

## The Impact of Psychological Warfare in the Palestinian Media on Israeli Society "The July War 2014 as a model"

Mohammed Saeed Thuraya

University College of Applied Sciences || Gaza || Palestine

**Abstract:** The study aimed to know the role of psychological warfare in the Palestinian media on Israeli society during the 2014 war, and the researcher used the descriptive and analytical approach, whereby the researcher used the interview tool with political analysts, media professionals, and specialists in Israeli affairs, psychology and the media, who numbered 25 personalities, to find out how it affected The psychological war in the Palestinian media on the Israeli occupation society. The study concluded that the success of the Palestinian media in reaching the Israeli society and communicating its voice, as well as the success of the Palestinian media in affecting the morale of the Israeli occupation society. The study recommended the establishment of radio, satellite channels, and websites in the Hebrew language aimed at the Israeli public and based in its programs on the media strategy, in addition to establishing a unified media strategy for all Palestinian media, and working to reach the largest segment of Israeli society through the Palestinian media.

**Keywords:** psychological warfare - the media - Israeli society.

## أثر الحرب النفسية في الإعلام الفلسطيني على المجتمع الإسرائيلي "

### حرب تموز 2014 نموذجاً"

محمد سعيد ثريا

الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية || غزة || فلسطين

**الملخص:** هدفت الدراسة إلى تحديد أثر الحرب النفسية في الإعلام الفلسطيني على المجتمع الإسرائيلي خلال حرب تموز 2014، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي. حيث قام الباحث باستخدام أداة المقابلة مع المحللين السياسيين والإعلاميين والمختصين بالشأن الإسرائيلي وبعلم النفس والإعلام والذين بلغ عددهم 25 فرداً للتعرف على كيفية تأثير الحرب النفسية في الإعلام الفلسطيني على مجتمع الاحتلال الإسرائيلي. وتوصلت الدراسة إلى أن نجاح الإعلام الفلسطيني في الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي وإيصال صوته، كما نجح الإعلام الفلسطيني في التأثير على معنويات مجتمع الاحتلال الإسرائيلي. وقد أوصت الدراسة بإنشاء إذاعة وقنوات فضائية ومواقع الإلكترونية باللغة العبرية موجهة إلى الجمهور الإسرائيلي وتستند في برامجها إلى الاستراتيجية الإعلامية، بالإضافة إلى إنشاء استراتيجية إعلامية موحدة لجميع وسائل الإعلام الفلسطيني، والعمل على الوصول لأكثر شريحة في المجتمع الإسرائيلي عبر الإعلام الفلسطيني.

**الكلمات المفتاحية:** الحرب النفسية – الإعلام – المجتمع الإسرائيلي.

### المقدمة.

مع تزايد الصراعات في هذا العالم وتشعبها، تبعاً لظهور أنظمة وتحالفات، وانهيار أخرى، أصبحت الحاجة إلى الحروب الباردة، والمعارك غير العسكرية أكثر، واتخذت هذه الأشكال التي عرفت بمصطلح الحرب النفسية، أهمية قصوى نتيجة من قدرتها في التأثير والتي تفوق أحياناً القوة والمواجهة العسكرية، إلا أنها تحتاج قدرأ أكبر من

الحنكة والذكاء، والاستعداد، والخبرة بالأدوات؛ نظراً لكونها مستمرة وغير محددة بوقت الحرب، وقدرتها على تهيئة جو لما يتم يخطط من قرارات، ودفع الرأي العام إلى توجه معين، من خلال أسلحة الصوت والصورة والكلمة، باستخدام الإشاعات والدعاية، والحشد والتوجيه، وبذلك يصبح لهذه الحرب النفسية القدرة على تغيير نتائج المواجهة، وقلب الهزيمة إلى نصر، أو العكس، وقلب الموازين المادية كلها.

ويعتمد مستوى نجاح وفشل أي حرب نفسية على وقتها بالدرجة الأولى، إذ من الواجب أن تسبق الحملة العسكرية، ثم تكملها أو تسيّر معها، كما إن وظيفة الحرب النفسية قبل المعركة خفض الروح المعنوية لجنود الأعداء، وهي عامل مساعد للعمل العسكري يهدف إلى الإسراع بالنصر وتخفيض كلفته، لكن الحرب النفسية ليست بديلاً للمعركة المادية، بل مكملتها، ويلعب عنصر التوقيت في الحرب النفسية دوراً كبيراً في تحديد اتجاه الحرب الميدانية؛ ففي كثير من الأحيان تكون الحرب النفسية كافية لدخول معركة ميدانية سهلة بعد تحطيم معنويات الخصم.

#### مشكلة الدراسة:

تستخدم الحرب النفسية الدعاية والإشاعة والمقاطعة الاقتصادية والمناورات السياسية كأساليب يمكن من خلالها إضعاف الطرف الذي يهدد أمن المجتمع بأي من أساليب التهديد، كما أن الحرب الإعلامية ضرورية كجزء من استراتيجية إدارة الأزمات ولا بد أن تبنى على أساس المصالح المتبادلة بين الدول. ووسائل الإعلام من أهم الأدوات التي تُنجز أهداف الحرب النفسية وقت الأزمات، ولكن أمامها مهمة ثقيلة بالأخص ثقة الجمهور حتى وإن نجحت في إدارة الأزمة، كما أن على الجمهور أن يدرك أهمية دعمه لإدارة الأزمة في مجتمعه، فالشعوب لا تنفصل في دعمها عن الجيش في حال الأزمات، وبناء عليه تبرز مشكلة الدراسة من خلال السؤال الرئيس "ما أثر الحرب النفسية في الإعلام الفلسطيني على المجتمع الإسرائيلي في حرب تموز 2014؟".

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. معرفة استراتيجيات الإعلام الفلسطيني وأثارها النفسية على الفلسطينيين ومجتمع الاحتلال أثناء عدوان غزة 2014.
2. مدى قدرة الإعلام الفلسطيني على الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي وإيصال صوته.
3. مدى قدرة الإعلام الفلسطيني على بثّ الأناشيد والفواصل باللغة العبرية في التأثير على معنويات المجتمع الإسرائيلي.
4. معرفة مساهمة الرسائل التي بثّها الإعلام الفلسطيني في الحرب البرية في إرعاب الجنود والمجتمع الإسرائيلي بتوعد الجنود بالقتل أو الأسر أو الإصابة.
5. معرفة حجم التركيز في الإعلام الفلسطيني على بثّ لرسالة المقاومة باستهداف مستوطنات غلاف غزة ومطار بن غوريون، على خلق حالة من الفوضى في صفوف المجتمع الإسرائيلي.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

1. تساعد في عملية إعداد أساليب ووسائل الإعلام وطرق تطويرها، من خلال تقديم رؤية جديدة للإفادة من ثورة التقنية الرقمية، بما تتضمنه من وسائل مرئية ومكتوبة ومسموعة.

2. تتناول الدراسة موضوعاً مهماً جداً، وهو استراتيجيات الإعلام وأثره الذي له أهمية كالحرب المادية، وتبحث في فترة الحرب عام 2014م.
3. البحث في شريحة هامة في الحروب والأزمات، وهم نخبة فلسطينيين من سياسيين ومختصين بالشأن الإسرائيلي، وتسلط الضوء على كيفية تقييمهم لأداء الإعلام الفلسطيني أثناء الحرب عام 2014م.
4. تبحث في الآثار النفسية على مجتمع الاحتلال من خلال استراتيجيات الإعلام الفلسطيني.

#### حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: غزة - فلسطين.
- الحدود الزمانية: حرب قطاع غزة عام 2014م.

#### مصطلحات الدراسة:

- هناك عدد من المصطلحات التي سيتم استخدامها في هذه الدراسة؛ ولتسهيل معرفة المقصود بها، سوف نقوم في هذا الجزء بإعطاء تعريف موجز لها:
- الحرب النفسية: استخدام أي نوع من وسائل الإعلام، بقصد التأثير في عواطف وعقول جماعة معينة، معادية أو محايدة، أو أجنبية صديقة، لغرض معين (الأقطش، 2014).
  - الإعلام الفلسطيني: هو المؤسسات الإعلامية من لتلفزيونات وإذاعات وصحف ومواقع إلكترونية نشأت في فلسطين، ومن مهامها الدفاع عن حقوق الشعب الفلسطيني، وإظهار حقه ومظلوميته للعالم، وهي إحدى مهمات الإعلام في مؤسساته المختلفة، ومهاراته المتنوعة، ومبادراته التي لا يجب أن تخضع إلا للضمير الإعلامي اليقظ، من خلال الممارسة المتواصلة لبلوغ حالة الرضا بالتقويم والمتابعة (بركة، 2011).
  - مجتمع الاحتلال الإسرائيلي: هو مجتمع استعماري صهيوني إحلالي؛ هدفه إحلال مجموعة يهودية في مكان السكان الفلسطينيين الأصليين، موظفاً أدوات مختلفة في سبيل الاستيلاء على الأراضي الفلسطينية التي احتلها عام 1984م (شقيير، 2013).
  - الحرب على غزة عام 2014م: هي عملية عسكرية نفذها الجيش الإسرائيلي ضد سكان قطاع غزة، استمرت 51 يوماً، وذلك في الفترة الواقعة ما بين (2014/7/7م وحتى 2014/8/26)، وهدفت إلى تدمير القوى التحتية للمقاومة الفلسطينية، واستعادة هيبة الردع للاحتلال الإسرائيلي، وقد أطلق عليها الجيش الإسرائيلي عملية الجرف الصامد، وردت عليها الفصائل الفلسطينية بمعركة العصف المأكول والبنيان المرصوص (الأقطش، 2014).

## 2- الإطار النظري والدراسات السابقة.

### المحور الأول- الحرب النفسية

#### الحرب النفسية النشأة والتطور

أصبحت الدول الحديثة في معظمها تسعى سعياً حثيثاً لتطوير سبل الحرب النفسية لديها، والعمل على التفوق فيها؛ لتحقيق النصر، وسحق معنويات الأعداء، فالحرب النفسية سلاح فعال فتاك في المعارك، وهي أقوى

تأثيراً من الحرب المادية، ذلك لأن تأثيرها يقع على النفس الإنسانية وحوالها، فالمعنويات المهارة لا تستطيع الثبات، وإن امتلكت أحدث الأسلحة، أو كانت أكثر عدداً وُعدة (بركة، 2011).

كما أن الحرب النفسية تعد أقل الأسلحة كلفة؛ إذا ما أحسن استخدامها، كما أنها تؤثر تأثيراً فعالاً في تقليل أمد الحرب العسكرية، وعدم إدراك أهميتها يؤدي إلى التفريط بالأسلحة الفعالة، وتعتبر الحرب النفسية ضمن سلاح تستخدمه الدول في الحرب الحديثة؛ لأنها تقوم بالدور الفعال في قتل إرادة ومعنويات الخصم، وهي من أهم موضوعات الساعة، وهي أخطر أنواع الحروب. كما أنها الحملة الشاملة التي تستخدم فيها كل الأجهزة، والأدوات المتاحة للتأثير في عقول ومشاعر جماعة محددة، بقصد تغيير مواقف معينة، وإحلال مواقف أخرى، تؤدي لسلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي شن هذه الحرب (عباس، 2005).

ويرى الباحث أن الحرب النفسية هي معركة شرسة يعد لها جيداً؛ وعادة ما تسبق الحرب الميدانية، وتبقى متواصلة أثناء الحرب إلى ما بعدها لاستثمار النتائج، ويتم فيها استخدام الأساليب كافة والطرق المتاحة للمشروعة وغير المشروعة، من أجل رفع الروح المعنوية للجهة الداخلية، وهزيمة قوى الخصم، وعادة ما تكون الحرب النفسية القوية حاسمة منذ البداية، سواء أكان هناك حرب ميدانية أم لم يكن، وتسمى حينها الحرب الباردة، وتأتي على مستويات تتدرج من الدول العظمى إلى الجماعات الضعيفة، ومنذ نشأة دولة الاحتلال الإسرائيلي على أرض فلسطين، وهي تستخدم الحرب النفسية سواءً في الحرب أو السلم.

#### خصائص الحرب النفسية:

تتميز الحرب النفسية بمميزات كثيرة، منها (أبو بكر، 2014):

1. لا تسعى للإقناع بل تحطيم القوة المعنوية للخصم، وكانت إسرائيل تحاول تحطيم صورة القوة لدى الشعب الفلسطيني، وقدرته على مقاومة الاحتلال الإسرائيلي.
2. مواجهة أصلاً نحو الخصم "العدو".
3. تحطيم الوحدة المجتمعية والنفسية للخصم، ببعثرة الجهود وبلبلة القوى السياسية، والسعي لتناحرها.
4. التشكيك في سلامة وعدالة هدف أو قضية العدو وزعزعة الثقة لدى الخصم بإحراز النصر وبقوته.
5. استغلال أي انتصارات في إضعاف عقيدة الخصم، وتفتيت حلفائه، وكسب المحايدين.
6. كانت من أهم أهداف المقاومة في صد الحرب النفسية من قبل الاحتلال الإسرائيلي طمأنة المواطنين على قوة المقاومة، وأن الاحتلال لم يستطع التقدم سوى أمتار قليلة، وأن المقاومة أتخنت فيه قتلاً مثلما حصل في حي الشجاعية، خاصة أن المقاومة استطاعت أن تبتّ بعض صور الجنود القتلى، وكيف كانت تتساقط عليهم القذائف، الأمر الذي أدى إلى زرع الخوف والرعب على حياة جنودهم.

#### أهداف الحرب النفسية:

لا شك أن الحرب النفسية تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف التي تعمل على تحطيم إيمان الخصم بعقيدته السياسية، ومنها (سعدات، 2013):

1. إضعاف المعنويات والفعالية العسكرية لقوات العدو ودعم العمليات السرية.
2. خلق جو عام من النزاع الداخلي وسط صفوف العدو، وتشجيع إحداث نوع من الانقلاب العسكري بينهم، وإقناع السكان المحليين بدعم العملية العسكرية ضد حكومتهم.
3. رفع المعنويات وسط صفوف الجيش الموالي، والمجموعات المحلية العسكرية الصديقة.
4. وسائل الحرب النفسية وأدواتها:

5. لا بدّ من وجود وسائل فعالة لتحقيق أهداف الحرب النفسية، وأبرزها كما يلي:
6. الإنسان: من حيث كونه فرداً في المجتمع، سواء كان مناصراً أو معارضاً أو مذنباً أو محايداً أو عميلاً، حيث قد يساهم هؤلاء جميعاً في الحرب النفسية إيجاباً أو سلباً.
7. المطبوعات والوسائل السمعية والبصرية: وتتمثل في الصحف، خطب، أغاني، أناشيد وطنية والصور، وأشربة الفيديو، والإعلام، والرموز، السينما، والتلفاز، والمسرح.

## المحور الثاني- الإعلام الفلسطيني:

### الإعلام الفلسطيني وأدواته:

لقد نشأ الإعلام الفلسطيني مقاوماً منذ البداية وكان مشاركاً فاعلاً في الأحداث، ولأن فلسطين عايشة أحداثاً خطيرة، أقبل عليها الإعلاميون من كل مكان، وقد انطلقت مقاومة الشعب الفلسطيني لتعيد إلى أذهان العالم اسم فلسطين، وتطالب بحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره، وكان للإعلام الفلسطيني محطات بارزة في هذه المهمة، ومن المعلوم أنه بمقدار توفر وسائل اتصال لدى المواطن؛ نظمت على يسر سرعان الاتصال إلى القاعدة، ومن القاعدة إلى الأعلى، أي نظمت على الحلقة اللازمة لإيصال الكلمة من مركز القرار إلى الشعب والعكس، وقام الإعلام الفلسطيني بدور ضروري في التصدي للأزمات وتداعياتها، مع العمل على اقتراح وسائل للحل عبر أسس موضوعية وعلمية خارج دائرة التعصب الحزبي، وتلك هي إحدى مهمات الإعلام في مؤسساته المختلفة، ومهاراته المتنوعة، ومبادراته التي لا يجب أن تخضع إلا للضمير الإعلامي اليقظ، من خلال الممارسة، والتجريب المتواصل لبلوغ حالة الرضا بالتقويم والمتابعة، ومع بداية عملية السلام عام 1993م انتشرت ظاهرة محطات التلفزة الخاصة، ولكنها اقتصر على الضفة الغربية، دون قطاع غزة كون غزة هي المقر الرئيس، ولا تريد السلطة آنذاك منافساً لها في غزة، فلم تعط التراخيص لمحطات التلفزة في غزة، وكان عدد المحطات الموجودة في الضفة الغربية كبيراً جداً مما خلق تنافساً مع التلفاز الرسمي (شقيير، 2013). وتتفوق فلسطين على الكثير من الدول العربية في انتشار هذه الإذاعات والمحطات، حيث يبلغ عددها (20) محطة لتلفاز، ومن أهم هذه القنوات (سعدات، 2013):

1. قناة فلسطين الفضائية: وهي فضائية فلسطينية رسمية تابعة للسلطة الفلسطينية، أنطلق البث التلفزيوني من غزة، أما الفضائية الفلسطينية فأنشأت بقرار وزاري يوم 1-7-1998م، وكانت تلك أول مرة تشهد فيها الأراضي الفلسطينية الإرسال التلفزيوني، والذي اعتُبر أول تجربة في هذا المجال، وهي تجربة فريدة من نوعها.
2. قناة الأقصى الفضائية: لا يخفى على أحد أهمية هذه الفضائية للشعب الفلسطيني، حيث تُعتبر القنوات الفضائية في الوقت الراهن أحد أهم أدوات التأثير السياسي، والاجتماعي، في ظلّ نفاذها إلى مختلف مفاصل المجتمعات، وتأثير الفعل الإعلامي في حياة الناس. فقد تم إنشاء قناة الأقصى الفضائية في 20-11-2006م، لتضع نفسها بين الفضائيات العالمية على الأقمار الصناعية، متبينة المقاومة، والدفاع عن الحقوق الفلسطينية، والعربية ضد الاحتلال الإسرائيلي سعياً لتكريس ونشر القيم السامية والنبيلة على المستوى العالمي، ونشر الوعي وتوضيح الواقع الفلسطيني بصورته الصحيحة.
3. قناة القدس: أطلقت قناة القدس بثها الرسمي يوم 11 تشرين الثاني نوفمبر 2008م، وأعلنت أنها تتبنى رؤية فلسطينية جامعة لكل الفلسطينيين، ولدى القناة عدد من المكاتب في بيروت، ودمشق، والضفة الغربية، وقطاع غزة، والبحرين، وتعمل القناة على توسيع نطاق انتشارها حتى تغطي جميع أقطار الدول العربية.

4. قناة فلسطين اليوم: بدأت قناة فلسطين اليوم الفضائية البث يوم 2011/2/25م، وتزامنت انطلاقتها مع انطلاق ثورات الربيع العربي، وسبب تسميتها فلسطين: لعمومها ولأن الوطن لا يجزأ، ولأن الانتماء لا يقسم، ولكيلا يمجى التاريخ وتزول الجغرافيا.
5. قناة الكتاب: قناة فلسطينية، ثقافية، تربوية، اجتماعية، تستهدف بالدرجة الأساسية الشعب الفلسطيني في كافة أماكن تواجده، والأمتين العربية والإسلامية في حدود مساحة التغطية القمرية التي تسعى لزيادتها، لتشمل مساحة أوسع على مستوى العالم.
6. قناة مكس معاً: قناة "مكس معاً" جزء من شبكة "معاً"، وهي عبارة عن مؤسسة إعلامية مستقلة غير ربحية، تعمل على تعزيز الإعلام بعيداً عن الانتماءات الحزبية، وترسيخ مبادئ الديمقراطية، وحرية التعبير، والتعددية الإعلامية، باعتبارها وسائل لتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان.

#### استراتيجيات الإعلام الفلسطيني للتأثير على المجتمع الإسرائيلي:

إن الإعداد لمخاطبة الخصم تعد من أصعب المهام التي تقوم بها أجهزة الإعلام، نظراً للخصوصية التي تمتع بها المجتمعات، وخاصة المجتمع الإسرائيلي الذي يعتبر من أكثر المجتمعات تنوعاً عرقياً، لذا يتوجب أن تكون هناك وسائل مباشرة للخطاب، وأخرى غير مباشرة.

#### 1. مخاطبة الجمهور الإسرائيلي بشكل مباشر:

يعدّ المجتمع الإسرائيلي من أكثر المجتمعات انغلاقاً من الناحية القومية؛ نظراً لاعتماده على اللغة العبرية في التخاطب مع الجمهور، ولعل اللغة العربية غير مستعملة بشكل كبير في المجتمع رغم وجود فلسطيني الـ 48 الذي يشكلون 20% تقريباً، إلا أن نسبة 62% من الإسرائيليين لا يجيدون اللغة العربية، الأمر الذي يصعب اختراق الجبهة الداخلية الإسرائيلية.

ويرى الباحث أن الإعلام الفلسطيني والعربي قام ببعض المحاولات عبر القنوات الفلسطينية ببث برامج باللغة العبرية، أو نشرات في تلفزيون فلسطين موجهة للمجتمع الإسرائيلي داخلياً وخارجياً.

ونظراً لحدائثة مواجهة الإعلام الفلسطيني للمجتمع الإسرائيلي وعدم وجود مقارنة في الإمكانيات، قامت بعض وسائل الإعلام بإنتاج مواد باللغة العبرية، وتخاطبهم بلغتهم، وتعرض مواد تخصّهم، كالفواصل، والأناشيد المترجمة، والمواد المعروضة بالعبرية، وتخصيص بعض الفئات بالخطاب كالجنود وأفراد الجيش، مثال على ذلك أنشودة زلزل أمن إسرائيل باللغة العبرية التي حققت انتشاراً واسعاً على اليوتيوب، وحظيت بأكثر من مليون وثلاث مائة مشاهدة في المجتمع الإسرائيلي، وأيضاً أغنية نهاية الأمل باقتباس من النشيد الوطني الإسرائيلي.

ومن أهم المحاولات استغلال نقل بثّ القنوات الإسرائيلية للقنوات الفلسطينية بشكل مباشر، وتوجيه رسائل مباشرة مضادة لرسائلهم التي يحاولون بثّها، وإبطال تأثيرها فوراً وقد استخدم الإعلام الفلسطيني هذه الوسيلة عندما نقلت القناة العاشرة أو الثانية الإسرائيلية، ولعل الحوار الشهير الذي دار بين المحلل الإسرائيلي (يهود يعاري) ومذيع الإعلام الفلسطيني (يونس أبو جراد) ومحرر الشؤون الإسرائيلية (منصور ريان) حول حرب 2008، أوضح مثال على ذلك، فقامت القناة ببثّ بعض المواد الخاصة بالمقاومة.

ولعل المجتمع الإسرائيلي كان يثق في إعلام المقاومة وبياناتها أكثر من القادة، إذ تراجعت ثقة الجمهور الإسرائيلي في جيشه قيادة ومتحدثين باسمه لتصل إلى أن يصرح أكثر من مواطن إسرائيلي من سكان ما يسمى - غلاف غزة:- "نحن ننتظر تصريح أبو عبيدة وكلمة الضيف كي نعرف ما سيحصل، ولن نستجيب لدعوات -بيني جانتس رئيس هيئة أركان الجيش الإسرائيلي- بالعودة إلى منازلنا"

ويرى (الأقطش، 2014) أن الإعلام الإسرائيلي لم يستطع أن يصمد في هذه المعركة، وبدأت أول هزيمة له كانت عندما بدأ الناطق باسم الجيش تافهاً ومتناقضاً، وغير قادر على أن يجيب على الأسئلة بطريقة صحيحة، ويهرب إلى طريقة العلاقات العامة وتكرار نفس الأسطوانة المتمثلة في (الإرهاب)، هذه كانت هزيمة للجيش الإسرائيلي وإعلامه، لذلك كان هناك نجاح على الشق الآخر، وفي أي معركة إذا كان هناك فشل في طرفه فإنه يقابله نجاح في الطرف الآخر".

## 2. استخدام أساليب الحرب النفسية في المعركة الإعلامية، من خلال:

تخصيص فئات معينة بالخطاب، برسائل نوعية، تنمي الرعب في قلوبهم، وتتوعددهم، كرسائل ال sms، التي تم توجيهها للجنود والصحفيين ورجال السياسة في المجتمع الإسرائيلي تحذيرهم من اقتحام قطاع غزة، وأيضاً إلى مطار بن غورين بتحذيرهم من السفر أثناء الحرب الأخيرة.

تفعيل الحرب الإلكترونية، واستغلال كافة أذرعها في ردد الحرب الإعلامية، عن طريق جعل صفحات المواقع الإلكترونية، وصفحات التواصل الاجتماعي باللغة العبرية والانجليزية، منبراً لنشر الرواية الفلسطينية الصادقة، وإثبات كذب الروايات الإسرائيلية، ونشر الحملات المساندة، وتوسيع رقعتها، وإنشاء هاشتاقات، وتفعيلها، وتفعيل حرب الصورة في مواقع الصور المختصة، أو غيرها، وإرفاقها بمعلومات وحقائق دامغة، بالإضافة إلى اختراق موقع يديعوت أحرنتوت، وهآرتس في حرب 2009، حيث دخلت عمليات اختراق الموقع الإسرائيلية بعداً جديداً وحيزاً في الفضاء الإلكتروني بعد الحروب التي خاضتها إسرائيل ضد لبنان وقطاع غزة، الأمر الذي دفع الكثير من المتعاطفين إلى اختراق المواقع الإسرائيلية وبث مواد باللغة العبرية عبرها للتأثير على معنويات المجتمع الإسرائيلي.

## 3. مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإسرائيلية:

لقد حاول الإعلام الفلسطيني محاولات كثيرة في التأثير على الرأي العام الإسرائيلي وخاصة في الحرب الأخيرة 2014م، عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر واستخدم كثيراً من الهاشتاقات مثل هاشتاق #غزة\_تحت\_القصف باللغة العربية والإنجليزية والعبرية، وقد احتل هذا الهاشتاق مكاناً مميزاً على مواقع التواصل وخاصة الأمنية والإسرائيلية، وباعتراف أستاذ الإعلام في الجامعة العبرية (مئير كوهن) إن إعلام المقاومة يتطور تطوراً كبيراً في اختراق الجبهة الداخلية للاحتلال الإسرائيلي.

ولعل المتابع للإعلام الإسرائيلي خلال الحرب الأخيرة لاحظ أن الثقة بأخبار المقاومة جاءت نتيجة لحالة التخبط التي كانت واضحة على الإعلام الإسرائيلي، موضحاً: "للمرة الثالثة يخسر الإعلام الإسرائيلي المعركة الإعلامية، الأولى كانت في 1973، والثانية في 2006، والثالثة في الحرب الأخيرة، إذ لم يستطع الإعلام الإسرائيلي أن يقنع المواطن أنه صادق، وبالتالي بدأ يهرب إلى وسائل الإعلام الاجتماعية والفلسطينية"، مؤكداً: "هذه الحالة كان يجب أن تُستثمر بشكل أفضل من خلال توجيه بث بلغة عبرية وثقافة عبرية بعيداً عن المصطلحات التي تخلق نوعاً من الخلاف، وهذا كان ناقصاً، فنحن بحاجة إلى وسيلة إعلامية مهيبة تبث باللغة العبرية".

## 4. حملة المقاطعة للبضائع الإسرائيلية إعلامياً.

لعل سلاح المقاطعة لدولة الاحتلال الإسرائيلي لم يكن فاعلاً كما هو مطلوب، إلا بعد دخول وسائل الإعلام الفلسطيني والعربي والأجنبي لتوعية المجتمعات بخطر الاحتلال، وبدأت حملات المقاطعة اقتصادياً وأكاديمياً ومالياً، وبدأت إسرائيل حملات مضادة للمقاطعة، كونها ذات تأثير مباشر على صورة الاحتلال الإسرائيلي خارجياً، والتأثير على الاقتصاد الإسرائيلي المعتمد على التصدير والتجارة الخارجية بالضرورة، ووفقاً لأرقام صادرة عن مكتب الإحصاء الإسرائيلي، بلغت قيمة الصادرات إلى الأراضي الفلسطينية في الربع الأول من هذا العام نحو 816 مليون دولار، وفي محلات مختلفة في مدن الضفة الغربية، يحرص ناشطون من حملة المقاطعة على وضع ملصقات لتمييز البضائع

المصنوعة في إسرائيل ويكتبون عليها «قاطعوا إسرائيل» أو «لعلكم»: أنت تتبرع بشرائك هذا المنتج بـ 16 في المئة للجيش الإسرائيلي» في محاولة لردع الفلسطينيين عن شرائها، وبدأت حملات إذاعية وتلفزيونية وإلكترونية للتشجيع على مقاطعة البضائع الإسرائيلية واستبدالها بمنتجات محلية فلسطينية، ويقول الشاب رياض حمد وهو مصمم حملة «ادعم احتلالك» لمقاطعة البضائع الإسرائيلية: «إن الحرب على غزة دفعني لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية بشكل كامل».

#### ثانياً- الدراسات السابقة:

- دراسة (أبو بكر، 2014) هدفت إلى تعرف مخاطر الحرب النفسية الإسرائيلية على الأمن الفكري الفلسطيني، وأثر كلٍّ من المتغيرات الآتية (الجنس، الكلية، مكان السكن، الاتجاه السياسي)، وذلك كما يدركها طلبة جامعة النجاح الوطنية. وتوصلت إلى أن الاتجاهات الفكرية الوافدة وخاصة المعادية والاتجاهات العقائدية والثقافية والحضارية المعاصرة، والتي تعترض مسيرة الأمة العربية والإسلامية في عالمنا المعاصر تعمل وفق استراتيجيات وأهداف محددة، كما أن ظاهرة الغلو في الدين تعد من أكبر المخاطر والتحديات الفكرية في عالمنا المعاصر، كما إن الأجهزة الأمنية في المجتمعات المعاصرة، ذات مسؤوليات جسام في استتباب الأمن بين الأفراد والجماعات.
- دراسة (سعادات، 2013) هدفت إلى تعرف على أبعاد الشخصية "الصهيونية"، وأثر هذه الشخصية في صياغة الحرب النفسية "الصهيونية" خاصة ضد المجتمع الفلسطيني. وتوصلت إلى أن كيان المجتمع "الصهيوني" يعد ذا ثقافة متنوعة عرقياً وفكرياً ودينيّاً، وذلك نظراً لتنوع سكانه، كما تعدّ الشخصية اليهودية شخصية معقدة متناقضة مع ذاتها تعاني من الاستعلاء والكبر والغرور والعزلة والشعور بالاضطهاد وكراهية الغير، جملة هذه الصفات تولد شخصية غير مستقرة معقدة نفسياً، كما يعتبر الكيان "الصهيوني" أن نجاح حربه النفسية سيؤدي إلى تعاطف دولي لحمايته.
- دراسة (عباس، 2013) هدفت إلى تعرف على تطبيقات أبعاد الحرب النفسية "الصهيونية" وأبرزها حرب الدعاية "الصهيونية"، وتناولت أهم أبعاد الحرب النفسية "الصهيونية" (الدعاية، الإشاعة، الرسائل الموجهة، المنشورات)، وتطبيقاتها ضد الشعب الفلسطيني، في الحرب الغاشمة على قطاع غزة. وتوصلت إلى أنه شكلت الحرب الدعائية أحد أهم أبعاد الحرب النفسية وتطبيقاتها الموجهة ضد الشعب الفلسطيني، في الحرب على قطاع غزة، كما إن حرب الإشاعة والمنشورات والرسائل عبر التلفون أو الجوال، والتضليل الإعلامي شكلت أحد أهم أبعاد الحرب النفسية وتطبيقاتها الموجهة ضد الشعب الفلسطيني، في الحرب على قطاع غزة، كما إن الشعب والمقاومة في فلسطين، شكلاً جسماً واحداً للمواجهة والتصدي لأبعاد الحرب النفسية وتطبيقاتها، الموجهة ضد الشعب الفلسطيني، في الحرب على قطاع غزة.
- دراسة (بركة، 2011) هدفت إلى كشف استراتيجيات مواجهة الحرب النفسية "الصهيونية" من قبل النخبة الإعلامية الفلسطينية، وعلاقة ذلك بمستوى إدراك الحرب النفسية، وكذلك علاقة ذلك بالسمات الشخصية لديهم، إضافة إلى بعض المتغيرات كالنوع الاجتماعي، ونوع المؤسسة الإعلامية، وطبيعة العمل والمؤهل العلمي. وقد توصلت إلى أنه توجد فروق دالة إحصائية بين الجنسين من النخبة الإعلامية الفلسطينية في استخدام استراتيجيات مواجهة الحرب النفسية "الصهيونية"، وخلصت النتيجة لصالح فئة الذكور، كما توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائية بين الانتماء ورفع الروح المعنوية كاستراتيجية لمواجهة الحرب النفسية "الصهيونية"، وكل من السمات الشخصية في أبعاد الثقة بالنفس، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين بعد إثارة الخوف والقلق في أوساط الفلسطينيين كمدرّك للحرب النفسية "الصهيونية"، ومع كل

من سمة الثقة بالنفس والفاعلية ووضوح التفكير، وأيضاً سمة البشاشة ومع الدرجة الكلية لمقياس سمات الشخصية.

- دراسة (عباس، 2005) هدفت إلى كشف أهم وسائل الإعلام المعادي، وأثرها النفسي على الدعوة والمقاومة في فلسطين، والتعرف على أهم مكونات الإعلام "الصهيوني" ووسائله وأساليبه، وأبرز الجوانب التي تشكل مادته الإعلامية، ووضع أفضل السبل لمجابهتها. وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام "الصهيونية" هي الأداة الأهم في الحرب النفسية ضد الشعب الفلسطيني والدعوة والمقاومة، والتي تهدف إلى هزيمته النفسية والعملية، كما أن الدعوة والمقاومة في فلسطين جسم واحد لا يمكن فصلهما عن بعضهما البعض، كما إن الدعوة شكلت أحد أهم جوانب الإعلام الموجه وأمدت المقاومة بمادة خصبة للإعلام الموجه ضد العدو، وطورت من وسائلها الإعلامية عبر المقاومة للرد على إعلام العدو.

- دراسة (شليفر، 2003) هدفت لتحديد دور الإعلام في الصراعات بين الدول والمجتمعات، والكشف عن الحرب النفسية الإسرائيلية خاصة الموجهة ضد المجتمع الفلسطيني، وبيّنت الدراسة التي قام عليها الباحث الإسرائيلي "رون شليفر" وجود ثغرات وفجوات في الإعلام الإسرائيلي حالت دون توضيح وجهة النظر الإسرائيلية في الحرب الدائرة رحاها في الضفة الغربية وقطاع غزة ضد الفلسطينيين، الأمر الذي أدى إلى شجب وإدانة واستنكار تعرض لها الكيان الإسرائيلي، في حين حصد الفلسطينيون ونتيجة لتفوقهم الإعلامي تضامن العالم وتعاطفه، وفي هذه الدراسة تم استعراض المشاكل الهيكلية للحرب النفسية في الكيان الإسرائيلي وطرق حلها. وتوصلت إلى أن السنوات المتتالية من الإهمال ونقص الوعي والإدراك الإسرائيلي ساهم في عدم قدرة الأجهزة الإعلامية الإسرائيلية على القيام بأي إبداع مناسب، كما تعدّ المواجهة التلفزيونية وسيلة إعلام مشهورة ومنتشرة مفيدة تتطلب تدريباً مركزاً، كما إن الفلسطينيون الذين لا يملكون الوسائل العسكرية والتكنولوجية المتطورة فهموا خطورة الحرب النفسية الإسرائيلية من خلال خبرتهم السابقة، ومن خلال تجربة الآخرين، واستغلوا جيداً لصالحتهم.

- دراسة (شقيير، 2006) هدفت إلى تعرف ماهية الحرب النفسية الإسرائيلية، والمراحل التي مرت بها، والمرتكزات الأساسية للتخطيط للحرب النفسية الإسرائيلية وطرق مقاومتها، وأساليب الحرب النفسية الإسرائيلية ووسائل الإعلام الخادمة لها، وطرق الوقاية من الحرب النفسية. وقد تناول الباحث مباحث التعريف بالحرب النفسية الإسرائيلية، وأهم المراحل التي مرت بها، والحرب النفسية الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية وخصائصها ومبادئها. وعرّج على أهم أساليب الحرب النفسية الإسرائيلية من التضليل الإعلامي، والصدمة النفسية، والتهديد المستمر بالبطش، والإشاعة، وغسيل الدماغ، والطابور الخامس، وأسلوب فرق تسد، والبيانات المزورة. مبيناً دور وسائل الإعلام العاملة في الحرب النفسية وأهميتها، ومن هذه الوسائل: السينما، والصحف، والإذاعة، والمرئيات، والكتب، والدراسات، والمنشورات، ومكبرات الصوت، وغيرها، وطرق الوقاية من الحرب النفسية والردّ عليها. كما أن الفلسطينيين واجهوا أساليب الحرب النفسية "الإسرائيلية" بثبات وصمود مستخدمين بذلك كل وسائل الإعلام من أجل نشر عدالة قضيتهم أمام العالم، وقد تعاطف العالم مع قضيتهم من خلال حصول فلسطين على عضو مراقب في الأمم المتحدة، ولا يزال الشعب الفلسطيني مُصرّاً على استعادة كامل حقوقه الوطنية والإسلامية مهما بلغت آلة الحرب الإسرائيلية جساراً وعنفاً، وما بحرث الأرض إلا عجولها.

### التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ الباحث أن الدراسات السابقة قد تنوعت في مواضيعها والأهداف التي سعت إليها مثل دراسة الحرب النفسية "الصهيونية" ضد غزة كما في دراسة (عباس، 2013)، ودراسة أثر الشخصية "الإسرائيلية" في صناعة الحرب النفسية "الصهيونية" كما في دراسة (سعدت، 2013) ومواجهة النخب للحرب النفسية "الصهيونية" كما في دراسة (بركة، 2011)، والحرب النفسية داخل دولة إسرائيل كما في دراسة (شليفر، 2003). وقد التقى الباحث في دراسته للحرب النفسية الإسرائيلية مع دراسة (عباس، 2013)، ودراسة (شقيير، 2013)، ودراسة (عباس، 2005)، (بركة، 2011)، إلا أنه أضاف عليهم بدراسة الحرب النفسية من الإعلام الفلسطيني ضد الجيش ومجتمع الاحتلال الإسرائيلي خلال الحرب الأخيرة 2014م.

### 3- منهج الدراسة وإجراءاتها.

#### منهج الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في النخبة من السياسيين والمحللين والإعلاميين والمختصين بالشأن الإسرائيلي والبالغ عددهم 300 فرد حسب إحصائيات وزارة الثقافة، وقد قام الباحث باختيار عينة قصدية منهم عددها 25 مختصاً موزعين على الأماكن في قطاع غزة والضفة الغربية وأراضي الـ 48، وفيما يلي وصف خصائص عينة الدراسة:

#### جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة:

النسبة	التكرار	البيان
المؤهل العلمي		
8.0	2	دبلوم
52.0	13	بكالوريوس
40.0	10	دراسات عليا
التخصص		
36.0	9	علوم سياسية وإعلام
48.0	12	إعلام إسرائيلي
16.0	4	علم نفس
اللغة		
40.0	10	عربي + إنجليزي
60.0	15	عربي + عبري
الخبرة العملية		
48.0	12	5 - إلى أقل من 7 سنوات
52.0	13	7 - إلى أكثر من 15 سنة
الإقامة		
76.0	19	غزة
12.0	3	الضفة الغربية وأراضي الـ 48
12.0	3	دول الخارج

#### أداة الدراسة:

قام الباحث باستخدام المقابلة كأداة لجمع البيانات اللازمة، وقد تمت مع مجموعة من النخب في تخصصات الشأن الإسرائيلي والتحليل السياسي والإعلامي والنفسي، وبلغ عددهم 300 فرداً، وأخذ الباحث عينة قصدية منهم تبلغ 25 شخصية موزعة على الأماكن في قطاع غزة والضفة الغربية وأراضي الـ 48، وتمثلت أسئلة المقابلة في عدة محاور وهي:

1. هل استطاع الإعلام الفلسطيني الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي؟
2. هل ساهمت مصداقية الرسائل التي بثها الإعلام الفلسطيني والموجهة إلى المجتمع الإسرائيلي في إضعاف الثقة بإعلامه وقيادته وتراجع روايته؟
3. هل ساهم بث الإعلام الفلسطيني للأناشيد والفواصل باللغة العبرية في التأثير على معنويات المجتمع الإسرائيلي؟
4. كيف ساهم تركيز بث الإعلام الفلسطيني على نشر رسالة المقاومة باستهداف مستوطنات غلاف غزة ومطار بن غوريون في خلق حالة من الفوضى في صفوف المجتمع الإسرائيلي؟
5. كيف كان لتركيز الإعلام الفلسطيني على إيصال رسائل المقاومة عمل علي تأثر اقتصاد الاحتلال وتضرره عبر حظر الطيران في مطار بن غوريون؟

#### 4- عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

- إجابة السؤال الأول: هل استطاع الإعلام الفلسطيني الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي؟  
لقد كان من الواضح أن الإعلام الفلسطيني يحاول أن يصد الهجمات التي يشنها الاحتلال على الشعب الفلسطيني طوال سنوات فتره نجاح تارة وفشل أخرى؛ ولكنه أصبح اليوم يحاول على الجهة الأخرى في التأثير على جهة الاحتلال، وهذا يجعلنا نلاحظ الانتقال من ردة الفعل إلى التخطيط والتأثير على المجتمع الإسرائيلي، حيث بدأ التأثير عن النخبة السياسية والإعلامية والقيادة للاحتلال الإسرائيلي كما أكد (الشوربجي، 2018)، وكان المتابع للإعلام الفلسطيني والقنوات العاملة في الميدان مثل قناة القدس وفلسطين والأقصى يدرك أن الإعلام بتمثيل هذه القنوات استطاع الوصول للمجتمع الإسرائيلي، وأيضاً كان الإعلام الإسرائيلي ينقل ما تبثه فضائية فلسطين التابعة للسلطة الوطنية ويستشهد به للتحريض على الشعب الفلسطيني، وشيناً فشيناً بدأت تتسلل إلى بيوت الإسرائيليين عبر القنوات الإسرائيلية كما يقول (مصلح، 2018)، ويؤيده (أبو شمالة، 2018) في ذلك، مضيفاً أن ما تبثه وسائل الإعلام الفلسطيني حتى وصل إلى التشويش على القنوات الإسرائيلية، وبث مواد للمقاومة والتحريض على مقاومة الاحتلال، ويرى الباحث أن الإعلام الفلسطيني حاول منذ فترة أن يصل إلى المجتمع الإسرائيلي عبر محاولة التشويش على القنوات الإسرائيلية والبث عبرها، إضافة إلى إنتاج المواد الإعلامية باللغة العبرية، غير أنها لم تصل بالصورة المطلوبة نظراً للعوائق المعنوية والمادية، ولعل أكثر ما يدل أن الإعلام الفلسطيني وصل إلى المجتمع الإسرائيلي هو قول المحلل الإسرائيلي يهود يعاري: "إن الإعلام الفلسطيني يشاهد في كثير من بيوت الإسرائيليين واستطاع عبر بث المواد التحريضية في إيصال صوته لنا". ومن أجل زيادة الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي يجب إنشاء مراكز تقنية مهمتها التأثير على الفضاء الإلكتروني للاحتلال الإسرائيلي والقدرة على صد الهجوم الإلكتروني الذي يشنه الاحتلال.

• إجابة السؤال الثاني: هل ساهمت مصداقية الرسائل التي بثها الإعلام الفلسطيني والموجهة إلى المجتمع الإسرائيلي في إضعاف الثقة بإعلامه وقيادته وتراجع روايته؟

إن الرسائل التي كان يطلقها الإعلام الفلسطيني عبر وسائله كان لها الأثر الكبير في التأثير على المجتمع الإسرائيلي، فلقد نجح في إجبار المجتمع الإسرائيلي على متابعة رواياتها عن الحرب على قطاع غزة في عام 2014، وخصوصاً من قبل سكان البلدات الإسرائيلية المحاذية للقطاع، بل وفي المدن الرئيسية كالقدس وتل أبيب وحيفا وغيرها من المدن كما يقول (أبو نحل، 2018)، وحيث إنها حازت على مصداقية تراكمت مع مرور السنوات وجعلت قنوات الاحتلال التلفزيونية ومحلليهم يأخذوا عن القنوات الفلسطينية العاملة خلال الحرب، فكان الإعلام الإسرائيلي ينقل مباشرة عن هذه القنوات مثل قناة الأقصى والقدس وفلسطين اليوم كونهم يتابعون المجريات على الأرض ويحللوا خطابها لجمهورهم، وهذا من شأنه أن يجعل تأثير الإعلام أقوى وأكبر في وعي الجمهور الإسرائيلي كما يقول (أبو سعدة، 2018)، ويرى الباحث أن رأس مال أية مؤسسة إعلامية هو المصداقية في نقل الحقيقة، وأن الإعلام الفلسطيني كانت لديه مصداقية كبيرة في نقل الأحداث، حيث كانت المعلومات والأخبار التي تبث على هذه القنوات والتحليلات وخاصة على قناة مكس معاً مع برنامج ناصر اللحام أعطى مصداقية كبيرة للرواية الفلسطينية، وبعتراف وزيرة الخارجية الإسرائيلية تسبي ليفني عندما قالت: "صدقوا الإعلام الإسرائيلي، ولا تصدقوا الإعلام الفلسطيني وأبي عبيدة الناطق باسم كتائب القسام"، كما وصفت قناة الأقصى في الحرب السابقة بأنها راجمة صواريخ، وأنها "سي ان" فلسطين، وأنها تتميز في نشر الأخبار، ولا يوجد رقابة عليها مثل الإعلام الإسرائيلي.

ويقول الدكتور "نيمان" في معرض حديثه حول انتهاج حركة حماس والإعلام الفلسطيني الحرب النفسية الموجهة ضد الإسرائيليين: "إن حماس استطاعت أن توظف كل وسائلها المقروءة والمسموعة والمرئية، وتسخيرها لخدمة أهداف مشروعها المقاوم والتأكيد على أن فلسطين أرض عربية فلسطينية وأن اليهود هم محتلين لهذه البلاد بمعنى أنهم غرباء"، وقال خلال محاضرتة: "إننا نلاحظ من خلال الصور التي نعرضها هنا استخدمتها لتخويفنا، وهي عبارة عن صور رجال القسام وهم يحملون الأسلحة وكلمات التهديد والوعيد والتي لاقت أثراً على بعض الإسرائيليين أصحاب القلوب الضعيفة، الفواصل التي كانت تعرضها حماس وخاصة أثناء الحرب رغم ضعف وأخطاء الكلمات أو العبارات إلا أنها كانت لها صداها هنا في إسرائيل ولاسيما بعد نقلها ونشرها عبر إعلامنا خاصة وسائل التواصل الاجتماعي، وإن مصداقية الإعلام الفلسطيني في نقل الصورة وكذب الاحتلال كانت قوية في إظهار أفعال المقاومة بل ومجازر الاحتلال وهذا يعود لمصداقية الرواية الفلسطينية التي ينقلها الإعلام الفلسطيني المقاوم عن المقاومة، وأنه يولي أهمية للإعلام المقاوم خصوصاً في المسائل التي تخص بيانات المقاومة لمعرفة وفهم كيف يفكر عدوهم بهم كما أشار (أبو السباع، 2018)، وتحديداً تلك التي تدعو وتجيش لمقاومة المحتل، وتزيد من العنفوان في الشارع الفلسطيني، وأعتقد أن إدراك الإعلام الفلسطيني بضرورة أن يكون هناك استراتيجية منظمة للعمل الإعلامي الفلسطيني، هو السبب خلف التأثير المتنامي للوسائل الإعلامية الفلسطينية على الاحتلال (حكومة وشعباً)، بما في ذلك وسائل الإعلام) كما تقول (حرب، 2018)، كذلك يعود لكذب الإعلام الإسرائيلي واكتشاف جمهوره لهذا الكذب والتضليل كما يقول (أبو حشيش، 2018)، ويرى الباحث أن صدق الرواية الفلسطينية وخاصة الإعلام الفلسطيني مع كذب وإخفاء الاحتلال للحقيقة، أعطى الإعلام الفلسطيني مصداقية كبيرة لدى جمهور الاحتلال وجعلها متابعة بشكل كبير في أوساطه، وماهية أوضاع الميدان، حيث قال سيفي حسكي: "إن الإعلام الفلسطيني تعرف عن الحرب والمفاوضات ووقف إطلاق النار أكثر منا نحن المرسلين، حيث لا يخبرنا أحد بشأن هذه المستجدات فنضطر إلى متابعة الأقصى لمعرفة ما يدور من حولنا".

• إجابة السؤال الثالث: هل ساهم بث الإعلام الفلسطيني للأناشيد والفواصل باللغة العبرية في التأثير على معنويات المجتمع الإسرائيلي؟

مع تطور وسائل الإعلام والطفرة التكنولوجية، ووجود مواقع التواصل الاجتماعي موقع اليوتيوب، أعطت قوة كبيرة للإعلام الفلسطيني في التأثير على المجتمع الإسرائيلي كونها تصل بقوة أكثر من القنوات التلفزيونية إلى إنتاج المواد باللغة العبرية والرسائل باللغة العبرية، حيث كانت القنوات الفلسطينية تنتج هذه المواد وتبثها عبر الفضاء ليلتقطها الفضاء الإلكتروني فتصل بسهولة إلى الطرف الآخر، وكان أهم ما استحدثته قناة الأقصى في إرسال الرسائل المباشرة للجمهور الإسرائيلي عبر أناشيد وفواصل باللغة العبرية، والتي لها بالغ الأثر بما تحويه من مضامين تدعم بثّ الرعب والخوف في الجمهور الإسرائيلي وفقاً لـ (ريان، 2018)، حيث كانت قناة الأقصى وفلسطين اليوم تنتج أناشيد باللغة العبرية موجهة للمجتمع الإسرائيلي وهناك فيديوهات، وخاصة الأناشيد، ما يلتقط التقاطاً في الإعلام الإسرائيلي وأحياناً يصبح المادة الأولى في النشرات خاصة على المواقع التواصل كما يقول (بشارت، 2018) بينما يرى (اشتيوي، 2018)، متفقاً مع (الشريف، 2018) أن المواد الإعلامية ذات قيمة من حيث الجودة الفنية والمضمون؛ لكن يبقى تأثيرها محدوداً في التأثير على الجمهور الإسرائيلي بسبب عدم القدرة على إيصال البث لقطاعات واسعة من الجمهور الإسرائيلي، ويرى الباحث أن استخدام الإعلام الفلسطيني للأناشيد والفواصل باللغة العبرية، أثر بصورة أو بأخرى على المجتمع الإسرائيلي، وكان هذا واضحاً من خلال استخدام هذه المواد من قبل المجتمع الإسرائيلي، حيث أنتج الإعلام الفلسطيني خلال الحرب أكثر من 20 فاصلاً باللغة العبرية عبر قناة القدس والأقصى وفلسطين اليوم، وحوالي 10 أناشيد باللغة العبرية، وأنتجت أكثر من فليم وثائقي مترجم باللغة العبرية، مثل: فيلم هزيمة الجرف على قناة الأقصى، وأنتجت قناة القدس فليم بعنوان الجرف الصامد، فيما أنتجت قناة فلسطين اليوم فيلم بيت العنكبوت؛ لكن هذه المواد تحتاج وسائل أخرى للوصول إلى المجتمع الإسرائيلي، ويحقر من قدرة تماسك المجتمع الإسرائيلي، وكانت هذه الفيديوهات لها أثر كبير وخاصة المترجمة إلى اللغة العبرية، حيث كانت تنقلها المواقع العبرية والقنوات الإسرائيلية، مثل فيديو أغنية "وداعاً يا أرض العسل" التي لاقت رواجاً كبيراً في متابعتها داخل الإعلام الإسرائيلي حيث بلغت عدد المشاهدات أكثر من 100 ألف مشاهدة، الأمر الذي أدى إلى حذفها عن اليوتيوب بحجة التحريض، كان لافتاً عدد الذي قاموا بالتعليق على الأغنية ونوعية التعليق، الأمر الذي يبين كيفية أثر الأغنية على المشاهدين. ولقد استخدم الإعلام الفلسطيني الحرب النفسية والدعاية التي توجهت بها إلى العقل الإسرائيلي بشكل مبرمج وممنهج، بأن الجندي مصيره القتل أو الأسر أو الانسحاب أمام ضربات المقاومة وأن المجتمع الإسرائيلي تحت الصواريخ والنييران كما يقول (لبد، 2018)، نجح الإعلام الفلسطيني حتى الآن، نسبياً ولكن بدرجة متزايدة، في التأثير على المجتمع الإسرائيلي، عبر نقل العديد من وسائل الإعلام العبرية مشاهد وتعليقات من وسائل إعلام فلسطينية وخاصة ما يبث عبر الإعلام الفلسطيني، ولكن التأثير الأقوى كان للبرامج التي تتعلق بالاحتلال، وإذاعة بيانات كتائب القسام الجناح العسكري لحركة حماس، وظهور أبي عبيدة وأبي أحمد الناطق باسم سرايا القدس، في مؤتمرات صحفية متعددة، للإعلان عن بيانات عسكرية فاعلية ومؤثرة، ولهذا يفترض المسارعة في تخصيص برامج عبرية متلفزة تبث عبر فضائية الأقصى وقناة مكس معاً للإعلام الفلسطيني ناصر اللحام الذي كان من أكثر البرامج مشاهدة في الحرب، بتحليلات وحوارات تبث باللغة العبرية إلى جانب اللغة العربية كما يقول (علاونة، 2018)، ويرى الباحث أن الإعلام الفلسطيني كان يؤثر بشكل مباشر على القيادة السياسية الإسرائيلية، ولعل الاتصال الذي قام به رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتانياهو مع الرئيس الفرنسي فرانسوا هولاند وطلبه حجب تردد قناة الأقصى عن القمر الفرنسي، أكبر دليل على تأثير الإعلام الفلسطيني في انتفاضة القدس المشتعلة فيها وفي الضفة الغربية، وأن ما كانت تبثه القناة وتوجهه إلى المجتمع الإسرائيلي - وخاصة المناطق الحدودية التي تسمى غلاف غزة - كانت

تؤثر بشكل كبير عليه، الأمر الذي أدى لهروب السكان إلى وسط إسرائيل، ويظهر فيديو بثته القناة العاشرة الإسرائيلية لجندي أصيب بعملية قصف من المقاومة وهو يشاهد الفيديو، وكان واضحاً عليه الأثر النفسي العميق وعندما سأله المحاور: هل من الممكن أن تعود للجهة، قال: "بعد ما شاهدت الفيديو لا أعتقد أنني سأعود لغزة مرة أخرى.

• إجابة السؤال الرابع: كيف ساهم تركيز بث الإعلام الفلسطيني على نشر رسالة المقاومة باستهداف مستوطنات غلاف غزة ومطار بن غوريون في خلق حالة من الفوضى في صفوف المجتمع الإسرائيلي؟

إن الإعلام الفلسطيني استخدم حيلة التوقيت من أجل خلق حالة من الفوضى التي تعتبر أبرز عوامل الخداع السياسي والعسكري في الحرب النفسية، حيث استفاد الإعلام الفلسطيني والمقاومة بتحديد مواعيد معينة لتنفيذ الهجمات الصاروخية، مثل ما فعلت عندما قررت ضرب تل أبيب الساعة التاسعة مساءً، الأمر الذي أربع المجتمع وأغلقت المحال والمؤسسات خوفاً من القصف كما يقول (ريان، 2018)، وكذلك التحذير بقصف مطار بن غوريون الذي أوقف حركة الطيران لمدة تزيد عن يومين، كل هذه العوامل الإعلامية أدت إلى زعزعة ثقة الجمهور الإسرائيلي بقدرة القيادة السياسية والعسكرية على مقاومة الحرب النفسية التي تشنها المقاومة الفلسطينية كما يقول (الزطمة، 2018). ويرى الباحث أن هذه الاستراتيجية نجحت في التأثير على مركبات المجتمع الإسرائيلي، وعملت على إرباك القيادة السياسية، وكان ذلك واضحاً في التحليل السياسي للإسرائيليين، وعدم قدرة قادتهم على تفسير طول الحرب وصمود المقاومة في قطاع غزة. ويظهر الفيديو الذي بثته القناة العاشرة حالة الذعر في مطار بن غوريون عند إطلاق صفارات الإنذار، وهناك فيديو آخر يظهر المطار وهو فارغ بعد تحذير المقاومة بقصفه، وإن قدرة الإعلام الفلسطيني للعب على وتر الحرب النفسية على الجمهور وهو نقل الواقع دون تأثيرات أخرى ولقد استطاع الإعلام الفلسطيني على سبيل المثال ومن خلفها كتائب القسام أن تقضي على نفسية جيشه بأكمله من خلال عرض مصور لعملية ناهل عوز الفدائية كما يقول (المصري، 2018)، والجدير ذكره أيضاً في هذا المقام أن الجيش الإسرائيلي وأدواته الإعلامية تفتنت جيداً لهذه النقطة فكانت في كل مرة وبعد كل هزيمة ترتكب مجزرة جديدة حتى تخرج لجمهورها الإسرائيلي الذي انكسر نفسياً أمام مشاهد عمليات المقاومة كانت تظهر لهم صوراً لأناس عزل ينسحبون هرباً من النار المسلطة عليهم بلا وعي أو تقوم بفبركة فيديوهات لعمليات تنعتها بالفشل مثل عمليتي زيكيم وكوسوفيم التي ثبت قطعياً فبركة هذه الفيديوهات (حمادة، 2018).

ويرى الباحث أن استخدام الإعلام الفلسطيني للصور من داخل الميدان، وصور العمليات العسكرية، وبكاء الجنود الإسرائيليين، أجبر إعلام الاحتلال على سؤال: من يقود المعركة؟ وحول قدرة المقاومة على التحكم في زمام المعركة، الأمر الذي دبّ الرعب في نفوس الجيش وقادته، وكان واضحاً في عدم قدرتهم على الاستمرار في التقدم على الأرض والاكتفاء بالمناوشة من بعيد خوفاً من الأسر أو القتل على يد المقاومة، ويظهر فيديو بثته القناة الثانية الإسرائيلية لمعلق إسرائيلي على العملية بقوله: إن الهدف من تصوير العملية التأثير المباشر على معنويات الجنود، حيث يروي أحد الجنود ما حصل معهم أثناء الاقتحام، وأنهم لم يستطيعوا فعل شيء من الخوف. ولقد فشل الاحتلال في محاولته من تسويق روايته في القضاء على المقاومة وقادتها، فلقد فاجأ الإعلام الفلسطيني والمقاومة بظهور قادة المقاومة سواء السياسية والعسكرية، مثل إسماعيل هينة نائب رئيس المكتب السياسي لحركة حماس وأبي أحمد الناطق العسكري باسم الجهاد الإسلامي وأبو عبيدة الناطق بسم كتائب القسام الذي كان يتوعد بتوسيع رقعة الصواريخ، واقترب خروجه بالصدق والدقة والارتياح لدى الرأي العام المناصر للمقاومة كما يقول (أبو زبيدة، 2018)، وعدم ارتياح للرأي العام الإسرائيلي الذي كان يخضع هذه الخطابات للتحليل والدلالات، ومن الأمور ذات الأثر النفسي للناطق هو قدرته على البيان والتوضيح والشرح، واستخدام خرائط إيضاح ووسائل تدليل وبراهين،

والجو العام من الإعلام واللافتات ومظاهر الهيبة العامة كما يقول (بدرية، 2018)، والظهور بشكل الواثق والمتزن والشجاع، كل ذلك يصب في إطار رفع الروح المعنوية فلسطينياً وزعزعتها في جانب العدو وترك أثراً معنوياً كبيراً لدى جنود المقاومة وكافة أبناء الشعب الفلسطيني وأنصاره في العالم. وأن المقاومة لا زلت تمسك بزمام الأمر رغم الضربات التي تلقتها وأبطلت مفعول الصدمة التي أرادها الاحتلال، وترك أثر نفسي لدى الاحتلال الذي قال إنه دمر جميع البنية التحتية للمقاومة وراهن على خروج القيادة في رسائل للمواطنين كما يقول (المقيد، 2018). ويرى الباحث أن هذه الرسائل أعطت انطبعا للمشاهد حول كيفية التأثير على الأرض وحجم التأثير الإعلامي للمقاومة على الجبهة الإسرائيلية، وكيفية التحكم في عامل الوقت، وأن الإعلام الفلسطيني يتابع الشأن الإسرائيلي 24 ساعة، وينشر كل جديد وكل التفاصيل عن الجبهة الداخلية، وتصريحات القيادة السياسية الإسرائيلية، وإن أهمية الصور من إطلاق الصواريخ وسقوطها في دولة الاحتلال لها الأثر الكبير في تشكيل الوعي لدى المجتمع الفلسطيني عبر ما تبثه عبر شاشتها لتغير ثقافة الانهزام والموت والمظلومية إلى ثقافة المقاومة، وكان ذلك واضحاً عبر برامجها وخطاب مذييعها ومقدمي البرامج فيها والفواصل التي ترّوج الأناشيد الثورية الموسيقى الوطنية ذات الإيقاع الثوري والأفلام والمسلسلات الوطنية الشخصيات التي تظهر على شاشتها ديكور أستوديوهاتها المتناغم مع الحرب والمقاومة ولقد أثرت الصور الخلفية للمذيعين في المجتمع الفلسطيني عبر وضع صورة المقاومين وهي تدوس رقاب الجنود الإسرائيليين كما يقول (ياسين، 2018)، كما يؤكد في دخر عندما قال أثناء الحرب: "نحن في حالة ذهول والجميع كذلك بدلا من أن تنتظر حماس والجهاد الإسلامي كلمة وقف إطلاق النار نحن الآن ننتظر بيان حماس.

#### • إجابة السؤال الخامس: كيف كان لتركيز الإعلام الفلسطيني على إيصال رسائل المقاومة عمل علي تأثر اقتصاد الاحتلال وتضرره عبر حظر الطيران في مطار بن غوريون؟

كان تركيز الإعلام الفلسطيني على إيصال والتأثير على المجتمع الإسرائيلي بدءاً من الأناشيد باللغة العبرية وصور اقتحام المواقع وليس انتهاءً بحركة المقاطعة التي تتصاعد ضد منتجات المستوطنات الإسرائيلية كما يؤكد (نعيم، 2018)، حيث تشتكي إسرائيل باستمرار من التحريض في وسائل الإعلام الفلسطينية ما يعني إن هناك تأثيراً على جمهورها (ريماوي، 2018) والإعلام الفلسطيني لا يقود فقط حربه ضد الرواية الإسرائيلية في الخارج، بل إنه يتعداها لضرب رواية الاحتلال لمجتمعهم الداخلي ويمارس ضغوطاً على صناعات القرار في إسرائيل بتحريك الشارع الإسرائيلي في قضايا حساسة ضمن إطار الحرب النفسية المشتعلة بين الجانبين في رأي (توفيق، 2018).

بشكل عام يمكن القول إن المجتمع الإسرائيلي منغلِق ولا يجيد اللغة العربية وربما ليس متابعاً بدرجة كبيرة لما يبث على الإعلام الفلسطيني إلا عبر القنوات الإسرائيلية كما في مقابلة (الشريف، 2018)، وأن الشخصية اليهودية شخصية معقدة متناقضة مع ذاتها تعاني من الاستعلاء والكبر والغرور والعزلة والشعور بالاضطهاد وكراهية الغير، كما ورد في دراسة (سعدات، 2013)، رغم أن هناك من يعتبر أن الإعلام الفلسطيني استطاع أن يؤثر على المجتمع الإسرائيلي وفقاً لـ (مشايخ، 2018)، وأن الإعلام الفلسطيني أسهم بشكل كبير في زعزعة النفسية الإسرائيلية والخرف من استمرار الحرب كما قال (ابوفايد، 2018)، لذا لا بد من بناء استراتيجية إعلامية موحدة بين كل وسائل الإعلام المقاوم الفلسطيني وعلى شتى ألوانها ومشاربها في مواجهة الاحتلال؛ ولعل الحرب الإعلامية التي يشنها الاحتلال على الشعب الفلسطيني بدأت قبل احتلال فلسطين عبر حرب الإشاعة والدعايات البريطانية والإسرائيلية باعتبار أرض فلسطين هي أرض الميعاد للإسرائيليين كما يقول (حبيب، 2018)، وتوزيع المنشورات والرسائل عبر التلفزيون أو الجوال كما فعل الاحتلال خلال الحرب الأخيرة في الاتصال على المواطنين بإخلاء أماكن سكنهم كما يقول (عياد، 2018)، وتضيف دراسة (عباس، 2013) التضليل الإعلامي شكل أحد أهم أبعاد الحرب النفسية وتطبيقاتها الموجهة ضد

الشعب الفلسطيني، وفي الحرب على قطاع غزة، كما وفي المقابل استطاع الإعلام الفلسطيني بثّ رسائل باللغة العبرية مما أثار على المجتمع الإسرائيلي وفي الجنود وأن نهايته حتمية في الحرب على غزة كما قال (المناعمة، 2018)، ولعل الاحتلال متمرس في الحرب النفسية كونه يبث الإشاعات في فترات السلم والحرب، وعادة ما تبدأ العمليات النفسية الإسرائيلية قبل المعركة على شكل تهديدات، وأثناء المعركة على شكل نداءات إذاعية ومكبرات صوت ومنشورات تدعو المدنيين للتعاون والعسكريين للاستسلام كما في دراسة (أبو عرقوب والخدام، 2013)، ودراسة (الهوبي والأغا، 2006)، اللتين أكدتا أن الحرب النفسية قد تحسم معركة عسكرية كاملة، وقد تمنع وقوعها أو تحسم نتائجها قبل وقوعها لذا اهتم القرآن الكريم بالحرب النفسية وذلك أن الاعتماد على الحيلة والخداع يوفر الكثير من النفوس والأموال والأوقات والجهود لأنه غالبا ما يختصر المعركة كما في دراسة (زعر، 2005)، ويضيف الباحث أن الإعلام الفلسطيني كان مُتابعا بشكل كبير من قبل المحللين الإسرائيليين، حيث يقول يهود يعاري: "انظروا إلى الأقصى أنها تقول كذا وكذا، وإعلامنا لا يقول شيئا، ولا يسمح له أن يقول شيئا"، هناك قفزة في الإعلام الفلسطيني في استخدام اللغة العبرية، وكانوا يأتون بأمثلة من فواصل عبرية في حرب الفرقان، والحروب التالية، من خلال الجرافيك، والفواصل الدقيقة، ذات الدلالات العميقة.

#### خلاصة نتائج الدراسة:

1. نجح الإعلام الفلسطيني في الوصول إلى المجتمع الإسرائيلي وإيصال صوت المقاومة.
2. كان للإعلام الفلسطيني ومصداقية الرسائل الموجهة إلى مجتمع الكيان الصهيوني أثر في إضعاف ثقة هذا الكيان بإعلامه وقيادته.
3. كان لبث الإعلام الفلسطيني للأناشيد والفواصل باللغة العبرية أثر في خفض من معنويات مجتمع الاحتلال.
4. عرض الرسائل التي بثها الإعلام الفلسطيني في الحرب البرية أثر في إرعاب الجنود ومجتمع الاحتلال.
5. تركيز بثّ الإعلام الفلسطيني لرسالة المقاومة باستهداف مستوطنات غلاف غزة ومطارين غوريون، وساعد على خلق حالة من الفوضى في صفوف مجتمع الاحتلال.
6. الإعلام الفلسطيني استطاع بثّ الخوف لدى الجنود في ميدان المعركة، وذلك بعرض مفاجآت وعمليات المقاومة وصور اقتحام نازل عوز، وإطلاق القذائف والصواريخ.
7. استطاع الإعلام الفلسطيني إيصال رسائل المقاومة بهدف التأثير على اقتصاد الاحتلال وتضرره، عبر حظر الطيران في مطارين غوريون.
8. صور إطلاق الصواريخ وسقوطها على المدن المحتلة المجتمع الإسرائيلي أظهرت كذب إعلام الاحتلال.
9. مصداقية الإعلام الفلسطيني في عرض صور المقاومة، ساعد في تراجع الرواية الإسرائيلية خلال الحرب.

#### التوصيات والمقترحات.

1. بناء استراتيجية إعلامية متكاملة بين كل وسائل الإعلام المقاوم الفلسطيني وعلى شتى ألوانها ومشاربها في مواجهة الاحتلال، كي يصب الجميع في ذات الهدف وحتى لا تختلط الأوراق وتتنوع المصطلحات والأولويات بين وسائل الإعلام الفلسطينية. فتظل بعيدة عن التأثير المباشر والقوي والفعال.
2. إنشاء إذاعة موجهة إلى الجمهور الإسرائيلي وتقوية بثها لتصل إلى أكبر قدر من الجمهور الإسرائيلي، هذه الإذاعة متحدثة باللغة العبرية وتستند في برامجها إلى الاستراتيجية الإعلامية.

3. تعمل القنوات الفضائية المقاومة على إعداد برامج باللغة العبرية استفادة من تجربة المحتل في إنشاء قنوات باللغة العربية.
4. تعزيز الإعلام الفلسطيني في مخاطبة العالم بلغاته لنقل الرواية الفلسطينية لضرورة الأمر، إسهاماً في محاضرة الاحتلال من الخارج، وإسناداً للحركات الناشطة مثل حركة مقاطعة الكيان.

## المصادر والمراجع

### أولاً- المراجع بالعربية:

- أبو بكر، ياسر. (2014). مخاطر الحرب النفسية الإسرائيلية على الأمن الفكري الفلسطيني (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
- الأقطش، نشأت. (2014). الإعلام الفلسطيني نجح محلياً. وبحاجة لمخاطبة العالم، (مقال منشور).
- بركة، رمضان، (2011)، النخب الإعلامية الفلسطينية ومواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الجزائر، الجزائر.
- سعادات، محمود فتوح محمد. (2013). الشخصية اليهودية الإسرائيلية وأثرها في صياغة الحرب النفسية الإسرائيلية.
- شقير، عاطف، (2013)، الحرب النفسية الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية. موقع دنيا الوطن، رام الله.
- شليفير، رون، (2003)، الحرب النفسية في إسرائيل دراسة جديدة، مركز بيغن والسادات للدراسات الاستراتيجية، دراسات أمن الشرق الأوسط، جامعة بار ايلان، "إسرائيل 2003م".
- عباس، خضر. (2005). وسائل الإعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة في فلسطين والتصدي لها. مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات المعاصرة، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة.

### ثانياً- المراجع بالعبرية:

- בהודעה שפרסמה לשכתו של ראש ממשלת ישראל ושר החוץ הישראלי על פי ידיעות אחרונות 2016/11/03.
- بيان صادر عن مكتب رئيس الوزراء الإسرائيلي ووزير الخارجية الإسرائيلي حسب صحيفة ידיעות أחרונות 2016/11/03م.
- ציפי לבנה, שר חוץ לשעבר הישראלי, "ערוץ 14" אהסיקור של המלחמה על עזה 2014/01/08.
- مقابلة: تسبي ليفنه - وزير الخارجية الإسرائيلي السابق "القناة العاشرة" تغطية الحرب على غزة 2014/01/08م.
- קוצי Sify "פרשן לענייני צבא לשני בערוץ, "שמונה בעלון הערב 2014/07/22".
- تقرير تلفزيوني بعنوان "المعلق على الشؤون العسكرية للمرة الثانية على قناة ثمانية في النشرة الإخبارية المسائية 2014/07/22م.
- סחרוב "פרשן צבאי ליד השני בערוץ, "שמונה בעלון הערב 2014/05/08.
- مقابلة مع : ساخاروف "المعلق العسكري بجانب الآخر على قناة" ثمانية في النشرة الإخبارية المسائية 2014/05/08م.

- הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה הבישראל עלון שנת העלאה לזרחי מדינת ישראל 2014.
- الجهاز المركزي الإحصائي لدولة الاحتلال لعام 2017م.

#### ثالثاً- المقابلات الشخصية:

- أبو السباع، المختص بالشؤون الإسرائيلي، وكان معتقل لدى الاحتلال والآن هو مقيم في الأردن، 2018/11/18م.
- أبو حشيش، أكاديمي ومحلل سياسي، غزة، 2016/1/15م.
- أبو زبيدة، محلل عسكري وأمني يعمل لدى جريدة الوطن الجزائرية، حاصل على درجة الماجستير من الجامعة الإسلامية، 2018/11/1م.
- أبو سعدة، مدير المركز الشبابي الإعلامي، وحاصل على درجة الدكتوراه في العلوم السياسية، 2018/2/7م.
- أبو شمالة، كاتب ومحلل سياسي، غزة، مقابلة، 2018/2/2م.
- أبو فايد، مختص نفسي، غزة، 2018/11/11م.
- أبو نحل، دكتور في الإعلام في جامعة الأزهر، 2016/2/8م.
- اشتوي، أكاديمي في جامعة خضوري، وكان يعمل مراسل لقناة الأقصى، وحاصل على درجة الدكتوراه في الإعلام من ماليزيا، والآن محاضر في جامعة خضوري في الضفة الغربية، مقابلة، 2018/11/22م 14 دقيقة.
- بدرية، أمضى 7 سنوات معتقل لدى الاحتلال الصهيوني، باحث بالشأن الإسرائيلي، غزة، مقابلة، 2018/11/13م 10 دقائق.
- بشارت، مختص بالشأن الإسرائيلي في قناة الأقصى الفضائية، وهو من محررين صفقة وفاء الأحرار وأمضى 9 سنوات في سجون الاحتلال، مقابلة، 2018/11/6م 8 دقائق، في مكان عمله بفضائية الأقصى.
- حرب، كاتبة إعلامية، مراسلة لقناة المسيرة، غزة، 2018/11/9م.
- حمادة، المختص بالشأن الإسرائيلي، ولديه العديد من المحاضرات في الإعلام الإسرائيلي، وأمضى لدى الاحتلال أكثر من 10 سنوات في الاعتقال، مقابلة، 2018/11/12م.
- ريان، أسير محرر أمضى في سجون الاحتلال 20 عام ومختص بالشأن الصهيوني، مقابلة، 2018/11/5م.
- الرماوي، المختص بالشأن الإسرائيلي، مدير مكتب قناة القدس في الضفة الغربية، 2018/11/15م.
- الزطمة، مختص بالصحة النفسية، غزة، مقابلة، 2016/1/13م 10 دقائق.
- الشريف، مدير البرامج في قناة القدس، وحاصل على درجة ماجستير ودكتوراه في الإعلام الفلسطيني، إعلامي فلسطيني، لبنان، مقابلة 2016/2/9م 10 دقائق.
- الشوربجي، كاتب ومحلل سياسي، ومحاضر في الجامعة الإسلامية في الإعلام السياسي ولديه الكثير من الأبحاث والمنشورات الخاصة في الإعلام السياسي، مقابلة، 2018/2/18م.
- علاونة، أستاذ العلوم السياسية بجامعة الخليل، الضفة الغربية، 2018/11/18م.
- ليد، مختص نفسي، غزة، مقابلة، 2018/11/10م.
- مشايخ، مدير قناة اليرموك، ويعمل محلل سياسي لشئون الفلسطينية، مقابلة، 2018/11/15م.
- المصري، إعلامي فلسطيني، رئيس اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية في قطاع غزة، 2016/2/9م.
- مصلح، باحث بالشأن الإسرائيلي، وحاصل على ماجستير في العلوم السياسية والأمنية.
- المقيد، مختص نفسي، غزة، مقابلة 2018/11/13م 9 دقائق.

- نعيم، وزير سابق لوزارة الصحة، ورئيس منتدى المقاطعة الأكاديمية والإعلامية للاحتلال bds، غزة، 2018/11/12م.
- ياسين، باحث بالشأن الإسرائيلي، 2018/11/7م.

#### رابعاً- المواقع الإلكترونية:

- <http://www.aljazeera.net/programs/al-jazeeraspecialprograms/2014/8/7>.
- <http://www.alkitab.ps/arabic/>
- <https://www.facebook.com/MaanRadioNetwork>.
- <https://www.palinfo.com/news>.
- <https://www.palinfo.com/news/2010/6/7>.
- <https://www.youtube.com/watch?v=qsXml7OxlaU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=VQIGJ09W5ks>
- <https://www.youtube.com/watch?v=y5mub>