

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

قسم: علم الاجتماع السياسي والعلاقات الدولية

تخصص: الاتصال، العولمة وضبط النزاعات

الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في حرب جويلية 2006 - قناة المنار نموذجا -

مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية

إشراف الدكتور:

عظيمي أحمد

إعداد الطالب:

طرشة عبد الكريم

أعضاء لجنة المناقشة

- أ / بوراس خليفة رئيسا أستاذ محاضر أ / م و ع ع س.
أ / عظيمي احمد مشرفا ومقررا أستاذ محاضر أ / جامعة الجزائر3.
أ / بيوض إنعام عضوا مناقشا أستاذة محاضرة أ / م و ع ع س.
أ / دردوري عبد العزيز عضوا مناقشا أستاذ مشارك / م و ع ع س.

كلمة شكر

أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذي المشرف
أحمد عظيمي الذي تشرفت بالعمل معه، والذي لم
يبخل عليّ بتوجيهاته القيّمة.

كما لا أنسى الأستاذة المحترمة دامية سكينه التي
رافقتنا منهجياً وقاسمتنا همومنا المعرفية وأفادتنا
بخبرتها.

و إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد على إنجاز
هذه الدراسة من أساتذة وزملاء.

الإهداء

إلى أمي وأبي..

إلى كل حركات المقاومة التي تناضل في سبيل نيل
حريتها...

عبد الكريم هـ

ملخص الدراسة

في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال والتأثير الذّي أصبحت تتيح له لم يكتف حزب الله بتطوير إستراتيجية عسكرية وسياسية فقط، بل سعى كحركة مقاومة إلى تبني إستراتيجية اتصالية فعّالة للتعبير عن سياسة الحزب والتواصل مع مختلف الجماهير في إطار صراعه مع إسرائيل.

حيث تركز هذه الدراسة على أهمية الإستراتيجية الاتصالية التي كانت موجهة لتدعيم المجهود الحربي لحزب الله والتأثير على الرأي العام سواء من خلال العمل على تماسك الجبهة الداخلية لكسب الشرعية أو الترويج لقدرات حزب الله التسليحية من أجل ردع إسرائيل.

كملتت قناة المنار أهم ركيزة في هذه الإستراتيجية في حرب تموز/جويلية 2006 لعلاقتها المباشرة بحزب الله ونتيجة التكتيك الذي اعتمده على الميدان، بفرض رقابة على المعلومة والسعي لتعبئة الجبهة الداخلية لتعزيز المقاومة وممارسة الحرب النفسية على جمهور العدو بشقيه المدني والعسكري.

وقد كان لهذه الإستراتيجية الاتصالية انعكاسات بالمحافظة على صمود الجبهة الداخلية في مقابل زعزعة استقرار جبهة العدو بخلق نوع من الشك في قدرات إسرائيل العسكرية ما دفع بالرأي العام للضغط على الحكومة الإسرائيلية لتوقيف الحرب.

- **الكلمات المفتاحية:** حزب الله- إستراتيجية الاتصال- الإعلام الحربي - قناة المنار - الإعلام المقاوم - الرأي العام.

Résumé

À la lumière de l'évolution des technologies de l'information et de la communication, et en vu de l'influence qu'elles exercent sur les sociétés, Hezbollah ne s'est pas contenté de développer sa stratégie militaire et politique, mais il a adopté une stratégie de communication efficace, pour exprimer sa politique et de communiquer avec le public dans le cadre de son conflit avec Israël.

Cette étude vise à démontrer l'importance de la stratégie communicationnelle de Hezbollah élaborée pour le soutien de l'effort militaire et l'influence sur l'opinion publique, en travaillant pour renforcer la cohésion du front intérieur à fin d'assurer sa légitimité, ainsi que pour propager ses capacités militaires à fin de dissuader Israël.

La chaîne Al-Manar est considérée comme étant le pilier le plus important dans cette stratégie pendant la guerre de Juillet 2006, eu égard à ses relations avec Hezbollah et vu les tactiques adoptées sur le terrain, en censurant l'information et mobilisant le front intérieur pour renforcer la résistance et le recours à la guerre psychologique à l'encontre de son ennemi (civile et militaire).

La stratégie de communication a eu des implications en maintenant la résistance du front intérieur, par opposition à la déstabilisation engendrée au niveau du front ennemi, et créant une sorte de doute dans les capacités de l'armée israélienne. Ce qui a incité l'opinion publique israélienne à exercer une pression sur son gouvernement pour mettre fin à la guerre.

-Mots clés : Hezbollah- la stratégie de la communication- l'information de guerre- la chaîne Al-Manar- l'information de résistance – l'opinion publique.

فهرس المحتويات

I.....	كلمة شكر
II.....	الإهداء
III.....	ملخص الدراسة
VI.....	فهرس المحتويات
IX.....	قائمة الجداول

1..... مقدمة

الفصل الأول

12.....	عناصر الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله
13.....	تمهيد
14.....	1. من حيث الهدف
14.....	1.1 تحسين صورة المقاومة
15.....	2.1 تدعيم العمل الحربي
17.....	3.1 مقاومة الاحتلال
18.....	2. محاور الرسالة الاتصالية
18.....	1.2 الشخصية الكاريزمية لحسن نصر الله
21.....	2.2 توظيف الصورة من قبل الحزب
23.....	3.2 البُعد الديني للخطاب السياسي
25.....	3. الوسائل والدعائم الاتصالية المستعملة
26.....	1.3 وسائل الاتصال الرسمي
29.....	2.3 الاتصال الجوّاري
32.....	3.3 مصادر تمويل الإستراتيجية الاتصالية
33.....	4. الجماهير المستهدفة من الإستراتيجية الاتصالية
34.....	1.4 على المستوى الوطني اللبناني
36.....	2.4 الرأي العام والجيش داخل إسرائيل
37.....	3.4 الرأي العام العربي والعالمى
39.....	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني

40	أهمية "قناة المنار" في الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في حرب جويلية 2006
41	تمهيد
42	1. تعريف بقناة المنار
42	1.1. ظروف التأسيس
43	2.1. علاقة المنار بحزب الله
45	3.1. الإمكانيات والموارد
45	2. تكتيك قناة المنار على الميدان
46	1.2. حصرية المصدر الصحفي
49	2.2. مصداقية الرسالة
50	3.2. الاستعانة بقناة الجزيرة
52	3. العمليات النفسية من خلال قناة المنار
54	1.3. التعبنة، الحشد وتقوية الجبهة الداخلية
56	2.3. الحرب النفسية وتفكيك جبهة العدو
58	3.3. محاولة كسب الدعم المعنوي العربي
59	4. ردّة الفعل الإسرائيلية على نشاط القناة
60	1.4. العنف الرمزي ضد القناة
61	2.4. إستهداف قناة المنار عسكرياً
62	3.4. التشويش على الإرسال
64	خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث

65	انعكاسات الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في حرب تموز/ جويلية 2006
66	تمهيد
67	1. داخل لبنان
68	1.1. بالنسبة لجمهور الشيعة
68	2.1. بالنسبة لعموم الجمهور اللبناني
71	2. بالنسبة لإسرائيل
71	1.2. تآكل صورة الجيش الإسرائيلي
73	2.2. التأثير على الرأي العام الإسرائيلي

76.....	3. على مستوى العالم العربي.....
76.....	1.3. موقف الدول والمنظمات.....
78.....	2.3. بالنسبة للمجتمع العربي.....
80.....	4. على مستوى المجتمع الدولي.....
80.....	1.4. الموقف الرسمي.....
81.....	2.4. الموقف غير-الرسمي.....
83.....	خلاصة الفصل الثالث.....
84.....	- نتائج الدراسة.....
85.....	- الخاتمة.....
88.....	- قائمة الملاحق.....
95.....	- قائمة المراجع.....

- قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
الجدول رقم 01	يوضح نسبة مشاهدة قناة المنار أثناء عرض النشرة الإخبارية	ص 50
الجدول رقم 02	يوضح الفرق بين العمليات النفسية والحرب النفسية	ص 52

مقدمة

- سياق نشأة حزب الله

يُعدّ حزب الله واحداً من الأحزاب السياسية في لبنان إذ يمثل الطائفة الشيعية التي تتمركز بالأساس في الضاحية الجنوبية لبيروت والبقاع، لكن قبل أن يكون حزباً سياسياً ظهر في البداية كحركة مقاومة نتيجة الاحتلال الإسرائيلي للبنان عام 1982، إذ فقد جاء ميلاد الحزب كردّ فعل عن الاحتلال الإسرائيلي ما يبرر تبنيه منهج المقاومة ضد إسرائيل.

"فحزب الله يُعرف نفسه بادئ ذي بدء بأنه حركة جهادية، أو حزب المقاومة الذي تتمثل وظيفته الأسمى في تحرير الأراضي اللبنانية من الاحتلال الإسرائيلي بالمقاومة المسلحة. إنه دور يمثل جوهر اهتمامات الحزب السياسية والتنظيمية ويشكل بالتالي ملفه الثابت"¹. إلا أن البداية الفعلية لحزب الله كانت قبل سنة 1982 مع نجاح الثورة الإسلامية في إيران وجهود هذه الأخيرة في تصديرها إلى دول الجوار فقد تكونت نخبة من العلماء الشيعة في إيران وقد تأثروا بالثورة الإسلامية على رأسهم السيد موسى الصدر، وقد عملت هذه النخبة بعد عودتها من إيران إلى العمل على تجسيد هذه الأفكار على أرض الواقع من خلال إطار سياسي يتيح لها ذلك، وهي الجهود التي أثمرت حركة المحرومين "أمل".

"فقد ولّد الاحتلال الإسرائيلي التفكير بضرورة إقامة تنظيم إسلامي لمواجهة، يتخذ الإسلام منهجاً وقاعدة فكرية وعقائدية له، خاصة في ضوء الانهيار في مؤسسات الدولة وتدمير قاعدة التنظيمات الفلسطينية وعدم صمودها أمام الغزو الإسرائيلي وضرب الجيش السوري وتحييده في المعركة مع إسرائيل، وقد قامت إيران بإرسال قوات الحرس الثوري إلى لبنان بهدف المساهمة في قتال إسرائيل وللمساهمة في تدريب المتطوعين من اللبنانيين والشيعة بشكل خاص"²، وفي حركة أمل حدثت أزمة كبيرة بسبب مشاركة رئيسها "نبيه بري" في "هيئة الإنقاذ" إلى جانب حزب الكتائب حليف إسرائيل وقوى أخرى. وقد أعلنت مجموعات من قيادات أمل رفضها لتوجهات رئيسها "نبيه بري" ودخوله هيئة الإنقاذ وأعلنت استمرارها في القتال ضد إسرائيل، وانشقت عن الحركة مكونة ما سمي "حركة أمل الإسلامية"³.

وبتعبير آخر فقد خرج حزب الله من رحم هذه المقاومة الإسلامية الشيعية المسلحة، المتكونة من حركة أمل الإسلامية وحزب الدعوة الإسلامية في لبنان⁴. وفي عام 1985 تمّ الإعلان بشكل واضح عن ميلاد الحزب من خلال "رسالة إلى المستضعفين" التي بين فيها الحزب مبادئه ومنطلقاته الإيديولوجية الإسلامية وأهدافه وآرائه السياسية المرتبطة "بولاية الفقيه"⁵.

1- أمل سعد غريب، حزب الله: السياسة والدين، ترجمة حسن الحسن، طبع (بيروت: مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، 2009)، ص258.

2- نعيم قاسم، حزب الله، المنهج.. التجربة.. المستقبل، طبع (بيروت: دار الهادي، 2006)، ص23.

3- حسن فضل الله، الخيار الآخر، حزب الله، السيرة الذاتية والموقف (بيروت: دار الهادي، 1994)، ص31.

4- جمال باروت وآخرون، الأحزاب والحركات والجماعات الإسلامية، طبع، ج.2 (المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، 2006)، ص470.

5- شكل من أشكال الحكم الإسلامي عند الشيعة والتي تعني الرجوع إلى الإمام العادل في الأمور الشرعية في غياب الإمام المهدي.

- الإشكالية

في كتابه "الموجة الثالثة" يتكلم "ألفين توفلر" (Elvin Toffler) عن تحول في بنية المجتمعات التي كانت في البداية زراعية مع العصر الإقطاعي، ثم تحولت إلى مجتمعات صناعية مع الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر ووصولاً إلى المجتمع الاتصالي مع حلول القرن الواحد والعشرين، أين غزت تكنولوجيات الإعلام والاتصال حياتنا وبدلت فهمنا للواقع، فقد تغير مفهوم المسافة والزمن كما يطلق عليه عزي عبد الرحمن "الزمن الاتصالي"¹ وحتى طبيعة العلاقات الإنسانية تغيرت بحيث أصبح العالم "قرية كونية" "le village planétaire" على حد تعبير مارشال ماكلوهان (Marshal McLuhan).

والحروب واحدة من المجالات التي تأثرت هي الأخرى بثورة المعلومات أو الاتصالات وبالتالي فقد تغيرت في مفهومها وهذا ما انعكس على طبيعتها، فقد تغير مفهوم الحرب التقليدية ودخلت عناصر جديدة عليها كالحرب الإلكترونية وحرب المعلومات، التي تُدار بوسائل غير تلك التي تستعملها الحرب التقليدية، إلا أن الوسائل التقليدية تبقى ملازمة لوسائل الحرب الحديثة للوصول إلى الغرض النهائي من الحرب وهو تحقيق الأهداف المسطرة.

كما تعد حرب تموز/جويلية 2006 التي جمعت طرفي النزاع الممّثلين في حزب الله كحركة مقاومة وإسرائيل كقوة نظامية واحدة من الحروب الحديثة والتي دامت 34 يوماً، ودارت على أكثر من صعيد، فالشيء الظاهر للعيان كان حرباً عسكرية طاحنة، إلا أنه في الواقع تجسدت في الخفاء حرب إعلامية واتصالية على أعلى مستوى من التعقيد، لعب فيها متغير كسب الرأي العام لصالح أحد طرفي النزاع حقلاً تنافس عليه الطرفان لكسب شرعية الفعل.

وحزب الله كتنظيم عتيد يختلف عن بقية الأحزاب وحركات المقاومة الأخرى، بحيث يعتبر حزبا سياسيا وحركة مقاومة مسلحة في نفس الوقت، فقد سعى بالإضافة إلى امتلاكه لترسانة عسكرية إلى بناء منظومة إعلامية واجتماعية واسعة على رأسها "قناة المنار" كقناة تمارس مهمة الإعلام الحربي والحرب النفسية في إطار إستراتيجية عامة مرتبطة بالأهداف الكبرى التي سطرها الحزب لنفسه.

و بناء على ما سبق يمكن طرح المشكلة البحثية الآتية:

إلى أي مدى ساهمت إستراتيجية حزب الله الاتصالية من خلال "قناة المنار" في حرب تموز/ جويلية 2006 في التأثير على الرأي العام لدعم المجهود الحربي ؟

¹ انظر: عزي عبد الرحمن، "الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية"، المستقبل العربي (بيروت)، العدد 321، 11-2005.

ويتفرع عن المشكلة البحثية مجموعة من التساؤلات الفرعية هي كالاتي:

1. فيما تمثلت مقومات حزب الله الاتصالية غداة حرب 34 يوماً ؟
2. ما موقع قناة المنار في الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في حرب تموز/ جويلية 2006 ؟
3. ما هي انعكاسات الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله على المستوى المحلي، الإقليمي والدولي ؟

وللإجابة على التساؤلات المطروحة يمكن طرح الفرضيات التالية:

1. أتاحت منظومة حزب الله الاتصالية تحكمه في عامل الاتصال واستعماله بما يدعم العمل العسكري.
2. احتلت قناة المنار مكانة أساسية ضمن إستراتيجية حزب الله الاتصالية لخصوصية علاقتها بالحزب ونتيجة التكتيك المعتمد على أرض المعركة.
3. نجح حزب الله من خلال إستراتيجية الاتصالية في المحافظة على صمود جبهته الداخلية، في مقابل خلق ارتباك في صفوف الداخل الإسرائيلي.

- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف تتلخص فيما يلي:

1. تحليل القدرات الخاصة بحزب الله فيما يخص قدرته على إدارة وسائل الإعلام والتحكم في المعلومة وتوظيفها بالشكل الذي يتيح له التأثير على الرأي العام وفق ما يخدم أهدافه.
2. إثبات أن المعلومة كانت في خدمة الجانب العسكري في نزاع دار بالخصوص حول كسب جبهة الرأي العام كحقل تنافس بين إسرائيل وحزب الله .
3. تأكيد فكرة أنه بدون إستراتيجية اتصالية ترمي إلى خلق مشروعية تكمل وتسهل قيادة العمليات العسكرية يبقى التفوق العسكري وحده اليوم أقل ضماناً للانتصار أو التفوق في عصر تكنولوجيات الإعلام والاتصال.
4. محاولة معرفة الدور الذي لعبته "قناة المنار" في التأثير على وعي الجماهير محلياً، إقليمياً ودولياً لحقيقة ما كان يجري على أرض الواقع، وانعكاسات مواقف هذه الأخيرة على طرفي النزاع.

- أهمية الدراسة

تكمُن أهمية الدراسة فيما يلي:

1. تبيان الدور المتزايد لوسائل الاتصال الجماهيرية في التأثير على الرأي العام أثناء الحروب والنزاعات في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وبالتالي لم تعد الحرب تقليدية تدار بالأسلحة فقط وإنما أصبحت تُدار إعلامياً من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية.
2. إدراك حزب الله للأهمية الإستراتيجية لعامل الاتصال في إدارة النزاعات خاصة غير المتماثلة منها لخلق نوع من التوازن العسكري، وهذا ما يبرر إمتلاكه لترسانة إعلامية على رأسها قناة المنار.

ومما يمكن التذليل به على الأهمية التي يوليها حزب الله لعامل الاتصال، المقابلة التي أجريت في سبتمبر 2001 مع "حسن عز الدين" مسؤول العلاقات العربية في حزب الله، وقد اعترف بالمكانة التي يوليها حزب الله لتدفق المعلومات بينه وبين مختلف جماهيره، وذكر¹:

نشعر بأن أجهزة الإعلام يمكن أن تكون فعّالة في خلق المناخ المناسب عند الرأي العام في القضايا ذات الاهتمام الرئيسي... نحن نواجه حالة أمن حسّاسة [في المنطقة] والتي تعني بأننا نحتاج أن نتابع الأحداث عن كثب على النحو الذي يمكن أن يساعد على تشكيل رأي علمي. وعربي. غني بالمعلومات المفيدة... نعتقد بأنّ أجهزة الإعلام لها دور مهم في النزاع مهم كالجناح العسكري.

- مبررات اختيار الموضوع

من الأسباب الذاتية التي دفعت إلى اختيار هذا الموضوع ارتباطه بالتخصص المدروس والمتعلق بدور الاتصال في إدارة الحروب في زمن تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال كسبب رئيس، بالإضافة إلى جملة من الأسباب الموضوعية منها محاولة معرفة الأسباب التي مكنت حركة مقاومة كحزب الله في أن لعب دوراً إقليمياً في منطقة صراع تقليدي كالشرق الأوسط والعوامل الكامنة وراء ذلك، بالتركيز على عامل الاتصال في الحرب الأخيرة التي خاضها ضد إسرائيل.

وأيضاً قلة الدراسات التي تهتم بالنزاعات في شقها الاتصالي.

¹ - Rune Friberg Lyme, *Hizb'allah's communication strategy*, DIIS report, 2009, p. 5.

"We feel that the media can be effective in creating a special climate in public opinion on the main issues of interest We are heading toward a new sensitive security situation [in the region] which means we need to follow events very closely so that we can informatively help shape international and Arab public opinion ... We believe that the media has an important role in the conflict, as important as the military wing"

- الإطار النظري والمنهجي للدراسة

1. اقتراب الاتصال

"يُعد عالم السياسة الأمريكي "كارل دويتش" (Karl Deutsch) أول من قاد محاولة استخدام الاتصال كبؤرة اهتمام للتحليل السياسي ويرى أن عملية الاتصال تعدّ جوهرية بالنسبة لأي نظام سياسي، فهو يستقبل الرسائل باستمرار وهذه تستدعيه لقراءتها وتحليلها والاستجابة لها"¹. ويتعلق الأمر في هذه الدراسة بحالة حزب الله كتنظيم سياسي وعسكري.

ويُلبس الاتصال دوراً مهماً في السياسة الدولية سواء تعلق الأمر بحالة السلم أو الحرب ذلك أن العملية الاتصالية يمكن أن تسهم بشكل كبير في حل الصراعات وتسويتها، كما تمثل العملية الاتصالية قلب أسلوب الردع"². وتجدر الإشارة إلى أنّ سياق الدراسة يتعلق بحالة حرب وتوظيف الاتصال في إطار ما يعرف بالإعلام الحربي أو الإعلام المقاوم.

وقد جاء توظيف اقتراب الاتصال في هذه الدراسة بناءً على المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها العملية الاتصالية من مرسل أو مصدر للرسالة ومضمون الرسالة والقناة الحاملة لهاته الرسالة والمستقبل كما هو مبين في تقسيمات الموضوع. وجاء التطرق إلى التغذية الإسترجاعية في شكل ردود الأفعال وانعكاسات الإستراتيجية الاتصالية على الصعيد المحلي، الإقليمي والدولي.

2. المنهج الوصفي-التحليلي

كون الدراسة تنتمي إلى الدراسات الاستكشافية تمّ الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في مختلف مراحل البحث، كإطار مناسب لطبيعة المشكلة المدروسة والتي تتعلق بمحاولة فهم وتشخيص الإستراتيجية الاتصالية من خلال وصف عناصرها الأساسية، ومن ثم تحليل تأثيرها على الجماهير المستهدفة وتأثير هذه الأخيرة بدورها على مسار الحرب.

- حدود الدراسة

تقتصر الدراسة في مجالها الزماني على حرب جويلية 2006 والمحددة بـ 34 يوم من تاريخ اختطاف الجنديين الإسرائيليين إلى غاية إعلان مجلس الأمن عن القرار 1701 القاضي بوقف إطلاق النار بين حزب الله وإسرائيل (من 12 جويلية إلى 14 أوت 2006). أما الإطار المكاني فهو لبنان وإسرائيل.

¹ - محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي (الجزائر: دار هومة، 2002)، ص 149.

² - المرجع نفسه، ص 149.

- المفاهيم الأساسية

■ الإعلام الحربي

هو الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية والتي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلّحة، من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوّات، وفي الوقت نفسه مواجهة الإعلام المعادي¹.

■ الإستراتيجية

"الإستراتيجية هي علم وفن وضع الخطط العامة المدروسة بعناية، والمصممة بشكل متلاحق ومتفاعل ومنسجم لاستخدام الموارد (مختلف أشكال الثروة والقوة) لتحقيق الأهداف الكبرى"².

كما أنها "خط وأنشطة المؤسسة التي يتمّ وضعها بطريقة تضمن خلق درجة من التطابق بين رسالة المؤسسة وأهدافها، وبين هذه الرسالة والبيئة التي تعمل فيها بصورة فعالة وذات كفاءة عالية"³. سواء كانت المؤسسة اقتصادية أو سياسية أو عسكرية وبما أننا في تناولنا لإستراتيجية حزب الله ككيان سياسي وعسكري يوظف وسائل الاتصال بما يحقق له الأهداف التي يحاول تحقيقها ضمن البيئة التي ينتمي إليها فإننا سنعتمد هذا التعريف للإستراتيجية في الدراسة.

ولأننا أمام حركة مقاومة تجند كل إمكانياتها بما يدعم جهدها العسكري بما فيها وسائل الاتصال يوضح "ولفسفيلد" و"غامسون" (Gamson & Wolfsfeld) كيفية توظيف تغطية وسائل الإعلام التي تعدّ متغيراً حاسماً لإدارة الصراعات غير المتكافئة وفقاً لستة أبعاد رئيسية، هي⁴:

1. حشد الحلفاء والمؤيدين وهو أمر غير يسير بل يتطلب خلق خطاب عام عن قضاياها وتحويلها إلى شأن عام لا يتعلق بفئة معينة من الناس بل يمس اهتمامات وقيم ومصالح العامة.
2. إضفاء الشرعية على أفكار الحركة ومبادئها ومطالبها وأنشطتها حيث يؤثر الإعلام على إدراك العامة.
3. تحقيق المكانة الاجتماعية لقائدي الحركة الفكرية وأعضائها.
4. إضفاء الأهمية وإثارة قضايا الحركة وخلق خطاب عام عنها على نحو يكفل لها التمتع بحيز مناسب في الخطاب السياسي الدائر في المجتمع فاهتمام وسائل الإعلام يضيف نوعاً من الأهمية على الحركة وأنشطتها ويصدرها كلاعب مهم وبارز في المجال العام.

¹ - حازم الحمداي، الإعلام الحربي والعسكري (عمان- الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012)، ص66.

² - عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، مادة (إستراتيجية)، ط3، الجزء الثالث (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر)، ص169.

³ - علاء أبو عامر، العلاقات الدولية: الظاهرة والعلم.. الدبلوماسية والإستراتيجية (عمان- الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004)، ص183.

⁴ - W.A. Gamson, G. Wolfsfeld, "Mouvement and media as interacting systems," *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1993, vol. 528, p p. 114-116.

5. التأثير على إدراك مفهوم نجاح الاحتجاج ومعايير تقييم مدى فاعلية ونجاح الحركة.
6. توسيع مشهد الصراع فالطرف الأضعف يخسر في الصراع القائم على نطاق ضيق بينما يتيح اتساع مشهد الصراع بإدخال طرف ثالث وهو العامة من الجمهور مما يلعب كمتغير مهم في تحديد شكل الإجراءات الذي يتخذها الطرف القوى لإدارة الصراع أو التحكم فيه كما أنه قد يؤدي إلى خلق حالة من التعاطف أو الاقتناع بأفكار الحركة ومن ثم زيادة إعداد المتضامنين والحلفاء .

■ إستراتيجية الاتصال

هي المقاربة التصورية العامة لكيفية تحقيق أهداف الاتصال التي تتضمن عادة ما يلي :

1. استهداف جمهور محدد - الذي يمكن أن يكون جزءاً من جمهور مستهلكين، جمهور عام، مستعملين أو منتخبين.
2. اختيار الوسائل الإعلامية الملائمة للوصول إلى الجمهور المستهدف.
3. صياغة واختيار الرسائل الملائمة والمواضيع التي سيتم بثها في البرامج أو الحملات التي تستهدف الاتصال بجمهور محدد¹.

وهي نفس المقاربة لإستراتيجية اتصال حزب الله المتبعة في حرب تموز/ جويلية 2006 والتي سيتم اعتمادها وإسقاطها على موضوع البحث وفق نفس الخطوات.

■ الحرب النفسية

الحرب النفسية (psychological warfare) هي علم وفن استخدام الكلمة المنطوقة والمكتوبة والإشارات والرموز للتأثير على عقول وعواطف وسلوك المدنيين والعسكريين في السلم والحرب، وتسير بشكل مواز للعمليات السياسية والعسكرية².

وفي كتاب صدر عام 1997 عن الكاتب "غادي ولفسفيلد" (Gadi Wolfsfeld) أكد فيه أن النزاعات غير المتناظرة، التي تمثل فيها وسائل الإعلام عموماً أفضلية بالنسبة للطرف القوي، هذا الذي لديه سلطة قوية يقوم في الواقع أيضاً بتأمين مداخل قنوات الإعلام، فهو يستطيع التحكم في تدفق الأخبار بتنظيم المؤتمرات الصحفية والصحف والتلفزيونات الخاصة به وتشجيع وجهة نظره الخاصة. هذه النظرية تجاوزها التاريخ خصوصاً في عصر التكنولوجيا، ففي الحرب غير المتناظرة تكون التبعية لأخبار وسائل

¹- Robert L. Heath, Encyclopedia of public relations, Sage Publications, 2005, p. 163.

²- Plano, Jack C and Olton, *The international relation dictionary*, 3rd edition, Santa Barbara: ABC-Clio, 1982, p. 186.

الإعلام الدولية قوية خصوصا بالنسبة للأطرف الضعيفة والتي تكون غالبا الوسيلة الوحيدة المتاحة لديها من أجل إقناع بلدان أخرى بالتدخل¹.

ومن هنا نستنتج أن الطرف الأقل قوّة في نزاع غير متناظر يستطيع أن يتخذ من وسائل الإعلام كمصدر للقوة أو كسلاح، من خلال رسم استراتيجيات اتصالية فعّالة للسيطرة على المعلومة وتوظيفها وفق الأهداف المخطط لها لإقناع الرأي العام بعدالة قضيته .

■ الإعلام المقاوم

ترى الباحثة مي العبد الله أن الإعلام المقاوم يفترض وجود عدة شروط:

أولها، أن يكون هناك قضية وأن تكون هناك ظروف سياسية أو قتالية أو نضالية يتمحور حولها هذا الإعلام، ويستلهم روحية تحركه من مضمونها وتفاعلاتها.

ثانيا، كشكل من الأشكال القتالية ومن الفنون الحربية تقتضي مهمة الإعلام المقاوم أن تكون له إستراتيجية عامة مبنية على رؤية واضحة للهدف الذي يجب التركيز عليه، وتكرار هذا التركيز وفق نظرية شاملة قوامها العقيدة والانتماء وذلك لتكوين حالة انفعالية تستثير الجماهير وتستهضها، فلا يفهم الإعلام المقاوم إلا من حيث هو إعلام مكثف لكل كلمة فيه لها فعل سلاحي مدمر للعدو قاتل ومحبط له وهو خارج نطاق المساومة والتهاون².

- أدبيات الدراسة

تُعد الدراسات التي تناولت حرب جويلية 2006 في بُعدها الاتصالي قليلة بالمقارنة بالإستراتيجية السياسية والعسكرية، ومن الدراسات السابقة التي لها علاقة بإشكالية الدراسة نذكر ما يلي :

1. التقرير الصادر عن المعهد الدنماركي للدراسات الدولية Rune Friberg Lyme تحت عنوان Hezbollah's communication strategy عام 2009 حيث تطرقت الدراسة إلى وصف لإستراتيجية اتصال حزب الله سواء المتعلقة باستهداف الجماهير في الداخل اللبناني خاصة الشيعة أو الجماهير خارج لبنان وعلى رأسها جماهير العدو وجماهير العالم العربي.

2. مذكرة ماستر بعنوان Hezbollah psychological warfare against Israel عن جامعة Naval Postgraduate School سنة 2009، أين تناولت الدراسة جانب الحرب النفسية التي قام بها حزب الله في المواجهة مع إسرائيل.

¹ - Lorenza Fontana, "Hezbollah vs Israel: Confronting Information Strategies in the 2006 Lebanese War," p.9. [http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20100330144810_Fontana_-_for_pdf_\(25/09/2011\).](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20100330144810_Fontana_-_for_pdf_(25/09/2011).)

² - مي العبد الله، الدعاية وأساليب الإقناع، ط 2 (بيروت: دار النهضة العربية، 2011)، ص 224.

3. دراسة les strategies d' information et de la communication du Hezbollah libanais عن Association des anciens de l'Ecole de Guerre Economique سنة 2007، حيث تناولت إستراتيجية حزب الله من خلال الخطاب السياسي بتحليل مختلف الرسائل الكلامية أو البصرية في مخاطبة الجماهير المستهدفة سواء كانت شيعية- لبنانية أو على المستوى الإقليمي والعالمي.

من خلال عرض هذه الدراسات نلاحظ أن هذه الأخيرة تشترك مع الإشكالية المطروحة للدراسة في أجزاء كاهتمامها بتشخيص الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله سواء كانت دعائية أو حرب نفسية، وأيضاً من خلال الوسائل المستعملة وكيفية توظيفها في سبيل الوصول إلى الجماهير المستهدفة.

إلا أن الإشكالية التي تحاول الدراسة الخوض فيها بالمقارنة مع الدراسات السالفة الذكر، تلمس تأثير هذه الإستراتيجية في الجماهير المستهدفة ومحاولة إبراز كيفية تأثير الرأي العام على مسار الحرب على العموم سواء في دعم المجهود الحربي لحزب الله من خلال عملية التعبئة والحشد، أو تحطيم هذه الجهود للجانب الإسرائيلي من خلال الحرب النفسية.

إذن: المهم هو معرفة كيفية التحكم في الجماهير المستهدفة أو الرأي العام من خلال هذه الإستراتيجية وتسييره وفق ما يدعم المجهود العسكري، لأن تركيبة الحزب ذو طابع سياسي-عسكري كما أن الرأي العام أصبح عنصراً استراتيجياً وفعالاً في إدارة وتسيير النزاعات الحديثة في عصر تكنولوجيات الإعلام والاتصال كما ذكرنا سابقاً، فالحروب لم تعد عسكرية بحتة بل أصبح لها بعد نفسي واتصالي.

- تقسيمات الموضوع

جرى تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، حيث تمّ تخصيص الفصل الأول لتشخيص الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله من خلال عناصرها الأساسية، وجاء مقسماً إلى أربعة مباحث كان الأول حسب الهدف المتوخى منها سواء لتحسين صورة المقاومة، تدعيم العمل الحربي أو مقاومة الاحتلال، أما المبحث الثاني فيتطرق إلى محاور الرسالة الاتصالية التي تتضمنها من توظيف لشخصية حسن نصر الله و للصورة أو الخطاب الديني، والمبحث الثالث يشير للوسائل والدعائم الاتصالية الحاملة لمضمون هذه الإستراتيجية من وسائل إعلام رسمية أو اتصال جوارى وتمويل هذه الإستراتيجية، كما يتطرق المبحث الأخير للجماهير المستهدفة من هذه الإستراتيجية سواء صديقة أو محايدة أو حليفة أو عدوة.

أما **الفصل الثاني** فخصصناه إلى أهمية وموقع قناة المنار كأهم ركيزة في الإستراتيجية الاتصالية للحزب، ويتفرع عنه أربعة مباحث جاءت كالاتي: ابتداءً الأول بلمحة عن القناة من خلال ظروف تأسيسها، علاقتها بالحزب ومصادر تمويلها، أما الثاني فيتطرق إلى الجماهير المستهدفة بالعمليات النفسية للقناة، سواء كانت تعبئة للجبهة اللبنانية أو حرب نفسية ضد العدو أو استعطاف للرأي العام العربي والعالمية. أما المبحث الثالث فيتعلق بالتكتيك المتبع من طرف قناة المنار على الميدان، من خلال احتكار المعلومة والحرص على مصداقية الرسالة والاعتماد على قنوات إعلامية عدا المنار كقناة الجزيرة مثلاً. أما المبحث الأخير فيجسد ردة فعل إسرائيل على ما مثلته قناة المنار من خطر، ما تجسد في عنف رمزي، قصف عسكري وتشويش على إرسال القناة.

أما **الفصل الثالث** فيعرض نتائج وانعكاسات هذه الإستراتيجية على مختلف الأصعدة وجاء مقسماً إلى أربعة مباحث يتطرق المبحث الأول إلى التأثيرات على الصعيد اللبناني بجهتيه الشيعية والأطراف اللبنانية، والمبحث الثاني يُعنى بالتأثيرات على الداخل الإسرائيلي سواء على المدنيين أو من خلال تآكل صورة الجيش الإسرائيلي، وثالثاً على مستوى العالم العربي من خلال موقف الدول والمنظمات وموقف الرأي العام العربي، وأخيراً بالنسبة للمجتمع الدولي مجسداً في مواقف رسمية وأخرى غير رسمية عبرت عنها ردود أفعال الرأي العام العالمي.

الفصل الأول

عناصر الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله

"نعتقد بأن أجهزة الإعلام لها دور مهم في النزاع، مهم كالجناح العسكري"

(حسن عز الدين)

تمهيد

لقد أدرك حزب الله في عصر تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال أهمية تبني إستراتيجية اتصالية تكون جزءاً هاماً من إستراتيجيته العامة لتدعيم الجانب العسكري والسياسي في إطار صراعه مع إسرائيل التي تمتلك كل مقومات القوة السياسية والعسكرية والاتصالية، متبنياً بذلك نموذجاً فريداً في المقاومة.

حيث سيتمّ التطرق في الفصل الأول إلى وصف لأهم العناصر التي تتمحور حولها الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله وتحليل كيفية توظيف الحزب لها، والتي تنقسم من حيث الهدف الرامي إلى تحسين صورة المقاومة وتدعيم العمل الحربي، كذلك محاور الرسالة من توظيف لكاريزمية السيد حسن نصر الله والصورة والخطاب، لنقف عند أهم وسائل ودعائم الحزب الاتصالية من وسائل إعلام ومؤسسات اتصال جوارى ومصادر تمويلها، لنختم بالجمهير المستهدفة من هذه الإستراتيجية سواء على مستوى لبنان و الداخل الإسرائيلي أو الرأي العام العربي والعالمي.

1. من حيث الهدف

إن نجاح العملية الاتصالية يعتمدُ على التوظيف والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة وعلى عملية اختيار الأساليب الملائمة لتحقيق الخطة وفقاً للخطوات التالية¹:

- تحديد الأهداف وأبعادها.
- تحديد مضمون الرسائل الاتصالية بما ينسجم مع الأهداف.
- تحديد أساليب التنفيذ ومجالاته.
- تحديد طبيعة الجمهور المتلقي.
- حصر الإمكانيات والموارد المتاحة.
- تحديد الأجهزة والأفراد المسؤولين عن التنفيذ والمتابعة.

وهي العناصر التي سنحاول التفصيل فيها وإسقاطها على الإستراتيجية الاتصالية التي اعتمدها حزب الله على اعتبار أن أي إستراتيجية لابد وأن تراعي الخطوات المذكورة، أما بالنسبة لإستراتيجية حزب الله الاتصالية فقد كانت تهدف إلى تحسين صورة المقاومة وتدعيم العمل الحربي ومقاومة الاحتلال.

1.1. تحسين صورة المقاومة

صنفت الولايات المتحدة الأمريكية حزب الله في خانة التنظيمات الإرهابية في العالم، الشيء الذي جعل صورة الحزب في حاجة إلى إعادة صياغة وفق أسس تبني على إبراز أنه حركة مقاومة لها مطالبها المشروعة في لبنان والمنطقة، ليلقى نوعاً من القبول والمشروعية جراء الأعمال التي يقوم بها ضد إسرائيل. وقد أدرك حزب الله خطورة أن يتمّ تشكيل صورة ذهنية مشوّهة حوله كحركة إرهابية على مستقبله كحركة مقاومة وأن هذا الإجراء هو جزء من محاولة تظليل إعلامي منتهجة ضده.

لذلك عمد إلى إتباع إستراتيجية مضادة تركز على أمرين، أولها الدخول في الحياة السياسية في لبنان بداية من العام 1992، أما الإجراء الثاني فكان من خلال اعتماد إستراتيجية اتصالية فعّالة بالتركيز على تجنيد منظومته الإعلامية للتعريف بالحزب وبأهدافه وبناء الصورة المأمولة التي يرغب هذا الأخير بإصالتها إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير داخل لبنان وخارجه.

فالتحول الأبرز الأول في تركيب السلوك السياسي لحزب الله جاء مع الانتخابات البرلمانية عام 1992 فقد كانت الانتخابات العامة الأولى التي يشارك فيها الحزب، فهذه الخطوة السياسية سمحت لحزب الله بأن يتّم الاعتراف به كمنظمة شرعية والتي كان في حاجة إليها من أجل تطوير الحزب، فبالإضافة إلى شيعة المسلمين جاء الدعم لحزب الله من المارونيين والفلسطينيين.

¹ - محمد حمدان المصالحه، الاتصال السياسي: مقترح نظري - تطبيقي، طر (عمان - الأردن: دار وائل للنشر، 2002)، ص77.

فحرب جويلية 2006 بين حزب الله اللبناني والجيش الإسرائيلي توجد على الجانب المقابل من النزاع السابق نفس أطراف النزاع الذّين غيروا تحالفاتهم، لهذا اخترنا أن نهتم في المقام الأول بحزب الله وإستراتيجيته الاتصالية إلى الحدّ الذي استطاعت فيه التكلم عن الحزب في سنة 2000 مع الانسحاب الإسرائيلي من جنوب لبنان، وتغيير صورته من جماعة إرهابية إلى مقاومة إسلامية دون أن يؤدي ذلك إلى تغيير في طبيعة الحزب¹.

2.1. تدعيم العمل الحربي

وذلك عن طريق محاولة تكوين رأي عام مؤيد لعمل المقاومة من جهة، والتأثير على الرأي العام لجمهور العدو عن طريق الحرب النفسية لإضعافه نفسيا ومن ثم عسكريا، وتأتي أهمية عامل الاتصال نظرا لطبيعة الحرب غير المتماثلة والتي توظف جميع الوسائل في سبيل تحقيق أهدافها التي لا يمكن أن تتحقق فقط بالعمل العسكري، وتزداد أهمية كسب تأييد الرأي العام خاصة في زمن الحرب .

فإعداد إستراتيجية اتصالية خاصة في بيئة تتميز بجوّ من الصراع وعدم الاستقرار، لا بد وأن تهدف إلى تدعيم العمل السياسي والعسكري. ويمكن تلخيص الأهداف السياسية والعسكرية التي تسعى الإستراتيجية الاتصالية من خلال العمليات النفسية إلى تحقيقها فيما يلي² :

- التأثير على أفكار وآراء الأفراد والجماعات داخل الدولة من خلال استخدام الأساليب النفسية.
- توجيه العمل النفسي إلى داخل الدولة المعادية من خلال إثارة الفتن والنزاعات الطائفية وزعزعة ثقة الأفراد والجماعات في نظام الحكم.
- العمل على إنجاز العمل النفسي من خلال استخدام الوسائل والأساليب الحديثة لمواجهة الحروب المعاصرة.
- خلق حالة من الصراع الداخلي والانقسام في صفوف الأعداء.
- التلاعب بالعواطف والمشاعر ومحاولة تثبيط الدوافع لدى جنود الأعداء للقتال، والإدّعاء بأن الهدف النهائي هو السلام والرخاء، ممّا يؤدي إلى إحتواء حماس الجنود وتثبيط الروح القتالية لديهم حتى حين ساعة المواجهة.
- إكتساب صداقة مزيد من الدول المحايدة.
- إكتساب المزيد من التأييد داخل الدول الصديقة بمواصلة عرض الصور البرّاقة والدّعاية الإيجابية المدروسة بعناية.

¹ - Anonyme, "petit traité de propagande"

http://superieur.deboeck.com/resourceextra9782804155803PROPAG - Extr_ch4.pdf (12/10/2011), p.165.

² - سامية أبو النصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2010)، ص 169.

- رفع الروح القتالية للجنود حتى لا يتأثروا بما يبته الأعداء من دعاية مضادة.
- التدريب على مواجهة الحملات النفسية، وأن يتم بناء الثقة بالنفس جنباً إلى جنب مع القوات المسلحة
- تأكيداً لما قاله القائد نابليون بونابرت من ضرورة إعداد الجانب المعنوي للأفراد ثلاثة أضعاف الإعداد للجانب المادي.

وإن حصرنا حديثنا في توصيف مؤديات الحرب الإعلامية التي خاضها الإعلام المقاوم في لبنان خلال عدوان جويلية/ تموز 2006 فهذا لا يعني أن ممارستها من قبله تشكل وضعاً جديداً، ربما يمكننا القول أن المقاومة اللبنانية تراكم من تجربتها في هذه الحرب اتساقاً مع المجهود العسكري في جناحها المقاتل ليكمل بعضهما البعض في أداء يُبني احدهما على الآخر وإن كان الأساس هو الفعل القتالي الذي يؤديه المجاهدون ليستثمر إعلامياً¹.

فقد تطور الأداء الإعلامي لحزب الله خلال حروبه مع إسرائيل بشكل تصاعدي مع تطور قدرات الحزب، فمن الواضح أن الإعلام استأثر بجزء كبير من الاهتمام مما جعل حزب الله متيقظاً لهذا الجانب، حذراً لتأثيره البالغ في التكتيكات العسكرية وفي توثيق عمليات المقاومة، حيث يعد حزب الله أول من اتبع هذا الأسلوب بين حركات المقاومة في العالم، حتى بهر بأدائه الإعلامي خصمه الإسرائيلي والعالم بأسره²، وهذا ما يفسر ارتباط مديرية الإعلام بمجلس الشورى مباشرة حسب الهيكل التنظيمي للحزب كما هو مبين في الملحق رقم 01.

بالإضافة إلى كونه حزب سياسي، استطاع حزب الله إجبار إسرائيل على الانسحاب العسكري النهائي من جنوب لبنان في العام 2000 وبعده في عام 2006 بعد حرب دامت 34 يوماً رغم امتلاكه بعض المئات من المقاتلين، فالمجموعة معترف لها استخدامها لإستراتيجية عسكرية فعالة منذ التسعينات والتي تجمع بين الطابع التقليدي والحرب النفسية، بالرغم من أن هذه الإستراتيجية ليست جديدة إلا أن حزب الله كان فريداً في أن يُخضع عملياً كل عملياته العسكرية إلى متطلباته الدعائية وإعلامه الجماهيري، فالتوظيف الفعلي للحرب النفسية يمكن أن يستخدم كقوة مضاعفة من قبل الطرف الأضعف في النزاعات غير المتناظرة، فإسرائيل أُجبرت على التراجع لأن الحكومة كانت غير قادرة على إقناع جمهورها المحلي بأن الحرب ستطول على الرغم من تفوقها العسكري كالجيش الخامس عالمياً من حيث التصنيف وهذه قد

¹ - عثمان الخلف، "عدوان تموز والحرب الإعلامية"، جريدة الفرات، تاريخ النشر: 2008/7/20، انظر: <http://furat.alwehda.gov.sy/archive.asp?FileName=24893974220080720003550> (28/09/2011)

² - رفقة نبيل مطلق شقور، "أثر حزب الله في تطوير فكر المقاومة وأساليبها في المنطقة العربية"، رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح بنابلس - فلسطين، 2009، ص 85.

تكون جزئياً نتيجة الحرب النفسية لحزب الله والتي استهدفت المجموعات المختلفة ضمن سكان وحكومة إسرائيل¹.

3.1. مقاومة الاحتلال

هنا التركيز على مقاومة العدو من خلال مراكز التنشئة الاجتماعية كالمدارس والحسينيات والمراكز الثقافية التابعة لحزب الله، وهنا تتجسد المقاومة في بعدها الرمزي والقيمي لتستثمر في أوقات الصراع الميداني إلى مقاومة مادية على الأرض من خلال عملية التعبئة، وهذه العملية ممتدة في الزمان.

ولأن حزب الله مثل الكثير من المنظمات التي تشبه الدولة - والتي تسعى إلى تعزيز الوضع القائم في محيطها- فإنه يعطي أهمية كبيرة جداً للمعركة على الوعي، ليس أقل (وأحياناً أكثر) من المعارك والصدامات العسكرية، فقدره حزب الله على خوض معركة ناجحة على الوعي وخلق صورة للواقع الذي يرغب فيه أمام الجمهور الهدف، لاستخدامه كعنصر يمكن الحزب الذي يعدّ آلاف من مقاتلي حرب العصابات من التكفؤ مع القوّة العسكرية لإسرائيل وأن يكون عنصر قوّة أساسية ليس فقط على الحلبة اللبنانية، بل أيضاً على الحلبة الإقليمية².

كما أنه من أجل خوض المعركة على الوعي استثمر حزب الله في إمبراطورية إعلامية والتي تتضمن قناة تلفزيونية فضائية - المنار- ومحطة إذاعة -النور-، ومواقع إنترنت بعدّة لغات بما فيها العبرية وصحفاً وكتباً ونشرات مختلفة، فالمعركة على الوعي التي يخوضها حزب الله موجهة إلى جماهير مختلفة من خلال تناسب طابع الرسالة مع الجمهور الهدف. فالجمهور الهدف هو دائرة المؤيدين وعناصر حزب الله، والجمهور الشيعي في لبنان والدول الداعمة له (سوريا وإيران)، ودائرة الأعداء وبشكل خاص إسرائيل والولايات المتحدة وجزء من الأنظمة العربية، والدائرة المحايدة التي يعتبر منها الجمهور العربي الواسع الذي يزداد تأييده لحزب الله وجماهير في العالم الإسلامي وجهات مختلفة على الحلبة الدولية لا تتدخل مباشرة في النزاع الإقليمي. كما أن مواقف الجماعات غير الشيعية على الحلبة اللبنانية فيما يتعلق بحزب الله متنوعة وغير حاسمة وهذه الجماهير هي الأكثر تحدياً من جهته. فحزب الله سعى إلى استخدام ما يملك من موارد إعلامية في سبيل الوصول إلى مختلف الجماهير حسب أهميتها ضمن إستراتيجية اتصالية تخدم أهدافه كحركة مقاومة.

¹ - Lisa Brennen, "Hezbollah: Psychological warfare against Israel" Master's Thesis, Naval Postgraduate School, (March 2009), p.09-10.

² - داني بركوفيتش، هل يمكن قطع رؤوس الهيدرا؟ معركة إضعاف حزب الله (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2009)، ص 62.

فالمعركة على الوعي هي جزء متمم من المواجهة بين حزب الله وإسرائيل منذ أواسط الثمانينيات من القرن الماضي ويستطيع حزب الله ضمن إطارها أن يسجل لنفسه إنجازات ليست بقليلة، بدءاً من الصراع لإخراج الجيش الإسرائيلي من لبنان (هناك من يعتقد أن للحرب النفسية التي خاضها حزب الله في هذه الفترة اعتباراً مهماً في قرار إسرائيل بالانسحاب) ومروراً بحرب لبنان الثانية¹.

2. محاور الرسالة الاتصالية

من المحاور الأساسية التي بنيت عليها الرسالة الاتصالية منها هي شخصية حسن نصر الله الكاريزمية والتوظيف الأمثل للصورة وتوظيف للخطاب الديني بالنظر لخلفية الحزب الدينية.

1.2. الشخصية الكاريزمية لحسن نصر الله

فوسائل الإعلام يقع على عاتقها مهمة تكوين الرأي العام من خلال العرض والشرح والتفسير والتوجيه لكافة المجريات والقضايا، والأزمات المحلية أو العالمية.

ومن وجهة نظر الباحثة سامية أبو النصر² عملية تكوين الرأي العام عملية إجتماعية في الأساس يتجّه فيها الأفراد إلى من يثقون فيهم من قادة الرأي، ويعتمدون في الأساس على وسائل الاتصال الجماهيري وإمدادهم بالمعرفة والمعلومات في شتى المجالات، حيث أصبح من أهم الأدوات المدوّمة بالإعلام هي خلق رأي عام إتجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية².

كما اعتبر الكثير من المحلّين أن الحرب النفسية وازت الحرب الميدانية وكان لها الأثر الشديد في مسار ونتائج الحرب وقد لعبت عدّة عناصر أساسية دورها في الحرب النفسية ضد العدو أثناء العدوان أبرزها القائد والإنجازات الميدانية والظهور الإعلامي وإبراز قوة العقيدة. فالقائد - والحال هنا هو الأمين العام لحزب الله السيد حسن نصر الله- كان له دور كبير، وقد أكدت الدراسات الصهيونية الأخيرة دوره حينها، بل واستمرار هذا الدور إلى اليوم من خلال مواقفه وخطاباته الموجهة للمجتمع الصهيوني.

وتنسّم شخصية حسن نصر الله بالعديد من السمات التي جعلته يحظى بشعبية واسعة، سواء بين أنصاره، أو حتى لدى العدو، منها :

- **الهدوء والثبات:** فهو عندما يتحدث يبعث شعور بالأمن والأمان والطمأنينة واليقين بما ستجري عليه الأمور.

¹ - داني بركوفيتش، مرجع سابق، ص 63.

² - سامية أبو النصر، مرجع سابق، ص 34.

- **الكاريزما:** يرى نصر الله أن الكاريزما موهبة إلهية يمكن تنميتها من خلال التثقيف واكتساب الخبرة، ولكن يظل عنصر لا بد منه وهو الموهبة.

- **الصدق:** وهو الصفة التي أكسبته ثقة الناس وتعزّدت هذه الصفة باستشهاد ابنه الأكبر هادي والذي كان في الصفوف الأمامية في إحدى عمليات حزب الله ضد جنود الاحتلال في عام 1982¹.

وفي هذا الصدد يقول السيد حسن نصر الله في أحد المقابلات التلفزيونية:

أنا أقوم بحرب نفسية لكنني لا أكذب فيها وعندما أنا أقول أن في حوزة حزب الله أكثر من 12 ألف صاروخ، ليس معناه 13 ألف صاروخ²

ووفق ما يقول اختصاصيون في مجال الحرب النفسية، خاض السيد نصر الله الحرب إلى جانب المقاومين عبر ظهوره المتكرر وممارسته الحرب النفسية حيث استطاع أن يمارس الردع من خلال تهديداته، فحين هدّد بضرب حيفا وما بعد، ما بعد حيفا واستخدام مرحلة تصاعديّة من التهديد كان الإسرائيلي يأخذ كلام السيد نصر الله على أنه ذو مصداقية عالية³.

وتعكس إستراتيجية حسن نصر الله في تعامله مع الأداة الإعلامية في مرحلة العدوان على لبنان إدراكه لأمرين:

1. الدور المحوري الذي تلعبه هذه القناة في التأثير على قناعات وإدراكات الطرف المستهدف، من خلال قدرتها على نقل الأخبار والأفكار والمعلومات.

2. خطورة الأداة الإعلامية، باعتبارها من أهم الأدوات التي تستخدم في الحرب النفسية، وبالذات في أوقات الصراع، فعلى سبيل المثال هي الأداة القادرة على نقل أخبار الميدان وتفصيلها بطريقة قد تقوّي المعنويات أو تضعفها، تقلل من قيمة الانتصار أو تزيد من وقع خسائر ضئيلة، أو تضخم القدرة الدبلوماسية لدولة معينة لإجبار الآخرين على السير مع توجهاتها⁴.

وتعدّ خطب حسن نصر الله من أهم الأدوات الإعلامية التي استخدمها أثناء العدوان على لبنان لمواجهة ما هو أخطر من الضربات العسكرية وهدم البنية الأساسية، وهو محاولة العدو الإسرائيلي اختراق معنويات اللبناني وتحطيمها.

¹ - عبد المنعم المشاط، ناهد عز الدين، تداعيات الحرب الإسرائيلية اللبنانية على مستقبل الشرق الأوسط (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2008)، ص207.

² - في مقابلة تلفزيونية على قناة New TV، يوم 27 أوت 2006.

³ - أحمد شعيتو، "حرب تموز ألفين وستة ... كيف أدارت المقاومة الحرب النفسية ضد العدو؟"، موقع جريدة الانتقاد، تاريخ الزيارة: 2011/09/21، انظر:

<http://www.alintiqad.com/essaydetailsf.php?eid=34543>

⁴ - عبد المنعم المشاط، ناهد عز الدين، المرجع نفسه، ص201.

ولمواجهة هذا الخطر وظّف نصر الله خطبه لتحقيق هدفين:

- **الهدف الأول:** بناء النسق الفكري والقيمي للجهة الداخلية، وهذا الهدف يعكس إدراكه لمدى خطورة اختراق هذا النسق من جانب العدو، لما يؤدي إليه من اضطراب في المجتمع وضعف قدرته على الصمود.

- **الهدف الثاني:** هدم أسطورة الأمن الإسرائيلي، وهذا الهدف يعكس معرفته لطبيعة المجتمع الإسرائيلي وأن أحد أساليب إضعافه خرق نسيج المجتمع، وبث الشعور داخله بالخوف والقلق وعدم الثقة.

وخطب حسن نصر الله في مرحلة العدوان على لبنان تتضمن نوعاً مما يمكن تسميته المقاومة النفسية¹.

وفي السياق المتعلق بالتأثير الدرامي لشخصية وخطابات السيد نصر الله، تحدثت ولا تزال مصادر إسرائيلية عديدة عن المصادقية العالية التي يتمتع بها السيد نصر الله لدى الرأي العام الإسرائيلي، لدرجة أن الإسرائيليين ينتظرون خطابه بفارغ الصبر.

فقد أظهرت نتائج الدراسة التي أجراها د. ليفل من جامعة بن غوريون - حول الإستراتيجية الإعلامية وعلم النفس السياسي وعلاقات الجيش مع وسائل الإعلام-، أنه في حالات كثيرة كان الجمهور يضطر إلى الاعتماد على تصريحات الأمين العام لحزب الله حسن نصر الله، ويقول: "مقابل قائد إعلامي مثل نصر الله، كان على المؤسسة الإسرائيلية أن ترد بنفس المستوى على الأقل"، ويضيف: "القائد الإعلامي يمنح المشاهد ثلاثة مرتكزات: تأملات وتأكيد وصدقية"، وبحسب أقواله، فإنه لدى سؤال المشاركين في الدراسة حول من قدم لهم "التأكيد" حول مواصلة الحرب، ولمن ينسبون "الصدقية"، كانت الأجوبة تقول إن الجمهور الإسرائيلي أشار إلى خطابات نصر الله كمن زودته بالعنصرين².

فدراسة د. ليفل تظهر أن الإسرائيليين يصدقونه أكثر من قادتهم ولعلّ المؤثر أكثر أن إطلاقاته كثرت حاملة رسائل عملية بعد ما راج عن إستهدافه ومقتله، فقد إستثمر للإعلام المقاوم ظهور نصر الله ومحاكاته لتوازن رعب أرسنه المقاومة مع العدو كما في عبارته الشهيرة "إن قصفتم عاصمتنا سنقصف عاصمة كيانكم الغاصب" وغالباً ما تقطع المنار بثها لإيصال رسائل حربه النفسية ضد العدو، فقد شكل ظهوره وحديثه الهاتفي عن تدمير البارجة "ساعر" وقوله "ها هي الآن ترونها تحترق" صدمة كبيرة زادت من الضغوط النفسية وأربكت حركة العدو لينتقل لاحقاً للحرب البرية³.

¹ - عبد المنعم المشاط، ناهد عز الدين، مرجع سابق، ص202.

² - نواف الزرو، "نصر الله نصف المعركة نصف هزيمة إسرائيل"، موقع الجزيرة. نت، تاريخ النشر: 2010/7/28، انظر: <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/8765CAB7-54E2-4CEE-AE04-33B6B4742B1B.htm>, (28/09/2011).

³ - عثمان الخلف، مرجع سابق.

2.2. توظيف الصورة من قبل الحزب

وإذا كان للثورة الجزائرية فضل السبق في تأسيس الإعلام الثوري الذي يجمع بين الطابع الديني المقدس والطابع السياسي الثوري فإن الخطاب الثوري الجزائري قد اعتمد على آليات ثلاث طيبة الظروف التي عاصرتها الثورة الجزائري وهي الكلمة المطبوعة ثم المسموعة، إلا أنّ إعلام المقاومة اللبنانية الإسلامية قد أضافت بجدارة واقتدار رافداً جديداً تمثل في الصورة المرئية كأداة للمقاومة والية أساسية للخطاب المقاوم خطاب يحث على الاستنهاض ووحدة القوى الوطنية ويجمع بين اللغة العقيدة الإيمانية والجوهر الوطني الإنساني¹.

وهنا يتم التركيز على تقديم الصورة خاصة من خلال قناة المنار لما لها من خصائص الإعلام السمعي- البصري دون التغاضي عن الحوامل الأخرى من ملصقات حائطية وياфطات وغيرها. مع الأخذ بعين الاعتبار التوظيف الثنائي للصورة سواء قبل الحرب والذي اتخذ أشكالا معينة، أو أثناء الحرب واستعمال الصورة لخدمة غرضين:

- أولاً: تشويه صورة إسرائيل أمام الرأي العام، بتصوير استهدافها للمدنيين وللبنى التحتية للبنان عكس ما ادعته من أن العملية العسكرية موجهة ضد حزب الله خاصة في الضاحية الجنوبية، ما انعكس على صورة إسرائيل بالسلب لدى الرأي العام فيما بعد وتغيير بعض المواقف من رد الفعل الإسرائيلي الذي وصف بالعنيف وغير المتكافئ.

ومن الصور التي هزت المشاهد هي استهداف المروحيات الإسرائيلية لسيارة الإسعاف في الجنوب أدى إلى مقتل أربعة أطفال وسيدتين، وكذلك استهداف مقر قوات اليونيفيل المتواجدة بلبنان، بالإضافة إلى صور ما عرف بمجزرة قانا الثانية في الثامن عشر من أفريل أدت إلى وقوع أكثر من مئة ضحية أغلبهم نساء وأطفال.

- ثانياً: الترويج لانتصارات المقاومة من خلال بث صور وأشرطة فيديو تبين القدرة القتالية لحزب الله والصمود في ساحة المعركة أمام قوة مصنفة الخامسة عالمياً، وقد تمثل بث الصور في عدة أشكال منها:

- اضهار صور قصف الشمال الإسرائيلي بصواريخ الكاتيوشا وما توجيه الصورة من شلل للمنظومة الدفاعية لإسرائيل في التصدي للصواريخ لحماية مدنيها.

- اضهار دبابة الميركافا فخر الجيش الإسرائيلي محطمة وما لهذه الصورة من أبعاد نفسية على الجندي الإسرائيلي في ساحة المعركة وما عرف عنها من أنها فخر الجيش الإسرائيلي، وفي هذا الصدد :

¹ - عواطف عبد الرحمن، إعلام المقاومة في الوطن العربي (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2005)، ص 27.

"يشير العميد المتقاعد هشام جابر المتخصص في الحرب النفسية، إلى دور الإعلام الحربي للمقاومة في الحرب النفسية على العدو، فهو من خلال تصويره هذه الدبابات المحترقة وبث صورها على وسائل الإعلام المحلية والعالمية أسهم في سقوط رمز من رموز الأمان عند الصهاينة وهو هذه الدبابة المتطورة جدا وانهييار أسطورتها يعني فقدان الثقة بالجيش والحكومة الإسرائيلية"¹.

- بث صور البارجة البحرية الإسرائيلية "ساعر" تحترق وتغرق قبالة الشواطئ اللبنانية في ثاني أيام العدوان نتيجة استهدافها بصاروخ من قبل حزب الله، وما تركته الصورة من انطباع بالدهشة للمشاهد خاصة أن عملية القصف تزامنت مع أوّل خطاب لحسن نصر الله الذي وعدهم بمفاجأة كان المقصود بها إبراز تحطيم البارجة على المباشر، مما ساهم في إضفاء مصداقية على خطابات حسن نصر الله فيما بعد، وأخذها على محمل الجد خاصة من جانب إسرائيل، كما كان الغرض منها توثيق العملية بغية إبرازها للرأي العام سواء الداخلي أو الخارجي على قدرة حزب الله في التحكم الميداني في سير الحرب.

إنّ الإعلام المقاوم لم يعتمد بداية خطاب الدعاية والحرب النفسية وبالتالي فإنه لم يصنع صورة نمطية تخالف صورة الواقع والذات، بل إنّ هذه الصورة (في الحرب النفسية والدعاية) كانت تشكل قوّة في صدقيتها لأنها منتزعة من أرض المعركة. والصدقية العظمى لخطاب الصورة في الحرب النفسية يتجلى في تصوير العمليات الاقتحامية النوعية في العمليات الاستشهادية ويأتي تراكم هذه العمليات ليُضفي هالة عظيمة على صدقية وقوّة الخطاب².

من الأمثلة أيضا على استخدام حزب الله للصورة من خلال الوسائط الإعلامية التي يمتلكها خاصة قناة المنار هي صورة العلم، ففي البداية لجأ حزب الله في التغطية الإعلامية الخاصة بنشاطات الحزب والتصريحات الصحفية إلى إبراز العلم الخاص بالحزب فقط، وهذا الأمر كان يعطي بُعداً طائفياً ومذهبياً للحزب بأنه لا يخدم سوى مصلح الشيعة في جنوب لبنان، إلا أن حزب الله تنبّه فيما بعد إلى أهمية أن يتم إدراج العلم اللبناني مع علم الحزب كخلفية عند الظهور أمام شاشات الكاميرا وفي التجمعات التي ينظمها حزب الله لإعطاء بعد وطني وقومي لنشاط هذا الأخير ومحاولة تغيير الصورة الذهنية السابقة ككيان مرتبط بإيران، وارتباط هذه الخطوة بالإستراتيجية الجديدة التي تبناها الحزب بدخوله في الحياة السياسية في لبنان.

¹ - نبيل المقدم، "الحرب النفسية تسابق العمليات العسكرية في انتصار تموز 2006"، موقع جريدة الانتقاد، تاريخ النشر: 2011/08/12، انظر: <http://www.alintiqad.com/essaydetailsf.php?eid=46261&fid=37>, (21/09/2011).

² - عبد الحليم حمود، إسرائيل وحزب الله: الحرب النفسية (بيروت: دار وكتبة الهلال، 2007)، ص35.

كما قام حزب الله أيضا في هذا السياق المتعلق بإستراتيجيته في الانفتاح على محيطه الخارجي، بتغيير شعار الحزب المُتضمن في العلم، فقد كان يحمل في البداية عنوان: "الثورة الإسلامية في لبنان" ليصبح بعد سنة 1992 تحت شعار: "المقاومة الإسلامية في لبنان" فقد كان يترجم الشعار الأول بعلاقة الحزب بإيران وأنه امتداد للثورة الإسلامية الإيرانية في لبنان، كما وصفه البعض بأنه نفس شعار الحرس الثوري الإيراني، هذا ما جعل حزب الله يقوم بتغييره لإخراج الحزب من هذا الإطار الضيق ومحاولة إعطاء بعد قومي للحزب وأنه حركة مقاومة تعمل على التصدي لإسرائيل في المنطقة. (انظر الملحق رقم 02)

3.2. البُعد الديني للخطاب السياسي

تجسد بصفة جليّة من خلال خطابات حسن نصر الله وتوظيفه لآيات قرآنية واقتباسات لشخصيات دينية خاصة من المراجع الشيعية¹ كالإمام الخميني والإمام الخامنئي في خطب يغلب عليها الطابع الديني المؤثر الذي يحث على بذل النفس والمال في سبيل الدفاع عن الأرض والمقدسات، وربط هذا الصراع بفلسطين المحتلة في إطار امتداد للصراع العربي-الإسرائيلي.

فأسلوب الإعلام المقاوم الذي ينتهجه حزب الله يعتمد على أربعة أزمنة للخطاب، منها زمن خطاب الرؤية التنبؤية ويُصار من خلاله إلى تكوين معجم للكلمات والتعبير المستعملة بالارتكاز على إتباع طريقة محددة في إنقائية المفردة المعبّرة والصيغة المشحونة².

فقد شكل الخطاب الثوري الشيعي المحفز للقوة، والداعي إلى المواجهة والتغيير وعدم الركون للانزواء السياسي، المحور الذي انطلقت منه المقاومة الإسلامية اللبنانية وقد تمثل هذا الخطاب عبر الأئمة الشيعية الذين تميزت خطاباتهم بالروح التعبوية العالية التي أسست المناخات للمقاومين من أجل الاستمرار بوتيرة عالية القوة كلما احتدم الصراع. كلها خطابات تنبذ الصمت تدعوا إلى تجاوزه.

فقد مثلت مختلف المناسبات الدينية عند الشيعة كذكرى عاشوراء وظائف تعبوية تتجاوز الندب والبكاء إلى التوجيه نحو الفداء والتضحية في سبيل الله والوقوف في وجه "قوى الاستكبار العالمي". فحسب الإمام الخميني هذه المجالس والمناسبات غايتها القصوى التمسك بالشعيرة الكربلائية، وجب توجيهها وجهة سياسية حسب رأيه، إذ يقول:

¹ - حزب الله يعتبر نفسه مرتبطا بإيران ارتباطا مذهبيا من خلال عقيدة ولاية الفقيه التي يستمد منها مرجعية فكرية، وكذا ما تقدمه الدولة الإيرانية من مساعدات عسكرية ومساندة سياسية وتأييد إعلامي كحليف إستراتيجي له في المنطقة في إطار التحالف ضد ما يسميه قوى الاستكبار العالمي المتمثلة في أمريكا وإسرائيل، وهو ينفي تدخل إيران في توجيه سياسة الحزب الداخلية.

² - مي العبد الله، مرجع سابق، ص 225 .

إن المجالس التي تذكر فيها مصائب سيد المظلومين عليه السلام وتظهر مظلومية ذلك المؤمن الذي ضحى بنفسه وبأولاده وأنصاره في سبيل الله هي التي خرّجت أولئك الشبان الذين يتحرقون شوقاً للذهاب إلى الجبهات ويطلبون الشهادة ويفخرون بها، ونراهم يحزنون إذ هم لم يحصلوا عليها¹.

فالخطاب المذكور والصادر عن شخصية دينية مؤثرة تلعب دور ولاية الفقيه لعامة الشيعة نموذج عن الخطابات التي سعى الحزب لتوظيفها للتأثير على جمهوره وحثه على الشهادة في سبيل الله وما لهذا العامل من انعكاس على رفع الكفاءة القتالية عند مقاتلي الحزب، وتحسيسهم بأهمية وعدالة القضية التي يدافعون عنها.

فالتربية على الاستشهاد كمبدأ تبعا للإمام الحسين ساعد في تربية أجيال من المقاومين الهادفين لاستخدام الشيعة في سبيل رفض الظلم، فالخطاب العاشورائي للإمام الخميني جعل هذه الظاهرة تتجاوز الحدود الجغرافية لتتفشى إقليمياً. ويلاحظ ذلك في خطابات السيد حسن نصر الله الذي يحرص على تحميل الخطاب دلالات وأبعاد تحفز وتشحن همم المقاومين في سبيل مواجهة قوى الاستكبار².

عند الوقوف على خطابات قادة حزب الله والأئمة وأثرها في تعبئة المقاومين يلحظ المرء مدى أهميتها في توجيه المقاومين وصقل رغبتهم في البذل والتضحية لتصل إلى شكلها النهائي من شغف المقاومة ورغبة التحرر. وقد كان للقيادة الملهمة التي تمثلت بقيادات حزب الله المتعاقبة أبعاد الأثر في إحداث نقلة روحية نوعية لدى المقاومين والأمة بأكملها، فالقيادة الملهمة للإمام الخميني والشيخ حسن نصر الله وظفت كربلاء في سبيل إعلاء روح المقاومة والجهاد لدى الأتباع والمقاومين، مثلت الجبهات التي خاضها حزب الله والعمليات الصورة العملية لذلك التوظيف³.

وبذلك يشكل المقاتلون الطالبون للشهادة رقماً كبيراً لدى حزب الله يساعد في تعديل ميزان القوة لصالح الحزب⁴. فالنماذج المذكورة آنفاً من توظيف حزب الله للبعد الديني سواء من خلال الشخصيات أو الخطابات أو المناسبات الدينية، تركز على تجنيد وتعبئة جمهور الشيعة وراء القضية والأهداف الأساسية التي سطرها الحزب لنفسه، إلا أن هناك بعض المناسبات الدينية تتعدى الإطار الشيعي إلى آخر وطني وقومي منها:

¹ - الإمام الخميني، نهضة عاشوراء (بيروت: دار الوسيلة، 1996)، ص 18.

² - رفقة نبيل مطلق شقور، مرجع سابق، ص 88.

³ - نجيب نور الدين، إيديولوجيا الرفض و المقاومة، ط 1 (بيروت: دار الهادي للنشر والتوزيع، 2004)، ص 392-393.

⁴ - رفقة نبيل مطلق شقور، المرجع نفسه، ص 79.

يوم القدس العالمي في آخر جمعة رمضان من كل سنة تضامنا مع فلسطين المحتلة سنها الإمام الخميني، هو أيضا مناسبة لحزب الله من أجل استغلال هذه الشعيرة الدينية و انتهاز فرصة الحالة الإيمانية التي يكون فيها الفرد من أجل التعبئة وشحن الهمم والتذكير بالقضية المحورية للأمة العربية وهي القضية الفلسطينية، كما أن هذه المناسبة الدينية فرصة للحزب أيضا من أجل تمرير خطابه السياسي وإبراز مواقفه من مختلف القضايا المحلية والإقليمية، وهي أيضا فرصة لإظهار التوجه القومي في اهتمامات الحزب. وتحظى المناسبة بتغطية إعلامية واسعة في وسائل إعلام حزب الله، حيث يتم نقل البث الحي للتظاهرة وكلمة السيد حسن نصر الله على قناة المنار مباشرة التي تفرد لهذا اليوم مساحة هامة ضمن برامجها وتعمل على إطلاق دعوات من أجل حضور ومتابعة التظاهرة، التي يحضرها شخصيات من مختلف الطوائف اللبنانية ولا تقتصر على الطائفة الشيعية فقط.

3. الوسائل والدعائم الاتصالية المستعملة

يعرف الأستاذ عبد العزيز شرف الإعلام بأنه شكل من أشكال الاتصال بال جماهير، التي تضُم الدعاية والإعلان والتعليم والعلاقات العامة والإقناع الفني إلى جانب الإعلام، وللإعلام عدة وسائل يصل من خلالها إلى الجمهور، ومنها: الصحافة والمطبوعات والإذاعة والتلفزيون والسينما، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها ومميزاتها¹.

وبهذا فالأزمة صارت متغيرا هاما تحمل معطيات جديدة وتستدعي استجابة معينة ومن بينها الاهتمام الواسع لوسائل الإعلام بمثل هذه القضايا ذات الأبعاد المتعددة كالسياسي والاجتماعي والاقتصادي فالأزمة تجذب اهتمام وسائل الإعلام ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام الذي يصبح أكثر تعرضا لها وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام².

أما في المجال الإعلامي فقد أقام حزب الله الدليل الأوفى على وعيه الحاد بأهمية وسائط الاتصال الجماهيري في تحقيق ما أسماه أنطونيو غرامشي بـ "الهيمنة الإيديولوجية"، وتمكين الأفكار والمشروع السياسي- الاجتماعي من أسباب الفُشو و الانتشار خارج أسوار المحيط الحزبي. تبرهن على ذلك تلك الشبكة الواسعة من الأدوات الإعلامية: المكتوبة والمسموعة والمرئية، التي أنشأها في عقدي الثمانينيات والتسعينيات، والتي هيأت له سبل التواصل مع جمهور عريض تخطى الطائفة (الشيعية) والوطن (لبنان) ليخاطب المحيط الإقليمي العربي والإسلامي وتكفي نظرة بانورامية سريعة على الجغرافيا الإعلامية للحزب لتكشف عما قصدنا التنبيه إليه³. (انظر الملحق رقم 06)

¹ - سامية أبو النصر، مرجع سابق، ص 22.

² - صفوان عصام حسيني، "الإعلام وإدارة الأزمات"، مجلة فكر ومجتمع، العدد 9 (جويلية 2011)، ص 16.

³ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2006)، ص 42.

ويلعب الإعلام دوراً هاماً وحاسماً في الحروب المعاصرة وساهم بشكل فعال في مجريات الحروب العسكرية، وإلى جانب التحرك العسكري والسياسي تتحرك السياسة الإعلامية بوسائلها المختلفة لتحقيق الأهداف المرسومة للحرب ككل وتعد وسائل الإعلام سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية، الطرف الأساسي في العمليات النفسية لما لها من دور في تغيير الاتجاهات والآراء وتعبئة الرأي العام الداخلي والدولي، وهو ما تؤكد جميع الحروب المعاصرة من أن الإعلام سلاح قوي إذ أنه يشكل الرأي العام ويجنده حول قضايا معينة أساسية، فالغلبة تكون لمن يتحكم في إستراتيجية إعلامية مدروسة تستند إلى معرفة واسعة لتقنيات وسائل الإعلام والعمليات النفسية¹.

ويمكن التذليل على ما ورد، قيام الرئيس الأمريكي بوش في 28/7/1990 في حرب الخليج بتوقيع مذكرة تحمل ثلاثة أوامر سرية تخول وزارة الخارجية الأمريكية ووزارة الدفاع ووكالة المخابرات المركزية وكافة وسائل الإعلام المسموعة والمطبوعة والمرئية لتشكيل رأي عام محلي وإقليمي وعالمي مؤيد للأهداف السياسية والاقتصادية والعسكرية الأمريكية والإبقاء على تماسك التحالف واستمراره². وبهذا لا يمكن الفصل بين ما هو إعلامي وما هو عسكري خاصة في أوقات الحروب لأن الأمر يتعلق بإقناع الرأي العام بشرعية السياسة المتبعة.

فالبُعد الإعلامي لحزب الله جزء لا يتجزأ من هيكل التنظيمي العام للحزب أما بخصوص الهيكل التنظيمي لحزب الله المضبوط فالآراء تختلف جوهرياً حوله بين المراقبين، فهناك إجماع نسبي على أن المكتب الإعلامي لحزب الله أو المعروف كذلك برقم العلاقات الإعلامية يعمل كالنقطة المركزية لكل الاتصال الخارجي للحزب³. (انظر الملحق 01)

1.3. وسائل الاتصال الرسمي

في مجال السمع- البصري يُعتبر التلفزيون إحدى وسائل الاتصال الجماهيري، وقد أكد معظم الذين بحثوا وكتبوا في مجال الاتصال السياسي أنّ للتلفزيون قوّة مؤثرة في المجتمع وأدّه يلعب دوراً سياسياً عالي التأثير من خلال ما يقدمه من برامج إعلامية كما أنه يلعب دوراً فاعلاً في صناعة القرار السياسي وتشكيل الرأي العام والتي تُعد من أهم العمليات السياسية والتي يتّـم من خلالها اختيار مشكلة لتكون موضعاً لقرار ما، ويُنْتج عن ذلك الاختيار ظهور عدد محدود من البدائل يتّـم اختيار أحدها لوضعه موضع التنفيذ، أي انه يسלט الضوء على قضايا قد تكون هامشية والعكس من خلال ما يعرف في الإعلام بنظرية الأجنحة أو ترتيب الأولويات.

¹ - جهيد درياسة، "التلفزيون الفضائي والحرب النفسية: دراسة حالة الحرب الإسرائيلية على لبنان جويلية 2006"، رسالة ماجستير في علم النفس، السنة الجامعية 2008/2009، جامعة الجزائر، ص 57.

² - إبراهيم أحمد أبو عرقوب، "إستراتيجية الحرب النفسية الأمريكية في أزمة الخليج"، مجلة الجامعة الإسلامية، م. 5، ع. 2، 1997، ص 24.

³ - Rune Friberg Lyne, *op.cit*, p. 8 .

ويشعر جمهور التلفزيون المحلي في دولة ما بالانتماء إلى أمته وتقوية التماسك الاجتماعي وخلق احترام عام وإحساس لدى المتلقين بالمشاركة المباشرة في العملية السياسية حيث يتابع الناس نشاطات الحكام من خلال الشاشة الصغيرة ويستمعون إلى أحاديثهم من خلال الفقرات الإخبارية، وهذا يُساعد في خلق إحساس لديهم بالمشاركة في العملية السياسية، وكذلك فإن التلفزيون يقدم القيم الثقافية والاجتماعية مما يُساعد على تكامل المجتمع وتجانسه، فكثير من المتلقين يثقون بنسبة عالية في صدق ما يقدمه التلفزيون من معلومات ذات دلالات سياسية¹.

وفيما يخص قناة المنار فقد أصبحت عضوا رسميا في المجموعة اللبنانية للتلفزيون منذ 1996، وفي 5 أبريل 2000 أقر مجلس الوزراء اللبناني بالسماح لتلفزيون المنار بإطلاق الإرسال على القمر الصناعي².

أما الإعلام المسموع من خلال الراديو فيتميز باتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعي وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير داخليا وخارجيا، خاصة في الدول التي تعاني من أزمات اقتصادية ويحظى الراديو بمصداقية عالية لدى جمهوره وخاصة في الدول النامية حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية³.

فالإذاعة وسيلة إعلامية جماهيرية تعتمد على حاسة السمع وتقوم على أساس الذاكرة السمعية⁴ وتعتبر من أهم الوسائط الإعلامية فعالية في استخدامات الحرب النفسية وإحداث التأثير والإقناع وتغيير الرأي والاتجاه لسرعتها في نشر الرسالة الإعلامية وسهولة الفهم والتغطية الشاملة وعدد الجمهور المستهدف، فهي تخاطب جميع فئات المجتمع على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية ويمكن الاستماع إليها في أي نقطة كانت، كما أن جهاز استقبال الراديو بفضل التطور التكنولوجي أصبح متوفر بأحجام جد صغيرة يسهل حمله، ويتمتع بقدرات عالية في النقاط الصوت والعدد الكبير من المحطات الإذاعية والمحلية مما يجعله سلاحا إعلاميا فتاكا في العمليات النفسية⁵.

أما في مجال الإعلام الإذاعي، وبعد تجربة سابقة لإذاعات محدودة البث (صوت المستضعفين، وصوت الإيمان، وصوت الإسلام)، أطلق الحزب ابتداء من العام 1991 "إذاعة النور" التي نهضت بدور إخباري وتعبوي كبير في عز مَدّ مقاومة الحركة الإسلامية⁶.

¹ - محمد حمدان المصالحه، مرجع سابق، ص 114 .

² - Maura Conway, "Terror TV? An Exploration Of Hizbollah's Al-Manar Television" http://doras.dcu.ie4991terror_tv_2007.pdf, (16/10/2011), p. 3.

³ - مي العبد الله، مرجع سابق، ص 30 - 31.

⁴ - أديب خضور، الإعلام المتخصص (دمشق: المكتبة الإعلامية، 2003)، ص 220.

⁵ - جهيد درياسة، مرجع سابق، ص 61.

⁶ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 42.

وفي مجال الصحافة المكتوبة تتصدر ثلاث نشرات المشهد الصحافي الشيعي هي أسبوعية العهد التي خلفت المجاهد وهي ذات طابع سياسي تعبوي، ومجلة المنطلق التي تصدر كل شهرين وهي ذات طابع فكري نخبوي، ثم مجلة البلاد الأسبوعية الصادرة منذ العام 1990 والتي تحاول التوفيق بين المنزح التعبوي للأولى، والمنزح الأكاديمي للثانية¹.

الانترنت كفضاء للتعبير بامتياز فيما يخص الإعلام الإلكتروني، تزود حزب الله بأرضية مؤثرة من أجل الترويج للدعاية والعمليات النفسية. والتي يستطيع من خلالها - رغم الحصار المفروض على قناة المنار - الوصول إلى المجموعات المسلمة في العالم.

فحزب الله يتحكم مباشرة في 15 حتى 20 موقعا إلكترونيا خصوصا العربية منها بالإضافة أيضا إلى المواقع بالإنجليزية والفرنسية والفارسية، وفي المواقع الإلكترونية الرسمية التابعة لحزب الله (الحزب والمنظمات المرتبطة رسميا بالحزب أو الموالية له وأجهزة الإعلام) تأتي لتضيف دعما على المقاطعات التي يتحكم فيها الحزب، فحزب الله يستطيع أيضا نشر دعايته الافتراضية في العالم بأسره، من خلال مقاطع فيديو تتضمن برامج المنار، وقد استفادت هذه المواقع الإلكترونية من تحيين في حرب جويلية 2006، كذلك التغيير المنتظم للعناوين الإلكترونية من أجل تقليل فرص أو مخاطر التهديد والهجمات الإلكترونية الإسرائيلية. ففضل مستعملي الانترنت والنشاط من خلال مواقع بدون رابط موجهة من قبل حزب الله، هذه الأخيرة استطاعت أيضا أن تقود عمليات التضليل استهدفت إسرائيل.

وأخيرا حول صورة الجيش الأمريكي، استعمل حزب الله الانترنت من أجل الترويج للعبة الإلكترونية (القوات الخاصة) التي تمجد مقاتلي حزب الله، فحزب الله استطاع الاعتماد على مساعدة مستعملي الانترنت المتعاطفين معه، الذين استطاعوا نشر واسترجاع المعلومات التي يريدونها، التناوب في الأماكن على المنتديات الحوارية، وتحضير لعب إلكترونية تمجد مسار الحزب².

كما شكلت القدرة التكنولوجية وقدرة كوادر حزب الله على اختراق المواقع الإسرائيلية على الانترنت عوامل دفعت بقوة اتجاه نصر عسكري استراتيجي، لتثبت لحركات المقاومة أنه من الضروري المشي في ركب التطور التكنولوجي والعلمي وعدم تجاوز ثورة الاتصالات لأن هذا يشكل عقبة أمام تحقيق نجاح عمليات المقاومة³.

¹ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 42.

² - Alexandre Guerin , *le Hezbollah face aux forces armées: perspective historique des modes d'action*, (division recherche et retour d'expérience (DREX),17 mars 2009), p. 39.

³ - رفقة نبيل مطلق شفور، مرجع سابق، ص 91.

زيادة على وسائل الاتصال الجماهيرية التابعة لحزب الله والتي استغلها في عملية التعبئة بالنسبة لجمهوره، اعتمد أيضا على وسائل تعبوية أخرى تقليدية ذات طابع شعبي كالرسوم الجدارية والملصقات واللافتات والأناشيد وأساليب أخرى كان الهدف منها كسب تأييد ومساندة أكبر عدد ممكن من الأنصار وخلق التفاف شعبي حول هذا الأخير يكون بمثابة سند معنوي يعطيه الشرعية اللازمة خاصة في أوقات الأزمات، وهذا ما يفسر القوة التعبوية لحزب الله.

2.3. الاتصال الجوّاري

اعتنى الحزب كبير عناية بإطلاق مشروع ضخم من المؤسسات الاجتماعية ذات الصلة بمشروعه الداخلي: الثقافي والديني والسياسي، وبمشروعه الوطني المشتبك مع الاحتلال، فلأنه ومثل كل حزب سياسي، هدف من ذلك إلى إحاطة نفسه بدائرة اجتماعية أوسع تمده - في أفضل حال- بالقواعد والأطر والقيادات والمقاتلين، أو تمده - في أقل تقدير- بالقاعدة الشعبية الحاملة لمشروعه إلى "ما وراء" حدود هذا المحيط المباشر، أو الجاهزة لرفده والتحزب له والحذب عليه، في أية منافسة سياسية داخلية قد يخوضها من نوع المنافسة على مقاعد المجالس البلدية والبرلمانية¹.

فحزب الله لديه بنية مدنية متطورة حيث يمتلك 46 مستوصفا طبيا و16 مدرسة في كافة مراحل التعليم وأربع مؤسسات اجتماعية وإنمائية وإعمارية أبرزها مؤسسة "جهاد البناء" التي كانت ولا تزال لها دور بارز في إعادة إعمار الجنوب².

تنهض هذه المنظمات الاجتماعية بالصلة بعامة الشيعة، والمقصد منها: إنشاء دوائر أوسع من التأييد وكلها تفترض علاقة وثيقة ومتينة لسياسة الحركة وعملها، فالهيئات المختلفة تعمل على الإحاطة بكل وجوه الحياة الاجتماعية لإنشاء "مجتمع للمجتمع" العام والظاهر، فينبغي لجمهور الحركة الشيعية وأنصارها أن يظلوا من المهد إلى اللحد، - هم وأهلهم والصغار منهم والكبار- من غير الخروج عن مرافق ذلك المجتمع مهما كانت الذريعة³. وفي ما يلي نماذج عن هذه المؤسسات:

1. وكان من أبرز المؤسسات الشيعية التي قامت بأدوار اجتماعية بارزة: "مؤسسة الشهيد"، وهي تضطلع برعاية عوائل الشهداء التي لا تقتصر على المواساة والعاطفة الصادقة، بل تتعداها إلى القيام بعبء مالي كبير، بعضه عيني يتمثل في تعويض ثابت ودوري، وبعضه الآخر خدمات مدرسية وصحية وتربوية ودينية⁴. والمؤسسة مسؤولة عن عوائل من يسقطون في المعارك والأسرى خدمة ورعاية، بما

¹ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 39.

² - رفعت سيد أحمد، حسن نصر الله.. ثائر من الجنوب (دمشق-القااهرة: دار الكتاب العربي، 2006)، ص 206.

³ - وضاح شرارة، دولة حزب الله: لبنان مجتمعا إسلاميا، ط1 (بيروت: دار النهار، 2006)، ص 212-214.

⁴ - المرجع نفسه، ص 217.

في ذلك القتلى المدنيين من غير المقاومين، والمؤسسة منتشرة في معظم المناطق اللبنانية وتتولى الاهتمام بتعليم أبناء الذين قضاوا نحبهم، وتصل الكلفة الإجمالية للفرد حوالي 2500 دولار شهرياً¹.

2. إفتتحت "الهيئة الصحية" في مطلع 1987 وبتمويل من "مؤسسة الشهيد" صيدلية في حي السلم أسمتها: "صيدلية الشهيد الشيخ راغب حرب" تضطلع بمد يد العون إلى المستضعفين كافة، وتبيع الدواء بأسعار معتدلة ومدروسة، ولا شك أن الإقدام على مثل هذه الخطوة يخرج الجناح الشيعي الخميني من إطار جمهوره السياسي والحزبي إلى دائرة أصحاب الحاجات اليومية والعامّة، وهم عامة الناس في الأحياء والشوارع التي يقطنها الشيعة بشكل كثيف².

وقد استفاد من هذه الخدمات الصحيّة حوالي 50 ألف شخص عام 1998، وتملك الهيئة 21 مستوصفاً و9 مراكز صحية كبيرة و13 عيادة تجول في 45 قرية في البقاع و25 قرية في الجنوب، وقد خرجت 360 متطوعة عام 1998 و119 مسعفاً انضموا إلى جهاز واسع لـ "الدفاع المدني" يبلغ عدد أعضائه الآلاف، كما يوجد مستشفى الجنوب في النبطية التابع للهيئة وكذلك مستشفى دارة الحكمة في البقاع، وقد استقبلا ما يزيد عن مائتي ألف مريض خلال عام 1998 وتقدم الهيئة تسهيلات صحية للمواطنين. وقد استفاد 222 ألف لبناني من ذلك بمبالغ فاقت المليون دولار ما بين دواء مجاني، أو دخول للمستشفى لعمليات جراحية، وغيرها من الخدمات الصحية. (انظر الملحق 03)

3. "مؤسسة الجرحى" التي تقدم العناية الكاملة لجرحى المقاومة، والجرحى المدنيين بشكل شبه كامل أما بالنسبة لجرحى المقاومة فالعناية شاملة من لحظة دخول المستشفى حتى لحظة الخروج، والمسؤولية عن المعاقين تشتمل على: مخصص شهري، سكن، صحة، تربية، تكاليف العائلة. كما تعمل المؤسسة على إيواء الجرحى، ورعايتهم ضمن العائلة والمجتمع.

4. "مؤسسة جهاد البناء الإنمائية" تأسست في لبنان سنة 1988، شعارها: إسرائيل تقصف يوماً ونحن نرمم يوماً³ وقد اقتصر عملها بعد على رفع النفائات وتأمين المياه والكهرباء وما شابه ذلك من قضايا تهم اللبنانيين في حياتهم اليومية وتفاصيلها "جهاد البناء" وجدت نفسها مدعوة إلى ردم الهوة التي تريد إسرائيل إيجادها بين المقاومة والناس و ردم الهوة بات يعني تحديداً القيام بأعمال الترميم بعد الاعتداءات. ويُقدّر عدد المنازل والوحدات السكنية المتضررة في كل من عدواني جويلية 1993 وأفريل 1996 بخمسة آلاف منزل، وأمكن في المرتين إتمام الترميم خلال 3 إلى 4 أشهر³.

¹ جوزيف سماحة، "لبنان: أربعة وجوه للمقاومة الإسلامية"، جريدة الحياة، 1999/5/21.

² وضاح شرارة، مرجع سابق، ص 6-8.

³ جوزيف سماحة، المرجع نفسه.

وقد قامت المؤسسة حتى أوائل جويلية 1994 بإنشاء تسع وعشرين مدرسة وتأهيلها وترميم نحو خمسة آلاف وثلاثمائة منزل، كما تخرّج خمسة عشر مسجداً وألثلاثمائة وخمسون وشديداً سبعة عشر نادياً حسيبياً (حسينية)¹. وكان الشيخ نبيل فاروق رئيس شوري الجنوب نوه في أواخر سبتمبر عام 1993 بترميم "جهاد البناء" 1750 منزلاً في إحدى وثلاثين قرية جنوبية، وأسهم في إنجاز ذلك خمسة آلاف ومائة إداري ومهندس وعامل².

5. فيما يخص المدارس، يقول نعيم قاسم نائب الأمين العام لحزب الله إن لدى الحزب 50 مدرسة موزعة على مناطق لبنان وتأخذ من هذه المدارس نموذجاً لنرى ما الذي يُقدّم من خلالها، وهي مدرسة "شاهد"، فالمدرسة من حيث المبدأ هي لأبناء القتلى والأسرى، والمبدأ المتبع فيها - كما في مؤسسة الشهيد - هو عدم عزل هؤلاء عن الآخرين، فعددهم في "شاهد" هو 180 من أصل 675 طفل موزعين على الصفوف حتى الرابع الابتدائي³.

أما بالنسبة للمدارس الدينية وحجم الإففاق على الطلبة والمدرسين فيها نجد أن راتب الطالب العازب المقيم في المدرسة نفسها يقدر بألف وخمسمائة ليرة لبنانية في صيف 1986، أما راتب المتزوج فيبلغ ألفين وخمسمائة ليرة، ارتفع الراتب الأول إلى نحو مائتي دولار في العام 1995 والثاني إلى نحو ثلاثمائة، أما المدرس فيُجرى عليه بقدر حاجته وأعبائه، ويرجح أن ما يتقاضاه المدرس لا يقل عن خمسة آلاف ليرة نقداً (1986) كما صار متوسط راتب المدرس نحو خمسمائة إلى ستمائة دولار⁴.

فبالخدمات الاجتماعية التي يقدمها الحزب ساهمت في توسيع قاعدة التأييد لصالحه ضمن معظم المجموعات، فالحزب يملك حالياً 14 مقعداً من 128 عضواً في البرلمان⁵. فهذه البنية التحتية التابعة لحزب الله من مكاتب، ومؤسسات وبنوك تمّ تدميرها بنسبة 70% في الحرب. ما يفسر تركيز القصف الإسرائيلي على الجنوب كون هذه البنية التحتية الخدمائية تتركز جنوباً.

¹ - وضاح شرارة، مرجع سابق، ص 337.

² - جريدة النهار اللبنانية، 9/28/1993.

³ - جوزيف سماحة، مرجع سابق.

⁴ - وضاح شرارة، المرجع نفسه، ص 135-136.

⁵ - Anne Marie Baylouny, "Al-Manar and Alhurra: Competing Satellite Stations and Ideologies," The George C. Marshall European Center for Security Studies, no.2 (October 2006), p. 5.

⁶ - Jean-Patrice Le Saint, "Israël - Hezbollah : la fin des illusions stratégiques" 12/10/2011, p. 9, see : http://www.army.forces.gc.ca/cacajdocumentsvol_10iss_2CAJ_vol10.2_05_f.pdf

3.3. مصادر تمويل الإستراتيجية الاتصالية

بالنظر إلى اتساع منظومة الخدمات الاجتماعية التي يتوفر عليها الحزب يرد سؤال بلا شك في ذهن أي مطلع على حجم الميزانية المخصصة، ومن أين يستطيع تنظيم كحزب الله توفير كل هذه النفقات التي لا تستطيع حتى الدول توفيرها لمواطنيها، ربما هذا ما جعل بعض المحللين يصفون حزب الله بأنه دولة داخل دولة، وأنه استطاع أن يلعب دوراً موازياً لدور الدولة.

فإذا نظرنا إلى جانب آخر من المصروفات كتكلفة الجهاز العسكري المحترف، والرواتب العديدة وتكلفة الجهازين السياسي والأمني وجهاز الإعلام، فسوف يترجح تقدير الميزانية بين العشرين مليون دولار والمائة والستين مليون دولار¹.

لكن طريقة حزب الله في العمل ترتبط بالصفقات والتنازلات، فهذه الشبكة من منظمات الرفاهة المهمة جداً من أجل تعزيز قاعدته الشعبية لم تأت من الهواء فلا بد من أن يتم تمويل هذه الشبكة، والتمويل يأتي أساساً من مصدرين: أولهما الدولة الإيرانية²

ويقدر زين حمود دخل حزب الله المالي النقدي من إيران بثلاثة ملايين دولار ونصف المليون في الشهر الواحد، وذلك منذ 1990، أما "علي نوري زاده" فذهب إلى أن دخل الحزب بلغ عشرين مليون دولار في عام 1992، وخمسين مليون عام 1991، وقر بمائة وعشرين مليوناً في 1992، ومائة وستين في 1993. وتشير بعض المصادر إلى ارتفاع ميزانية حزب الله في عهد رفسنجاني إلى 280 مليون دولار³.

والمصدر الثاني هو الطبقة الوسطى الشيعية وأصحاب الأعمال في لبنان والخارج، وطبقاً لما يقوله أحد الكتاب فإن حزب الله يعتمد على الإعانات من الأفراد والجماعات والمحلات والشركات، والبنوك وكذلك من نظرائهم في بلدان مثل الولايات المتحدة وكندا وأمريكا اللاتينية وأوروبا وأستراليا، ومن الاستثمارات التي يقوم بها حزب الله والتي تستفيد من كون لبنان اقتصاد يقوم على حرية السوق به العشرات من المجمعات الاستهلاكية ومحطات الغاز والمحلات الكبيرة والمطاعم وشركات التشييد ووكلاء السياحة⁴.

¹ - وضاح شرارة، مرجع سابق، ص 337-338.

² - كريس هارمان، "حزب الله وحرب إسرائيل الخاسرة"، ترجمة نور منصور، مجلة الاشتراكية الأممية، العدد 112 (خريف 2006)، مركز الدراسات الاشتراكية - القاهرة.

<http://www.isj.org.uk/docs/hizbollaharabic.doc>, (19/10/2011)

³ - زين حمود، "حزب الله من الداخل، أسرار وخفايا"، مجلة الشراع، 1995/8/14.

⁴ - كريس هارمان، المرجع نفسه.

كما يأتي التمويل أيضا:

- من خلال المنظمات الغير حكومية عبر العالم، مثل جمعية دعم المقاومة الإسلامية، أو من خلال النداءات المحلية لطلب المساعدة المالية في الأحياء الشيعية في لبنان.

- و بطريقة تقليدية، يمتلك حزب الله عددا واسعا من المؤيدين في المجتمع والتي تسمح في مرات توفير الأموال، وتبييض البعض منها أو تحويل هاته النقود بشكل شرعي وتوجيهها للميدان العسكري عبر العالم (مثل قبرص)، وبفضل ممثليه في البرلمان نجح حزب الله باستمرار في تمويل مختلف مشاريعه من خلال ميزانية الدولة اللبنانية.

- كما أن حزب الله من خلال استعمال شبكة المغتربين اللبنانيين في إفريقيا، على الخصوص في السنغال وساحل العاج يحصل على إعانات منتظمة سواء كانت تطوعية أو غير ذلك، كما استطاع حزب الله الاستفادة من تجارة الماس مع سيراليون وليبيريا¹.

فالهدف من وراء تجنيد حزب الله كل هذه المنظومة سواء كانت وسائل إعلام رسمية أو جوارية التأثير في اتجاهات الرأي العام، وتوجيه الرأي العام المحلي وتحديد مواقفه المساندة لسياساته وبرامجه السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات، فقد أدرك حزب الله أهمية الرأي العام والجماهير كقاعدة لنجاح سياساته.

4. الجماهير المستهدفة من الإستراتيجية الاتصالية

وبناء على ما ورد في نموذج كارل دويتش الاتصالي من اهتمام المنظمة بمحيطها الجماهيري نلاحظ أن حزب الله اعتنى كبير عناية بمحيطه الجماهيري كركيزة أساسية لدعم تحقيق أهدافه السياسية والعسكرية المتصلة بدعم المقاومة، وهذا ما تجسد في مساعي الحزب في محاولة كسب تأييد الجماهير خاصة المحلية منها والمتصلة مباشرة بالحزب وسياساته، من خلال مؤسسات الخدمات الاجتماعية التي ورد ذكرها آنفا.

إن من أهم الشروط في نجاح أي عملية اتصالية خاصة بحجم وأهداف حزب الله تتمثل في معرفة دقيقة بطبيعة وتركيبية الجماهير المستهدفة من أجل صياغة رسالة اتصالية تتناسب مع الخصائص النفسية لهاته الجماهير بغية الحصول على التأثير المطلوب كهدف من العملية الاتصالية.

¹ - JL Marret, "un exemple de parti politique avec bras armé : Le Hezbollah," 16/10/2011, p. 6, regarde : http://www.frstrategie.orgbarreCompetencesapprochesRegionalesfiche_Hezbollah.pdf

ليس عبثاً أن حزب الله حدّد لنفسه هدفاً يقضي بالسيطرة على الطائفة الشيعية، وتحويلها إلى طائفة مجنّدة لتحقيق أهداف المقاومة، لأنّ دعم هذه الطائفة هو بمثابة بطاقة الدخول الشرعية للنظام السياسي اللبناني، والرافعة للسعي إلى تحقيق أهدافه السياسية والإيديولوجية. ومن المعروف أنه في ظلّ قواعد اللعبة السياسية في لبنان، لا يمكن الوصول إلى الموقع المؤثر في الساحة الداخلية من دون الغطاء الطائفي القوي. أكثر من ذلك، لدى حزب الله حلفاء سياسيون في بقية الطوائف الأخرى، مثل زعيم التيار الوطني الحر المسيحي "ميشال عون"، وهؤلاء هم أقلّ ولاء له من مؤيدي الحزب داخل الطائفة الشيعية¹.

كما تختلف أهداف حزب الله الاتصالية تبعاً للجمهور المستهدف، على الرغم من أن هناك العديد من الموضوعات الشاملة التي تنشر من خلال وسائل الإعلام كافة الأنشطة ذات الصلة بالحزب. محلياً، فإنّ حزب الله يسعى لزيادة شعبيته وذلك للحفاظ على قاعدته السياسية وتعزيزها، من خلال خلق ظروف اجتماعية مواتية لبناء مجتمع إسلامي حقيقي، ودولياً فهي تحاول إغراء مختلف طوائف الشتات اللبناني والمتعاطفين المحتملين من المسلمين وغير المسلمين وأنصار الحزب وبالتأكيد يستهدف الأعداء المعلنين إسرائيل في المقام الأول و"الغرب"، كما تشكل السمة الأخيرة إحدى المكونات الأساسية لاستراتيجيته حزب الله والتي أعطت للنزاع غير المتكافئ وطويل المدى الذي اشترك فيه حزب الله حرباً نفسية فعالة وانتصارات رمزية والتي تكون بمثابة عوامل قوة تزود المنظمة بفرص إيداع النجاح².

وقد صنّف حزب الله الجماهير المخاطبة إلى مستويات حسب أهميتها.

1.4. على المستوى الوطني اللبناني

ما يعرف بمجتمع المقاومة، وهي الشريحة الأساسية بالنسبة لحزب الله لأنها تمثل تجذره الشعبي وجبهته الاجتماعية التي يستند عليها في الدعم بالعنصر البشري المقاتل في صفوفه، وقد ارتكز الخطاب الموجه إليها على العمل على رفع المعنويات من جهة لأنها كانت الفئة الأكثر تضرراً من العمليات العسكرية الإسرائيلية، لأنها القادة الإسرائيليون كانوا يدركون أهميتها بالنسبة لحزب الله وأنها تمثل تجذره الشعبي، من هنا جاء التركيز على محاولة ضرب هذه القاعدة الجماهيرية بحجة أن عناصر حزب الله تنتهج إستراتيجية التخفي وسط المدنيين.

¹ - داني بركوفيتش، مرجع سابق، ص 41.

² - Yelena Osip, "Hizballah's Media Strategy: Creating a "Theater of Terror," 16/10/2011, p.89, see: <http://journalofinternationalservice.org/wp-content/uploads/2011/08/6OsipovaF11.pdf>

فتدمير شبكة المواصلات اللبنانية من الجنوب وإيقاف كل المنافذ التي تصل لبنان بالخارج برا وبحرا وجوا لهدف أساسي هو قطع أي نوع من الإمداد لحزب الله كهدف مباشر، والتضييق على المواطنين لحملهم على الانتفاضة ضد المقاومة كهدف غير مباشر¹.

أما على مستوى الفواعل اللبنانية الأخرى، فكان التركيز عليه أساسيا في إستراتيجية حزب الله، من منطلق أن إسرائيل كانت تراهن على عامل الانقسام الداخلي بين الفرقاء اللبنانيين كمصدر للضغط على حزب الله، من أجل عزله سياسيا وفرض شروطها المتعلقة بنزع سلاحه تطبيقا للقرار 1559.

وقد تجسد ذلك بوضوح في خطاب وتصريحات القادة الإسرائيليين وكلمة رئيس الوزراء الإسرائيلي "يهود أولمرت" خلال جلسة الحكومة الأسبوعية التي عقدت يوم الأحد 2006/7/30 عقب مجزرة قانا، نموذج على الحرب النفسية من جانب إسرائيل بغية خلق شرخ داخلي، جاء فيه:

أنا نريد ضرب حزب الله هذه المنظمة وحدها فقط. ولا نريد ضرب المدنيين فهذه ليست سياستنا. وأكرر إن دولة إسرائيل حزينة حزنا شديدا على إصابة المدنيين خلال عمليات هدفها في الأساس أن تمنع إطلاق القذائف وقتل المواطنين الإسرائيليين الأبرياء"².

"أريد أن أقول إننا لا نحارب السنيورة أو الشعب اللبناني إنما نحن نقاتل أمام حزب الله الذي حول لبنان إلى رهينة وخط أمامي لمحور الشر مع طهران وسوريا"³.

من هنا كان على حزب الله خاصة من خلال متحدته الرسمي السيد حسن نصر الله العمل على تفادي الشرخ الداخلي وتأجيل القضايا الخلافية إلى حين انتهاء الحرب، خاصة مع التيارات السياسية ذات التوجه المعادي لحزب الله، من خلال تبني خطاب يغلب عليه الطابع الوطني كتبرير ضرب إسرائيل لبنية التحتية للبنان بأنه عدوان على لبنان وليس على حزب الله فقط وبأن سلاح المقاومة هو من أجل حماية سيادة لبنان وأراضيها على اعتبار أن لبنان في حالة حرب مع إسرائيل بسبب احتلالها لمزارع شبعا.

فأحد الأوجه البارزة في خطاب حزب الله السياسي أنه تنبه إلى قابليات الفتنة الداخلية بصورة مبكرة ولقد ترتبت عليه جراء ذلك تحديات جمة في سياق إستراتيجية التكيف، وهنا أظهر الحزب رغبة قوية في النأي بنفسه عن أي صراع داخلي قد يؤثر على عملية التحرير، ولسوف يمضي مسافة بينة في منحى

¹ - أمين محمد حطيط، "حرب 2006 على لبنان.. خلفية وأداء ونتائج"، موقع الجزيرة نت، تاريخ النشر: 2006/8/15، انظر: <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/B74B1C8A-143C-490F-94E0-06257D192236.htm>, (28/09/2011).

² - حسام حسن محمد، "ملف الخطاب الرسمي الإسرائيلي خلال الحرب على لبنان يوليو - أوت 2006"، موقع حوار نات، تاريخ الزيارة: 2012/01/02، انظر: <http://www.hewaronline.net/tahewoz/7%27tabat/MalafEI7%27etabEIIsrail.htm>.

³ - ايديوت احرونوت، 2006/7/16.

كهذا مع أن هذا سوف يحمله على التضحية المتوقعة بما قد يعود إليه من مواقع في السلطة يفترض توظيفها في شبكة التوازنات الداخلية¹.

إذن: فقد كان الهدف من إستهداف هاتين الشريحتين هو غرس عقيدة التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية ومن ثم يمكنها أن تعمل على تكوين الكيان المعنوي للأمة، وهو ما يعتبر بالمقاييس العلمية منبع الأُقوة الحقيقية للأمم والشعوب باعتبار أن التوعية بمفهومها الشامل تعتبر ركيزة أساسية لتثبيت الروح القتالية، بالإضافة إلى التهيئة النفسية للمواطنين من أجل إزالة الرهبة من تأثير أعمال العدو المضادة، وتوعيته بالإجراءات التي يجب أن يتخذها لتأمين نفسه وأرضه وممتلكاته².

2.4. الرأي العام والجيش داخل إسرائيل

فصياغة رسائل الحرب النفسية الموجهة للعدو تستدعي معرفة أكبر قدر ممكن من الخصائص المشتركة لجمهور العدو وقواته وبعد ذلك يأتي اختيار الوسيلة أو الوسائل المستخدمة للوصول إلى العدو بالشكل الذي يجدون فيه ما يهمهم ويرغبون في معرفة المزيد بشأنه، وكل ذلك من أجل إقناع العدو بأن مصلحته في التجاوب الملموس مع ما يطلب منه في الحرب النفسية وأن ذلك هو الإنذار النهائي للوصول إلى مصلحته بلا ألم ولا معاناة، وهنا تقف وسائل الحرب النفسية إلى جانب سلاح الحرب القتالية في بناء خطط الحرب المتكاملة لتحقيق الأهداف الإستراتيجية والوصول إلى النصر في أقصر مدة زمنية ممكنة وبأقل الخسائر المادية³.

إن بث الرسائل للجماعات المستهدفة والمختلفة قد تعاضمت وتطورت، فأنشأ حزب الله محطة راديو وتلفزيون "المنار" وهو أمر لا يتطلب الاستثمار الكثير، لكن نقطة الضعف في هذه الوسائل هو أنه من غير الممكن إجبار السكان خاصة المستهدفين من الأعداء على استقبال هذا البث. ولكي يتغلب حزب الله على هذه الحواجز عمل على ما تم استخدامه بداية في الحرب العالمية الأولى، وهو بث مواد يتطلع إليها العدو باهتمام، حيث غرس حزب الله معلومات مست خلال هذه الحرب أوساط كثيرة نالت اهتمام الجميع في إسرائيل وأثارت مواضيع كثيرة، قيادة الجيش الإسرائيلي كانت على رأس أهداف هذه الرسائل التي قام حزب الله ببثها، وبعدهم جاء رجال الصحافة المرسلون وخاصة مراسلي الشؤون العربية ومراسلي الضفة الغربية وقطاع غزة والمراسلين العسكريين ولم تكن هناك مشكلة في الرقابة، وذلك لأن هذه الأمور تم نشرها في الصحافة الخارجية⁴.

¹ - أمل سعد غريب، مرجع سابق، ص24.

² - حازم الحمداني، مرجع سابق، ص88.

³ - جهيد درياسة، مرجع سابق، ص72.

⁴ - ناصر أبو عون، " الخطاب الإعلامي وتأثيراته على الرأي العام"، تاريخ الزيارة: 2011/11/24، انظر:

فقد أخذ الخطاب منحى عدائياً ودعائياً باعتباره موجهاً للعدو:

أولاً: بالنسبة للرسالة الموجهة للجيش الإسرائيلي فقد تجسدت في محاولة إبراز قدرة الردع لحزب الله على الميدان للتأثير على أفراد الجيش والتأثير على عطائه ومجهوده الحربي.

ثانياً: إبراز هذا فشل العمليات العسكرية أمام الرأي العام الإسرائيلي، وتقديماً في صورة فشل من خلال رصد لحصيلة الخسائر في الأرواح والعتاد تخالف في كثير من الأحيان مع ما كانت تدلي به القيادة العسكرية الإسرائيلية في وسائل إعلامها، كما أظهرت عجز إسرائيل مع مرور أيام الحرب عن حماية مواطنيها من صواريخ حزب الله.

وتجدر الإشارة أن كل من جمهور الشيعة وعموم الجمهور اللبناني بالإضافة إلى الداخل الإسرائيلي يصنف ضمن الجمهور القريب الذي ارتكزت عليه الإستراتيجية الاتصالية خاصة من خلال قناة المنار لمحاولة التأثير فيه بما يتماشى والأهداف المرسومة.

وقد كان هدف الإستراتيجية الاتصالية خاصة من خلال وظائف ودور الإعلام الحربي، شّدن الحملة النفسية المدروسة بأسلوب علمي مدروس ضد العدو أو الأعداء، وإقناعه ببطلان قضيته، وإنذاره بالفشل وخفض روحه المعنوية¹.

غير أنّ العنوان الذي نراه أكثر اتصالاً بالمقاومة ودورها الإعلامي هو الاستعلام للإعلام أي السعي للحصول على خبر والتحقق من عناصره قبل العمل على إعادة إنتاجه وإعلام الناس به. ولعلّ هذه الصفة هي خاصية تفرّد بها إعلام المقاومة، الملتزم بقضاياها وأهدافها. وهذا عمل مسؤول قوامه الواقعية التي تفترض رسم السياسة على ضوء ما لدى الشخص لا على ما تمناه ويحلم به².

3.4. الرأي العام العربي والعالمي

على الرغم من شمولية حزب الله الإسلامية وتصوره للأمة الإسلامية فإن مسحات قومية عربية تسم جزءاً كبيراً من خطابه السياسي الأخير، وهذه المسحات هي إلى حد ما نتاج براغماتيته العامة وهي بالتالي نقلة بارعة لكسب شرعية شعبية في العالم العربي ذي الأغلبية السنية، وقد حاول الحزب نيل هذه الشرعية من خلال تقديم نفسه كحركة عربية متميزة، كما يتضح في تسمية نفسه مقاومة إسلامية ولبنانية وعربية تقاتل في سبيل قضية العرب والمسلمين كافة لا قضية الشيعة وحدهم³.

¹ - حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 87.

² - مي العبد الله، مرجع سابق، ص 228.

³ - أمل سعد غريب، مرجع سابق، ص 193.

أما على صعيد موقف حزب الله من الأنظمة العربية حصل تغيير كبير في مواقف الحزب وتعامله معها، حيث اتخذ في بداية عمله موقفاً متشدداً ومعادياً لها، لكن حصل تغيير كبير على ذلك واتخذ موقفاً مرناً وعملياً يدعوا إلى تغيير وإصلاحات داخلية بالتعاون بين الدولة والقوى المختلفة، وعدم اللجوء إلى الصراع والقمع أو المعارضة المسلحة. ورفض الحزب الرؤية التي تقول بتحرير الأنظمة من أجل تحرير فلسطين، ولم يرفض الحزب أي مساعدات مالية أو سياسية من الدول العربية من منطلق دعم المقاومة وأقام الحزب علاقات مع كثير من الدول العربية، وحرص على عدم القطيعة معها¹.

والوسيلة التي ارتكزت عليها الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في محاولة استهداف شريحة الرأي العام العربي المعني أكثر بهذه الإستراتيجية من الأنظمة العربية، وذلك من خلال الاستعانة بقناة الجزيرة التي تحضى بمتابعة واسعة من قبل الجمهور في الوطن العربي وحتى خارجه، والتي استعملت في تغطيتها للحرب مصطلح "الحرب السادسة" كدلالة على استمرار الصراع العربي الإسرائيلي. وبذلك فقد أضفت صفة الشرعية على أعمال المقاومة التي وصفها "بالمقاومة" بالإضافة إلى إعطاء الحرب طابع قومي من خلال التسمية السابقة وليست حرب حزب الله ضد إسرائيل فقط.

وقد كان إجراء الصحفي اللبناني غسان بن جدوا حواراً مع حسن نصر الله على قناة الجزيرة في أيام الحرب جزءاً من هذه الإستراتيجية التي تصب في خانة محاولة تأييد عربي ودولي أوسع .

¹ - رائدة قنديل، غسان أبو الحسن، "حركات الإسلام السياسي والغرب في القرن العشرين - حزب الله نموذجا" - مركز حقوق الإنسان والمشاركة الديمقراطية، مارس 2008، ص 50.

<http://www.shams-pal.org/pages/arabic/publications/hezbAllah.pdf>, (19/10/2011).

خلاصة الفصل الأول

ما يمكن استخلاصه بعد عرض أهم العناصر في إستراتيجية حزب الله الاتصالية وملاحظة كيفية توظيف هذه الأخيرة في تدعيم عمله الحربي من خلال إعلامه المقاوم باعتباره حركة مقاومة، نلاحظ أن حزب الله اعتنى كبير عناية بتطوير قدراته الاتصالية مع مختلف الجماهير في أوقات السلم والحرب وذلك من خلال إعلامه الرسمي ومؤسساته الخدمائية.

وما تجدر الإشارة إليه انسجام عناصر هذه الإستراتيجية واتساقها في خدمة أهداف الحزب الكبرى وهي خدمة المجهود الحربي فتوظيف صور الخدمات التي تقدمها المؤسسات الجوارية من خلال وسائل إعلام التابعة للحزب بالنسبة لجمهور الشيعة، والتي تطال باقي الطوائف هدفها تحسين صورة المقاومة وإظهار تجذرها الشعبي وذلك خلافا للصورة التي تحاول إسرائيل والولايات المتحدة اضهاره عليها بأنه حركة إرهابية.

الفصل الثاني

أهمية "قناة المنار" في الإستراتيجية
الاتصالية لحزب الله في حرب
تموز/ جويلية 2006

"إن حزب الله يقوم بعملية إقتحام واستيلاء من دون إطلاق نار"

(تعليق التلفزيون الإسرائيلي حول دور قناة المنار)

تمهيد

ضمن المنظومة الاتصالية التي سبق التطرق إليها والتي يمتلكها حزب الله شكلت قناة المنار أهم ركيزة في الإستراتيجية الاتصالية لهذا الأخير، نظرا لما تتضمنه من خصائص الإعلام السمعي-البصري في قدرته على التأثير على الجماهير حسب اختلاف أهميتها وتأثير وزنها ومواقفها على مسار الحرب، بالإضافة إلى علاقتها المباشرة بحزب الله كمصدر رئيس للأخبار وأداة لتعبئة الداخل الشيعي-اللبناني للحرب، وممارسة الحرب النفسية على الداخل الإسرائيلي لإضعافه.

حيث يتطرق هذا الفصل إلى أهمية قناة المنار في إستراتيجية حزب الله الاتصالية باعتبارها نموذجا للدراسة لعدة أسباب منها علاقتها المباشرة بالحزب، والتكتيك الذي اعتمده إعلامها الحربي في تغطية الحرب بالإضافة إلى العمليات النفسية التي اطلعت بها حسب نوعية الجماهير، هذه العوامل التي جعلتها خطرا على الدعاية الإسرائيلية ما جعلها عرضة لمختلف أشكال العنف المادي والرمزي.

1. تعريف بقناة المنار

مع دخول العالم العربي ثورة الإعلام والبنث الفضائي، ظهرت في هذه المرحلة محطات تلفزيونية فضائية عربية جديدة استفادت من هامش الحرية الذي يوفره الإعلام الفضائي ما ساعد هذه الأخيرة على إبراز توجهات سياسية غير رسمية أو توجهات مرتبطة بتيارات سياسية، وهي محطات باتت تلعب دوراً هاماً من خلال قدرتها على الحصول على الأخبار من مواقع الحدث مباشرة واعتماداً على مصادرها الخاصة ومراسليها على الأرض مباشرة، وتعتبر قناة المنار واحدة من هذه النماذج.

1.1. ظروف التأسيس

جاء تأسيس "قناة المنار" من قبل حزب الله استجابة لظروف حتمتها الطبيعة أو التركيبة السياسية الخاصة بلبنان المعروف بتباين التركيبة السكانية والاختلافات من الناحية العقائدية، من هذا المنطلق سعت مختلف الأحزاب السياسية على مختلف توجهاتها إلى المسارعة إلى امتلاك منابر إعلامية خاصة بها تكون لسان حالها والمعبر عن أفكارها والوسيلة التي تربطها بالفئة التي تنتمي إليها والمستهدفة في نفس الوقت، فالخريطة السياسية في لبنان تعتبر محددًا مهماً في تجسيد وفهم الخريطة الإعلامية فتيار المستقبل على سبيل المثال يمتلك "قناة المستقبل" التلفزيون المملوك من قبل عائلة الحريري وكذا يومية المستقبل أما قناة "LBC" فهي تابعة للقوات اللبنانية.

إنّ محطة تلفزيون المنار هي القطعة المركزية في كامل المنظومة الإعلامية لحزب الله، وكبداية كانت قناة المنار ترسل إشاراتها إلى الضاحية الجنوبية لبيروت لبضع ساعات في اليوم منذ 3 جوان 1991 كواحدة من ضمن حوالي 55 محطة تلفزيون لبنانية صغيرة، أما اليوم فالقناة تذيع على مدار الساعة وتشمل برمجة محطة التلفزيون مجموعة عريضة من البرامج تتضمن برامج الأطفال، برامج إخبارية، عروض ألعاب وبرامج حوارية التي لها علاقة مع القضايا الدينية القضائية الاجتماعية والسياسية.

عندما بدأت المنار إرسالها على القمر الصناعي منذ ماي 2000، أصبحت المحطة قادرة على الوصول إلى جمهور عريض خارج حدود لبنان. فالمنار تهدف إلى المحافظة على هذا الجمهور الذي يقدر بأكثر من ٤٠ مليون مشاهد، خصوصاً في الشرق الأوسط، شمال ووسط أفريقيا وأوروبا.

هذا يجعلها واحدة من أهم المحطات التلفزيونية المميّزة في لبنان و الشرق الأوسط عموماً، علاوة على ذلك تتمتع المنار ببث حيّ من خلال صفحتها الرئيسية على شبكة الانترنت والذي سمح لها بسهولة من تجاوز محاولات منع المحطة أو الحاجة إلى ترخيص بالبث في عدد من البلدان. في أوروبا وأمريكا الشمالية، ما يجعلها أداة هامة للوصول إلى جمهور عالمي بالإضافة إلى العربية كلغة بث تعرض المنار

البرامج باللغة العبرية والفرنسية والإنجليزية، بينما المواقع الإلكترونية التابعة لقناة المنار متوفرة بالإسبانية والإنجليزية والفرنسية والعربية¹.

هكذا كانت قناة المنار تسخر رسائلها نحو تشجيع المواقف التي تدفع للعمل والتدخل في مصلحة المقاومة، فحسب بيلوني (Baylouny) تتركزُ هذه الرسائل حول ما يلي²:

- فلسطين، من خلال التركيز على التحيز الأمريكي لصالح إسرائيل في النزاع العربي الإسرائيلي.

- التهديد المستمر الذي تشكله إسرائيل.

- القوة وأهمية تضامن الجالية.

- التفاخر بالثقافة العربية وإنجازات المقاومة الإسلامية، وبمعنى آخر جناح حزب الله المسلح.

هذه الرسائل لها صدى قوي ليس فقط بين اللبنانيين، لكن حتى في العالم العربي والإسلامي على العموم.

كما تقدر المصادر اللبنانية أن المنار هي المحطة الثالثة الأكثر شعبية في البلاد، ولكن غالباً ما ترتقي إلى المرتبة الأولى في أوقات النزاع أو التوتر في جنوب لبنان أو الأراضي الفلسطينية، وتعتبر مصادر إسرائيلية أن قناة المنار هي المحطة الثانية الأكثر شعبية في الضفة الغربية وقطاع غزة³.

2.1. علاقة المنار بحزب الله

تعد قناة المنار المحطة التلفزيونية التابعة لحزب الله في لبنان، أو كما تسمى "قناة المقاومة" "la chaîne de résistance" والتي تعكس مواقف الحزب ومشاريعه، هي الصورة التي تدرك المنظمة أهميتها بالنسبة لمستقبلها. فحزب الله هو في نفس الوقت، حركة اجتماعية إسلامية، ميليشيا وحزب سياسي ومشارك في الحكومة، هذا الأخير الذي نال نصيباً في المنظومة السياسية في لبنان بعد نهاية الحرب الأهلية مع انتخابات عام 1992⁴.

وفي السياسة المحلية للقناة، تشدد قناة المنار على أيديولوجية حزب الله والحاجة إلى الخدمات التي تقدّمها الدولة، فهي تؤكد على مكافحة البطالة والفساد والحاجة إلى تجاوز الخلافات الطائفية والانضمام معاً كأمة واحدة، حيث لم يتم اكتشاف أي نوع من العداة الطائفي في خطاب المنار. على العكس من ذلك،

¹ - Rune Friberg Lyme, *op.cit*, p. 10.

² - Maura Conway, *op.cit*. p. 5

³ - Casey L. Addis, "Lebanon: Background and U.S. Relations," Congressional Research Service, July 23, 2009, 16/10/2011, p.15, see: <http://www.crs.gov>

⁴ - Anne Marie Baylouny, "Not Your Father's Islamist TV: Changing Programming on Hizbullah's al-Manar," 17/11/2011, see: <http://www.arabmediasociety.com/index.php?article=728&p=2>

تمّ التعامل مع طائفة المسيحيين والموضوعات التي تنطوي على المسيحيين باحترام ولوحظ هذا الطابع العابر للطائفية في المقابلات. فبرنامج "نافذة على المجتمع" هو نوع من البرامج يدمّ إنتاجه وبثّه على القناة أين يجتمع الناس للتعبير عن آرائهم حول المشاكل الاجتماعية الخاصة بهم وغيرها من الموضوعات.

فقد جعل حزب الله من قناة المنار أداة الإعلام الأولى له، حيث عمل كجزء من استعداداته لحرب تموز-جويلية على توسيع المناطق التي يغطيها بث القناة سواء داخل إسرائيل أو في الدول العربية، حتى أصبح الإسرائيليون عرضة لأداة الدعاية التابعة لحزب الله، وقد أخذ حزب الله عن الأمريكيان فكرة "المراسل المدمج في التشكيل العسكري" وعمل على غرس مراسليه في جبهات المقاومة حتى تعززت لديه قناة "إذا أنت لم تستطع التقاط العملية على فيلم فأنت لم تفعل"، حتى دفع الأمر أحد الصحفيين إلى القول بأن قناة المنار بالنسبة إلى حزب الله هي ما كانت إياه قناة برافدا بالنسبة للإتحاد السوفيتي، وبذلك عملت الكثير من القنوات كالجزيرة و(CNN) على نقل رواية حزب الله للمعركة كما هي دون تثبيت، مما صب لصالح نجاح خطة حزب الله¹.

كما كانت إطلاقات الأمين العام لحزب الله السيد حسن نصر الله عبر محطة المنار أثناء المعركة رافدا كبيرا لها، وتعويمها مطلوباً لدور المحطة واسمها من خلال نقلها على أكثر المحطات المحلية والعربية والعالمية بما فيها محطات العدو، فبقي رمز المنار "logo" حاضراً بقوة في لحظة استثنائية كان فيها المنار خارج عرينه الذي دمرته الطائرات الصهيونية مع ما فيه من ديكورات ومعدات وأشرطة هي مادة أرشيفية مطلوبة وملحة في لحظات الحروب لتكون رافدا للكليات الثورية والفواصل، إضافة إلى التقارير².

وهكذا يتميز الإعلام المرئي المقاوم عن سواه من وسائل الإعلام العربية في تركيزه على رسالته النضالية والاجتماعية ثم رسالته الثقافية والتربوية أي تركيزه على الاحتياجات الحقيقية للجمهور سواء على مستوى الواقع المعاش والنهوض به من خلال الفعل المقاوم أو على المستوى المعرفي والثقافي وتعميقه والارتقاء به من خلال البرامج الاجتماعية والثقافية والتربوية³. ومن خلال هذا يمكن القول أن وظيفة قناة المنار الاهتمام بالشئون الاجتماعية والتربوية والعلمية لمجتمع المقاومة بغية تعزيز الفعل المقاوم في إطار الصراع مع إسرائيل.

¹ - رفة نبيل مطلق شقور، مرجع سابق، ص 83.

² - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 153.

³ - عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 26.

3.1 . الإمكانيات والموارد

يُدّم تمويل المنار من قبل حزب الله، وعلى الرغم من أنّ المبالغ أو التكاليف الدقيقة غير معروفة حيث تقدّر أحد المصادر التكلفة السنوية لتشغيل المحطة في حدود 10-15 مليون دولار، فالتمويل المقدم من إيران انخفض بشكل كبير بعد نهاية الحرب الأهلية و وفاة آية الله الخميني. وفي الوقت نفسه، فقد طوّرت حزب الله من مداخيله خارج المصادر غير الإيرانية- الشيعة والمصادر اللبنانية. فالمداخيل تأتي من الحوالات المالية للمغتربين، والهبات والأعشار، ونتيجة لكونه حزب ديني يتلقى حزب الله الأعشار من خمس الدخل من ناخبيه¹.

ففي عام 2004، قدّر جوريتش (Jorisch) ميزانية المنار بـ 15 مليون دولار أمريكي سنويا، والتي كانت في ذلك الوقت ما يقارب نصف حجم ميزانية الجزيرة. فالعديد من المحللين يؤكدون أن المنار تتلقى معظم تمويلها من إيران، ولكن مديري المحطة ينكرون هذا، قائلين أنهم يمثلون إلى قانون ترخيص التلفزيون اللبناني بالكامل والذي يحظر أي تمويل أجنبي. ويرون أنها تتلقى الدعم المالي من المانحين والمساهمين، في حين أن المدير العام للمحطة عبد الله قصير" يشير إلى أن القناة تعتمد إلى حد كبير على التمويل الذاتي من خلال عائدات الإعلانات وبيع البرامج: فالمنار تنتج 80-85% من البرامج التي تبثها بالإضافة إلى بعض المساعدات من خلال رعاية خاصة للبرامج الدينية (والتي يُدّم رعايتها تحت إطار ما يسمى الحقوق الشرعية). كما تهتم القناة أيضا نهتم بتحصيل مداخيل معتبرة من خلال إعادة تسجيل وإعادة توزيع البرامج الإيرانية².

2. تكتيك قناة المنار على الميدان

شكلت قناة المنار جزءاً من الإستراتيجية العسكرية لحزب الله وكذلك جزءاً من التكتيك في مختلف المراحل ممّا عزّز من جاهزيته لخوض الحرب، ففي دراسة صادرة عن كلية سلاح البحرية الأمريكية بعنوان: "مكر حزب الله: الخداع في حرب تموز/جويلية 2006" تبدأ هذه الدراسة باستخدام العبارة الآتية:

"انقشعت حرب تموز عن حقيقة شفافة: لقد كان حزب الله جاهزاً لكن إسرائيل لم تكن كذلك وكما تقتضي خطة حزب الله التضليلية امتدت الحرب من جنوب لبنان إلى أجهزة التلفزيون والكمبيوتر على امتداد العالم"³.

¹ - Anne Marie Baylouny, *Al-Manar and Alhurra: Competing Satellite Stations and Ideologies*, op.cit, p. 8.

² - Maura Conway, *op.cit*, p. 5 .

³ - رفة نبيل مطلق شقور، مرجع سابق، ص84.

فقد ارتبط تكتيك قناة المنار على الميدان بالسعي إلى تحقيق الأهداف التكتيكية للحرب النفسية، و التي تهدف إلى¹ :

1. زعزعة الوضع النفسي في أوساط الجنود العدو ودفعهم إلى التفكير بشكل عام وطرح أفكار وجودية حياتية بشكل خاص.
2. تحطيم إرادة القتال لدى جيش العدو وإضعاف معنوياته وقدراته القتالية.
3. تحفيز ودفع قوات العدو إلى الحالة النفسية التي تؤدي إلى الاستسلام والفرار من ساحة القتال.

من خلال الأهداف السالفة الذكر وإسقاطها على ما عملت المنار على الترويج له فيما يخص محاولة التأثير على مقاتلي الجيش لإسرائيلي لإضعاف مرودهم القتالي وروحهم المعنوية وإقناعهم بلا عدالة الحرب، يتضح لنا جليا كيفية توظيف الحزب لقناة المنار لدعم مجهوده الحربي.

1.2. حصرية المصدر الصحفي

عكس تكتيك قناة المنار على الميدان أهداف حزب الله وطريقته في إدارة الحرب خاصة الحرب الإعلامية والنفسية وكان التحكم في المعلومة شرطا أساسيا، وبالتالي صياغة الرواية التي تخدم أهداف هذا الأخير ومحاولة إقناع الرأي العام بها، وبهذا عمد حزب الله إلى السيطرة على ساحة المعركة إعلاميا من خلال فرض حصار إعلامي ومنع الصحافة الأجنبية من الوصول إلى مصادر المعلومة المباشرة، وهي أرض المعركة إلى اقتصار هذا الدور على مراسلي قناة المنار المدمجين مع مقاتلي حزب الله، بما يتيح للمنار أن تحتكر حصرية المعلومة وبالتالي إمكانية التلاعب في القصة الخبرية المنشورة.

فحزب الله واجه انتقادات أقل حدة لأن سيطرته على المعلومات كانت صارمة أيضا، وهذه كانت جزئيا نتيجة التمويل وجزئيا بسبب سيطرته المحكمة على منطقة البقاع. هناك دليل كذلك، بعض الصحفيين أخذوا جزءا من الجولات التي نظمت من قبل مقاتلي حزب الله لزيارة قرى وأحياء بيروت التي حظّمها القصف الإسرائيلي. لكن على العموم، فإن المصورين والمراسلين لم يكن مرحبا بهم في جنوب لبنان التي كانت مكانا خطرا. هم في الحقيقة كانوا يتعرضون لمصادرة معداتهم إذا تم الإمساك بهم في حالة تصوير لقطات بشكل فردي وبدون رخصة، علاوة على ذلك فمنذ بداية الحرب شجع حزب الله الصحفيين والمحررين أن ينشروا على المنار التقارير والمعلومات حول الحرب وبث بعض الصور المرعبة لضحايا الحرب، عملا مرة أخرى بشعار "لا صور، لا أخبار"².

¹ - جهيد درياسة، مرجع سابق، ص49.

² - Lorenza Fontana, *op.cit*, p. 7.

ولعل هذه الخطوة التي أقدم عليها حزب الله نابعة من استخلاص دروس التجارب السابقة وتجنب التعطيم أو التظليل الإعلامي، من خلال ما حدث في غزو العراق وحرب الخليج الثانية وحتى في الحروب التي خاضها الحزب ضد إسرائيل سابقا في 1993 و1996 والتي كانت حروبا إعلامية بامتياز، أين استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل السيطرة على مناطق النزاع وترويج المعلومة التي تتماشى وأهدافها سواء المتعلقة سواء بالجانب العسكري أو لخدمة أغراض الحرب النفسية.

وبهذا عمدت المنار إلى تغطية الأحداث الميدانية ولأبداً، حتى أنها أضحت المصدر الأول للأخبار في جبهات القتال ودأبت على بثّ البيانات العسكرية ساعة وقوع الأحداث، لتؤكد على أهمية السبّاق الصحفي في العمل الإعلامي، ولتكسب شعبية ومصداقية أكبر حتى بين الفضائيات الكبيرة مثل قناة الجزيرة. ولعلّ أبرز الأحداث التي مهّدت لاحتلال هذه المنزلة المرموقة بين القنوات العربية والعالمية هو بثّ المنار لحادثة إصابة السفينة الحربية الإسرائيلية قبالة شواطئ صور، وكذلك لحادث إسقاط المروحية العسكرية الإسرائيلية بالقرب من بلدة "ياطر"، في جنوب لبنان¹.

كما ذكرت العديد من المصادر أن قناة المنار تعتبر واحدة من المصادر الرئيسية للأخبار في العالم العربي، وخصوصاً بشأن فلسطين. فأفضل أربع محطات الأخبار والتي تغطي نسبة 70 إلى 80% من المشاهدين على الأقمار الصناعية، هي: قناة المنار، الجزيرة، LBC (هيئة الإذاعة اللبنانية)، وتلفزيون أبو ظبي. ووفقاً لمركز القدس لوسائل الإعلام والاتصال، فإن غالبية الفلسطينيين يشاهدون قناة الجزيرة، أبو ظبي، والمنار.

وفي تقرير جورينش (Jorisch) حول استطلاع للرأي في عام 2003 الذي وجد أنه في الأردن يتم التوجّه أولاً إلى قناة المنار للحصول على الأخبار بخصوص فلسطين بنسبة 28%، تليها مباشرة قناة الجزيرة بنسبة 27.5%. وجاء في محاضرة في الثقافة ودراسات المرأة في جامعة "بئر زيت" الفلسطينية ذكّر بأنهم شاهدن قناة المنار لسماع أخبار فلسطين في الوقت الذي كانت فيه السلطة الفلسطينية نفسها تلتزم الصمت. فقد ذكر أحد الأشخاص أن المحطة تمثل المسلم المعتدل - ليست متطرفة، ولكنها ركزت على قضايا قريبة من القلب المسلم العادي².

كما أن قناة المنار عبر شبكة مراسليها المنتشرين في الأراضي اللبنانية وكما قلنا حتى وسط المقاتلين وإن أشار بعض الخبراء الإسرائيليين لاحقاً أن الحديث عن اختراقات لمنظومة الاتصال الإسرائيلية لم يكن دقيقاً، إلا أنهم اعترفوا بأن هذه المعلومة التي سرّبتها قناة المنار التقطها كثير من مراسلي الصحف ووكالات الأنباء الأجنبية كما العربية، شكلت عامل ضغط نفسي أثر في قرارات القيادة العسكرية

¹ - عبد القادر ياسين وآخرون، الحرب السادسة: النصر المختطف (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2007)، ص 129 .

² - Anne Marie Baylouny, *Al-Manar and Alhurra: Competing Satellite Stations and Ideologies*, op.cit, p. 18.

كما استثمر هذا التخبط بتحويل الحرب من القصف الجوي إلى التدخل البري ومحاولات الإنزال والتي فشلت جميعها - استثمر - لصالح تعزيز وجود هذا الاختراق وبالتالي باتت قناة المنار مصدر معلومات أولي لا كطرف مباشر¹.

فحزب الله سيطر على رسالته بقبضة من حديد، فقد كان هناك ناطق واحد باسمه ولم تحدث أي تسريبات². فمجموعات الصحفيين الذين كانوا سواء، في مدينة صور وبيروت أو على خط الجبهة في جنوب لبنان، قد اشتكوا من صعوبة في التنقل نتيجة حظر التجول بأمر من الإسرائيليين من جهة والمناطق المحظورة بالكامل من قبل حزب الله من جهة أخرى، بما في ذلك بيروت - فالصحافة كانت تبدو في بعض الأحيان أنها حوصرت في المناطق الحضرية. فتقريبا على مدى يومين لم يكن للصحافة الدولية التي كان مقرها في مدينة صور خيار سوى أن تظل محاصرة في الفندق أو في الشقق المستأجرة، تقول "لوك دولا مومي" (de la Mornay Loïc) من قناة France 2:

"فقد كان من المستحيل الخروج من صور من أجل العودة إلى بيروت وحتى مدينة صور نفسها، لا يمكن التنقل إليها إلا سيرا على الأقدام وقد حذرنا الجيش الإسرائيلي من التجول عبر منشورات وزعت علينا بخصوص فرض حالة من حظر التجول شبه التام"³.

ففي بيروت، كان من الصعب الوصول إلى الأحياء الواقعة تحت سيطرة حزب الله، ماعدا الرحلات التي تعرضها المنظمة نفسها (رحلات تنظمها سفاري)، كما يروي "بتريك باز" (Patrick Baz):

"حالما ندخل هذه الأحياء نجد أنفسنا محاطين بسررب من الدراجات التي تمنع وصول البعض منا إلى المداخل"⁴.

فالحل الوحيد كان اللجوء إلى الصحفيين المحليين القادرين على العثور على مخرج من متاهات الأزقة في العاصمة.

¹ - عثمان الخلف، مرجع سابق.

² - Mervin kalb and Carol Seivetz, "The Israeli- Hezbollah war of 2006: media as weapon in the asymmetrical conflict", 14/03/2011, see: http://www.brookings.edu/~media/Files/events/2007/0217islamic%20world/2007islamforum_israel%20hezb%20war.pdf

³ - Paule Gonzales, "Les médias, l'autre arme de la guerre du Liban," *Le Figaro* (11/06/2006), regarde : http://www.desinfos.com/spip.php?page=article_pdf&id_article=5515, (27/03/2011).

⁴ - *ibid.*

2.2 . مصداقية الرسالة

تعتبر قناة المنار قناة حزب الله الدعائية بامتياز، إلا أن ما يميز القناة هو اعتمادها على الدعاية البيضاء وليس الدعاية المغرضة أو السوداء، التي تعمل على تزييف الوقائع وتشويهها.

وبناء عليه يمكن تعريف الدعاية البيضاء أو الصريحة على أنها: النشاط العلني الذي يعترف به المصدر إلى جانب تحمله كافة المسؤوليات المترتبة عنه، مثل محطات الإذاعة والصحافة القومية والمنشورات والنشرات التي تصدر عن الوزارات والسفارات، أو التي تبثها القوات المسلحة في قوات العدو، ومن أبرز خصائصها¹:

- معرفة مصدره مع تحمله للمسئولية المترتبة عليه.
- وضوح النية في مضمون الدعاية.
- غالبا ما تتوخى الحذر والدقة في نشر المعلومات.
- تجنب المبالغة الجسيمة والتعالي على الهدف المخاطب.

وقد أشار استطلاع للرأي قامت به الجامعة اللبنانية (كلية الإعلام) أن مصداقية قناة المنار احتلت المرتبة الأولى بين القنوات اللبنانية، وإن لم تكن المنار القناة الأولى لناحية حجم المشاهدين، أو حجم الانتشار غير أنها الأولى في مصداقيتها، وهذا ما يؤكد على أن العاملين بها يملكون مهنية عالية وقادرون على صياغة الأخبار وتقصي المصادر الخبيرة بكفاءة ومهنية عالية².

عندما نتحدث عن المنار فإننا نتحدث عن حضور الأمين العام لحزب الله على شاشة هذه الأخير، إذ شكل ركيزة أساسية في حربها الإعلامية والنفسية حيث شكلت إطلاقات السيد حسن نصر الله عاملاً مؤثراً نتيجة لمصداقيته المعهودة حتى في الأوساط الصهيونية، ما انعكس على أداء القناة وأضفى عليها مصداقية هي الأخرى.

وفي إحصاء أعدته شركة "Lebanon statistics"³ في تقديرها لنسبة المشاهدين للقنوات اللبنانية لشهر نوفمبر 2007، خاصة أثناء بث النشرة الإخبارية، جاءت قناة المنار في هرم الترتيب، وهذا ما يتضح من خلال الجدول التالي:

¹ - مي العبد الله، مرجع سابق، ص 53.

² - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 156.

³ - Olfa Lamoum, "Al-Manar: pilier dispositif communicationnel du Hezbollah," *Confluences méditerranée*, no. 69 (printemps 2009), p. 68.

الجدول رقم 01: يوضح نسبة مشاهدة قناة المنار أثناء عرض النشرة الإخبارية.

التوقيت	القناة	نسبة المشاهدة
19:00	NBN	07%
19:03	Manar	60%
19:58	1LBC	51%
19:50	NTV	10%
20:00	FTV	48%
20:00	OTV	17%

المصدر: إحصاء أعدته شركة Lebanon statistics

نلاحظ من خلال قراءة للجدول أنّ مضمون النشرات الإخبارية في قناة المنار يجلب نسبة مشاهدة تصل إلى 60% من متتبعي الأحداث السياسية من منظور القناة (وفق توجهات حزب الله)، وفي هذا دلالة على صورة القناة ومصداقيتها بالنسبة للرأي العام داخل لبنان جيّدة وعالية بالمقارنة مع القنوات الأخرى وأنها تمثل مصدراً للأخبار.

3.2. الاستعانة بقناة الجزيرة

يتميّز حزب الله بقدرته على الحشد وحتى الحشد السريع للناس مع ما في الأمر من صعوبات دعائية وإعلامية ولوجستية، فمثلاً بعد أزمة الرسوم المسيئة للرسول (ص)، دعا الحزب جماهيره قبل ليلة فقط من التظاهرة، فكانت الدعوة عبر شاشة المنار، وأخرى عبر تأثير إذاعة النور، كما كانت دعوات عبر مكبرات الصوت من خلال السيارات المتجوّلة في الشوارع، وأيضاً قام شبان الحزب بتعليق منشورات عند مداخل الأبنية تدعوا الناس للمشاركة، وكم كانت دهشة وسائل الإعلام والمراقبين كبيرة حيث حضر عشرات الآلاف إلى ملعب الراية وتمّ ملأه بالكامل، وسبب الدهشة يعود إلى أن الجهات السياسية الأخرى تحتاج إلى أيام وأسابيع لحشد ربع هذه التظاهرة، مع ما يتخلل الأمر من محفزات¹.

إلا أن بث قناة المنار وتأثيرها يبقى محصوراً في النطاق اللبناني والإقليمي (في الشرق الوسط) وبطبيعة الحال هذا نابع من الأهمية التي يوليها حزب الله بالأساس للجماهير القريبة من خلال إستراتيجيته الاتصالية خاصة خلال أيام الحرب، والمتمثلة في الداخل اللبناني من خلال التعبئة والحشد ورفع الروح المعنوية، وجبهة العدو من خلال ممارسة الحرب النفسية بالاعتماد على مضامين برامج قناة المنار.

¹ - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 17 .

إلا أن حزب الله لم يهمل جبهة الرأي العام العربي والعالمي أو ما يعرف بالجماهير البعيدة والتي كانت تستهدفها الإستراتيجية بالدرجة الثانية لمحاول كسب تعاطفها إزاء ما يحدث من عدوان على لبنان، إلا أن قناة المنار لا يمكنها الاضطلاع بهذا الدور العالمي الذي يتجاوز نطاق تغطيتها، كون بثها يبقى محصورا في منطقة الشرق الأوسط، من هنا إرتئى حزب الله البحث عن آلية تلعب هذا الدور التكميلي لقناة المنار صاحبة السبق الصحفي في ما كان يجري من أحداث على الأرض، وقناة الجزيرة كانت القناة المناسبة للعب هذا الدور نظرا للتغطية الواسعة التي تتمتع بها ودرجة المشاهدة الكبيرة في العالم العربي والإسلامي وحتى العالمي - والمصدقية التي تحظى بها- لما لعبته من دور في تغطية الحرب على العراق عام 2003، وموقفها من القضية الفلسطينية.

وقد لعبت الجزيرة هذا الدور التكميلي لإستراتيجية الحزب الاتصالية باستهدافها لنطاق أوسع من الجماهير، "وكون قناة الجزيرة تتخذ في الغالب مواقف لصالح قوى المعارضة في البرلمان اللبناني لاسيما لصالح حزب الله"¹.

ولعل من الحجج التي يمكن الإتيان بها لإثبات صحة هذا الطرح المتمثل في أن قناة الجزيرة كانت امتدادا لإستراتيجية حزب الله الاتصالية، نوجزها في نقطتين:

1. أن اختيار الأمين العام لحزب الله السيد حسن نصر الله إجراء مقابلة تلفزيونية مباشرة مع قناة الجزيرة يوم 2006/7/21 والتي تكفل بإجرائها الصحفي "غسان بن جدو" ذو الأصل اللبناني، أيام القصف.
2. أن قناة الجزيرة أطلقت على الحملة الإسرائيلية على لبنان تسمية "الحرب السادسة" وما توحيه التسمية من امتداد للصراع العربي-الإسرائيلي، وليست حربا بين حزب الله وإسرائيل فقط.

¹ - Olfa Lamloum, "Al-Manar: pilier dispositif communicationnel du Hezbollah," *op.cit*, p. 51.

3. العمليات النفسية من خلال قناة المنار

- الجدول رقم 02: يوضح الفرق بين العمليات النفسية والحرب النفسية¹

وجه المقارنة	العمليات النفسية	الحرب النفسية
أ	الأفراد والجماعات المعادية	أفراد وجماعات الدول المعادية فقط (قوات مسلحة- شعب)
ب	الهدف النفسي هو التأثير والتغيير في آراء وانفعالات وسلوك الأفراد والجماعات (سياسية- اقتصادية- عسكرية) لإقناعها بوجهة نظر المخطط وفرض الإرادة عليه	تحطيم القوى المعنوية وخفض الكفاءة القتالية للقوات المسلحة وأفراد الشعب المعادي
ج	ليس لها توقيتاً محدداً لاستخدامها ولها صفة الاستمرارية في وقت السلم أو وقت التوتر والحرب وما بعدها (عدم اقتصرها على وقت معين)	يقتصر استخدامها على التوتر ونشوب الصراع المسلح، وعادة ما تنتهي بانتهاء الصراع المسلح وهو المستوى الميداني.
د	تستخدم كافة طرق ووسائل وأساليب العمل النفسي بما فيها طرق ووسائل الحرب النفسية.	تستخدم كافة الطرق والوسائل والأساليب ذات الصلة المعادية.
هـ	على كافة المستويات (الإستراتيجي- التكتيكي- والتعزيزي)	يبرز استخدامها على المستوى التعويبي والتكتيكي.

المصدر: سامية أبو النصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة.

إذا كان الصوت مؤثراً فالصورة أبلغ وأقوى لما تتركه الصورة من أثر في نفسية المتلقي ولذا تعد التلفزيونات الفضائية من أكثر وسائل الحرب النفسية استقطاباً للجمهور نظراً لما تتميز به من جاذبية وقدرة على التوجيه واشتراك أكثر من حاسة في لحظة واحدة مما يرسخ المواضيع المطروحة ويضفي على برامجها طابع التأثير النفسي الفوري. وكون تأثير وصدى الفضائيات يصل مداها إلى العدو كما يصل إلى الصديق والطرف المحايد بفضل نقلها للصورة والصوت².

¹ - سامية أبو النصر، مرجع سابق، ص 41.

² - جهيد درياسة، مرجع سابق، ص 59.

فحزب الله يستعمل أيضا المعلومات التي تزداع على قناة المنار لأغراض العمليات النفسية¹، فبعد انطلاقة المنار عبر بثها الأرضي والفضائي أتيح المجال بشكل أوسع لدائرة الحرب النفسية التي يؤدّيها حزب الله، وقد تألق دورها في حرب تموز - جويلية لتصبح ممراً تبث فيه رسائل الحزب عن اختراق منظومة الاتصالات الصهيونية، وقد أشار لاحقاً أحد الكتاب الأمريكيين حول ما أشيع عن هذا الاختراق بأنه جزء من الحرب النفسية وقد أثرت كثيراً حيث مرّرت المقاومة هذه المعلومة إلى قناة المنار والتي وصفها أحد الكتاب الأمريكيين بأنها تمثل دور صحيفة (البرافدا) السوفيتية، وقد غرس حزب الله مراسلي المنار مع تشكيلات مقاتليه ليتوزعوا على المناطق اللبنانية كافة وكما عبر هذا الكاتب فإن القاعدة المعمول بها بالنسبة لأولئك المراسلين هي (إن لم تستطع التقاط فيلم فأنت لم تقاتل)، ومما هو معلوم أن هؤلاء المراسلين تلقوا تدريبات عسكرية مثلهم مثل حملة السلاح من المقاومين².

كما اعتمدت المقاومة على خمسة ركائز أساسية في حركتها وأنشطتها الإعلامية والدّعائية أثناء حرب نيسان (أفريل) عام 1996 وهي: تحصين المجتمع اللبناني، ودور المقاومة في التصدي للاحتلال، تهشيم صورة الجندي الإسرائيلي، شدّن الحرب النفسية المباشرة ومخاطبة الرأي العام العالمي³. ويمكن القول أن نفس هذه الجماهير كانت مستهدفة في حرب 2006. فقد اعتمدت قناة المنار في إستراتيجيتها على المرحلية والتدرج في العمل من أجل تحقيق الأهداف التي ترمي إلى تحقيقها، والتي تتماشى بالأساس مع إستراتيجية الحزب، والتي تتلخص في ثلاث نقاط⁴:

أولاً: هم يجب أن يعطوا شرعية لحركتهم بتأسيس قابلية نجاحها الاجتماعية والدينية، بدل الانخراط في الأعمال العنيفة التي هي من وجهة نظرهم تبدو انتهاكاً للمعايير المجتمعية المتحضّر وتعاليم الإسلام. ربما هذا هو التحدي الأكبر الذي يواجهونه في عصر الاتصالات المستمرة.

ثانياً: أنهم يهدفون لتوسيع حركتهم بنشر الرسائل وإرسالها إلى المشاهدين المتعاطفين في المناطق حيث يريدون التوسّع فيها. وهذا يمهد الطريق أمام جهود سياسية التي تسبق تأسيس العمليات الفعلية.

ثالثاً: أنهم يريدون إخافة معارضيهم وهذا ينطبق ليس فقط إلى الأعداء الحاليين لكن إلى المتعاطفين في العالم الإسلامي الذين قد يفكّرون بالانقلاب عليهم.

¹ - David A. Acosta, "Hizballah: Deception in the 2006 Summer War," (Winter 2008), p. 19, see:

<https://www.jiowc.osis.gov/Publications/IOSphere/index.cfm>

² - عثمان الخلف، مرجع سابق.

³ - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 34.

⁴ - Steven R. Corman, Jill S. Schiefelbein, "Communication and Media Strategy in the Jihadi War of Ideas," Arizona State University, (April 20, 2006), 12/10/2011, p. 02.
http://comops.orgpublicationsCSC_report_0601-jihad_comm_media.pdf

وبهذا صاغ حزب الله إستراتيجيته الاتصالية التي استهدفت تحقيق مساعيه التحررية ودعمه لمجهوده الحربي بصورة متكاملة من خلال التوجه إلى الرأي العام اللبناني محليا والعربي والإسرائيلي إقليميا والغربي دوليا.

1.3. التعبئة، الحشد وتقوية الجبهة الداخلية

فالتعبئة والحشد كانت بهدف رفع الروح المعنوية لمجتمع المقاومة، فالروح المعنوية تعد ظاهرة نفسية معقدة ومتعددة الأبعاد وهي بمثابة حالة نفسية داخلية تنطوي على الشعور الذاتي من طرف كل فرد من أفراد الجماعة بأهمية الجماعة التي تنتمي إليها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ومدى الحاجة إلى العمل لمواجهة كافة التحديات التي تحول دون تحقيق الأهداف وتلك التي تهدد كيان الجماعة أو تماسكها¹.

فقد أدرك حزب الله أهمية عامل تماسك الجبهة الاجتماعية اللبنانية، وعلى رأسها جمهور الشيعة باعتباره مصدرا للحماية والدعم المادي وحتى البشري، وتعدته إلى عموم الجمهور اللبناني باعتبار تأييدها له مصدرا للشرعية، فهذه الفئة تمثل القاعدة الخلفية أو الجبهة الاجتماعية التي يركز عليها الحزب، وأن تعرض هذه المنظومة الاجتماعية للاختراق سيمثل تهديدا مستقبليا لكيان الحزب.

هذه المعطيات حتمت على حزب الله الأخذ بعين الاعتبار عامل تماسك الجبهة الداخلية وحمائتها من أشكال العمليات النفسية الإسرائيلية المعادية، ووضعها ضمن أولويات إستراتيجيته الاتصالية باعتبارها مصنفة ضمن الجماهير القريبة، الأمر الذي انعكس في خطاب قناة المنار الإعلامي من خلال العمل على تثبيت قناعات تخدم الحزب في تسييره وإدارته للحرب ولو بصفة مؤقتة.

فقد ارتبطت الأهداف بتعزيز الجبهة الداخلية وإقناعها بعدالة القضية وإمكانية مواصلة الانتصار، وعلى هذا الأساس عمل الحزب من خلال قناة المنار على تمرير خطاب يصب في خدمة هذا الهدف، وعليه يمكن تقسيم مستويات هذا الخطاب إلى مستويين رئيسيين هما:

أول مستويات ذلك الخطاب فعل التعبئة والتجبيش. ووجه هذا المستوى من الخطاب إلى القوى المعنية بالحرب مباشرة وهي مقاتلو حزب الله وجمهوره الاجتماعي المباشر، في مدن الجنوب وبلداته وقراه وفي البقاع وبيروت. وشدد هذا المستوى على تنمية حسّ المواجهة لدى القوى التي يخاطبها وعلى استنفار قواها في المعركة، كما خاطب المقاتلين بما عزّز الشعور لديهم بثقل المسؤولية الوطنية والدينية والتاريخية على عاتقهم نيابة عن الجميع، وكانت مفردات التشجيع وشحن الهمم ومفردات المحبة التي بلغت حد تقبيل الأيدي والرؤوس، ترددت لرفع معنويات المقاتلين فأعانتهم على ما هم فيه من رسالة جهادية. حتى أن نصر الله وهو قائدهم تواضع لهم، فسمى مقاتليه قادة وقال فيهم ما لم يقله قائد في مقاتليه

¹ - عماد عبد الرحيم الزغلول، الروح المعنوية ودور القائد في تميمتها (عمان- الأردن: جامعة مؤتة، 2003)، ص 57.

قبلاً. في موازاة ذلك، خاطب نصر الله جمهور المقاومة والحزب النازح من دياره اضطراراً، بأن له النصر الموعود، وبأن صبره والتفافه حول مقاومته يُعجلان موعد ذلك النصر وبأن عودته إلى الأرض والموطن أزفت، وبأنه مؤتمن على رسالة جلييلة، هي حمل صورة مشرقة عن مجتمع المقاومة إلى مناطق نزوحه كافة¹.

وثاني مستويات الخطاب فعل طمأنة الداخل اللبناني واستدرار تماسكه ووحدته في مواجهة العدوان. ولأن الداخل هذا ليس واحداً في وجهته وفي موقف قواه من الحرب ومن مسؤولية حزب الله فيها، بل متباين أشد ما يكون التباين، كان على مخاطبة الحزب لذلك الداخل أن يسلك وجهتين متلازمتين:

- وجهة تشجيع حلفاء المقاومة على إبداء مزيد من الدعم للمجهود الحربي الذي يقوم به المقاتلون في الجبهة دفاعاً عن الوطن، وإبداء مزيد من الحرص على الوحدة الوطنية وعدم الانجرار إلى الصراع الداخلي.

- ووجهة تطمين المتوجسين خيفة من المقاومة بأن نصرها سيكون نصواً للبنان كله، وأنه لن يستثمر سياسياً لرفد موقع حزب الله مع تشجيع المتوجسين أو لاء على حفظ تماسك الجبهة الداخلية لتفويت الفرصة على رهانات العدو على الصدام الداخلي، وإرجاء المحاسبة إلى ما بعد الحرب مع تشديد على استعداد حزب الله للإصغاء إلى أي نقد أو مساءلة في المرحلة القادمة².

فقد كانت تهدف قناة المنار من وراء تكرارها إبراز صور قائد المقاومة حسن نصر الله وتقديمه كرمز للمقاومة في مواقف متماسكة وتصريحات هادئة وواثقة من تحقيق الإنتصار، بالإضافة إلى إبراز تصدي المقاومة للعمليات العسكرية للجيش الإسرائيلي، رسالة قوية للعدو في قدرتها العسكرية على التصدي ورد الفعل من جهة، وتصب من جهة أخرى في مسار تعبئة صفوف المقاومة وطمأنة الرأي العام الداخلي والخارجي بتحكم المقاومة في صيرورة الحرب عكس ما تروج له إسرائيل من خلال تصريحات قادتها العسكريين في إطار الحرب النفسية الموجهة ضد الحزب.

كما يعتبر الإنتاج التلفزيوني جزءاً في إستراتيجية الحزب الاتصالية وواحد من المتغيرات الأساسية في عملية التعبئة التي تستهدف جماهيره بالدرجة الأولى ثم الجماهير العربية المتعاطفة ثانياً، وهذا ما نلمسه من خلال "مسلسل الغالبون" في جزئه الأول الذي يتألف من 34 حلقة والذي يصور مرحلة الاجتياح الإسرائيلي للبنان من سنة 1982 حتى سنة 1985، والذي تم بثه حصرياً على قناة المنار خلال شهر رمضان الفارط (رمضان 2011) مع ما يحمله الشهر من أبعاد روحية وإيمانية تسهل عملية التأثير

¹ - عبد القادر ياسين وآخرون، مرجع سابق، ص 125-124.

² - عبد الإله بلقزيز، "قراءة في إستراتيجية خطاب "حزب الله" أثناء الحرب"، تاريخ النشر: 2006/09/09، انظر: <http://arabrenewal.info>, (24/11/2011).

بالرسالة التي يتضمنها المسلسل من تمجيد للعمل الجهادي ضد العدو الإسرائيلي والرفع من مكانة الشهيد في مجتمع المقاومة. (انظر الملحق 05)

ولعل هذا ما نستشفه خاصة من خلال تصريح مدير عام قناة المنار "عبد الله قصير" الذي نوه بالمقاومة الإعلامية التي تأتي في الصدارة بعد المقاومة العسكرية والجهادية التي تصنع الحدث بدماء الشهداء والمقاومة الإعلامية هي الصدى للفعل المقاوم¹.

2.3. الحرب النفسية وتفكيك جبهة العدو

وتعد الحرب النفسية أكثر خطورة من الحرب العسكرية لأنها تستخدم وسائل متعددة توجه تأثيرها على أعصاب الناس ومعنوياتهم ووجدانهم، وفوق ذلك كله فإنها تكون في الغالب مقنعة بحيث لا ينتبه الناس إلى أهدافها، ومن ثم لا يحتاطون لها. فأنت تُدرك خطر القنابل والمدفع وتحمي نفسك منها، ولكن الحرب النفسية تتسلل إلى نفسك دون أن تدري. كذلك فإن جبهتها أكثر شمولاً واتساعاً من الحرب العسكرية لأنها تهاجم المدنيين والعسكريين على حد سواء. كذلك هي أكثر دواماً لأنها تُستخدم في أوقات السلم والحرب معاً، بل إنها تصوّب هجماتها نفسها خارج الدولة الخصم حين توجه ذلك إلى الرأي العام².

أما الجبهة الثانية والتي كانت على رأس الجماهير المستهدفة من الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله عن طريق قناة المنار تمثلت في الداخل الإسرائيلي، وتجسد في القيام بحرب نفسية على مجتمع العدو وقيادته السياسية والعسكرية وجنوده ومستوطنيه. وقد أبلى قائد المقاومة السيد حسن نصر الله بلاء استثنائياً في الكفاءة والدراية والافتدال في مضمار هذه الحرب النفسية. حيث ضغط على أعصاب الإسرائيليين حكومة وجيشاً ومستوطنين، وألقى الرعب في قلوبهم بما حملت خطاباته من تهديدات³.

وقد كان هدف الحرب النفسية، التأثير على دوافع واتجاهات وانفعالات وسلوكيات الأفراد والجماعات المعادية بما يخدم أغراض وأهداف الجهة المخططة، وتتركز في:

- تجسيم مشاعر القلق النفسي من ويلات ونتائج الحرب على فئات المجتمع للتأثير على العلاقة التي تربط بين أفراد وفئاته بنظام حكمه.
- تجسيم التناقضات والخلافات بين الفئات المختلفة من القوات المسلحة المعادية⁴.

1- زهرة مرعي، "الغاليلون: مسلسل رمضاني على قناة المنار"، جريدة القدس العربي، العدد 6870 (07/14/2011)، ص12.

2- مي العبد الله، مرجع سابق، ص223.

3- عبد الإله بلقزيز، "قراءة في إستراتيجية خطاب "حزب الله" أثناء الحرب"، مرجع سابق.

4- سامية أبو النصر، مرجع سابق، ص44.

كما يرى المفكر "حامد ربيع" أن هناك عدة قواعد عامة للإعداد للحرب النفسية منها¹ :

- الدراسة العلمية المسبقة للخصم موضع الهجوم.
- الوصول إلى نقاط ضعف الخصم واستغلالها من خلال اختراق هذا الضعف.
- عدم اللجوء للكذب.

وبناء على ما ورد فقد ارتكزت أساليب الحرب النفسية من طرف قناة المنار في استهداف جبهة العدو على النقاط التالية² :

1. إصدار الصور والوثائق المزيفة لتتوير الحقائق.
2. نشر الآراء المضللة من أجل زعزعة الثقة بالدولة ورموزها.
3. تعميق الخلافات بين فئات المجتمع ككل وبين المدنيين والعسكريين بصفة أخص.
4. استغلال الحوادث البسيطة والعمل على تضخيمها من أجل التأثير على معنويات العدو.
5. إظهار الدولة المعادية بمظهر الدولة العاجزة عن حماية نفسها ومواطنيها.
6. تدمير معنويات العدو من خلال نشر معلومات وبث صور تبرز خسائر العدو وأسراره ومشاهد محرجة للعدو خاصة عندما يتعلق الأمر بالقادة العسكريين أو بسلاح إستراتيجي - مثل دبابة الميركافا الإسرائيلية- يعول عليه في الحرب كثيرا فتكون هذه الصورة مهينة بالنسبة لجيش العدو، مما يعكس سلبا على الروح القتالية للقوات ويؤدي إلى أزمة ثقة اتجاه الدولة وهبتها من طرف عموم الشعب والمدنيين.

من خلال النقاط التالية يمكن القول بأن حزب الله عمد إلى إتباع نفس الأسلوب المذكور في استهدافه للجبهة الداخلية في إسرائيل من خلال العرض المتكرر لصور الدمار والخسائر الإسرائيلية وخطابات حسن نصر الله، واستضافة محللين على قناة المنار لهم نفس التوجهات الفكرية والإيديولوجية بما يخدم حربه النفسية ضد إسرائيل.

فمفردات الحرب النفسية المستعملة في خطابات حسن نصر الله كانت متطابقة مع ما كان يجري من أحداث ميدانية، فالعبارات الحاملة للتخويف كانت تترجم في شكل أعمال عسكرية، ما أعطى مصداقية لهذه التصريحات سواء من الجانب الموالى للمقاومة أو في جبهة العدو، كما أن الصور التي كانت تنقلها قناة المنار ومنه إلى وسائل الإعلام الأخرى تثبت أن هناك قتلى وجرحى في صفوف العدو واستهداف لعمقه الإستراتيجي، في مقابل استهداف إسرائيل للمدنيين اللبنانيين والبنى التحتية، شكلت عامل ضغط

¹ - عبد المنعم المشاط، ناهد عز الدين، مرجع سابق، ص 217.

² - جهيد درياسة، مرجع سابق، ص 45-46.

على القيادة الإسرائيلية من جبهتها الداخلية خاصة وضغط الرأي العام العربي والعالمى بدرجة أقل بضرورة حسم الحرب وإقرار وقف إطلاق النار.

هناك إجماع عام بأن إستراتيجية حزب الله النفسية كانت عاملاً مساهماً في الانسحاب الإسرائيلي العسكري في 2000 و2006، كما ورد في مقالة "رون شليفير" (Ron Schleifer)¹: "عمليات نفسية: أي اختلاف جديد على فنّ قديم: حزب الله مقابل إسرائيل"، ومقالة الدكتور "بيار سيريل بالافي" (Pierre Cyril Pahlavi)²: "مثال الحرب النفسية في عصر المعلومات". على أية حال ليس هناك إجماع على المدى الذي ساهمت به الحرب النفسية في نجاح حزب الله العسكري، حيث يصرّح "شليفير" (Schleifer):

"بأنّ تطبيق حزب الله الذكي، والمتكرر للحرب النفسية، أثبت في النهاية أنه عنصر أساسي في قرار إسرائيل بالانسحاب من لبنان في 2000"

ويؤكد "بالافي" (Pahlavi) بأنّ نجاح حزب الله أثناء نزاع 2006 كان نصراً نفسياً على إسرائيل، من ناحية أخرى يعترف كل من "كالب ميرفن" (Marvin Kalb) و"سيفتزر كارول" (Saivetz Carol) بأنّ التغطية الإعلامية كانت سلاحاً أثناء نزاع 2006 لكنهم لم يحددوا المدى الذي ساهمت من خلاله الحرب النفسية في انسحاب إسرائيل³.

3.3. محاولة كسب الدعم المعنوي العربي

في إطار استهدافها للجمهور العربي بغية كسب تعاطفه، حرصت المنار على أن تتسبب هذا الانتصار لكل فصائل المقاومة اللبنانية، بل وأن تشيد بالمساندة العربية والإسلامية التي مكّنتها من تحقيق هذا الانتصار على العدو الإسرائيلي، وهذه النوعية من الخطابات الإعلامية منحت قناة المنار فرصة كبيرة لكسب ثقة قطاعات عريضة من الجماهير العربية⁴.

فقد كانت رغبة حزب الله واضحة في أن يلعب دور زعيم المقاومة العربية وذلك من خلال الأغنية المصورة التي تمّ إنتاجها من قبل قناة المنار في الاحتفال بالذكرى الأولى على مرور الحرب، فقد حمل

¹ - Ron Schleifer's article, "Psychological Operations: A New Variation on an Age Old Art: Hezbollah versus Israel"

² - Dr. Pierre Cyril Pahlavi's article, "An Example of Psychological Warfare in the Information Age."

³ - Lisa Brennen, *op.cit*, p. 12.

⁴ - السيد الغضبان، الفضائيات العربية: مالها وما عليها، طم (القاهرة: دار سفير الدولية للنشر، 2010)، ص51.

الاحتفال عنوان "نصر العرب" فالمشروع تضمن كوكبة من الممثلين من مصر ولبنان وسوريا، أما المضمون المعبر عنه فقد كان يوحي باحتفال عربي بانتصار حزب الله¹.

أما فيما يخص الخطاب الموجه إلى السياسات الرسمية فارتكز على فعل النقد السياسي الذي يبلغ في أحيان حد التجريح والتحريض. انصرف الأعم الأغلب من ذلك النقد إلى السياسة الأمريكية المتواطئة مع "العدوان الإسرائيلي" والشريكة فيه. وكثيراً ما عبر ذلك النقد عن نفسه في صورة قدح في تلك السياسة وتشجيع عليها متوسلاً في بعض لغته مفردات السب والشتم، خاصة حينما يتعلق الحديث برمز تلك السياسة "جورج بوش"، أما بعضه فانصرف إلى مخاطبة السياسة الرسمية العربية منتقلاً من معاتبته إلى استهجانها، إلى ذمها فإلى التحريض عليها².

فرسائل الحرب النفسية عبر قناة المنار جاءت بالتوازي بين الداخل اللبناني والداخل الصهيوني وصولاً للعربي والعالمي فهي تنقل مشاهد صواريخ المقاومة وهي تدك المستوطنات والمدن الإسرائيلية ومعها تصريحات "يهود أولمرت" بتدمير المقاومة وإسكات صواريخها وتحقيق الأهداف الإسرائيلية التي يكذبها مشهد الصواريخ المنهالة على إسرائيل ومعها حالة الرعب والانهيار التي يعيشها الداخل الصهيوني، ولتبت معها مشاهد استهداف إسرائيل نتيجة العجز في تدمير البنية العسكرية للحزب - استهداف - المدنيين والبنية التحتية للبنان وهي الرسالة التي وصلت العالم مع صور الأطفال الذين يبحثون عن لعبهم بين أنقاض البيوت المدمرة³.

4. ردّة الفعل الإسرائيلية على نشاط القناة

من أمريكا كتب أستاذ العلوم السياسية "أسعد أبو خليل" متناولاً إعلام الحرب ليصل المنار قائلاً:

أما محطة المنار وهي ممنوعة في هذه البلاد (ولكنها موجودة على الانترنت)، فإنها ناجحة كمحطة تتوجّه بالدرجة الأولى إلى جمهورها، وبالدرجة الثانية إلى الجمهور العربي المتعاطف. ولكن هذه الصفة تضعف من قدرتها على التأثير لبنانيا وربما هي لا تسعى إلى التأثير على من ليس في صفّها، وفي هذا ضعف في الدعاية، ولكن تقويم قناة المنار أثناء الحرب يجب أن يأخذ في الاعتبار عاملين:

1. إن وجود المنار على الهواء حتى ببرمجة ضعيفة، يعتبر انتصاراً ما بعده انتصار وخصوصاً أن العدو شدّد على ضرورة القضاء على بثّها لأهداف دعائية، وهو قصف وقتل ودمر في محاولة لمنع صوت المقاومة الرّسمي، ولكنه فشل.

¹ - Lorenza Fontana, *op.cit*, p.09.

² - عبد الإله بلقزيز، "قراءة في إستراتيجية خطاب "حزب الله" أثناء الحرب"، مرجع سابق.

³ - عثمان الخلف، مرجع سابق.

2. العامل الثاني في حرب من هذا النوع يأخذ في عين الاعتبار المقارنة بين إعلام العدو وإعلام المقاومة¹.

1.4. العنف الرمزي ضد القناة

تُعد قناة المنار أكثر القنوات التي تسببت في صدام مزمن في رأس إسرائيل التي أعدت عددًا من الدراسات الإعلامية لكيفية مواجهة هذه القناة التي باتت -على حد وصف جريدة "هتسوفيه" - أكثر القنوات العربية نجاحًا في بث الخوف لدى الشعب الإسرائيلي والمهاجرين اليهود إلى درجة جعلت مركز "سياسة الشرق الأدنى" - وهو مؤسسة بحثية موالية لإسرائيل في واشنطن تكلّف الكاتب اليهودي "آفي جوريتش" بتأليف كتاب عن المنار².

قناة المنار، محطة حزب الله التلفزيونية التي تبث عن طريق القمر الصناعي في كافة أنحاء الشرق الأوسط وفي أكثر مناطق العالم، في إطار مهمة معلنة وهي القيام "بالحرب النفسية ضدّ العدو الصهيوني". وبناءً عليه أدرجت وزارة الخارجية الأمريكية المحطة إلى قائمة التنظيمات الإرهابية المحظورة في ديسمبر 2004 بتهمة التحريض على الإرهاب وتقديم الدعم المادي إلى الإرهابيين. وتزامنا مع هذه التسمية، فقد منعت قناة المنار من البث في الولايات المتحدة. وفي 23 مارس 2006، وبناءً على طلب من الكونجرس الأمريكي، تم تصنيف قناة المنار ضمن التنظيمات الإرهابية العالمية، كنتيجة قامت الحكومة الأمريكية بتجميد أرصدة المنظمة المالية ومنعت الصفقات المستقبلية بين الشركات الأمريكية والأفراد وقناة المنار³.

وفي السنوات الأخيرة، عرف بث قناة المنار انحصارا ملحوظا في العالم بعد الحملة العالمية ضد القناة، من خلال الإجراءات القانونية التي دفعت بها الولايات المتحدة والدول الأوروبية من أجل مقاطعة برامجها. في هذا السياق، وقد عرفت عمليات المنع هاته عبر القمر الصناعي Asiasat، والذي تبث القناة من خلاله لدول آسيا، نهايتها في أوت 2005. بالإضافة إلى ذلك، تم فرض قيود على برامج القناة في الولايات المتحدة وأوروبا وأمريكا الجنوبية⁴.

¹ - أسعد أبو خليل، جريدة الأخبار، 2006/08/23 .

² - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص44.

³ - Casey L. Addis, *op.cit* , p. 15.

⁴ - Centre d'Information sur les Renseignements et le Terrorisme au Centre d'Etude Spéciale (CES), "Nouvelles sanctions imposées par la communauté internationale à la chaîne Al-Manar du Hezbollah," (29 mars 2006). http://www.terrorism-info.org.il/malam_multimedia/fr_n/pdf/almanar_f0306.pdf.

من بين تداعيات حرب تموز طلب السفير الأمريكي في القاهرة "فرانسيس ريتشارد يوني" من الإدارة في واشنطن إقفال موضوع حضر تلفزيون المنار مؤقتا على أثير القمر الاصطناعي Nile Sat، وذلك في وثيقة بتاريخ 22 أوت موقعة من "ريتشارد ديوني" (السفير الأمريكي الحالي في أنقرة)، يقول فيها¹ :

إن حملتنا ضد تلفزيون المنار وضرورة طرد إدارة النايل سات له فشلت في العام الماضي. حين تسمح الظروف سنستأنف حملتنا وعلى أعلى المستويات، لأنه في الوقت الحالي أي إعادة فتح للموضوع مع المصريين لن تجدي، فالمصريون يعتقدون أنه في ظروف ما بعد حرب تموز، أي خطوة ضد المنار ستزيد من قوة نصر الله وحزب الله"

ولإسناد هذه الحجة، تورد الوثيقة كلاما لنائب وزير الخارجية المصري للشؤون الأمريكية، "سلامة شاكرا" يقول فيه لمسؤولي السفارة:

"الآن الوقت سيئ للغاية لإعادة فتح موضوع المنار"

2.4. إستهداف قناة المنار عسكرياً

فقد اضطلعت المنار بلعب دور الدعاية المضادة للدعاية الإسرائيلية وانتهجت في ذلك أسلوب الفعل ورد الفعل، حيث أن قناة المنار كانت دائما تختار التوقيت المناسب لبث مضامين ومواد إعلامية، فقد كانت موادها تركز على ما تتضمنه الدعاية الإسرائيلية من هفوات وتزييف للوقائع، لتقوم قناة المنار في نفس الوقت بدحض وتكذيب الرواية الإسرائيلية بالشواهد والتي تمثلت بالأساس في مقاطع فيديو، صور وحتى مقالات تنتقى لهذا الغرض.

ونظرا لإدراك الإسرائيليين حجم الضغط الذي يشكله الإعلام المقاوم فقد جرى في اليوم الثاني للحرب استهداف قناة المنار وإذاعة النور في سبيل حجب الدور الذي تمارسه في إطار الحرب النفسية الموجهة للداخل الصهيوني، إذ دمرت الطائرات الإسرائيلية المبنيين التابعين لهما لينقطع البث لثوان عدة بشكل متقطع، ولكن المنار والقائمون على المقاومة كانوا متحسين وهكذا احتمالات حيث تعددت أمكنة البث لتلفزيون المنار.

فإسرائيل هدفت في عدوانها إلى وقف بث قناة المنار وإسكات صوت الحقيقة من أجل طمسها، ومن أجل ترويح أكاذيبها وإدعاءاتها بتحقيق انتصارات ميدانية وهمية على الأرض، إلا أن الاستمرار في البث ساهم مساهمة فاعلة في دحض هذه الأكاذيب وكشف الدعاية الإعلامية الإسرائيلية وتعريتها، وبالتالي

¹ - "عون لفيلتمان: جميع اللبنانيين ملزمون بدعم من يقاتل إسرائيل"، جريدة الأخبار، العدد 1364 (2011/03/16)، ص 7.

اكتشف العدو لاحقا عجزه في تعمية الحقائق وخوض حرب إعلامية إلى جانب الحرب العسكرية ضد اللبنانيين¹.

فقد أثبت حزب الله من خلال مواصلة قناة المنار البث من جديد واستمرارها في العمل على خط المواجهة بعدما تم استهداف مقرها بالقصف بهدف إسكات صوت المقاومة ومحاولة توقيف بث الصور على شاشة القناة والتي كانت تفضح الإسرائيليين وتمارس عليهم نوعا من الضغط النفسي، أن حزب الله يتحكم جيدا في وسائل الاتصال التابعة له كأحد الأدوات الإستراتيجية في إدارة المواجهة ضد إسرائيل.

3.4. التشويش على الإرسال

حاول قراصنة الكمبيوتر الإسرائيليون تعطيل وجود حزب الله على شبكة الإنترنت. وخلال الحرب، تمكنت قوات الدفاع الإسرائيلية من خلال هيئة المخابرات التي نجحت في قرصنة لمحطة تلفزيون قناة المنار و عدة مواقع إلكترونية تابعة لحزب الله. الضربات الجوية الإسرائيلية التي استهدفت وسائل الاتصالات في لبنان كانت فاشلة بشكل كبير في إيقاف مواد حزب الله المذاعة، لكن قراصنة قوات الدفاع الإسرائيلي تمكنوا من بثّ صور مشوّهة لنصر الله، يرافقه صوت ثلاث طلقات نارية. أعلى صورة نصر الله هناك شرح ضمن إطار القراءة كتب داخله "يومك قادم، قادم، قادم"، وتحتته عبارة "دولة إسرائيل". هذا الاعتداء الافتراضي تضمن صوراً لمقاتلي حزب الله الموتى، في محاولة واضحة لمواجهة رفض حسن نصر الله إنكار أي نجاحات للجيش الإسرائيلي في جنوب لبنان. الهجوم الإسرائيلي حذف محتوى أكثر مواقع حزب الله².

يذكر أنه في 2006/08/01 شوشت إسرائيل لبضع دقائق على بث محطة المنار فمررت خلال نشرة الأخبار صوراً لجنث، قائلة إن الأمين العام للحزب السيد حسن نصر الله "يكذب في شأن عدد قتلاه" وظهرت على الشاشة عبارة "عناصر حزب الله انتبهوا" ثم ظهرت صورة جثة ملقاة على ظهرها، وقد وضع صاحبها حول صدره جعبة عسكرية وارتدى سروالا مرقطا يشبه سروال الجيش الأمريكي وعلى رأسه خوذة. وإلى جانب الصورة وردت عبارة "هذه صورة جثة من عناصر القوة الخاصة لحزب الله" وعبارة أخرى "نصر الله يكذب، لسنا نحن من نخفي خسائرنا"³.

¹ - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص157.

² - Gabriel Weimann, "Hezbollah Dot Com: Hezbollah's Online Campaign," 17/11/2011, p. 16, see: <http://web.bgu.ac.il/NR/rdonlyres/34396BDB-6C0E-4931-A077-697451885123/34393/Weimannedited.pdf>

³ - عبد الحليم حمود، المرجع نفسه، ص154.

في المقابل، عمل حزب الله على تجنيد قراصنة إنترنت لاختراق مواقع إسرائيلية، من أجل التواصل فيما بينهم، وعملوا على الترويج لأرقام حسابات مصرفية يستطيع من خلالها الداعمون توجيه الدعم المالي له، ومن أبرز عمليات الاختراق التي قام بها الحزب تلك التي تمت على "شركة ساوث تكساس الأمريكية" حيث تمّ وصل قناة المنار بعنوان الآي بي (IB) الخاص بالشركة وأمكن لكل من يبحث عن بث قناة المنار على الانترنت أن يجده عن طريق هذا الموقع¹.

¹ - رفقة نبيل مطلق شقور، مرجع سابق، ص 90.

خلاصة الفصل الثاني

وكخلاصة للفصل الثاني يمكن القول أن قناة المنار للخصائص المذكورة في ثنايا الفصل شكلت الركيزة الأساسية في إستراتيجية حزب الله الاتصالية ذلك لأنها قناة المقاومة ولسان حال الحزب في مخاطبة الجماهير على اختلاف أصنافها والغاية من استهدافها، كما أن قناة المنار كانت متواجدة في ساحة المعركة منذ بدء الحرب من خلال مراسليها المدمجين مع مقاتلي الحزب، وقد ساعد الحصار الذي ضربه حزب الله على جنوب لبنان في أن تحتكر قناة المنار المعلومة والقصة الخبرية وتكييفها وفق ما يخدم مصلحة الحزب في تسيير وإدارة الحرب.

فقناة المنار كانت في قلب المعركة في دلالة واضحة على تغير في طبيعة الحروب التي لم تعد عسكرية بحتة، بل أصبحت ذات مفهوم شامل يجمع بين ما هو عسكري، واقتصادي واتصالي- نفسي لأن وظيفة وسائل الاتصال الجماهيرية في أوقات الحروب تغطي وظيفة الحرب النفسية على باقي الوظائف الأخرى، على عكس أوقات السلم.

فالعمليات النفسية من خلال قناة المنار ركزت جهودها بالأساس على ضمان تأييد الجبهة الداخلية لخيار الحرب والمقاومة وتعبئتها في سبيل خدمة هذا الهدف، وشن حرب نفسية شرسة ضد جبهة إسرائيل الداخلية بشقيها المدني والعسكري ومحاولة تأليبها على خيار الحكومة الإسرائيلية بالتدخل العسكري ضد حزب الله، كما استهدفت العمليات النفسية محاولة كسب تعاطف الجماهير العربية بتصوير الحرب على أنها امتداد للصراع العربي الإسرائيلي وليس معركة حزب الله وحده.

الفصل الثالث

انعكاسات الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله في حرب تموز/ جويلية 2006

" ظل حزب الله كما هو. فلم يتم تدميره أو نزع سلاحه أو حتى إزاحته من المكان الذي كان موجوداً فيه. وقد أثبت مقاتلو حزب الله أنفسهم في المعارك، مما حاز إعجاب الجنود الإسرائيليين. واليوم في إسرائيل هناك مناخ عام من خيبة الأمل واليأس "

(يوري أفينيري: كاتب إسرائيلي)

تمهيد

إن من جملة ما بنيت عليه الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله هي استهداف الرأي العام بمختلف أنواعه في إطار كسب نوع من المشروعية لدى الأصدقاء ومحاولة اضهار القوة العسكرية لردع الأعداء، وبذلك فقد كان لهذه الإستراتيجية انعكاسات على الجماهير المحلية- اللبنانية وعلى الداخل الإسرائيلي وكذلك على الجماهير العربية بالإضافة إلى الرأي العام العالمي، وهو الترتيب الذي تم الاعتماد عليه في تقسيم الفصل الثالث.

حيث جاء مقسما إلى أربعة مباحث يتطرق المبحث الأول إلى التأثيرات على الصعيد اللبناني بجهتيه الشيعية والأطراف الأبنانية، والمبحث الثاني يُعنى بالتأثيرات على الداخل الإسرائيلي سواء على المدنيين أو من خلال تآكل صورة الجيش الإسرائيلي، وثالثا على مستوى العالم العربي من خلال موقف الدول والمنظمات وموقف الرأي العام العربي، وأخيرا بالنسبة للمجتمع الدولي مجسدا في مواقف رسمية وأخرى غير رسمية عبرت عنها ردود أفعال الرأي العام العالمي.

لقد نجح حزب الله في الحرب الأخيرة بإدخال روايته في وعي الجماهير المختلفة في لبنان وفي العالم العربي وأيضاً على الحلبة الدولية، ومثّل ذلك تحديداً في الرواية القائلة إنّ ردّ إسرائيل غير مناسب وكونها هي الجاني المهاجم ولبنان هو الضحية، إضافة إلى أن أعمال إسرائيل غير شرعية وبالطبع تحقيق "النصر الإلهي" من جانب حزب الله.

برز النجاح في نشر رواية حزب الله على ضوء ضعف الدعاية الإسرائيلية وبالفعل، تبيّن من استطلاعات مختلفة جرت في لبنان بعد الحرب، أنّ جزءاً كبيراً من الجمهور اللبناني تبنّى الرواية التي قدّمها حسن نصر الله، والتي تقول أن الحرب كانت حرباً أمريكية ضد لبنان وأنّ إسرائيل كانت الجانب المهاجم وأنها خسرت فيها¹.

1. داخل لبنان

لقد أثارت الحرب النفسية في حرب 34 يوم بين إسرائيل وحزب الله اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين والخبراء الذين تساءلوا كيف أمكن لحركة مقاومة مسلحة كحزب الله أن تهزم أو بالأحرى تتصدى لإسرائيل التي تعتبر قوة إقليمية في وقت قصير، مع العلم أن حزب الله سبق له وأن أجبر إسرائيل على الانسحاب من جنوب لبنان في العام 2000 ؟

وقد وجدوا أن إستراتيجية الحرب النفسية لحزب الله ساهمت مساهمة فعالة في تحقيق هذا النجاح كما أشارت دراسة "رون شليفير" (Ron Schleifer) و"بيار سيريل بالافي" (Pierre Cyril Pahlavi) التي أشرنا إليها سابقاً، بالإضافة إلى عوامل أخرى عسكرية وتكتيكية ليست في ضمن مجال الموضوع المدروس. ومن العوامل الأخرى التي ساهمت في فشل إسرائيل، نذكر خطأ إسرائيل في تقدير حجم الدعم الشعبي الذي يحظى به حزب الله في لبنان والذي جاء نتيجة سنوات من المشاركة السياسية ودعم الاستقرار والأمن والخدمات الاجتماعية التي يقدمها.

إن الأداة الأكثر نجاعة لدى حزب الله كانت من خلال المادة المشاهدة، وهنا أثبتت تنظيم حزب الله أنه من الأجدى استخلاص المكاسب الكبيرة بواسطة استغلال الخيال الخصب وإبداع وسائل إضافية بسيطة إضافة إلى تطوير التنظيم لأسلوب قوانين المعركة للمادة المشاهدة وهي وجهة النظر القائلة "إن لم تصور- لم تقاتل" إن كاميرا تصوير الفيديو كونت الأداة المركزية، وتم عرض المواد التي تم جلبها من ساحة المعركة عبر محطات التلفزيون بأسلوب خطابي رفيع المستوى، وتمّ البثّ مع تعليق أو بثّ موسيقى النصر وفي واقع الحال فإن كاميرا الفيديو تعطي كما هو معروف وصفاً انتقائياً للواقع، وهكذا أصبحت العمليات شعاراً مهماً بالنسبة إلى حزب الله، وفي عملية (دلعال) فإن صور العلم (علم حزب الله) وهي

¹ - داني بركوفيتش، مرجع سابق، ص 64.

ترفف ولو لوقت قصير، يعتبر شيئاً مهماً بالنسبة لحزب الله على الرغم من قناعاته أنه سينسحب من هذا الموقع بعد قليل¹.

1.1. بالنسبة لجمهور الشيعة

لعب تلفزيون المنار اللبناني دوراً بالغ الأهمية في عملية تثبيت المقاومة والمقاومة الثقافية لدى مقاتلي المقاومة الإسلامية ومناصريها، فضلاً عن عموم مختلف الفئات الشعبية اللبنانية، هذا الإعلام المقاوم أدى إلى رفع الروح المعنوية للمقاتلين وتأمين الحماية الشعبية لهم وكانت النتيجة الانسحاب الإسرائيلي غير المشروط من معظم الأراضي اللبنانية بعد احتلال دام ثمانية عشر عاماً².

وإنما طال التدمير محيطه الاجتماعي المباشر الشيعي الذي يتغذى منه الحزب بالقوة البشرية والدعم والرفادة، إذ كان التقدير الإسرائيلي متجهاً إلى الاعتقاد بأنه كلما أمكن ضرب الحاضنة الاجتماعية والشعبية الشيعية لحزب الله في مناطق الجنوب والبقاع وضاحية بيروت، كلما تم عزل الحزب عن أي دعم اجتماعي قصد استفراده في مناطق القتال³.

فقوة الأدلجة الإسلامية التي زرعتها حزب الله في نفوس مقاتليه والتي عمادها الثقة المطلقة عن وعي وإدراك بقيادتهم وحسن إدارتها للمعركة، وهذا الذي جعل مقاتلي المقاومة أولاً وجماهيرها ثانياً واثقون بما تبثه وسائل إعلام المقاومة، ولا يستجيبون إلا لخطابات السيد حسن نصر الله، وهذا كان له دور أساسي في إحباط الحرب النفسية التي شنتها إسرائيل على المقاومة وجماهيره.

2.1. بالنسبة لعموم الجمهور اللبناني

بالإضافة لكل ما سبق تدعمت أسس الشرعية التي تمتع بها حزب الله، كما اتسعت جماهيريته، على إثر الاجتياح الإسرائيلي لجنوب لبنان، حيث برز دوره الوطني كجبهة مقاومة وتحرير، وامتلاً سجله بالعديد من البطولات والتضحيات المشرفة في غمار كفاحه ضد الاحتلال، مما أكسبه المزيد من التقدير والإجلال في أعين الشعب اللبناني بأسره⁴.

كان لإطلاق المقاومة لجهازها الاجتماعي بين النازحين لتأمين احتياجاتهم وطمأننتهم إلى وقوف المقاومة بجانبهم أثر كبير في تخفيف حدة الحرب النفسية التي كانت تشنها إسرائيل ودعم العمليات النفسية المضادة التي كانت تقوم بها المقاومة.

¹ - ناصر أبو عون، مرجع سابق.

² - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 44.

³ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 75.

⁴ - عبد المنعم المشاط، ناهد عز الدين، مرجع سابق، ص 823.

وقد سقطت حسابات الإدارة الأمريكية وإسرائيل في التوسل بالضغط الداخلي اللبناني على حزب الله كأداة للوصول إلى نزع سلاحه، حينما بدا أن هذا الهدف بات بعيداً على أن يصبح في إمكان التحقيق الفوري على ما ترغبان و تطلبان، فالحوار الوطني أخذ منحى آخر في هذا الموضوع، وبدلاً من أن تجري وقائعه تحت عنوان: "نزع سلاح حزب الله" أو تسليم الحزب سلاحه للدولة، جرت تحت عنوان البحث في مستقبل هذا السلاح ضمن "إستراتيجية جديدة للدفاع الوطني" يحدد موضع ذلك السلاح فيها¹.

فلم يكن السفير الأمريكي "جيفري فيلتمان" يريد أن تقضي حرب جويلية 2006 على حزب الله وحده، بل رأى فيها عوارض جانبية إيجابية، حيث راهن على تدمير شعبية النائب "ميشال عون" وتياره، وفي أحسن الأحوال ابتعاد عون عن حزب الله خلال الأسابيع الثلاثة الأولى، ترك فيلتمان ميشال عون وحده، لم يزره متوقفاً أن القائد الأسبق للجيش سيصل إلى اقتناع مفاده ضرورة فك تحالفه مع حزب الله، لكنه عندما زاره في اليوم الأول من أوت، وجد فيلتمان عون على موقفه، إن لم يكن أكثر دعماً لحزب الله، فقد أصر عون على أن جميع اللبنانيين ملزمون بدعم هذه القوى التي تواجه إسرائيل، ويعني بذلك حزب الله².

أما فيما يخص القوى المعارضة لحزب الله والتي عملت على تحميله مسؤولية ما يقع على لبنان، وصف النائب الماروني في تحالف 14 آذار³ الذي سبق له أن أعلن ترشحه لرئاسة الجمهورية "بطرس حرب"، الذي حذر من دائرة التعاطف مع حزب الله تكبر تحديداً على ضوء الهجوم على قانا، وقد عرض حرب بعض الاقتراحات شدد فيها على أن المطلوب هو خروج من الصراع بنحو لا يسمح لحزب الله بأن يبدوا منتصراً⁴.

وقد قال حسن نصر الله في احتفال بذكرى اغتيال الشهيد الأمين العام السابق للحزب السيد عباس الموسوي والسيد راغب حرب في اليونسكو، بتاريخ 2006/02/12⁵:

"إن قبول الحزب الجلوس إلى طاولة الحوار من دون شرط هو تنازل كبير لمن يعرف عقلية الحزب وتركيبته وذلك من أجل المصلحة الوطنية".

وقد أطلقت إسرائيل عبر مواقعها الإلكترونية طيلة فترة الحرب عدة رسائل مثل: "ساعدوا لبنان على استئصال شر حزب الله لتستعيد استقلالها، حريتها وازدهارها"⁶. أيضاً، قامت بتوزيع منشورات تحرض على حزب الله تمّ رميها بواسطة الطائرات الإسرائيلية تقريبا بشكل يومي لتحذير مدنيين الهجمات

¹ - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 63.

² - "عون لفيلتمان: جميع اللبنانيين ملزمون بدعم من يقاتل إسرائيل"، جريدة الأخبار، مرجع سابق، ص 4.

³ - تحالف 14 آذار هو كتل معارض لتحالف 8 آذار الذي ينتمي إليه حزب الله وحركة أمل.

⁴ - جريدة الأخبار، المرجع نفسه، ص 5.

⁵ - رفعت سيد أحمد، حسن نصر الله.. ثائر من الجنوب (دمشق- القاهرة: دار الكتاب العربي)، ص 321.

⁶ - Lisa Brennen, *op.cit*, p. 47.

الوشيقة، لطلب التعاون من المواطنين اللبنانيين، ولتلويث سمعة حزب الله. على سبيل المثال، آلاف المنشورات سقطت على جنوب بيروت في 13 جويلية جاء فيها¹ :

" إلى سكان لبنان: بسبب النشاطات الإرهابية التي يقّدها حزب الله فهو بذلك يقضي على الجهود لإيجاد مستقبل ألع للبنان... الجيش الإسرائيلي سيواصل عمله ضمن لبنان لطالما يعتقد أن دوره حماية مواطني دولة إسرائيل. لسلامتكم الخاصة ولأننا لا نتمنى التسبب أكثر في وفيات مدنية، ننصحكم تفادي كل الأماكن التي تردّ عليها بحزب الله. أنتم يجب أن تعرفوا بأن استمرار النشاطات الإرهابية ضدّ دولة إسرائيل ستعتبر سيف نو حديّن لك ولبنان. دولة إسرائيل".

وشارك الإعلام الحربي الإسرائيلي في الحرب النفسية ضد حزب الله وضد اللبنانيين بعامّة، وقد استخدم أساليب معروفة في الحرب النفسية في مقدمتها قذف المنشورات من الطائرات أو بالمدفعية، تدعو المواطنين اللبنانيين إلى النزوح من ديارهم، وقد أدى هذا الأسلوب الذي ترافق مع فعل ميداني إرهابي ضد المدنيين، حيث ارتكبت القوات الإسرائيلية عشرات المجازر في المدن اللبنانية، وعليه فإن القصف المبرمج هو الذي اجبر المدنيين على النزوح وليس المنشورات فحسب، بل ترافق مضمون المنشورات مع الفعل العسكري، وهذا ما حصل في قطاع غزة، إذ يتم إنذار ساكني المنزل بالهاتف للرحيل عنه خلال ساعة، وما تمضي نصف ساعة أو اقل حتى يُقصف المنزل. كما تهدف المنشورات الإسرائيلية إلى تفريد الخصم، أي استثارة المواطنين اللبنانيين ضد حزب الله بدعوى انه كان السبب في ما أصابهم، عندما اسر جنديين إسرائيليين، ولكن صوت المواطنين اللبنانيين علا من على الفضائيات بأن إسرائيل هي المجرمة، إذ لا يُعقل أن يدمر بلد بالكامل ويُقتل شعبه بالألوف ويشرد بالملايين لمجرد اسر جنديين، فهذه المنشورات لم تُحقق الهدف الأساسي من قذفها، بل زادت من التفاف اللبنانيين حول بلدهم وقيادتهم الموحدة².

فاصطفاف قطاعات واسعة من الشعب اللبناني وراء المقاومة إما إيماناً واقتناعاً بها أو بتأثير ردود الفعل السلبية التي ترتبت على الصورة الوحشية التي ظهرت بها إسرائيل، وقيامها بارتكاب مجازر بشعة ضد اللبنانيين،... وحين انعقد مؤتمر روما والذي كان يفترض أن يشكل منبرا لدعم الحكومة اللبنانية لصالح موقف إسرائيل والولايات المتحدة للضغط على حزب الله، يبدو أن الولايات المتحدة فوجئت بمشروع النقاط السبع الذي طرحه فؤاد السنيورة رئيس الحكومة اللبنانية، والذي مثل الحد الأدنى من الوفاق اللبناني، كما عكسه إجماع التيارات لمشاركة في الحكومة ومنها حزب الله³.

¹ - - Lisa Brennen, *op.cit*, p. 48.

² - حسن طوالبه، "فيالق الإعلام في الحرب النفسية والعسكرية"، موقع المحرر. نت، تاريخ النشر: 1011/11/16، انظر: <http://www.al-moharer.net/moh247/tawalbeh247b.htm>

³ - حسن السيد ناعفة، "الحرب الإسرائيلية ضد حزب الله ولبنان"، التقرير الإستراتيجي الفلسطيني (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والإستشارات، 2006)، ص 125-126.

ومن هنا نلاحظ تأثير الموقف الشعبي اللبناني الذي كان في عمومه يميل لدعم توجه المقاومة بقيادة حزب الله في مواجهة إسرائيل، الأمر الذي كانت له انعكاسات ايجابية – من وجهة نظر حزب الله- على الموقف الرسمي للحكومة اللبنانية التي حملت في البداية حزب الله تداعيات ما يقع لبنان من دمار. فمبرر الضغط الداخلي على حزب الله والذي كانت تتوسم به الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل قبل بداية الحرب كعامل ضغط على حزب الله لإجباره على القيام بتنازلات خاصة فيما تعلق بقضية نزع سلاحه، نلاحظ أنها قد تلاشت مع امتداد أيام الحرب وأصبحت كرد فعل عكسي على هذه الحكومات بالضغط عليها من أجل توقيف الحرب، وتناول هذه القضية - مستقبل سلاح حزب الله- كشأن داخلي تعنى به الأطراف المحلية لا غيرها. (انظر الملحق 04)

ولا شك أن الخطاب الذي تبناه الحزب من خلال الإستراتيجية الاتصالية كان له عظيم الأثر تبلور رأي عام محلي، وحتى إقليمي بوجهة نظر تعكس أهداف الحزب وعملياته العسكرية ضد إسرائيل، ما أفقد هذه الأخيرة التبريرات المقنعة لمواصلة العمليات العسكرية وبالتالي حتمية وقف إطلاق النار، خاصة إذا علمنا أن هذا الضغط الجماهيري جاء بالأساس من داخل إسرائيل، من خلال الرأي العام الداخلي، وهذا ما سنأتي على ذكره لاحقاً.

2. بالنسبة لإسرائيل

وفيما يخص انعكاسات الإستراتيجية الاتصالية التي اعتمدها حزب الله بالنسبة لإسرائيل فقد تمثلت في تآكل صورة الجيش الإسرائيلي الذي جسد حتى وقت قريب صورة الجيش الذي لا يقهر، بالإضافة إلى التأثير على الرأي العام الإسرائيلي الداخلي والدفع به للتشكيك في قدرات جيشه على الشكل الذي دفعه نحو اتخاذ موقف من حكومته بضرورة وقف الحرب.

1.2. تآكل صورة الجيش الإسرائيلي

يمكن تعريف الدعاية على أنها تشكيل آراء الجمهور بوسائل مختلفة، منها الإعلام الموجه وذلك لمصلحة إيديولوجية أو هدف دعائي. وهناك من يرى أن الدعاية هي الضغط للوصول إلى أهداف سياسية، وعلى هذه القاعدة إشتغلت إسرائيل منذ احتلالها لفلسطين، حيث ركزت إعلامها على تثبيط عزائم الشعوب العربية عبر حملات دعائية هائلة الحجم والتمويل، وعرفت كيف ترسخ فكرة الجندي الإسرائيلي الذي لا يقهر. من هذه الأساليب أن الإسرائيليين قد هيمنوا على إدارة المعلومات وتدفعها، لا بل عمدوا إلى رقابة صارمة وحديدية في موضوع الصراع العربي الإسرائيلي، فلم تظهر صور قتلاهم أو حتى مراسيم الجناز: (أسلوب معتمد في أمريكا إلى الآن مع استثناءات) مع أسلوب تقديم الذات كفتة أو عنصر منزه

عن الأخطاء أو السقوط أو الانهزام. كانت الدعاية الصهيونية تمعن في تصغير وتحقير صورة الجندي أو المواطن أو حتى الزعيم العربي¹.

من الواضح أن إسرائيل فوجئت بمستوى الأداء الإعلامي لحزب الله ما دفعها لإعادة النظر في حساباتها. فقد حققت الحرب الإعلامية لحزب الله أهدافها حيث أحدثت حالة من الهلع في صفوف القاعدة الخلفية الإسرائيلية وظهرت الحكومة الإسرائيلية بأكملها بمظهر حرج أمام الجمهور الإسرائيلي الذي خرج من ملاحظته محبطاً ومطالباً بضرورة النقد والتقييم لأداء المؤسسة العسكرية والإعلامية في الحرب².

وهذا جاء نتيجة تعمد الجانب الإسرائيلي تزييف الوقائع، وبأن هناك تقارير إعلامية كاذبة تنشرها القيادة الإسرائيلية بهدف التغطية على حقيقة الخسائر الإسرائيلية في الجنوب اللبناني، ما يؤدي لحدوث شرخ في صدقية وسائل الإعلام الإسرائيلية لدى الجنود. وأضاف الكاتب في "أيديعوت أحرنوت" بأن التلفزيون والراديو الإسرائيليين بدءاً منذ فترة طويلة بنقل أخبار الحرب الدائرة في الجنوب اللبناني نقلاً عن وسائل الإعلام اللبنانية لأنها أكثر صدقا من التقارير العسكرية الإسرائيلية التي وصفها بالمدسوسة على وسائل الإعلام الإسرائيلي.

ويشير ذات المقال إلى أنه تمّ رصد انخفاض في حالة الجنود الإسرائيليين النفسية بنسبة نحو 65% عقب بثّ أفلام رجال المقاومة اللبنانية وحزب الله الذين يطلق عليهم اسم "الإستشهاديون"، وأن الجيش الإسرائيلي بذل مجهوداً كبيراً لرفع حالة الجنود المعنوية عقب مشاهدتهم لتلك الأفلام. فالإسرائيليون شاهدوا هذه الصور باندماج بين التخوف والانهيار، وحدات عسكرية تقع في كمين أو مركبات أصيبت نتيجة انفجار عبوة ناسفة جانبية خلقت انطبعا نفسياً تراكمياً من النجاح العسكري لحزب الله³.

ويضيف الجنود الإسرائيليون أن قادة المقاومة أصدق مع عناصرهم من قادة جيشنا، وأنهم يخوضون معاركهم على الأرض وفق إمكانياتٍ قد تهيئها لها طويلاً، وأنهم أكثر جرأة وأكثر قدرة قتالية مما أخبرنا عنه قادتنا، وأن قدراتهم التسلحية والقتالية، وقدرتهم على إسناد بعضهم، وخرق أي حصارٍ تفرضه عليهم عالية، وأن قدرتهم على الاتصال فيما بينهم، وتنسيق أدوارهم وتنظيمها كبيرة، بكل بساطة لقد كذب علينا قادة جيشنا عندما أوحوا لنا أننا أمام مهامٍ قتالية عادية، وأننا في مواجهة مع هواة قتال، ويتجرأ جنودُ إسرائيليون آخرون عندما يقولون أننا نخوض معارك قتالية في بورصة المنافسات السياسية لسياسيين يصدرن القرارات، ولعسكريين يتطلعون إلى أدوارٍ سياسية في المستقبل، فهم يقامرون بأرواح الجنود

¹ - عبد الحليم حمود، مرجع سابق، ص 31-32.

² - رفقة نبيل مطلق شقور، مرجع سابق، ص 87.

³ - ناصر أبو عون، مرجع سابق.

ليجدوا لهم في المستقبل مكاناً في بورصة المؤسسات السياسية الإسرائيلية، ولهذا فقد صرح العديد من الجنود الإسرائيليين أننا لسنا على استعداد للتضحية بحياتنا من أجل أهداف شخصية، وطموحات فردية¹.

من خلال ما سبق يتضح لدينا أن الإيمان بالقضية التي يقاوم لأجلها الفرد المقاتل كانت عاملاً حاسماً على أرض المعركة، فقيادة حزب الله من خلال انتهاج الخطاب الديني عملوا على غرس أفكار بعدالة القضية التي يقاتلون لأجلها ويظهر ذلك جلياً في خطابات حسن نصر الله، والدعوة إلى التضحية في سبيل تحقيق هذه الغاية، ما رجع الكفة لمقاتلي حزب الله في مقابل الجنود الإسرائيليين الذي كانوا أقل إعداداً من الجانب النفسي في مواجهة مقاتلي حزب الله.

2.2. التأثير على الرأي العام الإسرائيلي

لم يعرف تاريخ المقاومة أبداً في لبنان "إعلام الخوف"² لأنّ محور مواده هو التحرير والحرية، في حين أنّ الوحدة الإعلامية للحزب نجحت بإطلاق الدعاية الإعلامية كنوع من الحرب النفسية الموجهة. والتي كان لها فعلها المباشر في العدو وتقويض مناعته من خلال توجيه رزم إعلامية مضغوطة بهدف إحداث بلبلة في بنية التماسك الأمني في المجتمع الإسرائيلي وترهيبهم، وجعلهم يعيشون في دائرة الخوف والخطر، بعد أن حمى المستوطنون أنفسهم بأسطورة قوّة إسرائيل التي لا تقهر ولا تخترق³.

عنصر آخر مهم في قوّة حزب الله، وهو مدى قدرته في التأثير على الرأي العام الإسرائيلي لجهة قيادة الدولة لديه وردع إسرائيل عن لعمل ضده. وتبيّن من البحث الذي أُجري في إسرائيل بعد حرب لبنان الثانية، أنّ الجمهور الإسرائيلي يرى في نصر الله زعيماً صاحب قدرة قيادية عالية أكثر من رئيس الحكومة "يهود أولمرت" في وضع الحربويقينيّ أنّ هذه الصورة تعزّزت في أعقاب الحرب الأخيرة⁴.

فلأول مرة ينجح الخصم في نقل المعركة إلى أراضي إسرائيل، ويجبر أكثر من مليون شخص من سكانها للعيش في رعب داخل الملاجئ أياماً طويلة، وهي التي تعودت على نقل المعركة دائماً وفي جميع الظروف إلى خارج أراضيها، ولأول مرة يرى الشعب الإسرائيلي جيشه، الذي كان في نظره أسطورة لا تقهر، في حالة تخبّط وارتباك، وصل إلى حد الإهانة والإذلال بعد أن شاهد وحدات النخبة فيه تنهار أمام مقاتلي حزب الله. ومن شأن ما جرى على هذا الصعيد أن يترك آثاراً نفسية وإستراتيجية ربما تؤثر على

¹ - مصطفى يوسف اللداوي، "الجيش الإسرائيلي وأزمة المواجهة"، تاريخ النشر: 2009/11/21، انظر:

<http://arabrenewal.info/component/content/article>, (24/11/2011).

² - تعبير لنبييل خوري، جريدة النهار، 1999/03/05.

³ - مي العبد الله، مرجع سابق، ص 227.

⁴ - داني بركوفيتش، مرجع سابق، ص 64.

رؤية إسرائيل لذاتها وللآخرين على المدى الطويل، وتضعف ثقتها الزائدة عن الحد بنفسها وبقدراتها. أما على المدى القصير فقد بدأت التداعيات تغذي تفاعلات وصراعات سياسية داخلية¹.

ومما لا شك فيه أن التكلفة البشرية للعملية كانت معتبرة، ويبين التقرير بالنسبة لإسرائيل، أنها فقدت 121 جنديًا قتلوا في المعارك، 750 جريح²، وهذا بالنسبة لحجم الدولة اليهودية حصيلة ضخمة. بناء على ذلك، فالضرر المعنوي كان جد ثقيل على الجيش الإسرائيلي: فالجيش الذي لا يقهر لم يستطع الاضطلاع بمهمته الأساسية في حماية إقليم الدولة. فأيام الحرب 34 استمرت يوما تكرر تآكل صورة الجيش في المجتمع الإسرائيلي. ولكن الأهم من ذلك، أن الشعب الإسرائيلي عرف أزمة ثقة حادة اتجاه قادته السياسيين والعسكريين الذين أظهروا ثقة متزايدة، لكن الذي ثبت عدم كفاءتهم في الدفاع عن مصالح الدولة.

وفي مظاهرات الاحتجاج ضد الحرب في إسرائيل، ورد في تَصّ مذكرة تم رفعها من قبل "إعلام" وهو مركز إعلامي للمجتمع العربي الفلسطيني في إسرائيل- إلى القاضية المتقاعدة "داليا دورنر" رئيسة "مجلس الصحافة" في 20 أكتوبر 2006، حول التظليل والتجاهل التام والعدائي الذي تمت به تغطية المظاهرات من قبل وسائل الإعلام الإسرائيلية، جاء فيه أنه تمّ رصد ثلاث مظاهرات مركزية في "تل أبيب" بالإضافة إلى عشرات المظاهرات المحليّة، وقد تظاهر في "تل أبيب" يوم 5 أوت 2006، تظاهر في شارع "الملك جورج" قرابة 3000 شخص الذين طالبوا الحكومة بوقف الحرب. وهكذا حوّلت وسائل الإعلام الإسرائيلية الحدث من احتجاج سياسي إلى حادث اندلاع أعمال شغب والإخلال بالنظام العام³.

وفي الدراسة التي أعدها "د. أودي ليفل"، بعنوان "إدارة الإعلام أثناء حرب لبنان الثانية"، أشارت إلى أنّ ما يتوجّب إعادة النظر والتحقيق فيه هو أداء الإعلام الإسرائيلي خلال الحرب، الذي يحتاج إلى علاج جذري. ويضيف معد الدراسة: "وصلنا إلى وضع جنوني..حالة نفسية لا تخطر ببال أحد، فبدلاً من أن ينتظر الجمهور الإسرائيلي ناطقاً قومياً يوضّح له ماذا يحصل في كل يوم، ويقصّ الفوضى، ويتحدث بصدق، فقد حصل ما لم يحصل من قبل، والجمهور لجأ إلى القائد الذي نحاربه، وجلس بفارغ الصبر ينتظر خطابه". ووصف ليفل نصر الله، في دراسته بأنه "طبيب في علم نفس المجتمع الإسرائيلي"⁴.

¹ - حسن السيد نافعة، مرجع سابق، ص 130.

² - Jean-Patrice Le Saint , "Israël – Hezbollah : la fin des illusions stratégiques," op. cit, p.8.

³ - ماجد فوهام، "أداء الإعلام الإسرائيلي ومجلس الصحافة خلال الحرب"، موقع عرب 48، تاريخ النشر: 2006/11/14، انظر: <http://www.arabs48.com/?mod=articles&ID=40947>

⁴ - عبد القادر ياسين وآخرون، مرجع سابق ، ص 129.

وتبين من هذه الدراسة الإسرائيلية التي عالجت الحرب الإعلامية النفسية المعنوية التي جرت بين إسرائيل وحزب الله إلى أي حد وأي مدى نجحت الحرب النفسية المعنوية التي خاضها حزب الله في التأثير على المجريات الحربية وعلى الرأي العام الإسرائيلي الذي منح ثقته للسيد حسن نصر الله على حساب "قادة إسرائيل".

كما كانت قناة المنار تعيد بث برامجها باللغات العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والعبرية. ووفقاً للصحفي "تريش سكوخ" فقد كان بث صور الخسائر الإسرائيلية، وراء الانقلاب في الرأي العام الإسرائيلي ضد الحرب. فقد أقر قادة إسرائيل بالقليل من الخسائر، ما جعل لسان حال الرأي العام الإسرائيلي يقول: "ينبغي علينا أن نشاهد المنار، لنعرف الحقيقة المتعلقة بجنودنا في لبنان"¹.

يشرح المقدم "نبيل عياش" أيضاً بأن الحرب النفسية التي خاضتها المقاومة ضد العدو أخذت شكل التصدي أثناء الحرب وشكل الهجوم المعاكس بعدها، وتجلت ذلك في خطاب الانتصار الذي ألقاه السيد نصر الله. والذي حطم فيه معنويات العدو عندما اثبت إن قائد المقاومة لا يكذب، وإن الوعد الصادق صدق بالفعل. "عياش" يضيف أنه يكفي للتدليل على ذلك انعكاس الهزيمة على الداخل الإسرائيلي والانتهاكات المتبادلة بين قادة العدو عن المسؤولية بالهزيمة².

ولأن من وظائف الإعلام الحربي المساهمة في تحقيق مبدأ الردع، ومنع وقوع الحرب من خلال الإعلام عن قدرة القوات المسلحة على التصدي بمنتهى القوة لأي محاولات الاعتداء على أمن الوطن وسلامته³. نلاحظ أن من نتائج حرب 2006 كما وصفها البعض وعلى رأسهم الباحث عبد الإله بلقزيز، في كتابه: حزب الله من التحرير إلى الردع، أدت إلى حدوث توازن في الردع العسكري بين إسرائيل وحزب الله، يكمن القول أن هذا التوازن امتد ليطلق حتى وسائل الإعلام في إطار نوع من الردع الإعلامي إن صح القول، لأنّ الدعاية الإسرائيلية وجدت في وجهها دعاية مضادة قادتها قناة المنار بخاصة ضمن إستراتيجية اتصالية خاصة بالحزب، بعدما كانت الدعاية الصهيونية هي المسيطرة في الحروب السابقة ضد العرب سواء من حيث التحكم في صياغة الرواية حسب ما يخدم أهدافها أو فيما يتعلق بتسويق المضمون الدعائي.

¹ - المرجع نفسه، ص 130.

² - نبيل المقدم، مرجع سابق.

³ - حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 87.

3. على مستوى العالم العربي

وفيما يخص انعكاسات الإستراتيجية الاتصالية على مستوى العالم العربي سيتم التطرق إلى لموقف الدول والمنظمات كتعبير عن الوقف الرسمي من جهة ، بالإضافة إلى موقف الرأي العام العربي من جهة أخرى.

1.3. موقف الدول والمنظمات

في أول ردود الأفعال مع بداية الحرب بادرت بعض الدول كالمملكة العربية السعودية، الأردن ومصر بانتقاد عملية حزب الله ووصفتها بأنها مغامرة غير محسوبة أعطت لإسرائيل ذريعة لشن الحرب، وكان هذا هو الموقف نفسه الذي تبنته دول عربية أخرى مثل الكويت، العراق ورئاسة السلطة الفلسطينية (ممثلة في أبي مازن)، غير أن هذا الموقف لم يعبر عن مجمل الموقف العربي والذي انقسم إلى ثلاث جبهات فالجانب الجبهة الأولى النائحة على باللوم على حزب الله ظهرت جبهة مضادة، ضمت سوريا واليمن تبنت موقفا نقيضا واعتبرت أن عملية حزب الله تدخل في إطار المقاومة المسلحة المشروعة التي تتفق وميثاق الأمم المتحدة، وبينهما ظهرت جبهة ثالثة، ضمت ليبيا والسودان والمغرب تبنت موقفا وسطا، يرى أنه كان على حزب الله أن ينسق مع الحكومة اللبنانية حتى لا تجد المقاومة نفسها في حرج مع المجتمع الدولي، على الرغم من أنه لم يرتكب جرما بأسر الجنديين الإسرائيليين¹. وفي ما يلي نماذج لمواقف بعض الدول.

فمنذ الساعات الأولى لاندلاع حرب تموز 2006، وضعت مصر نفسها في موقع تحميل حزب الله مسؤولية النزاع، مع اهتمامها بوقف القتال، من خلال الضغط ليس على إسرائيل بل على حزب الله عن طريق سوريا، مسعى فشل منذ اليوم الأول لبدء الحرب التي تثبت برقيات السفارة الأمريكية في مصر خصوصا أن نظام حسني مبارك - سابقا- خسر شعبيا وسياسيا بسببها مع مرور الأيام، من جهتها إسرائيل كانت راضية رسميا عن الأداء المصري، رغم أن القاهرة كانت تدين مقتل مدنيين لبنانيين².

وعشية بدء العدوان الإسرائيلي على لبنان يوم 13 جويلية 2006، انتقدت السعودية في بيان رسمي ما اعتبرته مغامرة لا تخدم المصالح العربية، في إشارة منها إلى الهجوم الذي شنه حزب الله وأسر خلاله جنديين إسرائيليين، وسرعان ما لحق الموقفان الرسميان لكل من مصر والأردن بالموقف الرسمي السعودي، مستخدمين مفرداته نفسها تقريبا، وفي مقدمتها المغامرة غير المحسوبة وهو ما انعكس بشكل واضح في بيان وزراء الخارجية العرب لدى اجتماعهم في القاهرة وخلال هذا الاجتماع الذي عقد بعد ثلاثة أيام من الهجوم العسكري الإسرائيلي ضد لبنان، صوت الوزراء العرب على قرار يدين العدوان

¹ - حسن السيد نافعة، مرجع سابق، ص 126-127.

² - جريدة الأخبار، مرجع سابق، ص 7.

الإسرائيلي على لبنان، كما أعلن الأمين العام "عمرو موسى" أن عملية السلام قد انتهت، لكن الدول العربية ظلت منقسمة حيال الموقف من حزب الله وبعد صمت وسلبية داما قرابة شهر كامل، تحركت الأنظمة العربية، فلبت دعوة وزير الخارجية السعودي "الأمير سعود الفيصل"، لعقد اجتماع طارئ على مستوى وزراء الخارجية العرب يوم الاثنين 7 أوت في بيروت¹.

هذا من جهة موقف الدول، أما بالنسبة لموقف المنظمات وعلى رأسها جامعة الدول العربية وفي اجتماع لمجلسها الوزاري المنعقد بالقاهرة بتاريخ 2006/07/15 تبنى صيغة هي أقرب إلى الموقف الذي عبرت عنه مصر، السعودية والأردن². فقد حذر رئيس مكتب الأمين العام فيها هشام يوسف - حسب أحد الوثائق المسربة من موقع ويكيليكس تحت رقم [06 CAIRO 4782] - في لقاء مع أحد المسؤولين السياسيين في السفارة الأمريكية لدى القاهرة، بتاريخ 02 أوت 2006 من ارتفاع شعبية حزب الله مع مرور أيام الحرب، بالإضافة إلى زيادة الغضب إزاء الولايات المتحدة بدليل أن 120 نائبا مصرياً نظموا في 01 أوت مسيرة دعم لحزب الله أمام مقر الجامعة في القاهرة، وخاطب هشام يوسف المسؤول الأمريكي بالقول³:

"إن تأييد الشارع العربي لحزب الله (والأمين العام لحزب الله السيد حسن نصر الله) يزداد، وعليكم أن تتعظوا من ذلك وأنتم جعلتم من حزب الله بطلا في الشارع العربي"

ما يمكن الإشارة إليه أن الحرب وسعت كثيرا من الفجوة القائمة بين النظامين الرسمي والشعبي من قبل اندلاع الحرب، وأبرزت النظامين وكأنهما يقفان على طرفي نقيض وكانت جميع الحكومات العربية فيما عدا سورية واليمن كما سبقت الإشارة، قد ألقوا باللوم صراحة أو ضمنا على حزب الله، وهو ما فسر شعبيا بأنه بمثابة منح العدوان الإسرائيلي الهجمي غطاء وضوء أخضر للمضي قدما في مشروعه للقضاء على المقاومة.

أما الشعوب العربية فقد عبرت بأشكال مختلفة عن دعمها غير المشروط والتفافها حول المقاومة اللبنانية، كما عبرت عن ثقتها بالسيد حسن نصر الله - كما سبقت الإشارة إليه في الفصل الثاني- ورأت فيه زعامة كاريزمية مؤهلة لقيادة ملهمة تفتقدها منذ رحيل الرئيس عبد الناصر. ولذلك يمكن القول أن هذه الحرب عمقت الشكوك بين الشعوب وأنظمتها الحاكمة، وكشفت عمق ارتباط هذه الأنظمة، التي تعاني أصلا من أزمة في الشرعية، بمخططات وسياسات القوى الخارجية، خاصة الولايات المتحدة⁴.

¹ - بشير عبد الفتاح، "الموقف العربي من العدوان الإسرائيلي على لبنان"، موقع الأهرام، تاريخ النشر: 01/10/2006، انظر: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=221767&eid=165>, (23/11/2011).

² - حسن السيد نافعة، مرجع سابق، ص 127.

³ - جريدة الأخبار، مرجع سابق، ص 7.

⁴ - حسن السيد نافعة، المرجع نفسه، ص 133.

2.3. بالنسبة للمجتمع العربي

فالتوجه إلى الرأي العام العربي ومخاطبته من خلال استضافة ممثلي وكالات الأنباء والصحف والإذاعات وأجهزة البث لتلفزيوني العربية لزيارة المناطق المحررة للاطلاع على البطولات اللبنانية والممارسات الوحشية التي ارتكبتها إسرائيل ضد الشعب اللبناني في الجنوب والبقاع الغربي والعمل على ضرب أسطورة جيش إسرائيل الذي لا يقهر بإبراز العمليات الاستشهادية والخسائر الفادحة التي يتكبدها الجيش الإسرائيلي¹.

من المآثور في مثل هذا الحال من السؤال عن الصلة التي كونها شارع عربي متفاعل وملتهب ببلد عربي يحترق ويرد على حريقه بالحرائق (في عقر دار العدو) أن ينصرف التفكير إلى تقدير أنماط الاستجابة الشعبية العربية للعدوان، والأشكال المختلفة للرد عليه في الداخل العربي، ومدى قيمة مساهمة هذه الردود في إنتاج أرصدة سياسية عربية يتعزز بها رصيد المقاومة في لبنان في جبهه الغزوة الصهيونية- الكولونيالية عليه ومعاقبة آلة دمارها. والمآثور في مثل هذه الحال، على نحو أدق أن يُسأل عن عدد المظاهرات الشعبية التي زحفت في شوارع المدن العربية، وعدد من التأموا فيها من المواطنين ونوعية الشعارات التي أطلقتها الحناجر، وعدد مهرجانات الخطابة المعقودة لإبداء آيات التضامن، وعدد البيانات التأييدية الصادرة عن الأحزاب والجماعات السياسية، ومنسوب الضغط الداخلي الذي تولده هذه الحال من الحراك الشعبي على "صانع" القرار العربي².

أما فيما يخص هذه التحركات الشعبية على الصعيد العربي فقد عرف اليوم السابع عشر للعدوان الإسرائيلي على لبنان والمصادف ليوم 2011/07/28، مشاركة آلاف المصريين بعد صلاة الجمعة في تظاهرة لدعم الشعبين اللبناني والفلسطيني استجابة لدعوة جماعة الإخوان المسلمين، وتميزت المظاهرة بشعارات حماسية وهتافات تشيد بحزب الله وقيادته.

وفي الكويت نظمت جمعية المخرجين بالتعاون مع الهلال الأحمر بالكويت يوماً مفتوحاً مع الشعب اللبناني، تم خلاله جمع تبرعات مالية. وفي البحرين تظاهر المئات احتجاجاً على الهجمات الإسرائيلية على لبنان وتضامناً مع حزب الله وحماس، في حين فرضت قوات مكافحة الشغب طوقاً أمنياً على السفارة الأمريكية بصورة احترازية. وفي مدينة الزرقاء الأردنية خرج الآلاف منددين بالعدوان الإسرائيلي على لبنان وفلسطين، رافعين الأعلام اللبنانية والفلسطينية³.

¹ - عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 23.

² - عبد الإله بلقزيز، حزب الله من التحرير إلى الردع، مرجع سابق، ص 97-98.

³ - محمد حسين بزي، الوعد الصادق : يوميات الحرب السادسة (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2006)، ص 338 .

أما في اليوم السادس والعشرون المصادف ليوم 2011/08/06 فقد تواصلت التظاهرات المنذّرة بالعدوان الإسرائيلي على لبنان:

ففي فلسطين تظاهر نحو 300 مسيحي في بلدة "بيت ساحور" في الضفة الغربية تأييدا لحزب الله وحمل المتظاهرون أعلام الحزب والأعلام الفلسطينية ولافتات تحمل إسرائيل مسؤولية الحرب، وكتب على إحدى اللافتات "حزب الله يمثل العرب، ولذلك فهو يمثلنا لأننا عرب". وفي رام الله، نظمت "المبادرة الشعبية للتضامن مع لبنان ومقاومته" مهرجانا تحت اسم "الوفاء الصادق للبنان".

وكانت التظاهرة الأكبر في المغرب، حيث تظاهر نحو 30 ألف شخص في الدار البيضاء للمطالبة بوقف حمام الدم في لبنان، ورددوا شعارات تندد بإسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية، وتنتقد عدم تحرك الأنظمة العربية، وحملوا صورا للسيد حسن نصر الله، وداسوا بأقدامهم على العلمين الأمريكي والإسرائيلي ثم أقدمت مجموعة على إحراقهما. وفي القاهرة تجمع نحو 500 شخص أمام مبنى وزارة الخارجية المصرية مطالبين بطرد السفير الإسرائيلي. وفي البحرين خرج البحرينيون السنة والشيعية في مسيرة في العاصمة المنامة لإحياء ذكرى أسبوع على مجزرة قانا، وهم يحملون أعلام حزب الله وصور أمينه العام، وهتفوا احتجاجا ضد الأمم المتحدة والمجتمع الدولي لصمتها إزاء العدوان الإسرائيلي على لبنان¹.

وفي توصيفه لتداعيات الحرب على لبنان وانعكاسات ذلك على صورة الولايات المتحدة وإسرائيل قال الرئيس الأمريكي السابق "جيمي كارتر":

"إن كراهية العالم العربي للولايات المتحدة ازدادت وبلغت حدا غير مسبوق، وأن إسرائيل وأمريكا تعيشان اليوم في عزلة دولية لم تشهدا من قبل، بسبب العدوان الإسرائيلي على لبنان والدعم الأمريكي غير المحدود لإسرائيل التي لا تمتلك أي مبرر أو سند قانوني أو أخلاقي للاعتداء على الشعب اللبناني كله"²

لعل أبرز الأمثلة التي يمكن التذليل بها فيما يخص الكيفية التي أثرت من خلالها الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله على الرأي العام بما يدعم المجهود الحربي، الطريقة التي من خلالها ساعد النفاق الشارع اللبناني حول مشروع النقاط السبع الذي طرحته الحكومة اللبنانية على توفير حد أدنى من التماسك في الموقف العربي، على الرغم من فشل المحاولات الرامية إلى عقد قمة عربية طارئة. وساعد صمود المقاومة من ناحية، وضغط الشارع العربي الملثف حولها بلا تحفظ من ناحية أخرى، على عقد دورة طارئة لوزراء الخارجية العرب في بيروت في 7 أوت خلت هذه المرة من أي انتقادات للمقاومة، وأمكن

¹ - محمد حسين بزي، مرجع سابق، ص 532 .

² - صلاح الدين حافظ، "لم يتركوا لنا سوى الكراهية"، جريدة الأهرام، 2006/08/30.

من خلالها تشكيل لجنة ثلاثية توجهت إلى نيويورك للإسهام في مداولات مجلس الأمن، ويبدو أنها لعبت دورا في إدخال بعض التحسينات على الصياغة النهائية التي انتهى إليها القرار 1701¹.

4. على مستوى المجتمع الدولي

أما على صعيد التأثيرات على المستوى الدولي فيتطرق إلى ردود الأفعال الرسمية من خلال موافق الدول والمنظمات الرسمية، وكذا ردود الأفعال غير الرسمية من خلال مواقف الرأي العام الدولي.

1.4. الموقف الرسمي

استطاع حزب الله بفضل جناحه المقاتل فرض رقابة صارمة على قنوات الاتصال، وكان أقل صرامة فيما يخص مسؤولية المدونين والانتقادات العامة، وعلى العكس رقابة الجيش النظامي الإسرائيلي في بعض المناسبات لم تكن كافية في حماية المعلومات من التسرب خارجا (كما في مثال الاعتداء على قوات اليونيفيل)، وفي نفس الوقت الحكومة الإسرائيلية لم تكن قادرة على بناء إستراتيجية تسويق فعلية لكسب توافق ومساندة أفعالها طيلة النزاع².

فتحت ضغط حشد المجتمع الدولي، الذي تحرك نحو المطالبة بوقف فوري لإطلاق النار، ظهرت في إسرائيل أيضا العديد من الأصوات المعارضة لرد فعل الحكومة، وفي أوت دفع الجيش الإسرائيلي بنحو 45 ألف من الجنود الاحتياطيين نحو المعركة. مع ضعف في التجهيزات والتدريب، وضحايا الكثير من الشوك في تطوير ونقل الأوامر، لم يمكن لهؤلاء الجنود أن يتمكنوا من جلب الانتصار³.

طبقًا لدراسة أكاديمية أعدها "رون شليفير" المحاضر بقسم العلوم السياسية في جامعة "بار إيلان" والباحث في (مركز بيجن السادات) في مجال الحرب النفسية و حرب المعلومات وعلاقتها في الجيش والإعلام، يؤكد إن الإستراتيجية الإعلامية لحزب الله تعتمد على ممارسة الضغوطات على أصحاب القرار من جانب المواطنين في إسرائيل ووقف عملية "عناقيد الغضب" قبل موعدها وبثه للصور المباشرة لتفوق رجال المقاومة برية وبحريا وسحقهم لدبابات الميركافا وصور الجرحى والقتلى الإسرائيليين، ضغط على أمريكا والمجتمع الدولي لوقف الحرب إنقاذا لإسرائيل وهو مثال للعمل العسكري الذي توقف نتيجة بث صور التعرض للمواطنين المدنيين، والتي نشرت في جميع أنحاء العالم وإن هذا الأسلوب الحديث في إدارة المعركة أعطى حزب الله أداة قوية للمواجهة بأشكالها⁴.

¹ - أحمد يوسف أحمد، التدايعات العربية في الحرب الإسرائيلية على لبنان، ص 245.

² - Lorenza Fontana, *op.cit*, p. 9.

³ - Jean-Patrice Le Saint , *op. cit* , p.9.

⁴ - ناصر أبو عون، مرجع سابق.

4.2. الموقف غير-الرسمي

فجرت حرب لبنان موجة عاتية من المعارضة، ليس في البلدان الإسلامية فحسب، ولكن أيضاً في أوروبا وأمريكا اللاتينية. فبعض هذه البلدان لم تشهد مظاهرات هي الأكبر من نوعها منذ السنة الأولى للحرب على العراق فحسب، لكن كانت هناك أيضاً إرادة غير مسبوقة في الوقوف ضد العدوان الإسرائيلي¹. وفيما يلي عينة من البلدان والعواصم التي شهدت مظاهرات منددة لرد فعل إسرائيل ومساندة للبنان وحزب الله.

ففي إطار الغضب الشعبي الدولي تظاهر في اليوم السابع عشر للحرب أكثر من 2500 دانمركي أمام مقر البرلمان معربين عن غضبهم مما أسموه موقف حكومة بلادهم المنحاز لإسرائيل. وفي كندا وصف زعيم الحزب الليبرالي "بيل غراهام" موقف رئيس الوزراء الكندي "ستيفين هاربر" حيال الأزمة بلبنان بغير المسئول. أما في لندن فقد تظاهر المئات أمام مبنى رئاسة الوزراء احتجاجاً على استمرار العدوان الإسرائيلي على لبنان والأراضي الفلسطينية².

أما في آسيا، فقد عرفت مدينة اندونيسيا تجمع المتظاهرين أمام السفارة الأمريكية في جاكرتا. وفي العاصمة الماليزية فقد قاد "حيري جمال الدين" زوج ابنة رئيس الوزراء "عبد الله أحمد بدوي" آلاف الماليزيين في مظاهرات حاشدة ضد إسرائيل، وصلت إلى عتبات المقر الذي يعقد فيه منتدى أمني لدول آسيا تشارك فيه وزيرة الخارجية الأمريكية "كوندوليزا رايس". كما شهدت باكستان وإيران وتركيا خروج عشرات الآلاف بالمدن الرئيسية لهذه البلدان.

أما في اليوم السادس والعشرون للعدوان، وفي بلجيكا، قالت الشرطة البلجيكية إن نحو 7500 متظاهر جابوا الشوارع وسط بروكسل للاحتجاج على الحملة العسكرية الإسرائيلية على لبنان وأنشدوا هتافات معادية لأمريكا وإسرائيل وطالبوا بوقف فوري لإطلاق النار. وفي نفس اليوم سارت تظاهرات في كل من سيدني في استراليا ودي ترويت في الولايات المتحدة، وساو باولو في البرازيل ولاهور في باكستان³.

وبناء عليه فإن الفشل الرئيسي للجيش الإسرائيلي يكمن بلا شك في إدارة صورته، التي تدهورت خلال الحرب. فالمبادئ الأساسية للتماسك والأهداف السياسية والعسكرية قد انتهكت بوضوح، والتحكم في المعلومات العملياتية لم يحترم.

¹ - كريس هارمان، مرجع سابق.

² - محمد حسين بزي، مرجع سابق، ص 338.

³ - المرجع نفسه، ص 532.

إسرائيل فشلت في الاستفادة من الوضع الأولي كطرف مُعتدى عليه، والذي أعطى بعض الشرعية لردة الفعل. عندما نأخذ جانب قصف البني التحتية المدنية، دون أن تكون هناك تحركات ليتم تبرير هذا القرار، فالجيش الإسرائيلي خسر نهائياً دعم المجتمع الدولي. في المقابل، وضعت حزب الله بسرعة والذي تموضع محلياً كمدافع عن حق لبنان، فسرعان ما ظهر كضحية وحامياً لشعب مظلوم في نفس الوقت. فقد حصل على دعم السكان المحليين، وجزء من الرأي العام الدولي: هي الصور التي نقلتها لنا وسائل الإعلام عن مظاهرات داعمة لحزب الله¹.

¹ - Jean-Patrice Le Saint , *op.cit*, p.12.

خلاصة الفصل الثالث

يمكننا القول أن ما سمي بصمود الجبهة الداخلية في مواجهة العدوان قد تم تحقيقه من قبل حزب الله من خلال إستراتيجيته الاتصالية إلى أبعد الحدود، ارتكز على مواقف إعلامية لمختلف الأطراف اللبنانية، وتأجيل القضايا الخلافية بعد انتهاء الحرب ومناقشتها في إطارها اللبناني من خلال الحوار الوطني، كما أن حزب الله نجح في الاستفادة من العمليات النوعية التي حققها في الحرب لتحطيم صورة الجيش الإسرائيلي ما دفع بالرأي العام الإسرائيلي لاتخاذ موقف باتجاه توقيف الحرب.

فالمهم في زمن العولمة والاتصالات السريعة وصناعة الرأي العام من خلال وسائل الإعلام والاتصال، أن العمل المقاوم يترابط بالمقاومة الإعلامية أكثر من أي وقت مضى. واليوم أصبح المقاتل إعلامياً والإعلامي مقاوماً، بقدر ما تمددت رقعة الميدان وساحة المعركة من الأرض إلى الفضائيات إلى الفضاء الافتراضي على الانترنت. فالمعركة تدور على كسب العقول والنفوس كما تدور على كسب الأرض والنفط والأسواق. وهذا يعني أن الجميع يستطيع أن يشترك بالمقاومة.

- نتائج الدراسة:

- بفضل إستراتيجية حزب الله الاتصالية التي ارتكزت على التحكم الفعلي في عنصر المعلومة من خلال وسائل الإعلام واستخدامها من أجل الترويج لروايته، استطاع التحكم في التغطية الإعلامية لصالحه كعامل قوة، بهدف ممارسة نوع من الضغط النفسي على إسرائيل (الجبهة الداخلية الإسرائيلية بشقيها المدني والعسكري) لإجبارها ودفعها نحو مسار وقف إطلاق النار.

- أن الإستراتيجية الاتصالية لحزب الله كانت تعكس أهداف الحزب العسكرية والعكس صحيح، فالإستراتيجية العسكرية وظفت إستراتيجية اتصالية بما يتيح دعم المجهود العسكري والترويج له، بهدف كسب شرعية للفعل أو تأييد معنوي، أو إضعاف وشل لقدرات الطرف المعادي على المقاومة.

إذن: فالاتصال أصبح عاملا مصاحبا للعمل العسكري في النزاعات والحروب الحديثة(حروب الجيل الرابع أو الحروب غير المتناظرة) ، وان الحرب لم تعد عسكرية واقتصادية ودبلوماسية البعد، بل أصبحت لها أبعاد نفسية واتصالية.وان الاتصال كدعامة أصبح في مثل أهمية القوات العسكرية بأنواعها برية، بحرية، جوية، أي أنه (الاتصال) أصبح حقا من حقول النزاع المتصارع عليها كسب الشرعية والإقناع.

- أن العمليات النفسية من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال لا تحسم نتيجة الحروب والنزاعات، ولكنها تكون دعامة أساسية وأسلوبا فعالا في إدارة الصراعات والحروب بالموازاة مع العمليات العسكرية كوسيلة للتأثير على الجماهير من أجل تشكيل رأي عام سواء محليا، إقليميا أو دوليا مساند للجهة القائمة على العمليات النفسية بما يخدم أهدافها وإستراتيجيتها.

الخاتمة

على ضوء الدراسة والفرضيات التي انطوت عليها يمكن مناقشتها وفق ثلاثة محاور رئيسية:

- **الفرضية الأولى:** فيما تعلق بمنظومة حزب الله الإعلامية التي أتاحت له التحكم في عامل المعلومة كسلاح استراتيجي وحقل تنافس بين حزب الله وإسرائيل طيلة فترة الحرب، يمكن القول أن حزب الله وفق في هذا المجال أكثر من إسرائيل بدليل الانتقادات التي واجهتها الحكومة الإسرائيلية أثناء وعقب الحرب، إلا أن ما يمكن الإشارة إليه هو كيفية تسيير هذه المنظومة على الأرض بالشكل الذي أتاح لها هذا التفوق والسبق الإعلامي والتحكم في الرواية بالمقارنة مع الترسانة الإعلامية داخل وخارج إسرائيل والواقعة تحت سيطرة اللوبي الصهيوني.

نقطة أخرى تجدر الإشارة إليها وهي أن هذا التفوق الإعلامي لم يكن بمعزل عن الجانب العسكري وهذا ما لمسناه في ثنايا الموضوع، من تجنيد حزب الله لعناصر من جناحه المقاتل بغرض فرض رقابة إعلامية على الصحفيين وأماكن تواجدهم لمنع تسريب معلومات قد لا تتماشى وأهداف الحزب، فمضمون ما روج في وسائل الإعلام التابعة للحزب أو التي سارت في دربه سواء كان تعبئة أو حرباً نفسية أو دعاية كان هدفها دعم المجهود العسكري لحزب الله في إطار الهدف العام وهو التضيق الإعلامي على إسرائيل بواسطة الرأي العام لإجبارها على التراجع.

- **الفرضية الثانية:** أن قناة المنار التابعة لحزب الله لعبت دوراً أساسياً ومحورياً في الحرب الإعلامية التي دارت فقد كانت لسان حال الحزب من خلال الأمين العام للحزب وهي التي تدير الحرب النفسية، ولعل ما منحها هذا الدور هو تواجدها الآن في ساحة المعركة الشيء الذي لم يكن متاحاً لباقي القنوات الإعلامية بسبب الحصار الذي ضربته حزب الله على الجنوب كجزء من الإستراتيجية الاتصالية لاحتكار المعلومة، فجددت بذلك مهمة الإعلام الحربي من خلال المراسلين المدمجين في الجناح العسكري للحزب.

هذا ما جعلها مصدراً لرصد ما كان يجري على الأرض، وكذلك من خلال ظهور الأمين العام للحزب الذي كان لمصداقيته انعكاس على مصداقية، وقد مثل بذلك أحد عناصر إستراتيجية الحزب الاتصالية من خلال الخطاب المشحون وعدم المبالغة في نقل الوقائع وترجمتها، فالمعادلة بالنسبة لحزب الله في إستراتيجية اتصالية فعالة تضاهي الدعاية الإسرائيلية كانت قناة متفردة بالمعلومة زائد شخصية كاريزمية وقائد رأي مؤثر يضمن التأثير في الرأي العام واستعطافه بما يضمن مشروعية الفعل، وفي المقابل محاولة تجريد الخصم منها.

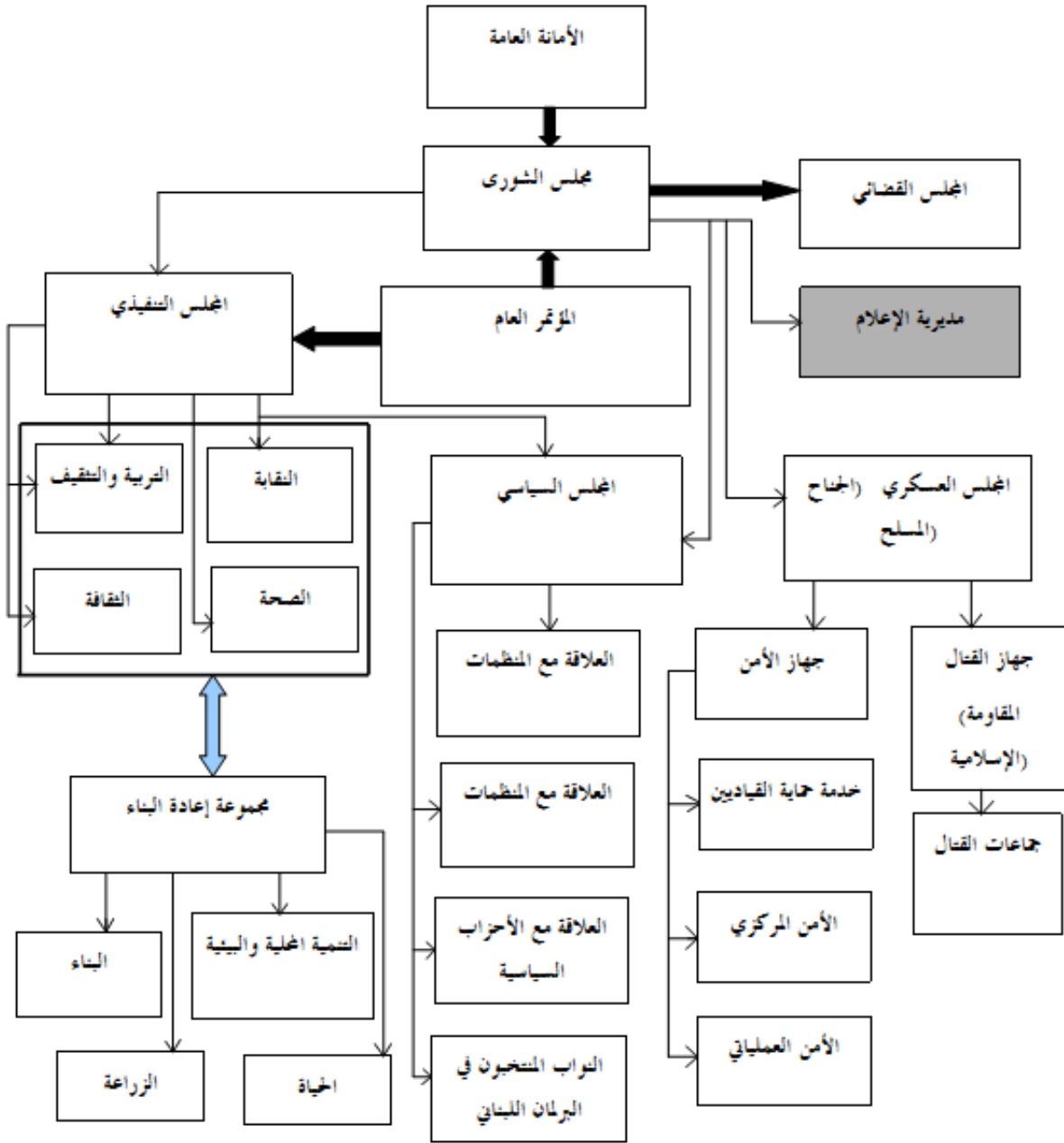
- أما فيما يخص مناقشة الفرضية الثالثة والمتعلقة بمدى نجاح الإستراتيجية الاتصالية بتحقيق تماسك الجبهة الداخلية في مقابل خلق بلبلة في صفوف العدو، يمكن القول أن الغاية تحققت فبعد الأيام الأولى كان هناك لوم على حزب الله، لكن مع توالي أيام الحرب انقلب معظم الرأي العام ضد إسرائيل لطريقة تعاملها العنيفة، فالرأي العام داخل إسرائيل طالب الحكومة بوقف فوري لإطلاق النار وكانت له تداعيات فيما بعد في ضرورة محاسبة القيادات المسؤولة عن هذا الإخفاق.

في المقابل تعززت صورة الحزب داخل لبنان في أوساط جماهيره والمتحالفين معه، وفي أوساط الجماهير في العالم العربي كحركة مقاومة استطاعت التصدي لإسرائيل، المهمة الذي أخفقت فيها الجيوش العربية عبر خمس حروب خاضتها في إطار الصراع العربي الإسرائيلي.

وفي الأخير يمكن القول أن حركة المقاومة باسم حزب الله نموذج متميز في الأداء الذي استطاع من خلاله الاندماج في عصر المعلومات دون التخلي عن المبادئ الأساسية التي شيد عليها الحزب، لخصها في إستراتيجية متكاملة بين ما هو عسكري، سياسي واتصالي في إطار سعيه ليصبح فاعلا إقليميا يمثل محور المقاومة والممانعة للمشروع الصهيوني في المنطقة كأحد أهداف الحزب المعلنة

قائمة الملاحق

- ❖ الملحق 01: الهيكل التنظيمي لحزب الله.
- ❖ الملحق 02: مقارنة شعار حزب الله لفترة قبل 1992 وبعدها.
- ❖ الملحق 03: بعض المؤسسات الصحية التابعة لحزب الله.
- ❖ الملحق 04: استطلاع رأي حول رأي اللبنانيين من حرب جويلية 2006.
- ❖ الملحق 05: استطلاع رأي اللبنانيين حول القناة التي يفضلها خلال شهر رمضان.
- ❖ الملحق 06: نظرة عامة على وسائل الإعلام التابعة لحزب الله.



¹ - Bric Le Gouvello de la porte, *Les stratégies d'information et de la communication du Hezbollah libanais*, Association des anciens de l'Ecole de Guerre Economique, 2007, p. 18.

- الملحق 02: مقارنة شعار حزب الله لفترة قبل 1992 وبعدها



بعد سنة 1992



قبل سنة 1992

- الملحق 03: حزب الله: فاعل اجتماعي¹

- بعض المؤسسات للمنظمة الإسلامية الصحية التابعة لحزب الله:

تاريخ التأسيس	التموضع/منطقة النشاط	النوع/الاسم
		- المستشفيات :
1986	بعلبك – البقاع	مستشفى الخميني
1986	بيروت- الضاحية الجنوبية	دار الحورة للنساء والأطفال
		- المستوصفات:
1983	بيروت- الضاحية الجنوبية شارع ماضي	الإمام الرضا
1985	شارع فرحات	الإمام الحسن
1985	شارع فرحات	الإمام الحسين
1985	بئر حسن	الإمام الصادق
1985	برج البراجنة	سيد الشهداء
1986	شارع العيلاكي	الإمام علي
1986	شارع خلدة	الإمام الخوي
1987	الجينة	السيدة زينب

¹ - JL Marret, "un exemple de parti politique avec bras armé : Le Hezbollah", *op. cit.*, p. 11.

	جنوب لبنان	- العيادات:
1985	طيرطابة	الإمام حسن بن علي
1985	عيتيت	الإمام الحسين بن علي
1986	الغازية	الإمام المهدي
1986	خربة سلوم	الإمام الهادي
1986	عين بوسور	الإمام الرضا
1986	قرب الحدود الإسرائيلية	العيادات المتنقلة

	البقاع	- المستوصفات:
1985	مشجرة	مشجرة
1985	السحمور	السحمور
1986	عين الطينة	عين الطينة

	بيروت- جنوب لبنان	- عيادات طب الأسنان:
1987	الغبيري (شارع رئيسي)	عيادة الغبيري
1987	حارة حريك (شارع رئيسي)	عيادة حارة حريك

		- الصيدليات:
1985	بيروت - برج أبو حيدر	الشهيد 1
1987	الضاحية الجنوبية	الشهيد 2
1987	الضاحية الجنوبية	الشهيد 3

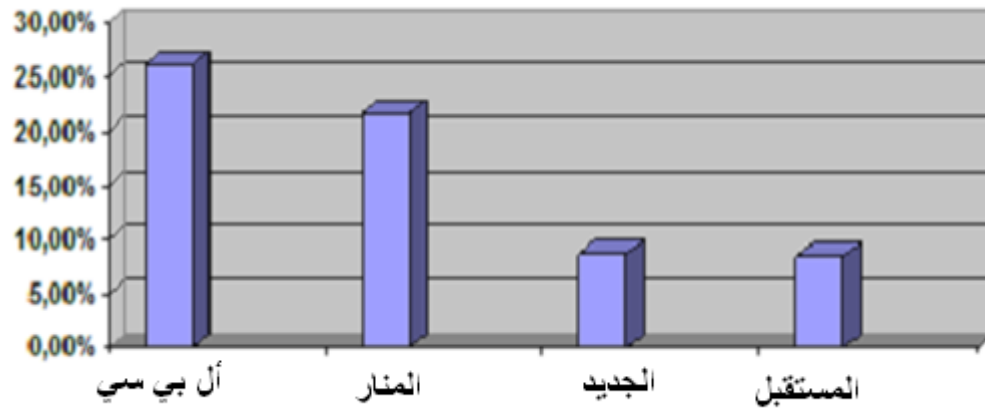
		- مراكز الدفاع المدني:
1985	الضاحية الجنوبية- بئر العابد	الأحياء الرئيسية العامة
1986	الضاحية الجنوبية - الشياه	الفرع 1
1985	بيروت - برج أبو حيدر	الفرع 2
1986	جنوب لبنان - عين بسوار	الفرع 3
1986	جنوب لبنان - خربة سلوم	الفرع 4
1987	جنوب لبنان - الغازية	الفرع 5

- الملحق 04: استطلاع رأي حول رأي اللبنانيين من حرب جويلية 2006 مع إسرائيل، نشر في جريدة The Daily Star يوم 2006/07/26¹

استطلاع رأي في لبنان بعد حرب 2006 مع إسرائيل						
المسيحيين	الدروز	الشيعة	السنة	المعدل العام		
%54,7	%40,1	%96,3	%73,1	%70,1	نعم	السؤال 1
%45,3	%59,9	%3,7	%26,9	%29,9	لا	هل تدعم تحرك المقاومة لأسر الجنديين الإسرائيليين لتبادل الأسرى
%80,3	%79,5	%96,3	%88,9	%86,9	نعم	السؤال 2
%17,5	%13,70	%3,7	%11,1	%11,8	لا	هل تدعم المقاومة التي قادتها المقاومة ضد الاعتداء الإسرائيلي على لبنان
%2,2	%6,8	%0,0	%0,0	%1,3	لا أعرف	
%44,7	%34,10	%6,5	%24,6	%28,4	نعم	السؤال 3
%38,15	%54,5	%93,5	%72,7	%63,3	لا	هل تعتقد أن إسرائيل تستطيع هزيمة المقاومة
%17,2	%11,4	%0,0	%3,2	%8,3	لا أعرف	
%57,8	%48,5	%7,9	%27,8	%35,5	نعم	السؤال 4
%28,1	%40,1	%90,7	%69,0	%56,9	لا	هل تعتقد أن الولايات المتحدة وإسرائيل تستطيعان في فرض شروطها بخصوص وقف إطلاق النار
%14,1	%11,4	%1,4	%3,2	%7,9	لا أعرف	
%11,2	%11,4	%3,7	%6	%7,8	نعم	السؤال 5
%85	%88,6	%94,4	%91,7	%89,5	لا	هل تعتقد أن الولايات المتحدة تلعب دور الوساطة الأمينة في هذه الحرب
%3,8	%0,0	%1,9	%2,2	%2,7	لا أعرف	
%15	%13,6	%3,2	%7,9	%9,5	نعم	السؤال 6
%87,1	%81,8	%96,3	%87	%85	لا	هل تعتقد أن الـم.أ.تتبنى موقفا إيجابيا بخصوص لبنان في هذه الحرب
%6,9	%4,6	%1,4	%5,1	%4,9	لا أعرف	
%43,7	%40,9	%17,2	%33,4	%33,5	نعم	السؤال 7
%51,9	%59,1	%82,8	%64,8	%64,3	لا	هل تعتقد بأن التحرك السياسي والدبلوماسي للحكومة اللبنانية كاف لمواجهة هذا الاعتداء
%4,4	%0,0	%0,0	%1,8	%2,2	لا أعرف	
%61,9	%50,1	%17,1	%38,5	%42,8	نعم	السؤال 8
%34,7	%45,5	%80,1	%58,3	%54	لا	هل تعتقد بأن الحكومة قادرة على تحمل مسؤولياتها التكفل بالنازحين في
%3,4	%4,5	%2,8	%3,2	%3,2	لا أعرف	

¹ - Josh Lions, *Hezbollah's use of arab media to galvanize support*, Urban Warfare Analysis Center, (30 July 2008), p. 09.

-الملحق 05: استطلاع رأي اللبنانيين حول القناة التلفزيونية التي يفضلها خلال شهر رمضان¹.



¹ - Olfa Lamoum, "Al-Manar: Seeing and hearing Lebanese Hezbollah," 11/10/2010, see: <http://www.inaglobal.fr/en/television/article/al-manar-seeing-and-hearing-lebanese-hezbollah?tq=1>, (17/11/2011).

- الملحق 06: نظرة عامة على منظومة وسائل الإعلام التابعة لحزب الله¹

تقدير الفئات المستهدفة					نطاق التغطية	اللغات المستعملة	القضايا الأساسية التي تركز عليها	النوع	الإسم
					شامل	العربية، الإنجليزية، الفرنسية، العبرية	سياسية، اجتماعية، دينية، شرعية	محطة تلفزيونية	المنار
					إقليمي	العربية	سياسية، اجتماعية، دينية، شرعية	محطة إذاعية	النور
					محلي	العربية	دينية، شرعية	محطة إذاعية محلية	الإسلام
					محلي	العربية	دينية، شرعية	محطة إذاعية محلية	الإمام
					محلي	العربية	دينية، شرعية	محطة إذاعية محلية	صوت المستضعفين
					وطني	العربية	سياسية، اجتماعية	جريدة أسبوعية	الانتقاد
					وطني، محلي	العربية		جريدة أسبوعية	البلاد
					وطني، محلي	العربية		جريدة أسبوعية	الوحدة
					وطني، محلي	العربية		جريدة أسبوعية	الإسماعيلية
					وطني، محلي	العربية		جريدة شهرية	السبيل
					إقليمي	العربية، الإنجليزية	المقاومة المسلحة	ألعاب فيديو	القوات الخاصة القوات الخاصة 2
					محلي، إقليمي	العربية	دينية، شرعية	كتب، كتيبات ومقالات	مختلف
					محلي (وطني)	العربية	دينية، شرعية	الإعلام التخطيطي كالأعلام، الملصقات	مختلف
					إقليمي	العربية	سياسية، اجتماعية، دينية، شرعية	الأشرطة والأقراص	مختلف
					إقليمي (شامل)	العربية	سياسية، اجتماعية، دينية، شرعية	الإنتاج الموسيقي الأناشيد	مختلف
					شاملة		أنظر الجدول الخاص بالمواقع الإلكترونية	مواقع إلكترونية	مختلف

¹ - Rune Friberg Lyne, *Hizb'allah's communication strategy* (DIIS report, 2009), p. 13.

- قائمة المراجع والمصادر

أ. باللغة العربية

■ الكتب

1. أبو النصر، سامية: الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2010.
2. أبو عامر، علاء: العلاقات الدولية: الظاهرة والعلم.. الدبلوماسية والإستراتيجية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2004.
3. أحمد، رفعت السيد: حسن نصر الله.. ثائر من الجنوب، دار الكتاب العربي، دمشق- القاهرة، 2006.
4. الإمام الخميني: نهضة عاشوراء، دار الوسيلة، بيروت، 1996.
5. الحمداني، حازم: الإعلام الحربي والعسكري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
6. السيد، الغضبان: الفضائيات العربية: مالها وما عليه، دار سفير الدولية للنشر، القاهرة، 2010.
7. السيد نافعة، حسن: الحرب الإسرائيلية ضد حزب الله ولبنان، مركز الزيتونة للدراسات والإستشارات، التقرير الإستراتيجي الفلسطيني لسنة 2006، بيروت.
8. العبد الله، مي: الدعاية وأساليب الإقناع، دار النهضة العربية، بيروت، ط2، 2011.
9. الكيالي، عبد الوهاب: موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط3، ج.1، 1990.
10. المشاط عبد المنعم، عز الدين ناهد: تداعيات الحرب الإسرائيلية اللبنانية على مستقبل الشرق الأوسط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2009.
11. بلقزيز، عبد الإله: حزب الله من التحرير إلى الردع (1982-2006)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ديسمبر 2006.
12. بركوفيتش، داني: هل يمكن قطع رؤوس الهيدرا؟ معركة إضعاف حزب الله، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة.
13. بزي، محمد حسين: الوعد الصادق: يوميات الحرب السادسة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2006.
14. حمدان المصالحه، محمد: الاتصال السياسي: مقترح نظري - تطبيقي، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، ط2، 2002.
15. حمود، عبد الحليم: إسرائيل وحزب الله: الحرب النفسية، دار وكتبة الهلال، بيروت، 2007.

16. جمال باروت وآخرون، الأحزاب والحركات والجماعات الإسلامية، المركز العربي للدراسات الإستراتيجية، ط1، ج.2، 2006.
17. خضور، أديب: الإعلام المتخصص، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2003.
18. حسيني، صفوان عصام: الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة فكر ومجتمع، العدد9 (جويلية 2011).
19. عبد الرحمن، عواطف: إعلام المقاومة في الوطن العربي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2005.
20. سعد، غريب أمل: حزب الله: السياسة والدين، ترجمة: حسن الحسن، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت، ط1، 2009.
21. شرارة، وضاح: دولة حزب الله: لبنان مجتمعا إسلاميا، دار النهار، بيروت، 1996.
22. شلبي، محمد: المنهجية في التحليل السياسي، دار هومة، الجزائر، 2002.
23. فضل الله، حسن: الخيار الآخر، حزب الله، السيرة الذاتية والموقف، دار الهادي، بيروت، 1994.
24. قاسم، نعيم: حزب الله، المنهج.. التجربة.. المستقبل، دار الهادي، بيروت، ط1، 2006.
25. نور الدين، نجيب: إيديولوجيا الرفض و المقاومة، دار الهادي للنشر والتوزيع، بيروت، 2004.
26. ياسين، عبد القادر وآخرون، الحرب السادسة: النصر المختطف، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2007.

■ الرسائل الجامعية

1. مطلق شقور، رفقة نبيل: أثر حزب الله في تطوير فكر المقاومة وأساليبها في المنطقة العربية، رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح بنابلس – فلسطين.
2. درياسة، جهيد: التلفزيون الفضائي والحرب النفسية: دراسة حالة الحرب الإسرائيلية على لبنان جويلية 2006، رسالة ماجستير في علم النفس، 2009، جامعة الجزائر.

■ المقالات

1. أبو عون ناصر، الخطاب الإعلامي وتأثيراته على الرأي العام.
<http://nasseroon.maktoobblog.com>
2. الزغلول، عماد عبد الرحيم: الروح المعنوية ودور القائد في تنميتها، ع. 16، جامعة مؤتة، عمان-الأردن، 2003.
3. الزرو نواف، نصر الله نصف المعركة نصف هزيمة إسرائيل (2010/7/28).
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/8765CAB7-54E2-4CEE-AE04-33B6B4742B1B.htm>

4. المقدم نبيل، الحرب النفسية تسابق العمليات العسكرية في انتصار تموز 2006 (2011/08/12).
<http://www.alintiqad.com/essaydetailsf.php?eid=46261&fid=37>
5. اللداوي مصطفى يوسف ، الجيش الإسرائيلي وأزمة المواجهة (2009/10/21).
<http://arabrenewal.info/component/content/article>
6. الخلف عثمان، عدوان تموز والحرب الإعلامية، جريدة الفرات (2008/7/20)
<http://furat.alwehda.gov.sy/archive.asp?FileName=24893974220080720003550>
7. بلقزيز عبد الإله ، قراءة في إستراتيجية خطاب "حزب الله" أثناء الحرب.
<http://arabrenewal.info>
8. حطيط أمين محمد ، حرب 2006 على لبنان.. خلفية وأداء ونتائج (2006/8/15).
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/B74B1C8A-143C-490F-94E0-06257D192236.htm>
9. شعيتو أحمد ، حرب تموز ألفين وستة ... كيف أدارت المقاومة الحرب النفسية ضد العدو؟
<http://www.alintiqad.com/essaydetailsf.php?eid=34543>
10. طوالبه حسن، فيالق الإعلام في الحرب النفسية والعسكرية.
<http://www.al-moharer.net/moh247/tawalbeh247b.htm>
11. عبد الفتاح بشير، الموقف العربي من العدوان الإسرائيلي على لبنان (2006/10/01).
<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=221767&eid=165>
12. فوهام ماجد، أداء الإعلام الإسرائيلي ومجلس الصحافة خلال الحرب (2006/10/20).
<http://www.arabs48.com/?mod=articles&ID=40947>
13. محمد حسام حسن، ملف الخطاب الرسمي الإسرائيلي خلال الحرب علي لبنان يوليو - أغسطس 2006، تر: مروة جابر أحمد.
<http://www.hewaronline.net/tahevoz/7%27tabat/MalafEI7%27etabEIIsrail.htm>
14. هارمان، كريس: حزب الله وحرب إسرائيل الخاسرة، مجلة الاشتراكية الأممية، العدد 112 (خريف 2006) تر: نور منصور، مركز الدراسات الاشتراكية - القاهرة.
<http://www.isj.org.uk/docs/hizbollaharabic.doc>
15. رائدة قنديل، غسان أبو الحسن، حركات الإسلام السياسي والغرب في القرن العشرين - حزب الله نموذجا- مركز حقوق الإنسان والمشاركة الديمقراطية، مارس 2008
<http://www.shams-pal.org/pages/arabic/publications/hezbAllah.pdf>

■ الجرائد

1. أبو خليل أسعد، جريدة الأخبار (2006/08/23).
2. ايديعوت أحرونوت (2006/7/16).
3. جريدة الأخبار، "عون لفيلتمان: جميع اللبنانيين ملزمون بدعم من يقاتل إسرائيل"، العدد 1364 (2011/03/16).
4. جريدة النهار اللبنانية (1993/9/28).
5. حافظ صلاح الدين، لم يتركوا لنا سوى الكراهية، جريدة الأهرام (2006/08/30).
6. حمود زين، حزب الله من الداخل: أسرار وخفايا، مجلة الشراع (1995/8/14).
7. مرعي زهرة، الغالبون: مسلسل رمضاني على قناة المنار، جريدة القدس العربي، العدد 6870 (2011/07/14).

ب. باللغة الفرنسية

■ الكتب

1. GUERIN Alexandre, *le Hezbollah face aux forces armées: perspective historique des modes d'action*, (DREX) division recherche et retour d'expérience, 17 mars 2009.
2. Briec Le Gouvello de la porte, *Les stratégies d'information et de la communication du Hezbollah libanais*, Association des anciens de l'Ecole de Guerre Economique, 2007.

■ المقالات

1. Anonyme , *petit traité de propagande*
<http://superieur.deboeck.com/ressourceextra9782804155803PROPAG - Extr ch4.pdf>
2. Centre d'Information sur les Renseignements et le Terrorisme au Centre d'Etude Spéciale (CES), *Nouvelles sanctions imposées par la communauté internationale à la chaîne Al-Manar du Hezbollah*, 29 mars 2006.
http://www.terrorism-info.org.il/malam_multimedia/fr_n/pdf/almanar_f0306.pdf
3. Gonzales Paule, Le Figaro, *Les médias, l'autre arme de la guerre du Liban*, vendredi 11 août 2006.
http://www.desinfos.com/spip.php?page=article_pdf&id_article=5515
4. Lamloum Olfa, "Al-Manar: pilier dispositif communicationnel du Hezbollah," *confluences méditerranée*, no. 69 (printemps 2009).
5. Le Saint Jean-Patrice, *Israël – Hezbollah : la fin des illusions stratégiques* .
http://www.army.forces.gc.ca/ajdocumentsvol_10iss_2CAJ_vol10.2_05_f.pdf
6. Marret JL, *un exemple de parti politique avec bras armé : Le Hezbollah*.
http://www.frstrategie.org/barreCompetencesapprochesRegionalesfiche_Hezbollah.pdf
7. Pahlavi M. Pierre Cyril ,*La guerre des 33 jours :un exemple de lutte psychologique de l'âge de l'information* ,Le Journal de l'Armée du Canada, Vol. 10.2 (été 2007).

ج. باللغة الإنجليزية

▪ الكتب

1. Brennen Lisa, "*Hezbollah: Psychological warfare against Israel*" Master's Thesis, Naval Postgraduate School, (March 2009).
2. Gamson, W.A . Wolfsfeld, G. *mouvement and media as interacting systems* ,Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1993, vol. 528.
3. kalb Mervin and Seivetz Carol, "*The Israeli- Hezbollah war of 2006: media as weapon in the asymmetrical conflict*".
http://www.brookings.edu/~media/Files/events/2007/0217islamic%20world/2007islamforum_israel%20hezb%20war.pdf
4. Lyme Rune Friberg, *Hizb'allah's communication strategy*, DIIS report, 2009.
5. Osip Yelena, *Hizballah's Media Strategy: Creating a "Theater of Terror"*, 2011.
<http://journalofinternationalservice.org/wp-content/uploads/2011/08/OsipovaF11.pdf>
6. Plano, jack C and Olton, *The international relation dictionary*, 3rd edition, Santa Barbara: ABC-Clio, 1982.
7. Josh Lions, *Hezbollah's use of arab media to galvanize support*, Urban Warfare Analysis Center (30 july 2008).
8. Robert L. Heath, *Encyclopedia of public relations*, Sage Publications, 2005.

▪ المقالات

1. A. Acosta David, "*Hizballah: Deception in the 2006 Summer War,*" (Winter 2008).
<https://www.jiowc.osis.gov/Publications/IOSphere/index.cfm>
2. Baylouny Anne Marie, *Al-Manar and Alhurra:Competing Satellite Stations and Ideologies*, n.2, october 2006, The George C. Marshall European Center for Security Studies.
http://www.marshallcenter.org/mcpublishweb/MCDocs/files/College/F_Publications/occPapers/occ-paper_2-en.pdf,
3. Baylouny Anne Marie, *Not Your Father's Islamist TV: Changing Programming on Hizbullah's al-Manar*, consulted on 17/11/2011.
<http://www.arabmediasociety.com/index.php?article=728&p=2>

4. Conway Maura ,*Terror TV? An Exploration Of Hizbollah's Al-Manar Television* .
http://doras.dcu.ie/4991/terror_tv_2007.pdf
5. Fontana Lorenza, "*Hezbollah vs Israel: Confronting Information Strategies in the 2006 Lebanese War,*"
http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20100330144810_Fontana_-_for_pdf.pdf
6. L. Addis Casey, *Lebanon: Background and U.S. Relations*, Congressional Research Service, July 23, 2009
<http://www.crs.gov>
7. Lamloum Olfa, "*Al-Manar: Seeing and hearing Lebanese Hezbollah*"
<http://www.inaglobal.fr/en/television/article/al-manar-seeing-and-hearing-lebanese-hezbollah?tq=1>
8. R. Corman Steven; S. Schiefelbein Jill, "*Communication and Media Strategy in the Jihadi War of Ideas,*" Arizona State University, (April 20, 2006).
http://comops.org/publications/CSC_report_0601-jihad_comm_media.pdf
9. Weimann Gabriel ,*Hezbollah Dot Com: Hezbollah's Online Campaign*
<http://web.bgu.ac.il/NR/rdonlyres/34396BDB6C0E4931A077697451885123/34393/Weimannedited.pdf>