

الدعاية الإسرائيلية في حرب غزة 2009

شتيح سامية

أستاذة مساعدة أ"

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر3

الملخص :

تتناول هذه الورقة الدعاية الإسرائيلية من خلال عرض أهم الأساليب الدعائية التي استعملتها إسرائيل في حربها الأخيرة ضد قطاع غزة في 2009، حيث حاولت إسرائيل الاستفادة من الأخطاء التي ارتكبتها في حربها ضد لبنان 2006 سواء على المستوى المعلوماتي أو الإعلامي، مستعينة في ذلك بمختلف الأساليب النفسية من خلال اسقاط المنشورات على سكان غزة، إضافة إلى اختراق الموجات الإذاعية والتلفزيونية التابعة لحركة حماس، ارسال الرسائل القصيرة...إلخ، كما عملت إسرائيل على اتباع سياسة اتصالية واعلامية محكمة من خلال التنسيق بين المتحدثين الرسميين وانشاء لجنة وطنية للمعلومات وغلق ساحات المعركة أمام الصحافة، ولم تتجاهل اسرائيل الدور الكبير والمهم لشبكة الأنترنت حيث عملت على استعمال مختلف المواقع والشبكات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية : الدعاية، الحرب النفسية، حرب غزة، ، حرب

المعلومات، شبكة الانترنت

Résumé : Cet article traite la propagande israélienne à travers la présentation des tactiques de propagande les plus importants et plus utilisés par Israël dans la récente guerre contre la bande de Gaza en 2009. Israël a essayé de tirer profit des erreurs commises dans sa guerre contre le Liban en 2006, tant sur le plan médiatique en se basant sur des différentes méthodes psychologiques, suppression des tracts sur la population de Gaza, en plus la pénétration des ondes de radio et de télévision du Hamas, envoyer des SMS... etc.

Israël a fait son possible pour suivre une stratégie de communication grâce à la coordination entre les porte-paroles et la mise en place d'un comité national pour l'information, la fermeture des champs de bataille en face la presse, Israël n'a

pas ignoré le rôle important de l'internet, ou elle a profité de l'emploi de divers sites et réseaux sociaux.

Les mots clefs : La propagande ‘ La guerre psychologique ‘ La guerre de Gaza, La guerre de l'information, L'Internet.

مقدمة

الدعاية هي ترجمة للكلمة اللاتينية (propaganda) التي تعني ما يجب أن ينشر، وهي مأخوذة من كلمة لاتينية تقنية (propagare) التي تعني الانتشار والسريان والامتداد.¹

يعرف فيليب تايلور الدعاية في كتابه المتميز "قصف العقول الدعاية للحرب من العالم القديم حتى العصر النووي" : بأنها المحاولة المتعمدة المدبرة لإقناع الناس بأن يفكروا ويسلكوا بالطريقة المطلوبة، إنها وسيلة لغاية، وتتنوع الأساليب المستخدمة تبعاً للتكنولوجيا المتاحة.

أما سمير حسين فيعرفها بأنها الجهود الاتصالية المقصودة والمدبرة التي يقوم بها الداعية مستهدفاً نقل معلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة تم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون والشكل وطريقة العرض بأسلوب يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود ومحسوب ومستهدف على معلومات فئات معينة من الجمهور وآرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم وذلك كله بغرض السيطرة على الرأي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير بما يخدم أهداف الدعاية ودون أن ينتبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والاتجاهات والمعتقدات دون أن يتحدث عن الجوانب المنطقية لها.²

من خلال هذه التعاريف يمكن أن نستنتج أن الدعاية هي نوع من أنواع الاتصال الذي يعمل على التأثير في الرأي العام الدولي والمحلي، وفق استراتيجية معينة تجعلهم يتخذون مواقف تخدم مصالحهم بالدرجة الأولى وذلك باستعمال مختلف الوسائل والأدوات التي تساعد على تحقيق الأهداف المنشودة وهذا ما عملت عليه إسرائيل في حربها ضد غزة في 2009 ذلك أنها لم تهمل أي أسلوب يمكن أن يساعدها في كسب حربها ضد الفلسطينيين، وهذا يدل على الأهمية التي توليها إسرائيل للدعاية وذلك من أجل إضفاء الشرعية على أعمالها وجرائمها.

الدعاية الإسرائيلية

أصبحت القوى العسكرية الإسرائيلية تركز على قوة الدعاية بدل العمل على تحقيق النصر على أرض الحرب.³ فقد أظهر رصد تحليلي أنّ

الإعلام الإسرائيلي الرسمي وشبه الرسمي، يركز على وصف الحرب على قطاع غزة، بأنها حرب بين الجانب الإسرائيلي وحركة حماس حصراً، وشمل الرصد عيّنات وفيرة من الأنباء والتقارير والتعليقات في وسائل إعلام إسرائيلية مرئية ومسموعة ومقروءة وإلكترونية، وبيانات الجيش الإسرائيلي، وإفادات المتحدثين باسمه، وكذلك ما يصدر عن أركان الحكومة الإسرائيلية من بيانات وتصريحات ومواقف، موجّهة نحو الأوساط الإسرائيلية والإقليمية والدولية ووسائل الإعلام على تنوعها. كما يظهر الرصد التحليلي أن الإعلام الإسرائيلي يخوض حملة دعائية مركزة، تستهدف تصوير ما يجري على أنه مجرد مواجهة مع حركة حماس.

على صعيد المضامين، وردت بشكل كثيف تعبيرات منها مسلحو حماس، مخربو حماس، مليشيا حماس الإرهابية، كما جاءت صياغات من قبيل السعي إلى تغيير قواعد اللعبة مع حماس، وأن الجانب الإسرائيلي يتطلع لتعقب ناشطي حماس وقادتها الذين يقفون وراء إطلاق الصواريخ.⁴ وبحسب خبراء إعلام فإن للدعاية الإسرائيلية مقاصد محدّدة من هذا التوجّه المركز، تتمثل في مرامٍ عدّة متعدّدة ومتضافرة ومتداخلة وأحد هذه المرامي، يتضح في محاولة تصوير حركة حماس بكافة أقسامها ومجالات حضورها ونشاطها وأجنحتها المتخصصة على أنها حالة أحادية متجانسة، ومعنى ذلك أنّه في حماس يتساوى السياسي مع العسكري، وكذلك مع الاجتماعي، ومع الإنساني والأكاديمي والإعلامي أيضاً، وبهذا تدفع الآلة الإسرائيلية الدعائية باتجاه تبرير الاستهداف الشامل لكل البنى والهيكل والمؤسسات والأشخاص في قطاع غزة، حتى في المجالات ذات الحصانة الشديدة، كالجامعات والمدارس غير التابعة للأمم المتحدة، علاوة على قصف مدارس الأونروا مع ترويج روايات مختلفة كذرائع تأتي جاهزة بدون عناء.

من جانب آخر، فإنّ الدعاية الإسرائيلية، بحسب الرصد التحليلي الذي قامت به وكالة "قدس برس" ترمي إلى تقديم صورة مقوّبة عن حركة حماس خلافاً للواقع، باعتبارها مجرد ذراع عسكري يطلق الصواريخ بما يخدم أهدافاً مبهمة جرى الحديث عنها إسرائيلياً؛ من قبيل تقويض حركة حماس.

أبعد من ذلك هو ما يسعى إليه الأعداء الإعلامي الإسرائيلي من وصف الهجوم على غزة على أنه حرب على حماس، مصداقاً لتأكيدات كبار المسؤولين والمتحدثين الرسميين الإسرائيليين في المستويين السياسي والعسكري وتداخلتهما، من أنّ إسرائيل لا تستهدف الشعب الفلسطيني بل تستهدف حركة حماس، التي تقوم بإطلاق الصواريخ على جنوب إسرائيل حسب الرواية المتكررة.

ولا يتوقف السعي الإسرائيلي في هذا الصدد على محاولة إيجاد حواجز شعورية بين حركة حماس والشارع الفلسطيني، باعتبار أنّ الحرب لا تستهدف الفلسطينيين في قطاع غزة، وفق الدعاية الإسرائيلية بل ويذهب التوجّه إلى محاولات "التأليب" ضد حماس، بما يتوافق مع مضامين المنشورات التي ألقاها الطيران الحربي الإسرائيلي على رؤوس الفلسطينيين في القطاع، ثلاث مرّات على الأقل خلال الأيام التي شملها رصد "قدس برس"⁵.

ويرى الكاتب دينيس سيفار (Denis Sieffert) أنّ إسرائيل خسرت حرب الصور بسرعة بعد بضعة أيام وإن كانوا نجحوا في تحقيق هدفهم في إثبات أنّ حماس هي المعتدية، فإنها فشلت في إقناعنا أنّ المدنيين لم تشملهم هذه الحرب.⁶

مراحل الحرب الدعائية :

قام الكاتب الأمريكي من أصل عربي "جيمس زغبى"، في دراسة تحت عنوان "آلة الحرب الدعائية الإسرائيلية"، نشر موجزها موقع المركز الدولي لدراسات أمريكا والغرب، أنّ إسرائيل تخوض حرباً دعائية بنفس قوة العدوان على الأرض.

وفي تحليل لكيفية عمل هذه الآلة الدعائية في الترويج لوجهة النظر الإسرائيلية وتبرير العدوان على غزة في الإعلام الأمريكي، يقول زغبى : إن "الحرب الدعائية الإسرائيلية كانت مكوناً ضرورياً في نجاح إسرائيل المبكر في قدرتها على إطالة القتال دون إعاقة أمريكية". ويحدد "زغبى" سبع خطوات لآلة الدعاية الإسرائيلية تم الاعتماد عليها في حرب غزة وهي :

1. "تحديد مصطلحات المناظرة" ؛ بمعنى إرساء مفهوم أنّ نقطة بداية الصراع الأخير في غزة هو 19 ديسمبر، تاريخ إعلان حماس انتهاء فترة

الهدنة التي استمرت ستة أشهر ؛ والزعم أنه "من طرف واحد من جانب حماس"، مقابل تجاهل الإسرائيليين انتهاكهم للهدنة في كل شهورها، وعدم التزامهم بوقف إطلاق النار أو فتح الحدود مع غزة.

2- "الصور النمطية" التي استقرت طوال أجيال لصالح إسرائيل، خصوصا التأكيد على "الإنسانية" الإسرائيلية و"معاناة الشعب اليهودي" من هطول الصواريخ عليه كأنها هي المشكلة دون التركيز على المعاناة الأكبر في حصار غزة ومعاناة حتى المرضى في العلاج لعدم توافره، وقد ظهر هذا في محاولة وسائل الإعلام الأمريكية إعطاء معالجة مطولة بالصور لبعض الإسرائيليين الخائفين من صواريخ المقاومة وتأثير الحرب عليهم، أما معاناة الفلسطينيين، فتم الإقلال من قدرها لتصبح مجرد أرقام يتم تبريرها باعتبارها "أضرارا جانبية".

3- استغلت إسرائيل إطلاق الصواريخ من قبل حماس لتبرير شن العدوان على غزة، وهي تعلم أنها ستحظى بتعاطف الغرب.

4- حرص ماكينه الدعاية الإسرائيلية على "الظهور في كل مكان، وقول نفس الشيء والتأكد من بقاء الخصوم مختلفين قدر الإمكان"، وتوفير العديد من الأشخاص الذين يتقنون الإنجليزية، وغالبا ما يكونون مولودين في الغرب، لجميع وسائل الإعلام، بحيث يمكن نشر وجهة نظرها في جميع أنحاء الولايات المتحدة.

5- عدم إعطاء الفرصة للخصم، وذلك من خلال تكاتف الكونجرس والبيت الأبيض مع المتحدثين باسم إسرائيل في التعبير عن وجهة نظر واحدة، أي الربط بين الحملة الإعلامية والمواقف السياسية.

6- إنكار ماكينه الدعاية الإسرائيلية الحقائق وإلقاء اللوم على الخصم في مقتل المدنيين الفلسطينيين، مثل حجة "نحن لم نفعل هذا، هم جعلونا نفعله".

7- "الملجأ الأخير"، وهو رفع سلاح معاداة السامية عندما لا تفلح الخطوات السابقة، بحيث يصبح الدافع وراء أي انتقاد لإسرائيل هو "معاداة السامية"⁷.

ومن الإجراءات الدعائية التي لجأت إليها إسرائيل حسب الكاتب فرنسوا برنارد، العمل على جذب وسائل الإعلام للصور والإصدارات الجيدة خاصة في وصف الضحايا خاصة وأن الحرب تحولت إلى مسابقات

الذبح التلفزيوني "des competitions de massacrés télégniques"، كان الجيش الإسرائيلي يحاول منافسة الفيديوهات التي تكشف الأعمال الوحشية لإسرائيل من خلال عرض فيديوهات مرعبة ومروعة عن حركة حماس، كما كانت هناك جمعيات ترسل للصحفيين قوائم بأسماء الضحايا المتضررين من صواريخ القسام من أرقام الهاتف واللغات التي يتحدثون بها، ويمكن لوسائل الإعلام تحميل وثائق وصوت أو صورة، مادة قديمة، حتى تكون أكثر تأثيراً، والعمل على توفير المصادر الفعالة حتى تكون قابلة للنسخ بما فيه الكفاية.⁸

العمليات النفسية الموجهة لسكان قطاع غزة

من بين أساليب الإستراتيجية المعلوماتية لإسرائيل استهداف سكان قطاع غزة، وقد أخذ هذا الأسلوب عناية خاصة قبل وأثناء فترة الحرب، وذكرت صحيفة هآرتس الإسرائيلية أن القذائف المدفعية والطائرات ليست السبيل الوحيد للتواصل مع سكان غزة فمنذ بدء الحرب وإسرائيل تحاول شن حملة نفسية على السكان المدنيين، والأساليب النفسية الأكثر استعمالاً من قبل إسرائيل ضد سكان قطاع غزة هي: إسقاط المنشورات من الجو، السيطرة على موجات البث الإذاعي والتلفزيوني التابعة لحركة حماس، إرسال الرسائل القصيرة الجماعية (SMS).⁹

1. إسقاط المنشورات من الجو:

يري الدكتور منير حجاب أنه من الممكن تعريف المنشور لأغراض عمليات الحرب النفسية بأنه: "رسالة كتابية أو مصورة ترسلها جهات الاختصاص في القوات المسلحة للفرد العسكري أو المدني في دولة أخرى لغرض معين، والمنشور ومثله المواد المطبوعة الأخرى كالمصقات والصحف والمجلات خير أداة في الحرب النفسية، إذ يمكن توزيعها بواسطة المدفعية أو بالإسقاط الجوي، كما أنه من السهل الاحتفاظ باحتياطي منها، وكذلك من السهل تحريرها من البداية كما يمكن فحصها بعناية واكتشاف أي أخطاء بها قبل استخدامها".¹⁰

تلقى الفلسطينيون بصورة شبه يومية ومنذ أن بدأت الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة في السابع والعشرين من شهر ديسمبر 2008،

عشرات المكالمات الهاتفية على منازلهم من جيش الاحتلال الإسرائيلي تحذرهم من التعامل مع حركة حماس وتطالبهم بالإدلاء بمعلومات عن تركيز المقاومة والانصراف عنها، كما تحاول إيصال رسالة لهم بأن إسرائيل تمكنت من تدمير حركة حماس وهزيمتها هزيمة ساحقة خلال عملياتها العسكرية المسماة "الرصاص المسكوب"، وقد أثارت تلك الاتصالات الهاتفية حالة من الذعر والخوف الشديدين في صفوف بعض المواطنين الفلسطينيين فيما اعتبرها آخرون مدعاة للسخرية، معربين عن اعتقادهم بأن هذه المكالمات ما هي إلا دليل واضح على هزيمة إسرائيل وتخبط القيادة السياسية والعسكرية فيها، ولكن محللين سياسيين يرون أن تلك الأساليب شائعة منذ الحرب العالمية الثانية وتدخل في إطار الحرب النفسية التي تشنها إسرائيل على الفلسطينيين وتحاول من خلالها إرباك الرأي العام الفلسطيني وصرفه عن المقاومة الفلسطينية.¹¹

تلقي موقع "الانتفاضة الإلكترونية" منشورا من المنشورات التي سقطت على قطاع غزة، يسعى المنشور لتجنيد المتعاونين الفلسطينيين ويتضمن المنشور دعوة سكان قطاع غزة إلى تحمل مسؤولياتهم عن مصيرهم، ويعلمهم أن مطلقي الصواريخ والعناصر الإرهابية يشكلون خطرا عليهم وعلى عائلاتهم، كما يدعو المنشور الراغبين في تقديم يد العون والمساعدة لأهاليهم وإخوانهم في القطاع إلى الاتصال برقم الهاتف الموضوع في المنشور أو عبر البريد الإلكتروني لإطلاع قيادة جيش الدفاع الإسرائيلي على مواقع منصات الصواريخ والعصابات الإرهابية والتي جعلت - حسب المنشور - سكان قطاع غزة رهينة لعملياتها، ويدعو المنشور المتصلين إلى توخي الحذر والسرية عند إقامة أي اتصال بقيادة جيش الدفاع الإسرائيلي.¹²

يرى الخبير في الحرب النفسية يانيف ليفيتان (Yaniv Levitan) من جامعة حيفا في إسرائيل أن لهذه الأساليب شقين من الأهداف "تحفيز السكان في ظل الاعتبارات الإنسانية وخلق رواية بديلة" وأضاف أن "المنشورات لا تهدف لإضعاف معنويات السكان المدنيين ولكنها تهدف لزرع الاعتراف في القلوب والعقول أن حركة حماس فشلت، وأن هناك إمكانية لاختيار مسار آخر."¹³

وحسب افرايم كام (Ephraimkam) نائب ورئيس معهد دراسات الأمن القومي في جامعة تل أبيب، فإن هذه المنشورات فعالة: "المنشور يزرع الشك بين قادة حماس والسكان المدنيين، كما أنها تخلق مناخا عاما من عدم اليقين، لأن الجميع يحمل فجأة الأدوات اللازمة لخيانة قادة حماس".¹⁴

المنشورات ليست الوسيلة الوحيدة المستعملة في الدعاية الإسرائيلية، فقد اعتمدت إسرائيل على الروبو كالس "robo-calls"، وهي برامج مسجلة أوتوماتيكيا تدعو الفلسطينيين - في أي وقت ليلا ونهارا- ومن بين النداءات "رسالة عاجلة": تحذير لجميع المواطنين في غزة، حماس تستعملكم كدروع بشرية، لا تستمعوا لها حماس تخلت عنكم، ورجالها يختبئون في الملاجئ".¹⁵

2. اختراق الموجات الاذاعية والتلفزيونية التابعة لحركة حماس :

استخدمت إسرائيل في العديد من الأحداث أسلوب اختراق موجات بث الإذاعات المحلية، حيث اخترق الجيش موجة البث الخاصة بإذاعتي الأقصى والقدس المحليتين في قطاع غزة، لبث بيانات تؤثر فيها على معنويات المواطنين والمقاومين في القطاع.¹⁶ وكانت إسرائيل تحول موجات أثير الإذاعة مرة كل ساعة، وكان صوت المذيع كمال ناصر يبدو ينقطع لعدة دقائق ويستبدل بمذيع إسرائيلي ناطق باللغة العربية، مستمعو الإذاعة في قطاع غزة كانوا مقتنعين في تلك اللحظات أن الجيش الإسرائيلي يتحدث، حيث وجه المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي لهم رسالة تقول: "حماس هي المسؤولة عن اليأس في غزة"، وتم وضع فيديو لقادة حماس متبوع برسالة "يا قادة حماس، وقتكم أخذ في النفاذ".¹⁷

وقالت صحيفة "يديعوت أحرونوت" العبرية صباح يوم الأربعاء 31 ديسمبر 2008 إن عناصر من حركة حماس استطاعت اختراق موجة البث الخاصة بإذاعة الجيش الصهيوني جنوب البلاد، وتبث من حين إلى آخر بيانات حماسية تدعو إلى المقاومة، وأضافت الصحيفة أن إذاعة الجيش الصهيوني حاولت منع هذا الاختراق، ومن حين إلى آخر تسمع هذه البيانات عبر الإذاعة.

وتعتقد الإذاعة الصهيونية أن بث حركة حماس يبعد عن الحدود مسافة 10 كيلومترات، مشيرا إلى أن هذا الاختراق ليس الأول حيث تم اختراق محطة راديو الجنوب وبثت عبره بيانات حماسية.¹⁸

3. إرسال الرسائل القصيرة الجماعية (SMS):

اعتمد الجيش الصهيوني وبشكل أساسي على الاتصالات الهاتفية مع الكثير من السكان الفلسطينيين في غزة.¹⁹ وتلقى الفلسطينيون بصورة شبه يومية ومنذ أن بدأت الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة في السابع والعشرين من شهر ديسمبر 2008، عشرات المكالمات الهاتفية على منازلهم من جيش الاحتلال الإسرائيلي تحذره من التعامل مع حركة حماس وتطالبهم بالإدلاء بمعلومات عن تركيز المقاومة والانصراف عنها، كما تحاول إيصال رسالة لهم بأن إسرائيل تمكنت من تدمير حركة حماس وهزيمتها هزيمة ساحقة خلال عملياتها العسكرية المسماة "الرصاص المسكوب".²⁰

وتحدثت صحيفة "التايمز" عن الحرب النفسية التي يقوم بها الجيش الإسرائيلي ضد المواطنين والرسائل الصوتية المسجلة على هواتفهم، وقالت إن هذه المرحلة الثانية للعملية بعد الغارات تحضير لما يعتقد أنه هجوم بري، وأدت الرسائل إلى إحداث تشوش بين السكان. وفي الوقت الذي يجمع عدد من المواطنين الذين تحدثت معهم الصحيفة على أنها حرب نفسية إلا أن عددا منهم قالوا إن إسرائيل تحاول أن تظهر من خلال الرسائل أنها مهتمة بالمدنيين في الوقت الذي قتلت فيه مدنيين منهم عائلة فقدت خمسا من بناتها.

وحسب جريدة "الجاردين" فقد شنت كل من حركة حماس وإسرائيل حربا نفسية على السكان المدنيين، وقالت الصحيفة إن حماس هددت بإطلاق رسائل نصية على الهواتف النقالة وتشويش محطات إذاعية إسرائيلية. وقال أبو مجاهد المتحدث باسم لجان المقاومة "إسرائيل تبعث برسائل نصية وتشوش الإذاعات الفلسطينية محاولة منها لتخويف الفلسطينيين من خلال رسائلهم، وبذلك فنحن نقوم بحملة مضادة من خلال إرسال الرسائل النصية إلى الإسرائيليين". وقامت حماس بإرسال رسائل قصيرة إلى الإسرائيليين عبر هواتفهم النقالة تهددهم فيها وتتضمن الرسائل حسب

أبو مجاهد: "أن صواريخ المقاومة الفلسطينية سوف تصل إليك أينما كنت، والحكومة الخاصة بك لن تكون قادرة على تقديم الحماية لك". ووفقا لتقارير وسائل الإعلام الإسرائيلية الإجمالية فإن الرسائل تتضمن "الصواريخ على

جميع المدن، والملاجئ لا تحمي من صواريخ القسام التابعة لحركة حماس".
وقالت حماس إنها استطاعت إرسال 70.000 رسالة قصيرة SMS.

وحسب الكابتن بينيامين روتلاد المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي الذي قال إنه لا يستطيع تأكيد ما تدعيه حماس: "هذا تلاعب آخر من قبل حركة حماس، سواء كانوا يرسلون الرسائل أم لا"، وأضاف: "على الرغم من أن حماس ترسل رسائل التهديد، إلا أن الجيش الإسرائيلي يستخدم الرسائل لتحذير الناس من أجل إخلاء المناطق التي هي على وشك أن تتعرض للهجوم لأنه يتم استخدامها للأغراض الإرهابية".

وقد اعتبر حمدي شاكورا (Hamdi Shakura) وهو محام في مجال حقوق الإنسان، المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان في غزة "من يستطيع نصح الناس بعدم اتخاذ هذه التهديدات على محمل الجد، أنها حرب نفسية ولكنها حقيقية (it's psychological war fare but it's real)"، وكانت شركة الهاتف الفلسطينية (Paltel) قد اتصلت بالفلسطينيين وأكدت لهم أنها ليست مسئولة عن المكالمات التي ترسلها إسرائيل على هواتفهم المحمولة.²¹

وقال هاني حبيب، المحلل السياسي والخبير بالشؤون الإسرائيلية، إن ما تقوم به إسرائيل من إرسال رسائل مسجلة عبر الهاتف والحوال يأتي في إطار الحرب النفسية التي تشنها إسرائيل على الشعب الفلسطيني بأكمله ولا يعبر عن إرباك أو تخبط لدى إسرائيل كما يعتقد البعض، وأضاف هاني حبيب أن ما تقوم به إسرائيل الآن كان معمولاً به منذ كانت مدرسة "غوبلز" - وزير الإعلام لدى النازية الألمانية خلال الحرب العالمية الثانية - وهو يندرج في إطار الحرب النفسية التي هي بالنسبة لدولة الاحتلال أهم بكثير من الحرب الفعلية، وقال إن هذه الحرب النفسية هي جزء من الإعلام الذي تعتني به إسرائيل كثيرا، فلن يستطيع جيش الاحتلال - حسب المحلل السياسي - والذي هو جيش كبير ونظامي القضاء على المقاومة إلا من خلال إتباع أساليب نفسية من ضمنها الدخول على خطوط الطرف الآخر والتأثير على الرأي العام.

وحسب النائب رئيس معهد دراسات الأمن القومي في جامعة تل أبيب ابراهام كام (Ephraim Kam)، فإن الإسلاميين في قطاع غزة يستعملون "قوة الاقتراح"، "power of suggestion" خلال هذه الحرب، فبعد حوالي ثلاثة أسابيع من الحرب أرسلت حماس مرارا رسائل تدعي أن لديها أسرى أو قتلى في صفوف الجنود الإسرائيليين، ويتم ترجمة هذه الرسائل بالعبرية وإدراجها في حركة الاتصالات اللاسلكية في المناطق التي تسيطر عليها إسرائيل في قطاع غزة وحتى وإن تم إبطالها في وقت لاحق إلا أنها تقوض معنويات الجنود في الميدان.²²

كما قام كبار ممثلي حركة حماس قبل وأثناء النزاع بإصدار العديد من البيانات يحذرون فيها إسرائيل من شن أي عملية عسكرية في قطاع غزة وهذا ما سبب الإحباط لدى الإسرائيليين، وفي شريط فيديو بث على شاشة تلفزيون الأقصى بين أسماء المدن التي تم ضربها بالصواريخ، والإشارة ضمناً إلى أن الهدف المقبل هو تل أبيب.

كما قامت حركة حماس بإرسال رسائل باللغة العبرية إلى الهواتف المحمولة للإسرائيليين تحذره من أن الصواريخ ستطال جميع المدن وأن الملاجئ لا تكفي للاحتباء فيها. وشكل الجندي الإسرائيلي المختطف كسلاح من أسلحة الحرب النفسية، حيث أعلنت حماس عن إصابته بجروح رصاص الجنود الإسرائيليين وأن إسرائيل لم تعد تهتم لصحة الجندي المختطف.²³

السياسة الاتصالية والإعلامية في حرب إسرائيل

ينظر الإسرائيليون عادة إلى الاتصالات على أنها مهمشة وواحدة من نقاط الضعف، ويشرح الخبراء العسكريون في إسرائيل أن جهاز الاتصالات الإسرائيلي لا طائل منه وأن "أف 16" هي ضمن طريقة للحصول على الرسائل، والقصور في مجال الاتصالات لوحظ في حرب لبنان 2006 التي شهدت اتصالات ودراية فنية من قبل حزب الله الذي تمكن من استغلال وملء الفضاء الإعلامي، وعرف كيف يستغل حساسية الرأي العام الخارجي من خلال الصور الرهيبة للقصف، صور الضحايا طافت العالم وفقدت إسرائيل مصداقية العملية العسكرية التي قامت بها وهو ما دفع الجيش الإسرائيلي لإعطاء المزيد من الأهمية لمسألة المعلومات،²⁴ فقد

استفاد مسؤولو إسرائيل في الاتصال عدة دروس من الفشل الجزئي في حرب لبنان 2006 وعملوا على اتخاذ إجراءات جديدة نذكر منها :

1. حضور وتواجد القائد العسكري :

يرى كل من توماس ريد ومارك إيكار (Marc Hecker, Thomas Rid) أن الأخطاء التي وقعت فيها إسرائيل في حرب لبنان 2006 ليست مرتبطة بقضية الاتصال وتواجد القائد، فقد امتاز المسؤولون السياسيون بكونهم هواة، خاصة وزير الدفاع أمير بيريتز (Amir Peretz) والاختلافات التي وقع فيها والتي كانت بادية للعيان.

وضع الإسرائيليون ثقة كبيرة في رئيس الجيش الإسرائيلي كابي أشكناز (Gabi Ashkenaz) في حين دن هلوترز (Dan Haloutz) تم نقده بسرعة بسبب تسييره لحرب لبنان 2006، وكانت هناك نقطة مشتركة بين إيهود باراك (Ehud Barak) وكابي أشكناز (Gabi Ashkenazi)، واعتبرا من قبل الصحافة أنهما يتميزان بالثرثرة ومحدودية بياناتهما العامة في الواقع، وبعبارة أخرى يمكن للقائد العسكري أن يحشد تماسك سكانه من دون أن يقضي وقته في التواصل وتبرير الإجراءات .

وحسب توماس ريد ومارك إيكار (Marc Hecker, Thomas Rid) فإن مشكل التسرب والهفوات التي وقع فيها الجيش الإسرائيلي هي واحدة فقط من الأخطاء المسجلة في حرب 2006، والمشكلة تكمن في قادة إسرائيل : رئيس الوزراء إيهود أولمرت ووزير الدفاع عامير بيريتز (Amir Peretz) لهما تجربة محدودة في مجال الدفاع، بالإضافة إلى سوء تسيير رئيس أركان الجيش بسبب عدم تحديده لإستراتيجية واضحة ولم يفرض خطة من خطوط اتصالات موحدة، وهو درس للحفظ، لأن إستراتيجية الاتصال ينبغي أن تنبثق من إستراتيجية عامة ولا تقوم على إخفاء أخطاء السياسيين والعسكريين .²⁵

2. التنسيق بين المتحدثين الرسميين :

يتمثل الدرس الثاني في التنسيق بين الناطقين الرسميين خاصة التابعين للجيش ووزارة الدفاع ورئيس مجلس الوزراء ووزارة الخارجية الذين كانوا هذه

المرّة أكثر اتساقاً من حرب لبنان 2006، والتّسيق هو جزء يعزى إلى اللّجنة الوطنيّة للمعلومات وتعرف باللّغة العبريّة باسم "Hasbara"²⁶، وكانت اللّجنة كنتيجة لعدم وجود لجنة وطنيّة في السّابق - حرب لبنان 2006-، وقد تمّ تناول هذه النّقطة في تقرير لجنة فينوغراد (la commission Winograd).

وكانت اللّجنة الوطنيّة للمعلومات تحت قيادة يردن فاتيكاي (Yarden Vatikai) وتحت سلطة رئيس الوزراء، وكانت المسؤولة على تسيق الاتّصالات وتوحيد الرّسائل الصّادرة عن المتحدّث باسم الجيش ومختلف الإدارات،²⁷ وتتصل مديريّة هاسبرا بمنظّمات مثل رابطات الصّدّاقة والطوائف اليهوديّة والمدونين ومؤيدي استخدام شبكة الانترنت وقد أطلقت المديرية قناة اليوتيوب على الانترنت تظهر القصف الإسرائيلي في قطاع غزة.²⁸

يقول مدير اللّجنة الإسرائيليّة لإدارة المعلومات يردن فاتيكاي (Yarden Vatikai): "لدينا تسيق وثيق ورّسائل موحدة بين الوكالات"، وذلك خلافاً للحروب العسكريّة السّابقة مثل ما حدث في حرب لبنان 2006 حيث كان نقص في التّسيق بين وسائل الإعلام، وقد تمت تدريبات بين المتحدّثين على جبهة وسائل الإعلام تحضيراً لعمليّة غزّة وللتعامل مع أسوأ السيناريوهات.²⁹

وأضاف المدير المسؤل: "إن جهاز هاسبرا (hasbara) يحتاج إلى هيئة تستطيع التّسيق بين المؤسّسات والتّسيق بين الرّسائل وتحوّل إلى قاعدة للتعاون بين كل الهيئات التي تتعامل مع الاتّصالات والعلاقات الدبلوماسية العامّة"، وتعمل المديرية في مختلف الوزارات وتقرر بشكل يومي الرّسائل التي ستقدمها لوسائل الإعلام، ومن بين الرّسائل التي تقدمها مثلاً: "إن هدف إسرائيل وقف إطلاق النار، وأن حركة حماس منظمة إرهابية تستهدف المدنيّين الإسرائيليّين"، ويعتقد ياردن فاتيكاي (Yarden Vatikai) أن المنظمة نجحت في إيصال هذه الرّسالة.³⁰ واعتقدت إسرائيل أنها حصلت على دعم دولي واسع في وسائل الإعلام لأعمالها في قطاع غزة وذلك من خلال الهيئة الجديدة التي قامت بإنشائها.³¹

بالإضافة إلى اللّجنة الوطنيّة للمعلومات، جنّدت إسرائيل طاقماً إعلامياً استغرق تدريبه أشهراً طويلة ليكون جاهزاً للمعركة، وقد أكّد ذلك البروفيسور دوف شنعار المحاضر في جامعة بن غوريون في بئر السبع

والذي قال في تصريح لوكالة فرانس برس : «إن إسرائيل تعلمت من تجاربها السابقة استخدام العلاقات العامة ووسائل الاتصالات للتوجه إلى الدبلوماسيين، لتعريف العالم أسباب الحملة العسكرية وتفاصيلها».

بعد اندلاع العمليات العسكرية أخفى الطاقم الإعلامي الإسرائيلي صور من قتلهم في العمليات العسكرية في حرب غزة من المدنيين والنساء والأطفال، كما أخفى صور المناطق التي أصابها القصف، ووزعت وزارة الخارجية الإسرائيلية كراسا وصف بالكراس الإلزامي على جميع المتحدثين الإسرائيليين، وطالبتهم بالالتزام بمضامين هذا الكراس الذي يؤكد في نهاية المطاف مسؤولية حماس عما يجري في قطاع غزة، كما يؤكد الكراس أن سكان قطاع غزة ليسوا أعداء للدولة الإسرائيلية.³²

ذكرت صحيفة جيروزاليم في موقعها الإلكتروني أن المسؤولين الإسرائيليين متفائلون بالحملة الإعلامية الموازية للحرب، وبحسب المحللين فإن الإبلاغ عن النزاع هو نقطة حاسمة في المعركة، ونجاح أو فشل جهود وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على نافذة الفرص التي قام جيش الدفاع الإسرائيلي بتحقيق أهدافه.³³

ومن التدابير المتخذة في حرب غزة من أجل تحسين اتصالات الجيش الإسرائيلي ومنع التسرب، إلزام الجنود الإسرائيليين بعدم حمل هواتفهم النقالة إلى مسرح العمليات العسكرية وتهديد بفرض عقوبات مشددة على الضباط في حال ثبت تورطهم بتسريب معلومات خارج المؤسسة العسكرية أو لضباط آخرين لا يتوجب إطلاعهم على معلومات الحرب ومجرياتها.

كما كانت هناك منظمة خاصة تحت قيادة ياردن فاتيكال (YARDEN VATIKAL) والتي كانت تحت سلطة رئيس الوزراء وهي المسؤولة عن تنسيق الاتصالات وتعمل على توحيد الرسائل الصادرة عن المتحدث باسم الجيش أو مختلف الإدارات.³⁴

وأشارت صحيفة هآرتس إلى أن الجيش الإسرائيلي أخضع خلال الحرب على غزة مئات الهواتف النقالة التابعة لضباطه، بهدف حصر وتحديد مصدر تسريب المعلومات العسكرية لمصادر خارج المؤسسة مثل سياسيين ودبلوماسيين وصحافيين إلا أن عملية الفحص لم تسفر عن أية نتيجة.³⁵

3. غلق ساحة المعركة أمام الصحافة :

أعطت إسرائيل أهمية كبيرة للمعلومات واختارت إستراتيجية تهدف من خلالها للحصول على دعم الرأي العام وهذا الدعم أساسي لأنه قادر على تحويل النصر العسكري إلى هزيمة إعلامية، وهذا هو الثمن الذي استفادت منه الولايات المتحدة الأمريكية في حربها على الفيتنام، لأن نجاح الهجوم العسكري لا يكفي لطمأنة السكان الذين تصلهم أخبار من الصحافة عن الدمار والخراب.³⁷

يرى الباحث فرانسوا برنارد (François-Bernard Huyghe) بأن حرب غزة هي حرب معلومات من نوع جديد والأعراض الأكثر وضوحاً لذلك هو رفض جيش الدفاع الإسرائيلي دخول وسائل الإعلام الأجنبية إلى قطاع غزة، في حين كانت تقاليد إسرائيل العمل على إغواء الصحافيين من قبل الضباط المسؤولين على الاتصال، الناطقين باللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية ويرى الباحث أن زمن إستراتيجية الشفافية قد انتهى. وكانت تأتي لقطات وصور الحرب من ثلاثة مصادر : الجيش الإسرائيلي - في كل وحدة عسكرية كان يصحب معه مصورا أو كاميرامان (cameraman)-، سكان قطاع غزة الذين كانوا ينشرون الصور على المدونات على شبكة الانترنت، الصحافيون الفلسطينيون الذين كانوا متواجدين في قطاع غزة قبل بدء الحرب ويعملون لصالح أكبر وسائل الإعلام الأجنبية.³⁸

وحسب الباحث فرانسوا برنارد François-Bernard Huyghe فإنه من الواجب العودة لتجربة إسرائيل في حرب جنوب لبنان 2006، فنتائج الحرب هي التي جعلت إسرائيل تتوجه إلى سياسة التعتيم، فقد تمكن حزب الله من تحقيق نجاحين في آن واحد : إسقاط إسرائيل في حرب العصابات ونشر صور الضحايا المدنيين في تلفزيونات العالم كله، وكان هناك نشاط كبير في الانترنت ووسائل الإعلام البديلة، أنشأ التنظيم الشيعي وزارة إعلام حقيقية وعرف جيدا كيفية توجيه وسائل الإعلام الوجهة التي أرادها. وحسب الباحث نفسه فإن منع تواجد الصحفيين الإسرائيليين من التواجد في قطاع غزة، جعل من وسائل الإعلام الإسرائيلية عرضة لعدم الثقة بما تبثه.³⁹

ويرى فرنسوا برنارد أن العسكريين الإسرائيليين قد مالوا لتطبيق الطريقة التي نجحت بريطانيا في تطبيقها في حرب الفوكلاند (la guerre des Falklanwar)⁴⁰ (Malouines) " لا وسائل إعلام، لا صور، لا مشاكل " ولكنه على الرغم من غلق قطاع غزة على الصحفيين الأجانب إلا أنه كان هناك صحفيون فلسطينيون (يقيمون في قطاع غزة)، وكان المسئولون الإسرائيليون واثقين بأن الصحفيين هم إما أعداء أو ضحايا "الدعاية الفلسطينية".

وقد سبق لإسرائيل وأن لجأت لهذه الإستراتيجية في الانتفاضة الثانية 2002 فحسب توماس ريد ومارك إيكار (Mark Hecker, Thomas Rid) فإن سياسة التعقيم التي اتبعتها إسرائيل في تلك الانتفاضة كانت فاشلة وجعلتها تستيقظ على إشاعات مئات القتلى من الفلسطينيين وظهرت مصطلحات " مجزرة " و "الإبادة الجماعية " ، وبعد عشرة أيام من انطلاق المعركة سمح لفريق من الصحفيين من الدخول إلى المخيم "جنين". وقال جاكوب دلال (Jacob Dalal) ضابط الصحافة الإسرائيلية المرافق للصحفيين "إسرائيل حفظت درسا مهما في جنين في مجال العلاقات العامة، في صراع منخفض الشدة يجب السماح للصحافة الوصول إلى أرض العركة". هذا التحليل لا يتفق معه جميع الضباط، ففي حرب لبنان 2006 كانت الحرب قوية ومع ذلك كانت أكثر انفتاحا، حيث تمكن الصحفيون من الوصول إلى شمال إسرائيل والنقاش بحرية مع الجنود الإسرائيليين، وحسب جريدة هآرتس فإنه حتى الجنود الموجودين في لبنان كانوا قادرين على التواصل مع الصحافة، وذلك باستخدام الهواتف النقالة، ولكن إسرائيل فوجئت بالهفوات الموجودة في صفوف الجيش الإسرائيلي، فبعد (الأعمال العدائية) الحرب أمر الجنرال Dan Haloutz - رئيس أركان الجيش- بإجراء تحقيق حول تسجيل الجنود للمكالمات الهاتفية، وثبت أن في حرب 33 يوما، 460 ضابط تحدثوا مع الصحفيين من دون تصريح.⁴¹

سعت السلطات الإسرائيلية في حرب لبنان 2006 للإشراف والسيطرة على الصحفيين، وبدلا من عرقلة عمل الصحافة الأجنبية حاول مكتب الصحافة الحكومي الإسرائيلي "Government Press Office" "GPO" تسهيل عمل الصحافة الأجنبية لتتنقل بحرية باستثناء بعض المناطق

المحظورة خلال ساعات حظر التجول، ولتلبية احتياجات المراسلين من المعلومات نظم مكتب الصحافة الحكومي "GPO" تجمعات "Pools" للصحافيين في المناطق المتضررة من جراء صواريخ حزب الله ونظمت مؤتمرات صحفية خاصة في المناطق المتضررة مع أسرتي الجنديين اللذين تم أسرهما من قبل حزب الله والهدف بالتأكيد هو إضفاء الشرعية على الغارات الجوية على لبنان في نظر الرأي العام الدولي، ووفر أعضاء مصلحة الصحافة الحكومية (Service de presse gouvernementale) الحافلات لإيصال المواد الغذائية للصحافيين، كما قامت بالاتصال بهم - الصحافيين- سواء عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني لتزويدهم بمواضيع تعد في نظر إسرائيل مثيرة للاهتمام وتضعهم في اتصال مع الخبراء العسكريين وحرصت على تزويدهم بالصور.

سعى الإسرائيليون من خلال هذه السياسة المعلوماتية إلى التوفيق بين أمرين متعارضين في كثير من الأحيان : تجنب اتهام إسرائيل بعرقلة حرية الصحافة وممارسة حجب المعلومات، وضمان خطر السيطرة الإعلامية من خلال التحكم في عمل الصحفيين.⁴²

وحسب فرانسوا برنارد (François-Bernard Huyghe) فإن الإستراتيجية التي اتبعتها إسرائيل في حرب غزة والقائمة على قطع الصور ستفشل : في العصر الرقمي والفيديوهات، (les vidéos) التي أنتجها الهواة أو روايات الشهود على المدونات لا يمكن إخضاعها للرقابة⁴³.

وهذا ما ذهب إليه الباحث أونج ويجونج (Ong Weichong) من جامعة سنغافورة حيث يرى أنه بالرغم من إجراء تقييد الصحفيين ومنعهم من الدخول إلى قطاع غزة فان وجود الانترنت في كل مكان، صعب المهمة على الإسرائيليين ومنعها من السيطرة على فضاء المعلومات، فقوة الدعاية وقدرتها على الإقناع تكمن في قدرتها على تصوير الحقيقة والقدرة على الحفاظ عليها.⁴⁴

استخدم الإسرائيليون وسائل أخرى معتمدين في ذلك على الجهات الخارجية المؤيدة لإسرائيل : "وكالات الأنباء، المنظمات غير الحكومية (ONGK)، مراكز البحوث، (Thinks Thank)، الصحافة الورقية أو الإلكترونية، مجموعات "المواطنين"، "Media Watch"، رصد ومراقبة وسائل الإعلام المشتبه في

معاداتها لإسرائيل والسامية.⁴⁵ وأقامت وزارة الخارجية الإسرائيلية ثمانى ساعات من التغطية في وسائل البث الدولي كما أن ممثلين إسرائيليين حصلوا على ثمانى وخمسين دقيقة من البث في حين أن الفلسطينيين لم يحصلوا سوى على تسع عشرة دقيقة للحديث عن الجيش الإسرائيلي. وحسب الباحث والمتخصص الإعلامي دومنيك ولتون (Dominique Wolton) فإن "استعمال إسرائيل للقوة غير المتوازنة وإطلاق العنف انقلب ضدها، وأضاف: "إسرائيل لم تكسب معركة الاتصالات مع أنها تسيطر عليها".⁴⁶

ومن التحديات التي واجهت وسائل الإعلام الإسرائيلية هي كيفية مهاجمة ومواجهة الصور المثيرة للقلق عن حرب غزة، وقد صرح أفيف شير (Aviv Shir) نائب المدير العام للشؤون العامة بوزارة الخارجية: "خسرنا حرب الصور ونحن بحاجة لإصلاحها وشرحها وتحقيق التوازن بطرق مختلفة"، وأضاف: "الدعم لا يعني أن العالم وراءنا، وإنما يجب أن يفهم الناس ما نقوم به وسبب ذلك"⁴⁷. وأبلغت المفوضية الأوروبية للعلاقات الخارجية، بينيتا فيريرو فالدنر، الرئيس الإسرائيلي شيمون بيريز بالقول إن صورة إسرائيل دمرت بسبب رفضها الاستماع إلى نداءات وقف إطلاق النار من جانب المجتمع الدولي، لكن بيريز أكد خلال اللقاء مع الوفد الوزاري الأوروبي أن إسرائيل غير قلقة حيال صورتها في العالم وقال: "على أوروبا أن تفتح عينيها نحن لا نقوم بعلاقات عامة، نقاتل الإرهاب ولنا الحق المطلق في الدفاع عن مواطنينا".⁴⁸

كل هذه التحسينات التكتيكية على مستوى الاتصالات سمحت للإسرائيليين بريح أيام إضافية قبل تدهور التعبئة الدولية، ولكن عندما تكون حصيلة الحرب أكثر من ألف وخمسة عشر قتيلًا في الجهة المقابلة فإنه حتى الاتصالات لا يمكن أن تتجح ويصبح استعمال القوة غير مناسب ويكون من الصعب تحويل الهزيمة العسكرية إلى نصر سياسي.⁴⁹

الاستعمال الواسع لشبكة الانترنت

قال وسيم خوري المراقب الإعلامي عبر وسائل الإعلام والإنترنت في إذاعة إسرائيل باللغة العربية: "فقدت إسرائيل مصداقيتها أمام الرأي العام

العالمي... لكن إسرائيل لا تزال تبذل جهداً، وطلبت وزارة الخارجية خصوصاً من الجمهور كتابة مدونات وتصوير أفلام فيديو لعائلاتهم وتصوير الدمار الذي لحق بجنوب إسرائيل جراء الصواريخ لكسب الرأي العام العالمي". وتحدث المراقب الإعلامي عن تأثير صور مقتل المدنيين على الرأي العام العالمي وقال: "إن مشاهد قطاع غزة تتكرر في كل محطات العالم بما فيها القنوات الإسرائيلية التي تنقل صور وكالة راماتان الفلسطينية"، وأضاف: "لم تعد الحرب الإعلامية تقتصر على وسائل الإعلام التقليدية بل انتقلت إلى الإنترنت حيث نشاهد أطفالاً فلسطينيين يتحدثون عن فقدان عائلاتهم جراء الهجمات الإسرائيلية، في حين تستخدم إسرائيل صور أطفال في دار حضانة يركضون إلى الملجأ بعد وقوع صاروخ القسام، وقد نجح الفلسطينيون وتفوقوا على الإسرائيليين". واعتبر وسيم خوري أن الإنترنت وسيلة اتصال فاعلة ولها تأثير كبير، وخصوصاً بين الشباب، لكون تقنياتها سهلة، فأى شخص يستطيع أن يلتقط عبر هاتفه النقال صوراً شخصية لعائلته ومحيطه وبيئتها.⁵⁰

لجأ الجيش الإسرائيلي إلى عمليات التنسيق الدقيقة التي تجري بين مختلف الدوائر الحكومية والجيش الإسرائيلي لتحقيق أكبر استفادة من الإعلام الجديد واعتباره ذخيرة هامة في هذه الحرب، لنقل رسالة موحدة حول العالم وذلك عبر الإنترنت لتبرير الحرب على غزة ومجرياتهما، ويرى كل من توماس ريد ومارك هاكر (Thomas Rid & Marc Hecker) أن إستراتيجية إسرائيل اتجاه الانترنت تغيرت كثيراً، ففي حين لم يهتم مسؤولو الاتصال في الجيش الإسرائيلي بالويب وفضلوا التركيز على وسائل الإعلام التقليدية، فإن تركيز المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي ومرافقيه كان على شبكة الانترنت⁵¹، حيث قام المتحدث باسم جيش الاحتلال بالاتصال المباشر والفوري مع الصحفيين عبر الإنترنت وغيرها لتقديم بيانات الحرب ورسالة البروباغندا الرقمية الجديدة، واستغنى جيش الاحتلال عن المؤتمرات الصحفية خلال الحرب كما جرى في الحرب على لبنان عام 2006.⁵²

وذهبت المتحدثات باسم الجيش الإسرائيلي الرائدة أفيتال ليويفيتش إلى اعتبار أن "الوسائط الإعلامية الجديدة والمدونات هي حرب أخرى في

المنطقة وعلينا أن نكون على صلة بها".⁵³ كما رأَت وزارة الهجرة الإسرائيلية أن "الانترنت تشكل سلاحا جديدا في العلاقات العامة"، ودعت الوزارة كل الإسرائيليين الذين يحسنون الحديث باللغات الانجليزية والفرنسية والاسبانية والألمانية إلى المشاركة في المواقع الإلكترونية والعمل على تحسين صورة إسرائيل.⁵⁴

وجرت قبل ستة أشهر عمليات إعداد خطة إستراتيجية متكاملة لهذه الحرب وتدريب الناطقين باسم حكومة الكيان الإسرائيلي على مهارات استغلال خدمات الإنترنت الإخبارية وذلك من أجل تأليب الرأي العام العالمي وكسبه إلى صالح إسرائيل بتوصيل رسائل معدة مسبقا لامتناس النعمة ضد سفك دماء المدنيين من أهل غزة وإخفاء الحقائق، وتحاول لجنة متخصصة في الإعلام الرقمي في إسرائيل تنفيذ مزاعم حماس والفلسطينيين عموما بطرق شتى⁵⁵. بالإضافة إلى ذلك كانت هناك جهود حثيثة لتنفيذ إستراتيجية مدروسة عبر الإنترنت بمراقبة الأخبار والتعليقات وعمليات التصويت في منتديات الحوار ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل المواقع الإخبارية (digg.com)، والتي تظهر ميولا لصالح الكيان الإسرائيلي من خلال فصل مشتركها المتعاطفين مع الفلسطينيين، وموقع (reddit.com) الأكثر موضوعية والذي ينشر أخبارا تفند المزاعم الإسرائيلية في حربها على الفلسطينيين. ويطوف جيش من مؤيدي إسرائيل لقلب الموازين وإخفاء أخبار جرائم إسرائيل ضد الفلسطينيين في هذه المواقع من خلال التصويت ضدها بزر (down vote)، والتصويت لصالح الأخبار التي تحابي حرب غزة بزر التصويت لها (upvote)⁵⁶:

كما لجأت إسرائيل للعديد من المنابر الإعلامية لتبرير مواقفها والتكتيكات المستخدمة أثناء النزاع، أنصار إسرائيل قاموا بإنشاء موقع "the Help Us Win"، وذلك لنقل الحقيقة بطريقتها الخاصة⁵⁷.

خاتمة

أكدت حرب غزة أن طائرات "آف 16" لا تكفي لإيصال الرسالة إلى سكان غزة، فقد أظهرت الحرب على غزة 2009 الأساليب التي استعملتها إسرائيل في دعايتها سواء التقليدية منها أو المتطورة، تتمثل الأساليب التقليدية في توزيع المنشورات على سكان قطاع غزة واختراق الموجات الإذاعية التابعة لحركة حماس إلى حجب المعلومات من خلال غلق قطاع غزة عن الصحافة الأجنبية، بالإضافة إلى خلق اللجنة الوطنية للمعلومات "Hasbara" لتنسيق الاتصالات بين مختلف الجهات الإسرائيلية المسؤولة عن الحرب، أما الوسائل المتطورة فتتمثل في المواقع الإلكترونية وذلك من أجل تأليب الرأي العام العالمي وكسب تأييده للحرب، وربح أيام إضافية لمواصلة العملية العسكرية ضد سكان غزة .

التهيش

¹ احمد عظيمي، دعاية الكراهية، الشروق للإعلام والنشر، الجزائر، طبعة اولى، 2010 ص 36.

² عاطف عدلي العبد، الدعاية والإقناع، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي ن القاهرة، 2007 ص 24

³ Ong Weichong ; (Access 22/04/2010) ; Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath [Online]; Adresse URL :

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

⁴ العربية نت، (تاريخ زيارة الصفحة 2009/03/18)، بحسب رصد تحليلي..الدعاية الإسرائيلية تختزل حرب غزة بـ"استهداف" حركة حماس، على الخط التالي

<http://www.alarabiya.net/articles/2009/01/08/63758.html>

4- العربية نت ؛ (تاريخ زيارة الصفحة 2009/03/18) ؛ بحسب رصد تحليلي...الدعاية الإسرائيلية تختزل حرب غزة بـ"استهداف" حركة حماس ؛ على الخط التالي :

<http://www.alarabiya.net/articles/2009/01/08/63758.html>

⁶ - Denis Sieffert ; la nouvelle guerre médiatique israélienne; la Découverte ; Paris ; 2009 ; p6.

⁷ -محمد جمال عرفة ؛ (تاريخ زيارة الصفحة 2009/03/19)، بحرب نفسية وإعلامية.. إسرائيل تدفن جرائمها النازية ؛ على الخط التالي :

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1232171680683&pagename=Zone-Arabic-News/NWALayout

⁸ - François-Bernard Huyghe ; (Page consultée le 2Avril 2010) ; guerre de l'image à gaza ; (En ligne)

Adresse URL : <http://www.affaires-strategiques.info/spip.php?article569>.

⁹ -Nir Hasson and Yoav Stern ; (Access 22/04/2010) ; The unreported battle with Hamas : psychological warfare ; [Online],

Adresse URL : <http://www.haaretz.com/hasen/spages/1054916.html>

¹⁰ -منير حجاب ؛ مرجع سبق ذكره ؛ ص 291

¹¹ - موقع الجزيرة ؛ (تاريخ زيارة الصفحة 2009/03/28)، حرب ثانية على الإنترنت بين إسرائيل وحماس، على الخط التالي

<http://www.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=1165586>

¹² -Israel collaborator recruiter punked .Transcript, ,(Access 22/04/2010)
 , The Electronic Intifada, 4 January 2009, [Online], Adresse URL :
<http://electronicintifada.net/v2/article10114.shtml>

¹³ -Nir Hasson and Yoav Stern,(Access 22/04/2010), The unreported battle
with Hamas : psychological warfare , [Online],

Adresse URL : <http://www.haaretz.com/hasen/spages/1054916.html>

¹⁴ -Ulrike Putz,(Access 22/04/2010), Psychological Tricks to Demoralize
the Enemy [Online],

Adresse URL :

<http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,601694,00.html>

¹⁵ -Soren Seelow; (Page consultée le 14-03-2010), Sur les blogs de Gaza,
chronique d'une vie en état de siège, (En ligne)

Adresse URL :

http://www.lemonde.fr/la-guerre-de-gaza/article/2009/01/05/sur-les-blogs-de-gaza-chronique-d-une-vie-en-etat-de-siege_1137851_1137859.html

¹⁶ - شبكة طنجة الإخبارية ؛ (تاريخ زيارة الصفحة 28/03/2009) ؛ عناصر
من حماس تخترق موجات بث صهيونية بثت بيانات " تدعو إلى المقاومة " ،
على الخط التالي :

<http://www.tinjah.org/ar/news.php?action=view&id=1484>

¹⁷ -Ulrike Putz,(Access 06/05/2010) ; Psychological Tricks to Demoralize
the Enemy [Online], Adresse URL :

<http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,601694,00.html>

¹⁸ - شبكة طنجة الإخبارية؛(تاريخ زيارة الصفحة 28/03/2009) ؛ عناصر
من حماس تخترق موجات بث صهيونية بثت بيانات " تدعو إلى المقاومة " ؛
على الخط التالي :

<http://www.tinjah.org/ar/news.php?action=view&id=1484>

¹⁹ - أحمد الغريب ؛ (تاريخ زيارة الصفحة 22 /02/2009) ؛ من الأقوى في
الحرب النفسية الدائرة بين الصهاينة وحماس ؟ على الخط التالي :

[http://www.islammemo.cc/Tkarer/Takrer-](http://www.islammemo.cc/Tkarer/Takrer-Motargam/2009/01/15/75286.html)

[Motargam/2009/01/15/75286.html](http://www.islammemo.cc/Tkarer/Takrer-Motargam/2009/01/15/75286.html)

²⁰ - موقع الجزيرة، (تاريخ زيارة الصفحة 28 /03/2009)، حرب ثانية على
الإنترنت بين إسرائيل وحماس، على الخط التالي :

<http://www.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=1165586>

²¹ - Hazem Balousha, Toni O'Loughlin, ,(Access 1/05/2010) , Text
messages and phone calls add psychological aspect to warfare in Gaza,
[Online], Adresse URL :

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/03/israelandthepalestinians-middleeast>

²²-Ulrike Putz, (Access 06/05/2010), Psychological Tricks to Demoralize the Enemy [Online], Adresse URL :

<http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,601694,00.html>

²³-wikipedia, (Access 11/05/2010), Gaza War, [Online], Adresse URL

http://en.wikipedia.org/wiki/Gaza_War

²⁴-Marc Hecker, Thomas Rid, (Page consultée le 18-03-2010), Grande muette ou grande bavarde? La communication de Tsahal entre hésitations et innovations, (En ligne)

Adresse URL : <http://thomasrid.org/wp-content/uploads/2010/01/hecker-rid-tsahal.pdf>

²⁵-Marc Hecker, Thomas Rid, (Page consultée le 18-03-2010), Communication de guerre israélienne : Gaza et les leçons de 2006, (En ligne) Adresse URL : <http://www.rue89.com/2009/01/22/communication-de-guerre-israelienne-gaza-et-les-lecons-de-2006.20/03/2010>.

²⁶ **هاسبرا** : كلمة عبرية تعني "الشرح" أو "التوضيح والتفسير" ويقصد بها الجهود التي تقوم بها إسرائيل وأنصارها لتوضيح وجهة نظر الحكومة الإسرائيلية ولشرح سياساتها وتبرير أفعالها والدعاية لإسرائيل على وجه العموم.

²⁷-Marc Hecker, Thomas Rid, (Page consultée le 18-03-2010), Grande muette ou grande bavarde? La communication de Tsahal entre hésitations et innovations, <http://thomasrid.org/wp-content/uploads/2010/01/hecker-rid-tsahal.pdf>.

²⁸-Rachel Shabi, (Access 17/04/2010), Special spin body gets media on message, says Israel, [Online], Adresse URL :

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/02/israel-palestine-pr-spin/print>

²⁹- Haviv Rettig Gur, (Access 12/04/2010), 'Coordination is putting Israel ahead in the media war', [Online], Adresse URL:

http://findarticles.com/p/articles/mi_8048/is_20081230/ai_n47396420/pg_2/

³⁰-Rachel Shabi, (Access 17/04/2010), Special spin body gets media on message, says Israel, [Online], Adresse URL:

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/02/israel-palestine-pr-spin/print>

³¹-Frédéric Filloux, (Page consultée le 20/03/2010), Gaza-Israël : la guerre en ligne, (En ligne) Adresse URL :

[:http://www.e24.fr/chroniques/tectoniquecles/article40098.ece/Gaza-Israel-la-guerre-en-ligne.html](http://www.e24.fr/chroniques/tectoniquecles/article40098.ece/Gaza-Israel-la-guerre-en-ligne.html)

³² - باسل النيرب، (تاريخ زيارة الصفحة 15 مارس 2010)، حرب غزة والتغطية الإعلامية، على الرابط التالي :

<http://www.albayan-magazine.com/bayan-258/bayan-25.htm>

³³ -Haviv Rettig Gur, (Access 12/04/2010), 'Coordination is putting Israel ahead in the media war', [Online], Adresse URL:

http://findarticles.com/p/articles/mi_8048/is_20081230/ai_n47396420/pg_2/

³⁴ Marc Hecker, Thomas Rid, (Page consultée le 20/03/2010), Grande muette ou grande bavarde? La communication de Tsahal entre hésitations et innovations, (En ligne) Adresse

URL :<http://thomasrid.org/wp-content/uploads/2010/01/hecker-rid-tsahal.pdf> 20/03/2010.

³⁵ - نزار جابر، (تاريخ الزيارة 12 أفريل)، في حرب غزة... كيف تسربت المعلومات العسكرية الإسرائيلية؟ على الخط التالي:

<http://www.3aed.net/ps/showthread.php?s=2a22d307b3b2b6b336c269283dc853ac&t=29>

³⁶ -Ong Weichong, (Access 22/04/2010) Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath[Online], Adresse URL:

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

³⁷ -Marc Hecker et Thomas Rid, (Page consultée le 20/03/2010) Communication de guerre israélienne : Gaza et les leçons de 2006, (En ligne), Adresse URL :
:<http://www.rue89.com/2009/01/22/communication-de-guerre-israelienne-gaza-et-les-lecons-de-2006>

³⁸ - François-Bernard Huyghe, (Page consultée le 9/03/2010), guerre de l'image à gaza, (En ligne) Adresse URL :

<http://www.affaires-strategiques.info/spip.php?article569>

³⁹ - حرب المالوين أو حرب الفوكلاند : هي حرب عسكرية مسلحة قامت يوم 2 أبريل 1982 بعد اجتياح الأرجنتين عسكرياً لجزر الفوكلاند قصد تحريرها واسترجاعها، إلا أن بريطانيا لم تتدخل عن هذه الجزر فدخلت بأسطولها البحري والجوي في حرب مع الأرجنتين حيث كانت الغلبة للأولى التي أنهت الحرب لصالحها يوم 14 يونيو 1982، وأعلنت بريطانيا نهاية الحرب رسمياً يوم 20 يونيو 1982.

⁴⁰ -Marc Hecker, Thomas Rid, (Page consultée le 20/03/2010), Grande muette ou grande bavarde ? La communication de Tsahal entre hésitations et innovations, (En ligne)

Adresse URL : <http://thomasrid.org/wp-content/uploads/2010/01/hecker-rid-tsahal.pdf>

⁴¹ -Mrtial Baudot, Etienne Delacroix, Benoit guit, Briec le Gouvello, Matthieu Osada., (Page consultée le 12/06/2010), Une illustration de la guerre de l'information : le conflit entre Israël et Hesbollah de l'été 2006, (En ligne)

Adresse URL : <http://www.ege.fr/download/liban2007.pdf>

⁴² -François-Bernard Huyghe, (Page consultée le 20/03/2010), guerre de l'image à gaza, (En ligne), Adresse URL :

<http://www.affaires-strategiques.info/spip.php?article569>, 9/10/2010.

⁴³ -Ong Weichong ,(Access 22/04/2010) Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath [Online], Adresse URL:

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

⁴⁴ -François-Bernard Huyghe, (Page consultée le 11/04/2010), guerre de l'image à gaza, (En ligne)

Adresse URL : <http://www.affaires-strategiques.info/spip.php?article569>

⁴⁵ -ABC News,(Access 22/04/2010)Israel takes hit in Gaza propaganda war, [Online], Adresse URL :

<http://www.abc.net.au/news/stories/2009/01/08/2461651.htm>

⁴⁶ -Rachel Shabi, (Access 22/04/2010) Special spin body gets media on message, says Israel, [Online], Adresse URL :

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jan/02/israel-palestine-pr-spin/print>

⁴⁷ -ABC News, (Access 22/07/2010), Israel takes hit in Gaza propaganda war. [Online], Adresse URL :

<http://www.abc.net.au/news/stories/2009/01/08/2461651.htm>

⁴⁸ -Marc Hecker et Thomas Rid, (Page consultée le 20/03/2010) Communication de guerre israélienne : Gaza et les leçons de 2006, (En ligne), Adresse URL

<http://www.rue89.com/2009/01/22/communication-de-guerre-israelienne-gaza-et-les-lecons-de-2006>.

⁴⁹ -محييط : محمد السيد، (تاريخ الاطلاع 2010/03/20) الإنترنت.. سلاح للمقاومة في حرب غزة ، على الخط التالي:

http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=213920

⁵⁰ -Marc Hecker et Thomas Rid, (Page consultée le 20/03/2010), Communication de guerre israélienne : Gaza et les leçons de 2006, (En ligne) :

<http://www.rue89.com/2009/01/22/communication-de-guerre-israelienne-gaza-et-les-lecons-de-2006>

⁵¹ - Ong Weichong, (Access 22/04/2010) Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath[Online], Adresse URL:

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

⁵² - الجزيرة نت، (تاريخ الزيارة 2010/03/30)، حرب ثانية على الإنترنت بين إسرائيل وحماس، على الخط التالي :

<http://www.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=1165586>

⁵³ - Cnaan Liphshiz, (Access 22/04/2010) Israel recruits 'army of bloggers' to combat anti-Zionist Web sites , [Online], Adresse URL :

<http://www.haaretz.com/hasen/spages/1056648.html> 14/03/2010.

⁵⁴ - Ong Weichong, ,(Access 22/04/2010) Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath[Online], Adresse URL :

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

⁵⁵ - Ong Weichong, (Access 22/04/2010) Israel's Propaganda War in Gaza : Once David Now Goliath[Online], Adresse URL :

http://www.khaleejtimes.com/DisplayArticle.asp?xfile=data/opinion/2009/January/opinion_January99.xml§ion=opinion&col

⁵⁶ - Waging the web wars , (Access 22/04/2010), Riyaad Minty, [Online], Adresse URL :

http://www.opendemocracy.net/media-debate_97/article_1428.jsp