

إيديولوجيا الإعلام الحربي الإسرائيلي في حرب 6 حزيران 1976 دراسة تاريخية تحليلية

أ.م.د. سعد لطيف الحمد
كلية دجلة الاهلية الجامعة
Saad.lateef@duc.edu.iq

مستخلص البحث:-

إن علاقة وسائل الإعلام بحل الصراعات وبناء السلام المجتمعي كأحد الموضوعات المهمة التي تربط بين مجالي العلاقات الدولية والدراسات الإعلامية. ويعد الإعلام الحربي أساساً للتفوق والنصر في شتى المعارك، وهو أداة قادرة على كسر المفاهيم التقليدية للتدفق الحر للمعلومات، ومن وسائله الإعلام المقروء كالصحافة العسكرية، والإعلام المسموع كالإذاعة، والإعلام المرئي كالتلفاز، وجميعها لها وظائف متعددة سواء في الحرب أو السلم على حد سواء وتعد من أهم أدوات تحصين الجبهة الداخلية وخلق التقاف شعبي حول القيادة السياسية وثقة بالمؤسسة العسكرية بما يتيح أخذ القرارات الصعبة والمصيرية.

الكلمات المفتاحية :- الإعلام الحربي - إسرائيل - الإيديولوجيا .

The introduction :- المقدمة

خلق الإنسان وهو في حاجة إلى علاقات وتواصل وروابط تربطه مع الآخرين وباقي مكونات بيئته ومجتمعه فالإنسان كما يقول ابن خلدون "مدني بطبعه" فاجتهد الإنسان وانكب منذ الأزل حول البحث من أجل أن يصل إلى أسلوب وطريقة من خلالها يجسد قيم التواصل والعلاقات ونسج روابط مع الآخرين، فكان البحث مستمرا "ومتواصلًا" من أجل تحقيق هذا الهدف وتجسيده، فكان لا بد على الإنسان الذي أودع فيه الله عوالم العقل والتفكير أن يجد الوسيلة التي تمكنه الاطلاع على أخبار الآخرين ومتابعتهم باستمرار، والمساهمة من خلالها بلورة المواقف، ويعد الإعلام بفلسفته الواسعة ووسائله المتطورة، من أقوى أدوات الاتصال. الإعلام الحربي هو فرع من الإعلام الشامل المتخصص في مجالات الإعلام العام للدولة وأحد أدواته، يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي العسكري للدولة ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة، وكذلك لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة.

First :- Research importance .

أولاً :- أهمية البحث:

يهدف إلى التركيز على أيديولوجيا الإعلام الحربي الإسرائيلي في حرب 6 حزيران 1967 م، دراسة تاريخية تحليلية، ومن هنا تبرز أهمية الموضوع. فالتطور الحاصل في الإعلام وتعدد مجالاته وسرعة الأداء التي أصبح يتمتع بها ودخوله بشكل لافت ميادين الحياة والتمكن الذي صار عليه الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات جوانب كفيلة لكي تجعل موضوع البحث على درجة من الأهمية والمتابعة.

Second :- Research problem

ثانيا :- مشكلة البحث .
من أسباب الخوض في هذا البحث ، هناك ما هو ذاتي يتعلق بميلنا و انجذابنا للموضوع بوصفه مادة بحثية مهمة تخص أيديولوجيا الإعلام الحربي الإسرائيلي في بعدها الاجتماعي والسياسي والعسكري والثقافي والأمني .
و المبرر الموضوعي للبحث كما تقتضيه خطوات أي بحث علمي محاوره الأساسية .

Third :- Research aims .

ثالثا :- أهداف البحث .
يهدف البحث الحالي إلى معرفة موضوعات عديدة ومتشعبة كونها ترتبط بمجال الصحافة والإعلام في إسرائيل، فقد عالج هذا البحث واقع الإعلام الإسرائيلي، وما طرأ عليه من تحولات بسبب النفوذ السياسي المتعاظم لصناع القرار في تل أبيب وتحولات عميقة انسحبت على الوسيلة الإعلامية والمضامين أو الرسالة التي تحملها وتضخها في وسائل الإعلام المختلفة .

Fourth:- Search Plan .

رابعا :- خطة البحث .
لمقتضيات البحث اعتمدنا في بحث هذا الموضوع على الخطة الآتية :-
مقدمة، وبيننا فيها: أهمية البحث ، سبب اختياره، أهدافه، خطته ، تليها أربعة مباحث حسبناها أساسية، وتتطابق وتنسجم مع بحثنا ومضمونه، فضمت : المبحث الأول : مفهوم الإعلام ، والإعلام الحربي ومناهجه ، ويشتمل على مطلبين : الأول: مفهوم الإعلام، والثاني: مفهوم الإعلام الحربي ومناهجه .

المبحث الثاني : الصحافة العسكرية الإسرائيلية وخصائصها وفيه :-
المطلب الأول: الصحافة العسكرية الإسرائيلية، المطلب الثاني : خصائص الصحافة الإسرائيلية .

المبحث الثالث : حرب حزيران / يونيو 1967 في سياقها التاريخي ، وفيه أربعة مطالب :
المطلب الأول : أسماء حرب حزيران / يونيو 1967 ، الثاني: أسباب الحرب، والثالث: حرب 1967 في سياقها الإسرائيلي، والمطلب الرابع : دور الإعلام الإسرائيلي أثناء حرب أكتوبر 1967 ،

المبحث الرابع : مبادئ الإعلام الإسرائيلي، وسماته، وأطره السياسية والعقائدية .

المطلب الأول : مبادئ الإعلام الإسرائيلي .

المطلب الثاني: سمات الإعلام الإسرائيلي .

المطلب الثالث :الخطاب الإعلامي الإسرائيلي وأطره السياسية والعقائدية .

الخاتمة: وفيها أهم النتائج التي توصل إليها البحث .

المبحث الأول :- الإعلام الحربي ومناهجه .

The first topic :- The military media and its methods .

المطلب الأول :-مفهوم الإعلام **media.**

أصبح الإعلام جزءا من حياة الناس في مختلف أنحاء العالم، كما أن بناء الدولة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل ووسائل الإعلام، سواء كان ذلك عن طريق التبليغ من شخص إلى آخر (الاتصال الشخصي)، أو عن طريق تبادل المعلومات بين جماعات منظمه (الاتصال الجمعي)، أو عن طريق الاتصال الجماهيري المتمثل في الصحافة والمطبوعات والإذاعة والتلفزيون والسينما والقنوات

الثقافية أخرى، وجدت الدراسات التاريخية صعوبة شديدة في محاولة وضع مفاهيم وتعريفات أساسية لمفهوم الإعلام، وبدأت تبرز بعض المسميات منذ الحرب العالمية الأولى (١٩١٤م-١٩١٨م)، ثم تطورت هذه المسميات (الإعلام، الاتصال بال جماهير، الاتصال التقليدي، الدعاية، النشاط الدعائي)، هذا بخلاف مصطلحات الإعلان والعلاقات العامة والرأي العام، كانت أواخر الستينيات هي فترة بدء تعاضم التطور في مجال اتصال والإعلام، وقد تعددت مفاهيم الإعلام وتعريفاته، فالدراسات في هذا الحقل لم تقتصر على مفهوم أو تعريف واحد بل أخذت بالعديد منها.

أولاً: الإعلام لغة: هو مصدر الفعل الرباعي المزيد أعلم ومجرد الثلاثي علم والعلم نقيض الجهل، فالعلم هو الحصول على المعرفة ونقلها وتداولها بين الناس (الفيروز آبادي، 2005) فالإعلام في سياقه اللغوي هو التعبير العملي والفعلية لتكوين المعرفة والإحاطة بكل ما يهم الأفراد والجماعات في بيئاتهم المحلية والخارجية.

ثانياً: الإعلام اصطلاحاً: عُرف الإعلام: بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، ويعمل الإعلام على نشر البيانات والمعلومات، الثقافية والاجتماعية والسياسية والدينية (المشاقبة، 1975، ص13)، و تناوله الدكتور بسام عبد الرحمن المشاقبة في كتابه "نظريات الإعلام" عدداً من التعاريف، فقال: الإعلام هو العلم الذي يدرس الظاهرة الاجتماعية المتمثلة في اتصال الجماهير ببعضها البعض. وعرفه بأنه نشر وإذاعة الأخبار والمعلومات قصد إعلام الجمهور بها، و يعني كذلك نشر الحقائق والمعلومات لإفادة أفراد المجتمع وإطلاعهم على مجريات الأحداث. (المشاقبة، 1975، ص15-17) وعرف بأنه كافة أوجه النشاط التخاطبي الذي يستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة بطرق موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين. (عبد الفتاح كنعان، 2001، ص28) كما عرف الإعلام أيضاً بأنه فن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها، ونشرها على الجماهير. (عاطف العبد عدلي، 2007، ص17) كما عرفه آخرون بأنه تزويد الناس بالأخبار والمعلومات. (نبيلة داود، د.ب.ت)، ص25) ومما تقدم يتبين أن الإعلام هو الإبلاغ والشرح والتفسير والتنقيف، ونخلص في ظل تعدد تعاريف ومفاهيم الإعلام إلى مفهوم وتعريف نعتقد بأنه الأنسب، ونرى أنه هو عملية جمع ومعالجة ونشر الأخبار والمعلومات والبيانات والحقائق، سياسية واجتماعية واقتصادية وتربوية وثقافية وعلمية وغيرها، بطريقة موضوعية وبدون تحريف بهدف اطلاع الجمهور عليها وخلق درجة من المعرفة والوعي اعتماداً على وسائل الإعلام والنشر، ولعل من أبرز أهداف الإعلام، هو تمثيله للهدف بصورة ذهنية عن الحالة المستقبلية التي يراد بلوغها، وبيان ذلك: أن الإنسان حين يضع نصب عينيه أن يصبح إعلامياً، فإنه يجتهد في دراسة الإعلام، ويسعى لتطوير مهاراته وصلقلها بالتدريب، فالرغبة في أن يكون إعلامياً هي الهدف، والخطوات المتبعة هي إجراءات تنفيذه على أرض الواقع، فإن وصل لما أراد، تحققت الصورة الذهنية التي رسمها، والتي كانت تعد ذات يوم هدفاً أو حلمًا وطموحاً. (جواد الدلو، 1995، ص74) أما مفهوم الإعلام عند علماء الغرب والعرب، فقد اختلف المفكرون في وضع تعريف شامل لمفهوم الإعلام، كما اختلفت الدول حسب أنظمة الحكم القائمة بها- في فهم الإعلام وتفسيره طبقاً لفلسفة المجتمع ونظراته لمختلف الشؤون

الاقتصادية والاجتماعية والثقافية . (جلال نصار ، ١٩٩٨ ، ص 83) لذا يمكن القول أن الإعلام يعني: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة والمعلومات السليمة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، ومعنى ذلك أن الغاية من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات . (حسن محمد سليمان ، ١٩٩٦ ، ص 14) وعلى ما تقدم يتبين أن الإعلام بمعناه الواسع يكون أشمل من الصحافة بينما يعمل في حقل الإعلام أناس قد لا يكونون صحفيين مثل رجال العلاقات العامة والاستعلامات والسياحة وممولي ومالكي الصحف والمؤسسات الصحفية والمكاتب الإعلامية الذين لا يشترط فيهم أن يكونوا من رجال وكتاب الصحافة أو ممن لم يحصلوا على تأهيل علمي في علوم الصحافة التي تقتصر على جميع العاملين في الصحف والمجلات والدوريات والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الإعلام أخرى . (المسلمي ، 1995 ، ص 37)

أما أبرز أهداف الإعلام الصادق فهي: التأثير في الآخرين، والمساهمة في صنع القرار، من خلال ما يتم طرحه في الوسائل الإعلامية :- (الشنقيطي ، 1996 ، ص 117)

1. إمداد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق؛ لتشكيل أفكار معينة حول الواقع ومشاكله.
2. دعم الحاجات النفسية، وتعزيز دور القيم والمعتقدات، و تطويرها حسب تطورات المجتمع.
3. التسلية والترفيه والترويح عن النفوس .

المطلب الثاني :- مفهوم الإعلام الحربي ومناهجه

The second requirement:- The concept of war media and its methods

يعد الإعلام الحربي أحد فروع الإعلام الشامل وهو فرع متخصص في مجالات الإعلام العام للدولة بل وأحد أدواته وليس منفصلاً عنه، فالإعلام الحربي يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي العسكري للدولة ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة، وكذلك لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة . (أميمه إبراهيم ، 2000 ، ص 65)

أولاً: تعريف الإعلام الحربي :

عرّف الإعلام الحربي بعدة تعريفات أبرزها:

1. الإعلام الحربي يعني: جمع وتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات والصور والحقائق والرسائل والتعليمات من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة، والتأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع ونشرها محلياً وخارجياً باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة، وإحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى ضعف الروح المعنوية أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن . (زايد سعيد ، ١٩٨٧ ، ص 35)

2. بأنه: تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي ،

بمعنى أن الإعلام الحربي منوط بتقديم المعلومات الدقيقة والصادقة والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري في المجال الحربي وتكوين الآراء الصائبة في الأمور المهمة المعنية به، وبحيث لا تتعارض تلك الحقائق والمعلومات مع الأهداف العسكرية العليا التي تخدم قضايا القوات المسلحة والدولة في آن واحد. (أبو خزام، 1999، ص 48)

3. الإعلام الحربي: هو الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية والتي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة، من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي الوقت نفسه مواجهة الإعلام المعادي. (العيسوي، 1999، ص 23)

ثانياً : مناهج الإعلام الحربي

الإعلام الحربي كأحد فروع الإعلام العام المتخصصة- له مناهجه ومداخله المتميزة ومنها:

المنهج التاريخي: حيث تبرز مراحل التطور التاريخي للحدث وأسلوب معالجته، والتعبير عن تطور مراحل هذه الظاهرة أو الحدث، وما يستجد من متغيرات. (السعيد، 1996، ص 66)

1. المنهج الاجتماعي: يركز على عملية التفاعل، ويحاول متابعة العناصر المختلفة للموقف، وتحديد وزن كل متغير في عملية التفاعل وتحليله ورده إلى مقوماته.

2. المنهج النفسي: يركز على تتبع ظاهرة الرأي العام لدى الجماهير والحالة النفسية، للشعب إزاء التطورات التي تحدث حوله داخليا وخارجيا. (العيسوي، 1999، ص 27)

المنهج السياسي: وهو المنهج الذي يرى في الرأي العام الاتجاه الوحيد الذي تنصهر في بوتقته جميع الاتجاهات المعبرة عن حالة المجتمع سياسيا، والمنهج السياسي يخاطب الرأي العام سواء داخل أو خارج الدولة، ولا بد أن يكون دقيقا وصريحا حتى يمكنه حشد الجماهير من أجل تحقيق الهدف، ومن ثم يمكن القول: أن عمل الإعلام الحربي يرتبط بجميع عناصر تحقيق أمن الوطني للدولة، ومن ثم تبرز أهميته في تبنى السياسة الوطنية للدولة وربطها بواقع المتغيرات والتحديات في إطار نظام سياسي متوازن ونظام اقتصادي فعال، وعلاقات دولية مبنية على أسس سليمة. (أميمه إبراهيم، 2000، ص 53)

المبحث الثاني:- الصحافة العسكرية الإسرائيلية وخصائصها

The second topic :-The Israeli military press and its characteristics

المطلب الأول: الصحافة العسكرية الإسرائيلية :-

The first requirement:-the Israeli military press

ولدت الصحافة العسكرية مع ولادة الصحف، حيث حرص الصحفيون في بدايات الصحافة على نقل أخبار الحروب وتطوراتها، وذلك في القرنين السادس عشر و السابع عشر، بهدف إشباع رغبات القراء لمعرفة تفاصيل الحروب و تطوراتها واتجاهها ونتائجها، وكان هذا بديهيا في ظل عدم توفر أي وسائل إعلامية أخرى آنذاك، ولهذا كانت الصحف ترى في نشر أخبار الحروب وتفاصيلها زواجا لها، وبدأت تظهر وبوضوح الصحف العسكرية المتخصصة. (البردويل، 1996، ص 12) وصدرت في إسرائيل منذ إقامتها (85) صحيفة يومية (51) باللغة العبرية، (10) باللغة العربية، (7) باللغة الإنكليزية، (5) باللغة الروسية، (5) باللغة الفرنسية، (1) باللغة البلغارية، (2) باللغة

الألمانية، (1) باللغة الهنغارية، (1) باللغة البولندية، (2) باللغة الرومانية، ومنها (24) صحيفة صدرت في العقد الأول لتأسيس إسرائيل، وكانت تصدر فيها حتى سنة 1948 ثلاث عشرة صحيفة يومية، منها (8) حزبية والباقية تجارية، وهي: «هآرتس»، «يديעות أحرונوت»، «معاريف»؛ «الاتحاد» (باللغة العربية ناطقة باسم الحزب الشيوعي الإسرائيلي)، ولا تزال هذه الصحف الخمس مستمرة حتى يومنا هذا. (عدوان، 1997، ص 25)

المطلب الثاني: خصائص الصحافة الإسرائيلية.

The second requirement:-The characteristics of the Israeli press

مرت الصحف الإسرائيلية بتحويلات عميقة متأثرة بعوامل رئيسية مثل الخصخصة والبرلة اللذين تعرضا لهما المجتمع الإسرائيلي، إضافة إلى تطورات الصراع العربي الإسرائيلي، والتغييرات التي شهدتها الخارطة الحزبية-السياسية في إسرائيل، فضلا عن المتغيرات الاجتماعية والإيديولوجية والسياسية التي شهدها المجتمع الإسرائيلي في العقود الأخيرة إذ، تتبنى معظم الأحزاب في إسرائيل الصحافة ولا توجد سوى ثلاث صحف يومية تتمتع باستقلالها المالي والإداري عن الأحزاب، إلا أنها ترتبط أيديولوجيا بها وهي، معاريف الواسعة الانتشار صاحبة الميول اليمينية المتمثل في حزب العمل وكتلة ميرتس، وتميل صحيفة يديעות أحرונوت إلى تبني موقف الحكومات الإسرائيلية المتعاقبة، في حين تتبنى هآرتس مواقف تميل أكثر إلى اليسار، ومن أهم الخصائص التي تتميز بها الصحف الإسرائيلية الراهنة.

(شموئيل، 1990، ص 152)

1. الصحافة الحزبية العلمانية
2. صعود الصحافة الخاصة والتجارية.
3. مركزية الملكية في سوق الصحافة وتساعد التنافس بينها.
4. تغييرات في مفهوم الصحافة المجندة أو الملتزمة.
5. نمو الصحف المحلية.
6. زيادة دور الصحافة الدينية

ثمة مجموعة من القضايا تشكل موردا للإجماع القومي الصهيوني-اليهودي، بحيث تقوم الصحف الإسرائيلية من تلقاء نفسها غالبا، في أخذها في الحسبان والتجند لخدمتها عند أدائها لنشاطها الإعلامي. وأهمها. (إسماعيل عباس، 2000، ص 48)

المبحث الثالث :- حرب حزيران / يونيو 1967 في سياقها التاريخي .

The third topic:- The June 1967 war in its historical context

المطلب الأول : أسماء حرب حزيران / يونيو 1967 .

The first requirement: the names of the June 1967 war .

تعرف عربيا بـ "نكسة حزيران" أو "نكسة 67" ويسمىها الإسرائيليون "حرب الأيام الستة". (عبد الحليم، 2000، ص 8) وحرب 1967 أو حرب الأيام الستة، هي الحرب الثالثة فيما تسمى "حروب فلسطين"، أي سلسلة الحروب بين إسرائيل والدول العربية المجاورة لها. اندلعت الحرب في 5 يونيو 1967 بين إسرائيل من جهة وكل من مصر،

الأردن، وسوريا من جهة أخرى بتعاون مع قوات عراقية التي كانت مرابطة في الأردن (راجيه، 1976، ص 14).
المطلب الثاني: أسباب الحرب.

The second requirement:-The causes of war .

هناك جملة أسباب أدت إلى نشوب حرب 1967 التي قادت إلى ما سمي "النكسة"، وبعض هذه الأسباب مباشر وبعضها غير مباشر.

1. الأسباب غير المباشرة: تتمثل في عد إسرائيل أن الأحداث التي تلت حملة سيناء عام 1956 (العدوان الثلاثي) تشكل تهديداً لأمنها، ومن أبرز هذه الأحداث جهود التسليح التي تبذلها مصر بقيادة جمال عبد الناصر، ونشاط سوريا ضد المستعمرات الإسرائيلية على الجبهة السورية وأمام الجبهة الأردنية، ومن هذه الأحداث أيضاً قرار القمة العربية 1964 في القاهرة بتحويل مياه نهر الأردن في كل من سوريا ولبنان وتأسيس منظمة التحرير الفلسطينية 1965.

2. سباب المباشرة: تقف في طليعتها قرارات وأحداث مهمة وقعت منذ منتصف مايو/أيار 1967، من بينها: مطالبة مصر بسحب قوات الأمم المتحدة من سيناء وبدؤها حشد جيشها في سيناء، وإغلاقها يوم 22 مايو/أيار (مضايق تيران) بالبحر الأحمر في وجه الملاحة الإسرائيلية، وهو ما عدته إسرائيل بمثابة إعلان رسمي للحرب عليها. (راجيه و سيد، 1998، ص 114) وإثر ذلك بدأ تخطيط إسرائيل لشن الحرب على دول الجوار العربي مع مطلع يونيو/حزيران عام 1967 في ظل تواطؤ خفي ظاهره عدوان ضد سوريا، حيث أبلغ وفد سوفيتي مصر أن إسرائيل حشدت 11 لواء على الحدود السورية، وإعلان مصر تدخلها لمساندة سوريا وما تلاه من أحداث. (الرفوع، 2004، ص 86) وتتفق المصادر في العديد من المعطيات الإحصائية المتعلقة بميزان القوى العسكري قبل حرب يونيو/حزيران 1967، وإن كانت تختلف في بعض الجزئيات. وتجمع بلا استثناء على أن عدد وعدة الجيوش العربية في الجبهات الثلاث كانت أكثر من عدد وعدة الجيش الإسرائيلي. (الرفوع، 2004، ص 89) وتذهب تلك المصادر إلى أن الاختلاف الأساس بين الجيوش في حرب 1967 يكمن في كفاءة الجيش الإسرائيلي -الذي يعتمد على السلاح الغربي (أميركا وبريطانيا وفرنسا)- في استخدام الأسلحة والمعدات والمقدرة التنظيمية والقيادية وتوظيفها، عكس الجيوش العربية الثلاثة التي تعتمد - ما عدا الجيش الأردني- على السلاح السوفيتي. (نحاس، 2009، ص 102) وعلى ذلك بدأ تخطيط إسرائيل لشن الحرب على العرب مع مطلع عام 1967.

وفي ما يلي جدول يبين الميزان العسكري بين أطراف الحرب عشية اندلاعها:

(نحاس، 2009، ص 104)

إسرائيل	الدول العربية مجتمعة	الأردن	سوريا	مصر	الجيوش والعتاد
260-240	355	55	110	190	عدد الجنود (بالآلاف)
35	45	8	12	25	الألوية
1200 - 1400	أكثر من 1800	أكثر من 250	550	أكثر من ألف	الدبابات

الناقلات المدرعة	1160	500	أكثر من 210	أكثر من 1760	1500
الطائرات المقاتلة والقاذفة	أكثر من 360	120	32	أكثر من 512	حوالي 380
القطع البحرية	أكثر من 60	أكثر من 20	0	أكثر من 80	20
الصواريخ	160	-	-	160	50

وتوقفت الحرب مساء يوم 10 يونيو/حزيران، وصدر قرار من مجلس الأمن 236 الساعة الرابعة والنصف من يوم 11 يونيو/حزيران ينص على إدانة أي تحرك للقوات بعد 10 يونيو/حزيران. (راجيه ، 1976، ص 27) وبانتهاء الحرب حققت إسرائيل نصرا كبيرا كانت له نتائج مهمة عسكريا وسياسيا واقتصاديا. وخسر العرب في هذه الحرب المزيد من الأراضي لصالح إسرائيل، أما الخسائر البشرية والعسكرية للحرب فغالب بياناتها قد تضاربت لكونها معلومات سرية. (راجيه ، 1976، ص 45)

المطلب الثالث : حرب 1967 في سياقها الإسرائيلي .

The third requirement:- The 1967 war in its Israeli context .

تؤكد احتفالات إسرائيل بمناسبة حرب حزيران / يونيو 1967، بما تضمنته من مظاهر ومواقف، على استمرار المشروع الصهيوني الكولونيالي الهادف إلى السيطرة على فلسطين التاريخية ومنع إقامة دولة فلسطينية، واخضاع العرب للأمر الواقع وبهذا المنطق يحدّد رؤساء الحكومات الإسرائيلية في خطاباتهم على مواقفهم إزاء مصير الضفة الغربية والقدس، وإزاء العملية السياسية المتعثرة بين الفلسطينيين والإسرائيليين والعرب عموماً، ويؤكدون على أن أهم نتائج تلك الحرب يتمثل في ادعائهم "العودة إلى ربوع الوطن مشيرين من وجهة نظرهم إلى أن هذه العودة هي بمثابة "تحقيق للعدالة وممارسة لحق"، ويكررون أن الصراع الإسرائيلي العربي والفلسطيني ليس صراعاً على أرض، ولا على إقامة دولة فلسطينية، وإنما على "إبادة دولة" - إسرائيل - ومنع إقامتها طيلة عشرات السنين ثم تخريبها بعدما أقيمت. وبالتالي "على دول العالم أن تطالب الفلسطينيين والعرب، وبأوضح شكل، بالاعتراف بالدولة اليهودية، التي هي الدولة القومية للشعب اليهودي. وهذا يعيد حرب 1967 إلى سياقها الإسرائيلي ضمن المشروع الكولونيالي الصهيوني. وهذا السياق على وجه التحديد لم يكن خافياً عن أعين باحثين كثيرين بمن في ذلك باحثون إسرائيليون نقديون، قد يكون أبرزهم عالم الاجتماع غرشون شافير الذي كتب دراسة حول تلك الحرب ظهرت قبل نحو ربع قرن في كتاب "المجتمع الإسرائيلي: وجهات نظر نقدية". ويعتقد شافير أن مصدر الاستقطاب الأيديولوجي - السياسي، الذي حدث في المجتمع الإسرائيلي بدءاً من سنة 1967. (النعامي، 2010، ص75)

وقدم "كام" عرضاً لتطور المواقف السياسية والعسكرية لدى كل من مصر وسورية والأردن، منذ حرب حزيران / يونيو 1967، نتوقف عند أبرزها:

1. مصر: بعد حرب 1967 مثل أمام مصر خياران واقعيان: الأول، خوض حرب استنزاف ضد إسرائيل. والثاني، القيام بعملية عسكرية محدودة ، وقد اختار الرئيس جمال عبد الناصر الخيار الأول. أما خليفته، الرئيس أنور السادات، فقد استقرّ قراره على إتباع الخيار الثاني وأضاف إليه عنصرين جديدين هما: 1- تطوير الخيار العسكري؛ 2- دمج

الخيار العسكري ضمن عملية سياسية. وبناء على ذلك فإن النظر إلى حربي 1967 و1973 ينبغي أن يتم بعدهما وحدة واحدة من ناحية مصر. (راجيه ، 1976، ص 35)

2. سورية: أدت حرب 1967 إلى "اعتراف سوري برجحان توازن القوى بين إسرائيل وسورية لمصلحة الأولى، وإلى معرفة أن إسرائيل تهدد دمشق انطلاقاً من هضبة الجولان المحتلة." وأرجع "كام" أسباب موافقة سورية على "التحادث مع إسرائيل" في أوائل تسعينيات القرن الفائت إلى ما سمّاه "انهيار مفهوم الأمن السوري." (راجيه ، 1976، ص 38)

3. الأردن: عد "كام" أن الأردن "خضع للتغيير الأكثر أهمية" الذي ترتب على حرب 1967. وأشار إلى أن أبرز الدروس التي استنتبها الأردن بعد تلك الحرب هي "التنازل عن خيار الحرب ضد إسرائيل والاتجاه نحو خيار التعايش السلمي معها" وبحسب "كام"، فإن حرب 1967 كان لها إجمالاً دور حاسم وبات في إقناع العرب باستحالة القضاء على إسرائيل "لأنها متفوقة استراتيجياً ولأنها تعتمد على الولايات المتحدة." وبعد هذه الحرب "اختلفت تعبير تصفية آثار حرب 1948 وحلّ محله تعبير تصفية آثار حرب 1967، كما "انهار الائتلاف العربي". (راجيه، 1976، ص 45)

المطلب الرابع دور الإعلام الإسرائيلي أثناء حرب أكتوبر 1967.

The fourth demand: The role of the Israeli media during the October 1967 war

يعد النظام السياسي الإسرائيلي من الأنظمة الشمولية في إدارة أزماته للبلاد، ففي حالات الحروب والأزمات تخضع كافة مؤسسات الدولة الرسمية منها وغير الرسمية (مؤسسات المجتمع المدني) للسيادة العسكرية في الدولة. ففي خلال حرب 67 اتخذت مجموعة من الخطوات بعضها تمثل بداية عملية طويلة، لكن ليس هناك إجراء واحد منها قد اكتمل-تستهدف تطوير جاهزية الجبهة المدنية في إسرائيل، من خلال إجراءات ممنهجة لتدريبات الجاهزية المدنية على حالات الطوارئ، التي ممكن أن تعصف بالدولة على مختلف المستويات، وتمحورت التدريبات حول سيناريوهات التهديد والتهويل المختلفة، وتشارك جميع الجهات المشاركة في استعدادات الطوارئ، وتسهم بشكل مباشر في تحسين القدرة الحرفية التي تقدم الرد الأولي في أي حرب، لذلك فإن التدريبات مهمة أيضاً في نقل الخبرة إلى الجمهور بشكل عام فيما يتعلق بأشكال المواجهة، مع تداعيات وآثار المخاطر المختلفة. (سكزية، 2009، ص 75) كان لإسرائيل جهازاً إعلامياً استهدف تنظيم حملة إعلامية تخدم الحرب، بالتنسيق مع الداخل والخارج؛ ونشر الرسائل الإعلامية، وحقق نجاحاً إعلامياً في وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية، فقد قامت إسرائيل إبان حرب 6 حزيران 1967 بحملة إعلامية ودعائية قبل الحرب واستمرت حتى نهاية الحرب، وقد استهدفت الحملة إقناع الرأي العام الإسرائيلي والمجتمع الدولي بأن إسرائيل تواجه تهديداً بالفناء، وأن الجيش الإسرائيلي يحارب قوة عظمى في جبهات القتال، وأن الحرب هي دفاعاً عن إسرائيل. (السمان، 2009، ص 116) لقد تولت الخارجية الإسرائيلية تنسيق النشاط الإعلامي والدعائي للمسؤولين الإسرائيليين، وتقيد تصريحاتهم السياسية بما تسمح به وزارة الدفاع، وأعدت وزارتا الدفاع والخارجية عدد من المتحدثين

رسمياً بلغات العالم الرئيسية، يعملون داخل إسرائيل وخارجها، لشرح وجهة النظر الإسرائيلية، إضافة إلى ذلك؛ سلسلة من الإعلانات المدفوعة الأجر والأحاديث والتعليقات، في جرائد العالم تؤكد الرسالة الإعلامية أن إسرائيل مضطرة إلى هذه الحرب الدفاعية، كما أعدت كتائب من المتطوعين المدنيين تشرح تطورات الحرب إلى الجرائد وشبكات الأخبار، وقنوات التلفزة . (السمان، 2009، ص 120 – 123) وفرضت إسرائيل قيوداً إعلامية على وسائل الإعلام الإسرائيلية والأجنبية. ومنعت الصحفيين والمراسلين الإسرائيليين والأجانب من نشر أخبار الحرب؛ للحيلولة دون تسريب ما يدور في أرض المعركة بدون سيطرة إعلامية، وهناك موضوعات، عدت أسراراً لا يمكن الصحافة تناقلها خلال الحرب، حتى لو روجتها وسائل الإعلام الخارجية، ومنها اختطاف الجنود الإسرائيليين ومقتلهم؛ الخسائر البشرية الإسرائيلية، سواء العسكرية أو المدنية؛ وإمعاناً في تشديد الرقابة حول الرقيب العسكري منع إذاعة ونشر تقارير صحفية بحجة أنها تمس الأمن العسكري، وهو ما عابه المسؤولون عن الإعلام؛ حتى أن الرقيب وصف في بعض الأحيان بأنه يعامل الإعلام معاملة عدو في جبهة القتال . (المطيري، 2000، ص 153) كجزء أساسي من العملية الرقابية، استخدمت وسائل الإعلام الإسرائيلية عدداً من الاصطلاحات الانتقائية للتعبير عن كل ما يتعلق بأحداث الحرب. ولم يقتصر اختيارها على اصطلاحات معينة، لتستعمل مرة واحدة فقط؛ بل إن كثرتها أصبحت ثابتة، وذات استعمالات متكررة، وتجدر الإشارة إلى أن أسلوب الانتقائية في استخدام الاصطلاحات، لا يركز على قاعدة صحفية إعلامية فحسب، بل هي سياسية وعقائدية، في معظم الأحوال، كما أملت المؤسسة العسكرية الإعلامية على وسائل الإعلام بعض الاصطلاحات التي أصبحت فيما بعد جزءاً من قاموس الإعلام الإسرائيلي اليومي، ومنها . (القزاز، 1972، ص 135)

المبحث الرابع :- مبادئ الإعلام الإسرائيلي، وسماته، وأطره السياسية والعقائدية .

The fourth topic:- The principles of the Israeli media, its characteristics, its political and ideological frameworks .

المطلب الأول:- مبادئ الإعلام الإسرائيلي .

The first requirement:- The principles of the Israeli media .

ترتكز إستراتيجية الإعلام العسكري الإسرائيلي على مبادئ أساسية، تمثل السياسة الإعلامية الإسرائيلية. وهي: تعتمد على الإلحاح وتكرار المعلومات، حتى تصبح حقائقاً مسلماً بها:- (عبد العزيز، 2009، ص 83)

•المبدأ الأول: السابق إلى تحديد الخبر هو الأصدق: وقد سبقت إسرائيل العرب، أمام الإعلام الغربي، إلى تحديد بداية الحرب .

•المبدأ الثاني: رواج الفكرة النمطية: أوحى الإسرائيليون إلى الإعلام الغربي، أن "الشرعية الإسرائيلية، تواجه الإرهاب العربي.

(عبد العزيز، 2009، ص 87)

•المبدأ الثالث: انتهاء أخطاء الخصم: اغتتمت إسرائيل تزايد الضربات العسكرية العربية، التي استهدفتها؛ لتدعي أنها قد تصل، إلى تل أبيب. (أبو عامر، 2009، ص 68)

• المبدأ الرابع: الاستنثار بجميع وسائل الإعلام العالمية: حرصت إسرائيل، في جميع حروبها، على تكثير المتحدثين الرسميين، الذين يجيدون لغات أجهزة الإعلام في كل بلد عربي؛ وتزويدهم بالمعلومات والبيانات، التي تدعم وجهة النظر الإسرائيلية. (أبو عامر، 2009، ص72)

• المبدأ الخامس: تعجل دحض الحقائق المرغوب عنها، واتهام الخصم بها. (عبد العزيز، 2009، ص91)

• المبدأ السادس: التنسيق المستمر مع مراكز التأثير الغربية: لقد كرست وسائل الإعلام في إسرائيل نظيرتها الغربية، والأمريكية خاصة، وكل ما يعكس الرؤية الإسرائيلية للحرب، بما يؤكد لمن يشاهدها صحة الخبر المذاع. وهي إحدى سمات تفعيل الإعلام الإسرائيلي، على المستوى السياسي. (شرف، 2000، ص88)

• المبدأ السابع: العداة للسامية: هو الكي، آخر الدواء، يلجأ إليه في حالات الطوارئ، حين تفشل كل المبادئ السابقة. فيوصم به كل من ينتقد على إسرائيل رواياتها. (ميرزا، 2006، ص86)

المطلب الثاني :- سمات الإعلام الإسرائيلي .

The second requirement:-The characteristics of the Israeli media .

لقد خاضت إسرائيل حرباً إعلامية بقوة الحرب على الأرض حيث شكلت مكوناً ضرورياً في قدرة إسرائيل على حسم المعركة لصالحها بمباركة أمريكية، وهناك خطوات اعتمدها آلة الدعاية الإسرائيلية في حرب حزيران 1967 نجلها في النقاط الآتية:- (زغبى، 2009، ص83—87)

1. الصور النمطية التي استقرت طوال أجيال لصالح إسرائيل خصوصاً التأكيد على الإنسانية الإسرائيلية ومعاناة الشعب الإسرائيلي جراء الاضطهاد العربي لها
2. التقليل من خسائرها الحربية التي تعطيها لتصبح مجرد أرقاماً تبرر على أنها أضرار جانبية.
3. حرصت ماكينة الدعاية الإسرائيلية على الظهور في كل مكان وقول نفس الشيء وتوفير العديد من الأشخاص الذين يتقنون الانجليزية. وغالبا ما يكونون مولودين في الغرب بحيث يمكن نشر وجهة نظرهم في جميع الدول
4. عدم إعطاء الفرصة للخصم من خلال تكاتف الكونجرس والبيت الأبيض الأمريكي مع المتحدثين باسم إسرائيل في التعبير عن وجهة نظر واحدة، أي الربط بين الحملة الإعلامية والمواقف السياسية.
5. إنكار ماكينة الدعاية الإسرائيلية الحقائق وإلقاء اللوم على الخصم في كل مجريات الأمور، مثل حجة نحن لم نفعل هذا هم جعلونا نفعله.
6. الملجأ الأخير وهو رفع سلاح معاداة السامية عندما لا تفلح الخطوات السابقة، بحيث يصبح الدافع وراء أي انتقاد لإسرائيل هو معاداة السامية.

المطلب الثالث: الخطاب الإعلامي الإسرائيلي وأطره السياسية والعقائدية .

The third requirement: The Israeli media discourse ,its political and ideological frameworks.

إن أهم مرتكزات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي في الشأن العربي، والصورة التي يشكلها عن الذات العربية، ومدى تحكم العامل الأمني في مخرجاته، لاسيما خلال الحروب والأزمات السياسية؛ حيث تمارس المؤسسة العسكرية والأمنية سطوتها على ما يبثه الإعلام الإسرائيلي؛ مستلهما الأيديولوجية الصهيونية، والمتمثلة في:-
أولاً: تمازج العقيدة العسكرية والصحفية في الإعلام الإسرائيلي .

يبدو صعباً إدراك أبعاد العمل الإعلامي الإسرائيلي دون فهم الأهداف القومية الإسرائيلية العامة، وما يتفرع عنها من أهداف خاصة، والتلازم الكامل القائم بين العمل الإعلامي الإسرائيلي وتلك الأهداف . (الحسن، 1990، ص 122) ويمكن رصد ملاحظات عامة على الإعلام الإسرائيلي الذي يغطي حرب 6 حزيران 1976، منها:-

1. خضوعه مباشرة لأجهزة الأمن الإسرائيلية، فهو إعلاماً ذا مدلولات أمنية، مرتبطاً وموجهاً، ويحتل العامل الأمني مركز الأهمية القصوى في تعامل الحكومة مع وسائل. (النعماني، 2005، ص 29)

2. ترسيخ آراء مختلفة ومشوشة في نفوس الجمهور العربي الذي ظل مكشوقاً، وإلى حدٍ كبير، للإعلام الإسرائيلي، ولم تكن هناك وسائل أخرى قادرة على التصدي، ومقاومة هذا التأثير. (شير، 1994، ص 74)

3. تبذل الحكومة الإسرائيلية بمختلف وزاراتها جهوداً حثيثة على المستوى الإعلامي تحقيقاً لأهدافها السياسية، عبر سلسلة من الإدارات المتخصصة، لاسيما وزارة الخارجية التي تعد بأكملها جهازاً إعلامياً متكاملًا النشاطات، بل تُعدُّ ركيزة الإعلام الإسرائيلي الخارجي، الموجه لدول وشعوب العالم الخارجي، الساعية للحصول على تأييد دولي عالمي فيما يتعلق بالسياسة الإسرائيلية مع العرب. (مبيض، 2003، ص 56)

4. تستقطب الدوائر الإعلامية الإسرائيلية كوادراً إعلامية متنفذة من جميع بلدان العالم، خاصة أميركا وأوروبا، والتعاقد مع شركات كبرى تعمل في مجال الدعاية، والتأثير في الرأي العام. (شير، 1994، ص 77)

5. تقوم الدوائر الرسمية الإسرائيلية بإرسال إعلاميين وصحفيين يهود للخارج، لتعميم تلك الثقافة المطلوبة، عبر مطويات ونشرات ووسائل دعائية تكلف الملايين، لنشرها وبثها عبر عواصم العالم. (أبو شنب، 2006، ص 210)

6. تنظيم زيارات دورية لعدد من الصحفيين العرب، لمحاولة تغيير الصورة النمطية عن إسرائيل في الذهن العربية. (مكاوي، 2005، ص 40)
انتهج الإعلام الإسرائيلي منذ بداية هذا الصراع، مبادئ أساسية في تغطيته لأحداثه، أهمها:-

1- لمسة الإنسانية، من حيث ذكر أسماء الآباء والأطفال اليهود، مما يضيف الطابع الإنساني والشخصي على ما تسميه "الإرهاب" العربي الذي تواجهه إسرائيل كل يوم. (عبد الحميد، 2004، ص 72)

2. اعتراف بوجود فرق ثقافي بين الإسرائيليين والعرب لكي يجد الغربيون أنفسهم قريبين من الإسرائيليين، نظرًا لاشتراكهم في الثقافة نفسها، وكذلك التقاليد والقيم . (سيد ،2004، ص 62)

3. رأى المحرّرون في وسائل الإعلام الإسرائيلية أن التعددية الفكرية والاختلافات الأيدلوجية بينهم، يجب ألا تشكّل عائقًا أمام تجنيد وسائل الإعلام بشكل تام، لخدمة الهدف الاستراتيجي الأعلى، وهو تجسيد مشروع الوطن القومي اليهودي في فلسطين. ومن ثم فإن الملاحظة الاستكشافية لتغطية وسائل الإعلام الإسرائيلية للشأن الفلسطيني منذ نشأتها، تُبيّن أن النظرة لطرف الصراع الآخر، وهو الشعب العربي ، لم تختلف بين التيارات الفكرية والعقائدية المتصارعة اختلافًا جديرًا بالانتباه والتسجيل.

(بدوي و هربرت ، 2001، ص 345)

تعد الحرب النفسية إحدى مفردات الإعلام الإسرائيلي، الذي يشن هجوماً مبرمجاً يستهدف التأثير على عقول العرب ونفسياتهم، كي يصيبهم الوهن والإحباط والتفكك والاضطراب، ثم تحويل وجهتهم بصورة مخالفة لأهدافهم ومصالحهم، وهذه العملية تتميز بأنها مفاجئة سريعة هادئة تعتمد على الاستدراج البطيء والغفلة والسذاجة. ويمكن القول: إن الحرب النفسية التي يشنها الإعلام الإسرائيلي تجاه العرب تساعد في تحليل صورة العربي في الخطاب الإعلامي الإسرائيلي من خلال انتهاجه لأساليب ووسائل تستخدمها أجهزة أمنية إسرائيلية كنشر الإشاعات، والتعتيم الإعلامي، وتكرار الحديث عن بعض الظواهر لأسباب أمنية في ثوب إعلامي . (التهامي،1998،ص18)

4. تتخذ هذه الحرب الإعلامية الإسرائيلية طرقًا ووسائل عديدة في تحقيق الأهداف بصورة مرحلية، عبر إثارة الإشاعات والبلاغات الكاذبة والدعايات في صفوف الجماهير العربية، بهدف غرس الخوف والرعب والتمزق في نفوسهم من جهة، وهز ثقتهم بقياداتهم من جهة أخرى. وأوكلت إسرائيل إلى التليفزيون والإذاعة الناطقين باللغة العربية مهمة شن حرب نفسية لا هوادة فيها على العرب، والتأثير بشكل واضح ومقصود على روحهم المعنوية وحالتهم النفسية . (التهامي،1998،ص31)

إن هدف الإعلام الإسرائيلي منذ مرحلة مبكرة من تأسيسه هدف إلى تشويش وتشويه المعلومات، وهز الثقة بالنفس لدى الجماهير العربية . (حاتم، ١٩٧٨، ص 63)

5. الترويج لمقولة: الجيش الذي لا يقهر . (الزوبي، ١٩٧٨، ص33)

الخاتمة :- Conclusion

يمكن إجمال أهم النتائج للمنطلقات التي انطلق منها الإعلام الإسرائيلي في توصيفها للعدوان على النحو التالي:

1. الدول العربية هي المعتدية وإسرائيل معتدى عليها، وهذا نهج اتخذته وسائل الإعلام الإسرائيلية دون استثناء.

2. العرب هم من بدأ بالحرب، والإسرائيليون يدافعون عن أنفسهم، وبالتالي تقدم وسائل الإعلام الإسرائيلية جميع الأعمال والممارسات التي ارتكبتها الجيش الإسرائيلي على أنها رد فعل على العنف العربي. وهذا بعيد عن الحقيقة والموضوعية لان كلمة (رد فعل) توفر ضمنا سببا للقيام بالهجوم وتفسر الأمر بنفسها، ووسائل الإعلام التي تتبع نهج الحكومة بولاء شديد تبرر أعمال الجيش

بممارساته بقصف مناطق مدنية وبيوت سكنية ودور عبادة ومستشفيات ويلقون بالمسؤولية على الطرف الآخر.

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

4. إن جزءاً أساسياً من العملية الرقابية العامة اعتمدت على أن تستخدم وسائل الإعلام الإسرائيلية عدداً من المصطلحات الانتقائية للدلالة والتعبير عن كل ما يتعلق بأحداث الحرب .

5. الدعاية الإسرائيلية المستخدمة في الإعلام خلال الحرب التحريض على القوات العربية، وترويج الأكاذيب التي ليس لها أساس من الصحة. وبذلك تهاوي صرح المصادقية المزعومة التي عمل سنين طويلة في سبيل بنائها وترسيخها .

6. مرتكزات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي في تغطية عدوانها ، والصورة التي يشكلها عن الذات العربية، ومدى تحكم العامل الأمني في مخرجاته، لاسيما خلال الحرب والأزمات السياسية؛ حيث تمارس المؤسسة العسكرية والأمنية سطوتها على ما يبثه الإعلام الإسرائيلي؛ مستلهما الأيديولوجية الصهيونية.

7. تمازج العقيدة العسكرية والصحفية في الإعلام الإسرائيلي

8. ترسيخ آراء مختلفة ومشوشة في نفوس الجمهور العربي

9. وزارة الخارجية الإسرائيلية تعدد بكاملها جهازاً إعلامياً متكامل النشاطات، بل تُعدُّ ركيزة الإعلام الإسرائيلي الخارجي، الموجه لدول وشعوب العالم الخارجي، الساعية للحصول على تأييد دولي عالمي فيما يتعلق بالسياسة الإسرائيلية في عدوانها.

10. تستقطب الدوائر الإعلامية الإسرائيلية كوادراً إعلامياً متنفذة من جميع بلدان العالم، خاصة أميركا وأوروبا، والتعاقد مع شركات كبرى تعمل في مجال الدعاية، والتأثير في الرأي العام .

11. تقوم الدوائر الرسمية الإسرائيلية بإرسال إعلاميين وصحفيين يهود للخارج، لتعميم تلك الثقافة المطلوبة، عبر مطويات ونشرات ووسائل دعائية تكلف الملايين، لنشرها وبثها عبر عواصم العالم.

المصادر والمراجع :- Sources and references

1. إبراهيم، أميمه ، دور الاعلام العسكري في إطار المنظومة الشاملة للإعلام، دار الشروق، القاهرة، 2000.

2. ابن دريد ، أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد الأزدي (المتوفى: 321هـ)، جمهرة اللغة، تحقيق: رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين – بيروت، ط/1، 1987.

3. ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي (المتوفى: 711هـ)، لسان العرب، الناشر: دار صادر – بيروت، ط/3 - 1414 هـ .

4. أبو خزام، إبراهيم: الحروب وتوازن القوى. الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.

5. أبو شنب، جمال محمد ، نظريات الإعلام والإيصال، المفاهيم والمداخل النظرية ، دار المعرفة الجامعية ، الأزاريطة، الإسكندرية، مصر، 2006.

6. أبو عامر، : عدنان، توجهات الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان، مركز الزيتونة للدراسات، 2009.
7. بدوي، حافظ هناء : وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية و المجتمعات النامية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، مصر ، 2001.
8. البردويل، محمد، الصحافة نشأتها وتطورها، جامعة الأزهر، غزة، ط/1، 1996 .
9. التهامي، مختار ، الدعاية والحرب والنفسية ، دار المعازف، القاهرة، ١٩٦٨ .
10. حاتم، محمد عبد القادر، الإعلام والدعاية.. نظريات وتجارب ، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٨ .
11. الحسن ، يوسف ، البعد الديني في السياسة الإسرائيلية تجاه الصراع العربي الصهيوني، مركز دراسات الوحدة العربية، ط/1، 1990.
12. داود، نبيلة ، الموسوعة السياسية المعاصرة، دار غريب للطباعة ، القاهرة، (دب)
13. الدلو، جواد فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، غزة ، ط/1 1995.
14. راجيه، قنديل، الصراع العربي الإسرائيلي، الدار العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة، ط/1، 1976.
15. الرفوع، عاطف، الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط/1، 2004.
16. زغبى، جيمس، إسرائيل تخوض حربا دعائية بنفس قوة العدوان على الأرض، مؤسسة القدس الدولية، القدس، 2009.
17. الزوبي، ممدوح ، الدعاية الصهيونية والطرق الخفية لتنفيذ القرار الصهيوني ، المكتبة العربية، بيروت، ١٩٧٨ .
18. السعيد ، بندر حامد، تاريخ الإعلام الحربي: دار عالم الكتب، الرياض – السعودية، ط/1، 1417هـ – 1996.
19. سعيد، زايد، الإعلام العسكري بالإذاعة ، هيئة استعلامات، القاهرة، ١٩٨٧ .
20. سكرية، وليد، العدوان الإسرائيلي على مصر، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، بيروت، 2009.
21. سليمان، حسن محمد، دور خطه الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة ، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة، ١٩٩٦ .
22. السمان ، أحمد ، إسرائيل وإدارة الإعلام ، مجلة الدراسات الدولية، العدد، 176 أبريل 2009،
23. سيد ، احمد طارق : الإعلام المحلي و قضايا المجتمع ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2004.
24. سيد، عبد الله معتز ، الحرب النفسية والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
25. شرف، د. عبد العزيز الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء، القاهرة – مصر، 2000.
26. شموئيل، سيف، الإعلام الإسرائيلي، ترجمة ونشر معهد سيجال للدراسات والأبحاث، تل أبيب، 1990.

27. الشنقيطي ، د. سيد محمد ساداتي ، مدخل إلى الإعلام ، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، ط/2، 1417هـ - 1996.
28. شيلر، هربرت: في نظام التضليل الإعلامي، مجموعة من المؤلفين، ترجمة غازي أبو عقل، دار المستقبل، دمشق، 1994.
29. عباس، إسماعيل، القدس وموارد إجماع الصهيوني اليهودي في الصحافة الإسرائيلية ، مؤسسة القدس الدولية، القدس، 2000.
30. عبد الحليم، حسن، الإعلام الإسرائيلي مجند في الحروب والأزمات، الاتحاد الكاثوليكي العالمي للصحافة، 2000.
31. عبد الحميد، محمد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، ط/3، 2004.
32. عبد العزيز، خالد، الحروب العربية الإسرائيلية، موسوعة مقاتل للدراسات، بيروت، 2009.
33. عدلي، عاطف العبد عدلي، د. نهى، عاطف العبد ، الإعلام التتموي والتغيير الاجتماعي ، الطبعة الخامسة، دار الفكر العربي ، القاهرة، ط/5، 2007.
34. عدوان، أحمد حكمت ، الصحافة الإسرائيلية، عالم الكتب، القاهرة ، 1997.
35. على، عبد الفتاح كنعان ، الإعلام والمجتمع، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط/1. 2001.
36. العيسوي، عبد الرحمن محمد، علم النفس الحربي. دار الرواتب الجامعية. بيروت، 1999.
37. الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز آبادي (المتوفى: 817هـ)، القاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط/8، 1426 هـ - 2005.
38. القزاز ، أياد ، الصحافة في إسرائيل، مجلة شؤون فلسطينية، بيروت، لبنان، العدد 8/، ابريل 1972.
39. مبيض، رشيد : موسوعة الثقافة السياسية .. الاجتماعية .. الاقتصادية .. العسكرية، دار القلم العربي، حلب، 2003.
40. محمد جودت، ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، ط/1؛ 1998م.
41. المسلمي إبراهيم عبد الله، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة، 1995.
42. المشاقبة ، بسام عبد الرحمان ، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط/1، 1975.
43. المطيري، سعود، مرتكزات وأساليب الدعاية الإسرائيلية في إذاعة صوت إسرائيل، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، الرياض ، 2000.
44. مكاي، حسن عماد ، الإعلام و معالجة الأزمات ، الدار المصرية للسانية ، القاهرة ، ط/1، 2005.

45. ميرزا، د. جاسم خليل، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر، ط/1، 1426هـ – 2006.
46. نحاس، فادي، المشهد العسكري الأمني، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية "مدار"، مؤسسة الأيام للطباعة والنشر، رام الله، 2009.
47. نصار، جلال، الإستراتيجية الإعلامية في إدارة الأزمات، مركز الدراسات الإستراتيجية، القاهرة، 1998م.
48. النعامي، صالح: العسكر والصحافة في إسرائيل، دار الشروق، القاهرة، 2005.
49. النعامي، صالح، "الإعلام الإسرائيلي وخطاب العنصرية، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية "مدار"، مؤسسة الأيام للطباعة والنشر، رام الله، 2010.
50. هربرت، شيللر: المتلاعبون بالعقول؛ ترجمة عبد السلام رضوان؛ سلسلة عالم المعرفة؛ العدد 243، آذار 1999.
51. الهروي، تهذيب اللغة، محمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، أبو منصور (المتوفى: 370هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي – بيروت، ط/1، 2001.

The Ideology of the Israeli Military Media in the June 6 war 1976

Assistant prof. dr. Saad Lateef Al-Hamaad

Dijlah University College - Historical Analytical Study

Saad.lateef@duc.edu.iq

Abstract :-

The media's relationship with conflict resolution and community peace building is one of the important topics that link the fields of international relations and media studies . Military media is a basis for superiority , victory in various battles , it is a tool capable of breaking the traditional concepts of the free flow of information , its readable media such as the military press, audio media such as radio, visual media such as television , all of which have multiple functions , whether in war or peace alike . The most important tools for fortifying the home front , creating a popular rally around the political leadership , confidence in the military institution, allowing for difficult and fateful decisions to be taken .

Key words:- Military media - Israel – ideology .