

دیپلماسی عمومی اسرائیل

محمد رضا دهشیری*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۲/۱۱

زهرا بهرامی**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۳/۱۰

چکیده

دیپلماسی عمومی اسرائیل به عنوان بخش عظیمی از اجرای سیاست خارجی اسرائیل با تکیه بر منابعی ایدئولوژیک و غیرایدئولوژیک و با استفاده از ابزارهای کارآمد و مطرح در این حوزه، در راستای اهداف خود حرکت می‌کند. اسرائیل در مسیر حرکتش از بازیگران و نهادهای سازمان‌های مختلف رسمی و غیر رسمی جهت پیشبرد دیپلماسی خود در تمام دنیا استفاده می‌نماید که بررسی چنین ساختار در هم تنیده‌ای با تأکید بر نظریه تار عنکبوتی که معتقد به اتصال تمام حوزه‌های زندگی جمعی به یکدیگر است، قابل تأمل می‌باشد. این مقاله در پی آن است تا با بیان اهداف، منابع و ابزار اسرائیل در میدان دیپلماسی عمومی و ارزیابی اقداماتش در این حوزه نشان دهد که اسرائیل توانسته است به اهداف خود دست یابد یا خیر؟

واژگان کلیدی: دیپلماسی عمومی، اسرائیل، منابع، ابزار و اهداف دیپلماسی عمومی، نظریه گیلبوا

mohammadreza_dehshiri@yahoo.com

* عضو هیات علمی دانشکده روابط بین‌الملل

** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته دیپلماسی و سازمان‌های بین‌المللی دانشکده روابط بین‌الملل

mohajer561@yahoo.com

فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی-اسرائیل‌شناسی، سال پانزدهم، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۳، صص ۱۹-۱.

عملیات نظامی و جنگ‌های اسراییل باعث شده است که تصویر منفی از آن نزد افکار عمومی ایجاد شود و این تصویر منفی با توجه به عرصه کنونی که حتی اقدامات سیاسی با افکار عمومی سنجیده می‌شود، برای اسراییل هزینه‌های گزافی را به‌بار آورده است که بازسازی و تغییر آن بار سنگینی را بردوش اسراییل تحمیل می‌کند. در ضمن این امر مانعی بزرگ است برای حرکت اسراییل به سمت هژمونی منطقه‌ای. در نهایت اسراییل نیازمند تلاشی روزافزون جهت تصویرسازی و بازسازی خود نزد افکار عمومی می‌باشد. این رژیم از نظر وجه بین‌المللی در جایگاه مناسبی قرار ندارد. به‌دلیل همین اهتمام است که برنامه‌های گسترده‌ای را در حوزه سخت و نرم طراحی نموده و بر آن است که از تمام ابزارهای شناخته شده جهانی در جهت رسیدن به هدف خود یعنی کسب مشروعیت نزد جامعه جهانی و تغییر چهره منفی به مثبت استفاده نماید و در این راستا تاکیدش بر کشورهای قدرتمند برای جلب حمایتشان در مسیر تسهیل دستیابی به اهداف می‌باشد؛ از جمله آمریکا که متحد راهبردی اسراییل بوده و علاوه بر آن اکثر کشورهای اروپایی برای اسراییل از اهمیت بالایی برخوردار هستند، از این جهت اسراییل در حوزه نرم به‌ویژه دیپلماسی عمومی بازیگری فعال است که تمرکزش در حوزه رسانه و اقتصاد در کشورهای قدرتمند و سایر کشورها می‌باشد.

رویکرد نظری

برای فهم عرصه کنونی و نوع فعالیت رژیم اسراییل در حوزه دیپلماسی عمومی، چنین به‌نظر می‌رسد که تجزیه و تحلیل این موضوع در قالب نظریه توپ بیلیارد و تار عنکبوتی جان برتون مناسب و کارآمد باشد. نظریه توپ بیلیارد بر آن است که کشورها به‌صورت رسمی و در چارچوبی خاص و با بازیگرانی رسمی با یکدیگر ارتباط دارند و دیپلماسی به‌صورت رسمی اجرا می‌شود، اما با توجه به نظریه تار عنکبوتی بازیگران متفاوتی با ابزارهای گوناگون و اهدافی متنوع با هم در ارتباط هستند و با تکیه به قدرت نرم کشور متبوع در جهت نیل به اهداف به دیپلماسی عمومی در شکل‌های مختلف مبادرت می‌ورزند. «جان برتون در کتاب جامعه جهانی از مفهوم مدل تار

عنکبوتی برای روابط فراملی استفاده می‌کند. این مدل درصدد توضیح این مساله است که چگونه هر دولت-ملت از تعداد زیادی از گروه‌های متفاوت تشکیل شده است که هر گروه تشکیل‌دهنده آن، دارای انواع پیوندهای متفاوت بیرونی و نیز انواع منافع متفاوت است. به‌عنوان مثال، گروه‌های مذهبی، بازرگانی، کارگری و ... در یک مقایسه قابل توجه، مدل واقع‌گرایی از جهان شامل نظامی از دولت‌ها به‌عنوان اعضای مستقل و خودمختار آن همچون توپ‌های بلیارد هستند. بر اساس دیدگاه لیبرال‌های جامعه‌گرا نظیر برتون، اگر بخواهیم الگوهای ارتباطات و معاملات بین انواع مختلف گروه‌ها را ترسیم کنیم، در آن صورت است که تصویر بسیار دقیقی از جهان به‌دست خواهیم آورد؛ زیرا این ترسیم نشان‌دهنده الگوهای واقعی رفتار انسان‌ها به جای مرزهای مصنوعی دولت‌هاست.» (جکسون و سورنسون، ۱۳۸۳، ۱۴۶)

از آنجا که در دیپلماسی عمومی نیز مرزهای میان دولت‌ها درنور دیده شده است و دیگر بعد زمانی و مکانی محلی از اعراب ندارد، در نهایت در عرصه سیاست خارجی در قالب نظریه تار عنکبوتی قابل تحلیل و تبیین می‌باشد. در این متن با بیان گوشه‌ای کوچک از چنین فرآیندی در جهان به پیچیدگی مطلب پی خواهید برد.

دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی به‌عنوان ابزار مدیریت روابط کشورها و سایر بازیگران بین‌المللی و شکل دادن و اجرای سیاست خارجی در کشور هدف بدون اعمال زور می‌باشد که این روابط و نوع دیپلماسی را می‌توان در قالب نظریه تار عنکبوتی (جان برتون) و توپ بلیارد (کنت والتز) مطالعه نمود. در نظریه تار عنکبوتی، جان برتون بر آن است که روابط میان بازیگران مختلف رسمی و غیررسمی برخلاف روابط رسمی توپ بلیارد قابل بررسی می‌باشد. دیپلماسی عمومی از لحاظ نوع بازیگران، اهداف و مخاطب و حتی میزان هزینه جهت رسیدن به منافع با دیپلماسی سنتی متفاوت است. دیپلماسی عمومی به‌عنوان ابزار سیاست خارجی که از جهتی معرفی‌کننده هویت یک کشور است و ابزاری است مهم در تغییر وجه بین‌المللی یک کشور و از جهتی هم تسهیل‌کننده راه رسیدن به هدف و مشروعیت‌بخش به آن به‌ویژه نزد افکار عمومی است.

دیپلماسی عمومی اسرائیل

اگر قدرت را طبق گفته گیلبو همان توانایی تسلط بر دیگران برای کسب نتیجه مورد نظر (گیلبو، ۶) تعریف نماییم، خواهیم دید که امروزه نیز تمام بازیگران سیاسی در عرصه بین‌المللی به دنبال همین امر هستند، اما فقط ابزارشان از سخت به نرم تغییر نموده و هدفشان همان تسلط است، اما زمانی با توپ و تانک بود و امروز با رسانه و کتاب و سایر ابزارها و تاکتیک‌های موجود در حوزه قدرت و جنگ نرم. اسرائیل نیز از این امر استثنا نبوده و برای کسب هویت و رسیدن به اهدافش این تغییر روش را در سیاستش اعمال نموده است که در ذیل به آنها خواهیم پرداخت.

اسرائیل رژیمی است با شرایط خاص؛ زیرا همان‌گونه که اشاره شد از مشروعیت و وجه مناسب نزد افکار عمومی برخوردار نمی‌باشد و این امر با توجه به عرصه کنونی به دلیل اهمیت بسیار بالای اذهان عمومی، کمرنگ شدن قدرت نظامی، وجود سازمان‌های بین‌المللی، مطرح شدن قدرت نرم و ... از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. اسرائیل برای موفقیت در این حوزه باید به ارزیابی نقاط ضعف و قوت خود پرداخته و ضمن بررسی آن، و توجه به وجه بین‌المللی خود در عرصه جهانی به ارزش‌گذاری فهرستی از ابتکارات و برنامه‌ها مبادرت ورزد و ابتکارات و برنامه‌هایی را با توجه به شرایط داخلی و مقدرات ملی و همچنین محذورات بین‌المللی طراحی نماید که این موارد مهم برای هر کشوری از اهمیت بالایی برخوردار است و بدون توجه به آن، رسیدن به اهداف بسیار دشوار و حتی غیرممکن می‌باشد.

شایسته است دیپلماسی اسرائیل در یک مثلث با سه ضلع مهم واکاوی شود که هر ضلع آن از بخش بسیار مهم و مرتبط با سایر بخش‌هاست و در بررسی دیپلماسی عمومی اسرائیل از ملزومات غیرقابل انکار می‌باشد. در ضلع اول به بررسی اهداف اسرائیل در دیپلماسی عمومی می‌پردازیم؛ در ضلع دوم به بررسی منابع و اندیشه‌ای خواهیم پرداخت که اسرائیل را در این حوزه تغذیه می‌نماید؛ و در ضلع سوم به بررسی ابزارهای دیپلماسی عمومی اسرائیل پرداخته می‌شود.

یک. اهداف

با توجه به پیچیدگی‌ها و مشکلات، پذیرش، مقبولیت و مشروعیت این رژیم در عرصه بین‌المللی اسرائیل اهدافی را دنبال می‌کند تا بتواند ضمن گذار از بحران‌ها و موانع، خود را به‌عنوان بازیگری قدرتمند در سطح منطقه و حتی در سطح جهانی مطرح نماید. از جمله اهداف این رژیم عبارت است از: یک. تلاش برای جمع‌آوری اطلاعات جهت فهم و ارزیابی تمایلات جهانی در مورد اسرائیل برای آنکه بتواند طرحی را برنامه‌ریزی نماید که از سویی دربرگیرنده راهبرد کوتاه‌مدت و بلندمدت و از سویی طرحی جهت تربیت نسل آینده باشد؛ دو. تلاش برای تغییر چهره منفی ساخته شده از اسرائیل در نزد سایر مجامع و تغییر مثبت تصویر ارایه شده؛ سه. بازسازی تصویر به‌ویژه بعد از انتفاضه دوم؛ چهار. معرفی اسرائیل در تعریفی خارج از درگیری اسرائیل و فلسطین؛ پنج. کنترل همه‌جانبه کانال‌های اطلاعاتی، حذف هرگونه شک و تردید در مورد اسرائیل؛ و شش. معرفی اسرائیل به‌عنوان منجی و نجات‌دهنده بشریت.

اسرائیل اهداف دیپلماسی عمومی خود را در مقابل چهار گروه یا بازیگر طراحی نموده است:

الف. یهودیان خارج از اسرائیل: اولین مخاطب رژیم صهیونیستی، یهودیان خارج از اسرائیل می‌باشند که معمولاً جزو ثروتمندترین افراد و سرمایه‌داران بزرگ در دنیا به‌شمار می‌آیند، و از نفوذ بالایی در عرصه سیاسی برخوردارند. اسرائیل جهت نیل به اهداف ذکر شده نیازمند کسب حمایت مادی و معنوی این اقلیت ثروتمند پراکنده می‌باشد.

ب. کشورهای دوست و حامی: اسرائیل جهت کسب مشروعیت نیازمند پشتیبانی قدرت‌های بزرگی است که امروزه می‌توانند وجود و عدم وجود مشروعیت در کشوری را به افکار عمومی انتقال دهند از جمله آنها سازمان‌های بین‌المللی و بازیگران درجه اول در این سازمان‌ها می‌باشند، امروزه این نقش را برای اسرائیل قدرت‌های بزرگ و دوست و حامی اسرائیل یعنی آمریکا و کشورهای اروپایی ایفا می‌کنند که نفوذ و قدرت بیش از حد آنها در سازمان ملل این امر را تسهیل نموده است. اسرائیل تلاش می‌کند این گروه از مخاطبانش را همچنان حفظ کند؛ زیرا برای وجود داشتن در عرصه کنونی به آنها نیازمند است. حتی اگر رضایت دولت‌مردان این کشورها برخلاف افکار عمومی درون آن کشور باشد.

ج. دشمنان و مخالفان اسرائیل: همان طور که هر کشور و رژیم در عرصه جهانی مخالفانی دارد، رژیم اشغالگر اسرائیل نیز دارای مخالفانی است که تلاش دارد آنها را به عقب‌نشینی از موضع خود وادار نمایند؛ از جمله ایران، لبنان و ... که به‌عنوان سومین گروه مخاطبان اسرائیل مطرح می‌شوند.

د. بازیگران بی‌طرف: در مرحله آخر مخاطبان در گروه چهار کشورها و سایر بازیگرانی هستند که موضع بی‌طرفی در مقابل اسرائیل دارند و تلاش اسرائیل متمایل کردن آنها به سمت خود می‌باشد.

در بررسی ضلع دوم مثلث فرضی، منابع تغذیه‌کننده و تعریف‌کننده اهداف اسرائیل در عرصه داخلی و خارجی مطرح می‌شود؛ یعنی آن مؤلفه اصلی که اسرائیل اهداف و اقدامات خود را با توجه به آن طرح، و مشروعیت می‌بخشد. عناصر ذکر شده در این بحث به‌صورت ترتیبی مطرح می‌شود؛ یعنی تمام عناصر از عنصر اولی سرچشمه می‌گیرند.

الف. اندیشه دولت یهود: اندیشه احیای حکومت داوود و سلیمان پیامبر در همان مرزهایی که در تورات آمده، به‌عنوان تفکری است که از همان آغاز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و اصلی بنیادین برای سیاست‌مداران و سیاست‌گذاران به‌شمار می‌آید.

این همان آرمان قدیمی است که معتقدند، خداوند در تلمود سرزمینی را برایشان قرار داده است. سرزمینی موعود که از میان رود نیل در مصر تا فرات را دربر می‌گیرد. این اندیشه برای بررسی اسرائیل به اندازه اسلام در مطالعه ایران از اهمیت برخوردار است، و بیش از سایر عوامل دیگر تعیین‌کننده راهبرد کلان و سیاست فعال اسرائیل است. در سال ۱۹۸۵ در اسرائیل قانونی تصویب شد مبنی بر آنکه هر اندیشه‌ای مخالف با اندیشه تشکیل دولت یهود باشد، باطل است و احزابی که برنامه آنها با این امر مبیانت دارد از شرکت در انتخابات محروم خواهند بود و حق پیشنهاد تغییر آن را هم ندارند. این عنصر اصلی ما را به دومین منبع هدایت می‌کند.

ب. ایدئولوژی زمین بازخریده شده: این تفکر بر آن است که زمین باید از حاکمیت غیریهودی به حاکمیت یهود درآید. زمینی که متعلق به یهودیان بوده، حال باید پس گرفته شود. این تفکر

که ادامه تفکر تشکیل دولت یهودی می‌باشد، اسراییل را در انجام هر کاری از جمله اخراج فلسطینی‌ها، شهرک‌سازی و انحصارگرایی جسورتر نموده است و مقاومت در مقابل چنین تفکری منبع سوم را ایجاد می‌نماید.

ج. عنصر یهودی‌ستیزی: این امر پدیده‌ای نو نبود، بلکه از زمان‌های گذشته وجود داشته است. در قرن چهارم میلادی مسیحیان یهودیان را مصلوب‌کننده مسیح می‌دانستند و آوارگی آنان را تاوان گناه انجام شده علیه مسیحیت اعلام می‌نمودند. در قرون میانه اخراج یهودیان از انگلیس، فرانسه، آلمان و سایر کشورها به‌ویژه کشورهای اروپایی به دلیل کسب قدرت زیادشان نمونه‌ای از یهودستیزی بود. در قرن ۱۹ نیز هولوکاست به تابلویی بزرگ در معرفی یهودستیزی در دنیا معروف گشته است که چگونه یهودیان را به‌عنوان نژاد ناپاک نابود می‌کردند. واژه یهودستیزی یعنی دشمنی یا تبعیض علیه یهودیان به‌عنوان یک گروه دینی نژادی (فیاض، ۱۳۸۹) که امروزه نیز می‌توان، محکوم شدن اسراییل توسط نخبگان و انجمن‌ها و حتی سازمان‌های بین‌المللی را به‌نوعی ادامه یهودستیزی تلقی نمود.

اسراییل بر آن است تا با توجه به عنصر یهودستیزی در عرصه بین‌المللی، مظلوم‌نمایی کرده و مبنایی کسب کند جهت مشروعیت بخشیدن به اهداف و اقدامات جنایی خود که از آغاز شکل‌گیری‌اش به بهانه دفاع از خود علیه بشریت اعمال نموده است.

سه منبع ذکر شده به علاوه کسب قدرت نظامی و علمی، پیشرفت‌های فناوری اسراییل در عرصه بین‌المللی این رژیم را برآن داشته است تا اقداماتی را به‌صورت واکنشی در عرصه جهانی در مقابل کنش‌های مطرح شده اعمال نماید و این همان دلیل اقدامات جنایت‌کارانه و وحشیانه اسراییل، تهدیدها و انحصارگرایی‌هایش در منطقه و جهان می‌باشد.

قبل از پرداختن به ضلع سوم یعنی ابزار، باید به بررسی دو عنصر اساسی دیپلماسی عمومی اسراییل؛ یعنی بازیگران اصلی و ماهیت دیپلماسی عمومی اسراییل بپردازیم؛ زیرا باید روشن شود که ماهیت دیپلماسی عمومی اسراییل چیست و چه بازیگرانی در این حوزه نقش اصلی را ایفا می‌کنند. در نهایت ابزار بازیگران در دستیابی بر اهداف را بررسی نماییم. مجریان اصلی دیپلماسی عمومی در اسراییل عبارتند از: وزارت امور خارجه، وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان

پراکنده، دفتر نخست‌وزیری، وزارت صنایع، تجارت و کار، وزارت فرهنگ و علوم، وزارت آموزش و پرورش، سازمان رادیو و تلویزیون.

هرکدام از این بازیگران در داخل و خارج از رژیم، دارای نهادها و ارکان اجرایی می‌باشند که در داخل می‌توان به کمیته اسراییلی هاسبارا، مرکز اقدام اسراییل، بنیاد جاذبه اسراییل متحد، شورای داوطلبین هاسبارا و ... اشاره نمود. در خارج نیز کمیته امور عمومی آمریکا-اسراییل، مرکز ارتباطات و پژوهش بریتانیا، اتحادیه کارآفرینان یهودی فرانسه و ... از ارکان اجرایی مهم اسراییل می‌باشند. توضیح تمام موارد ذکر شده در این متن نمی‌گنجد، بنابراین به توضیح مهم‌ترین نهاد فعال در این حوزه می‌پردازیم.

به نظر می‌رسد هاسبارا مهم‌ترین نهاد در دیپلماسی عمومی اسراییل است. در گذشته در اسراییل به جای عبارت دیپلماسی عمومی از واژه عبری هاسبارا به معنی توضیح و تبیین استفاده می‌شده و اما در سال ۱۹۷۰ به پیشنهاد انگلیس در روزنامه *واشنگتن پست* ایجاد سازمان هاسبارا جهت تصویرسازی بین‌المللی برای اسراییل مطرح شد که کار آن توصیف سیاست‌های دولتی در جهت ارتقای وجهه اسراییل در مقابل آنچه تبلیغات منفی در خصوص اسراییل است، می‌باشد. تا سال ۱۹۷۵ این نهاد زیر نظر وزارت امور خارجه هدایت می‌شد، اما عموماً به سازمانی واکنشی و منفعل تبدیل شده و نتوانسته بود آن‌گونه که باید وظایف خود را اجرا نموده و موفقیت خاصی کسب نماید، بلکه بیشتر به اقدامات واکنشی و منفعلانه در مقابل اقدامات سایرین به‌ویژه دولت‌های دشمن می‌پرداخت تا اینکه در سال ۲۰۰۱ شاموئل کاتز خواهان استقلال این سازمان از وزارت امور خارجه شد. در سال ۲۰۰۹ وزارت دیپلماسی عمومی و امور یهودیان پراکنده (هاسبارا) به مدیریت یولی ادلشتاین تاسیس شد که شعار آن این جمله است که «در کنار هم می‌توانیم تصویر اسراییل را تغییر دهیم».

وجود واحدهایی چون دپارتمان عمومی، دپارتمان اطلاعات و اینترنت، دفتر سخن‌گویی مطبوعاتی، دپارتمان رسانه‌های عربی، دپارتمان ارتباطات، و دپارتمان مدیریت بودجه در این سازمان نشان از فعالیت گسترده و همه‌جانبه‌اش می‌باشد که از جمله اقدامات آن می‌توان به پیش و پس کردن رویدادها، تحریف و تبدیل و دست‌کاری اطلاعات، پرداختن پول به سایر رسانه‌ها و

سازمان‌ها جهت اقدام در راستای اهداف اسراییل، تعیین ماموران و تقسیم‌بندی و اعلام وظایف‌ها آنها و ... اشاره نمود. این سازمان قبل از حمله به غزه در سال ۲۰۰۸ نیروهای مختلفی به کشورهای گوناگون جهت توجیه این حمله اعزام نمود و حتی فعالیت گسترده در سال ۲۰۰۷ جهت تغییر مطالب منفی به مثبت در سایت ویکی‌پدیا و اعلام هفته نفاق با اسلام در سال ۲۰۰۸ و هفته صلح در ۲۰۱۰ جهت مثبت‌ارایه دادن چهره اسراییل در عرصه بین‌الملل از دیگر اقدامات فعال هاسبارا می‌باشد.

ماهیت دیپلماسی عمومی اسراییل

چنین به نظر می‌آید که دیپلماسی عمومی اسراییل دارای ماهیتی سیاسی- تبلیغی و ایدئولوژیکی است و با توجه به منابع ذکر شده، خود را تغذیه و اقدامات خود را مشروع می‌نماید و بیشتر بر فریب افکار عمومی و اغوا متکی است تا همکاری دوجانبه و انتقال دوطرفه، و دارای تبلیغات یک‌سویه منفی جهت رسیدن به اهداف ایدئولوژیک می‌باشد.

سه. ابزار

در ضلع سوم، ابزارهای دیپلماسی عمومی اسراییل را بررسی می‌نماییم. رژیم اسراییل بر این امر معتقد است که برای تسلط بر جهان باید بر دو مؤلفه اساسی تسلط یابد که عبارتند از: رسانه و اقتصاد.

رسانه به‌عنوان ابزاری فراگیر و همه‌گیر که دارای توان اثرگذاری بالا در سطحی وسیع و کم‌هزینه جهت تغییر، تحریف و بازسازی اخبار از اهمیت بالایی برخوردار است. اسراییل می‌داند با تسلط بر رسانه می‌تواند اذهان مردم را کنترل نموده و بر ترویج افکار خود و تغییر باورهای سایرین بپردازد و رسانه را ابزاری می‌داند جهت توجیح اقدامات خود در عرصه بین‌المللی و کسب حمایت قدرت‌های بزرگ. رسانه می‌تواند منبع معرفت باشد و هر نهاد و گروهی که بر رسانه تسلط داشته باشد، می‌تواند با القای درک خود از واقعیت، واقعیت را آن‌گونه که می‌خواهد نشان دهد و بسازد.

رسانه دارای انواع گوناگون نوشتاری، شنیداری، دیداری، مجازی، دیجیتالی، شفاهی، و خیابانی می‌باشد که بررسی میزان نفوذ و قدرت اسرائیل در همه این موارد و نوع اثرگذاری آنها در اجرای دیپلماسی عمومی اسرائیل به درازا می‌کشد و در حوصله این بحث نمی‌گنجد. از این‌رو در این قسمت به چند مورد از رسانه‌های دیداری و شنیداری از جمله اینترنت و شبکه‌های داخلی و خارجی می‌پردازیم.

تسلط اسرائیل بر رسانه امروزه بر کسی پوشیده نیست. اسرائیل با در دست داشتن سینمای هالیوود می‌تواند قدرت خود در عرصه رسانه را به رخ دیگران بکشد و هر آنچه را که می‌خواهد، در افکار عمومی بسازد و واقعیت‌ها را تعریف نماید و حتی اگر با حقیقت مابین داشته باشد، آن را به گونه‌ای واقعی نشان دهد که افکار عمومی بدون مقاومت آن را بپذیرند. اکنون اسرائیل بر ۹۰ درصد رسانه‌های دنیا مسلط است. از جمله شرکت‌های معروف یهودیان اسرائیل می‌توان به شرکت نیوز کورپوشین اشاره نمود که امتیاز آن متعلق به یهودی مشهور مرداک می‌باشد که روزانه ۴۰ میلیون کلمه تولید می‌کند و از انواع برنامه‌ها و انیمیشن‌های برجسته نام‌آشنای این شرکت می‌توان به موش و گربه، هری پاتر، لوک خوش‌شانس و جوجه اردک زشت اشاره نمود. همچنین شرکت برادران وارنر و پارامونت شرکت‌های برجسته طرفدار اسرائیل می‌باشند.

در این قسمت به علت گستردگی بحث، به شبکه‌های داخلی و خارجی و همچنین اینترنت به صورت اجمال می‌پردازیم و بخشی از رسانه دیداری و شنیداری را به‌عنوان نمونه مطالعه می‌کنیم.

الف. اینترنت: اینترنت ابزاری است جهانی و مرتبط با سطح وسیعی از مخاطبان در تمام جهان که می‌توان از آن در جهت معرفی تاریخ و سیاست یک کشور و نمایان کردن ارزش‌ها و باورهای ارزشمند یک کشور استفاده نمود. امروزه نقش اینترنت بسیار افزایش یافته است و تعداد قابل توجهی از افراد جهان مخاطب اینترنت هستند. از این طریق یک کشور می‌تواند اقدامات خود را توجیه، تبیین و تفسیر نماید. امروزه به دلیل مطرح شدن اموری چون دیپلماسی مجازی، وجه‌سازی الکترونیکی، مخاطب‌پروری، سربازگیری اینترنتی، استفاده از اینترنت جهت تکمیل دیپلماسی عمومی و ارزیابی درست و دقیق از خود و سایر بازیگران، از اهمیت بالایی برخوردار است.

اسرائیل در تلاش است با سرمایه‌گذاری در این حوزه تسلط خود را بر جهان نشان دهد. آنها

برآیند که جهان ارتباطات با استفاده از فناوری‌های ارتباطی از جمله اینترنت بر جهان جغرافیا غلبه نموده است و می‌توان سراسر گیتی را با شبکه‌های ارتباطی به هم مرتبط نمود. اسرائیل می‌کوشد با تشکیل ارتش اینترنتی این حوزه را کاملا در دست بگیرد تا بتواند اهداف خود را تحقق بخشد و با میلیون‌ها مخاطب و اذهان در سراسر جهان ارتباط برقرار نماید. به همین دلیل گروه مبارز اینترنتی به نام یاتاک بکرز توسط وزارت امور خارجه طراحی شده است تا با جذب دانشجویان مسلط به زبان‌های گوناگون، سرباز اینترنتی استخدام نموده و از آنها در سایر کشورها جهت تحقق منافع خود استفاده نماید و برای بازبینی اینترنتی و تزریق تبلیغات صهیونیستی به فیس‌بوک‌ها و توییترها نیز برنامه‌های گوناگونی را طراحی نموده است که یک مورد آن گروه گانا می‌باشد که جهت کشف و نابود کردن بنگاه‌های اسلامی تلاش می‌کند و توانسته است در دو سال گذشته ۵۰۰ بنگاه اسلامی را حذف و نابود نماید؛ و بسیاری دیگر از برنامه‌های اینترنتی که مسیر اسرائیل را جهت رسیدن به اهداف ذکر شده، تسهیل می‌نماید و می‌تواند در عرصه جهانی بر مخاطب به گونه‌ای تاثیر بگذارد که او را از موضع بی‌طرف به طرفدار تبدیل نماید.

اسرائیل همچنین با طراحی برنامه‌ای با نام the-tel با اختصار تهران «حیفا» تل‌آویو را در پهنه اینترنت قرار داده است. این سایت که آدرس آن <http://www.tehtel.com> می‌باشد، از چهارم مارس ۲۰۱۲ فعالیت خود را آغاز نموده است و بنا بر اظهارات مسئولین این تارنما تاکنون هزاران کاربر ایرانی از آن بازدید نموده و شمار بینندگان سایت نیز، بر اساس همین گزارش تاکنون بیش از ده‌ها هزار نفر شده است. در این تارنما مباحث و موضوعات روز جالبی در خصوص هنر، مذهب، سیاست و غیره میان حاضرین ایجاد شده است که قسمت بزرگی از آن ابتکار کاربران ایرانی است. (http://mfa.gov.il, 2013)

ب. شبکه‌های داخلی: علاوه بر اینترنت، نوع مخاطبان اسرائیل او را در جهت ساخت شبکه‌هایی در آن کشورها سوق می‌دهد که در این جا به چند نمونه اشاره می‌نماییم که از مهم‌ترین شبکه‌های فعال در حوزه دیپلماسی عمومی اسرائیل می‌باشند. از شبکه‌های داخلی می‌توان به شبکه ۳۳ و شبکه آموزش و شبکه کنست اشاره نمود که هر کدام در راستای اهداف اسرائیل، برنامه و طرح‌های گوناگونی را اجرا می‌نمایند. در حوزه سینما نیز شرکت میاکون به‌عنوان

بازیگر مهم در عرصه دیپلماسی عمومی مطرح می‌شود که مزایای زیادی از جمله برگزاری دوره‌های آموزشی متفاوت برای بازیگران، کارگردانان و ... فراهم می‌نماید تا آنها در جهت اهداف اسرائیل فعالیت‌های رسانه‌ای خود را سازمان دهند.

علاوه بر شبکه‌های داخلی، شبکه‌های خارجی نیز در حوزه اهداف اسرائیل در قسمت دیپلماسی عمومی فعالیت می‌نماید؛ این شبکه‌ها بیشتر در کشورهای دوست قرار دارند که برای نمونه به ذکر چند مورد می‌پردازیم.

ج. شبکه‌های خارجی: در ایالات متحده سه شبکه مهم و اساسی وجود دارد که عبارتند از: یک. ای.بی.سی؛ دو. ان.بی.سی؛ و سه. سی.بی.اس.

یک. ای.بی.سی: هدایت این شبکه با لئوناردو جانسون و مدیرکل آن مارتین روبنشتاین می‌باشد. این شبکه در نشان دادن چهره انسان‌دوستانه از یهودیان بسیار فعال بوده و صحنه‌هایی از مظلومیت‌نمایی یهودیان و مظالم هیتلر را نشان می‌دهد تا بتواند عاطفه مردم آمریکا را نسبت به یهودیان تلطیف نماید. این شبکه با موساد اسرائیل همکاری و رابطه مستقیم دارد و در رسانه‌های سعودی بزرگ‌ترین نقش را ایفا و در ارایه اسلام آمریکایی نقش بسیار مؤثری بازی می‌کند.

دو. ان.بی.سی: شبکه دوم فعال اسرائیل شبکه ان.بی.سی است. دارنده امتیاز آن یک یهودی به نام آلفرد سیلورمن می‌باشد. این شبکه نیز در برنامه‌های آشکارا به حمایت از یهود می‌پردازد و آنها را مردمی باهوش، قوی و خیرخواه نشان دهد.

سه. سی.بی.اس: شبکه سوم فعال اسرائیل سی.بی.اس می‌باشد که صاحب آن هم یک یهودی به نام ویلیام سیلی است. این شبکه نیز مانند دو شبکه قبلی در راستای اهداف اسرائیل فعالیت می‌کند و به دنبال ارایه تصویری مناسب و مثبت از اسرائیل می‌باشد.

هر سه این شبکه‌ها منابع اطلاعاتی بسیار مهمی برای سایر کشورها از جمله اروپا و کشورهای آسیایی و کانادا می‌باشند. سایر شبکه‌های آمریکا اخبار و اطلاعاتشان را از این شبکه‌ها دریافت می‌کنند.

شرکت عظیم ساخت فیلم ای تی وی به‌عنوان امپراتور صنعت فیلم تلویزیون انگلیس توسط فردی یهودی به نام لرد لوگرید اداره می‌شود. گرانادا شرکت دیگر تولید فیلم نیز توسط یک

یهودی به نام ماسیک سیرنی هدایت می‌شود. در آلمان شبکه ان.تی.ای. و در فرانسه تی.اف.ای. از شبکه‌های زیر سلطه یهودیان می‌باشد.

فعالیت رسانه‌ای اسرائیل در کشورهای عربی نیز بسیار بالا می‌باشد و ما شاهد راه‌اندازی بخش عربی دیپلماسی عمومی اسرائیل هستیم. رون پلات، دبیرکل وزارت دیپلماسی عمومی، بیانیه‌ای ارائه نمود مبنی بر اینکه «در عصر اینترنت اجتماعی در زمانی که اینترنت موجب تغییرات راهبردی در سرنوشت حکومت‌های اطراف می‌شود، فعالیت‌های اسرائیل در ارتباط با دیپلماسی عمومی به زبان عربی اهمیتی فوق‌العاده دارند.»

۱۳

راه‌اندازی بخش عربی دیپلماسی عمومی عربی برنامه‌ای است که توسط ادلشتاین طراحی شده است تا تلاشی باشد جهت ایجاد زیرساخت‌های دیپلماسی عمومی به زبان عربی در اینترنت و در رسانه‌های اجتماعی. رسانه‌های عربی به دست سعودی‌ها اداره می‌شوند که مأموریت دارند هر تحول و حادثه مربوط به مقاومت و استقلال و آزادی در منطقه را سانسور و آن را آنگونه که می‌خواهند جلوه دهند. مرداک سرمایه‌دار یهودی توانسته است بزرگ‌ترین شبکه‌های عرب را به دست بگیرد و در جهت منافع خود مدیریت نماید؛ از جمله شبکه روتانا.

برای اسرائیل فقط تسلط بر رسانه کفایت نمی‌کند و بر آن است که علاوه بر رسانه از هر ابزاری استفاده نماید تا تعارضات دامن‌زن به اختلافات را در تمام حوزه‌ها کاهش دهد تا بتواند با تکیه بر اشتراکات ایجاد کرده از طریق رسانه و سایر ابزار از دشمنی‌ها بکاهد و مشروعیت کسب نماید. از جمله اقدامات جالب در این حوزه، راه‌اندازی قهوه‌خانه‌های سنتی عرب و پذیرایی از مهمانان با غذای عربی توسط اسرائیلی‌ها در کشورهای مختلف اروپایی و اخیراً در کشوری مانند مصر، به همراه استفاده از موسیقی و فولکلور عربی و یا برپایی جشنواره فولکلوریک عربی در اسرائیل است که نمونه‌هایی از تلاش فرهنگی اسرائیل برای حذف حساسیت‌های فرهنگی می‌باشد (ابطحی، ۱۳۷۳).

از جمله مطبوعاتی که اسرائیل بر آن اشراف دارد، روزنامه تایمز، مجله وال استریت ژورنال، دیلی نیوز، نیویورک تایمز، واشنگتن پست، مجله سان، سیتی مگزین و ... می‌باشد که تسلط بر ادبیات و مطبوعات نیز طبق پروتکل ۱۲ بسیار اهمیت دارد. در این پروتکل آمده است: «ادبیات و مطبوعات بزرگ‌ترین و مهم‌ترین ابزار آموزشی هستند، به همین دلیل حکومت ما افسار بیشتر مطبوعات را

به دست خواهد گرفت و با این کار تأثیرات سوء و زیان‌بخش روزنامه‌های مستقل را خنثی خواهد کرد. با این تدبیر ما بالاترین نیروی جهت‌دهنده به افکار عمومی را در اختیار خود گرفته‌ایم.» علاوه بر عنصر مهم رسانه، می‌توان نهادهای فعال غیردولتی طرفدار اسرائیل را نیز در اجرای دیپلماسی عمومی مورد مطالعه قرار داد. از جمله نهادهای مؤثر در این حوزه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود.

یک. پروژه داوود که در ۲۰۰۲ در اسرائیل با هدف نفوذ در رسانه‌های آمریکا و حمایت از برنامه‌های جانبدارانه اسرائیل و آموزش خطیبان، هنرمندان و فعالان طرفدار اسرائیل و برگزاری سمینارها شکل گرفت و سرمایه‌داران آن یهودی هستند.

دو. سازمان غیرانتفاعی قرن ۲۰ که با هدف حفظ و توسعه مشارکت بین اسرائیل و آمریکا در کالیفرنیا شکل گرفت و بر تماس با مردم و دولتمردان مبتنی است. این سازمان دارای وبسایتی فعال با ماهانه حداقل ۱۰ هزار بیننده است که توانسته با پرداختن به اکثر موضوعات مورد علاقه و مورد نیاز مردم، افکار عمومی را به سمت خود جلب نموده و آن‌گونه که می‌خواهد آنها را تغذیه نماید. سه. سازمان عدالت برای یهودیان در کشورهای عربی: این نهاد جهت حمایت از مهاجران یهودی از اعراب به اسرائیل می‌باشد.

چهار. کمیته دقت در گزارش از خاورمیانه: این نهاد به صورت فعال در آمریکا حضور دارد و معروف به دوربین اسرائیل می‌باشد که با نظارت شدید بر رسانه‌ها و تحریف اطلاعات جهت تصویرسازی مثبت از اسرائیل از اهمیت بالایی برخوردار است.

پنج. کمیته آپیک: علاوه بر نهادهای ذکر شده در فوق، کمیته روابط عمومی آمریکایی در سال ۱۹۴۵ تأسیس گردید. به تعبیر روزه گارودی «لابی‌ای که قدرتمندترین است و در کاپیتول دارای اعتباری رسمی می‌باشد، همان آپیک است.» (گارودی، ۱۳۷۷، ۲۰۶)

این نهاد منبع اطلاعاتی برای کنگره آمریکا محسوب می‌شود. این کمیته در انتخابات آمریکا ۶۰ درصد از هزینه انتخابات را پرداخت می‌کند. روش این کمیته متقاعدسازی از طریق اتاق‌های فکر، مؤسسات آموزشی و گروهی می‌باشد که به دلیل قدرت بالای این نهاد در آمریکا هر فرد و یا نهادی که بخواهد به یک مقام سیاسی دست یابد، باید بتواند نظر آپیک را جلب نماید.

این سازمان دارای اهدافی است که از جمله آن می‌توان به چند مورد اشاره نمود: کمک به بقاء اسرائیل در مقابل تهدید احتمالی، تربیت نسل آینده رهبران حامی و طرفدار اسرائیل، آموزش کنگره آمریکا، پایان دادن به انزوای اسرائیل و ... از جمله نهادهای دیگر فعال می‌توان به مجمع عمومی خاور نزدیک در بروکسل، بیکام در بریتانیا، اتحادیه کارفرمایان و بازرگانان یهودی فرانسه در فرانسه به‌عنوان حامیان اسرائیل و بازیگران دیپلماسی عمومی اشاره نمود.

اسرائیل همچنین بنیاد مکابی را که سازمانی یهودی ایرانی است، در شهر نیویورک ایجاد نموده است که هر ساله به صدهاتن از دانشجویان دانشگاه‌ها و مدارس عالی اسرائیل که خود و یا یکی از والدین آنها در ایران زاده شده است، کمک خرج تحصیلی اعطا می‌کند.

در عرصه کنونی نمی‌توان دیپلماسی عمومی کشوری را بررسی نمود اما به فعالیت‌های فرهنگی آن کشور توجهی نکرد؛ زیرا یکی از مهم‌ترین عناصر در دیپلماسی عمومی فعالیت‌های فرهنگی جهت ارتقاء سطح ارتباطات و تعاملات جامعه جهانی می‌باشد که به دلیل آنکه این‌گونه فعالیت‌ها با مقاومت کمتری روبه‌رو می‌شود و عاری از لحن خصمانه بوده و می‌تواند بر طیف وسیعی تاثیر بگذارد، از اهمیت بالایی برخوردار است.

اسرائیل نیز در راستای اجرای دیپلماسی عمومی خود به فعالیت‌های فرهنگی بسیاری پرداخته است که برای نمونه می‌توان به چند مورد اشاره کرد؛ از جمله: برنامه تالگیت برنرایت جهت آماده‌سازی و برنامه‌ریزی مسافرت یهودیان ۱۸ تا ۲۶ ساله به اسرائیل جهت بازدید از آن و آشنا نمودن جوانان با اهداف و راهبردهای سیاسی رژیم اشغالگر اسرائیل و مشخص نمودن مناطق سرزمینی جهت ساختن آرمان یهودیت، همچنین وجود شورای اسرائیلی تبادل جوانان بین کشورهای مختلف با اسرائیل، که این برنامه آغاز فعالیتش با آلمان بوده است اما بعد از مدتی شامل همکاری اسرائیل در این حوزه با سایر کشورهای اروپایی و آمریکایی گشت. علاوه بر این موارد، اعزام کارشناسان مختلف به کشورهای گوناگون توسط مرکز همکاری ماشاء اسرائیل، بورسیه تحصیلی برای دانشجویان علاقه‌مند در زمینه مقابله با یهودستیزی، جذب (سایت تابناک، ۱۳۹۲) و آموزش فعالان سیاسی در کشورهای مختلف توسط سفارت‌خانه‌های اسرائیل در آن کشورها جهت تربیت دوستانی که پیام اسرائیل را دریافت نمایند و در بین مردم دنیا پخش

نمایند و حتی دعوت از شرکت‌های نوآور اروپایی برای دیدن از اسراییل و طراحی وب سایت‌های گوناگون برای ارتباط جوانان اسراییل با جوانان سراسر دنیا، همه و همه در قالب فعالیت‌های فرهنگی برای نیل به اهداف سیاسی در چارچوب دیپلماسی عمومی می‌گنجد.

نتیجه‌گیری

به‌رغم برخورداری از سابقه طولانی و اختصاص مبالغ هنگفت در حوزه دیپلماسی عمومی، اسراییل نتوانسته به اهداف بیان شده در مقاله حاضر دست یابد. این رژیم موفقیت‌های زیادی کسب نموده، اما به اهداف مورد نظر خود دست نیافته است. هنوز بسیاری از کشورها اسراییل را به رسمیت نمی‌شناسند و نزد افکار عمومی از چهره مثبت برخوردار نیست. حتی این امر می‌تواند در کشوری در مابینت با دولتمردان آن کشور باشد؛ زیرا اسراییل استانداردهای رفتاری را در سیاست خارجی رعایت نمی‌کند و رفتارش با اظهاراتش یکسان نیست؛ چهره حادثه‌ساز و منفی اسراییل نزد افکار عمومی بیانگر این امر می‌باشد. این رژیم با وجود تسلط بر رسانه‌ها، در پوشش خبری ضعیف عمل نموده و حتی پیام‌های متناقضی منتشر می‌نماید که بی‌شک این موضوع مانعی است بزرگ در راه رسیدن به اهداف اسراییل.

در حوزه جایگاه جهانی، هنوز بسیاری از یهودیان و غیریهودیان، نخبگان و غیرنخبگان و حتی برخی کشورها، اسراییل را به رسمیت نمی‌شناسند؛ از جمله ایران، لبنان و برخی کشورهای عربی و در حوزه نخبگان، تام پالین استاد دانشگاه آکسفورد در این خصوص می‌گوید: «هرگز برای اسراییل حق حیات قائل نبوده‌ام.» بسیاری از یهودیان نخبه نیز اسراییل را دولتی نامشروع می‌دانند؛ این امر در اعتراضات و راه‌پیمایی‌ها به‌وضوح نمایان می‌شود.

نکته دیگر، نوع تعامل این رژیم با سازمان‌های بین‌المللی و واکنش سازمان ملل به اقدامات اسراییل می‌باشد که از سال ۱۹۷۲ تا ۲۰۰۴ شورای امنیت بیش از ۱۲۰ قطعنامه در مورد خاورمیانه صادر نمود که در همه آنها اسراییل را محکوم نموده بود. با اینکه آمریکا اکثر آنها را وتو می‌نماید، اما آنچه قابل توجه است مخالفت کشورها با اسراییل می‌باشد. همچنین در سال ۲۰۰۴ در پی ترور شیخ احمد یاسین، شورای امنیت قطعنامه‌ای صادر نمود که با وتوی ایالت متحده

روبه‌رو شد، اما از ۱۵ کشور ۱۱ کشور رأی مثبت به محکومیت اسرائیل دادند که این خود نمایان‌گر عدم مشروعیت اسرائیل می‌باشد. در سال ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸ و حتی ۲۰۱۰ نیز قطعنامه‌ها گوناگونی توسط مجمع عمومی و کمیسیون حقوق بشر در جنگ غزه و حمله به کاروان امدادرسانی صادر شد که نشان از واکنش عرصه جهانی به اسرائیل دارد. (گیلبوا، ۳)

عامل دیگر نشان‌دهنده جایگاه و موقعیت جهانی اسرائیل میزان پوشش رسانه‌ای این رژیم است. ران کیتزی، سخن‌گوی اسرائیل، علت شکست دیپلماسی عمومی را پوشش خبری نادرست و عدم تمایل اسرائیل به پخش تصاویر قربانیان حملات تروریستی می‌داند؛ اگر چه فلسطینیان این کار را انجام می‌دهند. (Bret, 2002) اما چنین به نظر می‌رسد اسرائیل نتوانسته است از قدرت خود در این حوزه استفاده نماید؛ زیرا آنچه مردم در این شبکه‌ها شاهد آن هستند ظلم اسرائیل به مردم مظلوم فلسطین است و اسرائیل نتوانسته است اقدامات فلسطین علیه اسرائیل را نشان دهد، اما با وجود عدم تقارن قدرت میان دو طرف، فلسطین با نشان دادن چهره‌هایی بسیار خاص از حملات اسرائیل هرچند کوتاه مانند فیلم ۵۱ ثانیه‌ای محمدالدوره که توسط یک فرانسوی هنگام حمله اسرائیلیان به پدر و فرزندش تهیه شده بود، توانست اذهان عمومی را از سوی به سوی دیگر سوق دهد.

نشاط اقطاش می‌گوید: «مقام‌های فلسطین و متخصصان حوزه رسانه فکر می‌کنند، اگرچه مقام‌های فلسطینی از هیچ طریقی مربوط به حوزه روابط عمومی استفاده نکرده‌اند، اما برنده جنگ روابط عمومی‌ها آنها خواهند بود. (گیلبوا، ۳) اعتراف مقامات اسرائیلی از پذیرش شکست در حوزه رسانه و اطلاع‌رسانی، خود دلیلی است بر ضعف و عدم موفقیت اسرائیل. گیلبو معتقد است که اسرائیل «جنگ واژگان» را باخته است. استفاده راهبردی از واژه‌ها برای توصیف حقوق، شرایط و اوضاع و احوال، رویدادها، مردم، افراد و روندها در پیروزی در هر برنامه دیپلماسی عمومی اهمیت حیاتی دارد؛ زیرا این زبان است که منازعه را به نحوی قالب‌بندی می‌کند که تصاویر را شکل می‌دهد و عقاید مربوط به درستی و نادرستی و عدالت و بی‌عدالتی را تعیین می‌نماید. برای مثال، رسانه‌های اسرائیلی برای جنگ سال ۱۹۸۲ در لبنان «عملیات صلح برای جلیله» را انتخاب کردند، در حالی که عموم رسانه‌های دنیا از تعبیر «تجاوز اسرائیل به لبنان» که پیشنهاد رسانه‌های اسلامی و مطابق

با واقعیت بود، استفاده کردند. اسرائیلی‌ها سرزمین‌های اشغالی اردن در جنگ شش روزه را به پیروی از انجیل «یهودا و سامریه» خواندند، اما نام‌گذاری اعراب یعنی «کرانه غربی» رود اردن مورد استفاده و استقبال رسانه‌ها قرار گرفت. (شیخ‌الاسلام، ۱۳۸۹، ۴۲)

در حوزه افکار عمومی نیز که مهم‌ترین مخاطب دیپلماسی عمومی است، اسرائیل با شکست مواجه شده است؛ زیرا هنوز بسیاری از مردم جهان مخالف اسرائیل هستند. طبق نظرسنجی‌های به‌عمل آمده در سال‌های اخیر به‌ویژه در اروپا، برداشت‌هایی منفی درباره سیاست‌ها و رفتار اسرائیل وجود دارد و حمایت کمی از آن می‌شود. آمار افشا شده اتحادیه اروپا در نوامبر ۲۰۰۳ نشان می‌دهد که ۱۵ کشور، اسرائیل را «بزرگ‌ترین تهدید برای صلح جهانی» می‌دانند (گیلیو، ۲۳). بنابراین، به‌رغم تلاش‌ها و فعالیت‌های گسترده اسرائیل در عرصه دیپلماسی عمومی به منظور بازسازی تصویر جهانی از خود و مشروعیت بخشیدن به اقداماتش، موانع و مشکلات بسیاری آن را از رسیدن به اهدافش باز می‌دارد و همچنان اسرائیل نامحبوب‌ترین رژیم در جهان است که نزد افکار عمومی با تردید مواجه شده است.

منابع و یادداشت‌ها:

۱. ابطی، سیدمحمد علی (۱۳۷۳)، «بررسی ابعاد تهاجم فرهنگی صهیونیستی به جهان اسلام و عرب»، فصلنامه راهبرد، شماره ۵.
۲. اسلامی، محسن (۱۳۸۴)، لابی صهیونیسم در ایالات متحده آمریکا، قم: نشر فقاقت.
۳. جکسون، رابرت و گئورگ سورنسون (۱۳۸۳)، درآمدی بر روابط بین‌الملل، ترجمه دکتر مهدی ذاکریان، احمدتقی‌زاده، حسن سعیدکلاهی، تهران: نشر میزان.
۴. حامد فیاض (مترجم) (۱۳۸۹)، «ضدیت با نژاد سامی»، نشریه هفت آسمان، شماره ۳۳.
۵. دوست‌محمدی، احمد و سیدسعید صادقی (۱۳۹۱)، «نقش و جایگاه صهیونیسم در رسانه‌های جمعی آمریکا»، فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی - اسرائیل‌شناسی، سال سیزدهم شماره ۳.
۶. شاهاک، اسرائیل (۱۳۸۹)، تاریخ یهود، آیین یهود، ترجمه رضا آستانه‌پرست، تهران: نشر قطره.
۷. شیخ‌الاسلام، محمدحسن (۱۳۸۹)، «درآمدی بر دیپلماسی عمومی اسرائیل»، فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی - اسرائیل‌شناسی، سال یازدهم شماره ۴.
۸. گارودی، روزه (۱۳۷۷)، اسطوره‌های بنیان‌گذار سیاست اسرائیل، ترجمه حمیدرضا آژیر، حمیدرضا شیفی، مشهد: انتشارات گوهرشاد.
۹. گیلووا، ایتان، «دیپلماسی عمومی نوین و سیاست خارجی»، ترجمه رضا محمودی فقیهی، مطالعات فلسطین، شماره ۳.
10. Bret, Stephens (2002), "What's Wrong with Israel's Hasbara?" *Jerusalem Post*.
11. www.tabnak.ir