

الإعلام العربي والحروب العربية الإسرائيلية

-دراسة كرونولوجية 1956-2009*-

د. رشيد خضير أستاذ محاضر أ
جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي-

الملخص

ترصد هذه الدراسة تطور تعامل وسائل الإعلام العربية مع تطورات الصراع العربي الإسرائيلي، كما تناقش الدراسة إشكاليات التغطية الإعلامية العربية للحروب العربية الإسرائيلية وكيفية مواجهتها للعمل الدعائي الصهيوني وتطوره عبر مراحل الصراع وذلك من العدوان الثلاثي على مصر 1956 مروراً بحرب 1967 وحرب أكتوبر 1973 والانتفاضة الفلسطينية وصولاً إلى العدوان على لبنان 2006 والعدوان على غزة 2009.

الكلمات المفتاحية: الإعلام العربي، الحروب العربية الإسرائيلية

Abstract

This study monitors the coverage of the Arab media in the Arab-Israeli conflict, also it discusses the problems of Arab media coverage of the Arab-Israeli wars ; and how to confront the Zionist propaganda work and its development through the stages of the conflict from aggression on Egypt 1956 through the 1967 war ; October 1973 war and the Palestinian Intifada to the aggression on Lebanon 2006 and the aggression on Gaza.

Keywords: Arab Media, Arab-Israeli Wars

مقدمة

إن القضية الفلسطينية قضية حية في وجدان كل عربي، وقضية انتماء، وقضية تطال الهوية القومية والوطنية، وقضية الانتماء الثقافي والجدلي والعقائدي فهي قضية يومية للإنسان العربي، وبالتالي هي قضية أساسية في الخطاب الإعلامي العربي في كل مواقعه، وهو إعلام يجب أن يكون إعلام صراع مفتوح.¹

وقد واكب الإعلام العربي مراحل الصراع المختلفة، وكان حاضرا في كل ذروة وصل إليها الصراع بدءا من احتلال فلسطين 1948 إلى غاية عدوان غزة 2009، حيث اختلف الأداء الإعلامي العربي من مرحلة إلى أخرى، فقد تناول الإعلام العربي ما حدث في فلسطين من احتلال وما ارتكبته العصابات الصهيونية من مجازر وتشريد وتهجير لقرى فلسطينية بأكملها، كما سلط الإعلام العربي الضوء على أداء الحكومات العربية وما شابه من تخاذل وصل حد التواطؤ في قضية صفقة الأسلحة الفاسدة التي شنت حولها الصحافة المصرية حملة إعلامية ضارية ضد الحكومة المصرية.²

1- الإعلام العربي خلال العدوان الثلاثي على مصر 1956

مع تطور الإعلام العربي من حيث دوره كأداة أساسية في التعبئة في ضد الاستعمار من جهة وفي نشر المد القومي فقد أصبح مستهدفا من الدول الاستعمارية والغربية، فخلال العدوان الثلاثي على مصر 1956 قامت الدول المعتدية بقصف إذاعة القاهرة بالقنابل في 02 نوفمبر 1956 بالإغارة على محطات الإرسال في أبي زعبل، فسكت صوت القاهرة.³

وقد أظهر العدوان الثلاثي تضامن إذاعات الدول العربية في أروع صورته عندما أعلنت إذاعات دمشق وعمان وتونس " هنا القاهرة "، وكانت إذاعة دمشق تذيع البلاغات المصرية الرسمية التي كانت تتلقاها من مقر القيادة في القاهرة، وبتت إذاعة تونس برامج متنوعة عن الأحداث كما قدمت تعليقات عن القتال الدائر في منطقة قناة السويس المصرية.⁴

2- الإعلام العربي خلال حرب 1967

أما في حرب 1967، فقد وقع الإعلام العربي وبالأخص المصري في سقطات إعلامية كبرى أصبح بعدها محل تندر الكثيرين في الوطن العربي وخارجه، والملاحظ آنذاك قبيل الحرب أن الساحة العربية كانت تموج بحملات دعائية قاسية بين زعماء الدول العربية ضمن تصنيف العالم العربي إلى ثوريين ومحافظين أو إلى تقدميين ورجعيين.⁵

وعموما فقد تميز الإعلام العربي خلال حرب 67 بما يلي :⁶

- غياب التخطيط الدعائي: لم تكن الإذاعات العربية في إطار فكري دعائي سليم وموحد يقود المعركة الدعائية مع إسرائيل.
- الفجوة بين الدعاية والاستعدادات العسكرية: كانت الممارسة الإعلامية العربية تعمل في إطار خط إعلامي متناقض مع الواقع العسكري لدول المواجهة، من خلال المبالغة الدعائية في وصف الأمور العسكرية.
- الكذب: مارست الإذاعات العربية " صوت العرب " مثلا أسلوب الكذب في الدعاية أثناء حرب 67، من خلال عدم صحة الأرقام المقدمة بعدد الطائرات الإسرائيلية التي أسقطتها الطائرات المصرية، كذب الأرقام الخاصة بعدد الأسرى الإسرائيليين، إذاعة أخبار عن معارك وهمية، وتقديم انسحاب القوات المصرية على أنه مجرد إخلاء بعض المواقع.

- المبالغة: كانت الإذاعات العربية تستخدم اللغة والتعابير الانفعالية في تقديم الأنباء الكاذبة والبيانات والتصريحات والأحاديث والتعليقات الحماسية جدا والنداءات الهوجاء والأناشيد الحماسية، ويفرّق البعض في أداء الإعلام العربي خلال حرب 67 بين الإذاعات والصحافة، حيث أن هذه الأخيرة لم تخف شيئا على القارئ، ولا يوجد مواطن مهتم بالشأن العام خُفِيَتْ عليه خافية في ذلك الوقت، حيث يؤكد محمد حسنين هيكل على ذلك بعناوين جريدة الأهرام خلال الأخيرة قُبيل الحرب، منها، "انقلاب صامت يجيء بوزارة حرب في إسرائيل"، و أيضا جاء عنوان الأهرام ليوم الأحد 04 يونيو وهو اليوم السابق للحرب "العسكريون وحدهم يتكلمون الآن في إسرائيل"⁷.

3- الإعلام العربي خلال حرب أكتوبر 1973

استفاد الإعلام العربي من سقطاته وهفواته في حرب 67 وتجاوزها في حرب أكتوبر 1973، حيث وضع القائمون على الإعلام في تلك الحرب خطة إعلامية على النحو التالي:⁸

- لا خطابة ولا إثارة ولا حماس بالنسبة لكل البيانات العسكرية، فالإعلام هو نقل الأخبار وليس من عمله صنع الأخبار.
- أن تقتصر إذاعة البيانات على المذيعين فقط، ولا داعي لأن تقوم المذيعات بالإذاعة خشية الانفعال خصوصا وقد تقع أحداث ليس بها انتصارات، فيصعب عليهن التحكم في مشاعرهن، وقد سُمِح للمذيعات بإذاعة البيانات بعد 10 أكتوبر (05 أيام بعد اندلاع الحرب).
- جميع الأغاني هادئة، ولا داعي للصراخ وافتعال أناشيد وطنية لا داعي لها.
- بث أحاديث عن روعة القوات المحاربة وصلابة الجبهة.

وقد جاءت هذه الخطة الإعلامية منسجمة مع توصيات المؤتمر الثاني للصحفيين العرب بالقاهرة في فبراير 1968 الذي أكد على دور الصحافة في المعركة ضد إسرائيل وضرورة بيان خطورة المرحلة والمعركة دون تهويل أو تهوين مع الابتعاد عن الدعاية التي تستهدف مجرد الاستهلاك الخارجي والداخلي⁹.

وفي المقابل، وللتقليل من وطأة الهزيمة على الرأي العام الإسرائيلي وتجاوز أثرها على صورة الجيش الإسرائيلي "الذي لا يُقهر" ركزت الدعاية الصهيونية من خلال وسائل الإعلام جهودها على ما يلي:¹⁰

- أن الانتصار هو انتصار للسلح الروسي، وأن المقاتل الحقيقي ليس الجندي المصري أو السوري، ولكن المخطط هو الروسي والطيار كوري.

- تصوير الدعاية الإسرائيلية أن إسرائيل الدولة الضحية التي أرغمت على القتال، والتي أكرهت على أن تضع حدا لحالة السلام التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط قبل حرب أكتوبر.

- خضع استخدام العرب لسلح البترول بدوره لعملية تمويه من جانب الدعاية الإسرائيلية من التساؤل عن جواز ترك القوى المتخلفة تتحكم في البترول.

4- الإعلام العربي والانتفاضة الفلسطينية

إن التقدم في الأداء الإعلام العربي بدى جليا خاصة مع الانفتاح الإعلامي الذي شهدته البلاد العربية خلال العقد الأخير من القرن الماضي بظهور الفضائيات الخاصة والمتخصصة التي اختلف في واقع الأمر تعاملها مع قضية الصراع العربي الإسرائيلي والانتفاضة الفلسطينية، وأثار جملة من الإشكاليات نورها كما يلي:¹¹

- اعتاد المشاهدون العرب من خلال هذه الفضائيات على رؤية الإسرائيليين يتحاورون مع العرب وكأن هذه الفضائيات مارست دور التمهيد المتدرج الهادئ سوقا للتطبيع المنشود.

- عملت الفضائيات العربية على مسرحة الخلافات الفلسطينية - الفلسطينية على حساب الحياد والموضوعية والدقة من خلال ازدحام التعليقات الخاصة بالخبراء والمختصين بصورة أحيانا تخرج عن حيادية الإعلام وموضوعيته.
- ركزت الفضائيات على تغطية الأحداث الساخنة مهملتا حياة الناس العادية، فعلى على الرغم من أهمية التغطيات المباشرة للأحداث داخل فلسطين، إلا أنها تقتصر عموما على الأحداث الساخنة والنعيفة.
- بدت هذه الفضائيات ساعية للحصول على السبق الصحفي وبأي ثمن، فَتَحَّتْ عنوان " صور الجزيرة " حققت هذه الأخيرة سبقا صحفيا متميزا بنقل وقائع الاشتباكات الطويلة في ميدان المنارة في رام الله، حيث خدمت من حيث لا تدري الجهد الاستخباراتي للعدو الإسرائيلي في إدارة المعركة، فقد أشارت صحيفة معاريف أن قادة هذه العملية العسكرية كانوا يشاهدون قناة الجزيرة وهي تبث صورا حية عن المعركة فقاموا بتوجيه الجنود نحو مصادر النيران .
- من جهة أخرى، ساهمت هذه الفضائيات في جعل يوميات الانتفاضة الفلسطينية يوميات حميمية للمشاهدين، يعرفون ما يجري في فلسطين، حفظوا الكثير عن حماس وقيادات التنظيمات الجهادية الإسلامية وإن اختلفت المفردات في هذه الفضائيات.

5- الإعلام العربي والعدوان على لبنان في تموز 2006

التفاوت بين الفضائيات العربية بدا واضحا بشكل كبير في تغطية العدوان على لبنان في تموز 2006، حيث كانت تغطية الجزيرة لمجريات العدوان موضع تقدير من قبل المقاومة واللبنانيين والعرب والمسلمين، فقد خصها الأمين العام لحزب الله حسن نصر الله بمقابلة مع مدير مكتبها في بيروت غسان بن جدو، وسُمِحَ لها بتصوير مخابئ سرية مع شرح لتقنيات الاختباء.¹²

في حين بدت قناة العربية محرجة في هذا العدوان لكونها تمثل وجهة نظر الحكومة السعودية التي وصفت عملية أسر الجنديين الإسرائيليين بالمغامرة¹³، وانسحب هذا الأمر على كل قنوات دول الاعتدال العربي، بما فيها اللبنانية (يملكها الحريري)، فكانت تغطيتها مرتبكة في البداية، وعندما طال العدوان لحقت المحطة بركاب التغطية المكثفة جاهدة لإبراز مقاومة كل اللبنانيين، حيث اتبعت سياسة واضحة تدعو إلى مقاطعة فورية للضيوف الذين يستفيضون في انتقاد أمريكا¹⁴.

وقد تم خلال العدوان قصف الهوائيات الخاصة بقناة المنار التابعة لحزب الله، وهي القناة الوحيدة الممنوعة من البث عبر اليوتلسات إلى الاتحاد الأوروبي من أصل 150 قناة تبث إلى أوروبا، رغم أن القناة حازت على 36 جائزة عربية ودولية؛ ثلاثة منها من الأمم المتحدة.¹⁵

وقد استمرت قناة المنار في بثها رغم تعرض مقرها للتدمير منذ اليوم الأول للعدوان؛ فكان ذلك مؤشرا بالغ الدلالة على كفاءة حزب الله في الإعداد للمواجهة ومهارته في إدارتها، بل كانت القناة هي الآلية التي أذاع عبرها السيد نصر الله بياناته وخطبه الحماسية طوال الحرب¹⁶، فكان لهذه البيانات والخطب بالغ الأثر في إضفاء مزيد من الجاذبية على شخصية نصر الله التي اكتسبت بالفعل شعبية كبيرة، وخلقت جمهورا عريضا متعاطفا معه على أوسع نطاق في الوطن العربي وخارجه¹⁷.

6- الإعلام العربي والعدوان على غزة 2009

أما في العدوان على غزة 2009، فقد كان التفاوت في التغطية الإعلامية العربية أقل مما كان في العدوان على لبنان، حيث عكست التغطية ثلاثة اتجاهات وأساليب مختلفة ناجمة عن اختلاف الخلفيات الفكرية والأيدولوجية والأطر السياسية التي تنطلق منها هذه القنوات الفضائية¹⁸:

- الاتجاه الإعلامي الأول:

تعاملت الفضائيات مع ما جرى من حرب همجية في غزة كحدث عادي، حيث استمرت في تقديم المباريات الرياضية، أغاني الميلاد، أخبار أسعار البورصة والنفط، ومن هذه القنوات؛ القنوات اللبنانية LBC، OTV، المستقبل والقنوات المصرية التي نقلت الحدث وفق رؤية الحكومة المصرية.

- الاتجاه الإعلامي الثاني:

ركزت فضائيات هذا الاتجاه في تغطيتها خلال الأسبوع الأول من العدوان على الجانب الإنساني والآثار المترتبة للعدوان ومعاناة سكان غزة، وفي الأسبوع الثاني وسعت من تغطيتها لتشمل كافة الأبعاد المتعلقة بالعدوان، ومن هذه الفضائيات قناة العربية.

- الاتجاه الإعلامي الثالث: خصص الجزء الأكبر من برامجه لتغطية تفاصيل الحرب على مدار الساعة، وقدم تفاصيل الانتهاكات الإسرائيلية للمواثيق الدولية ولحقوق الإنسان، ويتمثل هذا الاتجاه في قنوات الأقصى، القدس، المنار والجزيرة.

ومن جهة أخرى، فقد وضعت إسرائيل خلال الحرب خطة للتعامل مع الإعلام وصفها البعض بالمرحقة أو الهولوكوست الإعلامي الذي تمثل داخل الأراضي المحتلة فيما يلي¹⁹:

- استهداف الصحفيين بقصف مكاتبهم ومقراتهم ومنازلهم (قصف برج الجوهرة الإعلامي).
- قتل خمسة صحفيين وجرح العشرات.
- منع الصحفيين من التنقل في مختلف المدن والقرى في قطاع غزة.
- الاستهداف بالقتل والتصفية الجسدية والمضايقات المختلفة التي لم تستثن وسائل الإعلام الغربية منها مقتل مراسل التلفزيون الفرنسي "برتراند جوبر"، ومصور وكالة الأسوسيايتد برس، ومسؤول مكتب شبكة CNN وغيرهم كثير.

أما على الصعيد الخارجي فقد تمثل الهولوكوست الإعلامي فيما يلي:²⁰

- التضليل والتعتيم والتلاعب بالخبر والمعلومات لخدمة أجندة معينة ومحددة.
- التركيز على وجهة نظر إسرائيل وتصريحات مسؤولي الجيش والخارجية.
- التأكيد والتركييز على أن سبب الحرب على غزة هو حماس.
- اعتبار حماس والكيان الصهيوني على نفس المستوى من حيث الأسلحة والإمكانات والقوة العسكرية.
- التركيز على أن إسرائيل بحربها على غزة تدافع عن نفسها ومواطنيها وتعمل على حمايتهم وحماية ممتلكاتهم.

- التركيز على تصريحات كبار المسؤولين الإسرائيليين من مدنيين وعسكريين.
- استعمال كلمة خطأ أو غلطة لأي مجزرة أو مذبحه أو عدوان أو إعتداء.
- تواطؤ معظم وسائل الإعلام الغربية على محرقة غزة ومنفذيها دون محاولة لكشف حقيقة الحصار المطبق الذي فرضته إسرائيل على الصحفيين الأجانب الذين أتوا للمنطقة لنقل الأحداث.

ومما سبق يمكن إيجاز أسباب إشكالات الإعلام العربي في تعامله مع قضية الصراع العربي الإسرائيلي في الآتي:²¹

- عدم وضوح صورة السياسة العربية أدى إلى صعوبة التعبير عن القضية وبالتالي إلى شلل في المسعى الإعلامي.
- من أسباب الضعف الإعلامي التناقض والتضارب بين ما ترده الأوساط العربية المختلفة حول قضية فلسطين.

- أزمة الفكر العربي الذي يشكو من عديد الأزمات والأمراض، فالإعلام العربي ما زال يفتقد التلاحم الفكري بين المثقفين إن لم نقل يُسهّم في تشرذمه وتناحره.

- لغة الإعلام العربي من أسباب فشله، فكثيراً ما كانت كلماتنا فوق ما نريده أو فوق ما نحتمل، بل كانت أشبه بصراخ انفعالي زاد عظم المأساة مرارة، وظن المسؤولون عن الدعاية العربية أن الدعاية هي عنف في القول وخشونة في التعبير والتهديد بالإبادة.

7- الإعلام العربي في مواجهة الدعاية الصهيونية

تعتمد الآلة الإعلامية والدعائية الصهيونية لقلب الحقائق والمفاهيم لتصنف فعل المقاومة إرهاباً ولتحول الضحية إلى جلد ويغدو الجلد هو الضحية، وعلى اعتبار أن الردع العسكري غير محقق بين العرب وإسرائيل، فإن الميزان الإعلامي بين الطرفين مختل في تأرجح واضح للكفة الصهيونية من خلال اختراقها للمنظومة الإعلامية العالمية بما فيها العربية ويتجسد ذلك فيما يلي²² :

- الإسرائيلي لازال يقاتلنا إعلامياً بإمكانات عالية، فيما نحن نواجهه بإمكانات متواضعة.
- الإسرائيلي ومعه الغرب يملك حيزاً كبيراً من وسائل إعلام مؤثرة في العالم.
- الإسرائيلي وزع حضوره في نسيج كل المحطات العالمية المؤثرة فيما لم يتجاوز عدد العاملين العرب في المحطات الدولية 0.1 فقط.
- الإسرائيلي يظهر على بعض شاشاتنا يتحدث بلغة واحدة مدروسة وهدف مدروس، فيما الخطاب العربي يظهر على شاشاتنا يبدو خطاباً متناقضاً، انفعالياً، عشوائياً وفي بعض الأحيان يسيء للقضية أكثر مما يخدمها.
- الإعلام العربي يتعاطى مع القضية تعاطي إخباري فقط من خلال النشرات الإخبارية كأخبار دامية أو عمليات عاجلة.

- الإعلام العربي هو إعلام مرحلي آني، يستفز الحدث في مراحل معينة ليستنهض نفسه وأحياناً في عشوائية واضحة غير مدروسة، ثم يخبو عندما يفقد الخبر بريقه وحصار غزة مثال على ذلك، لأن فلسطين لم تعد حاضرة كفضية بل كخبر مثله مثل أي خبر من أفغانستان أو كوريا أو تشيلي²³. وعليه فإن أي تحرك إعلامي عربي لموجهة الإعلام والدعاية الصهيونية لابد أن يتجاوز حالة العجز التي وقع فيها الإعلام العربي، ويقرأ جيداً المشكلات الحركية التي عطلت عمل الدعاية العربية المضادة خصوصاً افتقارها إلى خطة متناسقة ومتكاملة وضعف أجهزتها وقلة المختصين والروح المعنوية اللازمة للعاملين في الميدان الدعائي والإعلامي، بالإضافة إلى عدم وجود نظرة واقعية؛ موضوعية وعلمية لإسرائيل، فضلاً عن تغيير الأسلوب الذي تُعرض به القضايا العربية الذي أقل ما يقال عنه أنه مبتسر، ومن مظاهر هذا الإبتسار اعتقاد المخطط أن الناس في العالم يعلمون أن الحق في جانب العرب²⁴.

كما أنه لا بد من استغلال نقاط الضعف في الدعاية الصهيونية، فبحكم كونها تستند إلى المنطق الدعائي فإنها حركة مصطنعة لا يمكن إلا أن تتضمن بعض الأخطاء وتصير وظيفة مخطط الدعاية المضادة أو العكسية اكتشاف تلك الأخطاء ومحاولة النفاذ من خلالها لهدم الدعاية موضع الهجوم، ويمكن تحديد مواطن الضعف في الدعاية الصهيونية فيما يلي²⁵:

- استخدام الكذب في لغة الدعاية الإسرائيلية وهو أسوأ أنواع الفن الدعائي.
- التناقض الداخلي في المنطق الدعائي الصهيوني
- استمرار عملية الضغط النفسي من خلال عقدة الذنب.

- ارتباط الدعاية الإسرائيلية بالمؤسسة العسكرية، فأى انتصار عسكري على إسرائيل يربك الدعاية الصهيونية .
- جعل المنطق الفكري يقوم على رفض ما للحضارات الأخرى من فضل على الإنسانية.
- إذن، إن الدور الذي سيؤديه الإعلام خلال المرحلة القادمة يجب أن يدور حول بُعديْن كل منهما مستقل تمام الاستقلال عن الآخر، وكل منهما له طبيعته المختلفة، بحيث أن كل منهما يعني تحركا في دائرة ذات خصائص متباينة، وإن كان كلاهما يرتبط الواحد منهما بالآخر، بحيث أن كل منهما يكمل الآخر، فالبعد الإعلامي الأول ثقافي يأخذ صورة الدعاية العكسية التي تنبعث من مقومات حضارية متجهة إلى خطاب جميع فئات الرأي العام دون استثناء ؛ المتخصصين وقادة الرأي، أما البعد الثاني فيتمثل في دعاية إيجابية حركية تتجه لخلق قوى مساندة ومؤيدة للقضية العربية²⁶.
- إن هذا التحرك الإعلامي المنشود يتبلور إلى حد ما فيما يُعرف اليوم بإعلام المقاومة، الذي يعرفه رفيق نصر الله بالإعلام الملتزم بقضية، وهو الإعلام الذي يتحول إلى سلاح له تأثيره المعنوي في مسار العمل المقاوم، وبالتالي صار جزءا من المواجهة²⁷، وذلك بقيام هذا الإعلام المقاوم بأداء المهام التالية:²⁸
- الرد على مواقف العدو ودحض آرائه ومواجهته إعلاميا كسلاح نفسي.
- التبشير بأراء المقاومة ومبادئها وموقفها وتثمير أعمالها وإظهار صورتها النضالية كحق مشروع تكفله الشرائع والقوانين.
- شن الحرب النفسية المركزة على العدو وقواعده الشعبية.
- خلق حالة منافسة مهنية وإعلامية، تجعل الآخر مجبرا على التعاطي مع موضوع المقاومة من باب المماهة أو التنافس المهني.
- رفع معنويات الجبهة الداخلية والمساهمة في تحصينها ضد سياسات التثبيط للعزائم، ومقاومة محاولات زرع الفتن الداخلية.
- لقد أثبت هذا الإعلام المقاوم نجاحا خلال الحرب العسكرية مع إسرائيل التي استهدفتها دمرت محطات الإرسال الخاص به أكثر من مرة في إشارة إلى قوة هذا الإعلام وانهزام الدعاية والإعلام الصهيوني أمامه باعتراف الإسرائيليين أنفسهم، حيث قال ألون بن ديفيد المعلق العسكري للقناة الإسرائيلية العاشرة في معرض توصيفه للحرب الإعلامية المفتوحة بين المقاومة اللبنانية وإسرائيل خلال حرب تموز 2006 " ...كانت تلك حربا غير ناجحة، وأقول أن إعلامنا عكس حربا لم تكن جيدة...إسرائيل واجهت في الحرب خصما إعلاميا ذكيا ومتطورا، ذا قدرات إعلامية وبنية تحية إعلامية لم تعرف إسرائيل مثيلا لها في تاريخها، حزب الله كان خصما أشد ذكاء من جميع الخصوم ، لقد كانت الحرب الأشد في الناحية الإعلامية من أي حرب سابقة في تاريخ إسرائيل"²⁹.

الهوامش

*- المقال مستل من بحث الباحث في الدكتوراه

1 - رفيق نصر الله، الامن الاعلامي العربي، إشكالية الدور والهوية، ط1، بيروت، رياض الريس، 2007، ص 57

2 - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط1، القاهرة، عالم الكتاب، 1998، ص25

3 -عبد العزيز بركات، الدعاية السياسية وقضايا الرأي العام، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية، 2008، ص 72

4 -نفسه، ص 73

- 5 - نفسه، ص 181
- 6 - نفسه، ص، ص 182-203
- 7 - محمد حسنين هيكل، حق المعرفة، الجزيرة نت، www.aljazeera.net
- 8 - عبد القادر حاتم، دور الإعلام في تحقيق المفاجأة الاستراتيجية في حرب أكتوبر، ط1، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 2010، ص90
- 9 - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص 213
- 10 - حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، ط1، بغداد، دار الرشيد، 1989، ص 257
- 11 - نهوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على تخوم التفكيك، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص 95
- 12 - نفسه، ص 92
- 13 - نفسه، ص 93
- 14 - أسعد ابو خليل، نقد إعلام الحرب، الاخبار اللبنانية، 2006/08/23
- 15 - نهوند القادري عيسى، مرجع سابق، ص 96
- 16 - عبد المنعم المشاط وآخرون، مرجع سابق، ص 781
- 17 - نفسه، ص 782
- 18 - نبيل الدجاني، المستقبل العربي، عدد، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، ص، ص 145-147
- 19 - محمد قيراط، محرقة غزة بين التنظير الأكاديمي والهولوكوست الاعلامي، مجلة المعيار، العدد 19، الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر، جويلية 2009، ص، ص 355-356
- 20 - نفسه، ص، ص 360-361
- 21 - احمد نوفل، الحرب النفسية، ط 1، الجزائر، دار الشهاب، 1988، ص 216
- 22 - رفيق نصر الله، مرجع سابق، ص، ص 65-67
- 23 - رفيق نصر الله، دور الميديا في إدارة الأزمات والحروب، ط 1، بيروت، بيسان للنشر، 2011، ص 65
- 24 - احمد نوفل، مرجع سابق، ص 217
- 25 - حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مرجع سابق، ص 202
- 26 - نفسه، ص 259
- 27 - مجلة بقية الله، الإعلام المقاوم، عدد 235
- 28 - عبد الله قصير، الإعلام والإعلام المقاوم، مجلة الفكر السياسي، عدد 30، دمشق، اتحاد الأدباء العرب، صيف 2007،
- 29 - عثمان الخلف، عدوان تموز والحرب الإعلامية، يومية الفرات، www.furat.alwehda.gov.sy