

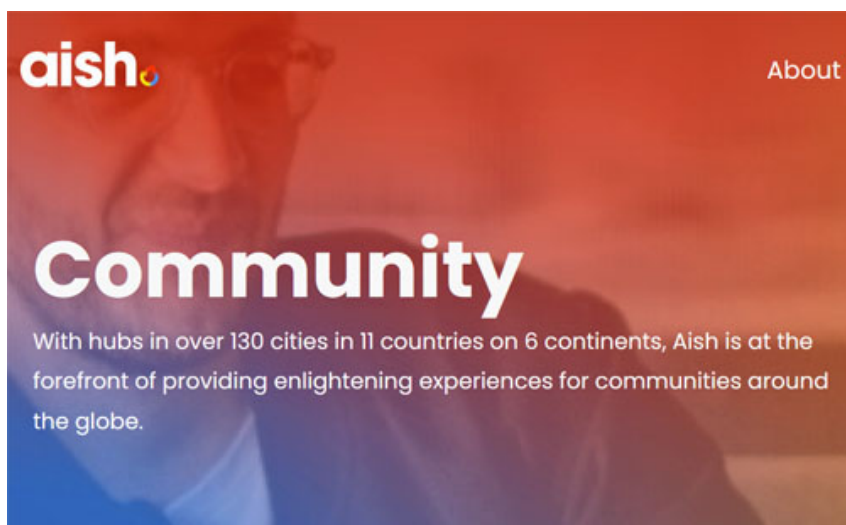
730 mln USD na Hasbarę

#Cyberprzestrzeń #Konflikty zbrojne #Ludzie #Publikacje #Strategia i polityka #Służby państwowe 2 maja 2026

Izrael zaplanował przeznaczenie 2,35 mld szekli (ok. 730 mln USD) na rozbudowę aparatu propagandy międzynarodowej, znanego jako Hasbara (hebr. objaśnianie). To odpowiedź na coraz gorszy wizerunek tego państwa na świecie, związany ze zniszczeniem Strefy Gazy i zabiciem tam kilkudziesięciu tysięcy Palestyńczyków. Izraelowi nie pomagają także ataki na Liban i Iran, w których zginęło kilka tysięcy cywilów. Hasbara łączy oficjalne działania rządowe z aktywnością organizacji pozarządowych i osób prywatnych w mediach tradycyjnych oraz społecznościowych. Według wielu obserwatorów, w grę wchodzi także manipulacja faktami oraz próby uciszania krytyki działań Izraela.

Rząd w Tel Awiwie przeznaczył m.in. 50 mln USD na kampanie reklamowe w mediach społecznościowych i 40 mln USD na organizację wizyt delegacji zagranicznych – od polityków i duchownych po influencerów i liderów akademickich. Podpisano także kontrakt o wartości 1,5 mln USD miesięcznie z agencją powiązaną z Bradem Parscale, byłym strategiem Donalda Trumpa, obejmujący wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji w działaniach w Internecie. Dodatkowe pieniądze mają być kierowane do sieci ewangelikalnych i na kampanie influencerskie realizowane przez prywatne agencje PR.

Środki te zostały zaplanowane w budżecie Izraela przyjętym w marcu 2026. Łącznie oznaczają gwałtowny wzrost względem ok. 150 mln USD przeznaczonych na Hasbarę rok wcześniej. Skala wydatków wskazuje na znaczną intensyfikację działań mających poprawić międzynarodowy odbiór Izraela.



Aish HaTorah (Ogień Tory) to międzynarodowa sieć żydowskich ośrodków edukacyjnych ściśle powiązana z programem Hasbara. W 2001, we współpracy z izraelskim MSZ, Aish rozpoczęła program szkolący studentów w zakresie skutecznego promowania pozytywnego wizerunku Izraela w kampusach uniwersyteckich / Ilustracja: Aish.com

Izrael ma problem z wizerunkiem nawet w USA, gdzie od dekad cieszył się bezwarunkowym poparciem. Teraz to się gwałtownie zmienia. Według badań Pew Research Center opublikowanych w kwietniu, już 60% Amerykanów postrzega Izrael negatywnie, a odsetek opinii pozytywnych spadł do 37%.

W tej sytuacji izraelskie MSZ rozbudowuje struktury odpowiedzialne za kształtowanie przekazu międzynarodowego. Powstała specjalna jednostka zajmująca się narracją globalną, a także media war room, monitorujący przekazy medialne i internetowe odniesienia do Izraela. Nowe i rozbudowane struktury mają pomóc w walce z pogłębiającą się izolacją międzynarodową Izraela.

Analitycy z Institute for National Security Studies stwierdzają, że Izrael mierzy się z poziomem izolacji dyplomatycznej i społecznej nieznany od momentu jego powstania. Raport instytutu wskazuje również na zjawisko pełzającego bojkotu gospodarczego, przejawiającego się m.in. w ograniczaniu współpracy przez przedsiębiorstwa z różnych branż i instytucje akademickie. Remedium na to ma być zacieśnienie relacji z diasporą żydowską oraz środowiskami chrześcijańskich syjonistów (bardzo wpływowych w USA), m.in. poprzez rozwój programów edukacyjnych i wizyt młodzieży oraz wzmacnianie wpływów w sektorze akademickim.
