

واکاوی نقش رسانه‌های اسرائیل در بازتولید ایدئولوژی نژادپرستی صهیونیسم

محمدحسین حاجیلو

استادیار علوم سیاسی دانشگاه جامع علمی – کاربردی

امیر رضایی پناه (نویسنده مسئول) a.rezaeipanah@gmail.com

دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه تبریز

تاریخ دریافت: ۹۲/۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۲۸

چکیده

اسرائیل، بر پایه‌ی مبانی مذهبی- قومی بنیاد نهاده شده است. اندیشه و کنش سیاسی در این رژیم بر برتری جویی نژادی استوار است. این موضوع در چارچوب گفتمان آشکار و گفتمان پنهان آن هویدا است. از دیگر سو؛ رسانه‌ها، ابزارهای نیرومند انتقال داده‌ها و معانی هستند. آنها توان بالایی در صورت-دهی به ذهنیت و اندیشه‌ی مخاطبان خود دارند. اسرائیل رژیمی ایدئولوژیک است که برای پراکنش و القای کانون ایدئولوژی سیاسی خود و برتری قومی و نژادی، از رسانه‌های گروهی به فراوانی بهره می‌گیرد. رسانه‌های اسرائیلی، پیوسته در پی بازتولید گفتمان پنهان نهفته در پس ایدئولوژی سیاسی اسرائیل هستند، که کانون آنرا نژادپرستی صهیونیستی سامان می‌دهد. نخبگان اسرائیل، در روند ایجابی و سلبی هویت‌سازی برای شهروندان خویش، مرزهای آن را با کاربست رسانه‌ها ترسیم می‌نمایند. این نوشتار در پی نسبت‌سنجی میان زبان، گفتمان، ایدئولوژی نژادپرستی و رسانه در رژیم صهیونیستی است. این امر به‌ویژه با بهره گرفتن از رهیافت «تئون ون‌دایک» و «نورمن فرکلان» انجام می‌پذیرد.

واژگان کلیدی: زبان، گفتمان پنهان، رسانه، اسرائیل، ایدئولوژی نژادپرستی.

مقدمه

زبان، معنا بخش زیست فردی و اجتماعی انسان است. هر آن‌چه در زندگی بشر روی می‌دهد، چه مربوط به عالم مادی باشد و چه برآمده از دنیای فراماده، با راهیابی به درون بافت زبانی و گفتمانی جلوه‌گر می‌شود. زبان در پس خود، سازنده‌ی ساختارها و قواعدی است که کنش‌های فردی و اجتماعی را در خود احصا می‌کند. کارگزار انسانی در طی کنش‌ها و فعالیت‌های خود، پیوسته در حال تقویت و یا تعدیل ساختارهایی است که چیزی فراتر از خواست و اراده‌ی او هستند. نیرومندترین این ساختارها، ایدئولوژی است. مسلک‌های سیاسی، اگرچه از خواست و کنش‌های انسان‌ها فراهم می‌آید، اما به‌سان چتری گسترده، او را در زیر سایه‌اش دربرمی‌گیرد. ایدئولوژی‌ها بیش از هر چیز در پاسخ به بحران‌ها و در پاسخ به پرسش از معنا، پدیدار می‌گردند. ایدئولوژی‌ها می‌آیند تا به ما بگویند که «کیستیم» و مرزهای ما با «دیگران» در کجاست. مسلک‌های سیاسی و اجتماعی، خویشکاری هویت‌سازی را بر دوش دارند.

از دیگر سو، دنیای مدرن، دنیای ارتباطات است. در پی جهانی شدن زیست اجتماعی، روابط نیز جهانی و بین‌المللی شده‌اند. دنیای معاصر، با نام دهکده‌ی جهانی خوانده می‌شود. در این دهکده و ایالت به‌هم پیوسته؛ داده‌ها، اخبار و اطلاعات در کم‌ترین زمان دست به دست و پراکنده می‌شوند. در بیشینه موارد، باور به جریان آزاد اندیشه در رسانه، بیشتر به یک طنز شبیه است تا واقعیت استوار بر خرد و تجربه. بطور کلی، رسانه‌های گروهی در خدمت ایدئولوژی‌ها و ابزار جابه‌جایی ارزش‌ها، آرمان‌ها، هنجارها و مؤلفه‌های مطلوب صاحبان قدرت و ثروت هستند.

اسرائیل یکی از خاص‌ترین واحدهای سیاسی در خاورمیانه است. اساس‌پاگیری این سامان، ایدئولوژی کنش‌گر و درهم آمیخته‌ای است که ساختار هویتی آن و مرزهایش را با دیگران می‌سازد. ایدئولوژی سیاسی اسرائیل از سه سرچشمه‌ی اساسی جاری می‌شود؛ نخست، خوانشی ویژه از شریعت یهود. بنابر ادعا، رژیم صهیونیستی برای پاسداری از کیان یهودیان سامان یافته است. این رژیم هرچند هم‌چنان که از مجاری سیاسی آن، مانند سایت وزارت خارجه‌اش، آشکارا بیان می‌شود، سکولار و باورمند به جدایی ابزارهای شناخت در امور عرفی و شرعی است، اما در عین حال خود را تنها دولت یهودی در سراسر جهان می‌نامد. به نظر می‌آید نگاه سران این رژیم به دین، استوار بر گونه‌ای خوانش بوروکراتیک و حکومتی باشد. دومین کیان ایدئولوژی صهیونیسم، واحد سیاسی و ملی آن است. اسرائیل در طول سال‌های پس از

پاگیری‌اش، کوشیده است بر روی همه‌ی شکاف‌های اجتماعی و سیاسی‌اش، هویتی را برای خود چونان واحدی سیاسی دست و پا کند. سومین و ریشه‌ای‌ترین منبع، نژاد و قومیت است. این مؤلفه چنان نیرومند و اثرگذار است که می‌توان آن را چون کانون گفتمان سیاسی اسرائیل نیز شناسایی نمود. برتری نژادی و قومی، نشانگان مرکزی و نشانه‌ی برتر در سامانه‌ی مفصل‌بندی رژیم صهیونیستی است که دیگر دال‌ها مدلول‌ها را در رابطه‌ی زنجیروار به دور خود سامان داده است.

ماهیت سیاست در اسرائیل، استوار بر کنش‌گری و پراگماتیسم است و گرچه بسیاری از مؤلفه‌های نخبه‌گرایانه، آریستوکراتیک و فن‌سالارانه را در خود دارد، اما رگه‌های پررنگی از پوپولیسم را نیز می‌توان در آن یافت. این موضوع از دو حوزه‌ی اساسی سرچشمه می‌گیرد؛ یکی «رسالت‌های تاریخی مورد ادعا» و دوم، «واقعیت‌های پیش‌روی آن در زمینه‌هایی چون ژئواستراتژیک، راهبردی، سیاسی، امنیتی، اجتماعی و اقتصادی». هر دوی این پهنه‌ها، زمینه‌ساز گرایش بیش‌تر این رژیم به سوی تقویت نژادپرستی‌اش شده است. این موضوع به‌ویژه از راه رسانه‌های گروهی به انجام می‌رسد. اسرائیل، توانسته است تا دسته‌ای از رسانه‌ها را، چه در درون خود و چه در دیگر کشورها، به گونه‌ای ظریف در راستای بازتولید داعیه‌های آشکار و پنهان قوم‌گرایانه‌ی خویش به خدمت بگیرد. نوشتار پیش‌رو، با توجه به این واقعیت، سعی دارد تا به واکاوی بیش‌تر این موضوع پردازد و نشان دهد که رسانه‌های گروهی اسرائیل و رسانه‌های هم‌سو با آن، چگونه به بازتولید و تقویت بیشتر نژادپرستی و قوم‌گرایی این رژیم پرداخته‌اند. این موضوع به‌ویژه با کاربرد رهیافت نظری «تئون‌ون‌دایک» و «نورمن فرکلاف» به انجام رسیده است.

الف) زبان، ایدئولوژی و رسانه

زبان، اساس و پایه‌ی اصلی زیست فردی و اجتماعی بشر است. پهنه‌های گوناگون حیات آدمی در سایه‌ی زبان رنگ می‌یابد. «مایکل هلیدی» سه فرانش به هم پیوسته‌ی زبان را از هم متمایز می‌کند؛ نخست، فرانش اندیشگانی است که زبان به وسیله‌ی آن به تجربه ساختار می‌بخشد. ساخت اندیشه‌ای، ارتباط دیالکتیکی با ساختارهای اجتماعی دارد، هر دو بازتاباننده‌ی آن هستند و آن را تحت تأثیر قرار می‌دهند. دوم، فرانش بینافردی است که بیان‌گر روابط میان افراد است و فرانش سوم، متنی بوده و به هم پیوستگی و هم‌بستگی متن را بیان می‌کند (Wodak and Meyer, 2001: 8). برخی کارکردهایی که هایمز برای زبان برمی‌شمرد عبارتند از (Hymes, 1962: 5-38):

- ۱- برانگیزنده (احساساتی)؛ که بیان گر حالات درونی و احساسات گوینده است؛
- ۲- کنشی؛ که گوینده با استفاده از خطاب و دستور، توجه دیگران را به خود جلب می‌نماید و از آنها می‌خواهد تا کاری را انجام دهند؛
- ۳- نظمی؛ که گوینده نوع ویژه‌ای را همچون ماهیت پیام خود برمی‌گزیند؛
- ۴- کارکرد فرازبان‌شناختی؛ که در آن گوینده بر کد تمرکز می‌کند تا آن را توضیح دهد یا مورد گفت‌وگو قرار دهد.

همه این‌ها کارکردهای خُردی هستند که از عناصر ارتباطی یا کارکردهای کلان شکل یافته‌اند. «گیلین براون» و «جورج یول» بر این باورند که زبان دو کارکرد مهم تبادل و تعاملی را برعهده دارد. درحالی که کارکرد تبادل‌ی بیانگر انتقال اطلاعات، آموزش دادن، اجتماعی‌سازی و... است، کارکرد تعاملی در بنانهادن و نگه‌داشتن روابط اجتماعی نقش دارد (Brown and Yule, 1983:4). زبان تنها یک کانال نیست که از راه آن اطلاعات درباره‌ی حالت‌ها و رفتارهای روانی یا واقعیت‌های جهانی منتقل شوند. بلکه، «دستگاه» تولیدگری است که جهان اجتماعی را می‌سازد و ساخت هویت‌ها و روابط اجتماعی را نیز در پی دارد. این بدان معناست که دگرگونی‌های گفتمانی ابزاری هستند که جهان اجتماعی را دگرسان می‌نمایند (Jorgensen and Phillips, 2002: 9).

به باور «فرکلاف» زبان همیشه در سیاست و حکومت اهمیت داشته است. دگرسانی‌های سیاسی همواره به‌عنوان تفاوت‌هایی در زبان شکل یافته، آوردهای سیاسی، پیوسته کشمکش‌هایی بر سر زبان چیره داشته‌اند، و هر دو؛ هم نظریه و هم کنش سخن‌پردازی سیاسی به دوران باستان بازمی‌گردند. بخش مهمی از این دگرگونی‌ها رابطه‌ی نوین میان سیاست، حکومت و رسانه‌های گروهی است؛ ترکیب نویی با این معنا که امروزه بیش‌تر رویدادهای مهم سیاسی، در واقع رویدادهای رسانه‌ای هستند. بر این پایه چیزی به نام رسانه‌ای‌شدن^۱ سیاست و حکومت وجود دارد (Fairclough, 2006: 3-4). رسانه‌ای‌شدن بحثی در چیرگی بر فاصله‌های ارتباطی و برقراری ارتباط با دیگرانی است که در دور دست‌ها قرار دارند (Fairclough, 2007: 5). رسانه‌ها چونان وسایل ارتباطی پایه‌ای، در بستر زبان رشد می‌یابند. به گفته «بوردیو»، تلویزیون (و به‌طور کلی رسانه‌های گروهی) ادامه‌دهنده‌ی هجوم نمادین نهفته در زبان است (Bourdieu, 1998: 17).

ارتباط میان زبان و قدرت را می‌توان در دو بُعد بیان کرد (Fairclough, 1996: 43): نخست؛ قدرت در گفتمان (قدرت رو در رو) که با گفتمان، به عنوان مکانی برخورد می‌نماید که در

آن روابط قدرت به عرصه‌ی عمل و قانون وارد می‌شوند؛ و دوم؛ قدرت در پس گفتمان (گفتمان پنهان)^۱ که در آن تمرکز بر چگونگی شکل‌یابی و ساخت‌مندی نظام‌های گفتمانی در ارتباط با قدرت است. قدرت پنهان بیشتر در رسانه‌های گروهی نمود می‌یابد. گفتمان رسانه‌های گروهی به دلیل سرشت قدرتی که در آن به عمل گذارده شده است جذابیت دارد. گفتمان رسانه‌ای یک جانبه‌نگری دارد. گفتمان رسانه‌ای برای مخاطبان گروهی طراحی شده و هیچ شیوه‌ای وجود ندارد که تولیدکنندگان حتی بدانند مخاطبان‌شان چه کسانی هستند. گفتمان رسانه‌ای برای سوژه‌ی ایده‌آل خود موقعیت سوژگی بوجود می‌آورد و بینندگان یا شنوندگان و یا خوانندگان واقعی آن، باید ارتباط میان سوژه‌ی ایده‌آل را به گفت‌وگو بگذارند (Fairclough, 1996: 49). این رسانه است که با بهره‌گیری از عناصر زبانی به القای ایدئولوژی می‌پردازد. زبان، ابزاری برای ریختن مضمون ایدئولوژی در ظرف ذهن و اندیشه‌ی مخاطبان از سوی حکومت‌ها است که بخش عمده‌ی آن با میانجی‌گری رسانه‌ها انجام می‌پذیرد. این مسأله را که ایدئولوژی چیست و با چه گفتمانی بیان می‌گردد، می‌توان در چند سطح تحلیل کرد:

- ۱- دیدگاه‌ها و ایدئولوژی‌ها دربردارنده‌ی باورها یا نموده‌های ذهنی هستند و در این صورت است که رویکرد ما چشم‌اندازی شناختی به خود می‌گیرد.
 - ۲- ایدئولوژی‌ها و اندیشه‌ها همیشه شخصی نیستند بلکه می‌توانند اجتماعی، نهادی یا سیاسی باشند. بنابراین نیازمند رویکردی مبتنی بر اجتماع یا ساختارهای اجتماعی است. لذا هر دو رویکرد با یکدیگر ترکیب می‌شوند تا نظریه‌ی اجتماعی شناختی شکل گیرد.
 - ۳- از آنجا که ما بیان بافتی ظریف را از اندیشه‌های استوار بر ایدئولوژی، به صورتی خاص بررسی می‌نماییم، این رویکرد اجتماعی - شناختی، در چارچوب تحلیلی گفتمانی نهفته خواهد شد. ایدئولوژی‌ها همانند دانش و زبان طبیعی هستند (یا مانند گرامر یا نظام‌های قانون گفتمان گونه‌ای هستند که در پس کاربرد زبان می‌باشند) (Van Dijk, 1998: 21-22).
- ایدئولوژی‌ها به مانند نظام‌هایی تعریف شده‌اند که در مبنای شناخت اجتماعی - سیاسی گروه‌ها قرار دارند. بنابراین ایدئولوژی‌ها رویکرد گروه‌های اجتماعی را شکل می‌دهند. ایدئولوژی‌ها افزون بر این، دانش و باورهای خاص کاربران زبان را تحت تاثیر قرار می‌دهند (Van Dijk, 1995: 135-138).
- ایدئولوژی؛ سه مؤلفه‌ی عمده دارد که عبارتند از (Van Dijk, 1998: 23-24):

نخست - کنش‌های اجتماعی؛ این نظریه از کنش‌های گروهی یا نهادی ایدئولوژی‌ها در ساخت‌های اجتماعی است. نظریه‌ی کنش‌های اجتماعی به این پرسش پاسخ می‌دهد که چرا مردم ایدئولوژی‌ها را در نگاه اول، بهبود و توسعه می‌دهند.

دوم - ساختارهای شناختی؛ در این چارچوب، یک نظریه درباره‌ی سرشت ذهنی، مؤلفه‌های درونی و ساختارهای ایدئولوژی‌ها و همین‌طور ارتباط آنها با دیگر ساختارهای شناختی یا نمودهای اجتماعی مانند (ارزش‌ها، هنجارها، رویکردها، اندیشه‌ها و دانش) از یک سو و الگوهای بافتی و شخصی از سوی دیگر است.

سوم - بیان یا بازتولید گفتمان‌گونه؛ این نظریه‌ای است از شیوه‌هایی که ایدئولوژی‌ها ارائه می‌گردند و با ساختارهای متن‌ها و سخن‌های اجتماعی بازتولید می‌شوند. این نظریه حالتی ویژه از نظریه گسترده‌تری است که در آن شیوه‌های بیان و بازتولید ایدئولوژی‌ها از راه کنش‌های اجتماعی نمود می‌یابند. رسانه‌ها به دلیل ارتباط سامان‌مند و عادی خود با ساختار قدرت‌های سیاسی، هراس سیاسی را به همراه دارند. آنها اهداف و استراتژی‌های نهادی و ایدئولوژیک خاص خود را دارند که به هراس سیاسی امکان عمومی شدن و به همین صورت مؤثر و مشروع بودن را می‌دهد (Van Dijk, 1987: 183).

در خوانش «فرکلاف»، درباره‌ی تأثیر رسانه‌های گروهی بر جوامع نیز باید از پنج مورد یاد کرد (Fairclough, 2007: 103-104): نخست - این که رسانه‌های گروهی نقش مهمی در انتشار جهانی اطلاعات، اخبار، واکنش به اخبار و تبیین اطلاعات، استراتژی‌های نوین، گفتمان‌ها، انگاره‌ها و کنش‌ها، نهادهای اجتماعی، سازمان‌ها، مدیریت زندگی روزمره، تغییر رویکردها، احساسات و هویت‌ها دارند.

دوم - این پیام‌ها به هیچ صورتی خنثی نیستند؛ آنها رسانه‌ای شده و این بدان معناست که هر جنبه‌ای از زندگی اجتماعی در رسانه‌های گروهی نمایش داده می‌شود. این امر از راه کدهای رمزی خاص، هم‌آیی‌ها، هنجارها و کنش‌های رسانه‌های خاص صورت می‌گیرد و شکل و معناهای آنها در گونه‌ی ویژه‌ی بافت‌سازی دوباره، دگرگون می‌شود.

سوم - چیرگی جهانی رسانه‌های فراملی در رسانه‌های گروهی و روابط درونی آنها با قدرت‌های سیاسی، دولت و تجارت بدان معناست که آنها می‌توانند رسانه‌های گروهی را به عنوان ابزاری برای پراکنش پیام‌های خود در راستای پیشرفت دادن به راهبردهای خویش به کار بندند.

چهارم - نمی‌توان تأثیر رسانه‌های گروهی و رسانه‌ای شدن را بدیهی فرض کرد، چرا که بستگی به بافت‌سازی دوباره‌ی «پیام‌های» رسانه در بافت‌های دیگرسانی دارد که ویژگی‌ها و شرایط تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، نهادی و ساختاری آن‌ها، شیوه‌ی دریافت، تفسیر، واکنش نشان دادن و تأثیر پایانی آنها را سامان می‌دهد.

پنجم - جهانی‌سازی رسانه‌های گروهی تا حدودی در ساخت جامعه‌ی جهانی، ایده‌های عمومی جهانی و حتی حوزه‌ی عمومی جهان‌شمولی، که در آن مباحث بر مبنای جهانی بودن تولید می‌گردند، ساخته می‌شود.

بنا به گفته‌ی «وداک» متن‌های رسانه‌ای مکالمه‌ای تلقی می‌شوند و خوانشی که از آنها صورت می‌گیرد به گیرنده‌ی پیام و محیطی که در آن قرار دارد وابسته است. بنابراین پژوهشگران فرض می‌نمایند که خوانندگان / شنوندگان یا بینندگان با رسانه تعامل دارند. متون رسانه‌ای هم‌چنین به روابط درون‌متنی دیگر نیز بستگی دارند، معنای ویژه‌ای به متن می‌بخشند یا آن معنا را جدا و بازسازی می‌نمایند. پس می‌توان گفت که رسانه؛ مفاهیم اجتماعی را تولید و بازتولید می‌کند (Wodak and Busch, 2009: 106).

«ون‌دایک»، در تکمله‌ی مطالب پیش‌گفته، بر آن است که گفتمان رسانه به‌طور کلی و گزارش‌های خبری را به صورت خاص، باید به‌عنوان نوعی کاربرد زبان یا متن و گونه‌ی ویژه‌ای از کنش‌های فرهنگی - اجتماعی مورد بررسی قرار داد. این بدان معناست که نخست - چنین گفتمان‌هایی باید برحسب ساختارهای آنان در سطوح گوناگون توصیف و بررسی شوند و دوم - این که گفتمان‌ها ویژگی‌های پیچیده و سطح بالایی را مانند روابط پیوستگی میان جملات، عنوان‌های کلی و ابعاد سخن‌پردازی و سبکی دربردارند (Van Dijk, 1988: 2). بر همین پایه، به باور وی، گفتمان سیاسی نه‌تنها برپایه‌ی ساختارهای گفتمان، بلکه براساس بافت گفتمانی تعریف می‌شود؛ او می‌گوید «نباید به این مشاهده بسنده کرد که به‌عنوان نمونه گفتمان سیاسی اغلب ضمیر «سیاسی» شناخته شده‌ی «ما» را برجسته می‌سازد. بنابراین نیاز است تا چنین کاربردی را به چنین طبقاتی مبنی بر این که؛ چه کسی؟ کی؟ کجا؟ با چه کسی سخن می‌گوید، مرتبط سازیم. به دیگر سخن؛ باید آن‌را به جنبه‌های ویژه‌ای از وضعیت سیاسی ارتباط دهیم» (Van Dijk و Van, 2004: 13). (Dijk, 1999: 312). «ون‌دایک» بر آن است که رسانه‌های خبری، رویدادهای خبری جهان را به صورتی کنش‌پذیر توصیف یا ضبط نمی‌کنند بلکه به صورت فعالی آنها را بازسازی می‌نمایند که این مسأله عمدتاً بر مبنای بیشتر گونه‌های منابع گفتمانی هستند. ارزش‌های خبر، روندهای نهادی،

ایدئولوژی‌های حرفه‌ای و الگوهای خبری نقش مهمی در این دگرسازی دارند. این عوامل در پی دستیابی ممتاز افراد قدرتمند، نهادها و ملت‌ها به رسانه است. ویژگی‌های پردازش خبر، به سمت این رویکرد گرایش دارند که به بازتولید و مشروع‌سازی ایدئولوژی سیاسی، اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی روشنفکران بیانجامند. از سوی دیگر، نهادهای خاص و کنش‌ها و اهداف حرفه‌ای رسانه‌ها و خبرنگاران نیز نقش نیمه‌مستقلی در بازتولید رویدادهای خبری و ساخت توافق اجتماعی دارند. همین قدرت نمادین رسانه است که به توضیح نقش آن در بازتولید نژادپرستی کمک می‌کند (Van Dijk, 1989: 203 و Van Dijk, 1986: 157-168).

ب) گفتمان نژادپرستی

گفتمان نژادپرستی نوعی کنش اجتماعی تبعیض‌آمیز است که خود را در بیان، متن و ارتباط نشان می‌دهد. این گفتمان، به همراه دیگر کنش‌های تبعیض‌آمیز (غیربیانی)، در بازتولید نژادپرستی به عنوان گونه‌ای از چیرگی نژادی یا قومی سهم دارد. دو نوع گفتمان نژادپرست وجود دارند که عبارتند از (Van Dijk, 2004: 351): نخست-گفتمان نژادپرستی که به سمت دیگران^۱ دیگرسان از دید قومی گرایش دارد و دوم-گفتمان نژادپرستی که درباره‌ی دیگران متفاوت از نظر قومی است. نخستین گونه‌ی گفتمان نژادپرستی یکی از چندین شیوه‌ی تبعیض‌آمیزی است که اعضای گروه چیره از نظر بیانی با آن با اعضای گروه تحت چیرگی (اقلیت‌ها، مهاجران، پناهندگان) تعامل دارند و نوع دوم گفتمان نژادپرست همواره دیگر اعضای گروه چیره را مخاطب قرار می‌دهد و درباره‌ی دیگری نژادی یا قومی است. چنین گفتمانی از گفت‌وگوهای روزمره یا دیالوگ‌های سازمانی (مانند نشست‌های پارلمانی)، تا بیشتر متن‌های نوشته شده یا چندرسانه‌ای، خبر، گزارش، فیلم، انتشارات دانشگاهی، قراردادها و... گسترش دارد (Van Dijk, 2004: 351-352).

بدیهی است که نژادپرستی پیوند نزدیکی با مفهوم نژاد دارد؛ مفهومی که عناصر فرهنگی و ایدئولوژیکی مانند رنگ پوست، مذهب و رفتار را دربرداشته و به نظر می‌رسد این مؤلفه‌ها به نسبت‌های متغیری در هر تعریفی از گروه‌های نژادی بگنجد. از سوی دیگر موقعیت نژادی با گفت‌وگوها و دگرسازی‌های سیاسی در ارتباط است. بنابراین اصطلاح نژادپرستی تحت تأثیر نیروهای اجتماعی و ستیزهای سیاسی است (Rattansi, 2007: 7-8). نژادپرستی به معنای هر گونه

ادعا مبنی بر برتری طبیعی یک جمعیت، گروه یا نژاد شناخته شده‌ی بشری بر نژاد، گروه و جمعیت دیگری است. اما منظور از نژادپرستی علمی، تلاش در به کار بردن زبان و برخی فنون علمی، در حمایت از نظرگاه‌ها یا مباحثی است که می‌پندارد گروه‌ها یا جمعیت‌های ویژه‌ای، ماهیتاً از نظر هوش، تمدن یا دیگر رویکردهای اجتماعی نسبت به دیگران پایین‌تر هستند (Rattansi, 2007: 94).

به باور «ون‌دایک»؛ نژادپرستی سامانه‌ای از چیرگی قومی یا نژادی است. به دیگر سخن؛ بهره‌کشی نظام‌مند قدرت یک گروه چیره‌علیه دیگر گروه‌ها؛ مانند اقلیت‌های نژادی، مهاجران و پناهندگان (van Dijk, 2012: 15). ویژگی کلی گفتمانی نژادپرستی، نمود منفی آنها^۱ است که اغلب با نمود مثبت خودمان^۲ همراه است (Van Dijk, 2004: 352). مبانی شکل‌یابی ایده‌های نژادپرستانه عبارتند از (Konvalinka, 2007: 9):

نخست - ما بر این باوریم که نژادپرست نیستیم، اما همگی می‌آموزیم که اگر بخواهیم نژادپرست می‌شویم و اگر نه، خیر.

دوم - جوامع، تصور نژادپرستانه را به شیوه‌ی پیچیده‌ای منتشر می‌کنند و افراد بدون کندوکاو، آن را می‌پذیرند، که این امر گاهی به دلیل ناخودآگاه بودن آن است. سوم - چون این انگاره‌ها این امکان را فراهم می‌آورند که به نابرابری‌ها مشروعیت بخشیده شود و به این دلیل که اکثریت از جایگاه خود بیش‌ترین بهره را می‌برند، بنابراین به این باور می‌رسند که بیش از دیگران شایستگی دارند.

نژادپرستی؛ هرگونه رویکرد، کنش یا ساختار نهادی است که فرد یا گروهی را به دلیل ویژگی‌های دیگرسان‌شان تحت چیرگی خود می‌برد. نژادپرستی تنها مسأله‌ی رویکردها نیست بلکه کنش‌ها و ساختارها نیز می‌توانند نوعی نژادپرستی باشند. نژادپرستی؛ یک ایدئولوژی کنشی ویران‌گر است که به‌صورت چیره‌ای از سوی دولت‌ها، سیاست‌مداران و عامه مردم، بسان لکه‌ای ناخوش‌آیند بر دامن جامعه‌ی مدنی تلقی می‌گردد و طرد شده، اما بازهم به‌صورت بالقوه‌ای فعال است. گفتمان‌هایی که نژادپرستی را بدنام می‌کنند با مخالفت گسترده‌ی گفتمان‌هایی روبه‌رو می‌شوند که در آنها نژادپرستی ناپیدا، هنجاری و حتی فرهمند می‌گردد (Downing and Husband, 2005: 1). یافته‌های پژوهش‌های انجام شده بر گفتمان و نژادپرستی،

1. Them
2. Ourselves

بیان‌گر آن است که «روشنفکران» نقش ویژه‌ای در بازتولید نژادپرستی دارند. آنها دستیابی بیشتر به منابع اجتماعی ارزشمند را از جمله پژوهش نمادین گفتمان اجتماعی به طور کلی و گفتمان رسانه به صورتی خاص کنترل می‌نمایند. این بدان معناست که (Van Dijk, 1999: 308):

نخست - آنها بیشتر تصمیم‌های مهمی را می‌سازند که زندگی مهاجران و اقلیت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛

دوم - آنها دستیابی به خبرها (مانند نمایش اقلیت‌ها) را تنظیم می‌نمایند.

پ) رسانه‌ها به مثابه ابزار القای ایدئولوژی نژادپرستی

در اندیشه‌ی «ون‌دایک»، بیش‌تر مطالب رسانه‌های گروهی، به‌ویژه خبرها چندان درباره‌ی رخدادها و رویدادها نیست، بلکه در باب این است که؛ دیگران و عموماً قدرت‌مندان و روشنفکران، چه می‌گویند یا چه می‌نویسند. پردازش فعال این منابع متنی و سخن گفتن در تولید خبر، مهم‌ترین سهم رسانه‌ها در تولید و انتقال گفتمان عمومی است. راهبردهای تولید خبر، دربردارنده‌ی ارزش‌ها و روش‌های جلب توجه، دستیابی نهادی، گزینش، خلاصه‌کردن، فرمول‌بندی سبکی و حذف می‌باشد. رسانه‌ها مهم‌ترین داده‌ها و موضوعاتی را فراهم می‌آورند که افراد ممکن است در گفت‌وگوهای روزمره بدان دست نیابند. مواردی همچون: مهاجرت و سیاست‌های ملی مهاجرت، شمار مهاجران، آمار بیکاری، نقش گروه‌های قومی در آموزش و مسکن، تبعیض یا آمار جنایت، از مواردی نیستند که بتوان در گفت‌وگوهای روزمره دانست. با توجه به این‌که رسانه‌ها، ورودی گفتمان‌های روزانه را برای بیشتر شهروندان فراهم می‌نمایند، احتمالاً نقش این رسانه‌ها به‌عنوان گفتمانی متداول و بافت رویکردی اندیشه و بیان درباره‌ی گروه‌های قومی، نسبت به دیگر منابع نهادی یا عمومی ارتباطی، بی‌همتا است (Van Dijk, 1987: 40-45).

نژادپرستی مفهوم تابویی است و یافته‌های پژوهشی‌ای که رخداد نظام‌مند تعصب قومی یا نژادپرستی را نشان می‌دهند؛ یا مورد چشم‌پوشی قرار می‌گیرند و یا این‌که از سوی بیش‌تر رسانه‌ها بی‌اعتبار شمرده می‌شوند. باوجود تفاوت‌های آشکار میان روزنامه‌ها، کشورها، مناطق و دوره‌هایی که در پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند، وجوه همسانی میان آنها وجود دارند که عبارتند از (Van Dijk, 1987: 44-45):

۱- اقلیت‌های قومی، اقلیت‌های مطبوعاتی نیز هستند؛ کمتر به آنها پرداخته می‌شود و کمتر

ارائه می‌گردند؛

- ۲- بیشتر موضوعات چیره، مستقیماً یا ریزبینانه‌تر با مسائل، مشکلات و تهدیدهای ارزش‌ها، منافع، اهداف و فرهنگ‌های چیره پیوند دارند؛
- ۳- رویدادهای قومی به صورت پایداری از دیدگاه اکثریت سفیدپوستی توصیف می‌گردند که در آنها به گروه‌های مقتدر، فضا و اعتبار بیشتری در مقایسه با اقلیت سخنوران داده می‌شود؛
- ۴- موضوع‌هایی چون: کار، مسکن، سلامت، آموزش، زندگی سیاسی، فرهنگ، تبعیض‌های قومی (که به زندگی روزمره گروه‌هایی قومی ارتباط دارند) کمتر در مطبوعات مورد بحث و گفت‌وگو قرار می‌گیرند مگر این‌که به مسائلی برای جامعه به‌عنوان یک کل بیانجامند؛
- ۵- نژادپرستی به صورت نظام‌مندی کمتر رسانه‌ای می‌شود، به صورت رویدادهایی از تبعیض‌های فردی جلوه‌گر و تنزل داده می‌شود، به احزاب کوچک جناح راستی و در مناطق شهری کوچک نسبت داده می‌شود؛
- ۶- نژادپرستی روشنفکران یا دیگر نهادها کمتر مورد بحث قرار می‌گیرد.
- رسانه نقش عمده‌ای در تولید قدرت ایدئولوژی‌های نژادپرست دارد که برخی از مکانیسم‌ها و کارکردهای اجتماعی آنها عبارتند از (Van Dijk, 1988: 154-155): نخست- رسانه‌های خبری به صورت کنش‌پذیری، واقعیت‌های موقعیت اجتماعی قومی کنونی را توصیف نمی‌کنند؛ نقش آنها فعال‌تر و بازساختی‌تر است. فرآیندهای تولید خبر، شامل گزینش و خلاصه‌سازی رویدادهای مهم می‌شود. دوم- روزنامه‌نگاران در ایدئولوژی حرفه‌ای خاصی درباره‌ی سرشت خبر اشتراک دارند. آنها باید بر این مسأله که: «خبر چیست؟» به توافق برسند. سوم- سرشت ایدئولوژیک خبر و دیگر رویکردها و کنش‌های حرفه‌ای، بیانگر آن است که آنها بیشتر شیوه‌های رویکردی مدیریت حجم گسترده‌ی اطلاعات در بن‌بست‌های محکم هستند. ارزش‌ها قراردادی نیستند بلکه بازتابی از طبقه، جنسیت و موقعیت قومی روزنامه‌نگاران است و نقش مهمی در بازتولید قدرت دارند. این فرآیند بیشتر در محتوای گفت‌وگوهای خبری و روال تولید خبر روزمره، قابل مشاهده است. مسأله‌ای که می‌توان مطرح کرد این است که نقش رسانه در این چارچوب پیچیده‌ی نیروهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی چیست؟ بازار، سیاست، سیاست‌گذاری، بهره‌برداری و حاشیه‌رانی همگی به مبنایی ایدئولوژیک نیاز دارند. چنین ایدئولوژی‌هایی نیاز به تولید و بازتولید دارند، که این امر از راه متن و بیانی عمومی انجام می‌شود که در دوران مدرن ما به صورت گسترده‌ای با رسانه، تولید یا مورد وساطت قرار می‌گیرند. هرچه رسانه قدرت بیشتری داشته باشد، مخاطب استقلال کمتری

می‌یابد و بالعکس. قدرت رسانه همانا قدرت اجتماعی گروه‌ها و نهادها است و قدرت اجتماعی همواره به عنوان کنترل کنش‌ها یا دستیابی به منابع یک گروه چیره شده از سوی اعضای گروه چیره تعریف شده است. کنترل کنش‌ها همیشه به مفهوم از دست دادن بخشی از آزادی اشاره دارد. بنابراین می‌توان «آزادی مطبوعات» را به عنوان «قدرت مطبوعات» درک کرد. از سوی دیگر نقش اهداف و مقاصد در تعریف کنش و همین‌طور کنترل کنش، بیانگر کنترل ذهن است. بنابراین تأثیر گفتمان رسانه پیش از هر چیزی در بردارنده‌ی کنترل مدل‌های کاربران رسانه است (Van Dijk, 1995: 28-32).

رسانه‌های گروهی بسان سازمان؛ چارچوبی فراهم می‌آورند که به وسیله‌ی آن افراد در بافتی از مجموعه‌ای از قوانین و سلسله‌مراتب پایه‌گذاری شده‌ی قدرت با یکدیگر کناکش دارند. بنابراین رسانه‌های گروهی زمینه‌ای را به وجود می‌آورند که در آن فرصت‌های زندگی افراد با ایدئولوژی‌های نژادی و در چارچوب تبعیض نژادی محدود می‌شوند. وجود تبعیض نژادی در صنعت رسانه‌های گروهی واقعیتی تاریخی است که هم‌چنان دنباله دارد (Downing and Husband, 2005: 9 و Hartmann and Husband: 1974). ایدئولوژی نژادپرستانه و نمود گذشته و حال آن در رسانه‌ها، پدیده‌ای برای همه‌ی زمان‌ها و مکان‌ها نیست بلکه مجموعه‌ی در حال بروزی از پاسخ‌هاست که گاهی از سوی افرادی با رنگ، قوانین مستعمراتی، کنش‌های نژادپرستانه‌ی سازمانی پسابردگی و پسااستعماری چندین سده با پاسخ‌های متناقضی به چالش کشیده می‌شوند (Downing and Husband, 2005: 39). بیشتر رویدادهای قومی که مردم در زندگی روزمره‌ی خود درباره‌ی آنها سخن می‌گویند از آموخته‌های شخصی شناخته نمی‌شوند، بلکه برگرفته از رسانه هستند. تا چندی پیش در بیشتر بخش‌های اروپای غربی و حتی در بخشی از مناطق آمریکای شمالی، بیشتر سفیدپوستان به ندرت با گروه‌های اقلیت به صورت رودررو سروکار داشته‌اند. در چنین شرایطی در طول سده‌ی گذشته، تصویر چیره‌ای که از اقلیت‌ها و مهاجران وجود داشت همان معضلات است. به همین ترتیب مطبوعات محافظه‌کار و جناح چپ بر مشکلاتی تمرکز دارند که اقلیت‌ها و مهاجران به وجود می‌آورند (Van Dijk, 1992: 100). رسانه‌ها نقش بنیادینی در بازتولید نژادپرستی در جامعه ایفا می‌کنند، این امر به عنوان نمونه با توصیف اقلیت‌ها به عنوان معضل، و یا عنوان مجرم یا منحرف و همین‌طور تأیید کلیشه‌های نژادی متداول و تعصب میان جامعه رخ می‌دهد (Van Dijk, 1989: 230). نقش رسانه‌های گروهی در بازتولید نژادپرستی به‌ویژه در جوامع اروپایی و آمریکای شمالی مانند نقش کلی آن در بازتولید سیاسی، اجتماعی

و ایدئولوژیک جوامع مدرن، مبنایی است. هرآنچه مردم درباره‌ی سیاست‌مداران، دانشوران، و مدیران ارشد شرکت‌ها می‌دانند استوار بر تصویری است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند. در واقع بیشتر آنچه نخبگان درباره‌ی دیگر نخبگان می‌دانند همان چیزی است که آنها در روزنامه‌ها می‌خوانند. رسانه‌ها افزون بر این، نقش مستقل و منحصر به فردی در بازتولید نابرابری نژادی و قومی دارند (Van Dijk, 1993: 241 و Van Dijk, 1995: 38).

نقش رسانه‌ها در فرایندهای گوناگون قابل توجه است؛ این نقش هم ایدئولوژیکی و هم ساختاری است. تأثیر کلی رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های خبری، بر ساختار و محتوای شناخت اجتماعی گروه‌ها شایان توجه است. به دیگر سخن؛ رسانه‌های خبری مهم‌ترین منبع اطلاعاتی و اندیشگی هستند که برای شکل دادن به چارچوب تبیینی چنین رویدادهایی به کار می‌روند. قدرت رسانه‌ها تنها با تأثیر ایدئولوژیکی گسترده‌ی آنها بر مخاطبان‌شان تعریف نمی‌شود. این رسانه‌ها به‌عنوان نهاد، سازمان‌های پخش، شبکه‌های تلویزیونی و روزنامه، در شبکه‌های پیچیده‌ای از سازمان‌های روشنفکری یا دیگر کنش‌گران اجتماعی قدرت‌مند نیز شرکت می‌کنند. به دلیل نقش تقریباً انحصاری و خاص رسانه‌های گروهی در ارتباطات و تولید گفتمان‌های عمومی، دیگر روشنفکران به آنها نیاز دارند تا هم توده‌های مردم را به صورت عام و هم همدیگر را باخبر سازند، به قدرت خود جامه عمل بپوشانند، در پی مشروعیت باشند و هم‌رأیی و رضایت را بسازند. قدرت مشارکتی و سیاست نوین بدون بازگشت به چنین فرآیندی از بازتولید خود (که با واسطه‌ی رسانه است) تصورپذیر نیست. این بدان معناست که به رغم وابستگی آنها بر دیگری، مانند روشنفکران سیاسی، سازمانی، آکادمیک و اجتماعی؛ نهادهای رسانه‌های گروهی دست کم ابزارهایی برای کنترل این نخبگان دارند که مؤلفه‌ی مهمی از ابعاد قدرت هستند و فراتر از این واسطه‌گری ساده می‌روند. به کوتاه سخن می‌توان فرض کرد که رسانه‌ها به دو صورت در بازتولید نژادپرستی نقش کلیدی دارند:

نخست - ارتباط آنها با دیگر نهادهای نخبگی؛

دوم - تأثیر ساختاری آن در شکل‌دهی و تغییر ذهن اجتماعی (Van Dijk, 1993: 242-243). اقتصاد سیاسی رسانه‌ها، طبقه‌ی اجتماعی و تحصیلات روزنامه‌نگاران، کنش‌های به‌کارگیری نیرو، روندهای جمع‌آوری خبر، ارتباط با منابع و تخصیص روایت برخی از ابعاد اجتماعی خرد و کلان خبرسازی هستند که از امور نژادی مطبوعات فراتر می‌روند. به صورت هم‌زمان نیز این جنبه‌های اجتماعی با جنبه‌های شناختی و ایدئولوژیکی؛ مانند دانش، باورها و شناخت‌های

اجتماعی روزنامه‌نگاران ارتباط دارند که مسائل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را که درباره‌ی آن می‌نویسند، دربردارد. شرایط گوناگون تولید خبر با خبرسازی درباره‌ی مسائل نژادی ارتباط دارند. به باور «ون‌دایک» در رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های گروهی غربی نیز، به‌ویژه در حوزه‌ی خبر، در سه پهنه‌ی استخدام، گردآوری خبر و شناخت اجتماعی رویه‌های نژادپرستانه به روشنی دیده می‌شود (Van Dijk, 1993: 244-247).

ت) ماهیت ایدئولوژی نژادپرستی صهیونیسم و فرآیند القای آن در رسانه‌های اسرائیل

اسرائیل رژیم‌ی است که به دو دلیل یکی از بیشترین پذیرش‌های رسانه‌ای را دارد: نخست - موقعیت‌هایی که در دیگر کشورها مورد چشم‌پوشی قرار می‌گیرند به تیرها و خبرهای مهم در رسانه‌های بین‌المللی و اسرائیلی تبدیل می‌شوند، به این دلیل که این رویدادها در اسرائیل رخ می‌دهند یا اسرائیل را دربرمی‌گیرند. سران اسرائیل، همواره به خود به مثابه کانون رخدادهای منطقه‌ای و بین‌المللی می‌نگرند یا دست کم به آن رویدادها بهای بیشینه می‌دهند. مسائل نظامی و راهبردی در بالای این گونه اخبار و داده‌ها قرار دارد؛ دوم - خود مردم اسرائیل نیز بیش از مردم دیگر مناطق جهان مخاطب خبر هستند. آنها با رسانه‌های گروهی سروکار دارند و با رادیو، تلویزیون، روزنامه، رایانه، اینترنت و تلفن همراه خبر را می‌خوانند، گوش می‌دهند و تماشا می‌کنند. همین عوامل موجب می‌شوند تا مهم‌ترین عناصر اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، اینترنتی، تلفنی و موبایلی در اسرائیل پیشرفت یابند. در این میان، در کنار رسانه‌های اجتماعی و مجازی، سه رسانه به گونه‌ی سنتی از اهمیت و استواری بیشتری در القای معانی و ارزش‌ها در این کشور برخوردارند:

۱- روزنامه‌ها: از نخستین روزهای بنانهادهن روزنامه‌های اسرائیل در میانه‌های سده‌ی نوزدهم، صاحبان رسانه در پی منافع مستقل تجاری بوده و با این هدف روزنامه‌ها را منتشر کردند. با این حال، نشریات سیاسی نیروی چیره بودند. هم‌زمان با آغاز سده‌ی بیستم، بیشتر روزنامه‌های اسرائیلی وابستگی سیاسی ویژه‌ای داشتند و احزاب سیاسی کنترل کاملی بر محتوا و صفحه‌های روزنامه‌ها اعمال می‌کردند. امروزه مطبوعات اسرائیلی از رشته‌ای گسترده از روزنامه‌ها به ترکیبی محدود از روزنامه‌های پارتیزان کاهش یافته است که در مرکز آنها سه روزنامه‌ی عبری زبان و یک روزنامه‌ی انگلیسی زبان قرار دارند (Widlanski, 2009: 78-101): «هاآرتص»؛ روزنامه‌ی صبح که با نیویورک تایمز (که زمانی نیویورک هرالد‌تریبون خوانده

می‌شد) برابری می‌کند. «یدویت آهرونت»؛ روزنامه‌ی نیم قطع و مصوری که خاندان موسی مالکیت آن را دارد و در ابتدا عصرها منتشر می‌گردید. این روزنامه زمانی اعتدال‌گرا تلقی می‌شد. «ماریو»؛ روزنامه‌ی دیگری که خاندان نمرود مالک آن است و رویکرد کلی آن راست‌گرا تلقی می‌شد، اما به چپ‌گرایی متمایل شد. «اورشلیم‌پست» - در اصل فلسطین‌پست خوانده می‌شد و اکنون در دست سرمایه‌گذاران خارجی است، اما هم‌چنان برای یهودیان و مهاجرانی که انگلیسی را بهتر از عبری می‌دانند، صدای اسرائیل است؛

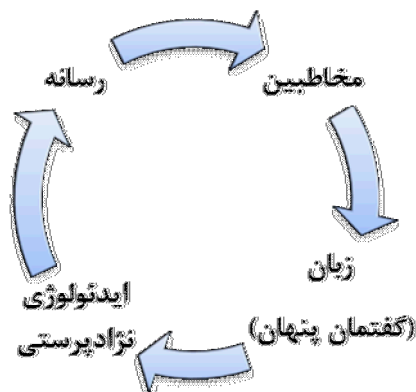
۲- رادیو: نخستین ایستگاه رادیویی اسرائیل با نام صدای اسرائیل در اورشلیم راه‌اندازی شد و زیر نظر مستقیم دفتر نخست‌وزیری اداره می‌شد. رادیوی اسرائیل بر گفت‌وگوهای سیاسی اسرائیل و آموزه‌های مذهبی تمرکز دارد؛

۳- تلویزیون: تلویزیون اسرائیل که از سوی حکومت اداره می‌شد به‌نوعی هژمونی دست یافت که هیچ هم‌آوردی ندارد. به‌رغم این که اسرائیلی‌ها پس از گذشت سال‌ها دیگر تنها به منابع خبری مبتنی بر دولت وابسته نیستند، بیشتر جمعیت به خبرهای منتشر شده در تلویزیون و روزنامه‌های مهم به‌عنوان نخستین منبع خبری استناد می‌کنند (Madmoni, 2009: 44-46).

خط‌کشی و جدایی‌اندازی میان خود و دیگری، از اصول اساسی اندیشه‌ی صهیونیسم است. این ایدئولوژی حکومتی، به تمایز میان خودی و غیرخودی باور دارد و بر آن است تا مرزهای روشنی میان باورمندان به صهیونیسم و کسانی که بیرون از این دایره هستند، ترسیم کند. این امر، موضوعی ریشه‌دار است که به‌ویژه با بهره‌گیری از عناصر و نشانگان آیین یهودیت صورت می‌پذیرد. برای نمونه، فرازهای زیر از تلمود بابلی، می‌تواند گویا باشد: «یهودیان بشریت خوانده می‌شوند، اما غیریهودیان انسان نیستند، آنها وحشی هستند» (Talmud: Baba mezia, 114b). «با اینکه خداوند غیریهودیان را آفرید، آنها هم‌چنان حیوانی در لباس انسان هستند. این شایسته یک یهودی نیست که مورد خدمت حیوانی باشد. بنابراین مورد خدمت حیواناتی در لباس انسان است» (Midrasch Talpioth, p. 255, Warsaw 1855). «آبستن غیریهودی بهتر از حیوان آبستن نیست» (Coschen hamischpat 405). «با این که غیریهودیان مانند یهودیان ساختار بدنی یکسانی دارند، اما آنها در مقایسه با یهودیان مانند میمونی در برابر انسان هستند» (Schene luchoth haberith, p. 250 b). «هر یهودی‌ای که خون بی‌خدایی (غیریهودی) را بریزد گویا برای خداوند قربانی کرده است» (Talmud: Bammidber raba c 21 & Kalkut 772). «روح غیریهودی از سه قلمرو شیطانی برمی‌خیزد و روح یهودی از تقدس ریشه می‌گیرد» (Shahak, 2002: 75).

صهیونیسم، انقلابی در روابط عرب-یهود ایجاد نمود؛ چرا که مردمی حفاظت شده از اقلیت زیردست را به اکثریتی مطمئن به خود و قوی تبدیل کرد که تقدیر خود را در زمین اسرائیل کنترل می‌کرد (Wistrich, 2004: 14). به باور سران اسرائیل، در نتیجه‌ی صهیونیسم است که یهودیان در خاورمیانه توانستند از جایگاه اقلیتی تحقیر شده برخیزند و به جنبش اجتماعی واقعی دست یابند. آنها صهیونیسم را به عنوان رستگاری جاودانی می‌دانند، دکترین بقای ملت یهود در هنگامه‌ی مدرن، بر آیند مستقیم سرسختی دشمنی عرب است که آنان در جهان استعمارزدایی با آن روبه‌رو شدند (Wistrich, 2004: 19). غیریت جریان اجتماعی اسرائیلی اگر یهودی نباشند «اقلیت‌ها» خوانده می‌شوند و اگر یهودی باشند «قومیت» اند. این گروه گسترده شامل بیش از نیمی از جمعیت است. اقلیت‌ها آنهایی هستند که پیش از رسیدن یهودیان صهیونیست اروپایی، در کشور بودند؛ بدویان، بلوردان، چرکسی و فلسطینیان. قومیت‌ها یهودیانی هستند که پس از پاگذاری دولت اسرائیلی از کشورهای سراسر جهان به ویژه یهودیان عرب، یهودیان اروپایی و شوری سابق، به این سرزمین آمدند (Peled-Elhanan, 2011: 120).

نژادپرستی در اسرائیل ریشه‌های چندگانه‌ای دارد که از دید این نوشتار، زبان و امور زبانی برجسته‌ترین این موارد و گردآورنده و گویای بیشینه‌ی این موارد است. در سایه‌ی این گفتمان پنهان، دین یهود به گونه‌ای خوانش می‌شود که زمینه‌ساز برتری یک نژاد، قوم و آیین نسبت به دیگران شود به گونه‌ای که کشتن انسان‌های دیگر، به جرم قرار نگرفتن در زیر عنوان باورمندان به این اندیشه، محکوم به حذف فیزیکی، حتی در چارچوب تروریسم دولتی می‌شوند. هرچه ویژگی یهودیت ایدئولوژی اسرائیل مستحکم‌تر شود، سیاست‌های آن نیز با رویکردهای استراتژیک کنترل می‌شوند و ریشه‌ی ژرفی در باورهای مذهبی می‌یابند (Abdullah, 2009: 6). با بهره‌گیری از این فرایندهای زبانی است که در یک روش تبارشناسانه و هرمنوتیکی، تاریخ قوم یهود به گونه‌ای مورد خوانش قرار می‌گیرد که پیشینه‌ای سرشار از نبوغ و پیروزی، و البته مورد ستم واقع شدن (که اوج آن هولوکاست و مخالفت با داشتن کشوری برای این قوم می‌باشد) برای آن به همراه می‌آورد. همین روند در مورد دیگر منابع هویت‌ساز و مشروعیت‌زای قوم یهود نیز راست می‌نماید. موقعیت ژئوپولیتیک و عمق راهبردی کم اسرائیل (که به کشوری تک‌بمبی نام‌بردار است) و درگیر بودن در آوردهای مستقیم نظامی با کشورهای اسلامی - عربی، این ایدئولوژی نژادپرستانه را تقویت می‌کند.



کیفیت بازتولید ایدئولوژی نژادپرستی در رسانه‌های اسرائیل

این فرآیندهای زبانی بستری برای پرورش ایدئولوژی نژادپرستانه‌ی اسرائیل شده است و پس از ساختن آن در تلاش برای گسترش خود، رسانه‌های گروهی را ابزار و ارگان خود برای القای معانی و ارزش‌هایش به ذهنیت مخاطبینش یافته است. رسانه‌ها در فرآیندی دوگانه، اما هم‌راستا، ذهنیت و اندیشه‌ی نخبگان را جهت می‌دهد و توده‌های مردم را برانگیخته و بسیج می‌کند. رسانه‌های ایدئولوژیک بهترین ابزارهای بسیج اجتماعی، حتی در جوامع مدرن هستند. این چرخه در فرآیندی چرخشی و دَوْرانی پیوسته در حال بازتولید خود است. ساختار برآمده از این فرآیند چنان نیرومند است که کارگزار و عناصر انسانی را در خود فرو می‌برد و آنان را در بیشینه‌ی موارد، همچون یکی از نیروهای خود به خدمت می‌گیرد.

«ون لیوین» پنج راهبرد گوناگون را برای مجسم نمودن غیرخودی برمی‌شمارد (Van

:Leeuwen, 2000)

نخست- راهبرد حاشیه‌رانی، نشان ندادن افراد در بافتی که در واقع در آن هستند؛

دوم- نشان دادن افراد به‌مانند کارگزاران کنش‌ها؛ که بی‌اعتبار، متملق، زیردست، مجرم و یا

شیطان تلقی می‌شوند؛

سوم- نشان دادن افراد بسان گروه‌های همسان و ردّ تفاوت‌های فردی و میثی آنان؛

چهارم- استراتژی دلالت فرهنگی منفی؛

پنجم- استراتژی رفتارهای نژادی منفی.

اسرائیل توانسته است از همه‌ی این ابزارها برای نشان دادن برتری نژاد خود و فرودست بودن

هر آنچه جز نژاد خود است، بهره بگیرد. در این خوانش مؤلفه‌ها و نماگرهای نژادپرستی (که

در رسانه‌های اسرائیل نیز نمود فراوانی یافته‌اند) عبارت است از (Konvalinka, 2007: 19): ۱- تبعیض میان مردم به دلیل رنگ و نژاد آنها؛ ۲- عدم کناکش با رنگین‌پوستان (کسانی که به لحاظ ژنتیکی دیگرسان از ما هستند)؛ ۳- ستیز با افراد به دلیل ملیت‌شان، ۴- ارزش‌دهی به افراد درون گروهی؛ ۵- تبعیض قائل شدن درباره‌ی گروهی که نژاد خوانده می‌شود؛ ۶- طبقه‌بندی بشریت؛ ۷- طبقه‌بندی بشریت در مقیاس سلسله مراتبی از بهتر به بدتر؛ ۸- دادن ویژگی‌های خوبی و بدی به افراد براساس جنبه‌های فیزیکی؛ ۹- نفرت همراه با برخی تبعیض‌ها؛ ۱۰- خوارسازی و ۱۱- تلقین این که ما و آنها یکسان نیستیم.

ایدئولوژی به مفاهیمی مانند نگرش جهانی، باور و ارزش‌ها ارتباط دارد، اما از این اصطلاحات فراتر است. نه تنها به باورهایی درباره‌ی جهان اشاره دارد بلکه به شیوه‌هایی مبنایی که در آنها جهان تعریف می‌یابد می‌پردازد. بنابراین ایدئولوژی تنها درباره‌ی سیاست نیست بلکه معنای ضمنی گسترده‌تر و مبنایی‌تری دارد. در تحلیل ایدئولوژی رسانه، بیشتر با نظام گسترده‌تر معنایی سروکار داریم و کلید این تحلیل، تناسب میان تصاویر و واژگان در بافت رسانه‌ای خاصی است. دانشمندان در حوزه‌ی رسانه همواره به این مسأله پرداخته‌اند که محتوای رسانه با جهان واقع امکان قیاس می‌یابد. پژوهش درباره‌ی ایدئولوژی رسانه مباحثی را میان دو گروه برمی‌انگیزد: نخست- آنهایی که معتقدند رسانه، نگرش جهانی به قدرت را بهبود می‌بخشد (ایدئولوژی چیره) و دوم- آنهایی که به وجود بافت‌های متناقض در پیام‌های رسانه‌های گروهی باور دارند. هر دو دیدگاه بیانگر ایدئولوژی چیره هستند و تا حدودی نگرش جهانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در واقع رویکردهای ایدئولوژیک متفاوت، بیانگر منافع متفاوت با قدرت‌های نابرابری هستند که با نوعی کشمکش میان متن‌های رسانه‌ای سروکار دارند (Croteau and Hoynes, 2003: 161). این ساختار ایدئولوژیک می‌تواند توسعه‌طلبی تهاجمی، اشغال طولانی، استقرار یهودیان در سرزمین فلسطینی‌ها، ویژگی جدایی طلب آن و رویکردش نسبت به مبنایی‌ترین خواسته‌های بشردوستانه باشد (Shahak, 2002: 7-13).

در همین راستا «چیم وایزمن» می‌نویسد: «باید قانونی برای یهودیان و قانون دیگری برای اعراب تبیین کرد» (Abdullah, 2009: 10). قانونی که کنست در سال ۱۹۵۲ درباره‌ی شهروندی اسرائیلی تصویب کرد، قوانینی را تنظیم می‌نماید که به صورتی موشکافانه علیه غیریهودیان هستند؛ افرادی که بیشتر آنان را ساکنان فلسطینی در اسرائیل تشکیل می‌دهند. این‌ها با اینکه چندین نسل در این سرزمین می‌زیستند، دیگر شهروند به شمار نمی‌رفتند. نژادپرستی، چندین نمود

در اسرائیل دارد که فراتر از جایگاه رسمی است. فلسطینی‌های ساکن اسرائیل هیچ‌گاه به سطوح بالای دولت اسرائیل راه نمی‌یابند (Williams, 2004: 68-69). اسرائیل شدیداً خود را از کشورهای دیگری که تبعیض نژادپرستانه دارند، متمایز می‌داند؛ چراکه نژادپرستی آن ساختاری و بخشی اساسی از چارچوب قانونی آن است (Abdullah, 2009: 11 و Tekiner, 1985: 26). «درور ادار» در مقاله‌ای که در روزنامه‌ی «اسرائیل امروز» تحت عنوان «اولویت با یهودیان است» منتشر شده، می‌نگارد که اولویت با حفظ حقوق یهودیان است نه اقلیت‌های عرب در اسرائیل. «ادعایی که همواره تکرار می‌شود حاکی از آن است که عرب‌ها در اسرائیل اقلیت هستند بنابراین این که باید حقوق‌شان حفظ شود امری نادرست است. یهودیان جمعیت بیشینه‌ی اسرائیل هستند، اما در جوّ تهدیدکننده و ناپایدار عربی و اسلامی اقلیت می‌باشند. نگهداشت حقوق اقلیت‌های عرب در اسرائیل نمی‌تواند به بهای حفظ حقوق اقلیت یهودی در منطقه باشد»^۱.

تعریف اسرائیل از نژادپرستی، گونه‌ای را که به نسبت بدخوتر از بقیه به نظر می‌رسد کنار می‌زند و آن همان نژادپرستی برانگیخته شده با مذهب است. درک سنت تلمودی (که ارتباط میان یهودیان و غیریهودیان را اداره می‌نماید) در درک نژادپرستی ضدعرب (که در جامعه‌ی اسرائیلی رخنه کرده است) چیرگی دارد. «بن‌گوریون»، نخست‌وزیر پیشین اسرائیل، نیز می‌گوید: «ما نمی‌خواهیم اسرائیلی‌ها عرب شوند. ما وظیفه داریم تا علیه روح شرقی که افراد و جوامع را به فساد کشانده است بجنگیم و ارزش‌های ناب یهودی را آن‌گونه حفظ نمایم که در میان جماعت پراکنده‌ی یهودیان اروپایی متبلور شده‌اند». «آوی ماسپین»، درباره‌ی نژادپرستی اسرائیل می‌گوید: «نژادپرستی واژه‌ای است که تا به امروز از کاربرد آن هراس داشتم چرا که در سال ۲۰۰۷ باوری به وجود آن در اسرائیل نداشتم، اما زمانه به گونه‌ای است که همه چیز بی‌پرده گفته می‌شود. جامعه‌ی اسرائیلی به صورت ژرفی تحت تأثیر نژادپرستی قرار گرفته است و متأسفانه هیچ مجازات شایسته‌ای برای نژادپرستی در اسرائیل وجود ندارد» (Abdullah, 2009: 8-19 و Freeman-Maloy, 2006: 64).

ث) نمود رسانه‌ای ایدئولوژی نژادپرستی اسرائیل

یکم - رویکرد ایجابی به نژاد خودی

آغازین گام در راستای ساختن یک ایدئولوژی یکپارچه و بسیج‌گر، ارائه‌ی هویتی مستقل و خودبسنده است. در این راستا، باید زمینه‌های نزدیکی و هم‌آیی در یک جامعه فعال و پویا

1. <http://english.wafa.ps/index.php?action=detail&id=16469>

بشود. این کار در چارچوب بزرگ‌نمایی شادی‌ها و دردهای مشترک به انجام می‌رسد. هویت‌سازی، استوار بر زنده کردن یادآوری گذشته‌ی تاریخی، بهره‌گیری از نشانگان کنونی و تصویر کردن آینده‌ای مشترک و رو به روشنی برای جامعه‌ی هدف است. سران اسرائیل نیز پیوسته در پی بازیابی این روند بوده‌اند، هرچند در این راه با نارسایی‌های شدیدی، به ویژه در درون خود، روبه‌رو هستند. نخستین نشانه‌های مسأله‌ی جدی‌ی هویت یهودی در آستانه‌ی دهه‌ی ۱۹۴۰ هنگامی که گروهی از روشنفکران جوان اسرائیلی خود را کنعانی نامیدند، آغاز گردید که انگاره‌ی یک جهان‌بینی یکسان برای قوم یهود را بی‌اعتبار کردند. آنها در پی این بودند تا به عنوان عبری شناخته شوند نه یهودی. کنعانی‌ها در ستیز با ایدئولوژی صهیونیست می‌خواستند تا همه‌ی روابط با یهودیت تاریخی را از هم جدا کنند. این شکاف، زمینه‌ساز فعال‌سازی قوم‌گرایی افراطی‌تر از سوی سران رژیم صهیونیستی، برای برساختن یک ایدئولوژی فراگیر و اجماع‌آور شد. از دیگر سو، اسرائیل هنگامی بنانهاده شد که ملت‌ها به صورت روزافزونی دغدغه‌ی حقوق بشر را پیدا می‌کردند و تلاش ملت‌هایی را که محدودیتی برای آن به وجود می‌آورند محکوم می‌کردند. دولت اسرائیل برای پیشرفت موفق خود میان مردم یهود، می‌بایست رشد بخش یهودی جمعیت را ترغیب و رشد بخش غیریهودی را کاهش دهد. این روش به منظور ایجاد دولتی ممتاز برای یهودیان ابداع شد، اما دولتی که برای خدمت به یهودیان تشکیل شد برای هویت یهودی مسأله‌ساز گردید. آنهایی که بدون تردید خود را برپایه‌ی باورهای دینی، یهودی می‌خواندند، حسّی قوی از یهودیت داشتند، اما یهودیان سکولار برای تقویت خودشناسی خود با مردم یهود نیاز به چیزی غیر از مذهب داشتند؛ مفهومی که در مرکزیت ایدئولوژی صهیونیست قرار داشت. مفهوم نژاد یهودی راهکاری بود که به معنای روابط خونی میان یهودیان است و حس یکپارچگی یهودی و حمایت از مفهوم مرکزی صهیونیسم، که همانا یهودی‌ها یک قوم و نژاد هستند، را تقویت می‌کرد (Tekiner, 1991: 45-52).

شکاف دیگر در روند نژادگرایی و قوم‌گرایی اسرائیل، منطقه‌گرایی افراطی در این سامان سیاسی است. برای نمونه، تل‌آویو همواره همچون حبابی فرهنگی تلقی می‌شود که جدای از محیط اسرائیلی اطراف خویش است؛ شهری شدیداً سکولار با مردمی خوش‌گذران که خود را تافته جداافتاده از اسرائیل و شهروند غرب می‌دانند. این نکته بر این تأکید دارد که آنها سکان‌دار یک زندگی بهنجار در مقابله با ناهنجاری‌های فراوان کشورشان هستند. این رفتار برای آنهایی

که بیرون از تل آویو زندگی می‌کنند پسندیده نیست در حالی که ساکنان تل آویو خود را مدلی از صهیونیسم می‌دانند (Peleg, 2008: 32).

شکاف دیگر، که در حقیقت کانونی‌ترین شکاف اسرائیل نیز هست، از برخورد دو نماگر (مذهب و نژاد) به دست می‌آید. یهودیان مذهبی اسرائیل به دو گروه کاملاً متمایز تقسیم می‌شوند. اعضای گروه‌های مذهبی فراافراطی که «هاردیم» خوانده می‌شوند و اعضای گروه‌های میانه‌روتر مذهبی که «یهودیان مذهبی-ملی» خوانده می‌شوند. «هاردیم» به دو حزب تقسیم می‌شود: حزب یهودیان «اشکنازی یهودی» که در شرق اروپا هستند و «حزب شاس» که مربوط به هاردیم شرقی است و یهودیانی را شامل می‌شود که ساکن خاورمیانه هستند (Shahak and Mezvinsky, 2004: 7). در این میان بنیادگرایان، راست‌گراترین بخش مذهبی جامعه را سامان می‌دهند. سردبیر اورشلیم پست در یادداشتی می‌نویسد: «عرب‌ها نمی‌توانند اسرائیل را ویران نمایند، اما خاخام‌ها می‌توانند. خاخام‌ها می‌توانند این کار را با دگرگون کردن اسرائیل به موجودیتی سیاسی، که اسرائیلی‌ها نزدیک به دوهزار سال با آن زیسته‌اند و تبدیل آن به مکانی که با قانون و اندیشه‌ی مذهبی یهودی اداره می‌شود، انجام دهند و این مسأله به حدی پسرروانه و تبعیض‌مآبانه بوده که اسرائیل هیچ‌گاه نخواهد توانست کنشی همانند یک دولت داشته باشد» (Shahak and Mezvinsky, 2004: x-ix). اهمیت بنیادگرایی در اسرائیل را می‌توان با توجه به بافت جامعه‌ی یهودی اسرائیل و همچون بخشی از سهم مذهب یهودی در تقسیمات درونی این اجتماع درک کرد. ناظران سوفسطایی، جامعه یهودی اسرائیل را به دو گروه مذهبی و سیاسی تقسیم می‌نمایند در این میان یهودیان بنیادگرا قدرت سیاسی بیش‌تری را به نسبت درصد جمعیتی خود اعمال می‌نمایند. تقسیم‌بندی دوگانه‌ی این جامعه نشان می‌دهد که یهودیان اسرائیلی همانند یک گروه کاملاً ایدئولوژیک هستند. این مسأله با درصد بالای آنها در رأی‌دهی (که فراتر از ۸۰ درصد می‌رود) تأیید می‌گردد (Shahak and Mezvinsky, 2004: 6). به گزارش «یدویت آهرونوت» گروهی از این فرقه‌ها، در استقبال از اواما در نخستین سفر دور دوم ریاست‌جمهوریش به این کشور در اورشلیم از او خواستند تا صدها هزار یهودی تحت سلطه‌ی شرّ صهیونیسم را نجات دهد. این موضوع به نیکی روحیه انتقادی و کنش‌گرانه‌ی این گروه‌ها را نشان می‌دهد.

برخورد دین و نژاد، شکاف‌ها و دیگرسانی‌های فراوان دیگری را نیز برانگیخته است. در این میان مسأله‌ی اعراب اسرائیل و مهاجرین آفریقایی از همه حادتر است. این موضوع چنان ویژه و

حساس است که حتی به جداسازی مدارس و نظام آموزشی آنها از اسرائیلیان اروپایی و آمریکایی انجامیده است. راست آن است که اینان همچون شهروند درجه‌ی دوم اسرائیل و از نژاد و ریشه‌ای پست و پایین‌تر شمرده می‌شوند. این شرایط، رسانه‌های گروهی را نیز تحت تأثیر قرار داده و تمرکز بر امور داخلی به جای روابط امنیتی و خارجی در آنها گسترش یافته است. با وجود این شکاف‌ها و دگرسازی‌های فراوان دیگر در درون اسرائیل، این رژیم همواره کوشیده است تا برفراز این چنددستگی‌ها، هویتی استوار بر برتری نژادی را برای ساکنان این سرزمین ارائه دهد. این هویت و کیستی، مبتنی است بر تقسیم‌بندی نوع بشر به دو دسته‌ی برتر و فروتر. قوم برتر همانا قوم یهود، البته در برداشت صهیونیستی از آن است. در ایدئولوژی صهیونیسم، برابری انسان‌ها پذیرفته نمی‌شود. این مسلک، به بودن انسان درجه‌ی یک و دو باور دارد. این امر به‌ویژه از سوی رسانه‌های این رژیم القا و بازتولید می‌شود. یکی از دگرگونی‌هایی که در حدود یک دهه‌ی پایانی سده‌ی بیستم در اسرائیل رخ داد و این هنگامه را از دیگر دوران متمایز کرد، مطبوعات نوین است که در کنار تلویزیون و رادیوی دولتی اسرائیل و نیز رسانه‌های مجازی، فرآیند القای معانی به ذهن افراد را در دست دارند. ایجاد و انتشار این رسانه‌های نوین، اسرائیل را دست‌خوش تغییرات ژرفی ساخت (Peleg, 2008: 31-32).

وسواس اسرائیل نسبت به رسانه‌هایش از دیروز یا همگام با پایه‌گذاری‌اش آغاز نشد؛ بلکه پیش از یک سده‌ی پیش به هنگام جنبش مدرن و ملی یهودیان موسوم به صهیونیسم پا گرفت؛ جنبشی که در آن روزنامه‌نگاری برجسته بود (Widlanski, 2009: 19). اسرائیل کنترل شدیدی بر پوشش رسانه‌ای دارد. اسرائیلی‌ها آنهایی را که در این جنگ نقش دارند زیر نظر دارند. این امر رسانه‌های غربی را پیش از پیش زیر فشار قرار می‌دهد تا روایت‌های خود را از نگاه شبکه‌ی سفت و سخت رسانه‌ی اسرائیلی بیان نمایند. روایت‌ها را یا فعالان اسرائیلی خواه می‌نگارند یا روزنامه‌نگارانی که اسرائیلی یا یهودی هستند و تعصب سیاسی دارند. رسانه‌ها بیشتر موارد از اطلاعات و اخبار منابعی تغذیه می‌کنند که از سوی حکومت اسرائیلی منتشر شده باشد (Hanania, 2013: 46). به همان نسبت که اسرائیل به‌صورتی روزافزون خود را به سرزمین‌های اشغالی تحمیل می‌نماید و آن‌گونه که ساکنان و سردمداران اسرائیلی روز به روز سرزمین‌های بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند؛ چشم‌پوشی از ایدئولوژی نژادپرستانه‌ی صهیونیستی، که این تشکیلات را هدایت می‌کند، ناممکن می‌شود. نژادپرستی صهیونیسم برای خود اسرائیل نیز از هنگامه‌ی پایه‌گذاری در سال ۱۹۴۸ بنیادین بوده است. دولت اسرائیل در پی سیاست‌هایی علیه

اقلیت بادیه‌نشین خود بوده است؛ همانند کاری که در سرزمین‌های اشغالی انجام می‌دهد (Christison and Christison, 2003).

«برت استفنز»، ویراستار اورشلیم‌پست، با نگاهی به وضعیت رسانه‌های اسرائیل می‌گوید: «بی‌طرفی در پوشش خبری هم امکان‌ناپذیری متافیزیکی است و هم فیزیکی. داشتن نمودی جز این، هم دروغ است و هم وهم. تظاهر به بی‌طرفی زمانی گم می‌شود که ویراستار تصمیم می‌گیرد خبری را روی صفحه‌ی نخست روزنامه‌اش بگذارد» (Bernstein, 2004: 13). «کیت گریوز»، از خبرنگاری که در سرزمین‌های اشغالی فعالیت خبری داشت و چندین سال گزارشگر بی‌بی‌سی در خاورمیانه بود، نیز در گاردین می‌نویسد: «هنگامی که به مدت سی سال خبرنگار بی‌بی‌سی در خاورمیانه بوده‌ام، اسرائیل به موقعیت خود به‌عنوان تنها کشور منطقه که خبرنگاران آزاد داشت، افتخار می‌کرد. هرچند این ادعا دیری نپایید، (و برای نمونه) ارباب خبرنگاران در دوران «شارون» که برای اسرائیل دشمن پنداشته می‌شدند، از سوی این دولت تأیید شد» (Shaoul, 2004: 22). این جمله‌ها به نیکی ماهیت رسانه‌ها را به طور کلی، و در اسرائیل به گونه‌ای ویژه هویدا می‌سازد. دیدگاه‌هایی که درباره‌ی رویکردهای تولید خبر در اسرائیل وجود دارند عبارتند از (Dor, 2005: 11-12): ۱- تهیه‌کنندگان خبر به نسبت پژوهشگران انتقادی دسترسی بهتری به واقعیت بی‌طرف ندارند؛ سردبیران گاهی چیزی را می‌دانند که منتشر نمی‌کنند، اما این بدان معنا نیست که آنها به اطلاعاتی دسترسی دارند که می‌توان بی‌طرفانه خواند. چنین چیزی وجود ندارد. ۲- الگوهای نظام‌مند تعصب ایدئولوژیک در خبر، همواره در نتیجه‌ی سیاست‌های سردبیران است. سیاست روزنامه‌نگاران با کم‌شکس‌هایی نمایان می‌شود که درباره‌ی ایدئولوژی، قدرت، کنترل مدیریت و تولید، تفسیر وقایع مورد گزارش، ارزش‌های خبری، کیفیت منابع، منافع روزنامه به‌عنوان نوعی تجارت، استراتژی‌های ممکن پوشش خبر (که ممکن است رسانه‌های رقیب در پی گیرند) و مهم‌تر از همه انتظاراتی است که عموم مردم دارند و ۳- سیاست خبری خود را در کار خبری نشان می‌دهد.

یکی از راه‌های شناسایی رویدادهای از قلم افتاده یا بخشی از این رویدادها در رسانه‌های اسرائیل، این است که باید بر رسانه‌های اسرائیل مانند «اورشلیم‌پست و هاآرتص» همین‌طور گستره‌ی وسیعی از انتشارات آمریکایی، نظارت نمود و پوشش برنامه‌های آنها را باهم مقایسه کرد. «هاآرتص، یدویت آهرونوت و معاریو» مهم‌ترین روزنامه‌های اسرائیلی هستند که بیشتر حساسیت جمعی خاصی را بیان می‌کنند و آنها را بازتاب داده و برجسته می‌سازند. رویکردی

که رسانه‌های گوناگون اسرائیلی بیش از هر چیز دیگری ارائه می‌دهند تأکیدی است که در میانه‌ی همه‌ی درگیری‌ها بیان می‌کنند که: «اسرائیلی بودن چه حسی می‌تواند داشته باشد؟» و پاسخی که: «اسرائیلی بودن عمدتاً بدان معناست که از سوی سراسر جهان متهم باشی و گاهی از سوی دیگر اسرائیلی‌ها به آن محکوم نشوی». در این صورت، رسانه‌های اسرائیل کاری را انجام می‌دهند که همیشه در جوامع مدرن انجام داده‌اند؛ کاری که نمی‌توان به پایداری روابط میان مردم و تشکیلات محدود کرد؛ آنها جوامع پنداشته را می‌سازند و حفظ می‌نمایند. آنها با تأکید بر این که دیگر اعضای‌شان، اکثریت، اکنون متقاعد شده‌اند، قدرت خود را بر مردم نگهداشت و تقویت می‌نمایند. در کنش سپر تدافعی، بافت این نوع ترغیب، آن‌چنان مانند بافت کلاسیک - دولت ملت نیست، بلکه بافت پسامدرن اندیشگان جهان و رسانه‌های جهانی است (Bernstein, 2004: 19 و Dor, 2005: 7).

روزنامه‌ی «ماریوی» اسرائیل در یکی از تیتراهای اصلی خود می‌نویسد: «بهایی که باید برای اخلاق خود پردازیم». این روزنامه، نسخه‌ی بنیادگرایی از جزمی‌نگری و تخصیص صهیونیسم را منتقل می‌نماید. به همین ترتیب به آسانی می‌توان از آن رمزگشایی کرد. «ماریوی» پیامی آشکار برای خوانندگان خود می‌فرستد: «فلسطینی‌ها اعلام جنگ کرده‌اند، ما باید برای موجودیت خودمان بجنگیم و این کار را با افتخار انجام دهیم. هیچ تفاوتی میان زیرساخت تروریسم و اقتدار فلسطینی وجود ندارد». این رویکرد ستیزه‌جو در هر صفحه و تیتری دیده می‌شود (Dor, 2005: 17). روزنامه‌هایی از این دست، با این گونه پراکنش خبرها و داده‌ها، دو کار هم‌هنگام را به انجام می‌رسانند؛ استوارسازی هویت نژادی و قومی خود و دوّم نشان دادن مرزهای نژادی با دیگر اقوام و نژادها. «هاآرتص» پیام‌های گوناگونی برای مخاطبان خود می‌فرستد. از یک سو سرسپردگی خود را به ارزش‌های دموکراتیک برجسته می‌سازد و از سوی دیگر با قوّت اعلام می‌نماید که با توجه به دلیل مبنایی واقعی - کی با چه کسی؟ کی و چرا چه کاری کرد؟ - ترجیح می‌دهد که با رویکرد حکومتی اسرائیلی پیش برود. «هاآرتص» خود را روزنامه‌ای لیبرال، دموکراتیک و پیش‌رونده معرفی می‌نماید که درباره‌ی واقعیات می‌نویسد (Dor, 2005: 48).

این افسانه که یهودی‌ها رسانه را به کنترل خود درآورده‌اند بخش مهمی از نظریات توطئه‌آمیز و جهانی آنهاست. مجله‌ی «نشنال ونگارد»^۱ می‌نویسد: «کنترل یهود بر رسانه‌های گروهی مهم‌ترین واقعیت زندگی نه تنها در آمریکا که در سراسر جهان است». سایت Jew

Watch نیز می‌نویسد: «یهودی‌ها رسانه را کنترل و آمریکا را اداره می‌کنند». دولت اسرائیل رسانه را به یکی از مکانیسم‌های اجتماعی‌سازی تبدیل کرد و در پی ایجاد رضایت میان عموم اسرائیلی‌ها است. رسانه‌های یهود با وجود تفاوت ذاتی که باهم دارند، کاملاً به رهبری دولت در خصوص امنیت و سیاست خارجی و بازتولید نژادپرستی وفادار هستند (Jamal, 2009: 39) و (Bollyn, 2007).

رویکرد تروریسم و نژادپرستی نسبت به رسانه، هم‌چنان که از اصول ایدئولوژیک یا سیاسی مایه می‌گیرد، با ارزیابی فرصت‌ها سامان می‌یابد. بنابراین می‌توان سه سطح را در آن شناسایی کرد (Soriano, 2008: 1): نخست - خصومت نسبت به رسانه‌ای که آن را مسئول پنهان یا تحریف کردن این پیام می‌داند؛ دوم - سازگاری با محیط جدیدی که در آن شبکه‌هایی وجود دارند که خواهان تبیین واقعیت از دیدگاهی مشابه دیدگاه جهادگرایان هستند و سوم - بهره‌گیری از اینترنت به‌عنوان ابزار غیرمستقیمی برای جلب توجه رسانه‌های گروهی. هم‌چنان که گفته شد، اسرائیل در جایگاهی از هم‌گرایی فرهنگ‌ها، زبان‌ها، آداب و رسوم و رویکردهای سیاسی است. سینمای اسرائیل نیز همانند عامل میانجی این چندگانگی، با ستیز برای رقابت گفتمان‌های نژادی، طبقه‌ای، ایدئولوژیکی و سیاسی است. خصومت میان اعراب و به‌ویژه فلسطینیان، تنش میان یهودیان شرق‌نشین سفاردین و اروپایی‌نشین اشکنازی، میان مذهب و سکولار، میان جوامع اسرائیلی چپ و راست، و بیش از هر چیزی تناقض و دورویی ویژگی‌های سینمای اسرائیل است (Shohat, 2010: 1). افزون بر حالت بدیهی سینمای اسرائیل، فیلم‌های سیاسی آن جنگ اعراب-اسرائیل را به نمایش می‌گذارند. با این‌که برخی از این فیلم‌ها تاریخ جنگ اسرائیل را به نمایش می‌گذارند، اما در چارچوب فرضیات صهیونیسم به پیش می‌روند (Shohat, 2010: 217-218). «اسرائیل شاهاک» منتقد جدی صهیونیسم، درباره‌ی اشغال سرزمین‌های فلسطینی می‌گوید: «این نژادپرستی رسمی شده (در چارچوب رسانه‌ها)، در ربودن سرزمین‌های فلسطینیان اهمیت فراوانی یافته است» (Marmura, 2008: 67).

براساس گزارش ائتلاف ضدنژادپرستی اسرائیل، شخصیت‌های کشوری در سال ۲۰۱۲ نزدیک به ۱۰۶ مورد جملات نژادپرستانه داشته‌اند در حالی که سال پیش از آن ۵۹ مورد گزارش شد. در میان آمار سال ۲۰۱۲، نیز ۴۴ مورد تحریک علیه عرب‌ها، ۵۴ مورد علیه پناهندگان و مهاجران، و ۴ مورد علیه یهودیان میزراهی (یهودیان خاورمیانه) به چشم می‌خورد؛ افزون بر این دو مورد علیه سخنوران روسی و دو مورد درباره‌ی انجمن همجنس‌باز گزارش شد. به گفته‌ی ندال عثمان، مدیر این ائتلاف، سال ۲۰۱۲ سال تحریک از سوی شخصیت‌های

کشوری بود که در جوامع اسرائیلی نیز نفوذ ژرفی داشت. گالیا اوز هشتم مارس ۲۰۱۳ در سایت «هاآرتص اسرائیل» با اشاره به نژادپرستی «نتانهاو» در برابر مهاجران آفریقایی می‌نویسد و به این اشاره می‌کند که «نتانهاو» از رهبران جهان انتظار دارد که حملات ضدیهودی را محکوم نمایند، اما به سختی می‌توان او را تصور کرد که به صورت عمومی افرادی را نقد کند که بی‌تفاوت به تماشای زنی نشسته بودند که در روز روشن مورد حمله قرار گرفت.

دوم- رویکرد سلبی (مرزهای نژادپرستی صهیونیستی)

• **مسأله‌ی اعراب و فلسطین:** مسأله‌ی اعراب و اسرائیل با کانون بودن فلسطین، عینی‌ترین مخاصمه‌ی بیرونی اسرائیل را می‌سازد. این موضع به گونه‌ای ویژه مورد توجه سران و رسانه‌های اسرائیل است. تصویر ضدعربی که در فرهنگ و رسانه‌های اسرائیلی رواج یافته است ریشه در تلاش‌های نخستین اروپاییان در برجسته‌سازی غرب داشته‌اند. استعمارگرایی اروپایی در غرب مانند ساختاری است که در آفریقا، آمریکا و آسیا وجود دارد، اما شباهتی با سیاه‌پوستان آفریقا، بومیان آمریکا و اروپاییانی ندارد که پیش از پیشروی استعمارگرایی با عرب‌ها مواجه شدند (Shohat, 2010: 73). از دیگر سو، آگاهی نژادی یکی از مسائلی است که حل مسأله‌ی اسرائیل - فلسطین را دشوار می‌سازد. بخش اعظم اسرائیلی‌ها را یهودیانی تشکیل می‌دهند که خود را در جوامع مختلف عربی ستم‌دیده می‌دانند و اقلیت‌های عربی که در اسرائیل هستند، به‌رغم داشتن حق رأی، در دولت قومی یهود حق برابر شهروندی ندارند (Fredrickson, 2000: 84).

بیشتر تریبون‌های خبری مانند بازویی خارجی برای پروپاگاندا‌ی دولت اسرائیل عمل می‌کنند. اسرائیل می‌تواند پشتیبانی سرمایه‌داران رسانه‌ای و گروه‌های فشار صهیونیست را برانگیزد تا روزنامه‌نگارانی را که تلاش می‌کنند دیدگاه بی‌طرفانه‌ای داشته باشند، مرعوب سازند. با وجود این که پوشش خبری بر رخداد‌های روز به روز اسرائیل و فلسطین تمرکز دارد، اما اندک گزارشگرانی چگونگی اشغال کرانه‌ی باختری و غزه را در جنگ ۳۳ روزه تفسیر کردند. «گرگ فیلو و مایک بری»، با بررسی خبرهای منتشر شده از سوی شبکه‌های BBC و ITN به این مسأله دست یافتند که در این پوشش‌های خبری بیشتر از مرگ اسرائیلی‌ها گفته می‌شود تا فلسطینی‌ها. در شرایطی که گاه شمار کشته‌شدگان فلسطینی سه برابر اسرائیلی‌ها است. زبان این رسانه‌ها در حمایت از نیروهای اشغال‌گر اسرائیلی بر فلسطینیان اشغال شده است. واژگانی مانند بی‌رحمی، کشتار جمعی، کیفردهی غیرقانونی و قتل عام برای توصیف مرگ

اسرائیلی‌ها استفاده می‌شود. آنها فلسطینیان را تروریست می‌خوانند و بیش از این که به امنیت یا حق بقای فلسطینیان اشاره‌ای شود از امنیت و حقوق اسرائیلی‌ها سخن رانده می‌شود. این خبرها این تصور را به ذهن مخاطبان این شبکه‌ها متبادر کرده است این فلسطینی‌ها هستند که سرزمین‌های اسرائیل را اشغال کرده‌اند (Shaoul, 2004: 21). در همین راستا «اورشلیم پست» می‌نویسد: «به همان نسبت که رسانه‌ها خواهان به نمایش گذاشتن و نظر دادن درباره‌ی این موضوع هستند، آنها این مسأله را به شیوه‌ای نشان می‌دهند که نفرت عرب‌ها و مسلمانان از دولت یهود، واکنش قابل درکی از سیاست‌های اسرائیلی است. نفرت شدید از یهودیان، که در کل منطقه رواج دارد، موضوعی است که به ندرت مطرح می‌شود و مخاطبان غربی را درباره‌ی این واقعیت بی‌توجه می‌نماید که در خاورمیانه امروز یهودستیزی پذیرفته شده و شاید متداول‌تر از شکل آن در آلمان نازی باشد»^۱.

به گفته‌ی «گرامشی» نقش رسانه این نیست که حکومت را زیر نظر بگیرد، بلکه این است که دیدگاه طبقه‌ی حاکم را به کرسی بنشانند. مفهوم «گرامشی» از رسانه به دوره‌ی میان جنگ (۱۹۳۹-۱۹۱۹) ارتباط دارد و این ارتباط در جهان عرب ادامه می‌یابد. در این جا نقش رسانه این است که انگاره‌ها و ارزش‌های طبقه حاکم و همین‌طور ایدئولوژی‌ها و رویکردهای چیره را به پیش براند. رسانه نقش مهمی در فرایند پیچیده‌سازی داشته و درک عرب از اسرائیل را دشوارتر کرده است. اسرائیلیسم^۲ روش و سبکی از نوشتن است که نویسندگان عرب هنگامی که اسرائیل و اسرائیلی‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهند به کار می‌برند. این سبک تحت تأثیر مجموعه‌ای از انگاره‌ها است که ریشه در ایدئولوژی دارد و دانش ناب را تحت تأثیر رویارویی عرب-اسرائیل قرار می‌دهد (Barari, 2009: 19-21).

1. <http://blogs.jpost.com/content/arab-jew-hate-and-western-media>

۲. اسرائیلیسم حسی عام از نگرانی برای رفاه دولت اسرائیل است. این حس میان بیشتر یهودیان برانگیخته شده و به ندرت معنای زندگی را برای بخش چشم‌گیری از یهودیان جهان دارد (Neusner, 1999: 348). اسرائیلیسم انگاره‌ای مهم در آیین مدنی است که بیشتر یهودیان آمریکایی از آن پیروی کرده و این امر با بنانهادن ایدئولوژی صهیونیسم پاگرفت؛ امری که ریشه‌ی دولت یهود را گذاشت (Feingold, 1996: 85). برای برخی یهودیت اسرائیل معنای صهیونیسم دارد این در حالی است که اظهارنامه‌ی اسرائیل چنین برابری ندارد. جایگزینی که در برابر صهیونیسم پدیدار شد و از سوی اقلیت شدیداً سکولار مورد توجه قرار گرفت، اسرائیلیسم نام دارد (Ibrt, 1998: 105). اسرائیلیسم چارچوبی جهانی برای آن دسته از گروه‌هایی است که با رویکردهای سکولار مشترک، تاریخ همسان و سرنوشتی مشابه شکل گرفته‌اند (School of the Jewish Woman, 1939: 27).

• **اسلام‌هراسی^۱**: در حالی که «ساموئل هانتینگتون» برخورد تمدن‌ها را برای سده‌ی بیست و یکم پیش‌بینی کرده بود، اما مسائل میان اسلام و غرب اغلب در نتیجه‌ی نبود ارتباط منطقی و صحیح است. رسانه‌ها افزون بر تبدیل جهان به دهکده‌ی جهانی و از میان بردن مرزها، تصاویری نیز منتشر می‌کنند که چهره‌ی غرب را در جهان اسلام و همین‌طور چهره‌ی جهان اسلام را در غرب تخریب می‌نمایند. انتشار گسترده‌ی رویکردهای جهانی که ریشه ژرفی در ایدئولوژی‌های مذهبی و ستیزهای فرهنگی دارد، تهدیدی جدی برای صلح جهانی سده‌ی بیست و یکم است. رسانه‌های غربی رویکرد مشترکی از اسلام و مسلمانان دارند و رسانه‌های کشورهای اسلامی نیز چنین رویکردی درباره‌ی غرب دارند (Hafez, 2000: 4). بیشتر صاحب‌نظران بیان می‌نمایند که توجیه خشونت و تبعیض برپایه‌ی فرهنگ نه نژاد؛ اقدامی مربوط به معانی بیان است که برای گریز از تابوی نژادپرستی است. آنها بر این ادعا هستند که نژادپرستی فرهنگی نوینی وجود دارد که به صورت فزاینده‌ای جایگزین نژادپرستی کهنه‌ی زیست‌شناختی شده است. «اسلام‌هراسی» به‌عنوان یکی از نوترین گونه‌های این نوع نژادپرستی است (Rattansi, 2007: 8). در رسانه‌های گروهی غرب و اسرائیل تمایل گسترده‌ای به نشان دادن اسلام بسان دینی متعصب و خشونت‌بار، سرکوب‌گر زنان، دارای خصومتی روشن با انگاره‌های آزادی غرب، دموکراسی و حقوق بشر، وجود دارد، در واقع در این رسانه‌ها این رویکردهای چهارگانه وجود دارد (Hafez, 2000: 5):

الف) اسلام با سیاست برابر شده است؛ ب) سیاست‌های اسلامی برابر است با بنیادگرایی؛ پ) بنیادگرایی برابر است با تروریسم و ت) خشونت اسلامی بدون در نظر گرفتن بافت سیاسی و اجتماعی نمایش داده می‌شود.

چیرگی رویکرد اسرائیلی به دلیل نظام پیشرفته‌ی لابی‌گری و روابط عمومی، در خبر دیده می‌شود. اقتدار اسرائیلی در حدی است که می‌توانند اسناد را به بهترین زبان فراهم آورند و رویکرد غربی را در خبرگزاری‌های اورشلیم، تل‌آویو یا هر جای دیگری در جهان به کرسی بنشانند. تسلط بر زبان انگلیسی و داشتن لهجه‌ای غربی، در مورد خطاب قرار دادن رسانه‌های غرب، در چیرگی این رسانه‌ها تأثیر دارد. تشکیلات اسرائیل به گونه‌ای است که روزانه بیش از ۷۵۱۰۰ ایمیل به خبرنگاران می‌فرستد. در مقایسه، فلسطینیان (که به‌عنوان بدترین دشمن آنها توصیف شده‌اند) انگلیسی را به‌خوبی سخن نمی‌گویند و چونان افرادی خشن شناخته شده‌اند. افزون بر این، وجود محدودیت در انتشار خبر و عدم ورود خبرنگاران به مناطق فلسطینی برای گزارش آنچه در این مناطق رخ می‌دهد، در این چیرگی اسرائیلی تأثیر دارد (Shaoul, 2004: 22).

1. Islamophobia

• **ایران‌هراسی^۱**: در بررسی ایدئولوژی رسانه‌ها، کمتر به بررسی فعالیت‌های خاصی در یک روزنامه، فیلم، یا دیگر رسانه‌ها پرداخته می‌شود. کلید تحلیل ایدئولوژیک، تناسب میان تصویر و واژه در متن رسانه‌ای خاص و شیوه‌های اندیشه درباره‌ی مسائل اجتماعی و فرهنگی است. سیاست‌مداران مدت‌هاست که به اهمیت رسانه‌های گروهی - خبری و سرگرمی - به مانند مکانی برای انتشار ایدئولوژی پی‌برده‌اند. در واقع سیاست‌مداران برجسته به طور عادی رسانه‌های گروهی را رابطی تسهیل‌گر و گاهی همچون سرچشمه‌ی مسائل اجتماعی شناسایی کرده‌اند و گاه به نقد و سرزنش رسانه‌ها می‌پردازند (Croteau, 2003: 160). به صورت مجازی انواع رسانه‌های گروهی - رادیو، تلویزیون، سینما، موسیقی و اینترنت - اهداف استاندارد هستند که مورد هدف سیاست‌مدارانی با رویکردهای سیاسی متفاوت هستند؛ سیاست‌مدارانی که تردید اندکی درباره‌ی ایدئولوژیک بودن رسانه‌ها و عرضه‌ی پیام‌ها و جهان‌بینی‌ها در آنها دارند. با فرض بر این که انتقادهای رسانه‌ای اغلب به خوبی درک می‌شوند، بنابراین می‌توان بر این باور داشت که شمار فراوانی از مخاطبان نیز رسانه را سرچشمه‌ی ایدئولوژی می‌دانند، حتی اگر چنین اصطلاحی را به کار نیندند. رسانه‌ها هم محصول و هم انگاره را عرضه می‌نمایند؛ مفهومی که محصولات رسانه‌های گروهی و ارزش‌های فرهنگی به صورتی بنیادین به هم تابیده‌اند، پذیرش عام گسترده‌ای یافته است (Croteau, 2003: 161).

پژوهش درباره‌ی تأثیر رسانه‌های گروهی بر رویکرد و احساسات مردم، تاریخ طولانی و ستیزگری دارد. گستره‌ی مباحث، از کسانی که رسانه‌های گروهی را ابزار تبلیغاتی قدرتمندی می‌دانند قادر است رویکردهای عموم آماده‌ی پذیرش را صورت‌بندی نماید، آغاز می‌شود و تا آنهایی که ادعا می‌نمایند رسانه تأثیر محدودی دارد، ادامه می‌یابد. اسرائیل همچون سرزمینی ملی و مذهبی درک شده و هرگونه تهدید امنیتی کشور، هراسی برای مذهب یهودی و ملت اسرائیلی به همراه دارد. بنابراین رویکردهای سیاسی و ملی‌گرا با رویکردهای مذهبی سروکار دارند. ایدئولوژی این سرزمین با دغدغه‌های امنیتی و درک تهدید در سامان‌مندی رویکردهای سیاسی کنش دارد. در این صورت رویکردهای سیاسی و ملی‌گرا با رویکردهای مذهبی سروکار دارند (Slone, 2000: 509).

ایران‌هراسی مسأله‌ای است که درک اسرائیل از ایران پیش و پس از انقلاب را نشان می‌دهد و بافت‌های متناقضی که در این دوران با آنها مواجه شده است. اسرائیلی‌ها دیرزمانی است که دشمنی میان ایران و اسرائیل را درک کرده و آن را در رویارویی با ساختار دموکراسی غربی،

سکولار، یهودی و نوین خود می‌دانند. برخی نیز این دشمنی را برگرفته از رقابت استراتژیک برای دستیابی به قدرت در خاورمیانه می‌دانند (Ram, 2009: 1-2). اعضای تأثیرگذار رسانه‌های اسرائیلی همیشه در تلاش بوده‌اند تا ایران را در رأس نگرانی‌های استراتژیک اسرائیل قرار دهند و آن را در عملیات تروریستی اسرائیل دخیل بدانند. روزنامه «هاآرتص» برای نشان دادن تهدید ایران برای اسرائیل می‌نویسد: «مردم یهود بار دیگر در خطر واژگونی قرار گرفتند» (Ram, 2009: 85-86). به باور مسئولان «هاآرتص»، رسانه‌ها همواره ساز هم‌نوایی ملی را سرداده و همگام با سران حکومت پیش رفته‌اند و در برابر سخنان آنها سکوت اختیار کرده‌اند (Ram, 2009: 95).

نتیجه‌گیری

نشانه‌ی مرکزی گفتمان سیاسی اسرائیل را برتری قومی و نژادپرستی سامان می‌دهد و دیگر نشانگان و مفاهیم این واحد سیاسی، به گرد این انگاره مفصل‌بندی شده است. در اندیشه‌ی اسرائیلیسم، انسان‌ها با یکدیگر در یک جایگاه نیستند. انسان‌ها به دو گونه‌ی برتر و فروتر بخش‌بندی می‌شوند. برابری و مساوات میان نوع بشر معنای چندانی ندارند. نژادهای دیگر، فرودست و در خدمت قوم یهود هستند. این ایده و نظر پیوسته در حال بازتولید و پوست‌اندازی و دگرگون شدن و نمایاندن خود در لباس‌های تازه می‌باشد. رسانه‌ها، ابزار اساسی این بازتولید ایدئولوژی نژادپرستانه هستند. اسرائیل از این وسایل ارتباطی، برای پراکنش انگاره‌ها و ایستارهای خود، به‌ویژه در زمینه‌ی برتری قوم و نژاد خویش بهره می‌برد.

رسانه‌های گروهی اسرائیل، در نسبت‌ها و به روش‌های گوناگون، ابزارهای انتقال و القای گفتمان پنهان در رژیم صهیونیستی هستند. این گفتمان پنهان، آکنده از عناصر زبان‌شناسانه است. زبان ساختار معنابخش ذهن و اندیشه‌ی آدمی و پیرو آن کنش‌ها و فعالیت‌های او است و گفتمان پنهان، دیگرسان از گفتمان رودررو، به گونه‌ای بسیار ناهویداتر بر فرآیندهای ذهنی بشر چیرگی می‌یابد و او را با خود همراه می‌سازد. نژادگرایی، استوار بر ساختن دو جبهه‌ی رویاروی یکدیگر است، نژاد خودی به عنوان نژاد برتر و برحق و نژادهای دیگر به عنوان دیگری و نژادهای فرودست و پست. گفتمان پنهان این فرآیند معنابخشی و سازوکارهای نهفته در آن را، به گونه‌ای ناآشکار بازسازی و بازتولید می‌کند.

نژادپرستی اسرائیل، که در رسانه‌های آن نیز نمایش داده می‌شود، دو وجه اساسی دارد؛ برتری قوم یهود و پایین بودن دیگر نژادها. در خوانش ویژه‌ی این ایدئولوژی، پیروان یهودیت،

دارنده همه‌ی بهترین‌ها و برترین‌ها هستند. هرچند همان‌گونه که در مقاله اشاره شد، در این موضوع هم با نارسایی روبه‌رو است که شکاف‌های متقاطع بزرگ‌ترین آنها است. رویه‌ی دیگر نژادپرستی اسرائیل، دگرسازی شدید به ویژه در سه سطح، با اعراب و فلسطین، اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی است. این موارد، به‌ویژه ایران و هم‌پیمانان منطقه‌ای آن، مانند حزب‌الله لبنان، سوریه و دیگر مناطق، به‌ویژه در آن حوزه‌ای که هلال شیعی خوانده می‌شود، نه‌تنها تهدیدی امنیتی و راهبردی برای اسرائیل به شمار می‌آیند، بلکه نابودکننده‌ی نژاد برتر آنان نیز دانسته می‌شوند. خصومت‌سازی شدید و همه‌سویه با این منطق منطقه‌ای، در همین راستای نژادگرایانه و قوم‌مدارانه، فهم‌پذیر است. این موضوع به‌ویژه در جریان موج بیداری اسلامی نمود فراوانی یافته است.

منابع

- Abdullah, Zulaikha (2009), *Israeli Racism in Theory and Practice*, Middle East Monitor.
- Barari, Hassan A. (2009), *Israelism Arab Scholarship on Israel, a Critical Assessment*, UK: Ithaca Press.
- Bernstein, David (2004), *Israel in the media*, A Guide to Producing Effective Media Critiques, The American Jewish Committee.
- Bollyn, Christopher (2007), *Israeli Control of the Mass Media & the 9-11 Cover-Up*, <http://www.rumormillnews.com/cgi-bin/archive.cgi/noframes/read/108924>
- Bourdieu, P. (1998), *On Television and Journalism*, London: Pluto. Boyd, Andrew and Dave Mitchell (2012) *Beautiful Trouble*, New York: OR books.
- Brown, G. and G. Yule. (1983), *Discourse Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.

- Christison, Kathleen and Bill Christison (2003), *Zionism as a Racist Ideology Reviving an Old Theme to Prevent Palestinian Ethnicide*, available at: <http://www.counterpunch.org/2003/11/05/zionism-as-racist-ideology/>
- Croteau, David and William Hoynes (2003), *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*, UK: sage publications.
- Dor, Daniel (2005), *The Suppression of Guilt The Israeli Media and the Reoccupation of the West Bank*, London: Pluto Press.
- Downing, John D.H. and Charles Husband (2005), *Representing 'Race' Racisms, Ethnicities and Media*, London: SAGE Publications.
- Fairclough, Norman (1996), *language and power*, Essex: Longman inc.
- Fairclough, Norman (2006), *Language and Globalization*, New York: Routledge.
- Fairclough, Norman (2007), *Language and Globalization*, Oxon: Routledge.
- Feingold, Henry L. (1996), *Lest Memory Cease: Finding Meaning in the American Jewish Past*, Syracuse: Syracuse University press.
- Fredrickson, George M. (2000), *the Comparative Imagination On the History of Racism, Nationalism, and Social Movements*, Berkeley: UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS.
- Freeman-Maloy, Dan (2006), *Israel Racism and the Canadian Media, Labour for PaLestine; Section Three*, Canada, Colonialism and Israeli Apartheid.
- Hafez, Kai (2000), *The West and Islam in the Mass Media: Cornerstones for a New International Culture of Communication in the 21st Century*, Zentrum für Europäische Integrationsforschung Center for European Integration Studies.
- Hanania, Ray (2013), *Racist Journalism: The Israeli-occupied Western Media*, Available at: <http://thesantosrepublic.com/2013/05/racist-journalism-the-israeli-occupied-western-media/>
- Hartmann, P., & Husband, C. (1974), *Racism and the Mass Media*. London: Davis- Poynter.
- Hymes, D. (1962), *The Ethnography of Speaking In Fishman, J.A. Ed.1968*. Reading in the Sociology of Language. The Hague: Mouton.
- Ibrt (1998), "Israel Yearbook and Almanac", Volume 52, Zionist Organization of America, Jewish Agency for Israel. Economic Dept.
- Jamal, Amal (2009), *the Arab public Sphere in Israel: Media Space and Cultural Resistance*, Bloomington: Indiana University Press.
- Jorgensen, Marianne and Louise Phillips (2002), *Discourse Analysis as Theory and Method*, London: SAGE.
- Konvalinka, Nancy (2007) "Racism: What It Is and How to Deal with It A Guide to Talking about Racism", navreme publications, Volume 8.
- Madmoni-Gerber, Shoshana (2009), *Israeli media and the Framing of Internal Conflict, the Yemenite Babies Affair*, New York: Palgrave Macmillan.

- Marmura, Stephen M. E. (2008), *Hegemony in the Digital Age, The Arab/Israeli Conflict Online*, Lanham: LEXINGTON BOOKS.
- Neusner, Jacob (1999), *the Twentieth Century Construction of "Judaism": Essays on the Religion of Torah in the History of Religion*, Toronto: Scholars Press.
- Peled-Elhanan, Nurit (2011), “the Representation of 'Others' in Israeli Schoolbooks: a Multimodal Analysis”, CICE Hiroshima University, *Journal of International Cooperation in Education*, Vol.14 No.2, pp.115-130.
- Peleg, Yaron (2008), *Israeli Culture between the Two Intifadas A Brief Romance*, Austin: University of Texas Press.
- Ram, Haggai (2009), *Iranophobia the Logic of an Israeli obsession*, Stanford: Stanford University Press.
- Rattansi, Ali (2007), *Racism, a Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- School of the Jewish Woman (1939), *Jewish Spectator*, New York: School of the Jewish Woman.
- Shahak, Israel (2002), *Jewish History, Jewish Religion the Weight of Three Thousand Years*, New York: Pluto Press.
- Shahak, Israel and Norton Mezvinsky (2004), *Jewish Fundamentalism in Israel*, London: Pluto Press.
- Shaoul, Jean (2004) “an Exposé of Dishonest Media Coverage of the Israel-Palestine Conflict” *Variant*, vol 2, NO 21.
- Shohat, Ella (2010), *Israeli Cinema East/West and the Politics of Representation*, London: I.B.Tauris & Co Ltd.
- Slone, Michelle (2000) “Responses to Media Coverage of Terrorism”, *journal of conflict resolution*, Vol 44, No 4.
- Tekiner, Roselle (1985), *Jewish Nationality Status as the Basis for Institutionalized Racism in Israel*, the International Organization for the Elimination of all Forms of Racial Discrimination.
- Tekiner, Roselle (1991) “Race and the Issue of National Identity in Israel” *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 23, No. 1.
- Torres Soriano, Manuel R (2008) “Terrorism and the Mass Media after Al Qaeda: A Change of Course?” *Athena Intelligence Journal*, Vol. 3, No 1.
- Van Dijk, Teun A (1988), *News Analysis, Case Studies of International and National News in the Press*, New Jersey: Lawrence Erlbaum associates publishers.
- Van Dijk, Teun A (1992), *Discourse and the Denial of Racism*, *Discourse & Society*, London, Newbury Park and New Delhi: SAGE.
- Van Dijk, Teun A. (1986), *News schemata*, S. Greenbaum & Cooper, (Eds.) *Studying Writing. Linguistic approaches*, Beverly Hills, CA: Sage.

- Van Dijk, Teun A. (1987), *Semantics of a Press Panic: the Tamil "Invasion"*, European Journal of Communication ,P 3.
- Van Dijk, Teun A. (1989), *Mediating Racism. the Role of the Media in the Reproduction of Racism*, Short Version In R. Wodak (Ed.), *Language, Power and Ideology*.
- Van Dijk, Teun A. (1993), *Elite Discourse and Racism*, Newbury Park, CA: Sage.
- Van Dijk, Teun A. (1995), *Ideological Discourse Analysis*, New Courant (English Dept, University of Helsinki), P4.
- Van Dijk, Teun A. (1998), *Opinions and Ideologies in the Press*, Allan Bell and Peter Garrett (Eds.), *Approaches to Media Discourse*, Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, Teun A. (1999), *Media, Racism and Monitoring*, In Kaarle Nordenstreng & Michael Griffin (Eds.), *International Media Monitoring*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Van Dijk, Teun A. (2004), *Racist Discourse*, In Ellis Cashmore (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Race and Ethnic Studies*. London: Routledge.
- van Dijk, Teun A. (2012), *The Role of the Press in the Reproduction of Racism*, M. Messer et al. (eds.), *Migrations: Interdisciplinary Perspectives*, DOI 10.1007/978-3-7091-0950-2_2, Springer-Verlag Wien
- Van Leeuwen, T. (2000), *Visual Racism*, In: Reisigl, M., and Wodak, R., (eds), *The Semiotics of Racism*. Vienna: Passagen Verlag,P 50-333.
- Widlanski, Michael (2009), *the Media in Israel*, Available at: <http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/isdf/text/widlanski.html>.
- Williams, Mary E. (2004), *Racism*, London: Greenhaven Press.
- Wistrich, Robert S. (2004), *Zionism as a Racist-Colonialist Conspiracy: Deconstructing a Myth*, The Vidal Sassoon International Center for the Study of Antisemitism.
- Wodak, Ruth & Brigitta Busch (2009), *Approaches to Media Texts*, London: SAGE Publications.
- Wodak, Ruth & Michael Meyer (2001), *Methods of Critical Discourse Analysis*, London: SAGE Publications Ltd.