

التخطيط الريادي (الاستراتيجي) للمقاومة الإعلامية



د. عبد الرحمن سلوم الرواشدي

المشرف العام على وكالة حق الإخبارية alruashdy@yahoo.com

ملخص الدراسة

لكل معركة أدواتها وأسلحتها التي بها تجاهد الأمة عدوها وتخوض صراعاها، ويمثل الإعلام اليوم أمضى الأسلحة وأشدها فتكاً في معركة التحرر من الهيمنة والتبعية وصد الغزو والعدوان على الأرض والعقيدة والقيم . وأي محتل يستهدف في حربه منظومة القيم والمفاهيم لأبناء البلاد التي يحتلها ساعياً بذلك إلى تغييرها وتبديلها بما يتوافق مع مشاريعه ومنظومته الفكرية والسياسية والاجتماعية، ومن هنا تتجلى أهمية المقاومة الإعلامية ودورها، وتأثيرها في تبني الإعلام المقاوم وفي تبني عملية التحرر من التبعية الإعلامية والاختراق الثقافي والمعرفي الذي تمارسه المؤسسات الإعلامية الغربية والمتغربة.

تسعى هذه الدراسة إلى ترسيخ مفاهيم المقاومة الإعلامية، وبيان مشروعياتها من الناحيتين الفقهية والقانونية؛ فإذا كانت مقاومة العدوان والاحتلال أمراً أقرته شرائع السماء وقوانين الأرض، فإن هذا ينطبق على كل ما يندرج تحت مفهوم المقاومة من جزئيات وأنواع كالمقاومة العسكرية والاقتصادية والسياسية والدبلوماسية والاجتماعية والثقافية ومنها المقاومة الإعلامية.

وتُبرز الدراسة أهمية بناء المقاومة الإعلامية وفق التخطيط (الريادي) الاستراتيجي متخذة من الإعلام المقاوم ميداناً لبلورة الأفكار، والارتقاء بها بما يتناسب وحاجة الأمة إليها في معركتها للحفاظ على وجودها وقيمها ورسالتها. وحتى يحقق التخطيط للمقاومة الإعلامية الغاية المرجوة لا بد من وضع وتحديد أهم عناصره، وهي: تحديد الرؤية عند المقاومة الإعلامية، وتحديد الرسالة التي سيتم تقديمها، وتحديد أهداف المقاومة الإعلامية بقسميها الأهداف العامة، والأهداف المرحلية.

ويمكن تحديد الأهداف العامة للمقاومة الإعلامية سواء لكونها جزءاً من المقاومة المسلحة، أو لكونها تمثل المواجهة الإعلامية للهيمنة والتبعية والاختراق الإعلامي الغربي للعالم الإسلامي، في التعريف برسالة المقاومة، وغرس ثقافة المقاومة، تحرير الإنسان المسلم من التبعية الإعلامية والثقافية للغرب، وإشاعة روح التماسك بين أبناء الأمة، وتقوية روح الرباط والجهد بين المسلمين، وإفشال مخططات العدو ومواجهة حربه النفسية، رفع معنويات المجاهدين، تصعيد الحرب النفسية ضد العدو، تقديم مادة إخبارية عن العمل المقاوم، استثمار الإنجازات المرحلية، إقامة صناعة إعلامية.

وتقدم الدراسة مجموعة من النتائج والتوصيات التي تساعد العمل الإعلامي المقاوم على الاضطلاع بمهامه الجسيمة الملقة على عاتقه والمنتظرة منه، كما تحدد الدراسة أهم استراتيجيات الإعلام المقاوم كتوصيات للقائمين به.

التخطيط الريادي (الاستراتيجي) للمقاومة الإعلامية



د. عبد الرحمن سلوم الرواشدي

المشرف العام على وكالة حق الإخبارية alruashdy@yahoo.com

مقدمة:

شكّل احتلال فلسطين منعطفاً تاريخياً في تاريخ الأمتين: العربية والإسلامية، ورغم حركات التحرر العربية والإسلامية التي تلت هذا الاحتلال، إلا أن قضية فلسطين ظلت الجذوة التي أبقت الفكر الجهادي والمقاوم مُتقدِّماً، رغم ما واجهته الأمة من تحديات وعقبات وأزمات عصفت بها، حتى كادت تذهب بهويتها وقيمها، ثم جاء احتلال العراق لتكون المقاومة التي انطلقت ضده المشعل الذي أضاء من جديد سراج ثقافة المقاومة ليشتع بنوره على المدن العربية والإسلامية؛ فأعادت الثقة لأبنائها لينطلقوا من جديد في تشكيل هويتهم ومنظومة قيمهم؛ وفق مرجعية الشريعة وإطارها المقاوم والممانع.

إن المقاومة المعاصرة انطلقت ليس لتبني المشروع المقاوم المسلح فحسب، وإنما امتدت تداعياتها ساعية لإحياء المقاومة الثقافية والإعلامية والسياسية والاقتصادية؛ إذ وقعت هذه المجالات تحت نير الاحتلال.

ومما لا شك فيه أن أي محتل يستهدف في حربه منظومة القيم والمفاهيم لأبناء البلاد التي يحتلها ساعياً بذلك إلى تغييرها وتبديلها بما يتوافق مع مشاريعه ومنظومته الفكرية والسياسية والاجتماعية، لاسيما تلك المفاهيم والقيم التي تبقى جذوة السعي للتحرر من الاحتلال بكل صوره وأشكاله متقدة ووهاجة في قلوب أبناء الأمة المحتلة كلياً أو جزئياً، وأمتنا الإسلامية اليوم تعيش أشد معاركها في الحفاظ على وجودها وعقيدتها وقيمها ومفاهيمها التي من دونها فإن مصيرها إلى الذوبان في الأمم المتغلبة، أو أن تذهب بشخصيتها الإسلامية وتتسلخ عن هويتها ورسالتها الربانية في إخراج الأمم من الظلمات إلى النور.

ومعلوم أن لكل معركة أدواتها وأسلحتها التي بها تجاهد الأمة عدوها وتخوض صراعها، ومعلوم أيضاً أن الإعلام يمثل اليوم أمضى الأسلحة وأشدّها فتكاً في معركة التحرر من الهيمنة والتبعية وصدّ الغزو والعدوان على الأرض والعقيدة والقيم.

ومن هنا تتجلى أهمية المقاومة الإعلامية، ودورها وتأثيرها في تبني الإعلام المقاوم، وفي تبني عملية التحرر من التبعية الإعلامية والاختراق الثقافي والمعرفي الذي تمارسه المؤسسات الإعلامية الغربية والمتغربة.

إن هذه الدراسة تسعى أولاً إلى ترسيخ مفاهيم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها، ومن ثم بنائها على وفق التخطيط الاستراتيجي؛ متخذة من الإعلام المقاوم ميداناً لبلورة الأفكار، والارتقاء بها بما يتناسب وحاجة

واتجاههم وميولهم.^(٢)

ويمكن أن نعرّف المقاومة الإعلامية^(٣) بأنها: النشاط الإعلامي الذي يقاوم الغزو والعدوان على الأمة بكل صورته، ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق، ويقدم رسالة الأمة وقضاياها ذات العلاقة عبر وسائل الاتصال.

النشاط الإعلامي: قيد لإخراج ما سواه من أنشطة

المقاومة العسكرية والاقتصادية والسياسية وغيرها.

الغزو: عملية دخول منظم إلى أرض تخص جماعة

أخرى دون إرادة أهلها، وبهدف الاستيلاء عليها، واحتلالها ظلمًا وعدوانًا^(٤)، ومنه الغزو الثقافي: وهو أخطر أشكال الاحتلال المعاصر؛ لأنه يسهم في إضعاف الشعوب عن أمرها في معتقداتها وثقافتها وقيمها عن طريق نشر لغة المحتل وثقافته.

العدوان: هو استعمال القوة المسلحة من قبل دولة

ضد سيادة دولة أخرى، وضد سلامة أراضيها أو استقلالها السياسي.^(٥)

صوره: المقاومة الإعلامية تواجه وتتناول في تغطيتها

وتحليلاتها جميع صور العدوان المادية والمعنوية، سواء أكان العدوان عسكريًا أم اقتصاديًا أم سياسيًا أم دبلوماسيًا أم اجتماعيًا أم ثقافيًا وبلا شك إعلاميًا.

(٢) د. إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٠م، ص ٢٧.

(٣) هنالك بعض المفاهيم التي تشترك أو تقترب منه، ومنها: الإعلام الجهادي، والإعلام المقاوم. ونرى أن المصطلح الشرعي هو الإعلام الجهادي، أما الإعلام المقاوم فهو قاسم مشترك بين كل الجماعات المقاومة على اختلاف مرجعياتها الفكرية ودوافعها القتالية. ومقاومة الاحتلال هي مقصد من مقاصد تشريع الجهاد، فإن لم يقتصر على مفهوم الإعلام الجهادي فيمكن الجمع بينهما تحت مسمى إعلام المقاومة الجهادية، ينظر كتابنا الإلكتروني: الجهاد الإعلامي تاصيل وتنفيذ، www.haqnews.net، ومقال صناعة الإعلام المقاوم، مجلة البيان العدد ٢٥٢.

(٤) د. عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ط ١، ج ٤/ ٣٥٢.

(٥) المرجع السابق ص ٤٠ - ٤١.

الأمة إليها في معركتها للحفاظ على وجودها وقيمها ورسالتها، ولذا جاءت هذه الدراسة في مقدمة ومبحثين وخاتمة: استعرض المبحث الأول مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها، بينما ناقش المبحث الثاني التخطيط الريادي للمقاومة الإعلامية.

نسأل الله التوفيق في معالجة هذه الفريضة العظيمة.

المبحث الأول

مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها

المطلب الأول: مفهوم المقاومة الإعلامية:

المقاومة هي: الدفاع عن الحقوق، أو هي حق الدفاع المشروع.

وهي ضمن السنن الكونية: طاقة حيوية تتمتع بها جميع الكائنات لتحافظ بها على حياتها، كما تصدّ بها محاولة النيل من سلامتها وأمنها، وضمن النظام الدولي: استخدام القوة المسلحة من جانب عناصر وطنية من غير أفراد القوات المسلحة النظامية؛ دفاعًا عن المعالم الوطنية ضد قوى أجنبية، وسواء كانت تلك العناصر تعمل في إطار تنظيم، يخضع لإشراف وتوجيه سلطة قانونية أو واقعية، أو كانت تعمل بناء على مبادرتها الخاصة، وسواء باشرت هذا الاستخدام للقوة المسلحة فوق الإقليم الوطني أو من قواعد خارج الإقليم.^(١)

وأما الإعلام فهو عند المعاصرين: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات؛ بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرًا موضوعيًا عن عقلية الجماهير

(١) د. جمال الضمور، دراسة مشروعية الجزاءات الدولية والتدخل الدولي، ص ١٩٣ عن استراتيجية المقاومة الشاملة، القاهرة، المركز العربي، ط ١، ص ٢٩.

ومعالجة مسألة مشروعية المقاومة الإعلامية يمكن أن ننظر إليها من زاويتين: كونها جزءاً من المقاومة المسلحة؛ فتكون مشروعيتها من مشروعية المقاومة، أو أنها أمر مستقل قائم بذاته مندرج ضمن أقسام المقاومة؛ وفي كلا الأمرين سنحاول أن نستعرض مشروعية المقاومة الإعلامية من الناحيتين الفقهية والقانونية.

المشروعية الفقهية:

إن مفهوم مقاومة العدوان مندرج تحت مصطلح الجهاد والقتال في سبيل الله، ضمن منظومة الفقه الإسلامي، وتمثل جهاد الدفع بشكل أدق^(٣)، وهو القتال لدفع العدو الصائل على المسلمين أو بلاد المسلمين، وهذه النوع هو ما يطلق عليه المقاومة المسلحة بالمفهوم المعاصر أو مقاومة المنع أو المقاومة المانعة، فإذا حضر العدو إلى بلد من بلاد المسلمين؛ فإنه يجب على أهل البلد جميعاً رجالهم ونسائهم أن يخرجوا لقتاله ولا يحل لأحد أن يتخلى عن القيام بهذا الواجب؛ لقوله الله تعالى ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قَاتِلُوا الَّذِينَ يَلُونَكُمْ مِنَ الْكُفَّارِ وَلْيَجِدُوا فِيكُمْ غِلْظَةً وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ﴾ [التوبة: ١٢٣]، وعلى غيرهم من المسلمين إيعانتهم بكل ما يحتاجون إليه من سلاح أو عتاد أو رجال؛ لأن بلاد المسلمين كالبلد الواحد.

يقول الإمام القرطبي: «قد تكون حالة يجب فيها نفي الكل، وذلك إذا تعين الجهاد بغلبة العدو على قُطر من الأقطار؛ فإن كان ذلك؛ وجب على جميع أهل تلك الدار أن ينفروا ويخرجوا إليه خفافاً وثقالاً

(٣) يقسم الفقهاء الجهاد على نوعين: جهاد طلب، و جهاد دفع، وعلى ضوء ذلك يحدد حكمه ومشروعيته وشروطه. ويُقصد بجهاد الطلب: طلب العدو الكافر و قتاله في عقر داره عندما تبدو لولي أمر المسلمين المصلحة في ذلك، وهو فرض كفاية عند جمهور الفقهاء.

ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق: قيد لإخراج الإعلام المقاوم الذي هو جزء منها.

والهيمنة والتبعية كلاهما يدلان على الخضوع للآخرين، إلا أنه في الهيمنة يكون بدافع تسلط الآخرين، وفي التبعية يكون بدافع الانقياد الذاتي للآخرين^(١).

وأما الاختراق فهي سياسة تنتهجها الدول الكبرى إزاء المؤسسات والأنظمة التي لها ممانعة إلى حد ما تجاه ثقافة الغرب ومادته الإعلامية، «لقد حل الاختراق محل الاستتباع؛ فتحولت التبعية الثقافية إلى عملية تكريس لثقافة الاختراق»^(٢).

ويقدم رسالة الأمة وقضاياها، من أجل المزاجية بين المعالجة السلبية التي تكتفي بصد العدوان أو كونها رد فعل لأعمال الآخرين، وبين المعالجة الإيجابية بأن تبادر إلى تقديم رسالتها والتعريف بقضاياها، وهذا الأصل في نشاط الإعلام الإسلامي.

المطلب الثاني: مشروعية المقاومة الإعلامية:

إن مقاومة العدوان والاحتلال أمرٌ أقرته شرائع السماء وقوانين الأرض، وهذا ينطبق على كل ما يندرج تحت مفهوم المقاومة من جزئيات وأنواع كالمقاومة العسكرية والاقتصادية والسياسية والدبلوماسية والاجتماعية والثقافية، ومنها المقاومة الإعلامية.

(١) وقد قيل: بأنه لا يحق لدولة أن تدعي أنها مستقلة إذا كانت وسائلها الإعلامية تحت سيطرة أجنبية، ووسائلنا الإعلامية تخضع للغرب حتى قبيل مطلع الأنفية الثالثة، وحددت الدكتور عواطف عبد الرحمن أهم صور التبعية الإعلامية في ثلاثة: التبعية التكنولوجية للدول الغربية، والتبعية السوسيوثقافية للشركات متعددة الجنسيات، والتبعية الأكاديمية لمعاهد وكليات الإعلام الغربية. ينظر، د. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، الكويت، عالم المعرفة، ١٩٨٤م، ص ١٠٠-١٠٢ بتصرف واختصار.

(٢) محمد عابد الجابري، المسألة الثقافية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٤م، ص ١٧١.

شباباً وشيوخاً، كل على قدر طاقته، ولا يتخلف أحد يقدر على الخروج... ولو قارب العدو دار الإسلام ولم يدخلوها؛ لزمهم أيضاً الخروج إليه، حتى يظهر دين الله وتُحمى البيضة، وتُحفظ الحوزة، ويُخزى العدو ولا خلاف في هذا»^(١). ويقول الألوسي عن

قتال الكفار: «وهو فرض عين إن دخلوا بلادنا، وفرض كفاية إن كانوا ببلادهم»^(٢).

وزيادة في التأكيد على شرعية المقاومة حينما يستجد قيامها في أي بلد مسلم، نجد الفقهاء والعلماء المعاصرين لها يصدرون فتاوى تتعلق بحكم كل حالة؛

استناداً إلى هذه الأصول، كما في حركات التحرر الإسلامي ضد قوى الاستعمار والتخريب والدمار، ومنها في فلسطين وأفغانستان، والصومال، والشيشان، والبوسنة والهرسك وكوسوفو. وفي العراق أفتى كثير من العلماء والمؤسسات الفقهية بأن الجهاد في العراق هو جهاد دفع، وعلى ضوئه تم التأصيل الشرعي للمجاميع الجهادية في العراق، ومنه استمدت شرعيتها^(٣).

وأما عن مشروعية المقاومة الإعلامية بحد ذاتها، فإن مفهوم المقاومة الإعلامية مندرج ضمن الجهاد بالكلمة أو الجهاد باللسان، أو الجهاد الإعلامي، وهو أمر مشروع بالكتاب والسنة، ومن أبرز الأدلة على ذلك: قوله تعالى: ﴿فَلَا تُطِيعُ الْكُفْرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا﴾ [الفرقان: ٥٢].

فالجهاد في هذه الآية مقصور على الدعوة بالحجة والبيان لا بالسيف والسنان، ولذا كانت المقاومة

(١) الإمام القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، راجعه: د. محمد إبراهيم الحفناوي ود. محمود حامد عثمان، مصر، دار الحديث، ٢٠٠٢م (١٠ / ٤٨٧).

(٢) شهاب الدين محمود الألوسي، روح المعاني تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، بيروت، دار الفكر، ١٤١٤ - ١٩٩٣م (١٠٦/٢).

(٣) للاطلاع على نصوص الفتاوى ينظر الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل، الملاحق، للباحث، على موقع وكالة حق الإخبارية.

باللسان - أي المقاومة الدعوية والإعلامية - هي أول ما شرعه الله تعالى من أنواع الجهاد والمقاومة منذ البعثة، وخلال المرحلة المكية، يقول الإمام الشافعي رحمه الله: «فرض عليه إبلاغهم، ولم يفرض عليه قتالهم، وأبان ذلك في غير آية من كتابه»^(٤). ويقول

شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله: «فكان النبي صلى الله عليه وسلم في أول الأمر مأموراً أن يجاهد الكفار بلسانه لا بيده، فيدعوهم ويعظهم ويجادلهم بالتي هي أحسن ويجاهدهم بالقرآن جهاداً كبيراً، قال

تعالى في سورة الفرقان وهي مكية ﴿فَلَا تُطِيعُ الْكُفْرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا﴾ [الفرقان: ٥٢]: وكان مأموراً بالكف عن قتالهم»^(٥).

ويندرج ضمن هذا المفهوم كل الآيات التي تحدثت عن الدعوة والحوار والمجادلة بالتي هي أحسن مع المشركين والكفار.

ومن الأدلة قوله عليه الصلاة والسلام: عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- قَالَ: «جَاهِدُوا الْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَأَلْسِنَتِكُمْ»^(٦). واللسان مظنة الإعلام في لغة العصر، وهذا يفيد مشروعية الإعلام المقاوم، وفعل الأمر يقتضي الوجوب، وضمير الجمع يدل على أن الأمة جميعها مخاطبة بذلك.

كما أمر النبي صلى الله عليه وسلم شعراءه بالرد على إعلام المشركين؛ حيث قال لحسان: «يَا حَسَّانُ أَجِبْ عَن رَسُولِ اللَّهِ، اللَّهُمَّ أَيْدِيهِ بِرُوحِ الْقُدُسِ» رواه البخاري، وفي رواية عن البراء رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لِحَسَّانَ: «اهْجُهمْ أَوْ هَاجِهمْ وَجَبْرِيْلُ مَعَكَ» رواه البخاري، وفي كلا الروايتين

(٤) الإمام الشافعي، أحكام القرآن: ٢ / ٩.

(٥) الإمام ابن تيمية الجواب الصحيح لمن بدل دين المسيح، الرياض، دار العاصمة ١٤١٤هـ، ١ / ٢٢٧.

(٦) رواه الإمام أحمد وأبو داود وغيرهما، وصححه الألباني.

كما اعترفت المنظمات الدولية الإقليمية لاسيما جامعة الدول العربية، بحركات المقاومة الشعبية المسلحة، وبشرعية كفاحها المسلح، وتمثيلها لشعوبها، كما سمحت لها بحضور اجتماعاتها ومؤتمراتها بصفة مراقبين، فضلاً عن ممارسات الدول، والتي تجسدت في اعتراف عدد كبير منها بهذه الحركات والدخول معها في علاقات دولية ومد يد العون لها^(٤)، وأية مشروعية للمقاومة المسلحة؛ فهي تعد من باب أولى مشروعية للنشاط الإعلامي الصادر عنها.

وأما مشروعية المقاومة الإعلامية لذاتها؛ فإن التأكيد على مشروعية المقاومة الإعلامية، وحث وسائل الإعلام كافة على تبني حق الشعوب في مقاومة الاحتلال ورد العدوان تجلت في القوانين الإعلامية، وبخاصة موثيق الشرف الإعلامي التي أصدرتها جهات دولية وعربية وإسلامية، ومن أبرز ما جاء فيها:

إعلان «اليونسكو» حول وسائل الإعلام^(٥)، وتضمنت المادة الثانية منه الدعم الإعلامي للمقاومة، فقد نصت على: «إنَّ وسائل الإعلام تستطيع بما لها من دور أن تساهم مساهمة فعّالة لتعزيز حقوق الإنسان، وخاصة بالتعبير عن الشعوب المضطهدة التي تناضل ضد الاستعمار، والاستعمار الحديث والاحتلال الأجنبي، وكل مظاهر التمييز العنصري والاضطهاد والتي لا

استعمل النبي صلى الله عليه وسلم فعل الأمر.

ثانياً: المشروعية القانونية:

لقد أعطى القانون الدولي للشعوب في سعيها المشروع نحو الحصول على حقها في تقرير المصير، وممارسة هذا الحق في أن تسلك من الوسائل السلمية وغير السلمية ما تراه مناسباً لها. (١)

فقد أصدرت الأمم المتحدة، لاسيما جمعيتها العامة، قرارات عدة أكدت فيها حق الشعوب في الكفاح ومقاومة السلطات المستعمرة أو المحتلة، أو تلك التي تمارس تفرقة عنصرية صارخة، وإسباغ حماية على أسرى الحرب وعلى أفراد المقاومة الشعبية المسلحة، وحركات التحرر الوطني، ومن أبرز هذه القرارات: ما جاء في المادة ٥١ من ميثاقها التي تنص على: ليس في هذا الميثاق ما يضعف أو ينتقص الحق الطبيعي للدول، فرادى أو جماعات، في الدفاع عن أنفسهم إذا اعتدت قوة مسلحة على أحد أعضاء «الأمم المتحدة». (٢)

ومنها القرار الصادر في ١٩٧٧م وجاء فيه: تؤكد الجمعية العامة من جديد مشروعية كفاح الشعوب في سبيل الاستقلال والسلامة الإقليمية، والوحدة الوطنية، والتحرر من السيطرة الاستعمارية والأجنبية، ومن التحكم الأجنبي بجميع ما أتيح لهذه الشعوب من وسائل بما في ذلك الكفاح المسلح. (٣)

(١) د. محمد شوقي عبد العال، الوضع القانوني للمقاومة الفلسطينية المسلحة في ضوء أحكام القانون الدولي، ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٢٧.

(٢) ومنها القرار رقم ٢٦٤٩ / د- ٢٥ والمؤرخ في ٣٠ نوفمبر ١٩٧٠م، والقرار ٢٨٥٢ / د- ٢٦ والصادر في عام ١٩٧١، وفي البرنامج الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في ١٢ / ١٠ / ١٩٧٢ وعنوانه (برنامج العمل من أجل التنفيذ التام لإعلان منح الاستقلال للبلدان والشعوب المستعمرة).

(٣) كما أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في القرار رقم ٣١٠٢ في ١٢ / ١٢ / ١٩٧٢، مجموعة من المبادئ الأساسية لتثبيت ذلك، ومنها: نضال الشعوب الواقعة تحت السيطرة الاستعمارية والأجنبية والأنظمة العنصرية في سبيل تحقيق حقها في تقرير المصير والاستقلال هو نضال شرعي، ويتفق تماماً مع مبادئ القانون الدولي. هيثم الكيلاني، =

=الإرهاب يؤسس دولة، نموذج إسرائيل، دار الشروق، القاهرة ط١ / ١٩٩٧م ص ٢٢.

(٤) الدكتور محمد شوقي عبد العال، دراسة الوضع القانوني للمقاومة الفلسطينية، ضمن استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٣٤- ٣٥. وفي حرب العراق التي بدأتها أمريكا وبريطانيا من دون أي غطاء قانوني ولا تخويل مشروع حتى أطلق عليها مجلس الأمن صفة الاحتلال، فقد أصدر مجلس الأمن في حزيران ٢٠٠٢ القرار ١٤٨٣، وورد في الفقرتين ١٣ و ١٤ أن المجلس يسلم بالصلاحيات والمسئوليات والالتزامات المحددة بموجب القانون الدولي المنطبق على الولايات المتحدة وبريطانيا بوصفهما دولتين قائمتين بالاحتلال تحت قيادة موحدة.

(٥) الصادر في باريس يوم ٢٢ نوفمبر ١٩٧٨م.

على سلامة المجتمع ونسيجه الاجتماعي، وآدابه العامة التي ينبغي مراعاتها.

المبحث الثاني

التخطيط الريادي للمقاومة الإعلامية

المطلب الأول: مفهوم التخطيط الريادي (الاستراتيجي):

لقد تطور مفهوم الاستراتيجية بتطور المجتمعات البشرية، وتوسع ليدخل في كل الحقول المعرفية، بعد أن كان مقتصرًا على العلوم العسكرية، ويعرف واغانلز في القاموس الإنكليزي؛ الاستراتيجية بأنها: فن استخدام الوسائل لتحقيق الأغراض، وتشمل أربع نواحي:

- اختيار الأهداف وتحديدها.
- اختيار وتحديد الأساليب العملية لتحقيق الأهداف.
- وضع الخطط التنفيذية بخطواتها كافة.
- تنسيق النواحي المتصلة.^(٤)

أما مفهوم التخطيط الريادي (الاستراتيجي)؛ فقد برز ليشغل حيزًا كبيرًا في إدارة المؤسسات والمشاريع، وذلك من بداياته الأولى من نشوئه على يد رانسون في أوائل ستينيات القرن العشرين، وحظي باهتمام متزايد في البحث والتطبيق والدعم السياسي والاقتصادي.

والتخطيط الاستراتيجي هو: عملية التفكير المنطقي المنظم لتحليل الإمكانيات المتاحة: المادية والبشرية والمعنوية بأفضل أسلوب لتحقيق أهداف المؤسسة المرسومة، ويقدم التخطيط مجموعة من المزايا ذات الأبعاد المهمة لأية مؤسسة تتبناه أو تعتمد منها:^(٥)

١- تقديم برامج ناضجة تبرر العمل ما دامت تحقق الأهداف.

تستطيع أن تجعل أصواتها مسموعة داخل أراضيتها».

ونص ميثاق الشرف الإعلامي العربي^(١)، في المادة السادسة منه على أن: تلتزم وسائل الإعلام العربية بالنضال ضد الاستعمار بجميع أشكاله والعدوان بمختلف أساليبه، وجاء في المادة العاشرة: يتعين على وسائل الإعلام العربي أن تعطي أهمية خاصة للأخبار والمواد الإعلامية العربية عامة، وللأخبار والمواد الإعلامية التي تقدمها وكالات الأنباء العربية والصديقة خاصة.

وأكد ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي^(٢)، هذا الحق في المادة الخامسة منه على أن: يلتزم الإذاعيون المسلمون بالجهاد ضد الاستعمار بكافة أشكاله والعدوان بشتى صورته، وبالحرركات الفاشية والعنصرية، وبالجهاد ضد الصهيونية والاستعمار الاستيطاني، وأشكال القمع والقهر التي تمارسها إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني، وباليقظة الكاملة لمواجهة تلك الغزوة الضارية التي تستهدف تقويض الذات الإسلامية.

ونص ميثاق جاكركتا للإعلام الإسلامي في عام ١٩٨٠م في المادة الرابعة منه على ضرورة التزام الإعلاميين ووسائل الإعلام أن يتعهدوا بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين، وفي مقدمتها القدس وكافة الأقطار الإسلامية المضطهدة.^(٣)

ونص ميثاق الشرف الذي أعدته رابطة الصحافة الإسلامية في عام ٢٠٠٦م على: أن تتحمل الصحافة الإسلامية مسئولية الحفاظ على هوية الأمة وعقيدها وفكرها من أي اعتداء، كما تتحمل مسئولية الحفاظ

(١) المنعقد في القاهرة (٢٠٢٠/٨/١٩٧٨م).

(٢) الذي أعدته منظمة إذاعات الدول الإسلامية في رجب ١٣٩٥ هـ الموافق تموز ١٩٧٥م.

(٣) د. طه أحمد المرجعية الإعلامية في الإسلام، عمان، دار النفائس، بغداد، دار الفجر، ٢٠١٠م، ط١، ص ١٧٦.

(٤) صالح خليل أبو أصعب، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط١، ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٥م، ص ٧٨.

(٥) د. مهدي زويلف ود. أحمد القطامين، العلاقات العامة النظرية والأساليب، القاهرة ص ٤٩.

فالتغذية الراجعة أو رجع الصدى هو استخدام المعلومات المرتدة في عملية اتخاذ القرارات، أي الخطوة التي يتم بمقتضاها استعادة البيانات بعد التصحيح، بالإضافة لاتخاذ قرار جديد أو تعديل القرار القائم، وفي الإعلام هي اصطلاح يستخدم في عملية الاتصال بين مرسل ومستقبل. ويعني رد الفعل الذي يبديه مستقبل الرسالة الإعلامية، والذي يعكس أثر الرسالة عليه.. هل فهمها؟ هل يقبلها؟ هل يرفضها؟ وهكذا.

والتقويم: هو العملية التي تقوم بها المؤسسة لمعرفة مدى النجاح والفشل في تحقيق الأهداف، وكذلك معرفة نقاط الضعف والقوة، ولا تنحصر عملية التقويم في أنها تشخيص للواقع، بل هي علاج للعيوب، ويهدف إلى تعديل الطرق والوسائل التي تستخدم للوصول إلى الأهداف المنشودة، كما أنها قد تؤدي إلى تعديل الأهداف نفسها إذا ثبت عدم ملائمتها لحاجات الجمهور أو المتلقين.

والفرق بين التغذية الراجعة والتقويم أن الأولى مصدرها المتلقي، والثاني مصدره القائمون على العمل.

الإنجاز: ويعبر عن الجانب الإيجابي لأثر الرسالة الإعلامية أو ما يُعرف إعلامياً بالاستجابة الإيجابية، وهي إحدى ثلاث: حصول المتلقي على معلومات جديدة (زيادة معرفة)، أو تخليه عن مفاهيم خاطئة، أو استبدال مفاهيم خاطئة بأخرى سليمة (تصحيح).

المتلقي أو المستقبل: وهو أحد عناصر العملية الإعلامية وهو الهدف الذي تسعى العملية الإعلامية إلى تشكيل شخصيته، أو تعديل قناعاته، وحمله على تبني مفاهيم وقيم معينة.

٢- الابتعاد عن الارتجال في اتخاذ القرارات والإسراف في المال والجهد والوقت.

٣- الاستغلال الأمثل لوسائل الاتصال المتاحة للوصول إلى الجمهور.

٤- مساعدة المؤسسة على مواجهة الأحداث أو المواقف المفاجئة، وغير المتوقعة التي تصادفها، سواء داخلها أو خارجها.

٥- التنسيق بين فروع المؤسسة بما يؤدي إلى تكاملها.

التخطيط للمقاومة الإعلامية:

إن التخطيط الريادي للعملية الإعلامية: هو رسم

التخطيط الريادي للعملية الإعلامية: هو رسم ذهني لدى المرسل يعمل على تحقيق رؤية إعلامية من خلال تحديد للرسالة والأهداف والوسائل، وفق خطط مدروسة توظف الإمكانيات المتاحة وتعتمد التغذية الراجعة والتقويم لتجعل النتيجة المترتبة لدى المتلقي إنجازاً

ذهني لدى المرسل يعمل على تحقيق رؤية إعلامية من خلال تحديد الرسالة والأهداف والوسائل، وفق خطط مدروسة توظف الإمكانيات المتاحة، وتعتمد التغذية الراجعة والتقويم لتجعل النتيجة المترتبة لدى المتلقي إنجازاً. (١)

رسم ذهني: لأن التخطيط بشكل عام هو الصورة الذهنية لما يُراد إنجازه، والرسم هو الوجه المحسوس للتصورات بأي شكل (منطوق أو مكتوب أو مرسوم).

الرؤية الإعلامية: قيد لإخراج ما سواها من الرؤى التي تعتمد أنواع أخرى من التخطيط (كالعسكري والاقتصادي، والإداري والتربوي وغيرها).

الرسائل والأهداف والوسائل والخطط: هي العناصر الأساسية لأي تخطيط استراتيجي، وجميعها هنا محددة إعلامياً.

التغذية الراجعة والتقويم: وهذان عاملان مهمان يساعدان على الدعم الإيجابي للنتيجة لتكون إنجازاً.

(١) د. طه أحمد، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، عمان، دار النفائس وبغداد، دار الفجر ٢٠١٠م، ص ٧١.

المطلب الثاني: محددات التخطيط للمقاومة الإعلامية:

يتركز التخطيط الإعلامي على المعلومات والبحوث التي تثير الطريق، وعن طريقها يمكن تحديد الأهداف، ثم يأتي دور الخطة العامة، أو المنهج أو الاستراتيجية التي تتبع لبلوغ الأهداف، ومن الطبيعي أن تترجم الخطة العامة إلى برامج تنفيذية، وحتى يحقق التخطيط الغاية المرجوة، لا بد من وضع وتحديد أهم عناصره، وسنحاول رسمها من خلال التخطيط للمقاومة الإعلامية وهي:

تحديد الرؤية عند المقاومة الإعلامية:

الرؤية هي التصورات المستوعبة لكل العوامل والعناصر والإرادة المسلحة بالتصميم على تحقيق النصر أو الإنجاز، وتمثل نقطة الانطلاق لأي عمل ريادي، وتشكل الرؤية إطار العمل المقاوم وتصوغه وتعطيه أساساً ومنطقاً في تحقيق مقاصد وأهداف المقاومة.

وتتميز الرؤية بالوضوح والعمق، وتكون جذابة وعميقة الأثر في النفس وبسيطة وفضمة المعنى ومستقبلية ومرنة.

ويمكن تحديد الرؤية للمشروع المقاوم بشكل عام والمقاومة بشكل خاص بالآتي:

المقاومة حق مشروع وواجب شرعي، وهي أمثل السبل لتحرير الإنسان والمجتمعات من الغزو والعدوان بكل أشكاله وصوره وبناء المجتمع الصالح، والحفاظ على هويته ووحدته وسيادته الكاملة وقيمه الأصيلة.

وتحاول المقاومة أن تحرر الأمة من الهيمنة والتبعية الإعلامية والفكرية والثقافية والتربوية؛ لما تنتجه

الشركات متعددة الجنسيات والوكالات الدولية والمؤسسات الإعلامية، والأكاديمية والبحثية، وتوقف الاختراق داخل الإعلام العربي والإسلامي.

وهذا من أشد ما تحتاجه أمتنا؛ لأن التغريب ومسح الهوية الإسلامية لأبناء الأمة والانحدار بالمجتمعات في مهاوي التسلية والرذيلة أكبر من محاربتها عسكرياً، والفتنة أشد من القتل.

والأمة مسئولة عن تفعيل المقاومة الإعلامية التي تغطي نشاط المقاومة بكل صورها ومتعلقاتها ورسالتها، وتقديم المفاهيم وقضايا الأمة في وسائل الإعلام المتاحة، والتي تعمل على مواجهة وصدّ التدفق الإعلامي الذي ينال من أمتنا أو يغرس المفاهيم الغربية المناهية لطبيعة مجتمعاتنا.

تحديد الرسائل:

الرسالة الإعلامية هي إحدى عناصر العملية الإعلامية، وهي المحتوى المعرفي والفكري الذي يريد المرسل نقله إلى المتلقي، أو جملة من المعلومات والأفكار والمعاني والتصورات التي يريد المصدر نقلها إلى المستقبل عبر الوسائل الإعلامية.^(١)

ويرى بعض الباحثين أنها: مجموعة الرموز التي تعبّر عن معاني محددة تقبل البث والنشر، ويرى بارن لند بأنها: المعنى أو الأفكار المضمنة في قالب يحتويها ويجسدها.^(٢)

وبلغة مهنية تمثل الرسالة المادة التحريرية التي تتضمنها الوسائل الإعلامية، بياناً أو تصريحاً أو خبراً أو مقالاً، أو تحليلاً أو حواراً.

(١) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، ص ١٢٢.

(٢) د. سعيد إسماعيل صيني، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، الرياض، ص ١٣٩.

وفي أي تخطيط استراتيجي تقسم الأهداف عادة إلى قسمين: أهداف عامة، وأهداف مرحلية، وعلى ضوء ذلك يمكن أن نحدد الأهداف التي تسعى المقاومة الإعلامية إلى تحقيقها بالآتي:

الأهداف العامة:

وهي الأهداف الرئيسية التي تعالج محوراً ريادياً أو أكثر، وتكون بمثابة تفاصيل عامة له، ولذا يطلق عليها أيضاً الأهداف الريادية.

ويندرج تحتها مجموعة من الأهداف التنفيذية، وتمثل النهايات التي تسعى الإدارة أو القيادة العليا للوصول إليها وتحقيقها، وهي الأساس الموضوعي لعملية تحليل وفحص وتصميم، وتطبيق الخطة الريادية، والأهداف الريادية ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمشكلة الرئيسية المهمة التي حُددت في تحليل المشكلة.

ويمكن تحديد الأهداف العامة للمقاومة الإعلامية، سواء لكونها جزءاً من المقاومة المسلحة، أو لكونها تمثل المواجهة الإعلامية للهيمنة والتبعية والاختراق الإعلامي الغربي للعالم الإسلامي، فيما يلي:

١- التعريف برسالة المقاومة:

إن أهداف الإعلام المقاوم المحورية تكمن في التعريف بحقيقة الرسالة، وطبيعة الصراع، وتقديم صورة حقيقية وصادقة للوقائع والأحداث المتعلقة بعمل المقاومة الجهادية ومحيطها، وتحدد مسؤولية الإعلام العربي والإسلامي تجاه المقاومة بإيصال رسالة الإعلام المقاوم إلى جماهير الأمة والعالم، فإنه يملك وسائل الإعلام الجماهيري، وعليه أن ينقل رسالة الإعلام المقاوم من أفقها المحدود إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

٢- غرس ثقافة المقاومة:

إن الأمة تريد من الإعلام المقاوم أن يقدم لها ثقافة المقاومة التي ترى من الوجوب أن تحتل مكانها داخل

ومما ينبغي مراعاته في هذه المادة التحريرية: لاسيما المعدة من قبل المقاومة بسبب محدودية وسائلها أو للإثارة المترتبة على أطروحاتها ومواقفها أو لخضوع مادتها الإعلامية لميزان التحليل والنقد:

١- الدقة في صياغتها: باستخدام المفردات المؤثرة

نفسياً في المتلقين والمقبولة لديهم، وكذلك تجنب الأخطاء التعبيرية أو اللغوية، سواء أكانت كتابة أم لفظاً، وكذلك تجنب الألفاظ الغريبة والمستهجنة، وإن مراعاة ذلك يبعد العزوف عن متابعتها، ويشجّع المتلقي على الاستزادة منها.

٢- الإيجاز غير المخل: فالتكرار غير المبرر والحشو

الإنشائي والإطناب في المقدمات تولد الملل لدى المتلقي، مع مراعاة استيعاب المحتوى عند الإيجاز.

٣- الصدق والوضوح: فالتثبت في نقل المعلومة، مع

وضوح معانيها وواقعية نقلها، واعتماد ذلك منهجاً يؤدي إلى الثقة المتبادلة بين المرسل والمتلقي، ومن ثم التواصل الدائم بينهما حتى يتم استيعاب الرسالة، والتأثر بها، مع الانتباه إلى عدم الإغراق في الجوانب الفنية (١).

٤- المواكبة: لا بد للرسالة الإعلامية أن تكون

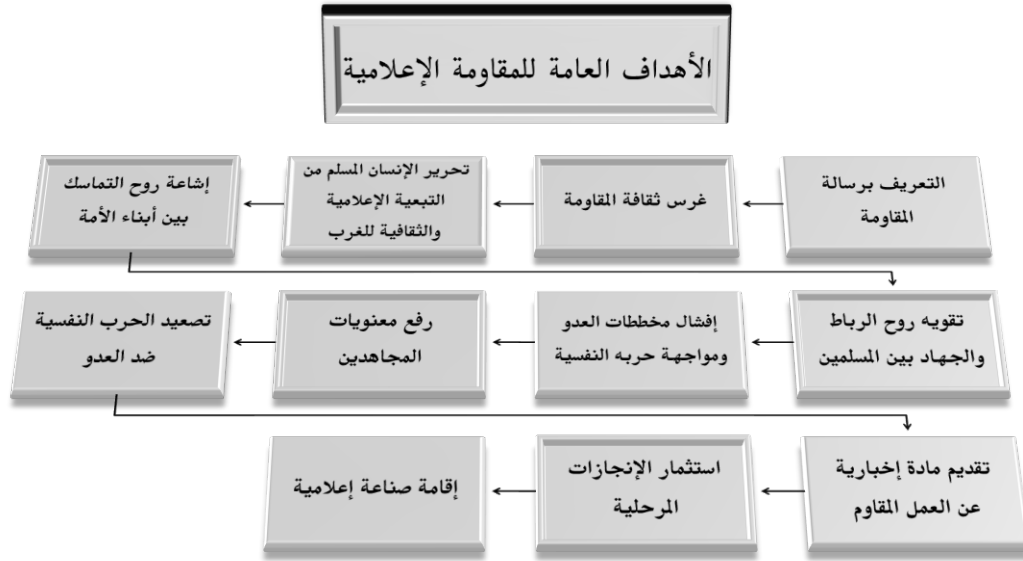
مواكبة للحدث غير متراخية عنه أو منقطعة، لأن التراخي يؤدي إما إلى نفور المتلقي، أو إفساح المجال أمام الإعلام الآخر بالسيطرة عليه أو فرض معطياته ورؤيته على المتلقي، وعند الفراغ يتقبل الإنسان ما هو موجود أو لا ينكره.

تحديد أهداف المقاومة الإعلامية:

الهدف الإعلامي هو وصف للموقف المتوقع من المتلقي نتيجة تعرضه للرسالة الإعلامية، ويُطلق لفظ الهدف أيضاً على المتلقي ذاته؛ كونه الغرض الذي تُوجّه إليه سهام الرسالة الإعلامية، والذي يعيننا هنا هو المعنى الأول (٢).

(١) وسائل الاتصال: نقلاً عن الجهاد الإعلامي تأصيل وتفصيل مصدر سابق.

(٢) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي ط٢، ص ٣٠٥.



لمقاومة ثقافة الهزيمة، وتوفير المعرفة التي تؤدي إلى إخراج الجماهير العربية من حالة الإحباط، وإعادة القدرة للجماهير على التعامل مع العدو من غير تهويل ولا تهوين.

إن ثقافة المقاومة كما يقول باحث آخر: لا بد أن تتحدى ثقافة الخوف التي زرعتها وسائل الإعلام الغربية والعربية أيضاً بعدم جدوى مقاومة أمريكا، وأن الواقعية تقوم على الاستسلام- ولا بد أن تتجه لاستخدام وسائل اتصال جديدة لمقاومة هذه الثقافة بتوفير الكثير من الحقائق للجماهير.^(٣)

وبعد أن حققت المقاومة إنجازات ميدانية، أصبحت المقاومة تمثل أملاً للشعوب الإسلامية في رفض الهيمنة التي تسعى إلى تغييب دور الإسلام في البناء الحضاري، كما أنها تمثل منطلقاً للتغيير، ولذا لا بد لهذه المقاومة كما يقول أحد الباحثين^(٤): أن تقدم بديلاً للواقع الراهن ومشروعاً شاملاً للتغيير، ولذلك فإن ثقافة المقاومة لا بد أن تقوم على أساس مشروع حضاري إسلامي شامل، وإن من حق الجماهير أن تعرف هذا المشروع وما يقدمه من حلول لمشكلات

المشروع الحضاري الإسلامي، وفي الوقت نفسه؛ فإن هذا المشروع يمكن أن يشكل القائد لكل الشعوب في كفاحها المشروع ضد العولة والاستغلال الرأسمالي والاستعمار الثقافي والعسكري والاقتصادي والسياسي.^(١)

وبصورة مجملية ينبغي على الإعلام المقاوم أن يستثمر إنجازات النصر المرئية التي تحققها المقاومة، ليغرس ثقافة النصر التي ترسخ في نفوس أبناء الأمة الثقة بنفسها لتتجاوز الروح الانهزامية التي هيمنت على هذه النفوس طوال العقود الماضية بفعل الإعلام الغربي وسياسة التبعية له من قبل وسائل الإعلام العربي، فإن الغرب كما يقول الدكتور سليمان صالح: يستخدم وسائل الاتصال الحديثة لتكريس ثقافة الهزيمة والاستسلام في العالم العربي، وهي ثقافة تقوم على الإحساس بالدونية، وانهاية الثقة بالذات، فضلاً عن العجز والفشل، وعدم القدرة على الإنجاز وتحقيق الانتصار.^(٢)

كذلك فإن ثقافة المقاومة يجب أن تشكل أساساً

(١) د. صالح سليمان: المقاومة الإعلامية وثورة الاتصال، ينظر استراتيجية

المقاومة الشاملة ص ١٧٦.

(٢) المصدر السابق ص ١٧٦.

(٣) المصدر السابق ص ١٧١.

(٤) المصدر السابق ص ١٧٦.

القتال، ويعني أيضاً أننا نستطيع جميعاً أن نشترك بالمقاومة حتى عندما يكون الجهاد بالبلاد الإسلامية المحتلة غير متاح.

٧- رفع معنويات المجاهدين:

للمقاومة الإعلامية هدف دعائي، يسعى إلى رفع معنويات المجاهدين، وتعبئة مؤيديهم؛ بعرض إنجازات المقاومة الجهادية وخسائر العدو.

٨- تصعيد الحرب النفسية ضد العدو:

ليؤثر ذلك في معنويات جنوده، وإضعاف دعم الرأي العام له في حروبه العدوانية، وإعداد دراسات علمية مكثفة لتعميق هذا الأمر.

٩- تقديم مادة إخبارية عن العمل المقاوم:

الإعلام المقاوم يستطيع أن يقدم المعلومات عن العمل الجهادي المقاوم، وعلى إعلام الأمة تحليل هذه المعلومات وتفسيرها، وإدارة النقاش حولها لترسيخها في عقول أبناء الأمة.

١٠- استثمار الإنجازات المرحلية:

في الإطار العملي ينبغي على المقاومة الإعلامية أن تستثمر إنجازات النصر المرحلية، بما يعزز الأهداف العامة المستقبلية للمقاومة.

١١- إقامة صناعة إعلامية:

قادرة على إشباع حاجة الأمة للمضمون الجاد والتميز، وتحرر الأمة من التبعية الإعلامية ومن الغرق في طوفان التسلية الغربية، وتتضمن هذه الصناعة الارتقاء بالمادة الإعلامية وبالمادة التقنية، وبالكوادر البشرية المتخصصة التي تتميز بالكفاءة، والقدرة على تحشيد وتنظيم وتوظيف كل الطاقات والموارد المتاحة والموارد الأساسية البشرية والاقتصادية والتكنولوجية.

العصر، ولصياغة الحياة الإنسانية، ولتحقيق النهضة وإقامة حضارة العدل والحرية.

٢- تحرير الإنسان المسلم من التبعية الإعلامية والثقافية للغرب:

إن تحرير الأمة من صناعة التسلية الغربية هي معركة شديدة الأهمية، وحيثما تكون معركة وعدوان تكون المقاومة. فالمقاومة الإعلامية تسعى إلى تحرير الإنسان المسلم من العبودية للإعلام الغربي، ومن صناعة التسلية الغربية، كما تفتح المجال لتحرير الأمة الإسلامية من التبعية الإعلامية والثقافية والاقتصادية والسياسية، وتفتح أمامها الطريق للنهضة، ذلك أن الغارقين في التسلية الغربية لا يمكن أن يصنعوا النهضة، فتأثير تلك التسلية لا يقل بحال عن تأثير الكحول والمخدرات.^(١)

٤- إشاعة روح التماسك بين أبناء الأمة:

ودعوتهم للاعتصام بحبل الله جميعاً؛ فلا فرقة ولا انقسام، بل معاونة على الخير والتقوى والبناء الحضاري للأمة، ومن يطالع تاريخ الأمة الإسلامية يجد أن هذه الأمة لا تكون في وحدة وترابط ومؤازرة مثلما تكون عليه وهي تخوض معاركها الجهادية.

٥- تقوية روح الرباط والجهاد بين المسلمين:

والتي من خلالها تحثهم على الدفاع عن حقوقهم الإنسانية، وحررياتهم وكراماتهم، ويحرضهم إعلامهم المقاوم على ذلك، ويقدم رسالتهم إلى العالم أجمع، فإن عزة المسلمين تتجلى بعد الإيمان بالله تعالى في إحياء فريضة الجهاد؛ فما ترك قوم الجهاد إلا ذُلوا.

٦- إفشال مخططات العدو ومواجهة حربته النفسية:

فالمعركة بيننا وبين العدو تدور على كسب العقول والقلوب والمواقف، كما تدور على كسب الأرض والخيرات والموارد والأسواق، وهذا يعني تنوع صور

(١) استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٨٠.

الأهداف المرحلية:

ونعني بها الأهداف قصيرة الأجل والعملية، التي تحقق خطة سنوية، ويتم تقسيمها على أساس ربع أو نصف سنوي، وتتميز بالصفات التالية: محددة وواضحة، وقابلة للقياس، وممكنة التحقق، وواقعية ومحددة التوقيت^(١).

ويطلق عليها أيضًا الأهداف الخاصة أو التنفيذية أو الإجرائية، وهي أقرب إلى المهام التي يجب أن يتولاها الإعلام المقاوم ليقدم رسالته، ومنها:

١- عرض رسالة المقاومة (الميدانية والمنهجية والسياسية) من خلال الخطاب الإعلامي الدعائي -المباشر وغير المباشر- مع الاهتمام بالإعلام السياسي للمقاومة في المراحل المتقدمة.

٢- صياغة خطاب إعلامي له القدرة على التأثير في الرأي العام، واستقطاب النخب لدعم القضايا التي تتبناها المقاومة، وتبني الحملات الإعلامية.

٣- متابعة أثر الاستجابة لرسالة المقاومة ونشاطها (سلبًا وإيجابًا)، وتقديمها للجهات ذات العلاقة.

٤- التنسيق مع الجهات الأخرى داخل التنظيم المقاوم (كالعسكرية والسياسية، والتنظيمية والتجديدية، والتطويرية وغيرها) ليتكامل عملها.

٥- التنسيق مع الجهات الإعلامية الداخلية والخارجية، بما يخدم رسالة المقاومة، ويعزز حضورها، وبناء علاقات عامة مؤثرة.

٦- وضع الخطط الإعلامية ضمن الخطة الاستراتيجية والتكتيكية للجماعات المقاومة.

٧- ديمومة الإنتاج الإعلامي، وتطويره من الجانب

الفني والتقني.

- ٨- تهيئة وتطوير الكفايات الإعلامية المتخصصة.
- ٩- إعداد الدراسات الإعلامية المتخصصة.
- ١٠- تنشيط استطلاعات الرأي العام الداخلي والخارجي.
- ١١- أرشفة وتوثيق نشاطات المقاومة.
- ١٢- متابعة حركة النشر والتوزيع داخل وخارج الجماعات المقاومة.
- ١٣- متابعة أصداء العمل المقاوم والمواقف التي تحتاج إلى ردود في كافة الوسائل الإعلامية.
- ١٤- تقويم العمل الإعلامي ونقده.

تحديد الوسائل الإعلامية:

الوسائل الإعلامية هي الأدوات التي تؤدي بها الرسالة الإعلامية، وهي تتطور مع التقدم التقني والتكنولوجي، ويمكن حصر الوسائل الإعلامية في الوقت المعاصر فيما يلي:

١- الوسائل المقروءة: الصحف والكتاب، والمطبوعات واللافتات والمنشورات.

أكثر الجماعات المقاومة لا تمتلك بعضًا من هذه الوسائل، ولذا فإن على المقاومة الإعلامية محاولة استثمار المتاح من هذه الوسائل، ومما يذلل العقبات أمام امتلاك الوسائل الجماهيرية: التطور الهائل في الوسائل الإعلامية،

- ٢- الوسائل المسموعة: الإذاعة والأشرطة، والأقراص المدمجة.
- ٣- الوسائل المرئية: التلفزيون (المحطات الأرضية) والمسرح والسينما والقنوات الفضائية.
- ٤- الوسائل الشاملة (الإعلام الإلكتروني): شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وكالات الأنباء، والجوالات.

ومن المعلوم أن أكثر الجماعات المقاومة لا تمتلك بعضًا من هذه الوسائل، ولذا فإن على المقاومة الإعلامية محاولة استثمار المتاح من هذه الوسائل، ومما يذلل العقبات أمام امتلاك الوسائل الجماهيرية: التطور الهائل في الوسائل الإعلامية، والتوسع الكبير في هامش الحرية في القنوات (المستقلة) التي مع

(١) ويطلق عليها شروط الأهداف التنفيذية (SMART) وهي: محددة وواضحة (S)، قابلة للقياس (M)، ممكنة التحقق (A)، واقعية (R)، محددة التوقيت (T).

وجود الكمّ الهائل منها تسعى للتمييز واستقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

إعداد الخطط الإعلامية التنفيذية:

إن التخطيط الريادي يستند إلى مجموعة من الخطط التنفيذية التي من خلالها يتم تحديد الأعمال والأنشطة المحددة لتحقيق الأهداف الريادية بعيدة المدى وقصيرة المدى^(١)، وتحتوي الخطة على الهدف التنفيذي، والإجراءات العملية، والجهة المسؤولة عن التنفيذ، وتفاصيل الموارد المتاحة، والجدول الزمني لتنفيذ المشاريع.

وأية خطة توضع لإقامة مقاومة إعلامية لا بد أن تشمل على أربعة عناصر هي: فهم الواقع، ثم تحديد الأهداف المرحلية، ثم اختيار أنسب الوسائل، ثم المتابعة والتقييم.^(٢)

الخاتمة

(النتائج والتوصيات)

١- تمثل المقاومة الإعلامية النشاط الإعلامي الذي يقاوم الغزو والعدوان على الأمة بكل صوره، ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق، ويقدم رسالة الأمة وقضاياها ذات العلاقة عبر وسائل الاتصال.

٢- إن المقاومة (المسلحة وغير المسلحة) للاحتلال مشروعة لجميع أبناء الشعوب المحتلة، فهي فرض عين

(١) تصنف الخطط إلى ثلاثة أصناف: الخطط طويلة الأجل: وهي خطط تمتد من ٥ سنوات فأكثر، وتحتاج عادة إلى الدقة في التنبؤ وفيض من المعلومات. والخطط متوسطة الأجل: وهي تقل مدتها عن خمس سنوات. والخطط قصيرة الأجل: ومنها الخطط السنوية التي تهدف إلى تحقيق أهداف مرحلية معينة، وقد لا يتعدى مداها الأشهر. ينظر، محيي محمود حسن، العلاقات العامة ص ١٦٩ نقلاً عن العلاقات العامة لزويلف والقطامين ص ٥٠.

(٢) ينظر بشكل عام: د. محمد سيد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة، مكتبة الخانجي ١٤٠٣هـ.

في الفقه الإسلامي، وواجب في القانون الدولي.

٣- إن الحكم الفقهي للمقاومة الإعلامية، سواء تبعاً للمقاومة المسلحة أو لذاتها، يدور بين الفرض العيني والفرض الكفائي؛ تبعاً لطبيعة القتال دفعاً أو طلباً، ويقيد بعضهم هذا الأمر بالطاقة والقدرة: فما كان مستطاعاً للأفراد فهو فرض عين على كل واحد، وما كان فوق طاقة الإنسان الفرد فهو فرض جماعي ينتقل من فرض العين العام (على الجميع) إلى فرض الكفاية (فرض عين خاص) على المتخصصين القادرين في هذا المجال.

٤- إن المقاومة الإعلامية هي جزء مهم وركن من أركان الجهاد والمقاومة، فهي نصف المعركة أو أكثر، وحكمها تبع للحكم العام؛ فللجزء حكم الكل، فهي فرض بلغة الفقه وواجب بلغة القانون.

٥- إن المقاومة الإعلامية التي لا تتدرج تحت المقاومة المسلحة تنظيمياً؛ فإنها مشروعة وواجبة وفرض على كل قادر ومتخصص في ذلك؛ كي تتحرر الأمتين العربية والإسلامية من التبعية للغرب، ويتوقف الاختراق الغربي لمجتمعاتنا.

٦- إن أغلب مقاوماتنا للعدو ليست حروباً نظامية، بل حرب عصابات تعتمد على المبادرة والعمق الشعبي، لذلك لا بد أن تكون مقاومتنا الإعلامية غير نظامية تعتمد على المبادرة الشعبية، وبأبسط الوسائل الممكنة، وبما نملك من قدرات وإمكانيات مهما بدت صغيرة أو محدودة، وتتميز مقاومتنا الإعلامية بأننا غير مكلفة في مواجهة الماكينات الإعلامية الكبرى المنحازة ضد جهادنا، ولا نتوقع أن تفتح لنا إحدى الوسائل الإعلامية أبوابها كي نمارس هذا الإعلام، بل علينا أن نخلق مثل هذه الوسيلة بأيدينا حيث استطعنا، وإلا فإن كل واحد منا هو وسيلة إعلامية. على أننا يجب أن لا نرفض المقاومة الإعلامية المنظمة متى ما تهيأت الظروف لذلك.

٧- إن جهاد الكلمة، وتفعيل المقاومة الإعلامية،

متجددًا في مادته، وأن يتجاوز مرحلة ردود الأفعال، إن الإعلام المبادر يجعل العدو ووسائله الإعلامية يحتار في الرد، وكيفية صد هذه الأفكار المتجددة.

- لا بد لإعلام المقاومة أن يكون تواصلًا مع الحدث ومع الجمهور، وأن يتجنب الاستعلاء والاستغناء والاستعداد، مع الاحتفاظ بالعزة التي هي لله ولرسوله وللمؤمنين، وبالتميز؛ من غير انغلاق يؤدي إلى الانعزالية. وعليه أن يعرف الساحة التي يعمل فيها؛ حتى لا يكون غريبًا عن الواقع الذي يعمل فيه أو يريد تغييره.

- مع تعدد التحديات وتكالب الخصوم، على إعلام المقاومة أن يوظف التعريض والتلميح والخطاب غير المباشر؛ ليصلح الناس من غير إحراج، وليتجنب الآثار التي يولدها التصريح، خاصة مع أبناء جلدتنا من النفور والفجور، فقد كانت الحدود الشرعية تُدفع في ساحات القتال؛ خشية أن يفر أصحابها إلى العدو.

- على إعلام المقاومة أن يستثمر طاقات الأمة كافة وإمكاناتها، وأن يوظف الكفايات والخبرات جميعها في مجال عمله، ما دامت ضمن الولاء العام للإسلام، والعزيمة الصادقة في نصرة قضايا الأمة؛ فمعركة الأمة أوسع من أن نحصر عملنا في دائرة ضيقة.

- الإعلام المقاوم رغم تواضع الإمكانيات المتاحة قادر على المواجهة والمواكبة والتأثير، ما دام يعتمد التخطيط في عمله.

ضروري وحيوي في جميع مراحل الجهاد وتشريعاته، وهذا يعني أن الإعلام الجهادي لا يمكن إغاؤه أو تأجيله، أو إهماله؛ مهما كانت الظروف، ومهما كان حال الأمة الإسلامية.

٨- أية مجموعة جهادية مقاومة لن تحقق التمكين إلا إذا استوفت أنواع الجهاد الثلاثة: (البدني، والمالي، والإعلامي) وحتى أصحاب الأعدار لا يسقط عنهم الجهاد، ورحم الله تعالى الحافظ ابن حجر إذ يقول في فريضة الجهاد: «والتحقيق أيضًا أن جنس جهاد الكفار متعين على كل مسلم، إما بيده، وإما بلسانه، وإما بماله، وإما بقلبه، والله أعلم».

٩- لا بد أن تعتمد المقاومة الإعلامية التخطيط الاستراتيجي، للوصول إلى تحقيق أهدافها العامة، اختزالًا للوقت والجهد والمال ولمحدودية إمكانياتها.

١٠- يأتي في أولويات التخطيط للمقاومة الإعلامية تعيين المحددات في عملها، ومنها رؤيتها ورسالتها وأهدافها العامة والإجرائية، وأن تراجع نسبة ما تحقق منها، والأسباب التي حالت دون تحقق بعضها.

١١- يمكن تحديد أهم استراتيجيات الإعلام المقاوم كتوصيات للقائمين به، وهي:

- أن يعتمد الإعلام المقاوم في رسالته الإعلامية على المبدئية والواقعية، والفاعلية والوضوح والاستمرارية. أي أنه يجمع بين الشرعية في المنهج، والمعاصرة والتطور في الوسائل والأساليب، والتكامل في الرؤية والتشخيص والعلاج.

- أن لا يغلب الجانب العاطفي والانفعالي في خطابه وتحليله، رغم أهميته في التعبئة، فديمومة العمل وتواصله تقوم على البعد الموضوعي وعمق التحليل، ودقة التشخيص، والترابط المنطقي وفق سنن الله تعالى في الأفراد والجماعات، واعتماد الحقائق الموثقة والإحصائيات المدققة؛ فكلها عوامل تقوّي العمل الإعلامي المقاوم.

- لا بد أن يكون إعلام المقاومة مبادرًا في مواقفه

معلومات إضافية

أولويات الإعلام المقاوم:

تسخير الإعلام المقاوم لخدمة دين الأمة ومصالحها يتطلب إخضاع هذا الإعلام لفقهِ الأولويات، بحيث يتم توجيهه لإنجاز الأجندة المحددة وبلوغ الأهداف المرجوة.

وهناك العديد من الموضوعات التي تنتظر من الإعلام المقاوم أن يطرقها، أو يستمر في التأكيد عليها في هذه المرحلة من تاريخ الأمة.

وعلى الإعلام المقاوم السعي باتجاه إبراز القضايا التي هي محل نقاش في الدوائر الإعلامية؛ سواء كان ذلك على الصعيد العام أو على صعيد البلدان المحتلة؛ كالعراق، ومن أهمها:

- البُعد الإنساني في الرسالة التي يحملها الإعلام المقاوم «تنظيراً وتطبيقاً»، وأن يكون أنموذجاً عملياً لوصايا النبي صلى الله عليه وسلم لقادة الفتح الإسلامي، مع الحرص على توثيق هذه النماذج وتقديمها.

- التأكيد على أن المقاومة تحرص على أن تجعل عملياتها بعيدة عن المدنيين، وأن معظم العبوات التي تنفجر بين المدنيين هي من طرف المحتل أو من الحكومة العميلة؛ بهدف إيقاع الفتنة بين المقاومة وأهلها من المدنيين، وأن المقاومة تحتكم إلى الشرع الإسلامي في كل عملها، وفضح ممارسات الحكومة الطائفية وقوات الاحتلال في قتل المدنيين دون الاكتراث بعدد أرواحهم المزهقة، وفضح ممارسات الاحتلال في اتخاذ مساكن المدنيين مقرات عسكرية ودروعاً بشرية للاختباء بينهم غير مكترث لتعريض حياتهم للخطر.

- التأكيد على أن المقاومة هي من أبناء الأمة الخيرين المدافعين عن بلدهم، والذين رفضوا وقاوموا مشروع المحتل وتصدّوا له، وهم الممثلون الحقيقيون لإرادة الرافضين للاحتلال ومشاريعه، وأن المقاومة لا تدين بالولاء إلا لله، وأن أعمالها المسلّحة تهدف إلى تحرير البلاد من الاحتلال ومرتزقته، وبناء الدولة وفق ثوابت الأمة وقيمها وبما يحقق العدل والمساواة واحترام الحقوق.

- التأكيد على أن المحتل الأمريكي جاء لتحقيق أهدافه وأهداف الصهاينة في قتل المسلمين وتفتيت وحدتهم ومصادر قوتهم، وتدمير العراق وتقسيمه إلى دويلات صغيرة تدخل في دوامة حرب أهلية لا تنتهي؛ ليمكن اليهود من تحقيق حلمهم في بناء دولتهم المأمولة من الفرات إلى النيل، وأن المحتل أدخل العراق في دوامة العنف بعد أن أسلمه إلى الميليشيات الطائفية، وترك إيران تعيث في أرضه فساداً. ولو أن المحتل كان حريصاً على العراق وشعبه وبناء دولته المستقرة؛ لاستطاع في غضون أشهر معدودات أن يدعم تشكيل نظام متوازن لقيادته.

- ضرورة تصحيح المفاهيم المضللة التي يروج لها الإعلام المضاد ضمن سياسته في الحرب الدعائية والنفسية؛ كالإساءة إلى الجهاد والمجاهدين، بل الإساءة إلى الرسالة الإسلامية التي بُعث بها النبي صلى الله عليه وسلم، ولمز الجماعات الجهادية بافتقارها إلى البرامج السياسية وغياب القيادة عنها. والرد على القوى الأخرى التي تسعى لحرف المفاهيم الجهادية بالدعوة إلى أيديولوجيتها الضالة والمنهزمة باسمه، ومصادرتها لما حققته (المجاميع) الجهادية من نصر وتمكين وتوظيفه خدمة لأهدافها ومصالحها.

- تقديم البدائل المناسبة لمعالجة الوضع بعد خروج الاحتلال أو إعلانه جدول الانسحاب، وهو ما يبعث بالاطمئنان لأبناء العراق وجيرانه.

وإن كانت هذه الأولويات تخص الحالة العراقية أساسًا؛ فبالإمكان الاستئناس بها في تناول حالات العدوان الأخرى، مع الأخذ في الحسبان خصوصية كل حالة.

موضوعية إعلام المقاومة:

كيف يمكن وصف الإعلام المقاوم بالموضوعية في ظل اهتمامه بالتدقق الإعلامي في اتجاه واحد «ضد الاحتلال»؟ وهل بإمكان هذا الإعلام الموازنة ما بين الموضوعية والمصادقية والقدرة على الإقناع والتأثير؟ فيما يلي إجابة بعض الخبراء والمختصين بإعلام المقاومة على هذا التساؤل المهم:

- الأستاذ «رأفت مرّة» رئيس تحرير مجلة «فلسطين المسلمة»: الاحتراف والمهنية والتخصص والحقيقة والحذر من المبالغة والموضوعية؛ هي مواصفات أساسية لإعلام المقاومة.

والموضوعية - هنا - تعني: الاقتراب من الحقيقة، وهي تختلف عن الحيادية؛ إذ لا يمكن للإعلام المقاوم إلا أن يكون منحازًا للمقاومة دون مبالغة أو مكابرة في التغطية والتحليل.

- الأستاذ «فتحي حماد» - رئيس مجلس إدارة شبكة «الأقصى» الإعلامية، والمشرف العام على قناة «الأقصى» الفضائية -: إن الموضوعية يجب أن تتسم وُقُ أهداف وغايات سامية، فالموضوعية هي أن يكون هناك حرية لكل الناس، والموضوعية لا بد أن تأتي وُقُ تعاليم الإسلام؛ لذلك يجب أن تتفق الموضوعية مع تعاليم الإسلام.

- «أبو مجاهد» - الناطق الرسمي لألوية الناصر صلاح الدين «أحد الفصائل الجهادية في فلسطين» -: عبارة (الحرب خدعة) لا تعني ضياع المصادقية لصالح تقوية حجة ومصادقية عدونا، بل في ظل الصراع الإعلامي القائم والمفتوح أمام كاميرات العالم تغدو الحقيقة والمصادقية سلاحنا الذي نتبارى على امتلاك أدلته.

والفرصة التي تهيأت للمصور «طلال أبو رحمة» لالتقاط الفيلم التسجيلي لقتل الطفل محمد الدرة بدم بارد وعلى مدار دقائق عديدة، أو للمصور زكريا أبو هريبيد في التقاط صورة اغتيال أسيرة هدى غالية على شاطئ بحر غزة بقذيفة صهيونية، وغيرها من المشاهد التي تكرر آلاف المرات ولم يتسنَّ لها أن تجد من يصورها؛ تدعم مصادقية الطرح الإعلامي المقاوم وموضوعيته.

ونلاحظ الفرق بين الحضور الإعلامي المتقدم في الانتفاضة الفلسطينية الحالية وبين الحضور الإعلامي في الانتفاضة الأولى والتي رغم قوة أحداثها، ومدى افتراض تأثيرها الإعلامي؛ إلا أنها لم تحظْ بمثل ما حظيت به الانتفاضة الثانية؛ إذ لم تتوفر القنوات الفضائية ولا المصورون في حينها.

الأستاذ عبد الرحمن الرواشدي - المشرف العام على وكالة «حق» الإخبارية العراقية -: من غير المقبول أن تكون الموضوعية بتسويق مفاهيم العدو وادعاءاته في إعلامنا؛ خاصة أن وسائل العدو لم تفسح مجالاً لعرض قضيتنا من وجهة نظرنا أو القربية منها، بل إن وسائل إعلام الغرب هي أبعد عن ذلك. وما محاربة الإدارة الأمريكية لقناة «الجزيرة» - رغم أنها لا تخضع للإدارة الأمريكية ولا للمقاومة أيضًا - إلا بسبب عرضها الحقائق بموضوعية ومهنية.

والإعلام المقاوم هو جزء من الإعلام الإسلامي الذي يعالج مرحلة تمر بها الأمة، وهي القتال في سبيل الله تعالى، وهذا يملي عليه سياسات إعلامية تتوافق وطبيعة المرحلة وخطورتها، ولا ضير في إمكانية التوسع وإفساح المجال أمام الرأي الآخر. ومن ناحية أخرى؛ فإن موضوعية إعلام المقاومة تحتم عليه الوقوف على

أخطاء الفعل المقاوم، وتحليل أسبابها وتداعياتها وكيفية تجاوزها بما يحفظ مشروع المقاومة، ومن يتدبر القرآن الكريم وخاصة آيات القتال، ويطالع السنة النبوية خاصة الغزوات؛ يجد شواهد كثيرة على ذلك.

المصدر: الإعلام المقاوم صناعة للوعي.. وإشراقه في ظل الاحتلال، مجلة البيان، العدد ٢٥٦، ذو الحجة ١٤٢٩، ديسمبر ٢٠٠٨ (بتصرف).

أو انظر الرابط الإلكتروني:

<http://www.albayan-magazine.com/bayan-256/bayan-09.htm>