

الفصل الثالث

توجهات الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان

توجهات الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان

أ. عدنان أبو عامر*

مقدمة:

شملت تأثيرات العدوان الإسرائيلي الأخيرة على قطاع غزة مختلف الجوانب والمجالات داخل المجتمع الإسرائيلي، بدءاً بالجانبين السياسي والعسكري، مروراً بالأوضاع الاقتصادية والمعيشية، وانتهاءً بالمجالات الإعلامية. وقد شكّل التأثير الإعلامي محوراً مهماً في مجمل تلك التأثيرات، نظراً للكثير من الاعتبارات، لعل أهمها أن تأثيراته تبدو للعيان بصورة مباشرة، وبالتالي يمكن للباحث أن يرصدها ويتابعها بشكل مكثف.

وتأتي هذه الدراسة لرصد أهم المؤشرات التي شملها التأثير الإعلامي للعدوان على غزة على مجمل الأداء الإعلامي الإسرائيلي، لا سيما ما تعلق منها بالنظر إلى مجرياتها وتشخيص أحداثها، وسرد يومياتها، والتركيز على الوظيفة "القومية" التي أداها الإعلام الإسرائيلي، من خلال الاصطفاف الواضح خلف المؤسستين العسكرية والسياسية، لدرجة أضحت فيها من الصعوبة بمكان التفريق بين الناطق العسكري للجيش وبين المراسل العسكري للتلفزيون.

وقد اعتمدت الدراسة في معظم أجزائها على المتابعة اليومية لوسائل الإعلام الإسرائيلية، المرئية والمسموعة والمكتوبة، حتى تخرج معبرة حقيقة عن الأداء الإعلامي لها بشكل مباشر واضح.

ويأمل الباحث أن تقدم الدراسة عرضاً واضحاً لهذا المحور المهم من محاور تأثيرات العدوان على غزة على المجتمع الإسرائيلي، وصولاً إلى فهم وإدراك طبيعة الإعلام فيه، والاطلاع، ولو قليلاً، على آلية أداء الإعلام في "زمن الحروب الإسرائيلية"! علماً بأن الإعلام الإسرائيلي نظر إلى الصراع العربي الإسرائيلي منذ بداياته الأولى وحتى اندلاع العدوان الأخير على غزة، من منظور الأمن، وكثيراً ما كان يكتفي بما تمليه عليه السلطة

* باحث فلسطيني متخصص في الشؤون الإسرائيلية، قطاع غزة.

السياسية والأجهزة الأمنية من معلومات، مستخدماً في ذلك التضليل، كما سيتضح لاحقاً في هذه الدراسة.

أولاً: توصيف العدوان في الإعلام الإسرائيلي:

علمت "إسرائيل" قبل اندلاع العدوان على غزة أن التغطية الإعلامية ستكون من أهم التحديات التي ستواجهها في أي مواجهة قادمة، مما دفعها إلى تشكيل ما عرف بـ "هيئة الإعلام القومي" قبل عام من العدوان. وجاء تشكيل الهيئة لتوضيح خلفية الحملة العسكرية على غزة لوسائل الإعلام والسياسيين، بالتنسيق مع سكرتير الحكومة، عوفيد يحزكال Oved Yehezkel، ومع قوى الأمن المختلفة. واعترف رئيس الهيئة ياردن فاتيكا Yarden Vatikai، بأنه "أعدت سلفاً المواد الإعلامية التوضيحية، والمقابلات، والرسائل، وبت الموضوع الإعلامي يتوحد مع عملية اتخاذ القرارات في العملية العسكرية على القطاع... نحن لا نحل محل الناطقين باسم الخارجية أو الجيش أو المؤسسات الأخرى، بل نساعدهم وننسق بينهم ليتحدثوا بخط واحد"¹.

وقد خاضت "إسرائيل" حرباً إعلامية بقوة العدوان على الأرض نفسه، بحيث شكلت مكوناً ضرورياً في قدرة "إسرائيل" على إطالة القتال دون إعاقة أمريكية. وهناك سبع خطوات اعتمدها آلة الدعاية الإسرائيلية في عدوان غزة، نجلها في النقاط التالية:

1. تحديد مصطلحات المناظرة؛ عبر إرساء مفهوم أن بداية العدوان على غزة هي 2008/12/19، تاريخ إعلان حركة حماس انتهاء فترة التهدئة التي استمرت ستة أشهر؛ والزعم أن هذه التهدئة كانت من طرف واحد، مقابل تجاهل الانتهاكات الإسرائيلية للتهدئة في كل شهورها، وعدم التزام الدولة العبرية بوقف إطلاق النار أو فتح الحدود مع غزة.

2. "الصور النمطية" التي استقرت طوال أجيال لصالح "إسرائيل"، خصوصاً التأكيد على "الإنسانية" الإسرائيلية و"معاناة الشعب اليهودي" جراء سقوط الصواريخ على المدن والبلدات الإسرائيلية شمال قطاع غزة، بوصفها هي المشكلة، دون التركيز على المعاناة الأكبر في حصار غزة، ومعاناة المرضى الفلسطينيين بسبب عدم توفر العلاج. وظهر هذا في محاولة وسائل الإعلام الإسرائيلية إعطاء معالجة مطولة بالصور لبعض الإسرائيليين الخائفين من الصواريخ الفلسطينية.

- أما معاناة الفلسطينيين، فتمّ التقليل من المساحات التي تغطيها لتصبح مجرد أرقام تبرر على أنها "أضرار جانبية".
3. لعبت "إسرائيل" على ما يعرف بـ "سلوك الخصم"؛ فاستغلت إطلاق الصواريخ من قبل حماس لتبرير شنّ العدوان على غزة، وهي تعلم أنها ستحظى بتعاطف الغرب.
4. حرصت ماكينة الدعاية الإسرائيلية على "الظهور في كل مكان، وقول نفس الشيء، والتأكد من بقاء الخصوم مختلفين قدر الإمكان"، وتوفير العديد من الأشخاص الذين يتقنون الإنجليزية، وغالباً ما يكونون مولودين في الغرب، لجميع وسائل الإعلام، بحيث يمكن نشر وجهة نظرها في جميع الدول.
5. عدم إعطاء الفرصة للخصم، من خلال تكاتف الكونغرس Congress، والبيت الأبيض The White House مع المتحدثين باسم "إسرائيل" في التعبير عن وجهة نظر واحدة، أي الربط بين الحملة الإعلامية والمواقف السياسية.
6. إنكار ماكينة الدعاية الإسرائيلية الحقائق، وإلقاء اللوم على الخصم في مقتل المدنيين الفلسطينيين، مثل حجة "نحن لم نفعل هذا، هم جعلونا نفعله".
7. "الملجأ الأخير"، وهو رفع سلاح معاداة السامية عندما لا تفلح الخطوات السابقة، بحيث يصبح الدافع وراء أي انتقاد لـ "إسرائيل" هو "معاداة السامية"²¹.
- وما لبث أن أضحى العدوان مادة غنية للتشويه في الإعلام الإسرائيلي، فعمل على إعادة تشكيل الأحداث من خلال طاقم صحفي إعلامي ماهر يدرك تماماً فن التلاعب بالعقول والمشاعر، بهدف تصوير العدوان على أنه ردّ إسرائيلي طبيعي، ومنطقي على أعمال "العنف" التي يمارسها الفلسطينيون.
- ويمكن إجمال المنطلقات التي انطلق منها الإعلام الإسرائيلي في توصيفها للعدوان، على النحو التالي:

1. حماس هي المعتدية، و"إسرائيل" معتدى عليها، وهذا نهج اتخذته وسائل الإعلام الإسرائيلية دون استثناء.

2. الفلسطينيون هم من بدأ العدوان، والإسرائيليون يدافعون عن أنفسهم، وبالتالي تقدم وسائل الإعلام الإسرائيلية جميع الأعمال والممارسات التي ارتكبتها الجيش في غزة على أنها ردّ فعل على "العنف" الفلسطيني، وهذا بُعد عن

الحقيقة والموضوعية، لأن كلمة ”رد فعل“ توفر ضمناً سبباً للقيام بالهجوم، وتفسر الأمر بنفسها، ووسائل الإعلام التي تتبع نهج الحكومة بولاء شديد، لم تتساءل مثلاً: لماذا قام الجيش بقصف مناطق مدنية، وبيوت سكنية، ودور عبادة ومستشفيات؟ بل يلقون بالمسؤولية على الطرف الآخر.

3. التزام الإعلام الإسرائيلي بأسلوب التكرار في نقل خبر معين، حيث يُشار إلى أن ناطقاً أو جهة موثوقة أكدت النبأ بمناسبة ودون مناسبة، حتى تغرس الفكرة في نفوس المتلقين لهذه الوسيلة الإعلامية.

وفي 2009/1/4 ذكرت جريدة أوبزرفر البريطانية Observer أنه مع بداية العدوان بادرت الحكومة الإسرائيلية إلى إنشاء إدارة خاصة للتأثير على وسائل الإعلام المختلفة، رأسها السفير الإسرائيلي السابق لدى الأمم المتحدة دان جيلرمان Dan Gillerman، وعاونه في مهمته ممثلون عن وزارتي الخارجية والدفاع، ومكتب رئيس الوزراء، إضافةً إلى الأجهزة الأمنية التابعة للجيش والشرطة.

وما إن بدأ العدوان حتى بادر فيض من الدبلوماسيين، ومجموعات الضغط، والمدونات الإلكترونية، ومختلف العناصر المؤيدة لـ”إسرائيل“ بإغراق وسائل الإعلام المختلفة بسيل من ”الرسائل“ التي تمت بلورتها بدقة مسبقاً، وكان هدف الجميع هو تبرير الموقف الإسرائيلي والدفاع عنه³.

ثانياً: الرقابة العسكرية على وسائل الإعلام:

تعتبر الرقابة العسكرية حلقة مهمة في سياق ضبط العلاقة بين السلطة والإعلام في ”إسرائيل“، ومهمتها إملاء المواقف المحددة في الموضوعات الأمنية، ورغم التطور الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام الإسرائيلية في مجال النقاشات اليومية والشؤون السياسية، إلا أن الجانب الأمني ما زال متحكماً في انطلاقتها، فراضاً نفسه بقوة عليها، بداعي المصلحة الأمنية.

وهناك بعض الموضوعات التي اعتبرت خلال العدوان أسراراً لا يمكن للصحافة التعاطي معها، حتى لو روجتها وسائل الإعلام الخارجية، ومنها: خطف الجنود ومقتلهم، والخسائر البشرية، وأماكن سقوط صواريخ المقاومة.

وزيادة في تشديد الرقابة، تمّ توسيع سلطة الرقيب العسكري، بحيث أفسح المجال أمامه للتدخل في حالات عديدة لمنع إذاعة ونشر تقارير صحفية عن قضايا عدة، بحجة أنها تمس الأمن العسكري، وهو ما كان مجال نقد من الإعلام، حتى أن الرقيب وصف في بعض الأحيان بأنه يتعامل مع الإعلام كعدو في الجبهة العسكرية.

وقرر الجيش تقليص التغطية الإعلامية لحربه الأخيرة على غزة، بعد سماع انتقادات من قبل ساسة إسرائيليين وجهوها إليه، لأن صور الجنود المحتلين ليست مرغوبة لمن هم "وراء البحار"، وبالتالي تمّ تغيير السياسة بحيث تتحول إلى تواجد مكثف للجنود مقابل تغطية إعلامية محدودة للإيحاء بأن الحديث يدور عن عملية محدودة، وليس عن عدوان واسع⁴.

ليس ذلك فحسب، بل إن وسائل الإعلام طولبت في مناسبات عديدة خلال فترة العدوان التي استمرت 22 يوماً، بعدم بثّ بعض الأخبار والأحداث، بحجة أنها مواد دعائية معادية، ومنها خطابات "قيادات العدو"، لأن هدفها بثّ الخوف واليأس وسط الجمهور الإسرائيلي. كما أن بثّ أشرطة الفيديو لمنفذي العمليات الفدائية لا يخدم الحقيقة الإعلامية، بل يخدم التأويلات المقصودة "للعُدو"، وبالتالي لا يجب على الإعلام الإسرائيلي أن يتعاون في هذا المجال. فضلاً عن أن الجمهور الإسرائيلي غير معني بأن يصل "المخرب الانتحاري" في المساء إلى صالون بيته عبر شاشة التلفاز، بعد أن زاره ظهراً في شوارع سديروت من خلال إطلاقه للصواريخ!

وكجزء أساسي من العملية الرقابية، استخدمت وسائل الإعلام الإسرائيلية عدداً من المصطلحات الانتقائية للدلالة والتعبير عن كل ما يتعلق بأحداث العدوان، ولم يقتصر اختيارها على مصطلحات معينة لتستعمل مرة واحدة فقط، بل الملاحظ أن كثرتها أصبحت ثابتة، وذات استعمالات متكررة في حالات مختلفة. وتجدر الإشارة إلى أن أسلوب الانتقائية في إيراد المصطلحات لا يرتكز على قاعدة صحفية إعلامية فحسب، بل هي سياسية وعقائدية في معظم الأحوال⁵.

وحاولت وسائل الإعلام التساوق مع المؤسسة الأمنية التي أمّلت عليها عدداً من المصطلحات، أصبحت فيما بعد جزءاً من قاموس الإعلام الإسرائيلي اليومي، خلال تغطية أيام العدوان، ومنها:

- المخبرون والإرهابيون، بدلاً من الفدائيين والمقاومين.
- الفلسطينيين، بدلاً من الشعب الفلسطيني، ولكل من العبارتين مدلولها الكبير.
- العمليات الوقائية، بدلاً من عمليات التوغل والاختحام للمدن.
- المستوطنون يصفهم بالسكان.
- المستوطنات يعبر عنها بالبلدات والأحياء.
- إغلاق، بدلاً من منع الدخول إلى "إسرائيل".
- أعمال هندسية ذات طابع أمني، بدلاً من تجريف الأراضي الزراعية.
- خطوات أمنية، بدلاً من عمليات انتقام وعقاب.
- عمليات إحباط موضعية، بدلاً من تصفية واغتيال.

وهكذا صاغ الإعلام الإسرائيلي مصطلحات كثيرة، حتى لا يتساءل أحد من المسؤول عن: "دائرة العنف في الشرق الأوسط"، و"حلقة الإرهاب"، و"مسؤولية الطرفين"، و"الصدامات بين الجانبين"، و"المواجهات بين المسلحين"، وغيرها مما تسرب بعضها إلى الإعلام العربي والغربي، دون التدقيق في ماهيتها، ودون تفحص الأهداف التي تتخفى تحت رداء اللغة.

وقد اعتبرت المعركة الأهم التي خاضتها الرقابة العسكرية استخدام الأسلحة المحرمة، والمخاوف من محاكمة "إسرائيل" على ارتكابها لجرائم حرب. وقد نفت "إسرائيل" في البداية استخدامها لهذه الأسلحة، غير أنها ادعت بفتح تحقيق جدي في الموضوع عندما أكدت منظمات دولية استخدامها لها. وأعقبت ذلك بسلسلة خطوات دعائية ونفسية وإعلامية لصرف الأنظار عنها، والتركيز على قضايا أخرى مثل تهريب حماس للسلاح.

واستكمالاً لذلك، جاءت الرقابة العسكرية بأوامر لمنع نشر أسماء ورتب وصور الجنود والضباط الإسرائيليين في الصحف، وحصول المسؤولين الذين يعتزمون السفر إلى أوروبا، بصفة شخصية أو في إطار العمل، على إرشادات من النيابة العامة العسكرية، أو منع بعضهم من مغادرة "إسرائيل" بسبب التخوف من صدور أوامر اعتقال دولية ضدهم.

ثالثاً: تصوير الإعلام الإسرائيلي للفلسطينيين خلال العدوان:

1. التحريض على الفلسطينيين:

تعود سياسة التحريض المتبعة في وسائل الإعلام الإسرائيلية، إلى عقود مضت، وفي الوقت الذي يطلق فيه مسؤولون إسرائيليون تصريحات عنصرية ضد الفلسطينيين، فإن وسائل الإعلام تنقلها كما هي دون أي موقف ديموقراطي إنساني، ولعل أبرزها ما قاله رئيس الوزراء الأسبق مناحيم بيغن Menachem Begin إبان الغزو الإسرائيلي للبنان: الفلسطينيون مجرد حيوانات تسير على قدمين، وما قاله رئيس أركانه رفائيل "رافي" إيتان Rafiel "Rafi" Eitan: "الفلسطينيون عبارة عن صراصير مخدرة في قنينة!".

وبدلاً من أن تلعب وسائل الإعلام الإسرائيلية الدور الناقد، اكتفت بنقل الحديث أو التصريح، ولعبت دور المتفرج فقط لا أكثر، كما امتد التحريض إلى الصحافة المكتوبة المليئة بالمقالات، والتصريحات التحريضية، ليست فقط للسياسيين، وإنما لكتاب صحفيين ومحررين.

وقد نشرت الصحف الإسرائيلية تقريراً بعنوان "عزيزي الجندي... أرجوك اقتل مزيداً من العرب"، وجاءت الدعوة على لسان أطفال إسرائيليين بعثوا برسائل إلى الجنود المقاتلين في قطاع غزة، وقد تلقاها الجنود من تلاميذ بين الصفيين السابع والعاشر، تحضهم على عدم الاكتراث بالقوانين، وقتل أكبر عدد من الفلسطينيين⁶.

في المقابل، ظهرت في وسائل الإعلام الإسرائيلية بين الحين والآخر مصطلحات تشير إلى خوف اليهود الإسرائيليين على مستقبلهم من خلال تشبيه عمليات المقاومة الفلسطينية، بما حصل من إبادة لليهود في ألمانيا النازية على وجه التحديد، والقصد من وراء ذلك الربط بين "الإرهاب الفلسطيني"، والإرهاب النازي الذي نبذته كل دول العالم، وتنبيه العالم لما يتعرض له اليهود الإسرائيليون.

وقد وظف الإعلام الإسرائيلي ردود المقاومة على الهجوم الإسرائيلي، للتحريض على الفلسطينيين باعتماده تغطية خاصة تضم ما يزيد عن عشر صفحات لعملية واحدة! مع صور للدماء والقتلى والمصابين، وتكرار صور الأطفال الإسرائيليين يكون

مع عناوين مثل: "دولة تحت الإرهاب"، و"هجوم يتبعه آخر"، و"حرب من الإرهاب"، مع نشر قائمة بجميع الحوادث التي وقعت وتواريخها وأماكنها منذ اندلاع العدوان.

كما مارست وسائل الإعلام دوراً تحريضياً للحكومة على بذل المزيد من الجهود لمواصلة العدوان على غزة، حيث تمّ النظر للمقاومة، وتحديدًا حركة حماس، على أنها "فيروس قاتل" يحتاج إلى علاج مكثف وعنيف، وضرورة التوجه لحلّ جذري مهما كان مكلفاً ودموياً، كالعلمية الجراحية التي مهما بلغت خطورتها فلا بد منها.

وجاء في إحدى الصحف الإسرائيلية: إن ضعف حكومة إيهود أولمرت تجاه حماس ليس قضاءً وقدراً من السماء على "إسرائيل"، بل إن الأمر متعلق بنا نحن الإسرائيليين، الذين نقرر ما إذا كنا نريد تحسين قدراتنا في الحكم ورسم المستقبل، أو البقاء محكومين بنهج "إطفاء الحرائق" فقط دون استئصال من يشعلها، وبدون منع حرائق في المستقبل من شأنها أن تأتي على كل الدولة، من الضروري إحداث تغيير في أنماط العمل، وإذا لم نفعل ذلك، فربما سنتغلب في نهاية الأمر على الفيروس الأليم، ولكن في هذه الأثناء سيواصل الورم الخبيث الانتشار في الجسم على نحو لن نجد له علاجاً فيما بعد، وسيفوت الأوان!⁷

2. ترويح الأكاذيب:

"إذا أردت معرفة الحقيقة، فاستمع لوسائل الإعلام الإسرائيلية"، هذه مقولة راجت في الشارع الفلسطيني طوال سنوات الاحتلال الإسرائيلي لقطاع غزة، وهذا يشير إلى أي مدى وصل تأثير الإعلام الإسرائيلي في نفوس مستمعيه ومشاهديه وقرائه، ولم يكن ليتحقق ذلك إلا لحرص القائمين على الإعلام الإسرائيلي، وسعيهم الدؤوب للوصول إلى الجمهور الفلسطيني، وترسيخ هذه القناعة لديه.

وبالرغم من حرص الإعلام الإسرائيلي على الظهور بصورة المصدر الصادق في بثّ الأخبار، والتعليق عليها، إلا أنه إعلام يعتمد الكذب والتضليل والتحريف في عمله الإعلامي. ولا يخفى مثل هذا الأمر على الإنسان الواعي لسياسات وأهداف هذا الإعلام الموجه.

وبالتالي فإن يتمّ تشويه الحقيقة، واختلاق كذبة لتصبح حقيقة في الإعلام الإسرائيلي، ليس أمراً غريباً أو خارجاً عن نطاق الممارسات الإسرائيلية، بل يدخل في صلبها، وهذا

أسلوب يؤكد أن القاتل لم يجد ملجأ يسوغ من خلاله ممارساته إلا بالافتراء على الضحية، عبر اتهامها بأنها سبب الجريمة التي استحققتها.

وقد ساعد العدوان على غزة في كشف أكاذيب الإعلام الإسرائيلي؛ حيث كانت الجماهير الفلسطينية المعرضة لألة الحرب الإسرائيلية، تلمس وبسهولة البون الشاسع بين حقيقة ما يجري على أرض الواقع، وما يطرحه ذلك الإعلام، وبالتالي لم تعد تأبه لما يقوله، وينقله عن أمور وأحداث ومواقف ليس لها أساس من الصحة، وبذلك تهاوى صرح المصدقية المزعومة التي عمل سنين طويلة في سبيل بنائها وترسيخها.

وضمن حملات الكذب التي اعتادت الآلة الإعلامية الإسرائيلية على ترديدها خلال العدوان على غزة، إعداد ردودهم بشكل مسبق على النحو التالي:

أ. تمزيق وحرق المصاحف وهدم 23 مسجداً، روجت "إسرائيل" مقابلها أكاذيب معلبة تقول: معبد يهودي دمرته صواريخ حماس، والمساجد مقرات لتخزين المتفجرات، ووضعوا فيديو على مواقع مثل فيس بوك Facebook وتويتر Tweeter يصور متفجرات داخل ما يشبه مسجداً!

ب. للرد على قتلها الأطفال وترويعهم، نشرت وسائل الإعلام الإسرائيلية صوراً لأطفال يهود يبكون ويصرخون في بعض المستوطنات، وصوراً أخرى مفبركة لأطفال يلهون بجوار مقاتلين، قالوا إن حماس تتخذهم دروعاً وتهاجم جنودنا!

ج. للرد على ضرب قرابة 35 مقراً تابعاً لوكالة الأونروا، قالت "إسرائيل" إن بعضها قُصِف خطأ، والبعض الآخر أطلق منه مسلحو حماس الصواريخ، وخرج أولمرت ليؤكد أن الجيش الإسرائيلي قصفها بالفعل؛ لأن الصواريخ تنطلق منها، كما بثت "إسرائيل" فيلماً لمقاومين فلسطينيين يطلقون النار من مدرسة بغزة لتبرير فعلتهم بمدرسة الفاخورة، بالرغم من أن الحادثة في الفيلم المذكور تعود إلى سنة 2007.

د. رداً على قصف منازل المدنيين، واحتمالات مواجهة موجة دعاوى دولية تتهم المسؤولين الإسرائيليين بارتكاب جرائم حرب في قطاع غزة، قال الجيش الإسرائيلي إنه يعد "ملف تجريم" لكل بيت تم قصفه! والادعاء أنه تم إطلاق النار منه، وتخزين أسلحة فيه لإظهار أن البيوت استخدمتها الفصائل الفلسطينية لأغراض عسكرية.

ومن الأساليب التي انتهجتها وسائل الإعلام الإسرائيلية لتسويق الأكاذيب وترويجها:

أ. استخدام صيغة المبني للمجهول، كما في كلمة "قتل" لإبقاء الفاعل مجهولاً، وتقليل مسؤولية الجيش، فأحداث العدوان ضد الفلسطينيين، تعرض كأحداث حصلت ببساطة، وهي معادلة تركز على النتيجة، وليس على الشخص المتضرر.

ب. اعتماد عدد من الروايات المختلفة، وربما المتناقضة لحادث واحد، رغبة منها في وضع المتلقي بين عشرات علامات الاستفهام حول أي من هذه الروايات هي الأصح، إن كان فيها شيء من الصحة أصلاً.

وبصورة إجمالية، فإن تغطية وسائل الإعلام الإسرائيلية لما جرى في قطاع غزة هي صورة جزئية جداً للوضع القائم، ومغايرة تماماً لما وصل من الإعلام إلى أماكن أخرى في العالم. وعلى الرغم من أن واجب وسائل الإعلام يفرض عليها أن تعكس جميع جوانب الصورة، إلا أن الإعلام الإسرائيلي لم يحاول مطلقاً عرض الصورة المركبة على اختلاف أبعادها وجوانبها⁸.

ج. اختلاق أذوبة التوازن الخاطيء، بين المحتل والشعب الواقع تحت الاحتلال، بين القاتل والمقتول، بين ضدين لا يلتقيان إلا في إطار جدلية الصراع، ومقارعة بعضهما الآخر، ومن الممكن الاستدلال ببعض الأمثلة على هذه الأكاذيب:

- التصريح بسماع السلطات العسكرية بدخول شاحنات البضائع إلى قطاع غزة، كجزء من سياسة التسهيلات الإنسانية التي تتبعها، إلا أن الواقع كان كثيراً ما كذب هذه الأنباء.

- إشاعة أن سيارات الإسعاف الفلسطينية تقل مسلحين يستغلون مهمتها الإنسانية للوصول إلى أهدافهم بقتل الجنود الإسرائيليين، الذين قلما يردون على مصادر النيران الآتية منها بسبب خشيتهم من إصابتها⁹.

- تصوير الأطفال والنساء والشيوخ الفلسطينيين على أنهم "تروس دفاعية حية" بأيدي قوى المقاومة، وأنها كانت على الدوام تجند الأطفال لساحة المعركة.

وقد أكدت الناطقة الرسمية باسم الجيش الإسرائيلي أفيتال لبيوفيتش Avital Leibovich في بداية العدوان: "إن كل وسائل الإعلام بما فيها الجديدة، وعالم التدوين،

تشكل معارك جديدة في إطار الصراع حول كسب الرأي العام العالمي، وإن خوض هذه المعركة من الأهمية بمكان“.

3. الدفاع عن الاغتيالات:

بعد أن أعلنت تل أبيب تبنيها الصريح لسياسة اغتيال قيادات المقاومة، ووضعها لعدد من قادة حركة حماس على قائمة الاغتيال، شرعت وسائل الإعلام الإسرائيلية مهمة التسويغ الإعلامي لهذه السياسة عبر عدة مراحل:

أ. انتقاء مصطلحات ذات وقع أخف من كلمة الاغتيال، كالقتل المستهدف، والدفاع الإيجابي، والتصفية الموضوعية، وضربات مختارة، وإحباط ناجح. ولعل ذلك كان مدار جدل كبير بين الحكومة وعدد من الإذاعات الغربية التي أوصتها بعدم استخدام كلمة ”يغتال“ لوصف قتل الإسرائيليين للفلسطينيين، واستخدام عبارة القتل المستهدف، وطالما برر الإعلام الإسرائيلي سياسة الاغتيالات تحت حجة أن ردّ الفعل يندرج ضمن السياسة القاضية بإحباط وملاحقة مخططي العمليات ”الإرهابية“¹⁰.

ب. إيصال رسالة للرأي العام العالمي مفادها أن الدخول إلى مدن قطاع غزة واغتيال المطلوبين، يوجد المصاعب للشعب الفلسطيني، لكن الأكثر صعوبة بالنسبة للإسرائيليين ”النظر إلى أطفالنا وهم يعلمون أن في هذه المدن أناساً يخططون لإطلاق صواريخ، ولا نذهب هناك لمحاولة منعهم قبل أن يقتلوهم“، بمعنى آخر تبرير سياسة الاغتيالات والاقترحات للمدن والقرى وإحداث المجازر فيها.

ج. شرعنة سياسة الاغتيالات، وعمليات القتل والتصفية، وفق قاعدة ”من يرد قتلك اقتله“، لأن القياديين الفلسطينيين الذين قتلوا في عمليات الاغتيال مسؤولون عن مقتل عشرات الإسرائيليين، ويخططون لعمليات أخرى، لذا ليس هناك أكثر شرعية من قتلهم، وتصفيتهم جسدياً، لأنه عمل محقّ وحكيم، وبمثابة تنفيذ لحكم الإعدام بحقهم يحبط عمليات مستقبلية كانوا يخططون للقيام بها¹¹.

د. فور الإعلان عن اغتيال ناشط فلسطيني، يتمّ إصاق جميع التهم الملفقة المعهودة به، كوضع عبوات ناسفة، والمسؤولية عن قتل إسرائيليين، والتنسيق بين المنظمات الفلسطينية، والإعداد لإطلاق صواريخ، ما يشير إلى أن قوائم التهم معدة سلفاً، وهذا الإعلام بانتظار الضحية القادمة ليس إلا!.

ه. التهويل من قوة أجهزة الأمن الإسرائيلية في تنفيذ حوادث الاغتيال، حيث لجأت للحرب النفسية المبرمجة، في ضوء صراعها الفكري والعسكري مع المقاومة الفلسطينية، وتبين من خلال رسم السيناريوهات الأمنية حول اغتيال نشطاء خلايا المقاومة.

وقام المرسلون العسكريون بالحديث عن عمليات الاغتيال وكأنها واحدة من "بطولات" الجيش الإسرائيلي، وقدرته على الوصول إلى كل فلسطيني مطلوب.

4. غياب الرواية الفلسطينية:

تثير متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية منذ بداية العدوان علامات سؤال عديدة حول مهنية ومصداقية مراسليها ومحرريها، ليس فقط بما يقولونه، بل بما لا يقولونه، حيث انتهجت في تغطيتها لأحداث العدوان على غزة أسلوباً هدف إلى ترويح الموقف الرسمي، وقامت روايتها ليوميات العدوان على النحو التالي:

أ. عدم استضافة متحدثين فلسطينيين في البرامج الحوارية كما كان قبل العدوان، وإنما إسرائيليون يتحدثون مع بعضهم البعض، ويكيلون التهم للفلسطينيين دون أن يدافع عنهم أحد. وقد تلقى مديرو الأقسام في التلفزيون والإذاعة، تعليمات من جهات أمنية طالبت بتشديد الرقابة على التقارير الصحفية، وتلك التي تجري مع شخصيات فلسطينية وأعضاء كنيست عرب.

وربما جاء ذلك تماشياً مع تعليمات أصدرتها بعض الأوساط الأمنية والسياسية المنتقدة لأداء الإعلام الإسرائيلي، لا سيما التلفزيون الذي يفتح أبوابه لـ "أعداء إسرائيل"، وطالبت بأن تكون سلطة البث خادمة لمصالح الدولة أولاً وقبل كل شيء، لأنها في معركة كبيرة ضد "الإرهاب الفلسطيني"، وعليها أن تكون رديفاً للدولة في هذه المعركة، وأن لا تمنح العدو وقتاً من برامجها¹².

ب. وسائل الإعلام الإسرائيلية التي حاولت إبراز الرواية الفلسطينية بخلاف غيرها، لم تستخدم المصادر الفلسطينية بطريقة عادلة، فداًماً كان كتابها يستخدمون كلمة "يدعي أو ادعاء" عند ذكر الفلسطينيين، فيقولون: ادعى مصدر فلسطيني... يدعي الفلسطينيون.

ج. مصدر المعلومات الذي يغطي الأحداث والتقارير الإخبارية هو حكومي مثل: مكتب رئيس الحكومة، والوزراء، والناطق العسكري، إضافة إلى المسؤولين

العسكريين وجهاز الشرطة، وبالتالي يدفع ذلك الصحفيين والإعلاميين إلى قبول الخطاب الأمني لفهم أحداث العدوان.

د. لم ينقل الإعلام الإسرائيلي معاناة أبناء غزة في أسابيع العدوان الثلاثة، فأكثر من مليون ونصف إنسان كانوا محاصرين، وهناك مناطق عُزلت تماماً عن العالم، مع ما يشمله ذلك من نقص في الإمدادات الغذائية والتموينية.

وقد وجهت انتقادات حادة إلى مقدمة النشرة الإخبارية في القناة الثانية الإسرائيلية يونيت ليفي Yonit Levy التي "بكت" عند مشاهدتها لتقرير عن ضحايا العدوان في غزة، وطالبت أوساط عديدة، رسمية وشعبية، بإقالتها من العمل.

أما فيما يتعلق بالتغطية الإسرائيلية لأحداث عمليات المقاومة، سواء داخل القطاع ضد جنود الاحتلال، أو من خلال استهداف التجمعات السكانية بالصواريخ، فجاءت على النحو التالي:

أ. استخدام البعد الإنساني للعملية من أجل استقطاب الجمهور مثل: القتلى والجرحى الإسرائيليين، أعمارهم، وحالتهم الاجتماعية، وعدد أولادهم، وصورة عربات للأطفال، وغيرها.

ب. اعتماد طريقة عرض صحفية متطورة تعتمد على التناقضات والتقلبات، كتصوير والدة الجندي باكياً، وعلى الصفحة نفسها سرد أسماء حوادث القتل التي استهدفت الأطفال.

ج. إبراز العناوين لعمليات سقط فيها إسرائيليون باللونين الأحمر والأسود، لوني الدم والحداد.

د. تخصيص كامل الصفحات للحديث عن العمليات¹³.

5. الفلسطينيون مجرد أرقام:

بلغ المعدل اليومي لسقوط الشهداء الفلسطينيين بالعشرات والمصابين بالمئات، معظمهم من الأطفال، ومع ذلك اكتفت وسائل الإعلام الإسرائيلية، المسموعة والمرئية والمكتوبة، بنشر أعداد القتلى والجرحى، على أنهم سقطوا في مواجهات مع قوات الجيش، أي أنهم هم المعتدون والجنود يدافعون عن أنفسهم ولم تذكر الأسماء والأعمار، وأماكن سكنهم وظروف استشهادهم، ولم تقدم أي وجهة نظر فلسطينية متعلقة بالضحايا الفلسطينيين، فيما يتم تزويد تفاصيل مسهبة متعلقة بالقتلى الإسرائيليين.

ولكن متى تنشر أسماء الضحايا الفلسطينيين؟

أ. اتبع الإعلام الإسرائيلي أسلوب المبني للمجهول في مقتل الفلسطينيين، إلا أنه في مرات معدودة قدّم الأخبار بصيغة المبني للمعلوم، وذلك عند حدوث عمليات اغتيال. والهدف من ذلك تبيين وتعزيز القناعة بأن الجهود الأمنية الإسرائيلية تتعامل بفعالية مع التهديد الكامن الذي يمثله الفلسطينيون، ولقد ظهر هذا الأمر بصورة واضحة عند اغتيال القياديين البارزين في حركة حماس: نزار ريان وسعيد صيام.

ب. لجأ الإعلام الإسرائيلي، لا سيّما المرئي منه، إلى التلاعب بالصورة التلفزيونية من خلال تقريب العدسة على الجمهور الإسرائيلي أثناء تشييع أحد قتلاهم، ما يعطي تأثيراً كبيراً للمشاهد، ويوجد حالة تضامنية معه، في حين تغيب صورة الضحايا الفلسطينيين تماماً. وبينما كان التلفزيون الإسرائيلي بمختلف قنواته يبثّ أحياناً صوراً لجنازات الشهداء الفلسطينيين عن بعد، إلا أنها تأتي من خلال لقطات قصيرة لا توحى بمظاهر الحزن والألم التي تعتصر قلوب المشاركين فيها.

كما تجاهلت القنوات التلفزيونية بثّ الصور المؤثرة عن عمليات انتشار الأطفال من تحت الأنقاض التي تناولتها شبكات التلفزة العربية والأجنبية، وتركزت الصور على مسلحين فلسطينيين يتقدمون الجنازات!.

6. لوم الضحية:

مارس الإعلام الإسرائيلي منذ اندلاع العدوان على غزة، سياسة قامت على لوم الضحايا الفلسطينيين، ليس لأن آلة القتل الإسرائيلية حصدتهم جماعات وفرادى، بل لأن أجسادهم تصدت للقذائف، كما جاء على لسان أحد الإسرائيليين. وبالتالي، تجلت حقيقة لا شك فيها أن ذلك الإعلام لم يكن يبالي بمقتل الضحية الفلسطيني، بل بتعب الطيار الذي يلقي بمئات الأطنان يومياً على رؤوس الغزيين، وبالتالي فهو لم ينظر للجنة الهامدة، بل فكر كم أتعبه قتل هذه الضحية!.

وقد شكلت "إسرائيل" مع اندلاع العدوان جهازاً إعلامياً سبق الحديث عنه في بداية الدراسة، كانت مهمته الحقيقية الكذب والتضليل، ومحاولة التستر على الوجه القبيح للعدوان، بالادعاء تارة بأن ما أقدمت عليه "إسرائيل" كان دفاعاً عن النفس، وهو الموقف

الذي انحاز إليه الكونجرس ودول الاتحاد الأوروبي، وتارة أخرى باتهام حماس بأنها من خرقت الهدنة، وأن صواريخها هي التي تسببت بإغلاق المعابر، وحرمان سكان القطاع من احتياجاتهم المعيشية. ومن أبرز الادعاءات التي روج لها هذا الجهاز أن "إسرائيل" لا تستهدف الفلسطينيين، وإنما تريد وقف "الإرهاب" الذي تمارسه حماس، وفي الوقت ذاته تريد ضرب "النفوذ الإيراني" الذي وصل إلى غزة ويهدد وجودها¹⁴.

وجاء تبني هذه السياسة من خلال تأكيد رئيس الوزراء (المكلف) بنيامين نتنياهو في مقال له على أن الجيش الإسرائيلي يحرص على توجيه أعماله بقصد الدفاع عن النفس ضدّ المسلحين ومن يرسلهم، وإذا ما قتل أطفال أو أبرياء آخرون، فهي نتيجة لهذه الأعمال، أو نتيجة خطأ محض فقط¹⁵، وفي كانون الثاني / يناير 2009 قالت تسيبي ليفني وزيرة الخارجية بأن الإسرائيليين لا يكرهون أطفال غزة، وإنها حزينة؛ لأن حماس تتخذ من هؤلاء الأطفال دروعاً في تصديها للجيش الإسرائيلي. وفي هذا السياق لم يفتّ رئيس الوزراء إيهود أولمرت أن يقول إنه "بكى عندما شاهد أبا فلسطينياً يعرض أطفاله الثلاثة المقتولين على وسائل الإعلام"¹⁶.

وتجدر الإشارة هنا إلى عبارة شهيرة لغولدا مائير Golda Meir، رئيسة وزراء "إسرائيل" خلال سبعينيات القرن الماضي، ردّت بها على انتقادات بأن حكومتها تقتل الأطفال الفلسطينيين: "يمكننا أن نغفر للعرب قتلهم لأطفالنا، لكننا لا نستطيع أن نغفر لهم أبداً أنهم جعلونا نقتل أطفالهم!".

ووردت تعليقات إسرائيلية مختلفة تبرر مقتل الفلسطينيين، تشير إلى عدم وجود ما يعرف بـ "الحرب النظيفة"، وبالتالي لا يجب على "إسرائيل" أن تأسف على الإصابة غير المقصودة للمدنيين الفلسطينيين في إطار حربها ضدّ حماس، خاصة وأنها تخوض ضدّ الأخيرة حرباً شاملة. كما أن المدنيين الذين يقدمون المأوى والدعم للمقاومين، لا يستحقون أن يطلق عليهم مصطلح الأبرياء، ولا ينبغي ذرف الدموع والتأسي على الإصابة غير المقصودة ضدّهم¹⁷.

ليس هذا فقط، بل إن ما حدث في غزة شكل مدار بحث ونقاش أكاديميين لدى عدد من المؤسسات الإعلامية الإسرائيلية، وجاءت خلاصته أن ما حدث في القطاع من دمار ومعاناة للفلسطينيين، لا نستطيع تجاهله، ولكن يجب أن نعلم أن ذلك نتيجة ذنب "المخربين" الذين اعتبروا غزة "عاصمتهم"، وحولوا سكانها إلى دروع بشرية!.

وبالتالي فقد استخدمت الاستراتيجية الإعلامية الإسرائيلية أسلوب لوم الضحية في حالات الاستخدام المفرط للقوة الذي قامت به قوات الاحتلال ضد الفلسطينيين. وتلازم نشر هذه التقارير حول العنف الرسمي الذي تنفذه الدولة العبرية مع معلومات تحاول تبريره، كالمعلومات المفصلة حول "العنف" ضد قوات الجيش، واتهام الفلسطينيين بالتحضير للهجوم.

7. التنافس في استعداد الفلسطينيين:

تشير الوقائع إلى تحول طراً على الإعلام الإسرائيلي بعد العدوان على غزة، فقبلها كان يحقق ويفحص الأمور ميدانياً، لكن العدوان "منح" كل صحفي إسرائيلي شعوراً بالوطنية، ولم يعد يفرق بينها وبين مهنته الصحفية، ولذلك كان ينقل الحدث من وجهة نظره، ولم يجتهد في البحث عن الحقيقة، وبالتالي تحول كل فلسطيني بنظره إلى مشبوه، أو أنه سيقوم بعملية فدائية، أو يطلق صاروخاً.

وأضحى المراسلون يتنافسون فيما بينهم لإظهار عدائهم للشعب الفلسطيني، ويتجاهلون في تقاريرهم الحديث عن القصف الإسرائيلي، وكما قال أحد المحللين: لو أن الأمر تعلق ببعض الصحفيين والإعلاميين لأطلقت "إسرائيل" منذ زمن بعيد الصواريخ ذات الرؤوس النووية على غزة وجبالها، لأن المراسلين مثلوا دوراً تحريضياً، وبدا ميولهم واضحاً نحو اليمين، وأوجدوا إعلاماً متعطشاً للدم لا مثيل له من قبل.

وتجاوز الأمر كل حدّ حين قرر الإعلام الإسرائيلي استخدام عبارة "قواتنا" في الإشارة إلى جنود الاحتلال في قطاع غزة، مثلاً: أطلق فلسطينيون النار اليوم على موقع للجيش، ولم يصب أحد من "قواتنا" بأذى!¹⁸.

ووجدت وسائل الإعلام الإسرائيلية فرصتها السانحة في اندلاع العدوان، لإعادة نزع الصدأ عن نظريات واستراتيجيات إعلامية صاغها وعمل وفقها الكثير من مصممي الرأي العام من أصحاب الميول اليمينية، فعادة انطلاق العدوان جاءت معظم التعليقات الإعلامية والصحفية من هذا القبيل: لقد صدقنا، هذا ما قلناه لكم، هذا ما حذرناكم منه، حماس لا تفهم إلا لغة القوة.

وبالتالي وجد الصحفيون أنفسهم شركاء في الأيديولوجيا الصهيونية، وليسوا مهنيين، وابتعدوا عن صيغ معينة في نقد المؤسسات أو الأعمال العسكرية الإسرائيلية،

وأطلقوا منذ بدء العدوان على غزة العنان لأنفسهم على شاشات التلفزة، يصلون ويجولون، ليصبح الواحد منهم المصدر الأول للمعلومات.

وبات من الواضح أن المراسل الصحفي تجاوز خط عمله كإعلامي، عندما يطلب من الجيش القيام بهجمات، وأصبح من الصعب التمييز بين دوره كصحفي أو ناطق باسم الجيش الإسرائيلي.

ولم تقتصر هذه الحرب الدعائية على وسائل الإعلام الإسرائيلية المرئية كالفضائيات والصحف، بل ركزت على الفضاء الإلكتروني، فما إن بدأت الطائرات والدبابات قصفها في غزة، حتى اندلعت حرب أخرى من قبل النشطاء والمواقع الإسرائيلية ضدّ نشطاء الإنترنت من العرب والمسلمين والمناصرين للقضية الفلسطينية في العالم.

حيث اندلعت حرب "كلامية"، وحرب نفسية بين "المدونين" Bloggers من الطرفين، تفوّق فيها الإسرائيليون نسبياً؛ لأنهم ركزوا على كسب ودّ وتعاطف الرأي العام الدولي من خلال مخاطبتهم باللغة الإنجليزية والترويج للأكاذيب المتعلقة بالعدوان.

وقد أظهرت هذه "الحرب الإلكترونية" استعدادات إسرائيلية مبكرة لها، بعد أن تعلموا الدرس من حرب تموز/ يوليو 2006، وهنا يمكن رصد إعلان الجيش الإسرائيلي بالتوازي مع شتّى عدوانه العسكري على غزة، أن الإنترنت "منطقة حرب"، وبالتالي نشط المدونون والنشطاء في الدولة العبرية ويهود العالم المتعاطفون معهم لإطلاق حملة إعلامية ودعاية نفسية في المدونات والمواقع المختلفة، لتجميل صورة "إسرائيل"، وعدم خسارتها المعركة الإعلامية، كما حدث في حرب لبنان.

وضمن هذه الحملة الإعلامية عمد الجيش مثلاً إلى "قصف" الصحفيين الأجانب عبر البريد الإلكتروني والرسائل القصيرة بمعلومات تنقل وجهة نظره، وإرسال فرق إعلامية للعالم فور انتهاء العدوان على غزة لترميم صورته في العالم، وإجهاض محاكمة قاداته كمجرمي حرب، واستمرار الترويج لخطر حماس، والعمل على حظر الأسلحة عنها.

ومما قامت به الآلة الإعلامية الإسرائيلية إنشاء محطة فيديو خاصة على موقع يوتيوب Youtube، هدفها إثبات أن من يقتلهم من الفلسطينيين هم من مقاتلي حماس المسلحين، وليس من المدنيين الأبرياء، مثل بثّ فيديو يزعم أنه قصف لمقاتلين من حماس

ينقلون الأسلحة والصواريخ، ويُظهر مجموعة من الرجال منهمكين في شحن مواسير طويلة في الصندوق الخلفي للسيارة، ويؤكد أن هذه المواسير هي صواريخ القسام (إلا أنها في الحقيقة ليست سوى أنابيب غاز للطهي!)، وعندما تنفجر السيارة ويتلاشى الضحايا يقولون في الشريط: "لقد تعرض هؤلاء الإرهابيون للقصف من جيشنا".

وإلى جانب ذلك لجأ الإسرائيليون إلى موقع تويتر، وهو موقع للعلاقات الاجتماعية استعانت به القنصلية الإسرائيلية في نيويورك لتبرير عدوانها على غزة عبر مجموعة من المحاضرات، وفي إحدى ندواتها تمكن مستخدمو البرنامج من كل أرجاء العالم من طرح أكثر من 400 سؤال على القنصلية، وتتبع النقاش أكثر من ثلاثة آلاف مستخدم للبرنامج اقتنع الكثير منهم بوجهة النظر الإسرائيلية حسب بعض المصادر الإسرائيلية¹⁹.

رابعاً: توجهات الرأي العام الإسرائيلي خلال العدوان:

بين استطلاع للرأي أجراه معهد تيليسيكور Teleserker لجريدة Maariv الإسرائيلية نشرتته في 2009/1/16 أن غالبية الإسرائيليين الساحقة تؤيد استمرار العدوان على قطاع غزة، وبعضهم يؤيد توسيع العمليات البرية، والبعض الآخر يؤيد مواصلة العدوان بدون توسيع العمليات.

وجاء في نتائج الاستطلاع أن 89.2% من الإسرائيليين تؤيد استمرار العدوان، منهم 53.1% يؤيدون توسيع العمليات العسكرية من خلال إدخال المزيد من القوات لتصفية القدرات العسكرية في قطاع غزة بشكل كامل، ومنهم 36.1% يؤيدون استمرار القتال وعدم توسيع العمليات، وفي الوقت نفسه البحث عن تسوية سياسية تضمن عدم إطلاق الصواريخ. وفي المقابل، قال 7.9% من الإسرائيليين أنه يجب وقف القتال والبحث عن تسوية سياسية، وقال 2.8% إنهم لا يعرفون.

ورداً على سؤال بشأن تدرج العمليات العسكرية الإسرائيلية، قال 82.1% إنه جيد جداً، وقال 11.6% إنه جيد، مقابل 3.5% متوسط، و0.9% سيئ، وأجاب 1.4% إنهم لا يعرفون. أما بالنسبة للأداء السياسي، فقال 60.4% إنه جيد وجيد جداً، منهم 25.5% يعتقدون أن الأداء جيد جداً، و34.9% يعتقدون أنه جيد، في حين قال 26.4% إنه متوسط، مقابل 4.3% ليس جيداً، و6.5% سيئ، وقال 2.4% إنهم لا يعرفون.

أما بشأن العمليات لحماية الجبهة الداخلية، فقد قال 58.3% إنها جيدة جداً، وقال 20.2% إنها جيدة، مقابل 13.8% متوسطة، و3.9% ليست جيدة، و2.3% قالوا إنها سيئة، في حين قال 1.6% إنهم لا يعرفون²⁰.

وفي استطلاع آخر للرأي العام نشرته هآرتس في 2009/1/15 عبّر 78% من الإسرائيليين عن اعتقادهم بأن الحملة العسكرية الإسرائيلية ناجحة. وعلى الرغم من الصور القادمة من قطاع غزة من قتل أطفال ومدنيين وهدم البيوت وفرار السكان، فقد أظهر الاستطلاع أن 82% من الإسرائيليين يعتقدون أن الدولة العبرية لم تبالغ في عملياتها العسكرية، الأمر الذي يدل على أن جميع المواطنين اليهود في "إسرائيل" يدعمون دعماً مطلقاً عمليات الجيش الإسرائيلي ضد الفلسطينيين في قطاع غزة²¹.

خامساً: زجمل صورة "إسرائيل" إعلامياً في أعقاب العدوان:

في أعقاب الضرر الذي لحق بصورة "إسرائيل" في الإعلام الدولي خلال العدوان على غزة، بفعل ارتكابها للمجازر واستهدافها للمدنيين الفلسطينيين، قامت الحكومة الإسرائيلية ببلورة خطة متكاملة لإعادة تحسين صورتها، لا سيما ما يتعلق بمجال حقوق الإنسان. وكانت أوساط بحثية إسرائيلية أشارت إلى أن القيام بعملية فحص للأداء الدبلوماسي والإعلامي الإسرائيلي خلال العدوان، يكشف حجم الفجوة بين السياسة الإعلامية التي تم إعدادها في وقت سابق للعدوان، وبين النتائج المترتبة على هذه السياسة، في ضوء الأضرار التي لحقت بصورة "إسرائيل" في الحلبة الدولية، ونشأ عنها أزمات دبلوماسية عديدة. وتذهب هذه الأوساط إلى أن أسئلة كثيرة بقيت معلقة دون إجابة حول انتهاكات حقوق الإنسان، والاستخدام المفرط للقوة، وجرائم الحرب، والهجمات على مقار المؤسسات الدولية، وكلها قضايا ما زالت على أجندة عدد من الجهات العالمية.

كما اتسمت العلاقات بين "إسرائيل" ووسائل الإعلام العالمية خلال العدوان بتوتر شبه دائم. وفي أول يوم أعقب انتهاء العدوان، بدأ المرسلون الإعلاميون بالتوافد إلى قطاع غزة، ومشاهدة آثار الخراب، ولم يكن لدى "إسرائيل" رسالة مقنعة تعطي تفسيراً لما

حصل من دمار كبير، حتى أنها افتقدت لتبرير منطقي لحجم القوة التي استخدمتها خلال العدوان ووصفها العالم بـ"المفرطة"، وما اعتبر تجاهلاً من قبلها للمواثيق الدولية²².

وقد أعلنت وزارة الخارجية تكوينها "طاقم عمل"، مهمته العمل إعلامياً ودبلوماسياً لتبرير العمليات العسكرية الإسرائيلية في القطاع، والترويج للمساعدات الإنسانية والإمدادات الطبية التي قدمتها "إسرائيل" خلال العدوان. وتكمن الخطورة الحقيقية لهذه الحملة الإعلامية والنفسية الإسرائيلية أنها تسعى هذه المرة ليس فقط للدفاع عن جرائم الحرب، بل الاستفادة من زخم الخلافات العربية، وعداء أنظمة عربية بعينها لحركة حماس، واتخاذ المسار السياسي والأمني الراهن لمنع وصول الأسلحة إلى قطاع غزة، لدفن جرائمها ومنع المحاكمات المتوقعة لقاداتها، وتحويل دفة الحديث عن الجرائم إلى مشكلة أخرى هي حماس، ووقف تهريب السلاح للمقاومة. وهي خطوة توشك أن تنجح فيها "إسرائيل" بعدما بدأت الحكومات الأوروبية خطوات عملية لهذا الغرض، منها إرسال الفرقاظة الفرنسية لمراقبة شواطئ غزة، واستعداد سفن أخرى أمريكية وأطلسية لتحرك مماثل، وعقد المؤتمرات الدولية حول الموضوع ذاته في كوبنهاغن ولندن!.

ويأتي الجهد الإعلامي الذي بذلته وزارة الخارجية الإسرائيلية، باستثمار ملايين الشواكل لتحسين صورتها، في أعقاب ما وصلها في الفترة الأخيرة من تقارير مقلقة من السفارات الإسرائيلية في الخارج، عن تآكل في شرعية "إسرائيل"، حيث أفاد دبلوماسيون كبار يخدمون في أوروبا بأن "إسرائيل" توشك على أن تعتبر في أوساط نخب معينة في أوروبا دولة "منبوذة"، كما كانت جنوب إفريقيا في عهد التمييز العنصري (الأبارتهايد) Apartheid، وأن العدوان على غزة والتقارير عن البناء في المستوطنات تظهر صورة، وكان "إسرائيل" لا تريد السلام.

وتقدر تكلفة الحملة الإعلامية لوزارة الخارجية بنحو ثمانية ملايين شيكل؛ أي ما يعادل مليوني دولار، وستركز على مجالين: الإعلام والثقافة، حيث ستجلب عدة وفود من أكاديميين وصحفيين ومحللين ورجال أعمال وآخرين، وهناك نية للمبادرة إلى اجتماعات في الخارج تعرض فيها مواقف "إسرائيل"، ومن أفضل المتحدثين الإسرائيليين من خارج الحكومة وداخلها، وفي مجال الثقافة ستضعف الوزارة الصادات الثقافية الإسرائيلية للخارج لتشكّل أداة لتحسين الصورة²³.

كما قررت "إسرائيل" العمل على تجميل صورتها على شبكة الإنترنت بعد العدوان الأخير، وجاء القرار بعد أن تبين أن أي بحث عن كلمة "إسرائيل" في موقع جوجل Google الإلكتروني يظهر صوراً للدمار الهائل الذي خلفه القصف الإسرائيلي في غزة، فيما لو كتب كلمة إنجلترا تظهر صورة ساعة بيج بن Big Ben، وكلمة فرنسا يرى كنيسة نوتردام Notre Dame، وكلمة الأردن يرى البتراء، وعلى إثر ذلك قررت وزارة الخارجية استئجار خدمات خبراء يصورون "إسرائيل" بشكل جميل، ويعرضون هذه الصور على شبكة الإنترنت. ووصلت الوزارة إلى قناعة مفادها أن الدولة في هذه الحالة ستصبح مكاناً لا يرغب المرء بقضاء فترة استجمام فيها، وعندما يرى المتصفحون من جميع أنحاء العالم أن "إسرائيل" تبدو على هذا الشكل فسيغير خطه فوراً، ولن يأتي للسياحة فيها.

ولتحسين الصورة، استعانت الوزارة بأبرز الخبراء الإعلاميين في الولايات المتحدة، وجلبتهم إلى "إسرائيل" لتصوير أشرطة فيديو، والتقاط صور من شأنها جذب السائح إليها، وبثها في مواقع إلكترونية يقبل على تصفحها أعداد كبيرة من الأشخاص في أنحاء العالم، ومن بين الخبراء ديفيد شانكبون David Shankbone المحرر في موسوعة ويكيبيديا Wikipedia على الإنترنت التي يزورها حوالي 60 مليون متصفح يومياً على مستوى العالم. وحسب الخطة الإسرائيلية، فسيلتقط هؤلاء الخبراء صوراً جديدة لمزارع أبقار في النقب، ومدن قيسارية وعكا، ومواقع في الجليل، وصوراً لإسرائيليين يستجمون على شاطئ البحر وفي المتنزهات والمقاهي، إضافة إلى الأماكن المقدسة. ويتوقع بعد الانتهاء من هذه المهمة أن يحصل كل من يكتب كلمة "إسرائيل" في موقع جوجل على صور جميلة، بعد نشرها في مواقع إلكترونية مثل فيس بوك وتويتر وويكيبيديا، وغيرها من المواقع الإلكترونية²⁴.

نتائج الدراسة:

تترك المتابعة المكثفة لوسائل الإعلام الإسرائيلية خلال فترة العدوان على غزة انطباعاً حقيقياً بأنها حادت عن الأسس التقليدية والمتعارف عليها في الأعراف الصحفية والإعلامية، وتجلّى ذلك بصورة واضحة خلال الصفحات السابقة، ونورد هنا عدداً من النتائج المهمة التي خلصت إليها الدراسة، من أبرزها:

1. بالرغم من الإمكانيات الهائلة المتاحة لوسائل الإعلام الإسرائيلية، وبالرغم من مساحات المناورة الشاسعة الممنوحة لها، نظرياً على الأقل، فإنها تراجعت في أدائها لمهامها إلى درجة صحافة "مجندة أحادية الجانب". ولم تكتف بتزويد متلقيها بمستجدات الأمور والأحداث المتلاحقة خلال العدوان، بل لجأت إلى التهويل تارة، والتستر تارة أخرى، وبدلاً من أن تحاول إيجاد رأي عام من خلال عرض تعددي لوجهات النظر، أخذت على عاتقها من خلال حفنة ضئيلة من رجال الإعلام المدعين لمعرفة واسعة في الشؤون الفلسطينية والعربية، تعبئة الرأي العام الإسرائيلي، من خلال عدم الدقة والتحامل والتحريض.

2. شكل المراسلون العسكريون والمحللون للشؤون العربية والناطقون بلسان الجيش والحكومة، نجوم الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان، وقد أتقنوا عرض وجهة النظر الرسمية لما يحدث، وفي بعض الأحيان لم نكن نميز إن كان المراسل ناطقاً بلسان الجيش، أو الناطق بلسان الجيش هو المراسل!.

3. لم يكن هناك توازن معقول ومقبول بين الطرفين الفلسطيني والإسرائيلي، في المقابلات ونقل المواقف، ولم يبرز ذلك فقط في قلة عدد الفلسطينيين الذين قوبلوا في التقارير الصحفية والإعلامية، وإنما في التوجه العدائي والاستفزازي والاستعلائي للصحفيين الإسرائيليين.

4. تبني مواقف الحكومة وعدم الميل لانتقادها، على غير عاداتها في تغطية جملة سياسات الحكومة ونهجها في القضايا الداخلية مثل: الشؤون الاقتصادية والسياسية والتعليمية... إلخ، وانتقادها وتحليلها لكل صغيرة وكبيرة في هذه المجالات، حيث لم نجد لدى الإعلام الإسرائيلي أثناء العدوان ميلاً نقدياً وتحليلياً واضحاً يشيد بإنجازاتها، أو يؤكد على تقصيرها.

5. لعب الإعلام الإسرائيلي دوراً تعبويماً يميل للتصرف كامتداد للمؤسسة السياسية اليهودية، وبالتالي الاصطفاف بجانب المؤسسة العسكرية والأمنية، ومن ذلك أن الجندي هو المهاجم والمعتدى عليه دائماً، والقصف وإطلاق النار على الفلسطينيين هو دفاع عن النفس وردّ على اعتداءات.

6. أصبح الضحايا الفلسطينيون في الإعلام الإسرائيلي مجرد أرقام، لا أسماء لهم ولا أهل ولا أمهات، والخسائر المادية والأضرار ليس لها أي قيمة، والبيوت التي

تقصف هي ثكنات لمنظمات المقاومة، وليس لها أصحاب ولا يسكنها عائلات ولا أطفال.

7. مال الإعلام الإسرائيلي لاستخدام مصطلحات وتعابير انتقائية، وتحولت إلى جزء من عملية تصوير "إسرائيل" والإسرائيليين بوصفهم ضحايا إلى نهاية العالم، وتصوير الطرف الآخر، الفلسطيني، على أنه السلبي والمجرم والمذنب والمسؤول عن كل ما يجري في العالم، كما أن استخدام هذه المصطلحات بدا فيه ميل نحو إظهار تعالي وتفوق الإسرائيليين في ميادين متنوعة، خاصة التكنولوجية والعسكرية والأمنية.

8. استخدم الإعلام الإسرائيلي الأوصاف والعبارات الصادرة عن المصادر العسكرية ذاتها، وبعضها تتعمد توصيل معلومات خاطئة لتلبية احتياجات معينة للجيش، وحين تلتقي المؤسسات الإعلامية والعسكرية والإعلامية، معاً ضد هدف محدد، فلا يحدث أي خلاف بينهما، وهو بالضبط ما حصل في "إسرائيل" خلال العدوان.

9. قبل الإعلام الإسرائيلي، دون أي تشكيك، مقولات الجيش حول الانضباط وعدم تهوره في الرد على "العنف" الفلسطيني، وأن ما يقوم به هو الحد الأدنى مما يتطلب القيام به، ولم ير المرسلون أي غضاضة في أن عدد ضحايا القصف والقتل بلغ عدة آلاف من الفلسطينيين، وأن شعباً بأسره محاصر بشكل خانق، وقبل كل ذلك، دون أي استثناء، معتبراً إياه انضباطاً من الحكومة والجيش.

هوامش الفصل الثالث

- ¹ هـآرتس، 2009/1/22.
- ² جيمس زغبى، آلة الحرب الدعائية الإسرائيلية، الغد، 2009/3/1.
- ³ The Observer newspaper, London, 4/1/2009.
- ⁴ جريدة يديعوت أحرونوت، 2009/1/15.
- ⁵ جوني منصور، "الاصطلاحية الانتقائية في الصحف العبرية"، مجلة قضايا إسرائيلية، رام الله، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية، العدد 9، 2003، ص 88.
- ⁶ يديعوت أحرونوت، 2009/1/9.
- ⁷ معاريف، 2009/2/3.
- ⁸ يورام بيرى، الصحافة الإسرائيلية: عودة إلى النموذج المجند، موقع المشهد الإسرائيلي، 2004/6/15، انظر: <http://www.madarcenter.org/almash-had/viewarticle.asp?articalid=1705>
- ⁹ التلفزيون الإسرائيلي - القناة الثانية، 2009/1/13.
- ¹⁰ يديعوت أحرونوت، 2009/1/18.
- ¹¹ هـآرتس، 2009/1/1.
- ¹² بنيامين نتنياهو، كفى لسياسة ضبط النفس حتى في مجال الإعلام، معاريف، 2009/1/9.
- ¹³ بالإمكان مراجعة الجرائد الإسرائيلية بين يومي 2008/12/28 و2009/1/18، وكيفية تغطيتها لحوادث إطلاق الصواريخ على التجمعات السكانية المجاورة لقطاع غزة.
- ¹⁴ فهمي هويدي، حرب لا صمدنا فيها ولا تصدينا، الجزيرة نت، 2009/3/17، انظر: <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/4A78F4CB-20FF-461B-BBD4-FCB872E3244B.htm>
- ¹⁵ محمد جمال عرفة، بحرب نفسية وإعلامية... إسرائيل تدفن جرائمها النازية، موقع إسلام أون لاين، انظر: http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1232171680683&pagename=Zone-Arabic-News/NWALayout
- ¹⁶ هـآرتس، 2008/12/28.
- ¹⁷ التلفزيون الإسرائيلي - القناة الثانية، 2009/1/4.
- ¹⁸ محمد جمال عرفة، مصدر سابق.
- ¹⁹ هيرش غودمان، الدبلوماسية الإسرائيلية خلال عملية الرصاص المسكوب وما بعدها، معهد أبحاث الأمن القومي، تل أبيب، 2009، ص 43.
- ²⁰ عرب 48، 2009/1/16، انظر: <http://www.arabs48.com/display.x?cid=19&sid=57&id=60008>
- ²¹ Haaretz newspaper, 15/1/2009, see: <http://www.haaretz.com/hasen/spages/1055564.html>
- ²² هـآرتس، 2009/1/27.
- ²³ معاريف، 2009/2/12.
- ²⁴ يديعوت أحرونوت، 2009/2/22.