

تم تحرير هذه الصفحة بواسطة برنامج البوت الآلي.

كتب الدكتور سمير صارم حول «الإعلام الصهيوني... والإعلام الصهيونيين» تقديم الأستاذ ناصر قنديل يأتي في وقت أخذ فيه الإعلام المتصهين دوره الأبرز في عملية العدوان خلال ما سمي بالربيع العربي، وخصوصا في المشهد السوري منه. الإسرائيلي الذي لعب وما زال دورا متصهينا لحق الأذى العميق بالمصالح القومية، دافعا باتجاه عملية التفتيت القومي والاجتماعي التي تحاول اليهودية العالمية فرضها على العالم العربي.

«الإعلام الصهيوني... والإعلام المتصهين»... للدكتور سمير صارم

الإعلام... سلاح اتقنه الصهاينة وعجز عنه العرب

في هذا العدد سنعرض مقدمة الكتاب بقلم الأستاذ

ناصر قنديل التي أشار فيها إلى أهمية دور الإعلام في الاستراتيجية الصهيونية، وكيف أن «الدولة العبرية» حرصت على إنشاء المؤسسات الإعلامية في اللغة العربية بغية وصولها إلى العقل والنفس لدى شعبنا بغية التأثير عليها.

في الفصل الأول سنعرض الدعاية والإعلام بالفكر الصهيوني وكيف قادت «إسرائيل» سياستها الدعايية حيث كان التضليل مبدأ عاما من مبادئ الإعلام الصهيوني. إضافة إلى كشف المؤلف لمزاعم القائلة بديمقراطية الإعلام الصهيوني، وكذلك مصادر هذا الإعلام وفي طليعتها التوراة.

قدم الإعلام خدمات كبيرة للغاية للمشروع الصهيوني وهدفه في إقامة كيان «إسرائيل»، حيث شكل حجر الزاوية في الاستراتيجية الصهيونية منذ قيام الحركة الصهيونية على يد الصحافي اليهودي «نورود هرتزل» الذي استطاع عقد المؤتمر الصهيوني الأول في 1897 في مدينة بال بسويسرا، وكان من نتائج المؤتمر إصدار مجلة أسبوعية وسمي العدد الأول منها في الثالث من حزيران عام 1897 وحملت اسم «دي وولت».

ومنذ ذلك الوقت والإعلام يشكل حجر الزاوية في الاستراتيجية الصهيونية التي أخذت بعدا آخر بعد قيام الكيان الصهيوني عام 1948، حينما اندمج الإعلام بشكل كامل ومطلق بالسياسة الخارجية الإسرائيلية..

لقد حرصت الدولة العبرية على إنشاء المؤسسات الإعلامية باللغة العربية لتحقيق الأهداف الآتية:

تسويق مواقف الحكومة الإسرائيلية في أوساط فلسطيني عام 1948، الذين كانوا يعيشون تحت الحكم العسكري المباشر.

المساهمة في الحرب النفسية الموجهة ضد الشعب الفلسطيني والأمة العربية، عبر بثّ الإشاعات والأراجيف من أجل إشاعة أجواء من عدم الاستقرار في المنطقة العربية والنيل من معنويات العرب والمسلمين. ولعل أهم آلية استخدمتها وسائل الإعلام باللغة العربية هي تبييض المتلقي العربي من إمكانية تحقيق أي طائل من المواجهة مع الكيان العبري، والإنبات أنه لا يمكن للعرب إلا أن يخسروا في حال أصروا على مواصلة التمسك بخيار القوة في المواجهة.

ممارسة الضغوط على أنظمة الحكم العربي، سواء الموقعة على اتفاقيات سلام أو التي هي في حالة حرب، وذلك عبر بثّ إشاعات وحقائق، حول الأنظمة العربية من أجل ممارسة الضغط في لحظة ترى أجهزة المخابرات الإسرائيلية أن ذلك يخدم المصلحة الإسرائيلية، وهناك صور كثيرة ومتعددة لممارسة هذه الضغوط، مثل الحديث عن الأوضاع الصحية للزعء العرب، والعلاقات في الدوائر الضيقة التي تحيط بهم، وكشف كل ما يمكن أن يسبب إحراجا لهم، فضلا عن التطرق لما قد ينصرف عنه ضفافه.

وكان بن غوريون أحد رؤساء الحكومات الإسرائيلية السابقين يرى أن وظيفة الإعلام الإسرائيلي، الدفاع عن المشروع الصهيوني؛ وأسس عند إعلان قيام الكيان الإسرائيلي، ما يسمى بهيئة رؤساء تحرير الصحف، التي ضمت جميع رؤساء الصحف المستقلة والحزبية، آنذاك، وقد اعتبرت من إحدى أذرع الموساد الإسرائيلي، حيث قامت بمهام الرقابة المحكّمة على الإعلام الإسرائيلي؛ وتعمل أجهزة وأدوات الإعلام الإسرائيلي الداخلية والخارجية في تنسيق يكاد يكون كاملا. ومن أبرز وسائل الإعلام الإسرائيلي الصحافة، حيث تحتل الصحافة الإسرائيلية مركز الصدارة بين وسائل الإعلام والدعاية في إسرائيل. فقد أدركت الصهيونية خطورة هذه الوسيلة ودورها في تكوين وتوجيه الرأي العام فعدت إلى استغلالها والسيطرة عليها في أماكن كثيرة من العالم ودونها الوجهة التي تخدم مصالحها.

وقد استجيبها الصهيونية عن طريق الصحافة التغلغل والتسلل إلى الحكومات الغربية إضافة إلى تغلغلها في المنظمات والتشكيلات السياسية والاجتماعية ومراكز النفوذ والوقى الضاغطة. وتشير الإحصاءات أن أن الصهيونية تمتلك ما يقرب من 1035 صحيفة ومجلة على مستوى العالم، منها 254 في أمريكا وحدها و158 في أوروبا و32 في أفريقيا، وتعتبر الصحافة اليهودية وأهم شبكة صحافية تصدرها مجموعة بشرية في العالم هذا إضافة إلى سيطرة اليهود على أكثر وكالات الأنباء العالمية، كما يتغلغل اليهود في جميع وكالات الأنباء الوطنية في أمريكا والدول الأوروبية

البناء

يعرض الدكتور صارم موضوع الدعاية والإعلام على مستويات عدة. وفي الفصل الأول يلقي الضوء على موضوع الدعاية والإعلام في الفكر الصهيوني، معددا مصادر هذا الفكر التي تزدهى الإعلام وترشده.

أما في الفصل الثاني فيشير إلى الدعاية والإعلام في الاستراتيجية الصهيونية حيث الوسائل على أنواعها إضافة إلى المنظمات المنشأة بغية خدمة أهداف هذا الإعلام. وفي الفصل الثالث يتكلم المؤلف عن الصحافة كوسيلة تاريخية اتقن اليهود استعمالها، إضافة

إلى وسائل الإعلام التي تتولى نشر أفكارها.

1

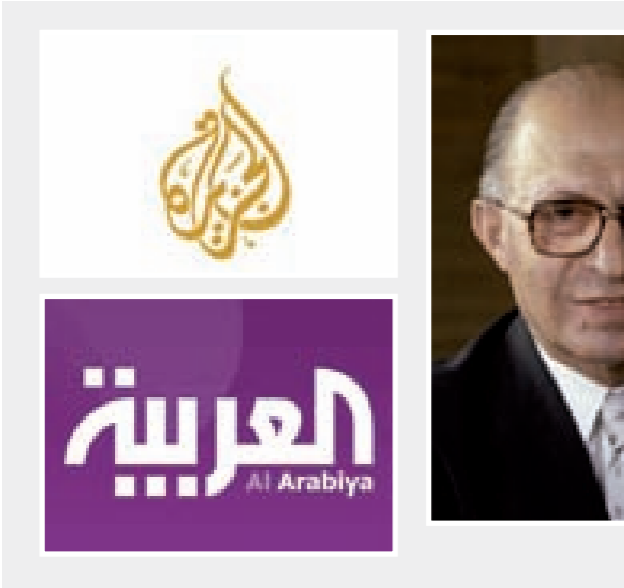
إلى الإذاعة والتلفزيون، وكل ذلك بحسب المؤلف يندرج تحت سيطرة المخابرات.

أما الفصل الرابع، فيورد فيه المؤلف جزءا واسعا من دراسة الإعلام المتصهين وخصوصا «الجزيرة» و«العربية» ودورها في خدمة أهداف الصهيونية. وفي الفصل الخامس يعرض دور الإعلام المتصهين في حرب غزة وفي الحرب الكونية على سورية. وفي الختام يخصص المؤلف الفصل السادس لوضع تصور عن كيفية مواجهة الإعلام الصهيوني والإعلام المتصهين.

تمت بحمد الله تعالى، وقد أعيد طبع الكتاب في طبعته الثانية.

1

1



وعلى هذا يتحدد هدف الدعاية الصهيونية على النحو التالي : استخدام واع لعنصر التوقيت، بمعنى فهم واضح للمرحلة، وما تتكلله كل مرحلة تاريخية. استغلال التباين في علاقات القوى السياسية في داخل المجتمع المستهدف. كما تعمد الدعاية الصهيونية سياسة خلط الأوراق، وإسداد غشاوة على العيون، وصم الآذان حتى لا يعود المتلقي قادرا على التمييز بين القاتل والضحية وترتكز على التالي:

- تخطيط دعائي منظم من جانب وزارة الخارجية الإسرائيلية.
- استغلال الأقلية التي تربطه بالمجتمع اليهودي «التقاليد التاريخية».
- وجود خلفية تاريخية، في المواقف المتميزة ضد البلاد العربية؛ وعدم وجود دعاية عربية مضادة أو «عكسية»، وإذا وجدت فهي ليست على المستوى المطلوب للمواجهة، لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى إستراتيجية موحدة من «التماسك» الإعلامي والسياسي.

دعائم الدعاية الصهيونية

يمكن القول إن استراتيجية الدعاية الصهيونية، تقوم على دعائمين: فأنتمو الدعاية من ناحية، والإحراج على قضايا أساسية معينة، بقصد ترسيخها في ذهن الأميركي العام من ناحية أخرى.

فهي دعاية قوية متعددة الأبعاد، بمعنى أنها تتخاطب كل فئة بطريقة معينة، وتثير معها القضايا المشتركة في ما بينها، بحيث تكسب تأييدها. تتخاطب اليهود الأرثوذكس المتدينين بلغة، وتدعو الليبراليين بلغة ثانية، وتتخول أن تجذب الماركسيين واليساريين بلغة ثالثة، وتتخاطب الأفريقيين والآسيويين بلغة رابعة. فهي توجه لغة للتخاطب وللحوار مع كل الفئات، وتستخدم مع كل منها كل الحجج والآراء التي تؤثر فيها، وتتنهج كل الأساليب، لنقل وجهة نظرها. فمع المتدينين تصنع التوراة هي «المرجع الأساسي التاريخي» للصهيونيين لـ«إسرائيل»، ومع الليبراليين تؤكد على أن «إسرائيل» هي «واحة الديمقراطية في الشرق الأوسط»، وتشير إلى استقرار الحكم النيابي والانتخابي في البلاد. ومع اليساريين، تبرز الطابع «اليساري» لـ«إسرائيل»، باعتزاز أن «الكيبوس» هو تجربة اشتراكية رائدة في مجالات الزراعة والحياة المعامعية.

والدعامة الفنية لاستراتيجية هذه الدعاية، هي الإحاح المستمر والمتواصل على قضايا معينة، من شأنها تحديد الإطار الفكري لمناخ الرأي العام الذي يعيش فيه المواطن المستهدف، من ذلك الخلط المتعمد بين انتقاد السياسة الإسرائيلية، ومعاداة السامية.

مجموعة البريكس وشنغهاي وتصادم مشروعين... وبدائل متعددة لهيمنة القطب الأحادي على العالم

وتظهر التوقعات طويلة الأجل أن البريكس ستسهم بقرابة 50 في المئة من أسواق الأسهم العالمية بحلول 2050، وسيجاوز ناتجها الإجمالي المحلي المجمع ميله في الولايات المتحدة بحلول عام 2020، وفقا للأرقام الصادرة عن اللجنة الأخيرة لهذه الدول، مع مجموعة البريكس، اتخذت إضافة إلى تعزيز التنمية الاقتصادية في ما بينها، خطوات لدعم التنسيق السياسي الداخلي، لزيادة أرباحها وتأثيرها في الساحة الدولية.

كما يعني أن سلطة الدولار الأميركي واليورو الأوروبي وما يرتبط بهما من عطلات ستحتسح 60 في المئة من السوق الدولية، وأن البنك وصندوق النقد اللذين جرى تاسيسهما من قبل مجموعة البريكس باتا مرشحين لإزاحة البنك وصندوق النقد اللويين عن موقعهما الذي سمح منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، بتدبير اقتصادات بلدان العالم الثالث وإغراق هذه البلدان بدميونيات ضخمة تسد أمامها آفاق التنمية الحقيقية.

في سياق آخر، أعلن وزير الخارجية الروسي سرغي لافروف أن دول «بريكس» اتفقت على عدم توسيع المجموعة في المرحلة الحالية، مشبرا إلى ضرورة تنفيذ المجموعة لكل الاتفاقات في الإطار الخماسي القائم أولا. وذكر لافروف أن «بريكس» تتكل غير رسمي، حيث لم توقع الدول الأعضاء أي وثائق تتعلق بالعضوية وشروطها. اما عن انضمام الهند وباكستان إلى منظمة شنغهاي للتعاون، فقد أكد نائب وزير الخارجية الروسي، سيرغي ريباكوف، أنه «كلما ازدادت أشكال التعاون والتحاور (بين البلدين)، ازدادت فرص البلدين الجارين بتجاوز الخلافات القائمة بينهما.

وبحسب وكالة «سبوتنيك» الروسية، أعلنت الرئيس الروسي، فلاديمير بوتين، أن بلاده طرحت على مجموعة «بريكس» جملة مبادرات تندرج في إطار خريطة طريق لتنمية التعاون الاستثماري بين دول المجموعة. وأهم تلك المبادرات تأسيس اتحاد للطاقة في إطار المجموعة، وإنشاء مركز أبحاث دولي في مجال الطاقة، بالإضافة إلى إنشاء اتحاد للصناعات المعدنية، واعتماد خطط تعاون تكنولوجي بين دول المجموعة في حقل إنتاج الآت طرية حديثة وأجهزة إلكترونية وبرامج كمبيوتر متطورة. وكشف الرئيس الروسي بوتين أن عدد المبادرات والشرايع التي يطرحها الجانب الروسي يصل إلى 50 مشروعا. داعيا زعماء دول المجموعة وخبراءها المختصين إلى تبادل الآراء حول هذه المقترحات لاختيار ما يمكن تطبيقه في المستقبل المنظور، والمستقبل أت.

❖ باحث في الشؤون الاستراتيجية

تتمتع جميع المقالات بملكية فكرية خاصة بحقوق النشر محفوظة

وتستخدم «إسرائيل» البث الموجه بالعربي على الموجة الثانية في التلفزيون الإسرائيلي «العربي» وأثير الإذاعة العربية الإسرائيلية الرسمية على الموجة الطويلة وتتحكم بهما أجهزة المخابرات العبرية في بث الإشاعات وفكرة الأخبار، ناهيك عن الدوريات والنشرات اليومية والصحافة المكتوبة والمدونات على الإنترنت لتشويه صورة الفلسطيني والعربي بكافة الإمكانيات والمجالات المتاحة لهذا الإعلام من استخدامها.

التضليل مبدأ عام

وتعتمد الدعاية الصهيونية/ الإسرائيلية على مبدأ التضليل بصفة عامة، ولا يتم هذا من خلال الكذب المباشر وإنما من خلال الاختزال والاختزال والاعتماد على الإبهام والغموض. كما يلجأ الصهاينة أحيانا للغش المصقول. وقد بين أبا إيابن، وزير الخارجية الإسرائيلي الأسبق، أن الدبلوماسية الإسرائيلية عادة ما تختار حلا للصراع العربي الإسرائيلي وهي تعلم مسبقا أن العرب لا يمكن أن يقبلوه، ثم تبدأ آلة الإعلام الصهيونية في التهليل له،، وحينما يرفض العرب مثل هذا الاقتراح يتوجه الصهاينة للعالم متظاهرين بأن الالم بعرضهم لرفض العرب اقتراحهم السلمى.

ولما كانت الأهداف المتعددة تقتضي أساليب متعددة وأصواتا متعددة، فإن الدعاية الإسرائيلية تؤلف الأدوات بحيث يمكنها إصدار عدة أصوات مختلفة. فهناك صوت يساري معتدل، وآخر يميني متطرف، وثالث صوت وسط يتقف بين الأثنين، ثم يسمح لكل الأصوات بأن تظهر في ما يشبه الجودة على أن يصل لكل متلقي الصوت الذي يجبه (وإذا يطلق على هذه الآلية دبلوماسية التوجه).

وقد تمكنت الدعاية الصهيونية في ربط تصرفات العرب بما كان يفعله النازيون، وهذا التزاوج في الصورة يكفي وحده لإثارة النفور ضد العرب لدى الملايين من أهل الغرب الذين لن ينسوا ما أوقعه النازيون من خراب في الإنسان والإنسانية، وقد ساعدهم في ذلك عدم وجود دعاية عربية دافعية أو مضادة لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى استراتيجية موحدة.

وتصنف الدعاية الصهيونية النظم السياسية العربية بالديكتاتورية والتسلطية. كما تتهم الدول العربية بالعضرية في التفرقة الدينية، وتحطي مثلا على وضع الأقباط في مصر حيث تصفهم بأنهم مواطنون درجة ثانية، بالمقابل تبرز الدعاية الصهيونية الشعب الإسرائيلي بصورة مثالية، فالموطن الإسرائيلي هو دائما كدي -شجاع، محب للسلام ذو أخلاق عالية وأن «إسرائيل» هي واحة الديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط.

وتوجد في معظم الوزارات الإسرائيلية دوائر إعلامية تسعى جميعها لتحقيق ذات أهداف العدو الصهيوني، إضافة لمحات للتفرقة والإذاعة والصحافة والإعلام الإلكتروني. وهكذا تسعى «إسرائيل» دائما لتحقيق النصر في المعركة الإعلامية على المستوى المحلي والعالمي ضد الفلسطينيين وضد كل ما هو عربي باعتبارها على كل ما هو متاح من وسائل الحرب النفسية وأدواتها الإعلامية بالإضافة إلى استخدام المكار للمعارض والملصقات والسينما والمسرحيات والندوات والاجتماعات والملصقات والمشورات وكذلك عبر التبادل الثقافي والمعالم مع الآخرين.

1

1

1



تمت بحمد الله تعالى، وقد أعيد طبع الكتاب في طبعته الثانية.

تمت بحمد الله تعالى، وقد أعيد طبع الكتاب في طبعته الثانية.