

مدخل لدراسة الدعاية الصهيونية واسلوب مواجهتها

حسني خشبة

هذه الورقة* هي محاولة لطرح رؤوس افلام للبحث حول تحليل ومواجهة الدعاية الصهيونية ، وثمة تفرقة بديهية ولكن هامة يجب ان نضعها في الاعتبار بادىء ذي بدء تلك هي التفرقة بين الدعاية المعادية من ناحية ، والدعاية الصهيونية من ناحية ثانية ، والدعاية الاسرائيلية من ناحية ثالثة ، والدعاية اليهودية من ناحية رابعة فكل هذه المسميات وظائف متميزة بنائيا ، والعلاقة بينها - وظيفيا - هي علاقة حركة وليست علاقة سكنون ، فقد تتطابق هذه المسميات جميعها وظيفيا وقد تتكامل او تتنافس وتتضاد . كذلك قد تكون العلاقة علاقة تتابع (مراحل) او علاقة تزامن . وبعبارة أخرى ، الدعاية الصهيونية ليست هي الدعاية المعادية الوحيدة الموجهة للانسان العربي ، ولكنهما قد يتماثلان من حيث الاهداف والوسائل والاساليب ، كذلك فالدعاية الصهيونية ليست بالضرورة صورة طبق الاصل من الدعاية الاسرائيلية ، على سبيل المثال ذلك النزاع الشهير بين ناحوم جولدمان الرئيس السابق للمنظمة الصهيونية العالمية ، وجولدا مائير ، رئيسة وزراء اسرائيل السابقة . لقد كانت الوظيفتان في هذه الحالة اقرب الى التنافس ، وتحييد بعضهما البعض بدرجة قليلة على الاقل كذلك الدعاية اليهودية قد لا توجه للعرب ولكنها اساسا موجهة للناشئة اليهود ، وربما تكون العلاقة بينها وبين الدعاية الصهيونية علاقة مراحل . بمعنى ان الدعاية اليهودية قد تعد كوادر المستقبل للدعاية الصهيونية ومن ثم فان رصد التغير حال حدوثه في مضمون الدعاية اليهودية ، يكون مدعاة لتوقع تغير في مضمون الدعاية الصهيونية مستقبلا اذا جردنا كافة العوامل الاخرى .

وقد يبدو من هذه التفرقة انها نوع من الانفراط في التفاصيل ولكن ذلك سوف تتضح اهميته عند طرح رؤوس الاقلام التالية ، والتي هي خلاصة مجموعة من الدراسات تقدمنا ببعض منها للجنة الدائمة للاعلام العربي التي تنمقد في اطار جامعة الدول العربية مرتين في العام .

ح ٠ خ

* قدمت هذه الدراسة كورقة عمل الى الحلقة الدراسية التي عقدت في بغداد في الاسبوع الثاني من ديسمبر ١٩٧٤ حول الدعاية المضادة والحرب النفسية .