

Mein Kampf a Gaza e bandiere dell'Isis in Israele? L'Hasbara israeliano sta cadendo a pezzi

ramzybaroud-net.translate.google/mein-kampf-in-gaza-and-isis-flags-in-israel-israeli-hasbara-is-falling-apart/

14 novembre 2023



Di Ramzy Baroud e Romana Rubeo

Sabato 11 novembre, il portavoce militare israeliano Daniel Hagari ha affermato in una conferenza stampa che Israele aveva ucciso un "terrorista" che aveva impedito a 1.000 civili di fuggire dall'ospedale Shifa.

Le accuse avevano poco senso. Anche per gli standard della propaganda israeliana, falsificare un'informazione del genere senza fornire alcun contesto e nessuna prova, contribuisce ulteriormente al deterioramento della credibilità di Israele nei media internazionali e nell'immagine in tutto il mondo.

Solo un giorno prima, un anonimo funzionario americano era stato citato dalla CNN per aver affermato, in un dispaccio diplomatico, "stiamo perdendo gravemente nel campo della battaglia della messaggistica".

Il diplomatico si riferiva alla reputazione americana in Medio Oriente – di fatto, in tutto il mondo – che ora giace a brandelli a causa del cieco sostegno americano a Israele.

Ruoli invertiti

Questo deficit di credibilità può essere testimoniato nello stesso Israele. Secondo vari sondaggi d'opinione, non solo il primo ministro israeliano Benjamin Netanyahu sta perdendo credibilità tra gli israeliani, ma sembra che anche l'interoestablishment politico israeliano stia perdendo la fiducia degli israeliani comuni.

Una battuta comune tra i palestinesi in questi giorni è che i leader israeliani stanno emulando i leader arabi nelle precedenti guerre arabo-israeliane, in termini di linguaggio, vittorie fasulle e guadagni infondati sul fronte militare.

Ad esempio, mentre Israele stava rapidamente respingendo le forze armate arabe su tutti i fronti nel giugno 1967, con il pieno appoggio degli Stati Uniti e dell'Occidente, ovviamente, la leadership degli eserciti arabi dichiarava attraverso la radio che erano arrivati alle "porte di Tel Aviv".

Le fortune sembrano essere state invertite. Abu Obeida e Abu Hamza, portavoce militari rispettivamente delle Brigate Al-Qassam e delle Brigate Al-Quds, forniscono resoconti molto attenti della natura della battaglia e delle perdite dell'avanzata delle forze militari israeliane nelle loro dichiarazioni regolari e molto attese.

L'esercito israeliano, d'altro canto, parla di vittorie imminenti, dell'uccisione di "terroristi" senza nome e della distruzione di innumerevoli tunnel, mentre raramente fornisce alcuna prova. L'unica "prova" fornita è il targeting intenzionale di ospedali, scuole e abitazioni civili.

E, sebbene le dichiarazioni di Abu Obeida siano quasi sempre seguite da video ben prodotti, che documentano la distruzione sistematica dei carri armati israeliani, nessuna documentazione del genere suffraga le affermazioni militari israeliane.

Oltre il campo di battaglia

Ma la questione della credibilità israeliana, o meglio, della mancanza di credibilità, non si verifica solo sul campo di battaglia.

Dal primo giorno di guerra, medici palestinesi, operatori della protezione civile, giornalisti, blogger e anche gente comune hanno filmato o registrato ogni crimine di guerra israeliano ovunque nella Striscia assediata. E, nonostante la continua chiusura di Internet e dell'elettricità a Gaza da parte dell'esercito israeliano, in qualche modo, i palestinesi hanno tenuto traccia di ogni aspetto del genocidio israeliano in corso.

La precisione della narrazione palestinese ha costretto persino i funzionari statunitensi, che inizialmente dubitavano dei numeri palestinesi, ad ammettere alla fine che, dopo tutto, i palestinesi dicevano la verità.

Barbara Leaf, assistente Segretario di Stato per gli Affari del Vicino Oriente, ha dichiarato il 9 novembre ad un comitato della Camera degli Stati Uniti che il numero delle vittime di Israele nella guerra è probabilmente "più alto di quanto viene citato".

In effetti, ogni giorno, Israele perde credibilità al punto che le iniziali bugie israeliane su ciò che era accaduto il 7 ottobre, alla fine si sono rivelate disastrose per l'immagine complessiva e la credibilità di Israele sulla scena internazionale.

Stupro, Isis e Mein Kampf

Nell'euforia di demonizzare la Resistenza Palestinese – come un modo per giustificare l'imminente genocidio di Israele a Gaza – il governo e l'esercito israeliani, poi i giornalisti e persino la gente comune, sono stati tutti reclutati in una campagna hasbara senza precedenti volta a dipingere i palestinesi come “animali umani”. – secondo le parole del ministro della Difesa israeliano Yoav Gallant.

A poche ore dagli eventi e, prima che venisse condotta qualsiasi indagine, Netanyahu parlò di “bambini decapitati”, presumibilmente mutilati per mano della Resistenza; Gallant ha affermato che “le ragazze sono state violate violentemente”; anche l'ex rabbino capo militare, Israel Weiss, ha detto di aver “visto una donna incinta con la pancia squarciata e il bambino tagliato”.

Anche il presunto presidente israeliano Isaac Herzog, apparentemente “moderato”, ha rilasciato dichiarazioni ridicole alla BBC il 12 novembre. Quando gli è stato chiesto degli attacchi aerei israeliani su Gaza, Herzog ha affermato che il libro Mein Kampf, scritto da Adolf Hitler nel 1925, è stato trovato “in una stanza per bambini” stanza” nel nord di Gaza.

E, naturalmente, ci sono stati i ripetuti riferimenti alle bandiere dell'Isis che, per qualche motivo, venivano portate dai combattenti di Hamas mentre entravano nel sud di Israele il 7 ottobre, tra le altre favole.

Il fatto che l'Isis sia un nemico giurato di Hamas e che il movimento palestinese abbia fatto tutto ciò che era in suo potere per sradicare ogni possibilità per l'Isis di estendere le sue radici nella Striscia di Gaza assediata sembrava irrilevante per la sfrenata propaganda israeliana.

Come era prevedibile, i media israeliani, statunitensi ed europei hanno ripetuto l'affermazione del collegamento Hamas-ISIS, senza alcuna discussione razionale o verifica dei fatti minimamente richiesta.

Ma, col tempo, le bugie israeliane non sono più state in grado di resistere alla pressione della verità proveniente da Gaza, che documentava ogni atrocità e ogni battaglia e offuscava qualsiasi accusa israeliana inventata.

Forse il punto di svolta nell'incessante serie di menzogne israeliane è stato l' attacco all'ospedale battista Al-Ahli di Gaza City il 17 ottobre. Sebbene molti abbiano adottato, e purtroppo ancora difendano, la menzogna israeliana secondo cui un razzo della Resistenza sarebbe caduto sul ospedale – la sanguinosità di quel massacro, che uccise centinaia di persone, fu, per molti, un campanello d'allarme.

Una delle tante domande emerse in seguito al massacro dell'ospedale battista è stata: se Israele è stato davvero onesto riguardo alla sua versione degli eventi riguardo ciò che è accaduto all'ospedale, perché ha bombardato tutti gli altri ospedali di Gaza e continua a farlo per settimane? ?

Cancellata la Hasbara israeliana

Ci sono ragioni per cui la propaganda israeliana non è più in grado di influenzare efficacemente l'opinione pubblica, anche se i media mainstream continuano a schierarsi con Israele, anche quando quest'ultimo sta commettendo un genocidio.

In primo luogo, i palestinesi e i loro sostenitori sono riusciti a "cancellare" Israele utilizzando i social media che, per la prima volta, hanno sopraffatto le campagne di propaganda organizzata spesso architettate per conto di Israele nei media aziendali.

Un'analisi dei contenuti online sulle popolari piattaforme di social media è stata condotta dalla piattaforma di influencer marketing israeliana Humanz. Lo studio, pubblicato a novembre, ammette che "mentre il mese scorso sono stati pubblicati su Instagram e TikTok 7,39 miliardi di post con tag filo-israeliani, nello stesso periodo sono stati pubblicati sulle piattaforme 109,61 miliardi di post con tag filo-israeliani". Ciò, secondo l'azienda, significa che le opinioni filo-palestinesi sono 15 volte più popolari di quelle filo-israeliane.

In secondo luogo, i media indipendenti, palestinesi e altri, hanno offerto alternative a coloro che cercano una versione diversa degli eventi rispetto a ciò che sta accadendo a Gaza.

Un solo giornalista freelance palestinese a Gaza, Motaz Azaiza, è riuscito ad acquisire più di 14 milioni di follower su Instagram nel corso di un solo mese grazie ai suoi reportage dal campo.

In terzo luogo, l'"attacco a sorpresa" del 7 ottobre ha privato Israele dell'iniziativa, non solo riguardo alla guerra in sé, ma anche alla sua giustificazione. In effetti, la loro guerra genocida contro Gaza non ha obiettivi specifici, ma non ha nemmeno una precisa campagna mediatica per difendere o razionalizzare questi obiettivi non specificati. Pertanto, la narrazione dei media israeliani appare sconnessa, casuale e, a volte, persino autolesionista.

E, infine, l'assoluta brutalità del genocidio israeliano a Gaza. Se si contrappongono le bugie dei media israeliani agli orribili crimini israeliani commessi a Gaza, non si troverebbe alcuna logica plausibile che possa giustificare in modo convincente l'omicidio di massa, lo sfollamento, la fame e il genocidio di una popolazione indifesa.

Mai la propaganda israeliana ha fallito in modo così sorprendente e mai i media mainstream hanno fallito nel proteggere Israele dalla rabbia globale – in realtà, dall'odio ribollente – per l'orrendo regime di apartheid israeliano. Le ripercussioni di tutto ciò avranno sicuramente un impatto sul modo in cui la storia ricorderà la guerra israeliana a Gaza, che finora ha ucciso e ferito decine di migliaia di civili innocenti.

Un'intera generazione, se non di più, ha già costruito la percezione di Israele come un regime genocida e nessuna bugia futura, film di Hollywood o diffusione di Maxim Magazine potrà mai attenuarla in alcun modo.

Ancora più importante, questa nuova percezione probabilmente costringerà le persone, non solo a riesaminare le loro opinioni sul presente e sul futuro di Israele, ma anche sul passato – il fondamento stesso del regime sionista, a sua volta basato su nient'altro che bugie.

– Il dottor Ramzy Baroud è un giornalista, autore e redattore di The Palestine Chronicle. È autore di sei libri. Il suo ultimo libro, co-edito con Ilan Pappé, è "La nostra visione per la liberazione: leader e intellettuali palestinesi impegnati parlano apertamente". Gli altri suoi libri includono "Mio padre era un combattente per la libertà" e "L'ultima terra". Baroud è un ricercatore senior non residente presso il Center for Islam and Global Affairs (CIGA). Il suo sito web è www.ramzybaroud.net

– Romana Rubeo è una scrittrice italiana e caporedattrice di The Palestine Chronicle. I suoi articoli sono apparsi su molti giornali online e riviste accademiche. Ha conseguito la Laurea Magistrale in Lingue e Letterature Straniere ed è specializzata in traduzione audiovisiva e giornalistica.

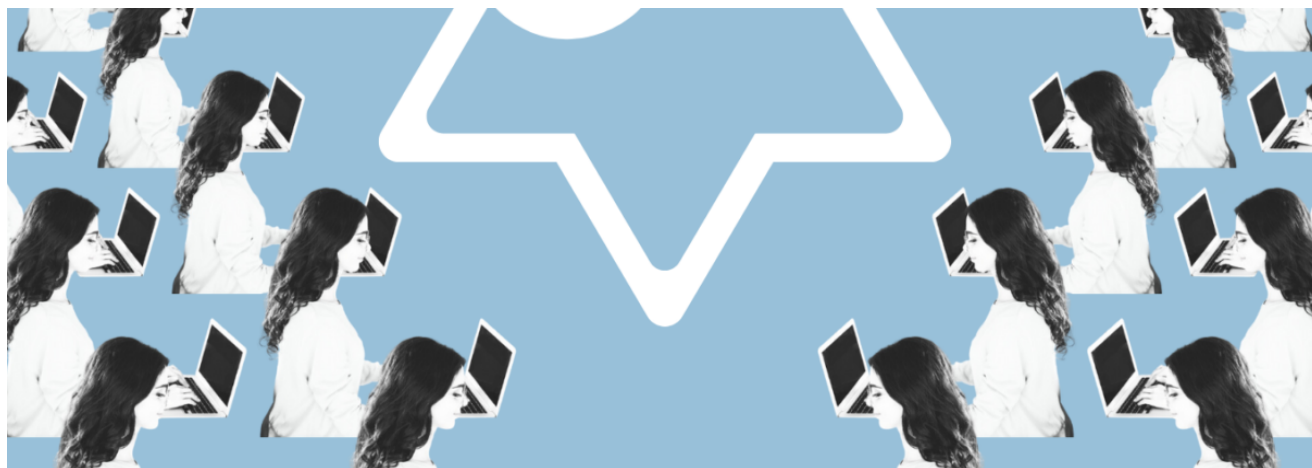


L'ultimo programma Hasbara di Israele

serenoregis.org/2023/05/17/ultimo-programma-hasbara-di-israele/

redazione

17 maggio 2023



L'ultimo programma Hasbara di Israele arruola studenti delle scuole superiori come troll contro la Palestina

Ad aprile, il Ministero degli Affari Esteri israeliano ha lanciato un programma di formazione degli studenti delle scuole superiori per migliorare l'immagine del Paese online. Tuttavia, mentre cresce la consapevolezza globale delle violazioni dei diritti umani da parte di Israele, il governo sta trasformando gli adolescenti nel suo personale esercito di troll per combattere gli sforzi del movimento Boicottaggio, Disinvestimento e Sanzioni (BDS) guidato dai palestinesi sui social media.

Travestito da iniziativa accademica per preparare gli studenti alla diplomazia pubblica, il programma, finanziato dal Ministero degli Affari Esteri (MAE), sarà operativo come pilota per due anni e inizierà a settembre. Il primo anno sarà rivolto agli studenti del decimo anno di scuola superiore, per poi aggiungere quelli dell'undicesimo e del dodicesimo anno nel secondo anno.

Secondo il MAE, questa "task force di adolescenti... risponderà alle relazioni pubbliche e alla propaganda di elementi radicali, con ideologie estreme contro lo Stato di Israele e l'antisemitismo in generale".

Il Ministero non ha risposto alle domande di MintPress News sul perché si rivolga agli studenti delle scuole superiori o su quanti fondi riceverà il progetto.

Invece di spostare lo status quo, Lara Friedman, presidente della Fondazione per la pace in Medio Oriente (FMPEP), ha dichiarato a MintPress News che il programma è solo un altro futile tentativo di Israele e della sua lobby di dissuadere le critiche. Friedman ha continuato,

Questo è coerente con il punto di vista di lunga data di gran parte della leadership statunitense pro-Israele e del governo israeliano, che dice: “Non preoccupatevi di quello che stiamo facendo. Preoccupatevi di come lo venderete”.

Piuttosto che guardare all'interno, Israele sta invece cercando di spostare la prospettiva all'esterno. “La risposta alle critiche rivolte a Israele per le sue politiche nei confronti dei palestinesi non è quella di esaminare tali politiche e cambiarle. È fare un lavoro migliore cambiando l'argomento in cose positive per Israele o delegittimando i critici”, ha detto Friedman.

David Miller, sociologo britannico ed esperto di propaganda, ha spiegato che Israele sta adottando questo approccio mentre la sua reputazione nel mondo si deteriora.

“Israele è stato avvelenato a livello internazionale per molti anni”, ha aggiunto,

Israele è in un momento di grande debolezza. Lo vedono loro stessi: ministri ed ex capi dello Shin Bet [l'agenzia di sicurezza israeliana] non sono sicuri che Israele possa durare. È una disperazione, perché si rendono conto che la marea di opinioni è contro di loro”.

SPIEGARE ISRAELE

Il nuovo programma del MAE fa parte di una lunga serie di iniziative hasbara promosse dal governo. Hasbara, che in ebraico significa “spiegazione”, è una politica del governo israeliano che mira a giustificare le azioni dello Stato al mondo. Uno dei tratti distintivi dell'hasbara è l'uso dell'antisemitismo come arma per gettare luce sui suoi critici ed eludere le responsabilità.

Nel 1974 è stato istituito il Ministero dell'Hasbara, con a capo Shimon Peres (poi diventato primo ministro e presidente di Israele). Il ministero è stato sciolto nel 1975, ma la hasbara rimane una parte fondamentale della politica governativa. Oggi, il MAE è responsabile del coordinamento degli sforzi di hasbara.

Molad the center for the renewal of Israeli democracy

The Hasbara Apparatus: Units, Tasks and Areas of Responsibility

Appendix to "Israel's Hasbara Problem: Myths and Facts"

Hasbara Apparatus:

Department in the Prime Minister's Office.
Responsible for Israel's hasbara activities and acts as spokesman for the Prime Minister. The apparatus has two parallel arms: the national hasbara headquarters and the communications and spokesperson's unit.

Tasks: Responsible for working with Israeli and international media, hasbara units, pro-Israel individuals and organizations worldwide, and the operation of all websites and social networks for the Prime Minister's Office. Officially, the apparatus is limited to state and national issues and does not handle political or party issues.

National Hasbara Headquarters

National hasbara headquarters coordinates unified hasbara policy and messaging for the official spokesperson for the State of Israel. The following fall under its auspices: the Arabic communications advisor to the Prime Minister, the Internet and new media department, and hasbara and policy field coordinators, both military and civilian. Headquarters are in constant contact with pro-Israel individuals and organizations that function locally and worldwide. It coordinates these bodies to advance the objectives and interests of the State of Israel. Headquarters transmits essential hasbara messages and assists in the production of hasbara materials. Headquarters places special emphasis on social networks, a methodology that stems from a belief that direct, unmediated communication with a broad public around the world will engender trust and overcome the reliable transfer of the State of Israel's hasbara messages. Like the National Hasbara Forum, hasbara headquarters holds regular meetings for the "Hasbara Media Forum" to promote Internet and social network based hasbara.

**Foreign Ministry
Department of Media & Hasbara**
Department of the Foreign Ministry. Enmeshed with the hasbara of the Foreign Ministry. Responsible for both traditional and new media, media relations both foreign and Israeli, as well as general public relations. The department's goal is to relate the Israeli narrative to the world, in its interests and in all its diversity. This division (Media and Hasbara) is part of the broader public diplomacy apparatus of the Foreign Ministry.

Areas of Responsibility: Management of the press and spokespersons, information production, digital diplomacy, hasbara and branding, and communication with civil society (battling delegitimization).

The Ministry of Public Diplomacy & Diaspora Affairs
Government office. (Previously known as Ministry of Diaspora Society and the Fight Against Anti-Semitism)
Tasks: To significantly increase the national hasbara effort. Mobilizing officers of Israel and Diaspora Jews in public diplomacy with an emphasis on the battle against delegitimization.

Areas of Responsibility: Management of general hasbara for Israeli and Diaspora societies, the Hasbara Center of the Government Publications Bureau, and the Government Press Office.

National Hasbara Forum

Under the auspices of the national hasbara headquarters and official spokesperson for the State of Israel both locally and abroad who adhere to the synchronized positions, messages, reactions, and commentary produced by the Forum.

Tasks:

1. Practice advocacy (briefings, composition of materials)
2. Increased cooperation and coordination between hasbara agents of the Prime Minister's Office and the Foreign Minister with hasbara agents in the field of security
3. Hasbara to Arab populations.
4. Expanding cooperation with relevant hasbara organizations.
5. Internet Hasbara.

Forum Participants: Headquarters' chief of staff, spokesperson for the IDF, the public, the Foreign Ministry, the Ministry of Defense, and the Ministry of the Interior, a representative of the Foreign Ministry, director of communications for all of the above as well as a representative of the Government Press Office.

IDF Spokesperson's Division
Division of the IDF. Responsible for representing the Israel Defense Forces to Israeli and international media. Considered a part of the hasbara apparatus.

Tasks: Promotion of hasbara on the Internet through new media by operating the IDF's official English website and blog, YouTube channel, Twitter profile and Facebook account.

The Jewish Agency for Israel
A worldwide Jewish organization that deals with hasbara, primarily through internet representatives.

Tasks: Recruitment, training and indoctrination of Israeli "messengers" to various countries worldwide for hasbara and education. Transporting hundreds of thousands of Jews from around the world to Israel in different capacities ("Taglit", "Masa", etc.) to help them become good-will ambassadors for Israel.

Ministry of Tourism
Government ministry. Responsible for the development and marketing of tourism in the State of Israel.

Tasks: Strategic development and brand management to encourage tourism to Israel. The Ministry acts as an office for engagement and disseminates knowledge and promotional materials worldwide, organizes seminars and educational tours, coordinates journalism and public relations, and has major tourist companies market Israel as a tourist destination.

* The chart refers exclusively to official hasbara units.

Essential Components of Effective Public Diplomacy

1. Coordination & Management of Hasbara Messaging

1.1 The National Hasbara Forum

1. Formulating precise messages for domestic and foreign hasbara while distinguishing between direct, basic, and periodic messaging.
2. Formulating policy responses to imminent events.
3. Presenting hasbara policy recommendations to the government based on varying scenarios.
4. A weekly meeting with the participation of the IDF, the Coordinator of Settlement Activity, the Shin Bet, and the police to reassess the situation and formulate a hasbara plan for the Arab population.
5. A meeting once every three months which includes media consultants, market advisors, and experts in the fields of psychology and economics to assess the hasbara situation on the ground, determine hasbara strategies, and solidify the tenets of press and hasbara programs.

1.2 The National Hasbara Forum, Foreign Ministry, and the Hasbara Ministry, Logistics and Professional Training

Compiling and distributing hasbara materials: editorial, content inputs, orientations, films, internet forums (Hasbara Forum).

2. Informal Hasbara

Main Tasks:

1. Mapping voluntary hasbara organizations in Israel and the world, and identifying the unique hasbara needs of each organization based on its target group (students, Jewish communities, etc.)
2. Holding a roundtable once every other month with hasbara organizations in order to regularize and partner with them to develop joint hasbara programs.

2.1 Informal Hasbara Through Israelis

1. Projects: "We Are All Ambassadors" and "Escaping Israel".
2. Logistics and Professional Training (National Hasbara Forum, Foreign Ministry, Hasbara Ministry).
3. Training delegations (Hasbara Ministry).
4. Finding and producing content for representatives and target communities abroad (Foreign Ministry).
5. Building communities in different countries to channel hasbara messages from the State of Israel (Foreign Ministry).

2.2 Informal Hasbara Through Partnerships with Foreign Organizations:

1. Media: Committee for Accuracy in Middle East Reporting in America (CAMERA), Israel on Campus Coalition (ICC), Anti-Defamation League (ADL), Americans for a Safe Israel, American Jewish Committee (AJC), The Conference of Presidents of Major American Jewish Organizations, StandWithUs, Christians United for Israel (CUFI), the Israel Project.
2. On Campus: CAMERA, ICC, ADL, StandWithUs, CUFI, The David Project, Israel at Heart, Zionist Organization of America (ZOA), Hillel, American Israel Public Affairs Committee (AIPAC), Scholars for Peace in the Middle East, American Israeli Cooperative Enterprise (AICE), Hillel.

C. Engagement and Branding: Israel at Heart, Birthright, Jewish National Fund, Ash Hefetzah.

D. Crisis Management: CAMERA, ADL, ZOA, The Israel Project, The David Project, StandWithUs, AIC, Jerusalem Center for Public Affairs (JCPA).

E. Strategic Partnerships: The Israel Project, JCPA, AIPAC, ADL, CUFI, Jewish National Fund America (JNF).

3. Engagement & Branding

Improving Israel's positive image

Examples: In 2008, the Foreign Ministry increased the marketing budget designated for Israel branding from \$85.4 million, of which only \$10 million was designated for marketing and hasbara, to \$120 million, exclusively designed for marketing and hasbara. Special emphasis was put on social networking with a focus on showcasing its areas in which Israel has a comparative advantage: Environment (with an emphasis on desert agriculture); Science and technology (medicine, Internet, high-tech industries); Culture and art; The variety of ethnicities and traditions; Lifestyle and literature; Social justice (support for social needs populations) (Foreign Ministry).

Other branding projects include: Project "These are the Journeys of the Children of Israel" (Traveling Art Exhibition) and Project "Celebrating Israel" (Tribute to Israel Parade down New York's 5th Avenue) sponsored by the Hasbara Ministry and informal partners abroad.

4. Long-Term Partnerships

Partnerships with Diaspora Jewry (hasbara headquarters, Foreign Ministry, and Hasbara Ministry).

Essential activities:

1. "Round table" of organizations (hasbara headquarters).
2. Formulating unique hasbara programming for Jewish communities around the world according to their needs (hasbara headquarters and Foreign Ministry in conjunction with the "Hasbara" Liaison Bureau, the Jewish Agency, the IDC, and other Jewish organizations, etc.)
3. Hasbara seminars for Jewish communities in the Diaspora (Hasbara Ministry). At present there are 30 hasbara seminars for lay leadership held around the world in Europe (Austria and Britain), North America (USA, South America (Brazil, Mexico, Columbia, Argentina, Chile, Guatemala, Paraguay, Peru, Venezuela, and Costa Rica). Additional seminars are planned for Argentina, Uruguay, Brazil, Columbia, Chile, and Peru.

5. Multi-Dimensional Communications Strategy

5.1 Determining Hasbara Messages (National Hasbara Ministry)

A. Formulation of messages aimed at opinion makers. The Foreign Ministry defines "opinion makers" as: state officials such as the President and/or Prime Minister, his/her cabinet, the Foreign Minister, the Speaker of the Parliament and opposition, the ten most prominent members of parliament, up to ten representatives of top non-governmental organizations, up to ten of the most influential reporters.

5.2 Media Relations (Hasbara Ministry & Foreign Ministry)

1. Establishing set briefings in Hebrew, various foreign languages, and Arabic for local press (hasbara headquarters).
2. Establishing press briefings for foreign press abroad (Foreign Ministry).
3. Improving the skills of the officials spokespersons of the State of Israel for local communication (National Hasbara Forum).
4. Organizing media delegations for foreign journalists in Israel (Foreign Ministry).
5. Managing professional connections with foreign writers posted in Israel (Foreign Ministry).
6. Actively managing new media channels like Facebook and Twitter (hasbara headquarters, Foreign Ministry, Hasbara Ministry, Tourism Ministry by way of its employees, IDF spokespersons).

5.3 Internet Warfare (Foreign Ministry, Hasbara Ministry)

A. Partnering with relevant Israeli organizations to construct websites that provide hasbara materials and other capable of translating state hasbara materials into a myriad of foreign languages.

B. Recruiting volunteers from abroad to provide an Israeli point of view on European news sites (Germany, Spain, England) and in online surveys. These networks were activated during Operation Cast Lead (2008).

6. Dynamism & Crisis Management

6.1 Internet Warfare (Foreign Ministry, Hasbara Ministry)

A. The "Internet Warfare" network (Foreign Ministry) Official staff of the Foreign Ministry that works around the clock writing pro-Israel responses on websites in Europe and the United States, and participates in conversations that take place with on blogs, Facebook, Twitter and YouTube.

B. The "Web Listener" network (Foreign Ministry): Official staff of the Foreign Ministry which constantly tracks blogs, the BBC website, and Arab websites.

C. The "Situation Room" (Hasbara Ministry): The hasbara apparatus's virtual network designed for emergencies. The "room" operates in five different languages (English, Russian, Spanish, Arabic, and Hebrew) and has three control staffs: new media, Diaspora relations, and hasbara information monitoring. The staffs of the "Room" activates hundreds of activists and senior bloggers as well as over one hundred thousand Internet social network users (These networks were activated during the Marmara Fostia in 2002 and the Gaza Flotilla in 2009).

D. Initiatives to deliberately remove and/or limit messaging from the Apple Store and the right to remove the Facebook page that calls for the Third Intifada.

6.2 Students Abroad (Foreign Ministry, Hasbara Ministry, and Jewish Agency)

A. "Face of Israel" Project (Hasbara Ministry): Sending a delegation of young people from Israel to campuses abroad to reinforce the existing hasbara networks during "anti-Israel" events such as "Israel Against War" (Hasbara Ministry).

B. Bringing high school students from the Diaspora to Israel to prepare them for their departure to campus where they will fight against the phenomenon of delegitimization (Hasbara Ministry).

7. Strategic Targeting

7.1 Arabic Communications (National Hasbara Forum and Foreign Ministry)

1. Directing official spokespersons of the State of Israel to Arabic-language media (Foreign Ministry).
2. Upgrading hasbara websites in Arabic and Persian (Foreign Ministry).

7.2 Targeting Opinion Makers (Foreign Ministry and Hasbara Ministry)

A. Formulation of messages aimed at opinion makers. The Foreign Ministry defines "opinion makers" as: state officials such as the President and/or Prime Minister, his/her cabinet, the Foreign Minister, the Speaker of the Parliament and opposition, the ten most prominent members of parliament, up to ten representatives of top non-governmental organizations, up to ten of the most influential reporters.

B. Bringing influential opinion makers as individuals and delegations to Israel for speaking visits (Foreign Ministry).

C. Bringing senior radio announcers from the United States to that up on their return they will stress positive elements of Israel in their broadcasts (Hasbara Ministry).

D. Hosting delegations of elite university professors who teach about Israel (Hasbara Ministry).

E. Sending Israeli speakers from different fields abroad to appear before select, targeted audiences and local media (Foreign Ministry).

F. Organizing annual international seminars for young, non-Jewish opinion makers in Europe (Hasbara Ministry in conjunction with the Interdisciplinary Center in Herzliya).

G. Organizing a Media in Conflicts Seminar (MICS) for journalists and media personnel to encourage a more positive attitude towards Israel specifically when it comes to the Palestinian-Israeli conflict (Foreign Ministry in conjunction with the Interdisciplinary Center in Herzliya).

H. Setting up an Israeli booth with hasbara materials at book fairs in Russia, Germany, and cities of EU member states and publishing "Bridges to Culture" (in Fankfurt) (Hasbara Ministry in conjunction with "Nativ").

Un'infografica mostra i piani del Ministero degli Affari Esteri israeliano per combattere le critiche allo Stato ebraico

Sia il settore pubblico che quello privato sono profondamente coinvolti in questa pratica. Oltre al MAE, la divisione portavoce dell'esercito israeliano, l'Agenzia Ebraica per Israele e le organizzazioni private che operano all'estero, come StandWithUs e Christians United for Israel, sono tutte incaricate di diffondere la propaganda pro-Israele.

Più recentemente, il MAE ha rilanciato il suo progetto hasbara, ora intitolato *Voices of Israel*, che mira a combattere il BDS con un budget quadriennale di 100 milioni di shekel (circa 27 milioni di dollari). Questo finanziamento potrebbe essere raddoppiato grazie a donazioni private corrispondenti.

EDUCARE LE MASSE

Il settore dell'istruzione è stato una parte significativa della strategia. Attraverso organizzazioni come *Hasbara Fellowships*, gli studenti visitano Israele e imparano a diffondere la propaganda israeliana nei loro campus universitari. Inoltre, *StandWithUs* utilizza tattiche di lawfare per reprimere l'attivismo di solidarietà palestinese nelle università

statunitensi. Ogni anno, l'Agenzia ebraica invia migliaia di "Schilchim" o emissari israeliani nelle scuole, nelle università e in altre istituzioni giovanili di tutto il mondo per promuovere Israele.

Miller ha spiegato come gli sforzi di hasbara all'estero siano rivolti non solo agli adolescenti e agli studenti universitari, ma anche ai bambini. "C'è un grande sforzo per indottrinare i bambini a partire dai quattro anni nel Regno Unito", ha detto Miller. Questo nuovo programma non è la prima volta che il governo israeliano cerca di reclutare adolescenti per i suoi sforzi hasbara.

Nel 2015, il Ministero dell'Istruzione israeliano ha imposto a tutti gli studenti delle scuole superiori di seguire un corso di hasbara prima di recarsi all'estero in gita scolastica. I gruppi per i diritti hanno criticato il corso per le sue idee razziste su palestinesi e arabi.

Nel 2007, gli studenti delle scuole superiori israeliane ORT (settore scientifico e tecnologico), in collaborazione con il MAE, hanno creato un sito web per educare i loro coetanei di altri Paesi su Israele. Nell'ambito dell'iniziativa, i dipendenti del MAE hanno regolarmente istruito gli studenti sui metodi hasbara.

Israel Pumps \$30M into "Concert," a Revamped Propaganda Campaign to Fight Apartheid Label

SOSTEGNO IN CALO PER ISRAELE

Nonostante decenni di propaganda israeliana in tutto il mondo, l'hasbara è stata relativamente inefficace. Come ha scritto il giornalista israeliano Anshel Pfeffer, l'hasbara non è una soluzione produttiva al problema fondamentale di Israele (cioè l'occupazione brutale di un'intera nazione). Nessun inganno diplomatico potrà nascondere questi fatti.

"L'atteggiamento di base dei media occidentali non è diventato più indulgente o amichevole nei confronti di Israele – semmai è vero il contrario", ha scritto Pfeffer sul quotidiano israeliano Haaretz. "E anche se i budget venissero decuplicati e venisse fondata un'università per formare battaglioni di guerrieri hasbara, non funzionerebbe mai".

Friedman del FMEP ha sottolineato che i tentativi di Israele di cambiare la narrazione non hanno avuto successo. Il BDS non è stato eliminato. Al contrario, le azioni a sostegno del movimento sono cresciute in tutto il mondo. Definire Israele uno Stato di apartheid è diventato mainstream, poiché le organizzazioni internazionali lo hanno dichiarato tale. Negli Stati Uniti l'opinione pubblica a favore di Israele è diminuita.

Eppure Israele sembra irremovibile nel pompare milioni di euro nella propaganda piuttosto che invertire le sue politiche. E così, di fronte alle crescenti critiche, la decisione di Israele di creare una task force di giovani che si oppongono al BDS appare come un debole, ultimo tentativo di salvare la propria posizione nel mondo.

Foto in evidenza | Illustrazione di MintPress News

Fonte: MintPress News, 11 maggio 2023

Israel's Latest Hasbara Scheme Enlists High School Students as Trolls Against Palestine

Traduzione di Enzo Gargano per il Centro Studi Sereno Regis

