

من مؤسسات الدعاية الصهيونية . ثم تمييز مؤسسات الدعاية الصهيونية أو اليهودية عن بعضها البعض . خاصة وأن التطور الأخير الذي شهده الصراع العربي الإسرائيلي قد أعاد طرح الفكرة الصهيونية من جديد ، وربما تنشأ ثانية مجموعة « المدارس » الصهيونية التي كانت قائمة قبل قيام إسرائيل . هذا في حالة ما إذا تطور الصراع مرة أخرى — وبشكل حاسم — لغير صالح إسرائيل .

٧ — كذلك تفيدنا هذه المداخل في تبين خصائص التميز (أو الاختلاف) في المحتوى بين الوظائف الدعائية المختلفة (من معادية وصهيونية وإسرائيلية ويهودية) . بما ينعكس بدوره على زيادة فاعلية المواجهة الإعلامية العربية لهذه الدعايات ، واستثمار إمكانيه تحييد بعضها للبعض . ويجنبنا استخدام هذه المداخل الوقوع في الأخطاء التي من تسانها توسيع قاعده الدعايه المعادية . على سبيل المثال — هناك في الطوائف اليهوديه ما يصل في شدة رفضه للكيان الصهيوني درجة تقترب من الرفض العربي له . وبديهي خطوره الجمع بين الطرفين في شريحة واحدة .

ثانياً — مداخل تطبيقية لدراسة الدعاية الصهيونية والإسرائيلية

٨ — تزودنا المداخل السابقة بمجموعة أطر نظرية ثابتة الى حد ما ، سواء من حيث مكونات بيئة الدعاية أو أهدافها ، أو منطلقاتها أو أساليبها . وثمة مجموعة أخرى من المداخل التطبيقية يمكن اعتمادها لدراسة الدعاية على النحو التالي — رغم أن هذا الفصل بين مداخل نظرية وأخرى تطبيقية لا وجود له بهذا الوضوح في الواقع وإنما هو فقط لأعراض التحليل (— أولاً : دراسة المتغيرات في بيئة الدعاية المعادية . ثانياً : دراسة التطور في خصائص الدعاية انعكاساً لمتغيرات البيئة . ثالثاً : دراسة تطور أهداف الدعاية الصهيونية والإسرائيلية ، بما يتواءم مع متغيرات البيئة . رابعاً : دراسة تطور منطلقات الدعاية الصهيونية والإسرائيلية . خامساً : دراسة أساليب الدعاية الصهيونية والإسرائيلية بمنهج علم دلالة الالفاظ أساساً .

٩ — المتغيرات في بيئة الدعاية المعادية ، تضم بيئة الدعاية مجموعتين من الثوابت والمتغيرات . تتمثل المجموعة الأولى في المكونات الأساسية للصراع على مستويين . المستوى الأول وهو مستوى السطح وهو الصراع العربي الإسرائيلي ، والمستوى الثاني ، مستوى الخلفية والمكون ، هو الصراع الغربي العربي . وليس ثمة ما يمنع أن يبرز هذا المستوى الأخير الى السطح — بين الحين والآخر — في شكل صراع مباشر ، كما اتضح مؤخراً من تهديدات الرئيس فورد ووزير خارجيته بالتدخل من أجل البترول .

أما مجموعة المتغيرات فهي إما تلك التطورات التي تطرأ على ثابت أو أكثر ، أو معطيات جديدة تحدث بالضرورة أثرها في حركة الدعاية، ومنطلقاتها ، أما بالتجديد أو درجة التشديد والتكثيف على منطلق دون الآخر .

فمننا بتحليل مادة الدعاية المعادية في فترتين تاليتين . حرب أكتوبر ١٩٧٣ لتبين أهم المتغيرات المؤثرة في حركة الدعاية المعادية . وجاء ذلك في دراستين للعرض على اللجنة الدائمة للأعلام العربي . وكسنت الفترة الأولى هي فبراير — مايو ١٩٧٤ ، والفترة الثانية يونيه — نوفمبر ١٩٧٤ . واتضح ما يلي :

١٠ — المتغيرات في بيئة الدعاية المعادية بعد حرب أكتوبر، من فبراير — مايو ١٩٧٤ :

١ — النجاح في الحرب — لجانب العرب — كرمز للنجاح الحضاري من ناحية ، وبصفته نجاحاً له من وجهة نظر التحليل الاجتماعي بعد ميتولوجي .