جـــــــــامعة القدس

عمادة الدراســـات العليا

معهد الدراسات الإقليمية

الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012 و 2014

محمد يوسف موسى مسالمة

رسالة ماجستير

القدس/ فلسطين

1436هـ / 2015 م

الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012 و 2014

إعداد

محمد يوسف موسى مسالمة

بكالوريوس صحافة من جامعة 6 أكتوبر – جمهورية مصر العربية

إشراف الدكتور

أحمد رفيق عوض

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدراسات الإسرائيلية من معهد الدراسات الإقليمية – جامعة القدس

القدس/ فلسطين

1436هـ/2015م

"حينَ سكتَ اهلُ الحقِ عن الباطلِ، توهّمَ اهلُ الباطلِ انَّهُم على حَقْ"

عَلي بِن أبي طالِبْ

الإهداء

إلى وسادَة حياتي، وعزيمة صبري وإصراري، وقُدوتي، ورفعتي في دُنيتي...

إلى مَنبع حَناني، وأَملي، وأَجمل أيامي...

"**أمي وأبي**"

إلى أروع محبة، وأقرب وصالٍ ومودةٍ...

"**إخوتي وأخواتي**"

محمد مسالمة

جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد الدراسات الاقليمية- قسم الدراسات الإسرائيلية

إجازة الرسالة

الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012 و 2014

اسم الطالب: محمد يوسف موسى مسالمة

الرقم الجامعي: 21210064

المشرف: الدكتور أحمد رفيق عوض

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2015/4/4، من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة اسماؤهم وتواقيعهم:

1- رئيس لجنة المناقشة: د/ أحمد رفيق عوض. التوقيع .....

2- الممتحن الداخلي: د/ غسان نمر. التوقيع .....

3- الممتحن الخارجي: د/ محمد المصري. التوقيع .....

القدس – فلسطين

1436 هـ / 2015 م

إقرار

أقر انا معد الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع..... .

محمد يوسف موسى مسالمة

التاريخ ..... .

شكر وتقدير

اشكر ربي على هذه النعمة الواسعة التي انعمها عليّ ، وكلي ثقة بما قدمت من علم الى شعبي ووطني وقضيتي، واسأل الله ان يتحرر كامل التراب الفلسطيني من الاحتلال الاسرائيلي والقبضة الصهيونية...

شكري موصول بعد الله لمن كان له الفضل في إشراق نور العلم على عقلي وقلبي، منهل المعرفة ومصباح الرشاد... أجهد عقله، وفكره، ولسانه في سبيل تعليمي ونصحي... الى استاذي ومشرفي ومرشدي الفاضل الدكتور أحمد رفيق عوض...

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى عضوي لجنة المناقشة، الذي شرفني موافقتهم على الحضور، وتعبوا في قراءة صفحات الرسالة، لكي ينقحّوا خللها ويشدوا ضعفها.. الى الدكتور غسان نمر – رئيس دائرة الإعلام في جامعة القدس، والدكتور اللواء محمد المصري– أستاذ العلوم السياسية في جامعة القدس المفتوحة.

أشكر كلَّ من علمني ووقف أمامي ليستعرض نور الفكر... الى جميع اساتذتي في معهد الدراسات الاقليمية في جامعة القدس.

كما لا أنسى أصدقائي وزملائي وكل من كانت له يد، ومن كان سبب في وصولي وإشراقتي، لكم مني محبة وتحية...

الملخص

تتناول صفحات هذه الرسالة، دراسة للآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012 و2014 على قطاع غزة، وذلك من خلال دراسة جمهور الشباب، والتطرق إلى أبرز القضايا التي يستهدف إحداث تغيير فيها.

وتكمن اهداف الرسالة في دراسة الاثار المعرفية والسلوكية للإعلام الاسرائيلي الموجه باللغة العربية، وتسعى لمعرفة تأثير الترجمة من الاعلام العبري وبثها في وسائل الاعلام الفلسطينية، وكذلك في بيان توجهات الشباب حول مضمون الاعلام الاسرائيلي.

اما عن اهمية الدراسة ومبرراتها فتتلخص في اهتمام الشباب الفلسطيني بكل ما يصدر عن الاعلام العبري، ومتابعته واستخدام مصطلحاته والمعلومات التي يقدمها في النقاشات والمناظرات السياسية، بالإضافة الى قلة الدراسات التي تبحث في الاعلام الاسرائيلي الموجه باللغة العربية، بحيث توفر هذه الدراسة قاعدة بيانات ومعلومات للمهتمين وذوي العلاقة من اكاديميين وسياسيين وتربويين وصحفيين.

الى جانب الاثار المعرفية والسلوكية، تستعرض سطور الدراسة تفسير للعلاقة ما بين الإعلام الموجه باللغة العربية والقيادة السياسية في إسرائيل من خلال المنهج الوصفي التحليلي الذي يرصد العلاقة بين متغيرات الدراسة باستخدام صحيفة استقصاء لعينة عشوائية طبقية من الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس تبلغ 1000 عينة، قام بتوزيعها الباحث من خلال مقابلة الجمهور، وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS، وكما استخدمت الدراسة المنهج التاريخي الذي يعالج مراحل تطور الاعلام الاسرائيلي وأهدافه.

وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية من الناحية المعرفية، يتركز على الشباب عند تقديم معلومات حول خسائر المقاومة الفلسطينية خلال

الحـرب، وينبنـي عليـه تـأثير سـلوكي يتمثـل فـي الاحتجاجـات والمواجهـات مـع قـوات الجـيش الإسرائيلي.

تتطـرق طيّـات الدراسـة إلـى تـأثير الترجمـة الإعلاميـة مـن اللغـة العبريـة ونشـرها فـي الإعـلام الفلسـطيني، وتبـيّن أن الاعـلام الفلسـطيني ينقـل الروايـة الاسـرائيلية بمـا تحتـوي مـن معلومـات كمـا هـي، ويكتفـي بتغييـر شـكل المـادة الاعلاميـة بمـا يـوائم الاطـار الـوطني والثقـافي للشـعب الفلسطيني.

وتوصـي الدراسـة علـى الحـرص فـي توعيـة جمهـور الشـباب حـول متـابعتهم لقنـوات الإعـلام الإسـرائيلية، واعتمـاد اسـتراتيجية فـي الإعـلام الفلسـطيني للترجمـة وتسـاهم فـي تفنيـد روايـات الإعـلام الإسـرائيلي الهادفـة إلـى تضـليل جمهـور الشـباب، كمـا توصـي الدراسـة باسـتحداث مؤسسـة رسـمية مركزيـة مخصصـة للترجمـة، تكـون قائمـة علـى متخصصـين فـي الترجمـة ولـديهم فكـر وثقافـة حـول التركيبـة الاجتماعيـة والثقافيـة والسياسـية للمجتمـع الإسـرائيلي، وتكـون هـذه المؤسسة مرجع لمين يريد متابعة الإعلام الإسرائيلي.

Cognitive and Behavioral effects of the Arabic oriented Israeli media on the Palestinian Youths in West bank and Jerusalem during the 2012 and 2014 Wars.

Prepared by: Mohammad Yousef Mousa Massalmeh.

Supervisor: Dr. Ahmad Rafeeq Awwad.

Abstract

The Study reveals the cognitive and behavioral effects of the Israeli media directed by Arabic language to the Palestinian youths during the 2012 and 2014 wars targeted Gaza Strip. The effects were shown through a study conducted on youths, and by handling the most critical issues that need changes.

The main study objectives are to clarify up the relationship between the Israeli media directed by Arabic language and the political leadership of Israel. Moreover, the study seeks to reveal the effects of Hebrew media translation to be used by Palestinian media, and thus to show the youths views toward the core of Israeli media .

As for the importance and significance of this study, it is about the interest of the Palestinian youth with all issues come from Israeli media by following it up, and use its terms and information provided in its discussions and political debates, in addition to the lack of studies searching in the Arabic oriented Israeli media, so that this study provides a database and information for those who are interested from academics, politicians, educators and journalists.

The study also shows the interpretations of the relationship of the Arabic-oriented Israeli media and the political leadership in Israel through descriptive analytical method, which finds the relationship between the study variables by using a questionnaire submitted to random stratified samples of young Palestinians from the West Bank and Jerusalem. However, 1000 questionnaires were distributed by the researcher through public interviews, and then analyzing them through SPSS. The study also used the historical approaches to show the evolution of Israeli media and its objectives.

The study found that the impact of the Arabic oriented Israeli media from a cognitive point of view is focused in providing information about the Palestinian resistance losses during the war, and thus behavioral effects represented in protesting, and confrontations with the Israeli army forces.

The impact of media translation from the Hebrew language and published in the Palestinian media was also revealed, it was shown that the Palestinian media conveys the same as what Israeli media says, but with some ameliorations that fit the Palestinian national culture.

It is recommended to adopt an awareness programs about the Israeli media, this should be done through some media bulletins, as well as by the adoption of a new strategies in the Palestinian media that contribute to refute the Israeli allegations which aim to mislead the young people. The study also recommends the establishment of an official central institution dedicated to translation, managed by specialists in translation, who have a solid background about the social, political, and cultural structures of the Israeli society, to be a good reference to whom who is interested in Israeli media.

فهرس المحتويات

الموضوع رقم الصفحة

المقدمة..... 1

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد..... 4

مشكلة الدراسة..... 5

مبررات الدراسة وأهميتها..... 5

أهداف الدراسة..... 6

تساؤلات الدراسة وفروضها..... 6

الإجراءات المنهجية للدراسة..... 7

الحدود الزمنية والمكانية للدراسة..... 12

معوقات الدراسة..... 13

الإطار النظري للدراسة..... 14

الدراسات السابقة..... 27

التعريفات الإجرائية..... 31

الفصل الثاني: واقع الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية

تمهيد..... 39

المبحث الأول: وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية

نشأة وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية..... 41

نماذج لوسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية..... 43

خصائص الإعلام الإسرائيلي الموجه..... 48

سياسة انتاج المصطلحات وترويجها..... 51

المبحث الثاني: علاقة وسائل الإعلام الموجهة في النظام السياسي الإسرائيلي

العلاقة بين وسائل الإعلام والقيادة السياسية..... 57

دور الإعلاميين الإسرائيليين وتأثيرهم على حراك القيادة السياسية..... 60

أداء وسائل الإعلام في انتفاضة الأقصى والحروب على قطاع غزة..... 63

الفصل الثالث: الترجمة من اللغة العبرية والنشر في الإعلام الفلسطيني

تمهيد..... 75

تأثير الترجمة من اللغات الأخرى على الثقافة العربية..... 76

دور الترجمة في مساعدة الاحتلال..... 78

أهداف الترجمة من الإعلام العبري والحاجات التي تلبيها..... 82

خطر الترجمة في ظل غياب وعي سياسي لدى المترجم..... 83

الفصل الرابع: الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية

تمهيد..... 97

خصائص عينة الدراسة..... 99

النتائج العامة للدراسة الميدانية..... 103

عرض ونقاش نتائج الدراسة الميدانية..... 118

توصيات الدراسة..... 123

ملحق رقم (1) استمارة استقصاء الجمهور..... 127

ملحق رقم (2) أسئلة للمترجمين ولرؤساء التحرير..... 132

ملحق رقم (3) جداول الدراسة التفصيلية..... 135

جداول الدراسة

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	معدل متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام التي تبث بالعربية	103
(2)	التأثيرات المعرفية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب	108
(3)	التأثيرات السلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب	111
(4)	تأثير المواد الإعلامية المترجمة من اللغة العبرية المنشورة في الإعلام الفلسطيني	115

أشكال الدراسة

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(1)	نموذج يوضح تأثير الإعلام وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	23
(2)	توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع	99
(3)	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر	99
(4)	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي	100
(5)	توزيع العينة وفقاً لمتغير مكان السكن	101
(6)	توزيع العينة وفقاً لمتغير الوظيفة	101
(7)	توزيع العينة وفقاً لمتغير المحافظة	102
(8)	عدد أيام مشاهدة العينة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية خلال كل أسبوع	104
(9)	دوافع متابعة عينة الدراسة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية	105
(10)	وسائل الإعلام الإسرائيلية الأكثر متابعة خلال الحرب	106
(11)	أسباب عدم متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة بالعربية	113
(12)	حجم متابعة المواد المترجمة من اللغة العبرية في الإعلام الفلسطيني	114

مقدمة

يشكل الإعلام مصدر مهم للمعلومات حول الأحداث الجارية، لإخبار الناس بما يدور حولهم، وفي ذات الوقت استخدمه الاحتلال في معظم الحالات التي سجلتها القرون الماضية أداة مهمة في تحقيق أهدافه، ففي بداية الاستعمار بمفهومه التقليدي المعروف بالاستعمار العسكري والسياسي برز مفهوم "الإعلام الموجه"، ويشير إلى الإعلام الذي يخدم مصالح الاستعمار، وكذلك استخدمته الدول في تحقيق أهدافها الخارجية وتطبيق سياساتها تجاه الدول الأخرى (الشريف، 2007، ص: 35).

يتميز الإعلام الموجه أنه يقدم مواده الإعلامية بلغة الجمهور المستهدف، بل ويستخدم صحفيين وإعلاميين من نفس الجمهور ليكونوا قريبين في عاداتهم وأفكارهم وسلوكهم للجمهور، ليضمن تأثير المواد الإعلامية (المصدر السابق، ص:28).

عند اسقاط ما سبق على الاحتلال الإسرائيلي لفلسطين، فان الحركة الصهيونية اهتمت منذ نشأتها في الإعلام كأداة فعالة لتحقيق مكاسب سياسية على المستوى الدولي والعربي، وبرز ذلك في شرائها للصحف العربية وتجنيدها خصوصا في سوريا ولبنان في فترة ما قبل إعلان دولة إسرائيل عام 1948، وكذلك تبعتها القيادة الإسرائيلية منذ قيام الدولة في ذات السياسة بتجنيد الإعلام أداة للحكومة، لاسيما الإعلام الموجه باللغة العربية للجمهور العربي بشكل عام والجمهور الفلسطيني بشكل خاص (محارب، 2009، ص: 116).

في هذه الدراسة التي تبحث الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجة باللغة العربية على الشباب الفلسطيني خلال حربي 2012 و 2014 التي شنتها دولة الاحتلال الاسرائيلي على قطاع غزة، يلاحظ أن لهذا النوع من الإعلام تأثير على سلوك الشباب خلال الأزمة.

تبحث الدراسة هذه الاثار في ظل تزايد كمية المواد الإعلامية المترجمة من الإعلام الإسرائيلي في وسائل الإعلام الفلسطينية، سواء على مستوى البرامج الإذاعية أو التلفزيونية

التي تكاد لم تبقَ مؤسسة إذاعية أو تلفزيونية لم تصمم لنفسها برنامجاً ينقل ما يداوله الإعلام الإسرائيلي من خلال ترجمة المادة العبرية، وبالتالي فان الدراسة تناقش أيضاً آثار تلك الترجمة على القارئ والمشاهد الفلسطيني من جانب، وعلى الصحفيين الفلسطينيين ووسائل الإعلام من جانب آخر.

تبرز أهمية دراسة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية للفلسطينيين، في قياس آثاره على الشباب الفلسطيني، وتحديد مواقفهم وسلوكهم نحو القضايا السياسية والأحداث الجارية، والذي يحاول خدمة أهداف دولة الاحتلال الاسرائيلي وتبرير مواقفها للجمهور الفلسطيني، وخاصة الشباب من أجل احتوائه وتحييده.

تستعرض الدراسة آثار الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية خلال حربي 2012 و 2014 على غزة باستخدام المنهج الكمي التحليلي الذي يعتمد على استقصاء الجمهور وتحليل آراءه.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

-مشكلة الدراسة.

-أهمية الدراسة.

-أهداف الدراسة.

-تساؤلات الدراسة وفروضها.

- الإجراءات المنهجية للدراسة.

- الإطار النظري للدراسة.

-الحدود الزمنية والمكانية للدراسة

-الدراسات السابقة.

- التعريفات الإجرائية

تمهيد

تعد وسائل الإعلام الإسرائيلية من أهم الأدوات التي تستخدمها الحكومة الإسرائيلية في التأثير على الشباب الفلسطيني، وهي متعددة ومتنوعة ما بين المكتوب والمرئي والمسموع، وكذلك المواقع الالكترونية، ولكل وسيلة منها سياستها التحريرية واتجاهاتها وأهدافها التي تعمل على تحقيقها من خلال طريقة المعالجة الإعلامية للمواضيع التي تتناولها (جمال، 2005، ص: 127).

وتعد الأحداث السياسية وتفاصيلها فيما يخص الصراع العربي الإسرائيلي من أولى الموضوعات التي تتصدر الاهتمام والمعالجة في وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية للجمهور العربي والفلسطيني على وجه الخصوص، فتشهد أحداث ميدانية راهنة بشكل شبة يومي في كافة الأراضي الفلسطينية المحتلة بما فيها القدس الشرقية، تقوم وسائل الإعلام بالمسارعة إلى معالجة تلك الأحداث وتضعها في قالب سياستها التحريرية التي تحقق من خلالها أهدافها المعلنة وغير المعلنة (السعدي، 1987، ص: 209-111).

أتاحت شبكة الانترنت مساحة أكبر لوسائل الإعلام في النشر حيث امتدت آثار الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية في ناحيتين: الأولى قيام وسائل الإعلام التقليدية بإنشاء مواقع الكترونية تنشر عليها مادتها الإعلامية لكسب الجمهور الالكتروني، والثانية: ظهور وسائل إعلامية إلكترونية تقوم بنشر مواد باللغة العربية.

وتمتد آثار الإعلام الإسرائيلي المترجم في وسائل الإعلام الفلسطينية لاسيما الصحفيين الذين يعتمدونها مصدر للمعلومات في كتابة موادهم الصحفية، بسبب غياب مصدر اخر عربي أو دولي، خصوصاً ما يتعلق بالتصريحات التي تهم المواضيع الكبرى والهامة كالمفاوضات والأسرى والاستيطان وغيرها.

مشكلة الدراسة

كـان مـن وراء توجيـه إعـلام إسـرائيلي باللغـة العربيـة للجمهـور الفلسـطيني وخاصـة علـى الشـباب تـأثير مـن الناحيـة المعرفيـة والسـلوكية بشـأن مجريـات الأحـداث، وكـذلك دور يلعبـه المضـمون الإعلامـي مـن أجـل تحقيـق أهـداف وخلـق مفـاهيم جديـدة تبـرر المواقـف الإسـرائيلية وسياسـات الاحتلال، وتكون أداة للتحكم في الساحة الميدانية ووتيرة الحراك الشبابي الفلسطيني.

ومـن هنـا، تـتلخص مشـكلة الدراسـة وفقـاً لنظريـة الاعتمـاد علـى وسـائل الإعـلام فـي السـؤال الآتـي: **إلـى أي مـدى كـان للإعـلام الإسـرائيلي الموجـه باللغـة العربيـة آثـار علـى معرفـة وسـلوك الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2014 و2012؟**

مبررات الدراسة، وأهميتها

1- رصـد الآثـار المعرفيـة والسـلوكية للإعـلام الإسـرائيلي الموجـه باللغـة العربيـة علـى الشـباب الفلسطيني.

2- قلـة الدراسـات التـي تبحـث فـي الإعـلام الإسـرائيلي الموجـه باللغـة العربيـة، واختبـار نظريـة الاعتماد على وسائل الإعلام في سياسات إسرائيل الإعلامية.

3- تـوفير قاعـدة بيانـات ومعلومـات للمهتمـين وذوي العلاقـة مـن أكـاديميين وسياسـيين وتربـويين وصحفيين.

4- اهتمـام الجمهـور الفلسـطيني بكـل مـا يصـدر عـن الإعـلام العبـري، ومتابعتـه والإشـادة والاستشهاد بالمعلومات التي يقدمها في النقاشات والمناظرات السياسية.

5- قد تعطي مؤشرات لرسم سياسات فلسطينية تواجه الإعلام الإسرائيلي وتقلل من حدّة تأثيره، وإفادة الباحثين في التوسع بالأبحاث الأكاديمية المتعلقة بالإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في: التعرف على مخرجات اتجاهات الشباب الفلسطينيين الذين يتعرضون للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية.

ويتفرع منه الأهداف الثانوية الآتية:

1- توضيح تأثير وقوة الإعلام الإسرائيلي في خدمة الاحتلال وفي تحييد الرأي العام الفلسطيني خصوصا في أوساط الشباب.

3- بيان توجهات الشباب حول تناول مضمون الإعلام الإسرائيلي في وسائل الإعلام الفلسطينية من خلال صفحات الترجمة.

فرضيات الدراسة

فرضية رئيسية: الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية يؤثر سلباً في التوجهات المعرفية والسلوكية للشباب الفلسطيني.

فرضيات ثانوية:

1- آثار الإعلام الإسرائيلي المعرفية والسلوكية على الشباب الفلسطيني قليلة جداً بسبب وجود بدائل إعلامية متعددة.

2- ترجمة وسائل الإعلام الفلسطينية للأخبار العبرية تؤثر سلباً في التوجهات المعرفية والسلوكية للشباب الفلسطيني.

تساؤلات الدراسة

1- كيف يؤثر الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية في اتجاهات الجمهور؟

2-ما مدى تأثير الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب خلال حربي2012 و 2014؟

3- ما مدى متابعة الشباب الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية؟

4-كيف تؤثر الترجمة من وسائل الإعلام الإسرائيلية في الرسالة الإعلامية الفلسطينية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة

أ. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي يهتم الباحثون من خلالها اكتشاف الوضع الحالي في حقل معين من خلال تحليل الخصائص العامة للمبحوثين باستخدام الأساليب الإحصائية على العينة التي تمثل المجتمع الأصلي للدراسة (حقي، 1986، ص: 92)، واستخدم الباحث المنهج الكمي التحليلي حيث يقوم على إجراء قياس للمتغيرات ذات العلاقة بمشكلة الدراسة واستخدم الأرقام لتفسير نتائجها.

ب. منهج الدراسة وأدواته:

استخدم الباحث في دراسته المنهجين الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي.

– المنهج الوصفي التحليلي يعتمد على جمع معلومات حول الظاهرة من أجل تحديد خصائصها ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها والتوصل الى حقيقتها على أرض الواقع، كما يعتمد على لغة الأرقام والقياسات بحيث يستطيع أن يرصد العلاقة بين متغيرات الدراسة، التي تتمثل في الشباب الفلسطيني والإعلام الإسرائيلي (أبو عياش، 2004، ص: 24).

ويعتمد المنهج على استخدام عينات من الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس من أجل معرفة مجموعة من المتغيرات التي يريد رصدها من خلال الدراسة والتي تتعلق بنسبة متابعة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية، كذلك أسباب المتابعة والدوافع وما يحققه الشباب الفلسطيني من وراء المتابعة، إضافة إلى استقصاء الآثار من وراء المتابعة وهي على المستويات المعرفية والسلوكية للمتابعين (مكاوي، 2012، ص: 394).

وترتبط الدراسة بنوع آخر من أنواع البحوث من حيث محتواها بأنها بحث استطلاعي أو استكشافي في دراسة الآثار للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على وجه التحديد، وهي بالتالي تحاول التوصل إلى أرقام لم يتوصل إليها أحد في السابق، كما وتؤسس إلى بحوث قادمة في ذات الاختصاص (أبو عياش، 2007، ص: 28).

– المنهج التاريخي الذي يعتمد على معرفة حيثيات الظاهرة في سياق تاريخي، حيث من المهم تفسير تاريخ توظيف القيادة الإسرائيلية للإعلام منذ احتلال الاراضي الفلسطينية عام 1948، ويساعد هذا المنهج الباحث في تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال استعراض تفاصيل وحيثيات الماضي وتفسيرها (عمر، 2004، ص:56).

يبدأ هذا المنهج في معالجة الظاهرة من خلال التطرق الى نشأة وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية، واستراتيجيتها وأهدافها ونوعية علاقتها مع القيادة السياسية في إسرائيل.

ج- اجراءات الدراسة الميدانية

- مجتمع الدراسة الميدانية:

تم تحديد مجتمع الدراسة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس، من عمر 19 وحتى 32عاماً، في محافظات (جنين، قلقيلة، طولكرم، نابلس، رام الله، ضواحي القدس، أريحا، بيت لحم، الخليل، سلفيت، طوباس)، ولم يتم الاعتماد على الشباب الفلسطيني المقيم في غزة نظراً لصعوبة التواصل مع عينات الدراسة بسبب الصعوبات الأمنية التي تفرضها سلطات الاحتلال الاسرائيلي.

- عينة الدراسة الميدانية:

اعتمد الباحث على نوع العينة العشوائية الطبقية بحيث تتاح فرصة متساوية لكافة أفراد المجتمع الأصلي ان تكون عينة ممثلة للبحث وفي نفس الوقت ان اختيار أي فرد من أفراد العينة لا يؤثر على اختيار فرد آخر، وبناء على ذلك فقد تم الاعتماد على عينة قوامها (1000) مفردة من محافظات الضفة الغربية، وتم توزيع مفردات عينة الدراسة عن طريق إعطاء حصة من المفردات بالتوزيع المتناسب لمتغير الاقامة (المحافظة) ليتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي وفقاً للأرقام والإحصائيات التي يتيحها جهاز الاحصاء المركزي الفلسطيني للعام 2014.

- أسباب اختيار العينة

تم اختيار العينة من الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس من عمر 19 وحتى 32 عاماً على اعتبار أن ذلك هو السن الذي يمثل الحراك الشبابي والناشطين في

مجـال المقاومـة الشـعبية، وبالتـالي يكـون لتـأثير الإعـلام الإسـرائيلي باللغـة العربيـة علـيهم انعكاس على الميدان وتأثير على اتجاهاتهم نحو ما يجري على الأرض من أحداث.

-أدوات جمع البيانات

اعتمـد الباحـث علـى اسـتمارة استقصـاء بالمقابلـة لجميـع البيانـات الميدانيـة، بالإضـافة الـى المقابلة الشفهية العشوائية.

اختبار الصدق

للتأكـد مـن صـدق اسـتمارة الاستقصـاء فـي قيـاس متغيـرات الدراسـة، تـم عرضـها علـى مجموعـة مـن الخبـراء والمحكمـين فـي علـوم الإعـلام والعلـوم السياسـية وكـذلك علـم الاحصـاء، ولـذلك للحكـم علـى مـدى صـلاحية الاسـتمارة للتطبيـق ومـدى تحقيقهـا لهـدف الدراسـة، وبعـد الانتهـاء من تحكيمها تم إجراء التعديلات عليها وفقاً لملاحظاتهم، والمحكمين هم:

1- د/ بلال سلامة، استاذ العلوم الاجتماعية في جامعة بيت لحم.
2- د/ فريد ابو ضهير، استاذ مساعد في قسم الصحافة المكتوبة والالكترونية بجامعة النجاح الوطنية.
3- د/ احمد رفيق عوض، استاذ الإعلام في جامعة القدس.
4- د/ رائد نعيرات، مدير المركز المعاصر للدراسات وتحليل السياسات "مداد" – نابلس.
5- أ. رائد أبو طه، محلل احصائي.
6- أ. أحمد طنيني، محلل إحصائي.
7- د/ عدنان عبد الرحمن أبو عامر، رئيس قسم الصحافة والإعلام في جامعة الأمة – غزة.
8- د/ ماجد تربان، استاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام في جامعة الأقصى –غزة.
9- د/ نبيل الجنيدي، عميد كلية التربية في جامعة الخليل.
10- أ. أشرف البطران... باحث.
11- د/ عبير الشربيني، استاذة الإعلام في جامعة 6 أكتوبر – مصر.

أدوات البحث

1- الاستبانة

الاستبانة أو الاستفتاء هي الأداة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات عن عينة الدراسة وهم من الشباب الفلسطيني، وهي أداة من أدوات القياس التي تستطيع أن تحدد خصائص الأفراد واتجاهاتهم في إطار كمي (عبد الحميد، 2000، ص:329)، ويمكن من خلالها استقصاء اتجاهات الجمهور عن طريق الإحصاءات والأرقام ومن ثم تحليلها، إذ أنها تحتوي على أسئلة شاملة لجميع جوانب الدراسة ويجيب المبحوث من خلالها عن اتجاهاته بما يتلاءم منها عليه أو ما يعتقد أنها الإجابة الصحيحة التي تمثل معرفته وسلوكه (العساف، 1995، ص342).

كما تؤدي الأسئلة دور مهم في البحث في أنها تستثير المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة تجعلهم يقومون بإعطاء آرائهم دون تدخل من الباحث وكأنها اتصال ذاتي بين المبحوث ونفسه يصمم فيه إجاباته على أسئلة الاستمارة دون أي تدخل أو تأثير خارجي (عبد الحميد، 2000، ص:353).

وتعتبر أداة الاستبانه هي الأنسب كون الدراسة تقيس الجمهور ويراد منها اخذ آراءه في قضايا معينة تمس الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية للوصول في نهاية المطاف إلى تفسير حقيقي لسلوك الأفراد وأسبابها (العساف، 1995، ص: 343).

2- المقابلة

يستخدم الباحث أداة المقابلة في جمع المعلومات من رؤساء تحرير وسائل الإعلام الفلسطينية في إطار محاولة تفسير الآثار الناجمة عن الترجمة من وسائل الإعلام الإسرائيلية ونشرها في الإعلام الفلسطيني، وتعتبر المقابلة أسلوب مرن من أساليب جمع المعلومات حيث تتيح للباحث تسيير عملية جمع المعلومات من خلال تقديم الأسئلة والنقاش

مـع المبحـوث وكـذلك اسـتثارة المبحـوث أو تهدئـة، بالإضـافة لـذلك فهـي تسـمح للباحـث برصـد سلوك المبحوث وتسجيله ويكون له أهمية في تحليل الظواهر (عمر، 1986، ص:179).

ويعتمـد الباحـث علـى المقابلـة غيـر المقننـة فـي توجيـه الأسـئلة للمبحـوثين مـن الإعلاميـين ورؤسـاء التحريـر والصـحفيين وكـذلك مـن جمهـور الشـباب الـذي يسـتهدفهم الإعـلام الإسـرائيلي، مـن خـلال إدارة نقـاش فـي إطـار مهنيـة الإعـلام وكـذلك فـي إطـار أهميـة الإعـلام فـي إدارة الأزمـة السياسـية فـي ظـل الصـراع الفلسـطيني الإسـرائيلية وآليـات المكينـة الإعلاميـة، وبالتـالي فهـي مقابلـة غيـر محـددة وتعطـي فرصـة للوصـول للكشـف عـن جوانـب أخـرى قـد تكـون غايـة فـي الأهمية (المصدر السابق، ص: 180).

الحدود الزمانية والمكانية للدراسة

أ. الحدود الزمنية: حربي عام 2012 و 2014.

ب. الحدود المكانية: محافظات الضفة الغربية والقدس.

مبررات اختيار الحدود الزمانية

اختـار الباحـث حربـي 2012و2014 علـى قطـاع غـزة لأنهمـا الأقـرب لـذهن الشـباب المبحـوثين، ويسـتطيعون أن يجيبـوا علـى أسـئلة الاسـتبيان بنـاء علـى التـذكر لأحـداث وقعـت فـي ماضٍ قريب.

معوقات الدراسة

1- صعوبة جمع العينة.

2- التعقيدات في الاجراءات المؤسساتية الفلسطينية في التعامل مع الباحث.

3- صعوبة البحث عن مراجع وتكلفتها العالية.

4- صعوبة التنقل.

الإطار النظري للدراسة

تعالج الدراسة مشكلتها ضمن إطار نظري مستمد من نظريتين إحداهما عسكرية والاخرى اعلامية، فالأولى توضح مدى فعالية التأثير المعنوي والنفسي الى جانب العمليات العسكرية أثناء الحروب والأزمات وما ينتج عنها من حرب نفسية تخلخل مجتمع الطرف الآخر من أطراف النزاع وهي نظرية الحرب الخاطفة، والنظرية الأخرى التي تبين حجم اعتماد السلطة السياسية للإعلام كأداة لإحداث تأثير في الجمهور على المستويات المعرفية والسلوكية، وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهاتان النظريتان يمكن من خلالهما تفسير نتائج الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها والتوصل إلى تحليل يدعم نتائجها.

النظرية الأولى: نظرية الحرب الخاطفة

هذه النظرية من نظريات الحرب العسكرية في التاريخ المعاصر، ويعد ادولف هتلر الساعي الأول إلى هذه النظرية مع قادته خلال الحرب العالمية الثانية، وبشكل عام تفترض أن قوة الصدمة والضربة الاستباقية إلى جانب الضغط المعنوي والنفسي للخصم يحقق أهداف الحرب والانتصار، وتعتبر إسرائيل من أبرز الدول التي تطبيق نظرية الحرب الخاطفة في جولاتها العسكرية مع الدول العربية ولا سيما فلسطين وحروبها على قطاع غزة مؤخراً (موسوعة مقاتل في الصحراء).

ومن أبرز مبادئ نظرية الحرب الخاطفة:

1- المفاجأة والسرعة: والمفاجأة تعني أن الطرف الذي يطبق النظرية يفاجئ خصمه في توقيت الحرب ومكانه والطريقة التي ينتهجها في تحقيق أهدافه، أما مبدأ السرعة فهو مكمل للمفاجأة في حرمان الخصم من تجميع قواه وحشدها.

2- التفوق في القوات والنيران من أجل تحقيق الأهداف وضرب الخصم في أضعف نقاطه في محاولة للحسم السريع لنتائج المعركة.

3- المبدأ الثالث وهو الأهم بما يخص الدراسة، ويركز على الجانب المعنوي والحرب النفسية التي تشنها الدولة المطبقة لنظرية الحرب الخاطفة باعتبار الحرب النفسية مكمل وأداة تحقق الأهداف من الحرب إلى جانب القوة العسكرية، وذلك ما يتفق مع التوجه الحديث للحرب النفسية وأساليبها الدعائية (المصدر السابق).

والأن يود كاتب تلك السطور، الحديث عن الحرب النفسية التي هي محور الرسائل الاعلامية التي تطبقها الدولة التي تتبنى نظرية الحرب الخاطفة في وقت الأزمات والتي تقف إلى جانب القوة العسكرية في تحقيق الأهداف.

الحرب النفسية بمفهومها الحديث

تعريف الحرب النفسية بمفهومها الحديث في الحروب المعاصرة، لا يقتصر على أدواتها التقليدية والتي تتمثل في الرسالة الاعلامية إلى العدو، وبث الاشاعات بين جمهور الطرف المعادي فحسب، وإنما تمتد أشكالها للخلط ما بين الرسالة وما بين استخدام القوة العسكرية والمزج بينهما في مشهد يمزج بين التأثير المادي والتأثير المعنوي من أجل احداث تغيير في اتجاهات وفي سلوك الطرف الآخر، حيث انتهى عصر الفصل ما بين الدعاية النفسية وما بين القوة العسكرية التي توصل رسائل لإرهاب الجمهور، ووفقاً لما سبق فإن الحرب النفسية بمفهومها الحديث تشمل الرسائل اللفظية الموجهة بصورة مباشرة للعدو من أجل الاستسلام وكذلك استعراض للعضلات وللقوة المادية من أجل ترسيخ التأثير النفسي وللتأكيد على ما جاء في الرسائل اللفظية من تهديد ووعيد (سميسم، 2004، ص: 10). ومن أبرز اشكالها

في الحربين الاخيرين على قطاع غزة هي الغارات الوهمية التي كانت تشنها قوات الاحتلال الاسرائيلي على مناطق متفرقة من قطاع غزة.

كما يؤكد الدكتور فهمي النجار أن الحرب النفسية سابقاً كانت مرتبطة بالقتال واوقات المواجهة العسكرية المسلحة، ولكن أصبحت في الوقت المعاصر وبالتحديد بعد الحرب العالمية الثانية من الأدوات المهمة للدولة سواء خلال الأزمات أو في الأوقات العادية، كما أن لها أسماء متعددة مثل: الحرب الباردة، الحرب السياسية، حرب الدعاية ايضاً، كما أنها توجه الى الخصم سواء كان محلياً أو أجنبياً، في إشارة إلى أن الدعاية تحقق أهداف القيادة السياسية على المستوى الداخلي والخارجي (النجار، 2005، ص: 149).

بعض العوامل التي فرضت هذا المفهوم الجديد للحرب النفسية والتي تمزح ما بين الرسالة اللفظية والرسالة العسكرية، وهي:

1- الإلغاء التدريجي للتفرقة التقليدية بين مفهومي الحرب والسلام، فالحرب النفسية أصبحت واحدة من مظاهر المجتمع المتمدن في حالة السلام ولم تعد مرتبطة بمناطق النزاع أو في حالات الصراع.
2- الاتجاه إلى فكرة الطابور الخامس كأداة مهمة في تحقيق الاهداف السرية للدول على كافة المستويات.
3- ظهور فكرة إعادة تثقيف العدو المهزوم.
4- استغلال عملية إعادة غسيل الدماغ على نطاق واسع على الرغم مما يثيره ذلك من اعتراضات اخلاقية (سميسم، 2004، 2: 12).

ووفقا لما ذكرناه سالفاً فإن الحرب النفسية أصبحت أداة من أدوات الدولة على المستوى الداخلي والخارجي، وإنما تبرز بشكل كبير في سياسات الدولة الخارجية تجاه الدول الاخرى، فلم تعد تقتصر على مراحل النزاع والصراع مع عدو آخر، وانما اضحت وسيلة وسياسة من سياسات الدولة الاتصالية حتى على جمهورها لتحقيق اهداف داخلية (سميسم، 2004، ص: 14).

آثار الحرب النفسية ووسائلها

للجيوش في الحرب مصدران للقوة، حيث لا يقتصر قوتها على العتاد والسلاح والقوة العسكرية وإنما القوة المعنوية التي هي القوة الثانية والأساسية في القتال من خلال توجيه ضربات نفسية قوية إلى معنويات الطرف الآخر، وأنجع سلاح للضربات النفسية للطرف المعادي هو الحرب النفسية لدرجة أن البعض يعتبره الانتصار دون قتال لأنه يستهدف عقل وتفكير وقلب أفراد الطرف الآخر من النزاع بل ويقضي على رغبته في مواصلة القتال، فأحياناً تحقق الحرب النفسية النصر والفوز دون قتال، وأحيانا أخرى يمتد تأثيرها لتكون أداة تمهد لحرب الحديد والنار، كما أن إخضاع العدو بالحرب النفسية التي تسبق المواجهة المباشرة بالعتاد وهي ما تعرف بمرحلة "الصراع" هو أرخص واقل تكلفة من إخضاعها بقوة السلاح، لذا فالحرب النفسية عادةً ما تسبق الحرب الحديدية (شوامرة، 2014، ص: 626-627).

والحفاظ على الروح المعنية أمام الحرب النفسية التي يحدثها العدو يعد أمراً مهماً يحافظ على تماسك الجماعة ووحدتها وزيادة الشعور بالانجذاب والولاء من قبل الأفراد، كما تؤدي إلى زيادة فعاليتهم في الحرب وكذلك زيادة ثقتهم بالجماعة ودورها في تلبية احتياجاتهم، وفي المقابل تساهم في تبديد مشاعر الخوف والقلب والاكتئاب والعزلة والاغتراب لدى الأفراد، وبالتالي تحقيق نوع من الأمن والأمان والاستقرار للجبهة الداخلية (المصدر السابق، 2014، ص: 629).

وترى النظريات الإعلامية الحديثة الموضوعة في وقتنا الحالي أن نظرية القذيفة السحرية وإن كانت تبدو بسيطة إلا أن هناك الكثير من النقاط الهامة في افتراضاتها تتعلق بما يدور بين الفرد والرسالة الإعلامية في إطار علم نفس الفرد (سيكولوجية الشخصية) وافتراضاتها مأخوذة من النظريات الدقيقة الخاصة بطبيعة الإنسان وأيضاً من طبيعة النظام الاجتماعي وأن هذه النظريات وجّهت تفكير الباحثين المؤمنين بقوة تأثير وسائل الإعلام (مراد، 2011، ص:235).

وسائل الحرب النفسية

وكما نلاحظ أن السلطات والقيادات ووسائل الإعلام ما زالت تستخدم هذه النظرية على الرغم من قدمها، بل يتجه الباحثون بشكل مستمر إلى تطويرها وجعلها تجاري جميع العلوم والظواهر الحديثة لأهميتها ولاستوحائها المبادئ من علم الإنسان وتركيبته النفسية والاجتماعية.

وفي العقود الأخيرة ما زال العديد من الحروب قائمة أو بعض بؤر النزاع تزداد سخونة ما ينذر بقرب اندلاع حروب جديدة، وهذا يلفت النظر إلى ما يسمى "بالدعاية الحربية" و "الحرب النفسية"، اللتين بدأتا في أخذ الطابع الواضح لهما مع بداية الحرب العالمية الأولى عام 1914، واستمرار الحروب حتى الوقت المعاصر، فالدعاية السياسية واقترانها في إطار الحرب النفسي تهدف لتغيير المواقف سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو الدول لصالح اتجاه معين يريد تحقيقه من يقوم بالدعاية ويرعى الحرب النفسية، فالتعاطف مظهر من مظاهر الحرب النفسي وإظهار المخالب والقوة والترهيب هو أيضا مظهر آخر ويستخدم في كثير من بؤر النزاع، وفي المقابل بث الخذلان بقوة الخصوم وتذليل قدراتهم وإمكانياتهم من أجل إضعاف روحهم المعنوية (سعد، 2004، ص: 257).

وليس من المحتم أن تجني الدعاية والحرب النفسية نتائج ايجابية في كل الأحيان والأوقات وإنما يتوقف انتشارها وتأثيرها في السلوك على الأفراد ومستوى وعيهم وتنشئتهم وإدراكهم للأحداث وكذلك على الزمان والمكان لها، ومن المهم النظر على مدى انسجام الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام مع الجمهور كلغته وعاداته وتقاليده وثقافته... الخ، فكل ذلك عوامل تحدد مستوى ودرجات التأثير ونوعه إن كان مباشراً أو ربما يكون غير مباشر يؤثر في السلوك على المدى البعيد، وقد تؤدى الدعاية السياسية تأثيرات عكسية على الجمهور فتزيد من قوته وردعه للعدو (شوامرة، 2004، ص: 648). وهذا ما قد يفسر الفرضية الثانية للدراسة والتي ترى بأن الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية ليس تأثير قليل جداً ليس كما هو متخيل لدى الغالبية.

استراتيجيات الحرب النفسية

هناك عدّة استراتيجيات للحرب النفسية وتنطبق بشكل واضح على السياسة الاسرائيلية خلال حروبها:

أولا: الحرب النفسية كاستراتيجية، والحرب النفسية استراتيجية

نتحدث هنا عن مستويين من استراتيجيات الحرب النفسية، ونضعها في بوتقة واحدة للتفريق بينهما، والقصد من الحرب النفسية كاستراتيجية أنها تأتي في مرحلة مبكرة من النزاع، ومظاهرها غير مباشرة ترمي للتأثير النفسي غير المباشر على الجمهور المعادي في المراحل الاولى لبداية الصراع، وأهمية هذه الاستراتيجية انها تبدأ في خلق انطباع في عقلية العدو، انطباع تحذيري لعدم الاقتراب والاحتدام أو جعل الصراع يأخذ اشكالا متقدمة ومتعمقة مع الطرف الذي يقوم بممارسة هذه الاستراتيجية، ومظاهر هذه الاستراتيجية هدفها التأثير السيكولوجي بعدم خوض حرب، وايهام العدو بأنه سيخسر، وربما كل ما سيقوم به سيكون بلا جدوى سواء مقاومة منظمة أو شعبية...الخ، من أجل احداث ضغط مدني على القيادة السياسية بالتراجع (سميسم، 2004، ص: 18-21).

اما استراتيجية الحرب النفسية فهي شمولية أكثر- لا تقتصر على منع النزاع وانما تحاول ايصال رسالة للعدو بأنه سوف يخسر الحرب، وبالتالي تكون شاملة لكافة المستويات وتكون ممتدة لجميع مناطق تواجد جمهور العدو العسكري والمدني، وتستغل النكسات العسكرية السابقة والانحطاط السياسي والاجتماعي والاقتصادي والعجز، في المواد الغذائية والاستهلاكية لتهز المقاومة وتكسرها، وهنا يتضح ان العمل في هذه الاستراتيجية يأتي في مرحلة متقدمة من احتدام الصراع، أي ما قبل الصدام المباشر بفترة قليلة (سميسم، 2004، ص: 23).

ثانياً: استراتيجية الحرب النفسية التكتيكة

يأتي العمل في هذه الاستراتيجية حال وقوع الصدام المباشر والخوض في الحرب، ولذلك الرسالة الاساسية ضمن هذه الاستراتيجية موجهة ضد جيوش العدو من أجل اضعاف المقاومة، وتوجيه رسائل توهم بالهزيمة وتطالب بالاستسلام، وكذلك أيضاً الرسائل الثانوية لهذه الاستراتيجية تأتي للجمهور المدني لجيش العدو من أجل ارهابه وتخويفه وتدفعه بشكل غير مباشر الضغط على قيادته السياسية للتهدئة والسلام والاستسلام، ما تشمل وفق المفهوم الحديث للحرب النفسية استخدام القوة العسكرية فربما تستهدف القوة العسكرية لضرب الاهداف المدنية، كذلك قصف عسكري لغرض الازعاج والقلق والفزع كجزء من الحرب النفسية (سميسم، 2004، ص: 25).

النظرية الثانية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات التي يستقي منها الأفراد في المجتمع والجماعات السياسية وغيرها معلوماتهم حول أحداث تمس اهتمامهم وما يدور حولهم ويمس مصالحهم الشخصية والحزبية والجماعية، كما تفسر النظرية أسباب كون الوسيلة الإعلامية ذات تأثير قوي ومباشر على الأفراد والجماعات (مكاوي، 2000، ص: 314).

نشأة وتطور النظرية

يرجع دراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي للجمهور في عشرينيات القرن الماضي، ويؤكد بعض الباحثين المهتمين في دراسة التأثير على أن اختلاف المستوى المعرفي للجمهور يعمل على تفاوت التأثير من جمهور ما إلى جمهور آخر أو حتى من فرد معين إلى فرد آخر بحسب السمات العامة للجمهور وخصائصه (المزاهرة، 2012، ص:207).

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين (دي فلور وساندرا روكتيش) ليملأ الفراغ الذي خلفه نظام الاستخدامات والاشباعات الذي أهمل التأثير وركز على أسباب استعمال وسائل الإعلام، ومن هنا وضعا نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى وهو ما عرف بنظرية الاعتماد بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور، باعتبار أن الوسيلة الإعلامية نظام اجتماعي ذو طبيعة تفاعلية وتبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (المصدر السابق، ص :212).

تقوم النظرية على أن وسائل الإعلام باستطاعتها تحقيق مستوى معين من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي من خلال نقل المعلومات بطريقة مكثفة كما تستخدم الوسائط المتعددة في نقل الرسالة الإعلامية باستخدام الصوت والصورة والألوان التي تجذب الجمهور المتلقي، كما أنها تفترض عملية تبادل المعلومات بين الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع مع وسائل الإعلام ما يجعلها تكتسب ثقة وقوة وتأثير أكبر (مكاوي، ص:317-320). ولهذا السبب تتوجه الدول والسياسيين والمعلنين والذين يريدون ترويج أفكارهم لاستخدامها كوسيلة لإيصال ما يريدونه إلى الجمهور المستهدف.

كما تفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي من منظّريها البارزين ملفين ديفلر وساندرا روكتيشن على أن التأثير يكون وفق ثلاثة مجالات:

* **التأثيرات المعرفية:** وتشمل الآثار المعرفية وفقاً للنظرية، كشف الغموض عن القضايا المطروحة والناتج عن نقص في المعلومات، تكوين الاتجاهات نحوها، ترتيب أولويات الاهتمام واتساع المعتقدات والقيم.

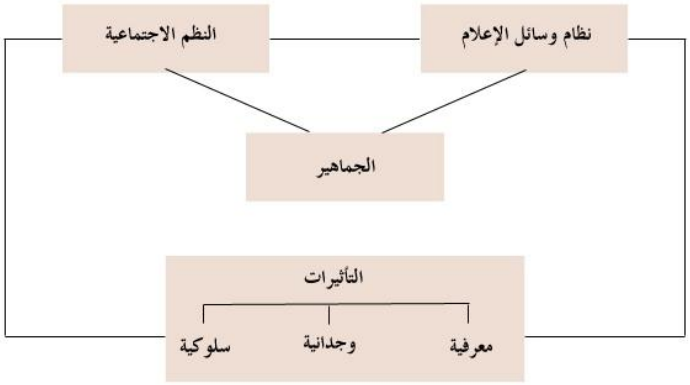
* **التـــأثيرات الوجدانيـــة:** وهـي التـي تتعلـق بالمشـاعر والأحاسـيس كـالخوف والتـوتر والتـأثيرات المعنويـة كالإحسـاس بـالاغتراب، بحيـث يمكـن التعـرف علـى آثـار وسـائل الإعـلام علـى الوجـدان وقياسها.

* **التـــأثيرات الســـلوكية:** وهـــي المرحلـــة الأخيـــرة والأقـــوى فـــي التـــأثير "السـلوك"، وتبنـــى هـــذه التأثيرات على سابقاتها من تأثيرات معرفية ووجدانية (مكاوي، 2000، ص:326-329).

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

هـو الاعتمـاد المتبـادل بـين الأفـراد ووسـائل الإعـلام فـي أن العلاقـة التـي تحكمهـا هـي علاقـة اعتمـاد بـين وسـائل الإعـلام والـنظم الاجتماعيـة والجمهـور، إذ يعتمـد الأفـراد فـي تحقيـق أهـدافهم علـى مصـادر معلومـات الإعـلام المنحـدرة مـن جمـع المعلومـات ومعالجتهـا ونشـرها، ويبـين (دي فلـوز وسـاندرا بـول) أن المعلومـة هنـا هـي كـل الرسـائل الإعلاميـة حتـى الترفيهيـة منهـا (مزاهـرة، 2012، ص: 223).

نمـوذج الاعتمـاد علـى وسـائل الإعـلام، يتكـون مـن ثلاثـة عناصـر هـي المجتمـع ووسـائل الإعـلام والجمهـور، بحيـث يعتبـر المجتمـع ومسـتوى وعيـه وفكـره وخصائصـه محـور مسـتقل لأن بعـض المجتمعـات تمـنح وسـائل الإعـلام قـدرة عاليـة فـي السـيطرة علـى الجمهـور مـن خـلال مسـتوى وعيـه وخصائصـه التعليميـة والفكريـة، ومجتمعـات أخـرى تمنـع وسـائل الإعـلام مـن السـيطرة عليهـا، كمـا وتسـاهم النظريـة فـي الكشـف عـن الأسـباب التـي تجعـل وسـائل الإعـلام لهـا سـطوة وقـدرة وسـيطرة عاليـة علـى المجتمـع والجمهـور الـذي تسـتهدفه، فتسـجل بعـض الوسـائل تـأثيرات كبيـرة أحيانـا، وأحيانـا أخـرى يكـون تأثيرهـا ضـعيفة نوعـاً مـا (أبـو الحسـن، 2007، ص:127-130).



الشكل رقم (1) تأثير الإعلام وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

فالنظام الاجتماعي يسجل تأثيرات كبيرة على الأفراد والمجتمعات، والنقل المعلوماتي المكثف مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، ومن الممكن أن يقوم التأثير المتوقع للإعلام على الجمهور يصبح تأثير مرتد لتغيير المجتمع ووسائل الإعلام، فيصبح التأثير متبادل كما هو الاعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام (عكاشة، 2009، ص:209).

ان اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، يفوق أي اعتماد آخر على أية مؤسسة أخرى، فهي التي تزودهم بالمعرفة وتمدهم بالمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكياتهم، وتيسير تفاعلهم الاجتماعي، وهي التي ترسم لهم الخطوط العامة في تعاملهم مع المواقف الطارئة، من خلال ما تقدمه لهم من معارف ومعلومات وخبرات، وهي التي تعمل على ترفيههم وتسليتهم، وكذلك في إمدادهم بالمعلومات عن العالم الاجتماعي الخارجي، ومن هنا تبرز أهمية دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور، وبالتالي يمكن اعتبار تلك النظرية على أنها:

1-نظرية ذات منشأ سيسيولوجي وظيفي.

2-نظرية تعتبر المجتمع تركيب عضوي وتبحث في كيفية ارتباط كافة النظم الاجتماعية ببعضها وتحاول أن تفسر سلوك الأجزاء فيما يتعلق بتلك العلاقات (المزاهرة، 2012، ص: 212).

كما ترتكز النظرية على أساسين هما المصادر والأهداف، فأساس المصادر بتمثل في أن الأفراد والجماعات تعتبر أن وسائل الإعلام هي مصدر مهم لاستقاء المعلومات حول ظواهر أو أحداث معينة، وأما الأهداف فهي ما تسعى الجماعات لتحقيقه من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي:

1- **الفهم:** يتمثل في تفسير أحداث وظواهر مختلفة تحصل في المجتمع.

2- **التوجيه:** اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على معلومات توجه سلوكهم في موقف معين.

3- **التسلية:** ويحققها الفرد في الحالات التي يتحدث فيها الإعلام عن الجمال والمتعة والترفية وهي وظيفة مهمة من وظائف الإعلام الموضوعي (أبو الحسن 2007، ص: 131).

وبالتالي مثلاً النظم السياسية تنشئ علاقات مع الإعلام وتعتمد عليها في غرس القيم والمعايير السياسية الخاصة بالمجتمع مثل الحرية واحترام القانون.. الخ، وكذلك في دعم النظام وسياساته والتماسك الاجتماعي وتعبئة الجماهير لتتبنى الأنشطة الضرورية في المجتمع...الخ من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها النظم السياسية، لكي تحافظ على التماسك داخل المجتمع (عكاشة، 2009، ص: 208).

وقام الباحث باختيار هذه النظرية لمعالجة الدراسة لأنها تتناسب مع فرضيات الدراسة في وجود آثار معرفية وسلوكية لوسائل الإعلام العبرية الموجهة باللغة العربية كموقع "عربيل" الإلكتروني، وكذلك إذاعة صوت إسرائيل الناطقة باللغة العربية، وبرامج التلفزيون الإسرائيلي بالعربية... الخ، والتي توثر رسائلها الإعلامية على معرفة الجمهور الفلسطيني واتجاهاته وفي السلوك أيضا كما سيتم استيضاحه لاحقاً.

نماذج لأساليب الحرب الدعائية النفسية

الأساليب الدعائية النفسية الأمريكية

1- أسلوب عولمة الرعب، بعنوان حرب أمريكا الجديدة، فهذه صورة للحرب النفسية تعتبر ان لديها مشروع نظام عالمي سياسي – اقتصادي- ثقافي سوف يسود كل العالم ويلغي الماضي المتخلف للشعوب من خلال وسائل حديثة.

2- إرهاب الدولة الأمريكية وذلك من خلال استعراض القوة العسكرية، وضخ أموال ضخمة في الاستثمار العسكري وصناعة الأسلحة والطائرات الحربية، بحيث يتم تغريق تلك الأخبار بالعديد من الشعارات الاعلامية الزائفة والجنونية.

3- دعم التوجهات الحداثية والعلمانية في العالم الاسلامي والعربي.

4- وفي الناحية الاقتصادية تبرز الحرب النفسية في السيطرة على الممتلكات والموارد وممارسة العقوبات الاقتصادية والحصار الاقتصادي وتجميد الارصدة وغيرها (النجار، 2005، ص: 149-150).

الأساليب الدعائية النفسية الإسرائيلية

كما ذكرنا سابقاً أن الحرب النفسية تعتبر الاداة الاتصالية للدولة المعاصرة سواء على المستوى الخارجي الذي يستلزم توجيه رسائل إعلامية إلى جمهور دولة معادية أو حتى صديقة أو محايدة، وكذلك على المستوى الداخلي من أجل توجيه الرأي العام في خدمة أهداف القيادة السياسية، وبالتالي هناك العديد من الأساليب التي تستخدمها الدعاية الاسرائيلية، أبرزها:

1- التركيز على هدف معين في وقت معين، والمقصود أنها تنظم حملات دعائية في توقيت واحد من أجل تحقيق الهدف.

2- أسلوب خلق مصادر مختلفة للأخبار وتلفيقها واشاعتها من أجل إثارة عواطف الجمهور.

3- إخفاء الأخبار أو تجاهل بعضها ما يؤدي الى تضليل خصمها.

4- عدم نفي الخبر أو تأكيده، إنما تقوم ببث معلومة وفقاً لمصادر معينة وبالتالي يمكنها التراجع عن الخبر ونفيه بكل سهولة.

5- اشاعة عدم الثقة بالنفس وايقاع الجمهور المستهدف في تخبط فكري يجعله يشكك في ذاته وحضارته وتاريخه (سميسم، 2004، 335).

وتعمل الدعاية الاسرائيلية على أكثر من مستوى، فعلي المستوى العربي تزرع الفرقة والانقسام بين الأحزاب، وتضخ في داخل الجمهور روح الضعف والاستسلام والخضوع، وكذلك زعزعة الثقة بين المواطن الفلسطيني وقيادته وتصويرها على أنها فاسدة وخائنه، الاحباط عن طريق إبراز أوجه التخلف الاقتصادي والاجتماعي والثقافي العربي، وتشكيك الشعب الفلسطيني بقدرة الجيوش العربية على تحرير فلسطين، اما على المستوى الاسرائيلي فإنها تغذي شعبها بالتهديد المستمر من ناحية العرب، وتكريس فكرة أن فلسطين هي نقطة التقاء اليهود من كل العالم، وتصوّر لجمهورها أن اسرائيل مزدهرة وفي تقدم اقتصادي (سميسم، 2004، ص: 340 -346).

الدراسات السابقة

اختار الباحث مجموعة من الدراسات لمراجعتها تتشابه في الموضوع العام للدراسة التي يطرحها، بحيث تتقاطع تلك الدراسات السابقة في موضوع البحث وتدعم فرضياته.

1- أثر الإعلام الإسرائيلي على اتجاهات رأي طلبة الإعلام في جامعة بيرزيت "فساد السلطة الفلسطينية... نموذجاً" (دراسة للدكتور عبد الرحيم عبد الله، منشورة)

تبحث هذه الدراسة في ايجاد تفسير ما إذا كان التعرض لوسائل الإعلام الإسرائيلية يؤثر على اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الإعلام في الجامعة بما يتعلق في قضية فساد السلطة الفلسطينية، حيث "أثبتت الدراسة وجود علاقة ايجابية دالة على درجة تعرض الطالب لوسائل الإعلام الإسرائيلية وموقفة من قضية فساد السلطة الفلسطينية"، كما ويوضح الباحث بأن 96.7% من عينة دراسته يتابعون وسائل الإعلام الإسرائيلية، وكان صوت إسرائيل باللغة العربية أكثر وسائل الإعلام الإسرائيلية متابعة لدى أفراد العينة بمعدل 4 ساعات في اليوم لنسبة 30% من العينة (شبيب، 2004، ص:189-184).

وجاءت أهم النتائج أن من يتابعون وسائل الإعلام الإسرائيلية بشكل عام يعتقدون فساد السلطة أكثر من غيرهم في إشارة إلى الإجابة بشكل ايجابي عن أسئلة دراسته التي تقيس متغير فساد السلطة الفلسطينية، وأما النتيجة الثانية للدراسة أشارت أن متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية لا تؤثر على اعتبار اصلاح السلطة الأولوية الأولى من أولويات العمل الوطني (المصدر السابق، ص: 194).

2- لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي... عملية السور الواقي نموذجاً. (دراسة للدكتور احمد رفيق عوض، منشورة).

وفي دراسة للدكتور أحمد رفيق عوض حول لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي، إذ يصف الإعلام الإسرائيلي بأنه مجند لصالح المؤسسة السياسية العسكرية في إسرائيل، وبالتالي فهو إعلام شريك في الصراع العربي الفلسطيني مع إسرائيل (عوض، 2006، ص: 11). "التهويل وعدم تحري الدقة والميل للتفريط، مظاهر نجدها في الصحافة الإسرائيلية عندما يتعلق الأمر بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وهي مظاهر لتلك العلاقة الوطيدة بين السياسة والإعلام، حيث تصف الباحثة تمار ليبس الصحافة الإسرائيلية بأنها محكومة بالهيمنة الصهيونية وهي تملي التغطية الإعلامية للصراع الإسرائيلي العربي..." (المصدر السابق، ص:188).

كما أوضح عوض في دراسته أن اللغة الإعلامية الإسرائيلية ما بين البراغماتية و الحادة العنصرية، وتتضمن بعض المصطلحات الملغومة التي تخدم في نهاية المطاف السقف السياسي، ولغة تتماشى مع سياسة المحتل، كما أنها لغة تهدف إلى الحشد والتعبئة أكثر من وصفها للأحداث الجارية على الأرض لاسيما في فترات الصراع الحادة، حيث يلعب دوراً هاماً وبارزاً في تجريم الجانب الفلسطيني . (عوض ص: 15).

3- الإعلام الإسرائيلي بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009... الصحافة المكتوبة نموذجاً (رسالة ماجستير بجامعة القدس، غير منشورة).

في دراسة رسالة ماجستير للباحث حسام عبد الله بجامعة القدس تحت عنوان "الإعلام الإسرائيلي بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009 الصحافة المكتوبة نموذجاً" حيث تشير الدراسة أن الإعلام الإسرائيلي وقت الأزمة سلاحاً يوازي أسلحة البر والجو والبحر ويتمتع في هذا الإطار المستوى العسكري "المراقب" دوراً بارزاً فيما ينشر للجمهور وما يمنع نشره (عبد الله، 2013، ص: 35).

وتشير الدراسة أن الصحافة الإسرائيلية أيام الحرب وقفت إلى جانب المؤسسة العسكرية ولعبت دوراً هاماً في التصدي للأزمة وفق المصلحة الإسرائيلية حيث التزمت بتعليمات المؤسسة السياسية والعسكرية، ولوحظ أنها كانت تتجاهل قرارات الحصار الإسرائيلية على غزة خلال الأشهر التي سبقت الحرب وفي الوقت ذاته ركزت على صواريخ المقاومة التي تطلق على القرى الإسرائيلية (المصدر السابق، ص: 49).

4- الدعاية الدولية في خدمة السياسة الخارجية الإسرائيلية (دراسة بحثية للدكتور احمد بدر، منشورة).

وفي دراسة أخرى للدكتور احمد بدر حول الدعاية الدولية لإسرائيل التي تخدم سياستها الخارجية، حيث يعتبر أن الجهاز الدعائي الإعلامي الإسرائيلي يخدم السياسة الخارجية لها تجاه الدول العربية، حيث يعتبر أن الإعلام الموجه باللغة العربية وأبرزه مؤسسة إذاعة صوت إسرائيل الناطقة بالعربية أحد أهم وسائل الدعاية والتأثير على الجمهور العربي من أجل تحقيق أهداف سياسية خارجية (بدر، 1998، ص:296).

ويرى الكاتب أن الإعلام كأداة في يد الدولة يتوازى نشاطه مع النشاطات الأخرى للدولة إلى جانب النشاط العسكري والسياسي والدبلوماسي، خاصة مع ازدياد أشكال وسائل الاتصال وأساليبها (المصدر السابق، ص: 285). فقد استخدمت إسرائيل إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية "الصحف، الراديو ، التلفزيون"، وسائل الإعلام الحديثة كإطلاق مواقع إلكترونية عبر شبكات الانترنت وكذلك استخدام الرسائل القصيرة عبر شبكات الاتصال وخصوصاً في أيام حرب غزة والأزمات السياسية والعسكرية التي تتعرض لها.

5- الصحافة والإعلام في إسرائيل بين تعددية البنية المؤسساتية وهيمنة الخطاب القومي (دراسة للدكتور أمل جمّال، منشورة).

تبحث دراسة الدكتور أمل جمال في التغير البنيوي على مؤسسات الإعلام الإسرائيلي مع التطور الاقتصادي وبروز مجال الاستثمار الإعلامي ومرحلة الخصخصة الكبرى التي دخلت فيها إسرائيل منذ أواسط الثمانينيات من القرن الماضي وحتى يومنا، ولكن تكمن أهمية الدراسة في أنها توضح أنه مع دخول القطاع الخاص إلى الحقل الإعلامي وملكيته في إسرائيل إلا أن الخطاب الإعلامي العام شبه موحّد ويعكس الخطاب الرسمي والرواية الحكومية (جمّال، 2005، ص: 19).

ومع أن السلطة السياسية خففت من سطوة ملكيتها لمؤسسات الإعلام إلا أنها ما زالت تتحكم فيها وفي سطوتها وتقويتها وإضعافها من خلال إمدادها بالإعلانات الرسمية أو حرمانها (المصدر السابق، : 105)، وبالتالي فإن الرسالة الإعلامية مرهونة بالإعلان الرسمي الذي يشترط نشر شيء معين أو غيره.

6- قضايا الإعلام الدولي (دراسة منشوره للدكتور سامي الشريف).

وأما في دراسة أخرى للدكتور سامي الشريف "قضايا في الإعلام الدولي" يتحدث فيه عن الإذاعات الموجهة، ويشير إلى أن ظهورها ارتبط بتطور ظاهرة الصراع وبالدول الاستعمارية والاحتلال وكذلك إدارة الأزمات حيث برز دورها في الحرب العالمية الثانية وخدمت أهداف الدول التي أطلقتها (الشريف، 2007، ص:38-45).

وتشير دراسة الشريف إلى أن إسرائيل تأتي في مقدمة 32 دولة من مختلف قارات العالم تستهدف المنطقة العربية بإذاعاتها الموجهة، حيث تقوم إسرائيل بتوجيه إذاعتها الناطقة بالعربية بمعدل 129 ونصف ساعة أسبوعيا (المصدر السابق). وتستخدم إسرائيل إعلامها الموجة باللغة العربية لإدارة الصراع والأزمة مع الدول العربية منذ قيامها عام 1948.

التعريفات الإجرائية للدراسة

1- الآثار المعرفية:

يعرف الأثر المعرفي على أنه التغير في المعلومات المتوفرة لدى الفرد نتيجة تعرضه للمثيرات والمواقف ولكن بعد أن يفكر فيها ويحللها ويدرسها بالعقل من خلال مجموعة من العلميات العقلية النشطة قبل أن يستجيب للمؤثرات أهمها البحث والمقارنة والاسترجاع للمعلومات والتحليل (الرق، 2006، ص: 28).

ويأتي في إطار الأثر المعرفي، مفهوم الإدراك الذي هو وسيلة المعرفة، والمعرفة هي عنصر مهم يؤثر في السلوك عند ورود المعلومات التي تحمل المؤثرات، وبالتالي فالمعرفة مبنية على الإدراك، فيتكون من خلاله سلوك معين (محمد، 2004، ص: 103).

2- الآثار السلوكية:

يصف علم النفس الأثر السلوكي على أنه مجموعة من الاستجابات لمثيرات معينة يتعرض لها الإنسان في وقت معين، "مثلاً عند تعرض طفل لمثير الألم يؤدي إلى استجابة البكاء، وعند تعرضه لمثير الصوت المرتفع يؤدي إلى استجابة البكاء..." وفي غالبه يكون السلوك مكتسب من الحياة وتجاربها وما يمر به الإنسان في مراحل حياته من مواقف تكسبه سلوكيات معينة (الزق، 2006، ص: 24).

وفي هذه الدراسة ندلل بالأثر السلوكي على الاستجابات السلوكية التي يكتسبها الشباب الفلسطيني نتيجة تعرضه ومتابعته للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية.

3-الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية:

يقصد بالإعلام: تزويد الجمهور بالمعلومات حول قضية معينة والهدف من نشرها هو تشكيل درجة من الوعي لدى الجمهور والفئات الاجتماعية الأخرى، والوصول إلى اتجاهات على مستويات مختلفة سواء من المعرفة أو العاطفة أو السلوك اتجاه القضايا التي تتعلق بها المعلومات المنشورة (الحسن، 2007، ص:23).

والإعلام الإسرائيلي باللغة العربية هو الإعلام المكتوب والمرئي والمسموع والالكتروني الموجه من داخل إسرائيل، تشرف عليه السلطات الإسرائيلية، بهدف تشكيل اتجاهات لدى الفئة التي يستهدفها وهي الجمهور الفلسطيني، بحيث يتضمن مواد إعلامية باللغة العربية.

4- الإعلام الموجه:

يرتبط مفهوم الإعلام الموجه وتطوره بتطور ظاهرة الصراع بين الأمم والشعوب من جانب، وتطور مفهوم الاتصال وتكنولوجياته من جانب آخر، ولذا فهو تعبير واضح ومباشر عن الصراع وأقطابه سواء كان صراع سياسي او ثقافي او ديني أو تجاري... الخ، ويهدف إلى تحقيق أو للمساعدة في تحقيق الأهداف التي تسعى الجماعات صاحبة الإعلام الموجه إليها (الشريف، 2007، ص:39-40).

4- الشباب الفلسطيني:

هناك من يتناول مفهوم الشباب من الناحية العمرية وآخرون يحددون تلك المرحلة من حياة الإنسان من خلال المعيار الاجتماعي أو النفسي، والمعيار العمري مع بساطته إلا أنه يصعب الاتفاق على تحديد سن عمري معين، تتراوح بينه فئة الشباب من كافة المجتمعات نظراً لعوامل عديدة، فالبعض يرى أن مرحلة الشباب تبدأ من سن 15 وحتى 30، وآخرون يرون أنها من عمر 18 وحتى 60 عاماً (الجوهري، 1993، ص: 437).

واستخدم الباحث في هذه الدراسة تعريفاً إجرائياً يحدد الشباب بالمرحلة العمرية من 19-32 عاماً.

5- حربا عامي 2012 و2014 على قطاع غزة

المقصود بالحرب أي النزاع المسلح أو العنف المنظم التي تشنه دولة على جماعة معينة أو دولة أخرى، لهدف عسكري أو سياسي أو اقتصادي، ويخلف كماً من الخسائر المادية والبشرية (أبو خزام، 1999، ص:17)، ويشار إلى حربي عام 2012 و2014 شنتهما إسرائيل على الشعب الفلسطيني في قطاع غزة في ديسمبر 2012 وفي حزيران 2014.

6- الرأي العام

آراء مجموعة بشرية تجاه مشكلة أو ظاهرة معينة، بحيث يتميز هذا الرأي بالثبات لوقت يكفي لرصده وتحديده، ويمكن قياسه، وأن يعمل هذا الرأي على تغيير الواقع من خلال اتخاذ قرار بشأن الظاهرة أو المشكلة.

مراجع الفصل الأول

أبـو الحسـن، منـال. **أساسـيات علـم الاجتمـاع الإعلامـي**. الطبعـة الأولـى. دار النشـر للجامعات. القاهرة. 2006.

أبـو خـزام، إبـراهيم. **الحـروب وتـوازن القـوى**. الطبعـة الأولـى. الأهليـة للنشـر والتوزيـع. عمـان. 1999.

أبو عياش، رضوان. **البحوث العلمية والإعلامية**. جامعة بيرزيت. رام الله. 2004.

بدر، أحمد. **الإعلام الدولي "دراسات في الاتصال والدعاية الدولية"**. دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع. العاشر من رمضان. القاهرة. 1998.

الجـوهري، محمـد وآخـرون. **دراسـة المشـكلات الاجتماعيـة**. دار المعرفـة الجامعيـة. القـاهرة. 1993.

جمـال، أمـل. **الصـحافة والإعـلام فـي إسـرائيل**. المركـز الفلسـطيني للدراسـات الإسـرائيلية (مدار). رام الله. 2005.

حقي، ألفت. **مناهج البحث في علم النفس**. قسم علم النفس، جامعة الاسكندريا. 1986.

الـزق، أحمـد. **علـم الـنفس**. دار وائـل للطباعـة والنشـر. شـارع الجمعيـة العلميـة الملكيـة. عمـان. 2006.

ديفليـر، ملفـين. سـاندرا بـول روكتـيش. ترجمـة: كمـال عبـد الـرؤوف. **نظريـات وسـائل الإعـلام**. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.الطبعة الرابعة. القاهرة. 2002.

السـعدي، غـازي. منيـر الهـور. **الإعـلام الإسـرائيلي**.الطبعـة الأولـى. دار الجليـل للنشـر والأبحاث والدراسات الفلسطينية. عمان. 1987.

شـبيب، سـميح. **دراســات إعلاميــة**. المؤسســة الفلسـطينية لدراسـة الديمقراطيـة (مـواطن). رام الله. 2004.

الشـريف، سـامي. **قضــايا فــي الإعــلام الــدولي**. دار النهضـة العربيـة. 22 شـارع عبـد الخـالق ثروت. القاهرة. 2007.

شـوامرة، نـادر طالـب. **علـم الـنفس الاجتمـاعي social psychology**. ط 1. دار الشـروق للنشر والتوزيع، المصيون. رام الله. 2014.

سـعد. إسـماعيل علـي. **الإعــلام والدعايــة "رؤيــة تحليليــة نقديــة"**. دار المعرفـة الجامعيـة/ 40 ش سونير الأزاريطة. الاسكندريا. 2004.

سميسم، حميدة. الحرب النفسية. الدار الثقافية للنشر. بغداد. 2004.

عـوض، احمـد رفيـق. **لغـة الخطـاب الإعلامــي الإسـرائيلي**. المجلـس الأعلـى للتربيـة والثقافـة فـي منظمة التحرير الفلسطينية. الطبعة الأولى. رام الله. 2006.

عمـر، معـن. **منــاهج البحــث فــي علــم الاجتمــاع**. دار الشـروق للنشـر والتوزيـع. القـاهرة. 2004.

عمـر، نـوال. **منــاهج البحــث الاجتماعيــة والإعلاميــة**. مكتبـة الانجلـو المصـرية، 165 شـارع محمد فريد. القاهرة. 1986.

عكاشــة، رضــا. **تــأثيرات وســائل الإعــلام**. الطبعــة الثانيــة. المكتبــة العالميــة للنشــر والتوزيــع. اكتوبر/القاهرة. 2009.

عبد الحميد، محمد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. عالم الكتاب. القاهرة. 2000.

عبـد الله، حسـام. **الإعــلام الإســرائيلي بــين الديمقراطيــة والأمــن أثنــاء حــرب غــزة 2008-2009... الصــحافة المكتوبــة نموذجــاً**. رسـالة ماجسـتير غيـر منشـورة. جامعـة القـدس. 2013.

العساف، صالح. **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**. الطبعة الرابعة. مكتبة العبيكان. الرياض. 2006.

المزاهرة، منال. **نظريات الإتصال**. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان. 2012.

مكاوي، حسن. ليلى السيد. **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة العاشرة. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة. 2012.

محمد، جاسم محمد. **علم النفس العام**. الطبعة الأولى. دار الثقافة للنشر والتوزيع. عمان. 2004.

كامل، خورشيد مراد. **الاتصال الجماهيري والإعلام**. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى. عمان . 2011.

النجار، فهمي، الحرب النفسية (أضواء إسلامية). دار الفضيلة للنشر. الرياض. 2005.

يوسف، محمود. **محاضرات في الرأي العام**. دار الايمان للطباعة. القاهرة. 2008.

المجلات

محارب، محمود. المقالات الصهيونية المدسوسة في الصحف اللبنانية والسورية أثناء الثورة الفلسطينية الكبرى 1936-1939. **مجلة الدراسات الفلسطينية**. العدد 28. المجلد 20. بيروت. ربيع 2009.

المراجع الالكترونية

موسوعة مقاتل في الصحراء. قسم موضوعات عسكرية. الحرب البرية والجوية. المبحث الثاني: الحرب الخاطفة.

http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Askria6/HarbBarGaw/sec03.doc_cvt.htm

تاريخ الاسترجاع: 12 / 12 / 2014 الساعة 18:55:00

الفصل الثاني

واقع الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية

– تمهيد

أولاً: وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية

– نشأة وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية

– خصائص الإعلام الإسرائيلي الموجه

– نماذج لوسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية.

–سياسة انتاج المصطلحات وترويجها

ثانياً: علاقة وسائل الإعلام الموجهة بالنظام السياسي الإسرائيلي

– العلاقة بين وسائل الإعلام والقيادة السياسية

– دور الإعلاميين الإسرائيليين وتأثيرهم على حراك القيادة السياسية

– أداء وسائل الإعلام في انتفاضة الأقصى والحروب على قطاع غزة

تمهيد

استخدم الاحتلال والاستعمار الإعلام أداة مهمة في تحقيق أهدافه، ففي بداية الاستعمار بمفهومه التقليدي المعروف بالاستعمار العسكري والسياسي، برز مفهوم "الإعلام الموجه" (الشريف، 2007، ص:40). ويشير إلى الإعلام الذي يخدم مصالح الاستعمار السياسي، وكذلك استخدمته الدول في تحقيق أهدافها الخارجية وتطبيق سياساتها تجاه الدول الأخرى.

يعتبر الإعلام الإسرائيلي الموجة باللغة العربية أداة من أدوات المشروع الصهيوني لا تقل أهمية عن البندقية بل يمكن أن نصف دورها بالأعمق والأكثر أثراً على المستوى البعيد، ولا شك أن هذا الإعلام الإسرائيلي والدعاية الصهيونية التي سبقته بأعوام كثيرة قبل إعلان دولة إسرائيل عام 1948، ما هو إلا محاولة لاختراق العقل العربي وخلق استجابة فكرية وسلوكية تجعله يتقبل الأفكار التي تطرحها القيادة الإسرائيلية من أجل بناء المشروع الصهيوني على مستويات الجمهور ومستويات القادة السياسيين (عبد الكريم، 1989، ص: 55).

ويتضح أن القيادة الإسرائيلية اهتمت بالإعلام الموجه إلى العرب منذ عام النكبة وإعلان دولة إسرائيل عام 1948، وخصصت برامج ضمن الإذاعة وضمن التلفزيون الإسرائيلي باللغة العربية، كما اهتمت بإصدار صحف باللغة العربية.

كما تعتبر المنطقة العربية سوقاً خصباً لمنتجات الإعلام الموجه من كافة قارات العالم، حيث تستقبل دولها ما يقارب ألفا وخمسا وأربعين ساعة وربع الساعة من البث الإذاعي أسبوعياً، قائمة عليه دول ومنظمات غير عربية تسعى لتحقيق أهداف متعددة (الشريف، 2007، ص:62).

ونستعرض في هذا الفصل مراحل نشأة وتطور الإعلام الإسرائيلي الموجه وخصائصه ودورة الإعلامي خلال سنوات الاحتلال، حيث ظهرت العديد من وسائل الإعلام بقيت بعضها وأثبتت وجودها وتأثيرها ومازالت حتى اللحظة، ومنها ما انتهت واندثر.

كمـا يعـرض المبحـث الثـاني مـن هـذا الفصـل العلاقـة بـين القيـادة السياسـية فـي إسـرائيل ووسـائل الإعـلام مـن خـلال قـوانين سـلطة البـث وآليـة تعيـين المسـئولين عـن وسـائل الإعـلام والأهداف التي تضعها القيادة السياسية للصحفيين ومن يعملون في المجال الإعلامي.

أولا: وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية

أ. النشأة والتطور

عملت الحركة الصهيونية وهي الحركة الفكرية التي قادت إنشاء وطن قومي لليهود في فلسطين، على استخدام كل الطرق والأساليب من أجل تحقيق هدفها الرئيسي وهو ما حدث في عام 1948 من إعلان لدولة إسرائيل، ومن ضمن هذه الأساليب التي ركزت عليها الحركة الصهيونية وبقيت منهجاً للحكومات الإسرائيلية فيما بعد هي أسلوب الدعاية والإعلام الموجه الذي تريد من خلاله خلق واقع يعترف بالدولة الإسرائيلية ويعمل على خلق رواية جديد للتاريخ يجعل الجميع من خلالها يصدق الحق الذي تدعيه لليهود على أرض فلسطين (كميل وآخرون، 2011، ص: 39).

والإعلام من المؤسسات التي عمل مجتمع المستوطنين "اليشوف" أي فترة ما قبل قيام الدولة على بلورتها والاهتمام بها حتى أصبح الإعلام العبري واحداً من أهم أدوات مساندة الحركة لدى إعلان الدولة، لذا ارتبطت نشأة الإعلام الإسرائيلي بالأهداف القومية الإسرائيلية التي حددها قانون الكنيست المعد بشأن النشر الإعلامي عام 1948، وحدد للإعلام مهام نشر مواد تتعلق بالسياسية والاجتماع والتسلية وغيرها بالإضافة إلى نشر مضمون إعلامي وبرامج باللغة العربية تخدم الجمهور العربي تمهيداً لتشكيل أرضية تفاهم مستقبلي نتيجة الصراع (أبو عامر، 2012، ص:5-8).

وسبق حرب النكبة وتهجير الفلسطينيين وإعلان إسرائيل عام 1948 توجيه إعلام موجه للفلسطينيين والعرب سواء في الصحف العربية التي كانت تصدر في العواصم العربية وبشكل سري، أو بشكل علني من خلال سلطة الانتداب البريطاني، ففي الثالث عشر من آذار لعام 1940 بدأت إذاعة صوت إسرائيل تبث باللغة العبرية كإذاعة صهيونية تريد إحداث توازن إعلامي مقابل صوت القدس البريطاني الذي أطلقه الانتداب (جمّال، 2005، ص:129).

وأهتم الإعلام الإسرائيلي في بداياته بالتركيز على ضرورة القيام بالدور الداخلي في عملية دمج المهاجرين القدامى منذ أربعينيات القرن الماضي من أجل التغلب على القوميات والهويات والمصالح الفردية والحزبية ودمجها في مجتمع واحد تحت مظلة الدولة العبرية وإخفاء الاختلافات والخلافات بين المهاجرين، وهذا الدور ساهم بشكل كبير في قطع شوط على الدولة في إنتاج الجيل الأول من اليهود الإسرائيليين (عبد الله، 2013، ص:18).

ومن المفترض أن يقدم الإعلام الموجه غرض مهم خلال الأزمة والصراع، ويكون دوره فرعي مساعد إلى جانب مصادر القوة الأخرى أهمها القوة العسكرية والاقتصادية، حيث يأتي دور الإعلام في تضخيم النجاح والقوة من ناحية وفي تقزيم الفشل وتحويله من فشل كبير إلى صغير أو من فشل كلي إلى فشل جزئي، ولكن الإعلام وحدة ليس كفيلاً بإكساب المعركة لصالح طرفه، وإنما دوره يكون محوري في التلاعب بمدى النجاح والإخفاق (عبد الكريم، 1989، ص: 57).

بالتالي فان الإعلام الموجه من الضروري أن يكون تغلغل في دراسة الجمهور الذي يستهدفه من ناحية طريقة تفكيره وعاداته وطرائق حياته الاجتماعية والنفسية إضافة إلى سلوكه ومعتقداته ومستوى تعليمه ... الخ، حتى يستطيع أن يجعل رسالته مؤثرة، أيضا الإعلام الموجه بحاجة لاستقصاء جمهوره حول القائمين بالاتصال لديه، هل المذيع الذي يقدم الأخبار هو محل ثقة لدى الجمهور؟ إلى أي مدى يمكن الاعتماد عليه ومدى مصداقيته؟؟ وكل ذلك لكي يعطي الوسيلة تخطيط مستقبلي لتنفيذ الدعاية الإعلامية والتخطيط لصناعة إعلام موجه مؤثر في نفس الوقت (الشريف، 2007، ص: 48).

فالدعاية والإعلام الإسرائيلي يتطور ويحدث نفسه بتطور وسائل الإعلام والاتصال في العالم ويعمل على تجنيد أفراده وأجهزة الإعلام التابعة له بأحدث التقنيات التكنولوجية.

وكما يرى الدكتور محمد علي حوات فإن الإعلام الإسرائيلي الموجه بشكل عام تنحصر أهدافه في أمرين، هما:

1- تحاول إسرائيل أن تجعل الجميع يشك في معتقداته وفكره وتاريخه السابق والمعاصر لتضع نفسها في بوتقة القاموس العالمي من خلال نفي ما كان وخلق رواية جديدة يصدقها الجميع.

2- شحن عواطف الجميع سواء الفلسطينيين أو العرب أو غيرهم تجاه تحقيق هدفها على أرض فلسطين وما يخدمه من قضايا جارية طول سنوات الصراع (حوات، 2006، ص:39).

نماذج من وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية

أ. صوت إسرائيل

يعتبر صوت إسرائيل من أقدم وسائل الإعلام الإسرائيلية والتي نشأت قبل قيام الدولة، أي خلال فترة اليشوف الصهيوني (المجتمع الصهيوني قبل قيام إسرائيل) وبدأ يبث مواده الموجهة لليهود باللغة العبرية، إذ أنشأته الحركة الصهيونية كمقابل لصوت القدس الذي أطلقه الانتداب البريطاني وكان يبث باللغتين العبرية والعربية، وحاول صوت إسرائيل أن ينتزع وعود بريطانيا لليهود في فلسطين والتي لم تستطيع أن تنفذه لليهود خلال الحرب العالمية الثانية فتوقف البث نتيجة الحرب والضغوط البريطانية وعاد ليبث عام 1945، وما أن أعلنت القيادة الصهيونية دولة إسرائيل عام 1948 انضم الصوتان "صوت إسرائيل" و "صوت القدس" في إذاعة واحدة وهي "صوت إسرائيل" وأصبح موظفو الإذاعة زمن الانتداب البريطاني موظفين تابعين لوزارة الداخلية الإسرائيلية مع إجراء كافة التعديلات الإدارية التي تضمن ملكيتها وتبعيتها لإسرائيل وبالتالي أصبحت الإذاعة تابعة لسلطة الحكومة وتخدم مصالحها السياسية والأيديولوجية (جمّال، 2005، ص: 129).

أصبحت إذاعة "صوت إسرائيل" الناطق الرسمي باسم الدولة ويشرف عليها بشكل مباشر مكتب رئيس الحكومة، فباتت تروج الموقف الرسمي دائما وبالتحديد في أوقات النزاع كالانتفاضتين الأولى والثانية من خلال حمل الرواية الإسرائيلية الرسمية وطغيانها على كافة المضامين وكذلك تأطير المواضيع السياسية والأمنية كما يريد السياسيون والعسكريون في إسرائيل (المصدر السابق، ص: 132).

ويقع مقر الإذاعة الإسرائيلية في مدينة القدس، وكانت تبث برامجها لمدة سبع ساعات يوميا، ثم أصبحت ساعات البث 18 ساعة يوميًا، من الساعة السادسة صباحًا وحتى الثانية عشر ليلاً. تتضمن برامجها 15 نشرة إخبارية وثلاث برامج إخبارية مطولة باللغة العربية (المركز المعلومات الوطني الفلسطيني، 2014).

مميزات الاذاعة الاسرائيلية باللغة العربية:

1- كانت تدار من مكتب رئيس الوزراء حتى عام 1965 بشكل مباشر.

2- مرتبطة بجهاز المخابرات الاسرائيلي.

3- جميع برامجها موجهة للجمهور العربي والفلسطيني.

4- تحتل الاعتبارات الأمنية الصدارة في برامجها وتوجهاتها.

5- تقوم ببث الدعاية الهدامة والتحريض بين الفلسطينيين؛ ما أضعف الإعلام الفلسطيني والعربي، وجعله غير قادر على مواجهة برامجها.

6- قدرتها على استقطاب مستمعين فلسطينيين وعرب لفترة طويلة؛ نتيجة عدم ثقة الجماهير الفلسطينية بالإعلام العربي الرسمي.

7- تستغلها اسرائيل كمصدر لجمع المعلومات وتجنيد العملاء، من خلال برامج تبدو بريئة وإنسانية مثل: برنامج "سلامات، "وبرنامج "أستوديو رقم واحد"، و "بين السائل والمجيب"؛ حيث أن هذه البرامج كانت موصولة مباشرة مع المخابرات الإسرائيلية؛ فقد استخدمتها "الشاباك" و"الموساد" في إسقاط العديد الفلسطينيين والعرب ودفعهم للعمل لصالح سلطات الاحتلال (المصدر السابق).

شبكة "د" في صوت إسرائيل

انبثق عن صوت إسرائيل شبكة "د" في عام 1958 وهي صوت إسرائيل باللغة العربية والتي يتم توجيهها إلى الجمهور الفلسطيني في إسرائيل وفي الوطن العربي بشكل عام، وهي الأداة الأساسية للحكومة الإسرائيلية في التعامل مع الجمهور العربي وترويضه وتهيئته للرواية الإسرائيلية الجديدة، وهدفت شبكة "د" لتعزيز العلاقة والثقة بين الجمهور العربي وإسرائيل، بالإضافة إلى الرد على رواية الإذاعات العربية وبث رواية حكومة الاحتلال الإسرائيلي كرواية بديلة عما تقوله الإذاعات العربية وفي وقتها كانت نسبة من يستمع إليها من الجمهور العربي قرابة 50% ، وبقيت شبكة "د" الشبكة الأكثر استماعاً بين الجمهور الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة وحظيت بالإذاعة الأكثر مصداقية في استطلاعات الرأي، وبعد مجيء السلطة الفلسطينية وتشكيل هيئة الإذاعة والتلفزيون وظهور إذاعات فلسطينية بديلة عنها انخفضت نسبة الاستماع لها (جمال، 2005، ص: 134).

وتراجع دور شبكة "د" باللغة العربية نتيجة بعض العوامل أهمها وجود إذاعات باللغة العربية بديلة عنها وهي الإذاعات الفلسطينية والعربية وكذلك الإذاعات العربية داخل إسرائيل، إضافة لذلك فإن الوعي السياسي للمجتمع العربي أدى إلى تراجع نسبة الاستماع لها، ونقص الكفاءات من الصحافيين العرب في صوت إسرائيل، وكل ذلك أدى إلى قلة

نسبة الاستماع لها ودخولها في صعوبات على الناحية المهنية والمادية (جمّال، 2005، 136).

ب- التلفزيون الإسرائيلي

مع تقدم المستوى التقني والأداء الإعلامي العربي والفلسطيني في نقل الأحداث بالصوت والصورة، خاصة بعد بدء انتفاضة الأقصى؛ تأسست الفضائية الإسرائيلية؛ للدفاع عن سياسة إسرائيل العدوانية تحت مبرر "ضرورة تحتمها مصلحة إسرائيل العليا". وقد أنشئت بقرار من سلطة البث الرسمي في بداية عام 2001، وكانت تبث برامجها من خلال على القمر الأوربي. بدأت بثها في 18\ 6\ 2002، بتكلفة 25 مليون شيقل، على نفقة الحكومة الإسرائيلية. وهدفت إلى إبراق رسائل يومية للعرب، وإخفاء السياسة الإسرائيلية العدوانية بالتمويه والخداع، ورسم رسالة إعلامية مخالفة لحقيقة الأوضاع، ووصل بثها كافة بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والخليج العربي، على مدى 12 ساعة يومياً (المركز الوطني الفلسطيني للمعلومات، 2014)

في العام 1968، تم إنشاء محطة تلفزيونية إسرائيلية تبث لمدة 3 ساعات في اليوم وكان معظم بثها باللغة العربية، ولذات الهدف الذي أنشئ له الراديو الإسرائيلي باللغة العربية وهو توجيه رسائل للجمهور الفلسطيني والعربي وتوجيهه، كما أن بعض البرامج التي كانت تبث باللغة العبرية يضاف إليها ترجمة إلى اللغة العربية حتى يتسنى للمشاهد العربي معرفة وفهم البرامج الترفيهية التي كانت تبث بالعبرية، وبالتالي كانت الغاية منه سياسية دبلوماسية أكثر من كونه وسيلة إعلامية للدولة تخدم مواطنيها وتهتم بنشر المعلومات والتثقيف، وأصبح التلفزيون لمدة طويلة وحتى التسعينيات المصدر الأول للمعلومات، كما أن المصداقية وثقة الجمهور بالمعلومات التي يقدمها عالية جداً (جمّال، 2005، ص: 141).

وبما أن التلفزيون كان المصدر الأول ومصداقيته عالية فإن الرقابة عليه وخضوعه للمؤسسة السياسية كان أمراً واقعاً بشكل مباشر وغير مباشر، فالحزب الحاكم كان يمارس الرقابة ويعين المدراء والموظفين كما يشرف على الميزانية المخصصة له (جمّال، 2005، ص: 145).

من أهم البرامج التي تبث باللغة العربية والتي تستهدف تحقيق أهداف الاحتلال:

1- برنامج "حصاد الأسبوع" على القناة الثانية.

2- برنامج "لتقريب البعيد" الذي تبثه إذاعة المستوطنين على القناة السابعة؛ بزعم تحقيق التعاون بين اليهود والعرب، وخصوصًا المتدينين.

3- برنامج "يا هلا" الذي تقدمه القناة العاشرة (المصدر السابق).

متابعة الفلسطينيين لوسائل الإعلام الموجهة باللغة العربية

يظهر أن نسبة متابعة الشباب الفلسطيني للإعلام العبري عالية، سواء للإعلام الموجه باللغة العربية أو الإعلام باللغة العبرية، ويتبين من دراسة شبيب بأن نسبة متابعة طلاب جامعة بيرزيت من فئة الشباب لوسائل الإعلام العبرية نسبة 96.7% (شبيب، 2004، ص184)، وهي نسبة عالية جداً تشير أن معدلات احتمالية التأثير تصل إلى الغالبية العظمى من الجمهور الفلسطيني.

وبخصوص معدلات مشاهدة التلفزيون الإسرائيلي باللغة العربية فقد بلغت نسبة المشاهدة وفق دراسة شبيب إلى نحو 17 % بواقع 4 ساعات يومياً، بينما يتابعها نحو 83 % يومياً

من صفر وحتى ثلاث ساعات بشكل يومي، وبخصوص جريدة يديعوت أحرونوت باللغة العربية فيشاهدها الشباب الفلسطيني بواقع 7-9 ساعات يومياً وبنسبة 20 % منه، "وحدد 3.3% فترة متابعته بأكثر من 11 ساعة يومياً، فيما أجاب 76.7% أنهم يتابعونه من صفر إلى ثلاث ساعات يومياً". (المصدر السابق، ص 188).

خصائص وأسس الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية

عند الحديث عن الإذاعات الإسرائيلية التي تستهدف الجمهور العربي فإن الحديث يدور عن شكلها ومضمونها والأسس التي تنبني عليها:

1- الجمهور المستهدف: يعتبر الجمهور العربي بالنسبة للإسرائيليين جمهور غريب أجنبي لذا تولي الإذاعات الإسرائيلية ضرورة لدراسة المجتمعات العربية بشكل عام والمجتمع الفلسطيني بشكل خاص من أجل معرفة التغيرات التي تتطور في الجمهور والنشء وأخذها في الاعتبار عند إنتاج المادة الإعلامية الموجهة لهم.

2- تحديد اللغة التي سيتم من خلالها البث: تشكل اللغة عائقاً أمام أي إذاعة موجهة لأنه يتوجب أن تكون بلغة الجمهور وهنا اللغة العربية هي لغة وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة للجمهور العربي، كما أن استخدام لهجة معينة من اللغة يقرّب ويحبب ويجذب الجمهور ويؤثر بهم، كما يستخدم الإعلام الموجه مذيعون وصحفيون من الوسط العربي في إسرائيل ليكونوا أقدر على إيصال الرسالة ومضمونها

3- تحديد مضمون البرامج: يعتبر اختيار البرامج ومضمونها من أكثر الأسس دقة وأهمية، اذ تتطلب عملية إعدادها دراسة مستفيضة للجمهور المستمع ولأفكاره وأذواقه ومفاتيح إقناعه، ويضاف إلى مضمون البرامج اختيار ساعات البث الملائمة للبرنامج، وتعتبر أهداف الإذاعات الإسرائيلية الموجهة انعكاس في مضمون برامجها فهي تشدد على

ترويج الرواية الإسرائيلية والمواقف الحكومية في كافة البرامج كما تذكر الجمهور بها في كل جزئية من البرنامج وبأساليب متنوعة (الشريف، ص:46-50).

وتبث وسائل الإعلام الموجهة باللغة العربية معظم برامجها أخبار وأنباء حول الأحداث، ويشير النص الإخباري إلى انه "سلسلة من العمليات الاجتماعية والمعرفية التي تنعكس في سلسلة من السياقات الأساسية التي تدخل في صناعة الأخبار وتداولها"، ويوصف النص الإخباري على أنه نوع من الخطاب السياسي يعكس سياسات الحكومة (جبارة، 2009، ص:489).

محاور التأثير على الجمهور الفلسطيني

على صعيد تأثير الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الجماهير في الوطن العربي هناك العديد من الظواهر النفسية والاجتماعية والسياسية ما يشير إلى وجود استجابة للحرب الإعلامية التي تمارسها إسرائيلي تتصدرها حالة الإحباط واليأس واللامبالاة تجاه أحداث جسام ينقلها الإعلام لهم والتي تثير لديهم تخوفات على مصيرهم من إسرائيل المدعومة من القوى والمنظمات والدول الغربية والكبرى (السعدي، 1987، ص:115).

زعزع الإعلام الإسرائيلي الثقة بين الجماهير العربية وقياداتها السياسية وهو أمر ملموس في الشارع العربي، علاوة على أنه عزز الخلافات والانشقاقات وعمّق الصراعات الطائفية والحزبية في الأقطار العربية مثل الحرب الأهلية في لبنان، كما وأسهم في ضعف الثقة بالقوة العسكرية وهيأ للجماهير بأن إسرائيل الدولة التي تمتلك القوة العسكرية وحدها الأقوى في الشرق الأوسط وان أي حرب قادمة مع أي طرف عربي فإن نتائج الصراع محسومة مسبقاً لإسرائيل، وأضفى ترويجاً لبعض المصطلحات ليصبح استخدامها في الشارع العربي أمراً عادياً بعد أن كان محرما مثل إسرائيل بدل الكيان الصهيوني (المصدر السابق، 1987، ص:116).

ويمارس الإعلام العبري التهويل للأحداث وعدم الدقة والتحرير والميل للتفريط في تفاصيل ومظاهر الحدث وهي مظاهر تؤكد العلاقة القوية بين الإعلام والسياسية، "تصف الباحثة تمار ليبس الصحافة الإسرائيلية بأنها محكومة بالهيمنة الصهيونية وهي تملي التغطية الإعلامية للصراع الإسرائيلي العربي، ويؤكد الباحثان روعيه ونبر أن التغطية للانتفاضة ميزت بين شخصيتين... الإسرائيلي والفلسطيني..." (عوض، 2006، ص:188).

وفي تغطيته للانتفاضة الثانية ومع توالي الأحداث كان يسقط بشكل شبه يومي شهداء فلسطينيون بين الأعوام 2000–2005 ومعظم المصابين من الأطفال والنساء وتكتفي وسائل الإعلام العبرية بنشر عدد القتلى والجرحى وكافة الضحايا تسقط خلال مواجهات مع الجيش الإسرائيلي ويلقون حجارة بينما يقوم الجيش بالدفاع عن نفسه، وفي المقابل ينشر الإعلام العبري تفاصيل وافية عن العمليات التي يقوم بها الفلسطينيون في الوسط الإسرائيلي ويسهب في التغطية كماً ونوعاً، ويتم تزويد تفاصيل ذات علاقة بالضحايا الإسرائيليين حول الأسماء والأعمار وأماكن سكناهم ومعلومات تغيب عند الحديث عن الضحايا الفلسطينيين (أبو عامر، 2012، ص23).

ومارس الإعلام الإسرائيلي أيضا محاولات امتصاص الارتباك على مستوى الجمهور بشكل عام وبقي يبث صور للعمليات الفدائية الفلسطينية، ويحاول إزاحة المسؤولية في الجرائم والقتل عن الجيش الإسرائيلي لدرجة أنه قال بأن الطفل الشهيد محمد الدرة سقط في غزة برصاص فلسطيني (المصدر السابق، ص: 65).

كما يحرض ضد الفلسطينيين أمام الساسة الإسرائيليين، وهي ليست سياسة جديدة فقد مارسها عشية اجتياح لبنان من خلال قيامه "حملة تشكيك واسعة ضد دعوات وزير الدفاع اريئيل شارون ورئيس الأركان رفائيل ايتان ضرورة القيام بعمل عسكري لإملاء نظام جديد في لبنان"، وعاد الإعلام العبري يمارس التحريض خلال الانتفاضة الثانية، ولعل أبرز تلك المظاهر نقل التصريحات العنصرية التحريضية ضد الفلسطينيين دون أخذ موقف إنساني ضدها، ومنها تصريحات عوفاديا يوسف في نيسان 2001 الذي قال أن الرب يأسف على خلق العرب لأنهم أفاعي وقال أيضا يجب إرسال القذائف عليهم والقضاء عليهم إنهم شريرون وملعونون، وكذلك تصريحات رئيس الأركان موشيه يعلون الذي قال أن الخطر

الفلسطيني على إسرائيل هو خطر بمقاييس ومميزات سرطانية، مثل السرطان الخطير وبالذات لأنه يمكن رؤيته بالعين المجردة (المصدر السابق، ص: 17).

ويرسخ الإعلام الإسرائيلي دوماً صورة يؤكد فيها للجمهور الفلسطيني بأن السلطة الفلسطينية فاسدة، وان تعاملها في إطار الاتفاقيات والمفاوضات غير جاد، ومن يتابع صوت إسرائيل باللغة العربية يعتقد أن السلطة فاسدة وأنها بحاجة ماسة للإصلاح الإداري والمالي (شبيب، 2004، ص:193).

كما يعرف الإعلام الإسرائيلي في العادة المواطن الفلسطيني على أنه المخل بالنظام والإرهابي وأن جميع الفلسطينيين ينتمون لتنظيمات تنفذ عمليات إرهابية ضد الإسرائيليين، كما أن الوزراء الفلسطينيين هم يرأسون ملفات لهؤلاء الإرهابيين ويحرضونهم بشكل مستمر على الهجمات ضد الإسرائيليين، كما يصوّر المواجهات التي تحدث بين الفلسطينيين والجيش الإسرائيلي على أنه معارك ضارية في إشارة إلى أن الفلسطيني يمتلك سلاح وعتاد ويشكل خطورة حقيقية على حياة الإسرائيليين وفي وصفه للمواجهات كأن القارئ لما يرد في الإعلام الإسرائيلي يستوحي له أن الطرفين متساويين في العدّة والعتاد (عوض، 2006، ص: 163).

سياسة إنتاج المصطلحات وترويجها

تتبع وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية سياسة إنتاج مصطلحات جديدة للجمهور الفلسطيني أو مصطلحات بديلة يستخدمها في النقاش وفي حياته اليومية، لتكون أقل حدّة من المصطلحات الوطنية، وتهدف من وراء ذلك الى التخفيف من حدّة المصطلحات التي تؤثر على مستويات السلوك والمواقف والاتجاهات نحو القضايا والأحداث على الساحة الميدانية، وكلما احتدمت أزمة الإسرائيليين زاد التصعيد من توليد المصطلحات التي تخفي وراءها تصورات ادراكية ومعرفية مختلفة (المسيري، 2003، ص: 243).

من أبرز المصطلحات الإسرائيلية

1- الإرهاب:

استخدم مصطلح الإرهاب من قبل اسرائيل وكذلك حليفتها الولايات المتحدة من أجل تصوير المقاومة الفلسطينية على أنها إرهاب مجنون نابع عن جزء ومكون أساسي في النفوس العربية وهو فطري موجه إلى اليهود الذين يريدون العيش بسلام وأمان، وما يرادفه في الثقافة الغربية مصطلح (معاداة السامية)، ويقوم هذا المصطلح على أساس أن الوجود الاسرائيلي في فلسطين وجود شرعي ويتخطى بذلك مسألة الاحتلال ليقفز إلى إدارة الأزمة والصراع (المصدر السابق، ص:234).

وربما هذا المصطلح يتصاعد استخدامه في مرحلة معينة من مراحل الأزمة وقد يتلاشى بشكل كامل في مراحل أخرى بقصد أو غير قصد، فيدرك الصهاينة حينها أنهم قاموا باغتصاب الأرض المأهولة بالشعب الفلسطيني ولا بد من الاشتباك مع أهلها، فمنذ زمن بعيد نسبياً من الان وقبل قيام دولة اسرائيل في عام 1938 قالها بن غوريون ان الحركة الصهيونية لا تجابه ارهاباً وانما حرباً قومية بين الحركة والعرب وما الإرهاب إلا إحدى وسائل هذه الحرب (المصدر السابق، ص: 244).

على الرغم أن الاسرائيليين يجمعون على ضرورة وجودهم في فلسطين وأنها أرض الميعاد التي عادوا اليها، ويتوجب أن تكون وطناً قومياً لكل يهود العالم الا أن هذا التصور يشوبه العديد من العراك الداخلي بين التوجهات الاسرائيلية المتعددة لإدارة هذه الأزمة، فمنهم من يتبنى نظرية السلام والأمان والابتعاد عن الارهاب وعدم وصف العرب على أنهم عدو وهذه من النظريات القديمة لإمكانية التعايش في المنطقة، وهناك أيضا نظرية القوة في التعامل مع الفلسطينيين التي كان من روادها بن غوريون وتدعو إلى الافراط في القوة وردع العرب، وقد تراخى العمل بها الى نظرية ثالثة بعد هزيمة اسرائيل في حرب اكتوبر مع مصر عام 1973 إلى نظرية العدول عن القوة وعقد اتفاقيات السلام، لكّن ما زالت النظريات الثلاث في احتمال الاستخدام حسب المرحلة، وبالتالي فمصطلحات عدم

الاستقرار وشدة وصف الفلسطينيين بأنهم العدو قد يظهر في مرحلة معينة ويتراجع في مرحلة أخرى (يسين، 2000، ص: 211).

ونتيجة التقلب الإسرائيلي في استخدام استراتيجيات معادية وقاسية جداً في أوقات، واستخدام نظريات التعايش السلمي وما يعكس تلك النظريتين هو المصطلحات المستخدمة، والتي لها تأثير نفسي وادراكي وسلوكي كبير على الفلسطينيين فأنهم يظنون في أنهم يعيشون في مرحلة الحرب وانسداد الافق واستحالة التوصل إلى سلام في مرحلة ما، وفي مرحلة أخرى يشعرون ربما بالارتياح والاندماج مع التصريحات والخطاب الإسرائيلي الرسمي، وكذلك الاعلامي نتيجة استخدام مصطلحات الوجه الآخر (المصدر السابق، ص: 224).

2- أعمال شغب وأعمال عنف

انتجت الانتفاضة الأولى عام 1987 هذه المصطلحات، وذلك لأن الإسرائيليين رفضوا في بداية الأحداث استخدام كلمة انتفاضة، والهدف من وراء ذلك هو انكار حق من حقوق الانسان وحقوق الشعوب المحتلة وهي المقاومة، فاستخدموا هذه المصطلحات التي تدل على أزمة داخلية بين قيادة سياسية وأقلية معارضة في الدولة، هذا المصطلح استخدمته إسرائيل، وهناك مصطلح آخر مكمل له واستخدمته الإدارة الأمريكية وهو وقف العنف، بناء على ما وصفت إسرائيل المقاومة على أنها عنف على الرغم أنه يوجه إلى الطرفين سواء الطرف الفلسطيني أو الطرف الإسرائيلي، وحتّى في ذلك اعتبار أن الطرفين متكافئين في القوة السياسية والعسكرية (المسيري، 2003، ص: 247).

3- توغل وصدامات

هذه من المصطلحات التي تدل على السلوك، وتدفع إلى الحركة في المشاعر، ويستخدمها الاعلام الاسرائيلي الموجه باللغة العربية بشكل مستمر، فمعنى التوغل أن القوات

الاسرائيلية تريد اعادة احتلال مكان معين، وفي ذلك هجوم على الممتلكات والبشر واغتيال لبعض الأفراد، فتوقع خسائر بشرية ومادية في نفس الوقت، أما مصطلح الصدامات فهي تخفيف لحدّة كلمة مواجهات فهو يصور صدام بين طرفين متعادلين في القوة وليس مواجهة شعب محتل لقوة عسكرية تغتصبه (المصدر السابق، ص: 256).

4- أرض الميعاد

لهذا المصطلح دلالة دينية عند اليهود، فهم يستخدمونه في الإعلام الإسرائيلي لاستمالة اليهود في العالم وجذبهم ودعمهم لكسب الصراع مع الفلسطينيين، وكذلك هو مصطلح يروّج للرواية الإسرائيلية الدينية التي استخدمتها حجة اساسية في إقناع الرأي العام العالمي باحتلال فلسطين، ويعتبر استخدام هذا المصطلح على وجه التحديد ركيزة مهمة في الإعلام الإسرائيلي الموجه لإقناع الجمهور الفلسطيني والعربي بفكرة التعايش القائمة على رفض الفصل بين اليهود وبين أرض الميعاد، ولتبرير شرعية اغتصاب فلسطين وما يتبعه من سياسات توسع استيطاني واستيلاء على الأراضي وغيرها من السياسيات الجائرة بحق الفلسطينيين (عبد الله، 2013، ص: 19).

كما يعزز الإعلام الإسرائيلي مصطلحات كثيرة من ذات القبيل والتي تهدف إلى استعطاف الرأي العام العالمي بأسلوب التباكي لكسف العواطف والتأييد، ومن أجل تعزيز هذا الأسلوب يستغل الإعلام الإسرائيلي الجانب المأساوي لليهود في تاريخهم خصوصاً في أوروبا وأبرزها المحرقة النازية (الهولوكوست)، ومحاكم التفتيش الإسبانية، كذلك واقعهم في روسيا واضطهادهم وملاحقتهم (حوّات، 2006، ص: 98).

5- أرض متنازع عليها

من أخطر المصطلحات التي يستخدمها الإعلام الإسرائيلي، والذي يجرّد ملكية الشعب الفلسطيني لوطنهم في المحافل الدولية، فهو مصطلح يفترض الندية بين طرفي الصراع

ويفترض أن حل الإشكاليات لا بد ان تخضع للتفاوض بحيث يمكن تقسيم الأرض على أقل اعتبار، وتحت رعاية وسيط دولي (المسيري، 2003، ص: 257).

يتسلل تأثير استخدام هذه المصطلحات إلى المجتمع الفلسطيني والمجتمع الدولي على حد سواء، فهي تجعل الشعب الفلسطيني يشعر أنه ما زال يعيش مرحلة الحرب وعدم الاستقرار والاضطراب تارة، وتشعره أنه قريب من الحل النهائي والسلام تارة أخرى، فيما يأتي تأثيرها على العالم بتكريس فكر يقول أن هناك جدل حقيقي في أحقية الملكية للأرض بين الفلسطينيين والاسرائيليين، وتعطي الشرعية للاحتلال بممارسة سياسات مختلفة دون رقيب أو حسيب، أي أنها تبرر أفعاله مسبقاً.

دور الإعلام الموجه في الغزو الثقافي

ويشار في هذا الإطار إلى كيفية مخاطبة المذيعون الجماهير، وتحليل المحادثة نحو بناء المعاني والقيم والعلاقات الاجتماعية والربط بين التغيرات التي تحدث على المجتمع نتيجة وجود مادة اعلامية جديدة تحمل منتجات ثقافية لم تكن موجودة في المجتمع من قبل، ويحاول الإعلام غرسها وتنميتها والترويج لها في أوساط الجمهور المستهدف، ويشمل انساق العلاقات وانماط الحياة (شومان، 2007، ص:73).

ولا يمارس الإعلام الموجه باللغة العربية التأثير في المجال السياسي فحسب وإنما يمتد وخاصة ونحن في حالة الاحتلال إلى التأثير الثقافي، على مستوى الأفكار ونشر اللغة العبرية من خلال الأغاني التي تبث من وقت لآخر، وعن طريق نشر قيم جديدة تحدد سلوك الأفراد على مستوى اللباس والأكل وغيرها، بالإضافة إلى ترويج أنماط جديدة من الحياة الغربية بما أن التوجه العام للعيش في إسرائيل يشير أنها تأخذ الطابع الغربي وان كانت تتواجد جغرافياً في الشرق الأوسط (الكلمة، 2011).

ومـع التطـور التكنولـوجي بالصـورة والصـوت والبـث الرقمـي المباشـر وبـث الانترنـت أصـبح نقـل القـيم الغربيـة جـزء مهـم فـي الغـزو الثقـافي الـذي يسـعى علـى تعميـق وترسـيخ وتوحيـد العـالم علـى القـيم الاجتماعيـة الغربيـة، ويعتبـر هـذا الإجـراء مـن أهـم وأبـرز الأهـداف فـي الإعـلام الموجـه إلـى جانـب تحقيـق أهـداف تجاريـة واقتصـادية والتقليـل مـن حـدّة العـداء والمقاطعـة للمنتجات الإسرائيلية (المصدر السابق، 2011).

ثانياً: علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي الإسرائيلي

الحديث عن نظام الحكم في إسرائيل يرتبط بمفهوم النظام البرلماني الديمقراطي، والنظام الذي فيه السلطات منفصلة وكل واحد تعمل بشكل مستقل ولا تؤثر إحداها على الأخرى، كما أن الخطاب السائد في هذا الصدد أن النظام الإسرائيلي يعتبر نظام حكم ديمقراطي غربي حيث يشجع ذاك الخطاب العديد من الدراسات الأكاديمية والاستقراءات البحثية (عبد الله، 2013، ص: 22).

ولكن يؤكد الباحثان يوسف جبارين ومهند مصطفى أن نظام الحكم في إسرائيل بالنسبة إلى الإسرائيليين اليهود فقط هو برلماني رئاسي، يمارس الديمقراطية على السكان اليهود، بينما يقوم بالتمييز ضد السكان العرب،ـ كما أنه أبقاهم فترة طويلة تحت الحكم العسكري وأنظمة الطوارئ وأنه لا يزال يمارس عليهم العديد من مظاهر التفرقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومع أن القانون الإسرائيلي ينص على فصل السلطات إلا أن العديد من الأنظمة البيروقراطية تتفرع عنها وتحكم كما تشاء (كميل وآخرون، 2011، ص:64).

إلى جانب ذلك، هناك نحو 17 لجنة يتكون منها الكنيست تقوم بدراسة مشاريع القوانين والقرارات المقدمة من النواب والوزراء في الحكومة لكي يتم التشريع فيها أو نفيها، ومن الناحية المنطقية أن تصويت أعضاء الكنيست على مشاريع القرارات هو الذي يحدد الأخذ بالمشروع كقانون أو عدم الموافقة عليه، ولكن ما يحدث أن لتلك اللجان وخصوصا الثلاثة الأولى وهي: لجنة الكنيست، لجنة الخارجية والأمن، اللجنة المالية، تأثير كبير على عمل الكنيست ويرأسها دائماً أعضاء من الحكومة "السلطة التنفيذية"، وبالتالي يمكن القول أن السلطتين التنفيذية والتشريعية ليست منفصلتان وهناك تداخل وتأثير في عملها وهي شكل من أشكال البيروقراطية التي تتبعها مؤسسات إسرائيل في تحييد الديمقراطية عندما تشاء (المصدر السابق، ص: 67).

قانون البث للإذاعة والتلفزيون عام 1990 يمثل الأساس الشريعي والقانوني لوسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث عن طريق الأثير الإذاعي أو الإشارات التلفزيونية،

يتضح من قانون سلطة البث العام (1965) أن سلطة وسائل الإعلام تابعة للنظام السياسي وهو المهيمن عليها، فمن خلال هذا القانون حددت الحكومة أن من يعين الهيئة العامة لسلطة البث والمكونة من 31 عضواً، تعين الحكومة 30 عضواً وواحداً بتوصية من الوكالة اليهودية (جمّال، 2005، ص: 126).

وينبثق عن الهيئة العامة للسلطة، هيئة إدارية مؤلفة من 7 أشخاص يرأسهم مدير عام وهو المسؤول الأول عن ما يتم نشره في الإذاعة، ويتم تعيينه من قبل رئيس الدولة وبتوصية من الحكومة (المصدر السابق، ص: 125)، بالتالي فإن التبعية للنظام السياسي واضحة من خلال عملية التعيين وتولي المسؤولية لمدير السلطة عن ما يتم نشره في الإذاعة.

ومع أن الجانب القانوني من خلال قانون البث العام 1965 حث على فصل سلطة الإعلام عن سلطة الحكومة و جعلها مستقلة تمارس أعملها بعيداً عن سلطة النظام السياسي، إلا أن الحكومة تستطيع أن التحكم في عمل المؤسسات الإعلامية من خلال قدرتها أولا على تحديد ميزانيتها في الكنيست من الناحية المالية وبالتالي يصبح تضييق على الميزانية في حال تخطي الخطوط الحمر التي تمثل السياسة العامة للدولة، ومن ناحية أخرى فالحكومة تستطيع أن تتحكم في عمل المؤسسات الإعلامية من خلال تحكمها في تعيين المدراء ومدراء الأقسام المختلفة، كما يؤكد ذلك، الصحافي "نيسم مشعل" من خلال بحثه حيث يقول أن سن تلك القانون جاء لدواعي سياسية وليست أيديولوجية خاصة بالإعلام، فسن القانون جاء نتيجة الخلافات الداخلية في حزب مباي واعتزال ديفيد بنغوريون عنه، وبالتالي أرادت القيادة السياسية أن تسن القانون للقول بأن الإذاعة شيء مستقل لوحدة وهبوط رغبة الصحافيين خوفاً من أن يمسهم أي ضرر إذا أحد منهم جاء مع طرف ضد الآخر (جمّال، 2005، 131).

عوامل اعتماد النظام السياسي على وسائل الإعلام

إن وراء اعتماد القيادة السياسية في إسرائيل على وسائل الإعلام سواء المحلية أو الدولية يترجم إلى عاملين مهمين أولهما ملكية الحكومة لوسائل الإعلام التي تبث باللغة العربية وبالتالي هي تعلم أنها لن تتعرض لابتزاز سياسي أو ضغط من طرف آخر حتى لو كان مالك الوسيلة طرف إسرائيلي ربما يعارض سياسة الحكومة في أوقات معينة، أو على الأقل هذه الوسائل، ويمكن اعتبار أن هذا النوع من الإعلام هدفه رئيسي وواضح ويخدم لهدف واحد (السرور، 2012، ص: 47).

أما العامل الثاني الذي يحدد درجة اعتماد المستوى السياسي على وسائل الإعلام فهو حاجة الحكومة الإسرائيلية للمساندة الخارجية، بحيث تستطيع الوصول إلى طرف ثالث ورأي عام آخر يساند الرأي الإسرائيلي ويعزز من قوته وفرض قراراته بأغلبية عالمية، لأن حشد وتحريك الرأي العام يصبح عاملاً حاسماً بالنسبة لبعض السياسيات والقرارات، ووسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية ليس فقط لاستمالة الرأي الفلسطيني وإنما يتعدى ذلك عربياً بل وكل من يستطيع أن يستوعب الرسالة باللغة العربية في العالم (المصدر السابق، 2012، ص: 49).

يعتبر الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية وخصوصاً ظهوره قبل قيام أية مؤسسات إعلامية فلسطينية أو مؤسسات بديلة يستقي منها المواطن الفلسطيني معلوماته، هو نوع من الإعلام السياسي الذي يعني ايصال معلومات للجمهور ذات مدلول سياسي وإخبارهم بما يجرى من أحداث وتداعياتها في الساحة السياسية، وبالتالي فإن اعتبار الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية إعلاماً سياسياً يترتب عليه القيام بعدّة وظائف من شأنها التأثير في المعرفة والإدراك والسلوك للفرد المتلقي، حيث تتلخص وظائفه في:

أولاً: التنشئة السياسية للأفراد، بحيث تكسب المواطن الفلسطيني المعتقدات والاتجاهات والقيم الأساسية والمدركات السياسية ونماذج السلوك السياسي الذي يرتبط ببيئة الأحداث

ومـا يـدور بحسـب مـا تقتضـيه الأهـداف السياسـية لـدى القيـادة، فإشـعال الأحـداث يـأتي مـن القـيم السـلوكية التـي تبثهـا الوسـائل الإسـرائيلية العربيـة فـي مرحلـة مـا، وقـيم السـلام والعدالـة والأمن وغيرها في أوقات تقتضي التهدئة وفق ما يرى المستوى السياسي.

ثانيـاً: التثقيـف السياسـي، وتمـارس تلـك الوظيفـة مـن خـلال تزويـد الأفـراد بجرعـات مـن الـوعي الموجه وفق ما يتماشى مع الرواية التاريخية الإسرائيلية التي تسوقها وتروجها.

ثالثـاً: التطـوير السياسـي للأفـراد، بمثابـة أن الإعـلام يمتلـك الكـم الأكبـر مـن المعلومـات فهـو الأكثـر قـدرة علـى التـأثير لـدى مـن يسـتطيعون فهـم مجريـات الأحـداث وهـي فـي الغالـب الطبقـة المثقفـة أي النخبـة مـن المجتمـع، وهـي بـذلك تكـون دور المعلـم والموجـه، فهـي بـذلك تسـتطيع تقـديم الأفكـار وفـق مـا تمتلـك مـن معلومـات، وتمـارس دور توسـيع أفـق الجمـاهير المسـتهدفة مـن رسـائلها بمعلومـات جديـدة وأفـق جديـد ورؤيـة جديـدة لمـا يجـري علـى الأرض (عبده، 2004، ص: 124).

دور الإعلاميين الإسرائيليين

يلعـب الإعلاميـون الإسـرائيليون دوراً خطيـراً فـي المعركـة الإعلاميـة التـي تخوضـها إسـرائيل أثنـاء الانتفاضـة فـي أنهـم يعتمـدون علـى المصـادر العسـكرية فـي الجـيش الإسـرائيلي لتـوفير معلومـاتهم، "ويحـاولون فـي ذات الوقـت إقنـاع الـرأي العـام لا سـيما الفلسـطيني بحياديـة تقـاريرهم وأنهـم لا يمثلـون الـذارع الـدعائي للحكومـة الإسـرائيلية بمختلـف أجهزتهـا"، وفـي هـذا إشـارة إلـى الشـراكة والتسـاوق مـا بـين المؤسسـة العسـكرية والإعلاميـة فـي إسـرائيل (عبـد الله، 2013، ص:45).

لـذا يـرى الساسـة فـي إسـرائيل ضـرورة تربيـة الإعـلام والإعلاميـين علـى الشـراكة مـع المؤسسـة العسـكرية والتـي تحقـق مصـالح عليـا عسـكرية وسياسـية لإسـرائيل أثنـاء الحـرب التـي يجـب

عليها لعب دور في احتواء الرأي العام هذا من جانب، من جانب آخر يعتبر الساسة في إسرائيل أن الإعلام الحيادي والذي لا يلعب دور انحياز في وقت الأزمة هو إعلام خارج عن الصف الوطني، وتدلل على ذلك رسالة نائب مدير التسويق في صحيفة معاريف للصحافيين خلال الحرب الثانية على لبنان، "أثبتت معاريف مجدداً على مدار أيام حرب لبنان الثانية أنها الصحيفة الأكثر وطنية من بين الصحف الثلاث الكبرى وعلى عكس يديعوت احرونوت وهارتس التين تصرفتا أثناء الحرب كما في سائر أيام العام ولم تبلور خطاً تحريرياً واضحاً" (المصدر السابق، ص: 47).

تأثير الإعلام على حراك القيادة السياسية في إسرائيل

علاقة المؤسسة السياسية بوسائل الإعلام الإسرائيلية تحددها توجهات المرحلة التي تعيش فيها الدولة وما تعكسه على طبيعة تعامل المؤسسات مع تلك المرحلة، وبالإشارة إلى فترة ما قبل إعلان الدولة كان الجدل محتدم بين الصحف انعكاس للجدل القائم بين الأحزاب السياسية وبقيت المرحلة الصحفية مستمرة بهذا النهج إلى أن غيّر شكل العلاقة بين السياسيين والإعلاميين حرب عام 1967 فان كافة التوجهات السياسية ركزت في خطابها على النصر الذي حققه الجيش الإسرائيلي وانعكس ذلك على الصحف ووسائل الإعلام، فالمرحلة السياسية تحدد العلاقة مع وسائل الإعلام مع العلم أن الهدف يبقى واحداً والأدوار بين الأطراف تتكامل غالباً رغم الصراع (عوض، 2006، ص: 31).

وتلعب الصحافة في إسرائيل دوراً مركزياً في التأثير على الحراك السياسي للقيادة، "تلعب دوراً في التأثير باعتبارها مركز ثقل كبير إلى درجة أن يقول احد الباحثين الإسرائيليين: إننا نخطو بصورة تدريجية ولكن منهجية نحو حكم ناشري الصحف في البلاد، إذ أن أصحاب الإعلام... يجعلون صحفهم وسائل مساعدة في دفع مصالحهم الاقتصادية والسياسية وبهذا يصبحون جهة حاكمة ليس أقل قوة من سلطة الحكم الرسمية" (المصدر السابق، ص:37).

كما تعمل أجهزة الإعلام والدعاية الإسرائيلي الداخلية والخارجية جنباً إلى جنب مع القيادة السياسية نتيجة لوضوح الإستراتيجية العامة للإعلام وخصوصاً على الصعيد الخارجي لأنه يمثل الضمانة القوية والمتينة للوجود الإسرائيلي وإعطاءه الشرعية في البقاء ونجاح المشروع الصهيوني منذ البدايات، فالتمسك الإسرائيلي بالضمانة الدولية التي تمثل الدعم الخارجي مرهون بقوة الإعلام والدعاية التي تروج الرواية التاريخية وتستمر في تذكير العالم بالتاريخ اليهودي المتخيل (بدر، 1998، ص:293).

تخضع الإذاعة الموجهة للسيطرة المباشرة لحكومتها، لأن ما تقدمه الإذاعات خاص بالجمهور الأجنبي الخارجي وبالتالي يمكن أن يؤثر على العلاقات الخارجية مع الدول الأخرى، فالحكومة هي التي تختار اللغات المستخدمة وطريقة عرض المضمون ومعالجة الأحداث وقولبتها (الحلواني، 2008، ص: 46).

العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والقيادة في أوقات الصراع

تتبلور العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وبين القيادة السياسية في أوقات الصراع والحروب على أساس العمل المشترك، ولا يتوقف دور الإعلام على نقل المعلومات والأحداث للجمهور والقيادة السياسية، بل يتطور دوره ليؤثر على اتجاهات الأفراد ويشكل رأي عام يدعم موقف المستوى السياسي، "وهو ما عبر عنه نابليون بونابرت بالقول: إن أربع جرائد معادية تحدث ضرراً يفوق الضرر الذي يحدثه مائة ألف جندي في حملة عسكرية" (لمجد، 2013، ص: 28).

ففي أوقات الأزمة تنشط السياسة الخارجية للدول باستخدام أدواتها حيث يعتبر الإعلام الدولي أحد أدوات السياسة الخارجية، بحيث يكون أحد العناصر العسكرية والاقتصادية والدبلوماسية التي تتفاعل من أجل تحقيق الأهداف العليا للصراع، ويركز الإعلام الدولي على الجانب النفسي لجيوش العدو ولجماهير شعبه، يكون أداة الدولة في استرخاء الثقة

لـديهم وفـي حسـم المعركـة مسـبقاً بالحـديث الإعلامـي والأفكـار الوهميـة غيـر الحقيقيـة (الأقطش،1999، ص:66).

الاعلام الاسرائيلي خلال انتفاضة الأقصى

معظـم الصـحفيين فـي وسـائل الإعـلام الإسـرائيلية التـي تبـث باللغـة العربيـة أو العبريـة كـانوا مجنـدين خـلال الانتفاضـة الثانيـة (الأقصـى)، بدايـة مـن رصـد الأحـداث ونقلهـا بعـد قولبتهـا فـي شـكل يخـدم ويوجـه الـرأي العـام الاسـرائيلي والفلسـطيني ايضـاً، وكـذلك تعـدت أدوار الصـحفيين الإسـرائيليين تلـك الخطـوات الـى مجابهـة السياسـيين الفلسـطينيين الـذين كـانوا يستضـيفونهم فـي المقـابلات، ومـنهم مقابلـة الـدكتور الشـهيد زيـاد ابـو عـين فـي بدايـة الانتفاضـة عـام 2001، حينمـا استضـافه الصـحفي اريـه جـولان علـى اثيـر الاذاعـة الاسـرائيلية الثانيـة (ريشـت بيـت)، وعنـدما تحـدث ابـو عـين عـن السـبب فـي انـدلاع الانتفاضـة أثـار غضـب جـولان ممـا دفعـه للقـول أنـه وبـالرغم مـن قبـول الفلسـطينيين للحـرب فلهـم ذلـك وأن اسـرائيل هـي دولـة قويـة، فـرد عليـه أبـو عـين أن الفلسـطينيين لا يريـدون غيـر السـلام ولكـن الاسـرائيليون لا يريـدون دفـع ثمن تلك السلام (ناطور، 2001، ص: 49)

فمنـذ الأيـام الأولـى لبدايـة الانتفاضـة شـهدت انفـلات إعلامـي موجـه ويتبـع سياسـة التحـريض المفـرط ضـد الفلسـطينيين فـي جميـع امـاكن تواجـدهم، حتـى إنـه اختـرق ادبيـات واخلاقيـات الاعـلام فـي النظـام الاسـرائيلي الـذي يـدعي نفسـه ديمقراطيـاً، فمـن المفتـرض أن قـام متسـاوي لوجهـات النظـر، ولكنـه ركـزّ علـى الجانـب الاسـرائيلي وتـرك المعانـاة الفلسـطينية رغـم النقـد الموجـه لـه والاعتـراف الصـريح مـن بعـض الصـحفيين بعـد الحيـاد والموضـوعية (فـرح، 2001، ص:135).

ومـن الواضـح أن الـوعي الفلسـطيني للتحـريض الاسـرائيلي وللتضـليل الاعلامـي والتعتـيم الممـنهج علـى بعـض القضـايا أدى إلـى عـزوف الجمهـور الفلسـطيني عـن مشـاهدة ومتابعـة القنـوات الاسـرائيلي وخصوصـاً التلفزيـون الاسـرائيلي، فـالأداء الاعلامـي أدى إلـى عـزوف

الجمهور عن متابعة الأحداث واستقائها من الجانب الإسرائيلي، حتى أن المجلس الاسرائيلي لمراقبة مشاهدة التلفزيون فوجئ بهبوط نسبة المشاهدين العرب للتلفزيون الاسرائيلي فأوصى بالاهتمام بالمواطنين الفلسطينيين، وبعد ذلك جاء قرار الحكومة الاسرائيلية باستغلال كل البث العربي في التلفزيون برسائل دعائية الى الجمهور العربي بأسره (المصدر السابق، ص: 136).

انتهج الإعلام الإسرائيلي خلال الانتفاضة أسلوب تغييب الفلسطيني ومعاناته، فلم يكن الإعلام طرفاً محايداً ولم يكن موضوعياً، فحتى وإن كان يخدم القيادة السياسية في إسرائيل، فإن تغييب جهاز اعلامي كامل لمعاناة الفلسطينيين وحصار اكثر من 3 ملايين فلسطيني في مدنهم وقراهم، وارتقاء عشرات الشهداء منهم يومياً ليس له أي مبرر أن يتجاهل الإعلام الإسرائيلي بشكل تام كل ذلك، فهو ليس مطلوب منه أن يكون موضوعياً وشفافاً، وانما جزء قليل من المهنية، لدرجة أن تلك التغطية تثير التساؤلات في إسرائيل حول مهنية الاعلام (ناطور، 2001، ص: 51).

وخلال سنوات الانتفاضة كان الصحفيون الاسرائيليون والمحللون للشؤون العربية والناطقون باسم الحكومة الاسرائيلية والجيش هم أبطال الصحافة، وجميع كلماتهم تحريضية وتنفي ما يجري للشعب الفلسطيني، وإنما يصورون باستمرار أن الجندي الإسرائيلي هو هدف كل فلسطيني، وكذلك في بداية الانتفاضة أن الرئيس الفلسطيني الشهيد ياسر عرفات لم يعد شريك السلام، بل عاد ليمارس (الارهاب) وخاصة بعد أن اعلن ايهود باراك أن عرفات لم يعد شريك للسلام، وكذلك اتسم الإعلام الإسرائيلي خلال فترة الانتفاضة بنفي الفلسطيني وعدم الموازنة في اخذ ردود الفعل الفلسطينية والإسرائيلية، كما أن التلفزيون الإسرائيلي كان يأخذ بعض الصور للقصف من التلفزيون الفلسطيني ويعرضها على أنها دعائية وملفقة وتريد إدانة اسرائيل فقط (المصدر السابق، 2001، ص: 56).

آليات الإعلام الإسرائيلي في تغطية الأزمات العسكرية

1- تغييب الإعلام الاسرائيلي للمواطن الفلسطيني، فقد تميل الأغلبية العظمى من التقارير الاخبارية الى تغييب ردود فعل المسؤولين الفلسطينيين، اضافة إلى عرض الفلسطيني في إسرائيل على انه مجرم وعنصر تهديد أساسي للنظام الاجتماعي اليهودي والدولة.

2- استقاء غالبية المعلومات في التقارير الاخبارية من المصادر العسكرية، فالنسبة تبلغ 62% من التقارير التي تحدثت عن الفلسطينيين كانت مصدرها الأول جهات الأمن الإسرائيلية وكذلك الجيش وجهات عسكرية، ويفسر ذلك على أن الصحفيين الإسرائيليين يعملون على إعادة توجيه تقارير المؤسسة العسكرية فقط، والتي تهدف الى ضبط انسياب المعلومات كما تريد كماً ونوعاً.

3- انتقاء الصحفيين الذين يتمتعون بولاء عالٍ جداً للدولة وسياستها، فقد بلغت النسبة 92% من الصحفيين الذين غطّوا انتفاضة الأقصى، هم من اليهود الاسرائيليين بالمقارنة مع 9% فقط من العرب.

4- انتهاج استراتيجية "لوم الضحية" من أجل تبرير الاستخدام المفرط للعنف، ففي عمليات القصف المفرط من القذائف والصواريخ على التجمعات السكانية الفلسطينية وكذلك استهداف الأطفال ومنهم الطفل محمد الدّرة، استخدم الناطقون باسم الحكومة الاسرائيلية اللوم الكبير على القيادة الفلسطينية والمواطن الفلسطيني ولومهم واتهامهم بإشعال العنف من أجل تبرير عدد الضحايا (ريناوي، 2002، ص: 70).

الحرب الاسرائيلية الدعائية والنفسية خلال الحرب على غزة

أ. الحرب الدعائية

لعب الإعلام الإسرائيلي في الحروب الأخيرة على قطاع غزة دوراً بارزاً إلى جانب القوة المستخدمة وحشد الامكانيات العسكرية والأمنية، وكان الإعلام أداة الحرب النفسية والمعنوية حيث طبّق العديد من مظاهر الحرب بالدعاية الاعلامية، وكان أبرزها:

1- التحضير الإعلامي المسبق: حشد جيش اعلامي كبير وتدريبه، وحسبما يقول البروفيسور (دوف شنعار) المحاضر في جامعة بن غوريون ببئر السبع أن اسرائيل تعلمت من تجاربها السابقة استخدام العلاقات العامة ووسائل الاتصالات الموجهة للدبلوماسيين والجمهور وتعريف العالم عن أسباب الحملات العسكرية.

2- أسلوب السيطرة الإعلامية: التبرير المسبق للجرائم الفظيعة، وجاء على كافة المستويات الاعلامية حتى أن وزارة الخارجية وزّعت كراس مكتوب فيه جملاً معينة، ليسمعها الجمهور كل يوم وفي مجمل مضمونها تحميل حركة حماس المسئولية الكاملة.

3- أسلوب التعتيم الإعلامي: الشراكة بين الصحفيين والمراسلين وبين القيادة السياسية وكذلك العسكرية في الميدان حول ماهية ونوعية المعلومات التي يجب التصريح بها وحول الأخبار التي يجب تضليلها وأخرى التعتيم عليها ونفيها او تجاهلها (شقير، 2013).

ب. الحرب النفسية

تعتبر الحرب النفسية من أخطر أنوع الحرب في أضعاف معنويات الطرف الآخر، وتقوم إسرائيل في حروبها ضد الشعب الفلسطيني في قطاع غزة على استخدام مجموعة من التطبيقات النفسية، أبرزها:

1- الخداع والتمويه، فقد مارس الإعلام في هذه الزاوية دور في طمأنة الفلسطينيين بأن اسرائيل لن تخوض الحرب في مرحلة مبكرة، وان طبول الحرب لم تدق بعد، وفي الحقيقة

ان إسرائيل من وراء ذلك كانت تريد تحقيق عنصر المفاجأة كمبدأ لنظريتها في الحرب (نظرية الحرب الخاطفة).

2- سيكولوجية الأسماء والمصطلحات، حيث روّج الإعلام الإسرائيلي استخدم أسماء للحروب، والتي اختارها خبراء نفسيون مثل : "عامود السحاب" أو "الرصاص المصبوب".

3- المساهمة في تضخيم الخسائر البشرية في صفوف المدنيين الفلسطينيين من أجل التأثير في المدنيين والمقاومين، والذي بدوره يشكل ضغطاً اخلاقياً لوقف المعركة (المصدر السابق، 2013).

ووفقاً للأرقام التي تم نشرها فان الخسائر البشرية في صفوف المدنيين بلغت 83% من مجمل الخسائر، فقد رصدت وزارة الصحة الفلسطينية والمرصد الاورومتوسطي لحقوق الانسان استشهاد 2174 فلسطينياً، منهم 1147 مدنياً، والبقية من العسكريين بنسبة 13%، كما أن العبء الانساني شكلاً ضغطاً كبيراً على المقاومة، وهذا ما يتوافق مع ما ذكر سابقاً بأن السياسة الاستراتيجية ضمن نظرية الحرب الخاطفة تحاول استخدام القوة المفرطة وايقاع اكبر قدر ممكن من الخسائر البشرية التي من شأنها تشكيل ضغط اخلاقي على المقاومة لوقف القتال (الطاهر، 2014، ص: 93).

دور الرقابة العسكرية الاسرائيلية على الاداء الإعلامي

الرقابة تهدف إلى ضبط العلاقة ما بين الإعلام والقضايا الأمنية، لذا تعتبر المصلحة الأمنية هي معيار الرقابة العسكرية على الإعلام الإسرائيلي، حيث يتعاون الإعلام مع القيادة السياسية في عدم نشر بعض المعلومات التي تعتبر أسراراً عسكرية أو أمنية لإسرائيل (دبوق، 2005، ص: 142).

تعتبر الرقابة العسكرية من أشكال العمل المشترك بين الصحف والمؤسسة الأمنية، فكل معلومة تمثل مكسب للخصم يجب ان يتم عرضها على الرقيب العسكري ويقوم بالبت

بنشـرها او الـتحفظ وعـدم النشـر، وبالتـالي فـإن الإعـلام يعمـل ضـمن اسـتراتيجية عسـكرية تراعي الأمن كأولوية (المصدر السابق، ص:143).

وفـي إطـار العمليـة الرقابيـة، اسـتخدمت وسـائل الإعـلام الإسـرائيلية عـدداً مـن المصـطلحات الانتقاليـة للدلالـة والتعبيـر فـي كـل مـا يتعلـق بالأحـداث التـي تخـص إسـرائيل واليهـود والجـيش الإسـرائيلي والعلاقـات الإسـرائيلية فـي الخـارج وغيراهـا، وفـي إطـار علاقـة منسـجمة بالأهـداف مـا بـين الإعـلام والمؤسسـة الأمنيـة، مـل مصـطلح يهـودا والسـامرا، وعمليـات إحبـاط موضـعية (المركز الوطني الفلسطيني للمعلومات، 2014).

خلاصة

لا يعتبر الصحفي الإسرائيلي صاحب قلم حر وموضوعي ويقف على الحياد، إنما صاحب بندقية صامته تستهدف الروح المعنوية والنفسية للجمهور الفلسطيني، فلا يتوانى الإعلامي الاسرائيلي على نشر معلومة أو خبر أو مقال دون أن يغرس داخلها العامل السياسي والأمني الذي يخدم حكومة الاحتلال ويراعي الاستراتيجية العامة.

وبالتالي فإننا نجد الرواية الاسرائيلية تكاد تكون موحدة على لسان كافة الإعلاميين وفي قوالب وأشكال مختلفة وفي وسائل متنوعة، ومع ان لهذا الشكل فاعلية كبيرة على مستوى التأثير إلا أنه لا يمثل إعلاماً حراً وموضوعياً ومهنياً، فالصحفي داخل جهاز الاعلام الإسرائيلي يعمل ناقلاً للخبر ليس منتج، ويقوم بنقل الخبر الموجه والمسيس من قبل القيادة.

المراجع

كتب

بـدر، أحمـد. **الإعـلام الـدولي: دراسـات فـي الاتصـال والدعايـة الدوليـة**. دار قبـاء للطباعـة والنشر والتوزيع. مدينة العاشر من رمضان. القاهرة. 1998.

الحلـواني، مـاجي. **مـدخل الـى الفـن الإذاعـي والتلفزيـوني والفضـائي، ط2**. عـالم الكتـب. القاهرة. 2008.

حوّات، محمد. **الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية**. مكتبة مدبولي. القاهرة. 2006.

جبـارة، صـفاء. **الخطـاب الإعلامـي بـين النظريـة والتحليـل**. دار أسـامة للنشـر والتوزيـع، الطبعة الأولى. عمّان. 2009.

جمّـال، أمـل. **الصـحافة والإعـلام فـي إسـرائيل**. المركـز الفلسـطيني للدراسـات الإسـرائيلية (مدار). رام الله. 2005.

السـرور، عـلام. سـؤدد الألوسـي. **وسـائل الإعـلام والصـراعات السياسـية**، الطبعـة الأولـى. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. 2012.

السـعدي، غـازي، منيـر الهـور. **الإعـلام الإسـرائيلي**. دار الجليـل للنشـر والأبحـاث والدراسـات الفلسطينية، الطبعة الأولى. عمان. 1987.

شـبيب، سـميح. **دراسـات إعلاميـة**. المؤسسـة الفلسـطينية لدراسـة الديمقراطيـة. رام الله. 2004.

شـومان، محمـد. **تحليـل الخطـاب الإعلامـي "أطـر النظريـة ونمـاذج تطبيقيـة"**. الـدار المصـرية اللبنانية. الطبعة الأولى. القاهرة. 2007.

الشريف، سامي. **قضايا في الإعلام الدولي**. دار النهضة العربية. 22 شارع عبد الخالق ثروت، القاهرة. 2007.

عبد الله، حسام. **الإعلام الإسرائيلي بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009 "الصحافة المكتوبة نموذجاً"**. رسالة ماجستير. جامعة القدس. 2013.

عبده، عزيزة. **الإعلام السياسي والرأي العام-دراسة في ترتيب الأولويات**. دار الفجر للنشر والتوزيع، 4 شارع هاشم الأشقر النزهة الجديدة. القاهرة. 2004.

عوض، احمد رفيق. **لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي**. المجلس الأعلى للتربية والثقافة في منظمة التحرير الفلسطينية. الطبعة الأولى. رام الله. 2006.

الأقطش، نشأت. الإرهاب الفكري للإعلام. مركز الوطن. الطبعة الثانية. الخليل. 1999.

كميل منصور واخرون. **دليل إسرائيل العام 2011**. مؤسسة الدراسات الفلسطينية. رام الله. 2011.

لمجد، شهرزاد. **الإعلام وإدارة الأزمات "الإعلام الأمريكي نموذجاً"**. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمّان. 2013.

المسيري، عبد الوهاب. **في الخطاب والمصطلح الصهيوني**، الطبعة الأولى. دار الشروق، 8 شارع سيبويه المصري. القاهرة. 2003.

يسين، السيد. **تشريح العقل الإسرائيلي**، الطبعة الأولى. ميرت للنشر والمعلومات، 2 ب ش قطر النيل. القاهرة .2000 .

مجلات

خضـــر، محســـن. الهيمنـــة الاتصـــالية وتحـــدياتها الثقافيـــة والتربويـــة فـــي المجتمـــع العربـــي المعاصر. **مجلة الكلمة**. العدد 39. منتدى الكلمة للأبحاث والدراسات. بيروت. 2003.

رينـاوي، خليـل. الاحـتلال الجديـد. **مجلـة قضـايا إسـرائيلية، العـددان 6،7**. المركـز الفلسـطيني للدراسات الإسرائيلية –مدار. رام الله. 2002.

دبـوق، يحيـى. الرقابـة علـى الإعـلام فـي إسـرائيل. **مجلـة شـؤون الأوسـط، العـدد 119**. مركـز الدراسات الاستراتيجية. القاهرة. 2005.

الطـاهر، معـين. غـزة: قـراءة أوليـة للحـرب. **مجلـــة الدراســـات الفلســـطينية، العـــدد 100**. مؤسسة الدراسات الفلسطينية. رام الله. 2014.

عبـد الكـريم. الإعـلام الإسـرائيلي الموجـه إلـى العـرب. **مجلـــة الوحـــدة**، العـدد 54. المجلـس القومي للثقافة العربية. الرباط. 1989.

فـرح، جعفـر. الفلسـطينيون فـي إسـرائيل ومواجهـة إعـلام متحيّـز! . **مجلـــة قضـــايا إســـرائيلية. العدد 4**. المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية– مدار. رام الله. خريف 2001.

نـاطور، سـلمان. الإعـلام الإسـرائيلي والانتفاضـة: اسـتنفار لصـالح المؤسسـة. **مجلـــة قضـــايا إســـرائيلية. العـــدد 4**. المركـــز الفلســـطيني للدراســـات الإســـرائيلية– مـــدار. رام الله. خريـــف 2001.

مراجع الكترونية

أبـو عـامر، عـدنان. **الإعـلام الإسـرائيلي وانتفاضـة الأقصـى**. غـزة. 2012، اسـترجعت بتـاريخ: 30-4-2014.

http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D9%84%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%82%D8%B5%D9%89.pdf

شـقير، عـاطف. **الحـرب النفسـية الاسـرائيلية فـي الاراضـي الفلسـطينية**. غـزة. 2014، استرجعت بتاريخ 2014/12/10.

http://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2014/01/30/319050.html

المركز الوطني الفلسطيني للمعلومات، وفا. استرجعت بتاريخ 2014/12/9

http://www.wafainfo.ps/atemplate.aspx?id=8788

الفصل الثالث

الترجمة من الإعلام الاسرائيلي (العبري) ونشرها في الإعلام الفلسطيني

-تمهيد

أولاً: تأثير الترجمة على الثقافات

- تأثير الترجمة من اللغات الاجنبية على الثقافة العربية.
- أثر الترجمة من اللغة العربية على الشعوب الاجنبية.
- دور الترجمة في مساعدة الاحتلال.

ثانياً: الترجمة من الإعلام الإسرائيلي (العبري)

- أهمية الإعلام العبري بالنسبة للحكومة الإسرائيلية.
- أهداف الترجمة الفلسطينية من الإعلام العبري.
- خطر الترجمة دون وجود وعي سياسي.
-الحاجات التي تلبيها الترجمة وسبب اللجوء اليها.
- تجربة إذاعة الحرية في الترجمة خلال حرب 2014.

تمهيد

تقوم وسائل الاعلام الفلسطينية بترجمة الأخبار والتقارير والمواد الاعلامية بشكل عام من وسائل الاعلام الاسرائيلية من اللغة العبرية الى اللغة العربية وبثها في الاعلام الفلسطيني سواء المطبوع أو المسموع والمرئي وعبر وكالات الانباء الالكترونية.

تعتبر الترجمة واحدة من الأساليب التي يتم من خلالها وصول المعلومات والمواد الإعلامية الإسرائيلية إلى الجمهور الفلسطيني، وبالرغم أن الترجمة من الاعلام العبري ليست اسلوب جديد، إلا انها انتشرت بشكل كبير، وأصبحت ظاهرة عند معظم وسائل الاعلام الفلسطينية وخاصة وقت الأزمات وبالتحديد خلال الحروب على قطاع غزة.

يقوم المذيع أو المحرر في وسائل الاعلام الفلسطينية بمتابعة الاعلام العبري وترجمة ما يراه يخدم اهتمامات جمهور مؤسسته ويتماشى مع أهدافها وسياستها التحريرية، ولاشك أن لهذه الترجمة تأثير على الجمهور الفلسطيني، وبالتحديد على عينة الدراسة.

ولأنني لم أجد دراسات سابقة حول تأثير ترجمة الاعلام الفلسطيني للأخبار العبرية أنها باتت ظاهرة حديثة، قمت بإجراء مجموعة من المقابلات مع رؤساء تحرير الوسائل الاعلامية التي تقوم بالترجمة للوقوف على هذه الظاهرة ومعرفة أبعادها واسبابها والحاجة المهنية التي يحققها الاعلام الفلسطيني من خلالها، وكذلك مدى تأثيرها على عينة الدراسة.

تأثير الترجمة من اللغات الأخرى على الثقافة العربية

لا يقتصر تأثير الترجمة من اللغات الأخرى للغة العربية على نقل الألفاظ فحسب، وإنما يمتد التأثير إلى استحداث منظومات جديدة من المصطلحات والألفاظ والتراكيب الجديدة، إضافة إلى التأثير الثقافي والحضاري من خلال نقل القيم والعادات وطرائق الحياة الذي يترجم إلى التأثير السلوكي (إبراهيم، 2013، ص: 23) وهو أقوى أنواع التأثير وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي يبدأ فيها التأثير بنقل المعلومات وإيصالها إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام والاتصال وإذا ما تفاعل الفكر مع هذه المعلومات يحدث تأثيراً فكرياً ومعرفياً في منظومة تفكير الأفراد وربما يمتد التأثير إلى الدرجة الثانية وهي التأثير العاطفي بكل أشكاله، والدرجة الثالثة من درجات التأثير وهي الأقوى تتمثل في التأثير السلوكي الذي يعتبر تقمص الآخر أبرز مظاهره (أبو الحسن، 2006، ص: 130).

تعبِّر اللغة عن الإنسان ومستواه وفكره وموروثه الثقافي، وكذلك فإن تاريخ الإنسان وفعله وإنتاجه يمكن أن تعكسه الترجمة من خلال تناقل الإنتاج الحضاري والفكري، فالترجمة أسلوب مهم في الانفتاح على الآخرين والاطلاع على أفعالهم، فتختلط الأفكار وتزداد المعرفة وتتزاوج أفكار الذات والهوية الوطنية مع أفكار الآخرين، لتنتج فكراً جديداً خليطاً ومتيناً، فالذات مهمة واحتكاكها بالآخر من الأهمية بما كان لكي تتطور، ولكن ثمّة حذر هنا من انحراف مسار التحوّل السلبي خلال عملية تطوير الذات، فحفظ الهوية من فكر الآخر يقتضي الاستمرار في الإنتاج والحفاظ على الكيان (إبراهيم، 2013، ص: 25).

في معادلة الترجمة عنصران مهمان هما: عنصر الهوية الذاتية وعنصر الآخر، ويكون احدهما أقوى من الآخر، فالأضعف دائماً مجبراً على الخضوع بالقوة للآخر، أو ينغلق على نفسه ولا يطور في ذاته لكي لا يفقد خصائصه، وربما ينفتح ليواكب التطور والتفوق، والحذر هنا عندما تبدو الهوية الوطنية مشروع حضاري جديد تشكل الترجمة فيه عصبه المركزي (المصدر السابق، ص: 26).

وللترجمة أثر كبير في المجال الثقافي والعلمي والفكري للمجتمعات التي تترجم عن الآخر، فالثقافة العربية والإسلامية كان لها تأثير كبير على المجتمعات الأجنبية التي نقلت عن مفكريها العلوم، وفي ذات الوقت تأثرت في مراحل متعددة من حياتها عن طريق الترجمة لاسيما عن الفرس واليونان وفي العصور الأموية والعباسية، حيث أضفت الترجمة تأثير واسع في الشعر والفن والأدب والنثر، ولأن الشعر كان الخزّان المركزي الذي يضع فيه العرب موروث الحضارة والحياة الخاصة بهم فإن التأثير بات واضحاً على شعرائهم وأدباءهم، وتأثر العرب في الفكر فترجموا كتب الفلسفة والفكر والطب، وبعض الخلفاء تأثر بطريقة الحكم عن طريق تتبع سير حكّام الشعوب الأخرى (حمرون، 2009، ص: 207).

وأبرز مظاهر تأثر العرب في العصر العباسي بالآخرين، تلوّن الحركة الثقافية بالفرس كثيراً، فالشاعر العتابي العربي تثقف الفارسية وعندما سئل عن وجود بعض المعاني الفارسية في شعره، كان يجيب وهل المعاني إلا في لغة العجم: اللغة لنا والمعاني لهم، وهل يدل على أن الشعر كان يقتبس معانيه من ثقافة الآخر، وكذلك من مظاهر التأثير هو ترجمة بعض القصص ككتب كليلة ودمنه وهزار افسانة هي من الكتب التي بنت عليها الأجيال الحالية قصصها الأدبية وأصبحت مدارس للنثر في المؤسسات العربية، ومن آثار الترجمة أيضاً اعتناق بعض العرب عادات دينية فارسية في العصر العباسي إذ يقول شوفي ضيف أن بعض العرب أصبح ثنوياً مانوياً على نحو ما كان صالح بن عبد القدوس، وكذلك إتباع منهج المزدكية والتي تعني العكوف والتخلل الخلقي والمجون والاندفاع في إباحية مسرفة (المصدر السابق، ص: 209).

أثر الترجمة من اللغة العربية على الشعوب الأجنبية

وللترجمة من الثقافة والفكر العربي أثر كبير في حياة الشعوب الأجنبية التي نقلت عن العلماء العرب ما توصلوا إليه من معرفة في الرياضيات والفلك وما اشتهروا به في الكيمياء والطب وغيرها من العلوم الأخرى، خاصة في عهد الخليفة المأمون الذي نشطت في عصره الترجمة وعمل على إنشاء معهد يضم مصادر لمختلف العلوم، فهذا المرصد العلمي ضمَّ ثلةً من العلماء الذين برزوا في مجال علم الفلك والجغرافيا والرياضيات والطب والكيمياء، ونقلت عنهم الشعوب الغربية والأجنبية واستنارت بما توصلوا إليه، وأشتهر منهم عدّة أسماء رسّخها التاريخ، فمنهم محمد بن موسى الخوارزمي في علم الجبر والرياضيات، وجابر بن حيّان في علم الكيمياء، يوحنا بن ماسوية في علم الطب والتشريح (المصدر السابق، ص: 211-212).

دور الترجمة في مساعدة الاحتلال

امتد تأثير الترجمة وتطوّر مع تطوّر الحياة وما رافقها من ظروف وظواهر سياسية واجتماعية، ففي حالات الاستعمار والاحتلال التي شهدتها مناطق مختلفة من العالم، برزت الترجمة كأسلوب في التواصل مع الشعوب المحتلة من ناحية ومن ناحية أخرى أداة المحتل في التغلغل الثقافي والاستعمار الفكري والعقلي لهذه الشعوب.

وما يؤكد ان الترجمة صاحب الحركة الاستعمارية الحديثة وتلازمت مع الجهود الاستشراقيّة هو ما قام به نابليون بونابرت خلال حملته على مصر من تأسيس للمجمع العلمي الذي ضمّ المفكرين والباحثين من مختلف العلوم وقام في أساسه على الترجمة من اللغات الأخرى لا سيما الفرنسية، كما جلب معه المطابع المشهورة، فالاستشراق جزء لا يتجزأ من الاحتلال وبحسب إدورد سعيد فالاستشراق و اسلوب من الفكر قائم على تمييز وجودي-

انطولـوجي بـين الشـرق والغـرب، وايجـاد سـبيل للتواصـل بـين الطـرفين تحـت اطـار المصـلحة المشتركة وهو اسلوب من اساليب السيطرة وفرض النفوذ (جموعي، 2011، ص: 54).

وبالتـالي فـإن ترجمـة مـا يقولـه الاخـر وإن كـان بهـدف فضـح نوايـاه واهدافـه، واتاحـة فرصـة لنـا لمعرفـة كيـف يفكـر الاخـر، مـع ذلـك قـد تكـون نتـائج الترجمـة عكسـية لأن الترجمـة تغفـل أحيانـاً نقـد النوايـا بطريقـة قويـة نتيجـة الكـم الهائـل مـن المعلومـات فـي وقـت قياسـي وقصـير يقـوم بـه الاعـلام، كمـا ان المـواد المترجمـة تعتبـر مـواد تـم اختيارهـا بقصـد فـإن التـأثير يكـون انتقـائي يتماشـى مـع أفكـار المتـرجم وبتـالي يوجـه الجمهـور بطريقـة تتماشـى مـع اهدافـه ورؤيتـه، فـالمواد المترجمـة فـي الغالـب تـدعم التوجـه الفكـري وضـمنياً نكـون نشـجّع مـا نقـوم بترجمتـه (المصـدر السابق، ص: 56).

وفـي الاحـتلال الفرنسـي للجزائـر، يقـول الـدكتور جمـار كركـار المحاضـر فـي جامعـة الجزائـر أن الاحـتلال الفرنسـي للجزائـر رافقـه حركـة ترجمـة كبيـرة مـن الجانـب الفرنسـي الـذي اسـتقطب العشـرات مـن المتـرجمين للغـات العربيـة والفرنسـية، حيـث قـاموا بنقـل المـوروث الثقـافي والفكـري الجزائـري الـى الفرنسـية والعكـس بـأنهم عملـوا علـى ترجمـة الفكـر الفرنسـي والنظـام السياسـي ونظـام الحكـم لفرنسـا الـى اللغـة العربيـة، والمترجمـون هـم مـن الفرنسـيين ومـن العـرب علـى حـد سواء (كركار، 1979، ص: 250).

واهـتم المترجمـون الجزائريـون بترجمـة الكتـب الفرنسـية لاسـيما كتـب الفقـه فـي الحكـم والقـانون المـدني الفرنسـي، وكـان المترجمـون الجزائريـون يعتبـرون أن هـذه الترجمـة تفيـد الشـعب وتعرفـه بالفرنسـيين المحتلـين وقـوانينهم المدنيـة والسياسـية، ولعّـل ابـرز أخطـاءهم انهـم بـالغوا فـي مـدح القـانون الفرنسـي، وأنهـم كـانوا يبـررون أخطـاءه، وانتشـرت هـذه الظـاهرة فـي الجزائـر بعـد الحركـة النشـطة فـي ترجمـة الفرنسـيين لمعظـم كتـب الفقـه الاسـلامي واخضـاع كـل المحـاكم والقضـاة الـى الفقـه الفرنسـي باللغـة الفرنسـية فـي كـل تفاصـيل الحيـاة والأحكـام حتّـى أحكـام الـزواج والطـلاق وغيرهـا مـن التفاصـيل الدقيقـة فـي النظـام القضـائي (المصـدر السـابق، ص: 255).

واهتمت سلطة الاحتلال الفرنسي في الجزائر الى التعرف على كافة القوانين التي تحكم القبائل في كافة أنحاء البلاد وبالتالي عمدت على ضرورة ترجمتها الى الفرنسية لدراستها واخضاعها للتغيير بطريقة تخدم مصالحهم، وبعد التغيير يتم تعميمها بالفرنسية الأمر الذي يضطر الى اعادة تحويلها الى العربية عن طريق المترجمين الجزائريين الى اللغة العربية أو الاندفاع الى تعلّم اللغة الفرنسية والتعرف على قوانين حكم الاحتلال الفرنسي المعمول بها في المحاكم المدنية والعسكرية التي تسيطر عليها السلطات الفرنسية (المصدر السابق، ص: 257).

الترجمة من الإعلام الإسرائيلي

ووفقاً لما استعرضناه في السابق من إطار نظري لتأثير الترجمة من الشعوب الأخرى سواء على مستوى المعرفة للعلوم او الفكر والفلسفة والشعر والتراث والأدب، او على مستوى السلوك الذي يدفع الى تعلّم اللغات او ادخال بعض المصطلحات الى الحياة اليومية اكراهاً في حالات الاحتلال او طوعاً في حالات الانتاج الأدبي والفكري... سنحاول فهم تأثير الترجمة من اللغة العبرية في الإعلام الإسرائيلي الى اللغة العربية عن طريق الصحفيين الفلسطينيين والمترجمين والمحللين السياسيين.

أهمية الإعلام العبري بالنسبة للحكومة الإسرائيلية

حول أهمية الإعلام الإسرائيلي بالنسبة للحكومة الإسرائيلية يصف رئيس تحرير شبكة معاً الإخبارية الدكتور ناصر اللحام بأن الإعلام الإسرائيلي مكون أساسي من مكونات دولة إسرائيل، ويلحق كلمة الإعلام بكلمة التحريض، أي أنه الإعلام بمفهومه التحريضي وليس الموضوع.

ويقول اللحام أن الإعلام الإسرائيلي وقت الحرب يصبح جندي مجند عند المؤسسة الأمنية والعسكرية، ولا يمكن لإسرائيل أن تسمح لأي وسيلة إعلام أن تشذ عن إستراتيجيتها في وقت الأزمات... ودلالة الأهمية بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام أن إسرائيل حاربت استخدام أفراد الجيش للهواتف النقالة ولبرامج التواصل الالكتروني وقت الحرب مثل الواتس أب والفيسبوك.

وبالتالي يؤكد انه ليس بالصدفة أن يقرر الكنيست الإسرائيلي لا بمنع بيع أي مؤسسة إعلامية لغير اليهود، وهذا كان شيء مفصلي في عام 2013 عندما كادت صحيفة معاريف أن تفلس وحاول بعض الأمريكان شراؤها، إلا أن الكنيست منع أن يكون الإعلام إلا ليهودي وحتى لو كان إسرائيليا.

ويدعم منجد جادو – رئيس تحرير شبكة فلسطين الإخبارية PNN ما يقوله اللحام بأن الإعلام الإسرائيلي تحريضي وهو ليس برئ في الصراع العربي الإسرائيلي، سواء كان يتبع الحكومة الإسرائيلية أو يتبع الأحزاب اليسارية أو اليمينية، ويقول أنه إعلام مُسيّس، لكنه يفرق بين ما تقدمه وسائل الإعلام الإسرائيلية من مادة تخص الصراع ومادة أخرى تهتم بالقضايا الإسرائيلي الداخلية، حيث يصف الإعلام الذي يناقش الشأن الداخلي أنه حر ونزيه وموضوعي، بينما الذي يعالج قضايا الصراع مع الفلسطينيين فهو ليس موضوعي ويخضع للقولبة ويمارس التحريض.

ويرى أن من يتابع الصحافة الإسرائيلية يدرك أن المادة التي تتناول قضايا الصراع مع الفلسطينيين مضبوطة بشروط حكومية، وعليها رقابة صارمة، ويتجلى ذلك في الملاحظة على المادة بأن السلطات سمحت للإعلام بالنشر ما يدلل أن هناك ضوابط من الحكومة وقيادة الأمن، حيث تقوم الجهات المختصة بملاحظة واحتجاز الصحفيين الإسرائيليين الذين يتجاوزون هذه الضوابط.

ويقول المترجم محمد أبو علان انه يتابع الإعلام الإسرائيلي المقروء والمكتوب والمسموع بشكل يومي، وأن حجم متابعته تعتمد على الأحداث التي تخص الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، فمثلاً أوقات الأزمات كالحروب على غزة، والأحداث التي تقع في القدس،

تكون المتابعة على مدار الساعة، وفي الأيام العادية تكون متابعته اعتيادية تقتصر على التصفح وترجمة المهم من الأخبار، وبالطبع يرتبط حجم الترجمة بحجم الأحداث، ولكن بالطبع لا يمر يوم واحد دون وجود مواد يتم ترجمتها من الإعلام العبري، ولهذا قام أبو علان بتأسيس إلكترونية اسمها إسرائيليات، يقوم بنشر ما يترجمه عليها.

يرى الدكتور ناصر اللحام أن تاريخ الترجمة من وسائل الإعلام الإسرائيلي يرتبط بأحداث الصراع العربي الإسرائيلي، حيث اهتمت منظمة التحرير بفتح دائرة للترجمة كما يقول اللحام في بيروت، ثم في قبرص تماشياً مع الوضع السياسي للمنظمة، وبعد أن جاءت السلطة الفلسطينية جاءت هذه الدائرة مع منظمة التحرير وأصبحت دائرة حكومية.

ويقول اللحام أن الصحفي ريموندا الطويل أول من أسس دائرة في نقابة الصحفيين من أجل الترجمة من وسائل الإعلام الإسرائيلية، واستلمها من بعده رضوان عياش ونقلها إلى هيئة الإذاعة والتلفزيون.

أهداف الترجمة من الإعلام العبري

يرى المترجم محمد أبو علان أن الأهداف العامة للترجمة من الإعلام العبري ترتبط في معرفة التوجهات العامة في الرأي العام الإسرائيلي تجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى تعريف المجتمع الفلسطيني فيما يُكتب في الإعلام العبري في الأمور المتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

ومن الأهداف أيضا، يرى أن تكذيب الرواية الإسرائيلية جزء مرتبط بالترجمة من الإعلام العبري، ومن خلال الترجمة يتم توضيح أكاذيب الرواية الإسرائيلية وتقديمها لجهات الاختصاص من أجل تفنيدها، ونشر الرواية الفلسطينية في الإعلام لتواجه رواية الاحتلال.

ويقول اللحام أن امتلاك اللغة سلاح، وأن الصحفي الفلسطيني الذي يعرف اللغة العبرية يمتلك سلاح وكذلك الصحفي الإسرائيلي الذي يعرف العربية هو أيضاً يمتلك سلاح ومن

أشـهر الصـحفيين الإسـرائيليين هـم الـذين يعرفـون العربيـة، والهـدف مـن الترجمـة أن الخبـر فـي فلسـطين يتكـون مـن شـقين الأول فـي فلسـطين والآخـر فـي إسـرائيل أو العكـس ويكـون مثابـة الفعـل ورد الفعـل، وبالتـالي الترجمـة مهمـة للصـحفي الفلسـطيني الـذي يمتلـك اللغـة العبريـة ويستطيع أن يتابع الفعل أو رد الفعل من الداخل الإسرائيلي.

ويعقّـب اللحـام علـى كثـرة الترجمـات فـي كـل وسـائل الإعـلام وانتشـارها علـى نحـو يمكـن وصـفها بالظـاهرة، بـأن الترجمـة فـي الوقـت الحـالي أصـبحت موضـة أكثـر مـن أنهـا ضـرورة أو أهميـة مهنيـة لأن هنـاك مبالغـة كميـة وليسـت نوعيـة فـي الترجمـة، بالإضـافة إلـى خلوهـا مـن الفكر والوعي والرؤية السياسية.

ويـرى منجـد جـادو أنـه مـن المهـم لـدى المـواطن والمسـؤول الفلسـطيني أن يعـرف كيـف يفكـر الطـرف الآخـر، ولكـن واجـب المهنيـة أن تكـون الترجمـة قويـة ومتينـة وفـي إطـار يخـدم الأهـداف الوطنيـة مـن خـلال المراقبـة والمتابعـة لمـا ينشـر فـي الإعـلام العبـري، بالإضـافة إلـى امتلاك المترجم لفكر ووعي سياسي.

خطر الترجمة دون وعي سياسي

وحـول أهميـة وجـود فكـر ووعـي سياسـي لـدى المتـرجم الفلسـطيني، قـال الـدكتور ناصـر اللحـام أن الترجمـة دون وجـود الفكـر السياسـي تتحـول لا إراديـاً بـوق للعـدو دون أن نشـعر بهـا، فهـي قـد تحـبط الجمـاهير أو قـد ترفـع بطريقـة خاطئـة مـن سـقف التوقعـات، وبالتـالي تخضـع لمسؤولية شخصية أو مجتمعية أو الأفضل أن تكون مسؤولية مؤسساتية.

وأضـاف أن مـا يتيحـه الإعـلام العبـري هـو اطـلاع المـواطن بشـكل أكبـر عمـا يحـدث فـي المجتمـع الإسـرائيلي لأن الحاجـة اليوميـة ضـاغطة وكبيـرة، ويحتـاج المـواطن أن يعـرف مـن الذي اعتقلهم الجيش في الليلة، وما إذا كانت الحواجز مفتوحة والطرق مغلقة أو مفتوحة.

ويرى المترجم محمد أبو علان أن وجود ترجمة من الإعلام الإسرائيلي ونشرها في الإعلام الفلسطيني أمر غير مرتبط بأهمية مهنية بالنسبة للإعلام الفلسطيني، وإنما يرتبط بالهدف وهو التعريف بعدم صحة الرواية الإسرائيلية، ففي الحروب على غزة يكون الإعلام الإسرائيلي خاضع للرقابة العسكرية كما هو الحال في مختلف المواضيع الأمنية.

فالترجمة تكشف هذا الكذب، ومن الأمثلة على ذلك العملية الفدائية في معسكر "زكيم"، والعملية العسكرية في مستوطنة "ناحل عوز"، والذي كانت الرواية الإسرائيلي مختلفة، وبعد نشر اضطر الناطق العسكري باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للتراجع عن روايته، خاصة في عملية "ناحل عوز".

ويعتبر جادو أن خطورة عدم وجود فكر سياسي عند المترجم الفلسطيني، يسمح لإسرائيل تمرير أجنداتها وملفاتها من خلال الترجمة إلى الجمهور الفلسطيني دون وجود الحس الفكري لدى المترجم، لأن إسرائيل تستغل كل ما هو متوفر لديها من أجل مصالحها وبالتالي خطورة تمرير بعض الخلافات والقضايا من خلال الإعلام أو التكتم على نقاط معينة مثلاً في ملف عملية السلام والمفاوضات يأتي من خلال الإعلام، ولا يكون ذلك حرصاً من القيادة الإسرائيلية لاطلاع الإعلام على كل القضايا بقدر ما يكون حرض على تمرير الأجندة وتشويه صورة بعض المسؤولين الفلسطينيين، وغيرها من الأهداف.

وخلال الترجمة، يؤكد منجد جادو أن المحرر يقوم بشطب بعض المصطلحات واستبدالها بمصطلحات توائم الرؤية والأهداف الفلسطينية، وبنفس الوقت يحافظ المحرر على توصيل الفكرة والرسالة للجمهور وتبيان الهدف منها، فمثلاً عندما يحمل الخبر ادعاءات إسرائيلية ليست صادقة يتم التنويه للجمهور بأن هذه ادعاءات ويتم توضيح الهدف منها باستضافة محلل سياسي أو بتعقيبات خبراء الشؤون الإسرائيلية.

يؤكد جادو أن للترجمة تأثيرات على الشارع الفلسطيني، وبناء على نشر معلومات من الإعلام الإسرائيلي في كثير من الحالات يكون انعكاساً سلبياً ليه في الشارع الفلسطيني، ويقول أن معظم التأثيرات تكون سلبية، خصوصاً وان الشارع الفلسطيني يعيش عصر المصالح والتنافس داخل الأحزاب السياسية، فمن الوارد أن تعتمد أحزاب فلسطيني على

تصـريحات الإعـلام الفلسـطيني لتبريـر خلافـاتهم أو اتهـام مسـؤولين فـي الأحـزاب الفلسـطينية الأخرى.

ويتحـدث عـن الإعـلام الإسـرائيلي الموجـه باللغـة العربيـة، حيـث يقـول أن جـزء أساسـي مـن الأدوات الإعلاميـة الإسـرائيلية مثـل المواقـع الالكترونيـة والإذاعـات تقـوم ببـث مـواد إعلاميـة باللغـة العربيـة، مـن أجـل ترسـيخ تـأثير علـى الجمهـور الفلسـطيني ولجعـل الرؤيـة السياسـية الفلسـطينية التـي يحملهـا الإعـلام الفلسـطيني ضـعيفة وحقـنهم بروايـة إسـرائيلية مـن خـلال وصولهم وتواصلهم مباشرة مع الجمهور الفلسطيني باللغة العربية.

يقـول أنـس أبـو عرقـوب، وهـو متـرجم تلفزيـون فلسـطين – التلفزيـون الرسـمي الحكـومي أنـه يـتم التعـاطي مـع الإعـلام الإسـرائيلي لـدى الـبعض بشـيء مـن الانبهـار، خصوصـاً عنـدما يكـون المصـدر الأول لخبـر محلـي مـن المفتـرض أن تبـادر لنشـره وسـائل إعـلام فلسـطينية، وهـذه الحالـة لا تسـرى علـى الجميـع، ولكـن بمـا أن الحـديث يـدور عـن إعـلام يسـتخدم لغـة لا يتقنهـا غالبيـة الفلسـطينيون فـإن وسـائل الإعـلام الفلسـطينية متعـددة، تحلـل فـي كثيـر مـن الأحيـان أخلاقيـات مهنـة الترجمـة لتخـرج الـنص وفقـاً لأهـواء الجهـات التـي تمـول تلـك الوسـيلة أو تلـك التي تسعى للحصول على تمويل منها.

ويـرى أن هـذه الأهـواء فـي الترجمـة هـي "خيانـة للأمانـة"، وأن مـن يمـارس هـذا الـدور فـي الغالـب القطـاع الخـاص كمـا يقـول، أو عـائلات ثريـة أو شـركات كبـرى تريـد الحفـاظ علـى علاقاتها مع الشركة في المستوطنات.

وأضـاف أبـو عرقـوب أن غالبيـة الإعلاميـين والصـحفيين الإسـرائيليين المتخصصـين بالشـأن الفلسـطيني أتقنـوا اللغـة العربيـة، وحصـلوا علـى معـارفهم حـول المجتمـع الفلسـطيني وتياراتـه، وخـلال خـدمتهم فـي أجهـزة الاسـتخبارات الإسـرائيلية المتعـددة، فغـالبيتهم تكونـت لـديهم نفـس الانطباعـات عـن الفلسـطينيين وقضـيتهم، ولـديهم نفـس مصـادر المعلومـات وغالبـاً مـا تكـون مـن الأجهـزة الاسـتخباراتية، ومـن يغـرد خـارج السـرب لـن يكـون بمقدرتـه الحصـول علـى المعلومات، ويستبعد أن أحداً من الصحفيين الإسرائيليين يفكر أن يغرد خارج السرب.

ويستنتج انه من هنا ينبع التشابه القائم على تقديم الفلسطيني على أنه شخص إرهابي متوحش ومتعصب دينياً، أو انتهازي مستعد لخيانة وطنه، وثمة صورة بين هاتين الصورتين ترسمها صحيفة هآرتس تظهر فيها الفلسطيني بدور الضحية مسلوبة الإرادة، لكسب ود الفلسطينيين ولتجميل صورة إسرائيل.

الحاجات التي تلبيها الترجمة وسبب اللجوء إليها

يرى المترجم أبو علان الترجمة من الإعلام الإسرائيلي أحياناً تكون مرتبطة بعدم قدرة الصحفي الفلسطيني للوصول إلى المعلومة التي يكون مصدرها إسرائيلي، ناهيك أن هناك العديد من المسؤولين الفلسطينيين يعطون المعلومة للإعلام الإسرائيلي قبل إعطائها للإعلام الفلسطيني، وفي أحيان أخرى لا تعطى المعلومة للإعلام الفلسطيني نهائياً، ويقول أنه في هذه الجزئية كانت هناك شكاوى كثيرة من قبل الصحفيين الفلسطينيين بعدم حصولهم على المعلومة المهمة من المسؤول الفلسطيني.

ويقول أنه من أهم الشواهد على هذه الجزئية هو عن الفترة التي سبقت العودة للمفاوضات، فجميع شروط العودة للمفاوضات كانت من مصادر إعلام عبرية على لسان مسؤولين فلسطينيين.

لم يوافق الدكتور ناصر اللحام على أن ذلك قصور في الإعلام الفلسطيني، ولكن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتقدير الأحداث بشكل أكبر، فمثلاً عندما يستشهد طفل تقوم صحف إسرائيل بنشر صورة عن الطفل أو الشهيد، في حين أننا من الممكن أن لا نجد صورة الطفل على الصفحة الرئيسية في الصحف الفلسطينية أو أن تولي والقنوات والإذاعات الفلسطينية معالجة قوية للحدث، وهذا يقودنا إلى أن إدارات التحرير في وسائل الإعلام

الفلسطينية خاطئة وليست ذات كفاءة، وعملية نقل المعلومة كذلك تتم بشكل خاطئ، والتنسيق بين الإعلام والجهات الأمنية الفلسطينية ليست بالمطلوب.

ويرى أيضاً أن المواطنين لا يمتلكون وعي كبير للتواصل مع وسائل الإعلام، ويقول أنه إذا لم يقم بفتح إذاعة الجيش في كل صباح لا يتوفر لديه معلومات حول المواطنين الذين اعتقلهم الجيش في الليلة.

ويقول أنس أبو عرقوب أن الوكالات المحلية الفلسطينية التي تترجم عن الإعلام الإسرائيلي وتمتلك محررين يتقنون اللغة العبرية محدودة وتكاد تعد على أصابع يد واحدة، وتقوم بترجمة الأخبار دون ذكر مصدرها لخدمة مصالحها، ومن هنا تلجأ غالبية الوكالات إلى عملية "القص واللصق" عن تلك الوكالة، أو بالأخرى السرقة دون ذكر المصدر، فمن جانب تخدم أهداف الوكالة التي ترجمت التقرير ولم تذكر مصدره، ومن جانب آخر تقترف هي الأخرى جريمة أخلاقية في سرقة الأخبار.

وفي ذلك حسبما يرى جادو، أن ثقافة المجتمع الإسرائيلي ومن هم في مواقع المسؤولية نحو الإعلام وأهمية الصحافيين مختلفة، حيث أنهم يعتبرون جهاز الإعلام مهم ويجب دعمه وتغذيته، وفي فلسطين نحن لم نصل إلى هذه المرحلة. ويعقب على هذا الجانب بالقول أن صحفيي PNN عندما يحاولون أخذ ردود أفعال أو تعقيبات من مسؤولين فلسطينيين فإن ذلك لا يتم بسهولة، دائماً المسؤول مشغول وليس فاضي للتحدث للإعلام، بينما عندما يتصل به صحفي إسرائيلي يرد عليه ونجد ردود الأفعال على نفس الموضوع منشورة في الإعلام العبري.

ويضيف، ربما الإعلام العبري يشوه ردود الأفعال ونحن نأخذها كما هي وبعد ذلك نجد المسؤولين الفلسطينيين يتصلون بنا ليصححوا ما أخذناه عن الإعلام الإسرائيلي، وبالطبع هذا يعكس قصور على الإعلام الفلسطيني، ويجعلنا كصحفيين فلسطينيين نبحث عن مصادر أخرى.

الإعلام العبري موضوعي في طرح الشؤون الداخلية

يرى الدكتور ناصر اللحام أن الإعلام الإسرائيلي باللغة العبرية ليس موضوعي وغير متوازن ويجب إخضاعه للبحث، وأن إسرائيل تكذب في الأرقام أثناء الحرب على غزة لتقوم بترهيب الفلسطينيين من جهة، وكذلك توجيه الجبهة الداخلية الإسرائيلية من جهة ثانية، وبالتالي هو إعلام مصنوع وليس موضوعي، ومن المفترض أن يبتعد المترجم عن الترجمة الحرفية، ويقول أنه كناصر اللحام اذا ما أراد ان يقوم بترجمة حرفية فإنه سيكون قاسي كثيراً، لوجود العديد من المغالطات، على سبيل المثال يقول الإعلام العبري أن الجيش الإسرائيلي يحطم البيانات في الشجاعية لوجود مسلحين فيها من كتائب القسام، وفي الترجمة أقول يشار إلى أن الكابينت قرر هدم المباني، لأنه إذا قلت كما يقولون فإن ابن الشجاعية سيقول لو أن القسام لم يأتي عندي لما انهدم بيتي، وكلام الإعلام العبري ليس صحيحاً لأنه قرار الهدم جاء من الكابينت والدليل على ذلك هدم أبراج بأكملها.

ويدعم ذلك أبو علان بالقول أنه يمكن وصف الإعلام الإسرائيلي بالإعلام الموضوعي والصادق عندما يتناول قضايا في الشأن الداخلي الإسرائيلي فإنه يتمتع بحرية مطلقة كما قال، ويمكن التدليل على ذلك بالعديد من قضايا الفساد التي كشفها الإعلام الإسرائيلي وكان متورط فيها شخصيات سياسية رفيعة المستوى، وقرارات منع النشر في القضايا الداخلية يكون فقط في القضايا التي يكون منع النشر حولها مرتبط بقرار قضائي، كي لا يؤثر النشر على مجريات التحقيق.

الإعلام الإسرائيلي يضطر لنفي روايته

خلال الحرب يقول اللحام انه كتب في وكالة معاً أن تل أبيب مدينة أشباح، ورد علينا الناطق بلسان الجيش أن بعض الحالمين والإرهابيين يقولون أن تل أبيب مدينة أشباح وهذا

لـيس دقيقـاً، وفـي اليـوم الخـامس بـث التلفزيـون الإسـرائيلي فيـديو لتـل أبيـب وقـال بنفسـه وبـذات اللفـظ أنهـا مدينـة أشـباح، لـذا فـالمترجم يكـون أيضـاً فـي حالـة صـراع وتحـدي مـع الطـرف الآخر من جهة، وبين قوميته ومهنيته من جهة ثانية.

يـروي قصـة زيـارة موظفـة مـن الخارجيـة الأمريكيـة لـه فـي مكتبـه خـلال الحـرب، وحـول موضـوع الترجمـة قالـت لـه إلـى متـى ستصـمد لأنـك فـي النهايـة لازم تختـار بـين مهنيتـك وقوميتـك، ويقـول أنـه رد عليهـا عنـدما تـأتي هـذه اللحظـة سـيختار قوميتـه، لأن مهنيتـه يسـتطيع استردادها أما القومية فلا يمكن أن ترد.

وأردف يقـول أن الصـحفي هـو مـن يقـرر إذا كنـت الترجمـة نعمـة أم نقمـه علـى شـعبه، ويلـزم ذلـك أن إسـتراتيجية للمشـروع الـوطني ولـيس إسـتراتيجية للترجمـة، فمـثلاً يقـول انـه كشـخص لـم يسـبق وانتقـد المقاومـة الفلسـطينية، علـى الـرغم أن قنـاة الأقصـى بثـت مـواد إعلاميـة ضـده إلا أنهـم خـلال الحـرب بثـوا برنـامج الترجمـة الـذي يقدمـه، وهـذا لا يعنـي تنـازل للشـخص، إنمـا تنـازل للإسـتراتيجية الوطنيـة. وإضـافة لـذلك فالترجمـة تحتـاج رصـانة ومتانـة عنـد المتـرجم فـي لغته الأم، فاللغة العربية مهمة جداً عند المترجم قبل أن يبدأ في ترجمته.

وبحسـب وجهـة نظـر جـادو فـإن الحاجـات التـي تشـبعها الترجمـة لـدى الجمهـور الفلسـطيني تـتلخص فـي سـرعة المعلومـة التـي يلبيهـا الإعـلام العبـري، حيـث أنهـم يقومـون بتقـديم سـبق صـحفي، إضـافة إلـى وفـرة كبيـرة مـن المعلومـات حـول الموضـوعات علـى الـرقم مـن الحجـب والرقابة على الإعلام من قبل القيادة والدولة وهيئات الأمن.

مـن الحاجـات أيضـاً امـتلاك الإمكانيـات الكبيـرة مـن النـواحي الماليـة والتكنولوجيـة، مـا يـنعكس علـى جـودة الخبـر وتفاصـيله، وهـذه الإمكانيـات تجعـل مـن الخبـر الإسـرائيلي متفـوق علـى الإعلام الفلسطيني.

توجيه إعلام فلسطيني باللغة العبرية للإسرائيليين تجربة فاشلة

يعتقد اللحام أن توجيه إعلام فلسطيني باللغة العبرية للجمهور الإسرائيلي، لاسيما خلال الحرب والأزمات خطوة فاشلة ولن تنجح، لأن الإسرائيلي لا يسمع لغير الإسرائيلي حتى في نشرة الطقس والأرصاد الجوية، لأن ثقافتهم ونهجهم وبنيتهم تأسست على نفي الآخر وإقصائه.

يعتقد منجد جادو أن التربية الإسرائيلية الداخلية على ثقافة عدم الثقة في الغير ونفي كل ما هو غير يهودي وغير إسرائيلي تجعل من خطوة توجيه إعلام باللغة العربية خطوة نسبة نجاحها بسيط جداً، ويدلل على ذلك بالعديد من التجارب للدول العربية ولوكالة معاً الإخبارية المحلية والتي لم يكتب لهذه التجارب نجاح ملموس.

يقول ابو علان أن اهتمامه كمترجم من الإعلام العبري، أن ترجمته للمواضيع الإسرائيلية غير السياسية مثل أخبار الأبحاث والاختراعات الإسرائيلي، وكذلك الفنون وغيرها من الشؤون الداخلية، نادراً جداً، وربما يمر عليها ويقرأها من باب المعرفة الشخصية.

تجربة إذاعة الحرية في الترجمة خلال الحرب

إذاعة منبر الحرية في مدينة الخليل، إحدى المؤسسات التي تقوم بالترجمة من وسائل الإعلام الإسرائيلية بشكل يومي في برامجها، بالإضافة إلى أنها تضاعف المادة المترجمة خلال الأزمات لاسيما حربي عام 2012 و 2014. علا القواسمي، مدير عام الإذاعة تقول أن إذاعتها لا تهتم بمتابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية، وذلك لأن رسائلها تكون موجهة ولها أهداف معينة ولا تكون رسائلها مبنية بشكل صحيح وسليم، ولذا يعتمد محررو الإذاعة على وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العبري لأن معلوماتهم

تكـون صـحيحة وصـادقة؛ لأن الإسـرائيليين يخـاطبوا شـعبهم باللغـة العبريـة ويعطـوهم معلومـات تختلف عمّا يبث باللغة العربية للجمهور الفلسطيني.

رائـد الشـريف، أحـد الإعلاميـين فـي الإذاعـة يقـول أنـه يسـتطيع اسـتقاء بعـض المعلومـات مـن الإعـلام الإسـرائيلي ولكـن يعمـل علـى تغييـر المصـطلحات السياسـية التـي تخـدم وجهـة النظـر الإسـرائيلي مثـل: اسـتخدم وصـف مخـرب للفـدائي أو عمليـة انتحاريـة وصـفاً للعمليـات الفدائيـة والاستشهادية.

ويضـيف أن دور المتـرجم فـي وسـائل الإعـلام الفلسـطينية يكـون بمثابـة الـدور التحفيـزي للجمهـور الفلسـطيني، ويعطيـه القـوة والإرادة مـن خـلال مـا يقولـه الإعـلام الإسـرائيلي عـن الفلسـطينيين فـي قطـاع غـزة بـأنهم صـبورون ويتحملـون الحـرب وأنهـم يصـمدون، وبالتـالي وفـق ما يرى رائد أن الفلسطيني أصبح يتمتع بالقوة وليس الإسرائيليين.

ويـدعي أن الإسـرائيليين يتـابعون الإعـلام الفلسـطيني أكثـر مـن الإعـلام الإسـرائيلي لأنـه يتبنـى وجهـة نظـر متوازنـة وصـحيحة بينمـا الإسـرائيلي يهـوّل فـي الأحـداث، حيـث يسـتند رائـد فـي قولـه لتحليـل خبيـر فـي الشـؤون الإسـرائيلية كـان قـد أجـرى معـه لقـاءاً إذاعيـاً، ووفـق ذلـك يـرى أن توجيه إعلام فلسطيني باللغة العبرية يمكن أن يغيّر في الرأي الإعلام الإسرائيلي.

تقـول عـلا القواسـمي مـدير إذاعـة الحريـة أن عـدم مقـدرة وصـول مراسـلين الإذاعـة للأحـداث يـدفع المحـررين للاعتمـاد علـى الإعـلام الإسـرائيلي فـي أخـذ المعلومـات، مـثلاً عنـدما تقـع عمليـة فدائيـة فـي القـدس لا يسـتطيع المراسـل الفلسـطيني الوصـول إلـى مكـان العمليـة ونقـوم باسـتقاء المعلومـات مـن الإعـلام الإسـرائيلي مـع ذكـر المصـدر وعـدم تبنـى المعلومـة بـل الاكتفاء بذكرها فقط.

ويضـيف رائـد أن مـن أهـم أهـداف الترجمـة هـي أن نعـرف كيـف يفكـر ومـاذا يقـول العـدو. ويستشـهد بقـول الرسـول عليـه السـلام :" مـن تعلـم لغـة قـوم أمـن شـرهم"، ويقـول نحـن مـن بـاب أننـا نعـرف كيـف يفكـر عـدونا وكـذلك منـع انتشـار حقـائق زائفـة وكاذبـة ودور الترجمـة يـأتي فـي تصـحيح الصـورة والمعلومـة، ويقـول أيضـا انـه كـإعلامي فلسـطين لا يجـوز لـه ولا يمكنـه أن

يكـون محايـداً بـل يجـب عليـه أن يقلـب الطاولـة علـى رأس الجانـب الإسـرائيلي فـي طرحـه للأحداث.

تقـول عـلا أن صـفحة أفيخـاي أدرعـي علـى موقـع التواصـل الاجتمـاعي الفيسـبوك لا يمكـن لإذاعتهـا الاعتمـاد علـى معلومـات يقـوم بنشـرها المتحـدث باسـم الجـيش الإسـرائيلي ولكـن يمكـن للمذيع أن يقرأ منها بهدف كشف زيف المعلومات التي يطرحها ويتفوه به.

بعـض الإعلاميـين يأخـذون معلومـاتهم مـن الإعـلام الإسـرائيلي ويقومـون ببنـاء مـادة إعلاميـة جديـدة تسـتند إلـى معلومـات إسـرائيلية، كيـف أنكـم تأخـذون المعلومـات مـن الإعـلام الإسـرائيلي كما هي مع أنكم لا تثقون به، كم أنكم تنتجون مادة إعلامية مبنية عليه؟

تـرد عـلا بـأن مـا يمكـن إضـافته علـى المعلومـات هـي استضـافة محللـين سياسـيين وعسـكريين لهـم خبـرة فـي الكيفيـة التـي يفكـر بهـا العقـل الإسـرائيلي، ويضـيف رائـد أن الاعتمـاد يكـون أيضـا علـى مصـادر فلسـطينية، ويـدلل مـثلاً: خـلال الحـرب الإعـلام الإسـرائيلي قـال بـأن عـدد القتلـى فـي عمليـة موقـع زييكـيم بلـغ 3، بينمـا كتائـب القسـام قالـت 7، فنقـوم بتبنـي مـا قالـه المصـدر الفلسطيني واستخدامه في التعتيم الإسرائيلي.

وبعيـداً عـن السياسـة يمكـن للإعـلام الفلسـطيني أن يتـرجم أخبـاراً أو تقـارير إعلاميـة إسـرائيلية تأخـذ منـاحي معرفيـة فـي العلـوم الحياتيـة والإنسـانية الأخـرى، علـى أسـاس أن الإسـرائيليين متطورون في المجال العلمي كثيراً ويدعمون الإنتاج العلمي والبحثي.

ويقـول رائـد قبـل 3 أيـام قمـت بقـراءة خبـر متـرجم مـن الإعـلام الإسـرائيلي وتصـنيفه تكنولـوجي، لأننـي رأيـت أنـه يخـدم الجمهـور الفلسـطيني، وتضـيف عـلا أن هنـاك طـاقم مخـتص بالترجمـة ويقـوم بتحضـير المـواد الإعلاميـة التـي يـرى أن الجمهـور يمكنـه الاسـتفادة منهـا سـواء سياسـية أو غير ذلك.

وتؤكـد مـدير عـام الإذاعـة أن الجمهـور لديـه رغبـة دائمـة فـي متابعـة الأخبـار المترجمـة مـن الإعـلام الإسـرائيلي، لـيس فقـط فـي مجـال السياسـة وإنمـا تفـوق الإسـرائيليين فـي النـواحي العلمية يحتم علينا مثلاً متابعة أخبار الأرصاد الجوية الإسرائيلية.

وحـول حجـم المـواد المترجمـة تقـول عـلا القواسـمي أنـه فـي الأيـام العاديـة تكـون هنـاك زوايـا متخصصـة بالشـأن الإسـرائيلي فـي بعـض البـرامج وتصـل مـدتها يوميـاً نصـف سـاعة، وفـي أوقات الحرب والأزمات تكون حسب الأحداث وفي العادة لا تقل عن ساعتين يومياً.

مصادر ومراجع الفصل الثالث

الكتب

أبـو الحسـن، منـال. **أساسـيات علـم الاجتمـاع الإعلامـي: النظريـات والوظـائف والتـأثيرات**. دار النشر للجامعات. القاهرة. 2006.

المجلات

إبـراهيم، علـي نجيـب. أثـر الترجمـة فـي تطـور اللغـة العربيـة. **مجلـة تبـين للدراسـات الثقافيـة والفكـر والفلسـفة، العـدد 6**. المركـز العربـي للأبحـاث ودراسـة السياسـات. بيـروت. خريـف 2013.

حمـرون، شـابحة. أثـر الترجمـة فـي الحركـة الثقافيـة والعلميـة: فـي العهـدين الأمـوي والعباسـي إلـى أيـام المـأمون. **مجلـة الآداب واللغـات، العـدد الثـامن**. جامعـة قاصـدي مربـاح، ورقلـة. الجزائر. 2009.

جمـوعي، سـعدي. الترجمـة انحيـاز ثقـافي وحركـة تبشـير بالأفكـار. **مجلـة معـارف، العـدد العاشر**. المركز الجامعي، البويرة. الجزائر. 2011.

كركـار، جمـال. ترجمـة المستشـرقين للـنص الـديني: فتـرة الاحـتلال الفرنسـي نموذجـاً. **مجلـة معارف، العدد السادس**. المركز الجامعي، البويرة. الجزائر. 2009.

المقابلات

مقابلة للباحث مع **رئيس تحرير شبكة معاً الاخبارية ناصر اللحام** / بتاريخ 2015/1/5.

مقابلة للباحث مع **رئيس تحرير شبكة فلسطين الاخبارية PNN منجد جادو** / بتاريخ 2015/1/6.

مقابلة للباحث مع **مترجم تلفزيون فلسطين أنس أبو عرقوب** –مقدم برنامج أضواء على الإعلام الإسرائيلي / بتاريخ 2015/1/5.

مقابلة للباحث مع **مدير اذاعة منبر الحرية علا القواسمي** / بتاريخ 2014/12/28.

مقابلة للباحث مع **الصحفي محمد ابو علان –مترجم الأخبار من اللغة العبرية** / بتاريخ 2015/1/20.

الفصل الرابع

الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية

(نتائج الدراسة الميدانية)

- تمهيد
- خصائص عينة الدراسة الميدانية.
- النتائج العامة للدراسة الميدانية.
- عرض ونقاش النتائج العامة للدراسة.
- التوصيات

تمهيد

على ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، يقوم الباحث بكتابة ما توصلت إليه نتائج الدراسة الميدانية على مجتمع البحث، في جمهور محافظات الضفة الغربية والقدس، وهي: جنين، قلقيلية، طولكرم، نابلس، سلفيت، طوباس، رام الله، اريحا والاغوار، القدس، بيت لحم، الخليل، وذلك في الفئة العمرية من 19 حتى 32 عاماً، حيث تم جمع بيانات الدراسة الميدانية باستخدام استمارة الاستقصاء بالمقابلة، وقد اعتمد الباحث على اسلوب العينة الطبقية العشوائية للجمهور، بحيث تم تقسيم عدد العينة على المحافظات بالتناسب مع عدد المجتمع الاصلي للفئة في تلك المناطق، وفي داخل كل محافظة تم توزيع الاستمارات بطريقة عشوائية، وذلك لضمان الدّقة في تمثيل العينة وتشابهها مع مجتمع الدراسة الأصلي.

وتبلغ عينة الدراسة 1000 مبحوث من الجمهور، وقد تم تحليل إجابات عينة الدراسة على أسئلة صحيفة الاستقصاء من خلال المحاور التالية:

أولاً: خصائص عينة الدراسة الميدانية

- نوع الجنس - العمر - المستوى التعليمي
- المحافظة- مكان السكن - الوظيفة

ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

المحور الأول: معدل متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية، ودوافع المشاهدة.

المحور الثاني: وسائل الاعلام الإسرائيلية الأكثر متابعة خلال حربي 2013 و 2014.

المحـــور الثالـــث: تـأثيرات التعـرض للإعـلام الإسـرائيلي باللغـة العربيـة علـى المسـتوى المعرفـي للشباب.

المحـــور الرابـــع: تـأثيرات التعـرض للإعـلام الإسـرائيلي الموجـه باللغـة العربيـة علـى المسـتوى السلوكي.

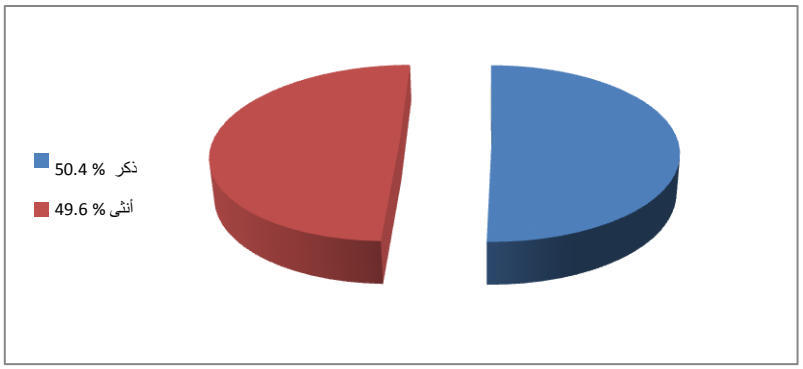
المحور الخامس: أسباب عدم متابعة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية.

المحـــور الســـادس: مـدى متابعـة العينـة للمـواد المترجمـة مـن الإعـلام العبـري والمنشـورة فـي الإعلام الفلسطيني، والموقف من الترجمة.

المحور السابع: تأثير الترجمة من الإعلام العبري على الشباب الفلسطيني.

أولاً: خصائص عينة الدراسة

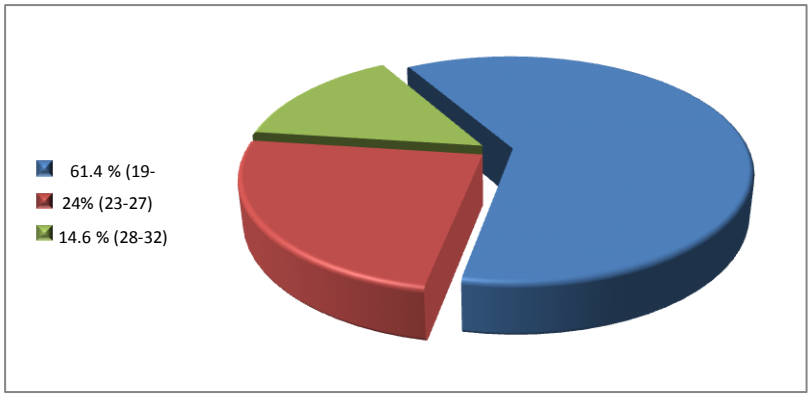
1- متغير النوع:



الشكل رقم (2) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

تشير بيانات الشكل رقم (2) إلى أن عينة الدراسة الميدانية بلغت نسبتها من الذكور 50.5%، بينما بلغت نسبة الإناث 49.5%، وهذا التقارب هو صدفة وقع خلال الدراسة لم يكن مقصوداً، وبحسب المحلل الاحصائي، فهو لا يؤثر سلباً ولا ايجاباً على نتائج الدراسة.

2- متغير العمر

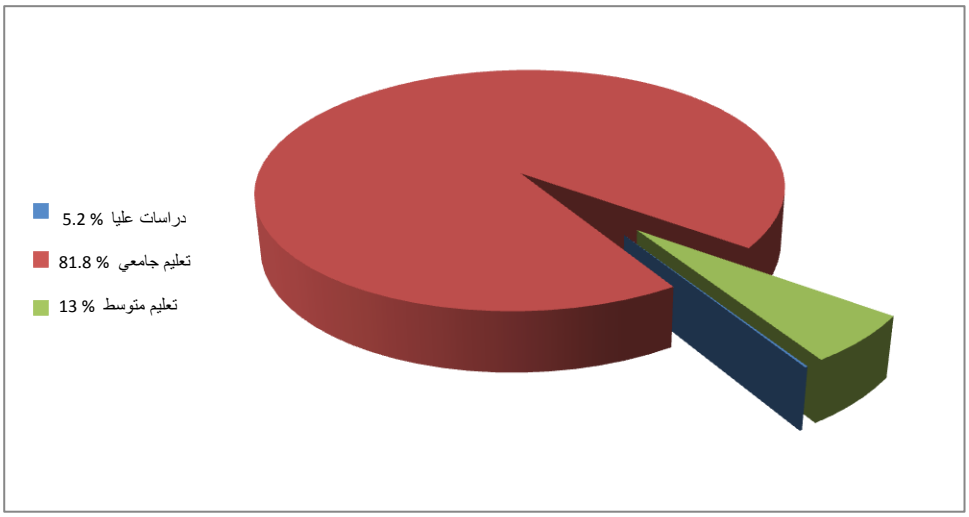


الشكل رقم (3) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

تشير بيانات الشكل رقم (3) إلى أن الفئة العمرية من 19 وحتى 22 هي الأكبر نصيب من العينة العشوائية، حيث بلغت 61.4%، وهي الأكثر بحسب جهاز الاحصاء المركزي

الفلسطيني في المجتمع، من حيث العدد، وبالتالي فإن ذلك يتشابه إلى حد ما مع المجتمع الأصلي للدراسة، بينما نسبة الذين أعمارهم بين (23–27) كانت 24%، وبين (28–32) نسبتهم 14.6%.

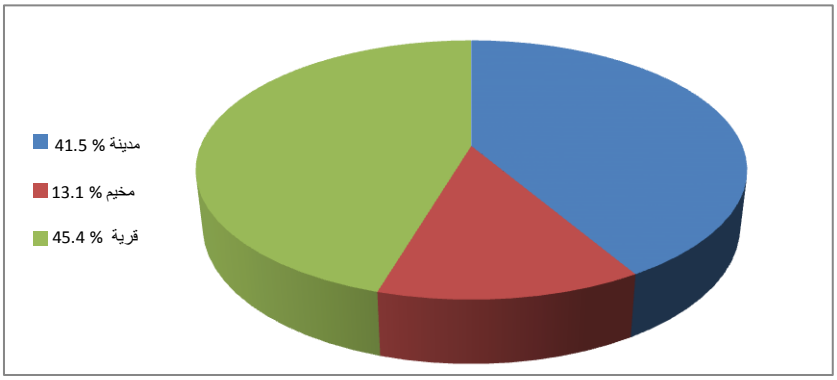
3- متغير المستوى التعليمي



الشكل رقم (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

يشير الشكل رقم (4) إلى أن نسبة عالية تبلغ 81.8% من العينة يحصلون على شهادة جامعية، في حين كانت النسبة أقل لمن يحصلون على تعليم متوسط والمقصود به ما دون الثانوية العامة، حيث بلغت النسبة 13%، وهذا يشير إلى تفاوت كبير بين هذه الفئة وبين الحاصلين على شهادة جامعية، كما يشير الشكل إلى أن نسبة الحاصلين على دراسات عليا نسبتهم 5.2% من عينة الدراسة. وتدل هذه المؤشرات على أن الشباب الفلسطيني من كلا الجنسين يلتحقون وبنسبة عالية في الجامعات، والكليات، والمؤسسات التعليمية، وهذا ما تؤكده دراسات احصاء الجهاز المركزي الفلسطيني.

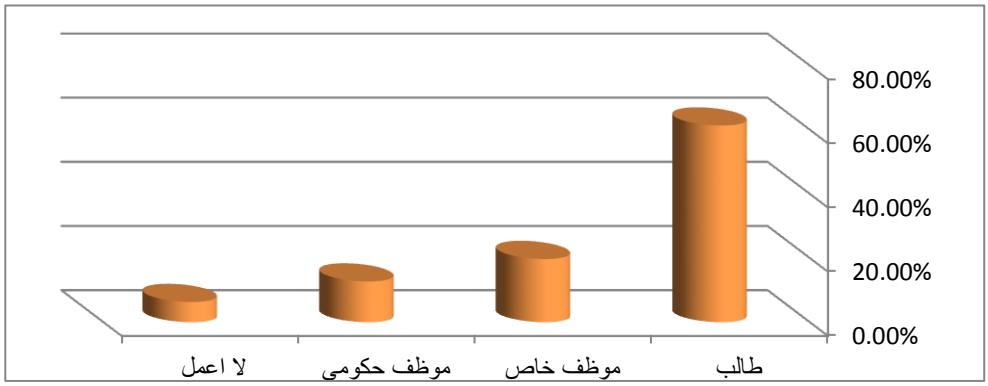
4- متغير مكان السكن



الشكل رقم (5) توزيع العينة وفقاً لمتغير مكان السكن

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن توزيع عينة الدراسة، وفقاً لمكان السكن قد أظهر أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من مكان القرى أو الأرياف، ثم يأتي في المرتبة الثانية سكان المدن والحضر، وفي الدرجة الأخير والأقل نسبة سكان المخيمات في محافظات الضفة الغربية.

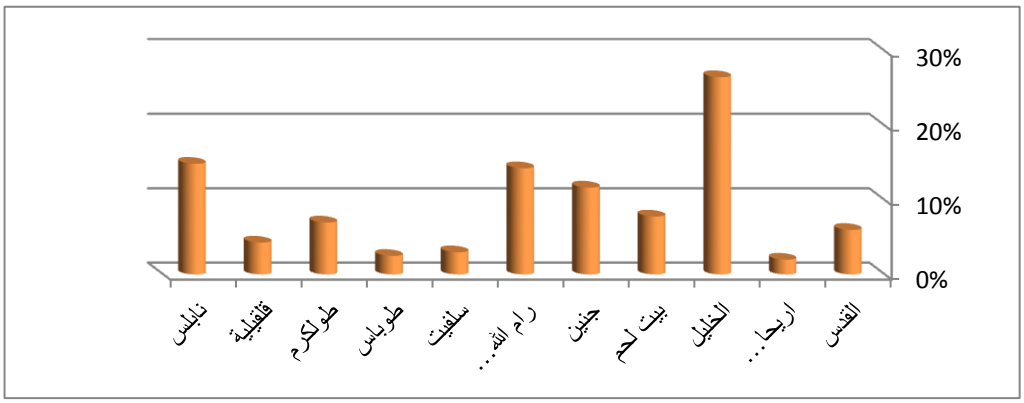
5- متغير الوظيفة



الشكل رقم (6) توزيع العينة وفقاً لمتغير الوظيفة

تشير بيانات الشكل (6) الى أن توزيع عينة الدراسة وفقاً للمهنة، حمل تأكيد على نتيجة مسبقة وهي في متغير المستوى التعليمي الذي يشير إلى أن غالبية العينة مستواهم من التعليم الجامعي، وهنا يبين متغير المهنة أن غالبية العينة من الطلاب، حيث بلغت نسبتهم 61.30%، اما في الدرجة الثانية فهم موظفين القطاع الخاص، ثم القطاع الحكومي وأخيراً العاطلين على العمل كانت نسبتهم من بين العينة قليلة.

6- متغير المحافظة



الشكل رقم (7) توزيع العينة وفقاً لمتغير المحافظة

تشير بيانات الشكل رقم (7) إلى أن العينة تم توزيعها على محافظات الضفة الغربية بالنسبة لعدد المجتمع الأصلي لفئة الدراسة، وهو ما ينعكس إلى حد كبير في مماثلة وتشابه العينة للمجتمع الأصلي للدراسة، وتصدرت الخليل أولى المحافظات في أكبر حصة من العينة.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة الميدانية

المحور الأول: معدل متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية، ودوافع المشاهدة

أ. معدل المتابعة

جدول رقم (1)

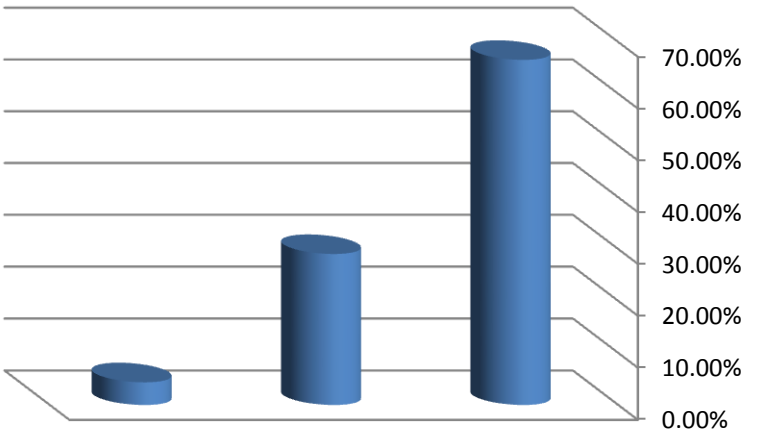
معدل متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام التي تبث بالعربية

معدل المشاهدة	التكرار	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائماً	85	8.5	2.25	98.33
أحياناً	392	39.2		
نادراً	212	21.2		
لا	311	31.1		
المجموع	1000	100		

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن (68.9 %) من عينة الدراسة تتابع وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية، إلا أن المتوسط الحسابي يشير إلى أن عينة الدراسة نادراً ما تشاهد الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية بنسبة (21.2%)، ومتوسط حسابي 2.25.

ويدل ذلك على أن متابعة الشباب الفلسطيني للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية لا تتمتع بنسبة عالية في المتابعة، لوجود إعلام باللغة العربية، تابع لجهات فلسطينية وعربية، والإعلام الإسرائيلي يخدم الأجندة الإسرائيلية حسب ما يعتقد الشباب الفلسطيني، وبالتالي هناك تحفظ كبير من قبل العينة لاحظها الباحث من الاهتمام بمتابعة الإعلام الموجه من المؤسسات الإسرائيلية، بالإضافة إلى أن هناك بدائل إعلامية فلسطينية سواء الرسمية أو الحزبية أو المؤسسات الإعلامية المستقلة.

ب. عدد الأيام التي يتابع فيها عينة الدراسة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية أسبوعيا



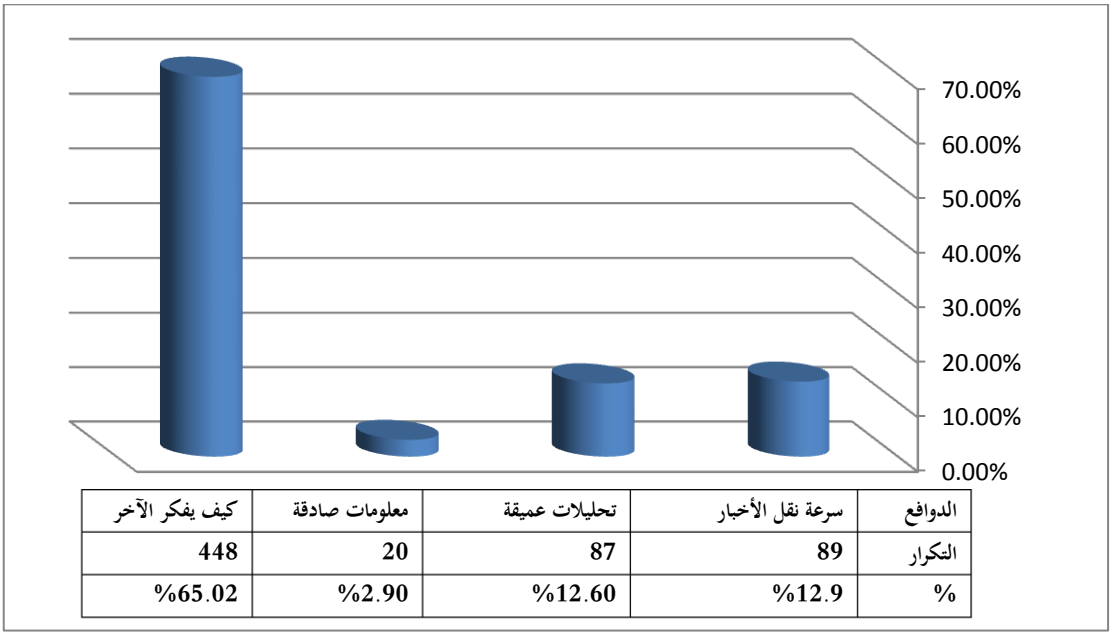
معدل المشاهدة	يوم واحد	بعض الأيام	يومياً
التكرار	459	200	30
النسبة المئوية	%66.61	%29.06	%4.360

الشكل رقم (8) عدد أيام مشاهدة العينة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية خلال كل أسبوع

تشير بيانات الشكل رقم (8)، إلى أن 66.61% من الذين يتابعون الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، يتابعونها يوماً واحداً فقط خلال الأسبوع، أي بواقع 4 أيام شهرياً، فيما يتابعها 29.06% من العينة بعض الأيام أسبوعياً، أي بواقع يومين إلى خمسة أيام بشكل أسبوعي.

بينما يتابع الإعلام الإسرائيلي بشكل يومي حوالي 4.36% من العينة، وتشير هذه الأرقام إلى أن من يتابعون الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية بشكل يومي نسبتهم قليلة، وأن نسبة عالية نسبياً من العينة تتابع الإعلام الإسرائيلي يوماً واحد كل أسبوع ربما لإشباع دوافع معينة لا تتعلق بعوامل زمنية، ربما تتعلق بمعرفة كيف يفكر الإسرائيليون، وما الذي ينوي فعله الطرف الأقوى مستقبلاً، سواء على المستوى القريب أو البعيد.

ج. دوافع مشاهدة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية



الدوافع	سرعة نقل الأخبار	تحليلات عميقة	معلومات صادقة	كيف يفكر الآخر
التكرار	89	87	20	448
%	%12.9	%12.60	%2.90	%65.02

الشكل (9) دوافع متابعة عينة الدراسة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية

تشير بيانات الشكل رقم (9)، إلى أسباب ودوافع متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، حيث تم وضع عدّة خيارات للمبحوثين، وإعطائهم فرصة الاختيار أكثر من بديل، وبالتالي فإن أكثر الدوافع التي يراها المبحوثون تناسب حاجاتهم هي معرفة كيف يفكر الإسرائيليون، وكانت نسبة من وضع يده على هذا الخيار 65.02%، تلاها سرعة نقل الأخبار بنسبة 12.9% ، بينما لم يجيب 45 مبحوث على هذا السؤال، وتبلغ نسبتهم من العينة التي تتابع 6.5 %.

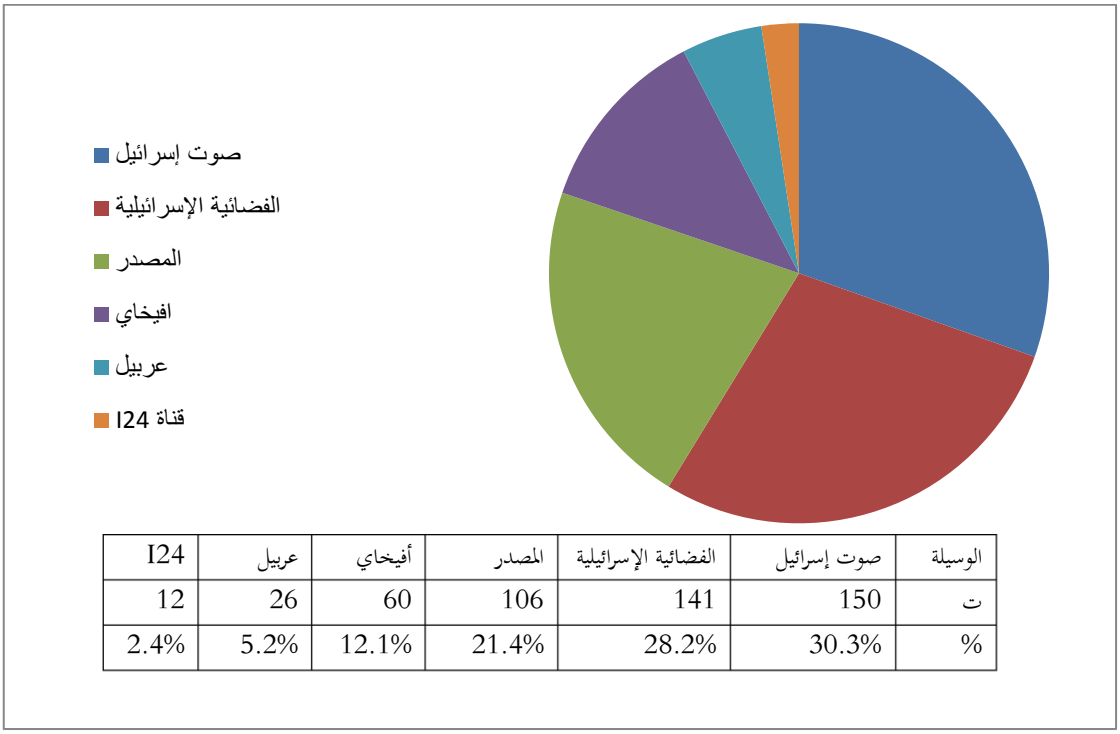
جاءت أعداد المبحوثين الذين يرون أن الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية يقدم تحليلات معمقة للأحداث ومتابعة التداعيات 12.60% ، بينما لم تتجاوز نسبة من يصدقون الإعلام الإسرائيلي 2.90%.

تتوافق نتيجة محور مدى متابعة الشباب الفلسطيني للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية مع دراسة للدكتور عبد الرحيم عبد الله، والتي أوضحت أن نسبة متابعة الإعلام الإسرائيلي

باللغة العربية هي متابعة نسبتها قليلة، فالفضائية الإسرائيلية في دراسته كان معدل مشاهدتها 16% (عبد الله، 2004).

متابعة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية هي متابعة نسبتها منخفضة إلى حد ما، والفئة القليلة التي تتابع وسائل الإعلام الموجه ترغب في معرفة كيف يفكر الإسرائيليون، وهو هاجس مقلق يتعلق بطبيعة الطرف الأضعف، والذي يريد الاهتمام دائما بكل ما يصدر عن الطرف القوي، ويتكهن بسيناريوهات قادمة ومجهولة بالنسبة له.

المحور الثاني: ما هي الوسائل الإسرائيلية باللغة العربية الأكثر متابعة خلال الحروب



الوسيلة	صوت إسرائيل	الفضائية الإسرائيلية	المصدر	أفيخاي	عربيل	I24
ت	150	141	106	60	26	12
%	30.3%	28.2%	21.4%	12.1%	5.2%	2.4%

الشكل (10) وسائل الإعلام الإسرائيلية الأكثر متابعة خلال الحرب

تشير بيانات الشكل (10) إلى أن إذاعة صوت إسرائيل الناطقة باللغة العربية هي الأكثر متابعة خلال حربي عام 2012و 2014 على قطاع غزة حيث بلغت نسبة المتابعين لها 30.3% من عينة الدراسة، والفضائية الإسرائيلية بنسبة 28.2%، ووسائل الإعلام

الإلكترونيـة أبرزهـا موقـع المصـدر الإلكترونـي بنسـبة 21.4%، وصـفحة النـاطق باسـم الجـيش الإسـرائيلي للإعـلام العربـي أفيخـاي أدرعـي نسـبة المتـابعين لهـا مـن عينـة الدراسـة 12.1%، أما موقع عربيل الإلكتروني الإخباري 5.2%، وأخيرا قناة 24l بنسبة 2.4%.

وأشـارت نتـائج الدراسـة إلـى أن 75.18% مـن العينـة تـرى أن متابعـة وسـائل الإعـلام الإسـرائيلية باللغـة العربيـة تـزداد بنسـبة عاليـة خـلال الحـرب علـى قطـاع غـزة، وكمـا أشـارت إجابـات المبحـوثين مـن خـلال لقـاءاتهم علـى سـبب زيـادة المشـاهدة بشـكل عـام، إنـه لمعرفـة حيثيـات الاعتـداء علـى الشـعب فـي غـزة وكميـة الضـحايا ومقارنتهـا مـع مـا ينشـره الإعـلام العربـي والفلسطيني،ـ وكـذلك علـى الضـحايا فـي الجانـب الإسـرائيلي، وحتـى يـتم التعـرف علـى وجهـة نظـر المـواطنين الإسـرائيليين مـن الحـرب، هـل يؤيـدونها أم يعارضـون، ولمعرفـة مواقـع العمليـات العسكرية والمعارك البرية الدائرة على الأرض.

بينمـا تـرى مـا نسـبتهم 24.81% مـن العينـة أن نسـبة المتابعـة تبقـى كمـا هـي فـي الأوقـات العاديـة، وذلـك بحسـب إجابـاتهم لوجـود إعـلام عربـي يقـدم المعلومـات باللغـة العربيـة، وبالتـالي لا يوجـد داعـي لمتابعتهـا، وكـذلك لأن الأخبـار الإسـرائيلية يـتم ترجمتهـا فـي الإعـلام الفلسـطيني، كمـا أن وسـائل الإعـلام الإسـرائيلية غيـر صـادقة وأخبارهـا غيـر دقيقـة، بينمـا يـرى آخـرون أن تغطيتهـا وتفسـيراتها للحـرب ومجرياتهـا كمـا كانـت فـي الحـروب السـابقة، وهـذا يـدل علـى أن وسائل الإعلام الإسرائيلية لا تضيف لهم شيء في أوقات الأزمات عن الأوقات العادية.

المحور الثالث: تأثيرات التعرض للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على المستوى المعرفي

العبارة / الرأي	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
استقي منها معلومات كافية عن الحرب	56	9.39	137	23	249	41	106	17.7	48	8.05	3.13	1.042
أتابع الحدث نفسه أكثر من مرة في الأخبار	132	21	246	39	178	28	60	9.50	15	2.37	3.66	0.986
أطلع على خسائر الجيش الإسرائيلي من خلالها	149	23.6	184	27.9	129	20	103	16.3	64	10	3.40	1.285
اعتقد أن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة	308	47	170	27	88	14	38	6	21	3	4.12	1.087
أثق بالتحليلات والتوقعات المقدمة بشأن الحرب	36	5.77	81	13	225	36	172	27.6	109	17.4	2.62	1.091
استشعر الخلافات داخل الحكومة الإسرائيلية بشأن الحرب	136	21.4	258	40.6	166	26	59	9.3	15	2.3	3.69	0.983
الإعلام الإسرائيلي يدفع المدنيين بغزة للضغط على المقاومة	89	14.5	134	20.2	144	21	128	22.8	136	21.5	2.86	1.350

جدول (2) التأثيرات المعرفية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن التأثير المعرفي للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية يتركز في استقاء الشباب الفلسطيني للمعلومات التي تخص خسائر المقاومة، ويعتقد الشباب الفلسطيني أن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة، وبالتالي فإن ذلك يؤدي إلى زعزعة الروح المعنوية لدى الشباب خلال الحرب.

ويتضح من خلال المتوسط الحسابي للعبارات، أن الجمهور الفلسطيني لديه وعي كبير حول أداء الإعلام الإسرائيلي الذي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة، بدرجة عالية وصل متوسطها الحسابي إلى 4.12.

إن أسلوب السيطرة الإعلامية التي تتبعه الاستراتيجية الاعلامية الاسرائيلية والقائم على التبرير المسبق للجرائم والحكم المسبق لما يحدث من خسائر في صفوف المقاومة، يدلل على قوة التأثير المعرفي الذي تبثه وسائل الإعلام الإسرائيلية خلال الحرب (شقير،

2013)، وهذا ينسجم مع دعائم وركائز نظرية الحرب النفسية التي يستخدمها الاسرائيليون في حروبهم على قطاع غزة.

فالحرب النفسية من أهم أساليبها هو أسلوب التبرير الذي يعلل السلوك الهمجي من خلال اقناع جمهور الشباب الفلسطيني بأسباب الهجمات ووقوع الضحايا بأسباب تبدو وكأنها منطقية ومبرره، من أجل أن تحافظ الماكينة الاعلامية الاسرائيلية على صورتها للرأي العام المحلي الاسرائيلي والدولي الخارجي من جهة، واحداث نوع من الاحباط والقلق للرأي العام الفلسطيني من جهة أخرى (حجاب، 2005).

وينحدر التأثير إلى معرفة الشباب الفلسطيني للخلافات الإسرائيلية داخل الحكومة بشأن الحرب، بمتوسط حسابي بلغ 3.69، ويشير ذلك إلى أن خلافات كانت داخل حكومة الاحتلال خلال حربي 2012 و 2014، ولكن اعتقد أن ذلك بمثابة التنفيس عن الغضب في أوساط الشباب، لأن متابعة الخلافات في الخصم يراد منها ايجاد أفق لانتهاء الأزمة، بالإضافة إلى إظهار جانب ديمقراطي لحكومة الاحتلال.

ويتفق موقف عينة الدراسة مع عبارة متابعة الحدث نفسه على الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية لأكثر من مرة في الأخبار، وبطرق متعددة، وقوالب صحفية متنوعة، وهذا يؤكد قدرة الإعلام الإسرائيلي على ترسيخ المعلومة في عقول الشباب الفلسطيني، ومعالجة الأحداث بطرق متعددة على المستوى الإعلامي، وبلغ المتوسط الحسابي لهذا التأثير 3.66.

ويتضح من الجدول أن متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية عند الشباب يراد منها التعرف على خسائر الجيش الإسرائيلي، لكن بنسبة جاءت أقل من متابعتهم للتعرف على خسائر المقاومة والذي يعتقدون بأنها تكون مبالغ فيها، وهذا يشير إلى أن الإعلام الإسرائيلي باللغة الغربية يعرض خسائر المقاومة وخسائر الجيش ولكن بتضخيم الأولى لضرب الروح المعنوية، وتخفيض خسائر الجيش من أجل التدليل على قوة الجيش الإسرائيلي والحفاظ على شخصيته التي يرسمها في أذهان الشباب، انه جيش قوي، لا يمكن هزيمته، ويمتلك قوة عسكرية لا تضاهيها قوة أخرى في الشرق الأوسط.

لا يتفق موقف عينة الدراسة كثيراً مع عبارة استقاء معلومات كافية عن الحرب، فهذا يشير إلى أن تغطيته تكون غامضة إلى حد ما، نتيجة الرقابة العسكرية الإسرائيلية على النشر، والتي لا تتيح نشر كل ما يحدث، وحال توافق النشر ففي بعض الأحيان دون تفاصيل دقيقة عنها.

يعارض موقف العينة العبارة التي تقول أن الإعلام الإسرائيلي يدفع المدنيين بغزة للضغط على المقاومة من أجل التراجع أمام الخسائر البشرية والمادية الكبيرة التي يوقعها الجيش الإسرائيلي في غزة من خلال القوة المفرطة التي يستخدمها، وهذا بات واضحاً في الحرب الأخيرة، بأن كافة الأطياف دعمت المقاومة ووقفت معها، ولم تضغط عليها.

لا تثق عينة الدراسة بالتحليلات التي تقدمها وسائل الإعلام الإسرائيلية بشأن التوقعات المستقبلية لأحداث الحرب، وهذا يشير إلى أن التأثير المعرفي في هذا الإطار قليل، وينعكس من عدم الثقة في حكومة الاحتلال وتصريحات المسؤولين فيها.

في ضوء ما سبق، يؤثر الإعلام الإسرائيلي على الناحية المعرفية للشباب الفلسطيني، بنسبة قليلة، فما تشير إليه النتائج يوضح بأن الشباب لديهم وعي كافي حول ما يمكن أن يقدمه الإعلام الإسرائيلي من مبالغة في حجم الخسائر لصفوف المقاومة، وإبراز الجيش الإسرائيلي أنه قوي ومتماسك ولا يهزم، بالإضافة إلى إبراز الخلافات داخل الحكومة الإسرائيلي في إشارة إلى الديمقراطية.

المحور الرابع: تأثيرات التعرض للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على المستوى السلوكي

الرأي / العبارة	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
يشحن مشاعري بالعنف ويدفع للمشاركة بالاحتجاجات	155	24.5	192	30.3	118	18.6	77	12.1	90	14.2	3.38	1.352
يقنع بأن قصف إسرائيل للمستشفيات مشروع لتحصن العسكريين فيها	39	6.22	72	11.4	98	15.6	138	22	280	44.6	2.12	1.265
يشعر بحجم الخسائر من خلال أسماء الحروب مثل (عامود السحاب)	51	8.14	162	25.8	219	34.9	133	21.2	61	9.7	3.01	1.088
يجعلني استوحي مصطلحات خلال نقاشاتي مع الآخرين	38	6.08	91	9.76	148	23.7	172	27.5	176	28.2	2.43	1.212
يقنعني بعبثية صواريخ المقاومة	35	5.7	56	9	94	14.2	163	26	280	44.6	2.05	1.202
جعلني أخذ موقفا سلبيا من المقاومة وأنها السبب في الحرب	37	6	49	30.8	56	8.9	111	17.6	376	59.7	1.82	1.22

جدول (3) التأثيرات السلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب

تشير نتائج الجدول رقم (3)، إلى أن التأثير السلوكي للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية يتركز في شحن مشاعر الشباب الفلسطيني بالعنف ودفعهم للاحتجاجات، وهذا يتفق مع النتيجة السابقة والتي تشير إلى أن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة بشكل كبير، وهذا ما يشحن مشاعر الشباب، ويدفعهم للتظاهر ضد الحرب والعدوان على غزة.

ويتفق موقف العينة مع عبارة أن الإعلام الإسرائيلي يشعرهم بحجم الخسائر المتوقعة في صفوف سكان قطاع غزة، من خلال الأسماء التي يصممها للحرب، على سبيل المثال: الرصاص المصبوب، عامود السحاب وغيرها، وهذه الأسماء يتم استخدامها من أجل تعزيز الحرب النفسية وتحطيم الروح المعنوية.

ويلعب الإعلاميون الإسرائيليون دوراً خطيراً في نقل المعلومات، اذ يعتمدون على المصادر العسكرية في الجيش الإسرائيلي لتوفير معلوماتهم، ويحاولون في ذات الوقت إقناع الرأي العام لا سيما الفلسطيني بحيادية موادهم الإعلامية وأخبارهم، وفي المقابل يشدد الساسة الاسرائيليين على ضرورة تربية الاعلاميين على الشراكة الدائمة مع المؤسسة العسكرية لتحقيق المصالح العليا لإسرائيل (عبد الله، 2013).

وينسجم موقف العينة مع ما قاله رئيس تحرير شبكة PNN منجد جادو أن للإعلام الإسرائيلي تأثيرات على الشارع الفلسطيني، بناء على نشر معلومات في كثير من الحالات يكون انعكاساً سلبياً، ويقول أن معظم التأثيرات تكون سلبية تتمثل في حراك شبابي على الأرض، تهدف من جهة لجر الشباب الى مربع العنف مع جيش الاحتلال، ومن جهة أخرى بعضها يهدف لضرب الفلسطينيين مع بعضهم البعض، خصوصاً وان الشارع الفلسطيني يعيش عصر المصالح والتنافس داخل الأحزاب السياسية (مقابلة مع منجد جادو).

يتعارض موقف العينة مع عبارة أنهم يستقون مصطلحات مستوحاة من الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، وهذا يتعارض كذلك مع التوجه العام للدراسة، والدراسات السابقة، وذلك لأن تأثير المصطلحات لا يكون ظاهراً للمواطن العادي، فهو يتغير ويتأثر دون أن يدرك التغيير في المصطلحات، ينبني التأثير السلوكي على تأثير معرفي يسبقه، فعندما يقدم الإعلام الإسرائيلي مصطلحات جديدة لا يدرك عواقبها جمهور الشباب ويستخدمها في حياته اليومية وفي نقاشاته، هذا الاستخدام بحد ذاته هو الدرجة الثانية من التأثير (التأثير السلوكي)، دون أن يدرك أنه متأثر.

يتعارض موقف العينة مع عبارة أن الإعلام الإسرائيلي يستطيع إقناعهم بتبرير قصف طائرات الاحتلال للمستشفيات المدينة، لأن العسكريين يتواجدون داخلها وفق ما يدعي القادة الإسرائيليين.

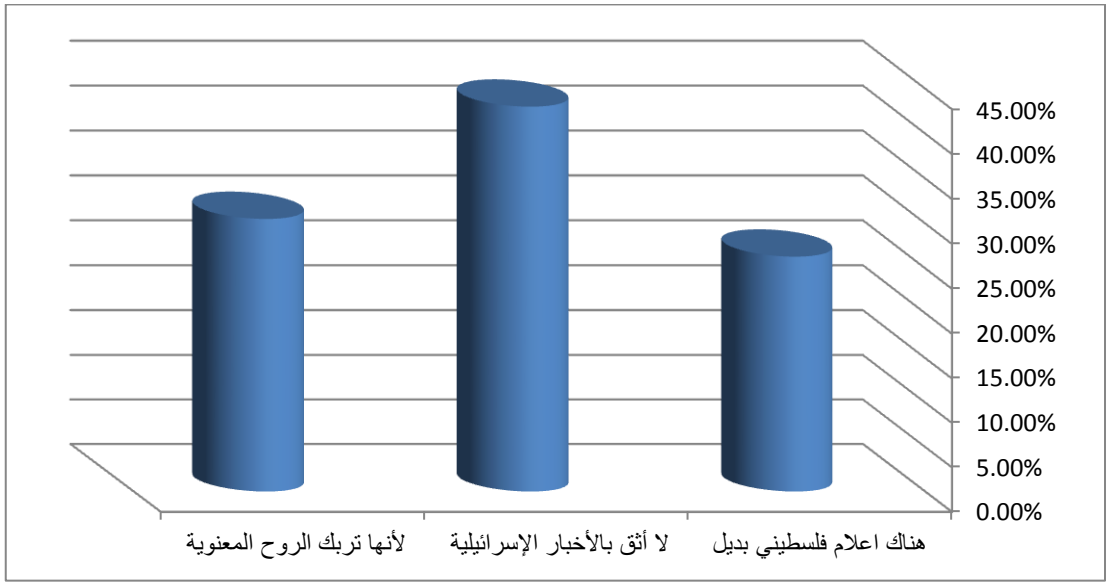
ويتعارض موقف العينة عبارة أن الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية يستطيع إقناعهم بأن صواريخ المقاومة عبثية، ولا تستطيع أن تحقق أهداف في صفوف العدو، وبالتالي فهي

عبء على الشعب الفلسطيني في غزة والمفترض التوقف عنها، ويتفق هذا التعارض مع نتيجة سابقة، بأن الإعلام الإسرائيلي لا يستطيع دفع المدنيين في غزة بالضغط على المقاومة لوقف نشاطها، كما لا يدفع الفلسطينيين لاتخاذ مواقف سلبية من المقاومة والاعتقاد بأنها هي السبب في إشعال فتيل الحرب.

في ضوء ما سبق، ينحصر تأثير الإعلام الإسرائيلي على الناحية السلوكية للشباب الفلسطيني، في شحن مشاعرهم لأنه يقدم معلومات تتعلق بخسائر المقاومة، ويدفعهم للاحتجاجات، فهو يجرهم إلى مربع العنف بالإعلام، ويظهر على الساحة الميدانية أن من يبدأ الاحتجاج هم الفلسطينيون.

يكون تأثير الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية نسبته قليلة على من يعتقدون أن صواريخ المقاومة سبب في إشعال الحرب، كذلك على من يعتقدون أن قصف المستشفيات يأتي نتيجة تحصن العسكريين فيها.

المحور الرابع: أسباب عدم متابعة الإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية



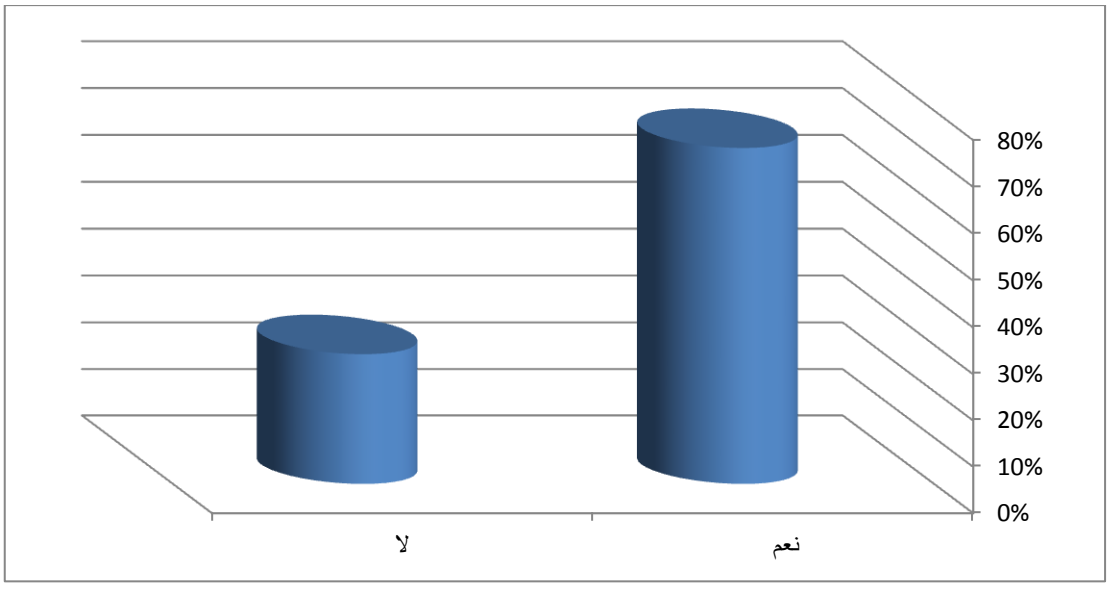
الشكل رقم (11) أسباب عدم متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة بالعربية

يوضح الشكل رقم (11) سبب عدم متابعة عينة الدراسة للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، حيث يرى 26.3% من عينة الدراسة أن وجود إعلام فلسطيني وعربي يغني عن متابعة الإعلام الإسرائيلي، بينما يرى 43.2% من العينة أن عدم الثقة بما يقدمه الإعلام الإسرائيلي هو السبب في عدم متابعته، وللوهلة الأولى لأنه يمثل صوت العدو.

ويتفق 30.5% من العينة إلى حد ما مع عدم الثقة، حيث أنهم يرون في متابعة الإعلام الإسرائيلي إرباك للروح المعنوية لدى الشباب.

وفي سؤال تأييد العينة لمتابعة الإعلام الإسرائيلي، يرى 19.9% من العينة انه هناك حاجة لدى الشباب الفلسطيني في متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، بنما رفض 20.1% من العينة هذه المتابعة، وتحفظ الباقون عن إبداء موقف مؤيد أو معارض، واكتفوا بتأييد المتابعة إلى حد ما.

المحور الخامس: مدى متابعة العينة للمواد المترجمة من الإعلام العبري في الإعلام الفلسطيني...



الشكل رقم (12) حجم متابعة المواد المترجمة من اللغة العبرية في الإعلام الفلسطيني

يوضح الشكل رقم (12) مدى حجم متابعة عينة الدراسة للمواد الإعلامية المترجمة من وسائل الإعلام العبرية والتي تنتشر باللغة العربية في وسائل الإعلام الفلسطينية.

يشير 72% من العينة أنهم يتابعون ما يتم ترجمته من الإعلام العبري، وهذه نسبة عالية لمتابعي المواد المترجمة، بينما لا يتابع نسبة 28% ما يتم ترجمته، ولا بد أن للترجمة تأثير على الشباب الفلسطيني الذي يتابعها، ويتوقف التأثير في الترجمة عند آلية وطريقة وأسلوب الترجمة في وسائل الإعلام الفلسطينية.

وتقوم وسائل الإعلام الفلسطينية بترجمة الأخبار كمان هي من الإعلام العبري، وهذا ما أكده المترجمون ورؤساء تحرير وسائل الإعلام الفلسطينية التي تهتم بالترجمة، وبالتالي فإن المعلومة تصل إلى الشباب الفلسطيني عن طريق الترجمة ولا داعي له أن يتابع وسائل إعلام إسرائيلية باللغة العربية، فالإعلام الفلسطيني يقوم بترجمة الإنتاج الإعلامي الخاص بالقضية الفلسطينية.

المحور السادس: تأثير الترجمة على الشباب

الرأي / العبارة	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
توضح النقاط الغامضة التي يصعب على الإعلام الفلسطيني التوصل إليها	135	15.9	315	32.9	302	31.5	130	13.5	57	5.9	3.39	1.09
تعتبر ترجمة الأخبار من اللغة العبرية جانب مهم في المعرفة	266	27.7	423	44.2	217	22.6	37	3.8	14	1.4	3.96	1.31
الإعلام الفلسطيني يترجم الأخبار كما هي من اللغة العبرية	202	21	349	36.4	315	32.8	78	8.1	14	1.4	3.68	0.94
الترجمة تضعف دور الإعلام الفلسطيني وتوجه أداءه	106	11	155	16.2	250	26.1	317	33.1	127	13.2	2.79	1.19

جدول (4) تأثير المواد الإعلامية المترجمة من اللغة العبرية والمنشورة في الإعلام الفلسطيني

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن موقف عينة الدراسة من ترجمة وسائل الإعلام الفلسطينية للمواد الإعلامية من الإعلام العبري، حيث تتصدر أقوى العبارات التي يوافق عليها الجمهور عبارة أن ترجمة الأخبار من اللغة العبرية جانب مهم في المعرفة، ويتضح

من ذلك بأن ما يترجمه الإعلام الفلسطيني من العبري يستخدمه الشباب في المعرفة ويعتبره جانب مهم لديهم، ويوافق على هذه العبارة 71.4% من العينة.

ويتوافق موقف العينة مع عبارة أن الإعلام الفلسطيني يقوم بترجمة المواد الإعلامية من اللغة العبرية كما هي دون أي تزوير أو تغيير في المعلومات، وهذا ما يؤكده رؤساء تحرير وصحفيون قام الباحث بمقابلتهم، وبالتالي فإن التأثير المعرفي للترجمة يكون قوي على الشباب الفلسطيني، ونسبة الذين يوافقون تلك العبارة 57.4%، وهذا ما يؤكده رئيس تحرير شبكة PNN منجد جادو في مقابلة الباحث معه، حيث قال أن الإعلام الفلسطيني يقوم بترجمة الأخبار كما هي مع فارق التحرير في المصطلحات الفلسطينية (مقابلة رئيس تحرير PNN) .

وكما يتضح في الجدول السابق أن موقف العينة من عبارة المواد المترجمة من الإعلام العبري تستطيع توضيح النقاط الغامضة التي يصعب على الإعلام الفلسطيني التوصل إليها تبلغ نسبة الموافقة عليها 48.8%، وهذا ما يؤكده مدير عام صوت الحرية علا القواسمي في مقابلة مع الباحث.

ينما لا تعتقد عينة الدراسة أن الترجمة من الإعلام العبري تؤدي إلى إضعاف دور الإعلام الفلسطيني، أو توجه أداءه.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة للدكتور سعدي جموعي بأن الترجمة من الإعلام المعادي تعمل على تدعيم توجه فكري يريده المرسل، وفي بعض الاحيان لا يستطيع المترجم أن يجد فرص فضح نوايا العدو؛ بسبب الكم الهائل من الرسائل الإعلامية الموجهة، وخصوصاً في حالات الحرب وخلال الأزمات السياسية العصيبة، اضافة لذلك فإن الدكتور جموعي يري التأثير بالترجمة يكون انتقائي بحسب ما يقوم بنقله المترجم وفق اختيار انتقائي للمواد المنشورة في الإعلام العبري، وهذا التأثير يترجم في النهاية بطريقة تتماشى مع أفكار المترجم، وفيه توجيه لأفكار الجمهور بحسب رؤية المترجم (جموعي، 2011). فالتأثير لا يقع من الترجمة فحسب ولا يتوقف عند ما ينشر في الإعلام العبري، وانما أيضا للمترجم دور كبير في احداث تأثير وفي نوعية التأثير الواقع على الجمهور.

ويظهر من خلال الجدول السابق أن تأثير الترجمة من الإعلام العبري يكون له تأثير سلبي على الشباب الفلسطيني، فالأخبار يتم ترجمتها كما هي حسب اعتقاد الجمهور، وهذا ما يؤكده رؤساء تحرير وسائل الإعلام الفلسطينية المهتمة بالترجمة، حيث انهم ينقلون الرواية الإسرائيلية ذاتها مع تغيير المصطلحات التي تتماشى مع الاطار الوطني والثقافة الوطنية، بالتالي فإن الإعلام الفلسطيني يصبح بوق ينقل المعلومة الإسرائيلية ويوصلها للشباب الفلسطيني.

عرض ونقاش نتائج الدراسة الميدانية

أولا: المتابعة والدوافع

عرض هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الشباب الفلسطيني في محافظات الضفة الغربية والقدس (19-32 عاماً)، وذلك بهدف التعرف على الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية خلال حربي 2013 و 2014 على قطاع غزة، وكانت أهم النتائج كما يلي:

- متابعة الشباب الفلسطيني للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية ضعيفة، متوسط متابعتها بلغت (2.25) بين خياري نادراً وأحياناً، فالشباب الفلسطيني لديه وعي كافٍ واعتقاد جازم بأن هذا النوع من الإعلام ليس نزيه، وتقف وراءه القيادة السياسية في إسرائيل، وتريد من وراءه تمرير أجندات تخدم الاحتلال في الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967، وأشارت بيانات الدراسة الميدانية إلى أن 66.56% من العينة تتابع الإعلام الإسرائيلي يوماً واحداً فقط.

- تتمثل أسباب عدم متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية بشكل قوي بأن هناك إعلام فلسطيني وعربي بديل، يكون محط ثقة أكبر بالنسبة للشباب الفلسطيني، لأن 43% من عينة الدراسة ترى بان عدم متابعتها للإعلام الإسرائيلي بسبب عدم ثقتها بالمعلومات والتحليلات التي يقدمها، نظراً لأنه مصمم لخدمة أهداف الاحتلال.

-تتوازى اتجاهات عينة الدراسة في تأييد ورفض متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية، حيث يرى 19.9% أن هناك حاجة وضرورة لدى الشباب الفلسطيني لمتابعة الإعلام الإسرائيلي والتأمل بما يقوله الإسرائيليون، بينما يرى 20.1% من العينة أنه لا داعي

للإطلاع على الإعلام الإسرائيلي، والاكتفاء بمتابعة الأحداث من خلال الإعلام الفلسطيني والعربي.

– تشير الدراسة إلى أن الشباب الفلسطيني يتابعون الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية لدوافع غير إخبارية في الدرجة الأولى، إنما هناك دوافع أخرى بعيدة عن أخذ المعلومات منه، إنما تقتصر الدوافع على النظرة التحليلية للشباب لما يعرضه هذا النوع من الإعلام الموجه، أبرزها أن يتعرف الشباب على كيفية تفكير المحتل، بالإضافة إلى معرفة كيف سيتصرف الطرف الأقوى في الصراع والذي يمثله الاحتلال الإسرائيلي، ويريد الشباب الفلسطيني من المتابعة التكهن بسيناريوهات قادمة ومجهولة بالنسبة له.

– متابعة الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية تزداد بشكل كبير خلال الحروب على قطاع غزة، وذلك لمقارنة ما يقوله الإسرائيليون ومقارنته مع ما ينشر في الإعلام الفلسطيني والعربي، وهنا تظهر أزمة ثقة ونقص بين الجمهور الفلسطيني وإعلام بلده، وبعض الشباب الفلسطيني يقول أنه يضاعف متابعته خلال الحرب لمعرفة الرأي العام الإسرائيلي واتجاهاته نحو الحرب وخوضها.

– الوسيلة الإسرائيلية الأكثر متابعة من قبل الشباب الفلسطيني هي الإذاعة الإسرائيلية الناطقة بالعربية (صوت إسرائيل) بنسبة بلغت 30% من بين الوسائل الأخرى.

ثانيا: التأثير المعرفي

– يتركز تأثير وسائل الإعلام العبرية على الجمهور الفلسطيني من الناحية المعرفية في بثها لخسائر المقاومة الفلسطينية، ويعتقد الشباب في نفس الوقت أن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتضخيم هذه الخسائر، بمتوسط حسابي بلغ 4.12.

– يؤثر الإعلام الإسرائيلي على توجهات الشباب الفلسطيني خلال الحرب عندما يبث أخبار تتعلق بالخلافات داخل الحكومة الإسرائيلية بشأن مجريات الحرب أو قراراته، فذلك

ربما يطمئن الشباب بأن هناك ضعف في الموقف الإسرائيلي، وبالتالي فهم يهتمون بهذا النوع من الأخبار وتؤثر بشكل كبير عليهم، بمتوسط حسابي بلغ 3.69.

– ويتعمد الإعلام الإسرائيلي على تكريس التأثير المعرفي على الشباب الفلسطيني من خلال إعادة بث المعلومات وعرض الأحداث أكثر من مرة، وبأشكال مختلفة، وهذا ما تؤكده عينة الدراسة.

– لا يؤثر الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية على توجهات وعقائد الشباب الفلسطيني نحو المقاومة، فهو لا يعمل على معارضة المقاومة وإطلاق الصواريخ على الأهداف الإسرائيلي في الأراضي المحتلة عام 1948.

ثالثا: التأثير السلوكي

– أما على المستوى السلوكي فإن تأثير متابعة الإعلام الإسرائيلي تتركز في شحن مشاعر الشباب الفلسطيني ودفعهم للاحتجاج، وهذا يرتبط بالتأثير المعرفي الأكبر في النتيجة السابقة التي تشير أن التأثير المعرفي يتركز عند نشر أخبار خسائر المقاومة، وهذا من الطبيعي أن يثير مشاعر الشباب الفلسطيني ويدفعهم للاحتجاج، والمقاومة. شحن مشاعر الشباب الفلسطيني بالاحتجاج والعنف بلغ عند المتوسط الحسابي 3.38، وهو الأعلى في مقياس التأثير السلوكي.

– وترتبط هذه النتيجة بالتي تليها في التأثير السلوكي، التي تتمثل في شعور الشباب الفلسطيني بحجم الخسائر المتوقعة من خلال الأسماء التي تصممها حكومة الاحتلال الإسرائيلي للحرب، على سبيل المثال اسم الرصاص المصبوب، أو عامود السحاب، وبالتالي فإن الاحتجاج والعنف كتأثير سلوكي مرتبط بعرض الإعلام الإسرائيلي لخسائر المقاومة الفلسطينية.

-لا يؤثر الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية على سلوك الشباب الفلسطيني تجاه إطلاق صواريخ المقاومة، فهم يعتقدون أن الصواريخ ليست السبب الرئيسي في إشعال الحرب، وبالتالي فإنه لا يستطيع الإعلام الإسرائيلي صناعة سلوك عند الشباب يرفض إطلاق الصواريخ، والاحتجاج عليها.

- لا يستطيع الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية أن يغفر للقيادة الإسرائيلية وقيادة جيش الاحتلال عند الشباب الفلسطيني من جراء قصف المستشفيات، ولا يستطيع إقناع الشباب الفلسطيني بمبرراته بأن قصفها يأتي نتيجة تحصن العسكريين فيها.

رابعا: تأثير الترجمة من الإعلام العبري إلى الإعلام الفلسطيني

-يظهر تأثير الترجمة من الإعلام العبري إلى الإعلام الفلسطيني بشكل أعمق، حيث أن للمواد المترجمة من الصحف ووسائل الإعلام العبرية جمهور عريض بين فئة الشباب الفلسطيني، حيث يتابع قرابة 72% من عينة الدراسة الميدانية، المواد المترجمة التي تنشرها وسائل الإعلام الفلسطيني.

- يتوقف تأثير الترجمة على كيفية وآلية الترجمة المتبعة، حيث أن وسائل الإعلام الفلسطينية تقوم بترجمة المواد الإسرائيلية العبرية كما هي وتنقلها إلى الشباب الفلسطيني، ويؤكد ذلك رؤساء تحرير وسائل الإعلام التي قام الباحث بإجراء مقابلات معهم، يؤكد غالبيتهم أنه يتم نقل المعلومات من الإعلام العبري كما هي مع تغيير بعض المصطلحات التي تتماشى مع الإطار الوطني الفلسطيني، مثل: بدل ترجمة جيش الدفاع الإسرائيلي يتم كتابة جيش الاحتلال الإسرائيلي، وبدل كتابة عملية إرهابية يتم كتابة عملية فدائية أو استشهادية.

– الخلاف بين ما ينشر في الإعلام العبري وما يتم ترجمته هو الشكل وليس المضمون، وتأثير المضمون ينتقل وربما بشكل أعمق إلى الشباب الفلسطيني، لأنه درجة الثقة للإعلام الفلسطيني أكبر وأعلى منه للإعلام الإسرائيلي الناطق باللغة العربية.

– ويرتكز تأثير الترجمة من الإعلام العبري في اعتقاد الشباب الفلسطيني أن الترجمة هي جانب مهم في المعرفة، هذا بشكل عام ولكن ما يقوم بترجمته الإعلام الفلسطيني لا يتعدى قضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ولا يهتم كثيراً في نقل المعرفة الإنسانية التي تتعلق بجوانب أخرى كالحقائق والعلوم ونتائج الدراسات والأبحاث في المجالات العلمية والإنسانية، وبالتالي فأن تأثير المعلومات التي يتم ترجمتها لا تتعدى قضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

–ويعتقد الشباب الفلسطيني أن الإعلام الفلسطيني ينقل الحقائق والمعلومات والأخبار كما هي منشورة في الإعلام العبري، بمتوسط حسابي بلغ 3.68، هذا يعني أن تأثير الإعلام العبري ينتقل كما هو، بل يكون هو الأشرس لأنه أيضا يوجه الجبهة الداخلية الإسرائيلية خلال الحرب.

– ويعتقد الشباب الفلسطيني بأن الترجمة من الإعلام العبري توضح النقاط الغامضة التي يصعب على الإعلام الفلسطيني أن يتوصل إليها، وبالتالي فإن الشباب الفلسطيني يتشبع المواد المترجمة ويعتبرها تحليل وتوضيح لما يجري خلال الحرب، وفق النظرة والرؤية الإسرائيلية.

توصيات الدراسة

1- الحرص على توعية الجمهور الفلسطيني خلال متابعة قنوات الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية، وذلك عن طريق نشرات اعلامية.

2- اعتماد استراتيجية في الإعلام الفلسطيني تساهم في تفنيد روايات الإعلام الإسرائيلي التي تهدف الى تضليل جمهور الشباب.

3- الحرص الشديد على وجود وعي سياسي وفكر سياسي عند المترجمين للأخبار من اللغة العبرية، ووضع أسس للرقابة على كل ما ينشر من مواد مترجمة من الإعلام الإسرائيلي في قنوات الإعلام الفلسطينية.

4- استحداث مؤسسة رسمية مركزية مخصصة للترجمة، قائمة على متخصصين في الترجمة ولديهم فكر سياسي حول ما يجري من صراع بين الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي، وكذلك يتمتعون بثقافة واسعة حول تركيبة المجتمع الإسرائيلي الاجتماعية والثقافية، لتكون هذه المؤسسة بمثابة مرجع لمن يريد متابعة الإعلام الإسرائيلي.

ما تثيره الدراسة من دراسات مستقبلية:

اقتصرت هذه الدراسة على البحث في الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية، وبناء على ما توصلت إليه الدراسة، يمكن طرح بعض الأفكار لتكون دراسات مستقبلية عن الإعلام الإسرائيلي:

1- دراسة دور وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية في إدارة الأزمات السياسية.

2- دراسة دور وسائل الإعلام الإسرائيلية في تكوين اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الأحزاب السياسية الفلسطينية.

3- دراسة تأثير وسائل الإعلام الإسرائيلية في تشكيل اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو القيادة السياسية الفلسطينية ومنظمة التحرير والعديد من المؤسسات الوطنية.

مصادر ومراجع الفصل الرابع

الكتب

حجاب، محمد. **الحرب النفسية**. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. 2005.

عبد الله، حسام. **الإعلام الإسرائيلي بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009 "الصحافة المكتوبة نموذجاً"**. رسالة ماجستير. جامعة القدس. 2013.

عبد الله، عبد الرحيم. **أثر الإعلام الإسرائيلي على اتجاهات رأي طلبة الإعلام في جامعة بيرزيت: "فساد السلطة الفلسطينية"... نموذجاً**. المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية (مواطن). رام الله. 2004.

مقابلة للباحث مع **رئيس تحرير شبكة PNN منجد جادو** / بتاريخ 2015/1/6.

المجلات

جموعي، سعدي. الترجمة انحياز ثقافي وحركة تبشير بالأفكار. **مجلة معارف، العدد العاشر**. المركز الجامعي، البويرة. الجزائر. 2011.

المراجع الالكترونية

شقير، عاطف. **الحرب النفسية الاسرائيلية في الاراضي الفلسطينية**. غزة. 2014، استرجعت بتاريخ 2014/12/10.

http://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2014/01/30/319050.html

الملاحق

ملحق رقم (1)

استمارة استقصاء الجمهور

جـــــــــامعة القدس

معهد الدراسات الإقليمية

الدراســـــات الإسرائيلية

الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012 و 2014

استمارة رسالة ماجستير

إعداد الباحث: محمد يوسف موسى مسالمة

إشراف: د/ أحمد رفيق عوض

***ملحوظة:** بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم الا لغرض البحث العلمي.

البيانات الشخصية			
الجنس:	– ذكر ( )	– انثى ( )	
السن:	– من 19–22 ( )	– من 23–27 ( )	– من 28 – 32 ( )
المحافظة			
مكان السكن:	– مدينة ( )	– مخيم ( )	– قرية ( )
المستوى التعليمي:	– تعليم متوسط ( )	– تعليم جامعي ( )	– دراسات عليا ( )
المهنة:	– طالب ( )	– موظف حكومي ( )	–موظف قطاع خاص ( ) – لا أعمل ( )

1436 هـ / 2014 م

1- هل تتابع وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية؟

- دائماً ( ) - أحياناً ( ) - نادراً ( ) - لا ( )، **انتقل إلى السؤال رقم 9**

2- كم يوم في الأسبوع تتابع وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية ؟

- يوم واحد في الأسبوع ( ). - يومان ( ). - ثلاثة أيام ( ).

- أربعة أيام ( ). - خمسة أيام ( ). - كل يوم ( ).

3- ما أكثر دافع يجعلك تتابع وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية؟

-تقدم الأخبار لحظة وقوع الحدث فوراً ولا تتأخر ( ).

- تقدم تحليل معمق للأحداث الجارية ( ).

- تقدم معلومات صادقة ( ).

- أريد أن اعرف كيف يفكر الإسرائيليون ( ).

-أخرى تذكر.....

4- ما هي أكثر وسيلة تابعت خلال حروب 2012 و 2014 على غزة؟ يمكنك اختيار أكثر من بديل...

- إذاعة صوت إسرائيل ( ). - الفضائية الإسرائيلية ( ). - قناة 24l ( ).
- موقع عربيل الإلكتروني ( ). - موقع المصدر الإلكتروني ( ).

- صفحة الناطق باسم الجيش الاسرائيلي أفيخاي أدرعي على الفيسبوك ( ).

- أخرى تذكر.....

5- هل تزداد متابعتك للإعلام الإسرائيلي باللغة العربية خلال حربي 2012 و2014 على غزة؟

- نعم ( ) - لا ( )

لماذا..... .

6- فيما يلي مجموعة من العبارات حول المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الإسرائيلية باللغة العربية خلال حربي 2012 و 2014... والمطلوب منك تحديد موقفك من كل عبارة:

العبارة	موافق جداً	موافق	بدرجة متوسطة	معارض	معارض جداً
استقي من خلالها معلومات كافية عن الحرب والأحداث الميدانية					
اتابع الحدث نفسه أكثر من مرة في الأخبار وبطرق متعددة					
اطلع على خسائر الجيش الاسرائيلي من خلالها					
اعتقد ان الاعلام الاسرائيلي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة					
اثق بالتحليلات والتوقعات المقدمة بشأن الحرب					
استشعر الخلافات في داخل الحكومة الاسرائيلية بشان الاستمرار في الحرب او ايقافه وسبل التوصل لتهدئة					
اتوقع انه يدفع المدنيين في غزة للضغط على المقاومة من أجل وقف اطلاق الصواريخ					

7- فيما يلي مجموعة من العبارات، حول المعلومات التي يقدمها الإعلام الإسرائيلي باللغة العربية خلال حربي 2012 و 2014، والمطلوب منك تحديد موقفك من كل عبارة:

العبارة	موافق جداً	موافق	بدرجة متوسطة	معارض	معارض جداً
يشحن مشاعري بالعنف، ويدفعني للمشاركة في الاحتجاجات ضد الحرب على غزة					
يقنعني بأن قصف اسرائيل للمستشفيات في بعض الاحيان مشروع نتيجة تحصن العسكريين فيها					
استخدام اسماء في الاعلام الاسرائيلي للحروب (عامود السحاب) يشعرك بحجم الخسائر المتوقعة في الحرب					
في نقاشك مع الاخرين تستخدم مصطلحات مستوحاة من الاعلام الاسرائيلي					
الاعلام الاسرائيلي يقنعك بعبثية الصواريخ والمقاومة المسلحة					
يجعلك تأخذ موقفاً سلبياً من المقاومة، وانها السبب في الحرب					

8- ما هو أكثر شيء كنت بحاجة لمعرفته خلال الحرب، ولم تعرفه الا من خلال وسائل الإعلام الإسرائيلية.

- ..... . **(انتقل للسؤال رقم 10)**

9- لماذا لا تتابع وسائل الإعلام الاسرائيلية التي تبث باللغة العربية؟ يمكنك اختيار أكثر من بديل

1- هناك اعلام فلسطيني وعربي يقدم الأخبار، ولا حاجة للإعلام الإسرائيلي ( ).
2- لا أثق في الأخبار الإسرائيلية لأنها تمثل العدو ( ).
3- لأنها تقوم بإرباك الروح المعنوية للمقاومة في الحرب ولا تعرض خسائر الجيش الاسرائيلي ( ).
4- أخرى تذكر..... . **(انتقل للسؤال التالي).**

10- هل تؤيد اهتمام الجمهور الفلسطيني بمتابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية التي تبث باللغة العربية ؟

5- - اؤيد ( ). - اؤيد إلى حد ما ( ). - لا اؤيد ( ).

11- هل تتابع الأخبار والبرامج التي يترجمها الإعلام الفلسطيني في الصحف والقنوات التلفزيونية من اللغة العبرية ؟

- نعم ( ) - لا ( )

ما السبب؟ .....

12 – هذه بعض العبارات الخاصة بالترجمة الفلسطينية من وسائل الإعلام الإسرائيلية.. والمطلوب تحديد موقفك منها:

العبارة	موافق جداً	موافق	بدرجة متوسطة	معارض	معارض جداً
توضح النقاط الغامضة التي يصعب على الإعلام الفلسطيني التوصل إليها					
تعتبر ترجمة الأخبار من اللغة العبرية جانب مهم في المعرفة					
الإعلام الفلسطيني يترجم الأخبار كما هي من اللغة العبرية					
تضعف دور الإعلام الفلسطينية وتوجه أداءه					

شكراً لحسن تعاونكم / الباحث

ملحق رقم (2)

أسئلة المقابلة مع المترجمين ورؤساء التحرير

أسئلة تم توجيهها للمترجمين ولرؤساء تحرير وسائل الاعلام التي تهتم بالترجمة من الاعلام الإسرائيلي باللغة العبرية.

1- ما مدى متابعتك لوسائل الإعلام العبرية... وما حجم المواد التي تترجمها خلال يومي أو أسبوعي؟؟

2- ما الهدف من وراء ترجمة الاخبار العبرية الى اللغة العربية؟؟

3- توضح لي إن كانت هناك أهمية مهنية في الاعلام الفلسطيني وتقتضي ترجمة الاخبار العبرية.

4- هل تنقل المعلومة من الاعلام العبري كما هي؟ وما الذي يتم تغييره في الخبر بعد ترجمته؟

5- نلاحظ ان الرواية الاسرائيلية يتم نشرها كما هي مع تغيير بعض المصطلحات، كأن يقول المترجم بدل جيش الدفاع يقول جيش الاحتلال، وفي المقابل ينقل الرواية الاسرائيلية... ما تعليقك؟!

6- إلى أي مدى يؤثر نشر الرواية الاسرائيلية في الشباب الفلسطيني... تحدث لي عن بعض الاخبار نشرتموها وأثارت الشارع الفلسطيني او عملت على اخماد حراكه ؟

7- برأيك، هل تعتبر ترجمة الاخبار الاسرائيلية ناتجة عن قصور في الاعلام الفلسطيني وعدم مقدرته في الوصول الى كافة النقاط وتوضحيها لذا يلجأ للترجمة؟

8- نلاحظ بعض وسائل الإعلام الفلسطينية تنقل وتترجم عن الاعلام الاسرائيلي بعض تصريحات مسؤولين فلسطينيين وتعتبر سرعة نشرها سبق صحفي، هل الوصول الى المسؤول الفلسطيني عن طريق الاعلام الفلسطيني أمراً صعباً ومتعباً؟

9- لـيس كـل مـا يعرضـه الاعـلام الاسـرائيلي مـرتبط بالوضـع السياسـي والصـراع مـع الفلسـطينيين... هـل تقومـون بترجمـة اخبـار تهـتم بجوانـب اسـرائيلية غيـر سياسـية، علـى سـبيل المثال انتاج علمي او معرفي؟

10- الاعـلام الاسـرائيلي موضـوعي وصـادق ويوضـح المعلومـات باللغـة العبريـة لجمهـوره... ما مدى دقة هذه العبارة؟؟

ملحق رقم (3)

الجداول التفصيلية للدراسة

جدول رقم (1) معدل متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام التي تبث بالعربية

معدل المشاهدة	التكرار	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائماً	85	8.5	2.25	98.33
أحياناً	392	39.2		
نادراً	212	21.2		
لا	311	31.1		
المجموع	1000	100		

جدول (2) التأثيرات المعرفية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب

الرأي / العبارة	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
استقي منها معلومات كافية عن الحرب	56	9.39	137	23	249	41	106	17.7	48	8.05	3.13	1.042
أتابع الحدث نفسه أكثر من مرة في الأخبار	132	21	246	39	178	28	60	9.50	15	2.37	3.66	0.986
أطلع على خسائر الجيش الإسرائيلي من خلالها	149	23.6	184	27.9	129	20	103	16.3	64	10	3.40	1.285
اعتقد أن الإعلام الإسرائيلي يقوم بتضخيم خسائر المقاومة	308	47	170	27	88	14	38	6	21	3	4.12	1.087
أثق بالتحليلات والتوقعات المقدمة بشأن الحرب	36	5.77	81	13	225	36	172	27.6	109	17.4	2.62	1.091
استشعر الخلافات داخل الحكومة الإسرائيلية بشأن الحرب	136	21.4	258	40.6	166	26	59	9.3	15	2.3	3.69	0.983
الإعلام الإسرائيلي يدفع المدنيين بغزة للضغط على المقاومة	89	14.5	134	20.2	144	21	128	22.8	136	21.5	2.86	1.350

جدول (3) التأثيرات السلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب

الرأي / العبارة	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
يشحن مشاعري بالعنف ويدفع للمشاركة بالاحتجاجات	155	24.5	192	30.3	118	18.6	77	12.1	90	14.2	3.38	1.352
يقنع بأن قصف إسرائيل للمستشفيات مشروع لتحصن العسكريين فيها	39	6.22	72	11.4	98	15.6	138	22	280	44.6	2.12	1.265
يشعر بحجم الخسائر من خلال أسماء الحروب مثل (عامود السحاب)	51	8.14	162	25.8	219	34.9	133	21.2	61	9.7	3.01	1.088
يجعلني استوحي مصطلحات خلال نقاشاتي مع الآخرين	38	6.08	91	9.76	148	23.7	172	27.5	176	28.2	2.43	1.212
يقنعني بعبثية صواريخ المقاومة	35	5.7	56	9	94	14.2	163	26	280	44.6	2.05	1.202
جعلني أخذ موقفا سلبيا من المقاومة وأنها السبب في الحرب	37	6	49	30.8	56	8.9	111	17.6	376	59.7	1.82	1.22

جدول (4) تأثير المواد الإعلامية المترجمة من اللغة العبرية والمنشورة في الإعلام الفلسطيني

الرأي / العبارة	موافق جداً		موافق		بدرجة متوسطة		معارض		معارض جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
توضح النقاط الغامضة التي يصعب على الإعلام الفلسطيني التوصل إليها	135	15.9	315	32.9	302	31.5	130	13.5	57	5.9	3.39	1.09
تعتبر ترجمة الأخبار من اللغة العبرية جانب مهم في المعرفة	266	27.7	423	44.2	217	22.6	37	3.8	14	1.4	3.96	1.31
الإعلام الفلسطيني يترجم الأخبار كما هي من اللغة العبرية	202	21	349	36.4	315	32.8	78	8.1	14	1.4	3.68	0.94
الترجمة تضعف دور الإعلام الفلسطيني وتوجه أداءه	106	11	155	16.2	250	26.1	317	33.1	127	13.2	2.79	1.19