

ملاحظ هذه الصورة، فيما بعد، مهمة شاقة.

في هذه الكتب المدرسية، يتم التأريخ للصراع بطريقة مختزلة ومشوشة تماماً؛ إذ تمر الكتب على الفلسطينيين مَرَّ الكرام في تجاهل مقصود. فلا يذكرون الا بجملة قليلة، ثم يقفز الصراع الحديث الى الصراع اليهودي ضد اللاسامية في اوربا، ثم الى احياء القفار في الارض المقدسة، وبعد ذلك ينتقل العرض التاريخي الى الحرب بين اسرائيل والدول العربية المجاورة^(٢٧). وهكذا تُغيب، من الكتب المدرسية الغربية، فلسطين، الارض والشعب والتاريخ، بحيث تصور وكأنها مكان ملائم للاستعمار، بصفته مكاناً فارغاً من الحضارة^(٢٨).

التأثير الصهيوني وصناعة الصورة الفلسطينية

كانت المتابعة الصهيونية لعلم الاتصال، ووسائله، من اهم العوامل المساعدة في رسم الصورة الفلسطينية في الغرب. قبل بضعة مئات من السنين وربما حتى مطلع القرن العشرين، اعتمدت الكتابات الغربية حول الصورة العربية، ومنها الفلسطينية، على ما دُوَّنه الرهبان وشهادات المحاربين والتجار والرحالة. وهي صورة بنيت اما على الاتصال المباشر بين المرسل والمستقبل، واما على ما تناقلته العامة والخاصة من احاديث بعد ذلك. ولا شك في ان دائرة الاتصال والتأثير ودرجة انتشار الصورة كانت محدودة على اي تقدير. وفي الوقت الحاضر، ساعدت «ثورة الاتصال» في احداث الانتشار الواسع والعميق والسريع وبوسائل عملية تقنية مبرمجة. ولقد لوحظ ان الوعي بوسائل الاتصال وشدة تأثيرها هوركيمة اضافة من ركائز الصهيونية الدعائية في العالم الغربي، في الوقت الذي شكل ضعف المعرفة العربية والفلسطينية باهمية هذه الابعاد الجديدة للجهد الاتصالي والدعائي قوة مضافة الى الجانب الصهيوني ذاته.

تطورت الصهيونية الدعائية بشكل حراكي مع ما طرحته ثورة الاتصال من متغيرات، وامتطت الصهيونية الوسائل الجديدة في العمل الاتصالي، الاعلامي والدعائي، الامر الذي اتاح لها قدراً كبيراً من السيطرة والانفراد بالعقل الغربي.

قبل العام ١٩٤٣، استندت الدعاية الصهيونية، في رسم الصورة الفلسطينية والتعريف بالصراع في فلسطين، الى اسلوب الاعلام المكتوب والكلمة المقروءة^(٢٩). ومنذ العام ١٩٤٥، ركزت على وسائل الاعلام الجماهيري الاوسع انتشاراً من مجرد الكتاب، فأتجهت الى الصحف والمجلات والدوريات، وازافت اليها استخدام الكلمة المسموعة عبر الاذاعات. ومنذ اوائل الخمسينات، برزت قنوات التلفزيون كوسيلة مثلى في تقديم الصورة القومية لأي شعب من الشعوب^(٤٠). وظهر ان العملية السياسية كلها اضحت تجاه الرأي العام وكأنها تدور في شبه استديوهات تصوير، وصارت قوة الانطباع الذي تقدمه هذه الادوات وقدرتها على خلق «الصور» بالكيفية الملائمة للمصالح الذاتية (للمرسل) تفوق قوة الانطباع المكتوب بكثير^(٤١). وعلى الفور، اضافت الحركة الصهيونية الدعائية هذه الوسيلة المرئية - المسموعة الى قائمة وسائلها في تشويه الصورة الفلسطينية في الغرب.

ان الرصيد المتراكم لما تمتلكه، أو تسيطر عليه، اجهزة الدعاية الصهيونية الاسرائيلية، لم يعد محل شك، من حيث كبر حجمه وطول باعه. واحصاءات العام ١٩٦٧، وعلى الرغم من انها اصبحت قديمة بعض الشيء، تقدم الينا مؤشراً مناسباً في هذا المجال. تفيد تلك الاحصاءات بأن الصحف والمجلات الصهيونية (بملكية يهودية) في غرب اوربا بلغت ٣٤٨ صحيفة ومجلة تغطي جميع اللغات الاوروبية دون استثناء، وأن ثمة ٢٤٤ صحيفة صهيونية في الولايات المتحدة، تصدر منها ١٥٨