

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني
في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي
-قراءة في إستراتيجية التخطيط وآليات التطبيق-
أ. رشيد خضير
جامعة الأمير عبد القادر

ملخص:

تتناول هذه الدراسة أهمية الإعلام في الفكر الصهيوني، من خلال تحليل استراتيجيات الدعاية الصهيونية ومبادئها التي روجت لها، وتركز الدراسة على فهم آليات استخدامات الصهيونية لوسائل الإعلام في تنفيذ خططها وبرامجها ضد العرب والمسلمين .

كما تناقش الدراسة المنطق الدعائي الصهيوني وتطوره عبر مراحل الصراع العربي الإسرائيلي، منذ إعلان فكرة إنشاء دولة للشعب اليهودي خلال مؤتمر الصهيوني العالمي عام ١٨٩٧ إلى غاية إعلان إسرائيل حالياً كدولة يهودية.

Abstract

This study deals with the media importance in Zionist thinking, through the analysis of the Zionism propaganda strategy and principles .

It focuses on the understanding of the media tools and uses by Zionism in the implementation of its plans and programs against Arabs and Muslims.

Our study also discusses the Zionist propaganda logic and its development through the stages of the Arab-Israeli conflict, since the announcement of the idea of establishing a state for the Jewish people during world Zionist congress in 1897, until the declaration of Israel as a Jewish state.

مقدمة:

لقد استخدمت البشرية عبر تاريخها وسائل الإعلام والدعاية في كسب العقول والقلوب والتأثير في معنويات الخصم والعدو وإرباكه زمن الحرب والسلم، فهي تشكل خط الهجوم الأول؛ وخط الدفاع الأخير، حتى أن أحد القادة العسكريين الألمان في الحرب العالمية الثانية قال "إننا نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعاً واحداً في يد جندي، أليس الأرخص من ذلك أن توجد وسيلة تسبب اضطراب الأصابع التي تضغط على زناد المدفع في يد ذلك الجندي"⁽¹⁾.

وما من قضية لعبت فيها - ولا زالت- وسائل الإعلام والدعاية دوراً أساسياً ومركزياً لتحقيق الأهداف المتوخاة مثلما هو الحال في الصراع العربي الإسرائيلي، وما من جهة استغلت إمكانات الإعلام؛ وارتفعت بالطاقات الكامنة فيه؛ وسخرته بنجاح فائق؛ مثلما استغل الصهاينة والإسرائيليون هذه الإمكانيات وسخروها.

أولاً: أهمية الإعلام والدعاية في الفكر الصهيوني.

يحظى الإعلام والدعاية بأهمية كبرى في التخطيط الاستراتيجي للصهيونية، ويعود ذلك بالأساس إلى التكوين الإعلامي لمؤسس الصهيونية العالمية تيودور هرتزل الذي هو في الأصل صحفي⁽²⁾، فلقد تنبّهت المنظمة الصهيونية ومنذ مراحل الصراع الأولى إلى أهمية عملية التوجيه والدعاية والحرب النفسية، فقد نص البند الثالث من بنود برنامج العمل الذي أقره المؤتمر الصهيوني الأول (مؤتمر بازل بسويسرا) الذي عقد عام 1897⁽³⁾؛ على أهمية الإعلام والتثقيف لتنفيذ هدف إنشاء الدولة اليهودية في فلسطين، إذ نص البند

(1) - عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ط1، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب 1984، ص121.

(2) - موسوعة السياسة، ط1، مجلد3، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر 1981، ص 660.

(3) - حضر المؤتمر 204 مندوبين يمثلون جمعيات صهيونية من مختلف أرجاء العالم، وتمخض عنه تحديد هدف الصهيونية في إنشاء وطن للشعب اليهودي في فلسطين، وأقر المؤتمر أهداف الصهيونية العالمية فيما عُرف ببرنامج بال وإنشاء الأداة التنظيمية لتنفيذ البرنامج، وهي المنظمة الصهيونية العالمية، أنظر موسوعة السياسة، مجلد3، مرجع سابق، ص 660.

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

على " ضرورة نشر الروح القومية والوعي القومي بين يهود العالم
وتثمينها"⁽¹⁾.

كما أن الشكل التنظيمي للمنظمة الصهيونية الذي تمخض عن المؤتمر التأسيسي للحركة الصهيونية تركّز في خمس هيئات أو تنظيمات ، من أبرزها مكتب التوجيه المركزي الذي ضمّ قسماً يسمى دائرة الدعاية، يتبع مباشرة رئيس المنظمة والمكتب المركزي⁽²⁾، وهذا ما يدلّ على أهمية الدعاية والإعلام في الفكر الصهيوني كأداتين للتأثير في الرأي العام العالمي، و يفسر لنا أيضاً النزعة الصهيونية المستدامة للسيطرة على وسائل وأجهزة الإعلام الغربية.

وقد استفاد الفكر الإعلامي الصهيوني من الخبرات والتجارب السابقة سيما في ميدان التعامل النفسي، حيث تمكن الفكر الإعلامي الصهيوني من استيعاب هذه التجارب وتكييفها بالشكل الذي يتلاءم مع الظروف والمنطق السائد خلال المراحل المختلفة للصراع العربي الإسرائيلي، وتتركز هذه الخبرات حول أربعة مصادر⁽³⁾:

1- المصدر الأول يرتبط بتقاليد الحضارة الإسلامية : تمتع اليهود في الحكم الإسلامي بحقوقهم المدنية والدينية كاملة ، تماشياً مع سياسة التسامح التي كفلها الإسلام لأهل الذمة ، وأصبحوا بذلك عناصر فعّالة في المجتمع تتمتع بحماية الشريعة⁽⁴⁾، حيث وصلت حياة اليهود في ظل الدولة الإسلامية إلى درجة من الازدهار دفعت بعض المؤرخين اليهود إلى اعتبار حياتهم في ذاك الزمن بالعصر الذهبي في التاريخ اليهودي⁽⁵⁾.

فقد استفادت الحركة الصهيونية من حقب عيش اليهود بين المسلمين، مستلهمة من التجربة أسس عملية الدعوة ، وفهم كيفية إنشاء رابطة وعلاقة الولاء، بما يعنيه ذلك من ترابط حركي حول استقبال المنطق الكلي المتكامل الذي يقبل كلياً ولا يناقش جزئياً.

(1)- مروان كنعاني، حول وسائل الإعلام الصهيوني وأساليبه، مجلة شؤون فلسطينية، عدد 26، بيروت، مركز الأبحاث، أكتوبر 1973، ص 60

(2) - حامد ربيع، فلسفة الدعاية الصهيونية، ط1، بيروت، مركز الأبحاث 1970، ص 12

(3) - محمد عبد الرزاق الدليمي، تطور أساليب الدعاية والإعلام الصهيوني، ط1، عمان، مكتبة الرائد العلمية 2004، ص ص 20-21

(4) - عطية القوسي، اليهود في ظل الحضارة الإسلامية، ط1، القاهرة، مركز الدراسات الشرقية بجامعة القاهرة 2001، ص 13.

(5) - نفسه، ص 05.

2- **المصدر الثاني يرتبط بالثورة الفرنسية** :حيث استفادت الخبرة الصهيونية من فهم العلاقة الدائرة بين التعامل النفسي و الدعاية الفرنسية التي كان محورها وجوهرها لغة الكرامة الفردية وتضخيم الإيمان بالذات الفرنسية.

3- **المصدر الثالث يرتبط بنموذج الخبرة الشيوعية** :حيث استفادت الحركة الصهيونية من الأساليب التي استخدمتها الأحزاب الشيوعية - ابتداء من البيان الشيوعي الأول وحتى نجاح الثورة البلشفية 1917- وذلك من خلال دغدغة مشاعر الإحساس بالظلم لدى الفرد وحاجته الملحة ،وإثارة أسباب يؤسه واضطهاده من قبل فئات إجتماعية وطبقية، ومن ثم تأليبهم ضد هذه الطبقات وبكافة الوسائل.

4- **المصدر الرابع يرتبط بالنموذج النازي** : طرح النموذج النازي فكرة الحرب النفسية التي تعتبر من اختراعات علماء الدعاية الألمان⁽¹⁾، ذلك أن الحرب النفسية هي أكثر من مجرد دعاية، فهي تقوم على استخدام الأعمال العسكرية والاقتصادية والسياسية إلى جانب العمل الدعائي لتحقيق الهدف الهجومي المباشر ، وهو تدمير الروح المعنوية للعدو⁽²⁾.

ولم تقتصر استفادة الحركة الصهيونية من التجارب الإنسانية السابقة على حدود منطق التعامل النفسي ، بل تعداه إلى تطويع أساليب تنفيذ المنطق الدعائي على أرض الواقع ، ذلك أن الدعاية الصهيونية تسلك أساليب الدعاية الروسية والنازية والأمريكية في وقت واحد، فهي تطبق الأسلوب النازي في تعاملها مع الرأي العام المعادي، وتتبنى الفلسفة الدعائية الأمريكية بالنسبة للرأي العام الغربي، وتفضل الأسلوب الروسي وتستخدمه على نطاق واسع فيما يتعلق بالمجتمعات النامية بصفة عامة⁽³⁾.

(1)- جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي 1985 ، ص273.

(2) - أحمد بدر، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال بال جماهير والدعاية الدولية، ط1، القاهرة، دار قباء 1998، ص 98

(3) - حامد ربيع، مرجع سابق، ص46.

ثانيا : ركائز المنطق الدعائي الصهيوني

يرتكز العقل الإعلامي والدعائي الصهيوني على منطلقات أساسية ؛ قامت وسائل الإعلام والدعاية على نشرها ، مستهدفة الرأي العام اليهودي والعربي والدولي، حيث تتمثل هذه المرتكزات فيما يلي:

1- الإدعاء الصهيوني في فلسطين

ادعى الصهاينة بأن لهم حقا في فلسطين، وأن حقهم قديم ، قدم الزمن، قدم "التوراة" أو العهد القديم الذي استنبطوا منه هذا الادعاء في فلسطين، حيث وضعت الحركة الصهيونية هذا الإدعاء في أطر عملية خلال مؤتمر بازل، فقد دأبت الحركة الصهيونية بجد ونشاط على إقناع الدول المسيطرة ومجتمعاتهم بفكرتهم، وحث اليهود على الهجرة إلى فلسطين ،مستفيدة في ذلك من الأعمال النازية ضد اليهود بزيادة حجم الهجرة اليهودية من أوروبا أو بكسب المزيد من العطف الدولي لصالح الفكرة الصهيونية القائمة على إنشاء وطن قومي لليهود كحل للمسألة اليهودية في أوروبا⁽¹⁾.

2- حق العودة

قبل تأسيس الكيان الصهيوني، استهدفت الحركة الصهيونية من نشر مقولة " حق العودة " اليهود المترددين لإقناعهم وحثهم على الانسلاخ من مجتمعاتهم الأم، أما بعدها فكان الهدف من هذه المقولة التي نشطت الدعاية الصهيونية على نشرها بين المجتمعات الأوروبية المسيحية كسب تأييد اليهود الذين يعيشون فيها لفكرة العودة للوطن الأصلي الذي وعدهم به الرب يهوه⁽²⁾.

وتعتبر مقولة " حق العودة " في الفكر الصهيوني من الحجج المدعمة توراثيا وتاريخيا، من خلال تفسير ديني قومي لمفهوم العهد المقطوع بين الرب وجماعة بني إسرائيل، بأن الرب عهد بالأرض، وهذا ما أسس للثالوث المعروف، الرب، الشعب والأرض⁽³⁾.

كما أن تركيز الفكر الصهيوني على مقولة "حق العودة" أساسه أن المقولة في ذاتها تحمل سياقاً منطقياً، حيث من حق المطرود من أرض أن يعود إليها،

(1) - محمود اللبدي، جولة في العقل الإعلامي الصهيوني، مجلة شؤون فلسطينية، عدد 94، بيروت، مركز الأبحاث، سبتمبر 1979، ص ص 122-123

(2) - نفسه، ص 125

(3) - محمد خليفة حسن، البعد الديني للصراع العربي الإسرائيلي، ط1، القاهرة، مركز الدراسات الشرقية بجامعة القاهرة، 2005، ص 26.

حيث وظفت الدعاية الصهيونية هذه المقولة بذكاء وخبث كبيرين، بتجاهلها ما حل بالشعب الفلسطيني الذي طُرد من وطنه وشرّد من قبل الصهاينة.

3- أرض بلا شعب وقدس من ذهب

صوّرت الدعاية الصهيونية للمجتمعات الغربية أن فلسطين بقيت أرضاً خالية من السكان بترويج مقولة "أرض بلا شعب وشعب بلا أرض"، بحيث لم يُفوّت قادة الحركة الصهيونية فرصة ولا مناسبة إلاّ وكرّروا هذه المقولة وبأشكال مختلفة، مثلما جاء على لسان أول رئيس للكيان الصهيوني حاييم وايزمن خلال المؤتمر الأول للحركة الصهيونية، حيث قال "هناك بلد صوّف أنه يسمى فلسطين، بلد بلا شعب، وفي الجانب الآخر هناك الشعب اليهودي، وهو لا بلد له، ماذا يُراد غير ذلك إذا، إلاّ إدخال الأصبع في الخاتم، للجمع بين هذا الشعب وهذا البلد⁽¹⁾."

وقد قدمت الدعاية الصهيونية فلسطين للمجتمعات الغربية على أنها صحراء قاحلة خالية من السكان مناقضة بذلك ما جاء حتى في "الكتاب المقدس" حسبهم، بأن فلسطين أرض الحليب والعسل⁽²⁾، وذلك من أجل إنجاح مخططها بتسخير كل الوسائل في سبيل تعميق الجذور في نفوس اليهود، للتطلع إلى فلسطين كبلد من دون سكانها.

إن نجاح حركات الهجرة اليهودية من أوروبا إلى فلسطين يعود لاستغلال الحركة الصهيونية جهل الأوروبيين لواقع الحال في فلسطين، فلو كان هؤلاء كما رأى البعض- يعلمون أن فلسطين مأهولة، وأن فيها شعباً يسكنها، لعدل الكثيرون عن الهجرة⁽³⁾، حيث استغل مخططو الدعاية الصهيونية الإطار العام للخلفية الثقافية التوراتية المشتركة بين اليهود والأوروبيين، وهو ترابط تُوّحد على أرضية العقلية الاستعمارية التي طبعت الأوروبيين بشكل عام نهاية القرن 19م وبداية القرن 20م، والتي يجسدها شعار "رسالة الرجل الأبيض في تمدن العالم الملون"⁽⁴⁾، فكان همّ الدعاية الصهيونية أولاً؛ هو أن يهاجر اليهود إلى فلسطين، ومن ثمّ فمن الطبيعي أن تُولّد أجيال جديدة من

(1)- نور الدين مصالحة، أكثر أرض وعرب أقل، ط 2، بيروت، مركز الدراسات الفلسطينية 2002، ص 79.

(2)- محمود اللبدي، مرجع سابق، ص 126

(3)- نفسه، ص 125

(4)- مجدي حماد وآخرون، الإعلام الصهيوني، أطروحات ومواقف، تونس، المنظمة العربية للثقافة والعلوم 1981، ص 180.

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي.....أ.
رشيد خضير

هؤلاء المستوطنين الصهاينة في فلسطين، وتُصبح بذلك فلسطين وطنهم الأم بالولادة، ولا يحق لأحد طردهم منها⁽¹⁾، ويسمى هؤلاء بـ "صبرا"⁽²⁾.

وكمثال آخر لاستغلال الحركة الصهيونية للمجتمع الدولي واستثمارها لجهل المجتمعات الغربية بما يقع في فلسطين، فقد قامت إسرائيل خلال حرب 1967 بالترويج لأغنية "قدس من ذهب" التي كانت كلماتها توحى بأن القدس أرض خالية، وقد كُتبت الأغنية لمهرجان موسيقي بتكليف من سلطة الاحتلال في القدس الغربية، وأصبحت الأغنية بعد ذلك تعتبر نوعاً من النشيد الوطني الإسرائيلي لحرب الأيام الستة بعد احتلال القدس كاملة⁽³⁾.

4- إسرائيل صغيرة

من الحجج الأكثر تدويلاً من قبل الدعاية الصهيونية، حجة إسرائيل الصغيرة إذا ما قورنت بالمساحات الشاسعة للبلدان العربية⁽⁴⁾، ومن الطبيعي أن يتعاطف الإنسان مع الصغير حتى يكبر، وقد انساق الإعلام العربي زمناً طويلاً في الترويج لهذه الدعاية من خلال مقولة رمي إسرائيل في البحر، ونسبها للرئيس المصري الراحل جمال عبد الناصر، وقد نفت بعض المصادر هذه المقولة من أصلها، ففي ديسمبر 1953 قال عبد الناصر لريتشارد كروسمان "أن فكرة رمي اليهود في البحر ليست سوى دعاية"⁽⁵⁾، وهو ما أكدته الصحفي محمد حسنين هيكل-مستشار عبد الناصر وكاتب خطبه- من أن هذه المقولة لم يقلها عبد الناصر⁽⁶⁾.

ثالثاً: ثالوث العلاقة بين الجيش والإعلام والحرب النفسية

- (1) - محمود اللبدي، مرجع سابق، ص 126
- (2) - كلمة عبرية مشتقة من العربية وتعني الصبار أو التين الشوكي، ويشير إلى اليهود المولودين في فلسطين المحتلة، وهو مفهوم سياسي بالدرجة الأولى يهدف إلى اعتبار اليهود كتلة واحدة بغض النظر عن أصولهم، أنظر، عبد الوهاب المسيري، موسوعة اليهود واليهودية والصهيونية، ط 10، مجلد 1، القاهرة، دار الشروق 2010، ص 84
- (3) - نور الدين مصالحة، مرجع سابق، ص 81
- (4) - محمود اللبدي، المنطلقات الأساسية في الفكر الإعلامي الصهيوني، مجلة شؤون فلسطينية، عدد 117، بيروت، مركز الأبحاث، أغسطس 1981، ص 99
- (5) - جليبير الأشقر، العرب والمحركة النازية، ترجمة، بشير السباعي، ط 1، بيروت، دار الساقى 2010، ص 308
- (6) - في حديث له على شاشة قناة الجزيرة في برنامج مع هيكل،

<http://www.aljazeera.net/programs/905dec3b-e481-46c2-8dc6-080c709b31df>

كان القادة المؤسسون للكيان الصهيوني يراهنون على الجيش كمؤسسة صاهرة للمكونات المتنافرة التي جلبتها الحركة الصهيونية من أصقاع العالم إلى فلسطين، وقد استمد الجيش مكانته من دوره الدموي في تأسيس الكيان الصهيوني، حتى أصبح يقال " إسرائيل ليست دولة لها جيش يحميها، بل هناك جيش له دولة"⁽¹⁾، حيث يبسط الجيش الإسرائيلي سيطرته على كل مؤسسات الكيان بما فيها الإعلام ومنذ قيام الكيان، فبعد 05 أيام فقط من احتلال فلسطين وبالتحديد في 20 ماي 1948، أعلنت لجنة محرري الصحف الإسرائيلية قبولها بالرقابة العسكرية بإرادتها في ظل الدولة الوليدة⁽²⁾، ويقضي الاتفاق بين الجيش الإسرائيلي ممثلاً في مؤسسة الرقابة العسكرية - يرأسها ضابط كبير برتبة جنرال يتبع شعبة الاستخبارات العسكرية - ولجنة محرري الصحف على ما يلي⁽³⁾:

- 1- عدم تسريب معلومات حربية من شأنها مساعدة جيش "العدو".
- 2- الرقابة تقوم على التعاون بين الجانبين من أجل تحقيق هذا الهدف.
- 3- الرقيب يلعب دور الموجه للصحف من أجل تحقيق هذه الغاية.

إذن فعندما تتعلق الأحداث في إسرائيل بالأمن، لا يعود هناك وجود لحرية الإعلام، فالمسألة تتحول إلى طرفين نحن (الإسرائيليون) وهم (الفلسطينيون والعرب)، وتكون الغلبة للخطاب العسكري، وهو الخطاب المسموح به والذي يتصدر أي رواية أخرى ممكنة⁽⁴⁾، ولعل أحدث مثال على ذلك، ما حدث خلال العدوان على غزة 2009، حيث منعت إسرائيل الفضائيات ووسائل الإعلام الدولية من مواكبة التغطية للأحداث الجارية آنذاك، واكتفى المراسلون المعتمدون في فلسطين المحتلة بنقل وجهة نظر إسرائيلية فقط، مثلما أكدته مراسلة وكالة الأنباء الفرنسية " رأينا الحرب على مسافة أقرب بقليل، لكننا يقينا بعيدين، وفي الواقع الجيش الإسرائيلي لا يريد أن نشهد ما يحصل، ومن الصعب جدًا الابتعاد عن الخطاب الرسمي، حيث كانت طريقة النظر إلى أجواء الحرب والدمار التي مارسها الجيش الإسرائيلي ضد سكان غزة من نوافذ

(1) - وليد محمد علي، الأزمة البنيوية في الفكر الصهيوني العنصري، مجلة دراسات باحث، عدد 32، بيروت، مركز باحث للدراسات خريف 2010، ص 26.

(2) - صالح النعامي، العسكر والصحافة في إسرائيل، ط1، القاهرة، دار الشروق 2005، ص 38.

(3) - نفسه، ص 41.

(4) - ناتان مندل، تمويه الحقائق في وسائط الإعلام الإسرائيلية، الدراسات الفلسطينية، المجلد 19، عدد 73، بيروت، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، شتاء 2008، ص 150

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي.....أ.
رشيد خضير

المصفحات العسكرية الإسرائيلية التي نُقلنا فيها لملاقاة الضابط الذي أوجز لنا بمعلومات كانت من طرف واحد، ولصالح هدف عسكري⁽¹⁾.

هذه الواقعة تمثل صورة من صور استمرار السياسة الإسرائيلية التي توجه العلاقة بين الإعلام والجيش في إطار علاقة رأسية، وهو ما أكده الصحفي الإسرائيلي موشيه نغبي محرر في قسم الإخبار بالإذاعة الإسرائيلية بقوله "إن الصحافة في إسرائيل تحولت أو بالأصح حوّلت نفسها اختيارياً - يشير إلى الاتفاق بين لجنة محرري الصحف والجيش- إلى رهينة في أيدي المؤسسة الحاكمة، تكتب ما يروق في عيني تلك المؤسسة، وتستنكف عن كتابة ما لا يروق في عينها، وهذا الواقع أتاح للمؤسسة الحاكمة أن تمسك بتلابيب الصحافة، وأن تحكم أكثر فأكثر حول خياراتها، وبلغ الأمر حد أن أصبحت الصحافة في إسرائيل مجرد بوق دعائي ارتهاني استلابي للمؤسسة الصهيونية الحاكمة⁽²⁾.

إن هذه العلاقة القوية بين المؤسسة الصهيونية السياسية والعسكرية والإعلام يأتي في إطار القتال المعنوي الذي تقوم به إسرائيل ضد الفلسطينيين والعرب، وهو قتال فرض نفسه على التحرك الصهيوني، وقد يأخذ القتال المعنوي واحدا من صور ثلاث⁽³⁾:

1- صراع الأفكار والمفاهيم: يعتمد بعض المراسلين الصحفيين باتساق وبانتظام إلى تشويه المعاني المتوافق عليها للألفاظ الشائعة، من أجل التطابق مع التغطية الإعلامية الإسرائيلية، فهكذا أُعتبر الجندي الإسرائيلي شاليط قد "أُختطف" بدلا من "أسر"، وأن أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني "قد تم توقيفهم" بدلا من "اعتقالهم"⁽⁴⁾.

(1) - فاضل البدراني، الإعلام، صناعة العقول، ط1، بيروت، منتدى المعارف، 2011، ص 129-130.

(2) - انطوان شلحت، أسطورة التكوين، الثقافة الإسرائيلية الملفقة، ط1، بيروت، دار نجيب الرئيس، 1991، ص 55.

(3) - حامد ربيع، الدعاية الصهيونية، حول تأصيل نظرية التعامل النفسي التقاليد السياسية اليهودية، القاهرة، جامعة الدول العربية 1975، ص 164.

(4) - جوناثان كوك، اختفاء فلسطين، ترجمة، فاطمة نصر، ط1، القاهرة، دار سطور الجديدة 2009، ص 274.

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي.....أ.
رشيد خضير

2- تحطيم الثقة: وذلك من خلال تطبيق المنطق السلبي في الدعاية الصهيونية المتمثلة في ما يلي⁽¹⁾:

- تشويه الطابع القومي العربي.
- تضخيم فشل الحركات الوحدوية العربية، فمبدأ الوحدة أسطورة لا وجود لها إلا في مخيلة بعض المفكرين
- اعتبار النظم العربية غير الموالية لا تعبر عن واقع العصر.
- ترويج الاختلال في الأوضاع الداخلية سياسيا، إقتصاديا وإعلاميا.
- ما يميز العربي عن غيره؛ هو ابتزاز الآخرين ، والبتروال العربي ليس إلا تطبيقا واضحا لهذه الحقيقة.
- المواطن العربي هو تعبير عن الوحشية.
- ما يميز العربي هو نكران الجميل.
- المجتمع العربي أصيل في استرخائه وكسله، كان ذلك وسوف يظل كذلك.

3- خلق التجاذب والارتباط: من خلال جذب أحد الأطراف الطرف الآخر إلى الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها والارتباط معه من خلال عمليات الدعاية.

إن هذه الأدوار للإعلام والدعاية الصهيونية في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي ترتبط بأساليب تطبيقية حركية أوجزتها الخبرة المعاصرة في ما يلي⁽²⁾:

- الحرب النفسية: وهي في محصلتها تجريد العدو من إرادته القتالية، وتسعى إلى تحطيم معنوياته، ودفعه نحو الانهزام ووقف القتال، والخضوع والتراجع عن مساعيه أو بعضها⁽³⁾.
- غسيل المخ: وهي التعامل مع الذات الفردية، بقصد تحويل الذات الفردية إلى جرثومة ناقلة للعدوى الفكرية والمذهبية من خلال عملية تحلل في مقومات الشخصية، وإعادة تشكيلها بما يتفق مع هذه الوظيفة⁽⁴⁾.

(1) - حامد ربيع، الدعاية الصهيونية، حول تأصيل نظرية التعامل النفسي التقاليد السياسية اليهودية، مرجع سابق، ص ص 184-185

(2) - نفسه، ص 165.

(3) - رمزي المناوي، الحرب النفسية والطابور الخامس، ط1، القاهرة، دار الكتاب العربي 2010، ص 79

(4) - حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مرجع سابق، ص 334

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

- التسميم السياسي: وهو حملة شاملة تستخدم كل الأجهزة والأدوات المتاحة للتأثير في نفسيات وعقول وذاكرة الجماعة أو الأمة أو الشعب المحدد، وذلك بقصد تغيير أو تدمير مواقف معينة، وإحلال مواقف أخرى محلها، تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح وأهداف الطرف أو الأطراف التي تقوم بعملية التسميم السياسي⁽¹⁾.

رابعاً: الإستراتيجية الدعائية الجديدة للصهيونية في إدارة الصراع

لقد استفاد مخطوطو الدعاية والحرب النفسية في إسرائيل من التطور الرهيب للعلوم السلوكية والنفسية المتزامن مع التقدم التقني الهائل الذي شهده العالم خلال القرن العشرين، الأمر الذي أضفى خصائص جديدة على الدعاية من خلال ما يلي⁽²⁾:

- الارتباط الوثيق بين الدعاية والظاهرة النفسية .
- تحول الدعاية إلى عملية تقنية من خلال الاستخدام المكثف للوسائط الاتصالية الحديثة.
- الدعاية الحديثة تستهدف تغيير الرأي العام بمجمله للحصول على سلوك ، بعدما كانت الدعاية تستهدف النخبة التي يشغل أفرادها مواقع هامة.
- الدعاية الحديثة هي ظاهرة دائمة، حيث أدرك الجميع أن الدعاية لا تحقق تأثيراتها إلا إذا كانت طويلة الأمد.
- إن الدعاية الصهيونية اليوم تواكب هذه التطورات الحاصلة في طبيعة الدعاية وتأثرها بالمتغيرات الحادثة في مجالي الثقافة والعلوم النفسية، بطرحها أجندة دعائية في إطار إستراتيجية إعلامية صهيونية جديدة تتمثل في ما يلي:

1- تصوير الصراع العربي الإسرائيلي كمحصلة لرواسب الحقد الفلسطيني

تسعى الدعاية الصهيونية من خلال تصويرها للصراع كمحصلة للعقلية الفلسطينية السلبية وعدم الواقعية الناجمة عن الحقد الفلسطيني الدفين إلى نقل الصراع إلى عالم الذات والأمراض النفسية ، ويبعده عن جذوره التاريخية الحقيقية في أرض الواقع، كما أن هذه الإستراتيجية تُسقط الشرعية عن المقاومة

(1) - رمزي المناوي، مرجع سابق، ص 95

(2) - فريال مهنا، تقنيات الإقناع في الإعلام الجماهيري، ط1، دمشق، دار طلاس 1989،

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

الفلسطينية وتُسبغها على "دولة" الاحتلال الصهيونية العنصرية ،مما يسوِّغ لها كل ما ترتكبه من جرائم ضد دعاة الكراهية والحق ،حسبها⁽¹⁾.

فالإستراتيجية الجديدة لا تتنافى وما سبق، وإنما تكيف القضايا بحقائق الواقع، فهي ترى أن جوهر الصراع لا يكمن في تمسك الفلسطينيين ببعض المنطلقات الأساسية كحق العودة والتي هي نفسية وذاتية بالدرجة الأولى ، وهو ما عبر عنه الكاتب الصهيوني عاموس جلوبوع بقوله " ليس عرفات وحده المريض، بل المجتمع الفلسطيني الذي لا يزال يتمسك بالأسس التي أبقت الصراع قائماً"⁽²⁾.

والموقف نفسه عبر عنه حاخام انكلترا الأكبر ،بتصريح طالب فيه الفلسطينيين بنسيان ما حدث لهم عام 1948، أي نسيان وطنهم ، وأنهم طردوا منه منذ ذلك الحين، وأن من حقهم العودة إليه والدفاع عن حقوقهم⁽³⁾.

2- منع اسم "فلسطين" من التداول الإعلامي والسياسي

لقد حرص الصهاينة تاريخياً عن سبق الإصرار أن يتحاشوا ذكر كلمة فلسطين أو الشعب الفلسطيني في تصريحاتهم وإعلامهم ،وتكلموا دائماً عن العرب أو عرب أرض إسرائيل ،حتى لا يعطوا للفلسطينيين صفة مميزة، كشعب له حقوق وله انتماء إلى أرض معينة، ففي حوار لها سنة 1969، صرحت جولدا مائير رئيسة وزراء إسرائيل " لم يكن ثمة شيء يسمى الفلسطينيين، متى كان هناك شعب فلسطيني مستقل بدولة مستقلة؟، كان ذلك إما جنوب سوريا قبل الحرب العالمية الأولى ، ثم بعد ذلك كانت فلسطين التي تشملها الأردن، لم يكن الأمر وكأنه كان هناك شعب فلسطيني في فلسطين، يعتبر نفسه أمة فلسطينية ،ثم أتينا نحن وألقينا بهم خارجها، وأخذنا بلدهم منهم، لم يكن للفلسطينيين وجود ،تقول جولدا مائير"⁽⁴⁾.

في حين بدأ استخدام كلمة فلسطين ومشتقاتها إلا بعد بداية الاعتراف الدولي بمنظمة التحرير الفلسطينية عامي 1973-1974، وبدأت الصحافة الإسرائيلية بذكر الفلسطينيين لأول مرة وباعتبارهم جماعة إثنية لها آمالها وطموحاتها، بصدور وثيقة حزب العمل في أواخر عام 1973 ضمن برنامج

(1) - عبد الوهاب المسيري، الصهيونية وخيوط العنكبوت، ط3، دمشق، دار الفكر

2009، ص 170

(2) - نفسه، ص168

(3) - نفسه، ص169

(4) - جوناثان كوك، مرجع سابق، ص38

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

الانتخابي، والتي أشارت إلى وجود شخصية فلسطينية، وركزت الوثيقة في الآن ذاته، على أن الفلسطينيين في الأراضي المحتلة هم مواطنون إسرائيليون لهم كامل الحقوق في إسرائيل⁽¹⁾.

3- تسويق الدولة اليهودية للرأي العام الدولي وإسقاط حق العودة للفلسطينيين

تقوم اليوم الدعاية الصهيونية بالترويج إلى الدولة اليهودية*، ويعتبر كولن باول وزير الخارجية الأمريكية في عهد بوش الابن أول من استخدم التعبير في 2001 على مستوى السياسة الخارجية، ولا يذكر هو نفسه كيف تسربت العبارة إلى خطابه، ولماذا أدخلت في الخطاب، ولكن ديفيد عبري السفير الإسرائيلي في واشنطن يذكر أنه كان له دور في ذلك⁽²⁾، وقد اتخذ الكنيست الإسرائيلي يوم الأربعاء 2003/07/16 قراراً بضرورة تعميق فكرة يهودية الدولة وتعميمها على دول العالم ومحاولة انتزاع موقف فلسطيني إلى جانب القرار المذكور⁽³⁾، حيث قامت الحكومة الإسرائيلية بتعديل قانون المواطنة الذي يُجبر كل من يرغب في الحصول على المواطنة الإسرائيلية من غير اليهود أن يُقسم بيمين الولاء لإسرائيل كدولة يهودية وديمقراطية⁽⁴⁾،

إن مطالبة إسرائيل بالاعتراف بيهوديتها؛ جاء على خلفية مطالبة إسرائيل الفلسطينيين بالتخلي عن حق العودة قبل التفاوض، لا على خلفية قرار التقسيم

(1) - حماد وآخرون، مرجع سابق، ص 181

* - المقصود بالدولة اليهودية، دولة للشعب اليهودي، ذات بعد اثني قومي ترتبط بشكل عضوي بالمركب الديمغرافي والسكاني للجماعة التي تسكنها (اليهود فقط)، أنظر، د. هنيدي غانم، عن الاعتراف بإسرائيل دولة يهودية،

(دخول يوم 14-05-2012) <http://www.arabs48.com/?mod=articles&ID=91573>

(2) - عزمي بشارة، الموقف من مطلب الاعتراف بإسرائيل كدولة يهودية،

(دخول يوم 14-05-2012) <http://arabs48.com/?mod=articles&ID=75732>

(3) - نبيل السهلي، يهودية الدولة أم يهود لدولة إسرائيل

<http://www.aljazeera.net/analysis/pages/05c79e4a-430d-4d8a-b2ef-63ac462fdf2d> (دخول يوم 14-05-2012)

(4) - غضب فلسطيني 48 من قانون الولاء،

<http://www.aljazeera.net/news/pages/5a7feebe-025f-4089-a7c5-0043a6ca5c1b> (دخول يوم 14-05-2012)

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

إلى دولتين * ، ولا على أساس النقاش الجاري بين المتدينين والعلمانيين في إسرائيل بشأن يهودية الدولة كما يعتقد البعض.⁽¹⁾

فحق العودة للفلسطينيين الذين هَجَّـرْتَهُم العصابات الصهيونية ؛ أقرته قرارات الجمعية العامة للأمم المتحدة خاصة القرار 194* الذي نصت فقرته 11" أن اللاجئين الراغبين في العودة إلى ديارهم والعيش بسلام مع جيرانهم ، ينبغي أن يُسمح لهم بذلك في أقرب وقت ممكن، كما ينبغي دفع تعويض على الممتلكات للذين يُؤثرون عدم العودة ، وعن الخسارة أو الضرر الذي لحق بالممتلكات؛ والذي ينبغي أن تدفعه الحكومات أو السلطات المسؤولة طبقاً لمبادئ القانون الدولي أو الإنصاف"⁽²⁾.

إن الارتباط وثيق بين إعلان الدولة اليهودية وإسقاط حق العودة للاجئين الفلسطينيين، ذلك أن الاعتراف بالدولة اليهودية يعني مصادرة حق اللاجئين في العودة والتعويض من تاريخ صدور القرار الأممي 194، كما أن إعلان الدولة اليهودية سيسحب الغطاء الطبيعي والتاريخي عن الفلسطينيين الذين ظلوا مقيمين في فلسطين تحت الحكم الإسرائيلي، وسيتم تهجيرهم لعدم اندماجهم مع الدولة الوليدة لغرض إبقائها نقية خالية من غير اليهود من فلسطينيي الداخل المقدر عددهم بـ مليون ونصف المليون نسمة⁽³⁾، ويجعلهم كذلك هدفا سهلا لقادة الفكر الصهيوني الساعين منذ حربي 1947-1948؛ لاقتلاع هؤلاء الفلسطينيين من ديارهم وإكمال عملية التطهير العرقي الذي تقوم به إسرائيل

* - صدر قرار التقسيم 181 في الدورة الثانية للجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 29 نوفمبر 1947، وتبنته في جلستها العامة رقم 128 بـ 33 صوتا مقابل 13 وامتناع 10 دول، أنظر، قرارات الأمم المتحدة بشأن فلسطين والصراع العربي الإسرائيلي، ط3، المجلد 1، بيروت، مؤسسة الدراسات الفلسطينية 1993، ص ص 16-04.
(1) - عزمي بشارة، من يهودية الدولة حتى شارون، ط1، القاهرة، دار الشروق 2005، ص 33

* - صدر قرار وضع اللاجئين 194 في الدورة الثالثة للجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 11 ديسمبر 1948، وتبنته في جلستها العامة رقم 186 بـ 35 صوتا مقابل 15 وامتناع 08 دول، أنظر، قرارات الأمم المتحدة بشأن فلسطين والصراع العربي الإسرائيلي، مرجع سابق، ص ص 18-19.

(2) - إدوارد سعيد وآخرون، اللاجئين الفلسطينيون، حق العودة، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية 2003، ص 10

(3) - نبيل حمودة، "القدس والدولة اليهودية، جريدة القدس،

<http://www.alquds.com/news/article/view/id/21750>

(دخول يوم 14-05-2012)

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي.....أ.
رشيد خضير

منذ ذاك الحين⁽¹⁾، حيث تشير تقارير المفوض العام للوكالة الدولية الأنروا والمقدمة للسكرتير العام للأمم المتحدة أن متوسط عدد اللاجئين يزيد عن 10 ملايين لاجئ⁽²⁾، كما أن سلطات الاحتلال الإسرائيلي تواصل في إضافة المزيد من اللاجئين لهذا التعداد سواء داخل الأراضي المحتلة، أو بتشجيع هجرة الفلسطينيين⁽³⁾.

من جهة أخرى، فإن الاعتراف بالدولة اليهودية لا يشكل خطرا على قضية اللاجئين فقط، بل على القضية الفلسطينية برمتها، حيث يؤكد هذا الاعتراف الأطروحة الصهيونية القائمة على أساس أن هناك شعبا يهوديا، وأنه صاحب الحق التاريخي في فلسطين، مستندا إلى حجج ومقومات هي باطلة ولا أساس لها من الصحة، ومن هذه الحجج ما يلي:⁽⁴⁾

- أن إسرائيل دولة قائمة، ولها حق البقاء، فواقع الوجود يفرض البقاء.
- الوقائع التاريخية تثبت فضل الديانة اليهودية على التطور الحضاري للبشرية.

- أن اليهود بطبيعتهم هم أكبر مصادر الأنوار في الفكر والحكمة والعلوم، أليست أعظم أسماء النبوغ البشري والحضاري ترتبط بأسماء يهودية، ماركس، فرويد، اينشتاين⁽⁵⁾.

- أن إسرائيل مدعوة لأن تقوم بوظيفة حضارية في المجتمع الإنساني، وهي تسعى لتحقيق ذلك، وتهويد القدس ليس إلا تعبيراً عن تلك الوظيفة.

4- الترويج لفكرة ما بعد الصهيونية

في ثمانينيات القرن الماضي، ظهر في إسرائيل تيارا يدعو إلى ما بعد الصهيونية، وهو مصطلح سياسي أطلقه مجموعة من المؤرخين الإسرائيليين

(1) - أنيس فوزي قاسم، لماذا الإصرار على الاعتراف بإسرائيل دولة يهودية، مجلة الدراسات الفلسطينية، عدد 86، بيروت، مؤسسة الدراسات الفلسطينية ربيع 2011، ص 69.

(2) - علي بدوان، فلسطينيو الداخل المحتل عام 1948: ثبات وبقاء، وسقوط رهان الأسرلة، مجلة دراسات باحث، عدد 32، بيروت، مركز باحث للدراسات خريف 2010، ص 106.

(3) - السيد عمر، الحقيقة والسراب في مسيرة الصراع العربي الإسرائيلي، ط1، القاهرة، دار السلام 2010، ص 100

(4) - حامد ربيع فلسفة الدعاية الإسرائيلية، مرجع سابق، ص 175-176

(5) - محمد عبدالرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 69

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير

الجدد وعلماء الاجتماع النقيدين، يشير إلى انحسار الأيديولوجية الصهيونية ودخول التجمع الصهيوني إلى عصر ما بعد الأيديولوجيات.⁽¹⁾

يرى البعض، أن ما بعد الصهيونية معادية للصهيونية، وإنها تعيد النظر في كل المقولات الأساسية التي قامت عليها إسرائيل، مثلما تؤكد كتابات دعاة هذا التيار في الصحافة الإسرائيلية، فالآن بابو، اعتبر أن الصهيونية حركة استعمارية، واعتبر بيني موريس أن الصهيونية جرّدت العرب من بيوتهم، واعتبر يوس افرون أن الصهيونية اصطنعت رابطة مزيفة بين اليهود وأرض فلسطين، واعتبر توم زفيف أن إسرائيل استخدمت الهلوكوست لخدمة أغراضها السياسية.⁽²⁾

في حين يؤكد البعض أن ما بعد الصهيونية ما هي إلا امتداد للصهيونية، فهي لا تنفي الصهيونية بل تنتقد بعض طروحاتها،⁽³⁾ واللافت أن الصحافة العربية بدأت تُفرد صفحات عديدة للنقل الحر للمقالات العبرية، وبالتالي تكون الصحافة العربية قد انخرطت بعفوية بعضها وخبت بعضها الآخر في أتون الدعاية الصهيونية عندما سلمت بنهاية الصهيونية، حيث أن الصهيونية ما زالت الإطار السياسي والدعائي للسياسة الخارجية الإسرائيلية للتأثير على الرأي العام الخارجي.⁽⁴⁾

إن الترويج لمرحلة ما بعد الصهيونية ما هو إلا محاولة صهيونية للتعامل بذكاء مع التطورات العالمية الجديدة، بتبني خطاب يحاول كم أفواه التعاطف مع الشعب الفلسطيني، بطرح معاداة السامية* كأداة لضرب كل من تسول له نفسه بمعاداة إسرائيل.⁽⁵⁾

5- التأسيس لصحافة السلام

(1) - عبد الوهاب المسيري، موسوعة اليهود واليهودية، مجلد 2، مرجع سابق، ص 515

(2) - توفيق المديني، القضية الفلسطينية أمام خطر التصفية، ط 1، دمشق، دار الفكر 2010، ص 515

(3) - عبد الوهاب المسيري، موسوعة اليهود واليهودية، مجلد 2، مرجع سابق، ص 515

(4) - أسعد أبو خليل، خطوة الصهيونية ومصاعبها أوروبا وأمريكا، ملحق السفير، العدد 9696، بيروت 14 كانون الثاني 2004، ص 5

* - ترجمة شائعة للمصطلح الانجليزي anti-Semitism والمقصود بها معاداة اليهود، وكان الصحفي الألماني ولهم مار (1818-1904) أول من استخدم هذا المصطلح عام 1879 في كتابه انتصار اليهودية على الألمانية من منظور غير ديني، أنظر، عبد الوهاب المسيري، موسوعة اليهود واليهودية، مجلد 1، مرجع سابق، ص 137

(5) - أسعد أبو خليل، مرجع سابق، ص 6

لقد انخرط العديد من الكتاب والأكاديميين الإسرائيليين في عملية شرعة مفهوم معاداة السامية الجديدة عبر وسائط الإعلام في إطار الإستراتيجية الصهيونية الجديدة، فعلى صعيد الإعلام ظهر مفهوم جديد يسمى بـ"صحافة السلام" يرمز له في الكتابات الأجنبية بـ PJ (Peace Journalism)، حيث يُروّج لهذا المفهوم عدد من الأكاديميين الإسرائيليين و باحثون غربيون أغلبهم من مركز البحث من أجل السلام وتسوية النزاعات بالنمسا⁽¹⁾.

والمقصود بصحافة السلام، هي التغطية الإعلامية للأزمات والصراعات بطريقة معيارية،مسؤولية وواعية، تهدف إلى المساهمة في حفظ السلم وتحقيقه من خلال تغيير مواقف ملاك وسائل الإعلام، المعلنين، صحافيين والجمهور إزاء الحرب والسلام باتجاه هذا الأخير⁽²⁾.

ويقترح أصحاب هذا المقترح الجديد في الإعلام، أنه يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم دعاية لعملية السلام⁽³⁾، كما يؤكدون أن من واجبات الإعلام الالتزام بالحياد والتوازن، إلا أنه لا يمكن أن يكون حياديا إزاء السلام⁽⁴⁾، وأن وسائل الإعلام لا بد وأن تشارك بفعالية في تحقيق السلم بغض النظر عن التحفظات الآتية⁽⁵⁾.

- عدم موضوعية الإعلام إذا تعلق الأمر بانحيازه لتعزير السلم.
- الإشكاليات النظرية والعملية المثارة حول طبيعة السلم المنشود وكيفية تعزيره.
- القيود السياسية والاقتصادية التي تكبل وسائل الإعلام من ملاك ومؤسسات سياسية.

(1) - من هؤلاء الباحثين، Annabel Mcgoldrick, Dov Shinar, Jake lynch, John Galtung, kempf Wilhem, Tamar Liebies, Wolfsfeld Gadi.

(2) - Dov Shinar, " Peace Journalism- The State of the Art", Conflict &Communication online, Vol 6, No 1, 2007. (www.cco.renger-online.de. 12/02/2012)

(3) - Susan Dente Ross, "Constructing Conflict : A Focused Review of War and Peace Journalism ", Conflict &Communication online, Vol 5, No 2, 2006. (www.cco.renger-online.de. 12/02/2012)

(4)- Ibid,

(5) - Dov Shinar, " Media Peace Discourse: Constraints, Concepts and Building Blocks ", Conflict &Communication online, Vol 3, No 1/2, 2004. (www.cco.renger-online.de. 12/02/2012)

هذه العوائق دعت عددا من الباحثين إلى التساؤل بجدية، هل يمكن تحقيق صحافة السلام؟، وهل لوسائل الإعلام الحماية الذاتية الكافية إزاء المؤسسات السياسية والاقتصادية الأخرى و للصحافيين أنفسهم في هذه المؤسسات الإعلامية الحماية إزاء مؤسساتهم الإعلامية حتى يمارسوا صحافة السلام؟، وهل الإصلاحات الهيكلية للإعلام اليوم شرط أساسي لنجاح تحقيق صحافة السلام؟⁽¹⁾.

وكمحاولة للإجابة عن هذه الأسئلة قدّم منظرو صحافة السلام مدونة مهنية متمثلة في جملة من المعايير لتقييم وسائل الإعلام أثناء تغطيتها للحروب والأزمات وهي كالآتي:⁽²⁾

- مدى تفضيل وسائل الإعلام للعنف والإثارة، والنزوع للوطنية وكذا الاستبعاد والتحيز إزاء الدول والجماعات والأشخاص.
- التغطية السطحية والبسيطة للأحداث دون التحليل المعمق لجذور الصراعات وأسبابها وسياقاتها وتطوراتها.
- مدى تفضيل جوانب الاقتتال في تغطية الأحداث بدلا من توسيع الاهتمام بالأبعاد الإنسانية للصراع وغيرها.
- تغطية الأحداث فقط عندما يحدث عنف واضح، أو على وشك أن يحدث.
- قلة القيم الإخبارية المتعلقة بالسلم نسبيا في القصص والموضوعات الإخبارية.

وبالنظر إلى علاقة صحافة السلام بالصراع العربي الإسرائيلي، فمنظرو هذا المفهوم الوظيفي الجديد للإعلام يرون أن مفهوم الجهاد "Jihad" يُبرز بشكل خاص ثقافة الصراع بدل السلم والأمان⁽³⁾، ويمثل هذا المفهوم حسبهم جوهر ثقافة الصراع والعنف، ويعبر عن الرفض الشامل لمفهوم الآخر⁽⁴⁾، كما يقدم أيضا منظرو "صحافة السلام" انتقادات للصحافة الإسرائيلية، من خلال

(1) - Robert A. Hackett, "Is Peace Journalism Possible?", Conflict & Communication online, Vol 5, No 2, 2006. (www.cco.renger-online.de. 12/02/2012)

(2)- Dov Shinar, "Peace Journalism- The State of the Art", op. cit.

(3) - Dov Shinar, "The peace process in culture conflict: The Role of the media", Conflict & Communication online, Vol 2, No 1, 2003. (www.cco.renger-online.de. 12/02/2012)

(4) - Ibid,

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي.....أ.
رشيد خضير

اعتبار هذه الأخيرة للفلسطينيين كخصوم وفي أسوء الحالات كأعداء ، واستخدامها مصطلحات نحن وهم في التقارير والقصص الإخبارية بالرغم من توقيع اتفاقات السلام⁽¹⁾، وهذه الانتقادات الموجهة للصحافة الإسرائيلية تأتي في سياق الدعوة إلى تعزيز التطبيع مع العالم العربي وضرورة مساهمة الإعلام الإسرائيلي في ذلك من خلال فضاء عام يمهّد للدخول في مفاوضات مع الفلسطينيين ومع كافة الأطراف.

ومما سبق يتأكد أن الصهيونية تسعى جاهدة إلى تحقيق أهدافها بتحطيم الروح المعنوية للعرب والمسلمين وإضعافهم من جهة ، وتحقيق الأمن الدائم لإسرائيل من جهة أخرى، وذلك باستخدام كافة الوسائل بما فيها الترسانة الإعلامية والدعائية.

والملاحظ أن الفكر الإعلامي الصهيوني الصهيونية يُكَيّف أجندته الإعلامية والدعائية مع الظروف والمتغيرات الدولية الجارية حتى لا تصطدم مع القيم العالمية سيّما الغربية منها، ويؤكد التقدم الحاصل في مجالي التقنية والعلوم النفسية بتسخير مستحدثاتهما في تخطيطه الإعلامي والدعائي.

(1)- Wolfsfeld, Gadi, Media and Path to Peace, Cambridge University Press, 1997, p105 .

توظيف الفكر الإعلامي الصهيوني في إدارة الصراع العربي الإسرائيلي..... أ.
رشيد خضير
