

كتاب الدكتور سمير صارم حول «الإعلام الصهيوني... والإعلام المتصهين» تقدم الأستاذ ناصر قدوير يأتي في وقت أخذ فيه الإعلام المتصهين دوره الأبرز في عملية العدوان خلال ما سمي بالربيع العربي، وخصوصا في المشهد السوري منه. الإعلام 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

كيف أصبح الإعلام الصهيوني شرطا لقيام الكيان

في هذا العدد يلقي المؤلف الضوء على الموضوعات الأساسية في الدعاية الصهيونية، التي تقوم على سياسة التحريض وتزوير الواقع وتبرير عمليات الإغتيال كأنها استباق لعدوان فلسطيني بقصد إعطائها صفة الدفاع عن النفس، إضافة إلى التركيز على «حق» اليهود في فلسطين التاريخية على قاعدة أن العرب هم المحتلون.

يعود المؤلف ليفسر أسباب نجاح الدعاية الصهيونية ويعزوها إلى ثلاثة عناصر: المنظمات الدعائية وتؤنّعها.
توظيف الجماعات اليهودية المنتشرة.
غياب الدعاية العربية.

وفي بداية الفصل الثاني من الكتاب يعرض الكاتب تركيز هرتزل في المؤتمر الصهيوني على موضوع الإعلام كتعصر مصاحب لقيام دولة «إسرائيل» وتقدمها كواجهة للديمقراطية في عالم عربي «متخلف».

الدور الدعائي للإعلام «الإسرائيلي»

إنّ للدعاية والإعلام دور مهم في تكوين الرأي العام، لذلك يعتمد السياسيون على الإعلام في تهيئة الرأي العام لتقبل السلوك السياسي، وقد عملت الحركة الصهيونية منذ البدء على إقامة كيان صهيوني لليهود، لذلك كانت دعايتهم تقوم على كل السبل التي تؤدي إلى هذا الهدف، وقد ظل هذا الهدف محور الدعاية الصهيونية، تحجيج به الأهداف الأخرى مكملة له، وصار هدف الدعاية الصهيونية الأساسي العمل على إقامة الكيان الصهيوني ودعمه سياسياً وعسكرياً واجتماعياً وثقافياً، ولذلك نظمت الدعاية الصهيونية أساليب مدروسة لتناسب عقليات وعواطف الجماعات المختلفة التي وجهت إليها رسالتها الإعلامية، سواء أكان هذا المتلقي يهودياً أو فلسطينياً أو عربياً أو مواطناً في المجتمع العالمي، لقد تفهم الصهاينة تأثير الرأي العام في البلدان الليبرالية وتأثيره في القرار السياسي في هذه البلدان ولهذا فقد جعلوا من الرأي العام شغلهم الشاغل، حيث أغرقوه بالمعلومات التي تيشر بآرائهم وأفكارهم السياسية، حتى أصبحت تلك البلدان حكراً عليهم ومغلقة أمام خصوصهم.

وهذا جعل الدعاية الصهيونية من أنجح الدعايات الإعلامية التي تقوم باكبر عملية غسل أدمغة على المستوى العالمي، يساعدها في ذلك امتلاك اليهود للإمكانيات الاقتصادية والمالية، إضافة إلى معرفة اليهود لانسب الطرق لمخاطبة العقل الغربي، حيث سهلت عليهم جذورهم الأوروبية أن يحققوا أكبر عملية غسل دماغ بشرية في التاريخ لمصلحة قضيتهم التي عللوا من أجلها، ألا وهي تهويد فلسطين وتغيير معالمها.

لذلك وكما ذكرنا يحتل الجانب الدعائي حيزًا مهمًا في النشاط الصهيوني الإعلامي الموجه من خلال أجهزة وسائط الإعلام «الإسرائيلية» ولهذا تجد الماكيئة الصهيونية لبث روح العداية وإحباطها في المجتمع «الإسرائيلي» أو التوجه إلى الخارج من خلال أمثاله أكبر عدد ممكن من المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء الوطنية والعالمية.

ولهذا يتم التركيز على ما يلي:

1 – تخليط دعائي منظم من جانب وزارة الخارجية «الإسرائيلية»، أعد سابقا ببناء على أسس علمية منظمة، ومن ثم يتم تنفيذها.

2 – استغلال الأقلية التي تربطه بالمجتمع اليهودي «التقاليد التاريخية».

3 – وجود خلفية تاريخية، في المواقف المتميزة ضد البلاد العربية، وعدم وجود داعية عربية مضادة أو «عكسية»، وإذا وجدت فهي ليست على المستوى المطلوب للمواجهة، لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى استراتيجة موحدة من التماسك الإعلامي والسياسي.

وهكذا فالتوجه السياسي العام للإعلام «الإسرائيلي»، الذي له دوراته الحكومية المختصة ينطلق من مسالتين مهمتين:

الأولى: من خلال النشاط الرسمي الممثل بوزارة الخارجية حيث تجمع «إسرائيل» في إحدى أقسامها، مهمات وزارة

الإعلام.

والثانية في كيفية سيطرة أجهزة الأمن «الإسرائيلية» على الإعلام حيث تشرف إدارة الحرب النفسية بوزارة الدفاع على الإعلام الموجه للمنطقة العربية، والتي سكان الأراضي الفلسطينية، وعرب 1948 يهدف بزغ اليأس في نفس الإنسان العربي وزرع عـُرة ثقته بنفسه واثمه وتاريخه وحاضره ومستقبله، فضلا عن شن الحرب النفسية المتواصلة ضد العرب، لتحقيق سياسة «إسرائيل» الهادفة في المنطقة ببساطة فإن ترتيب الأخبار يتم من خلال فبركة الحقائق وتزييف المعلومات واللعب على الأفضال لبض الجمل والعبارات التي تغير المعنى الجوهري للمضمون، لأن الدولة العبرية أصبحت اليوم ذات خبرة عالية وقدرة كافية لها في إدارة المعارك الإعلامية الموجهة.

وإذا رصدنا وسائل الإعلامية العبرية الموجهة، التي تبثها الدعاية والإعلام «الإسرائيلية»، اليوم على قنوات التلفزيون، وعبر أثير الإذاعات، والمواقع الإلكترونية المختلفة، وصفحات الجرائد اليومية، بلغاتها الـ16 التي يتوجه الإعلام العبري به إلى مواطنيه، بالرغم من التركيز الأساسي على اللغات الثلاثة الأساسية: العبرية، والعربية، والروسية إضافة إلى الإنكليزية التي تعتمدها إسرائيل كعلية دبلوماسية خارجية في مخاطبة الرأي العام الأمريكي والأوروبي والعالمى، أما العربية التي تعتبر الثانية والمتداولة في «إسرائيل» بسبب وجود الأقلية العبرية التي تشكل حوالي 20 في المئة من إجمال سكان الدولة العبرية، الموجودة في دولتها المصطنعة، والتي من خلالها تعتمد الدعاية «الإسرائيلية» لمخاطبة العالم العربي والإسلامي وعموم والشعب الفلسطيني خصوصا، كان في الداخل أو مناطق الشتات المختلفة مستغلة بعض العرب العاملين في أجهزتها الإعلامية، إن «إسرائيل» استخدمت البث الموجه بالعربي على العمدة الثانية في التلفزيون «الإسرائيلي - العربي» وأثير الإذاعة العربية - «الإسرائيلية» الرسمية على الموجة الطويلة وتتحكم بهما أجهزة المخابرات العبرية في بث الإذاعات وفبركة الأخبار، ناهيك عن إجمال سكان الشتات لتشوية صورة الفلسطيني والعربي بالإمكانيات والمجلات كافة المتاحة لهذا الإعلام استخدامها.

سياسة الترحيض

تزيير الواقع

واصلت «إسرائيل» سياسة التحريض وتزوير الحقائق وقلبها منذ تأسيسها، وكانت تشدّد الحملات التحريضية مع كل عدوان على الفلسطينيين، ففي اجتياح لبنان عام 1982، نفذت «إسرائيل» حملة تحريضية شعواء، فتناقلت التصريحات العنصرية مثلما نشرت تصريح رئيس الوزراء «الإسرائيلي» تسيير يافك حين قال: «إن الفلسطينيين مجرد حيوانات استذرى على قديمين».

كما قال رئيس أركانها رفائيل ايتان: «إن الفلسطينيين صراصير مخدرة في قنينة».

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 تغذي 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

3

إلى الإذاعة والتلفزيون، وكل ذلك بحسب المؤلف يندرج تحت سيطرة المخابرات. أما الفصل الرابع، فيورد فيه المؤلف جزءاً واسعاً من دراسة الإعلام المتصهين وخصوصاً «الجزرية» و«العربية» ودورهما في خدمة أهداف الصهيونية. وفي الفصل الخامس يعرض دور الإعلام المتصهين في حرب غزة وفي الحرب الكونية على سورية. وفي الختام يخصّص المؤلف الفصل السادس لوضع تصور عن كيفية مواجهة الإعلام الصهيوني والإعلام المتصهين.



دافيد بن غوريون



حايم ايزمان



بروفيسير هودين



الشهيد هاني حسين أبو بكره



اسحاق رابين



الوفود المشاركة في المؤتمر الصهيوني الاول ويظهر هرتزل في الوسط



مخيم جنين



بالبضفة حسين الشيخ، وعرضت عليه صورة لزوجة مستوطن قتلته الفلسطينيون، وسالته: ماذا تتحدث عن هذا المشهد؟ وهي بهذا تريد أن تحول حسين الشيخ (الضحية) إلى مجرم مسؤول عن مأساة المرأة والعائلة!

– كما أصدر مدير عام سلطة البث قراراً باستخدام مصطلح «قواتنا» بالإشارة إلى جنود الاحتلال العاملين في الضفة وغزة مثل: «لم يصب أحد من قواتنا اليوم»، أو «قواتنا أطلقت النار على المتظاهرين في جنين».

وفي الانتفاضة الثانية، عبر الإعلاميون «الإسرائيليون» عن عدايتهم الصارخ للفلسطينيين وانسجامهم مع فكرهم الصهيوني العنصري، حيث كان من تصريحاتهم: «هذا ما نعرفه نحن... العرب لا يفهمون إلا لغة القوة». وقد ظهر العداية واضحا حين دعا المصلح العسكري رون بن يشاي – بعاطفة جيشة– الجيش «الإسرائيلي» لقيام بهجمات واستخدام مختلف أنواع الأسلحة ضد الفلسطينيين وقال: «يجب أن نفهم عرفات ونظامه أنهم أعداؤنا، وأنا ننسزبرهم بشكل منظم ودقيق حتى يطلبوا وقف إطلاق النار».

الدعاية الصهيونية وتوجهاتها

تقوم إحدى دعامات الدعاية الصهيونية على فكرة أن «إسرائيل، نشأت من رحم حركة تحرر ضد الاستعمار البريطاني باستعمال النضال السلمي أولا ثم باتباع الكفاح المسلح، ومن حركة في خدمة المصالح الاستعمارية تحولت الصهيونية فجأة إلى حركة تحرر للشعب اليهودي من العسف الاستعماري البريطاني، ورمزا لكفاح «الشعوب المحبة للحرية»، في خضم حركة التحرر من الاستعمار كان بيع هذه الصورة عملية مريحة وضمنوة، وقرار التقسيم كان بمنطق الصهيونية مناقضا لمبدأ «حق الشعوب في تقرير مصيرها»، وهناك فكرة شديدة الرسوخ في منظومة الدعاية الصهيونية، وهي أنه لا يمكن أحيانا تلافى «الخسائر» التي يوقعها «جيش الدفاع» بإعادة «إسرائيل»، وأنه يجب التعود على القبول بهذه الخسائر، يتفهم العرب كثيرا ذلك، وهو ما يفسر إلى حد ما أن آلة الدعاية الإسرائيلية لا تقوم بجهد كبير لإلغاء الخسائر التي يوقعها «جيش يهود» بخصوصه، بل تستعمل تلك الخسائر لتأكيد «سمو الهدف» الذي تسعى لتحقيقه إسرائيل، وترسخ فكرة اللعنة التي تحيق دائما بين يئسدى لها، وباستمرار، كان الأعداء يعطون المبررات لتلك الحروب، لذلك فإنهم هم من يتحمل الخسائر لدى «إسرائيل»، وفي «إسرائيل»، فهي لا تملك سوى أن تدافع. لذلك فإن جيشها هو الوحيد في العالم الذي يحمل اسم «جيش الدفاع»، مع ذلك فإن العرب كانوا يعطون الدعاية الكافي لـ«إسرائيل»، إن السببية الإعلامية والديبلوماسية «الإسرائيلية» يجب أن تنطلق من أن «إسرائيل» قد أصبحت حقيقة ثابتة في المنطقه العربية وأن مهمتها تتجسد في مواجهة العرب بتلك الحقيقة على الصعيد العالمي، وتوضيح مقدار عجز العرب عن تغيير هذه الحقيقة المؤكدة التي يجب أن يقروا بها وينصرفوا على ضوئها».

أسباب نجاح الدعاية الصهيونية

ويرجع بعض الكتاب نجاح الدعاية الصهيونية لاسيما في الغرب إلى عناصر عدة هي:

1 – تعدد المنظمات الدعائية وتنوعها وضخامة عددها واعتمادها التخطيط العلمي.

2 – تقوم الدعاية الصهيونية بتوظيف أعضاء الجماعات اليهودية في الغرب، فهم يشكلون جزءا ضوئيا داخل الجسد الغربي على رغم استغلاله السنيح، ومن ثم تبدو الدعاية الصهيونية كما لو أنها ليست وجهة نظر دولة أجنبية وإنما تعبير عن مصالح أقية قومية.

3 – غياب الدعاية العربية وفجاعتها في كثير من الأحيان.

ولكن السبب الحقيقي والأول لنجاح هذه الدعاية هو التركيز على أن «إسرائيل» دولة وظيفية أسسها التشكيل الحضاري والإمبريالي الغربي لتقوم على خدمته، ولذا فهي تحظى بكثير من التعاطف لأن بغاءها قاعدة للاستعمار الغربي جزء من الاستراتيجية العسكرية والسياسية والحضارية للعالم الغربي.

ويرى بعض الباحثين أن الدعاية الصهيونية سعت منذ

الصهيوني على حساب العرب، وتكريسه حقيقة واقعة في ظل الإمكانيات الضخمة لرعايتها من قبل الغرب، وفي مقدمه الولايات المتحدة الأميركية.

ويدرك الكيان الصهيوني أن مصيره يتوقف بدرجة كبيرة على دعم العالم الغربي له، ولما كان الاعتراف الدولي وحده لا يضمن وجوده في الخارج، فقد أخذ يبحث عن ضمان آخر، وانتبه به البحث إلى ضرورة خلق إحساس لدى الرأي العام الغربي بأن مصالحه آمنة وتقدمه يرتبط بحد كبير ببقاء الكيان الصهيوني والمحافظة عليه، من خلال الإعلام وقد نجح الكيان الصهيوني في مساعده هذا كثيرا عندما تمكن من خلق هذا الانطباع لدى الغرب مستغلا الإمكانيات الهائلة التي بين يديه، متمكنا خلالها من تحقيق أهداف السيطرة والهيمنة وفرضها على العقل الأوربي، وتأتي في مقدمة تلك الإمكانيات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروعة المملوكة من قبل إمبراطوريات إعلامية مترامية الأطراف ذات انتشار واسع، ولهذا الكيان نفوذ كبير عليها عمل على استغلاله خير استغلال لكي يتفهم الصورة المطلوبة عنه وتلقب الحقائق بما يتساقط مع توجهاته وأهدافه، حيث يتم تصوير ممارسات القوات الصهيونية ضد الشعب الفلسطيني الأزعزل إلا من إرادة المقاومة 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، وخصوصا في الغرب، خلف المخططات الصهيونية، عن طريق تزييف الحقائق بالإدعاء 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 أكده عندما قال: «إن الدولة اليهودية ستكون حائضا بحمي أوروبا في آسيا وسوف يكون حصنا منيعا للحضارة في وجه الهجمة»، ويقول حايم ايزمان أول رئيس للكيان الصهيوني: «إن القضية الصهيونية هي قتال الحضارة ضد الصحراء وكفاح التقدم والفاعلية والصحة والتعليم ضد الجمود الفكري».

لقد عمل قادة الحركة الصهيونية قبيل تأسيس «إسرائيل» عام 1948، وعلى المستويات كافة التي تمكنهم من القيام بوظيفة الدولة، وكان الإعلام أحد أهم هذه المستويات.

وفي هذا المجال يقول بن غوريون: «لقد أقام الإعلام دولتنا واستطاع أن يتحرك للحصول على مشروعيتها الدولية...».

وقد نشطت خلال تلك الفترة «إذاعة إسرائيل»، وأربع عشرة صحيفة صهيونية منها أربع صحف ناطقة بالعربية، وموجهة للفلسطينيين والغرب لتخدم أغراضا صهيونية، ومن أشهر هذه الصحف صحيفة «هارتس» و«يديעות أحرונوت» و«معاريف» و«دافار»: أما الصحف الناطقة بالعربية فهي: «بريد السلام»، و«صحيفة السلام»، و«اتحاد العمال»، و«حقيقة الأمر»، وكانت أهداف كل تلك الوسائل في الدعاية والإعلام هي تثبيت أقدام الصهاينة وترويع وتخويف العرب الفلسطينيين كذالك الدعاية من أجل الترويج للجزرة الصهيونية إلى فلسطين. يسعى الإعلام «الإسرائيلي»، منذ اغتصاب فلسطين العربية إلى توظيف كل وسائله المقروعة والسموعة والمرئية، وتسخيرها لخدمة أهداف المشروع الصهيوني، بتأكيد أن فلسطين أرض يهودية محررة، وليست أرضا فلسطينية محتلة، وأن «إسرائيل» الحالية هي تكرار لـ«إسرائيل» القديمة، وأن تاريخ فلسطين يبدأ بعملة داود، في القرن العاشر قبل الميلاد، وينتهي بـ«إسرائيل» الجديدة التي تمثل بعقل لـ«إسرائيل» القديمة، وإحياء لها.

وعمل الإعلام الصهيوني على ترسيخ مقولة رئيسية مفادها أنه ليس للغرب في هذه المنطقة أفضل من الغرب نفسه، كما يتمثل ذلك في «إسرائيل»، التي اعتمدت منذ البداية على الدول الغربية الاستعمارية والدفاع عن مصالحها وهذا ما أكده الأكاديمي جورج رودر حين قال: «إن بقاء «إسرائيل» قوة غربية رادعة يعتبر مسألة بالغة الأهمية للدفاع عن أوروبا وعلى المدى الطويل عن أمن الولايات المتحدة الأميركية وهي مستعدة ورغبة في مشاركتنا أهدافنا الدفاعية والغرب مطالب بالدفاع عنها في وجه التهديدات التي تأتيها من الدول العربية التي تستهدفها وتحاول القضاء عليها.

وقد سيطرت الأجهزة الأمنية «الإسرائيلية» على السياسة الإعلامية، كون «إسرائيل» بفكراتها كافة كانت وما زالت تتنظر العلاقة مع الفلسطينيين والعرب عموما من منظور أمني بحت، وقد ثبت أن «إسرائيل» تدير أمورها عبر ثلاثة آفاق: عسكري وسياسي وإعلامي.

يقول الباحث الفرنسي توميس سيفير في كتابه «الحرب الإعلامية «الإسرائيلية» الجديدة»، في الحرب، يجب أن يكون فمة إعلام كامل يؤدي الدور ذاته الذي تؤديه البندقية والطاردة النفاثة والقنابل التي تسقط البلى على الضحايا، لأن الحرب سوف تكون مخططا مدروسا يجب التحكم من خلاله والذي يرتبط في ما بعد بالعمل النفسي الصهاينة ومن ثم المجتمع الدولي الذي لا يجب أن يرى الكيان الصهيوني بل حقيقة بل كما يبنيها له الإعلام الصهيوني فقط أي حرب «نظيفة» لا يموت فيها سوى الإرهابيين..

ويوضح سيفير الدور الخبيث لهذا الإعلام وكيف أنه يعتمد على مبدأ «اكتب حتى تصدقوك»، والذي بكل أسف. كما يقول الكاتب، انحازت إليه دوائرإعلامية غربية كثيرة صدقت الخبيث الصهيوني القائل إنه يدافع عن نفسه من الإرباب والذي أبدته في حربه هذه في الوسائل الإعلامية وغير الإعلامية الأميركية التي يديرها نخوض اللعبة القدرة نفسها في كل من العراق وأفغانستان وأصبح الإعلام الجديد يدافع عن المجرمين على حساب الضحايا مناسيا أن صورة الضحايا انظر وكبر.

ويقول البرفسور الأميركي هودين في كتابه «سياسة التحكم»، «إن التحكم بعقول الناس هو خداعهم بشكل منظم جيدا»، ويضيف: «كلما زاد اطلاع الناس، كلما صعب التحكم في وعيهم، لذلك يبثون ما هو بديل من الأخبار الفعلية كالأخبار الناقصة غير الموثقة والمحرقة، عبر مثلا شهود العيان والمراسلين الخاصين، والمديونين وغيرهم، ويقرر غياب الحقيقة يمكن التحايل على الوعي، ويلجؤون إلى الغش -وفبركة الوثائق لتصبح مزورة ويتم استخدام الإنتاج في الصورة حيث يدخل عنصر التزيير، وكذلك التركيز على أحداث هامشية عميقة لتحويل الانتباه عما هو رئيسي في الحدث، وأحيانا يتم إفتعال أحداث ليست ذات قيمة وتصويرها وكأنها فائقة الأهمية».

قالإعلام الصهيوني بحؤل الضحية إلى جلد والعكس صحيح، وثمة أسلوب خطير وهو تضخيم الحدث والإرقام أكثر بكثير مما هو واقع، المهم البحث عن صياغة للخبر ليصبح جذابا ومثيرا، ولا كان ملفقا حتى يتفق مع واضعي السياسة الإعلامية مسبقا.

يقول أحد المفكرين: «في مجال العلاقات الاجتماعية

والأحداث الكبرى، لا يوجد مثال أكثر انتشارا وأكثر نفاقا من إبراز بعض جوانب الواقع وإخفاء الجوانب الأخرى، هذا لعب إلى الأملنة من الضروري ليس انتقاء بعض الحقائق بل جميع جوانب الظاهرة وربطها مع بعضها البعض، ومن دون ذلك سيفطر حتما الشك في المصدقية، والانتقاء المتعمد لبعض الجوانب هدفة تشويه الحقيقة».