

التغيرات على المشهد الإعلامي الإسرائيلي

2015 - 2005

إعداد: عماد أبو عواد

تحرير وإشراف: عمر أبو عرقوب، عزيز كايدي

مركز رؤية للتنمية السياسية



مركز رؤية للتنمية السياسية

2017

العنوان: التغييرات على المشهد الإعلامي الإسرائيلي 2005-2015

السلسلة: دراسات

الكاتب: عماد أبو عواد

الشهر/ السنة: أيلول/ 2017

جميع الحقوق محفوظة لمركز رؤية للتنمية السياسية © 2017

يسعى مركز رؤية للتنمية السياسية أن يكون مرجعية مختصة في قضايا التنمية السياسية وصناعة القرار، ومساهماً في تعزيز قيم الديمقراطية والتعددية والاعتدال والتسامح. ويسعى المركز إلى تنمية القدرات والإمكانيات السياسية لدى الأفراد والجماعات والأحزاب في المنطقة، بما يخدم بناء مجتمعات ودول مدنية وديمقراطية قائمة على مبادئ حق تقرير المصير والحربة، بما يساعد على نبذ العنف والتطرف، والمساهمة في إنجاز الشعوب لحقوقها السياسية والمدنية لاسيما الشعب الفلسطيني.

ويهدف المركز إلى مساعدة الكفاءات العلمية والبحثية في مجال العلوم الإنسانية في تطوير مهاراتها و تنميتها، وتوفير الدعم السياسي والأكاديمي للفلسطينيين، ورعاية الطاقات الثقافية، وتنمية المهارات السياسية لدى الشباب. ويسعى إلى فهم قضايا المجتمع المدني، وتمكين المرأة من خلال أدوات البحث العلمي في الحقول الاجتماعية والإنسانية والسياسية.

Vision Center for Political Development

İkitelli Organize San. Bölgesi Mah. Hürriyet Bulvarı Enkoop Sanayi Sitesi No:70/33

Başakşehir / İstanbul.

Tel: +90 2126310107

www.vision-pd.org/

فهرس المحتويات

4.....	مقدمة.....
5.....	1. الفصل الأول: تطور المنظومة الإعلامية الإسرائيلية.....
6.....	1.2 تطور وسائل الإعلام منذ قيام "إسرائيل" حتى التسعينيات.....
6.....	1.3 الإعلام الإسرائيلي في عصر العولمة.....
7.....	1.4 الهيكلية الإعلامية الحالية في "إسرائيل".....
9.....	1.5 الدوائر الإعلامية في الوزارات الإسرائيلية.....
10.....	2. الفصل الثاني: أبرز التغيرات في المنظومة الإعلامية الإسرائيلية وانعكاساتها.....
10.....	2.1 تغيير طفيف في الهيكلية الإعلامية.....
11.....	2.2 تشديد الرقابة العسكرية لتشمل مواقع التواصل الاجتماعي.....
12.....	2.3 انخفاض الثقة في الإعلام الإسرائيلي.....
14.....	2.4 تراجع وسائل الإعلام التقليدية في ظل الثورة التكنولوجية.....
15.....	2.5 صدور صحيفة "إسرائيل اليوم" طفرة في الإعلام الإسرائيلي.....
16.....	2.6 انتشار كبير ودور أكبر لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الحديث.....
19.....	2.7 زيادة التوجه اليميني للسيطرة على الإعلام.....
19.....	3. الفصل الثالث: الإعلام العربي في "إسرائيل" والفلسطينيون في الإعلام العبري.....
20.....	3.1 العنصرية في الإعلام الإسرائيلي تجاه الفلسطينيين في الداخل.....
20.....	3.2 أبرز وسائل الإعلام العربية في "إسرائيل".....
21.....	3.3 القضية الفلسطينية في الإعلام العبري.....
24.....	4. الفصل الرابع: ملكية الإعلام وعلاقته بالسياسة في "إسرائيل".....
24.....	4.1 عائلات الإعلام في "إسرائيل".....
25.....	4.2 انعكاسات تركيز ملكية الإعلام في رأسمال محدد.....
26.....	4.3 الإعلام الإسرائيلي في خدمة من؟.....
27.....	4.4 علاقة المال بالسياسة: قضايا بارزة وفساد واضح.....
28.....	4.4.1 الملف 2000 حول شبهة العلاقة بين نتياهو ومالك يديعوت أحرانوت.....
28.....	4.4.2 العلاقة بين إيهود أولمرت ويديعوت أحرانوت.....
29.....	4.4.3 علاقة نتياهو بصحيفة "إسرائيل اليوم" وموقع ويلا.....
30.....	5. الخلاصة والتوصيات.....
31.....	6. المراجع:.....

مقدمة

تعتبر الآلة الإعلامية من أبرز المؤثرات على حركة المجتمعات في عصرنا الحديث، وهو ما أكدته الأحداث الجارية المتسارعة؛ إذ كان للإعلام دور مهم في التأثير على الأنظمة العالمية الجديدة، وهو أداة مهمة للسيطرة والتأثير استخدمتها الأنظمة على اختلاف أشكالها، الشمولية منها والديمقراطية. ولا يختلف الحال كثيراً عند الحديث عن "إسرائيل" وماكنتها الإعلامية، فقد بدأت الآلة الإعلامية بالعمل حتى قبل إعلان قيام "إسرائيل"، إذ شهد اليشوف¹ تأسيس العديد من المؤسسات الإعلامية، كالصحف والمجلات. فقد تأسست مجلة "خبيتسليت" عام 1863، وتلتها صحيفة هارتس عام 1918، وكانت تهدف إلى بث الرسالة والروح الصهيونية في أوساط اليهود، وتشجيعهم على الاستيطان في فلسطين، والتأكيد على ضرورة قيام مشروع قومي مستقل لهم.

ومع الإعلان عن تأسيس الدولة العبرية على الأراضي الفلسطينية عام 1948، لم يعتبر مؤسسو الدولة المسألة الإعلامية مجرد واحدة من مكونات الدولة، بل رأوا في الإعلام إحدى الوسائل الأبرز من أجل العمل على شرعنة الدولة الجديدة، وحماية الفكر اليهودي الداخلي من تأثيرات الإعلام المحيط، واعتبروا الإعلام جزءاً أساسياً من أجل الترويج للوصول إلى قطاعات واسعة من اليهود حول العالم، واستقطابهم للهجرة إليها.

تعتبر وسائل الإعلام من أبرز القطاعات ازدهارا في "إسرائيل"، سواء التابعة للدولة أو التابعة للتيارات السياسية والأيدولوجية، الشرقية والغربية، اليمينية واليسارية، وعملت كل هذه الاتجاهات على امتلاك وسائل إعلام خاصة بها. ولعلّ من أبرز خصائص الإعلام في "إسرائيل" وجوده في ظروف استثنائية، فالدولة الوليدة تعاني من عقدة الشرعية، وتشعر بالتهديد المستمر؛ لذلك كانت السيطرة على ما يُنشر في وسائل الإعلام إحدى وسائل مواجهة "العدو"، وهو ما يُعرف بالرقابة الأمنية "צנזורה צבאית". ولعلّ أكثر المصطلحات استخداماً في أروقة الصحافة العبرية مصطلح "سُمّح بالنشر" "הותר לפרסום"، كدليل واضح على ما يخضع له الإعلام من رقابة يُفسرها البعض على أنها ضمن المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

خلال العقدَيْن الأخيرَيْن، ومع التطورات التكنولوجية الموهولة والانتشار الكبير لوسائل الإعلام، أصبحت غالبية المؤسسات الإعلامية تعود لملكية فردية لا حزبية ولا حكومية. ومع احتلال شبكات التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في نقل الأخبار والتواصل، فقد تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية؛ مما دفعها إلى تغيير اتجاهاتها في "إسرائيل". يتناول هذا البحث أبرز التغييرات التي طرأت على منظومة الإعلام الإسرائيلية، وتحديداً ما بين الأعوام 2005-2015، ويحاول الإجابة عن أسئلة مركزية حول أبرز التغييرات التي طرأت على المنظومة الإعلامية وأسباب تلك التغييرات، وكيف انعكست على العلاقة ما بين المستوى السياسي والمنظومة الإعلامية وانعكاساته حتى على صورة الفلسطينيين والعرب؟

¹ اسم يطلق على حياة اليهود في الأراضي الفلسطينية قبل إعلان قيام الدولة.

1. الفصل الأول: تطور المنظومة الإعلامية الإسرائيلية

مرّت المنظومة الإعلامية الإسرائيلية بالعديد من المراحل قبل وصولها إلى ما هي عليه اليوم، وتميزت تلك المراحل بسمات خاصة نابعة من طبيعة الظروف التي عاشتها "إسرائيل" كدولة احتلال، وأثارت حولها الكثير من النقاش العام والحرب الداخلي السياسي، خاصة في السنوات الأخيرة.

1.1 المنظومة الإعلامية العبرية ما قبل تأسيس الدولة

ترجع بداية المنظومة الإعلامية الإسرائيلية إلى الصحف التي أسسها اليهود في الأراضي الفلسطينية خلال القرن التاسع عشر، وكانت بدايتها في عام 1863، إذ ظهرت صحيفتا "هلبنون" و"حتسبيلت" على التوالي في العام نفسه. وكانت تلك الصحف تصدر بمعدل مرّة إلى مرتين أسبوعياً، ويرجع ظهور تلك الصحف إلى تأثير اليهود بالعديد من الصحف اليهودية التي ظهرت قبل ذلك في أوروبا، ويبدو أن ظهور تلك الصحف في تلك الفترة تحديداً تزامن مع بداية الاهتمام الغربي بالأراضي الفلسطينية وحملات التبشير التي صبّت باتجاه المنطقة؛ الأمر الذي دفع اليهود للبدء بالتفكير بالوطن القومي وبناء كيان خاص بهم (هليفي، 1998).

ثم كانت المرحلة الثانية للصحافة العبرية مع هجرة إيعزر بن يهودا² إلى الأراضي الفلسطينية، الذي بدأ مباشرة بالعمل على إحياء اللغة العبرية وأصدر الصحيفة الخاصة به في عام 1884. وكانت تظهر الصحف في البداية مرة أو مرتين في الأسبوع إلى أن أحدث بن إيعزر انقلاباً، وذلك بصدور صحيفته "هتسبيلي" عام 1908، إذ كانت تصدر ولأول مرّة بشكل يومي، وقد أغلقت عام 1914 بأمر من السلطات التركية؛ لما كان لها من دور تحريضي بارز في تشجيع هجرة اليهود وإقامة وطن قومي لهم في الأراضي الفلسطينية في ظل تدفق الهجرات الصهيونية إلى الأراضي الفلسطينية (اليدع، 1998).

بعد الحرب العالمية الأولى، كانت محطة مهمة في تطوير وسائل الإعلام العبرية، وذلك مع تأسيس صحيفة هآرتس عام 1918 التي تعتبر اليوم الأقدم في البلاد. ثم ظهور صحيفة يديعوت أحرונوت عام 1939 التي تعتبر اليوم أبرز الصحف إلى جانب "إسرائيل اليوم"، وتلتها صحيفة معاريف عام 1948، وهي كذلك من أبرز الصحف إلى هذا التاريخ. كما شهدت هذه المرحلة ظهور المذياع (الراديو)، وولادة راديو "صوت القدس" عام 1936 و "صوت إسرائيل" عام 1940 (كنعان، 1998).

في هذه المرحلة، يُمكن ملاحظة دور الانتداب البريطاني في تسهيل عمل الوكالة اليهودية في كافة المجالات، ومنها المجال الإعلامي الذي شهد قفزات لصالح اليهود في سنوات سيطرة بريطانيا على فلسطين. كما يمكن ملاحظة أن الإعلام العبري كان له دور فعّال في العمل على إقامة الدولة، وأن الصحافة في غالبيتها كانت حزبية مع وجود بعض الصحف الخاصة. كما أن الصحافة العبرية قبل إقامة الدولة

² من مواليد عام 1858 في روسيا، هاجر إلى الأراضي الفلسطينية عام 1881. يُعتبر باحث اللغة العبرية في الأراضي الفلسطينية، إذ إنه أول من أسس للحديث باللغة العبرية واعتبارها لغة أم في فلسطين.

ساهمت في نشر الفكر الصهيوني، وتحفيز تهجير اليهود إلى الأراضي الفلسطينية، وتأسيس دولتهم المرتقبة في ظل الوعود القاطعة بذلك، وتحديدًا بعد وعد بلفور.

1.2 تطور وسائل الإعلام منذ قيام "إسرائيل" حتى التسعينيات

بعد إقامة الدولة، دأبت حكومة ديفيد بن جوريون³ على ترسيخ أسس الإعلام الإسرائيلي، وحرصت على تطوير وسائل الإعلام لترسيخ المفاهيم المشتركة لليهود القادمين من أراضٍ شتى للعيش في "إسرائيل". وقامت الحكومة الإسرائيلية بإنشاء بريد عبري خاص، وتم تدشين إذاعة الجيش "جلي تساهل" التابعة للجيش الإسرائيلي، وكانت الانطلاقة الأبرز عام 1966 عندما تم إنشاء التلفزيون التعليمي، وصولًا إلى التلفزيون الإسرائيلي عام 1968 الذي استمر في البث منفردًا حتى مطلع ثمانينيات القرن الماضي، إلى أن تم إغلاق سلطة البث الأولى "القناة الأولى" في العام 2017 (جونوبيتس، 2014).

وفي سنوات السبعينيات من القرن الماضي، عملت الحكومة على إقامة القناة الثانية إلى جانب القناة الأولى، وبعد خلافات كبيرة بين أحزاب الائتلاف بدأت القناة الثانية التجارية بثها في عام 1986، وقد اعتمدت القناة على الإعلانات لتمويل بثها، وكانت تخضع لسلطة البث الثانية التي سيتم تناول مسؤولياتها لاحقًا. ثم أصبحت القناة الثانية نقطة انطلاق قوية ومحورية في الإعلام الإسرائيلي، بل والأبرز بين الفضائيات الإسرائيلية حتى العام 2017 (تكتولي، 2000).

إلى جانب ذلك تم تأسيس شركة "بيزك" عام 1984؛ بهدف العمل على مد شبكة هواتف أرضية. وفي عام 1986، اشتركت شركتا موتورولا وتديران في إقامة شركة بيلفون، وهي أولى الشركات المزودة لخدمة الاتصال عن طريق الهاتف الجوال في "إسرائيل". علاوة على ذلك، صدرت في هذه الفترة العديد من الصحف العبرية، كصحيفة جلوبس 1983 التي تعتبر من أشهر الصحف الاقتصادية في "إسرائيل" إلى اليوم (تكتولي، 2000) (جونوبيتس، 2014).

1.3 الإعلام الإسرائيلي في عصر العولمة

شهدت سنوات التسعينيات التطور الأكبر في وسائل الاتصال المختلفة، ومن بينها وسائل الإعلام التقليدية. ففي عام 1991 تم تأسيس سلطة البث الثانية، وهي مؤسسة قانونية مسؤولة عن البث التجاري للتلفزيون والراديو، وأما المجلس المسؤول عنها فتعيّنه الحكومة. ويتبع لسلطة البث الفضائيات التجارية والقناة الثانية والعاشرية، وهما الأكثر شهرة ومتابعة في "إسرائيل"، علاوة على محطات الراديو المحلية التي يبلغ عددها ست عشرة، وبذلك تشكل سلطة البث الثانية تحديًا كبيرًا لبعض الحكومات في ظل سيطرتها على الجزء الأهم من وسائل الإعلام، خاصة في ظل العولمة (لاؤور، 2004).

كما شهدت سنوات التسعينيات تطور شبكة التلفزيون عبر الكوابل التي تخضع لمسؤولية مجلس البث عبر الكوابل. كذلك شهدت "إسرائيل" انفتاح جمهورها على الفضائيات العالمية؛ لتحل محل القنوات

³ أول رئيس حكومة إسرائيلية، ويُعتبر المؤسس الحقيقي للدولة.

العربية المحيطة بها. وبرزت فضائيات محلية أخرى كفضائية العائلة، والفضائية الرياضية، وفضائية الأطفال، وكذلك تلفزيون الأفلام. يتم الاشتراك في تلك القنوات عن طريق شركات تقاسمت فيما بينها حقوق التوزيع في 31 منطقة (لميش، 1999). وبذلك أصبحت وسائل الإعلام في متناول الجميع وتوسعت الشريحة المنكشفة، ليس على وسائل الإعلام المحلية فقط، وإنما كذلك العالمية والمتنوعة.

ومن بين أبرز شركات البث عبر الكوابل والأقمار الصناعية التي ظهرت لاحقاً، شركة "يس" عام 2000، وشركة "هوت" عام 2003، وسيلكوم TV عام 2014، وشركة توك عام 2015، حيث ساهمت هذه الشركات - التي تبث من خلالها العديد من محطات التلفزة- في رفع منسوب التنافس في الإعلام العبري، وتحديدًا القطاعات الترفيهية والثقافية، حيث استمرت الصحافة التاريخية والفضائيتين الثانية والعاشرة في تصدر المشهد السياسي الاجتماعي (تايج، 2013).

كان التطور الأبرز، كما بقية دول العالم، هو دخول الإنترنت إلى السوق الإسرائيلي؛ ففي بداية التسعينيات وصلت خدمة الإنترنت عبر ADSL، وكانت متاحة للاستخدام الشخصي في البيوت مع عام 2000، الأمر الذي كان له تأثير كبير على شكل الإعلام فيما بعد. وأخذت خدمة الإنترنت في التطور السريع في "إسرائيل"، حيث أصبحت تخضع لتنافس كبير بين شركات الاتصال الأساسية، وهي بيزك وسلكوم وأورانج، الأمر الذي أسهم في انخفاض أسعارها وتوسع رقعة مستخدميها (تكتولي، 2000).

كان للتطور الكبير في وسائل الإنترنت انعكاسات كبيرة على بقية وسائل الإعلام، حيث اتجهت الصحافة العبرية لمواجهة الانخفاض الكبير في مبيعاتها إلى الاعتماد على الإنترنت كوسيلة مهمة في نقل الأخبار؛ فأسست غالبية تلك الصحف الفاعلة مواقع لها على شبكة الإنترنت، كيديعوت أحرونوت وهآرتس ومعاريف، وهي الصحف الثلاث الأكبر في "إسرائيل"، وكذلك صحيفة "يسرائيل هيووم"، أي "إسرائيل اليوم"، التي ظهرت عام 2007 ثم أصبحت الأكثر انتشاراً في "إسرائيل" خلال السنوات الأخيرة. إضافة إلى العديد من الصحف الأخرى، كصحيفة The Marker، وكلخست الاقتصادية، اللتين بدأتا في الصدور عام 2008 (بارزوه، 2011) (دان، 2006).

1.4 الهيكلية الإعلامية الحالية في "إسرائيل"

يتبع البث الإذاعي والتلفزيوني الأساسي في "إسرائيل" مرجعين أساسيين، الأول هو البث الجماهيري العام، أي الحكومي الذي يتبع للحكومة الإسرائيلية، ويُسمى سلطة البث العام "هيئة الإذاعة العامة"⁴، فيما يمتلك رجال الأعمال الإعلام المؤثر والتجاري والأكثر متابعة، ويُسمى سلطة البث الثانية⁵.

⁴ تُعين أعضاؤها الحكومة، ويرأسها حالياً شمعون الكبتس.

⁵ عدد أعضائها خمسة عشر، أصحاب خلفية إعلامية وثقافية، يختارهم وزير الإعلام لمدة أربع سنوات.

سلطة البث الأولى التي تعمل وفق قانون البث لعام 1965 مسؤولة عن البث الجماهيري، ويتبع لها بشكل مباشر، فيما تعمل سلطة البث الثانية وفق القانون منذ عام 1991، ويتبع لكل منهما عدة وسائل إعلام كما يوضح الجدول أدناه (أجمون و تسديك، 2013):

جدول رقم (1): سلطات البث في "إسرائيل" ووسائل الإعلام التابعة لها

سلطة البث الحكومية	سلطة البث الثانية (البث التجاري)
القناة الأولى، بثت منذ عام 1968	القناة الثانية، تبث منذ عام 1993
إذاعة الجيش	القناة العاشرة، تبث منذ عام 2002
التلفزيون التعليمي، يبث منذ عام 1966	الراديو الإقليمي، يضم 16 إذاعة إقليمية
قناة الكنيست 99	
القناة 33، الناطقة بالعربية والموجهة للعرب، تبث منذ عام 1994	

أما بقية وسائل الإعلام التي تصل إلى أكثر من 400 صحيفة ومجلة، منها 25 صحيفة يومية والعديد من قنوات التلفزيون، فتعمل ضمن ترتيبات أخرى بعيدة عن سلطة البث العام أو السلطة الثانية، كما يوضح الجدول أدناه (أجمون، 2011)، (بريسكو ا.، 2010):

جدول رقم (2): الهيكليات المسؤولة عن بقية وسائل الإعلام

مجلس الصحافة ⁶	مجلس البث من خلال الكوابل والأقمار الصناعية ⁷
أهم الصحف التابعة له	أهم الوسائل التابعة له
يديعوت أحرونوت	شركة هوت، تلفزيون عبر الكوابل، يتبع لها العديد من محطات التلفزة.
معاريف	شركة "yes"، تلفزيون عبر الأقمار الصناعية، يتبع لها العديد من محطات التلفزة.
هآرتس	سيلكوم TV، تأسس عام 2014، يتبع لشركة الاتصالات "سيلكوم"
"إسرائيل اليوم"	نوك TV، تأسس عام 2015.
جلوبس الاقتصادي	

⁶ مجلس تطوعي، تم إنشاؤه عام 1963، 40% من أعضائه ممثلون عامون عن الجمهور، 30% صحافيون، 30% محررون.
⁷ عدد أعضائها 13 إلى جانب الرئيس، ستة منهم ممثلون لوزارات حكومية، فيما سبعة منهم ممثلون عامون.

وحول مصادر التمويل الإعلامي، فإن كل وسائل الإعلام - ما عدا سلطة البث الأولى الحكومية - تعتمد بشكل أساسي على الدعاية والإعلانات وعلى رسوم الاشتراك عبر الكوابل، فيما تقوم الحكومة الإسرائيلية بتمويل المؤسسات الإعلامية العامة التي تخضع للسلطة الأولى (توكر ن، 2014). وكانت الحكومة الإسرائيلية قد ألغت عام 2014 رسوم التلفزيون الحكومي، فيما أبقى على رسوم الراديو.

1.5 الدوائر الإعلامية في الوزارات الإسرائيلية

إلى جانب المؤسسات الإعلامية المختلفة التي تنفذ دوراً تعبويًا هاماً في الترويج للمشروع الصهيوني، تمتلك الحكومة الإسرائيلية مجموعة كبيرة من المنظومات الإعلامية التابعة لمكتب الحكومة أو لبعض الوزارات، خاصة الخارجية والدفاع والتعليم؛ لتعرض مواقفها ولتكون داعماً قوياً لها في تحقيق أهدافها المختلفة.

على رأس الدائرة الإعلامية الحكومية، يوجد ما يُطلق عليه اسم "مجلس الدعاية الإعلامية القومي" الذي تم تشكيله عام 2007، وهدفه التنسيق فيما بين الدوائر الإعلامية المختلفة للخروج برؤية "إسرائيلية" واحدة أمام العالم، ويتبع للمجلس كافة الدوائر الإعلامية الحكومية. وهو بدوره يتبع مباشرة لرئاسة الحكومة، كما هو موضح (ديبيدوبيتس، 2010) (مركز تجديد الديمقراطية، 2012):

مجلس الدعاية الإعلامية الحكومي				
دائرة الإعلام في وزارة الخارجية، وتهدف إلى التنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة؛ لبلورة صورة موحدة تخدم الدولة.	دائرة الإعلام في وزارة السياحة، وتهدف إلى تشجيع السياحة الوافدة إلى "إسرائيل".	دائرة الإعلام في الوكالة اليهودية، وتهدف إلى تجنيد مبعوثين يهود لدول العالم لأهداف دعائية، ودعم الهجرة اليهودية إلى "إسرائيل".	دائرة الإعلام الحربي، وتهدف إلى نقل رؤية وزارة الدفاع، داخلياً وخارجياً، وبلغات متعددة.	دائرة الإعلام في وزارة الخارجية، وتهدف إلى نقل رؤية وزارة الدفاع، داخلياً وخارجياً، وبلغات متعددة.

ويمكن تلخيص الأهداف العامة للدوائر الإعلامية وللمجلس الإعلامي على النحو التالي (عمنلات، 2012):

1. تقوية الروابط الثقافية مع مختلف دول العالم.
2. بلورة علاقات اقتصادية مع مختلف دول العالم.
3. تشجيع السياحة الوافدة إلى "إسرائيل".
4. محاربة ما تسميه "إسرائيل" اللاسامية "العداء لليهود"، والوقوف بوجه الدعاية المعادية.
5. جلب الدعم للمواقف الإسرائيلية على الساحة الدولية.

6. تدعيم موقف "إسرائيل" فيما يتعلق بتثبيت القدس كعاصمة لها.

7. توجيه دعاية خاصة للعالم العربي؛ لتطوير العلاقات مع الدول العربية المختلفة.

تدور في "إسرائيل" في السنوات الأخيرة نقاشات واسعة حول جدوى تلك الدوائر، إذ تُتهم بالتقصير في دورها بتجسيد دور "إسرائيلي" أكبر على الساحة الدولية. وهنا يُمكن إرجاع ذلك إلى سيطرة نتنياهو على وزارة الخارجية في السنوات الأخيرة؛ الأمر الذي أظهر الدولة على أنها دون وزير خارجية؛ وذلك بسبب تركيز عملها حول شخص نتنياهو الذي يمارس الدور كرئيس حكومة وليس كوزير خارجية؛ مما أفقد وزارة الخارجية دورها في الوقت الذي تُعتبر دوائرها الأهم بالنسبة للدول على الساحة العالمية.

2. الفصل الثاني: أبرز التغييرات في المنظومة الإعلامية الإسرائيلية وانعكاساتها

مرت منظومة الإعلام الإسرائيلي بمجموعة من التغييرات الهامة خلال العقود الأخيرة، وخاصة العقد الأخير، وذلك في ظل انتشارها الواسع، والحيز الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي التي دفعت الوسائل التقليدية لمحاولة التأقلم معها، وكذلك انخفاض الثقة في المؤسسة الإعلامية ككل، وحدث تغيير بسيط على الهيكلية الإعلامية، وظهور صحف مجانية ساهمت في تراجع كبير للصحف التاريخية، ومحاولة الرقابة العسكرية التأقلم في ظل المتغيرات ودخول الإنترنت، وزيادة سعي اليمين للسيطرة على الآلة الإعلامية.

2.1 تغيير طفيف في الهيكلية الإعلامية

في ظل الثورة المعلوماتية الكبيرة، وتعدد المصادر الإعلامية، تكاثرت في "إسرائيل"، كما غيرها، محطات التلفزة خاصة مع ظهور شبكتي "هوت" و"يس" ووسائل الإعلام الأخرى؛ الأمر الذي تطلب إجراء بعض الترتيبات الإدارية من أجل تنظيم عمل تلك المؤسسات، وتوجيهها بما يخدم الدولة العبرية وأهدافها القومية.

خلال العقد الأخير، جرت العديد من المحاولات التي هدفت إلى تنظيم عمل الإعلام في "إسرائيل"، حيث بادرت وزيرة الاتصالات في عام 2005، داليا اينسك⁸ باقتراح إقامة اتحاد المجالس الذي يجمع بين السلطة الثانية للبت وبين مجلس البث من خلال الكوابل، وتم إقرار الاتحاد كقانون في عام 2015، وما زالت تدور النقاشات حول عمله إلى اليوم، إذ تواجه العديد من الخلافات في الوقت الذي يحاول بنيامين نتنياهو السيطرة على وسائل الإعلام، كما يدعي خصومه (مينغ، 2015).

ووفق المقترحات التي تم إقرارها، فإن اتحاد المجالس سيكون مسؤولاً عن الفضائيات التجارية وبث الكوابل والأقمار الصناعية والبت العام، وكذلك تعود إليه مسؤولية الموافقة على إقامة فضائيات جديدة. وحسب القانون، ستكون لوزير الاتصالات الحصة الأكبر في تعيين أعضاء الاتحاد؛ وهذا ما يُفسر احتفاظ بنيامين نتنياهو بوزارة الاتصالات خلال الحكومة الحالية قبل نقلها بشكل مؤقت إلى تساحي هنجبي، خوفاً

⁸ عضو الكنيست الثالثة عشرة وحتى الثامنة عشرة، عن حزب العمل، وبعد ذلك عن حزب كديما.

من حكم المحكمة العليا بسحب الحقيبة منه على خلفية التحقيقات معه في قضايا مختلفة، ومن المتوقع أن يعود إلى هذه الوزارة خلال أشهر قليلة (ميلمان، 2017).

إلى جانب ذلك، شهدت السنوات الأخيرة خلافات حادة حول ترتيب البث العام الجماهيري، أي سلطة البث الأولى، إذ تم التوافق في الحكومة على إقامة هيئة بث جديدة تحل محل سلطة البث، وكان من المفترض أن تكون الهيئة بعيدة عن سيطرة وزير الاتصالات، وبعد خلاف كبير حولها وحول آلية عملها، تم الاتفاق على أن تكون الهيئة الجديدة منزوعة الصلاحية في السيطرة على قطاع الأخبار، وأن ينتقل نفس العاملين من قطاع الأخبار في سلطة البث إلى هيئة الأخبار التي ستكون منفصلة عن الهيئة (كسبت، 2017).

وكانت الأزمة حول هيئة البث هددت الائتلاف الحكومي القائم، إذ سعى نتنياهو لبيسط المزيد من سيطرته على وسائل الإعلام من خلال سن قانون تشديد الرقابة على الإعلام ومُنح الوزير مزيداً من صلاحيات التعيين (كسبت، 2017)؛ الأمر الذي رفضه وزير المالية موشيه كحلون. ومن المؤكد أن إخراج السيطرة على قطاع الأخبار من سلطات الهيئة يمنح نتنياهو قدرة أكبر على التحكم بها، إذ إن رئاسة الهيئة الجديدة لا تروق لتطلعات نتنياهو للسيطرة على وسائل الإعلام.

2.2 تشديد الرقابة العسكرية لتشمل مواقع التواصل الاجتماعي

منذ قيام الدولة العبرية، تم إنشاء ما يُعرف بوحدة الرقابة العسكرية، وتم إقرار قانون يحمي هذه الوحدة، ويُذكر أن "إسرائيل" هي الدولة "الديمقراطية" الوحيدة التي تسمح بالرقابة العسكرية على الإعلام. وتتبع الرقابة العسكرية لمخابرات الجيش الإسرائيلي التي تسمى "أمان"، والهدف منها منع نشر أي معلومات تمس الأمن الإسرائيلي والحفاظ على هيبة الدولة ومكانتها. يُخوّل المراقب العسكري بهذه الصلاحية، إلا أنها تجاوزت في كثير من الأحيان الأهداف الأمنية، فمنعت على سبيل المثال نشر أخبار التوسع الاستيطاني وبناء المستوطنات الجديدة (برجير، 2016) (كوهين م، 2014).

وقد عملت الرقابة العسكرية الإسرائيلية بنوع من التشدد وأريحية في العمل في عصر ما قبل الإنترنت، إذ استطاعت أن تتحكم بكل ما يُنشر حول الأمن الإسرائيلي، وقد تجندت لذلك وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وقبلت بمهمة الرقابة الأمنية (ياغر و شبيط، 2003). واستطاعت الرقابة أن تمنع الوصول لمضامين قادمة من خارج حدودها، كما واجهت ما كانت تبثه محطات التلفزيون العربية والتي كانت تخترق الحدود الإسرائيلية.

مؤخراً، وجدت الرقابة الأمنية الإسرائيلية نفسها مضطرة لمواجهة تحديات كبرى تتعلق بوسائل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والتي عقدت من مهمتها في منع نشر مضامين ضارة بأمنها. ففي الوقت الذي زادت فيه الرقابة الأمنية من تشديدها على الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، كمنعها نشر 2000 من المقالات والتحقيقات خلال السنوات الثلاث الأخيرة -وهي بنسبة 20% من المواد المعروضة عليها- بدأت العمل على مواجهة الساحة الأعقد في العصر "الديجيتالي" (كوهين ج، 2016)،

في عام 2012، أعلنت رئيسة الرقابة العسكرية فاكنين جيل⁹ عن بدء العمل لمراقبة شبكات التواصل الاجتماعي على فيسبوك وتويتر. وبعد اتضاح صعوبة السيطرة على المضامين، توجهت "إسرائيل" لإدارة فيسبوك، وانفقت معها على القضاء على الصفحات التحريضية وفق تعبيرها، إلا أن التطور الأكبر في قضية الرقابة الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي كان في عام 2016، عندما توجهت الرقابة لمئات الشخصيات الذين يملكون صفحات ذات متابعة عالية، بإرسال أي مضمون أمني للرقابة قبل نشره (بريسكو، 2016).

تدور في الآونة الأخيرة الكثير من النقاشات حول الجدوى من الرقابة العسكرية، إذ إنها تمس الحريات الأساسية وحقوق الإنسان، كما أن وسائل الإعلام باتت عالمية وينكشف المواطن أينما كان على أيّ منها. رغم ذلك فإن "إسرائيل" تزعم أن ظروفها الأمنية تستوجب عليها العمل على توسيع الرقابة والحد من قدرة المواطن على الاطلاع على المعلومات ذات الصلة الأمنية. ويبدو أن قضية الرقابة تشكل مدخلاً هاماً للسيطرة على وسائل الإعلام والإعلاميين، وتستخدم أيضاً وسيلة يُمكن من خلالها التلميح الدائم بإيقاع العقوبات على مخالفيها، من هنا تسعى الدولة العبرية إلى إيجاد صيغ تمكنها من مواجهة التطور الكبير في شبكات التواصل، لضمان استمرار رقابتها وحفظ أمنها (كوهين م، 2014).

وبطبيعة الحال، فإن الظروف الأمنية للدولة العبرية دفعت الغالبية العظمى من الجمهور الإسرائيلي إلى النعاش مع الرقابة العسكرية للإعلام وعدم انتقادها؛ وذلك حفاظاً على أمن الدولة وعدم المساس بها؛ الأمر الذي ساعد الحكومة في إخفاء معلومات قيمة تتعلق بقضايا مصيرية عن جمهورها. فمثلاً ما زال التفاعل حيال الحرب الأخيرة على غزة عام 2014 مستمراً منذ ثلاثة أعوام، ويعود ذلك إلى الرقابة العسكرية التي حجبت الكثير من المعلومات التي تمس الدولة بشكل عام، ولكن تسريب بعض السياسيين لها أعاد التفاعل؛ فمهد لتقرير صادم لمراقب الدولة.

ومن البديهي أن يستمر ضعف الرقابة العسكرية الأمنية الإسرائيلية على وسائل الإعلام المختلفة في ظل سهولة انتقال المعلومات عبر الشبكة العنكبوتية؛ ففي كثير من الأحيان تجد الصحافة التقليدية والتلفازية نفسها آخر من ينقل الأخبار التزاماً منها بمعايير الرقابة الأمنية، رغم أن جزءاً منها يكون قد انتقل عبر وسائل مختلفة عبر الإنترنت؛ الأمر الذي انعكس سلبياً على مصداقية الإعلام بشكل عام.

2.3 انخفاض الثقة في الإعلام الإسرائيلي

شهد العقد الأخير انخفاضاً كبيراً في الثقة في الإعلام الإسرائيلي، وبات من ضمن المنظومات التي تحظى بالثقة الأقل في الدولة إلى جانب الأحزاب والكنيست، بعد أن كانت الثقة في الإعلام تتجاوز 50%، بالكاد تصل في السنوات الأخيرة إلى 37% كمعدل عام. ويبدو أن ذلك يعود إلى انكشاف الجمهور الإسرائيلي على وسائل إعلامية شتى، ولم يعد حكراً على وسائله الإعلامية الداخلية (مين و اون، 2016) (هيرمان، هيلر، كوهين، بوبليل، و عمر، 2016).

⁹ لواء سابق في الجيش، عملت مدير عام وزارة الشؤون الاستراتيجية، والمدير السابق لوحدة الرقابة العسكرية.

جدول رقم (3): انخفاض الثقة في مؤسسات الإعلام الإسرائيلي خلال السنوات الأخيرة

السنة	نسبة الثقة
2008	37%
2009	35%
2010	33.8%
2011	51.8%
2012	46.3%
2013	47%
2014	29.7%
2015	35.7%
2016	24%

و تشير المعطيات إلى أن نسبة ثقة الجمهور الإسرائيلي المحسوب على اليسار في الإعلام تصل إلى 58%، وعند المصنفين على أنهم مركز أو وسط 44.4%، أما جمهور اليمين الإسرائيلي فلا يثق في الإعلام سوى 19.8% منه (مين و اون، 2016). من هنا يمكن فهم طبيعة ارتفاع عدم الثقة في الإعلام، إذ تشير المعطيات ونتائج الانتخابات منذ عام 2009، إلى ارتفاع شعبية اليمين الإسرائيلي المسيطر على الحكم منذ عام 2009، وبالتالي فإن ازدياد رقعة اليمين والتوجهات اليمينية في المجتمع ساهم في انخفاض الثقة في المؤسسات الإعلامية، وسئسهم في المزيد من عدم الثقة؛ ويعود ذلك إلى قناعة اليمين الإسرائيلي بأن الإعلام بغالبية يساري.

كذلك يُمكن إعادة سبب انخفاض الثقة في الإعلام إلى دور الرقابة العسكرية، إذ إن الجمهور -ورغم تقبله لوجودها- إلا أنه في الوقت نفسه يدرك أن ما يُعرض عليه هو أنصاف حقائق، وبالتالي لن يكون الإعلام بالنسبة له محل ثقة كبيرة، ليس من منطلق اتهام الإعلام فحسب، بل أيضاً من إدراكه أن الظروف العامة للدولة لا تعطي الإعلام مساحة كبيرة وخاصة في القضايا الأمنية.

وحيال هذه القضية، يُستذكر انتشار الفساد الإعلامي وعلاقته بالسياسيين، وهو ما سيتم تناوله في الفصل الرابع، الأمر الذي بدوره قلل من قيمة الإعلام ومصداقيته بعيون الجمهور الإسرائيلي، وستكون له تداعيات في اتجاه المزيد من الضعف الإعلامي، وزيادة قناعة المواطن الإسرائيلي بعدم حيادية إعلامه؛ وبالتالي محاولته البحث عن وسائل إعلامية أخرى، خاصة في القضايا الأمنية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

2.4 تراجع وسائل الإعلام التقليدية في ظل الثورة التكنولوجية

كغيرها من دول العالم، شهدت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة رواجًا كبيرًا في "إسرائيل"؛ الأمر الذي أحدث تغييرات مهمة تتعلق بانخفاض احتياج الجماهير لوسائل الإعلام، إذ تُشير المعطيات إلى أن 66% من الجمهور الإسرائيلي امتلكوا أجهزة ذكية في عام 2013، وارتفعت النسبة إلى أكثر من 70% في عام 2015، خاصة عند الجيل الشاب (مين و اون، 2016).

ساهم الانتشار الكبير لوسائل الاتصال الحديثة في إحداث تغييرات جوهرية على وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، كالتلفزيون والراديو والصحف المطبوعة، فالتلفزيون الذي حاول التأقلم في ظل الثورة التكنولوجية يفقد سنويا ما نسبته 5% من جمهور مشاهديه، إذ كانت نسبة مشاهدة الإسرائيليين بمعدل 232 دقيقة (اللجنة الإسرائيلية للتدرج، 2011) عام 2000 وما بعدها، ثم انخفضت عام 2015 إلى 216 دقيقة، ورغم ذلك لا تزال من النسب المرتفعة عالمياً (مين و اون، 2016).

ما ينطبق على التلفزيون ينطبق كذلك على الصحف المطبوعة ولكن بصورة أكبر، إذ بات يُعرب ثلثا الإسرائيليين عن قدرتهم على التأقلم دون الحاجة للصحف المطبوعة، وذلك في ظل وجود الهواتف الذكية والتابلت، فقد عبر 16% عام 1995 عن قدرتهم على التأقلم دون قراءة الصحف مقابل 64% عام 2015، أي بعد 20 عاماً (العين السابعة، 1996) (مين و اون، 2016).

جدول رقم (4): نسبة تأقلم الجمهور دون قراءة الصحف المطبوعة

السنة	نسبة من لا يقرأون الصحف
1996	16%
2002	31%
2012	58%
2013	59%
2014	61%
2015	64.1%

من الملاحظ أنه رغم التراجع الحاصل على نسبة قراء الصحف، إلا أن النسبة ما زالت مرتفعة؛ ويعود ذلك إلى قدرة الصحف على التأقلم مع العصر الرقمي، وإلى الإرث العبري الذي أعطى الصحف قيمة كبيرة في الماضي. إلا أن استمرار التراجع، خاصة عند الجيل الشاب، سيسهم في انخفاض أكبر في نسبة قراءة الصحف خلال العقد الأخير، إذ إن غالبية القراء هم من كبار السن فوق 65 عاماً.

وكذلك لم تسلم الإذاعات المسموعة "الراديو" من تراجع نسب الاستماع إليها؛ فبعد أن كان متوسط نسبة الاستماع للراديو يقترب من 90%، انخفضت خلال العقد الأخير إلى أقل من 70%، إذ أشارت معطيات مركز TGI إلى أن نسبة الاستماع للراديو وصلت إلى 69% في عام 2015. ومع ذلك، فهي نسبة ما زالت مرتفعة إذا ما قورنت بنسب متابعة الصحف والتلفزيون، فلم يخسر الراديو كثيراً في ظل الانتشار الكبير لوسائل الإنترنت المختلفة، ولعل ذلك يعود إلى أن الوسيلة الأفضل للمتابعة خلال السفر وقيادة السيارة هي الراديو (تي جي آي، 2015).

تأتي هذه المعطيات في ظل الاجتهاد الكبير للوسائل التقليدية ومحاولتها التأقلم مع العصر الرقمي؛ الأمر الذي سيتطلب منها المزيد من العمل من أجل التغلب على التراجع الطارئ أو على الأقل تبطينه. وهنا يُستذكر أن وسائل الإعلام التقليدي قد أفادت من العصر الرقمي، فقد دشنت غالبيتها مواقع إلكترونية ساهمت في استمرار انتشار بعض الوسائل التقليدية، التي أظهرت استجابة سريعة للتأقلم مع الشبكة العنكبوتية والتطورات التكنولوجية.

2.5 صدور صحيفة "إسرائيل اليوم" طفرة في الإعلام الإسرائيلي

شهد شهر تموز من عام 2007 انعطافة مهمة في تاريخ الصحافة العبرية المطبوعة، إذ ظهرت صحيفة "إسرائيل اليوم" التي توزع بشكل مجاني منذ ذلك التاريخ، وكان لهذه الصحيفة تأثير كبير على موازين القوى الإعلامية، إذ استطاعت الصحيفة التي تعتمد في دخلها على الدعايات أن تصبح الصحيفة الأولى في "إسرائيل" خلال سنوات معدودة، وأن تُنهي التفوق التاريخي لصحيفة ידיעות أحرونوت (بارزوه، 2011).

لقد أثر صدور "إسرائيل اليوم" على بقية الصحف الأساسية في "إسرائيل"، كمعاريف وهآرتس، إذ أفقد بعضها ثلاثة أرباع قوتها، وساهم في اندثار البعض الآخر، كما يوضح الجدول أدناه (جاؤوني، 2006) (توكر ن، 2016) (إسرائيل اليوم، 2015):

جدول رقم (5): نسبة مبيعات الصحف العبرية قبل ظهور "إسرائيل اليوم" وبعدها

الصحيفة	نسبة المبيعات قبل صدور "إسرائيل اليوم"	نسبة المبيعات بعد صدور "إسرائيل اليوم"
يديעות أحرونوت	43%	35%
معاريف	23%	4.6%
هآرتس	7.6%	5%
جلوبس الاقتصادي	3.3%	4%
"إسرائيل اليوم"	-----	41%

يُشار إلى أن لصحيفة "إسرائيل اليوم" تأثيراً كبيراً في تثبيت أركان حكم بنيامين نتنياهو. ففي الوقت الذي كانت تُنتهم فيه صحف ידיעות أحرונوت وهآرتس بأنها تعمل ضد نتنياهو، فإن "إسرائيل اليوم" عملت من خلال مالكها شيلدون أديلسون و-الذي يُعتبر من أصدقاء نتنياهو المقربين- على تلميع صورة نتنياهو وخدمته. يُذكر أن نتنياهو أقدم على تقديم الانتخابات عام 2015 على خلفية محاولة بعض أعضاء الكنيست منزع توزيع صحيفة "إسرائيل اليوم" مجاناً، إذ إن توزيعها المجاني ساهم في تراجع التنافس بين الصحف وأضعف الكثير منها (زرخيا، 2017).

ومن المتوقع أن يؤدي التوزيع المجاني لصحيفة "إسرائيل اليوم" إلى زيادة الأزمة التي تعاني منها بقية الصحافة المطبوعة، وتحديدًا معاريف وهآرتس. إلى جانب ذلك، ستكون الصحيفة هدفًا واضحًا في حال تغيير نظام الحكم وابتعاد الليكود بزعامة نتنياهو عن المشهد السياسي، حيث لم يعد الامتعاض من الصحيفة وطريقة عملها يقتصر على اليسار أو الوسط، وإنما هناك شريحة واسعة من اليمين باتت ترى أن هذه الصحيفة أصبحت عبثًا على التنافس الإعلامي الحر، وموجهة لخدمة تيار بعينه.

2.6 انتشار كبير ودور أكبر لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الحديث

تُعتبر "إسرائيل" من أكثر دول العالم من حيث استخدام مواطنيها للإنترنت؛ فهناك أكثر من 6 ملايين مستخدم من مجموع عدد السكان البالغ 7.8 مليون نسمة. وبخصوص استخدام شبكات التواصل الاجتماعي احتلت "إسرائيل" المرتبة الأولى عالمياً على مواقع التواصل الاجتماعي عام 2011، إذ وصلت نسبة الاستخدام إلى 53% (كول و لبون، 2014)، وقفزت عام 2015 إلى أكثر من 80% (مين و اون، 2016). ويحتل موقع الفيسبوك في "إسرائيل" المرتبة الأولى من حيث نسبة مستخدمي شبكات التواصل، (يوكوبيتس، 2014):

جدول رقم (6): شبكات التواصل الأكثر شهرة في "إسرائيل"

اسم الشبكة	نسبة مستخدميها من الإسرائيليين
الفيسبوك	أكثر من 80%
الواتساب	75%
انستغرام	51%
تويتر	20%

تفسر هذه النسب الانخفاض الذي طرأ على استخدام وسائل الإعلام التقليدية، التلفزيون والراديو والصحف التي تفقد عاما بعد آخر بعض قوتها، ويُمكن ملاحظة ذلك في التقرير السنوي للإعلام في "إسرائيل"، الذي يُشير إلى أن المواقع المختلفة على الإنترنت باتت المصدر الأول للإسرائيلي خلال استقائه للأخبار بنسبة 60%، خاصة الجيل الشاب ما بين 18-35 عاما (مين و اون، 2016).

لا تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتها على خلق جو اجتماعي عام فحسب، وإنما تساهم أيضاً في رفع سقف القضايا المشتركة في المجتمع العبري؛ فالمعطيات تُشير إلى أنها باتت ذات أثر واضح في اتخاذ القرار، خاصة أنها رفعت درجة الاهتمام لدى جزء كبير من الفئة غير المهتمة. ويظهر الدور الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في الأحداث الكبيرة في الدولة؛ فقد ذكر 33% من الجمهور الإسرائيلي أنهم يتابعون السياسيين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي مقابل 20% عن طريق التلفزيون أو الصحف (مين و اون، 2016).

وهذا ما يفسر اعتماد السياسيين الإسرائيليين على وسائل التواصل الاجتماعي كركيزة أولى في الدعاية الانتخابية، مثلما فعل الليكود بنشر فيديو "بيبي سينتر" والذي حقق 1.6 مليون مشاهدة خلال فترة وجيزة، وكان له دور كبير في رفع سقف التنافس الانتخابي؛ إذ كان على درجة عالية من الإثقان، وتميز بالبساطة وسهولة إيصال المعلومة والعزف على وتر الوضع الاجتماعي (مين و اون، 2016).

كما أن التطور الكبير في الإنترنت وتحوله إلى وسيلة مملوكة للغالبية العظمى، دفع وسائل الإعلام التقليدية إلى محاولة التأقلم من خلال إيجاد مواقع لها على الشبكة العنكبوتية، علاوة على ظهور مواقع جديدة. ففي قطاع الأخبار، استطاعت صحيفة ידיעות أحرونوت أن تحتفظ لنفسها بالمرتبة الأولى من حيث نسبة زوار موقعها ونسبة من يملكون تطبيقها، كما جاء في معطيات شركة سيميلار ويب¹⁰ (سيميلار ويب، 2016).

جدول رقم (7): المواقع الإلكترونية الأكثر تصفحاً في "إسرائيل"

اسم الموقع	نسبة من يمتلكون تطبيقه	تبعية الموقع
موقع واي نت	15.98%	يتبع لصحيفة ידיעות أحرونوت
موقع ويلا	8.52%	يتبع لشركة بيزك
ماكو	7.31%	يتبع لشركة كيشيت
القناة الثانية	6.7%	يتبع للقناة الثانية
موقع بانث	3.66%	-

يُمكن النظر إلى هذه المواقع على أنها أكثر تأثيراً من الصحف المكتوبة والراديو، وإلى حد كبير التلفزيون، حيث يتصفح تلك المواقع ملايين الأشخاص شهرياً، ومن هنا ستكون درجة تأثيرها أكبر وقدرتها

¹⁰ فيديو دعائي يظهر فيه نتنياهو وهو يزور إحدى العائلات لرعاية أطفالها، ويُختتم الفيديو بأن انتخاب نتنياهو سيضمن مستقبلاً أفضل لأبنائكم.
¹¹ شركة مختصة في دراسة قيمة المواقع على الشبكة العنكبوتية من حيث نسبة عدد المتصفحين والزوار.

على التوجيه أهم، خاصة في ظل سهولة الوصول إليها واعتمادها تقنية الفيديو القصير، سواء في الأخبار أو حتى الدعاية الإعلامية.

مؤخرًا، بات الإعلان عبر الإنترنت، سواء عبر المواقع الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي، يتجه نحو الاستحواذ على الجزء الأكبر من الكعكة الإعلامية، إذ وصل نصيبها إلى 30% من الدعاية الإعلامية ككل، بواقع 300 مليون دولار عام 2016 و250 مليون عام 2015، وباتت تقترب من الدعاية التلفزيونية التي ما زالت تحافظ على صدارتها لحصة السوق الدعائي بواقع 37%، كما هو موضح في الجدول (منظمة التسويق الإسرائيلية، 2017).

جدول رقم (8): الحصة الدعائية لوسائل الإعلام المختلفة

الوسيلة الإعلامية	نصيبها عام 2015	نصيبها عام 2016	نسبة التغيير
التلفزيون	400 مليون دولار (37%)	397 مليون دولار (37%)	- 2%
شبكات التواصل ومواقع الإنترنت	250 مليون دولار (26%)	300 مليون دولار (30%)	+ 15%
الصحف	210 مليون دولار (21%)	180 مليون دولار (18%)	- 12%
الراديو	66 مليون دولار (7%)	69 مليون دولار (7%)	+ 4%

مما سبق، وما بين الإعلام الحديث والإعلام التقليدي القديم، يُمكن استنتاج ما يلي:

أولاً: بات الإعلام الحديث يأخذ حيزًا واسعًا في السوق الإعلامي بشكل عام، ويتجه بوسائله المختلفة وتطبيقاته المتعددة ليتصدر السوق الإعلامي في "إسرائيل"، حيث إنها دولة تكنولوجية متقدمة.

ثانيًا: لم يستطع الإعلام الحديث القضاء على الوسائل التقليدية التي ما زالت تستطيع التأقلم في العصر الرقمي، رغم التراجع الحاصل على بعضها خاصة الصحف؛ ولعل ذلك يعود إلى الخصوصية التي تتمتع بها كل وسيلة إعلامية، والإرث الإعلامي المتعارف عليه في الدولة العبرية.

ثالثًا: تنصدر المواقع الإلكترونية الإخبارية، كموقع صحيفة ידיعوت أchronوت وموقع القناة الثانية المشاهد الإعلامي، وهي نفسها تستحوذ على الحصة الأكبر من السوق الإعلامي، إذ تحتل ידיعوت أchronوت إلى جانب صحيفة "إسرائيل اليوم" صدارة الصحافة المكتوبة، فيما تُعتبر القناة الثانية الأكثر متابعة، وتحديدًا في القطاع الإخباري، ويأتي ذلك في سياق مواكبة الإعلام القديم لوسائل الإعلام الحديث.

رابعًا: من المتوقع أن تستحوذ الدعاية الحديثة عبر وسائل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الحصة الأكبر من الدعاية الإعلامية في ظل القفزات المتتالية لها، من عام إلى آخر.

خامساً: ساهم الإعلام الحديث في انفتاح الإسرائيليين بشكل أكبر على الكثير من القضايا، وتحديدًا الأمنية منها، فقد حرمتهم الرقابة العسكرية من ذلك قبل العصر الديجيتالي، وهذا ما يُفسر الحراك الكبير الذي يحصل داخل المجتمع الإسرائيلي بعد كل قضية أمنية أو سياسية.

2.7 زيادة التوجه اليميني للسيطرة على الإعلام

يمكن القول إن حزب العمل، أو مباي سابقاً، هو الذي أسس "إسرائيل"، ولكن اليوم، ومنذ ثماني سنوات، اليمين هو الذي يحكم الدولة. ومع ذلك، يُتهم الإعلام بأنه إعلام يساري، وهذا ما يُفسر الحق اليميني على الإعلام؛ ولذا يسعى اليمين في السنوات الأخيرة، من خلال حكوماته المتعاقبة، إلى السيطرة على المشهد الإعلامي، وهذا ما يؤكد داني ديان¹² الذي يرى أن الإعلام في "إسرائيل" يميل تاريخياً بشكل واضح نحو اليسار، لكنه اليوم أقل يسارية (جلوبس، 2014).

ولكن اليوم، وبعد تدشين العديد من محطات التلفزة اليمينية كالقناة "20" وصحيفة "إسرائيل اليوم" في عام 2007، وتدشين مواقع ذات شعبية كبيرة كموقع ويلا المحسوب على الفكر اليميني، حصل نوع من التوازن على الساحة الإعلامية.

ورغم ذلك، ما زال اتهام الإعلام باليسارية يُسيطر على الذهنية الإسرائيلية، إذ يعتقد 63% من الجمهور أن الإعلام يساري (شترين، 2015)، ويبدو أن هذا الاعتقاد يعود إلى السعي الدائم لسيطرة اليمين على الإعلام. ينتقد الصحفي المعروف "أبيب لביא" هذا التوجه، إذ يقول إنه لا يوجد في "إسرائيل" وسيلة إعلامية يسارية واضحة سوى صحيفة "هآرتس"، فيما لا يخفى أن القناة "20" ومجلة "مكور ريشون" وصحيفة "إسرائيل اليوم" وراديو "جلي إسرائيل" كلها يمينية بشكل واضح وعلني (لביا، 2015).

وهكذا، وبعد ظهور العديد من وسائل الإعلام اليمينية، وضع اليمين الإسرائيلي بزعامة الليكود وبنيامين نتنياهو العديد من الخطط للسيطرة على الإعلام بشكل كبير، فقد عمل نتنياهو خلال ولايته كوزير للإعلام إلى جانب رئاسة الحكومة على إضعاف البث الإعلامي، فرفض سن قانون "إسرائيل اليوم"¹³، وسمح بتفكيك البث العام وتقسيم هيئة البث الجديدة، علاوة على مخطط تقسيم القناة الثانية (كسبي، 2015) الأكثر شعبية في "إسرائيل". وفي سبيل ذلك، يستغل اليمين الغالبية التي يتمتع بها في الكنيست، ويجعل من صحيفة هآرتس الشماعة التي يعلق عليها يسارية الإعلام في الدولة.

3. الفصل الثالث: الإعلام العربي في "إسرائيل" والفلسطينيون في الإعلام العبري

بسبب الدواعي الأمنية، تقوم "إسرائيل" بتجنيد الدعاية الإعلامية في القضايا الخارجية والأمنية وفق رؤية الدولة، وذلك من خلال الرقابة العسكرية والسياسية. ولعلّ من أبرز القضايا التي تلاقى صدًى وتغطية

¹² سياسي واقتصادي إسرائيلي، ترأس مجلس مستوطنات الضفة الغربية ما بين 2009-2013.

¹³ يهدف مشروع القانون إلى منع توزيع صحيفة "إسرائيل اليوم" مجاناً، بهدف خلق جو من التنافس مع الصحف الأخرى.

كبيرة في وسائل الإعلام العبرية المختلفة هي القضية الفلسطينية والفلسطينيون في الأراضي المحتلة عام 1948 الذين يحملون الجنسية الإسرائيلية، وتزيد نسبتهم عن 20% من سكان الدولة.

3.1 العنصرية في الإعلام الإسرائيلي تجاه الفلسطينيين في الداخل

من المؤكد أن الفلسطينيين في الداخل المحتل الذين يحملون الجنسية الإسرائيلية يواجهون معاناة شديدة ويتعرضون لتمييز عنصري في كافة المجالات، وهذا أمر لا تنكره القيادات الإسرائيلية ولا ينفية الواقع (ديتال، 2013). ولكن ما يدفع إلى القلق بشكل كبير هو تبني اليمين الحاكم هذه السياسة، وجعلها جزءاً من الدعاية الإعلامية والانتخابية، وتحت شعار أن العرب لا ينتمون للدولة ويجب استئصال شأفتهم القومية.

لا يختلف الواقع الإعلامي للفلسطينيين في الداخل كثيراً عن الواقع العنصري الذي يواجهونه، فرغم أنهم يشكلون 20.5% من سكان الدولة، إلا أن وجودهم على الساحة الإعلامية في كافة قطاعاته تبلغ 3% فقط، فيما يسيطر اليهود على وسائل الإعلام المؤثرة بشكل كامل (مين و لبؤون، 2012)

كما يتم تناول العربي الفلسطيني في الداخل المحتل في وسائل الإعلام بنسب لا تمثل نسبة وجوده داخل المجتمع. فحسب الإحصائيات، لا يظهر العربي في البرامج الترفيهية، ونسبة ظهوره في الأحداث الجارية فقط 2%، وهي نفس النسبة في الأحداث والقصص الإنسانية التي يحتلها اليهودي بنسبة 98% (اجندا، 2010). ولكن يظهر العربي بشكل كبير عند الحديث عن القضايا الجنائية والأمنية؛ الأمر الذي يعكس الرغبة الإسرائيلية في التحريض على العربي، ووسمه بالسلمات غير الإنسانية، ورفض وجوده، حتى وإن بمفهوم ثقافي "إسرائيلي".

تشير معطيات حركة بنيما¹⁴ إلى أنه يُمكن تلخيص العنوان الإعلامي الأبرز تجاه العرب "بأن على العرب مغادرة الدولة". وهذه النظرة تجاه الفلسطينيين ليست وليدة فكر محدد داخل المجتمع الصهيوني، بل تتبناها الغالبية الحاسمة في الدولة العبرية. وشعور العرب بأنهم مواطنون من الدرجة الثانية، ينطبق أيضاً على الساحة الإعلامية التي تهمل العربي، وتحرمه من أن يكون بنفس درجة المواطنة في دولة تدعي الديمقراطية (مدجام، 2017).

إن إصرار الحكومات الإسرائيلية المتتالية وسياستها الإعلامية في تنحية العربي، يمكن فهمها في إطار إبقاء العربي خارج دائرة التأثير وإظهاره بمظهر الدونية داخل المجتمع، وترسيخ مفهوم أن الدولة العبرية هي فقط لليهود، خاصة في ظل تزايد المطالبة بفرض يهودية الدولة، ومطالبة العالم بالاعتراف بها كدولة يهودية.

3.2 أبرز وسائل الإعلام العربية في "إسرائيل"

حاولت "إسرائيل"، ومنذ تأسيس التلفزيون الرسمي، أن تجعل القسم العربي فيه المرجع الإعلامي المرئي للعرب؛ لتشكل من خلاله رأياً عاماً محدداً، ولتروج نفسها على أنها دولة لكل مواطنيها. ويُذكر أن

¹⁴ حركة اجتماعية غير سياسية، تهدف إلى القضاء على الفجوات داخل المجتمع الإسرائيلي.

كافة الأقليات في "إسرائيل" كالروس والإثيوبيين يملكون قنوات تلفزيونية خاصة بهم منذ وقت طويل، وسبقوا العرب كثيراً، رغم أن عدد السكان العرب في "إسرائيل" يفوق تلك الأقليات مجتمعة.

في عام 2012، وبعد سنوات طويلة من المطالبة بدأت منذ عام 1996، وافقت الحكومة الإسرائيلية للعرب على تدشين قناة عربية، هي قناة "هلا TV" التي وصفها الجمهور الإسرائيلي، وقبل انطلاقتها، بصفات عدائية، فقد أثار شلومي ديسكل¹⁵ سؤالاً مفتوحاً: هل يشاهد ويستمتع اليهود حتى للقناة العربية الرسمية "33"؟. الجواب البيدهي بالطبع لا، فلكل خصوصيته وثقافته التي يتبناها، إلا أن "إسرائيل"، وخاصة بمكوناتها اليمينية، تسعى لفرض هوية خاصة على كل مكونات الدولة، وفرض ما يجب على العرب سماعه ورؤيته، وليس من المستبعد أن يتم إغلاق "هلا TV" تحت ذرائع متنوعة يُحسن اليمين الإسرائيلي اختلاقها بشكل جيد (ديكسل، 2012).

وحيال الصحافة المكتوبة، عمدت أول حكومة إسرائيلية برئاسة ديفيد بن جوريون، إلى إغلاق كافة الصحف الفلسطينية في الدولة حديثة الولادة (كبها، 2006)، إلا أن الصحافة الفلسطينية في الداخل المحتل، أعادت ترتيب أوضاعها، ورغم وجود العديد من الصحف والمجلات العربية، إلا أن واحدة فقط تصدر بشكل يومي، وهي صحيفة الاتحاد (فابل، 2012)، فيما تصدر مجلات وصحف مشهورة، كبنوراما وكل العرب والصنارة بشكل أسبوعي.

أنشأت "إسرائيل"، وبهدف مخاطبة العرب في الداخل المحتل والمحيط، محطة راديو تحت اسم "صوت إسرائيل". ورغم محاولات ثني العرب الفلسطينيين عن السعي إلى تدشين راديو خاص بهم، إلا أنهم استطاعوا عام 2003، وبعد عقود من النضال، تدشين أول محطة راديو باسم الشمس التي احتلت المركز الأول لدى الفلسطينيين من حيث نسبة الاستماع، متفوقة على "صوت إسرائيل" الناطق بالعربية، وكذلك بقية المحطات الناطقة بالعبرية (فولس، 2016).

في "إسرائيل"، ليس من السهل تدشين الوسائل الإعلامية، وإنما تحتاج إلى إجراءات طويلة بسبب التدخل الكبير للحكومة في وسائل الإعلام، ويعود ذلك غالباً إلى الحجج الأمنية. لكن ما يمكن الجزم به، هو أن التعقيدات تزداد تجاه العرب تحديداً، كما يقول دان كسبي¹⁶. ورغم التصريحات المتكررة للحكومات الإسرائيلية المتفخرة بالديمقراطية، ونفيها حرمان العرب من امتلاك وسائل إعلامية، إلا أن الواقع يكذب ذلك (ديكسل، 2015).

3.3 القضية الفلسطينية في الإعلام العبري

من الواضح أن الإعلام الإسرائيلي في تناوله للموضوع الفلسطيني يتناغم مع التوجه السياسي لحكوماته المتعاقبة، ويتأثر بالمستوى السياسي إلى حد كبير مقابل تأثير عكسي ضعيف. ولبيان ذلك،

¹⁵ مغني إسرائيلي من المتدينين الحريديم.

¹⁶ صحفي كبير نشر مئات المقالات في الصحف العبرية المشهورة، منها هآرتس ويديعوت أحرونوت والعين السابعة.

تتناول هذه الدراسة أربع قضايا فلسطينية، وتوضح كيفية تغطيتها في الإعلام العبري، وهي: القيادة الفلسطينية، ومقتل الفلسطيني، ومستقبل الضفة الغربية، والحروب الإسرائيلية على غزة.

أولاً: القيادة الفلسطينية: يظهر التغيير الكبير على التغطية الإعلامية العبرية حسب التوجه السياسي، فقد ركزت الصحافة العبرية في تغطيتها خلال سنوات المفاوضات في التسعينيات، على وجود شريك فلسطيني قادر على تحقيق السلام في إشارة إلى الرئيس الفلسطيني الراحل ياسر عرفات. ولكن بعد اندلاع الانتفاضة الفلسطينية الثانية عام 2000، لم يعد ياسر عرفات نفسه في الصحافة العبرية شريكا حقيقيا للسلام، وإنما محرض على "الإرهاب" (بائير، 2005)، وهذه النظرة نابعة من النظرة السياسية التي قادها شارون ضد عرفات.

وبعيد وصول أبو مازن "محمود عباس" إلى رئاسة السلطة الفلسطينية، بدأت محادثات جديدة بين الفلسطينيين والإسرائيليين، ونال أبو مازن تغطية واسعة في الإعلام العبري، ركزت على وجود شريك فلسطيني يسعى للسلام، وكان الشعار الأبرز للصحف العبرية الأساسية هو: "יש עם מי לדבר"، أي "يوجد من نستطيع الحديث معه"، واقترب الطرفان برئاسة أبو مازن وإيهود أولمرت¹⁷ من توقيع اتفاق تاريخي، قبل تورط أولمرت بقضايا فساد أوصلته إلى السجن (بيششكروف، 2013).

اليوم، وباستثناء صحيفة هآرتس، يضع الإعلام العبري غالبية المسؤولية عن وصول عملية السلام إلى طريق مسدود على الجانب الفلسطيني، وتحديدًا على الرئيس أبو مازن، وقد ساهمت التغطية الإعلامية في ارتفاع نسبة الإسرائيليين الذين يعتقدون بعدم وجود شريك فلسطيني للسلام إلى 62%، ويمكن إرجاع ذلك إلى النهج السياسي الذي اتبعه نتنياهو بعد وصوله إلى الحكم منذ عام 2009، حيث ركز بشكل كبير على نفي وجود شريك فلسطيني (باروخ، 2012).

ثانياً: مقتل الفلسطيني برصاص الاحتلال الإسرائيلي: تكاد وسائل الإعلام العبرية تجمع على دعم الحالات التي قتل فيها الجيش الإسرائيلي فلسطينيين بذريعة وجود خطر على حياة الجندي أو النية لتنفيذ عملية مقاومة. أما في حال القتل دون وجود ذريعة، فتتعهد الصحافة العبرية إهمال الحدث، ومثال ذلك، عندما قُتل المواطن الفلسطيني في نابلس عنان الطيبي عام 2007 عن طريق الخطأ وفق ما تقول الصحافة العبرية. كانت تغطية الصحف العبرية الكبرى الثلاث للحدث على هامش الأخبار، فذكرته ידיעות أحرونوت في الصفحة التاسعة، وضمن خبر اعتقال مطلوبين للاحتلال، فيما أهملت صحيفة معاريف الحدث نهائياً، وذكرته صحيفة هآرتس في عنوان فرعي في الصفحة الرابعة؛ مما يشير إلى عدم اهتمام الإعلام العبري بمقتل الإنسان الفلسطيني على يد الجيش الإسرائيلي، وكأنه خبر لا يستحق التطرق إليه (كيشيب، 2012).

ثالثاً: مستقبل الضفة الغربية: وباستثناء صحيفة هآرتس أيضاً، فإن كل الإعلام العبري بات يُسلم بضرورة وجود المستوطنات وبقيائها ضمن المكونات الأساسية للدولة العبرية. قد تختلف الرؤية بين وسيلة إعلامية

¹⁷ رئيس الحكومة الإسرائيلية السابق، يقضي اليوم حكماً بالسجن على خلفية قضايا فساد.

وأخرى وفق التوجه السياسي لها، لكنها في المحصلة تُجمع على أن حلّ القضية الفلسطينية بالصيغ الواردة في اتفاق أوسلو قد انتهى.

بصورة أخرى، بات إهمال القضية الفلسطينية واضحاً في الإعلام الإسرائيلي، وباتت تُطرح حلول مختلفة للتجمعات الاستيطانية، كإبقاء التجمعات الكبرى أو ضم كامل المناطق "ج" أو حتى ضم الضفة الغربية بالكامل. وأصبح موضوع الانسحاب من الضفة وعملية السلام على هامش أولويات الصحف، ويمكن ربط ذلك بالتوجه السياسي اليميني منذ عام 2009 الذي عمل وما زال يعمل على توسيع الاستيطان والمطالبة بضم المستوطنات، على الأقل الكبرى منها (تاوسيج، 2014).

رابعاً: الحروب المتتالية على غزة: أظهرت وسائل الإعلام الإسرائيلي توجهها عدائياً بهذا الشأن، وأبدت دعماً كبيراً للمستوى السياسي في حروبه ضد غزة، رغم حجم القتل والدمار الذي تسبب به الجيش الإسرائيلي. ويُمكن إجمال التغطية الإعلامية لحروب "إسرائيل" على غزة ضمن الخطوط العريضة التالية (لهاب، 2012)، (زيمان، 2014):

1. إظهار التضامن الكبير مع القيادة السياسية، والحرص على توحيد الجبهة الداخلية دون التطرق لأهداف الحروب، وإن كانت تخدم المصالح الإسرائيلية.
 2. إهمال المعاناة الفلسطينية، والادعاء بأن صور القتلى في غزة هي صور مقاتلين، رغم أن الحقيقة أثبتت عكس ذلك.
 3. إظهار "إسرائيل" على أن يدها العليا في الحرب، وعلى أنها موحدة في مواجهة حركة حماس، رغم أن الخلاف الجماهيري حيال التوجه لهذه الحروب كان كبيراً في ظل معاناة جزء من السكان من القصف القادم من غزة.
 4. العمل على رسم صورة "إسرائيل" على أنها ضحية، فيما حركة حماس هي الطرف المعتدي، رغم أن الكثير من المشاهد التي عرضها الإعلام نفسه خالفت تلك الصورة.
 5. عدم التطرق إلى حقيقة أن الحروب تهدف إلى تحقيق مصلحة بعض التيارات السياسية الإسرائيلية، وأن الخروج للحرب كان لدفع عجلة الخلافات إلى الأمام، وتحديدًا حرب عام 2012.
 6. رسم صورة الجندي البطل في المعركة، رغم أن التحقيقات أشارت إلى أن الكثير من الجنود رفضوا المشاركة البرية في حرب 2014، وأن الرعب سيطر بشكل كبير على سلاح المدرعات الإسرائيلي.
 7. إخفاء وسائل الإعلام المختلفة الكثير من المعلومات السلبية؛ وذلك من أجل دعم القيادة السياسية والأمنية وتوحيد الجبهات المختلفة، كما يقول لهاب وزيمان.
- ليس من الغريب أن يلعب الإعلام العبري دوراً أساسياً في خدمة قضايا دولته، لكن تزييف الحقيقة يمثل مخالفة جوهرية لطبيعة العمل الإعلامي الذي من واجبه رقابة سلوك السياسيين، وتقديم الصورة الحقيقية للأحداث على الأرض.

4. الفصل الرابع: ملكية الإعلام وعلاقته بالسياسة في "إسرائيل"

تتركز ملكية وسائل الإعلام في "إسرائيل" بأيدي عائلات المال التي لها مصالح تجارية قوية داخل الدولة، الأمر الذي أثار الشكوك حيال علاقات حيتان المال والإعلام بالسياسة في "إسرائيل". يتطرق هذا الفصل لأبرز عائلات الإعلام في "إسرائيل" والآثار السلبية الناتجة عن تركيز ملكية وسائل الإعلام بأيدي عائلات بعينها، ويستعرض نماذج عن العلاقة المثيرة ما بين الإعلام والمال والسياسة في "إسرائيل".

4.1 عائلات الإعلام في "إسرائيل"

في "إسرائيل"، يشتهر الإعلام العبري بأن ملكيته هي ملكية خاصة لعائلات تمتلك أموالاً طائلة، فبات مصطلح عائلات الإعلام من المصطلحات الشائعة لدى شريحة واسعة من الجمهور الإسرائيلي، وقد يكون ذلك قد تدرج تدرجاً طبيعياً، إلا أن تركيز وسائل الإعلام ذات الثقل في أيدي عائلات معينة، بات موضوع نقاش جماهيرياً.

وباستعراض ملكية أبرز وسائل الإعلام في "إسرائيل"، يتضح أن عائلات محددة تمتلك غالبية الحصص أو كلها في وسائل إعلامية بعينها، كما هو الحال عند الحديث عن الصحف العبرية الخمس الأبرز في "إسرائيل"، كما يوضح الجدول التالي (أجمون و تسديك، 2013).

جدول رقم (9): ملكية الصحف العبرية الأكثر انتشاراً في "إسرائيل"

اسم الصحيفة	المالك	نسبة الملكية
يديעות أحرونوت	عائلة موزيس	85.8%
معاريف	مجموعة بن تسيبي	100%
هآرتس	عائلة شوكو	60%
إسرائيل اليوم	شيلدون إدلسون	100%
جلوبس	اليعزر فيشمان و عزبون حاييم بار اون	57.10% و 42.9%

صحيفتا يديעות أحرونوت و "إسرائيل اليوم" هما الأكثر انتشاراً وأكثر ما يقرؤه الجمهور الإسرائيلي، إذ تحصلان سوياً منذ ما يزيد عن عشر سنوات على 80% فأكثر من حصة السوق الصحفي المطبوع، وهذا مدخل مهم لتمكين ملك الصحف من فتح علاقات شخصية وخدمة أطراف بعينها، وربما تحقيق أهداف شخصية وذاتية كما سيوضح لاحقاً (توكر ن، 2016).

لا يختلف الحال كثيراً بالنسبة لوسائل الإعلام المرئية، حيث تركزت ملكية جزء منها بأيدي رجال أعمال بارزين، كما هو موضح في الجدول التالي (إبراهام، 2014)، (أجمون، 2011)، (العين السابعة، 2016).

جدول رقم (10): ملكية أبرز وسائل الإعلام المرئي والمسموع في "إسرائيل"

الوسيلة الإعلامية	المالك	نسبة الملكية
شركة ريشت المسؤولة عن بث 50% من القناة الثانية الأكثر شعبية وإدارتها	عوفر وأنجيل و أبي جلعادي	51% و 20%
شركة كيشت المسؤولة عن بث 50% من القناة الثانية الأكثر شعبية وإدارتها	دودي فرتهايم و جال نئور	51% و 20%
القناة العاشرة	مجموعة آر جي أي و يوسي ميمان	51% و 33.5%
شركة هوت المسؤولة عن بث مجموعة من وسائل التلفزة	باتريك درهي	100%
شركة يس "yes"، المسؤولة عن بث 43% من القنوات الإسرائيلية	شأؤول الوبيتس	100%

الأكثر تأثيراً من الناحية المجتمعية والسياسية هما القناة الثانية والقناة العاشرة، حيث تحوزان على نسبة مشاهدة عالية، وتحديداً نشرات الأخبار الرئيسية التي بُثت الساعة الثامنة مساءً بنسبة تزيد عن 40% مقابل 5.6% لأخبار القناة الرسمية؛ مما يعطي مؤشراً قوياً على قدرة تلك النشرات في توجيه الرأي العام. ورغم أن أخبار المواضيع الأمنية تمر على الرقابة العسكرية قبل عرضها، إلا أن المواضيع الداخلية التي تُغطّيها تلك القنوات تتمتع بقسط وافر من الحرية الجزئية، وتحديداً في نشراتها الإخبارية ساعة الذروة التي تستحوذ على تأثير كبير في توجيه الرأي العام؛ وهذا ما يُفسر حجم الدعايات الكبير خلال نشرات القنوات الأساسية عند الساعة الثامنة بالتوقيت المحلي (تاكر، 2012).

4.2 انعكاسات تركيز ملكية الإعلام في رأسمال محدد

لا شك أن وسائل الإعلام المختلفة، كالتلفزيون والراديو والصحافة المكتوبة وغيرها، هي مكون مهم لتحقيق الديمقراطية في أي مجتمع، وكلما زاد مستوى التنافس بين هذه الوسائل تحققت الحقوق الأساسية والمصلحة العامة، وذلك من خلال تقديم الإعلام للقضايا الأهم والأبرز التي تمس الشؤون المختلفة لمعظم الجمهور.

ووفق المعطيات المذكورة في المبحث أعلاه التي تؤكد تركيز ملكية وسائل الإعلام في أيدي محدودة وقليلة، ولأن وسائل الإعلام التجارية مرتبطة بشخصيات سياسية حكومية، فإن الأمر سيفتح العلاقة بين الجانبين، أي ملاك الإعلام والسياسيين على مخاطر علاقة المال والحكم وأضرارها، وما قد يتبعها من تشويه للمنظومة الديمقراطية، واحتمال انتشار الفساد بدرجات مختلفة. ومن هذه المخاطر ما يلي (جوشان، لوشين، وازراخي، 2003):

1. المساس بحرية التعبير داخل المجتمع، إذ بإمكان ملاك وسائل الإعلام التعاطي مع وجهات نظر معينة ومحدودة داخل المجتمع.

2. خلق توجهات سياسية داخل المجتمع، من خلال التعاطي مع تيارات سياسية بعينها، وبثورة صورة معينة عن بعض السياسيين، سواء إيجابية أو سلبية.

3. امتلاك قدرة ردع كبيرة تجاه المؤسسة الحاكمة، إذ ستجد الحكومة نفسها مضطرة لمهادنة وسائل الإعلام هذه؛ مما سيساهم في تقليل الرقابة الخارجية عليها؛ وهذا ما يُفسر حرص بعض السياسيين على إقامة علاقات طيبة مع العديد من وسائل الإعلام وعدم المساس بها (أجمون و تسديك، 2013).

4. غياب المنافسة الاقتصادية والإعلامية. فعلى سبيل المثال، تملك عائلة فيشمان أسهماً في صحف جلوبس ويديعوت أحرونوت وشبكة هوت؛ الأمر الذي سيُضعف المنافسة ويفقدها مضمونها، هذا إلى جانب تقديم وسائل الإعلام المملوكة مضامين معينة لنفس العائلات (أجمون، 2011).

5. زيادة تأكيد علاقة المال بالسياسيين في "إسرائيل" التي تعني، وفق تقرير لجنة فحص العلاقة بين المال والسياسة، أن حيتان المال في "إسرائيل" لهم تأثير كبير على الحكم (لجنة فحص علاقة المال والحكم، 2012)، وهذا مدخل مهم للعلاقة الثنائية التي تلبي بعض المصالح، إذ يدور الحديث عن منظومة إعلامية بإمكانها التضليل لتحقيق المصالح.

خلاصة الأمر، إنَّ تركيز وسائل الإعلام في أيدي عائلات معينة وأشخاص محددين يقود العلاقة مع السياسيين باتجاه مفهوم "خذ وأعط"، أي أن فرصة التورط في علاقات مشبوهة بين الطرفين ستكون كبيرة، وانعكاساتها على المنظومة الديمقراطية خطيرة.

4.3 الإعلام الإسرائيلي في خدمة من؟

تُعتبر وسائل الإعلام أحد أضلاع مثلث القوة في أي مجتمع ديموقراطي، إلى جانب المستوى السياسي البيروقراطي، وكذلك أصحاب المال والمنظمات المالية الكبرى. من هنا فإن قوة الإعلام يجب ألا تكون أقل من قوة الضلعين الآخرين؛ لأن هذا سيفتح المجال لأن يكون الإعلام أداة في يد أحدهما أو كليهما.

من البديهي أن يخدم الإعلام المصلحة العامة داخل الدولة، وأن يخدم الدولة في أوقات الأزمات، وأن يقدم القضايا الاجتماعية الحساسة، وخاصة ما يتعلق بقضايا الفقراء والأقليات، وأن يكون سنداً لهم في الدفاع عن حقوقهم، وحصناً منيعاً لهم من تغوّل الدولة وسطوتها في ظل الأدوات الكبيرة التي تمتلكها.

في "إسرائيل" كثيراً ما يُطرح سؤال: الإعلام يخدم من؟ مما يعني أن مجرد طرح هذا السؤال، ينطوي على وجود اعتقاد بأن الإعلام الإسرائيلي لا يخدم القضايا المنوطة به بالشكل المطلوب، ويبعث الهواجس على تورط الإعلام بعلاقات مشبوهة مع السياسيين وأصحاب المال على حدّ سواء (ينسحاك، 2010).

يشير "توكير" إلى أن الإعلام في الغالب يقف عاجزاً أمام ضغط الجهات السياسية، مضيفاً أن الكثير من الصحفيين الذين يبادرون إلى كتابة تحقيقات حول قضايا تتعلق بالسياسة والحكم، يُمنعون من النشر

والاستمرار في جزء كبير من تحقيقاتهم، وبالتالي فإن الجواب الأكثر وضوحاً على السؤال المطروح، هو أن الإعلام يخدم السياسيين، ليخدم السياسيون أصحاب رأس المال (توكير، 2016).

إلى جانب ذلك، فإن عائلات المال في "إسرائيل" التي تتركز في أيديها ملكية أبرز وسائل الإعلام، هي ذاتها تمتلك شركات كبرى في الدولة. فعلى سبيل المثال لا الحصر، يسيطر يتسحاق تشوبا على حقول تمار ولفيتان، ويملك 20% من شركة كيشنت. وشركة المشروبات الخفيفة، والبنك الشرقي "همزراخي"، وشركات أخرى، مملوكة لحدودي فرنهايم، الذي يملك 50% من الشركة التي تملك 50% من حقوق البث للقناة الثانية. وهذا هو الحال بالنسبة لغالبية وسائل الإعلام، الأمر الذي يشير بشكل كبير إلى مدى التداخل بين المال والسياسة في ظل انحصار ملكية الإعلام في أيدي حيتان المال والأعمال (أجمون و تسديك، 2013).

بالطبع لا يخدم الإعلام رجالات المال والسياسة فقط، بل يخدم قضايا اجتماعية عامة، لكن حيتان المال الذين يسيطرون على الإعلام يوجهون تلك القضايا باتجاه مصالحهم المشتركة مع السياسيين. فعلى سبيل المثال، تخدم صحيفة "إسرائيل اليوم"، المملوكة لشيلدون أدلسون، صديقه نتنياهو. صحيح أن كل وسيلة إعلامية تعرض وجهة نظرها فيما يتعلق بالقضايا العامة، إلا أن التأثير الأكبر سيكون لوسائل الإعلام القوية، وهي "إسرائيل اليوم"، ويديعوت أحرونوت، والقناة الثانية (رادا، 2008).

وبسبب التداخل الكبير بين ملاك وسائل الإعلام وأصحاب المال والسياسيين، فإن النتيجة الطبيعية هي أن يخدم الإعلام، بالدرجة الأولى، المصالح المتداخلة: أصحاب المال ورجالات السياسة. أما القضايا العامة، فتأتي خدمتها بدرجة متأخرة، ولا يضمن أحد مدى النقاء الإعلامي في خدمتها، ولعل انخفاض ثقة الجمهور الإسرائيلي بالإعلام إلى الثلث، كما تم توضيح ذلك سابقاً، يدل على قناعة المواطن بأن للإعلام أجندته الخاصة.

ويبدو أن ارتباط الصحف المطبوعة بالسياسيين، سيستمر في التصاعد، ويعود ذلك إلى رغبة أصحاب هذه الصحف في الحفاظ على مكانتها؛ بسبب تراجع قيمة الصحافة المطبوعة في ظل الثورة التكنولوجية الكبيرة، كما أن العلاقة مع السياسيين قد تخدم الصحافة في إطار تلقي عروض لتغطية الأحداث، وكذلك جلب الإعلانات من الحكومة والوزارات المختلفة، وهذا بدوره يضمن للصحافة المطبوعة دخلًا إضافيًا مستمرًا.

4.4 علاقة المال بالسياسة: قضايا بارزة وفساد واضح

"إسرائيل" من الدول التي ينتشر فيها الفساد السياسي بشكل كبير. ففي فترة كتابة هذا البحث، يقضي رئيس الحكومة السابق إيهود أولمرت عقوبة بالسجن بتهمة الرشوة وإساءة الائتمان، ويتم التحقيق مع رئيس الحكومة الحالي بنيامين نتنياهو، علاوة على التحقيق مع أرئيل شارون رئيس الحكومة الأسبق، وقبل عدة أسابيع فقط غادر موشيه كاتساف، الرئيس الإسرائيلي الأسبق، أسوار السجن، إضافة إلى سجن العديد من الوزراء والتحقيق معهم.

تتضمن ملفات التحقيق علاقة السياسيين بوسائل الإعلام التي كان آخرها التحقيق مع بنيامين نتنياهو، بشأن علاقته مع مالك صحيفة يديعوت أحرونوت. يقول "توكير" إن التراجع الاقتصادي للصحف

المطبوعة في السنوات الأخيرة، هو سبب زيادة تعلق الصحافة بالسياسيين، وبالتأكيد هو نفس سبب انتشار الفساد تحت عنوان "مال وحكم" (توكير، 2016).

4.4.1 الملف 2000 حول شبهة العلاقة بين نتنياهو ومالك ידיעות أحرونوت

ملف 2000، أو ما يطلق عليه ملف نتنياهو/ موزيس، تم بدء التحقيق فيه مع مطلع شهر كانون ثاني من عام 2017، بشبهة وجود علاقة "خذ وهات" بين الرجلين، إذ تعهد نتنياهو لنوبي موزيس بالعمل على وقف توزيع صحيفة "إسرائيل اليوم" بشكل مجاني، مقابل أن تقوم ידיעות أحرونوت بتقديم نتنياهو بصورة إعلامية أفضل. وقد فُتح التحقيق بعد أن وصلت تسجيلات للمكالمات بين الرجلين إلى الشرطة، علاوة على لقائهما اثنتي عشرة مرة. يستفيد مالك ידיעות أحرونوت من منع صدور "إسرائيل اليوم" بشكل مجاني بأن تعود ידיעות للصدارة، وتحافظ على شعبيتها التي انخفضت لصالح غريماتها "إسرائيل اليوم"، فيما يضمن نتنياهو ولاء صحيفة ידיעות، وهي الصحيفة الأكبر التي تعتبر من الصحافة المعارضة له (اشكنازي، 2017).

ألزمت هذه القضية نتنياهو بالتنازل عن حقيبة الاتصالات لصالح الوزير هنجبي، ومن المتوقع أن تساهم في تقديم لائحة اتهام ضد نتنياهو، إلى جانب ملفات الفساد الأخرى التي يتم التحقيق معه بشأنها. يقول ألوف بن، الصحفي الإسرائيلي المخضرم، إن هذه الصفقة هي صفقة لحماية المال والسياسة، حيث أراد موزيس حماية ماله وتوسيع انتشار الصحيفة، فيما أراد نتنياهو الاستمرار في الحكم (بن، 2017).

ولعل مخاطبة موزيس لنتنياهو، بأنك "ستبقى رئيس الحكومة إلى متى نشاء إذا اتفقنا"، تدل على حجم العلاقة التي سبقت الانتخابات الأخيرة، وتُشير بشكل واضح إلى التداخل بين المال الإعلامي والسياسيين، والسبب المباشر لذلك هو تركيز ملكية الصحيفة بيد جهة بحد ذاتها، وهذا بدوره يسهل مثل هذا النوع من الصفقات، ليس لحماية الوسيلة الإعلامية المتورطة في الصفقة فحسب، وإنما لحماية المصالح الاقتصادية والتجارية الأخرى لملاكها (لم، 2017).

4.4.2 العلاقة بين إيهود أولمرت ويديעות أحرونوت

كما أن رئيس الحكومة الإسرائيلية السابق، إيهود أولمرت، الذي يقضي حكماً بالسجن على خلفية إدانته بقضايا فساد، واجه هو الآخر تُهماً بالعلاقة مع مالك صحيفة ידיעות أحرونوت، فقد أثّرت الشكوك حول طبيعة العلاقة بين الطرفين التي وصلت إلى درجة تبادل المصالح بينهما، إذ قدّم أولمرت صحفيي ידיעות ومالكها موزيس، مقابل تغطية الصحيفة لشخص أولمرت تغطية رائعة، حتى في وقت التحقيق معه في قضايا فساد (باز، 2016).

والذي كشف العلاقة بين أولمرت ومالك صحيفة ידיעות، هو محلل الصحيفة ناحوم برنع، الذي تحدث عن علاقة وثيقة بين الاثنين، وعن قيام أولمرت بتجسيد علاقة خاصة مع مراسليها. يُذكر أن العلاقة بين الجانبين كانت مفاجئة، إذ كان أولمرت قد تبنى، ولسنوات طويلة، موقفاً يرى فيه أن صحيفة ידיעות

لا يمكن الثقة بها، لكن العلاقات أخذت منحى آخر، لا يمكن تفسيره سوى بالنقاء مصالح الطرفين، ودخولها تحت عنوان "خذ وهات" (توكير، 2016) (ابناري، 2012).

4.4.3 علاقة نتنياهو بصحيفة "إسرائيل اليوم" وموقع ويلا

يُعتبر موقع ويلا من أكثر المواقع الإلكترونية متابعة في "إسرائيل"، وتتصدر صحيفة "إسرائيل اليوم" المشهد الصحفي المطبوع؛ كونها توزع مجاناً. واليوم تُثار علامات استفهام حول علاقتهما مع نتنياهو. تعود ملكية موقع ويلا إلى شأؤول أوبيننس، وهو أيضاً مالك شركة بيزك. وكان المحامي شأخر بن مائير، قد رفع كتاباً إلى مسؤول الحريات والإعلام في مكتب رئيس الحكومة، يستفسر فيه عن عدد اللقاءات التي جمعت نتنياهو مع مالك بيزك، الأمر الذي رفض كلا الطرفين الكشف عنه. ووفق التهم الموجهة، فإن نتنياهو كوزير للاتصالات عمل على خدمة بيزك مقابل تغطية إعلامية جيدة له في موقع ويلا، ويُمكن ملاحظة هذه التغطية الجيدة بشكل واضح من خلال متابعة الموقع (زنجر، 2016) (برسكو، 2016).

صحيفة "إسرائيل اليوم"، وكما تم تفصيل ذلك أعلاه، تُعتبر تحت سيطرة نتنياهو بشكل كبير، لدرجة وصفها بأنها مملوكة لنتنياهو وليس لشيلدون إديلسون. ولا يخفي نتنياهو ذهابه للانتخابات عام 2015 من أجل الوقوف ضد قانون يعيق توزيع الصحيفة مجاناً. وحسب الكثيرين، تُعتبر تلك العلاقة علامة الفساد الإعلامي في "إسرائيل"، لكن لا توجد دلائل قانونية يمكن الاعتماد عليها في إدانة تلك العلاقة (تيك ديبكا، 2017).

ما ذكر أعلاه هو عينة من تلك العلاقات المشبوهة بين مثلث المال والإعلام والحكم في "إسرائيل". فهناك قضايا فساد واجهت عوفر نمرودي مالك صحيفة معاريف، وعلاقته بمجموعة من السياسيين، وهناك تهم موجهة إلى وسائل إعلام ناطقة باللغة الروسية، حول تهريب أموال لصالح حزب الروس "إسرائيل بيتنا"، وقضايا فساد كبيرة طالت الحزب، وهددت مكانته في المجتمع الإسرائيلي (ادلمان، 2016).

يُمكن النظر إلى الفساد في الإعلام الإسرائيلي، بأنه نتيجة طبيعية لانتشار الفساد في منظومة الحكم في "إسرائيل" التي طالت كل رؤساء الحكومات خلال العقد ونصف العقد الأخيرين، الأمر الذي سيؤسس لإعلام مهزوز وفاقد لدوره التاريخي، وسيستمر في تسجيل انخفاض دراماتيكي في نسبة الثقة الممنوحة له في المجتمع العبري.

5. الخلاصة والتوصيات

شهدت الآلة الإعلامية الإسرائيلية ذات التطورات التي شهدتها نظيراتها في دول العالم المتقدم، ويُمكن الجزم بأن "إسرائيل" فاقت بعض تلك الدول؛ كونها دولة تكنولوجية متقدمة، تواكب الإعلام وتطوراته، وتسعى لوضع قدم لها في منظومته الكونية، واستطاعت تدشين إعلام متقدم ذي قدرة كبيرة على توجيه الداخل ومخاطبة الخارج. ويُمكن تلخيص التحولات في الإعلام العبري على النحو التالي:

1. في ظل العولمة، باتت "إسرائيل" تعاني من صعوبة في الرقابة على الإعلام، وضعفت قيمة الرقابة العسكرية، وهذا ما يفسر الحراك الجماهيري بعد كل حدث أمني، خاصة في حال وجود أحداث كبيرة.
2. يصطف الإعلام العبري بشكل كبير إلى جانب الرؤية السياسية للحكومة القائمة، ويتأثر بالتيار السياسي وليس العكس. فغالبية وسائل الإعلام تُزيّف الحقائق المتعلقة بالقضية الفلسطينية، وتدعو إلى ضرورة الاحتفاظ بالمستوطنات الكبرى في الضفة الغربية. وهذا ينطبق على أكبر مراكز الأبحاث الإسرائيلية، وهو معهد دراسات الأمن القومي، المصنف في المرتبة 20 عالمياً، الذي بات يوصي بضرورة الانسحاب أحادي الجانب من بعض مناطق الضفة والاحتفاظ بالمستوطنات الكبرى (يدلين، 2014).
3. تشهد العلاقة بين المال والسياسة والإعلام في "إسرائيل" تداخلاً كبيراً؛ الأمر الذي أنتج الكثير من قضايا الفساد في وسائل الإعلام التي يحكمها مجموعة من أصحاب رؤوس الأموال الضخمة في "إسرائيل"؛ مما أظهر الإعلام على أنه خادم لأصحاب رؤوس الأموال ورجال السياسة.
4. ساهم الإعلام العبري في زيادة الهوة الداخلية، إذ أصبح لكل طائفة وسائل الإعلام الخاصة بها؛ الأمر الذي أفقد الإعلام العام في الدولة قيمته التي تراجعت بشكل كبير خلال العقدين الأخيرين، وفتح المجال للتساؤل حول الجدوى من البث العام في ظل تراجع نسبة متابعيه بشكل كبير.
5. بات التوجه اليميني السمة البارزة للإعلام العبري في قضايا الأمن والسياسة، إذ يتدرج ليسيتر على نطاقات أخرى اقتصادية واجتماعية؛ لفرض رؤيته عليها وتشكيل المجتمع الإسرائيلي ضمن منهج سياسي رافض للفلسطيني.

وبناء على ما سبق، يُمكن بلورة التوصيات التالية:

1. ضرورة بلورة اتفاق عام حيال تغطية القضية الفلسطينية إعلامياً؛ ليقوم الإعلام الفلسطيني بنقل صورة موحدة، تخدم المجموع العام، وترفع مكانة القضية الفلسطينية، وتحافظ عليها بعيداً عن المناكفات السياسية الداخلية.
2. ضرورة قيام الإعلام الفلسطيني بتوجيه مضامين وبرامج نحو فلسطينيي الداخل المحتل منذ عام 1948، للحفاظ على وحدة المكونات الفلسطينية وعدم تركهم ضحية لمضامين عبرية خالصة، إذ يحتاج فلسطينيو الداخل لأخذ مكانتهم على الخريطة الإعلامية في ظل محاربة "إسرائيل" لوجودهم.
3. العمل على تطوير وسائل الإعلام الفلسطينية، لمواكبة التطورات العصرية التي تساعد في الوصول إلى العالم الخارجي الذي يستطيع المساهمة في دعم القضية الفلسطينية.
4. تخصيص مجموعة من الخبراء والفنيين الذين يتقنون خفايا الإعلام الحديث، وتحديدًا عبر الإنترنت، لمخاطبة العالم الخارجي والدول الداعمة للقضية الفلسطينية.
5. تخصيص إعلام موجه للجمهور الإسرائيلي، ومن الأفضل أن يكون ناطقاً باللغة العبرية؛ وذلك لإيصال رسائل الشعب الفلسطيني وتقديم القضية الفلسطينية من وجهة نظر أصحابها، حتى وإن كان تأثير ذلك تأثيراً نسبياً.

6. المراجع:

- أبي أشكنازي. (15 كانون ثاني، 2017). *حكيروت نتياهو موزيس، روش هممشلا فموا نغجشو 12 بعميم (التحقيق مع نتياهو موزيس، الرجلان التقيا 12 مرة)*. تم الاسترداد من ويلا: <http://news.walla.co.il/item/3031728>
- أبي يششكروف. (24 آذار، 2013). *هتكفا، هباخد فههاشموت: هسكيم هشلوم شنشثار عل همبيت (الأمل، الخوف الاتهامات: اتفاق السلام الذي بقي على الخارطة)*. تم الاسترداد من ويلا: <http://news.walla.co.il/item/2644736>
- أبيب لبيا. (15 تشرين أول، 2015). *تفسيكو لدبير عل هتكشورت سمولنيت (أوقفوا الحديث أن الإعلام يساري)*. تم الاسترداد من ماکو: <http://www.mako.co.il/video-blogs-aviv-lavi/Article-4120e2bbdba6051006.htm>
- أجندا. (2010). *ميعوتيم بتشكورت (أقلية في الإعلام)، أنو "نحن أنتحد ونؤثر"*.
- إسرائيل اليوم. (23 تموز، 2015). *سيكر تي جي إي: بيسرائيل هيوم بتاخ باعر 5.3% معال يديعوت أخرونوت (استطلاع تي جيأي إسرائيل اليوم تتفوق على يديعوت أخرونوت ب 5.3%)*. تم الاسترداد من إسرائيل اليوم: <http://www.israelhayom.co.il/article/300195>
- أفرايم ياعر، و زئيب شبيط. (2003). *مجموت بخبرا هيسرائيليت (اتجاهات في المجتمع الإسرائيلي)*. تل أبيب: الجامعة المفتوحة.
- العين السابعة. (2 آذار، 1996). *يريدا بكريئات عيتونيم (نزول في قراءة الصحف)، العين السابعة*. تم الاسترداد من العين السابعة.
- العين السابعة. (27 آذار، 2016). *مبات هبعليوت بتكشورت هيسرائيليت (خارطة ملكية الإعلام العبري)، العين السابعة*.
- اللجنة الإسرائيلية للتدرج. (19 كانون أول، 2011). *بشنتات 2011 نرشماس سي تسيغيا بتلفيزيا (سنة 2011 تم تسجيل ذروة مشاهدة التلفاز)، اللجنة الإسرائيلية للتدرج، الصفحات 2-3*.
- ألوف بن. (11 كانون ثاني، 2017). *برشات نتياهو- موزيس، هشلتون بيسرائيل كعسكات بروتشكان (قضية نتياهو - موزيس، الحكم في إسرائيل مثل صفقة حماية المال)*. تم الاسترداد من هآرتس: <http://www.haaretz.co.il/news/politi/.premium-1.3230060>
- أمير تايج. (26 تشرين أول، 2013). *هعروتسيم همسخرييم بيسرائيل: يوتر مداي متروت تسيبوربوت، بخوت مداي كيسف (القنوات التجارية في إسرائيل: اهتمام أكبر بالقضايا الاجتماعية، ما اقل)*. تم الاسترداد من ذ ماركر: <http://www.themarket.com/advertising/1.2174754>
- أوران بريسكو. (4 شباط، 2016). *شليتا بامتسعوت منيعا (سيطرة من خلال المنع)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/191753>
- أوران تكتولي. (2000). *مدينيوت تكشورت بيسرائيل (سياسات الاعلام في إسرائيل)*. تل أبيب: الجامعة المفتوحة.
- أوران برسكو. (6 حزيران، 2016). *بلشكات روش هممشلا هكاف تفوس (في مكتب رئيس الوزراء الخط مقفل)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/206094>

أورن بريسكو. (15 نيسان 2010). *موعيتست هعيتونوت كييمت (مجلس الصحافة، قائم)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/17712>

أوفير بارزوه. (20 تموز 2011). *سيكر تي جيأي : إسرائيل هيووم هو هعيتون هنكرا بيوتير بيسرائيل (استطلاع تي جيأي: صحيفة إسرائيل اليوم الأكثر قراءة في إسرائيل)*. تم الاسترداد من ذ ماركر: <http://www.themarker.com/advertising/1.671361>

اينا يوكوبيتس. (29 ايلول 2014). *تويتر زي لو فيسيوك، لتوب فلراع: هي متئما عنسما لموتيج شيخول لكيل بيكورت (تويتر ليس فيسيوك، لا أفضل ولا أسوأ: هي توائم نفسها لوضع تقبل النقد)*. تم الاسترداد من آيس: <http://www.ice.co.il/opinions/news/article/394263>

ايتامار باز. (3 ايلول 2016). *شلوش زفيوت شل سخيتوت (ثلاث زوايا للفساد)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/217126>

ايتي شترين. (9 تشرين ثاني 2015). *محكار: هتكشورت هيسرائيليت مينسيجت باوفن نئمان دعات هتسيبور (بحث الإعلام الإسرائيلي يعكس بصورة حقيقية توجهات الجمهور)*. تم الاسترداد من هآرتس: <http://www.haaretz.co.il/gallery/media/1.2772343>

بن كسبت. (30 آذار 2017). *هوسجا بشرا بنوسيه هتاجيد هتسيبوري (تم التوصل لحل وسط في موضوع هيئة البث)*. تم الاسترداد من معارف: <http://www.maariv.co.il/news/politics/Article-579683>

تال فابل. (2012). *هتكشورت هعربيت بيسرائيل (الإعلام العربي في إسرائيل)*. تأليف رافي مين، و ازي لبؤون، هتكشورت بيسرائيل 2012، *مجموت شيموشيم (الإعلام الإسرائيلي 2012، توجهات واستخدمات)* (الصفحات 97-102). مستوطنة ارئيل: جامعة ارئيل.

تامير أجمون. (2 تشرين ثاني 2011). *نيتوخ ههشلخوت هكلكيوت شل ريكوزيوت فبعليوت تسوليبت عل كلي هتكشورت (تحليل الأثار الاقتصادية لتركيز الملكية على وسائل الإعلام)*. مركز البحث والمعلومات- الكنيست الإسرائيلي

تامير اجمون، و عامي تسديك. (9 حزيران 2013). *تيؤور فينيتوخ هبعليوت عل هتكشورت بيسرائيل (تحليل ملكية الإعلام في إسرائيل)*. مركز أبحاث الكنيست، صفحة 4.

تسابي زرحيا. (9 كانون ثاني 2017). *عيتون همريب: خوك بيسرائيل هيووم، هسيبا لهكدمات هبخيروت (صحيفة مريبا: قانون إسرائيل اليوم، هو سبب تقديم الانتخابات)*. تم الاسترداد من ذ ماركر: <http://www.themarker.com/news/1.3222848>

تمار هيرمان، ايل هيلر، حنن كوهين، دانا بولليل، و فادي عمر. (2016). *مداد هدموكراتيا هيسرائيليت 2016 (قياس الديمقراطية الإسرائيلية 2016)*. القدس: مركز الديمقراطية الإسرائيلية.

تي جي أي. (2015). *نتوني سيكر تي جيأي لئشنت 2015 (معطيات استطلاع تي جيأي لسنة 2015)*. تم الاسترداد من دبار عهمفريسيه.

تيك ديكا. (14 كانون ثاني 2017). *هسخيتوت بتكشورت هيسرائيليت هربي عموكا معشان فايفر هسيجاريم شل نتياهو (الفساد في الإعلام الإسرائيلي أكثر من مسألة سيجار نتياهو)*. تم الاسترداد من تيك ديكا:

<https://www.debka.co.il/%D7%94%D7%A9%D7%97%D7%99%D7%AA%D7%95%D7%AA-%D7%91%D7%AA%D7%A7%D7%A9%D7%95%D7%A8%D7%AA-%D7%94%D7%99%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%9C%D7%99%D7%AA-%D7%94%D7%A8%D7%91%D7%94-%D7%99%D7%95%D7%AA%D7%A8-%D7%A2%D7%9E>

جلوبس. (18 تشرين ثاني، 2014). *مي ششوليت بتكشورت همركزيت: هم انشي سمول شمنهليم ات هتخيم (من يسيطر على الإعلام المركزي: هم رجال أعمال يساريون يديرون المضامين)*. تم الاسترداد من جلوبس: <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000987245>

جيلي كوهين. (27 ايلول، 2016). *هتسنزورا هتسبائيت بسلا 2000 كتبوت بشش شنيم (الرقابة العسكرية منعت نشر 2000 مقال خلال ست سنوات)*. تم الاسترداد من هآرتس: <http://www.haaretz.co.il/news/politics/1.3081392>

حازاكي باروخ. (14 كانون أول، 2012). *روب هتسيبور: اين بارتتر فلسطيني (غالبية الجمهور: لا يوجد شريك فلسطيني)*. تم الاسترداد من القناة السابعة: <http://www.inn.co.il/News/News.aspx/248409>

حبيب كنعان. (1998). *هعيتونوت هعبريت بارتس يسرائل بيمي هشلتون هبريتي (الصحافة العبرية في الأراضي الفلسطينية زمن الانتداب البريطاني)*. تأليف دان كسبي، و يخيال ليمور، امتسعي تكشورت همونيم بيسرائيل (وسائلإعلام في إسرائيل) (الصفحات 139-162). تل أبيب: الجامعة المفتوحة.

دان كسبي. (15 تشرين ثاني، 2015). *تكشورت يمينييت (إعلام يميني)*. تم الاسترداد من عل تساد سمول: <http://on-the-left-side.org.il/תקשורת-ימנית/>

دفا لميش. (1999). *لجدول عم هتليفيزيا (لنكبر مع التلفاز)*. تل أبيب: الجامعة المفتوحة.

دود ابراهام. (9 حزيران، 2014). *هعسريا هبوتاخت: مي هم تاكني تكشورت بيسرائيل (العشرة الأوائل: من هم ملاك الإعلام في إسرائيل)*. تم الاسترداد من ويلا: <http://b.walla.co.il/item/2753922>

دود أدلمان. (15 شباط، 2016). *تكشورت روسيت بيسرائيل بسكنا (الإعلام الروسي في إسرائيل في خطر)*. تم الاسترداد من هعوكينس: <http://www.haokets.org/2015/02/16/%D7%90%D7%99%D7%96%D7%A8%D7%95%D7%A1-%D7%AA%D7%A7%D7%A9%D7%95%D7%A8%D7%AA-%D7%A8%D7%95%D7%A1%D7%99%D7%AA-%D7%91%D7%99%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%9C-%D7%91%D7%A1%D7%9B%D7%A0%D7%94>

رافي مين، و ازي لب اون. (2016). *دوخ شنتي: هتكشورت بيسرائيل 2015 سيدر هيوم، شيموشيم فجموت (تقرير سنويالإعلام في إسرائيل،الألويات التوجهات والاستخدامات)*. مستوطنة أرئيل: مركز دراسات الإعلام الجديد.

رفي مين، و أزي لبؤون. (2012). *هتكشورت هعبريت بيسرائيل (الاعلام العربي في اسرائيل)*. مستوطنة أرئيل: جامعة أرئيل.

روني زنجر. (21 حزيران، 2016). *روش هممشلا فشاؤول الوبيتس مسريهم لخشوف كاما بعاميم نغجشو (رئيس الوزراء وشاؤول الوبيتس يرفضون الكشف عن عدد اللقاءات بينهما)*. تم الاسترداد من كلكليست: <http://www.calcalist.co.il/local/articles/0,7340,L-3691171,00.html>

زهمر جوشان، شمؤول لوشين، و يرون ازراخي. (2003). *بعلوت تسولييت - شليتا فتخروت بشوك هتكشورت هيسرائيلي (ملكية مركز - السيطرة والمنافسة في سوق الإعلام الإسرائيلي)*. القدس: المعهد الإسرائيلي للديمقراطية.

سيميلار ويب. (27 أيلول، 2016). *مداد سيميلارويوب: يدعوت ابتر هخدشوت هموبيل بيسرائيل (مقياس سيميلار ويب: موقع أخبار يدعوت الموقع الأول في إسرائيل)*. تم الاسترداد من يدعوت أحرنوت: <http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4860176,00.html>

شلمو ديكل. (2015). *تخات هراديو الشمس، بتيفر بين رجولاتسيا، بوليتيكا فكلكلا (راديو الشمس، خيط بين التنظيم، السياسة والاقتصاد)*. القدس: المعهد الإسرائيلي للديمقراطية.

شلمو ديكل. (16 شباط، 2012). *رجولوزاتسيا بكرينسا (اللمز في تنظيم الإعلام)*. المعهد الإسرائيلي للديمقراطية. شوتي تاوسيج. (17 آذار، 2014). *شينووي بمسلول هتيسا (تغيير في طريق الرحلة)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/101398>

شوشانا هليفي. (1998). *هتفتحتو شل هعيتونوت هعبريت بارتس بيسرائيل (تطور الصحافة العبرية في الأراضي الفلسطينية)*. تأليف دان كسبي، و يخيال ليمور، امتسعي تكشورت همونيم بيسرائيل (وسائل الإعلام في إسرائيل) (الصفحات 61-100). تل أبيب: الجامعة المفتوحة.

شير جونوبينس. (2014). *تكشورت همونيم فيعدا بمشتار ديموقراطي (وسائل الإعلام وهدفها في الحكم الديمقراطي)*. *تسير هزمان*.

عاموس يدلين. (1 نيسان، 2014). *أربع خلو فوت استراتيجيوت ليسرائيل مول هفلسطينيم (أربع خيارات استراتيجية لإسرائيل مقابل الفلسطينيين)*. معهد دراسات الأمن القومي.

عبريت كول، و ازي لبون. (2014). *مكومن شل رشتيوت خبرتيوت بكلات ههختوت (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في اتخاذ القرارات)*. القدس: وزارة الاقتصاد.

عكيبا لم. (11 كانون ثاني، 2017). *ام نسكيم تهيه روش ممشلا كاما شترتسيه (إذا اتفقنا ستكون رئيس وزراء للفترة التي تريدها)*. تم الاسترداد من القناة 20: <http://www.20il.co.il/%D7%90%D7%9D-%D7%AA%D7%94%D7%99%D7%94-%D7%A8%D7%90%D7%A9-%D7%9E%D7%9E%D7%A9%D7%9C%D7%94-%D7%9B%D7%9E%D7%94-%D7%A9%D7%AA%D7%A8%D7%A6%D7%94>

عملات. (2012). *متروت ههسبرا شل بيسرائيل (أهداف الإعلام والدعاية الإسرائيلية)*. تم الاسترداد من عملات: <http://www.amalnet.k12.il/Commun/Mivnit/RightMenu/%D7%93%D7%95%D7%91%D7%A8%D7%95%D7%AA+%D7%95%D7%94%D7%A1%D7%91%D7%A8%D7%94/%D7%9E%D7%94%D7%99+%D7%94%D7%A1%D7%91%D7%A8%D7%94/%D7%9E%D7%98%D7%A8%D7%95%D7%AA+%D7%94%D7%94%D7%A1%D7%91%D7%A8%D7%94/?myId=1005-10>

عوزي اليدع. (1998). *عيتونوت هسانسيا بارتس بيسرائيل بتخيلات هميئا ه 20 (صحف التضامن والانتماء في الأراضي الفلسطينية)*. تأليف دان كسبي، و يخيال ليمور، امتسعي تكشورت همونيم بيسرائيل (وسائل الإعلام في إسرائيل) (الصفحات 111-138). تل أبيب: الجامعة المفتوحة.

عوزي بن زيمان. (23 تموز، 2014). *حومات مجين (سور واقفي)*. تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/118635>

عومري ميلمان. (12 آذار، 2017). نتنياهو مشتليت عل هتكشورت ب 65 عموديم (نتنياهو يسطر على الإعلام ب 65 صفحة). تم الاسترداد من كلكلست: <http://www.calcalist.co.il/local/articles/0,7340,L-3709379,00.html>

فلورا ديبويدوبيتس. (2010). معراخ ههسبرا شل يسراييل فتميتا بعولام (منظومة الإعلام الإسرائيلية وشكلها في العالم). القدس: مركز العلوم والبحث- الكنيسة الإسرائيلية.

كيشيب. (2012). ات مي معنيين موتو شل عود ازراخ فلسطيني (من يهتم لمقتل الفلسطيني). تل أبيب: مركز حماية الديمقراطية في إسرائيل.

لجنة فحص علاقة المال والحكم. (2012). دوخ هفعدا لبخينات يخسي هون فسلتون بيسراييل (تقرير اللجنة لفحص العلاقة بين المال والسياسة في إسرائيل). تل أبيب: مراقب الدولة.

ليؤور ديتال. (2 تموز، 2013). بيسراييل يش مدنوت افليا جزعنيث كلفي هعربيم (في إسرائيل يوجد سياسة تمييز عنصري ضد العرب). تم الاسترداد من ذ ماركر: <http://www.themarker.com/news/1.2061138>

مايا مينغ. (11 تشرين اول، 2015). حوك بريت همعوتسوت: عوبر لايشور، حوك ستيماث هبيوت نشار (قانون اتحاد المجالس: مر في الكنيسة، وقانون إغلاق الفم بقي). تم الاسترداد من ويلا: <http://b.walla.co.il/item/2896222>

مدجام. (2017). هتشسعيم بخبرا هيسراييليت (الفجوات في المجتمع الإسرائيلي). تل أبيب: حركة بنيما.

مركز تجديد الديمقراطية. (2012). ههسبرا هيسراييليت، ميتوس فمتسيؤوت (الإعلام الإسرائيلي، الواقع والاسطورة). القدس: مركز تجديد الديمقراطية- موليد-.

مصطفى كبا. (2006). هعيتونوت هعربيت بيسراييل 1984-2006، كمخشير لعيتسوب زهوت خدشا (الصحف العربية في إسرائيل 1984-2006، كوسيلة لبلورة هوية جديدة). تل أبيب: معهد خاييم هرتسوغ.

منظمة التسويق الإسرائيلية. (2 كانون ثاني، 2017). عوجات هبرسوم 2016: اين جيدول هعينف تكوع (كعكة لإعلانات 2016: لا يوجد ازدهار). منظمة التسويق الإسرائيلية.

موران رادا. (9 تموز، 2008). نتنياهو شليم، ما اتم روتسيم ممنو (نتنياهو دفع، ماذا تريدون منه). تم الاسترداد من العين السابعة: <http://www.the7eye.org.il/26965>

موران كوهين. (18 حزيران، 2014). كوخا شل تسنزورا تسبائيت بعيدان شل تكشورت جلوبليت (قوة الرقابة العسكرية في عصر الإعلام والعلامة). تم الاسترداد من حدي حريديم:

<http://www.bhol.co.il/69677/%D7%9B%D7%95%D7%97%D7%94-%D7%A9%D7%9C-%D7%94%D7%A6%D7%A0%D7%96%D7%95%D7%A8%D7%94-%D7%91%D7%A2%D7%99%D7%93%D7%9F-%D7%A9%D7%9C-%D7%AA%D7%A7%D7%A9%D7%95%D7%A8%D7%AA-%D7%92%D7%9C%D7%95%D7%91%D7%9C%D7%99%D7%AA-%D7%9E%D7%90%D7%9E%D7%>

ناتي توكر. (27 كانون اول، 2016). سيكر تي جيأي: بيردا لروب هعيتونيم - عليا لهارتس فذا مركز (استطلاع تي جيأي: نزول لغالبية الصحف: ارتفاع في متابعة هارتس وال ذ ماركر). تم الاسترداد من ذ ماركر:

<http://www.themarker.com/advertising/1.2832347>

ناتي توكير. (31 تموز، 2016). *ات مي مشرتيت هتكشورت ببسراييل (من يخدم الإعلام في إسرائيل)*. تم الاسترداد من ذ

ماركر: http://www.themarker.com/magazine/1.3023378#hero__bottom

نتي تاكر. (19 تشرين ثاني، 2012). *ممشيخيم لهيتساميد لخدشوت: 30.5% لخدشوت عروتس 2 (مستمرون في متابعة*

الأخبار: 30.5% لأخبار القناة الثانية). تم الاسترداد من ذ ماركر:

<http://www.themarker.com/advertising/1.1868247>

نتي توكير. (26 أيار، 2014). *هكنيست ايشرا بكريئا ريشونا: ريشوت هشيدور تيساجير، هايجرا تبوتال (الكنيست صادقت*

في القراءة الأولى: سلطة البث سيتم إغلاقها، الرسوم سيتم إلغاؤها). تم الاسترداد من ذ ماركر:

<http://www.themarker.com/advertising/1.2332345>

نخاما لاؤور. (2004). *هنعدريم فهنوخيم بزمان تسيغيات سي (المفقودين والموجودين وقت ذروة المشاهدة)*.

القدس: السلطة الثانية للبث.

نيري ابناي. (7 ايلول، 2012). *نوني موزيس- اولمرت همهابخ (موزيس أولمرت، الانقلاب)*. تم الاسترداد من ارخيونير:

<http://neri-avneri.co.il/2012/09/07/%D7%A0%D7%95%D7%A0%D7%99-%D7%9E%D7%95%D7%96%D7%A1->

[/D7%90%D7%95%D7%9C%D7%9E%D7%A8%D7%98-%D7%94%D7%9E%D7%94%D7%A4%D7%9A](http://neri-avneri.co.il/2012/09/07/%D7%A0%D7%95%D7%A0%D7%99-%D7%9E%D7%95%D7%96%D7%A1-%D7%90%D7%95%D7%9C%D7%9E%D7%A8%D7%98-%D7%94%D7%9E%D7%94%D7%A4%D7%9A)

هاجر لهاب. (2012). *عمود عنان، او ميسخ عشان (الرصاص المصوب، أو شاشة الدخان)*. تل أبيب: مركز الحفاظ على

الديمقراطية.

هارفر دان. (2006). *عيتونوت بعيدان هديجيتالي (الصحافة في عصر الديجيتال)*. تل أبيب: الجامعة المفتوحة.

ياعل جاؤوني. (29 كانون ثاني، 2006). *تي جي أي: شيعور هخشيفا شل معاريف يورد ل 22% بامتسع 2005 (تي جي أي:*

نسبة مبيعات معاريف تصل إلى 22% في العام 2005). تم الاسترداد من جلوبس:

<http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000055239>

يزهار بائير. (2005). *بنقول ابوببخ، سيكور موتو شل عرفات بتكشورت هيسرائيليت (سقوط عدوك: تغطية موت عرفات*

في الإعلام الإسرائيلي). تل أبيب: مركز حماية الديمقراطية في إسرائيل.

يسرائل فولس. (10 شباط، 2016). *جم هتكشورت عهربيت عل هكفينت شل نتنياهو (أيضاالإعلام العربي ضمن*

مخططات نتنياهو). تم الاسترداد من المونيتور: <http://www.al-monitor.com/pulse/iw/originals/2016/11/israel->

[netanyahu-trying-to-control-israeli-arab-press.html](http://www.al-monitor.com/pulse/iw/originals/2016/11/israel-netanyahu-trying-to-control-israeli-arab-press.html)

يوتام برجير. (7 ايلول، 2016). *مسماخ م 1969 خوشيف: هتسنزورا بسلا يديعوت عل هكمت هتتخلويوت هريشونوت (*

وثيقة من 1969 تكشف: الرقابة العسكرية منعت نشر أية معلومات عن المستوطنات الأولى). تم الاسترداد

من هارتس: <http://www.haaretz.co.il/news/politics/.premium-1.3061546>

يوثاب ينسحاك. (13 آذار، 2010). *ات مي مشرتيت كلي هتكشورت ببسراييل (من يخدم الإعلام في إسرائيل)*. تم الاسترداد

من نيوز ون: <http://www.news1.co.il/Archive/003-D-46146-00.html?tag=20-13-40>