ونخلص من ذلك الى مناقشة ما الذي عناه بعض العرب حين قال مثلا : «تدمير اسرائيل» او « القضاء عليها » ، وغير ذلك من الالفاظ التي توحي لما يقرب من المعنى الذي روجته الدعاية الصهيونية — الاسرائيلية ، ثم ما الاسباب التي جعلتهم ينساقون وراء مثل هذه الكلمات ، ولنر في الوقت نفسه ان كثيرا من التصريحات العربية المسئولة والاقرب حقا الى التعبير عما اراده ويريده العرب — قد حذفها العقل الدعائي الصهيوني واهال عليها ركاما كثيفا من الغبار ، لان الاشارة اليها او مجرد الاعتراف بوجودها ليس في جانبه ولا في جانب الاهداف التي يسعى لتحقيقها وفي الوقت نفسه ايضا سنكتشف ان الدعاية الصهيونية — الاسرائيلية ملأت الدنيا صراخا وعويلا : « انقذونا .. انقذونا .. نحن في خطر ، العرب يريدون القاءنا في البحر » بينما كان القادة والزعماء والمسئولون الصهيونيون والاسرائيليون يعرفون ان العرب ليسوا مصممين على خوض حرب ولا شن قتال ، وانهم اذا فعلوا ذلك فهم أضعف — حسب التوقعات الاسرائيلية وقتئذ — من تحقيق انتصار عسكري على اسرائيل في ظل الاوضاع العسكرية القائمة وقتئذ فكيف يستساغ اذن القول بأن العرب كانوا مقدمين على القاء اليهود في البحر ؟

وهكذا ، يمكن ان تتكشف لنا الحقيقة عن هذا التعبير : « العرب يريدون القاء اليهود في البحر». اذن لنتابع القصة التي لم تتم فصولها بعد.

تشويه الطابع القومي العربي :

من المتفق عليه ان الدعاية — في حد ذاتها — ليست هدفا ، وانما هي وسيلة لتحقيق هدف ، وقد تحدد زمانا ومكانا في غالب الحالات. والحركة الصهيونية وعت منذ نشأتها اهمية العمل الدعائي في تحقيق اهدافها ، ولا أدل على هذا من ان نقلب يوميات هرتزل « ففيها شواهد كثيرة على صدق ما نقول . ولا مجال للخوض في الحديث عن الدعاية الصهيونية والاسرائيلية علينا ان نتذكر فقط انها تمتاز بعدة ميزات من اهمها :

١ — دعاية منظمة ومخططة ذات اهداف استراتيجية واضحة ولذلك فهي تسبق الاحداث وتواكبها ولا تأتي في اعقابها ، وتتبع ازاء كل حدث ما يلائمه من المضامين والاساليب ويتلاءم والجمهور الذي تخاطبه والمرحلة التاريخية التي يقع فيها، فهي تعي اهمية عنصر التوقيت كما تفهم اهمية المرحلية وما تفرضه من مرحلة تاريخية(٤).

٢ — انها دعاية تكرارية بمعنى انها تعتمد على تكرار مجموعة من القضايا او الادعاءات وتلح عليها بقصد تثبيتها وترسيخها ، حتى تصبح وكأنها « حقائق » لا يأتيها الباطل من بين يديها ولا من خلفها . فحين يصبح المرء ويمسي على فكرة تتسرب اليه بطرق شتى : تطرق اذنيه من خلال المذياع ، وتتجسم امامه صورا مرئية من خلال التلفزيون ، ويراها كلمة مقروءة من خلال الصحيفة او المجلة وتتردد امامه على يد اناس متعددين وتطارده في البيت او في العمل واحيانا لا تتركه حتى وهو في السرير الا حين يسلم عينيه للنوم ، عندئذ لا يجد المرء مفرا امام هذا الحصار من الانصياع او على الاقل التأثر بهذه الفكرة بدرجة او اخرى ، وهو تأثر غالبا ما ينقلب الى قبول بها ثم اعتناقها والتشيع لها والاستعداد للدفاع عنها وهذه هي نقطة القوة الاساسية في الدعاية الصهيونية — الاسرائيلية . ويتضح هذا بصفة خاصة في حملاتها التي تسبق قيامها بأي عدوان جديد ومن المعروف ان من اهم القضايا التي تدور حولها هذه الدعاية : الحديث عن المعجزة الاقتصادية الاسرائيلية ، انقاذ « اليهود » المضطهدين في العالم لا يكون الا بوجود اسرائيل قوية ، اسرائيل حصن الديمقراطية في الشرق الاوسط ، اسرائيل ضعيفة محاطة بذئاب يريدون الفتك بها ... وغير ذلك . ويبرز في هذا الاطار الادعاء القائل بأن العرب يريدون القاء اليهود في البحر . والعقل الدعائي الصهيوني — الاسرائيلي يدرك ان هذه « أكاذيب » في الاصل ، ولكنه قد تعلم من سادته النازيين ان الكذبة كلما كانت كبيرة وكلما اعيد تكرارها وترديدها ، كلما كان لها اثرها في تشكيل الرأي المطلوب تشكيله وباختصار كلما كانت الكذبة كبيرة سهل بلعها .

الهدف الرئيسي او احد الاهداف الاساسية للدعاية الصهيونية — الاسرائيلية هو « تشويه الطابع القومي العربي » ، تلطيخ صورة العربي من حيث هو انسان ووصفه بعدد كبير من المثالب والنقائص هنا يعن لنا ان نتساءل لماذا اذن ركز جهاز الدعاية الصهيونية الاسرائيلية في التمهيد لعدوان حزيران (يونيو) سنة ١٩٦٧ على القول بأن « العرب يريدون القاء اليهود في البحر » ؟

لقد عاشت الدعاية الصهيونية ووريثتها الاسرائيلية على المتاجرة بالكوارث التي حلت