضحة، حيث كان العمل عرضة للتجربة، ورغم نجاحها إلى حد كبير، إلا أن هذا النجاح كان سيتحقق بشكل أوسع وأكبر في حال وجود خطة وطنية واضحة المعالم.
- 5- استهداف الاحتلال الإسرائيلي لعدد من الإذاعات كإذاعة الأقصى والوطن، وقصفهم بأكثر من صاروخ بالطائرات الحربية، أدى إلى توقفهم لبعض الوقت.
- 6- نتيجة الاستهداف، كان على الطواقم العاملة أن يغادروا أماكنهم ويبحثوا عن أماكن بديلة لمواصلة الرسالة الإعلامية.
- 7- انقطاع التيار الكهربائي وعدم توفر الوقود أثر عليها سلباً بشكل كبير.
- 8- التسرع في نقل المعلومات، سبب وجود بعض الأخطاء ونشر الشائعات.
- 9- عملت الإذاعات في ظروف ومناخات غير طبيعية نظراً للحالة الأمنية مثل عدم تمكن بعض الإعلاميين في مناطق التماس والجنوب من الوصول لعملهم ما اضطر بعض زملائهم للعمل أكثر من 20 ساعة متواصلة مع اشتداد الضربات والغارات.
- 10- كان هناك استعجال وتخمين، حيث يقوم بعض الأفراد أو وسائل الإعلام المحلية بذكر أسماء المنازل المستهدفة قبل التأكد من صحة المعلومة، وبمجرد سماعه أن المنزل المستهدف في منطقة معينة أو مكان ما يتبادر إلى ذهنه أنه ربما يكون منزل (فلان)، ويبدأ بتبريد ما يدور بذهنه أمام الآخرين ولا يعلم أنه قد كشف معلومات تضر بأصحاب هذه المنازل وتخدم العدو الإسرائيلي.
- 11- نتيجة الضغط في العمل في الإذاعات وقلة وجود المحللين السياسيين في بعض الأوقات في ظل غياب الدورة البرمجية الاعتيادية للإذاعة، تحول المذيع من خلف المايكروفون من مذيع إلى خطيب يتحدث بما يتولد في ذهنه ليغطي ساعات البث.
- 12- تضارب المصطلحات الإعلامية، ويتضح ذلك جلياً من خلال إطلاق أكثر من اسم على هذا العدوان.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

لا شك أن الإذاعات المحلية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام الأخرى قد استفادت من خبرتها خلال العمل في تغطية العدوانين السابقين عدوان 2008، وعدوان 2012، حيث استطاعت أن تتجنب الكثير من الأخطاء التي واجهتها، إلا جانب أنها عملت على حل الكثير من المشاكل السابقة، ومن أوجه الاستفادة لدى الإعلام الإذاعي من خلال التغطية في العدوانين السابقين:

- 1- محاولة المرسلين الوصول إلى مناطق الحدث بسهولة ويسر عما كان سابقاً.
- 2- استطاعوا تجنب بعض المشاكل التي كانوا يعانون منها سابقاً مثل انقطاع الاتصالات الخلوية والانترنت.
- 3- كان هناك تقدم ملموس مقارنة بتغطية العدوانين السابقين، من حيث التغطية المباشرة والآنية بنقل الخبر وانتشار المرسلين لتوثيق جرائم الاحتلال.
- 4- تميزت التغطية الإذاعية -إلى حد ما- بالابتعاد عن الخطاب الحزبي والتحريض الداخلي، وساهمت بتعزيز الجبهة الداخلية.
- 5- كان هناك رقابة ذاتية من قبل الإعلاميين أنفسهم، وتغيير ما يحدث على أرض الواقع لصالح القضية الفلسطينية.
- 6- الدقة في نقل المعلومات قدر الإمكان، وعدم الاعتماد إلا على المصدر الموثوق، والمعلومة الأكيدة.
- 7- عدم الاعتماد على (شاهد العيان) كما في العدوانين السابقين لما نتج عنه الكثير من الأخطاء والإشاعات.
- 8- كان هناك إجماع وطني كبير واضح في التغطية الإعلامية.
- 9- كان التركيز واضحاً على ضرورة توحيد المواطنين حول ترسيخ قضية أن الكل مستهدف.
- 10- وجود الخطط المسبقة للعمل في ظروف الطوارئ.
- 11- اختيار أماكن بديلة للعمل من خلالها.
- 12- توعية المواطنين وكشف محاولات الاحتلال لاختراق الجبهة الداخلية وترشيد المواطنين للطريق الصحيح.
- 13- نقل مناشدات المواطنين لمساعدتهم في الابتعاد عن المناطق الخطرة التي يعتاد جيش الاحتلال قصفها، وكذلك نقل رسائل ومناشدات المواطنين للجهات المختصة في قطاع غزة

مثل الدفاع المدني وطواقم الاسعاف والطوارئ وشركة الكهرباء والصليب الأحمر.

- 14- ربط المواطنين ببعضهم البعض خاصة إذا كان بعض العائلات محاصرين في مناطق خطيرة مع أقارب لهم في مناطق آمنة للاطمئنان على بعضهم البعض، فقد خصصت بعض الإذاعات خطوط ساخنة لمساعدة المواطنين الذي يتعرضون للقصف أو يقعون في مناطق تتعرض للقصف ولا يستطيعون الخروج منها، فيتم التواصل مع الصليب الأحمر أو الجهات المعنية لإنقاذ حياتهم.
- 15- كان هناك استفادة على صعيد وضع خطة للعمل واضحة الأهداف و المعالم والمهام، وانتشار فرق العمل جغرافياً وزمناً لضمان تغطية شاملة ودائمة.
- 16- اختلفت التغطية الإعلامية من حيث غياب حالة الانقسام التي كانت حاضرة خلال العدوانين السابقين.
- 17- رغم وجود الحزبية بشكل واضح، إلا أنه كان يوجد وحدة موضوع واتفاق بين الوسائل الإعلامية، فعندما يكون الإعلام موحداً يستطيع أن يركز على الرسالة بدرجة أكبر، فالرسالة المركزة تؤثر أكثر من غير المركزة.
- 18- التنسيق بين المقاومة والإعلام كان جيداً، واستطاعت المقاومة أن توصل رسائلها إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام.
- 19- تدريب كادر احتياطي استطاعت بعض الإذاعات تجنيدته عندما احتاجت له خلال العدوان.

المحور الرابع:

رسالة الإعلامية الفلسطينية، وكيفية تقييمها

تمكن الإعلام الإذاعي فيما يتعلق بأدائه على الصعيد المحلي من خلق نوع من الوحدة الوطنية على المستوى الجماهيري إلى حد كبير، وقد تجسدت هذه الوحدة في أن كل وسائل الإعلام كانت تتحدث بنفس النبرة وهو ما حقق لأول مرة، وهذا أعطى صورة عن المقاومة أنها صامدة وتستطيع أن تصمد أمام جبروت الآلة العسكرية والإسرائيلية، وخلق تأييداً جديداً لفكرة المقاومة.

كما جسدت الرسالة التي تم بثها عبر الأثير روح الوحدة الوطنية وساهمت في تحريك قطاعات واسعة من الشعب، وتناول الحدث ببعده الإنساني والبعث عن الفضائية، واستطاعت أن تتابع رسائل وخطابات المقاومة بما ساهم في تأجيج الروح الثورية لدى المواطنين.

تميزت التغطية الإعلامية خلال الإذاعات في البداية بالحذر والتركيز على الضحايا والخسائر. مع الإشارة إلى المقاومة، ولكن مع الوحدة التي ظهرت جلية بين جميع الوسائل استطاع هذا الإعلام أن يمتاز بالتغطية الشمولية الأوسع والأكبر.

المحور الخامس: توصيات لرفع كفاءة الإعلام استناداً لما تم خلال الحرب

- 1- ضرورة عدم التهويل أو التقرّيم، وعدم التسرع في نقل الأخبار.
- 2- صياغة إستراتيجية إعلامية وطنية متكاملة لتشكيل مجموعات ضغط على الرأي العام العربي والدولي لنصرة القضية الفلسطينية خلال أي عدوان إسرائيلي.
- 3- ضرورة قيام المؤسسات الصحافية المختصة وذات العلاقة بتنظيم المزيد من دورات السلامة المهنية والاسعافات الأولية لمواجهة الأخطار المحدقة بحياتهم في الحروب.
- 4- ضرورة حصول الصحفيين وخصوصاً الميدانيين منهم على دورات في السلامة المهنية والتغطية أوقات الحروب.
- 5- دعوة المكتب الإعلامي الحكومي ونقابة الصحفيين والمؤسسات ذات العلاقة للإسراع في تنظيم الدورات الخاصة بحماية الصحفيين أوقات الحروب والنزاعات.
- 6- توحيد المصطلحات الإعلامية.
- 7- إيجاد مكان رسمي لتجمع الإعلاميين خلال الأزمات، يتم فيه توفير كافة الإمكانيات لهم، وتتحقق في بعض الحماية.
- 8- عقد دورات في التأهيل النفسي بعد المشاهد المرعبة والقاسية التي شاهدها الصحفيون خلال تغطيتهم لأحداث العدوان.
- 9- حث المؤسسات الإعلامية بالتحرك كل في مكانه بضرورة توفير المستلزمات الضرورية للصحفيين، وخاصة توفير الدروع الواقية للإعلاميين العاملين في الميدان.
- 10- تشكيل لجان تحقيق عربية ودولية في جرائم الاحتلال الإسرائيلي بحق الصحفيين، ورفع الجهات المختصة وخاصة الاتحاد الدولي للصحفيين، واتحاد الصحفيين العرب، قضايا متفرقة أو مجتمعة للملاحقة الاحتلال على انتهاكاته وجرائمه بحق الصحفيين.
- 11- تشكيل لجنة فلسطينية عربية ودولية لتعويض الصحفيين ووسائل الإعلام التي تعرضت مكاتبها ومقار عملها للقصف الإسرائيلي.

الإعلام المرئي

مقدمة

يُعد الإعلام وسيلة قتالية ودفاعية مهمة أثناء الحروب والنزاعات في مختلف البلدان. وتنبع هذه الأهمية كون أن الإعلام يستطيع أن يقلب موازين معركة بأكلمها من خلال نشر صورة أو خبر قد يدمر جيش بكامل ترسانته العسكرية.

ولأنّ وسائل الإعلام مهمة كانت لا بد لها من البلاء بشكلٍ حسن في الساحة الفلسطينية، التي لم تخل للحظة من الأحداث السياسية والميدانية. فخلال السنوات السبع الأخيرة تعرض قطاع غزة لثلاثة حروب دمّرت الأخضر واليابس.

وكان لوسائل الإعلام المختلفة دورٌ كبير في تغطية جرائم الاحتلال وكشف الصورة الحقيقية التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني أمام المجتمع الدولي. فبرزت على رأس تلك الوسائل الإعلامية القنوات الفضائية التي واصلت نقل الصورة الخيرية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة، لا سيما العدوان الأخيرة في عام 2014م.

وتهدف هذه الورقة لتقييم أداء الإعلام المرئي الفلسطيني، والمتمثل بالمحطات التلفزيونية التي تبث من قطاع غزة وليس لها تبعية خارجية فهي المحطات التي مكنتها الرئيسي في قطاع غزة. خلال العدوان الإسرائيلي على غزة 2014م، في إطار جلسة علمية عقدتها وزارة الإعلام بمدينة غزة. استضافت عدداً من الصحفيين والإعلاميين من عملوا خلال العدوان، إلى جانب التعرف على الجوانب التي أجاد فيها الإعلام المرئي لتعزيزها، وأيضاً التعرف على أوجه القصور لتجنبها ومعالجتها.

المحور الأول:

نظرة عامة على أداء الإعلام المرئي المحلي خلال عدوان 2014م

تميز الإعلام الفلسطيني المرئي خلال العدوان الأخير على قطاع غزة باستمراره في ظل الهجمة الإسرائيلية الشرسة على الإعلام، إلى جانب تميزه بسرعة نقل الأخبار من كافة محافظات قطاع غزة، وذلك بفضل وجود سيارات البث الخارجي في معظم المناطق، إضافة لتدفق المعلومات المرئية على مدار الساعة.

كما تميز هذا الإعلام بالمصداقية والواقعية رغم المشاهد القاسية والمؤلمة في العدوان الإسرائيلي الغاشم، فأجاد الموازنة بين نقل الجرائم الإسرائيلية وما حملها من مشاهد بشعة تتضمن الأشلاء والدماء وبين أنسنة صورة الحدث ليتقبلها الرأي العام بهدف إيصال الرسالة.

ولعلّ النظرة العامة لأداء الإعلام المرئي المحلي خلال العدوان تؤكد أنّ هناك تقدماً واضحاً في استغلال الإمكانيات المرئية لصالح التغطية الصحفية الفلسطينية ونقل جُل الأحداث التي وقعت في قطاع غزة، إلا أنّ حجم العدوان كان كبيراً مقارنة بجرائم الاحتلال السابقة.

وقد تحلى الإعلاميون خلال تغطيتهم لهذا العدوان بالمسؤولية والجرأة الكبيرة في التغطية الإعلامية، حيث أنهم امتلكوا زمام المبادرة في تغطية الأحداث بمهنية عالية دون توجيهات من أحد أو فرض رقيب عليهم.

وتوزع الإعلام المرئي الفلسطيني خلال هذا العدوان على ثلاثة صعد، الأول كان يتبع للمؤسسات الخاصة والحكومية، بينما عمل في الميدان الإعلام العسكري الذي يتبع للتنظيمات والأحزاب الفلسطينية، وظهر بشكل واضح خلال هذا العدوان الإعلام المرئي المعتمد على النشاط الفردي من قبل الناشطين، فتصدروا لتوثيق صورة الأحداث فور وقوعها بوسائلهم المتاحة.

وقد نجح الإعلام المرئي الذي يتبع للمؤسسات الخاصة والحكومية، في استمرار تدفق الصور من أجل إيصال الرسالة الإعلامية وعدم توقفها مهما كلف الثمن، وهو ما ظهر حينما قصفت طائرات الاحتلال فضائيات فلسطينية، فعادت من جديد في رسالة تحدى باستمرار الصورة.

ونجح الإعلام المرئي الفلسطيني في متابعة مجريات وتطورات الأحداث مثل متابعة ازدياد عدد الشهداء والجرحى بشكل متواصل وعلى مدار الساعة، إضافة لنقل صور

إجلاء الجرحى أو خروج ناجين من البيوت التي تم تدميرها فوق رؤوس ساكنيها.

واستطاع الإعلام المرئي المحلي أن يكون مصدراً للمواطن لمعرفة أماكن الخطر وأماكن الأمان، رغم وسائل التهيب التي استخدمتها قوات الاحتلال، وكان موجهاً وناقلاً لاستخدام وسائل الوقاية والسلامة وأخذ تدابير الحماية اللازمة.

وكان الإعلام المرئي الفلسطيني منبراً فعالاً للمؤسسات الرسمية مثل وزارة الصحة والداخلية ووزارة الأشغال العامة والإسكان، ووزارة الشؤون الاجتماعية، والبلديات في توجيه الرسائل التي تهتم المواطنين، مما أدى لقطع الطريق على العديد من مخططات الاحتلال السلبية، إضافة لاستخدام التكنولوجيا ومعدات الاتصالات الحديثة من بعض وسائل الإعلام مما وسع من قدرتها على تغطية الأحداث وخاصة في مناطق جنوب القطاع.

كما وتميز الإعلام المرئي التابع لفصائل المقاومة الفلسطينية بنجاحه في رفع معنويات المواطنين، وبتّ الرعب في الجبهة الداخلية الإسرائيلية من خلال رسائل موجّهة ومعدة مسبقاً، وساهم في كشف أكاذيب الاحتلال وكان مصدراً مهماً للمعلومات بشكل عام.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام المرئي

رغم ما حققته وسائل الإعلام المرئي المحلي على صعيد دعم صمود الشعب الفلسطيني خلال مشوارها الإعلامي على مدار السنوات الماضية، وخاصة في تغطيتها للعدوان الأخير، إلا أنه قد ظهر عدد من المشاكل والمعيقات التي واجهت الكوادر الإعلامية العاملة في قطاع غزة، ومن أهم هذه المعيقات والمشاكل التي أدت بعض القصور والأخطاء في العمل الإعلامي:

1. صعوبات تنقل المراسلين والمصورين بسبب شدة القصف الإسرائيلي، وهمجية الاستهداف، وانقطاع المواصلات.
2. التشويش الإسرائيلي على بث الفضائيات والمرئيات الفلسطينية، و اختراقها وبتّ الاحتلال لرسائل تهدف إلى إضعاف نفسية المواطنين ضمن الحرب النفسية الإسرائيلية، وقطع البث بشكل كامل في أحيان أخرى، وقد استطاع المختصون - بحمد الله- في الوسائل الإعلامية السيطرة على مثل هكذا اختراقات.
3. ضعف الإمكانيات لوسائل الإعلام المرئية الفلسطينية مقارنة بضخامة وصعوبة أحداث بحجم هذا العدوان الذي لم تكن بشاعته ومدته متوقعة إلى هذه

الدرجة.

4. تكدرس الإعلاميين في مكان واحد وتدافعهم بشكل غير منظم، ونقص الصورة التي تغطي كافة المساحة الجغرافية التي وقعت فيها الأحداث خلال العدوان.
5. نقص توفير وسائل السلامة والحماية اللازمة بشكل جيد ومناسب لجميع الطواقم الصحفية العاملة في الميدان.
6. عدم توفر الإنترنت بشكل دائم وعالي الجودة ليحقق سرعة نقل مواد الفيديو الخاصة بالفضائيات المحلية.
7. ضعف الإمكانيات والتقنيات الحديثة المتواجدة في بعض المؤسسات الإعلامية بما لا يتناسب مع احتياجات التغطية العاجلة والسريعة للأزمات والحروب، وعدم وصول جزء كبير من المعدات التي كانت لازمة لتطوير العمل بسبب الحصار مما أثر على جودة التغطية خلال العدوان.
8. عدم وجود كادر مناسب متخصص في تغطية الحروب، وقلة عدد المرسلين مقارنة مع صعوبة التنقل والتواصل مع مناطق القطاع المختلفة وقت الخوف وانعدام القدرة على التحرك السريع بين تلك المناطق.
9. نقص الصورة النوعية الناتج عن قلة عدد المرسلين والمصورين في المناطق المختلفة، وتكرار الصور بين القنوات.
10. كثرة عدد المصورين الهواة سبب مشكلة لدى الصحفيين والمصورين المختصين والتابعين لمؤسسات إعلامية.
11. ضعف وسائل الأمان قلة من قدرة الصحفي على التواجد في الأماكن الخطرة وأوضاع الكثير من الصور لانعدام إمكانية تأمين الصحفي وقت العمل.
12. نزوح الناس وجوئهم لأماكن تجمع الصحفيين خاصة في مستشفى الشفاء أثر على جودة التغطية من حيث القلق على المعدات وسلامتها من العبث والتخريب، وحشد الناس في غرف الاسعاف والاستقبال منع الكثير من الإعلاميين من الدخول لبعض الأوقات، مما أعاق الرسالة الإعلامية أحياناً.
13. ما يعيب الرسالة الإعلامية الفلسطينية في هذا العدوان هو استخدام مصطلحات ومسميات حزبية مما يدل على غياب استراتيجية إعلامية موحدة.
14. وجود بعض المرسلين غير المدربين وغير المؤهلين، والذين تم الاستعانة بهم بشكل طارئ، حيث أنهم استخدموا مصطلحات غير مهنية، وتهويل مثل (جبل الكاشف بدلاً من تل الكاشف) مثل (الحمد لله بيوتنا تركناها للمقاومين كلها فدى المقاومة)، مما أعطي الاحتلال مبرراً أمام العالم لتدمير هذه المنازل.

15. عدم وجود لجان متابعة داخلية لاستغلال الصور والمادة الخبيرة بشكل أفضل وأقوي، وعدم استغلال هذه الصور من أجل عمل تقارير خاصة، بل كان الأمر مقتصرًا على بث هذه الصور، دون الاستفادة منها بعد ذلك في عمل القصص الإنسانية والتقارير الخاصة، ويعود ذلك إلى عدم وجود إمكانيات عالية بما أدى للقصور في التغطية وانحصارها في أماكن محددة مثل المستشفيات.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

كان للعدوانين السابقين، عدوان عام 2008، وعدوان عام 2012، دور مهم في صقل مهارات وخبرة الكوادر الإعلامية العاملة في القطاع، ورفع كفاءة أدائهم بصورة إيجابية، وتجنب بعض المشاكل التي وجدت سابقاً من أجل تحقيق الرسالة الإعلامية الوطنية، والعمل على نقل الصورة بشكل يخدم القضية الفلسطينية بشكل إيجابي، فمن مظاهر استفادة الإعلاميين من العدوانين السابقين:

1. وجود خطط طوارئ مناسبة وجيدة خاصة في عمليات الإخلاء، وإيجاد أماكن بديلة للبث والانطلاق والعمل.
2. إدارة العمل المرئي بشكل مركز وجيد من حيث جمع المادة المصورة ومن ثم معالجتها واختيار المادة الصالحة للعرض على الفضائيات والمرئيات.
3. الموازنة في نقل الصورة والرسالة الإعلامية ما بين الحفاظ على المهنية والضوابط الوطنية في أن.
4. استخدام وسائل جديدة لتدفق المعلومات والصور من أماكن لم يصلها الصحفيون في الحروب السابقة، حيث استفادت المرئيات الفلسطينية من صحافة المواطن بشكل كبير، إذ اعتمدت بعض الفضائيات على بث الصور الملتقطة من خلال الهواتف النقالة للمواطنين.
5. تسليط الضوء على الجازات المقاومة -بما لا يضرها- في نقل الصورة والالتزم بما يصدر عن إعلام المقاومة، إلى جانب فضح الرواية الإسرائيلية وتكذيبها بالصورة والأدلة المتوفرة.
6. نقل الصورة الخبيرة من جميع مناطق القطاع بشكل مسؤول ومهني وموضوعي ووطني يفوق التجربة السابقة للصحفيين، وعدم التركيز على بعض الأماكن، بل انتشر الصحفيون (كأفراد) في جميع مناطق القطاع واستطاعوا ان يسجلوا الكثير من الأدلة لفضح ممارسات الاحتلال، وازهار القوة المفرطة التي استخدمها الاحتلال.

7. تم إخضاع كادر بعض المؤسسات الإعلامية المرئية لدورات في كيفية التغطية الإعلامية للحروب.
8. تحسين وتطوير بعض المعدات التي نقصت في العدوانين السابقين. رغم أنها ما زالت أقل من المطلوب.

المحور الرابع:

الرسالة الإعلامية الفلسطينية، وكيفية تقييمها

استطاع الإعلام خلال عدوان 2014 على قطاع غزة الموازنة بين الإنسانية والكارثة والبطولة والتضحية. وأثبت مصداقيته في الكثير من المواقف. إلى جانب أنه قد نجح في الاستفادة من تجارب العدوانين السابقين والاستعداد المسبق من خلال توفير الخطط لدى بعض الوسائل. وقد تميزت الرسالة الإعلامية الفلسطينية خلال العدوان الأخير بعدد من المميزات، أهمها:

1. نقل رسالة المقاومة والصمود الشعبي ورفع الروح المعنوية أمام بشاعة آلة الحرب الإسرائيلية والجرائم المرتكبة بحق الشعب والعائلات الفلسطينية.
2. دحض الرواية الإسرائيلية الكاذبة والتي كان يمارسها الاحتلال في إطار الحرب النفسية.
3. الإعلام المرئي كان موفق واستفاد من تجارب الاعتداءات السابقة من خلال زيادة استعداداته لأوقات الطوارئ وهذا انعكس في حجم الصورة الإعلامية التي تم نقلها في هذا العدوان إلى جانب تحلي الصورة والرسالة بالوطنية والإنسانية والجرأة الكبيرة من قبل المصورين الصحفيين.
4. عدم وجود زخم واستمرارية في صور عمليات المقاومة وإن ظهر منها بشكل قوي خلال هذا العدوان. وذلك لأهمية هذه الرسائل والصور في رفع الروح المعنوية وتعزيز الجبهة الداخلية للمواطنين وتغيير مسار المعركة.
5. وجود أخطاء من بعض وسائل الإعلام المرئي في بث صور تكشف أماكن إطلاق الصواريخ. حتى ولو كانت هذه الصور صادرة من أحد الفصائل العسكرية. فمن الخطأ عرضها. وهذا يؤكد غياب الرقابة الذاتية للمؤسسات الإعلامية لتقييم الصورة قبل عرضها.
6. استطاعت الرسالة الإعلامية أن تدحض الرسالة الإسرائيلية وتتفوق عليها بينما كنا في السابق نعتمد على الرواية الإسرائيلية.

7. أثبت الإعلام الفلسطيني مصداقية عالية وكان موفقاً في مواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية ودحض الرواية الإسرائيلية ضد الجمهور المحلي.
8. واجه الإعلام عموماً، والإعلام المرئي خصوصاً مشكلة في تسمية الحرب حيث كان لكل فصيلة تسميته الخاصة. مما تطلب توحيد التسمية في مخاطبة العالم الخارجي دون تبني وجهة نظر محددة.
9. كان هناك تناسق بين الناطقين الإعلاميين وتوحيد في الخطاب بشكل عام من مختلف الفصائل.

المحور الخامس:

توصيات لرفع كفاءة الإعلام استناداً لما تم خلال العدوان

رغم ما استفادت منه الكوادر الإعلامية العاملة في القطاع من العدوانين السابقين. إلا أن ما يُطلب ويرجى من الإعلام. هو أكبر مما يقدمه دائماً. وليس تسجيل بعض الملاحظات هو تجني على أشخاصه العاملين. بل على العكس من ذلك. فإن أدائهم وكفاحهم خلال العدوان الأخير كان واضحاً. ولكن الظروف المحيطة خاصة في وقت الأزمات هي التي تحكم العمل. لذا كان لا بد من توصيات لرفع كفاءة هذا العمل. وتجنب الوقوع في الأخطاء. من أجل تحقيق أكبر قدر إيجابي لكوادر الإعلام العاملة في القطاع. لذا خرجت الجلسة بعدد من التوصيات. أهمها:

1. ضرورة تفعيل الدورات التدريبية الخاصة بتغطية الحروب والكوارث في قطاع غزة. وتستهدف الصحفيين بشكل عام والكوادر الإعلامية الجديدة بشكل خاص.
2. إيجاد غرفة إعلامية موحدة تقوم بتوزيع الرسالة الإعلامية لنقل الحدث سواء للداخل أو للخارج. يتم تشكيلها من الجهات الحكومية والإعلامية المختلفة.
3. زيادة الأعداد المنتشرة في الميدان وخاصة المصورين. إلى جانب توفير إمكانيات تقنية عالية الجودة وسهلة التنقل في أوقات الطوارئ.
4. إيجاد أقسام إعلامية داخلية خاصة بكل مؤسسة إعلامية. لاستغلال الصور والمواد الإعلامية بشكل أفضل وأسرع وعدم فقدانها في ثنايا الأرشيف.
5. توفير الإمكانيات والاحتياجات الخاصة بالسلامة. مثل الدروع الخاصة. والخوذات.
6. زيادة الرقابة الإعلامية للمكتب الإعلامي الحكومي على وجود الصحفيين الأجانب. ومراقبة ما يبث من قبلهم. ومتابعة الصحفيين الفلسطينيين الذين يعملون معهم. من أجل الخروج برسائل تخدم القضية الفلسطينية.

الإعلام الإلكتروني

مقدمة

استطاع الإعلام الفلسطيني وخاصة الصادر من غزة أن يضع بصمة قوية خلال العدوان الأخير الذي بدأ في الثامن من يوليو/تموز 2014م، فكان تأثيره موازياً لتأثير الصاروخ، حيث أبدع الإعلام على صعيدين، الصعيد الأول داخلي، فنجح في تعزيز الجبهة الداخلية وبيان قوة المقاومة، وعلى الصعيد الخارجي استطاع فضح جرائم الاحتلال بحق المواطنين العزل من النساء و الأطفال والمنازل والمساجد في قطاع غزة.

هذا وكان أداء الإعلام الإلكتروني الفلسطيني خلال عدوان 2014 قوياً وفعالاً ونقل الصورة المطلوبة بشكل مناسب إلى حد ما، إلا أنه كان ينقصه الدقة، وأحياناً غلب عليه طابع السرعة والاستعجال بالإضافة إلى عدم مراعاة الخصوصيات وتحديداً فيما يتعلق بالمهجريين والنازحين.

و نجح الإعلام الفلسطيني في اختراق حاجز الصوت الصهيوني وأوصل رسالته للعالم بلا حواجز، فنجح في دحض الرواية الصهيونية وتغليب الرواية الفلسطينية وإظهار مظلومية شعبنا الفلسطيني، وحقه في الرد على العدوان ومقاومة آلة الحرب الإسرائيلية.

واستطاع الإعلام الإلكتروني الفلسطيني المتمثل في المواقع الإخبارية الإعلامية إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول إلى العالم الخارجي، وتهدف هذه الورقة إلى تقييم أداء الإعلام الإلكتروني الفلسطيني الذي له أصل مؤسساتي معروف، وسوف يتم مناقشة تقييم أداء الإعلام الذي اعتمد على مواقع التواصل

7. هناك حاجة ماسة لجسم إعلامي ينسق ويرتب العديد من الأمور مثل:

- تنسيق دخول الصحفيين الأجانب وإيجاد آلية مناسبة لمتابعة ما ينشرون من نصوص وصور.
- إعلاء الحس الأمني لدى الصحفي وكذلك الحس الوطني أكثر من أي شيء آخر.
- وضع آلية للاستفادة من الكم الهائل من الصور التي وثقت ورصدت للعدوان، بحيث تتنوع التغطية من زوايا مختلفة وطرق متنوعة، وعدم الاكتفاء بالتغطية الأنبية الخيرية فقط.
- يجب أن يمارس الإعلام الحكومي وإعلام الداخلية نوع من الترتيب والتنسيق أكثر لوضع الإعلام في القطاع، خاصة وقت الأزمات والحروب، وخاصة في الأماكن التي تشكل مواقع ساخنة للتغطية كمجمع الشفاء وغيرها من الأماكن التي تشكل حشداً للإعلاميين.
- هناك حاجة لرسالة موحدة تخرج من المكتب الإعلامي الحكومي بشكل قوي وموجه توزع على الإعلاميين خاصة الأجانب كخطاب موحد من القطاع موجه للجماهير الخارجي.
- عدم السماح للصحفيين غير المسجلين مسبقاً بالعمل في الأوقات الحرجة وذلك لضمان سير التغطية بمهنية وموضوعية وبنسبة مرتفعة من الأمن.
- نحتاج لبعض الرقابة على الإعلام خاصة ما يبث للخارج وبالأخص ما ينقله الإعلاميون الأجانب.

الاجتماعي في ورقة لاحقة خاصة به.

المحور الأول:

نظرة عامة على الإعلام الإلكتروني في فلسطين

كان الصحفي الفلسطيني خلال تغطيته للعدوان الأخير 2014 بمثابة فدائي يقدم روحه من أجل إيصال الحقيقة إلى العالم. فيقدم المصلحة العامة للوطن على مصالحه الشخصية، حتى أدى ذلك إلى ارتقاء 17 صحفياً وإصابة العشرات أثناء التغطيات، إضافة إلى أن المسؤولية الاجتماعية كانت ظاهرة، وكان الصحفي الفلسطيني يتمتع بحس وطني عظيم في مواقف مشهودة.

مع ذلك فقد دفعت العاطفة بعض وسائل الإعلام لنشر أخبار وصور غير دقيقة أو صحيحة، دون تغليب الحس الوطني، مما أدى للوقوع في عدد من الأخطاء التي أثرت بشكل سلبي على الأداء العام للإعلام.

وظهر في بعض الأحيان أن جهود الإعلام الإلكتروني مبعثرة وأنها لا تسير وفق محددات معينة أو رؤية موحدة، وترك الأمر في الغالب على الاجتهادات الخاصة، إضافة إلى غياب الحاضنة الناظمة لأداء للصحفيين والإعلاميين أثناء العدوان على غزة.

وقد نجح الإعلام الإلكتروني وتميز في أكثر من جانب من جوانب الإعلام، إلا أن الفردية فيه كانت هي السمة الغالبة، فارتقت بعض المؤسسات بنفسها وقامت بدور لا يقل تقديراً عن دور الجندي في الميدان، فكان الإعلام سلاحاً قوياً في نقل حقيقة ما يدور على أرض الواقع، وقد اعترف الإعلام الإسرائيلي بقوة الإعلام الفلسطيني، حتى أن وزيرة الخارجية الإسرائيلية السابقة تسيفي ليفني أكدت في أحد تصريحاتها أن إسرائيل ليس لديها القدرة على تسويق الحرب لفترة طويلة، مما يعني نجاح الإعلام الفلسطيني، فكان الإعلام قوياً ولعب دوراً كبيراً، وليس دليل على ذلك أكثر من استهداف الاحتلال الإسرائيلي للمقرات الصحفية، وقتل الصحفيين العاملين في الميدان.

وعند تقييم عمل المواقع الإلكترونية في العدوان الأخير علينا أن لا نجلد أنفسنا

حيث تم العمل في ظروف صعبة، وأن نقدم ما نقدر عليه من أجل الاستفادة من هذه التجربة وتوثيقها وتسجيلها من أجل الاعتماد عليها لتجنب بعض الأخطاء و أخذ الإيجابيات وتعزيزها.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام الإلكتروني في فلسطين

رغم ما أداه الإعلام الإلكتروني من دور مقاوم في تعزيز الجبهة الداخلية ورفع الروح المعنوية لدى المواطنين، وفضح جرائم الاحتلال للعالم، إلا إنه عانى العديد من المشاكل والمعيقات التي أثرت على أدائه، ومن هذه المشاكل والمعيقات:

- عدم توفر الدعم اللوجستي اللازم، وعدم وجود تغطية مالية كافية لتنفيذ خطط الطوارئ لدى العديد من المؤسسات الإعلامية.

- استهداف الاحتلال المباشر للمكاتب الإعلامية والأبراج التي تحتوي مؤسسات صحفية، مما أدى إلى صعوبة في أداء الإعلام رسالته تحت قصف الطائرات الإسرائيلية.

- صعوبة الحركة والتنقل من منطقة لأخرى، كانت من أبرز المعوقات التي واجهها الصحفيين، تهديد أمن الصحفيين واستهدافهم ومؤسساتهم ومقراتهم وهذا سبب عدم ارتياح لدى الإعلاميين أثناء العمل وقيد حركتهم وتنقلهم من مكان لآخر.

- نقص في الكادر البشري المدرب، حيث كان هناك عدد من الصحفيين تعذر عملهم في فترة الحرب؛ مما سبب الضغط الشديد على الطاقم المناوب من الإعلاميين.

- انتقال المؤسسات الإعلامية من مقرها الرئيس بسبب التهديد بالقصف والاستهداف إلى مقر ثاني بديل، ثم الانتقال إلى مقر ثالث في بعض الأحيان، بسبب قصف الأماكن البديلة، أو حتى قصف أماكن قريبة جداً من أماكن المؤسسات الإعلامية.

- عدم مقدرة المؤسسات الإعلامية على توفير رواتب ومكافآت مجزية للعاملين خلال العدوان تقديراً لجهودهم.

- عدم توفر وسائل الحماية مثل الدروع والخوذات التي كانت ضرورية بسبب صعوبة العمل في الميدان بدون هذه الوسائل المساعدة في الحماية.

- عدم إلمام بعض الصحفيين بطبيعة التغطية وقت الحروب نتيجة عدم تقديم التدريب المسبق لهم في هذا الشأن.
- انقطاع التيار الكهربائي لساعات طويلة؛ أثر بشكل سلبي على أداء الصحفيين والإعلاميين وضاعف الإجهاد والتعب والإرهاق.
- سوء شبكة الاتصالات الفلسطينية السلكية، والاتصالات اللاسلكية والتي انعكست نتيجة انقطاع الكهرباء والإرسال.
- ضعف شبكة الانترنت عملت على شلل أداء الإعلاميين في فترات متعددة، وحرمة من نشر بعض الفيديوهات المؤثرة على اعتبار أن عملية رفع الفيديوهات والصور ذات الجودة العالية تحتاج لسرعة انترنت، وعدم انقطاعه.
- نقص الوقود أو صعوبة الحصول عليه لتشغيل المولد الكهربائي البديل في حال انقطاع التيار الكهربائي، نظراً للحصار، وللظروف الأمنية والمعيشية الصعبة.
- استهداف المواقع الإلكترونية بالهجوم الإلكتروني العنيف أكثر من مرة، مما أدى لاحتجاب بعض المواقع الإعلامية قسراً عن الظهور.
- الوصاية المفروضة على مواقع التواصل الاجتماعي، فمثلاً إدارة شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك أرسلت تحذيراً مباشراً لبعض المؤسسات الإعلامية في حال نشرها لصور وفيديوهات حول بعض المجازر، مما قيد العمل على هذه المواقع وفق السياسة التي تضعها، إلى جانب حملة البلاغات عن الصفحات الخاصة ببعض المؤسسات الإعلامية، مما أدى لمنع وصول ما ينشر لعدد كبير من المتابعين.
- تضيق من قوى الأمن العاملة في قطاع غزة أثراً سلباً على عمل الصحفيين والإعلاميين في الميدان.
- كل وسيلة أو فصيل كان يغني على ليلاه ولم يكن هناك مركزية في القرارات وكل فصيل عمل على إبراز نجاحه بشكل أكبر من الآخرين حيث أنهم لم يسوقوا رسالة وطنية كاملة وهناك قصور في وجود رواية فلسطينية موحدة كوقت التهدة أو حين عقد الاتفاق وكان هناك روايات متناقضة.
- عدم وجود خطط إستراتيجية طويلة الأمد تحدد السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية، وغالب السياسات تتم بطريقة التلقين المباشر من خلال العمل لمدة حتى يتم استيعاب هذه السياسات والعمل بموجبها.
- غياب الرؤية الإعلامية الجماعية والأهداف والتنسيق الإعلامي.

- في بعض الأحيان، كان للوضع الاجتماعي والعائلي تأثير سلبي على بعض العاملين في حقل الاعلام نتيجة الضغوط النفسية والاجتماعية، حيث كان بيت الصحفي مثله مثل باقي بيوت المواطنين في قطاع غزة تحت دائرة الاستهداف، ولكن بالمقابل كان هناك إصرار من الصحفيين من إرادة وعزيمة لإتمام المهام المكلفين بها ونقل الحقيقة وفضح جرائم الاحتلال للعالم.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

- عام م2008 لم يكن الإعلام الفلسطيني مهيناً لتغطية مثالية لمواجهة قوة الحرب، والأداء الإعلامي كان ضعيفاً، أما في عام 2012م فقد كان هناك بعض الخطط مسبقاً للطوارئ، وكان العدوان قصير المدة، أما في 2014م فقد اكتسب الإعلاميون خبرة، ووضعوا خطة عمل ونجحوا في تأدية عملهم خلال واحد وخمسين يوماً، مما يدل على أن الإعلام الفلسطيني قد استفاد من الخبرة التي اكتسبها في العدوانين السابقين، ومن مظاهر الخبرة التي ظهرت على الإعلام الإلكتروني الفلسطيني خلال الأداء الإعلامي في هذا العدوان:
- تم الاستفادة من الصحفيين الجدد، حيث كانوا الأداة الفاعلة في الإعلام المحلي.
- التجهيزات أفضل بشكل طفيف، لكن الإرادة كانت كبيرة من قبل المحررين والصحفيين على كشف جرائم الاحتلال.
- التركيز على خدمة الرسائل القصيرة (SMS) لما لها تأثير إيجابي على المواطنين.
- التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي لما لديها من إمكانيات وخصائص غير متوفرة في الإعلام المطبوع الذي توقف عن الطباعة، وفي الإعلام الإذاعي الذي يمتاز بالمحلية، فالإعلام المعتمد على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أهم ميزة لديه هي الدولية، ولا حدود للمكان.
- توفير الأماكن والمقرات البديلة في وقت سابق ووفقاً لخطة طوارئ لم تكن سابقاً.
- تهيئة طاقم العمل وتدريبه واعداده للعمل في الطوارئ ومناطق الخطر وتحمل ضغط العمل.
- تحصين الموقع الإلكتروني من أي هجوم إلكتروني متوقع من خلال جدر الحماية الإلكترونية (cloudflare) وإخفاء الـIP أي هوية الموقع الإلكترونية أو ما يعرف

- بالـ DNS حتى لا يتم تحديد الموقع واستهدافه وتدميره.
- حجز سيرفرات بديلة للمواقع الإعلامية لدى شركات أوروبية خارجية لضمان عدم استهدافها عسكرياً بالقصف داخل قطاع غزة.
- إنشاء صفحات عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتكون داعمة وبديلة في بعض الأحيان عن الموقع الإلكتروني للمؤسسة الإعلامية في حال احتجابها.
- سرعة القضاء على الشائعات، وذلك من خلال تصدير المعلومة الصادقة من مصدرها الرسمي.
- توفير بدائل الكهرباء بشكل مسبق (المولدات واليو بي أس والبطاريات).
- تقديم بعض المساعدات اللوجستية وتوفير بعض الإمكانيات للصحفيين من قبل المكتب الإعلامي الحكومي "وزارة الإعلام" وبعض المؤسسات الإعلامية العاملة في القطاع، لضمان تسهيل أداء العمل الإعلامي.

المحور الرابع:

الرسالة الإعلامية الفلسطينية التي نشرت عبر الإعلام الإلكتروني

وقد استطاع الاعلام الإلكتروني الفلسطيني خلال تغطيته أن يتحد إلى حد كبير رغم الانقسامات الحزبية التي تنخر بجسمه، فقد التزم برسائله الوطنية ودحض الرواية الصهيونية، وساعد على ذلك ارتقاء مستوى المسؤولية التي تمتع بها الإعلاميون والصحفيون الفلسطينيون، فمن الأشياء الملاحظة على الرسالة الإعلامية التي خرجت من الإعلام الإلكتروني الفلسطيني خلال هذه الحرب ما يأتي:

الجانب الإيجابي:

- الإلتزام بعدم نشر أسماء الشهداء إلا بعد الإعلان عنها رسمياً، وعدم نشر أسماء الجرحى مطلقاً وهذه خطوة متقدمة عانى منها الإعلام سابقاً، وبالتالي ساعد على التقليل من الشائعات.
- الصحفي الفلسطيني كان بمثابة فدائي يقدم روحه من أجل إيصال الحقيقة

- إلى العالم، فكان يقدم المصلحة العامة للوطن خلال رسالته على مصالحه الشخصية، قدم 17 صحفياً أرواحهم وإصابة العشرات أثناء التغطيات.
- المسؤولية الاجتماعية كانت ظاهرة وكان الصحفي الفلسطيني يتمتع بحس وطني عظيم في مواقف مشهودة.
- ظهرت الرسالة الحربية في الإعلام بصورة واضحة وكانت رسالة صادقة وصادرة عن الإعلام الحربي وكان هناك توقيت موحد وعمل منظم.
- ظهر في بعض الأحيان أن جهود الإعلام الفلسطيني مبعثرة وأنها لا تسير وفق محددات معينة ولا رؤية موحدة، وترك الأمر في الغالب إلى الاجتهادات الخاصة.
- الرسالة الإعلامية كانت قوية جداً محلياً وخارجياً.
- أظهر العدوان الأخير أهمية الرسالة الإعلامية الفلسطينية، حيث كانت ثقة المواطن بالإعلام الفلسطيني كبيرة جداً بخلاف السابق، حيث أثبت هذا الإعلام صدق رسالته وقوتها، وفضح كذب الرواية الإسرائيلية.
- الرسالة الإعلامية كان ينقصها التوجيهات اللازمة لكي تصل بالشكل المطلوب إلى كافة أنحاء العالم لتستطيع أن تؤثر برسالتها على كافة شعوب العالم.

الجانب السلبي:

- غلب على رسالتنا الإعلامية في بعض الأحيان الطابع الفصائلي والحزبي، الأمر الذي أفقدها الأهمية المطلوبة دولياً.
- الخوف من همجية الاحتلال الإسرائيلي من بعض السياسات التحريرية التي كانت تحد من نقل الرسائل الإعلامية.
- استخدام كل وسيلة مصطلحات مختلفة.
- تضارب المعلومات والعشوائية أثناء نقل الخبر من مكان الحدث وانتشار الشائعات وبت معلومات مجهولة المصدر.
- عدم التوجه إلى الجمهور الأجنبي بالشكل المطلوب.
- غياب واضح لدور المتخصصين في الإعلام والأكاديميين والمحللين وذلك يتحمل مسؤوليته كلا من الصحفي والأكاديمي بنسب مختلفة، حيث على الصحفي أن يقدم الأكاديمي والمتخصص، ولكن عدم تعاون بعض المتخصصين والأكاديميين-

للأسف- يعطي فرصة لغيرهم من ليس لديهم الخبرة بالظهور، وعلى الأكاديميين أن يستوعبوا بأن لهم دور كبير وعليهم واجبات يجب أن يقفوا عليها من أجل قضيتهم الوطنية.

- يجب أن يكون هناك رسالة إعلامية تخاطب العالم الدولي وتسويق فكرة أننا ضحية ونبتعد عن عرض المشاهد الدموية التي لا تخدم تسويق فكرتنا وعدالة قضيتنا وتؤثر على هذه الفكرة سلبياً.

- كان هناك احتكار للانتصار لفصائل دون أخرى، إضافة إلى التلاعب بالمصطلحات وتلميع الحزب إعلامياً حيث الإعلام حزبي يروج سياسته.

- غياب المثقفين العرب ومن ابرز أخفاقات الإعلام العربي انه أفسح المجال للرواية الصهيونية.

- غياب الحس الأمني لدى بعض الصحفيين، وخاصة الأجانب، حيث تم نقل أخبار مغلوطة تؤثر على الجبهة الفلسطينية وتؤدي دوراً استخباراتياً.

المحور الخامس:

توصيات لرفع كفاءة الإعلام الإلكتروني استناداً لما تم خلال العدوان

- لا بد من تبني إستراتيجية إعلامية وطنية للتعامل مع أي عدوان آخر ، ورفع القطاع الإعلامي بمزيد من الإمكانيات والوسائل خاصة وسائل الأمان كالدرع والسيارات المصفحة ، مع تكثيف التدريب في موضوع السلامة المهنية.

- إيجاد أماكن تجمع مركزية للإعلاميين والصحفيين للحصول على المعلومة الصحيحة والصادقة فقط. لبتير الشائعات التي تؤثر بشكل سلبي على المجتمع ، و بما يمد الصحفي بالمعلومة الصحيحة ويساعده في مخاطبة الرأي العام العالمي، حيث لا مانع من العمل سوية لتوفير الوقت والجهد والعمل على ضبط المعلومات للابتعاد عن العشوائية وذلك خدمة للمصلحة الوطنية العليا .

- مخاطبة الغرب بلغتهم، حيث كان هناك وحدة إسرائيلية مختصة لمخاطبة الرأي العام الأجنبي، من أجل تسويق الحرب عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وقد سوقت لها دولياً، لذا إعلامياً علينا ان نعمل أكثر ونسوق كشعب فلسطيني فكرة أننا تحت احتلال، وبالتالي من حقنا الدفاع عن أنفسنا قانونياً أمام غطرسة الاحتلال وجرائمه.

- ضرورة مخاطبة الرأي العام العالمي بمصداقية ودون زيادة والتنوع في وسائل إيصال الرسالة وعدم التركيز والتنافس على وسيلة واحدة.

- يجب زيادة الدعم المقدم لوسائل الإعلام حتى تطور من عملها وتجهيزاتها لتكون رسالتها أكثر تأثيراً في المستقبل.

- توفير مركز إعلامي يعمل فيه الصحفيين. كأن تكون هناك عمارة من عدة طوابق بحيث يكون في كل طابق مجموعة من الغرف المجهزة بكل مستلزمات الصحفيين لتسهيل عملهم خلال العدوان، خاصة توفير الانترنت والكهرباء والاستوديوهات كأماكن بديلة على مدار الساعة وإعلام المؤسسات الدولية بمقر الصحفيين والإعلان عنه لكل العالم لضمان عدم استهدافه.

- العمل على توفير بدائل الاتصال والتواصل من خلال شبكات اتصال أخرى غير شبكة جوال والاتصالات الفلسطينية ، إضافة إلى ضمان توفير خطوط إنترنت سريعة وكفاءة عالية جداً مثل خطوط الفايبر والشبكات الضوئية لضمان تناقل البيانات والمعلومات والملفات بسرعة فائقة.

- ضمان توفير مولدات كهرباء ووقود وبدائل كهرباء بشكل مستمر ومتواصل وغير منقطع، و وضع جدر الحماية الإلكترونية للمواقع والوكالات العاملة في الساحة الفلسطينية لضمان عدم استهدافها، واعتماد بديل "المدخل الخارجي" في حال انقطعت كل السبل لإدخال المعلومات وضمان سرعة انترنت عالية.

- تمويل مشروع انترنت عبر القمر الصناعي، وذلك لأهمية وجوده لأنه يتميز بخاصية الانترنت السريع في حال تم استهداف الانترنت في قطاع غزة.

- وأن يكون الخطاب موجه للعرب والغرب، بالإضافة إلى تدريب كل الطواقم الصحفية والإعلامية على العمل تحت ظروف العدوان الطارئة والخطيرة وإقامة دورات مكثفة للصحفيين وضبط حركة الأجانب خاصة الذين يشكلون خطراً من الناحية الأمنية.

- إصدار بطاقات صحفية وقت الأزمات لتقديمها أمام رجال الشرطة وعقد لقاءات دورية مع الصحفيين ورؤساء الأجهزة الداخلية في الأمن الفلسطيني والعلاقات العامة بالشرطة الفلسطينية ووزارة الإعلام وتقليل الفجوة بين الصحفيين والصفوة من المحللين الشخصيين والأكاديميين وتوفير المواصلات لهم وابتسط الحقوق لتشجيعهم على المشاركة في الإعلام والاستفادة من خبراتهم وأيضاً في المقابل أن يكون الصفوة متعاونين ولا يبخلوا في علمهم، حيث من المهم وجود إستراتيجية واضحة وهيئة لصفوة المجتمع ومن وزارة الداخلية تتعاون سوباً مع مختلف الأطياف الفلسطينية عن طريق عقد لقاء شهري لتضييق

الفجوة فيما بينهم بما يخدم الإعلام والأمن القومي الفلسطيني والمصلحة العليا.

- يجب على الحكومة الفلسطينية ممثلة بوزارة الإعلام الفلسطينية ونقابة الصحفيين الفلسطينيين مخاطبة العالم بشأن استهداف الصحفيين والإعلاميين خلال العدوان على غزة مراراً عديدة، وبالتالي توفير حصانة لهم وتوفير مقومات الحماية من دروع صحفيين وما شابه.

الإعلام الجديد (إعلام المواطن)

مقدمة

الإعلام الجديد عبارة عن بيئة إعلامية كبيرة وواسعة، يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله، غير مختصر على كتاب وقراء وصحفيين بعينهم، حيث فتح كل الأبواب والآفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية الأخرى، عبر تواصل اجتماعي حي ومشوق، وأحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

ويتميز الإعلام الجديد والذي هو عبارة عن وسائل اتصال حديثة أفرزتها التكنولوجيا بعدة سمات ألقت بظلالها وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة ومن أبرزها، التفاعلية، واللامهاتيرية، واللاتزامنية، والقابلية للتحرك والتحويل، والقابلية للتوصيل لأكبر كم، والشبوع والانتشار، والكونية. وللإعلام الجديد عدداً كبيراً من الوسائل التي ساعدت على طوره وجعله إعلاماً يؤدي دوراً غير بسيط، ويزج بنفسه بين وسائل الإعلام التي عملت على مدار السنوات الطويلة الماضية، ومن هذه الأدوات، شبكات التواصل الاجتماعي التي سمحت لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات، من أشهر هذه الشبكات: Facebook- MySpace- Beb- Twitter. وكذلك المدونات التي تعتبر المدونات أحد أشهر أوجه الإعلام الجديد، وهي عبارة عن مذكرات تتيح التعليق

على ما يكتب فيها، كما يمكن لصحاب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية، ومن أدوات الإعلام الجديد أيضاً الويكي، و البودكاست، والمنتديات الاجتماعية، مجتمعات المحتوى.

ويتفق الجميع على أن وسائل الإعلام الجديد قد خاضت في العدوان الأخير تجربة رائدة بكل المقاييس حيث استطاعت أن تنقل الصورة رغم العدوان والاستهداف المباشر، بشكل حدى آلة القتل الإسرائيلية، وكسر الحجب الذي فرض إسرائيلياً على الإعلام التقليدي من خلال المصادقية والموضوعية ونقل صورة مشرفة أجبرت الإعلام الغربي على التعامل معها.

حيث اختلف هذا الإعلام عما كان عليه في العدوانين السابقين من حيث النشاط الملحوظ لنشطاء الإعلام الجديد الذين كان لهم دوراً بارزاً جداً في العدوان الأخير. إذ كان هناك تنوعاً وتناغماً بين هؤلاء النشطاء في تغطيتهم لأحداث العدوان ما بين التركيز على القصص الإنسانية والأخبار والصور والأحداث المختلفة باللغة العربية والإنجليزية على وجه الخصوص.

فكل ناشط يعرف طبيعة جمهوره وطبيعة المعلومات التي يفضل أن يتلقاها أو اعتاد على تلقيها من خلال صفحته الخاصة فيعمل على التركيز عليها وزيادة مساحتها بما يخدم الهدف ويحقق له الانتشار في الوقت نفسه، إذ إن الكثير اعتبر التغطية من خلال الإعلام الجديد في العدوان الأخير كما هو فرصة لنشر رسالة معينة، هو أيضاً فرصة لتكوين جماهيرية خاصة به وصناعة جديدة لنجوم معينة في هذا الفضاء، لذا عمد البعض لنشر صورهم وتغريداتهم بين المواقع المختلفة.

الباحث

المحور الأول: نظرة عامة على أداء الإعلام الجديد خلال عدوان 2014م

ركز النشاط الإعلامي خلال عملهم في تغطية أحداث العدوان الأخير على موقع Twitter أكثر من موقع Facebook، حيث عملت سياسة الفيسبوك على ذلك من خلال تقليص عدد المشاهدين للمنشورات بينما كانت في السابق أكثر انتشاراً، فاجه الكثير إلى تويتر الذي يمتاز بفعالية أكبر.

واستطاع الإعلام الجديد التفاعل الكبير مع القضايا الإنسانية والتركيز عليها أكثر من الأخبار، وسهولة وبساطة التغريدات أدى إلى تفاعل أكبر، رغم أن نشر الأخبار كان هو السمة الأساسية؛ نظراً لتسارع الأحداث وكثرتها لذا كان من النادر العودة للتغريدات وتعديلها ولكن كثرة المجموعات الخاصة بالنشطاء وتواتر الأخبار لديهم قلل من جانب الخطأ أو نشر أخبار مغلوطة.

كان هناك بعض الدورات التي تلقاها النشطاء أثراً تأثيراً إيجابياً على عملهم، وأدت دوراً في توحيد بعض المفاهيم المصطلحات، حتى أن بعض النشطاء كانوا يقدمون بعض هذه النصائح لزملائهم خلال التغطية في العدوان الأخير، مثل هاشتاج "أنشر صح" والذي تم فيه فيه توضيح أبرز المحددات الإعلامية؛ لذا كانت الأخطاء أقل جداً من العدوانين السابقين، وكذلك أخطاء نشر صور المقاومة ومواقع إطلاق الصواريخ كانت أقل بكثير من السابق، وبرز التواصل الدائم بين النشطاء والتقبل لآراء الآخرين، إذ كان التنافس بينهم إيجابي وليس سلبي، فهناك انتماء أكبر من الانتماء الحزبي وهو الانتماء للقضية.

المحور الثاني: معيقات ومشاكل واجهها الإعلام المرئي

رغم ما قام به الإعلام الجديد من دوراً بارزاً خلال تغطيته للعدوان الأخير على قطاع غزة، إلا أنه برزت بعض المشاكل والمعوقات التي أثرت بشكل جزئي على عمل رواد ونشطاء الإعلام الجديد ونذكر من أبرزها:

1. ضعف اللغة في بعض الأحيان، وسرقة التغريدات وتقليد الحسابات في بعض المرات.
2. انقطاع التيار الكهربائي والانترنت أدى إلى عدم التواصل المستمرة كما يجب على مواقع التواصل الاجتماعي.
3. عدم وجود مكان آمن يأوي الصحفيين.

4. عدم قدرة النشطاء على الوصول إلى الأماكن المدمرة لذا أضعف النشر عنها كثيراً، لذا ظهر الفرق واضحاً في التغطية بين المناطق مثل الشجاعة وخزاعة مثلاً.
5. النسخ واللصق المباشر والأمور وصلت حد توأمة الحسابات لسرقة مجهودات الآخرين.
6. عدم القدرة على استمرارية التغطية بعد الحرب بنفس الحجم والوتيرة نظراً لانهاك النشطاء فترة الحرب، مع أن المحتل ما زال يعمل بنفس الوتيرة، وهذا يحتاج لدور منظم ومؤسسي أكثر من الدور الفردي لأن الشباب غير مختص وغير متفرغ دائماً للإعلام الجديد.
7. ضعف المصادر الصحفية.
8. هناك حاجة للاستفادة المثلى من الإعلام الجديد وليس من النشطاء، ولكن بالعمل على تدريبهم وثقيفهم، لأنهم متنوعون ومختلفون ويجب الاستفادة من هذا التنوع.
9. اعتماد نشطاء الإعلام الجديد على التخمين.
10. ضعف المراكز المهتمة التي كان بالإمكان استغلال الفيديوها والصور التي التقطها نشطاء الإعلام الجديد، مما أفقدنا جزء مهم من توجيه الصورة والخطاب بشكل احترافي.
11. قلة المغردين والناشطين بلغات أجنبية.
12. ضعف العمل في مجموعات رغم أنها كانت ستؤدي إلى قوة أكبر في المنشورات.
13. سرعة نشر الخبر قد تؤثر على الجودة.
14. الناشط على الإعلام الجديد أسير جمهوره، لكن بالنهاية المغرد الناجح سيتحرر من متابعيه.
15. زيادة المتابعين اليهود لحسابات بعض النشطاء، والتبليغ عليهم.
16. تراجع نشطاء الإعلام الجديد عن الأداء والتواصل بعد الحرب مباشرة.
17. قلة عدد المتابعين بعد العدوان، وهناك أربع معايير أساسية أدت إلى قلة المتابعين بعد العدوان هي:
 - كانت المتابعة لأجل غزوة فترة العدوان فقط وتوقفت الناس عن المتابعة بعد أن انتهى العدوان.

- النشطاء الفلسطينيين تابعتهم بعض وكالات الأنباء لتحصل منهم على ما يقول الشارع، وبالتالي توقفت متابعتها بعد العدوان.
- عدد كبير من المتابعين كان من الجمهور اليهودي أيام العدوان بهدف إيجاد ردود خاصة وجاهزة بطبيعة جدلية تؤدي إلى تشتيت المغرد، وإحباطه وحرف تغريدته عن مسارها، أو للتبليغ عن حسابه وإيقافه.
- النشطاء أنفسهم توقفوا عن النشر بنفس الوتيرة بعد الحرب نظراً لإنهاكهم خلال الحرب مما أفقدهم المتابع الذي اعتاد على نشاط معين لهم في ذلك الوقت ولم يعد يجده بعدها.

المحور الثالث: مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من وسائل الإعلام المهمة التي تقوم بدور مهم في متابعة وتغطية الأحداث والتأثير على الرأي العام المحلي والغربي لتنوع الجماهير التي تتراد هذه الشبكات، واستطاعت هذه الشبكات إقحام نفسها بالحرب الأخيرة على غزة والتي استمرت واحد وخمسين يوماً حيث قام نشطاء الإعلام الجديد بنقل مجريات الأحداث بكل دقة وموضوعية ومهنية وساهم مساهمة كبيرة في نقل الرواية الفلسطينية للمجتمع العربي والغربي المتابع للقضية الفلسطينية بشكل عام والمتابع للأحداث التي جرت بكافة مناطق القطاع بشكل خاص.

فالإعلام الجديد اختلف بشكل كبير في عمله خلال عدوان 2008 مروراً بعدوان 2012 وحتى العدوان الأخير عام 2014 حيث بادر العديد من النشطاء بإطلاق ما يسمى الهاشتاج على شبكتي التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في غزة الفيسبوك والتويتر لوضع المتابعين بصورة الأوضاع الميدانية لحظة بلحظة دون أي توقف.

كان العدوان الأخير الأكثر شراسة من قبل الاحتلال الإسرائيلي حيث حُرقت الإعلام الجديد إلى منعطف يميل إلى فاعلية التويتر لأن شبكة الفيسبوك تضع في عين الاعتبار أن نسبة انتشار المعلومة (سياسة الخصوصية) 2% فقط بين الأصدقاء المضافين أو المتابعين للشخص الناشر، حيث سجلت هذه الشبكة التقدم الملحوظ من قبل المغردين، كما وإن فاعلية المغردين تزداد بمدى تفاعل المتابعين لهذه الصفحات حيث يشعر المغرد بإرضاء الجمهور حينما يقوم بنشر أخبار ومواضيع تحصل على الكثير من التعليقات ويعاد إرسالها عدة مرات، وتأخذ

الكثير من الإعجابات، فبالتالي الأمر أصبح منوط بصناعة النجومية للشخص المغرد أي أن الكثير من الشباب الذي لم يجد فرصة العمل المناسبة يضع جُل اهتمامه باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصناعة اسمه والحصول على الشهرة المناسبة.

رغم صعوبة الحصول على النجومية أو الشهرة على شبكة التويتر والفيسبوك إلا أن الصعوبة الأكثر تكمن في بلورة الجمل وصياغتها بشكل سليم ويوائم طبيعة المتلقي حيث تختلف صياغة الأشخاص وفقاً لقدراتهم المعرفية واللغوية والمعرفة بالمصطلحات السياسية الأكثر استخداماً حيث نجد أن الكثير من المغردين على شبكة التويتر يجدون صعوبة في إيصال رسالتهم بعدد أحرف قليل يصل فقط إلى 140 حرف فقط.

ويمكن للمتابع للإعلام الجديد، وأداء النشاط الإعلامي على وسائل الإعلام الجديد، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي ما يدل على استفادتهم من التجريبتين السابقتين خلال العدوانين السابقين. ومن أبرز معالم هذه الاستفادة:

- 1- تشكيل مجموعات داخلية على شبكات التواصل الاجتماعي لتلافي الأخطاء التي يمكن أن تنجم من النشر وأبرزها التكرار.
- 2- تعميم عدد من المصطلحات السياسية لاستخدامها من قبل الناشطين حيث تم تعميمها مسبقاً من خلال ندوات وورش عمل عقدت وحضرها الكثير منهم.
- 3- فتح قنوات تواصل بين أعضاء المجموعات لتوحيد الرؤيا، وتحديد أماكن اللقاء والالتقاء وآليات النشر.
- 4- الارتباط المباشر مع صناع القرار السياسي للحصول على التصريحات الخاصة.
- 5- خلق بيئة تنافسية من شأنها أن تعزز آلياً التواصل والعمل فأوجد الكثير منهم بيئة تنافسية أثرت العمل الصحفي وعززت من مكانة ودور الإعلام الجديد في نقل الرؤية كاملة.

6- لم يتوان الكثير من الناشطين عن بلورة الأفكار وكتابة القصص الإنسانية التي أثارت الرأي العام العالمي تجاه ما حدث في قطاع غزة. حيث كانت الوقائع والمشاهد الإنسانية التي تنقل التجارب الإنسانية الأكثر تأثيراً في مجال الإعلام الجديد، فالعديد من المغردين تطور بشكل إيجابي في العمل على نقل الحقيقة حيث كانت الواجهة الرئيسية أن القضية الفلسطينية هي سلم الأولويات.

المحور الرابع: الرسالة الإعلامية الفلسطينية، وكيفية تقييمها

تعددت الأخبار التي تم رصدها على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الأخبار الإنسانية وفق الناشطين ما يقرب من 90% من نسبة الأخبار الموضوعية، حيث لم تُسجل أخطاء كثيرة كالحرب السابقة (حجارة السجيل في العام 2012م). وإن ظهرت بعض المعوقات الأخرى إلا أن ذلك لم يؤثر على فاعلية الناشطين خصوصاً أنهم يعملون دون مقابل ودون هيمنة من أحد والبعض يحاول فرض اسمه في مجال الإعلاميين الجدد، والبعض الآخر يبحث عن نقل الحدث ويسلط الضوء على معاناة الغزيين. وقد تميزت الرسالة الإعلامية التي ظهرت عبر وسائل وأدوات الإعلام الجديد بعدد من الخصائص. من أبرزها:

1. التركيز على موقع التواصل الاجتماعي Twitter أكثر من موقع Face-book. وهو ماك ان ظاهراً خلال هذا العدوان.
2. التوجه باللغة الإنجليزية مباشرة إلى الجمهور الخارجي، وزيادة عدد المغردين باللغة الإنجليزية، وظهور عدداً كبيراً منهم امتاز بالقدرة على الكتابة بصورة جيدة.
3. كان هناك شبه اتفاق لدى الناشطين على ذكر بعض المصطلحات وتوحيد بعض المصطلحات الأخرى، وتجنب المصطلحات التي تضر بالمصلحة الوطنية.
4. معرفة ما يفضله الجمهور الخارجي، بصورة أكثر دقة مما كانت عليه السالة خلال العدوانين السابقين.
5. التركيز على القصص الإنسانية، والأحداث التي تساعد في زيادة تضامن الأجانب مع القضية الفلسطينية.
6. عدم بث صور تخل بالناحية الأمنية للمقاومة، كما كان عليه سابقاً، حيث كان هناك وعياً أمنياً ظاهراً في التغطية.

المحور الخامس: توصيات لرفع كفاءة الإعلام الجديد استناداً لما تم خلال الحرب

بناء على ما تم مناقشته، فهناك بعض التوصيات التي يجب أخذها بعين الاعتبار من أجل زيادة فاعلية دور الإعلام الجديد في خدمة القضية الفلسطينية، ومن أهم هذه التوصيات:

1. الاهتمام بالتدريب في الإعلام الجديد والتركيز على الندوات النوعية والمتطورة في تسويق الأفكار والرسائل والتعامل مع الجمهور وإدارة الأزمات والحملات.
 2. ضرورة تجهيز أماكن ومراكز أو مؤسسات تعمل على تغطية الأحداث موزعة جغرافياً على مناطق القطاع المختلفة.
 3. نقل التجربة للخارج من خلال مشاركة النشطاء في دورات وندوات خارجية، وإكسابهم في الوقت ذاته الخبرة التقنية الجديدة المتطورة في الخارج.
 4. تحفيز نشطاء الإعلام الجديد من خلال إرسالهم برحلات خارجية أو جلب الخبراء إلى غزة وتنظيم لقاءات جمعهم ببعضهم.
 5. تصدير الرؤية الخاصة بنشطاء الإعلام الجديد في وسائل الإعلام المختلفة.
 6. تغذيتهم بالمعلومات بشكل مستمر.
 7. الاهتمام باستشارتهم في الحملات الإعلامية للأحداث الجارية لكسب تأييدهم في الفعاليات المختلفة.
 8. تصدير رؤية الإعلاميين الجدد في الصحف والإذاعات والفضائيات.
 9. تغذية نشطاء الإعلام الجديد بالمعلومات والمصادر أولاً بأول، ووضعهم في سلم الأولويات والاهتمامات.
 10. استشارة إعلاميين في الدول الأجنبية أو المجاورة لخلق نوع من التوعية للنشطاء.
 11. ضرورة تجهيز مراكز وأماكن تجمع نشطاء الإعلام الجديد، وتكون هذه المراكز موزعة حسب المناطق الجغرافية في قطاع غزة.
 12. تحويل الإعلام الجديد إلى الجانب النظري ليدرس إلى عموم المواطنين.
 13. توحيد خطاب النشطاء على الإعلام الجديد:
- توجيه النشطاء بطريقة معينة من خلال مصادر موثوقة للمعلومات، ولكن غالباً طبيعة الناس تتوحد وتتفق على مشتركات رئيسية وخلال الحرب ظهر تناسق كبير وتكامل بين النشطاء مما يغني عن الحاجة لخطاب موحد.
 - يجب العمل على استمرارية الحديث عن القضية ومضمونها بعد الحرب لأن الجمهور ذاكرته ضعيفة وينسى سريعاً، وذلك حفاظاً على ما تم الجأزه خلال هذا العدوان.
 - الحفاظ على الوعي العربي والإسلامي.
 - تنوع الخطاب ما بين الصورة والنص لمخاطبة أوسع شريحة من الناس.

الإعلام العربي والدولي

مقدمة

في كل معركة، يثبت الإعلام أنه سلاح يفيد من يملكه، وأنه قادر على لعب أدواراً مهمة قد تكون سبباً في التغيير. ومقياس أداء الإعلام هو ما يحققه من نتائج، فعلى المستوى المحلي لم يكن الإعلام بحاجة إلى جهود كبيرة لكي يخلق نوعاً من التضامن والوحدة والوطنية والدعم للمقاومة، أما على المستوى الخارجي فقد استطاع الإعلام أن ينقل المعلومات بطريقة أوجدت نوعاً من التأثير، ومن نتائجها أننا شهدنا مظاهرات في بعض الدول الأجنبية وتأييداً جديداً لصالح القضية الفلسطينية ومعارضة للاحتلال بشكل واضح.

وقد تنامي دور الإعلام بشكل كبير ليصبح مصدراً للمعلومة والخبر، ومحركاً للمشاعر ومرشداً في كثير من الأحيان، ومصدراً ثقافياً وعلمياً ومكوناً للرأي العام الجمعي للقضايا المصرية والمهمة، خاصة في ظل الثورة العلمية والتكنولوجية وثورة المعلومات وانفتاح العالم ليصبح قرية واحدة.

وقد استطاع الإعلام الفلسطيني إلى حد ما خلال تغطيته للعدوان الأخير على قطاع غزة 2014 أن يحشد الكثير من المتضامنين الذين لم تكن نشهد تحركاتهم خلال الفترات السابقة، وليس أكثر دليلاً على ذلك أن شهدت أوروبا تطوراً مهماً في التفاعل الجماهيري المناهض للاحتلال الإسرائيلي وعدوانه على الشعب الفلسطيني، وقد تجلّى ذلك في حجم التفاعل واتساع نطاقه والتطور النسبي في أشكاله التعبيرية، وتنسيق التحركات ونسج التحالفات في المجتمع المدني والميدان الجماهيري، وقد اتسم هذا التفاعل، في العموم وليس على الإطلاق، بالتنوع في مكوناته، وبانضمام فئات وشرائح متزايدة إليه في عدد من الدول الأوروبية.

وقد قاد الإعلام العربي والدولي المنبعثة رسالته من قطاع غزة الجماهير الغفيرة المتعددة في العالم والتي خرجت من أجل تأييد القضية الفلسطينية، ورغم عدم انعكاس ذلك

بوضوح على المواقف السياسية الرسمية في أوروبا التي بقيت تقريباً محتفظة بقدر من الثبات، إلا أنها أظهرت الاستجابة الجماهيرية العارمة التي بدى فيها جلياً وجود تحولات متعددة طرأت في أوساط المجتمعات في الموقف من الاحتلال الإسرائيلي وسياساته.

ويعتبر الإعلام العربي والدولي الذي أخرج هذه الجماهير هو الإعلام الذي امتاز بالقوة على مدار عمله خلال الفترات السابقة، وتميز في تغطيته للعدوان الأخير على قطاع غزة.

المحور الأول:

نظرة عامة على أداء الإعلام العربي والدولي خلال عدوان 2014م

ورغم ما يمتلكه الإعلام الفلسطيني من إمكانات بسيطة مقارنة بالإمكانات الدولية، وخاصة إمكانات العدو الإسرائيلي، إلا أن الإعلام العربي والدولي المنبعث من فلسطين، والذي يبث رسالته من غزة التي أصبحت ونتيجة ما تمثله من نقطة ساخنة عالمياً أن تجند كل هذه الإمكانيات الدولية لصالحها، فقد أصبح لدى الكثيرين من المؤسسات الإعلامية التابعة لجهات دولية سواء عربية أو أجنبية مساحة للقضية الفلسطينية.

وقد استطاع الإعلامي الفلسطيني الذي يعمل في مؤسسات الإعلام العربية والدولية أن ينشر قضيته للعالم الخارجي وأن يخرج الصوت الفلسطيني الذي لم يكن يُسمع من قبل، ليحصل على تأييد شعبي ودولي واسع، وذلك من التغطية الآنية والإخبارية التي تحدث على أرض الواقع من عدوان إسرائيلي على قطاع غزة طال المواطنين العزل والنساء وقتل الأطفال، وفضح جرائم الاحتلال والدفاع عن الحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني، ورغم أنه كان سابقاً لا يسمح بنقل الصورة كما هي، بل كان يتم عليها التعديل والتحوير وأحياناً المنع لنشر بعض المعلومات، إلا أن الإعلامي الفلسطيني يقع على عاتقه أن يخدم قضيته ويعمل على نصرته.

وقد لاحظ الجميع أن الإعلام العربي والدولي قد أدى دوراً كبيراً من أجل خدمة القضية الفلسطينية، وذلك من خلال تسجيل حضوره السريع، بل في اليوم الأول من العدوان، من إفساح عدد كبير من المحطات الدولية لمساحات واسعة لتغطية العدوان الإسرائيلي على غزة، بل إن بعضهم قد فتح قنواته كموجة مفتوحة لتغطية العدوان الذي استمر 51 يوماً، وفي ظل تلهف الجماهير العالمية لمعرفة ما يحدث في قطاع غزة، استطاع الإعلامي الفلسطيني أن يروي ظمأ هذه الجماهير المتعطشة لمعرفة القصص الإنسانية التي تثبت أن الشعب الفلسطيني يتعرض لعدوان كارثي، واستطاع أن يدحض الرواية الإسرائيلية.

وكان واضحاً تطور القدرة على صناعة الحدث الإعلامي والجماهيري سواء داخل فلسطين

أم خارجها، عبر حملات ومبادرات وخطوات فعالة، وتراكم التجارب وتبادل الخبرات في مجال العمل الجماهيري المناصر لقضية فلسطين، والاستفادة من مزايا التواصل والتشبيك عبر البيئات المتعددة في هذا المجال.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام العربي والدولي

عندما يعمل الإعلامي الفلسطيني في مؤسسة إعلامية فلسطينية، فلن يكون على كاهله الكثير من المعوقات المتمثلة بالانصياع لسياسات تحريرية معادية لقضيته، فعندما يعمل الفلسطيني لدى مؤسسة إعلامية خارجية لها أنظمتها الخاصة، ولها سياساتها التحريرية التي لا تؤيد القضية الفلسطينية، بل تدعم الرؤية الإسرائيلية، فإن الأمانة والمهنية والوطنية تفرض عليه أن يدعم قضيته الفلسطينية، دون أن يفسر وسيلته الإعلامية التي يعمل معها، وقد استطاع الكثير من الإعلاميين الفلسطينيين المواءمة بين الحفاظ على الاستمرارية في العمل الإعلامي مع هذه المؤسسات الدولية، وعدم الأجرار وراء سياساتها المعادية للقضية الفلسطينية.

والمراقب للإعلام العربي والدولي الذي انبعثت رسائله من خلال قطاع غزة للعالم الخارجي، ورغم ما حققه من أهداف تعتبر مقارنة بالعدوانين السابقين إنجازات محسوسة، إلا أن هذا العمل وهذا الأداء قد شاب بعض الأخطاء، وكان هناك بعض المعوقات التي حددت من نتائجها الإيجابية لصالح القضية الفلسطينية، ومن أهم هذه المشاكل والمعوقات:

- هناك غياب للإستراتيجية الإعلامية وغياب للإطار الإعلامي الفلسطيني الموحد.
- الاقتصار على اللغة العربية في توجيه الرسائل الإعلامية، فاللغة العربية يفهمها العرب فقط، ولذا علينا أن نتحدث لشعوب العالم بلغاتهم ومن خلال ثقافتهم، وبغير ذلك لا يمكن أن ننجح.
- اختلاف الرسائل التي تخرج للعالم الخارجي نتيجة الانتماء الحزبي لدى الإعلاميين.
- كان هناك تركيز كبير على الضحايا وأعدادهم وصورهم، وهذا غير مؤثر على الجمهور العربي والدولي، فبالنسبة لهم صورة الجثة الميتة لا تعني شيئاً، ولكن صورة الطفل وهو يتحرك ويعاني ويبكي هو ما يحدث التأثير الحقيقي، وكذلك فيما يتعلق بالأرقام، فإن العشرة تساوي العشرة آلاف، ولكن عندما نضع هذا الرقم في إطار من "الأنسنة" يختلف هذا التأثير.
- كان هناك استعجال لدى الإعلام العربي والدولي في تركيزه على المباني المهتمة والأرقام وصور الجثث، وهذا لا يؤثر على الإطلاق.

- عدم القدرة على التنقل في التغطية نتيجة الخوف الشديد من الاستهداف الإسرائيلي.
- عدم استغلال التعاطف الدولي والعالمي الذي تم الجأه خلال العدوان والاستمرار بالتركيز على هذه الجماهير في القضايا الثابتة للقضية الفلسطينية.
- سيطرة إسرائيل على إدارات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى يجعل من اجتهادات بعض الإعلاميين خدمة القضية الفلسطينية مرفوض. إلى جانب أن الدعاية الإسرائيلية الموجهة للعالم الخارجي تعمل بشكل مباشر وقوي.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

خلال عدوان 2008 كان الإعلامي الذي يعمل لمؤسسات الإعلام العربية والدولية ليس لديه الخبرة الكافية في تغطية الحروب والأزمات، فعمل ما أمكنه، وفي عدوان 2012 استطاع أن يستفيد من الخبرة التي اكتسبها في العدوان السابق، أما في العدوان الأخير 2014 كان لدى الإعلامي الخبرة الكبيرة، واستطاع أن يعمل بشكل متطور و مدروس.

وكان لدى الإعلامي خلال هذا العدوان المعرفة المسبقة بما يصلح للنشر، وما لا يصلح للنشر، وبإستطاعته معرفة كيف يمكن تغطية ما يجري من مجازر في قطاع غزة بأسلوب يقبله العالم الخارجي، فلم تظهر الصور التي ارتكزت على الدماء والقتل، بل كان التركيز ظاهراً على القصص الإنسانية، فقد أصبح لدى الإعلامي الخبرة في معرفة ما يريده الجمهور الخارجي، وما يحب أن يسمعه ويراه أو يقرأه، ومعرفة ما الذي ينفر منه ولا يحب أن يراه، ففي العدوان الأول سيطر على الرسائل الإعلامية صور الدماء والقتل والدمار اعتقاداً من الإعلامي أن الصورة أكبر دليل على ما يجري في قطاع غزة، ولكن وبناء على التجربة أصبح يعرف أن مقابلة مع طفلة فقدت أمها أفضل بكثير من عرض صور لهذه الأم مقتولة والدماء تسيل منها.

المحور الرابع:

رسالة الإعلام العربي والدولي، وكيفية تقييمها

نتيجة لحجم الدمار الكبير الذي حدث على قطاع غزة في عدوان 2014 والتغطية المستمرة لمدة 51 يوماً فقد كانت هناك رسالة إعلامية خرجت للعالم الخارجي امتازت

بالقوة والصدق، إلى جانب أن هذه الرسالة ونتيجة تكرارها لمدة 51 يوماً للجمهور الخارجي استطاعت أن تكسب تعاطفه وتضامنه، وهو ما أخرج الجماهير العريضة في الدول الأوروبية تضامناً مع القضية الفلسطينية، ورفضاً للدعاية الإسرائيلية التي كانت تكذب عليهم وتزيف الحقائق سابقاً.

تميزت الرسائل الإعلامية التي خرجت من الفضائيات سواء العربية أم الدولية بخدمتها للقضية الفلسطينية، وقد استطاع الإعلام الفلسطيني المتوجه للغرب مراعاة التنوع الغربي ثقافياً وفكرياً ومخاطبة هذا الجمهور مخاطبة إنسانية قائمة على الإقناع العقلي والمنطق في الإقناع لدحض الدعاية الإسرائيلية.

المحور الخامس:

توصيات لرفع كفاءة الإعلام استناداً لما تم خلال العدوان

- العناية بتنمية الخطاب الفلسطيني الموجه إلى شعوب العالم، وتطوير سبل التواصل والإعلام والتشبيك مع الأطر المدنية والأوساط الجماهيرية.
- ضرورة مراجعة الأداء الرسمي الفلسطيني وخطابه فيما يتعلق بالتفاعل الجماهيري مع قضية فلسطين، خصوصاً السفارات والممثلات الدبلوماسية الفلسطينية.
- ضرورة إيجاد جسم إعلامي وشبكة تواصل بين الصحفيين الفلسطينيين والعرب والأجانب المتضامنين مع الشعب الفلسطيني من أجل تطوير سبل وتقنيات العمل الإعلامي المدافع عن القضية الفلسطينية واختراق المجتمعات غير الناطقة بالعربية والواقعة تحت تأثير الدعاية الإسرائيلية.
- التجديد في أشكال التفاعل الجماهيري المؤيد لفلسطين وأدواته ومضامينه.
- الإعلام الداعم للقضية الفلسطينية يحتاج دعم وتنسيق أكبر مما هو عليه حالياً، وهناك ضرورة لمخاطبة الشعوب الأخرى غير الناطقة بالعربية.
- ضرورة تناول معاناة الشعب الفلسطيني في الإعلام العربي والدولي بقوالب متجددة والتركيز على عرضها بشكل إنساني لإظهار المعاناة الإنسانية للسكان الذين يعانون انتهاكات يومية لأبسط حقوقهم التي يكفلها القانون الدولي.
- يجب تكوين مركز أو مؤسسة تتبنى القضايا المتفق عليها وطنياً وتنتج مواد إعلامية وتبثها، وتنشئ مراكز شرعية في كل العالم تقوم بتلقي هذه المواد وترجمتها إلى الثقافات واللغات المختلفة وإعادة نشرها من جديد بحيث تكون مؤثرة في تلك المجتمعات، بحيث ننتمي القضايا المتفق عليها ونبتعد عن القضايا الخلافية وبهذا نستطيع أن

نحز شيئاً من التقدم.

- ضرورة تطوير الخطاب الإعلامي الفلسطيني الموجه للغرب بما يتناسب مع خدمة القضية والرسالة الإعلامية المناسبة للمجتمعات الغربية.
- ضرورة أن يسوق الإعلام الفلسطيني القضية وعدالتها للجمهور الغربي، برسائل تواجه الدعاية الإسرائيلية.
- تشكيل إعلام فلسطيني ناطق باللغات الأجنبية لمخاطبة الغرب بمفاهيم تتناسب مع تفكيره وقادرة على التأثير في قناعاته، فالإعلام الفلسطيني كثيراً ما يخاطب نفسه بدلاً من مخاطبة الآخرين.
- ضرورة توسيع الخطاب الإعلامي الفلسطيني ليصل لكل العالم.
- توحيد المصطلحات الإعلامية والكلمات التي تخدم القضية الفلسطينية والاتفاق عليها.
- التجديد في أشكال التفاعل الجماهيري المؤيد لفلسطين وأدواته ومضامينه، وتنشيط التراكمية في التجارب والتوسع في تبادل الخبرات، وتحفيز المشروعات وبرامج العمل الضاغطة، والسعي لوضع قضية فلسطين ضمن اهتمامات الجماهير في المجتمعات الأوروبية بشئى شرائحها من خلال تنوع زوايا تناول المناسبة للقضية وملفاتها وجزئياتها.
- تأهيل كوادر ومحدثين رسميين للحكومة والفصائل قادرين على التعاطي مع وسائل الإعلام الأجنبية بشكل واسع، محترفين في انتقاء ألفاظهم ومصطلحاتهم في تصريحاتهم للإعلام.
- البحث والعمل على إيجاد آليات عملية لتطوير الإعلام الفلسطيني وخصوصاً الموجه للغرب، حيث أن كثير من المجتمعات الغربية لا تعرف شيئاً عن القضية الفلسطينية.
- يجب وضع المعلومة في إطارها الإنساني وتحويل الرقم إلى إنسان، وهذا الإنسان له أب وله أم وله بيت وحياة وإظهار هذه الحياة.
- مواصلة تطوير صيغ ائتلافية وتنسيقية فعالة في مجال العمل الجماهيري لصالح القضية الفلسطينية في أوروبا، والحرص على كسب قطاعات وشرائح متعددة ومزيد من الشخصيات العامة ومنظمات المجتمع المدني.

الإعلام الإسرائيلي

مقدمة

في كل معركة، يثبت الإعلام أنه سلاح يفيد من يمتلكه، وأنه قادر على لعب أدواراً مهمة قد تكون سبباً في التغيير. ومقياس أداء الإعلام هو ما يحققه من النتائج. فعلى المستوى المحلي لم يكن الإعلام بحاجة إلى جهود كبيرة لكي يخلق نوعاً من التضامن والوحدة والوطنية والدعم للمقاومة، أما على المستوى الخارجي فقد استطاع الإعلام أن ينقل المعلومات بطريقة أوجدت نوعاً من التأثير، ومن نتائجها أننا شهدنا مظاهرات وتأييداً جديداً لصالح القضية الفلسطينية ومعارضة للاحتلال بشكل واضح.

وقد تنامي دور الأعلام بشكل كبير ليصبح مصدراً للمعلومة والخبر، ومحركاً للمشاعر ومرشداً في كثير من الأحيان، ومصدراً ثقافياً وعلمياً ومكوناً للرأي العام الجمعي للقضايا المصيرية والمهمة، خاصة في ظل الثورة العلمية والتكنولوجية وثورة المعلومات وانفتاح العالم ليصبح قرية واحدة.

وقد استطاع الإعلام الفلسطيني إلى حد ما خلال تغطيته للعدوان الأخير على قطاع غزة 2014 أن يحشد الكثير من المتضامنين الذي لم نكن نشهد تحركاته خلال الفترات السابقة، وليس أكثر دليلاً على ذلك أن شهدت أوروبا تطوراً مهماً في التفاعل الجماهيري المناهض للاحتلال الإسرائيلي وعدوانه على الشعب الفلسطيني، وقد جلى ذلك في حجم التفاعل واتساع نطاقه والتطور النسبي في أشكاله التعبيرية، وتنسيق التحركات ونسج التحالفات في المجتمع المدني والميدان الجماهيري، وقد اتسم هذا التفاعل، في العموم وليس على الإطلاق، بالتنوع في مكوناته، وبانضمام فئات وشرائح متزايدة إليه في عدد من الدول الأوروبية.

وقد قاد الإعلام العربي والدولي المنبعثة رسالته من قطاع غزة الجماهير الغفيرة المتعددة في العالم والتي خرجت من أجل تأييد القضية الفلسطينية، ورغم عدم

انعكاس ذلك على بوضوح على المواقف السياسية الرسمية في أوروبا التي بقيت تقريباً متحفظة بقدر من الثبات، إلا أنها أظهرت الاستجابة الجماهيرية العارمة التي بدى فيها جلياً وجود تحولات متعددة طرأت في أوساط المجتمعات في الموقف من الاحتلال الإسرائيلي وسياساته.

ويعتبر الإعلام العربي والدولي الذي أخرج هذه الجماهير هو الإعلام الذي امتاز بالقوة على مدار عمله خلال الفترات السابقة، وتميز في تغطيته للعدوان الأخير على قطاع غزة.

المحور الأول:

نظرة عامة على أداء الإعلام العربي والدولي خلال عدوان 2014م

رغم ما يمتلكه الإعلام الفلسطيني من إمكانيات بسيطة مقارنة بالإمكانيات الدولية، وخاصة إمكانيات العدو الإسرائيلي، إلا أن الإعلام العربي والدولي المنبعث من فلسطين، والذي يبث رسالته من غزة التي أصبحت ونتيجة ما تمثله من نقطة ساخنة عالمياً أن تجند كل هذه الإمكانيات الدولية لصالحها، فقد أصبح لدى الكثيرين من المؤسسات الإعلامية التابعة لجهات دولية سواء عربية أو أجنبية مساحة للقضية الفلسطينية.

وقد استطاع الإعلام الفلسطيني الذي يعمل في مؤسسات الإعلام العربية والدولية أن ينشر قضيته للعالم الخارجي وأن يخرج الصوت الفلسطيني الذي لم يكن يسمع من قبل، ليحصل على تأييد شعبي ودولي واسع، وذلك من التغطية الآنية والإخبارية التي تحدثت على أرض الواقع من عدوان إسرائيلي على قطاع غزة طال المواطنين العزل والنساء وقتل الأطفال، وفضح جرائم الاحتلال والدفاع عن الحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني، ورغم أنه كان سابقاً لا يسمح بنقل الصورة كما هي، بل كان يتم عليها التعديل والتحوير وأحياناً المنع لنشر بعض المعلومات، إلا أن الإعلام الفلسطيني يقع على عاتقه أن يخدم قضيته ويعمل على نصرتها.

وقد لاحظ الجميع أن الإعلام العربي والدولي قد أدى دوراً كبيراً من أجل خدمة القضية الفلسطينية، وذلك من خلال تسجيل حضوره السريع، بل في اليوم الأول من العدوان، من إفساح عدد كبير من المحطات الدولية لمساحات واسعة لتغطية العدوان الإسرائيلي على غزة، بل أن بعضهم قد فتح قنواته كموجة مفتوحة لتغطية العدوان الذي استمر 51 يوماً، وفي ظل تلهف الجماهير العالمية لمعرفة ما

يحدث في قطاع غزة، استطاع الإعلام الفلسطيني أن يروي ظمأ هذه الجماهير المتعطشة لمعرفة القصص الإنسانية التي تثبت أن الشعب الفلسطيني يتعرض لعدوان كارثي، واستطاع أن يضحد الرواية الإسرائيلية.

وكان هناك واضحاً تطور القدرة على صناعة الحدث الإعلامي والجماهيري سواء داخل فلسطين أم خارجها، عبر حملات ومبادرات وخطوات فعالة، وتراكم التجارب وتبادل الخبرات في مجال العمل الجماهيري المناصر لقضية فلسطين، والاستفادة من مزايا التواصل والتشبيك عبر البيئات المتعددة في هذا المجال.

المحور الثاني:

معيقات ومشاكل واجهها الإعلام العربي والدولي

عندما يعمل الإعلام الفلسطيني في مؤسسة إعلامية فلسطينية، فلن يكن على كاهله الكثير من المعوقات المتمثلة بالانصياع لسياسات تحريرية معادية لقضيته، فعندما يعمل الفلسطيني لدى مؤسسة إعلامية خارجية لها أنظمتها الخاصة، ولها سياساتها التحريرية التي لا تؤيد القضية الفلسطينية، بل تدعم الرؤية الإسرائيلية، فإن الأمانة والمهنية والوطنية تفرض عليه أن يدعم قضيته الفلسطينية، دون أن يخصر وسيلته الإعلامية التي يعمل معها، وقد استطاع الكثيرين من الإعلاميين الفلسطينيين المواءمة بين الحفاظ على الاستمرارية في العمل الإعلامي مع هذه المؤسسات الدولية، وعدم الاجترار وراء سياساتها المعادية للقضية الفلسطينية.

والمراقب للإعلام العربي والدولي الذي انبعثت رسائله من خلال قطاع غزة للعالم الخارجي، ورغم ما حققه من أهداف تعتبر مقارنة بالعدوانين السابقين إنجازات محسوسة، إلا أن هذا العمل وهذا الأداء قد شابه بعض الأخطاء، وكان هناك بعض المعوقات التي حدث نتائجه الإيجابية لصالح القضية الفلسطينية، ومن أهم هذه المشاكل والمعوقات:

- هناك غياب للإستراتيجية الإعلامية وغياب للإطار الإعلامي الفلسطيني.
- الاقتصار على اللغة العربية في توجيه الرسائل الإعلامية، فاللغة العربية يفهمها العرب فقط، ولذا علينا أن نتحدث لشعوب العالم بلغاتهم ومن خلال ثقافتهم، وبغير ذلك لا يمكن أن ننجح.
- اختلاف الرسائل التي تخرج للعالم الخارجي نتيجة الاختلاف الحزبي لدى الإعلاميين.

- عدم القدرة والتنقل في التغطية نتيجة الخوف الشديد من الاستهداف الإسرائيلي.
- عدم استغلال التعاطف الدولي والعالمي الذي تم إجازته خلال العدوان والاستمرار بالتركيز على هذه الجماهير في القضايا الثابتة للقضية الفلسطينية.
- سيطرة إسرائيل على إدارات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى يجعل من اجتهادات بعض الإعلاميين خدمة القضية الفلسطينية مرفوض. إلى جانب أن الدعاية الإسرائيلية الموجهة للعالم الخارجي تعمل بشكل مباشر وقوي.

المحور الثالث:

مدى الاستفادة والخبرة من العدوانين السابقين

خلال عدوان 2008 كان الإعلامي الذي يعمل لمؤسسات الإعلام العربية والدولية ليس لديه الخبرة الكافية في تغطية الحروب والأزمات، فعمل ما أمكنه، وفي عدوان 2012 استطاع أن يستفيد من الخبرة التي اكتسبها في العدوان السابق، أما في العدوان الأخير 2014 كان لدى الإعلامي الخبرة الكبيرة، واستطاع أن يعمل بشكل متطور وبشكل مدروس.

وكان لدى الإعلامي خلال هذا العدوان المعرفة المسبقة بما يصلح للنشر، وما لا يصلح للنشر، وباستطاعته معرفة كيف يمكن تغطية ما يجري من مجازر في قطاع غزة بأسلوب يقبله العالم الخارجي، فلم تظهر الصور التي ارتكزت على الدماء والقتل، بكل كان التركيز ظاهراً على القصص الإنسانية، فقد أصبح لديه الخبرة في معرفة ما يريده الجمهور الخارجي، وما يحب أن يسمعه ويراه أو يقرأه، ومعرفة ما الذي ينفر منه ولا يحب أن يراه، ففي العدوان الأول سيطر على الرسائل الإعلامية صور الدماء والقتل والدمار اعتقاداً من الإعلامي أن الصورة أكبر دليل على ما يجري في قطاع غزة، ولكن وبناء على التجربة أصبح يعرف أن مقابلة مع طفلة فقدت أمها أفضل بكثير من عرض صور لهذه الأم مقتولة والدماء تسيل منها.

المحور الرابع:

رسالة الإعلام العربي والدولي، وكيفية تقييمها

نتيجة لحجم الدمار الكبير الذي حدث على قطاع غزة في عدوان 2014 والتغطية

المستمرة لمدة 51 يوماً فقد كانت هناك رسالة إعلامية خرجت للعالم الخارجي امتازت بالقوة والصدق، إلى جانب أن هذه الرسالة ونتيجة تكرارها لمدة 51 يوماً للجمهور الخارجي استطاعت أن تكسب تعاطفه وتضامنه، وهو ما أخرج الجماهير العريضة في الدول الأوروبية تضامناً مع القضية الفلسطينية، ورفضاً للدعاية الإسرائيلية التي كانت تكذب عليهم وتزيف الحقائق سابقاً.

تميزت الرسائل الإعلامية التي خرجت من الفضائيات سواء العربية أم الدولية بخدمتها للقضية الفلسطينية، وقد استطاع الإعلام الفلسطيني المتوجه للعرب مراعاة التنوع الغربي ثقافياً وفكرياً ومخاطبة هذا الجمهور مخاطبة إنسانية قائمة على الإقناع العقلي والمنطق في الإقناع لضحد الدعاية الإسرائيلية.

المحور الخامس:

توصيات لرفع كفاءة الإعلام استناداً لما تم خلال الحرب

- العناية بتنمية الخطاب الفلسطيني الموجه إلى شعوب العالم، وتطوير سبل التواصل والإعلام والتشبيك مع الأطر المدنية والأوساط الجماهيرية.
- ضرورة مراجعة الأداء الرسمي الفلسطيني وخطابه فيما يتعلق بالتفاعل الجماهيري مع قضية فلسطين، خصوصاً السفارات والممثلات الدبلوماسية الفلسطينية.
- ضرورة إيجاد جسم إعلامي وشبكة تواصل بين الصحافيين الفلسطينيين والعرب والأجانب المتضامنين مع الشعب الفلسطيني من أجل تطوير سبل وتقنيات العمل الإعلامي المدافع عن القضية الفلسطينية واختراق المجتمعات غير الناطقة بالعربية والواقعة تحت تأثير الدعاية الإسرائيلية.
- التجديد في أشكال التفاعل الجماهيري المؤيد لفلسطين وأدواته ومضامينه
- الإعلام الداعم للقضية الفلسطينية يحتاج دعم وتنسيق أكبر من ما هو عليه حالياً، مشدداً على أهمية مخاطبة الشعوب الأخرى غير الناطقة بالعربية.
- ضرورة تناول معاناة الشعب الفلسطيني في الإعلام العربي والدولي بقوالب متجددة والتركيز على عرضها بشكل أنساني لإظهار المعاناة الإنسانية للسكان الذي يعانون انتهاكات يومية لأبسط حقوقهم التي يكفلها القانون الدولي.
- يجب تكوين مركز أو مؤسسة تتبنى القضايا المتفق عليها وطنياً وتنتج مواد إعلامية وتبثها، وتنشئ مراكز شرعية في كل العالم تقوم بتلقي هذه المواد

وترجمتها إلى الثقافات واللغات المختلفة وإعادة نشرها من جديد بحيث تكون مؤثرة في تلك المجتمعات. ننتقي القضايا المتفق عليها ونبتعد عن القضايا الخلافية وبهذا نستطيع أن نحرز شيئاً“.

- ضرورة تطويع الخطاب الإعلامي الفلسطيني الموجه للغرب بما يتناسب مع خدمة القضية والرسالة الإعلامية المناسبة للمجتمعات الغربية.

- ضرورة أن يسوق الإعلام الفلسطيني القضية وعدالتها للجمهور الغربي، برسائل تواجه الدعاية الإسرائيلية.

- تشكيل إعلام فلسطيني ناطق باللغات الأجنبية لمخاطبة الغرب بمفاهيم تتناسب مع تفكيره وقادرة على التأثير في قناعاته، مشيراً إلى أن الإعلام الفلسطيني كثيراً ما يخاطب نفسه بدلاً من مخاطبة الآخرين.

- مشدداً على ضرورة توسيع الخطاب الإعلامي الفلسطيني ليصل لكل العالم.

- العناية بتنمية الخطاب الفلسطيني الموجه إلى شعوب العالم، وتطوير سبل التواصل والإعلام والتشبيك مع الأطر المدنية والأوساط الجماهيرية. ومراجعة الأداء الرسمي الفلسطيني وخطابه فيما يتعلق بالتفاعل الجماهيري مع قضية فلسطين، خصوصاً السفارات والمثليات الدبلوماسية الفلسطينية.

- توحيد المصطلحات الإعلامية والكلمات التي تخدم القضية الفلسطينية والاتفاق عليها.

- التجديد في أشكال التفاعل الجماهيري المؤيد لفلسطين وأدواته ومضامينه، وتنشيط التراكمية في التجارب والتوسع في تبادل الخبرات، وتخفيف المشروعات وبرامج العمل الضاغطة، والسعي لوضع قضية فلسطين ضمن اهتمامات الجماهير في المجتمعات الأوروبية بشتى شرائحها من خلال تنوع زوايا التناول المناسبة للقضية وملفاتها وجزئياتها.

- تأهيل كوادر ومتحدثين رسميين للحكومة والفصائل قادرين على التعاطي مع وسائل الإعلام الأجنبية بشكل واسع، محترفين في انتقاء ألفاظهم ومصطلحاتهم في تصريحاتهم للإعلام.

- البحث والعمل على إيجاد آليات عملية لتطوير الإعلام الفلسطيني وخصوصاً الموجه للغرب، حيث أن كثير من المجتمعات الغربية لا تعرف شيئاً عن القضية الفلسطينية.

- مواصلة تطوير صيغ ائتلافية وتحالفية وتنسيقية فعالة في مجال العمل الجماهيري لصالح القضية الفلسطينية في أوروبا، والحرص على كسب قطاعات وشرائح متعددة ومزيد من الشخصيات العامة ومنظمات المجتمع المدني.

تمر بحمد الله

تقييم الأداء الإعلامي

خلال العدوان الإسرائيلي

على قطاع غزة

1436هـ - 2014م