

דווקא עכשיו: חובה ללמוד ערבית

19.11.2023 | רעי פוקודה written by

בשבוע שעבר ראינו ברשת אלג'זירה בערבית את אמה של רומי גונן, אחת החטופות הישראליות בעזה. במהלך הריאיון, עימתו אותה עם בכיר חמאס "למען האיזון" כביכול. המארב התקשורתי הזה מוכיח שתמיד יש עוד לאן לרדת, ושאינן מה לצפות מאלג'זירה להוגנות עיתונאית או לאנושיות בסיסית.

בסרטון נוסף שפורסם בעמוד הפייסבוק "אלג'זירה מצרים", ניסו לערער על חשיפת דו"צ בבית החולים שפאל' בעזה שלמעשה בית החולים משמש כמפקדה צבאית. זה לא הפריע לרשת הקטרית לעקם את האמת והעובדות עד שהן יתאימו לה.

אבל אלג'זירה היא רק סימפטום של מחלה גדולה ורחבה הרבה יותר. ערוצים בין-ערביים גדולים, שהם מיינסטרים שנצפה בכל מדינות העולם הערבי, מצליחים לקבע נרטיב פרו-פלסטיני ואנטי ישראלי בזמני שגרה, לא כל שכן בזמן מלחמה. במכונה המשומנת הזו קשה להילחם, וההפסד הישראלי ניכר.

כדי להבין כיצד מייעלים את מלחמת ההסברה של ישראל מול התקשורת הערבית, כדאי לבחון כיצד חמאס מנסה להתמודד מול העוצמה הצבאית הישראלית.

היתרון הצבאי היחסי של ישראל על פני ארגון הטרור חמאס ברור ומובהק. לישראל יש צבא גדול ומיומן, מודיעין מדויק ואיכותי, כוחות מיוחדים ושיטות לחימה מתקדמות. לעומתה, חמאס נאלץ לנקוט בשיטות שונות של לוחמה א-סימטרית בשל החיסרון הצבאי המובהק שלו. דוגמה טובה לכך הם עפיפוני ובלוני התבערה ששוגרו לעבר שדות הנגב בעבר. הפתרון היצירתי הזה של חמאס הצליח להסב נזקים כבדים לחקלאים בדרום הארץ. גם ירי מאסיבי של רקטות מהרצועה, שנועד להתגבר על מערכות היירוט של צה"ל, הוא תוצר של אותו פער בין הצדדים.

אך בכל הנוגע להסברה, המצב הוא דווקא הפוך. חמאס וכל ארגוני הטרור האחרים הם אלה שמחזיקים ב"צבא" תקשורתי גדול וחזק, שלא בוחל בשום אמצעי. הרמטכ"לית הבלתי מעורערת שלו היא כמובן רשת אלג'זירה, והיא גם הנבזית והחצופה ביותר. לכן, עלינו ללמוד מאויבינו, ולאמץ אסטרטגיית לוחמה א-סימטרית בהסברה בערבית.

אסטרטגיה זו צריכה להישען על שלושה עקרונות: ראשית, שימוש באמצעים טכנולוגיים שיעצימו את התהודה של המסר הישראלי ברשתות החברתיות. הוא צריך להגיע לכמה שיותר דוברי ערבית באזור המזה"ת וברחבי העולם. בנוסף, תגבור כוח האדם מוכשר ואיכותי שמגיע בעיקר מתחומי השפה, דת האיסלאם, התקשורת, הטכנולוגיה והפסיכולוגיה לטובת מערכי ההסברה בערבית.

לבסוף, בניית מסרים מבוססי השפה והתרבות הערבית ודת האסלאם. המסרים צריכים להיות מותאמים לקהל היעד: סונים או שיעים, צעירים או מבוגרים, מדינות עוינות או ידידותיות לישראל ועוד. הם צריכים להתאים גם למדיום: ראיון טלוויזיוני ברשת מובילה לעומת פרסומים בטוויטר או בטיק-טוק. רק כך נוכל להשיב מלחמה שעה בתחכום, בנחישות ובהתמדה.

עם זאת, צריך להיות ריאליים ולהודות בכנות לא נצליח לשלוט לגמרי בנרטיב, כי תמיד נהיה מעטים מול רבים, אך אין לנו פריווילגיה לוותר ללא קרב. אם נשפר עמדות ונפעל נכון, בצורה מדויקת ומוכוונת היטב, נצליח לחזק את הנרטיב הישראלי הצודק והשפוי ואולי גם להשפיע יותר על דעת הקהל הערבית ברחבי העולם.

פורסם במקור ראשון, בתאריך 19.11.2023.