

اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی

رژیم صهیونیستی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۸/۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۰/۱۵

مهدی آهوئی*

مهدی متین جاوید**

چکیده

رژیم صهیونیستی در جهان به عنوان رژیمی خشن، غیرعقلانی و جنگ‌طلب شناخته می‌شود. این تصویر منفی نیاز بیش از پیش اسرائیل به دیپلماسی عمومی در راستای توجیه وجودی و رفتاری خود را نشان می‌دهد. هدف این نوشتار بررسی اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی این رژیم می‌باشد. در این راستا ابتدا به مسائل مفهومی و نظری در خصوص دیپلماسی عمومی اسرائیل پرداخته می‌شود. در ادامه، عملکرد و فعالیت‌های وزارت دیپلماسی عمومی و یهودیان پراکنده اسرائیل مورد بررسی قرار گرفته و سپس، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی فعال در دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی ذکر شده و پس از آن اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی عمومی، هاسبارا، تبلیغات، وزارت دیپلماسی عمومی و

امور یهودیان پراکنده، رژیم صهیونیستی

ahouie@ut.ac.ir

* دکترای تخصصی، عضو هیأت علمی دانشکده مطالعات جهان - دانشگاه تهران

matingavid@ut.ac.ir

** کارشناسی ارشد، پژوهش‌گر دانشکده مطالعات جهان - دانشگاه تهران

فصلنامه مطالعات راهبردی • سال شانزدهم • شماره اول • بهار ۱۳۹۲ • شماره مسلسل ۵۹

مقدمه

رژیم صهیونیستی اسرائیل در ماه می سال ۱۹۴۸ میلادی در سرزمین اشغالی فلسطین در شرق دریای مدیترانه اعلام موجودیت نمود. این رژیم از زمان تأسیس تا کنون با حمایت مستمر و بدون قید و شرط قدرت‌های بزرگ جهانی، به ویژه دولت‌های غربی در زمینه‌های نظامی، اقتصادی، صنعتی و فن‌آوری، کشاورزی و پزشکی به رتبه‌های بالایی در میان کشورهای جهان دست یافته است. ایالات متحده سالانه بیش از ۳ میلیارد دلار وام بلاعوض و انواع و اقسام تجهیزات پیشرفته نظامی را در اختیار این رژیم قرار می‌دهد. درآمد سرانه رژیم صهیونیستی در حدود ۳۱۰۰۰ دلار و تولید ناخالص داخلی آن نیز بالغ بر ۲۳۵ میلیارد دلار در سال می‌گردد. اغلب صادرات این رژیم به کشورهای غربی بوده و از تعامل اقتصادی بسیار اندکی با کشورهای همسایه خود برخوردار است. سهم بودجه نظامی اسرائیل از تولید ناخالص داخلی آن، بالاترین رقم در میان کل کشورهای توسعه‌یافته را به خود اختصاص می‌دهد.

ریشه‌های اولیه مهاجرت سازمان‌یافته یهودیان به فلسطین و تشکیل رژیم صهیونیستی اسرائیل به اواخر قرن نوزدهم میلادی باز می‌گردد. در آن زمان، قاطبه عالمای راست‌آئین (ارتدوکس) یهودی با ایده صهیونیسم مبنی بر بازگشت قدرتمندانه قوم یهود به «ارض موعود» مخالف بودند و آن را عملی خلاف وعده‌ها و مقدرات الهی می‌دانستند. به تدریج، نیروهای صهیونیست با تبلیغات وسیع و با استفاده ابزاری از نمادها و شعارهای مذهبی توانستند بسیاری از یهودیان ساده‌اندیش و دل‌باخته ارض موعود را برای مهاجرت به فلسطین ولو با ابزار زور و با تسخیر و تصرف املاک ساکنین بومی آن سرزمین ترغیب نمایند. بنیان‌گذاران اصلی اندیشه صهیونیسم، افرادی یکسره سکولار و بی‌اعتقاد به مبانی دینی و بی‌تفاوت نسبت به تقدس مذهبی سرزمین فلسطین برای یهودیان بودند. افرادی چون هر تزل به عنوان ایدئولوگ اصلی و پس از آن بن‌گوریون به عنوان معمار عمده دولت صهیونیستی اسرائیل، از کوچک‌ترین اعتقادات مذهبی برخوردار نبودند و صرفاً به دنبال در انداختن طرحی نو در زندگی سیاسی قوم یهود بودند. پس از آن و به تدریج، گروه جدیدی ظهور کردند که از پایگاه دینی به توجیه مبانی صهیونیسم پرداختند. این عده که به عنوان صهیونیست‌های مذهبی شناخته می‌شوند، هر چند از نظر کمی در مقابل صهیونیست‌های سکولار در اقلیت قرار دارند، اما از تاریخی طولانی

و قدرت و نفوذی به نسبت بالا در درون جامعه اسرائیل برخوردار بوده و به همان نسبت نیز بر سیاست‌های داخلی و خارجی اسرائیل اثرگذار بوده‌اند. صهیونیست‌های سکولار اولیه به رهبری بن‌گوریون، به زودی متوجه اهمیت شعارهای مذهبی این گروه و تأثیر شگرف آن شعارها برای جذب موج مهاجرین جدید یهودی به سرزمین فلسطین، به ویژه از کشورهای شرق اروپا شدند. به همین سبب، به رغم اختلاف نظرهای فراوان، نهایتاً مصالحه‌ای میان صهیونیست‌های سکولار و صهیونیست‌های مذهبی پدید آمده و در جریان آن هر یک از طرفین متعهد به ملاحظه منافع و حوزه قدرت طرف مقابل گردید. با توجه به تازه‌تأسیس بودن و بی‌ثباتی دولت اسرائیل در سال‌های آغازین و نیاز وافر آن به جذب مهاجرین جدید به منظور افزایش جمعیت و نیز جلب حمایت مادی و معنوی آن دسته از یهودیان ثروتمند و متنفذ که در آمریکای شمالی و غرب اروپا می‌زیستند، می‌توان گفت این رژیم از همان روزهای اولیه شکل‌گیری رسمی خود عملیات سازمان‌یافته‌ای را در حوزه دیپلماسی عمومی و با هدف توجیه خود نزد جوامع یهودی سراسر جهان آغاز نمود. البته، در آن زمان اصطلاح دیپلماسی عمومی کاربردی نداشت و اساساً به شکل امروزی آن مفهومی شناخته شده نبود؛ اما از نظر محتوایی، برنامه‌های وسیع دولت اسرائیل برای توجیه مشروعیت خود نزد یهودیان جهان و سپس جذب هرچه بیشتر مهاجران یهودی به سرزمین فلسطین را به درستی می‌توان در حوزه دیپلماسی عمومی بررسی کرده و مفاهیم امروزی دیپلماسی عمومی را بر آن اطلاق کرد.

برای هرچه بیشتر تحت تأثیر قرار دادن یهودیان و ترغیب آنان به پذیرش ایده صهیونیسم و مهاجرت به فلسطین، البته از همه عوامل و عناصر تبلیغی اعم از مذهبی و غیرمذهبی استفاده می‌شد. به عنوان مثال، برای بسیاری از مردمی که در جستجوی عدالت اقتصادی بودند، به ویژه برای یهودیان شرق اروپا که در شرایط اقتصادی نامساعدی می‌زیستند، ایده مزارع اشتراکی اسرائیل (کیبوتص) بسیار تحسین‌آمیز و جذاب جلوه می‌کرد. با این حال، باید اذعان داشت که عمده تبلیغاتی که با هدف جذب مهاجران یهودی به سرزمین فلسطین صورت می‌گرفت، از ماهیت مذهبی برخوردار بود. به ویژه پس از اشغال بیت المقدس در سال ۱۹۶۷ میلادی، استفاده وسیع از نمادها و شعارهای مذهبی برای توجیه موجودیت اسرائیل به امری غالب در عملیات تبلیغاتی اسرائیل تبدیل شد و حتی سکولارها نیز از این نمادها به عنوان تاکتیک و وسیله در این جهت استفاده کردند. مسأله هولوکاست و استفاده ابزاری از آن نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در عملیات روانی و

تبلیغی رژیم صهیونیستی برای توجیه موجودیت خود داشته است. این گونه تبلیغات که در ابتدا بیشتر جنبه توجیه‌گرانه^۱ و جذب‌کننده داشت، به تدریج سمت و سوی تهاجمی و محکوم‌کننده^۲ پیدا کرد. در نتیجه همین تبلیغات وسیع و همه‌جانبه بود که امروزه وارد ساختن کوچک‌ترین انتقاد و ایراد به اندیشه صهیونیسم که روزی توسط اکثریت علمای یهود و سایر یهودیان راست‌آئین تقبیح می‌شد، معادل یهودستیزی و دشمنی با کل جامعه یهود شمرده می‌شود.

مشکل بعدی که بنیان‌گذاران اسرائیل بلافاصله پس از تأسیس دولت خود به آن پی بردند، عدم پذیرش مشروعیت و موجودیت این رژیم نزد کشورهای همسایه و به تبع آن در میان قاطبه کشورهای مسلمان در منطقه خاورمیانه و فراتر از آن بود. واقعیت این بود (و هست) که اسرائیل رژیمی تحمیلی، غیر بومی و غیرقابل هضم در منطقه خاورمیانه است. طرح ایجاد این رژیم از خارج از منطقه و با حمایت آشکار و پنهان قدرت‌های بزرگ و استعماری که یکسره منفور ملت‌های مسلمان منطقه بودند، تنظیم و به اجرا گذاشته شده است. از نظر فرهنگی نیز هیچگونه قرابتی میان مهاجرینی که از شرق اروپا و روسیه و شمال آفریقا به اسرائیل آورده می‌شدند با ساکنین بومی این منطقه اعم از مسلمان، مسیحی و حتی یهودیانی که از قبل ساکن فلسطین بودند، وجود نداشت. وابستگی دولتمردان اسرائیل به غرب و دولت‌های استعماری نیز چیزی نیست که قابل انکار باشد و بلکه برعکس همواره مایه غرور و تفاخر علنی و عامل خودبرتربینی آنان نسبت به سایر ملت‌های منطقه نیز بوده و هست. از این رو، پس از مسأله مشروعیت اسرائیل نزد یهودیان، دومین مشکل اصلی اسرائیل توجیه مشروعیت و موجودیت خود نزد ملت‌های منطقه و سایر نقاط جهان بوده است. روشن است که این رژیم برای تأمین این هدف نیز نیازمند به‌کارگیری دیپلماسی عمومی فعال و هدفمند می‌باشد.

از طرف دیگر، جنایات گسترده رژیم صهیونیستی اسرائیل در سرزمین‌های اشغالی و نقض گسترده حقوق بشر، وجهه و تصویری منفی از این رژیم نزد افکار عمومی جهان ترسیم کرده است. در نتیجه، رژیم صهیونیستی با بهره‌گیری از ابزارهای دیپلماسی عمومی در صدد ترمیم وجهه خود می‌باشد که بررسی این مقوله هدف این مقاله می‌باشد. با توجه به اینکه تا کنون، هیچ پژوهش جامعی به زبان فارسی در مورد دیپلماسی عمومی اسرائیل منتشر نشده و جز یکی

1. apologetic
2. antagonistic

دو مقاله کوتاه که آنها هم عمدتاً برگرفته از اندک منابع خارجی هستند، هیچ منبع قابل توجهی برای پژوهش‌گران این حوزه مطالعاتی وجود نداشته و در سطح جهانی نیز به رغم انتشار کتب و مقالات متعدد در مورد دیپلماسی عمومی ایالات متحده و دیگر کشورهای غربی، هنوز منابع قابل ذکری درباره دیپلماسی عمومی اسرائیل دست‌کم به زبان انگلیسی منتشر نشده است، این نوشتار تلاش دارد اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی را بررسی نماید. در این راستا ابتدا ضرورت و انگیزه‌های بهره‌گیری رژیم صهیونیستی اسرائیل از ابزارهای دیپلماسی عمومی اشاره شده و سپس نیازهای دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی اسرائیل به طور خلاصه بیان شده و پس از آن به مسائل مفهومی و نظری در خصوص دیپلماسی عمومی اسرائیل پرداخته می‌شود. در ادامه عملکرد و فعالیت‌های وزارت دیپلماسی عمومی و یهودیان پراکنده اسرائیل مورد بررسی قرار گرفته و سپس، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی فعال در دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی ذکر شده و اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی اسرائیل مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

الف. ضرورت و انگیزه‌های دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی

رژیم صهیونیستی اسرائیل به دلیل دارا بودن مشخصات و ویژگی‌های زیر بیش از هر کشور دیگری محتاج به کارگیری دیپلماسی عمومی است:

یک. اسرائیل رژیمی تازه‌تأسیس است. این ویژگی، به طور طبیعی و بدون ملاحظه دیگر عوامل، نیاز بیشتری را برای تبلیغات و شناساندن خود به دیگران به وجود می‌آورد. علاوه بر این، اسرائیل محتاج جمعیت است و برای تشکیل و ادامه حیاتش می‌باید جمعیتی از بیرون به درون آن کوچانده شده و سپس تحت عنوان ملت اسرائیل هویت‌سازی شوند. طبیعی است که برای جذب جمعیت ابتدا باید دلایل موجودیت این رژیم نزد کسانی که بالقوه می‌توانند جمعیت آن را تشکیل دهند، تبلیغ و توجیه شود.

دو. اسرائیل با توسل به زور و تصرف سرزمین‌های دیگران به وجود آمده و همواره، از بدو تأسیس تا کنون، با همسایگانش در حال نزاع بوده است. بنابراین می‌باید این وضعیت را همواره برای مردم خود و سایر ملت‌ها توجیه نماید. تلاش برای کمرنگ‌کردن و به فراموشی سپردن اصل اشغالی بودن سرزمین فلسطین در افکار عمومی، ادعای دفاعی‌بودن سیاست‌های اسرائیل در برابر

تهاجم دشمنان و تأکید بر مسأله تأمین امنیت شهروندان اسرائیلی، روشی است که همواره و در طول سالیان برای توجیه خصلت جنگ طلبانه این رژیم، به ویژه نزد ملت‌های غربی به کار برده شده است. سه. اسرائیل رژیمی تحمیلی و غیربومی در منطقه است و از قرابت فرهنگی و ارزشی با محیط پیرامونی خود برخوردار نیست. از این جهت نیز لازم است این رژیم برای تبلیغ ارزش‌های فرهنگی خود و یافتن شرکای احتمالی در منطقه‌ای که در آن قرار دارد، برنامه‌ریزی نماید. تلاش اسرائیل برای تأثیر فرهنگی بر مردم ایران و تبلیغات مستمر در مورد پیوندهای تاریخی و باستانی میان ایرانیان و یهودیان، در زمره همین برنامه‌هاست. بخش فارسی رادیو اسرائیل به عنوان یکی از قدیمی‌ترین برنامه‌های رادیوی برون‌مرزی اسرائیل، از اولین دهه تأسیس این رژیم به وجود آمده و تا امروز بی‌وقفه مشغول تهیه و پخش برنامه برای مخاطبان ایرانی و فارسی‌زبان بوده است. با توجه به این عوامل می‌توان گفت به رغم اینکه رژیم صهیونیستی در حوزه‌های نظامی، اقتصادی، صنعتی، فن‌آوری و کشاورزی به پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای دست یافته، اما بزرگترین مشکل آن بحران مشروعیت است، به نحوی که بیش از شش دهه پس از تأسیس آن، همچنان تلاش برای توجیه موجودیت، یکی از دغدغه‌های اصلی رهبران آن را تشکیل می‌دهد. تصویر غالب اسرائیل در جهان همچنان تصویری خشن، غیرمنطقی و جنگ‌طلب است و این نیاز بیش از پیش این رژیم به دیپلماسی عمومی برای توجیه مشروعیت وجودی و رفتاری خود را نشان می‌دهد.

ب. نیازهای دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی

در حوزه دیپلماسی عمومی، رژیم صهیونیستی موجودیت منحصر به فردی محسوب می‌شود. این رژیم در قیاس با دیگر کشورهای کوچک با مساحت و جمعیت مشابه، شرایط، نیازها و رفتار متفاوتی داشته است. کشورهای قدرتمند به دنبال تغییر و جرح و تعدیل در تصویر ارائه شده از خود در جهان هستند؛ اما هدف کشورهای کوچک این است که فقط «مورد توجه» قرار گیرند. مورد رژیم صهیونیستی شباهت زیادی با قدرت‌های بزرگ دارد. قدرت‌های بزرگ لازم است همیشه سیاست‌ها و اقدامات خود را برای جهانیان توضیح دهند ولی کشورهای کوچک تلاش می‌کنند توجه جهان را به خود جلب نمایند. اسرائیل تلاش کرده اقدامات و سیاست‌های خود را توجیه نماید، اما تصویر منفی از خود ارائه کرده است.

رژیم صهیونیستی مکرراً توسط کشورها، نهادهای بین‌المللی و سازمان ملل مورد انتقاد قرار گرفته است. این رژیم همواره به دلیل نقض حقوق بشر و اشغال سرزمین فلسطین مورد توجه بوده است. از این رو، رژیم صهیونیستی در پی حمایت از موجودیت خود بوده و تلاش می‌کند بحران مشروعیت خود را تخفیف دهد. بر این مبنا عناصری که به طور پیوسته در دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی مورد تبلیغ قرار می‌گیرند، عبارتند از:

۱. حق حیات

با تأسیس دولت اسرائیل، مسأله مشروعیت و تشکیل آن همواره مورد بحث بوده است. از دیدگاه اسرائیلی‌ها، تشکیل دولت حق طبیعی و تاریخی آنهاست و با تصمیم سازمان ملل متحد همراه بوده است. در نتیجه، این حق طبیعی برای مشروعیت نیاز به منابع خارجی ندارد.

۲. انکار هولوکاست

اسرائیلی‌ها مدعی هستند انکار هولوکاست به منظور مشروعیت‌زدایی از اسرائیل صورت می‌گیرد. اسرائیلی‌ها چنین استدلال می‌کنند که از دیدگاه نفی‌کنندگان هولوکاست، اسرائیل حق حیات ندارد، چون هولوکاست که مبنای مشروعیت اسرائیل است، اصلاً رخ نداده است. استفاده وسیع و مکرر از هولوکاست در جریان فرآیند ملت‌سازی در اسرائیل پدیده‌ای است که حتی توسط برخی محققین اسرائیلی نیز مورد توجه و انتقاد قرار گرفته است (Zertal, 2005). در واقع، روی دیگر این سکه این است که وقتی دولت اسرائیل خود موجودیت خود را به واقعه هولوکاست پیوند می‌زند، طبیعی است که نقد و بازنگری هولوکاست نیز به بخش مهمی از گفتمان ضداسرائیلی تبدیل می‌شود.

۳. یهودستیزی

در بحث یهودستیزی می‌بایست بین یهودستیزی کلاسیک و نوین تمایز قائل شد. یهودستیزی کلاسیک به طرد و نفرت از یهودیان با دلایل نژادی و مذهبی و یهودستیزی نوین به انگیزه مخالفت با اسرائیل اشاره دارد (Caplan and Small, 2006: 548-561). همانگونه که قبلاً گفته شد، یکی از تلاش‌های صهیونیست‌ها در عرصه تبلیغات بین‌المللی، القاء این موضوع

بوده است که هرگونه مخالفت با اسرائیل به معنای یهودستیزی است، چرا که به زعم آنان دولت اسرائیل نماد آرزوهای تاریخی، ملی و مذهبی قوم یهود محسوب می‌شود. اسرائیلی‌ها مدعی هستند که این نوع یهودستیزی به موضع سیاسی کشورهای درگیر در منازعه اسرائیل و فلسطین مرتبط بوده و توسط برخی کشورهای عربی، ایران، سوریه، تشکیلات خودگردان فلسطین، اخوان المسلمین، حماس و... ترویج می‌شود. به زعم صهیونیست‌ها، تبلیغات در راستای یهودستیزی به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق اعمال دیپلماسی عمومی و کسب موضع اخلاقی با استفاده از دلارهای نفتی صورت می‌گیرد.

ج. دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی: مسائل مفهومی و نظری

دیپلماسی عمومی در اسرائیل به اقداماتی در عرصه بین‌المللی اطلاق می‌شود که به انتشار اطلاعات در خصوص این کشور مبادرت می‌کنند. دولت اسرائیل در گذشته از واژه «هاسبارا»^۱ به منظور توصیف سیاست‌های دولتی در جهت ارتقای وجهه اسرائیل در مقابل آنچه به زعم آنها تبلیغات منفی در خصوص اسرائیل در جهان است، استفاده می‌کرد. البته، برخی هاسبارا را حسن تعبیری برای تبلیغات تلقی می‌کنند، چراکه هاسبارا در زبان عبری تعبیری مثبت همانند «اطلاع‌رسانی» دارد که بر خلاف کلمه تبلیغات یا پروپاگاندا دارای طنین منفی نیست، ولی در عمل کارکرد آن با تبلیغات مشابه است (Goodman, 2011).

نحوه برخورد اسرائیل در حوزه دیپلماسی عمومی بسیار پیچیده بوده است. شیمون پرز رئیس‌جمهور فعلی اسرائیل بر این باور است که اگر کشوری دارای سیاست‌های خوب باشد، نیازی به روابط عمومی ندارد و اگر دارای سیاست‌های مناسب نباشد، بهترین نوع روابط عمومی در دنیا نیز مؤثر واقع نخواهد شد. گیلبو معتقد است اسرائیل تا مدت‌ها استفاده از دیپلماسی عمومی را بیهوده می‌دانست و تصور می‌کرد کل دنیا مخالف اسرائیل است. چنین نظراتی، هم در سطح سیاست‌گذاری و هم در سطح افکار عمومی به انحراف کشیده شده و ضربه کاری به اعتبار و وجهه اسرائیل در جهان وارد ساخته است (Gilboa, 2006: 735).

اسرائیل تا همین اواخر از واژه عبری «هاسبارا» به معنی توضیح‌دادن و تبیین‌کردن برای اشاره به دیپلماسی عمومی استفاده می‌کرد. این واژه منحصر به فرد بوده و معادل دقیقی در دیگر زبان‌ها ندارد. این واژه را می‌توان «توضیح» یا «تفسیر»^۱ نیز ترجمه نمود.

برخی هاسبارا را «تبلیغات نرم و روابط عمومی»^۲، «طرفداری از دولت»^۳، یا «روابط عمومی» در نظر گرفته‌اند (Shenhav et al., 2010: 144). از منظر تئوریک مفهوم هاسبارا را می‌توان تفسیر اسرائیلی از حوزه گسترده‌تر دیپلماسی عمومی تلقی کرد. این واژه بیانگر قائل‌بودن نقشی محدود، دفاعی و توجیه‌گرانه برای دیپلماسی عمومی است.

نخستین اشارات به مفهوم هاسبارا در رسانه‌های مکتوب انگلیسی‌زبان به دهه هفتاد میلادی باز می‌گردد، زمانی که روزنامه واشنگتن پست هاسبارا را برنامه‌ای برای «تصورسازی بین‌المللی»^۴ برای اسرائیل توصیف کرد. در آن دهه، سیاستگذاران رژیم صهیونیستی بیش از پیش به اهمیت استفاده از تکنیک‌های ارتباطی و روابط عمومی برای توضیح سیاست‌های این رژیم در عرصه بین‌المللی توجه پیدا کردند تا جائیکه برنامه‌ای تحت عنوان «برنامه هاسبارا» با هدف آموزش دیپلمات‌های اسرائیلی در حوزه ارتباطات با کمک شرکت‌های آمریکایی آغاز گردید و مناخیم بگین، نخست‌وزیر وقت رژیم صهیونیستی نیز برای نخستین بار مشاوری را در امر اطلاع‌رسانی بین‌المللی منصوب کرد. در طول سال‌ها، نهادهای مجری هاسبارا در اسرائیل از نظر ساختاری تغییر و تحولات زیادی پیدا کردند. وزارت هاسبارا نخستین بار در سال ۱۹۷۴ تشکیل گردید و شیمون پرز به عنوان وزیر منصوب گردید، ولی در سال ۱۹۷۵ این وزارتخانه منحل و امور مربوط به این وزارتخانه به دیگر وزارت‌ها از جمله وزارت امور خارجه محول شد (Mendel, 2010).

در سال ۱۹۹۲، بخش هاسبارا در وزارت امور خارجه اسرائیل منحل و این وظیفه به بخش‌های مختلفی در آن وزارتخانه واگذار گردید.

مهم‌ترین تمایز دیپلماسی عمومی و مفهوم هاسبارا را می‌توان چنین توضیح داد: درحالی‌که دیپلماسی عمومی به لحاظ ماهیت مفهومی حاکی از رویکردی فعالانه است که افکار عمومی بین‌المللی را به عنوان بخشی از فرآیند سیاست‌گذاری در نظر می‌گیرد؛ مفهوم اسرائیلی هاسبارا

-
1. Interpretation
 2. Soft propaganda and public Relations
 3. Government Advocacy
 4. Overseas image-building

متمايل به رویکردی منفعلانه بوده و دربرگیرنده رویکردی تاکتیکی و غیرراهبردی با هدف توضیح و توجیه اقدامات و سیاست‌ها بوده است. به عبارت دیگر، دیپلماسی عمومی سه بعد اصلی دارد: در بعد اول «واکنشی»^۱ است که بر مدیریت اخبار تمرکز دارد. در بعد دوم، «فعالانه»^۲ بوده که دربرگیرنده فعالیت‌ها و رخدادهایی است که با هدف بر توجه رسانه‌ها و مخاطبان بین‌المللی تمرکز داشته و در بعد سوم بر «ایجاد روابط» استوار است؛ فرآیندی بلندمدت که در آن دولت‌ها تلاش می‌کنند با ایجاد روابط با مردم در خارج از مرزهای خود به ارزش‌های دولت خود رسمیت بخشند که این امر وظیفه قدرت نرم است. با توجه به این ابعاد، هاسبارا فقط دربرگیرنده بعد واکنشی مدیریت اخبار بوده و دو بعد دیگر را شامل نمی‌شود (Shenevet al., 2010: 145).

پس از سال ۲۰۰۱ میلادی، تقاضاها برای افزایش توجه دولت اسرائیل به دیپلماسی عمومی افزایش پیدا کرد و از جمله شاموئل کاتز به عنوان یکی از کارشناسان قدیمی هاسبارا در اسرائیل خواهان آن شد تا دستگاه مجزایی به این امر در ساختار دولتی آن رژیم اختصاص یابد (Katz, 2001). آریل شارون نخست‌وزیر وقت، هرچند از افزایش فعالیت‌های دولت در حوزه هاسبارا حمایت کرد، ولی سازمان مستقلی را در دولت خود به عنوان متصدی مدیریت این برنامه‌ها به وجود نیاورد. سرانجام وزارت امور خارجه اسرائیل عبارت دیپلماسی عمومی را پذیرفت؛ گرچه واژه هاسبارا هنوز به طور گسترده کاربرد دارد و دولت اسرائیل با اذعان به ارزش دیپلماسی عمومی بر آن شد تا تصمیم‌ها و سیاست‌هایی در این خصوص اتخاذ نماید (Gilboa, 2006: 735). به دنبال این خلأ و احساس نیاز، سرانجام در ماه مارس سال ۲۰۰۹ «وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده» بنیان‌گذاری شد.

د. وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده

دو ماه پس از تهاجم رژیم صهیونیستی به غزه، «وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده»^۳ در ماه مارس سال ۲۰۰۹ تشکیل گردید و در حال حاضر یولی ادلشتاین^۴ از حزب لیکود به عنوان وزیر دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده در کابینه بنیامین نتانیاهو مشغول به کار است.

1. reactive

2. proactive

3. Ministry of Public Diplomacy and Diaspora Affairs

4. Yuli-Yoel Edelstein

وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده در ماه فوریه ۲۰۱۰ کمپین مسبیریم اسرائیل را پس از ۶ ماه زمینه‌سازی راه‌اندازی نمود (Hershkovitz, 2012: 518). در این راستا، تارنمای این وزارتخانه به زبان‌های عبری، روسی و انگلیسی راه‌اندازی گردیده است. عنوان تارنما «مسبیریم»^۱ به معنی «کسانی که تبیین می‌کنند» انتخاب شده و هدف آن توضیح و تبیین مسائل گوناگون در خصوص اسرائیل است (Mendel, 2010). هدف این تارنما فراهم کردن ابزار مورد نیاز برای بیش از ۳ میلیون اسرائیلی است که سالانه به خارج مسافرت می‌کنند تا به عنوان سفیر در خارج عمل کرده و به حمایت از اسرائیل بپردازند (Hoffman, 2010).

طرح راه‌اندازی نسخه انگلیسی‌زبان سایت دیپلماسی عمومی اسرائیل پس از آن تقویت شد که بر اساس یک نظرسنجی، ۹۱ درصد از شهروندان یهودی اسرائیل اعلام کردند اسرائیل تصویر بد یا بسیار بدی در خارج دارد. این نظرسنجی از ۴۹۵ اسرائیلی انجام شده بود. طرح وزارت دیپلماسی عمومی اسرائیل به دنبال آن است تا از ظرفیت اسرائیلی‌هایی که هر ساله به خارج مسافرت می‌کنند برای بهبود وجهه اسرائیل، استفاده نماید. هنگامی که از شهروندان اسرائیلی پرسیده شد آیا آنها می‌خواهند زمانی که به خارج سفر می‌کنند نماینده اسرائیل باشند، پاسخ ۸۵ درصد آنها «بله» بوده است (Hershkovitz, 2012: 518-519).

آن گونه که در تارنما آمده است، اسرائیل درصدد تغییر تصویر خود در افکار عمومی جهان است تا به زعم خود به سوء برداشت‌ها و اطلاعات غلطی که از این رژیم ارائه شده، پاسخ داده و تصویر واقع‌گرایانه‌ای از خود به جهانیان عرضه نماید و بر این باور است که اگر اسرائیلی‌ها دست به دست هم دهند، می‌توانند به این مهم دست یابند. برخی منتقدین معتقدند نحوه مواجهه این وزارتخانه با دیپلماسی عمومی بیشتر نشانه ضعف این رژیم است تا عاملی برای تقویت قدرت آن، چراکه با مفروض قراردادن اینکه تصویر اسرائیل در جهان بسیار منفی و نامطلوب است، قصد دارد شهروندان را برای پاسخ‌گویی به اتهامات وارده بر این رژیم آموزش دهد (Cook, 2010). ایراد دیگر منتقدین به شخصیت یولی ادلشتاین، وزیر فعلی این وزارتخانه است. وی که خود از ساکنین کرانه باختری است، از چهره‌های تندروی حزب لیکود است که به شدت از سیاست شهرک‌سازی در سرزمین‌های اشغالی دفاع می‌کند.

در تارنمای وزارت دیپلماسی عمومی اسرائیل در بخشی تحت عنوان «آیا می‌دانستید؟»، به ارائه اطلاعات کلی در خصوص تاریخ، سیاست، جامعه، فرهنگ و اقتصاد اسرائیل پرداخته شده است. این تارنما در پنج بخش تحت عناوین «دستاوردهای بین‌المللی: مایه غرور اسرائیل»، «اسرائیل در جهان: افسانه‌ها در برابر واقعیت‌ها»، «اسرائیل و جهان عرب»، «نکاتی برای سفیران تازه‌کار» و «پیام وزیر دیپلماسی عمومی اسرائیل» اطلاعاتی را ارائه کرده است. در بخش نخست، دستاوردهای این رژیم در عرصه‌های گوناگون نظیر کشاورزی، پزشکی، فرهنگ، علوم و فناوری از زمان تأسیس ذکر شده است.

در بخش دوم، یک سری مطالب تحت عنوان افسانه‌ها یا سوءبرداشت‌ها در خصوص اسرائیل و اسرائیلی‌ها نزد جهانیان آورده شده و بدانها پاسخ داده شده است.

موضوعاتی که تحت عنوان افسانه ذکر شده‌اند عبارتند از:

- اسرائیل کشور مذهبی است؛
- اسرائیل دیکتاتوری نظامی است؛
- اسرائیل عقب‌مانده است.
- اسرائیلی‌ها واقعاً خواهان صلح نیستند.
- فلسطین همیشه کشور عربی بوده است.
- روابط اسرائیل و فلسطینی‌ها منشأ ترور جهانی است.
- طبق قطعنامه ۲۴۲ سازمان ملل، اسرائیل بایستی به مرزهای ۱۹۶۷ بازگشته و به آوارگان اجازه بازگشت دهد.

- در آینده نزدیک، اعراب اکثریت غالب در اسرائیل خواهند بود.
 - به دلیل شهرک‌سازی اسرائیل، امکان صلح نیست.
 - میلیون‌ها آواره فلسطینی اجازه بازگشت به اسرائیل را ندارند.
 - مشکلات اسرائیل با دولت‌های عربی ریشه در فلاکت فلسطینی‌ها دارد.
- در بخش اسرائیل و جهان عرب، به روابط اسرائیل با کشورهای عربی و اسلامی و منازعه اعراب و اسرائیل پرداخته شده و اطلاعاتی در این زمینه‌ها ارائه شده است. در بخش نکاتی برای سفیران تازه‌کار، نکته‌هایی در زمینه نحوه ایجاد ارتباط و ارائه اطلاعات ذکر شده است تا اسرائیلی‌ها به عنوان سفیرانی در جهت معرفی اسرائیل در مواجهه با شهروندان خارجی بتوانند به نحو احسن

به ارائه اطلاعات در خصوص اسرائیل پردازند. در نهایت، در بخش پیام وزیر دیپلماسی عمومی اسرائیل، پیام یولی ادلشتاین وزیر دیپلماسی عمومی اسرائیل خطاب به شهروندان اسرائیلی که به خارج از این کشور مسافرت می‌کنند آمده است (<http://masbirim.gov.il>).

با مطالعه سایت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده اسرائیل می‌توان موارد ذیل را به‌عنوان چارچوب کلی دیپلماسی عمومی اسرائیل استنباط نمود:

- جمع‌آوری نظرات، تمایلات و اطلاعات در خصوص اسرائیل برای نسل جدید
- بررسی شکاف بین نظر نخبگان و تصویر ارائه‌شده از طریق نظرسنجی‌های عمومی
- تحلیل تغییرات از انگیزه‌های منفی به مثبت در جهت ابراز همدردی با اسرائیل
- فراهم‌کردن زمینه‌های آشنایی با اسرائیل و اسرائیلی‌ها و معرفی جنبه‌هایی فراتر از چارچوب مناقشه اسرائیل و فلسطین
- ایجاد آگاهی در خصوص دیگر جنبه‌های قدرت نرم اسرائیل.

ح. سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی فعال در دیپلماسی عمومی

علاوه بر وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده، سازمان‌ها و نهادهای دولتی متعددی در اسرائیل در راستای دیپلماسی عمومی این کشور ایفای نقش می‌کنند که از آن جمله می‌توان به وزارت امور خارجه؛ دفتر نخست‌وزیری؛ وزارت صنایع، تجارت و کار؛ وزارت فرهنگ و علوم، وزارت آموزش و پژوهش و سازمان رادیو و تلویزیون اشاره کرد.

لازم به ذکر است که فعالیت‌های دیپلماسی عمومی اسرائیل در داخل و خارج از این کشور توسط بازیگران و نهادهای غیردولتی و غیرانتفاعی نظیر سازمان‌های مردم‌نهاد هدایت می‌شود. در داخل اسرائیل سازمان‌ها، پروژه‌ها و برنامه‌های مختلفی در راستای حمایت از اسرائیل در چارچوب دیپلماسی عمومی این کشور فعالیت می‌کنند که می‌توان به شبکه همکاری تجاری بین‌المللی، ان جی او مانیتور، دیده‌بان رسانه‌های فلسطین، مرکز نظارت بر تأثیر صلح، شورای اطلاعات، شهروندان اسرائیل، کمیته اسرائیلی هاسبارا، مرکز اقدام اسرائیل، بنیاد کرن هایسود (جاذبه اسرائیل متحد)، تحلیل و مرور رسانه‌های مستقل، شورای داوطلبین هاسبارا، گروه بریتانیایی اسرائیل و گروه پریم اشاره کرد. در خارج نیز سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی و غیرانتفاعی بسیاری در راستای دیپلماسی عمومی اسرائیل فعالیت می‌کنند که می‌توان کمیته امور عمومی آمریکا و اسرائیل (ایپک)، کمیته یهودیان

آمریکا، کنگره یهودیان آمریکا، آمریکایی‌ها برای صلح اکنون، اتحادیه ضد افترا، جی استریت، جی. استریت یو، انجمن دوستی آمریکا-اسرائیل، پروژه اسرائیل، اسرائیل قرن ۲۱، عدالت برای یهودیان کشورهای عربی، کمیرا (کمیته تصحیح خصوص نحوه گزارش امور خاورمیانه در آمریکا)، گزارش صادفانه، مؤسسه پژوهش رسانه‌های خاورمیانه، کمک‌هزینه‌های تحصیلی هاسبارا، پروژه دیوید، اسرائیل در محیط دانشگاه‌ها، ائتلاف اسرائیل در محیط دانشگاه‌ها، تلاش برای حقیقت، انجمن خاور نزدیک اروپا، ائتلاف اروپا برای اسرائیل، دیده‌بان سازمان ملل، مرکز ارتباطات و پژوهش بریتانیا-اسرائیل (بیکوم) و اتحادیه کارآفرینان یهودی فرانسه را نام برد. این سازمان‌ها در پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی اسرائیل نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

و. اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان دیپلماسی عمومی

بر اساس مباحث ارائه‌شده در این پژوهش، مشخص گردید که اهداف اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل عبارتند از توجیه اصل موجودیت و مشروعیت خود؛ و توجیه سیاست‌ها و اقدامات آن رژیم. بر این اساس، اهداف، اولویت‌ها و مخاطبان اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل را می‌توان بدین شکل برشمرد:

یک. جوامع یهودیان سراسر جهان (به ویژه در آمریکای شمالی، آمریکای لاتین، شرق اروپا، شمال آفریقا، روسیه و آسیای مرکزی): چنانچه گفته شد اولویت شماره یک دیپلماسی عمومی اسرائیل همچنان جوامع یهودی در سراسر جهان است. اگر اسرائیل بتواند علاقه قلبی و درونی همه یهودیان را با سرشت خود پیوند بزند، برنامه طولانی و هدفمند این رژیم برای اینکه سرنوشت خود را مساوی سرنوشت همه یهودیان جهان قرار داده و ایده صهیونیسم را مترادف کل یهودیت نشان دهد، به ثمر خواهد نشست و همین امر از جنبه روانی و با توجه به حساسیت قدرت‌های بزرگ نسبت به پدیده یهودستیزی می‌تواند حاشیه امن زیادی را برای این رژیم به ارمغان آورد. از جنبه مادی نیز حمایت یهودیان ثروتمند جهان از اسرائیل، به ویژه در اروپا و آمریکا می‌تواند مزایای فراوانی برای این رژیم داشته باشد. عنوان وزارت تازه‌تأسیس «دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده» خود بهترین گواه این ادعاست که از نظر دولت اسرائیل، دیپلماسی عمومی با امور یهودیان خارج از اسرائیل پیوند تنگاتنگ داشته و عملاً در یک مجموعه مدیریت می‌شوند.

دو. مردم کشورهای دوست (ایالات متحده، کانادا، اکثر کشورهای اروپایی، ژاپن، استرالیا، برخی کشورهای آمریکای لاتین): دومین اولویت دیپلماسی عمومی اسرائیل کشورهای دوست این رژیم است که اکثر آنها را کشورهای توسعه‌یافته غربی و قدرت‌های مؤثر در عرصه سیاست و اقتصاد جهانی تشکیل می‌دهند. برای اسرائیل ادامه حمایت این کشورها از موجودیت این رژیم، امری حیاتی و تضمینی برای بقای آن در آینده بشمار می‌رود. بدون حمایت مؤثر ایالات متحده آمریکا و دولت‌های اروپایی، دولت اسرائیل تا کنون احتمالاً بارها به دست ملت‌های منطقه نابود شده بود و تاب تحمل و مقاومت در برابر این همه فشاری که از محیط پیرامونی‌اش بر آن وارد می‌شود را نمی‌داشت. به همین سبب، بیش از آنکه دیپلماسی عمومی اسرائیل متوجه منطقه خود باشد، متوجه کشورهای غربی است تا مبادا حمایت این کشورها از اسرائیل تحت تأثیر افکار عمومی که معمولاً و طبیعتاً حامی مظلوم و مخالف ظالم است کم‌رنگ شود. کشورهای آمریکای لاتین نیز به دلیل حضور جوامع یهودی در آنها و امکان تبلیغ به نفع اسرائیل در زمره این گروه از کشورهای هدف دیپلماسی عمومی اسرائیل قرار می‌گیرند.

دستور کار اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل در کشورهای دوست، در درجه اول کنترل همه‌جانبه کانال‌های اطلاعاتی است که از طریق آن مردم آن کشورها به کسب خبر در مورد وقایع خاورمیانه و سایر نقاط جهان می‌پردازند. تلاش برای کنترل رسانه‌های دیداری و شنیداری، به ویژه رسانه‌های خبری، روزنامه‌ها و مطبوعات، فیلم‌های سینمایی، کتاب‌ها و حتی فعالیت علمی اساتید دانشگاه و دانشجویان، از جمله اقداماتی است که در این راستا انجام می‌شود. ادوارد سعید در مقاله‌ای در روزنامه الاهرام تحت عنوان «تبلیغات و جنگ» به بخشی از روش‌ها و تاکتیک‌های مورد استفاده در دیپلماسی عمومی اسرائیل در آمریکا در جریان انتفاضه دوم اشاره کرده و آنها را اینگونه برشمرده است: «سفرهای رایگان به اسرائیل برای روزنامه‌نگاران مطرح، تشکیل سمینارهایی برای دانشجویان یهودی دانشگاه‌های آمریکا، دعوت از نمایندگان کنگره و پرداخت کمک‌های مالی به مبارزات انتخاباتی آنان، تعیین خط مشی برای عکاسان و نویسندگان خبری، برگزاری کنسرت‌های موسیقی و سخنرانی توسط چهره‌های شاخص اسرائیلی، اشارات مکرر به هولوکاست و انتشار آگهی‌های تبلیغاتی به نفع اسرائیل و علیه اعراب در روزنامه‌ها» (Said, 2001).

هدف اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل در کشورهای غربی این است که هیچ خبری که باعث تجدید نظر یا شک مردم این کشورها نسبت به مشروعیت اسرائیل و سیاست‌های آن شود، منتشر

نشود و مردم غرب و حتی رهبران کشورهای غربی، اسرائیل را همانگونه ببینند و بشناسند که آن رژیم می‌خواهد. تدارک سفرهای متعدد به ظاهر توریستی و در باطن هدفمند برای مردم عادی و سیاستمداران غربی برای بازدید از نقاط خاصی از اسرائیل نیز در همین جهت انجام می‌شود. به عنوان مثال، باراک اوباما در سال ۲۰۰۶ پیش از انتخاب شدن به سمت ریاست جمهوری آمریکا به عنوان سناتور از اسرائیل بازدید کرده بود. به او محلاتی از یک شهر مرزی را نشان داده بودند که به ادعان خودش برای او بسیار نوستالژیک و یادآور محلات حومه شهرهای آمریکایی بوده است. سپس وی را به بازدید از منزلی در حیفا برده بودند که بخشی از آن در اثر انفجار یکی از موشک‌های حزب الله ویران شده بود. اوباما از دیدن خانه ویران شده و ناراحتی خانواده‌ای که در آن سکونت داشتند، بسیار غمگین و متأثر شده بود (Obama, 2007).

تأثیر این جنبه از دیپلماسی عمومی اسرائیل را می‌توان در سخنان بسیار احساسی و خارج از عرفی که معمولاً همه رهبران طراز اول آمریکا در جلسات سازمان اپیک در حمایت بدون قید و شرط از رژیم صهیونیستی ایراد می‌کنند، یافت. این در حالی است که هیچ توریست آمریکایی و یا اروپایی را به دیدن دیوار حائل که بر خلاف همه قواعد حقوق بشری میان کرانه باختری و سرزمین‌های اشغالی کشیده شده نمی‌برند و هیچ ناظر غربی شاهد رنج طاقت‌فرسا و شکنجه روزانه ساکنین عرب آن ناحیه نیست که برای عبور و مرور بین محل سکونت و محل کار و یا دیدار اقوام خود باید هر روز ساعت‌ها در آفتاب سوزان، انواع تحقیرها و بازرسی‌های سخت و پایان ناپذیر را تحمل نمایند؛ چرا که طبعاً چنین صحنه‌هایی برای هیچ شهروند غربی حس «نوستالژی» به وجود نمی‌آورد.

با این حال باید گفت که دولت اسرائیل می‌کوشد تا چهره خود را در عملیات دیپلماسی عمومی خود در کشورهای غربی تا حد امکان پوشیده نگه دارد و از این رو، قسمت اعظم این تبلیغات توسط نهادهای غیردولتی که از محل حمایت‌های مالی اشخاص تأمین می‌شوند، هدایت می‌گردد. اپیک نهاد اصلی لابی اسرائیل در آمریکا و بسیاری دیگر از سازمان‌های مشابه در آمریکا و اروپاست که به طور مستقیم از دولت اسرائیل بودجه‌ای دریافت نمی‌کند و دستور کارش نیز ظاهراً از تل‌آویو تعیین نمی‌شود، اما بدیهی است که این رژیم به طور پیوسته حمایت معنوی مؤثری را از این سازمان به عمل آورده و به طرق مختلف روند فعالیت‌های آن را در کشورهای محل استقرارش تسهیل می‌کند.

ارتباط تنگاتنگ میان رهبران ایپک و دولت اسرائیل به حدی است که تا کنون برخی از اعضای آن سازمان به جاسوسی برای اسرائیل متهم شده‌اند.

سه. مردم کشورهای دشمن (اکثر کشورهای عربی، ایران، پاکستان، افغانستان، ترکیه و سایر ملل مسلمان): سومین اولویت دیپلماسی عمومی اسرائیل کشورهای دشمن این رژیم به طور مشخص اعراب می‌باشد. حجم زیادی از مطالب منتشره توسط مرکز اطلاعات اسرائیل به عنوان بازوی تبلیغاتی وزارت امور خارجه اسرائیل، به زبان عربی ترجمه و منتشر شده و در مواردی نیز برخی نشریات خاص منحصراً برای مخاطبین عرب‌زبان تهیه و منتشر می‌شوند. رادیو و تلویزیون اسرائیل نیز هر یک شبکه‌ای به زبان عربی دارند که مخاطب اصلی آن ساکنین عرب‌تبار اسرائیل می‌باشند. بر اساس برخی آمارهای دولتی، بیش از هشتاد درصد از ساکنین عرب سرزمین‌های اشغالی از برنامه‌های رادیو و تلویزیون اسرائیل به زبان عربی استفاده می‌کنند. البته، برنامه‌های این شبکه‌ها در کشورهای عرب همجوار اسرائیل نیز قابل دریافت است. رژیم اسرائیل بر این باور است که برنامه‌های رادیو و تلویزیونی آن به زبان عربی در کشورهای عرب همجوار نیز طرفداران بسیاری داشته و مردم کشورهای همسایه اخبار این شبکه‌ها را قابل اتکا و معتبر می‌دانند. شبکه ۳ تلویزیون اسرائیل نیز با قابلیت دریافت در سراسر خاورمیانه، آسیای میانه، جنوب اروپا و شمال آفریقا، برنامه‌هایی با محتوای عمدتاً فرهنگی را به زبان عربی و یا به زبان عبری با زیرنویس عربی پخش می‌کند. با این همه، در مجموع دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال کشورهای عربی ضعیف ارزیابی می‌شود؛ شاید به این دلیل که در سطوح رهبری این رژیم اراده‌ای جدی برای ایجاد زمینه هم‌کاری و هم‌گرایی با اعراب وجود نداشته و اساساً با توجه به تاریخ طولانی منازعه میان دو طرف، امیدی به کسب اعتماد ملت‌های عربی از طریق تبلیغات و تعامل فرهنگی وجود ندارد؛ بلکه اساس سیاست رژیم صهیونیستی در قبال ساکنین عرب‌تبار سرزمین‌های اشغالی و نیز مردم کشورهای همجوارش را زور و استفاده از قوه قهریه تشکیل می‌دهد. در مورد ایران این مسأله تا حدودی متفاوت است؛ چراکه دولت ایران در گذشته در زمره دوستان اسرائیل قرار داشت. بنابراین، به رغم اینکه مردم ایران هیچگاه دید مثبتی نسبت به آن رژیم نداشته‌اند، ولی زمینه فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی اسرائیل در ایران قبل از انقلاب، به مراتب مساعدتر و فراهم‌تر از کشورهای عربی بود. استنباط برخی رهبران اسرائیل، به ویژه در سال‌های قبل از پیروزی انقلاب اسلامی این بود که ایران می‌تواند یکی

از معدود دوستان و شرکای اسرائیل در منطقه خاورمیانه باشد. تاریخ ایران باستان و حکایت مهرورزی پادشاهان هخامنشی نسبت به قوم یهود نیز تصویری آرمانی از روابط ایران و اسرائیل را برای رهبران هر دو کشور به وجود آورده بود. با تلاش‌های نمایندگی اسرائیل در تهران، همه ساله تعدادی از شهروندان ایرانی برای معالجات پزشکی و یا گردشگری به فلسطین اشغالی مسافرت می‌کردند. برخی سفرهای ویژه نیز برای تعدادی از روشنفکران و روزنامه‌نگاران ایرانی تدارک دیده می‌شد تا بتوانند از نزدیک با دستاوردهای اسرائیل آشنا شوند. مبادلات فرهنگی دو کشور در زمینه‌های ورزشی نیز بخشی از دیپلماسی عمومی اسرائیل در ایران را تشکیل می‌داد. بخش فارسی صدای اسرائیل نیز یکی از قدیمی‌ترین برنامه‌های برون‌مرزی رادیو اسرائیل است که در طول بیش از نیم قرن بی‌وقفه برای مخاطبین ایرانی پخش شده است. با وجود تنش فراوان در روابط سیاسی ایران و اسرائیل پس از انقلاب اسلامی تا کنون، گردانندگان و مجریان این رادیو تلاش کرده‌اند با به‌کارگیری لحنی نسبتاً دوستانه نسبت به مردم ایران، این تلقی را به وجود آورند که دشمنی دولت جمهوری اسلامی ایران با اسرائیل یک‌طرفه، بی‌دلیل و خودخواسته بوده و هیچ دشمنی و خصومتی از طرف اسرائیل نسبت به مردم ایران وجود ندارد. البته، در سال‌های اخیر، با توجه به رشد شبکه‌های تصویری ماهواره‌ای و ایجاد شبکه‌های تلویزیونی برای رادیوهایی همچون بی‌بی‌سی و صدای آمریکا، به نظر می‌رسد رادیو اسرائیل به دلیل عدم ایجاد شبکه تلویزیونی، تا حدود زیادی مخاطبین خود را در ایران از دست داده است. با این اوصاف و به رغم اینکه برنامه‌های رادیو اسرائیل به سایر زبان‌ها در حال حاضر فقط از طریق اینترنت قابل دسترسی است، برنامه فارسی رادیو اسرائیل تنها برنامه‌ای است که همچنان از طریق فرستنده موج کوتاه در حال پخش می‌باشد.

چهار. مردم کشورهای بی‌تفاوت یا بی‌طرف (مانند روسیه، چین، هند و اکثر کشورهای آفریقایی): آخرین اولویت دیپلماسی عمومی اسرائیل، مردم کشورهای بی‌طرفانه یا خنثی نسبت به اسرائیل برخوردارند. این بی‌طرفی و بی‌تفاوتی یا به سبب نداشتن منافع مستقیم در منازعات اعراب و اسرائیل و یا به دلیل نداشتن آگاهی کافی نسبت به مسایل منطقه خاورمیانه است. البته، تا قبل از خاتمه جنگ سرد و تقسیم جهان به دو اردوگاه غرب و شرق، بدیهی بود که با توجه به عضویت اسرائیل در کلوپ آمریکا، اتحاد شوروی سابق و چین به عنوان اعضای اصلی بلوک شرق و نیز هند به عنوان عضو شاخص مجمع کشورهای غیرمتعهد نمی‌توانستند روابط دوستانه‌ای

با اسرائیل برقرار نمایند. پس از جنگ سرد و با از میان رفتن مرزبندی‌های قبیلی و نیز با توجه به آغاز روند موسوم به صلح خاورمیانه میان برخی دولت‌های عربی و اسرائیل، شرایط برای روابط بهتر اسرائیل با روسیه و چین فراهم گردید. به رغم اینکه روابط دو کشور اخیراً با کشورهای عربی عمدتاً به دلایل اقتصادی دوستانه بوده، اما هم‌زمان موضع خصمانه‌ای از سوی آنان در قبال اسرائیل نیز اتخاذ نشده است. همچنین، هند با وجود نزدیکی به کشورهای عربی و ایران، به دلیل توسعه گسترده روابط با آمریکا در سال‌های اخیر، ناگزیر با اسرائیل نیز روابط سیاسی و اقتصادی برقرار کرده است. از این رو، فرصت مناسبی ایجاد شده تا دیپلماسی عمومی اسرائیل در این کشورها نیز فعال شود. با این حال، فراتر از روابط رسمی دیپلماتیک، تا کنون علامتی از اقبال افکار عمومی به اسرائیل در روسیه، هند، چین و یا کشورهای آفریقایی به چشم نمی‌خورد.

نتیجه‌گیری

اسرائیل در سال‌های اخیر گام‌های زیادی در عرصه دیپلماسی عمومی برداشته و در رسانه‌های جدید، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به دنبال ارائه تصویری مثبت از خود بوده است. صاحب‌نظران و کارشناسان رژیم اسرائیل را به دلیل فقدان سیاستی منسجم و کارآمد در خصوص اعمال دیپلماسی عمومی در قبال جهان اسلام و جهان عرب مورد انتقاد قرار داده و معتقدند دیپلماسی عمومی اسرائیل در وهله نخست بایستی معطوف به جهان عرب باشد. انتقاد دیگر، عدم اختصاص جایگاه مناسب به دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی این کشور است. به عبارتی، اسرائیل به رغم تشکیل وزارت دیپلماسی عمومی در سال ۲۰۰۹، تا کنون جایگاه تعریف‌شده‌ای برای دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی خود قائل نبوده است.

هاسبارا پس از جنگ‌های اعراب و اسرائیل مورد توجه عموم قرار گرفت؛ خصوصاً زمانیکه اسرائیل مورد انتقاد جامعه بین‌المللی قرار گرفت (Stephens, 2002). جدئون میئر^۱ معاون مدیرکل رسانه‌ای و روابط عمومی وزارت امور خارجه اسرائیل مشکلات فراروی دیپلماسی عمومی اسرائیل را معطوف به یک سری دلایل داخلی و خارجی می‌داند. به زعم وی از جمله دلایل داخلی، ناتوانی مسئولین اسرائیلی در به رسمیت شناختن دیپلماسی عمومی به عنوان بخش مهمی از امنیت اسرائیل

و کمبود منابع لازم در این خصوص است. دلایل خارجی نیز از دید وی عبارتند از پوشش رسانه‌ای خصمانه، یهودستیزی، مخالفت با جهانی‌سازی و قدرت غالب ائتلاف ضد اسرائیلی اعراب، مسلمانان و کشورهای جهان سوم در سازمان‌های بین‌المللی (Gilboa, 2006: 736).

فیلیپ سیب^۱ معتقد است دیپلماسی عمومی اسرائیل خصوصاً در پخش برنامه‌های بین‌المللی عملکرد خوبی نداشته است (Hartman, 2011).

صاحب‌نظران معتقدند در مجموع تصویر و وجهه اسرائیل در آمریکا و اروپا که مهم‌ترین کشورهای هدف دیپلماسی عمومی این رژیم را تشکیل می‌دهند، از بدو تأسیس تا هنگام شعله‌ور شدن آتش انتفاضه به ویژه انتفاضه دوم در سال ۲۰۰۰ میلادی مثبت و قابل دفاع بود. در این سال‌ها اسرائیل با اتخاذ دیپلماسی عمومی که این رژیم را قربانی قدرتمند و خردمند معرفی می‌کرد، توانسته بود موقعیت خود را در طول سال‌های تجاوز و درگیری با کشورهای عربی در جنگ‌های اول و دوم، سپس در جریان مذاکرات با سادات (۱۹۷۸-۱۹۷۹)، مذاکرات اسلو (۱۹۹۳-۱۹۹۴) و به خصوص در جریان حملات موشکی صدام به شهرهای عمده اسرائیل در سال ۱۹۹۱ حفظ نماید، اما این وضعیت با پخش شمه‌ای از تصاویر جنایات صهیونیست‌ها در انتفاضه اول و به خصوص در انتفاضه دوم به شکل جدی متزلزل گردید و پس از آن نیز در موقعیت‌های مختلف نتوانست وجهه خود را حفظ نماید و در معرض انتقاد شدید جامعه بین‌المللی قرار گرفت (شیخ‌الاسلامی، ۱۳۸۹: ۲۶-۲۷).

در مجموع باید گفت نقطه ضعف اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل خصلت توجه‌گرانه آن در پاسخ به اتهامات وارده بر این رژیم و نیز موضع تخطئه‌گرانه آن نسبت به دیگران است. به عبارت بهتر، هدف اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل در پاسخ به اتهامات و رد آنها خلاصه می‌شود. در سال ۲۰۱۰ روزنامه هآرتس گزارش یک مؤسسه پژوهشی اسرائیل را منتشر کرد که نشان می‌دهد اکثر اسرائیلی‌ها معتقدند دیپلماسی عمومی آن رژیم باید بتواند اقدامات «شبکه نامشروع‌سازی»^۲ اسرائیل در سطح جهان را خنثی نماید (Reut Institute, 2010). نتیجه چنین تفکری این است که اولاً اسرائیل وجود تصویر بسیار منفی از خود در جهان بیرون را می‌پذیرد؛ ثانیاً ایجاد این تصویر منفی در اذهان جهانیان را بیش از هر چیز محصول تلاش‌های یک شبکه

1. Philip Seib

2. Delegitimization network

سازمان‌یافته طرفدار فلسطین می‌داند که حتی در کشورهای غربی نیز از تمامی لابی‌های حامی اسرائیل قوی‌تر عمل کرده است؛ و ثالثاً در مواجهه با این تصویر منفی، یکسره از روش تکذیب و حتی فرافکنی استفاده می‌کند. همین روش باعث شده دیپلماسی عمومی اسرائیل در دستیابی به بخش اعظمی از اهداف خود که همان ایجاد هم‌سوئی و هم‌گرایی با این رژیم در بین ملت‌های جهان می‌باشد، ناکام باشد. همانگونه که گفته شد، دیپلماسی عمومی به مفهوم آمریکایی آن، امری فعالانه و مبتنی بر تبلیغ ایجابی ارزش‌های آمریکایی است، در حالی که هاسبارای اسرائیلی بیشتر جنبه منفعلانه داشته و هدفش صرفاً توجیه‌گرانه است. در مقایسه با دیپلماسی عمومی ایالات متحده، گزاره‌های استفاده‌شده در تبلیغات رژیم صهیونیستی همواره سلبی است؛ مثلاً اسرائیل دیکتاتوری نظامی نیست، مذهبی نیست، جنگ‌طلب نیست، عقب‌افتاده نیست، مخالف صلح نیست و غیره. در مقابل، در روش تبلیغاتی آمریکایی هرگز گفته نمی‌شود آمریکا چه چیزی نیست، بلکه همواره گفته می‌شود که چه چیزی هست؛ مانند آمریکا مهد آزادی است، سرزمین دموکراسی است، سرزمین فرصت‌هاست و از قبیل اینها. با وجود اینکه در سال‌های اخیر، ایالات متحده دو جنگ وسیع و خانمان‌سوز را در منطقه خاورمیانه به راه انداخته که خسارات مادی و معنوی زیادی به مردم مسلمان منطقه را وارد ساخته، تصویر عمومی آمریکا در اذهان مردم منطقه و جهان مثبت‌تر از اسرائیل است. آمریکا در دیپلماسی عمومی خود هرگز روشی را در پیش نگرفته که تلویحاً به معنای ضعف و پذیرش چهره منفی آن تعبیر شود و اساساً دنبال پاسخ‌گویی به اتهامات نیست. بر عکس، دغدغه اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل رد اتهامات وارده بر آن رژیم، آن هم با شیوه پاسخ‌گویی مستقیم، تهاجمی و فرافکنانه است.

بسیاری از تحلیل‌گران از درون اسرائیل نیز منتقد شیوه کنونی هستند و معتقدند تا زمانی که که اسرائیل از این روش در دیپلماسی عمومی خود استفاده کند، پیشاپیش در رسیدن به اهداف خود در این حوزه شکست خواهد خورد.

منابع

- شیخ الاسلامی، محمدحسن (۱۳۸۹): «درآمدی بر دیپلماسی عمومی اسرائیل»، *مطالعات منطقه‌ای: اسرائیل‌شناسی - آمریکاشناسی*، سال یازدهم، شماره ۴، پاییز، ۲۵-۵۰.
- گیلبوا، ایتان (۱۳۸۷): «دیپلماسی عمومی نوین و سیاست خارجی اسرائیل»، ترجمه رضا محمودی فقیهی، *مطالعات فلسطین*، شماره ۱۰، پائیز، ۹۵-۱۴۲.
- Beck, Jonathan (2009); "Latest Hasbara Weapon: Army of Bloggers", *Jerusalem Post*, Jan. 18. <http://www.jpost.com/EditionFrancaise/Home.aspxservlet/Satellite?cid=1232292897417&pagename=JPost/JPArticle/ShowFull>, Retrieved 13 March 2012.
- Cook, Jonathan (2010); "Israel admits it has an image problem", *The National*, March 16, <http://www.thenational.ae/apps/pbcs.dll/article?AID=/20100316/FOREIGN/703159860/1140>, Retrieved 20 February 2012.
- Cull, Nicholas J. (2010); "Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past," *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 6, 1, 11-17.
- Gilboa, Eytan (2006); "Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy," *Israel Affairs*, 12, No. 4, 715-747.
- Gilboa, Eytan (2008); "Searching for a Theory of Public Diplomacy," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616: 55.
- Goodman Giora (2011); "'Palestine's Best': The Jewish Agency's Press Relations, 1946-1947". *Israel Studies* 16 (3): 1-27.
- Hartman, Ben (2011); "Israeli Public Diplomacy Leaves Much to be Desired," *The Jerusalem Post*, available at <http://www.jpost.com/DiplomacyAndPolitics/Article.aspx?id=215142>
- Hershkovitz, Shay (2012); "Masbirim Israel: Israel's PR Campaign as Globalized and Globalized Political Prosumption," *American Behavioral Scientist*, 56(4) 511-530.
- Hoffman, Gil (2010); "Israel to use 'ordinary' people for PR," *The Jerusalem Post*, February 17, available at: <http://www.jpost.com/Israel/Article.aspx?id=168898>
- Kaplan, Edward H.; Small, Charles A. (2006); "Anti-Israel Settlement Predicts Anti-semitism in Europe," *Journal of Conflict Resolution*, 50, (4)548-561.
- Katz, Shmuel (2001); "Tinkering with Hasbara," *Jerusalem Post*, at http://www.freeman.org/m_online/sep01/katz.htm, Retrieved 13 March 2012
- Mendel, Yonatan (2010); "Hasbara" *London Review of Books*, Vol.32, 11 March. Available at <http://www.lrb.co.uk/v32/n05/yonatan-mendel/hasbara>
- Obama, Barack (2007); *Remarks at AIPAC Policy Forum*, 2 March: Chicago, Illinois.
- Reut Institute (2010); Report quoted in *Haaretz*, <http://www.haaretz.com/print-edition/news/think-tank-israel-faces-global-delegitimization-campaign-1.265967>, Retrieved 12 January 2012.
- Said Edward (2001); "Propaganda and War," quoted in *Media Monitors Network*, Aug 31, <http://www.mediamonitors.net/edward37.html>, Retrieved 2 May 2012.
- Shenhav, Shaul R.; Sheaffer, Tamir and Itay Gabay (2010); "Incoherent Narrator: Israeli Public Diplomacy during the Disengagement and the Elections in the Palestinian Authority," Vol. 5, No. 3, fall.
- Stephens, Bret (2002); "What's Wrong with Israel's Hasbara?" *Jerusalem Post*, Jan 7. *American Academy of Political and Social Science*, 616: 55.
- Zertal, Idith (2005); *Israel's Holocaust and the Politics of Nationhood*, Cambridge: Cambridge University Press.