

## اطلاع‌رسانی در اسرائیل

تقی‌الدین التتیر، الاعلام الاسرائیلی و مواجهته، بیروت: بدون ذکر انتشارات، ۱۹۹۹، ۲۰۰ ص.

### مهدی قویدل

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد روابط  
بین‌الملل دانشگاه شهید بهشتی

رسانه‌ها بر زندگی روزمره ما مسلط هستند و با پشت سر گذاشتن موانع وارد خانه‌های ما شده‌اند. رسانه‌ها با بی‌اعتنایی به عادات و رسوم، وارد فضای عقلانیت ما شده‌اند. ما در دوره‌ای به سر می‌بریم که برای تبیین تحولات جهانی در ابعاد سیاسی، اقتصادی و فرهنگی از مفهوم «جهانی شدن» استفاده می‌شود. به نظر می‌رسد که انقلاب ارتباطات و اطلاعات عامل اصلی طرح و سپس گسترش پدیده جهانی شدن باشد. از این نظر، ما نمی‌توانیم محیط پیرامون خود را بدون در نظر گرفتن رسانه‌ها تصور کنیم. از سوی دیگر، تنها توانایی‌های نظامی-درکنار امکانات اقتصادی-عامل قدرت ملی واحدهای سیاسی در روابط بین‌الملل

نیست، بلکه باید به امکانات اطلاع‌رسانی نیز اشاره کرد. غربی‌ها تحت تاثیر رهیافت واقع‌گرایی، نظریه برخورد تمدنها را مطرح کردند که از اهمیت رسانه‌ها در جهان امروز حکایت دارد. رسانه‌ها در چند دهه اخیر نشان داده‌اند که می‌توانند بین دولتها به عنوان بازیگران اصلی سیاست بین‌الملل و دیگر بازیگران مانند شرکتهای چندملیتی، زمینه تعارض و جنگ را فراهم سازند و هم سبب صلح و همگرایی شوند. گفته می‌شود رسانه‌های گروهی در اسرائیل در تحریف چهره افکار عمومی جهانی نقش اساسی بازی کرده و می‌کنند. رسانه‌های اسرائیلی امکانات لازم برای این کار را در اختیار دارند. صهیونیسم با توجه به نفوذی که در دنیای غرب دارد، شهروند عرب را بدوی، عقب مانده و نافی فرهنگ و ادب غرب معرفی می‌کند. رسانه‌های صهیونیستی در راستای تحقق اهداف صهیونیسم سیاسی، چهره اعراب و فضای حاکم بر جهان عرب را آن طوری که می‌خواهد جلوه می‌دهد. این کتاب که سرگرد «تقی‌الدین عدنان التتیر» افسر ارتش لبنان و دارای تحصیلات عالی در رشته علوم سیاسی به نگارش در آورده

است. قصد دارد رسانه‌های اسرائیلی را مورد بررسی قرار داده و شیوه کار آنها را بشناساند. رسانه‌های اسرائیل با کشورهای عربی در حال جنگ هستند و در خدمت اهداف صهیونیسم قرار دارند. هدف این کتاب، زدودن آثار تحریف از چهره اعراب نزد افکار عمومی جهان است. فرض بر این است که رسانه‌ها یکی از عوامل مهم موفقیت سیاست خارجی دولتها است.

این کتاب شامل شش فصل است. فصل یکم کتاب، رسانه‌های اسرائیل را برمی‌شمارد و به موضوع رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما، کتاب، خبرگزاری، صنعت جهانگردی، نمایشگاه‌ها، احزاب و سازمانها، رایانه و اینترنت در اسرائیل می‌پردازد. جنبش صهیونیسم اهمیت فوق‌العاده‌ای برای موضوع تاثیرگذاری رسانه و امر تبلیغات قایل است. ارتباط با یهودیان جهان و بسیج روانی و ایدئولوژیک آنها از ماموریت‌های اساسی این جنبش است. با توجه به تنوع قومی و فرهنگی موجود در جامعه اسرائیل، رسانه‌ها تلاش می‌کنند نوعی زبان مشترک بین یهودیان در اسرائیل به وجود آورند. دشمنی با اعراب، معرفی

خود به عنوان مالکان قانونی فلسطین و تشدید ارتباطات با ایدئولوژی صهیونیسم از جمله مسائلی است که رسانه‌های صهیونیستی روی آنها نزد مهاجران یهودی تاکید دارند. مشکل واقعی مطبوعات اسرائیلی، نبود زبان واحد بین یهودیان در فلسطین است. زبان عبری بین یهودیان مهاجر رایج نیست. شهرک نشینان یهودی در اسرائیل به زبان «ییدیش» زبان یهودی اروپایی شرقی سخن می‌گویند. بخشی از مطبوعات اسرائیل دارای استقلال از مقامات حاکمه هستند. بیشتر این مطبوعات به تنهایی یک دستگاه رسمی محسوب می‌شوند و در سیاست خارجی و امنیتی اسرائیل نقش دارند؛ شاید به این دلیل که در اسرائیل وزارت اطلاع رسانی وجود ندارد. برای نمونه، به دامنه جنگ روانی در وزارت دفاع اسرائیل که از طریق رسانه‌های مختلف صورت می‌گیرد اشاره می‌کنیم. این جنگ روانی ادامه دارد تا اعراب نسبت به تواناییهای خود تردید کنند و به برتری یهودیان اذعان نمایند. شبکه یک رادیو اسرائیل که شبکه اصلی و عمومی است در شبانه روز ۲۱ ساعت پخش دارد.

طی این ۲۱ ساعت ۱۹ بخش خبری وجود دارد که روی دو موج متوسط و کوتاه است. زبان اصلی این رادیو عبری است. نزدیکی بین یهودیان غربی (اشکنازی) و یهودیان شرقی (سفاردی)، تقویت ارزشهای دین یهود، تقویت فردگرایی و به خدمت گرفتن آن برای جامعه، ایجاد احساس مشترک در جامعه چند قومی اسرائیل و تاکید بر همه گیر شدن زبان عمومی از جمله اهداف این شبکه است. شبکه دوم برای مهاجران جدید به زبان عبری برنامه پخش می کند و جامعه اسرائیل و ویژگیهای آن را برای آنها توضیح می دهد. شبکه سوم به ۱۱ زبان برنامه های خود را پخش می کند که عبارتند از زبانهای انگلیسی، فرانسه، اسپانیایی، لهستانی، پارسی، پرتغالی، عربی، رومانیایی، روسی، بلغاری و بیدیش (لهجه یهودیان اروپای شرقی و مرکزی) و لادینو (لهجه یهودیان اسپانیا) و همچنین لهجه یهودیان شمال آفریقا. صلح طلب جلوه دادن اسرائیل و جلب توجه افکار عمومی جهانی به طرف اسرائیل، بزرگنمایی موفقیت‌های اسرائیل و تشویق یهودیان جهان برای مهاجرت به اسرائیل از اهداف این شبکه

است. شبکه چهار در برنامه های ۱۸ ساعته خود به زبان عبری سعی دارد عرب‌های اسرائیل (یک ششم کل جمعیت ۶٫۲ میلیون نفری) را از شهروندان رسمی بداند و اسرائیل را صلح دوست معرفی کند. علاوه بر این چهار شبکه، شبکه های دیگر رادیویی در زمینه های آموزشی و سرگرمی نیز وجود دارد. تلویزیون اسرائیل وظیفه مشابه رادیو اسرائیل را دارد و از تلویزیون کابلی و تلویزیون شبکه دوم تشکیل شده است. برنامه های تلویزیون اسرائیل شامل برنامه های آموزشی، فرهنگی، سرگرمی و اخبار سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، علمی، مذهبی و فرهنگی است.

مطبوعات در سیاست صهیونیسم جایگاه ویژه ای دارد تا جایی که در یک نشست سری یهودیان در شهر پراگ در سال ۱۸۶۹، خاخامی به نام ریچورن گفت «اگر طلا قدرت درجه یک باشد مطبوعات قدرت دوم است ولی دومی بدون آن نمی تواند کار کند». در بین رسانه های گروهی و تبلیغاتی، مطبوعات جایگاه ویژه ای نزد اسرائیلی ها دارند. جنبش صهیونیست با بهره گیری از قدرت مطبوعات افکار عمومی

را شکل داده و به آن جهت می دهند. از طریق ابزار مطبوعات بر حکومت‌های کشورهای مختلف نفوذ می کنند. برخی از روزنامه‌های مهم جهان مانند نیویورک تایمز، نیویورک پست، واشنگتن پست، نیویورک دیلی نیوز و فرانس سوار تحت مالکیت یهودیان است.

از هنگام بنیاد دولت اسرائیل در سال ۱۹۴۸، سسینما برای تحقق اهداف صهیونیسم در داخل و خارج اسرائیل تلاش کرده است. صهیونیسم به سینما به عنوان وسیله‌ای موثر برای تاثیرگذاری بر مخاطب در سطح جهانی نگاه می کند. بنابراین، مشاهده می شود که یهودیان در هالیوود نیز نفوذ کرده اند. بسیاری از شرکتهای فیلمسازی در سطح جهان و ستاره‌های سینما یهودی هستند. هدف سینمای مورد نظر صهیونیسم محقق جلوه دادن یهودیان و ترسو و پست جلوه دادن اعراب است.

مطبوعات از ابزارهای با اهمیت نزد صهیونیسم برای اثرگذاری بر افکار عمومی است و در این راه به انتشارات و کتاب نیز توجه ویژه‌ای می شود. بسیاری از انتشاراتیها در جهان امروز در دست یهودیان است.

«ریچارد استیونسون» نویسنده آمریکایی می گوید: «صهیونیست‌ها به نویسندگان غیریهودی کمک مالی می کنند تا در مورد صهیونیسم بنویسند مانند کارل فردریک نویسنده کتاب سیاست آمریکا در برابر ایران و فرانک جروازی نویسنده کتاب فلسطین متعلق به کیست؟ بخش فرهنگی وزارت امور خارجه اسرائیل اقدام به ترجمه کتب ادبی برخی ادبای مشهور جهان که روابط خوبی با اسرائیل دارند به زبان عبری می کند. کتاب از نظر صهیونیست‌ها وسیله‌ای برای نشان دادن چهره افسانه‌ای و قهرمانانه اسرائیل است.

جهانگردی در اسرائیل یکی از منابع مهم درآمد ارزی و ابزاری برای برقرار کردن تماس با افکار عمومی جهان است. سازمانهای مختلف صهیونیستی در امر تشویق برای افزایش شمار جهانگردان در اسرائیل فعالیت دارند. دولت اسرائیل به همین خاطر با کشورهای گوناگون در زمینه صنعت توریسم همکاری می کند و از مسئولان سازمانهای جهانگردی دعوت می شود به اسرائیل بیایند.

تماس شخصی ابزار مهم و مکمل

دستگاه تبلیغاتی اسرائیلی‌ها برای اعمال نفوذ بر اشخاص مهم و سازمانهای مهم در کنار ابزارهای دیگر است. بر این اساس، یهودیان با نفوذ در کشورهای گوناگون با مقامات این کشور تماس برقرار می‌کنند و در راستای منافع اسرائیل و یهودیان بر افکار و اعمال آنها اثر می‌گذارند. در کشورهایی هم که اقلیت یهود وجود ندارد صهیونیست‌ها با دیدارهای پی‌درپی اقدام به تماسهای شخصی با مقامات این کشورها می‌نمایند.

فناوری نظامی در ارتش اسرائیل، اهمیت سیاست تشویق مهاجرت یهودیان به اسرائیل و راهزنی برنامه‌های کامپیوتری یهودیان در کشورهای غربی از جمله مهمترین عوامل توسعه رایانه در اسرائیل به حساب می‌آید. دولت اسرائیل به تازگی اعلام کرده است که برای هر کودک یهودی باید یک دستگاه رایانه وجود داشته باشد. شرکتهای رایانه‌ای اسرائیل برای به دست گرفتن بازارهای غربی تلاش می‌کنند. کتابی به نام چشم‌واشنگتن به تازگی در پاریس از سوی «تری بوستر» به زبان فرانسه چاپ شده است که می‌گوید سیا و موساد

رایانه آمریکایی «پرومیس» را برای اهداف دسترسی به بایگانی ارتش و سازمانهای امنیتی کشورهای دوست و دشمن، نظارت بر نهادهای مالی و پیگیری برنامه‌های اتمی در جهان در بیشتر کشورهای خاورمیانه و جهان آماده کرده است. «پرومیس» به مانند یک جاسوس کار می‌کند. ایجاد ویروسهای کامپیوتری برای از بین بردن اطلاعات موجود در حافظه رایانه‌ها نیز یکی دیگر از برنامه‌های مسئولان اطلاعاتی اسرائیل است. هم‌اکنون در اسرائیل نزدیک به ۵ هزار شرکت تخصصی فناوری پیشرفته وجود دارد که مجتمع «تخنیون» در حیفا و موسسه علوم و ایزمن در نزدیکی تل‌آویو از جمله آنها است، ارزش صادرات این شرکتها در سال به ۹ میلیارد دلار می‌رسد.

ابزارهای اطلاع‌رسانی به ویژه اینترنت یکی از مهمترین ابزارهایی است که اسرائیل در تقویت موقعیت داخلی و خارجی خود به ویژه در خاورمیانه برای نشان دادن تصویر دولتی پیشرفته و دموکراتیک از اسرائیل استفاده کند. با توجه به مهاجرنشین بودن جامعه اسرائیل اهمیت دستگاههای اطلاع‌رسانی برای جهت دادن

به افکار عمومی بیشتر بروز می کند. به بیشتر خانواده فلاشها (یهودیان آتیوپی) مهاجر در اسرائیل یک دستگاه کامپیوتر هدیه شده است. این امر برای تحقق ادغام مهاجران جدید در جامعه چند قومی اسرائیل صورت می گیرد. روزنامه نیویورک تایمز در مارس سال ۱۹۹۸ نوشت در شهرک یهودی نشین کریات شموئه نهادها و مراکز آموزش خانواده مهاجران برای آموختن چگونه کار کردن با کامپیوتر و اینترنت دایر شده است. اینترنت در خدمت سیاست تهاجمی اسرائیل نیز قرار دارد. روزنامه لیبراسیون چاپ فرانسه از جنگ کامپیوتری و اینترنتی بین اسرائیل و فلسطینی ها سخن به میان می آورد که طی آن همدیگر را به نقض توافقات متهم و همدیگر را تهدید می کنند. برای نمونه در دوره نخست وزیر ی بینامین نتانیاهو، دفتر وی در پایگاههای اینترنتی، یاسر عرفات رییس حکومت خودگردان فلسطین را رهبر تروریست ها توصیف می کرد. استفاده از اینترنت نزد راستهای افراطی اهمیت بیشتری در مقایسه با طرفداران دیگر گرایشات دارد.

فصل دوم کتاب به رسانه های گروهی در ارتش اسرائیل می پردازد. جامعه اسرائیل از نظر پایه های تکوینی آن منحصر به فرد است. رابطه بین ایدئولوژی صهیونیسم با رسانه های آن از یک سو و جامعه اسرائیل از سوی دیگر رابطه منحصر به فردی است. دین اساس این ایدئولوژی است. با توجه به جامعه اسرائیل که یک جامعه نظامی و پادگانی است، بخش فرهنگی ارتش اسرائیل در سه زمینه تفریحی، آموزشی و رسانه ای فعالیت دارد. بخش رسانه برای فرهنگ سازی نظامی پرسنل ارتش نقش محوری دارد. به عنوان مثال رادیو ارتش اسرائیل یک هیات مستقل وابسته به دفتر نخست وزیر اسرائیل است و مواضع سیاسی دولت را بیان می کند. برنامه های این رادیو به ۱۴ زبان در ۲۴ ساعت پخش می شود. این رادیو در سال ۱۹۵۰ یعنی دو سال پس از تاسیس دولت اسرائیل راه اندازی شد.

ارتش اسرائیل تلویزیون نیز دارد که در سال ۱۹۶۸ تاسیس شد و در سه محور تبلیغاتی، آموزشی و تفریحی فعالیت می کند. ارتش اسرائیل همچنین چندین

نشریه از جمله مجله بمحیة (اردوگاه)، مجله معراضوت (جنگ‌ها)، مجله بتعوت حیلها فیر در نیروی هوایی اسرائیل، مجله لاکت در ستاد کل ارتش اسرائیل، مجله معراضوت یام در نیروی دریایی ارتش اسرائیل چاپ می‌کند. علاوه بر آن، ارتش اسرائیل اقدام به چاپ نشریه‌های دوره‌ای، کتاب، جزوات، برگزاری سمینارها و سخنرانیها می‌کند و چندین سالن سینما نیز دارد.

فصل سوم ناظر بر رسانه‌های صهیونیستی در آمریکا است. صهیونیسم با آگاهی از نقش آمریکا در آینده اسرائیل اقدام به نفوذ در بسیاری از نهادهای دولتی و غیردولتی آمریکا کرده است و در این راه به مطبوعات و رسانه‌ها برای جهت دهی به افکار عمومی آمریکا اهمیت زیادی داده است. در این مورد، لابی یهود نقش اساسی دارد. به عنوان مثال کمیته امور عمومی آمریکایی اسرائیلی موسوم به اییک در زمینه استفاده از رسانه‌های آمریکا برای به خدمت گرفتن آن جهت منافع اسرائیل ایفای نقش می‌کند. این در حالی است که لابی یهودی در مراکز تصمیم‌گیری سیاسی آمریکا مانند

کنگره، وزارت امور خارجه، وزارت دفاع و شورای امنیت ملی آمریکا نیز نفوذ دارد و بر سیاست خاورمیانه‌ای آمریکا تاثیر می‌گذارد. یهودیان به روزنامه‌هایی مانند لس آنجلس تایمز و نیویورک تایمز و شبکه‌های تلویزیونی مثل ای بی سی و ان بی سی نفوذ دارند. چیزی که نباید از آن غافل شد قدرت اقتصادی لابی یهودی است که مراکز تصمیم‌گیری و رسانه‌ای آمریکا را در جهت منافع اسرائیل به خدمت می‌گیرد.

نویسنده فصل چهارم کتاب را به تاثیر رسانه‌های صهیونیستی بر رسانه‌های آمریکایی و غربی در رسوایی «مونیکا لوینسکی» اختصاص داده است. وقتی بیل کلینتون رییس جمهور پیشین آمریکا گرفتار رسوایی مونیکا شد بر سر مسایل مربوط به روند صلح خاورمیانه با بنیامین نتانیاهو نخست وزیر اسرائیل اختلاف داشت. بنابراین، محافل طرفدار صهیونیست‌ها در آمریکا و حتی اشخاصی مثل «جری فولویل» کشیش معروف آمریکایی و مطبوعاتی مانند هفته‌نامه نیوزویک، روزنامه فیلادلفیا انکوایرر، سیاتل تایمز و دنور پست خواستار استعفای

کلینتون شدند. ناظران سیاسی د، واشنگتن در آن زمان گفتند، رسانه های آمریکایی و جهانی طرفدار اسرائیل رسوایی مونیکا را بزرگنمایی کردند.

فصل پنجم به تبلیغات از نظر اسرائیلی ها می پردازد. یک دیپلمات هلندی گفته است. «دستگاه تبلیغاتی اسرائیلی ها همانند ارکستر سمفونیک هماهنگ است، ولی عرب ها بدون رهبر ارکستر ناهماهنگ می نوازند.» صهیونیسم جهانی از هنگام تاسیس اسرائیل به تبلیغات به عنوان هنر تاثیر گذاری بر رفتار توجه داشتند. حتی «اچ. ج. ولز» در کتاب معروف تاریخ جهان به این مسئله اشاره کرده است، این تبلیغات اساس ایدئولوژیک دارد. بر این اساس، یهودیان همیشه در معرض یهودی ستیزی قرار دارند و تمدن عبری برتر از تمدنهای دیگر است. دولت اسرائیل دوست دار صلح با اعراب است و یهودیان حق تاریخی برای تشکیل کشور در سرزمین موعود دارند. اعراب پست هستند و نظامهای سیاسی عربی اقتدار طلب و سرکوب گر و نژادپرستند. برتری نظامی، برنامه ریزی روش مند تبلیغاتی و دیپلماسی کارآمد سه

محور تبلیغاتی صهیونیسم جهانی است. سیاست سکوت در برابر دلایل مستند طرف مقابل، تکرار ادعاها با تاکید بر برخی نقاط برای رسوخ پذیری در ذهن، سوءاستفاده از احساسات و عواطف مردمی و بهره برداری از پیروزیهای سریع برای تقویت اندیشه قدرت اسرائیل در اذهان اعراب از جمله اصول فلسفی در تبلیغات صهیونیست ها است. نویسنده کتاب، وجود زمینه تاریخی در مواضع ضدعربی، وجود گروه فشار یهودی، برنامه ریزی منظم در امر تبلیغاتی توسط وزارت امور خارجه و نبود تبلیغات رقیب عربی رابه عنوان عوامل موفقیت اثرگذاری تبلیغات اسرائیل بر سیاستهای کشورهای اروپایی و آمریکا ذکر می کند. هدف نهایی این تبلیغات ارایه تصویر دلخواه از اسرائیل نزد افکار عمومی جهانی است.

فصل ششم به موقعیت رسانه های عربی در برابر رسانه های اسرائیلی می پردازد. نویسنده با ابراز تاسف از جایگاه ضعیف ابزار مهم رسانه در کشورهای عربی می گوید نخبگان آزاری و علمی جهان عرب به رغم آگاهی از اهمیت جایگاه رسانه در عصر جهانی شدن، عملاً گامی بر نمی دارند



و چه در سطح واحدهای سیاسی و چه در سطح موضع مشترک عربی هنوز حرفهای مقامات جامه عمل نپوشیده است. وی بر این باور است که در سیاست خارجی کشورهای عربی باید به اهمیت رسانه‌ها توجه شود و رسانه‌های عربی از حالت خمودگی بیرون آمده و در چارچوب منشور اتحادیه عرب؛ مشترک و یکپارچه عمل کنند. وی با اشاره به اتحاد اسرائیل و آمریکا برای تغییر نقشه سیاسی خاورمیانه به ویژه اشاره به پروژه خاورمیانه جدید خواستار فعال شدن رسانه‌های عربی در قالب سیاست خارجی واحد به منظور آگاه ساختن امت عربی از خطر اهداف اسرائیل و آمریکا شده است. وی خواستار تهیه استراتژی مدون و واحد از سوی کشورهای عربی در برابر حملات رسانه‌ای اسرائیل در خاورمیانه و جهان شده است. در این استراتژی باید به اقتصاد و فرهنگ اولویت داده شود و بر نقاط اشتراک کشورهای عربی تاکید شده از نقاط افتراق پرهیز شود. مهمترین بخش این استراتژی این است که بین سیاست سنت‌گرایی جهان عرب و گرایش آنها به مدرنیسم آشتی داده شود. آشفته‌گی و عدم تفکیک سازمان یافته

این کتاب مشخصه اولیه آن است. فصول در بیشتر موارد شبیه یکدیگر است و مطالب به زبانی دیگر تکرار شده است. دومین مسئله که در مورد این کتاب باید یادآوری شود، سیاسی شدن مطالب است. در آغاز فکر می‌شد که کتاب برپایه ویژگیهای علمی به رسانه‌های اسرائیل و نظام اطلاع‌رسانی در این کشور می‌پردازد، ولی نویسنده بیشتر نگرانی خود را به نگارش در آورده است. در هر حال چون کتابهای مشابه در این مورد اندک است، مطالعه کتاب برای پژوهشگران سودمند است.



پرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی