

بهره برداری از رسانه و تأثیر آن بر عملکرد صهیونیسم

سیده کلثوم جلالی^۱

چکیده

صهیونیست ها با استناد به عنایات خداوند در زمان حضرت موسی (ع) به بنی اسرائیل، خود را ملت برگزیده می دانند و در صدد تشکیل حکومت جهانی یهودیت هستند تا بر سایر اقوام و جوامع تسلط یابند. آن ها اهمیت رسانه و تأثیر آن بر افکار عمومی جهان را بسیار زود دریافتند و بودجه های هنگفتی را به این بخش اختصاص داده اند. لذا زمین مبارزه در این عصر، رسانه ها هستند و مقابله و پیروزی بدون شناخت و آگاهی از عملکرد دشمن، میسر و ممکن نخواهد بود. تحقیقات حاصل از این پژوهش نشان می دهد که صهیونیسم از تسلط بر رسانه ها چند هدف اساسی و کلی را دنبال می کند که عبارتند از: صهیونیزاسیون مسیحیت، کنترل اندیشه و افکار عمومی، رهبری و سلطه جهانی، مبارزه با اسلام و تأثیر در سیاست خارجی خاورمیانه برای حمایت از صهیونیسم و حفظ امنیت اسرائیل. عملکرد صهیونیسم در حوزه خبر مبتنی بر بحران سازی، تحریک احساسات و عواطف و پلیدنمایی دشمن است. هم چنین در حوزه فیلم و سینما سعی در تخریب اصول اعتقادی مسلمانان، ترویج شیطان پرستی و اشاعه فحشاء دارد. در فضای مجازی نیز اهدافی چون: اتلاف وقت کاربران، القای ضد ارزش به جای ارزش، اختلال شکل گیری شخصیت کاربران، بحران هویت، آسیب به تربیت و هویت دینی والگو دهی به سبک غربی را دنبال می کند. این مقاله با روش کتابخانه ای و شیوه توصیفی- تحلیلی قصد بررسی تفصیلی هر کدام از این اهداف را دارد.

واژگان کلیدی: رسانه، صهیونیسم، عملکرد صهیونیسم

^۱. طلبه مقطع سطح ۲ مدرسه علمیه کریمه اهل بیت (س) استان تهران

امروزه رسانه های گروهی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه های مختلف از جمله سیاسی ، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می کنند. اهمیت رسانه های گروهی تا حدی است که دانشمندان در تقسیم بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن را لحاظ کرده اند.

«آلین تافلر» تمدن بشری را به سه مرحله تقسیم می کند که شامل مرحله کشاورزی، صنعتی و مرحله فرا صنعتی یا عصر ارتباطات و اطلاعات است. با فرا رسیدن عصر فناوری های نوین ارتباطی و گسترش فراگیر آن که به دنبال خود مفاهیم جدیدی چون واقعیت مجازی و فضای سایبری را به همراه آورد، تغییر و تحولات زیادی در زندگی بشر ایجاد شد. ورود به این جهان و جامعه جدید، هم چون مرحله گذار از جامعه کشاورزی به جامعه صنعتی، تمام جنبه های حیات بشر را تحت تأثیر قرار داده است و تحولاتی عمیق را در ساختار جوامع و روابط میان افراد به وجود آورده است. در عصر فرا صنعتی، قدرت در دست کسانی است که شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند.¹

رهبر انقلاب، امام خامنه ای (مد ظله العالی) در مورد اهمیت این موضوع فرموده اند: «امروز تأثیر رسانه ها و تلویزیون ها و هنرها و این شبکه های عظیم اطلاع رسانی اینترنتی و ... از سلاح و از موشک و از بمب اتم بیش تر است. امروز دنیا، یک چنین دنیایی است.» (بیانات پس از بازدید از سازمان صدا و سیما، سال 1383) یهودیان به سرعت به این قدرت عظیم پی بردند، لذا درصدد برآمدند تا با سیطره بر رسانه های جمعی، قدرتی افزون تر از قدرت یک دولت در جهان به دست آورند. «خاخام راشورون» قبل از تشکیل اولین کنگره صهیونیسم در سال 1897 میلادی، در سخنرانی خود که در خصوص اهتمام یهود به تبلیغات ایراد کرد، چنین گفت: «اگر طلا نخستین ابزار ما در سیطره و حکومت بر جهان است، بی تردید، مطبوعات و روزنامه نگاری دومین ابزار کار ما خواهد بود.»

در اولین کنگره صهیونیسم که به ریاست «تئودور هرتزل» تشکیل شد، وی درباره اهمیت تبلیغ و نقش آن در تبادل اندیشه و ارتباط یهودیان پراکنده در نقاط مختلف جهان، مطالبی را بیان داشت. این کنگره زمینه ی خطرناکی را به وجود آورد تا سیاست یهودیان بر تبلیغات و رسانه های گروهی جهان عملی شود. زیرا؛ کسانی که در این کنگره گرد آمده بودند بر این نظر اتفاق داشتند که نقشه برپایی دولت اسرائیل و تشکیل حکومت جهانی یهود، جز با تسلط بر سازمان های خبری جهان، به ویژه مطبوعات و روزنامه نگاری میسر نخواهد شد. از این روو کنگره قطع نامه ای صادر کرد که به عنوان «پروتکل رهبران صهیونیست» معروف شد. بر اساس

¹. تافلر و همکاران، به سوی تمدن جدید، ترجمه جعفری، صفحه 23

آن، صهیونیست ها اصول و شیوه های تبلیغی، اهداف، روش ها، ابزار و نیز راهبرد تبلیغاتی خود را در چهارچوب عقاید دینی و سیاسی خود مشخص کردند.

پروتکل پنجم از پروتکل های رهبران صهیونیست، تصریح دارد: «باید افکار عمومی را با تغییرات در تمامی نواحی، به سوی خود جلب کنیم.»

در پروتکل هفتم نیز آمده است: «ما باید حکومت های غیر یهود را به اتخاذ تدابیری وادار کنیم تا برنامه ما را، که در مقیاس وسیعی طرح ریزی شده و اکنون به هدف مؤفقیت آمیزش نزدیک می شود، پیش برده و ترویج دهد. این کار با اعمال فشار افکار عمومی، که البته به کمک به اصطلاح نیروی عظیم مطبوعات، توسط خود ما تحریک شده است، انجام خواهد شد. این نیروی عظیم، به جز چند استثنای بی اهمیت، هم اینک در اختیار ماست.»

در پروتکل دوازدهم چگونگی سیطره بر رسانه های فراگیر به ویژه مطبوعات و خبرگزاری ها تشریح شده است که عبارتند از:

- تمام رسانه ها که بازگو کننده اندیشه هاست باید به طور کلی در دست ما باشد.
- هر گونه چاپ و انتشار باید از آن ما باشد.
- ادبیات و مطبوعات، مهم ترین و قدرتمند ترین کانال های تبلیغاتی و آموزشی است و باید زیر سیطره ما باشد.
- دشمنان ما نباید رسانه ای در اختیار داشته باشند که به وسیله آن اندیشه های خود را بروز دهند. در غیر این صورت باید عرصه را چنان بر آن ها تنگ کنیم که نتوانند از طریق رسانه به ما حمله کنند.
- هیچ خبری به هیچ کجا درز پیدا نمی کند مگر این که ما اجازه داده باشیم. برای دست یابی به این خواسته باید بر رسانه های خبری-که تعدادشان در جهان کم است- سیطره داشته باشیم. در آن صورت تنها خبرهایی که ما انتخاب می کنیم، به گوش جهانیان می رسد.
- باید تمام مطبوعات را در قبضه داشته باشیم تا هر وقت بخواهیم احساسات مردم را پیرامون مسأله ای برانگیزیم و هر زمان اراده کنیم، جدل هایی را که در خدمت منافع باشد به راه بیندازیم و از این طریق بر اذهان سیطره پیدا کنیم.
- ما مطبوعات مختلف با گرایش های متفاوت خواهیم داشت. هر کدام از نشریات طرفدار طایفه ای خواهند بود، از سلطنت طلب گرفته تا جمهوری خواه و انقلابی و حتی هرج و مرج طلب. این مطبوعات مانند

«ویشنو» خدای هندوها، صدها دست خواهد داشت و هر دستی نبض دگرگون شونده انظار عمومی جهان را برای ما اندازه خواهد گرفت.

صهیونیسم بعدها سینما را «ساحل نجات» خود نامید و در شبکه های جهانی تلویزیونی نفوذ کرد و پس از آن با اینترنت، موتورهای جست و جو و شبکه های اجتماعی به میدان آمد.

تمامی این اقدامات حول محور جلب افکار عمومی جهان به نفع خود و نابودی جوامع فکری و فردی غیر یهودیان دور می زند و همین مطلب اهمیت و ضرورت شناخت و بررسی چگونگی تأثیر انواع رسانه ها بر اقدامات و عملکرد صهیونیسم را بیش از پیش آشکار می سازد. هم چنین مقابله با دشمن و دفع آسیب های او بدون شناخت صحیح از شیوه های عملکردش در میدان مبارزه، ممکن نخواهد بود.

پیشینه ی تاریخی این تحقیق از زمان بعثت رسول اعظم (ص) می باشد. از همان ابتدا که دین اسلام بر حضرت نازل شد، اسلام ستیزی از طرف مشرکین و اهل کتاب آغاز گشت. در این زمینه آیات فراوانی از قرآن کریم به چشم می خورد که خداوند، پیامبر را نسبت به کارشکنی یهود و مشرکین آگاه ساخته است. در عصر حاضر نیز که عصر ارتباط و رسانه است، مخالفین اسلام به کمک بازوی رسانه به این ستیز ادامه می دهند. و اما پیشینه ی تحقیقی؛ در مورد صهیونیسم و رسانه دو کتاب یافت شد:

1) «نفوذ صهیونیسم بر رسانه های خبری و سازمان های بین المللی»، (1377)، نوشته فؤاد بن سید عبدالرحمن رفاعی و ترجمه حسین سروقامت، که در این کتاب سلطه صهیونیست بر شبکه های بزرگ خبری جهان و سازمان های بین المللی از جمله سازمان حقوق بشر مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. 2) «سلطه پنهانی (سیطره نامرئی صهیونیسم بر سیاست، فرهنگ و افکار ملت ها»، (1383)، نوشته مجید صفاتاج، که در آن شبکه های اختاپوسی تسلط صهیونیسم بر جوامع و نفوذ آن ها در دستگاه های دولتی کشور ها بررسی شده است. هم چنین دو مقاله با عنوان دیده شده است:

1) «تعدد و نفوذ گسترده رسانه های صهیونیستی»، (1393)، نوشته مرحوم محمد حسین فرج نژاد، که در این مقاله تحقیق جامعی در مورد سیطره صهیونیست ها در سینما، شبکه های خبری و مطبوعات انجام شده است.

2) «رژیم صهیونیستی و فضای مجازی»، (1396)، نوشته یگانه ذوالفقاری، که نویسنده تلاش کرده است تا تسلط صهیونیسم بر شبکه های اجتماعی و فضای سایبر را بررسی کند.

مقاله حاضر قصد دارد تا تسلط صهیونیسم بر انواع رسانه و عملکرد صهیونیسم در راستای بهره برداری از این رسانه ها را به صورت جامع مورد بررسی قرار دهد.

1) صهیونیسم

1-1) تعریف لغوی و اصطلاحی

معنای لغوی «یهود»: «هود» از لغت عبری گرفته شده و به معنای حمد، شکر و مجد است و «یهودا» نام فرزند چهارم حضرت یعقوب (ع) از همسرش به نام «لینه» است. یهود در اصطلاح به کسانی گفته می شود که پیروان دین حضرت موسی (ع) هستند و کتاب تورات را کتاب آسمانی می دانند و از شریعت ایشان تبعیت می نمایند و با آمدن اسلام، آن را نپذیرفتند.¹

«صهیون» در زبان عبری به معنای کوه پر آفتاب یا خشک، و نیز نام کوهی در جنوب غربی بیت المقدس است. در تعریف دیگری گفته اند: به اورشلیم یا کوهی نزدیک اورشلیم گفته می شود.²

صهیون، آرامگاه حضرت داود (ع) و جایگاه حضرت سلیمان (ع) بود. در متون دینی یهود، صهیون اشاره به آرمان و آرزوی ملت یهود برای بازگشت به سرزمین حضرت داود (ع) و حضرت سلیمان (ع) یعنی همان «ارض موعود» و تجدید دولت یهودی دارد.³

«صهیونیسم» در اصطلاح به مرام و مسلک حزب بین المللی یهود گفته شده و مسلک گروهی است که طرف دار سلطه و نفوذ یهودیان بر اقوام و ملل دیگرند.⁴ هم چنین نهضتی را گویند که از اواخر قرن نوزدهم به منظور ایجاد یک میهن یهودی در فلسطین به وجود آمد و از آرمان مسیحیان طایفه ی بنی اسرائیل برای رسیدن به ارض موعود و تشکیل دولت و ملتی واحد، مایه گرفته است.⁵

1-2) تاریخچه پیدایش

در قرن 15 میلادی و هم زمان با دوره رنسانس، شخصی به نام «مارتین لوتر» با آغاز اعتراض به سلطه کلیسا، فرقه ی جدید را با عنوان «پروتستان» در دین مسیحیت ایجاد کرد. لوتر با آموختن زبان عبری و مطالعه عمیق در منابع عبرانی، شیفته ی این تعالیم شد و در سال 1523 میلادی کتابی با عنوان «مسیح یهودی زاده شد» را به رشته تحریر درآورد.⁶

1. ارباسی و همکاران، بنی اسرائیل - اسرائیل، صفحه 10

2. شیروودی، مبانی سیاسی - اجتماعی صهیونیسم، صفحه 39

3. کیم، اندیشه و تفکر حکومت صهیونیسم، صفحه 3

4. ارباسی و همکاران، بنی اسرائیل - اسرائیل، صفحه 11

5. همان، صفحه 12

6. صاحب خلق، پروتستانیزم، پیوریتان ها و مسیحیت صهیونیستی، صفحه 210

بینش دینی کاربران فراهم آورده و سرانجام آنان را به فساد اخلاقی و ناهنجاری و بی توجهی به آموزه های دینی و سهل انگاری در انجام واجبات دینی می کشاند.^۱

5-3-6) **الگودهی در شبکه های اجتماعی:** الگوهایی که امروزه افراد برای خود برمی گیرند و از رفتارهای آنان پیروی می کنند الگوهایی هستند که رفتار آن ها با ارزش ها و هنجارهای اجتماعی خصوصا در جوامع اسلامی، انطباق ندارند؛ زیرا صهیونیسم با استفاده از سرعت گسترش شبکه های اجتماعی و اینترنت در میان مردم، آن را به منبعی مهم برای الگوپذیری تبدیل کرده و الگوهایی را به کاربران معرفی می کند که متمایز از الگوهای غالب و مسلط بر جامعه هستند.^۲

^۱. همان، صفحه 6

^۲. شرف، نقش فضای مجازی در بروز آسیب های اخلاقی خانواده، صفحه 7

نتیجه گیری

صهیونیسم که درصد زیادی از رسانه های صوتی، تصویری و نوشتاری جهان را در اختیار دارد، بهترین راه برای انتشار عقاید پوسیده و تحریف شده و نیز رواج اوهام و اندیشه های صهیونیستی را بهره گیری از همین رسانه ها می داند که با نقش مستقیم اما حضور مخفیانه، جوامع بشری را به هلاکت اخلاقی و روانی دچار می سازد.

تحقیقات نشان می دهد که صهیونیسم در راستای هدف اصلی خود یعنی ایجاد حاکمیت جهانی یهود، چند هدف مهم و اساسی را در رسانه ها دنبال می کند که عبارتند از: صهیونیسم مسیحیت، کنترل اندیشه و افکار عمومی، رهبری و سلطه جهانی، مبارزه با اسلام و تأثیر در سیاست های خارجی خاورمیانه در جهت حمایت از صهیونیسم و حفظ امنیت اسرائیل.

صهیونیسم در رسانه های خبری رویکردهایی از جمله: بحران سازی، پلیدنمای رهبر دشمن، شیطان جلوه دادن افراد دشمن و تحریک احساسات و افکار عمومی را دنبال می کند.

هم چنین در بستر فیلم و سینما به دنبال تضعیف و تزلزل اصول اعتقادی مسلمانان، ترویج شیطان پرستی و گسترش فحشاء و بی بندوباری است. در شبکه های اجتماعی و اینترنت نیز سعی در اتلاف وقت کاربران، ایجاد بحران هویت، القای ضد ارزش به جای ارزش، اختلال در شکل گیری شخصیت، آسیب به تربیت و هویت دینی و الگو دهی بر پایه تمدن غربی، دارد.

همه ی این مباحث نشان دهنده ی این مطلب است که لازمه ی زندگی انسان امروز، فراگیری دانش و سواد رسانه است که او را از مخاطب منفعل و آسیب پذیر به مخاطب فعال و صاحب نظر تبدیل کند.

فهرست منابع

کتاب ها

- 1) ابوغنیمه، زیاد، *یهود در فرهنگ، تبلیغات و رسانه های غرب*، ترجمه عبدالفتاح احمدی، تهران، مؤسسه ضیاء الاندیشه، سال 1380 ه.ش.
- 2) تافلر، الوین و همکاران، *به سوی تمدن جدید*، ترجمه محمدرضا جعفری، تهران، نشر سیمرغ، چاپ سوم، سال 1376 ه.ش.
- 3) دهخدا، علی اکبر، *فرهنگ متوسط دهخدا*، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، سال 1385 ه.ش.
- 4) رفاعی، فؤاد بن سید عبدالرحمن، *نفوذ صهیونیسم بر رسانه های خبری و سازمان های بین المللی*، ترجمه حسین سرو قامت، تهران، انتشارات کیهان، سال 1377 ه.ش.
- 5) شیروودی، مرتضی، *مبانی سیاسی- اجتماعی صهیونیسم*، تهران، نشر نقد کتاب، چاپ هشتم، سال 1383 ه.ش.
- 6) صاحب خلق، نصیر، *پروتستانیزم، پیوریتان ها و مسیحیت صهیونیستی*، تهران، نشر هلال، سال 1387 ه.ش.
- 7) صفاتاج، مجید، *سلطه پنهانی (سیطره نامرئی صهیونیسم بر سیاست، فرهنگ و افکار ملت ها)*، تهران، نشر آرون، سال 1383 ه.ش.
- 8) فرج نژاد، محمد حسین، *اسطوره های صهیونیستی در سینما*، تهران، نشر هلال، چاپ اول، سال 1397 ه.ش.
- 9) محمدپور، وحید، *رسانه شناسی*، تهران، انتشارات ادیبان نور، سال 1399 ه.ش.
- 10) معین، محمد، *فرهنگ معین*، تهران، نشر زرین، سال 1386 ه.ش.
- 11) نویهض، عجاج، *پروتکل های دانشوران صهیون: برنامه عملی صهیونیسم جهانی*، ترجمه حمیدرضا شیخی، مشهد، بنیاد پژوهش های اسلامی آستان قدس رضوی، چاپ سوم، سال 1385 ه.ش.

مقالات

- 1) ارباسی، هادی و همکاران، *بنی اسرائیل - اسرائیل*، کنفرانس بین المللی شرق شناسی، تاریخ و ادبیات فارسی، سال 1396 ه.ش.
- 2) ارشد ریاحی، علی؛ ایران پور، پروین، *طریق شناخت عالم غیب از نظر ملا صدرا و علامه طباطبایی (ره)*، فصلنامه خردنامه صدرا، شماره 59، سال 1389 ه.ش.
- 3) بیانی، علی و همکاران، *بررسی تأثیر پذیری مخاطبان از محتوای رسانه ها*، انتشارات دانشگاه آزاد شهر، سال 1395 ه.ش.
- 4) پناهی، محمد، *نقش رسانه های جمعی در گسترش فحشاء و پیامدهای فحشاء*، دو فصلنامه یافته های جزا و جرم شناسی، سال 1400 ه.ش.
- 5) تاجیک، محمد علی، *تعریف رسانه سنتی؛ افراط و تفریط*، ماهنامه علمی - تخصصی مدیریت رسانه، شماره 52، سال 1399 ه.ش.
- 6) حسین قلی پور، اصغر و همکاران، *آشنایی با شبکه های اجتماعی و نقش آن در زندگی افراد*، همایش آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی، سال 1398 ه.ش.
- 7) ذوالفقاری، یگانه، *رژیم صهیونیستی و فضای مجازی*، ماهنامه پاسدار اسلام، شماره 463، سال 1396 ه.ش.
- 8) رهام، شرف، *نقش فضای مجازی در بروز آسیب های اخلاقی خانواده*، فصلنامه تأملات اخلاقی، شماره 3، سال 1399 ه.ش.
- 9) شیربیگی، محمد، *جنگ رسانه ای دشمن و راهکارهای مقابله*، دانشگاه آزاد دماوند، سال 1397 ه.ش.
- 10) عطایی، فرهاد؛ عالی، زهرا، *رابطه ویژه آمریکا و اسرائیل*، فصلنامه سیاست، شماره 1، سال 1391 ه.ش.
- 11) فرج نژاد، محمد حسین، *تعدد و نفوذ گسترده رسانه های صهیونیستی*، ماهنامه پویا، شماره 8 و 9، سال 1393 ه.ش.
- 12) فهیمی، زهرا؛ کشاورز شکری، عباس، *جریان صهیونیستی غرب در مقابل فرهنگ تشیع*، فصلنامه پژوهش های سیاسی جهان اسلام، شماره 4، سال 1397 ه.ش.
- 13) کیم، موسی، *اندیشه و تفکر حکومت صهیونیسم*، دو فصلنامه دانش پژوهی تأمل، شماره 4، سال 1396 ه.ش.
- 14) مشایخ، فرحناز؛ حاجی زاده، هانیه، *فرصت ها و آسیب های فضای مجازی*، فصلنامه تخصصی انگاره

های نو در تحقیقات آموزشی، شماره 2، سال 1402 ه.ش.

مجلات

شاه حسینی، مجید، *مجله سینمای ایران - تجربه لیبرالیزاسیون دولتی*، شماره، 12 شهریور 1396 ه.ش.

سایت ها

www.khamenei.ir