



الأساليب الدعائية للإعلام الصهيوني بعد أحداث 11 سبتمبر وسبل مواجهتها

م.م. محمد رشيد صبار *

المخلص :

استعرضنا في بحثنا هذا مكانة الإعلام في الفكر الصهيوني ، ومن ثم تطرقنا الى وسائل الإعلام الصهيوني، الى جانب كيفية تناول الإعلام الصهيوني لموضوع الصراع العربي الإسرائيلي، وركزنا على اتجاهات هذا الإعلام بعد أحداث (11 سبتمبر) ، واهم الأساليب الدعائية التي اعتمد عليها الإعلام الصهيوني خلال هذه الفترة وما زال يعتمد عليها ، وكيفية السبل لمواجهة هذه الأساليب الدعائية.

Abstract

We reviewed in our present status of the media in Zionist thought, and then dealt to the media, the Zionist, along with how to deal with the Zionist media to the issue of Arab-Israeli conflict, and we focused on the attitudes of the media after the events (11 September), the most important propaganda methods adopted by the Zionist media during this period and continues to adopt, and how to ways to address these advertising methods.

*. مركز الدراسات لفلسطينية . جامعة بغداد

المقدمة:

يتميز العمل الدعائي الصهيوني بديناميكية خاصة وفريدة من نوعها للتأثير على عقول الناس في مختلف أنحاء العالم وجعلهم يفكرون ضمن المنطق الصهيوني . كما طور لنفسه حججاً إرتكازية وقام بنشرها على كافة الأصعدة المحلية والخارجية مستخدماً بذلك حججاً قديمة وحديثة ، دينية ودنيوية ، تاريخية وتوراتية إضافة إلى حجج وذرائع أخرى ، ولم يترك جانب من جوانب المخاطبة النفسية ألا وأستعملها وصولاً إلى أهدافه وأطماعه الاستعمارية في فلسطين ، كما أستعمل حججاً أخرى للدلالة على نشاط اليهود وحيويتهم مثل : تعمير الصحراء ، وبناء الحزام الأخضر، وتعمير الأرض الخالية من السكان وتغنيه الدائم بـ(إسرائيل المكافحة والمناضلة والمساهمة) ومركزاً على (إسرائيل المحاصرة من العرب) معتمداً في ذلك على مجموعة من المقولات مثل (حق العودة) و(وحدة القومية والدين) ومقولة (الصهيونية حركة تحرر) ومقولة (الأرض الخالية من السكان) و(فلسطين صحراء قاحلة) و(إسرائيل الصغيرة) و(إسرائيل المسالمة) ومقولة (الهولوكوست) أو المحرقة وهي من أهم الشعارات السياسية والإعلامية التي أطلقها الصهاينة لتبرير حاجتهم وطلبهم لإقامة الدولة اليهودية في فلسطين .

لقد مرت الدعاية الصهيونية بمراحل تاريخية مختلفة كان لكل مرحلة اتجاهات دعائية معينة تسير فيها حسب ما تقتضيه المرحلة، حيث ابتدأت أول هذه المراحل بانعقاد المؤتمر الصهيوني الأول عام 1897م، وحتى وعد بلفور عام 1917م، حيث ركزت الدعاية الصهيونية خلال هذه الفترة على حق اليهود في إقامة دولة لهم في فلسطين، وتشجيع الهجرة اليهودية إليها .

أما المرحلة الثانية فتبدأ بعد صدور وعد بلفور عام 1917م حتى إعلان قيام (إسرائيل) عام 1948م، حيث عملت الدعاية الصهيونية على تهيئة الأجواء الدولية والمحلية باتجاه جلب أكبر عدد من المهاجرين اليهود إلى فلسطين، والتصدي لمقاومة الشعب الفلسطيني، وتأمين الحصول على مزيد من الدعم الدولي .

وفي المرحلة الثالثة التي بدأت عام 1948م حتى حزيران عام 1967م، ركزت الدعاية الصهيونية على تأمين اعتراف المجتمع الدولي بشرعية (إسرائيل)، وضمان تدفق المهاجرين إلى فلسطين .



وشهدت المرحلة الرابعة التي بدأت بعد حرب حزيران 1967م حتى عام 1973م قبل حرب تشرين، تحول الدعاية الصهيونية من موقع الدفاع إلى الهجوم والتركيز على عظمة هذا البلد الصغير الذي هزم العالم العربي .

وتبدأ المرحلة الخامسة من الفترة التي أعقبت حرب تشرين 1973م وحتى وقتنا الحاضر، وقد ركزت فيه على أظهار (إسرائيل) على أنها العامل الأساسي لتحقيق الاستقرار في المنطقة، وحماية المصالح الغربية فيها، والتركيز على تشويه صورة العربي على أنه لا يهتم سوى الخمر والنساء، والربط بين اليهودية والمسيحية وأن الخطر الذي يواجههما هو الإسلام، وقد شهدت هذه المرحلة أحداثاً مهمة أدت بوسائل الإعلام الصهيوني باعتبارها آلة الدعاية الصهيونية الفاعلة إلى أن تتخذ أساليب دعائية معينة، وفق ما تقتضيه هذه الأحداث، وتوظيف هذه الأحداث لخدمة المصالح الإسرائيلية، ومن أبرز هذه الأحداث (11 سبتمبر 2001 م)، الذي استثمرته وسائل الإعلام الصهيوني عبر أساليب دعائية معينة في إلصاق تهمة الإرهاب بالإسلام وتشويه صورة العرب والمسلمين، مما يساعدها على تحقيق الكثير من أهدافها، وهو ما سنحاول إن نسلط عليه الضوء في بحثنا هذا، عبر استعراضنا لوسائل الإعلام الصهيوني، وكيف إنها استثمرت هذه الأحداث من أجل تحقيق مصلحة (إسرائيل)، عبر أساليب دعائية معينة، الأمر الذي يستوجب من الإعلام العربي ان تكون له إستراتيجية مواجهة لهذه التحديات .



أولاً - الإعلام في المنظور الصهيوني

شهدت مدينة بال في سويسرا عام 1897م انعقاد المؤتمر الصهيوني الأول الذي ترأسه مؤسس الحركة الصهيونية ثيودور هرتزل، وجاء في البند الثالث من مقررات ذلك المؤتمر ضرورة العمل على نشر الروح والوعي بين يهود العالم وتعزيزهما لديهم من أجل دفعهم للهجرة إلى فلسطين، وكانت المسؤولية الأولى لتحقيق هذا الهدف الاستراتيجي تقع على عاتق الإعلام الذي قدم خدمات كبيرة للغاية للمشروع الصهيوني وهدفه في إقامة (إسرائيل)، ومنذ ذلك الوقت والإعلام يشكل حجر الزاوية في الإستراتيجية الصهيونية التي أخذت بعداً آخر بعد قيام (إسرائيل) عام 1948م، حينما اندمج الإعلام بشكل كامل ومطلق بالسياسة الخارجية الإسرائيلية التي كان هدفها الرئيسي توسيع (إسرائيل) على حساب العرب، وتكريسه حقيقة واقعة في ظل الإمكانيات الضخمة بسبب رعايتها من قبل الغرب، وفي مقدمته الولايات المتحدة الأمريكية.

وتدرك (إسرائيل) أن مصيرها يتوقف بدرجة كبيرة على دعم العالم الغربي لها، ولما كان الاعتراف الدولي وحده لا يضمن وجودها، فقد أخذت تبحث عن ضمان آخر، وانتهت إلى ضرورة البحث عن خلق إحساس لدى الرأي العام الغربي بأن مصالحه آمنة وتقدمه يرتبط بحد كبير ببقاء (إسرائيل) والمحافظة عليها، وقد نجحت (إسرائيل) في مسعاها هذا كثيراً عندما تمكنت من خلق هذا الانطباع لدى الغرب مستغلة الإمكانيات الهائلة التي بين يديها، متمكنة خلالها من تحقيق أهداف السيطرة والهيمنة وفرضها على العقل الأوروبي، وتأتي في مقدمة تلك الإمكانيات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة المملوكة من قبل إمبراطوريات إعلامية مترامية الأطراف ذات انتشار واسع، ولها نفوذ كبير عليها عملت على استغلاله خير استغلال لكي تقوم بتقديم الصورة المطلوبة عنها وتقلب الحقائق بما يتسابق مع توجهاتها وأهدافها، حيث يتم تصوير ممارسات القوات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني الأعزل على أنها تندرج تحت إطار الدفاع عن النفس لا تحت إطار العدوان .

لقد تمكن الإعلام الصهيوني ولفترة طويلة من الزمن من لعب دور أساسي في عملية تحشيد الرأي العام، وخصوصاً في الغرب، خلف المخططات الصهيونية، عن طريق تزيف الحقائق بالادعاء أن (إسرائيل) تشكل واحة للديمقراطية في المنطقة، ولذلك فإن ضمان تفوقها مسؤولية غربية لأنها هي القادرة على الدفاع عن المصالح الغربية، وهذا ما كان هرتزل قد أكدّه عندما قال: (إن الدولة اليهودية ستكون حائطاً يحمي أوروبا في آسيا وسوف يكون حصناً منيعاً



للحضارة في وجه الهمجية) ويقول حاييم وايزمان أول رئيس لـ (إسرائيل): (إن القضية الصهيونية هي قتال الحضارة ضد الصحراء وكفاح التقدم والفاعلية والصحة والتعليم ضد الجمود الفكري)⁽¹⁾.

لقد عمل الإعلام الصهيوني على ترسيخ مقولة رئيسية إنه ليس للغرب في هذه المنطقة أفضل من الغرب نفسه، كما يتمثل ذلك في (إسرائيل) التي اعتمدت منذ البداية على الدول الغربية والدفاع عن مصالحها، وهذا ما يؤكد الأكاديمي جورج رودر حين قال: (إن بقاء (إسرائيل) كقوة غربية رادعة يعتبر مسألة بالغة الأهمية للدفاع عن أوروبا وعلى المدى الطويل عن أمن الولايات المتحدة الأمريكية، إذ أن (إسرائيل) مستعدة وراغبة في مشاركتنا أهدافنا الدفاعية، والغرب مطالب بالدفاع عنها في وجه التهديدات التي تأتيها من الدول العربية التي تستهدفها وتحاول القضاء عليها إذا ما سنحت لها الفرصة للقيام بذلك)⁽²⁾.

إن عملية تأليب الرأي العام العالمي ضد العرب وتشويه صورتهم وتزييف حقيقة عدالة قضيتهم هي سياسة تتم صياغتها بعناية فائقة من قبل المسؤولين الإسرائيليين، ساسة وأكاديميين، فالبروفيسور بنيامين عزار يقول: (إن الإيحاء للعالم باستمرار العداء من قبل العرب لإسرائيل يخدم جملة من التصورات والمفاهيم التي تقوم على أن الدول العربية تريد إبادة إسرائيل وإزالتها من الوجود، وهو شيء علينا أن نعمل على إقناع شعبنا والرأي العام به بكل الوسائل التي بين أيدينا، لأن ذلك يعد من مصالحنا العليا)⁽³⁾.

إن القول السابق يهدف إلى إضفاء الشرعية على الممارسات الإسرائيلية، ودعم (إسرائيل) ومدها بكل أسباب القوة بذريعة الدفاع عن النفس ضد الأخطار التي تتهددها، كما تدعي، حتى وصل بها الأمر إلى عسكرة وتجييش الداخل الإسرائيلي بالكامل، ونجد أن الدعاية الصهيونية عبر وسائل الإعلام الصهيوني كان ولا تزال تتخذ من تلقين الذهن اليهودي بعقدتي الخوف من العرب وادعاء التفوق التكنولوجي والقيمي عليهم وسيلة لتحقيق أهدافها، وتعتمد إلى تحويل عقدة الخوف من العرب إلى أسطورة عملت وسائل الإعلام على غرسها في ذهن كل يهودي أينما كان من أجل تنمية الشعور بالحق والكراهية ضد كل ما هو عربي، حيث يتم الترويج لمقولة التفوق القيمي والتكنولوجي على العرب من خلال التركيز على تشويه صورة العرب وضرورة التعامل معهم بلغة القوة التي كرس مقولة الجيش الذي لا يقهر.

إن المتابع للإعلام الصهيوني المهيمن عليه من قبل الصهيونية العالمية لابد أن يلاحظ المساحة الواسعة المتاحة أمام الكتاب والصحفيين والعاملين في المحطات الإذاعية والتلفزيونية



وتنوع آرائهم وتحليلاتهم، إلا أنها جميعها تجري تحت إطار عام محدد يصب في خدمة الهدف الإسرائيلي وتسويق كل الممارسات الإسرائيلية.

كما إن الدعاية الصهيونية الموجهة للعرب عبر وسائل الإعلام تحاول أن تصل بهم إلى الاقتناع بعدم جدوى خيار المقاومة لتحقيق هدف نهائي يتمثل بالمضي بهم إلى قمة اليأس من إمكانية التخلص من الأوضاع التي يفرضها عليهم التفوق الإسرائيلي التقني والعسكري، ومن ثم تحطيم أي أمل في نفوسهم بإمكانية تغيير الواقع أو حتى التفكير في تحسين الظروف الذاتية والموضوعية التي من الممكن أن تحقق لهم استعادة حقوقهم كاملة.

ويقول إسحاق رابين رئيس الوزراء الإسرائيلي الأسبق بهذا الصدد (أن السياسة الإعلامية والدبلوماسية الإسرائيلية يجب أن تنطلق من أن إسرائيل قد أصبحت حقيقة ثابتة في المنطقة العربية، وأن مهمتها تتجسد في مواجهة العرب بتلك الحقيقة على الصعيد العالمي، وتوضيح مقدار عجز العرب في تغيير هذه الحقيقة المؤكدة التي يجب أن يقرروا بها ويتصرفوا على ضوءها) (4).

ثانياً- وسائل الإعلام الصهيوني

يقسم الإعلام الصهيوني إلى قسمين وكرالاتي :-

1-الإعلام الصهيوني داخل (إسرائيل) ويشمل :

أ- الصحافة :

للصحافة دور هام في صناعة القرار السياسي ، وصياغة الرأي العام وإدارة الحوار بين النخب المختلفة ، من أحزاب ونقابات وجماعات ضغط ومفكرين ومثقفين وفنانين وعسكريين وصناعيين وأثرياء وخبراء في كافة الاختصاصات ، لذلك فقد اهتمت (إسرائيل) اهتمام كبير بالصحافة وفقاً لمكانة الإعلام في المنظور الصهيوني .

فقد عمدت الحكومة الإسرائيلية ونقابة العمل العامة (الهستدروت) على إصدار عدد من الصحف العربية بهدف تسويق المواقف الصهيونية في الأوساط العربية في فلسطين المحتلة فتم إصدار صحف اليوم والأنباء والخبر الى جانب بعض المطبوعات الدورية وغير الدورية، لكن سرعان ما أكتشف الصهاينة ونقابة العمل إن هذه الصحف فشلت فشلاً ذريعاً في تسويق نفسها في أوساط الجمهور العربي الذي أكتشف زيفها مبكراً الأمر الذي أدى إلى إغلاق هذه الصحف (5).



ويمكن القول إن هناك ضعف ملحوظ في الصحافة الحزبية في (إسرائيل) . وتفاقم نمو الصحافة الخاصة والإعلام التجاري ، وتمتلك ثلاث عوائل يهودية الصحف الرئيسية الثلاث في (إسرائيل)، حيث تمتلك عائلة موزيس صحيفة ידיעות أحرنت وعائلة نمرودي صحيفة معاريف ، وعائلة شوكين تمتلك صحيفة هارتس⁽⁶⁾ .

أما عن نسبة توزيع هذه الصحف فهي كالتالي: ידיעות أحرنت (250 ألف) نسخة يومياً ، ومعاريف (160 ألف) نسخة ، و هارتس (65 ألف) نسخة .

كذلك تساهم الصحف الرئيسية في (إسرائيل) في الشركات التلفزيونية ، حيث تملك شركة ريشت، وهي إحدى الشركات الثلاث التي تدير بث القناة الثانية للتلفزيون ، وتمتلك أيضاً 30% من أسهم شركة الكوابل التلفزيونية دروم هشارون، كما تمتلك صحيفة معاريف 18% من أسهم شركة طلعا ، وتمتلك أيضاً 19,5% من أسهم شركة متاف للكوابل التلفزيونية⁽⁷⁾ .

ب- الإذاعة والتلفزيون :

يرتبط جهاز الإذاعة والتلفزيون بالحكومة الإسرائيلية مباشرة ، وتشرف عليهما سلطة كهينة قانونية أنشئت عام 1965م ، وذلك بموجب قانون أقره الكنيست ، وأطلق عليه أسم قانون - سلطة البث - يقوم رئيس الحكومة بتعيين أعضائها الواحد والثلاثين وذلك بعد استشارة منظمة الكتاب والفنانين ومؤسسات التعليم العالي وأكاديمية اللغة العبرية ، وغيرها من المؤسسات والهيئات ذات العلاقة بشؤون الإذاعة والتلفزيون ، وتضم الهيئة أربعة من موظفي الدولة فقط ومندوباً واحداً عن الوكالة اليهودية ، بالإضافة إلى ذلك يعين مدير الإذاعة ونائبه من بين الأعضاء السابقين شريطة ألا يكونا من موظفي الدولة ، ومدة خدمة الهيئة المشرفة على الإذاعة والتلفزيون ثلاث سنوات غير قابلة للتجديد⁽⁸⁾ .

عند إعلان قيام (إسرائيل) في العام 1948م ، كانت أول خطوة أقدمت عليها حكومة رئيس الوزراء الإسرائيلي ديفيد بن غوريون هي تحويل أسم إذاعة كول برو شلايم التي كانت تبث قبل قيام (إسرائيل) إلى كول إسرائيل ، حيث كان هناك إذاعتان تبثان على نفس الموجة ، إحداهما صوت إسرائيل باللغة العبرية والأخرى صوت إسرائيل باللغة العربية . وبعد العدوان الثلاثي عام 1956م أُفرد للبث الإذاعي العربي موجة خاصة به وأصبح البث لمدة (7) ساعات يومياً ، وبعد حرب 1967م أصبحت مدة البث اليومية (14) ساعة ، ثم تزايد بثها لأكثر من (18) ساعة يومياً من الساعة السادسة صباحاً وحتى الثانية عشر ليلاً⁽⁹⁾ .



بالرغم من ذلك كله فإن هذه الإذاعة تواجه بدعوات كثيرة تطالب بإغلاقها وذلك بسبب الفشل الذي منيت به ، فهذا هو الصحفي الإسرائيلي البارز يوني بن مناحين يشدد على إن الإذاعة الإسرائيلية باللغة العربية لا يمكنها أن تنجح في أي شيء الآن⁽¹⁰⁾ .

أما التلفزيون الإسرائيلي فقد أنطلق في العام 1968م ، أي في وقت متأخر من جراء المعارضة الدينية له آنذاك ، وخصص جزءاً من برامجه للبث باللغة العربية ، بحيث أنه منذ العام 1968م وحتى العام 2000م كان الوقت المخصص للبث باللغة العربية عبر القناة الأولى في التلفزيون الإسرائيلي التي تمولها الحكومة عشرين ساعة أسبوعياً فقط⁽¹¹⁾ .

ومع اندلاع الانتفاضة الفلسطينية في 29/9/2000 م ، واضطلع الفضائيات العربية بدور هام في تغطية أحداثها وفصح الممارسات العدوانية التي كان يرتكبها جيش الاحتلال ، خشيت (إسرائيل) أن تؤدي تغطية الفضائيات العربية لأحداث الانتفاضة إلى زيادة الكراهية لها في العالمين العربي والإسلامي ، الأمر الذي قد يؤدي الى انضمام مزيد من العرب والمسلمين إلى دائرة العمل ضدها ، فدعت الكثير من المقالات في الصحف الإسرائيلية إلى مواجهة الفضائيات العربية بخطوة يمكن أن تقلل الضرر الناجم عن بثها ، وانبرى عدد من المسؤولين الإسرائيليين من الذين خدموا في المخابرات الإسرائيلية العامة (الشاباك) للدعوة إلى إنشاء فضائية إسرائيلية باللغة العربية ، على اعتبار إن ذلك (ضرورة تحتمها المصلحة العامة) ، كما قال الوزير جدعون عزرا الذي كان نائباً لرئيس المخابرات إلى جانب حماس وزير البث في حكومة شارون الأولى د عنان كوهين ، وبالفعل في مطلع العام 2001 م اتخذت سلطة البث التي تمولها الدولة والتي من ضمن صلاحياتها إدارة عمل وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية ، قراراً بفتح فضائية باللغة العربية ، وشرعت هذه الفضائية في البث في مطلع عام 2002م ، وكان الهدف منها التوجه الى المشاهد العربي في كل أنحاء العالم ، لكن بعد أقل من عامين على إطلاق هذه القناة وبالتحديد في مطلع سبتمبر 2003م سرعان ما اتخذت سلطة البث قراراً بإغلاقها في غضون شهرين ، وذلك بعدما ثبت للمسؤولين القائمين على سلطة البث بؤس الرهان على هذه الفضائية وأنها لم تساهم في إعطاء أي مصداقية لنفسها لدى المشاهد العربي⁽¹²⁾ .

أما بعد عام 2003م وما شهدتها هذه الفترة من أحداث خطيرة في المنطقة العربية متمثلة باحتلال العراق وغيرها من الأحداث الأخرى فقد شهدت هذه الفترة ولادة قنوات فضائية إسرائيلية تبث باللغة العربية موجهة الى المنطقة وهي قناة الشرق الأوسط الإسرائيلية والقناة الإسرائيلية



الثانية (CH2) و القناة الإسرائيلية الثالثة (CH3) والقناة الإسرائيلية العاشرة (CH10) والتي تبث حالياً من على القمر (عاموس 2) والتي تسعى (إسرائيل) من خلال برامج هذه القنوات إلى الاختراق الإعلامي للوطن العربي وتحقيق أهداف إستراتيجيتها الدعائية⁽¹³⁾ .

ج- مراكز إعلامية أخرى :

يوجد عدة مراكز إعلامية في المؤسسات والوزارات المختلفة في (إسرائيل) مثل : دائرة الإعلام الدولي ، والمكتب الصحفي في وزارة الخارجية ، مركز الإعلام في وزارة التربية ، أجهزة الإعلام المختلفة في وزارة الدفاع ، وأجهزة الإعلام في مكتب رئاسة الوزراء (المكتب الصحفي للحكومة ، قسم التعميم والنشر ، مكتب الإرشاد المركزي ، قسم الإصلاح ، وغيرها)⁽¹⁴⁾ ، هذا بالإضافة إلى النشاطات الإعلامية لوزارة السياحة وللجامعات والمعاهد المتخصصة ، وأجهزة الإعلام التي تتبع أجهزة المخابرات المختلفة .

وفيما يخص مصادر تمويل الإعلام في (إسرائيل) فإن سلطة البث تشرف من الناحية الرسمية على تمويل وإدارة الإعلام الرسمي ، وتحدد اللجنة المالية التابعة للكنيست كل عام موازنة خاصة لكل أوجه النشاطات التي تغطيها سلطة البث ، بما في ذلك إدارة وتشغيل مؤسسات الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية ، والتي يتم إدارتها تحديداً من قبل دائرة المخابرات الإسرائيلية في مكتب رئيس الوزراء⁽¹⁵⁾ .

وكذلك لابد من الإشارة إلى الشرائح التي يتكون منها طاقم العمل في وسائل الإعلام الإسرائيلية وخاصة الناطقة باللغة العربية ، فجميع رؤساء هذه الوسائل هم من اليهود ، وهم عادة من اليهود المستعربين الذين يعرفون التعامل مع المشاهد والمستمع العربي ، ناهيك على إن جميع المراسلين هم على علاقة بشكل أو بآخر بالمخابرات الإسرائيلية مثل أيلي نيسان ، ويعكوف عيزرا ، أما بالنسبة للعرب الذين يخدمون في التلفزيون فيشترط أن يحصلوا على موافقة أمنية من المخابرات العامة⁽¹⁶⁾ .

هذا ويوجد في (إسرائيل) (11) صحيفة تصدر باللغة العبرية ، (9) صحف بلغات أجنبية أخرى ، وإن محطات الإذاعة تذيع ما يقارب من (110) ساعات بـ (19) لغة في اليوم منها (18) ساعة باللغة العربية ، وإن التلفزيون العام يبث برامجه على أكثر من أربع قنوات فضائية موجهة إلى المنطقة العربية بالإضافة إلى القنوات المحلية ، كما يوجد في (إسرائيل) (160) دار نشر ، وإن هناك (883) مكتبة عامة ، وكلها أرقام قابلة للزيادة⁽¹⁷⁾ .



2- الإعلام الصهيوني خارج (إسرائيل) :

لقد سعى اليهود من أجل السيطرة على وسائل الإعلام العالمي على مدى سنوات طويلة من أجل تحقيق أهدافهم ، ففي عام 1897م كان المؤتمر الصهيوني الأول الذي انعقد برئاسة ثيودور هرتزل في مدينة بازل في سويسرا نقطة تحول خطيرة إذ أبدى المجتمعون إن مخططهم لإقامة (دولة إسرائيل) لن يكتب له النجاح إذا لم يتم لهم السيطرة على وسائل الإعلام العالمية خاصة الصحافة ولذا فقد جاء في البروتوكول الثاني عشر من بروتوكولات حكماء صهيون قولهم سنعالج قضية الصحافة على النحو التالي (18):-

- * ستمتطي صهوة الصحافة ونكبج جماعها .
- * لن يصل خبر إلى المجتمع دون أن يمر علينا .
- * يجب أن نكون قادرين على إثارة عقل الشعب عندما نريد وتهدئته عندما نريد .
- * ستكون لنا صحف شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرستقراطية وجمهورية، وثورية بل وفوضوية أيضاً .
- * يجب أن نشجع ذوي السوابق الخلقية على تولي المهام الصحفية الكبرى وخاصة في الصحف المعارضة لنا فإذا تبين لنا ظهور أية علامات عصيان من أي منهم سارعنا فوراً إلى الإعلان عن مخازيه الخلقية التي تتستر عليها وبذلك نقضي عليه ونجعله عبءاً لغيره .

والواقع أنه لم تكد تمضي سنوات قليلة على صدور تلك القرارات حتى كان اليهود يسيطرون على الكثير من وسائل الإعلام في أوروبا وأمريكا ففي بريطانيا يسيطر اليهود على عشرات الصحف مثل التايمز والساندي تايمز ومجلة صن ومجلة ستي مجازين وغيرها وتشير الإحصائيات إلى إن مجموع ما توزعه كل يوم عشرين صحيفة بريطانية واقعة تحت السيطرة الصهيونية يبلغ حوالي أربعين مليون نسخة في داخل بريطانيا وفي خارجها ، أما في أمريكا تطبع المطابع يومياً (1760) صحيفة يتلقفها (61) مليون أمريكي بالإضافة إلى (668) صحيفة أسبوعية تصدر يوم الأحد ويشرف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي (1700) شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نصفها وسيطرة أقل على النصف الباقي وأهم الصحف التي سيطر عليها اليهود في أمريكا هي نيويورك تايمز وتليها واشنطن بوست



وكذلك الديلي نيوز والنيويورك بوست وستار ليدجر وصن تايم ... الخ كل هذه الصحف مملوكة من قبل أثرياء اليهود مثل روبرت مردوخ وأودلف أوش ووليام هيرست و جون مئير⁽¹⁹⁾، أما في فرنسا فلا يزيد عدد اليهود على (700) ألف نسمة ومع ذلك فأنهم يتمتعون بنفوذ كبير في وسائل الإعلام التي تقع تحت سيطرتهم المباشرة أو غير المباشرة ، وبالنسبة الى وكالات الأنباء العالمية فاعلمها تقع تحت السيطرة الصهيونية مثل رويترز التي أسسها اليهودي جوليوس رويتر و الاسوشيتد برس واليونائيد برس ووكالة هافاس الفرنسية التي أسسها اليهودي هافاس وأصبحت فيما بعد تسمى بـ وكالة الصحافة الفرنسية، إلى جانب شبكات التلفزيون العالمية فشبكة (A. B.C) يسيطر عليها اليهود من خلال رئيسها اليهودي ليونارد جونسون وشبكة (C. B.S) يسيطر عليه اليهود من خلال مالكاها اليهودي ويليام بيلي وشبكة (N . B . C) يسيطر عليها اليهود من خلال مالكاها اليهودي الفريد سلفرمان⁽²⁰⁾ .

ثالثاً- الإعلام الصهيوني وموضوع الصراع العربي الإسرائيلي :

تركز وسائل الإعلام الصهيوني على استمرار التنشئة الصهيونية في مخاطبتها لليهود ، لكنها تأخذ هنا أبعادها الواضحة على صورة الصراع العربي الإسرائيلي، فقد ركز المضمون الإعلامي على تكرار الحديث عن مجموعة المنطلقات والمبادئ الصهيونية المتعلقة (بحق إسرائيل في الوجود) استناداً إلى (الحق الإلهي في أرض الميعاد) وإلى (مبادئ العدالة وقواعد القانون الدولي) وإن (إسرائيل دولة مسالمة) لا تريد العدوان والتوسع على حساب جيرانها العرب حيث تسعى للتعايش والتعاون معهم لكن هؤلاء هم الذين يعدون العدة من ملايين الجنود وآلاف الدبابات والطائرات والمدافع للانقضاض على هذه (الدولة) الصغيرة لمحوها وإزالتها من الوجود وإبادة سكانها ، وانطلاقاً من ذلك فإن (إسرائيل) ومن أجل الحفاظ على وجودها يجب عسكرة المجتمع وحشده وتعبئته وتهيئته للدفاع عن نفسه ، ولإجهاد كل استعداد عسكري عربي وأجبار العرب على قبول (السلام) .

ويربط الإعلام الصهيوني بين ذلك وبين قدرة الجيش على قهر الأعداء العرب والانتصار عليهم ، ولا يعيد ذلك فقط إلى التفوق في العتاد والأسلحة فقط بل إلى التفوق القومي والكفاءة القتالية الميدانية والقدرات الذهنية التي يتمتع بها المقاتل اليهودي مثله مثل المجتمع اليهودي ، مع وجود القضية التي يؤمن بها ويقاوم من أجلها في حين إن الجانب العربي يفتقر إلى كل هذه



العناصر عدا تفوقه في حجم القوى والأسلحة التي لا يعرف أحياناً كيف يستعملها ، وذلك لعدم قدرته على استيعاب التكنولوجيا المعقدة .

يصور الإعلام الصهيوني طبيعة الصراع العربي الإسرائيلي على أنه صراع بين دول عربية تريد افتراس يهود (إسرائيل) وذبحهم وبين (دولة) صغيرة ديمقراطية حضارية مسالمة ، غير عدوانية ولا توسعية ومحاصرة من كل جانب ، همها الوحيد هو السلام ، والحفاظ على أرواح وحياة مواطنيها ، وتتعمد التجاهل تماماً الجوهر الأساسي للصراع وهو حقوق الشعب الفلسطيني الذي جرى تدمير مقوماته وبنيتة الاجتماعية وتم تنشئته في مختلف بلدان الأرض ، بل أن وسائل الإعلام الصهيوني في (إسرائيل) تنكر حتى وجود هذا الشعب معتبرة إن الأردن هو الجزء الآخر من فلسطين حيث تعني هذه العبارة أيضاً إن الأردن هو جزء من (أرض إسرائيل) وبذلك فهو وطن هؤلاء الفلسطينيين اللاجئين ، وبالتالي نكران حق الشعب الفلسطيني في وطنه وحقه في تقرير مصيره وإقامة دولته المستقلة⁽²¹⁾ .

من هذه المنطلقات ركز الإعلام الصهيوني أيضاً على اعتبار الأرض الفلسطينية التي احتلت عام 1967م جزءاً من (أرض إسرائيل) تم تحريرها من الأعراب هذا عدا كونها تشكل عمقاً لـ (إسرائيل) ، وبالنسبة لمدينة القدس فقد ركز المضمون الإعلامي على اعتبارها عاصمة لـ (إسرائيل) إلى الأبد جرى (توحيدها) عام 1967م بعد أن كانت قُسمت عام 1948م .

إن الأثر التحريضي الذي تُمثله هذه الآراء العنصرية المعادية للوجود السكاني العربي داخل فلسطين المحتلة ، والتي تلبس لباس الدراسات العلمية الموضوعية ، وتجد لها مكاناً فسيحاً في وسائل الإعلام الصهيوني هي أشد تأثيراً على الرأي العام إذ إنها (آراء غير متحيزة تنظر الى جذور المشكلة بتجرد وموضوعية) ، الأمر الذي يكسبها مصداقية أكبر لدى جمهور المستوطنين الصهاينة ، مما تزيد من حدة التحريض العنصري ضد العرب وتشجيع الإرهاب الإسرائيلي ، الذي أخذ على عاتقه معالجة هذه المشكلة بعد أن عجزت عن ذلك السلطات الرسمية ، لاعتبارات سياسية وعملية مختلفة . وليس أدل على ذلك من ردود الفعل المباشرة التي أثارها مقالات البروفيسور اليهودي (سوفير) ونُشرت في وسائل الإعلام والتي تؤكد على (ضرورة طرد العرب من (أرض إسرائيل) لأن بقائهم سيؤدي إلى تصفية (إسرائيل) ، وإذا وقعت ثورة عربية لا تعرف أنصاف الحلول فأن ذلك سوف يكبد (إسرائيل) ضحايا كثيرة ، لذلك فإنه لا مجال للتعايش سوياً في هذه البلاد ، وإذا ما تنازلنا عن أهدافها وحقوقها في (أرض إسرائيل) فلن تكون هنا دولة ثنائية



القومية بل دولة عربية ، ولهذا فمن المستحسن أن لا نكون إنسانيين وطيبين ، وإنما بشر فحسب) (22) .

وقد لاقت هذه المقالات التي روجت لها وسائل الإعلام قبولاً كبيراً لدى الرأي العام الإسرائيلي.

رابعاً- اتجاهات الإعلام الصهيوني بعد أحداث (11 سبتمبر) :

لقد شهد الإعلام الصهيوني تغيراً واضحاً في اتجاهاته وأساليبه بحكم ما نتج عن هذا الحدث من تحولات في المنطقة ، فقد ركز ا على تشويه الصورة العربية والإسلامية ، والقضاء على كل سبب يسمح للعالم التعاطف معهم في صراعهم المصيري ضد (إسرائيل) ، وإظهار الإسلام في صورة بعيدة عن الإنسانية التي تميز الدين والحياة في العالمين العربي والإسلامي ، والتركيز على صيغ الإسلام بالتطرف والعنف ليس فقط إلى ما تمليه المفاهيم المسبقة لدى صانعي القرار السياسي ، وإنما أيضاً إلى خلق صورة إعلامية مشوهة يتم ترسيخها في الثقافة الصهيونية مع الترويج لها جماهيرياً ، وأصبح الإسلام يتعرض لحملة إعلامية مشوهة من جراء استجابة الإعلام العربي للدعاية الصهيونية في وسائل الإعلام التي نجحت في خلق إجماع على إن الإسلام يمثل تهديداً للحضارة الغربية خصوصاً بعد أحداث (11 سبتمبر) وكان للنفوذ اليهودي في وسائل الإعلام الغربي الدور الكبير في تأييد هذه الوسائل ل (إسرائيل) .

ويعتبر شمعون بيريز أكثر السياسيين الإسرائيليين ترويحاً لعملية الاختراق الإعلام الصهيوني، إذ يصف الإسلام بأنه (سيف مسلط ضد الحضارة الإنسانية) وقد قال في مقابلة صحفية أجريت معه في واشنطن وكان يشغل في وقتها منصب رئيس الوزراء الإسرائيلي (علينا أن نحاول إعداد أنفسنا للسحب الجديدة التي تحمل الخطر لسموات الشرق الأوسط وهو التطرف الإسلامي الذي هو واحد من أخطر التحديات في العصر الراهن وعلينا أن نسيطر على انتشار الأسلحة النووية حتى لا تسقط في أيدي المافيات الإرهابية المتطرفة أو حكومات المافيات التي تدعم الإرهاب أو أشخاص غير مسئولين)، ويقصد (بيريز) بالمافيا المنظمات الجهادية مثل حماس والجهاد الإسلامي وحزب الله ، وحكومات المافيا يقصد بها إيران والسودان وسوريا بحكم دعمها لهذه المنظمات (23) .

كما عمدت الدعاية الصهيونية من خلال وسائل الإعلام على أظهار الخوف ضد ما قد تؤدي إلى ظهور أممية إسلامية من خلال الدعاية الصهيونية ضد مظاهر القوة في أي بلد إسلامي كامتلاك باكستان القنبلة النووية حيث لجأ الإعلام الصهيوني إلى التعبئة من خلال فيلم أنتجته



بعنوان (قنبلة من أجل السلام) بثته إحدى قنوات التلفزيون الإيطالي التي يمتلكها أحد أصحاب رؤوس الأموال اليهود ، وفيلم (القنبلة الإسلامية) من إنتاج المنتج البريطاني كروسنتي وبث عبر التلفزيون البريطاني ، وفيلم (حطين ثانية) من إنتاج اليهودي الأمريكي بنيامين عامي ويحذر مضمون الفيلم من اليقظة الإسلامية الحديثة وتدل عناوين هذه الأفلام على إن الإسلام دين إرهابي ، وإن العرب والمسلمون يشكلون خطر على العالم أجمع⁽²⁴⁾ . ويسعى الإعلام الصهيوني من ذلك الى خلق تيار قوي ضد ما يخشى أن تكون صحوة إسلامية عالمية ويُذكر بأن (إسرائيل) تمثل قلعة الدفاع الأولى عن الحضارة الغربية ضد خطر الإسلام الزاحف خاصة بعد أحداث(11سبتمبر) التي كانت خير دليل على ما يدعيه الإعلام الصهيوني!!!

خامساً- أهم الأساليب الدعائية التي أعمدها الإعلام الصهيوني بعد أحداث (11 سبتمبر)

أستخدم الإعلام الصهيوني أساليب دعائية معينة بعد أحداث (11 سبتمبر) فيما يلي أهم تلك الأساليب :-

1. خلق مصادر مختلفة للأخبار :

عمدت الدعاية الصهيونية في وسائل الإعلام على إضفاء المصداقية على الأخبار التي تصب في مصلحة إسرائيل من خلال ذكر أكثر من مصدر للخبر ويستغل بذلك نفوذه في وسائل الإعلام العالمي لأنها تعرف إن الخبر عندما يذاع في أكثر من وسيلة سوف يكون مؤثر في المتلقي واستخدمت هذا الأسلوب عندما تكون خسائرها كبيرة ففي حربها الأخيرة في جنوب لبنان صورت وسائل الإعلام الصهيوني الحرب على إنها مع حزب الله (الإسلامي المتطرف الذي بهدد امن إسرائيل) وليست مع لبنان كذلك عمدت على تزييف الحقائق وبث الأكاذيب في أكثر من مصدر للأخبار حول خسائرها في هذه الحرب حتى لا تهدم أسطورة الجيش الذي لا يقهر التي بنتها الدعاية الصهيونية وتسعى للحفاظ عليها كذلك فأنها تستخدم هذا الأسلوب الدعائي عندما تقوم بعمليات قتل المدنيين وهدم منازلهم تقوم وسائل الإعلام الصهيوني بالتعتيم على هذه الأخبار أو تزييفها في أكثر من مصدر أخباري وتقول ان هذه المناطق تأوي (الإرهابيين والمتطرفين الإسلاميين)⁽²⁵⁾ .

2. التركيز على هدف واحد في وقت واحد :



تحاول الدعاية الصهيونية ووسائل إعلامها دائماً الاستفادة من المتغيرات والأحداث السياسية والعسكرية التي تحدث في العالم ، ولا تدع أي فرصة تفوتها ، فقد لاحظنا كيف إنها عملت عقب أحداث (11 سبتمبر) فجندت كل طاقاتها الإعلامية ونفذها في وسائل الإعلام الدولي لتثير ضجة وجدلاً حول هذه الحادثة ، واستغلتها في توجيه الاتهام إلى العرب والمسلمين من أجل كسب تأييد الرأي العام الدولي في كل ما تقوم به في فلسطين ، وتجاهل وسائل الإعلام لما يحدث فيه من جرائم باعتبار إن العرب والإسلام هما خطر يهدد العالم أجمع⁽²⁶⁾ .

وقد عمدت (إسرائيل) في هذه الفترة إلى عمليات قتل وتدمير كبيرة في الأراضي الفلسطينية، لكنها استطاعت أن تحول الأنظار عنها ، باعتبار إن العالم أجمع يركز على حدث واحد هو كيف إن الإرهاب الإسلامي استطاع أن يحدث هذه التفجيرات في قلب الولايات المتحدة الأمريكية ، وأنه قد يستطيع أن يصل إلى أكثر من ذلك إذا لم يوضع حداً له والترويج لمصطلح (الأصولية الإسلامية) باعتبار إن التطرف هو أصل الإسلام، والتركيز على هذا المصطلح وتكراره ، واستغلت الدعاية الصهيونية ووسائل إعلامها أحداث (11 سبتمبر) في الترويج بأن (إسرائيل) وأمريكا هما شركاء في استهدافهما من قبل الإرهاب وهما شركاء في مواجهته .

3. إخفاء الأخبار الملائمة للخصم وتضليل العالم عنها :

لقد دأبت الدعاية الصهيونية ووسائل الإعلام التابعة لها في هذه الفترة على إخفاء الحقائق والمعلومات في الحروب التي خاضتها (إسرائيل)، ومحاولة تضليل الرأي العام العالمي ، " فقد ذكرنا سابقاً كيف أنها في حرب عام 2006م روجت على إنها حرب مع حزب الله وليست مع لبنان ، وفي حربها على قطاع غزة هي ليست ضد القطاع إنما ضد (منظمة حماس الإرهابية) ، كما قامت قوات العدوان الإسرائيلية بالإعداد الإعلامي لتغطية جرائمها ضد أطفال غزة حتى قبل بدئها عبر الضخ الإعلامي وإرسال الرسائل وإيفاد المبعوثين لشرح ذرائع (إسرائيل) التي تدفعها للقيام بهذا العدوان ، والذريعة كانت صواريخ المقاومة لكن الوحشية الإسرائيلية تجاوزت نفسها في هذه الحرب ، حيث مُنع الأعلام العالمي من التواجد في غزة ومحيطها ، ولم توفر لأي إعلامي الحماية من أجل التغطية ، كما تم سحب الهواتف المحمولة من عناصر الجيش الإسرائيلي ، كي لا تتسرب أي صورة عما يجري من إبادة لأطفال غزة⁽²⁷⁾ . وبذلك أحكمت الوحشية الصهيونية حصاراً إعلامياً على شعب محاصر منذ سنوات ، ليبقي الإعلام الصهيوني يروج الأساطير والأكاذيب



ويمارس حملة دعائية ، بينما الجيش الإسرائيلي يمارس البطش والقتل ويرتكب المجازر دون أن يعترض الإعلاميون الغربيون على حرمانهم من الدخول إلى غزة وإن يدينوا هذا الحصار الإعلامي والتعتيم المطلق على الجرائم التي ترتكب .

4. إشاعة عدم الثقة بالنفس وإيقاع المستهدف بالتخبط الفكري :

لقد عمدت الدعاية الصهيونية و الإعلام الصهيوني على استخدام شتى الأساليب التي من شأنها أن تجعل الجانب الآخر يشكك في كل من حوله من قيادات ووسائل إعلام ، لا بل حتى في أنفسهم ، فقد دأب على أظهار القادة الفلسطينيين في مواقف ضعيفة ، ورأينا ذلك بعد فوز حماس في الانتخابات الفلسطينية ، كيف إن الدعاية الصهيونية عمدت الى تشويه رموز الحركة ، وقياداتها ومحاولة دعم الخلاف بينها وبين فتح ، وإظهارهم في موقف المتنازع على السلطة ، بعيداً عن الأهداف الرئيسية التي تتمثل في مقاومة المحتل ، مما يجعل الشعب الفلسطيني يفقد الثقة في من أعطاه صوته والممثل الرسمي له .

5. التأكيد على إظهار التفوق التكنولوجي :

من المعروف إن (إسرائيل) تتفوق تكنولوجياً على جميع الدول العربية ، وذلك لحرص القوى الكبرى والعالم الغربي على ترجيح ميزان القوى لمصلحتها ، باعتبارها (دويلة صغيرة محاطة بأعدائها العرب من كل الجهات) كما يزعمون ، ولذلك عمدوا إلى مدها بكل وسائل وأسباب التقدم التكنولوجي والأسلحة الحديثة من الطائرات والصواريخ ، وكل ما أنتجته آلة الحرب الغربية ، لذلك فإن الدعاية الصهيونية دائماً يؤكد على الفارق التكنولوجي بين (إسرائيل) والعرب هائل جداً، وإنها ستحرم العرب من اللحاق بها حتى منتصف القرن الحادي والعشرين⁽²⁸⁾، لذلك فإن تركيز الدعاية الصهيونية على نجاح تجارب إطلاق الصواريخ ، والأقمار الإسرائيلية ما هو إلا تعميق للشعور باليأس ، والإيحاء بأتساع الفارق بينها وبين العرب ، والترويج لأسطورة الجيش الذي لا يقهر ، والذي يستطيع منازل كل الجيوش العربية وهزيمتها ، حيث راحت أجهزة الإعلام الصهيوني تروج لها حتى صدقها الكثيرون وصدقت هي نفسها، وهذا ما وقعت به (إسرائيل) عندما اغترت في نفسها كثيراً ، لكن حربها الأخيرة في جنوب لبنان عام 2006م وفشلها بها قد أثبت لها عكس ذلك.



6. التخويف بالأسلحة النووية ونظرية الردع النووي :

إن تبني (إسرائيل) للأسلحة النووية ، وإدخالها ضمن إستراتيجية الدفاع الإسرائيلي ، إنما القصد منه ردع العرب عن شن هجوم رئيسي ضدها أو تهديد بقائها ، حيث إن الإعلام الإسرائيلي يمارس التخويف بالسلح النووي الذي تملكه إسرائيل من خلال إذاعة الأخبار وما يكتبه المعلقون السياسيون العالميون والكتاب من تعليقات ودراسات عن قوة إسرائيل النووية ، وعن الأسلحة المتطورة الحديثة التي تزودها بها الولايات المتحدة الأمريكية ، وذلك كجزء من الحملة السيكولوجية الدعائية الرامية إلى إبقاء الدول العربية تحت سيطرة (البعج الإسرائيلي) ، وتأسيسها من مجرد التفكير في حرب (إسرائيل)⁽²⁹⁾ .

7. تزييف المصطلحات وتسمية المسميات بغير مسمياتها :

تعتمد وسائل الإعلام الصهيوني تنفيذاً للتوجهات الدعاية الصهيونية إلى تسريب العديد من المصطلحات التي تخدم أهدافه ومشروعه ، فنجده يروج لمصطلح (الأصولية الإسلامية) لإيهام العالم إن التطرف هو أصل الإسلام وجوهره وتعاليمه ، والهدف من ترديد هذا المصطلح واضح وهو تشويه صورة الإسلام وتجريده من سماته وكرامته كذلك يستخدم الإعلام الإسرائيلي مصطلح (النزاع الفلسطيني الإسرائيلي) بدلاً من مصطلح (الصراع العربي - الإسرائيلي) ، وذلك في سبيل تصغير لحجم هذا الصراع وجعله نزاعاً بين الفلسطينيين والإسرائيليين ، لا دخل لباقي العرب فيه⁽³⁰⁾ . كذلك يتناول الإعلام الصهيوني تسمية (يهوذا والسامرة) بديلاً عن (الضفة الغربية) للإحاء إنه كان يوجد مملكتان في الضفة الغربية بعد وفاة سليمان - عليه السلام - إحداهما في جنوب الضفة وهي مملكة يهوذا ، والأخرى في شمالها وهي مملكة السامرة ، متناسية إن هاتين المملكتين لم تدوما إلا ثمانين عاماً ، وهي في عمر الأمم تبدو قصيرة فقد ظل العرب والمسلمون في الأندلس حوالي ثمانمائة عام ومع ذلك لم يطالبوا بأي حق تاريخي فيها ، وفوق كل ذلك كانت كل مملكة من الصغر بحيث وصفها بعض المؤرخين بأنها مملكة مدينة . كذلك يركز الإعلام الإسرائيلي على مصطلح (الشرق الأوسط الكبير) الذي يضم إسرائيل وتركيا وأفغانستان وباكستان وإيران إلى جانب الدول العربية ، حيث يقوم هذا المصطلح على فكرة إن (إسرائيل) جزء لا يتجزأ من جغرافيته وإن وجودها هو وجود طبيعي يتوجب على العرب القبول به،



وتحرص وسائل الإعلام الصهيوني على ترديد عبارة (جيش الدفاع الإسرائيلي) بديلاً عن عبارة (الجيش الإسرائيلي) من أجل إعطاء صفة بأن (إسرائيل) دائماً في حالة دفاع عن نفسها ضد محيط عربي معاد يسعى إلى القضاء عليها ، كذلك يطلق الإعلام الصهيوني على قطاع غزة تسمية (مفقس الإرهاب) في إشارة إلى إن هذا القطاع يقوم بتصدير الإرهاب إلى كل أنحاء العالم وان (الإرهاب الفلسطيني) لا يهدد امن (إسرائيل) وحدها بل العالم اجمع .

8. الاستفادة من الشخصيات اللامعة :

وهو من الأساليب الشائعة في الدعاية الصهيونية وشديدة الخطورة ، حيث يعتمد الإعلام الصهيوني خلال هذه الفترة الى جذب المشاهير واستضافتهم في سبيل كسب الكثير من التأثير ، ويتم تقديم هذه الشخصيات تحت مسميات من قبيل (اللاعب الأسطورة) (المفكر المستنير) الخ ، وتكمن الخطورة هنا في بث الأفكار الصهيونية بالأسنة وأسماء عالمية مقبولة ومعروفة لها مقبولية لدى الرأي العام العالمي ، مثال على ذلك قيام وسائل الإعلام الصهيوني بالترويج لصورة لاعب الكرة الأرجنتيني ماردونا وهو يصلي عند حائط البراق وما تحمله هذه الصورة من مضمون دعائي كبير⁽³¹⁾ .

9. التأكيد بدلاً من المناقشة والبرهان :

تعتمد الدعاية الصهيونية في وسائل إعلامها إلى عرض وجهات نظرها و التأكيد عليها وإغفال الآراء التي لا تتفق مع مصالحها بشكل شبه تام ، فتقدم وجهات نظرها على إنها من المسلمات التي يتفق عليها الجميع دون نقاش ، وتتجنب حتى الرد على الرأي الآخر خشية تسليط الضوء عليه والمساعدة على انتشاره بلغت الأنظار إليه ومن ذلك تقديم السياسة الإسرائيلية وأعمالها العدوانية على إنها الحل المجتمع عليه في وسائل الإعلام الصهيوني وإن المجتمع اليهودي بكل أطيافه يوافق على هذه الإستراتيجية .

سادساً- سبل مواجهة الإعلام الصهيوني :

إن السياسية الدعائية الناجحة هي التي تسعى إلى كسب العدو أو التخفيف من حدة عدائه، وتسعى للصديق من أجل ترسيخ صداقته وهي بحكم الطبيعة والتعريف عملية طويلة وشاقة ولذلك



فهي بحاجة إلى نفس طويل وصبر ديناميكي يتمثل في العمل المتواصل دون كلل وملل ، ومهما كانت العقبات ودون الاستهانة بالمنجزات مهما كانت صغيرة ، تلك هي إحدى أهم مزايا الإعلام الصهيوني ، لذلك فأننا قبل أن نتطرق إلى ما هو مطلوب من الإعلام العربي لمواجهة الدعاية الصهيونية في الإعلام الصهيوني علينا أن نذكر أولاً الأسباب الحقيقية التي أدت إلى نجاحها في تحقيق الكثير من أهدافها وهي كالآتي :-

1. الإمكانية الكبيرة في تغطية الأحداث في كل مكان .
2. انحياز الدول الكبرى في العالم لصالح (إسرائيل) .
3. وحدة الإعلام الصهيوني في الداخل والخارج ودور الإعلام الداخلي في خدمة الإعلام الخارجي والعكس كذلك.
4. التخطيط الناجح ، أهداف واضحة وبرنامج عمل لتنفيذ الأهداف .
5. الإعلام الإسرائيلي جزء من شبكة إعلامية صهيونية واسعة ونافذة في محيط الإعلام الغربي .
6. اعتماده على وسائل ظاهرة ، ووسائل مستترة :

* الوسائل الظاهرة كالآتي (32) :-

- أ- ملكية المؤسسات الإعلامية (شريك في النصف للمرافق الإعلامية في العالم) .
- ب- السيطرة على القوى البشرية في الكثير من أجهزة الإعلام الغربي .
- ج- السيطرة على الكثير من مصادر التمويل لأجهزة الإعلام .

* الوسائل المستترة :- وتتمثل الاحتكارات في الصناعات الآتية (33) :-

- أ- الأفلام الخام المستخدمة في السينما والتلفزيون .
- ب- صناعة الورق والأحبار المستخدمة في الطباعة عامة ، وطباعة الصحف خاصة .
- ج- صناعة وهندسة آلات الطباعة .

7. الاعتماد على دعاية تقوم على أهداف وأساليب متنوعة لتحقيق أهدافها وترتبط بالدبلوماسية ارتباطاً محكم .

8. اختيار العناصر الموثوق بها والمدرية .

9. افتقاد العرب لأغلب ذلك مما يساعد في نجاح الدعاية الصهيونية ووسائل إعلامها .

لذلك يجب اعتماد إستراتيجية مواجهة عربية شاملة وعلى كل الأصعدة وهي كالآتي:-

1. الاهتمام بالدراسات التالية :-



- أ- التاريخية والثقافية والاجتماعية التي تبرز طابعنا الإنساني والحضاري .
 - ب- واقعنا ومشكلاته الرئيسية وحلولها .
 - ج- طبيعة مجتمع العدو الإسرائيلي وخطته تجاهنا ومتابعته .
- على إن تكون هذه الدراسات موضوعية علمية ناقدة (من خلال مراكز أبحاث عربية تحشد لها الطاقات) .
2. عقد ندوات ومحاضرات حول مخاطر الغزو الإسرائيلي الشامل وتغطيتها إعلامياً .
 3. التمسك باللغة العربية السلمية في وسائل الإعلام .
 4. دور المناهج التربوية في دعم القضية الفلسطينية والتنشئة التربوية والدفاع عن الحقوق الفلسطينية .
 5. الدعوة إلى مؤتمرات إعلامية يشارك فيها الإعلاميون الملتزمون بالنضال ضد (إسرائيل) ، بهدف وضع ميثاق شرف لمواجهة كل أساليب التطبيع الإعلامي ومقاطعة كل النشاطات التطبيقية ، وكشف وسائل الإعلام السائرة في ركاب التطبيع .
 6. العمل الجدي على إنشاء مركز إعلامي عربي يتولى رصد حالات الاختراق الإعلامي وكشفها ، مع تزويد وسائل الإعلام العربي بالمواد الإعلامية المحصنة للمجتمع والتصدي للتطبيع الإعلامي والثقافي ، مع توفير الإمكانيات المادية والمهنية لهذا المركز .
 7. كشف المصطلحات الإعلامية الجديدة والتحذير من الوقوع بها وهي التي تصب في صالح (إسرائيل) مثل (السلام العربي الإسرائيلي) و (جيش الدفاع الإسرائيلي) و (النزاع الفلسطيني الإسرائيلي) الخ .
 8. تشجيع الإعلام العربي على إنتاج ونشر كل ما يبرز عناصر الثبات في مواقف شعبنا والتذكير المستمر بالمواقف والمصطلحات التاريخية المرتكزة على صمودنا بوجه الغزوات الاستعمارية وربطها بمقاومة الاحتلال الإسرائيلي .
 9. مقاومة الدعاية الصهيونية في وسائل الإعلام الصهيوني من خلال القيام بدعاية عكسية هادفة ترد على تلك الدعاية .
 10. مواكبة التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال وتطوير الكوادر الفنية العاملة فيها .
 11. ضرورة إطلاق قنوات فضائية عربية تبث برامج متخصصة باللغة العبرية موجهة إلى داخل (إسرائيل) لمخاطبة الرأي العام الإسرائيلي، فضلاً عن لغات أخرى لمخاطبة الرأي العام الغربي،



من أجل تقديم الصورة الحقيقية للعرب التي شوهتها الدعاية الصهيونية بعد أحداث (11 سبتمبر) والتعجيل بانجاز مشروع القناة الفضائية العربية الناطقة باللغة العربية ، الذي تبنته اجتماعات وزراء الإعلام العرب في بيروت عام 2002م وذلك من أجل مواجهة وفضح الممارسات الإسرائيلية ضد الشعب العربي⁽³⁴⁾ .

الخاتمة والاستنتاجات :

تلعب الدعاية الصهيونية من خلال استخدامها لوسائل الإعلام في داخل (إسرائيل) وفي خارجها دوراً أساسياً في كسب الرأي العام العالمي لصالحها في كل ما تقوم به (إسرائيل) وهذا الدور مبني على إستراتيجية واضحة لها أهداف ووسائل تستغل كل ما هو يمكن ان ينفعها. إن هذا الإعلام الذي قد لا نلمسه في كثير من الأحيان ، وإن كنا نحن دوماً بآثاره ، لا يتطلب بالضرورة كما قد يتبادر إلى الذهن أن يكون عملاً مكشوفاً وعالي الصوت ، لأنه كما إن هناك ما يعرف (بالدبلوماسية الهادئة) فإن هناك بالقطع ما يمكن تسميته بالإعلام الهادئ .

لقد أثمر الإعلام الصهيوني أحداث (11 سبتمبر) ليجعلها حجة وذريعة من أجل تشويه صورة العرب والمسلمين وجعلها مقترنة بالإرهاب وصور صراعه مع العرب على أنه صراع ضد الإرهاب وإن (إسرائيل) تدافع حتى عن الغرب في صراعها مع العرب مستثمراً بذلك كل طاقاته الإعلامية . هذا ومن جانب آخر نرى الإعلام العربي يقف خجولاً ضد هذه الهجمة الشرسة التي أدت إلى كثير من المنافع لصالح (إسرائيل) ويعتبر القصور الإعلامي العربي هو من أهم الأسباب الرئيسة التي أدت إلى نجاح (إسرائيل) فيما تصبو إليه . ومن خلال بحثنا في هذا الموضوع فقد استنتجنا ما يلي :-

1. إن الحرب الدعائية الصهيونية ضد كل ما هو عربي وإسلامي بصفة عامة ، وفلسطيني بصفة خاصة .
2. أعطى التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال (إسرائيل) فرصة أكبر لتعزيز حربها الإعلامية ضد العرب والمسلمين ، مما يتطلب من وسائل الإعلام العربي مواكبة هذا التطور في سبيل مواجهة الحرب الإعلامية الإسرائيلية.



3. هنالك اختراق إعلامي لمعظم وسائل الاتصال العربية حيث إنها تتداول المصطلحات الإعلامية التي يروج لها اعلامي الصهيوني مثل المتطرفين الإسلاميين ، الأصوليين الانتحاريين وغيرها مما يستدعي تثقيف العاملين في وسائل الإعلام العربية ضد هذه المصطلحات .
4. نجحت الدعاية الصهيونية من أن تجعل وسائل إعلامها تسير جنباً إلى جنب مع السياسة الخارجية والداخلية لـ(إسرائيل) لابل أصبح الإعلام الصهيوني الأداة المنفذة لسياسات(إسرائيل).
5. هنالك قصور كبير من قبل الإعلام العربي تجاه القضية الفلسطينية وافتقاره إلى برنامج أو خطة لمواجهة الإعلام الصهيوني .
6. إن الإعلام الصهيوني يلعب دوراً موازياً للدور العسكري الإسرائيلي، ان لم يكن أكثر فاعلية واشد خطورة، لما يقوم به من تزييف وتضليل للحقائق، بما يخدم الأهداف الصهيونية .
7. لقد أعطى هذا الحدث(11سبتمبر)الحجة ل (إسرائيل) في تبرير كل ما تقوم به، على أساس ان العرب لا يهددون امن (إسرائيل) فقط، وإنما العالم اجمع.

المصادر والمواضع :

1. حسين قبلاوي ، الإعلام في الإستراتيجية الصهيونية ، صحيفة البعث السورية في 2003/3/8 .
2. حسن الباش ، العنصرية الصهيونية ، ندوة عنصرية الصهيونية والنازية ، إتحاد الأدباء والكتاب العرب ، دمشق من 27-30 آب 2001 .
3. بثينة شعبان ، الرؤية الإعلامية الصهيونية وأثرها على الحق العربي ، ندوة عنصرية الصهيونية والنازية ، إتحاد الأدباء والكتاب العرب ، دمشق من 27 - 30 آب 2001 .
4. حسين قبلاوي ، المصدر نفسه .



5. لمزيد من التفاصيل حول الصحف الإسرائيلية ينظر : حامد محمود ، الدعاية الصهيونية : وسائلها وأساليبها وطرق مكافحتها ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، بدون سنة طبع ، ص 225-226 .
 6. عاطف عودة الرفوع ، الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع : الصحافة أنموذجاً ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، 2004 ، ص 68-70 .
 7. عدنان حسين أبو ناصر ، الإعلام الإسرائيلي إعلام تحريف وتضليل ، صحيفة البعث السورية في 2010/8/21 .
 8. حامد محمود ، مصدر سبق ذكره ، ص 245-248 .
 9. المصدر نفسه ، ص 115 .
 10. أمل جمال ، الصحافة والإعلام في إسرائيل ، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية ، رام الله ، 2005 ، ص 25 .
 11. المصدر نفسه ، ص 30-31 .
 12. صالح النعامي : بعد الفشل الذريع للفضائيات الإسرائيلية www.alarabnews.com
 13. أياد البكري ، أساليب الاختراق الإعلامي الموجهة إلى الوطن العربي ومظاهره عبر البث التلفزيوني الفضائي الإسرائيلي باللغة العربية ، أطروحة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، 2009 ، ص 104 .
 14. المصدر نفسه ، ص 50 .
 15. المصدر نفسه ، ص 70 .
 16. لمزيد من التفاصيل ينظر : صالح النعامي ، العسكر والصحافة في إسرائيلي ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، القاهرة ، 2005 ، ص 138-139 .
 17. عدنان حسين أبو ناصر ، مصدر سبق ذكره ، ص 24 .
 - 18- محمد رشيد صبار ، النفوذ اليهودي في الإعلام الغربي ، بحث غير منشور ، مركز الدراسات الفلسطينية ، جامعة بغداد ، 2007 ، ص 7 .
 - 19- نبيل دجاني ، أجهزة الإعلام الغربية وموضوع الإرهاب ، مجلة المستقبل العربي ، عدد 291 ، بيروت ، 2003 ، ص 33 .
 - 20- محمد رشيد صبار ، النفوذ اليهودي في الإعلام الغربي ، مصدر سبق ذكره ، ص 10 .
 - 21- المصدر نفسه ، ص 12 .
 22. ريهام عبد الباري ، تأثير الإعلام الإسرائيلي على مسار القضية الفلسطينية وحقيقتها .
- www.arissfororam.com
23. لمزيد من التفاصيل ينظر : عبد القادر الدليمي ، اتجاهات التلفزيون الإسرائيلي ، سلسلة بحوث ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، بغداد ، 1989 ، ص 20 .
 24. ريهام عبد الباري ، مصدر سبق ذكره .



25. أياد البكري ، مصدر سبق ذكره ، ص 65 .
26. مصطفى الدباغ ، الحرب النفسية الإسرائيلية ، مكتبة المنار ، الأردن ، 1986 ، ص 71 .
27. لمزيد من التفاصيل ينظر ، الإعلام الإسرائيلي ، قراءة في كتاب مالك الأحمد . www.paldf.net
28. محمد رشيد صبار ، تطور الأساليب الدعائية للإعلام الإسرائيلي بعد أحداث 11 سبتمبر ، بحث غير منشور ، مركز الدراسات الفلسطينية ، جامعة بغداد ، ص 34 .
29. عزمي بشارة ، حول الوضع الفلسطيني ، صحيفة المستقبل اللبنانية في 18 / 5 / 2002 .
30. لمزيد من التفاصيل ينظر : عبد القادر الدليمي ، مصدر سبق ذكره ، ص 20-21 .
31. أياد البكري ، مصدر سبق ذكره ، ص 97 .
32. طارق البشري ، فلسطين جوهر القضية العربية والمقاومة طريق استعادة الحقوق ، مجلة المستقبل العربي ، العدد (88) ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2003 ، ص 88-89 .
33. أياد البكري ، مصدر سبق ذكره ، ص 15 .
34. المصدر نفسه ، ص 387-388 .