

المملكة الأردنية الناشمية
رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية
(٢٠١٦/١١/٥٠٨٢)

الدليمي، مؤيد خلف
أساليب ووسائل التضليل الدعائي والإعلامي/مؤيد خلف
الدليمي- عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع ٢٠١٦
() ص.
ر. ا. : (٢٠١٦/١١/٥٠٨٢)
الواصفات: /الإعلام//الإتصال/
يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعتبر هذا المصنف عن
رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

Copyright ®
All Rights Reserved

جميع الحقوق محفوظة

ISBN 978-9957-96-344-6

لا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب، أو تخزين مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي وجه أو بأي
طريقة إلكترونية كانت أو ميكانيكية أو بالتصوير أو بالتسجيل و خلاف ذلك إلا بموافقة على
هذا كتابة مقدماً.



دار غيداء للنشر والتوزيع

مجمع المصاف التجاري - الطابق الأول
خلوي ، ٩٦٦ ٧ ٩٥٦٦٧١٤٣ +
E-mail: darghidaa@gmail.com
E-mail: info@darghidaa.com

تلاخ العلى - شارع الملكة رانيا العبدالله
٩٦٦ ٦ ٥٣٥٣٤٠٢ +
ص.ب. ، ٥٢٠٩٤٦ عمان ١١١٥٢ الأردن
www.darghidaa.com

أساليب ووسائل التضليل

الدعائي والإعلامي

أ.م.د.

مؤيد خلف حسين الدليمي
استاذ الإعلام الدولي في جامعة الانبار

الطبعة الأولى

٢٠١٧ - ١٤٣٨ هـ

إهداء..

إلى وطني الجريح الذي يزرع تحت وطأة الظلم والاغلال . . إلى
المجاهدين الإبطال

إلى فرسان الكلمة الشريفة الصادقة . . إلى كل الأجيال

اهدي هذا الكتاب

الدكتور مؤيد الدليمي

المحتويات

تقديم.....	
مقدمة.....	

الفصل الأول

الاسس الفلسفية لمؤسسات ووسائل التضليل الاعلامي

أولاً: الجذور الفكرية والأسس الفلسفية للتضليل الدعائي الأمريكي	
منطق التضليل الإعلامي الأمريكي	
الأسس الفلسفية للدعاية الامريكية	
مراحل تطور الدعاية الامريكية	
ثانياً: مؤسسات التضليل الدعائي الامريكية	
الإعلام الدولي تحت هيمنة أمريكا	
المؤسسات الحكومية الرسمية	
المؤسسات غير الحكومية (غير الرسمية)	
مؤسسات تنفيذ الدعاية الامريكية	
ثالثاً: وسائل التضليل الدعائي الامريكية	
الوسائل المقروءة	
الوسائل المسموعة والمرئية	
اللوبي الصهيوني يسيطر على الإعلام الأمريكي	

الفصل الثاني

إستراتيجية وأساليب التضليل الدعائي الاعلامي

أولاً: إستراتيجية التضليل الإعلامي والدعاية الامريكية	
مرحلة الانفتاح (١٨٢٤ - ١٩١٤)	
مرحلة الانتقال (١٩١٤ - ١٩٤٧)	
مرحلة العالمية (١٩٤٧ - ١٩٩٠)	
مرحلة الهيمنة (١٩٩٠ - ٢٠٠٣)	
ثانياً: أساليب التضليل الدعائي الامريكية المستخدمة في الغزو	
أساليب الهيمنة الامريكية	
تكنيك الدعاية الامريكية	

..... ثالثاً: الحجج والذرائع التي ساققتها أمريكا لتبرير الغزو
..... الأسباب الحقيقية للحرب
..... بطلان الادعاءات بالاعترافات

الفصل الثالث

الوظيفة الدعائية والنضلية في الإعلام الأمريكي

..... أولاً: التوجه الدعائي وتوظيف الإخبار في إذاعة سوا
..... سوا.. النشأة والتطور
..... ثانياً: تحليل مضمون إخبار إذاعة سوا
..... أسباب اختيار الإخبار مجالاً للبحث
..... تحليل النتائج
..... ثالثاً: الأهداف الدعائية الناتجة عن التحليل
..... الخاتمة
..... فهرس المصادر والمراجع

نقد

هذا الكتاب قراءة منهجية لأكبر عمليات التضليل الإعلامي المنظم في العالم التي يقوم بها النظام المؤسسي في الولايات المتحدة الأمريكية للنفذ الى عقول الملايين من شعوب الارض للتأثير في توجهاتهم وميولهم ومن ثم معتقداتهم وكذلك لممارسة الضغوط على صناع القرار السياسي فيها لاسيما بعد ان اضحى ركنا اساسي في منضومة التعامل السيكولوجي. ويضعنا الكاتب في صلب موضوع التضليل الاعلامي الأمريكي وفي الكيفية التي تتعاطى بها وسائل الدعاية الأمريكية التي اصبحت اليوم تشكل اهم الادوات الرئيسة التي تعتمد عليها السياسية الخارجية الأمريكية لإعادة صياغة العالم وفق رؤية جديدة تكون امريكا هي اللاعب الاوحد فيه.

ويكتسب موضوع الكتاب اهمية استثنائية كونه تصدى الى جوانب تطبيقية في كيفية استخدام الدعاية لأساليب الكذب والتضليل والتلفيق في قضية احتلال العراق التي اخذت ابعاداً تجاوزت الابعاد الزمانية والمكانية وبالذات الموجهة الى الوطن العربي عموماً والى العراق تحديداً وهذا ما اصبح يهدد بشكل مباشر كافة الحريات الاعلامية وحرية الرأي والتعبير وحق الاتصال والتدفق الحر للمعلومات وينذر بمخاطر الهيمنة الامبريالية الاعلامية على وسائل الاتصال في العالم. ان الحصيلة التي اراد مؤلف الكتاب لفت انظارنا اليها هي ان الامبريالية الصهيونية العالمية لن توقف ماكنتها الدعائية وستستمر في استهدافنا بسلسلة طويلة من الكذب والتزييف وقلب الحقائق ويبقى السؤال المهم الذي يطرح نفسه باستمرار، اين اعلامنا العربي من ماجرى ويجري لامتنا العربية؟

ان هذا الكتاب خطوة جريئة لكشف خفايا موضوع يعد اليوم الاخطر والأكثر تهديدا لمستقبل الشعوب وتهديد مصيرها، والجانب الذي يحسب الى المؤلف اضافة

الى جهده العلمي الواضح هو التزامه بالحيادية والموضوعية والأمانة العلمية رغم كل الضغوط التي تفرضها طبيعة الموضوع وتجلياته وعدم اغفاله الواقع الذي يكتب عنه.

العراق الجريح بحاجة الى كل جهد طيب مخلص ورؤى حكيمة بعيدة عن اية نوايا الا حب الوطن والحياض عنه. ولعمري ان هذا الكتاب يدخل في صلب الرغبة المؤمنة المخلصة لمؤلفه بان يقدم لوطنه وشعبه بعض ما يستحقه وقد وفق في ذلك انشاء الله.

أ.د.عبد الرزاق محمد الدليمي

استاذ الاعلام الدولي / جامعة الشرق الاوسط/ الاردن

عميد كلية الاعلام- جامعة بغداد سابقا

مقدمة

فرض الإعلام الغربي نفسه على كثير من الشعوب ودول العالم، خاصة الدول الإسلامية والعربية بصورة الاعلام الصادق والمتميز والمعتدل، وساهم في تضخيم هذه الصورة ضحالة الاعلام الحكومي الموجه من بلدان العالم العربي والإسلامي وقلة استخدام تقنيات الاتصال الحديثة. وفي ظل كل المتغيرات نجد ان الاعلام الغربي عامة والأمريكي خاصة يمثل اكثر من ٩٠% من حركة الاعلام المتدفق بين ارجاء العالم. ولاشك ان لهذه الهيمنة اثاراً على الهوية الدينية واللغات والثقافات الاخرى واتخذ الكاتب من الاعلام الامريكي نموذجاً في ممارسة اساليب للتضليل (سلط الضوء عليه في هذا الكتاب) كون الاعلام الامريكي في الظاهر هو اعلام حر ومستقل، هو الاعلام الذي يكشف فضائح الادارة الامريكية، الا ان الحقيقة عكس ذلك لان الاعلام الامريكي عولم بطريقة ذكية من قبل الادارة الامريكية ليصبح اسلوبه اسلوب الاعلام الرسمي الموجه الذي اعتمدته الدول الشمولية، وأخذت الادارة الامريكية تهيمن وتسيطر على المؤسسات الاعلامية بشكل يثير الخوف والتساؤلات حول الكثير من المؤسسات الاعلامية المنتشرة في العالم، خاصة بعد الغزو الامريكي للعراق وما رافقه من عمليات دعائية وتضليل اعلامي متعمد من تلك المؤسسات الاعلامية، وما يتعلق بخفايا الحرب الدعائية التي ستضل اكثر الموضوعات سخونة وإثارة للجدل في الساحة الاعلامية كون تلك الحرب من الحروب التي لم يشهد لها العالم مثيلاً عبر العصور والتي استخدمت فيها التكنولوجيا الاعلامية على اعلى مستوى وكان للبعد الاعلامي دور فاعل في هذه الحرب، ذلك البعد الذي غلب عليه الكذب والتزوير ومغالطة الرأي العام الى حد ان احد الساسة الامريكان وصفها بـ(حرب الكذابين)

لذا فقد اوضحت الدعاية من ابرز الاسلحة الفتاكة التي تستخدمها البلدان لتنفيذ سياستها الخارجية، ذلك لما يلعبه اسلوب التعامل الدعائي من دور فاعل في مخاطبة العقول والمشاعر والتلاعب بها، بغية تحقيق الأهداف المخطط لها من قبل (الداعية) لدرجة يفوق تأثيرها ونتائجها ما تحققه الالة العسكرية على المدى البعيد، بل ان الدعاية اصبحت قوة رهيبة بفضل ما قدمته (الثورة التكنولوجية) في ميادين الاتصالات الدولية ووسائل الاتصال الجماهيرية، اذ ساعدت هذه الثورة على تطوير التطبيقات وتكثيف الاساليب الدعائية فأصبح من الممكن النفاذ الى عقول الملايين من الناس والتأثير في اتجاهاتهم وميولهم ومعتقداتهم، وكذلك الضغط على صناعات القرار السياسي في العديد من البلدان، ولا سيما انها صارت ركناً رئيساً من اركان التعامل النفسي وهي الوجه الاخر لأية حركة سياسية ويتم ذلك بالتمعن في نطاق

الخبرات المختلفة التي شهدتها العالم المعاصر والتي كونت في مجموعها المحصلة التي من خلالها نستطيع استخلاص قواعد الدعاية في محيط السياسة الدولية. وتبرز أهمية الموضوع كونه تناول التضليل الاعلامي الامريكي والأساليب الدعاية الأمريكية التي أصبحت اليوم تشكل اهم الادوات الرئيسية للسياسة الخارجية الأمريكية التي ارادت فرض هيمنتها على العالم وأمركته بغية تثبيت وتعزيز نفوذها وقياداتها لنظام القطب الواحد الذي يحمل بين موانيقه سياسة التهديد والترغيب حتى التدمير.

ان الدعاية الأمريكية الموجه للعراق جزء من الإستراتيجية الدعاية الأمريكية التي تحمل دعاية الفكر الرأسمالي بكل ما ينطوي عليه من ابعاد سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية لذا نجد من يدرس الدعاية الأمريكية كأحد اساليب الاعلام الأمريكي الموجه للوطن العربي عموماً والعراق خصوصاً، يجد امامه حقائق اساسية تؤكد ان الدعاية روجت في جميع الازمات التي اختلفتها الولايات المتحدة للهيمنة على الشعوب ومنها العراق. الذي تعرض الى حرب دعائية تجاوزت في اساليبها وإمكانياتها اية حملة اخرى شهدتها العصر الحديث، ذلك من خلال التخطيط الدقيق والتكنولوجيا المستخدمة والكم الهائل من المعلومات التي كانت تتدفق على مدار الساعة وطرق التسخير وتجنيد الاذاعات الموجه ولا سيما (اذاعة سوا) والتي استخدمت اساليب دعائية جديدة لم تألفها الحروب والأزمات من قبل كل ذلك يتم توجيهه للعراق في محاولة تدميره فكرياً وسياسياً واجتماعياً.

لقد اثارت عمليات التضليل والخداع الواسعة تساؤلاً نحو مخاوف بخصوص الحريات الاعلامية وأخلاقيات المهنة وحق الاتصال والتدفق الحر للمعلومات ومخاطر الهيمنة الامبريالية الاعلامية على وسائل الاتصال في العالم. لذا سنعرض في هذا الكتاب هيمنة الادارة الأمريكية على وسائل الاعلام العالمية واستخدامها كأداة طيعة في خدمة مصالحها خاصة اثناء غزوها للعراق، والأساليب الدعاية التي استخدمتها في هذه الحرب لخداع الرأي العام وتحويل مواقفه الرافضة للحرب، بغية الاخلال بالنظام القيمي وإعادة ترتيب سلم الاولويات بما يخدم المصالح الأمريكية ولتبرير غزو العراق واحتلاله.

يحتوي الكتاب ثلاثة فصول فضلاً عن المقدمة، تحدث الفصل الاول عن الاسس الفلسفية لمؤسسات ووسائل التضليل الاعلامي تعمق خلاله الكتاب في الجذور الفكرية للتضليل الدعائي الأمريكي وتطرق الى مؤسسات ووسائل العمل الدعائي الأمريكية، فيما تناول الفصل الثاني استراتيجية واساليب التضليل الدعائي الاعلامي مستذكراً بالتغلغل الدعائي الأمريكي في العراق منذ عشرات السنين التي مضت. كما تناول اساليب التضليل الدعائي التي استخدمتها الولايات المتحدة الأمريكية لتبرير غزوها للعراق ولتضليل الرأي العام العالمي. وتعرض الكتاب الى

الحجج والذرائع التي ساقتها الادارة الامريكية لتبرير غزوها واحتلال العراق خلال هذا الفصل. وجاء الفصل الثالث في الكتاب ليعين الوظيفة الدعائية والتضليلية للإعلام الامريكي، وتناول الكتاب (اذاعة سوا) بالبحث والتحليل كونها احدى وسائل الاتصال الامريكية التي كان لها الدور الدعائي المؤثر قبل وبعد الغزو، من خلال ممارستها للأساليب التضليلية المشوهة والمزيفة في نقل الاحداث والتأثير في الرأي العام.

الفصل الاول

الاسس الفلسفية لمؤسسات ووسائل التضليل الإعلامي

اولاً: الجذور الفكرية والأسس الفلسفية للتضليل الدعائي الامريكي

ان المنطلقات الاساسية التي وضعها (جورج واشنطن) اول رؤساء الولايات المتحدة الامريكية، فرضت على بلاده طوقاً من العزلة والابتعاد عن مسرح السياسة الدولية لحين من الزمن، اذ ان امريكا عزفت كلياً عن اقامة اية تحالفات دولية مع بلدان العالم. وفي دوامة هذا المبدأ انعزلت امريكا تماماً عن بقية بقاع العالم، الا ان مجيء (جيمس مونرو) الى السلطة، الذي اعلن مبدأه عام ١٨٢٣ قلب الاوضاع رأساً على عقب، فوضع المفاهيم الرئيسية لسياسة الولايات المتحدة الامريكية، اذ استند في ذلك الى افكار (واشنطن وجفرسون)، فبدأ ببناء قاعدة صناعية ضخمة جداً فاقت في هذا المجال الدول التي سبقتها. كما انه وضع الاسس والقواعد الرئيسية لضمان حماية الولايات المتحدة الامريكية من أي اعتداء خارجي يهددها^(١) ولم يكن للدعاية في هذه الاتناء دور في الاستراتيجية الخارجية التي وضعتها الولايات المتحدة الامريكية، بل انها عدتها من الانشطة المشبوهة. فأحست الولايات المتحدة بأنها غير قادرة على مجاراة ومنافسة حلفائها الذين كان لهم باع طويل في ادارة المصالح الاستعمارية المنتشرة في ارجاء العالم. وان تاريخ السياسة الدولية لأمريكا ليس له دور يذكر على مسرح العلاقات الدولية حتى قيام الحرب العالمية الثانية.

الا ان الهجوم الياباني على ميناء (بيرل هاربر) عام ١٩٤١، احدث هزة عنيفة في عقول الساسة الامريكان، بل معظم الشعوب الامريكية، وبعد ان كانت تؤمن بأن ما يحدث في الخارج ليس له اثر على امن الولايات المتحدة^(٢). الا ان العزلة لا تعني ان امريكا غارقة في مستنقع التخلف والتدهور بل على العكس من ذلك، لان العزلة ما هي الا (عزله سياسيه)، اما المجالات الاخرى، كالثقافة والتعليم والتجارة.. الخ، داخل هذه البلاد فقد تطورت بسرعة ليس لها مثيل، لهذا ظهرت الولايات المتحدة زاهية في عصر النهضة الثقافية فأصبحت بذلك الوريث الوحيد لتطور مؤسسات الثقافة الاوربية.

كل هذه الظروف والمميزات والخصائص جعلت من امريكا انموذجاً للدولة العصرية ومن اهم تلك المميزات:^(٣)

١- ان نضوب موارد العالم القديم مروراً بتلك الحقبة الزمنية الطويلة مقابل

امتلاك الولايات المتحدة ارضاً غنية بالموارد الطبيعية فضلاً عن اتساع رقعتها الجغرافية جعل الولايات المتحدة الامريكية في مصافي الدول الاقتصادية الضخمة، فارضة هيمنتها على العالم الجديد.

٢- لقد تمكنت الحروب المتوالية من تمزيق معظم بلدان اوربا وآسيا، الا ان المحيطان الشاسعان (الاطلسي والهادي) اللذان عزلا الولايات المتحدة الامريكية عن الدول الاخرى منعا عجلة الحرب من الوصول الى هناك، فنعمت امريكا بالسلم لمدة طويلة.

وبعد هذا الابتعاد الامريكي عن اقامة التحالفات السياسية الدائمة مع دول العالم، شهدت الفترة اللاحقة انفتاحاً امريكياً في العلاقات الدبلوماسية مع بعض البلدان الاوربية وكذلك عقدها الاتفاقات التجارية، لأجل التحضير للدولة الاقتصادية الضخمة، الا ان هذا الانفتاح لم يخرج عن الاطر التي حددها الدستور الامريكي. ولعب الاعلام الامريكي في تلك المرحلة دوراً بارزاً بالأخص (الصحافة) التي عنيت بها امريكا عناية قلماً جارتها فيها دول اخرى، اذ ادت الصحافة خدمة قيمة في مراحل التطور الامريكي والانفتاح على العالم، ومن هنا جاءت كلمة (كلب الحراسة) (watch Dog) التي اطلقت على الصحافة لمحاربتها مظاهر الفساد الاداري وغياب العدالة وسوء استخدام السلطة.

كما ان للإذاعة دور في انفتاح الولايات المتحدة عالمياً، بعد ان بدأت اول محطة للإذاعة عملها في ١٩٢٠، فكانت موجهة للاستهلاك الداخلي، فضلاً عن استخدامها اداة للسياسة الخارجية، لأنها تولت مهمة اذاعة الحملات السياسية الى الخارج.^(٤)

بيد ان الصحوه الحقيقية لسياسة الولايات المتحدة الامريكية، بدأت مع بداية القرن العشرين، فأن التطور التكنولوجي احدث نقلة سريعة في وسائل الاتصال، اذ صار من الممكن ان (يمثل) العالم امام اذهان صانعي السياسة الامريكية. واستناداً لذلك بدأت الولايات المتحدة الامريكية تدرك الاهمية القصوى لوسائل الاتصال المختلفة وتأثيرها على الرأي العام في الداخل والخارج فأولتها اهتماماً قل نظيره.

❖ منطق التضليل الاعلامي الامريكي

يعتبر التضليل الاعلامي احد الاساليب المستخدمة في الحرب النفسية وواحد من مستويات التعامل النفسي، كما ان التضليل الاعلامي جزءاً من الحرب الاعلامية، اما في المفهوم العام فهو يعني الكذب والخداع والتشويه والتزييف واخفاء الحقائق، بغية التأثير في اتجاهات الرأي العام والقيادات العسكرية من خلال تضليلها للحقائق والوقائع بأحدث فنون التسويق الدعائي والسياسي وبأستعمال التكنولوجيا المتطورة اعلامياً ولتحقيق اهداف محددة مسبقاً.^(٥)

وضعت الادارة الامريكية ومخططو العمل الدعائي والتضليلي ثلاث مراحل للتعاون مع حرب العراق او الغزو الامريكي للعراق وبدأت المرحلة الاولى قبل الغزو، فوجد الادارة الامريكية تتحدث عن امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وارتباط نظامه بعلاقات مع القاعدة والأكاذيب الاخرى التي ساققتها لتبرير الغزو. والمرحلة الثانية اثناء الغزو (العمليات العسكرية) وتعتبر من اعنف المراحل والتي رفعت خلالها شعار (تحرير العراق) وخلع النظام الدكتاتوري ونشر الديمقراطية. اما في المرحلة الثالثة وبعد احتلال العراق نجد منطقها تغير تماماً فنجدها تتحدث عن القضاء على المتمردين ومحاربة الارهاب

❖ الدعاية ذات الاسس البراغماتية

نشأت الدعاية الامريكية على اسس (براغماتية)^(*) بحثة تمتد جذورها الى اساليب الاعلان التجاري، خاصة بعد ان فقد النظام الرأسمالي قدرته على تصدير الرأسمالية الى بلدان العالم الثالث

ويذهب التهامي في تحليله (للبراغماتية) الامريكية وأثرها في السياسة الاعلامية على الا ان ((هذه النزعة تمنح الدعاية الامريكية قدرة الحركة وانتهاز الفرص، على الرغم من انها توقع السياسة الاعلامية في حالة من التناقض وعدم الاستقرار، بل اللجوء الى الكذب والخديعة والإرهاب والإثارة)).^(٦)

ويعد عام ١٩٢٧ الخطوة الجديدة لتحديد مفهوم الدعاية، من خلال كتاب (هارولد لاسويل) (تقنية الدعاية في الحرب العالمية) الذي استخلص منه الدروس القيمة للعمل الدعائي الامريكي المنظم.^(٧) اما معهد تحليل الدعاية الامريكي فقد كشف عام (١٩٣٧)، عن سبع حيل رئيسية يستعملها خبراء الدعاية الامريكية للتأثير في الناس، بغية كسبهم الى صفهم وهي كالآتي:^(٨)

الحيلة الاولى: استعمال الفاظ التعميم البراقة لتهوئش المتلقي، وجعله يتأثر ببريق هذه الالفاظ. مثل (الحرية، التقدم، الصدق، الديمقراطية، الشرف).

الحيلة الثانية: استعمال الفاظ الشتم والانتقاص من القيمة والكرامة، وذلك للتأثير في الضحايا، فهي تستخدم الفاظ (الهلترية، الدكتاتورية، الاباحية، الفوضوية)

الحيلة الثالثة: خلع المزايا والفضائل عن موضوع الدعاية وذلك عن طريق الربط بينها وبين الشعارات الوطنية والدينية (مثل ربط الدعاية بين حفلة من الحفلات والنشيد القومي).

(*) البراغماتية. (برجماتية) هي اسم مشتق من اللفظ اليوناني براجم (pragma) وتعني عملي، وهو مذهب فلسفي يؤكد بأن العقل لا يبلغ غايته الا اذا قاد صاحبه الى العمل الصحيح فالفكرة الصحيحة هي الفكرة الناجحة، أي الفكرة التي تحققها التجربة.

الحيلة الرابعة: هي استغلال الشهود من خلال اقناع الداعية بعض المشاهير بالإدلاء بأحاديث أو عبارات، (فيقول زعيم من الزعماء، انه يؤيد احد الناخبين)، بغية رفع شأنه بين الناخبين.

الحيلة الخامسة: الايهام بالسذاجة والبساطة والشعبية، فنجد مثلا ان السياسي يتبسط الحديث، ويستعمل احاديث العامية كسائر الناس.

الحيلة السادسة: هي العرض المغرض للحقائق وترتيبها ترتيبا يفيد الداعية وكسبه هذه الحيلة بالغش الذي يعمد اليه لاجب الورق حين يرتب الاوراق ترتيبا مقصودا لغرض الكسب.

الحيلة السابعة: وترتكز على عقلية القطيع فيصور الداعية ما يدعو له بانه شي يحدث في جميع انحاء المجتمع، وان الناس مجموعون على صدقه وصوابه وضرورة القيام به.^(٩)

فيما تستمد الدعاية الامريكية ديمومتها التي عبرت عن قدرة غاية في التأثير والكسب للمؤدبين من الدول الاوربية المتوافقة معها في المنطلقات الأيدلوجية والاهداف السياسية، وبعدها التوجيه الى الشعوب الاخرى والحجة يجدها بالثقافة والتقدم والاستفادة مما وصل اليه العقل الامريكي في التقدم التقني والعلمي، ومع تقدم عمليات البث عبر التلفزيون الفضائي تمكنت من بلورت ظاهرة الانبهار والاعجاب (بالنموذج الامريكي) الذي عزمت من خلاله التخطيط لتنفيذ (الثورة الدعائية)^(١٠) وبررت الدعاية الامريكية منطق تغلغلها في حياة الشعوب (بنظرية التنمية) التي كان محورها خلق مجتمعات الرفاهية واسلوب الحياة الاستهلاكية من خلال عملية (التسميم السياسي) التي تعد احد وسائل الحرب النفسية، وان النشاط الدعائي يسعى الى خلق الصديق، وبعبارة اخرى (ان لم يستطع ان يخلق المؤيد فعلى الاقل يشكل المعارض).^(١١)

واعتمدت الولايات المتحدة منذ تأسيسها اساليب ووسائل غاية في التأثير والإقناع مع الجمهور الداخلي باختلاف جنسياته وأصوله العرقية. كما ان دعايتها الخارجية استهدفت الوصول الى اشخاص يمثلون (النخبة) في المجتمع، مثلما اكد ذلك الكاتب الامريكي (جون بريتمان) الذي يرى ((ان الدعاية الامريكية التي يتم تسريبها الى الخصم لخداعه، انما قوامها المعلومات الصحيحة والكاذبة والهدف هو صانعوا القرارات وليس الجمهور))^(١٢)

ان الدعاية الامريكية في خطابها الموجه الى الخارج تتجه الى ثلاث فئات رئيسية وهي تعتمد اللغة بشكل اساسي.

١- صناع القرار (سياسي، اقتصادي، اجتماعي)

٢- الطبقة المثقفة في المجتمع (النخبة)

٣- قطاعات الرأي العام الاخرى (الجمهور)

والحديث عن الدعاية الامريكية يعني بالضرورة، الحديث عن السياسة الخارجية الامريكية، وذلك لانه اذا كانت السياسة قد وظفت لتقديم صورة زاهية للنموذج الامريكي، فإن الدعاية الامريكية وظفت لخدمة هذه السياسة، بل كانت ترجمة للسياسة وأداة من ادواتها وكان المخطط السياسي والمخطط الاعلامي (واحد) في اهدافه ومنطلقاته.

والسياسة الخارجية الامريكية ما هي الا امتداد للسياسة الداخلية، لان الطبقة التي تضع القرار الداخلي هي نفسها التي تضع القرار السياسي الخارجي، فالعيلتان محكومتان بالقانون نفسه والذي يصب في مصلحة الرأسمالية الاحتكارية المهيمنة على اجهزة الدولة، وكافة اجهزة الدعاية من صحافة- اذاعة- وتلفزيون.... الخ. واستناداً لذلك هناك متغيرين اساسيين اعتمدتهما فلسفة التعامل الامريكي الدعائي الخارجي حددا طبيعة التوجه الدعائي: (١٣)

١- ادراج السياسة القومية في منطق التعامل الدولي امام الرأي العام العالمي على انها لا تخرج عن القواعد العامة في السلوك الدولي، أي تقديم (امريكا) على انها لا تمثل (نشازاً) ولا تخرج عن السلوك السلمي والتواضع القيادي وانها انموذج التقدم والديمقراطية.

٢- خلق الهيبة الدولية لأمريكا وترسيخ القناعة لدى الرأي العام بانها تمثل الاستقرار والتناسق في التعامل السياسي الذي خلفه قيادة تقدمية.

وتأسيساً لما تقدم فإن الدعاية الامريكية اصبحت ذات تأثير في تدعيم موقف الولايات المتحدة السياسي دولياً ومن خلال استثمارها بالشكل الصحيح، والذي ابرز امكاناتها من خلال نقل نمط الحياة الامريكية (النموذج الامريكي) وتصديره الى بلدان العالم الاخرى، وهو ما يسمى اليوم (بأمركة العالم) لتحقيق المصلحة الاقتصادية

وفي اطار هذين المتغيرين اتضحت معالم سياسية خارجية امبريالية تضمنت تدخل الولايات المتحدة في شؤون الدول الاخرى لحماية مصالحها القومية والحصول على النفوذ. ولاسيما بعد انتهاء الحرب الباردة وإفراز الساحة الدولية نظاماً دولياً جديداً حاملاً بعض التغيرات التي كانت لها نتائج على صعيد الفكر الاشتراكي ولا سيما الاتحاد السوفيتي (السابق) الذي انهار عام ١٩٩١، وادى ذلك بدوره الى ظهور سياسة اعلامية تخدم التوجهات الامريكية من خلال تطوير وسائل الاعلام، ويمكن تحديد اهداف السياسة بالاتي:

١- التأكيد على انفراد امريكا في قيادة العالم بانتهاء الحرب الباردة.

٢- التأكيد على النظام الدولي الجديد الذي يبين انفراد امريكا بإدارة شؤون العالم، واتخاذها الشرعية الدولية ستاراً لتنفيذ مخططات السياسة الخارجية الامريكية. ذلك النظام الدولي الذي اعلنت مبادئه رسمياً بعد انتهاء الحملة العسكرية على العراق او في ما يسمى بـ (حرب الخليج الثانية).

٣- محاولة ايجاد صفة (العدو المشترك) لبعض دول العالم الثالث مثل (العراق، ليبيا، ايران)

❖ الاسس الفلسفية للدعاية الامريكية.

ان البرامج والخطط التي بدأت بتنفيذها الولايات المتحدة الامريكية لتحقيق اهدافها في التوسع والاستغلال، انما تعبر عن اهتمام امريكي غير اعتيادي، فسرته المختصون، بأنه فلسفة امريكية صرفه، اعتمدت على النشاط الدعائي الامريكي الذي يستقي اصوله من (البراغماتية) استناداً لما حددته فلسفة (جون ديوي)^(*) مؤسس الفلسفة الامريكية التي هيمنت على تقاليد التعامل النفس الامريكي وأساسها الاتجاه نحو تثقيف الافراد بالثقافة الامريكية. أي تقديم فروض الطاعة والولاء لأمريكا ونمطها الذي قامت عليه فلسفة التعامل النفسي الامريكي.

يعتمد الخطاب الدعائي الامريكي على مجموعة قواعد يمارسها النظام الحاكم الذي تمثله السلطة السياسية والمدعومة بجهاز سياسي ذو خبرة متميزة في العمل السياسي والإعلامي يمكنه على احداث اختراقات في الساحة الدولية الموجهة اليها الوسائل والنشاطات الاعلامية وان هذه العملية المدروسة من قبل امريكا نحو احتواء الدول الاخرى، تمكنها من اختيار الوقت المناسب لمهاجمة هذه الدول اعلامياً وبما ينسجم وإستراتيجيتها ومصالحها.

ويؤكد (ديوي) ان ((ان التربية قائمة على غرائز الانسان وانفعالاته وقوته الداخلية وان التربية مهمتها رعاية ما في داخل الانسان الذي بدأ طفلاً متأثراً في بيئته ومن ثم تطويرها وتكييفها لصالح المجتمع))^(١٤). وبهذا نفهم ان (ديوي) يعتمد في تفسيراته على قدرات المجتمع وإمكاناته البشرية بالاعتماد على غرائز الانسان وتطويرها من خلال التربية الداخلية المتعلقة بالمجتمع.

وتولى فلسفة (ديوي) الذرائعية، اهتماماً كبيراً للتعليم، كعامل اساس في التعليم والتثقيف في الولايات المتحدة، وجعل من الثقافة الامريكية محط اعجاب طلاب البلدان الاخرى. اذ خلق عندهم الاعجاب والولاء (للنمط الامريكي) الذي انعكس

(*) جون ديوي، ولد عام ١٨٥٩ وتوفي عام ١٩٥٢، واعتبره الامريكان الفيلسوف الحي للفلسفة الامريكية لفت الانتظار اليه للمرة الاولى اثناء تدريسه في جامعة شيكاغو، من اهم كتبه (ديمقراطية التعليم) ركز على مهمة النهوض بجبل امريكي افضل. طبقت اقتراحاته في التعليم في معظم المدارس والجامعات الامريكية، وأبرزها ما اكده في نظام المدارس الابتدائية والثانوية. وذلك بأن يستمر التعليم حتى الفصول الدراسية لا على المراحل، أي طيلة حياة الانسان، للمزيد انظر، توفيق الطويل، اسس الفلسفة، ط١، القاهرة، دار النهضة، ١٩٧٦، ص ٦٤.

بالتالي على طبيعة التوجه الأمريكي نحو البلدان الاخرى كونها زعيمة الامبريالية التي اخذت تتحكم اليوم بقدرات الشعوب. (١٥)

واستناداً لما تقدم يمكن تحديد الهيكل الوظيفي لنظرية ديوي بالبعدين التاليين:

١- اتخذت من عملية التوعية والتنقيف غطاء لتحقيق اهدافها الدعائية، لذلك فهي تختلط بالإعلام، وتركز اهتمامها في مجال الثقافة السياسية، كالجامعات، والمكتبات ومراكز البحوث العلمية.

٢- تعمل على تدعيم مواقف الاصدقاء لتوسيع ساحة الاستجابة وترسيخ مدركات التأثير فالعمليات النفسية الامريكية، هدفها المجموعات الانسانية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والدينية.

وجاء (شارلس بيرس) (*) الذي يعد اول من وضع اصطلاح (البراغماتية) من خلال مقالة (كيف نوضح افكارنا) موضحا فيه الاساس الفلسفي للبراغماتية فأصبحت طريقة الى الفلسفة، اذ كانت وسيلة لمعالجة القضايا الفلسفية التي تبحث في المعلومات وما وراء الظواهر، واستخدام (بيرس) الذرائعية منهجا للإيضاح المفاهيمي، من اجل ان يضع الاسس السيمبائية (العلاماتية) او نظرية الاشارات، فأصبحت الذرائعية منهجا تجريبييا راديكاليا معاديا لأي شكل من اشكال التجريد وبسبب نزعتها الى الشك بالحقائق العامة، اسست رؤية ملموسة للأشياء (١٦).

ويرى (بيرس) بأنه لايمكن التحقق من صحة المعلومات التي تأتي عن طريق الحواس لانها غالبا ما تكون خادعة او مخدوعة، فهي تخط الحقائق بالأوهام مما يصعب تمييز الحقيقة من الوهم. فماذا علينا ان نصدق ؟ وقد توصل (بيرس) الى ان الفكرة ما هي الا مشروع العمل وليست حقيقة، كما تزعم الفلسفة (العقلية) فكل فكرة لابد ان يكون لها خطة عمل.

بينما يرى (وليام جيمس) (**) حامل لواء (البراغماتية) في العصر الحديث، ان كل فكره او عقيدة صادقة هي التي تؤدي الى النجاح في الحياة، والمعتقد الصحيح هو الذي يقود الانسان الى تحقيق اغراض ناجحة، ان افكار المرء تتلمس وسائل لتحقيق

(*) (شارلس بيرس) هو فيلسوف امريكي وضع افكاره الفلسفية وبصماته البراغماتية في عدة مقالات اهمها ما نشر في كانون الاول سنة ١٨٧٨ في مجلة (البوبو لارسال مونثلي) (popular science monthly) فاضح ان البراغماتية هي (أي عمل صالح لغرض معين يؤدي الغرض المطلوب) انظر، يعقوب خام، ابراجماتزم مذهب الرذائع، ط١، بيروت، دار الحداثة، ١٩٨٥، ص١٣٧.

(**) (وليام جيمس) ولد في نيويورك، ١٨٤٢، نال الدكتوراه من جامعة (هارفارد) توفي ١٩١٠، من مؤلفاته (اصول علم النفس) ١٨٩٠، (ارادة الايمان) ١٨٩٧، بلغ ذروة شهرته ولمع انذاك في اوساط المجتمع الاوربي، للمزيد انظر، ول ديورانت، قصة الفلسفة، ط٢، بيروت، دار المعارف، ١٩٧٥، ص٦١٦.

اغراضها في الواقع وان هذه الفكره اداة سلوك الفرد بشكل علمي ويجب ان تكون فكره فاضلة، لان العقل الانساني فاضل متى ما حقق نفعا لحياة الانسان.^(١٧)

ويقول (جيمس) ان ما يشعر به الانسان يجب ان يدخل مجال التجريب، فما الفرق بين حادثه مختبره وحادثه غير مختبره ان الامطار التي نشاهدها ونحس بها مختبره، بيد ان الامطار التي تسقط في الصحراء ليس مختبره.

ويمكن القول بان افكار (جيمس) امتداد منظم لأفكار (بيرس) اذ ان (براغماتيه جيمس) تضع الافكار في اطار علمي تجريبي، مع ضرورة تجنب الخطأ، وان (براغماتيه بيرس) تؤكد بانه يجب ان تكون الفكره ذات نتائج ناجحة أي توفر عنصر (الصدق). فمن خلاله يصل الانسان الى نتائج مفيدة.

وتأسيسا لما جاء عن (المذهب البراغماتي) الذي اخذ به الفلاسفة الامريكان (ديوي) و(بيرس) و(جيمس)، عملت الرأسمالية الامريكية على التحكم بوسائل الاعلام وتحديد مساراتها العامه على وفق مصالح الرأسمالية ونظرتها للإحداث، بغية تحقيق مطامع الشركات الرأسمالية. فالعلاقة بين السياسة الامريكية وبين هذه الشركات علاقة جدليه محكمه الترابط، لذلك فان أي ادارة للإعلام الامريكي لا بد ان تكشف تأثير الرأسمالية الامريكية في مسيره هذه الاعلام، أي ان وسائل الاعلام الامريكية تنطلق من النظام الاعلامي الذي صاغته الولايات المتحدة وعملت على تطويره.

ويقوم هذا النظام برأي الباحثين الامريكان (ميشيل زين) و(جيمس تنكرد) على ثلاث فلسفات او نظريات اعلاميه:^(١٨)

١ - النظرية الليبرالية: (Libertarian Theory)

وتؤكد هذه النظرية على (حرية الصحافة) والتعديل الاول للدستور الامريكي الذي ضمن هذه الحرية، وقد ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الامريكية كرد فعل على نظرية السلطة (Authoritarian) الموجوده في بريطانيا وبعض بلدان العالم منذ القرن السابع عشر ومن انصار النظرية الليبرالية الكاتب والفيلسوف (جون ستيوارت مل) الذي بين اراءه في كتابه (في الحرية) وان انصار هذه النظرية يرفضون السيطرة الحكومية على الصحافة وتحجيم وسائل الاعلام وابتزازها.

٢ - نظرية المسؤولية الاجتماعية: (Social Responsibility)

وهي تختلف عن النظرية الليبرالية لانها ترى في الناشر ملتزم بأخلاقيات امام المجتمع وان الحرية تتضمن مسؤولية اجتماعية، فقد نتج عنها مفهوم (حق الحصول على المعلومات) مما شجع في تطوير التحقيقات الصحفية في التحري عن دقة

المعلومات لاي قضية، وكان من نتائج ذلك، اسقاط الرئيس الامريكى الاسبق (نكسون).

٣- النظرية التجارية: (Make- a- back theory)

وتجد هذه النظرية في وسائل الاعلام مشاريع تجارية بحتة، بحيث تكون ناجحة اقتصادياً وقد راقّت هذه النظرية للعديد من الناشرين في امريكا والغرب الذين ينظرون الى وسائل الاعلام على انها مصدر للربح دون الاكتراث بنوع الخدمة التي تقدمها للجمهور.

❖ مراحل تطور الدعاية الامريكية.

قبل الحرب العالمية الثانية.

ان العمل الدعائي الذي قامت به الولايات المتحدة خلال الحرب العالمية الاولى ضد المانيا من خلال قسم المخابرات العسكرية التابع لجيشها، او ما يسمى (لجنة المعلومات العامة) يعد بداية صغيرة لعمل دعائي امريكى موجه للخارج وقد اسست هذه اللجنة عام ١٩١٧^(١٩). وكانت مهمتها احباط الروح المعنوية في الداخل والحط من قدر الجيش الالمانى من خلال اطلاق الشائعات.

واستطاع الامريكان من هذا العمل ايجاد نموذج لتنظيم الدعاية، ولعل محاولات (هارولد لاسويل) في مسألة الدعاية- خلال الحرب العالمية الاولى- الاثر الكبير في تنظيم الدعاية الامريكية، ولا سيما بعد نشر نتائج ابحاثه عام ١٩٢٧ في نظرية (تقنية الدعاية في الحرب العالمية)، فأصبحت افكاره جزء من النظرية الامريكية القائلة (ان الدعاية تنتقل الى الناس الافكار والاراء)^(٢٠).

وتعد عملية انشاء محطة للاذاعة عام ١٩٢٠ الاثر الفاعل في استخدام الدعاية من خلال هذه الوسيلة التي استخدمها الساسة الامريكان لتصدير سياسة بلادهم للخارج، كما انها كانت تستخدم للاستهلاك الداخلي. فيما استخدمت الراديو لتحقيق اهداف السياسة الخارجية الامريكية عام ١٩٢٤، من خلال استخدام الاذاعات الموجه الى بلدان امريكا اللاتينية^(٢١). وشهد عام ١٩٤٠، انشاء جهاز مركزي للدعاية السياسية الامريكية الموجه للخارج. وفي العام نفسه تم انشاء ادارتان للدعاية الامريكية واحدة في الداخل، والثانية لتصدير الدعاية للخارج من خلال (صوت امريكا) كما تم ايضاً انشاء ادارة لتنسيق الشؤون التجارية والثقافية^(٢٢)، التي عنيت بتوثيق العلاقات الامريكية مع دول امريكا اللاتينية.

اثناء الحرب العالمية الثانية.

دخلت الولايات المتحدة الامريكية الحرب العالمية الثانية في ٧/كانون الاول/ ١٩٤١ الى جانب الحلفاء وكانت في هذا الوقت تمتلك عدد من الهيئات والتنظيمات الدعاية التي اخذت على عاتقها مهام عديدة لتنفيذ اوجه السياسة الخارجية الامريكية. بعد ان اقتصر نشاط (ادارة تنسيق الشؤون التجارية والثقافية) على دول امريكا اللاتينية، تم تحويلها الى (مكتب الشؤون الامريكية) (لجنة دونوفان)^(٢١) في عام ١٩٤١، ليشمل نشاطها دول اخرى. وفي العام نفسه تم انشاء ادارة اسميت (خدمة المعلومات الاجنبية) في اطار (لجنة دونوفان)، لتتركز مسؤوليتها في الاذاعة الموجه (بالراديو) بالخدمة السرية^(٢٢). وجاء تاسيس (مكتب الاستعلامات الحربية) سنة ١٩٤٢ ليعلن عن فجر دعائي جديد للولايات المتحدة الامريكية. إذ ادرك زعماء امريكا وساستها اهمية الحرب (السايلوجية)، فتم افتتاح اذاعة (صوت امريكا) رسمياً في العام نفسه لتبث من خلال احد عشر محطة للموجة القصيرة، كما تم نشر مئات مكاتب الاستعلامات في الولايات المتحدة لتنتشر الاخبار والافلام السينمائية وغيرها.^(٢٤)

كما شهد العام ١٩٤٢، انشاء (مكتب الخدمات الاستراتيجية) الذي سبق وكالة المخابرات المركزية، ليتولى مسؤوليات الحرب النفسية ضد (العدو). وشهد عام ١٩٤٤ انشاء (مكتب المعلومات العامة) الذي لعب دوراً في اطار وزارة الخارجية. وفي عام ١٩٤٥ اصدر الرئيس الامركي الاسبق (ترومان) اوامره لانشاء (مكتب الاستعلامات الدولي) المؤقت ليحل محل اجهزة عديدة. منها (مكتب الشؤون الامريكية) و(مكتب الاستعلامات الحربية) بينما تم اعادة تنظيم (مكتب المعلومات الحربية) في عام ١٩٤٥، ليصبح تابع الى وزارة الخارجية، التي اصبحت من هذا الوقت مسؤولة (مسؤولية مباشرة) عن الدعاية الامريكية وتم بعد هذا العام الاعتراف رسمياً بالدعاية كعمل منظم من اعمال الحكومة الوطنية في الولايات المتحدة الامريكية^(٢٥)

بعد الحرب الثانية (وبدء الحرب الباردة)

برز في هذه مفهوم الحرب (الايدولوجية)، كعملية صراع نفسي بين القوتين (السوفيتية والامريكية) لتحقيق سيادة ايدولوجية كل منها على الاخر وصولاً الى الانفراد بالقرار الدولي، فحاول كل منهم وبشتى الوسائل والأساليب للحصول

(*) (لجنة دونوفان) انشأتها الادارة الامريكية من اجل الحصول على معلومات عن الدول الاخرى بغية تنفيذ اوجه نشاط دعائي سياسي سري في تلك الدول.

على التأييد من خلال التأثير والإقناع عبر النشاط الدعائي والإعلامي لاستمالة المشاعر وخلق مواقف واتجاهات مؤيدة، وهذا ما اتبعته كلتا الايديولوجيتين المتنافستين (الامريكية والسوفيتية). وان اعتماد الولايات المتحدة الامريكية على الاجهزة الاعلامية والدعائية المتطورة كأحدى ادوات تنفيذ سياستها الخارجية، جعلها اكثر (شراسة) وعنفاً في الانقضاض على (عدوها) الشيوعي.^(٢٦)

ويعد (مكتب المعلومات الدولي والتبادل العلمي) من ابرز المؤسسات الامريكية الدعائية التي تولت مهمة النشاط الدعائي لهذه المرحلة الذي انشأ عام ١٩٤٦. وسرعان ما انفصل هذان المكتبان، ولكن بقيا يعملان تحت لواء وزارة الخارجية.

ومن اجل ان يتمكن الساسة الامريكان من تنظيم حملاتهم الدعائية والعسكرية في العالم من خلال جهاز دعائي متطور في القدرات التكنولوجية والإمكانات البشرية، ولا سيما بعد تدمير (بيرل هاربل) من قبل اليابانيين وكذلك ظهور الحرب الباردة، مما تطلب وضع إستراتيجية امريكية جديدة، فضلاً عن الحصول على معلومات دقيقة عن دول المحور والعدو الشيوعي، لأجل ذلك كله قامت امريكا بتأسيس (وكالة المخابرات المركزية) عام ١٩٤٧، كما انها اولت مسؤولية الحملات الدعائية في الداخل الى (مكتب التحقيقات الفدرالي) التابع للوكالة.^(٢٧)

وكانت في الولايات المتحدة مؤسسات غير حكومية تقوم بدعاية دولية منظمة انشأت لتوجيه الدعاية الى (العدو الشيوعي)، وشجع (ايزنهاور) الرئيس الامريكي (الاسبق)، الدعاية غير الحكومية عن طريق برنامج (من الشعب الى الشعب) وبرنامج (خطابات من امريكا). ومن هذه المؤسسات غير الحكومية (مؤسسة آسيا) أنشأت ١٩٥٦. (راديو اوربا الحرة) الذي انشأ عام ١٩٥٠ وراديو (الحرية) الذي انشأ عام ١٩٥١.

ولأجل تنسيق حملات الحرب الباردة ضد المعسكر الشرقي ولتطوير اهداف الامن القومي والسياسة الخارجية الامريكية، انشأت في عام ١٩٥٣ (وكالة الاستعلامات الامريكية)^(٢٨).

وعرفت وزارة الدفاع الامريكية (البنتاغون) الدعاية في عام ١٩٥٥ ((بأنها الاستخدام المخطط الذي يستهدف التأثير في اراء جماعات محايدة او معادية او صديقة وعواطفهم وسلوكهم لتساعد على تحقيق اهداف محددة)).^(٢٩)

وبعد ان اطلق على الدعاية والاعلام الامريكي عام ١٩٦٠ (البعد الرابع) للسياسة الخارجية، بدأت الولايات المتحدة تدرك اهمية التلفزيون كوسيلة دعائية، وكانت الوكالة تزود اكثر من (٢٠٠٠) محطة تلفزيونية في (٩٠) دولة، خاصة في عام ١٩٦٩.^(٣٠)

- اما في عام ١٩٨٣ أقامت امريكا شبكات دولية عرفت باسم (الورلدنت) وهي برامج تبتث على نقاط مختلفة لمعاونة المسؤولين الامريكان.^(٣١)
- ويلاحظ ان الاجهزة الدعائية كانت خاضعة باستمرار لجملة من الاجراءات لتغيير وإعادة التنظيم، الى ان تمت موافقة الكونغرس على انشاء وكالة مستقلة للإعلام لتحقيق السياسة الخارجية الامريكية من خلال:
- ١- التأثير في اتجاهات الرأي العام في الشؤون الدولية، من خلال استخدام جميع وسائل الاتصال الممكنة.
 - ٢- تقديم المشورة للرئيس الامريكي وممثليه في الخارج ولمختلف الوزارات والوكالات المعنية حول الدلالات الصريحة والضمنية للرأي العام الخارجي ازاء السياسات الامريكية والتصريحات التي تصدر عن المسؤولين فيها.
 - ٣- يتركز نشاط هذه الوكالة على العمل لحشد اكبر قدر من التأييد العالمي لفكرة وجود مجتمع دولي ينعم بالحرية والسلام.

بعد الحرب الباردة (وبروز مفهوم العولمة)

بعد انتهاء الحرب الباردة ومغادرة العالم المتمدن عقد التسعينيات من القرن الاخير برز عصر جديد عبر مفهوم العولمة اطلق عليه (العصر الامريكي). لتعلن من خلاله الولايات المتحدة سيطرتها على تكنولوجيا المعلومات (الحواسيب ونظم المعلومات) فارضة هيمنة الاستسلام للغزو البارد وخضوع الامم المغلوبة الى سيطرة المبتكر والمخترع لهذه التكنولوجيا تحت ذريعة العولمة للاستيلاء على الشعوب الاخرى.

فاستثمرت الولايات المتحدة لوحدها في التسعينيات ما يعادل (٤٠%) من استثمارات العالم في تكنولوجيا المعلومات. فأصبحت حصة الفرد الامريكي من الاستثمار في هذا النمط التكنولوجي ما يعادل (ضعفي) حصة الفرد في اوربا^(٣٢). فمارست بذلك الولايات المتحدة الارهاب التكنولوجي للعولمة.

اما على مستوى التجارة الالكترونية الداخلية في الولايات المتحدة، فأن خدمة الانترنت ستصل (طبقاً لدراسة امريكية في عام ٢٠٠٣) بحدود (١,٥) تريليون دولار^(٣٣) فاستغلت الولايات المتحدة هذا التحول السريع الذي شهده المجتمع والثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات، لتعلن نظاماً جديداً للترويج (للمنموذج الامريكي) عن طريق اجهزة الاعلام الامريكية ومن خلال الوجه الجديد للنظام الدولي (العولمة) (Globalization)، كنتاج للثورة العلمية والتكنولوجية.^(٣٤) فقامت اجهزة الدعاية الامريكية بقيادة حملة واسعة لإضفاء لمسات انسانية لمفهوم (العولمة) لتحظى بالقبول والمساندة، اذ استفادة من تقنية الاتصالات الحديثة ولا سيما شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) لتمرير مخططاتها الدعائية وتصدير نمط الحياة الامريكية.

وساعد هذا التطور الولايات المتحدة على تجنيد مؤسساتها مثل (كنايت رايدز- مالكوروميك باترسون- ينوهادس- هبرست) وغيرها من المؤسسات التي تمتلك الشبكات الاذاعية مثل (NBC_CBS_IBC_MBC)، بغية تضليل الرأي العام حول عودة دخول فرق التفتيش الى العراق في العام ٢٠٠٢ وباستخدام افضل اساليب الدعاية لتنفيذ مخططات السياسة الامريكية، فضلا عن انها قامت بتجنيد (٥٠٠) محطة تلفزيونية و(٤٣٨٧) محطة ارسال اذاعية.^(٣٥) لاختلاق الاكاذيب والذرائع لتبرير ضرب العراق. لذلك اصبح من الصعب الفصل بين ما يخرج من استوديوهات هوليوود وما تقوم به المخابرات الامريكية فجعل هذا التطور الطرفان يتبادلان خبر اتهماء وأحيانا ملفاتهم، فأصبحت السياسة الامريكية تعتمد على نجوم السينما في تفتيق الأكاذيب لتمرير المخطط الدعائي بغية تحقيق اهداف هذه السياسة.^(٣٦)

فأدركت الولايات المتحدة حجم الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال المتطورة، ولاسيما استخدام شبكة (الانترنت) في اطار سعيها لعولمة الاعلام لتحقيق الاهداف الاتية:

- ١- نقل (الثقافة الامريكية) ونشرها عبر الحدود ونقل الافكار والعادات الغربية على وفق نمط (الحياة الامريكية) عبر العالم عن الطريق البريد الالكتروني.
- ٢- توجيه كم من المعلومات بشكل يخدم اغراضها، كما يوفر لها القابلية على مراقبة الدول النامية من خلال المعلومات وحركه المواقع التي تدخلها.
- ٣- السعي الى فرض الهيمنة والتحكم والانفراد من خلال امتلاك تكنولوجيا المعلومات، فضلا عن طغيان بنوك وقواعد المعلومات الامريكية على الشبكة.
- ٤- الاستفادة من الامية التكنولوجية في العالم الثالث، وابتعاد هذه الدول عن مسيره التقدم. ولعدم قدرتها على الانتقاء واختيار السيل المتدفق من المعلومات لتصحيح بعض المعلومات الخاطئة او المشوهة التي تمسها. ويبدو ان هذا التطور التكنولوجي الذي استغلته الولايات المتحدة الامريكية لفرض هيمنتها على العالم، لم يغنها من احداث الحادي عشر من ايلول عام ٢٠٠١، بل كان سببا وراء تلك الاحداث، التي افرزت العديد من المتغيرات الخطيرة على الساحة الدولية فأظهرت بواذر عالم جديد وضعت في ضوئه الولايات المتحدة سياسة خارجية جديدة اسمتها (استراتيجية الامن القومي للولايات المتحدة الامريكية)^(٣٧) فقد اعلن البيت الابيض في ٢٠/ايلول/٢٠٠٢ استراتيجية امنية جديدة، باتت تعرف بمبدأ(بوش) او مذهب (بوش) أي انها تعلن بداية تغير استراتيجي في المذهب او العقيدة الامنية العسكرية للسياسة الجديدة للولايات المتحدة الامريكية في اعقاب انتهاء الحرب الباردة.

ونصت هذه الاستراتيجية على (محاربة الارهاب) والانتقال من سياسية (الردع والاحتواء) التي ميزت الفكر الاستراتيجي الامريكي، خلال سنوات الحرب الباردة الى سياسات (الحروب الوقائية) التي استهدفت الحرب على ما يسمى (الارهاب) او الدول (المارقة) (على حد تعبيرهم).

وسعت امريكا بذلك لتثبيت القيم الثقافية الامريكية من خلال هيمنة شركاتها الاعلامية على التسويق العالمي القائم على التفوق الامريكي في صناعة الاعلام، كذلك الهيمنة في فرض القيم السياسية والاجتماعية الامريكية مثل التحرير من قيود الدولة القومية والتطلع الى افاق عالمية بكل مايتضمنه ذلك من حقوق الانسان (كما يفهمها الامريكان) وديمقراطية السوق (حسب مفهومهم) ومحاربة القيم الوطنية والإرهاب (بناءً على تحديداتهم)، أي تحويل العالم الى مجتمع عالمي يسوده التنوع الثقافي والتعدد الحضاري للشعوب، ويتم هذا بالحسن مع من يستسلم ويفرض بالقوة على من يتمرد. وعلى هذا الاساس وضعت امريكا استراتيجيتها التي تقوم على:

١- تقوية التحالفات لهزيمة (الارهاب الدولي)، والعمل على منع الهجمات على امريكا وعلى اصدقائها.

٢- منع (اعداء) امريكا من تهديدها وتهديد اصدقائها بأسلحة الدمار الشامل.

٣- تحويل مؤسسات الامن القومي الامريكي لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين والاستجابة الى الفرص المتاحة.

٤- ضرب أي دول تحس امريكا انها تستخدم الاسلحة لاستهداف مصالح امريكية. او ما يسمى (الضرب الاستباقية)^(٣٨). وهذا بدوره يعني ان تبقى امريكا القوة الوحيدة في العالم تهدد ولا تتهدد

ان الدعاية الامريكية تعكس مشاعر القيادة السياسية ولا توجد أي خلافات جوهرية بين مؤسساتها السياسية والدعائية بشأن تحقيق الدعاية المتمثلة بتنفيذ سياسة الولايات المتحدة والترويج لنمطها الثقافي، بغية (امركة العالم) تلك (الامركة) التي لم تكن وليدة العهد، بل نادى بها الرئيس الامريكي الاسبق (روزفلت) بقوله ((امركة العالم هي مصير وقدّر امتنا)).^(٣٩)

واستنادا لذلك يمكن تحديد اهداف الدعاية الامريكية بالاتي:

١- تقديم الولايات المتحدة على انها الدولة الديمقراطية القوية المؤهلة لقيادة العالم ووصولاً به الى اهدافه.

٢- محاولة اقناع الجمهور الامريكي بعدالة وسلامة قضيتها التي توجه دعايتها اليها وربما تحارب من اجلها لرفع الروح القتالية عند ابناءها.

٣- تعبئة الكراهية ضد الخصم، بهدف اضعاف روحه المعنوية وزعزعة ثقته في عدالة قضيته.

٤- محاولة حشد اكبر قدر من التأييد العالمي لفكرة وجود مجتمع دولي تقوده

مؤسسات التضليل الدعائي الامريكية

لقد اوجدت الولايات المتحدة الامريكية منذ الحرب العالمية الثانية (مجلس الاستراتيجية النفسية) في وكالة الاستخبارات المركزية الامريكية و(مجلس العلاقات الخارجية). لكي تعمل على تكريس مصادرها الهائلة للهيمنة والسيطرة على وسائل الاعلام، لذا تعتبر وسائل الاعلام الامريكية تحت السيطرة الفعلية لأعضاء مجلس العلاقات الخارجية وبشكل يفوق ما تتعرض له وسائل الاعلام الصينية والشيوعية او أي نظام دكتاتوري اخر.

الا ان الفرق بين الحالتين ان السيطرة على وسائل الاعلام الامريكية تم بطريقة ذكية جداً، الى درجة ان معظم الامريكيين والدول الاخرى لا يدركون تلك الحقيقة وتعرضت خلال السنوات الاخيرة معظم المؤسسات الاعلامية العملاقة في الولايات المتحدة الى العولمة وإعادة التشكيل التي تتركز ملكيتها في ايدي فئة صغيرة، واول تلك المؤسسات العملاقة هي (اول تايم ورنر) التي تعتبر اكبر مؤسسة اعلامية على المستوى العالمي، والتي تسيطر على شبكة (C.N.N) الاخبارية وشبكة (C.B.S) التلفزيونية كذلك هي تمتلك مجموعة تايم ومنها مجلة تايم الامريكية المشهورة عالمياً. وثاني تلك المؤسسات الاعلامية العملاقة هي شركة (وولت ديزني) ويديرها (مايكل ايزنر) وهي اضخم شركة للإنتاج التلفزيوني في العالم. اما ثالث اكبر مؤسسة اعلامية امريكية فهي مؤسسة (فياكوم انكورب) التي تمتلك شبكة (A.S.B.N) الرياضية. وتأتي مؤسسة (نيوز كوربوريشن) التي يمتلكها الامبراطور الاعلامي الاسترالي الاصل (روبرت مردوخ) وهي تملك شبكة فوكس نيوز التلفزيونية (Fox TV) والتي يسيطر على برامجها الخط الدعائي للمحافظين الجدد لصالح (اسرائيل)، فيما تعتبر مجموعة (نيو هاوس) خامس اكبر مجموعة اعلامية في امريكا وهي المملوكة للملياردير (سي نيو هاوس) وهي تضم (١٢) تلفزيون و(٨٧) محطة كيبل T.V.^(٤٠)

ان للتخطيط الدعائي والاعلامي اهمية بالغة وفاعلة لتحقيق السياسة الخارجية للدول ويحظى هذا القطاع برعاية استثنائية في الولايات المتحدة الامريكية بعد استثمارها الدقيق للتقدم العلمي الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري. اذ اصرت الولايات المتحدة الامريكية على تحقيق غزوها الثقافي بمختلف الوسائل، وتنفيذ خططها لأستكمال هيمنتها على العالم.

فبرزت قوة وفاعلية اجهزتها ومؤسساتها الدعائية (صاحبة القرار السياسي). اذ اثبتت الاحداث قدرة خبرائها على اقتناص الفرص التي ساعدتها على تنفيذ خططها الدعائية والسياسية والترويج للنمط الامريكي في الهيمنة والنفوذ. وعلى هذا

الاساس اوجدت المؤسسات الدعائية الامريكية لتتبنى ما يرسم لها من قبل (مؤسسات التخطيط الدعائي)، اذ ان قوة النشاط الدعائي انطلقت من القوة الاصلية للولايات المتحدة (اقتصادياً وعسكرياً وثقافياً) مما دفعها لأتخاذ قرارات ووضع خطط تنسجم والتغيرات غير المحسوبة في الصراع الدولي، ضمن اطار الاستراتيجية الامريكية التي تخدم اهدافها عبر اجهزتها الدعائية والاعلامية المتقدمة، وتؤدي مؤسسات الدعاية الامريكية وظائف عديدة في القرار السياسي الامريكي والتي يمكن ابرازها بالاتي:

- أ- التعبير عن اراء ومواقف وسياسات صانعوا السياسة.
- ب- نقل اراء وافكار الرأي العام ورأي جماعات المصالح الى صانعي السياسة.
- ج- تعبئة الرأي العام من قبل صانعي السياسة ازاء القضايا المتعلقة بالشؤون الخارجية.
- واستناداً لذلك يمكن تحديد مؤسسات التخطيط للعمل الدعائي الامريكي بالاتي:

المؤسسات الحكومية الرسمية.

توجد في الولايات المتحدة الامريكية عدد من المؤسسات والدوائر الرسمية تتولى مهمة التخطيط للعمل الدعائي لتنفيذ سياستها في الخارج وهي:

١- الادارة الامريكية، متمثلة بالبيت الابيض:

- ويأتي في المرتبة الاولى في ادارة الرئاسة في الولايات المتحدة، اذ يتولى ادارته (الرئيس الامريكي) الذي يقوم بمهام ووظائف عديدة اهمها: ^(٤١)
- أ- الاشراف المباشر على نشاط الوزارات والهيئات التنفيذية.
 - ب- حماية الموظفين الامريكان في الخارج.
 - ج- تعيين السفراء والقناصل والموظفين في الخارج.
 - د- يتولى مهمة القائد العام للقوات المسلحة.

٢- الكونغرس:

والذي يضم مجلس الشيوخ والنواب، فمجلس الشيوخ يمثل شيوخ كل ولاية بغض النظر عن مكانها (ينتخبون لمدة ست سنوات)، اما مجلس النواب يضم في عضويته (٤٣٥) عضو موزعين بين الولايات حسب سكان الولاية، وينتخبون لمدة (سنتين) ^(٤٢)

وتعد اهم صلاحيات الكونغرس اعلان الحرب والموافقة على عقد المعاهدات، وان للبيت الابيض حضوراً دائماً في الكونغرس، لان رئاسة مجلس الشيوخ يتولاها نائب رئيس الحكومة.

٣- مجلس الامن القومي:

هو الجهاز الاستشاري الذي يتولى مهمة ضمان قوة وفاعلية المواقف السياسية والاقتصادية والعسكرية التي تخدم القضايا المصيرية للولايات المتحدة، وكذلك مدى قدرة مستشاريه في حصولهم على (اجماع قومي) ازاء الازمات التي تهدد امريكا. وهذا ما لوحظ عند عرض (ازمة الخليج) على مجلس الامن. والتي تم الاجماع عليها وخول بموجبها الرئيس الامريكي (بوش الاب) صلاحية شن الحرب على العراق.^(٤٣)

٤- وزارة الخارجية:

وهي الجهاز التنفيذي لسياسة الولايات المتحدة الخارجية، وادارتها على المستوى الدبلوماسي، وتضم عدد من الوزراء المتخصصين في شؤون الشرق الاوسط وجنوب شرق اسيا.

٥- وزارة الدفاع:

وهي المسؤولة عن امن البلاد، لها دور بارز في صنع القرار السياسي الامريكي الخارجي في أي منطقة في العالم، اذ يعد وزير الدفاع مساعداً للرئيس الامريكي للشؤون القومية.^(٤٤) تتمتع الوزارة بصلاحيات واسعة في ادارة الحرب ضد أي بلد لحماية الامن القومي الامريكي، اذ هي تزعمت الحرب ضد العراق عام ١٩٩١، والتي اوضحت (ان العراق بات خطر يهدد المنطقة).

المؤسسات غير الحكومية (غير الرسمية).

تحتوي الولايات المتحدة العديد من المؤسسات غير الرسمية التي لعبت دوراً فعالاً في التخطيط للعمل الدعائي والتأثير المباشر في صنع القرار السياسي تكاد تفوق مؤسساتها الحكومية، بل هي التي تدير مؤسساتها الحكومية في ممارسة انواع الضغط عليها. واهم تلك المؤسسات هي:^(٤٥)

١ - جماعة الضغط (اللوبي)^(*)

وهم جماعة المصالح التي تعمل على تحقيق اهدافها من خلال كسب اصحاب القرار السياسي عبر وسائل وطرق عديدة. ابرزها تمويل الحملات الانتخابية داخل الولايات المتحدة، ومن اهم تلك الجماعات (اللوبي الصهيوني) الذي وجد لخدمة الصهيونية العالمية، وهم اشهر جماعات الضغط الفاعلة والمؤثرة في سياسة الولايات المتحدة الداخلية والخارجية، وبرزها (ايباك) IPAK وهي اللجنة (الامريكية الاسرائيلية) للعلاقات العامة، تقوم اللجنة بوضع برامج لأدارة السياسة الخارجية الامريكية والتأثير في اعضاء الكونكرس والادارة الامريكية وتمارس اعمالها بالتنسيق مع (الموساد الاسرائيلي). تؤثر جماعة الضغط (اللوبي) على طبيعة التوجهات الاعلامية في الولايات المتحدة الامريكية من خلال امتلاكها للعديد من وسائل الاعلام او التأثير غير المباشر عليها عن طريق التحكم بسوق الاعلام الذي يعد المورد الرئيس لكثير من الوسائل. ولعل من ابرز مؤشرات السيطرة الصهيونية على وسائل الاعلام الامريكية على اختلاف انواعها تظهر في:^(٤٦)

١. ان نسبة اليهود الذين يعملون في حقل الإعلام الأمريكي تفوق نسبتهم من عدد سكان الولايات المتحدة البالغة (٩،٢%) من مجموع السكان.
٢. يمتلك اليهود العديد من الصحف والمجلات الأمريكية المشهورة، مثل (نيويورك تايمز)، (لواشنطن بوست) (نيويورك تايمز)، كما تسيطر الغوائل اليهودية على شبكات التلفزة الأمريكية الرأسية مثل A.B.C و C.B.S و N.B.C.
٣. يشكل اليهود (٩٠ %) من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي، فضلاً عن امتلاكهم للشركات الكبرى المتخصصة بالإنتاج السينمائي.
٤. يسيطر اليهود بشكل مباشر على أكثر من (ثلثي) الصحف اليومية الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية.

٢ - الاحزاب السياسية:

(*) جماعة الضغط: تعبير يطلق على جماعة من الاشخاص تربطهم علاقات اجتماعية خاصة، يفرض على اعضاءها اسلوباً خاصاً من السلوك الاجتماعي. وتجمعهم اهداف ومصالح مشتركة يدافعون عنها بكل الوسائل المتاحة وبشكل علني وسري، ويقومون بالضغط على الهيئات السياسية في الدول من خلال اجراءات وقرارات تخدم اهدافها المشتركة. اما مصطلح (اللوبي) LOBBY هو تعبير خاص معناه (الدھليز) والدھليز هو المكان الذي يحتوي على طرق ملتوية والمقصود (دھاليز السياسة) أي التأثير في اتخاذ القرارات نتيجة للاتصالات والاتفاقيات في اروقة السياسة، انظر صادق الاسود، علم الاجتماع السياسي، اسسه وابعاده، جامعة الموصل، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٨٦، ص ٢٥٥.

توجد في الولايات المتحدة العديد من الاحزاب السياسية، ولكن على الرغم من هذا التعدد الا انها لا تؤخذ الا بنظام الحزبين (الجمهوري والديمقراطي) التي تؤدي دوراً مهماً في الحياة السياسية الأمريكية والتأثير في قرارات الرئيس الأمريكي واختيار المرشحين وكذلك العمل على كسب الرأي العام الأمريكي خدمة للمصالح القومية الأمريكية.

٣- الاحتكارات:

لقد برز تنافس بين الدول الاستعمارية خلال النصف الثاني في القرن التاسع عشر، بغية بسط نفوذها على مناطق تختلف من العالم، وتتمكن شركاتها الاحتكارية من استثمار تلك المناطق، اذ ادركت الادارة الأمريكية ان استخدام القوة العسكرية ليست الوسيلة الوحيدة التي يمكن ان تستخدمها الولايات المتحدة لبسط نفوذها. وبولادة الاحتكارات اصبحت النخبة الرأسمالية تمارس التأثير المباشر والفاعلة على القرار السياسي الأمريكي بكونها القوة الضاغطة فيه، ان الاحتكارات وقوتها في التأثير مشتركة في تصميم وصناعة اغلب انظمة التسليح في الولايات المتحدة، مثل (صواريخ باتريوت، توماهوك، طائرات الشبح، القاصفات، طائرات الانذار المبكر (الايواكس)، واقمار التجسس).^(٤٧)

فيما تملك الاحتكارات اكبر قوتين مؤثرتين في السياسة الخارجية الأمريكية وهي (الدعاية والمصانع الحربية) التي تستخدمها لتحقيق اهدافها، فهي تحقق الارباح الطائلة بأثارة التوتر والحروب من خلال الدور الدعائي واستخدام اساليب الحرب النفسية بواسطة سيطرتها على مؤسسات تجارية للحصول على الارباح من خلال الاعلانات من جهة، وما تبيعه من الاسلحة لتلك الدول المتنازعة والمتصارعة من جهة اخرى.

ثانياً: مؤسسات تنفيذ الدعاية الأمريكية.

بعد تحديد المؤسسات والدوائر الرسمية وغير الرسمية التي تولت مهمة التخطيط للعمل الادعائي الأمريكي، لا بد من تحديد المؤسسات الدعائية التي تنفذ ما يرسم لها من قبل مؤسسات التخطيط الدعائي، وهي كالاتي:

وكالة المخابرات المركزية الأمريكية: (CIA)

تأسست الوكالة عام ١٩٤٧ بموجب قانون الامن الوطني الأمريكي وقانون المخابرات العام الذي كان تتولى مهامه (المخابرات الاستراتيجية).

تعد هذه الوكالة اهم جهاز دعائي لصنع وتنفيذ السياسة الخارجية الامريكية، وتعزز دوره في برنامج دعايات الولايات المتحدة الامريكية من قبل الجهات الرسمية ذات الاختصاص بالدعاية.

وعن عمل تلك الوكالة يقول الرئيس (الاسبق) لوكالة المخابرات الامريكية (وليم كولمي) ان ((عمل المخابرات الامريكية وهو العمل نفسه الذي تقوم به وسائل الاعلام اذ اصبحت الاخبار جزء من عملية نشر المعلومات المخابراتية التي تحصل عليها بواسطة اجهزتها السرية)).^(٤٨) تمتلك الوكالة (١٢) دار للنشر، قامت بنشر (١٠٠٠) عمل وبعده لغات، وان ميزانيتها السنوية تتجاوز (سبعة مليارات) من الدولارات، وان ثلثها مخصص للدعاية.^(٤٩)

تقسم هذه المؤسسات التي تضم زهاء (١٥٣٢٥) الف رجلاً منتشرين في كافة انحاء العالم، على اربعة اقسام رئيسية وهي:^(٥٠)

- أ- قسم التجسس وجمع المعلومات وتقييمها.
 - ب- القسم العلمي والتكنولوجي الذي يصنع اجهزة التجسس.
 - ج- قسم العمليات الذي يتولى مهام تنفيذ العمليات.
 - د- قسم الادارة ويختص بشؤون الموظفين والتموين.
- كل هذا الاقسام تخضع لاشراف مباشر من قبل الرئيس الامريكي والمجلس القومي الذي يتألف من (رئيس الدولة، نائب الرئيس، ووزيري الدفاع والخارجية ومدير وكالة المخابرات).

اما الجهاز المسؤول عن (الدعاية والتضليل) فهو جهاز (التجسس وجمع المعلومات) من اجل احتواء وفرض النموذج الامريكي من خلال وسائل الاعلام، ويتبعية (المركز الرئيس العامل للدعاية) ويقع في (كورال كيبلز) بالقرب من ميامي، ويستتر هذا المراكز خلف قناع شركة للمعدات الالكترونية، ويقوم باعمال خطيرة بالجانب الدعائي، اذ يتم استغلال وسائل الاتصال الجماهيري كافة لخدمة الوكالة فيقول (ترانسفيلد تيرنر) المدير (الاسبق) للوكالة ((ان الوكالة ستواصل عمليات التدخل واثارة الفلاقل في الدول الاخرى، طبقاً لتجربة ثبتت جدواها، لاننا نعتقد ان هذا النوع من التدخل في العمل السياسي لحكومات الشعوب الاخرى اداة مفيدة لبلادنا كما كان الحال من قبل)).^(٥١)

وللوكالة لجنة خاصة بأسم (FOTI) تمارس نشاطها الدعائي اوقات الازمات من خلال جمع التقارير الاسبوعية حول الاوضاع السياسية والعسكرية والاقتصادية للبلد الذي تحدث فيه الازمة، وترفع هذه التقارير الى المجلس الاعلى للمخابرات وبدوره يرسلها الى الرئيس الامريكي، ويتم على وفقها اتخاذ القرارات المناسبة.

وكالة الإعلام الأمريكية: (USIA)

انشئت الوكالة عام ١٩٥٣ وكان الهدف الاساس لانشائها تطور وسائل تحقيق الامن القومي الامريكي وتنفيذ اهداف السياسة الخارجية للولايات المتحدة، بغية تنسيق الحملات الدعائية ولاسيما في اثناء الحرب الباردة وتنظيم دعايات النظام الراسمالي لتجميل صورة امريكالدى شعوب العالم الثالث. ولخص ترومان الرئيس الامريكي (الاسبق) اهداف الوكالة بقوله ((سنحاول ان نعمل على ان تتلقى الشعوب الاخرى بشكل عام وعادل صورة الحياة الامريكية وسياسات حكومة الولايات المتحدة)).^(٥٢)

تعد الوكالة الاداة الرسمية للاتصال الخارجي، فقد اضيف مديرها الى عضويه مجلس الامن القومي، وللوكالة مركزين صحفيين احدهما في واشنطن والاخر في نيويورك، مجهزين باحدث وسائل الاتصال لتقديم الخدمة للصحفيين المتواجدين هناك.

تضم وكالة الاعلام الامريكية عده مكاتب فرعيه يمكن ايجازها بالاتي^(٥٣):

- أ- مكتب خدمات المعلومات وهو خاص بفرع الوكالة للعمليات الدعائية الخارجية.
- ب- مكتب خدمات الصحافة والمطبوعات.
- ج- مكتب خدمات مركز الاستعلامات.
- د- مكتب الخدمات الاذاعيه. وتمثل هذا المكتب خارجيا (اذاعه صوت امريكا).
- هـ- مكتب خدمات الشائشه

تقوم الوكالة برفد مراكزها المنتشرة في (١٠٦) دولة بالمواد الاعلامية والمجلات والصحف والكتب المترجمه بـ (٥٠) لغة، وكل ما يهدف للترويج للحياه الامريكية ونمطها الديمقراطي المزعوم.^(٥٤) وللوكالة ثلاث مراكز اقليميه (المكسيك- بيروت- مانيلا) تتولى توزيع الصحف والمجلات والكتب، تصدر بـ (٢٧) لغة، توزيع لاكثر من (١١٩) دولة وهي تتجه في توجهاتها الاعلامية والدعائية الى ما يسمى (النخبه) المثقفه وتنتج الوكالة سنويا، (١٧٠٠) فلم تلفازي بـ (٦٢) لغة توزيع على (١٠٠) دولة، يعمل في الوكالة (١١,٠٠٠) الف شخص فيما تتراوح ميزانيتها السنوية بين (١٢٥-١١٠) مليون دولار تتفق نصفها على الدعاية.^(٥٥)

الاجهزه الدعائيه لوزاره الخارجية

ان عمليه ادارته السياسه الخارجية الامريكية ووضع القرار السياسي في الوزارة مسؤول عنه (مجلس الامن القومي) (N.S.C) فهو الذي يضع الاستراتيجيه العليا وتحديد الاهداف تبعا لاهميتها ووسائل تنفيذها.

فكانت سياسته الخارجية الامريكية تقوم على اساس عدم التدخل في المشكلات التي تقع خارج حدودها ملتزمه بمبدأ (العزله) اما نمو العلاقات الخارجية الامريكية، تم بعد تقلد الرئيس الامريكي (الاسبق) (توماس جفرسون) منصبه كاول وزير للخارجية عام ١٧٩٠ فعمل على ترتيب اول تمثيل دبلوماسي امريكي في الخارج. فيما اصبحت في الوقت الحاضر البرامج والوكالات المتعلقة بالنشاط الدعائي الحكومي الخارجي كثيرة ومتفرعة مثل مصالحها الاستراتيجية. وتقف في مقدمة مراكزها الدعائية:

أ- وكالة المعلومات الدولية:

ومهمتها الحصول على معلومات وانشطة ولا سيما الخاصة بالدول الاجنبية من خلال اجهزتها المنتشرة في مناطق عديدة من العالم.

ب- مجلس تنسيق العمليات:

يقوم المجلس بالتنسيق بين الوكالات الحكومية في اوجه النشاط الدعائي الخارجي للولايات المتحدة الامريكية.

ج- وكالة الشؤون الاعلامية والثقافية:

وتتولى وضع السياسة الخارجية الاعلامية للولايات المتحدة وتكون برئاسة نائب وزير الخارجية
كما تضم الوكالة مجموعة من المتخصصين بالعمل الدعائي والاستخباري. اذ تقوم الوكالة بنشاط دعائي في اوقات الازمات التي تهدد المصالح الاستراتيجية الامريكية.^(٥٦)

الاجهزة الدعائية لوزارة الدفاع (البنتاغون)^(*)

ان اهتمام الولايات المتحدة في استخدام الدعاية لمساعدة العمليات العسكرية ينطلق من مفهوم الحرب النفسية، اذ ادركت الادارة الامريكية امكانية استخدام الدعاية في اوقات الحرب والسلم لتحقيق اهداف السياسة الخارجية الامريكية، ونتيجة

(*) البنتاغون: هو مصطلح يطلق على سكرتارية الدفاع وقيادة الاركان العامة للقوات المسلحة في الولايات المتحدة الامريكية، وذلك بسبب شكل البناء الذي تعمل فيه هذه الاجهزة وهو الشكل الهندسي الخماسي الاضلاع. للمزيد انظر، عبد الوهاب الكيلاني، الموسوعة السياسية، ج١، ط٢، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٨٦ ص ٥٦٥.

لذلك اهتمت الولايات المتحدة بالدعاية الموجه والمضادة، فعملت على بناء جهاز دعائي ضخم للدفاع عن مصالحها الاستراتيجية. ترتبط وزارة الدفاع بشبكة واسعة من وسائل الاتصال لغرض اطلاع الجمهور على أنشطة الوزارة، فتطورت هذه الوسائل لتصبح اضعف وكالة اعلانية في العالم.

تستخدم (٤٤٣٠) مختص في العلاقات العامة والاعلام يقومون بأدارة (٢٠٤) محطة للارسال الاذاعي و (٨٠) محطة للأرسال التلفزيوني، فضلاً عن (٥٦) محطة مذياع، و (١١) محطة تلفزيونية فوق السفن. وتصدر عن هذا الجهاز الدعائي (٣٣٦) مجلة و (١٠٠٠) صحيفة عسكرية. فيما تربط هذه الشبكة بالادارة العامة للمكتب الصحفي (الشؤون العامة) والذي يديره مساعد وزير الدفاع لشؤون العلاقات العامة والناطق الرسمي بأسم (البنتاغون) تستخدم (٤٤٣٠) مختص في العلاقات العامة والاعلام يقومون بأدارة (٢٠٤) محطة للارسال الاذاعي و (٨٠) محطة للأرسال التلفزيوني، فضلاً عن (٥٦) محطة مذياع، و (١١) محطة تلفزيونية فوق السفن. وتصدر عن هذا الجهاز الدعائي (٣٣٦) مجلة و (١٠٠٠) صحيفة عسكرية.^(٥٧) فيما تربط هذه الشبكة بالادارة العامة للمكتب الصحفي (الشؤون العامة) والذي يديره مساعد وزير الدفاع لشؤون العلاقات العامة والناطق الرسمي بأسم (البنتاغون)

اما المؤسسات والدوائر الدعائية التابعة للبنتاغون فيمكن ايجازها بالاتي:

أ- وكالة مخابرات الدفاع:

انشأت الوكالة عام ١٩٦١، لتقوم بأعداد تقارير خاصة بالمخابرات العامة للولايات المتحدة الامريكية ولتنسيق عمل المؤسسات الدعائية المختلفة، ويعمل في الوكالة (٢٥٠٠) مختص بالدعاية والاعلام^(٥٨)

ب- قسم المعلومات:

وهو القسم التابع الى دائرة المخابرات العسكرية، يعمل بالتنسيق مع سفارات الولايات المتحدة الامريكية المنتشرة في العالم ويقوم بجمع المعلومات وارسالها على شكل تقارير محملة بالمعلومات الدقيقة والمهمة عن البلد الذي تقع فيه كل سفارة، ومن ثم ترفع التقارير حسب اهميتها الى وزير الدفاع والخارجية ووكالة المخابرات المركزية الامريكية، ليتم بعدها وضع الخطط الاستراتيجية المناسبة.

ج- قسم الحرب النفسية: (PWD)

وهو القسم المسؤول عن الدعاية ويقوم بالاعمال التجسسية وجمع المعلومات.

د- غرفة الموقف:

وهو المكتب الاعلامي لوزارة الدفاع الامريكية، اذ يقوم بأطلاع الصحفيين عن سير الاحداث او المعارك التي تخوضها الولايات المتحدة، وذلك عن طريق التصريحات التي يدلي بها قادة الحملات العسكرية.

المراكز المساعدة للمؤسسات الدعائية

تنتشر في الولايات المتحدة الامريكية العديد من المراكز الاستراتيجية المتخصصة، التي لها ارتباط وثيق مع مؤسسات الدعاية، اذ يمكن ابراز تلك المراكز بالاتي: (٥٩)

١- مراكز الدراسات الاستراتيجية والاكاديمية: وهي مراكز علمية عالمية تضم عدد من العلماء الذين يغلب عليهم الطابع المدني، ومن اهم هذه المراكز هو (مركز جامعة برينستون).

٢- مراكز الدراسات الاستراتيجية والسياسية: (٦٠) وهي المراكز المسؤولة عن دور النشر الدولية والمؤسسات الاعلامية والاشراف على المواد التي تنتشر فيها.

٣- مراكز الدراسات الاستراتيجية القومية: وهي مراكز سرية تابعة الى وزارتي (الدفاع والخارجية) تتولى مهمة التدبير والتفكير لأيجاد الحلول المناسبة اوقات الازمات الدولية، كما انها تقوم بخلق قنوات اتصال مع جميع القنوات السياسية في الولايات المتحدة الامريكية.

شركات (العلاقات العامة) (*).

تعد هذه الشركات من اضخم الاجهزة الدعائية التي تعمل لصالح الاحتكارات الكبرى، وظهرت العلاقات العامة في الولايات المتحدة مطلع القرن العشرين مع تقدم الرأسمالية الى الامبريالية وظهور حركات معادية للاحتكارات، ومن اجل تطور العلاقات العامة، اصبح هذا العلم يدرس في اكثر من (٢٠٠) كلية متخصصة لخلق كوادر بهذا العمل.

ادركت الولايات المتحدة الامريكية اهمية الدعاية والدور الذي تلعبه في اوقات الحرب والسلام، فسخرت لذلك دوائرها المختلفة لوضع الخطط الاستراتيجية للعمل

(*) العلاقات العامة: هي جهد مخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الاداء الناجح والاتصالات ذات الاتجاهين، انظر، لبنان هاتف الشامي، العلاقات العامة، المبادئ والاسس العلمية ط١، عمان، الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص ١٨.

الدعائي من خلال بعض المؤسسات والاجهزة الدعائية التي اوجدتها لغرض تحقيق ما تم التخطيط له وتنفيذ السياسة الخارجية الامريكية، ونقل النمط الامريكي (الامركة) (ذات الرسالة الحضارية) الى شعوب العالم. مستندة الى الدور التجسسي في الحصول على المعلومات الدقيقة للدول الاخرى، وبالاغتماد على التطور الهائل في التكنولوجيا الاتصال (ثورة الاتصال والمعلومات) التي مكنتها من تنفيذ المخططات الدعائية وتحقيق اهدافها التوسعية من خلال مؤسساتها الدعائية التي كان لها الاثر الفاعل في شن الحرب الدعائية ضد العراق.

فمارس الجهاز الدعائي لوكالة المخابرات الامريكية دوراً فاعلاً في شن الحملات الدعائية والحرب النفسية ضد حزب البعث، فأستخدم انواع الدعاية كافة (السوداء- البيضاء- الرمادية)، ويعد اسلوب المبالغة في التأكيد من ابرز الاساليب الدعائية التي مارستها ضد العراق، بغية تسويق الحرب. فأدعت المخابرات الامريكية في ١٩٩٠/٤/٦ وضع اليد على متسعات يستخدمها العراق قذاحات قتابل نووية (على حد قولهم). وثبت ان اعضاء فرق التفتيش التي عملت في العراق حتى عام ١٩٩٨ جميعهم من عناصر المخابرات الامريكية والموساد الصهيوني، وهم الذين حددوا الاماكن التي قصفت، بعد ان ابلغوا بوارج النسف الامريكية بها، وبعد كشف العراق لهذا العمل التجسسي، قامت الادارة الامريكية بسحب هذه الفرق، فبادرت بقصف المواقع التي حددت^(١١). ويبدو ان فرق التفتيش التي دخلت عام ٢٠٠٢ تمارس النشاط نفسه ولا ننسى الدور الدعائي لوكالة الاعلام التي مارست نشاطها الدعائي في العراق منذ عام ١٩٥٣، من خلال المؤسسات الثقافية والادبية والجمعيات لخدمة مصالحها الدعائية والتجسسية، فهي تحاول كبح ارادة التغيير الاجتماعي في العراق من خلال حماية فرص الاستثمار للمشروعات الامريكية او ما يسمى (الحفاظ على العالم الحر) ولحماية مصالحها في المنطقة وحماية امن (اسرائيل).^(١٢)

فكان دور الوكالة واضحاً ومسايراً لمبادئ الخارجية الامريكية فلعبت دوراً بارزاً في تعزيز الحرب الدعائية وادارتها ضد العراق، فعملت على اقامة الندوات والمحاضرات ودعت لها كبار السياسيين ورجال الصحافة لتأييد وجهة نظر الحكومة الامريكية، وجندت بعض المطبوعات والاذاعات العربية لتبني وجهة نظر الحكومة الامريكية واثبات شرعيتها. كما عملت بالتعاون مع المخابرات الامريكية على اعادة تقييم وتلميع بعض الوجوه العراقية، لما يسمى (بالمعارضة) عن طريق فتح القنوات الدعائية امامهم. بيد ان الهدف الاساس للخارجية الامريكية والدفاع (البنتاغون) كان واضحاً منذ احداث اب ١٩٩٠، اذ وضعت مبدأ (استخدام القوة) كهدف اساس لتحقيق ما عجزت عن تحقيقه في سياستها العلنية والسرية وما حملته من لغة التهديد والترهيب التي حلت مكان لغة الحوار ولا سيما بعد التفرد الامريكي بمقدارات العالم.

وما أعدته شركة (هيل ونولتن) للعلاقات العامة يؤكد جسامة الدور الكبير الذي لعبته شركات العلاقات العامة، إذ دبرت هذه الشركة قصة (الحاضنات) التي قامت بدور البطولة فيها ابنة السفير الكويتي في واشنطن، تلك القصة التي اثارت تعاطف الرأي العام العالمي مع الكويت.^(٦٣) واستناداً لما تقدم يمكن ايجاز الاهداف التي سعت لتحقيقها تلك المؤسسات في النقاط الاتية:

- ١- تجنيد واعداد الرأي العام الامريكي لمساندة الادارة الامريكية لتدمير قدرات العراق وانهاء دوره القومي.
- ٢- تجنيد وتوظيف دول مجلس الامن، بغية حملها لأصدار قرارات ضد العراق وتوفير غطاء الشرعية الدولية لأعمالها.
- ٣- تجنيد الرأي العام الغربي ودفع دوله الى المشاركة بضرب العراق بأرسال القوات العسكرية
- ٤- تحريك الانظمة العربية سياسياً واعلامياً وعسكرياً لضمان توفر غطاء عربي للقيام بالحملة العسكرية ضد العراق.

ثالثاً: وسائل التضليل الدعائي الامريكية:

ترجمت وسائل الاعلام (الدعاية) الامريكية المبادئ العامة التي قام عليها المؤسسون الاوائل للدولة الامريكية بالاهتمام في الشؤون الداخلية للبناء الاقتصادي، فأنصرف المواطن الامريكي عن متابعة الاحداث الخارجية. الا ان العقد الاول من القرن العشرين شهد نهوض السياسة الامريكية، فسار موضوع الاعلام في الولايات المتحدة جنباً الى جنب مع بناء العلوم الانسانية على اساس تجريبي (Empiricat). دخلت بعده امريكا من باب واسع تمثل في رفع شعار حرية الاعلام، فمئذ نهاية الحرب العالمية الاولى توجه (كنت كوبر) مدير الاسوشيتدبرس الى باريس فسعى سعياً حثيثاً لأدخال مادة في معاهدة (فرساي) تنص على مبدأ تدفق المعلومات. وفي فترة الحرب العالمية الثانية رفعت الولايات المتحدة شعار حرية الاعلام، لأحكام السيطرة الثقافية والاقتصادية بفضل تحكمها في التقنية الجديدة التي حققتها في ثورة الالكترونيات. والتي ادركت بعدها القيادات السياسية الامريكية اهمية وسائل الاعلام في الممارسة السياسية فأولتها اهتماماً خاصاً، لأن عملية الاتصال الجماهيري التي تتم عبر هذه الوسائل هدف مهم من اهداف الدولة الخارجية، لأن وسائل الاعلام تؤثر في السياسة الخارجية بواسطة بعض العوامل المهمة وفي مقدمتها:^(٦٤)

- ١- قدرة وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام الداخلي والخارجي، فأذا ما سلطت تلك الوسائل الضوء على حدث ما، فأنها قادرة على جعله ذا اهمية لا يمكن تجاهلها من قبل القائمين على السياسة الخارجية.

٢- لان وسائل الاعلام مصدر مهم من مصادر المعلومات بالنسبة لصانعي القرار السياسي الخارجي، لانهم يستقون منها الاخبار ويتابعون من خلالها تطورات الاحداث.

وعموماً يمكن القول ان وسائل الاعلام الامريكية تؤدي وظائف مختلفة في عملية تخطيط وتنفيذ برامج السياسة الخارجية الامريكية وفي مقدمتها، ان هذه الوسائل هي القنوات غير الشخصية التي يستخدمها صانعو القرار السياسي (واضعو السياسة) لشرح وتجميع التأييد لمواقفهم الحكومية، وفي ايصال اراء قادة الرأي وجماعة المصالح والجمهور بصفة عامة الى القادة الحكوميين وصانعي السياسة. واستناداً لذلك يرى الكاتب ان تحديد وسائل الاعلام (الدعاية) الامريكية لمعرفة

اهميتها وفعاليتها في تأدية الدور المناط بها في الترويج للنمط الامريكي وتنفيذ سياستها الخارجية يتطلب تقسيم الوسائل على النحو الاتي:

* الوسائل المقروءة

١- الصحف

وهي وسيلة اعلامية دعائية فعالة وذات تأثير عميق المدى، وتعد الصحف من اكثر الادوات الدعائية تشعباً وتنوعاً. لذلك حضيت الصحافة في الولايات المتحدة التي تعود بدايتها الى عام (١٦٩٠) بعناية قلماً توفرت لمثلها في الدول الاخرى، اذ كانت تتمتع بحرية كاملة في متابعتها لمظاهر الفساد الاداري ومخالفة القوانين في الولايات المتحدة الامريكية^(٦٥)، والتي توجد فيها (١٧٤٥) صحيفة يومية توزع (٦٣) مليون نسخة. اما الصحف المسائية التي وصل عددها (٣٨٧) صحيفة فتوزع (٣٩،٤) مليون نسخة يومياً^(٦٦). ومن بين اهم تلك الصحف التي تصدر في الولايات المتحدة هي (الوول ستريت جورنال) التي تأسست عام ١٨٨٢، وتوزع (١،٨٣٥،٧١٣) مليون نسخة يومياً و(النيويورك تايمز) التي صدرت عام (١٨٥١) ويعد اصدارها حدث مهماً وتوزع (١،٠٦٨،٢١٧) مليون نسخة يومياً و(الواشنطن بوست) التي تأسست عام ١٨٧٧ وتوزع (٧٧٢،٧٤٩) الف نسخة في اليوم^(٦٧).

وليس بالضروري ان تكون الصحيفة التي تصدر قائمة التوزيع هي الصحيفة ذات السمعة الجيدة والاكثر تأثيراً ونفوذاً في الرأي العام، فصحيفة (الوول ستريت جورنال) التي تحتل المرتبة الاولى من حيث التوزيع، لاتحظى باهتمام الجمهور اطلاقاً فهي معنية برجال الاعمال. اما صحيفة (الواشنطن بوست) التي تحتل المرتبة السادسة من حيث التوزيع تعد الصحيفة الوحيدة المقربة للادارة الامريكية، والصحيفة الاولى للسياسيين الامريكان، بل تعتبر احدي الصحف التي احدثت ثورة

في طريقة مطالعتنا للصحف اليومية المفضلة عبر (الخبر الرقمي) ذلك المشروع الذي كلف عشرة ملايين دولار بهدف وضع الصحيفة اليومية على الخط، أي جعلها في متناول القراء عبر كومبيوتر مجهز بمودم.^(٦٨)

وكذلك الحال بالنسبة (لينيويورك تايمز) التي تنافس (الواشنطن بوست) في سمعتها والتي تستخدمها المكتبات الأمريكية مرجعاً رئيسياً لها، وتحظى بأهتمام الباحثين والمسؤولين الأمريكيين، على الرغم من انها تحتل المرتبة الرابعة من حيث التوزيع.

وحسب قانون (الغاب) البقاء للاقوى، اضحت عملية انتاج المواد الثقافية والاعلامية والدعائية في ايد قليلة، اذ هيمنت على اصدار الصحف الأمريكية مجموعة من الشركات التي يطلق عليها (بالشبكات) (Net works) والتي شكلت وزارة للاعلام خاصة بالقطاع الخاص، تبلغ ميزانيتها (٢،٦) مليار دولار، ووصل عدد تلك الشبكات الى (٢٩) شبكة، تمتلك مئات الصحف والمجلات، فضلاً عن محطات الاذاعة والتلفزة ويقول (رمزي كلارك) في كتابه (النار هذه المرة) ان للاعلام الأمريكي تاريخاً طويلاً في الترويج للحرب. ويتفاخر (ويليام راندولف هيريت)، بأنه السبب في نشوب الحرب (الاسبانية- الأمريكية).

وذكر القصة التي تقول ان هيرست استعان بالفنان الشهير (فرديريك ريمينغون) للسفر الى كوبا ورسم صور المعارك، وعندما قال له (ريمينغون) بأنه لا توجد هناك حرب، رد عليه (هيريت) بريقاً بقوله (انت دبر الصور... وانا ادبر الحرب) ومع هذا فإن عشرات الصحف المستقلة في انحاء امريكا عارضت الحرب.^(٦٩)

وكذلك الحال بالنسبة في (حرب الخليج) التي مارست فيها الصحافة الأمريكية والغربية الحملات الدعائية والتبشير بالحرب وتضليل الحقائق قبل اندلاعها. والتي اعتمدت على الرسوم البيانية لوصف الوقائع، وقد فعلت ذلك بحماس، بل اخذت الصحف الأمريكية والغربية في رسم خارطة (حرب الخليج) منذ اب ١٩٩٠، وتسابقت في اخفاء الكوارث وصور الدمار الذي تعرض له الشعب العراقي.

٢- المجلات

تنتشر في الولايات المتحدة الأمريكية اكثر من (١٥) الف مجلة متنوعة ذات التأثير والنفوذ في الرأي العام، وتحظى بأهمية بالغة من قبل السياسة الأمريكية وصناع القرار السياسي فنجد ان علم دراسة النماذج الشخصية للقراء اول ما ظهر في ابداع المجلات النسائية الأمريكية في ثمانينيات القرن التاسع العاشر^(٧٠)، وان اهم المجلات ذات النفوذ والتأثير في الولايات المتحدة هي (التايم) (Time) التي تأسست عام ١٩٢٣ وتوزع (٤،٣٠٧،٦٣٧) مليون نسخة، وهي تصدر عن مؤسسة (اول تايم وورنر) وهي اكبر مؤسسة اعلامية في العالم. ومجلة (نيوزويك) (News week)

وتأسست عام ١٩٣٣ وتوزع (٤،٩٣٧،١٠٨) مليون نسخة بالاضافة الى تلك المجالات تأتي مجلة (ريدرز دايجست) (Readers Digest) والتي تطبع بلغات عديدة ووصل توزيعها الى (١٨،٠٠٠،٦٧٧) مليون نسخة.

كان للمجلات دورها في الترويج للحرب اكثر مما عليه الصحف، لان وقتها يسمح بمزيد من التخطيط. كما ان ورقها المصقول كان ينتج صوراً من نوعية افضل، فنجد ان تلك المجالات لعبت دوراً بارزاً في (حرب الخليج)، فكان التنافس حاداً ولا سيما بين مجلتي (تايم) و(نيوز ويك) فاصبحت حرب الخرائط المنتزعة المؤلمة بينهما حديث اهل المهنة.

فقامت (التايم) بوضع القوات السعودية والكويتية والقوات العربية الاخرى على خط المجابهة امام وحدات المارينز والجيش الامريكي^(٧١)، وكانت هذه دعاية من البنتاغون هدفها اقناع الرأي العام بأن القوات العربية كانت تقوم بنصيبها العادل من القتال وذكرت (التايم)، بأن (شوار سكوف) عد القوات البرية العربية (الاسوء) بين القوات الحليفة. ونشرت مجلة (نيوز ويك) في ٢٦ تشرين الثاني ١٩٩٠.

صورة على الغلاف، تمثل ظل جندي على خلفية سماء صحراوية عند الغسق وهو يتكلم بواسطة هاتف لاسلكي وعلى ظهره سلاح كبير جداً، وكان عنوان الغلاف (هل يجب ان نحارب؟ الامريكيون ينحازون) وتحت هذا السطر اعلن المحرر، بأن القصة خاصة بالمجلة وعنوانها (لماذا يجب ان نكسر قبضة صدام؟). وكان كاتب هذه القصة الخاصة (طبقاً للنيوز ويك) هو جورج بوش، وعرضت المجلة صورة الرئيس بوش في مكتب البيت الابيض وهو (يحضر مقالة عن ازمة الخليج) فما قامت به المجلة ماهو الا اسلوب دعائي تريد من خلاله اقناع الراي العام بانسانية وحيادية (بوش الاب) الذي يريد ايصال وجهة نظره حول (ازمة الخليج) ولماذا ترسل امريكا قواتها الى منطقة الخليج؟ ولماذا تريد محاربة صدام؟!

٣- الكتب

تلعب الكتب دوراً كبيراً لا يقل اهمية عن وسائل الاعلام في العمل الدعائي، فهي الوسيلة الاكثر ثباتاً، لان الكتاب يمكن الرجوع اليه بين مراحل مختلفة، وللكتاب امكانية كبيرة في التأثير، لانه يعتمد على ذخيرة مجربة السمعة الطيبة للكتاب والمتراكمة على مدى مدة طويلة من الزمن، اذ اتخذت الولايات المتحدة الامريكية من الكتاب وسيلة مهمة للتبشير بالفكر الرأسمالي والنموذج الامريكي وخصائص الحضارة الغربية تحت ستار الثقافة والعلم والادب، وفي اطار ذلك قام (مكتب الاستعلامات الامريكية) في القاهرة في اثناء الحرب العالمية الثانية بتوزيع (٨٠،٠٠٠) كتاب امريكي. وقد استلمت المفوضية العراقية حصتها من الكتب، ولكي

يضمن مكتب الاستعلامات الامريكية الرواج للمكتب المعدة لأغراض الدعاية اقام معارض عديدة للكتاب الامريكي في الوطن العربي، فضلاً عن تقديم خدمات مجانية للمطالعين.

* الوسائل المسموعة والمرئية

١ - السينما

تعد السينما وسيلة دعائية فاعلة سواء استعملت كأداة وثائقية (الافلام التسجيلية)، اذ تبث الواقع بما فيه من حركة، فتعطيه بذلك اصالة لاشك فيها، ام استعملت لنشر بعض النظريات من خلال اسطورة قديمة ام موضوع تأريخي من على (المسرح)، اما الاخبار السينمائية فهي من الصنف الاول. وتسيطر خمس شركات على مجمل الانتاج السينمائي في الولايات المتحدة الامريكية ومن اهمها، (فوكس) (Fox)، و(يونيفرسال) (Universal)، و(وارنر) (Warners Bros)، مشكلة (جمعية السينما الامريكية) والتي تحتكر الافلام السينمائية في العالم، تلك الجمعية التي بلغت مكاتيبها (٧٠٠) مكتب. وقد شكل الاستثمار في مجال السينما خلال السبعينات من هذا القرن الماضي نحو (٥٣ %) من اجمالي الاستثمارات التجارية الامريكية في الخارج والتي يستقي منها غالبية الناس في العالم المعلومات عن امريكا. وتخدم الافلام الامريكية المرسله الى الخارج احتياجات الدعاية الامريكية.^(٧٢)

وان السينما الامريكية تقوم بطرح افكار وتوجهات الساسة الامريكان، اذ ان الاعلام الامريكي يتعامل مع المتفرج من خلال السينما على انه كائن ساذج قليل الذكاء لذلك سخرت من ذهنيته، فقامت بشحن المواضيع السينمائية بالاكاذيب والاهام.

وان الحديث عن السينما الامريكية، يعني الحديث عن تاريخ عاصمة السينما هوليوود التي مارست تضليل الوعي الانساني، بل هي الدعامة الاساسية للتضليل الاعلامي الذي تسعى اليه اجهزة ووسائل الدعاية الامريكية.

٢ - وكالات الانباء

توجد في الولايات المتحدة الامريكية اضعم واكبر وكالتين للانباء تسيطر على (٩٠ %) من نسبة تداول الاخبار في العالم وبذلك تسيطر سيطرة تامة على تدفق المعلومات الى دول العالم الثالث.

١ - الاسوشيتد برس. (Associated press)

تعد هذه الوكالة التي انشأت عام ١٨٤٨، المصدر الرئيس لشبكات الاعلام العالمية وتعد العمود الفقري للاعلام الأمريكي. فهي تخدم (٦٠٠٠) محطة اذاعية وتلفازية و(١٥٠٠) صحيفة و(١٠,٠٠٠) محطة اذاعية وتلفازية فيما وراء البحار، يبلغ عدد مكاتبها الداخلية (١٣٢) مكتباً، والخارجية (٨١) مكتباً. وتبث الوكالة (١٧) مليون كلمة يومياً لـ (١٠٨) بلد في العالم.^(٧٣)

وفي عام ١٩٩٤، بدأت الوكالة بأنشاء محطة جديدة في لندن وهي بمثابة بنك للمعلومات والصور، وهي تزود اكثر من (١٥٠) الف وسيلة اعلامية في العالم بمختلف الاخبار والصور عن دول العالم كافة ولها مراكز في (الاردن، الكويت، لبنان، مصر)

ب- يوناييتدبرس انترناشيونال. (United press International)

تأسست الوكالة عام ١٩٠٧ يبلغ عدد مكاتبها الداخلية (١٧٣) مكتباً والخارجية (٩٠) مكتباً تبث اخبارها لـ (٩٢) بلداً ويشترك في خدمة الوكالة (٢٢٦٤) مشتركاً خارج الولايات المتحدة منها (٣٦) وكالة وطنية للانباء وتبث (١١) مليون كلمة يومياً.^(٧٤)

وتعد الوكالتين اداة فعالة من ادوات السياسة الخارجية الامريكية لتحقيق مرامي الادارة الامريكية وسياستها الخارجية. وقامت الوكالتين بأنشطة دعائية كبيرة ومنها اصدار (٣٤) الف كتاب سنوياً ويبلغ معدل صادراتها (٣٠٠) مليون سنوياً. كما استعملت الوكالتين الاغاني والموسيقى للترويج للأفكار الامريكية بغية التأثير في البلدان الاخرى. ولاسيما في (حرب الخليج الثالثة) او (عاصفة الصحراء) اذ بدأت بصياغة الاخبار على وفق سياستها التي تريد ادارة البيت الابيض تسويقها الى بلدان العالم.

ج- الشبكات الاذاعية والتلفازية

توجد في الولايات المتحدة مجموعة من الشركات تسيطر على الاف الصحف ومحطات الاذاعة والتلفزة العالمية، اذ تلعب الاحتكارات دوراً في السيطرة على النشاط الاذاعي ويطلق على تلك الشركات اسم (الشبكات) ومن اهم تلك الشبكات الاذاعية التي ترتبط بمجموعة من الاحتكاريين الذين يملكون اضعم الشركات الاذاعية (الشبكات).^(٧٥)

- ١- الشركة الامريكية للراديو. (ABC): التي تمتلك (١٨٠) محطة راديو و(٢٠٨) محطة تلفزيونية. كما انها تمتلك (٣٩٩) دار عرض سينمائي.
- ٢- شبكة اذاعة كولومبيا (CBS) وتمتلك (٤٣٠) محطة راديو و(٢٠) محطة تلفزيون.

- ٣- الشركة الوطنية للراديو (NBC) وتمتلك (٣٧٣) محطة اذاعية، و(٢١٠) محطة تلفزيون.
- ٤- الشبكة المشتركة للراديو (MBC) وهي من ابرز الشركات الاحتكارية التي يمتلكها الاخوان (بروان وماك كرومر).
- ٥- شبكة (NPR) وهي تحت اشراف الحكومة الفدرالية، وتمتلك (٢٦٠) محطة اذاعية.
- ٦- شبكة (PBS) وتمول من قبل الحكومة الفدرالية ويديرها مجلس ادارة يعينه الرئيس الامريكي. ويتبع لها (٢٦٧) محطة اذاعية.

ومن اهم الشبكات التلفازية الامريكية هي:

أ- شبكة (CNN) وهي اشهر الشبكات التلفازية الامريكية على الرغم من كونها شبكة خاصة، الا انها تعتبر اداة السياسة الامريكية لتحقيق اهدافها. وقيل عنها هي التي تمتلك (١٦) دولة (ويقصد بها الدول التي تكون مجلس الامن الدولي).

ب- شبكة (NBC) تأسست عام ١٩٢٦، وتمتلك (٢٠٠) محطة بث تلفازية محلية و(٢٢٩) للبث الاذاعي، وتصل برامجها الى (١٢٥) دولة خارج الولايات المتحدة.

ج- شبكة (CBS) تأسست عام ١٩٢٧ وهي اقوى الشبكات التلفازية الامريكية ويصل نفوذها الى كندا واوربا واستراليا، وتسيطر على (٣٠٠) محطة للبث الاذاعي و(٢٠٠) محطة للبث التلفازي

د- شبكة (PBC) وتمتلك (٢٠٠) محطة تلفازية في (٤٣) ولاية امريكية، لذلك فإن هذه الشبكات، كما يقول الباحث (باغديكيان) تسيطر على (٩٤ %) من الجمهور الامريكي اذ ان هناك ثلاثة اشخاص هم رؤساء مجالس ادارة تلك الشبكات يقررون ما ينبغي ان يشاهده (٧٥ %) من سكان الولايات المتحدة على شاشات التلفاز. (٧٦)

فيما بلغت ارباح الولايات المتحدة من الاعلانات من على شاشة التلفاز (٤) مليارات سنوياً، وان عملية الصادرات من الافلام التلفزيونية تصل الى (١٠٠) مليون دولار سنوياً اذ اصبحت الشاشة التلفازية المصدر الرئيس لعرض الصور الامريكية، وبشكل عام فإن المؤسسات والشبكات التابعة للولايات المتحدة تتصدر موجه الهيمنة الثقافية والاعلامية، اذ تسيطر على (٧٥ %) من اجمالي الاخبار المصورة، و(٨٢ %) من انتاج المعدات الاعلامية والالكترونية.

اصبح عصر اليوم يسمى بعصر (وسائل الاعلام) (اقمار صناعية، حواسيب فيديو كابل، معلوماتية، تلفزيون هرتزي (مشفر) عصر التقنيات الحديثة التي دخلت كل النشاطات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فأضفت تلك الصبغة العالمية

ففجرت الحدود ووضعت العالم بأسره امام رهانات من كل نوع، تكنولوجية، سياسية، ثقافية، فضلاً عن ارتفاع عدد البرامج وتلاشي محطات الاذاعة والتلفزة العامة وظهور استراتيجيات جديدة في الاعلام، واقتصاد جديد للاتصال وترسيخ البرامج جزئياً بالابتكارات التقنية، التي ساعدت على توسيع مساحة البث، الذي تهيمن عليه وسائل الاعلام الامريكية ذات التأثير الكبير في الرأي العام الامريكي، بل على المستوى العالمي، وان تلك الوسائل مركزة بشدة بأيدي اصحاب المال، لكنها منتشرة وبكثافة تجند لقيادة الحملات الدعائية للتأثير في صناعة القرار السياسي الخارجي للولايات المتحدة، بفضل ارتباطاتها المباشرة بجملة عوامل لها تأثيرها في صناعة القرار السياسي الامريكي واهمها:

١ - اللوبي الصهيوني

ان لجماعة اللوبي الصهيوني تأثير مباشر وفعال في التوجهات الاعلامية في الولايات المتحدة الامريكية من خلال امتلاكها للعديد من وسائل الاعلام، او التأثير غير المباشر من خلال التحكم بسوق الاعلان، وتمثل لجنة (ايباك)، اللوبي الصهيوني في مجلس الشيوخ الامريكي، ورأس الحربة لدعم (اسرائيل) في الولايات المتحدة.

وان اللوبي الصهيوني ينظر الى وسائل الاعلام بأنها الادوات المهمة لتحقيق اهدافه الداخلية في السيطرة على مراكز القرار السياسي وكسب التأييد الشعبي (الاسرائيلي)، لذلك قام اليهود بامتلاك (٩٠%) من شركات الانتاج الاعلامي العالمية، والعديد من الصحف والمجلات الامريكية المشهورة مثل (الواشنطن بوست) و(نيويورك تايمز)، فضلاً عن الشبكات العالمية (CBS.NBC.ABC).^(٧٧)

♦ اللوبي الصهيوني يسيطر على الاعلام الامريكي

يسعى الاعلام الموجه من قبل اللوبي الصهيوني الى ارباك الرأي العام الامريكي تجاه الاسلام والعالم الاسلامي، وايجاد حالة من الخوف والذعر والترقب لكل منهما، ولاشك ان تأثير اللوبي الصهيوني على الاعلام الامريكي واضح وملحوس وهو يستمد قوته من (التغلغل الاعلامي) ووصول عدد كبير من الموالين لهذا اللوبي الى مراكز اعلامية مهمة وسيطرتهم على عدد كبير من غرف التحرير. وكذلك يستمد قوته من (القوة الاعلانية) ان القوة المالية التي تتمتع بها الشركات المرتبطة باللوبي قدرة على استخدام الميزانيات الاعلانية كوسيلة للضغط لتحقيق اهداف فكرية وسياسية وبالتالي فان من يملك الميزانية الاعلانية لهذه المؤسسات الاعلانية يتحكم في المحتوى الفكري للرسالة الاعلامية، ويمكن ان تؤثر على المصادقية الصحفية لوسائل الاعلام. ويعتبر الملياردير اليهودي (حايم صبان)

صاحب النشاط الاعلامي والفني في هوليوود من المقربين جداً الى رئيس الوزراء (الاسرائيلي) السابق ارييل شارون، وهو واحد من اكبر مؤيدي (اسرائيل) والذي اشترى مؤخراً اكبر مجموعة تلفزيونية في المانيا وهي: (برو ٧ ميديا). وحاييم هو شريك الامبراطور الاعلامي (مردوخ) في اكبر مجموعة اعلامية في الولايات المتحدة الامريكية^(٧٨).

كما ان بوش الاب بدأ حياته الاستثمارية مع (يوجين مايير) وهو اعلامي يهودي معروف، وبموجب القوانين التي سنتها لجنة الاتصالات الفيدرالية في ادارة بوش برئاسة (مايكل باول) ابن (كولن باول) فأن الشركات والمؤسسات الاعلامية العملاقة يسمح لها بالاندماج وبالتالي الهيمنة على مزيد من المحطات الاذاعية والتلفازية عبر الولايات المتحدة الامريكية، مما يجعلها اكثر قدرة على التحكم بمزاج الرأي العام داخل امريكا وخارجها. وهذه الهيمنة على الاعلام، انما هي جزء من الادوات الخفية التي تمتلكها النخبة المنحازة (لأسرائيل).

٢- الاحتكارات

تتمتع المحطات الاذاعية والتلفازية الامريكية بصفة تجارية منذ وجودها، فهي ملك للشركات الخاصة او للأشخاص، وهذا يعني بأن الاحتكارات تلعب دوراً في النشاط الاذاعي وتتمثل تلك الشركات بمجموعة من الشبكات العالمية التي تمتلك الاف الصحف والمجلات والمحطات الاذاعية والتلفازية، مما جعل هذه الوسائل غير مستقلة القرار بحكم ارتباطها بتوجيهات معينة تأخذ المصالح الاحتكارية بنظر الاعتبار وارتباط هذه المصالح بالاستراتيجية الامريكية التي بنت علاقاتها على وفق منظور تجاري واقتصادي بعيداً عن مبادئ الاعراف الدبلوماسية.

وتتركز جميع هذه الامكانيات والطاقات في ايدي عدد قليل من الشركات المسماة (الشركات المتعددة الجنسيه) وهي اساساً شركات امريكية ضخمة اذ تسيطر ادارته الامريكية و(الشركات متعددة الجنسيات) على حركة الاتصال في العالم وتمثلت محاولة الهيمنة الامريكية في ثلاث محاور غير منظورة وهي مجال صنع القرار، ومجال المعلومات ومجال الاعلام والدعاية والتحكم في العقول وغرس عادات سلوكية وقيمية.

جسدت وسائل الدعاية الامريكية تلك المصالح في (حرب الخليج الثالثة)، بل انها كانت اشد العناصر للتدخل الامريكي في شؤون العراق طالما هي مرتبطة بمفردات (مصالح استراتيجية-بترو- امن اسرائيل-تدميره قوه اسلاميه)، وان ادارته الازمه اعلامياً لم يختلف عن ادارتها سياسياً وان اختلف الوسائل، بل هي التي مهدت للضربه العسكريه وكانت اشد واعنف على نفس المواطن العراقي.

فسارعت وسائل الدعاية الامريكية في اليوم الثاني لوقف اطلاق النار بين (العراق وايران) بالحديث بشكل متناسق عن خسائر العراق ومكاسبه جراء هذه الحرب فاوردت احصائياتها (ان العراق خسر ما مقداره مائة بليون دولار من امواله الخاصة، واربعون بليون دولار استدانها من دول الخليج)

اما في خانه المكاسب فقد ركزت على مسألة (من اين للعراق ان يوفر كل تلك الاموال ليتبنى خطه اعمار شاملة خاصة في ظل اسعار النفط المتدنية)، على هذه النعمة استمرت الاجهزة الدعاية الامريكية والغربية تستعرض الجيش العراقي وتعدد دباباته وطائراته وصورايخه، واخطاره على الآخرين (على حد تعبيرهم) بما يملكه من ترسانة هائلة وما يشكله ذلك من تهديد على امن المنطقة وذلك بغية التحريض لضرب العراق فأعاده الى الازهان ما روجته الاجهزة الدعاية قبل (٥٠) سنة عن استعداد العراق للسيطرة على الخليج (حسب ادعائهم). وحرفت عن قصد تلك الاجهزة حديث الرئيس العراقي (الاسبق) الذي هدد بضرب (اسرائيل) فيما اذا قامت بضرب العراق او أي بلد عربي فاوردت اجهزتها ان صدام ((سيحرق نصف اسرائيل)) مما زاد الامور تعقيداً فأخذت ادارات الولايات المتحدة بالتخطيط لتدمير قوة العراق العسكرية التي اخذت تهدد مصالحها وامن (اسرائيل) في المنطقة.

فأخذت وسائل الدعاية الامريكية والغربية تتسابق فيما بينها للحصول على جائزة (اللوحة الاكثر روعة) لقصة (مواجهة في الخليج)، عن طريق رسم خارطة ادارة الحرب بالرسوم البيانية، تلك المسابقة التي شارك فيها حتى الفنانين امثال (دون تيلر) من شركة (كوانتل بينتوكس)، فوصف (رالف فاميغليتا) مدير وسائل الايضاح لشبكة (NBC) المشهد فقال ((في الايام الاولى من التغطية بدأت الدائرة تغير منظرها الجمالي، ومن دائرة الاسطوانات والسجلات حسنة المظهر بدأت تبدو مثل غرفة الحرب)).

لقد سيطرت الصور الالكترونية المصممة بعناية على التغطية الاعلامية للحرب بدقة متناهية، فمارست الاجهزة الدعاية بفضل تلك التقنية الالكترونية عملية التعتيم لصورة الحرب الحقيقية، فلم تظهر مشاهد (المذابح) التي تعرض لها شعب العراق، وفي ذلك قال (ستيف فاردي) المدير الفني لنشرة اخبار المساء في شبكة (CBS)

((ما الذي كان الناس يتوقعون ان يروا، اطرافاً غارقة في الدماء؟ علينا التزام بأن نمثل ما حدث، لكننا لسنا مضطرين الى عمل ذلك بطريقة مروعة)). ويبدو ان وسائل الدعاية الغربية عرضت وقائع الحرب كونها العاباً نارية تزين السماء في كرنفال كبير، وبصدد ذلك قال فاميغليتا ((كان تزيد قليلاً على كونها العاباً.. وكنت قلقاً على اطفالنا ومن الطريقة التي كانوا يجعلون الحرب بها تبدو مسلية)).

استمرت اجهزة الدعاية الامريكية بأثارة الضجارت الاعلامية والدعائية ضد العراق فأختلقت قصة (المتسعات) و(المدفع العملاق) و(الجيش الرابع في العالم) و(الحاضنات) و(غاز VX) المشع و(البحيرة السوداء) و(احتلال السعودية) مروراً بـ(امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل) وانتهاءً بمحاربة (القاعدة والارهاب)، وكان القصد من تلك الضجارت الدعائية تنفيذ المخطط الدعائي والتجسسي الامريكي ضد العراق.

واستناداً لما تقدم يمكن القول ان الاعلام الامريكي الموجهة للعراق حاول تضليل الرأي العام الامريكي خاصة والرأي العام العالمي عامة، فضلاً عن تضليل المواطن العراقي بمعلومات ضخمة ومشوهة مستغلاً التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وكذلك الظروف التي مر بها العراق في السنوات التي تبعت (حرب الخليج الثانية) بقصد تمرير مخططها الدعائي الرامي الى الهيمنة الامريكية على العالم.

الفصل الثاني

إستراتيجيت وأساليب التضليل الدعائي الاعلامي

أولاً: إستراتيجية التضليل الاعلامي والدعاية الامريكية

ثانياً: أساليب التضليل الدعائي الامريكية المستخدمة في الغزو

ثالثاً: الحجج والذرائع التي ساقتها امريكا لتبرير الغزو

الفصل الثاني

إستراتيجية وأساليب التضليل الدعائي الاعلامي

أولاً: إستراتيجية التضليل الإعلامي والدعاية الامريكية.

ادركت الولايات المتحدة الامريكية بعد اعلان مبدأ (مونرو) عام ١٨٢٣ اهمية العلاقات الخارجية، وان سياسة الانكفاء والعزلة ليست الحل الامثل لها، لذلك كان الانفتاح الامريكي على العالم طريقاً لتحقيق اهدافها ومصالحها ولتثبيت جذورها على مسرح السياسة الدولية. واحست الاوساط الامريكية المسؤولية باهمية العراق الاستراتيجية لتحقيق مخططاتها واهدافها وسياستها الخارجية، فمارست بعض الانشطة الدعائية بوسائلها واساليبها المحددة لتحقيق تلك الاهداف الاستراتيجية. فاستخدمت الولايات المتحدة الاتصال الدعائي المواجهي لتنفيذ تغلغلها الثقافي في العراق من خلال الارساليات والبعثات التبشيرية التي انطلقت الى ارض الرافدين بعد اعلان مبدأ (مونرو) بعام واحد فقط. وان عملية التغلغل الثقافي الامريكي في العراق لتنفيذ استراتيجيتها الدعائية مرت بمراحل عديدة، يمكن ايجازها بالاتي:

❖ مرحلة الانفتاح (١٨٢٤ - ١٩١٤)

ان النشاط الدعائي الامريكي في العراق لم يكن حديث العهد، بل سبق فلسفة (ديوي) التي هيمنت على تقاليد التعامل النفسي الامريكي. لان الاهتمام الامريكي بالمنطقة العربية ولا سيما العراق، بدا مباشرة بعد اعلان مبدأ (مونرو)، اذ شهدت هذه المرحلة اول انفتاح امريكي على العالم، تمثل باقامة اول علاقات دبلوماسية مع الدولة العثمانية عام ١٨٢٤، بهدف تمهيد التغلغل في العراق وعززتها عام ١٨٣٠ بتوقيع اول معاهدة (امريكية- عثمانية) للصدقة والتبادل التجاري^(٧٩)، وسارعت عام ١٩٣٥ بتحويل اول مدرسة (بروتستانتية) افتتحها مبشر امريكي في بيروت الى (الكلية السورية البروتستانتية)^(*)

(*) وهي الكلية التي سميت فيما بعد (الجامعة الامريكية) في بيروت وبقيت تكنى بهذا الاسم حتى الوقت الحاضر، وقد وصفت بانها من اضخم الجامعات الامريكية التي انشئت خارج حدودها، للمزيد انظر، صفاء عبد الكريم، مصدر سابق، ص ٦.

وفي عام ١٩٤٣ وصلت الى المنطقة العربية اكثر من (٦٠) ارسالية تبشيرية امريكية تم منحها قنصلية لدى الباب العالي ووصل عام ١٨٧٨ الى شط العرب، العميد البحري (روبرت ولسن) (Robert Wilson) على راس بعثة امريكية، بحثا في معلومات عن الوضع في جنوب العراق، وفي عام ١٨٨٠ اسس اول مركز للتبشير في الموصل^(٨٠)، وفي عام ١٨٨٨ اول قنصل لها في العراق وهو (جون هنري) (John Henry) الذي باشر عمله ونشاطه التجسسي والدعائي في التاسع من كانون الثاني ١٨٨٩.^(٨١)

واسست في العام ١٨٨٩ الارسالية التبشيرية الامريكية التي عرفت باسم (الارسالية العربية) التي فتحت لها في ١٨٩١ اول مركز تبشيري في مدينة البصرة، اتخذت الولايات المتحدة قاعدة لممارسة نشاطها الدعائي والتجسسي في العراق والمنطقة العربية. وفي عام ١٨٩٥ انتقل العمل التبشيري الامريكي الى مدينتي العمارة والناصرية، فمارست البعثات التبشيرية اعمالها ببناء المدارس والمستشفيات الامريكية التي تروج لنمط المعيشة الامريكية وفلسفتها في الحياة. ومارست الولايات المتحدة الدعاية الجماهيرية من خلال الاتصال الدعائي المواجهي عن طريق تلك البعثات التبشيرية التي سبقت النفوذ الامريكي في وسائل الاتصال الجماهيري. فاستغلت الاساليب كافة لتنفيذ مخططاتها الدعائية لتحقيق سياستها الخارجية ولضمان عمليات السلب لثروات العراق، فجاء التبشير الامريكي وسيلة ناجحة لبث المفاهيم والنظريات البرجوازية لاضعاف مقاومة الشعب العراقي لجميع اشكال السيطرة.

❖ مرحلة الانتقال (١٩١٤ - ١٩٤٧)

وفيها انتقلت الدعاية الأمريكية إلى إستراتيجية دعائية جديدة، فبدأ بروزها على الساحة الدولية واضحا، واستمرت المخططات الدعائية الأمريكية لتحقيق سياستها بمختلف الاساليب والوسائل، وزادت من اتفاقياتها مع الحكومه العراقية، ف وقعت في عام ١٩٣٠ اتفاقية بين (العراق وامريكا وبريطانيا) لضمان حقوق امريكا المثبتة في الاملاك التي حصلت عليها في العراق.^(٨٢)

وأُنشأت أمريكا في إطار هذه الاتفاقية العديد من المدارس الامريكية المتطورة، وكان من اهمها مدرسة ثانوية بغداد (كلية بغداد) التي اسستها عام ١٩٣٢، على الطراز الغربي لتكون مدرسة متميزة بين المدارس العراقية، ف لعبت المدارس دورا دعائيا بارزا على مستوى الشرق الاوسط، فقد بلغ عدد كتبها عام ١٩٥٤ زهاء العشرين الف كتاب.

وحظيت المدارس والمستشفيات الامريكية في العراق بدعم الحكومة الامريكية ولا سيما بعد دخولها الحرب العالمية الثانية، بغية القيام بالاعمال الدعائية والترويج

ونشر الثقافة الامريكية، والتبشير بالفلسفة الامريكية، لهذا فان لجنة الاتحاد الجامعي الامريكية، قررت صرف مبلغ (٢٥) مليون دولار لتوسيع مناهج المدارس الامريكية في بغداد. واستغلت الولايات المتحدة خلال هذه المرحلة الاذاعة للترويج للنمط الامريكي او ما يسمى بنشر (الامركة) فاستخدمت خطاب دعائي معين بقصد التلاعب بمشاعر وعقول الجماهير وتحفيزها من خلال اعطاءه معلومات محددة وفي وضع معين لانتهاج السلوك الذي تريده الدعاية الامريكية. ومن المؤسسات التي ساعدت على تثبيت التغلغل الثقافي الامريكي خلال هذه المرحلة، الجمعيات الثقافية التي اسستها الولايات المتحدة الامريكية لممارسة انشطتها الدعائية في العراق من خلال انشائها للمؤسسات الثقافية والتعليمية المختلفة وهي كالاتي:

١ - الجمعية الخيرية الامريكية في جنوب العراق.

تاسست هذه الجمعية في عام ١٩٣٦ في مدينة البصرة، وان مقرها الرئيس في نيويورك، كانت مهمة الجمعية سياسية ثقافية، مارست نشاطاتها الدعائية تحت مظلة الاعمال الخيرية، ففي المستشفى الامريكي في مدينة العمارة قام المسؤولون في المستشفى، باثارة الفتن والقلقل بين المسلمين والمسيحيين، بقصد اصطياح بعض العوائل المسلمة والاشخاص السذج لترك دينهم واعتناق الديانة المسيحية.^(٨٣)

٢ - الجمعية الخيرية الامريكية في شمال العراق.

مارست نشاطها الدعائي في شمال العراق من خلال اشرافها على المدرسة الامريكية للبنات، وقامت بخلق الفتن بين الاكراد العراقيين.

٣ - الجمعية التبشيرية السبتية.

وهي جمعية ثقافية دينية خيرية مركزها الرئيس في واشنطن وفي عام ١٩٤٥ فتحت لها فرع في بغداد، فاستاجرت فندق (دار السلام) وجعلت منة مستشفى (دار السلام) وقامت بتأسيس مدرسة (دار السلام) لتكون نواة نشاطها التجسسي والدعائي في بغداد.^(٨٤)

ومن الممارسات الدعائية الاخرى للادارة الامريكية، اعلان الرئيس الامريكي (فرانكلين روزفلت) في عام ١٩٤٢، ان ((مسألة الدفاع عن العراق امرا حيويا للدفاع عن امريكا)).^(٨٥) بعدها ادركت الادارة الامريكية اهمية المؤسسات الثقافية في تنفيذ مرامي السياسة الخارجية الامريكية ومخططها الدعائي التجسسي. واهتمت تلك الادارة بالاعلام الموجه ضد العراق بشكل غير اعتيادي، فزادت في عام ١٩٤٤

عدد مؤسساتها الثقافية في العراق، وعقدت اتفاقية لتبادل المطبوعات الرسمية في العام نفسه.

وفي عام ١٩٤٥ اهدت المفوضية الامريكية العراق عددا من الكتب العلمية والمدرسية النفسية، فاهدت مكتبة الديوان (٢٥١) كتابا، ودار المعلمين (٥٢) كتابا.^(٨٦) كما ان لمعرفة امريكا باهمية النفط واستخدماته الضرورية، يعني السيطرة على نفط المنطقة والخليج ولا سيما نفط العراق لاستخدامه ورقة ضغط ضد الدول الغربية واليابان التي تعتمد على هذا النفط، ووضح هذه الحقيقة الوزير الامريكي (الاسبق) (جيمس فورستال) بقوله ((من يجلس على صمام نفط الشرق الاوسط يسيطر على مقدرات اوربا))^(٨٧)، وعزز هذا القول صدام حسين الرئيس العراقي (الاسبق) بقوله ((ان امريكا تريد الهيمنة على العالم من خلال سيطرتها على نفط العراق)).^(٨٨)

وان ممارسة الولايات المتحدة الامريكية لهذه الانشطة الدعائية اعطى صورة واضحة عن سياستها الرامية للهيمنة، وان شهادة (جون والدين) رئيس مجلس ادارة شركة (سكوني فاكون) امام الكونكرس الامريكي عام ١٩٤٥، تؤكد هذه الحقيقة عندما قال ((من المحتم على الولايات المتحدة ان تدير شؤون البترول في العالم حتى خارج حدود سيادتها الإقليمية او خارج عيون القانون الدولي))^(٨٩)

❖ مرحلة العالمية (١٩٤٧ - ١٩٩٠).

ما ان انتهت الحرب العالمية الثانية، حتى انتهت معها مرحلة النظام الدولي متعدد الاقطاب، وبدأت مرحلة المواجهة بين (الامريكان والسوفيت) للوصول الى السيادة العالمية مستخدمين اساليب الدعاية المختلفة للتاثير في نفوس الجماهير العريضة لكسب ولائها وطاعتها، فبرز مفهوم الحرب الايديولوجية.^(٩٠) وتعد هذه المرحلة بداية التغيير الجذري في السياسة الخارجية الامريكية ونشاطها الدعائي، اذ تبلورت اسس سياسة خارجية امبريالية، تتضمن تدخل الولايات المتحدة في شؤون العالم لحماية مصالحها القومية والحصول على مناطق نفوذ جديدة.

اعتمدت الولايات المتحدة في تنفيذ سياستها على اجهزة الاعلام والدعاية، بل عدتها احدى الادوات الرئيسية لتنفيذ سياستها الخارجية ومع تطور وسائل الدعاية الامريكية اختلف المنطق الدعائي الامريكي ضد العراق قياسا لما كان عليه في المرحلتين السابقتين اذ اصبحت حربا اعلامية ودعائية مباشرة ضد العراق، بالاعتماد على بعض المؤسسات الدعائية التي انشئت خصيصا في هذه المرحلة لتنفيذ المخططات الدعائية الامريكية واهمها:

وكالة المخابرات المركزية الامريكية (CIA)

التي أسست عام ١٩٤٧، اذ لعب هذا الجهاز التجسسي الدعائي دورا في صنع وتنفيذ السياسة الامريكية، اي انه وسيلة للعمل المباشر وادارة القوة الفاعلة، فاستخدمت انواع الدعاية كافة (سوداء- بيضاء - رمادية) خلال الحملات الدعائية والحرب النفسية الموجهة للعراق.

مكتب الاستعلامات الأمريكية

تأسس عام ١٩٥٣، ومارس نشاطا دعائيا بارزا ضد العراق من خلال تجنيد بعض الجمعيات والمؤسسات الثقافية التي اقيمت في العراق، وكذلك في اقامة حفلات التكريم، مثل التي اقامتها لتكريم الاساتذة وخريجي الجامعات الامريكية من حملة شهادة الدكتوراه، ودعا اليها عددا من الصحفيين. ومن الجمعيات التي برز نشاطها الدعائي والتجسسي في هذه المرحلة هي

١ - جمعية دار السلام

أنشئت عام ١٩٤٩ في بغداد، كان لها ثلاث مدارس في العراق (مدرسة المستنصرية في البصرة) و(مدرسة دار السلام في بغداد) و(مدرسة دار السلام في الموصل) مارست النشاط الدعائي والتجسسي في انحاء العراق كافة^(٩١).

٢ - جريدة (الهيرالد تريبون)

مارست الجريدة نشاطا دعائيا كبيرا جدا من خلال اقامة حفلات التكريم لخريجي الجامعات الامريكية، وتنظيم المسابقات لطلبة المدارس الثانوية، اذ نظمت عام ١٩٤٩ مسابقة لطلبة المدارس الثانوية في العراق، اعلنت فيها للمشاركين عن سفرة ترفيهية الى امريكا- لمدة ثلاث اشهر- لمن يتمكن كتابة مقال عن الولايات المتحدة مؤلف من (١٥٠٠) كلمة، وان وقائع تلك السفرة ستنتقل عبر الاذاعة والتلفزيون مباشرة.^(٩٢)

٣ - جمعية اصدقاء الشرق

انشئت في بيروت عام ١٩٥١ ومقرها الرئيس نيويورك، لم يكن لها مقر في العراق لكنها مارست اعمالا دعائية تكاد تفوق تلك التي انشئت في العراق.

٤ - جمعية خريجات الجامعة الامريكية في بغداد

تأسست الجمعية عام ١٩٥٣، لاجل ادامة الصلة بين خريجات هذه الجامعة والجامعات الامريكية الاخرى، من خلال الحفلات والزيارات، هذا في ظاهرها ولكن باطنها هو نقل المعلومات عن الاوضاع في العراق او القيام بالاعمال التجسسية.^(٩٣)

٥- الجمعية الامريكية في العراق

انشئت عام ١٩٥٥ في بغداد لرعاية المصالح الاجتماعية والثقافية والترفيهية والخيرية للامريكان الموجودين داخل العراق، ولتقوية العلاقات (الامريكية-العراقية) لعبت دورا بارزا بالترويج للثقافة الامريكية ونمطهم في الحياة. فأعلن السفير الامريكي (الاسبق) في بغداد في خطاب القاه بمناسبة افتتاح الجمعية وبحضور (٣٠٠) امريكي ((ان غرضنا الوحيد والرئيس هو ان نجعل العراقيين يفهمون بلادنا وان نجعل العراق مفهوما بين شعبنا)).

٦- نادي الروتاتي

تاسس في بغداد عام ١٩٥٥، وله فروع في مختلف انحاء العالم، مارس نشاطه الدعائي والتجسسي عن طريق كسب الاعضاء من ذوي النفوذ والسلطة الى النادي من خلال اغرائهم بالمكاسب المادية.^(٩٤)

عقدت في عام ١٩٥١ اتفاقية التبادل الثقافي بين العراق وامريكا، التي تأسست بموجبها (المؤسسة الثقافية الامريكية) في بغداد، وكانت مهمتها تمويل الجامعات والمدارس في العراق.

وبلغ عدد الطلبة العراقيين الموفدين الى الولايات المتحدة الامريكية بين عامي (١٩٥١-١٩٥٧)، (٨٥) طالبا كما منح (خمس) عراقيين زمالات دراسية لمدة (عامين) الى الجامعة الامريكية في بيروت، فيما بلغ عدد الطلبة الامريكيين الوافدين للدراسة في العراق للمدة المذكورة (٩٥) طالبا.^(٩٥)

ونتيجة لهذا الاهتمام الامريكي بالعراق والانفتاح الثقافي الذي روجت له اجهزة الدعاية والاعلام الامريكية^(٩٦). قام الملك (فيصل الثاني) بزيارة الولايات المتحدة الامريكية عام ١٩٥٢، بدعوة من الرئيس الامريكي (الاسبق) (ترومان)، اطلع خلالها على المؤسسات الثقافية والاعلامية، التي كانت من اهمها اذاعة صوت امريكا، اذ استغلته الاذاعة للتاثير في نفوس الشعب العراقي من خلال القائه كلمة وجهها الى الشعب العراقي من خلال صوت امريكا، ابدى فيها اعجابه بالولايات المتحدة وبتقدمها الحضاري والثقافي ونمط الحياة الامريكية^(٩٧). ومارست الولايات المتحدة الامريكية الحرب الدعائية والنفسية ضد حزب البعث في العراق منذ مرحلة النضال السري، حتى مرحلة تسنمه السلطة بسبب ما يحمله الحزب من افكار

ونظريات تهدد كيان ومصلحة امريكا. اذ قامت بتشويه افكاره القومية المتمثلة بنظرية الايديولوجية الثورية. عمليات القمع (الإسرائيلية) ضد شعب فلسطين، والمجازر التي ترتكبها في بيروت. هذا ما يبين التناقض الواضح في الموقف الامريكي

فاتبعت أساليب الإرهاب وشحن الجو الرسمي الشعبي ضد الحزب منذ الاربعينيات، لذلك اهتم الحزب بوسائل الاعلام الوطنية لمواجهة تلك الحملات الدعائية. فاصدر في عام ١٩٥٣ صحيفة (العربي الجديد) التي تغير اسمها بعد عددين الى (الاشتراكي)، وفي الستينيات اصدر صحيفة (وعي العمال) لتعبئة الراي العام العمالي.^(٩٨)

اخذت الحملات الدعائية دورها الفاعل في محاولة القضاء على ثورة الحزب عام ١٩٦٨، من خلال نشاطاتها الدعائية وعمليات الحرب النفسية التي مارستها ضد الحزب من خلال قيام اجهزتها بوصف ثورته (بالثورة الدموية) بغية تشويهها والخط من دورها لدى الامة العربية.

فيما لعبت الاذاعات الدولية الموجهة دورا فاعلا في الحملات الدعائية والنفسية من خلال نشر الاخبار الكاذبة والملفقة عن الثورة، وبرزها (اذاعة لندن) و(اذاعة صوت امريكا)، اللتان حاولتا تعميق الخلافات بين الاحزاب وتميرير المعلومات الكاذبة عن الجبهات الوطنية، وابرازها في اجهزة الاعلام والدعاية.

وشنت اجهزة الدعاية والاعلام الامريكية في عام ١٩٧٣ حملة واسعة للضغط على الكونكرس الامريكي لحمله على اتخاذ قرار ضد العراق، لاهميته الاستراتيجية بالنسبة للامن القومي الامريكي، فاقدم الرئيس الامريكي الاسبق (نكسون) على تقديم تقرير الى الكونكرس بين فيه انه ((لا توجد منطقة اخرى في الكرة الارضية لها مثل هذه الاهمية التي يمتلكها الشرق الاوسط)) اذ أشار الى اهمية العراق ودعا الولايات المتحدة للسيطرة عليه.^(٩٩)

ولما أدركت الولايات المتحدة الامريكية بان محاولاتها لم تجد نفعا في محاربة العراق وانهاء دوره القومي في عملياتها الدعائية عبر وسائل الاعلام، سعت في عام ١٩٨٢ لاعادة العلاقات مع العراق، لكن في محاولة (مبطنة) لتحجيم دوره وجعله قاعدة الى جانب (مصر) لتنفيذ سياستها في المنطقة، ففي الوقت الذي كانت تعلن في اجهزتها الاعلامية عن المساعي الامريكية لاختتام نار الحرب بين (العراق وايران) وانها تحارب الانشطة الارهابية في العالم^(١٠٠)، كانت تمد ايران بالاسلحة والمعدات وتشجعه على استمرار الحرب مع العراق وكانت تفعل الشيء نفسه مع العراق، كما انها كانت تبارك بدا القلق الامريكي من العراق يزداد يوما بعد اخر، ولا سيما بعد اعلان اجهزتها الدعائية والاعلامية ان العراق تمكن وللمرة الاولى في تاريخ العرب

من انتاج صاروخ عراقي قادر على حمل (١٠٠٠) كيلو جرام من المتفجرات والتحليق الى علو اكثر من (٦٠٠) متر، فمن اجل ذلك اخرجت امريكا صوتها. وازداد القلق الامريكي عام ١٩٨٥، بعد اعلان (ايريل شارون) ((ان العراق يهدد امن اسرائيل، وانه زاد حجم قواته من اثنتي عشرة فرقة الى ست وعشرين فرقة، وان الجيش العراقي حقق انتصارات على ايران، مما يهدد امن اسرائيل)).^(١٠١)

وان خروج العراق منتصراً من حربه مع ايران في ١٩٨٨/٨/٨، وامتلاكه ترسانة عسكرية ضخمة وبروزه كقوة كبرى في المنطقة دعا امريكا لتغيير ستراتييجيتها السياسية، لان انتصار العراق يعني فشل السياسة الامريكية تجاه العراق. فبدأت حملة دعائية شرسة ضد العراق من خلال اجهزة الدعاية الامريكية والغربية التي تسلمت توجيهاتها من الادارة الامريكية. فظهرت بوادر حرب امريكية على العراق متجسدة في مصادقة الكونكرس في ١٩٨٨/٩/٩ على مشروع عدم تقديم اي قرض او مساعدة للعراق، مما اقره في ١٩٨٩/١١/٢٧ بفرض القيود على التعامل الاقتصادي مع العراق.^(١٠٢)

كما رافقت هذه الاجراءات حملات دعائية مكثفة ومتواصلة بهدف تعبئة الكراهية وشحن الاجواء لتوجيه ضربة عسكرية للمنشات العسكرية والعلمية في العراق.

ويبدو ان الادارة الامريكية لجأت لهذه الاجراءات لشعورها بالاحباط لاختفاقها في تحقيق هيمنتها على العالم، بعد ان افشل العراق مخططاتها الدعائية الرامية لتنفيذ تلك الهيمنة، التي حاولت ان تضيف عليها سمات الانسانية.

❖ مرحلة الهيمنة (١٩٩٠ - ٢٠٠٣)

اذا كانت الحرب السياسية والدعائية ضد العراق بشكل منظم يعود تاريخها الى ما بعد الحرب العالمية الثانية، وما جرى من تخطيط امريكي منسق لافشال المشروع القومي في العراق عبر اجهزته الدعائية المتطورة، فإن الحرب الدعائية والاعلامية الشاملة والعنيفة التي شنتها الولايات المتحدة الامريكية والغربية قد اتخذت في هذه المرحلة سياسة دعائية مغايرة تماماً عما اتبعته في المراحل السابقة اذ بدأت مرحلة الهيمنة الامريكية على كل شيء والتي اخذ فيها الكذب والتضليل والنفاق السياسي مساحة واسعة في التوجهات الدعاية الامريكية ضد العراق. بدأت السياسة الدعائية الجديدة مع اعتقال السلطات الامنية العراقية الجاسوس البريطاني (فرزاد بازوفت) الايراني الاصل، والذي حضر لاكثر من مرة مندوباً عن مجلة (الابزيرفر) البريطانية، مما دفع اجهزة الدعاية والاعلام الامريكية والغربية الى اثارة ضجة

كبيرة لتبرئة(بازوفت)، اتهمت من خلالها الحكومة العراقية (السابقة) (بالدكتاتورية)، وخنق حرية الصحافة واختلاق الذرائع لمعاداة (اسرائيل).^(١٠٣)

صارت قضية (بازوفت) هي ام القضايا في الغرب، اذ وجدت فيها الاجهزة الدعاية الامريكية منفذا لاختلاق الذرائع والاكاذيب للتشهير بالعراق وحكومته (السابقة). لكن الضجة الدعاية والاعلامية التي اثارها امريكا سرعان ما هذات في اليوم الثاني لاعدامه، فتناسته تلك الاجهزة التي ثارت من اجله بعد دفنه مباشرة. الا ان الماكنة الدعاية الامريكية الصهيونية ما زالت مشغلة لتتشويه سمعة العراق الدولية وتصويره على انه قوة جبارة لتدمير الحمل الوديع (اسرائيل)، اذ عمدت على تحريف نص حديث الرئيس العراقي (الاسبق) صدام حسين، في الثاني من نيسان عام ١٩٩٠، خلال لقائه مجموعة من العسكريين العراقيين والذي اعلن فيه ((اذا ما قامت اسرائيل بالعدوان على العراق او اي قطر عربي فأنا سنقوم بحرق نصف اسرائيل)) فاعلنت وسائل الاعلام الغربية بان الرئيس العراقي قال: ((فأنا سنقوم بحرق نصف اسرائيل)) فاهملت عن قصد الشطر الاول في التصريح((اذا ما قامت اسرائيل بالعدوان على العراق او اي قطر عربي))^(١٠٤).

وفي ١٩٩٠/٤/٦ اعلنت وكالة المخابرات الامريكية وضع اليد على (متسعات) عرضتها وسائل الاعلام على انها قذاحات لقتال نووية. وادعت الكمارك البريطانية في ١٩٩٠/٤/١١ بانها وضعت اليد على (٨) انابيب شحنت الى العراق لتصنيع اكبر مدفع في العالم (المدفع العملاق)، فاخذت وسائل الاعلام والدعاية الغربية تتحدث عن قدرة المدفع على اطلاق عبوة كيميائية او نووية ترز اطنانا عديدة، وتصل الى مدى يتراوح بين (٧٠٠-١٦٠٠) كيلو متر.^(١٠٥)

وفي اطار تلك الحملات الدعاية اعلن (ديك تيشيني) وزير الدفاع الامريكي (الاسبق) ان العراق هو رابع جيش في العالم، بقصد التهويل واثارة الرعب من قوة هذا الجيش.

بدات الولايات المتحدة تضع ستراتيجيتها على هذا الاساس لتمرير مخططاتها الدعاية تنفيذًا لسياسة الهيمنة وحماية امن (اسرائيل) في المنطقة، بعد ان لعب الضغط الصهيوني على واشنطن دوره لمواجهة العراق وتحطيم قدراته العسكرية وحمل (بوش) على اختيار المجابهة العسكرية. فصار من الصعب الفصل بين الاستراتيجية الامريكية والاستراتيجية (الاسرائيلية) اذ يقول عضو الكونكرس الامريكي (السابق) (بول ميلوسلي): ((ان القرارات السياسية الخاصة بالشرق الاوسط اصبحت خاضعة لسيطرة الكونكرس، والكونكرس بدوره خاضع لسيطرة اقلية صغيرة تعمل بشكل دائم ومنظم لصالح (اسرائيل) والمنظمات الصهيونية))^(١٠٦).

وظفت الولايات المتحدة دولا اخرى لخدمة استراتيجيتها ومنها(الكويت) بالايغاز لها بخفض اسعار البترول من (٢١) دولار الى (٧) دولار، مما اضر بالاقتصاد العراقي. كما انها استخدمت (تركيا) للضغط على العراق منذ ازمة الكويت عام ١٩٩٠ كاداة في اطار هذه الاستراتيجية الامريكية ضد العراق^(١٠٧).

واستخدمت سياسة الخنق الاقتصادي للعراق عبر مصادر المياه ومنابع نهري دجلة والفرات في اطار هذه الاستراتيجية ايضا، وتحريك حركات التمرد في شمال العراق

للسيطرة على منطقة الحكم الذاتي، واقامة ادارة منفصلة تحظى برعاية الولايات المتحدة الامريكية. ادت كل تلك الممارسات الى وقوع احداث ٢، اب، ١٩٩٠ فاخذ الجهاز الدعائي الامريكي والغربي يواصل حملاته الدعائية المنظمة ضد العراق وحكومته (السابقة) وشعبه، فاختلفت قصة الاجتياح العراقي للسعودية وقصة الحاضنات التي اثارها ابنة السفير الكويتي في واشنطن (نيرة).

وسعت امريكا لوضع استراتيجية جديدة في مستهل القرن الحادي والعشرين لتكريس الهيمنة الامريكية المباشرة على العراق، من خلال ايهام الحكومات العربية بان القوات الموجودة في الخليج جاءت لاجل حماية المنطقة من خطر التوسع العراقي.

فاعادة تشكيل تركيبة النظام السياسي العربي الجديد وابرار الدول العربية المتحالفة مع امريكا على الانظمة الخليجية (البتروولية) بوصفها صديقة للغرب.

فركزت على العمل الاستخباري والمعلوماتي لايجاد وبناء خطط قادرة على التحكم في مسار العمل العسكري والسياسي والدعائي في المنطقة، ساعدها في ذلك التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات (الثورة الاتصالية) في صياغة هذه المنطلقات اذ اتاحت لها هذه الثوره تمرير المعلومات المكتوبة والمصورة مرافقة للصوت الاذاعي المسموع، ودقة وسائل تسجيل الصورة الالكترونية، كذلك تطور وسائل نقل الصورة والصوت بفضل التقنيات الرقمية. كما ان لوسائل الاتصال التي تهيمن عليها الولايات المتحدة، ولا سيما بعد (ثورة الاتصالات) بالغ الاثر في تنفيذ المخطط الدعائي او التجسسي الامريكي ضد العراق، فالماكنة الدعائية لم يصحبها العطل طوال مدة العمليات العسكرية، اذ اخذت ترمي بقتابلها هنا وهناك، فمع بدء العمليات العسكرية اخذت وسائل الاعلام الامريكية والغربية تحذر من مغبة حدوث كارثة بيئية بسبب (البحيرة السوداء) بعد حرق العراق ابار النفط الكويتية (على حد قولهم). فاخذت تصور طائر النورس (المسكين) وهو يعاني من تلك البقعة النفطية، في الوقت الذي كانت فيه اجهزتها الدعائية تغض النظر لما كان يحدث للعراقيين ولم تعرض جثث الاطفال التي دفنت تحت انقاض منازلهم جراء القصف الصاروخي الامريكي. وشهدت مرحلة ما بعد الصفحة العسكرية حملات اعلامية ودعائية لا تقل

اهمية عن الحملات العسكرية، من خلال تعاونها مع المخابرات الامريكية والصهيونية لتحقيق هدف الادارة الامريكية، وجاءت فرق التفتيش لتتبع المنهج الامريكي السابق نفسه، حينما قامت في ١٨/٦/١٩٩٧، بتفتيش دور العبادة بحثا عن اسلحة الدمار الشامل (على حد زعمهم)^(١٠٨). والتي رفضت على اثرها الحكومة العراقية (السابقة) هذه الاعمال، مما دعا رئيس لجنة التفتيش (رولف ايكويس) الى سحب لجان التفتيش بايعاز من الادارة الامريكية^(١٠٩). التي اعلنت عبر وسائل الدعاية والاعلام، ان العراق بادر بطرد فرق التفتيش بعد ان كانت على وشك اكتشاف مخزن سري من غاز قاتل شديد الفتك يدعى (VX) يؤثر على الجهاز العصبي. وصرح (وليم كوهين) في ٢٥/٢/١٩٩٧ لشبكة (BBC) بان ((عبوة صغيرة من هذه المادة التي يمتلكها العراق كافية لقتل ٧٠٠ الف شخص، لان المسحوق الابيض الذي في داخلها هو مادة الانثر اكس القاتل)).^(١١٠)

فقامت الولايات المتحدة على اثر هذا التصريح بتسويق حربها الى السودان، اذ اقدمت على قصف معمل الشفاء في السودان في ٣١/٩/١٩٩٨، وسوغت الادارة الامريكية هذه الضربة عبر اذاعة صوت امريكا ان المعمل ينتج غاز (VX) بمساعدة العراق.^(١١١)

ولم تسلم من الماكنة الدعائية الامريكية القصور الرئاسية، ذلك بعد ان اعلنت من خلال التلفزة العالمية، بان القصور تستخدم لصنع المواد الاولية لاسلحة الدمار الشامل.

واخذت الماكنة الدعائية في كل مناسبة دولية تقام، بغية حل (ازمة الخليج) تفتح ملف الاسرى الكويتيين الذين تحتجزهم الحكومة العراقية (السابقة) (على حد قولهم) على الرغم من اعلان العراق اكثر من مرة وعلى لسان اكثر من مسؤول عدم وجود اي اسير كويتي في العراق.

مهدت الماكنة الدعائية الامريكية بعد سحب لجان التفتيش عام ١٩٩٨ لتوجيه ضربة عسكرية اخرى للعراق، لتدمير ما اعاد اعماراه بمدة قياسية، وبررت الضربة بعدم التزام العراق قرارات الامم المتحدة لانه طرد لجان التفتيش.

إن التسويق الدعائي الامريكي للعراق ظل مستمرا طيلة المدة التي تبعت الضربة التي وجهت للعراق ١٩٩٨، بل اخذت الاستراتيجية الدعائية الامريكية تجاه العراق يطرا عليها بعض التغيير بين الحين والآخر، مروراً بعقد القمة العربية في بيروت ٢٠٠٠ حتى احداث ايلول ٢٠٠١، وصولاً الى الاستراتيجية التي وضعتها في ايلول ٢٠٠٢، وبدء سياسات (الحروب الوقائية) ضد (الارهاب)، التي وضعت العراق في خانة تلك (الدول الارهابية) او (الدول المارقة) (على حد قول "بوش الصغير") عند اعلانه عن (استراتيجية الامن القومي للولايات المتحدة الامريكية).

وكان لتلك الاستراتيجية الجديدة حملاتها الدعائية ايضا، بل انها الاشد والاكثر فاعلية، اذ ان الحملة الدعائية التي وظفت للتاكيد عن امتلاك العراق لاسلحة الدمار الشامل، واضطرار الولايات المتحدة الامريكية لتوجية ضربة عسكرية جديدة للعراق لنزع تلك الاسلحة المحظورة التي اخذ يهدد بها جيرانه ودول المنطقة، وتضمنت حملتها الدعائية التركيز على ما رددته الادارة الامريكية حول (ضرورة تخلي صدام عن السلطة حفاظا على السلام العالمي)، فحملت معها قرار (١٤٤١) لوضع العراق في مازق سياسي، ولكن قرار الرئيس العراقي (الاسبق) صدام حسين فوت الفرصة على الادارة الامريكية بضرب العراق، بموافقته على دخول لجان التفتيش في ٢٠٠٢/١١/١٣.

ابدى العراق التعاون التام مع فرق التفتيش، ولا سيما بعد تقديم ملف أنشطة الاسلحة المحظورة، منفذا بذلك (ما زعمت به) الادارة الامريكية بامتلاك العراق لاسلحة الدمار الشامل.

وبعد انتهاء مدة التفتيش في ٢٠٠٣/١/٢٧، والتأكد من عدم امتلاك العراق لاسلحة الدمار الشامل، ثارت الادارة الامريكية واجهزتها الدعائية للنتيجة التي خرجت بها فرق التفتيش، فاعتبرت عمليات فرق التفتيش التي (اختارت عناصرها وارسلتها بنفسها)، غير مجدية وانها متعاونة مع الحكومة العراقية (السابقة)، وان المواقع التي دخلتها وعددها (٤٩٠) (التي حددتها الادارة الامريكية) هي اماكن مكشوفة لا يمكن ان تستخدمها الحكومة العراقية لانتاج اسلحة الدمار الشامل.

استمرت الماكنة الدعائية الامريكية في اثارة الحملات الدعائية ضد العراق، فاعلنت في بداية عام (٢٠٠٣) بان العراق يصنع المواد الاولى لاسلحة الدمار الشامل في مختبرات متنقلة وهي المختبرات التي استوردها العراق عام (٢٠٠٢)، لكن المسؤولين العراقيين اعلنوا بانها مختبرات تستخدم لفحص الغذاء الذي يستورد ضمن مذكرة التفاهم. (١١٢)

التناقض في موقف الادارة الامريكية من العراق بدا واضحا، فان الادارة الامريكية اعلنت لاجهزة الاعلام امتلاكها الدليل القاطع لامتلاك العراق لقنبلة ذرية والاف الصواريخ ذات الرؤوس النووية، لكنها غير ملزمة بتقديم الدليل للعالم، وفي الوقت ذاته تعلن لاجهزة الاعلام ذاتها بان على العراق ان يقدم الدليل لامتلاك اسلحة الدمار الشامل.

ان السيناريو الدعائي الامريكي منذ البدايات الاولى للبعثات التبشيرية في عام ١٨٢٤، مرورا بالحملة العسكرية في عام ١٩٩١ والى اعمال فرق التفتيش في عام ٢٠٠٢. وصولا الى غزو العراق واحتلاله في عام ٢٠٠٣ ما هي الا حلقة متصلة للمخطط الاستراتيجي الدعائي الامريكي ضد العراق، ووفقا لذلك يمكن الجزم، بان الاختراق الثقافي والمعلوماتي الامريكي، يسعى لتعميم نموذج وفكره ونهجه في كل

الميادين عبر تدفق منظم ومخطط لبرامج ومواد واخبار على اختلاف مواضيعها فيها كل عناصر الجاذبية وتسويقها للمنطقة العربية ولا سيما العراق الاكثر تركيزا في توجهات السلوك السياسي والدعائي الامريكي الخارجي الذي تجسد على وفق التطورات التقنية في ادوات الاتصال.

ثانيا: أساليب التضليل الدعائي الأمريكية المستخدمة في الغزو.

يستغل مخطو الدعاية الأمريكية الاجهزة الاعلامية ومؤسسات الدعاية، بغية تحقيق الاهداف التي يرسمها المخطط لتنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية، ولتسويق نشاطاتها الدعائية، بغية كسب اصدقائها ومحاربة خصومها وحصر اعدائها عبر اساليب دعائية محددة.

فتبنت الدعاية الأمريكية "اسلوبا" جديدا من خلال مزاجية الانماط الدعائية المختلفة، اذ يوجد للدعاية اربعة انماط، واول الانماط (النموذج النازي) وهو اسلوب انتهازى يستغل الفرص والاحداث في الترويج للدعاية، بينما (النموذج البريطاني) جاء ليخاطب (النخبة) الطبقة المثقفة في المجتمع، فيما كان (النموذج السوفيتي) ملتزما بالايديولوجية الشيوعية، إما النموذج الرابع الجديد هو (النموذج الأمريكي) وهو الاسلوب القائم على تكافؤ الندين او الجمع بين موقفين متناقضين، وان هذا الجمع لا يعني الارتباك والحيرة، وانما التضليل والخداع، وكما عبر عنه وزير الدفاع الأمريكي (الاسبق) (ارثر سلفستر) بقوله ((للحكومة الحق في الكذب وان تصورت ان موظفا امريكيا سيخبرك الحقيقة فانت غبي)).^(١١٣)

مارست الادارة الأمريكية في غزو العراق هيمنتها الاعلامية على كافة وسائل الاعلام. فهي تقوم بممارسات عدة لمنع نقل الصورة الحقيقية للمتلقى، فهي التي منعت وسائل الاعلام من نقل الحقيقة في احداث النجف عام ٢٠٠٤. ونقل معركة الفلوجة في نفس العام واجبرت الاعلاميين على مغادرة المدينة والا تعرضوا للقتل والاعتقال بغية منعهم من التغطية الاعلامية المباشرة.

فنجذ الادارة الأمريكية مارست العديد من الاساليب منها:

١- تغييب الشهود: وفي اطار تلك الممارسة المنظمة يتم تغييب الاعلاميين عن مواقع الاحداث للحيلولة دون الوصول الى تغطية مباشرة للحدث، وما فعلته السلطات الاسبانية مع مراسل الجزيرة (تيسير علوني) عام (٢٠٠٥) خير دليل على ذلك، بل ان المحكمة الوطنية الاسبانية قامت في شباط عام ٢٠٠٥ بزج علوني في السجن. وذلك بضغط من الادارة الأمريكية.^(١١٤)

٢- الاحتكار والهيمنة: وفيها يستبعد الصحفيون والاعلاميون المستقلون او المحايدون عن ساحة العمليات والاحداث، والهيمنة المطلقة على تدفق المادة

الاعلامية، والانفراد بمصادر المعلومات، اذ قامت الادارة الامريكية بتنظيم وجود الصحفيين اثناء غزو العراق عام ٢٠٠٣، واجبرت الاعلاميين على عدم نقل اي صورة وحدث الا بموافقة او من خلال القوات الامريكية. فانشات حينها ما يسمى (بالستار الحديدي)^(١١٥).

٣- ازدهار الكذب: لقد اتخذت قوات الاحتلال الامريكي في العراق طرقا واساليب عدة لابعاد العين الاعلامية الراصدة للاحداث من نقل الصورة الحقيقية بكل الوسائل والسبل^(١١٦)

٤- الموت من اجل الحقيقة: لقد قامت قوات الاحتلال الامريكي باستخدام العنف المفرط ضد الاعلاميين في العراق، وقد ادى هذا الامر الى سقوط اكثر من (٢٠٠) اعلامي في العراق بعد الغزو الامريكي.

٥- افتراس المتلقين: اي الهيمنة والاستبداد الذي يسود مكونات واليات المسؤولية المهنية اذ ان الهيمنة لم تقف عند حدود الرسالة الاعلامية، بل تعدى ذلك الى الهيمنة والسيطرة على عقلية (المتلقي)^(*) ليكون اداة طيعة بغية تشكيله من جديد وحسب توجهات المصدر، فاصبح المتلقي يتسلم الاوامر من الوسيلة الاعلامية كل يوم بمجرد قراءة الصحيفة او فتح جهاز التلفاز، فيما يجب ان يفعل هذا اليوم.

٦- صفات مشبوهة: اذ يؤكد البنك الدولي ان اكثر من (ثمانين) مليار دولار يتم انفاقه سنويا على الصفقات المشبوهة، وان الجزء الاكبر من هذه المبالغ يخصص لمشاريع اعلامية مشبوهة، تهدف الى انشاء مؤسسات اعلامية مشبوهة او شراء ذمم الاعلاميين والمتقنين (المعروضين للبيع طبعاً).^(١١٧)

٧- تقديم الرشاوى للاعلاميين^(*): لقد قامت الادارة الامريكية بتقديم رشا علنية لبعض الاعلاميين والصحافيين في العراق، مقابل نشر مقالات جاهزة تتحدث عن (انتصارات) قوات الاحتلال وعن (نجاحات) السياسة الامريكية في العراق.

(*) (المتلقي) المقصود به المشاهد او القاريء او المستمع الذي يتعرض الى الرسالة الاعلامية.

(*) تقديم الرشا للاعلاميين- قالت صحيفة الفايننشال تايمز نقلا عن صحيفة لوس انجلوس تايمز في ٢٠/١١/٢٠٠٥، ان الادارة الامريكية قد خصصت مبالغ مالية لتوزيعها على وسائل الاعلام العراقية بشكل سري لنشر اخبار وقصص ومقالات عن (بطولات) القوات الامريكية في مواجهة (الارهابيين).

❖ تكنيك الدعاية الامريكية

استغلت الدعاية الامريكية الظروف والمتغيرات الدولية الجديدة لصياغة خطاب دعائي ضد الدول التي تستهدفها وتضمينه انماطاً (تكنيكية) ^(**) مختلفة في تعاملها مع الحدث وهي ما نطلق عليه عادة (الاسلوب). ^(***) وفي ضوء ذلك يتضح ان (التكنيك) هو العنصر التنفيذي للاسلوب (اي تطبيق وتكثيف جزئيات او وحدات الاسلوب الفني)، فاذا كانت الاساليب الدعائية الفنية تتصف بالوحدة في الاستغلال الدعائي الخارجي والداخلي، فان التكنيكات تأخذ في تطبيقاتها اختلاف المستويين فما هو تكنيكي محلي لا يصلح للوسط الخارجي مطلقاً وما هو خارجي لا يتلاءم وطبيعة البنية المحلية، لذا يجب مراعاة التكنيك الدعائي عند ترجمة المنطق الدعائي الى رسالة دعائية، اذ يصبح الالمام به عاملاً مهماً في صياغة الرسالة الدعائية ونقلها الى المتلقين من افراد الجمهور المستهدف. وانطلاقاً من المبدأ الدعائي القائل (ان النفس يصعب كسبها فهي لا تحتل كما تحتل الارض). اخذ الجهاز الدعائي الامريكي يخطط لعمليات نفسية تعتمد على مناهج علم النفس والعلوم الحديثة.

فنجذ إن الدعاية الأمريكية تستهدف الإنسان معلوماتياً ونفسياً فهي:

١- دعاية نفسية: في محاولة لاخترق العقل واحتلال النفس باستخدام اساليب مختلفة، لاستغلال عواطف الجماهير وكسب ميولها واتجاهاتها لتكريس مبدأ تدمير الذات.

٢- دعاية تكتيك مع الحدث: ووضع استراتيجية في اهدافها العامة باثارة النقاش المستمر والتاكيد على نقاط مركزية قليلة لتكريسها في ذهن.

٣- دعاية الاهداف المختلفة: وهي باخفاء حقائق الموقف السياسي من خلال التلاعب بالعقول وتدمير الوعي.

٤- دعاية الاغراق الاعلامي: وذلك لخلط الاوراق، فان حشد المواد الدعائية في وقت واحد يضع الجهد ويؤدي الى ضياع الهدف المركزي وسط سيل عارم من الرسائل الاعلامية. المتنوعة في مضامينها واهدافها. والاغراق بالمواد الاعلامية هدفه تضليل الرأي العام وتنمية القلق داخل الشخصية لخلق التحسس

(**) تكنيكية- وهي كما عرفها (معجم وبستر) طريقة واستعمال قواعد معينة في تنفيذ عمل ما. للمزيد انظر، حميدة سميسم، الحرب النفسية (مدخل) بغداد، المكتبة الوطنية العامة، ٢٠٠٠، ص ١٣١.

(***) الاسلوب- هو كما عرفه (معجم اكسفورد) هو طريقة لأنجاز الشيء او حدوثه- والتكتيك- بطريقة التنفيذ الفني للموضوع او العمل الفني الذي يمكن ان يقلل الى صيغة أي مهارة ميكانيكية في الفن. للمزيد انظر، حميدة سميسم، المصدر السابق، ص ١٣٢

بعدم الارتياح والتوتر لحدوث الخطر او الضرر على النفس من مصدر ما ويشكل ما.

٥- دعاية الرعب: وهي قائمة على مبدا نفسي لتحويل الاحداث وتضخيمها وبث عامل الخوف والياس في الشخصية الانسانية.

٦- دعاية البالونات السياسية: وتستخدم لمعرفة ردود الفعل ازاء الاحداث وكيفية التعامل معها، وتزداد هذه البالونات في التصعيد الدبلوماسي والتلويح بالقوة العسكرية.

٧- دعاية التحريف: التي تستند الى فعل تبريري يقوم على مبادئ اساسية اهمها التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية باثارة الانفعالات الاكثر بدائية عند الرأي العام بقصد منعه من التفكير المنطقي الصحيح. كما وظفت الدعاية الامريكية التقدم التقني في ميدان تكنولوجيا الاتصالات وشبكات الحواسب التي تسيطر عليها الشركات الاحتكارية في الولايات المتحدة، لوضع اساليب دعائية متميزة وذات تاثير فعال لتنفيذ مخططها الدعائي. فاستخدمت الفن الدعائي لاستمالة الجمهور المستهدف الى هذا الاتجاه او ذاك باساليب تتناسب وطبيعة هذا الجمهور. فخاطبت في المجتمع العراقي "جمهورا" معيناً في تفكيره وثقافته وسياسته الخاصة وتقاليدته التي نشأ عليها.

ووفقا لذلك وضع مخطوط الدعاية الامريكية المجتمع العراقي ضمن المخطط المرسوم له بكل شرائحه وعاداته وانماط تفكيره وسياسته، بغية تحديد الاساليب الفنية التي من شأنها احداث التأثير في هذا المجتمع. ولعل من ابرز الاساليب الدعائية الامريكية التي مارسها ضد العراق:

اسلوب الكذب والاختلاق

وهو من الاساليب غير المشروعة التي لجأت اليها امريكا في حربها الدعائية ضد العراق، منطلقة من مقولة هتلر ((انه كلما كبرت الكذبة كلما امكنت في بعض الاحيان من ان تسجل في الازهان)) فانها تستخدم اساليب التحريف والتزييف والحذف والبتير بغية التشكيك في مصداقية الجهة الموجهة اليها الدعاية. فقامت الولايات المتحدة الامريكية باختلاق وتلفيق العديد من الاكاذيب ضد العراق قبل احداث ٢٠٠١ اب عام ١٩٩٠، بغية تضليل الرأي العام العالمي لتبرير مخططها الدعائي فاخذ النفاق السياسي والتضليل الاعلامي مساحة واسعة من التوجيهات الامريكية ضد العراق.

واطلقت وكالة المخابرات المركزية الامريكية على هذا الاساس في ٦/٤/١٩٩٠ اكدوبة وضع اليد على (متسعات) يستخدمها العراق قذاحات لقنابل نووية وفي العام نفسها اثار وسائل الاعلام الضجة حول (المدفع العملاق)، فاستمرت الاساليب

الدعائية الامريكية باختلاق الحجج والذرائع لضرب العراق، فجاءت قصة (الاجتياح) العراقي للسعودية لجعلها المحافظة العشرين (على حد قولهم) لاثارة مخاوف الحكومة السعودية بغية استعجال الخيار العسكري وسد الطريق بوجه المحاولات لاحتواء الازمة وحلها عربيا واطلقت بعدها قصة (الحاضنات) التي دبرتها شركة (هيل ونولتن) للعلاقات العامة.^(١١٨)

فاخذت الادارة الامريكية تطلق التصريحات حول امتلاك العراق لاسلحة الدمار الشامل والقنبلة النووية وغاز (vx) و(الانثراكس)، بغية تاجيج الرأي العام ضد العراق. وبالفعل اجبرت مجلس الامن على اصدار قرار (١٤٤١).^(١١٩) فنجحت في غزو واحتلال العراق عام ٢٠٠٣.

التقليل من اهمية الشيء

يستخدم هذا الاسلوب لتحويل انظار الرأي العام عن قضية او حدث ما بالتقليل من شأن هذا الحدث او التشكيك في معلومات المصدر الذي اكد اهمية الحدث، فأن هذا الاسلوب يخدم اهداف المخطط الدعائي للتاثير في المعنويات. فنلاحظ ان الدعاية الامريكية استغلت هذا الاسلوب في تعاملها مع قضية العراق فقللت من التحذيرات الروسية بخصوص (اندلاع حرب عالمية ثالثة) اذا ما وجهت الولايات المتحدة الامريكية ضربة عسكرية للعراق، وتوجهت الدعاية الامريكية الى القول، بان التصريح الروسي اسىء فهمه لان روسيا تؤيد قرارات مجلس الامن وبضرورة تطبيقها من قبل العراق.

اسلوب المبالغة

وهو الذي يستخدم التضخيم والتهويل للتاثير في الرأي العام، بغية كسبه عن طريق وسائل الاعلام، لذلك بالغت الولايات المتحدة في وصف القدرات العسكرية العراقية وقدرتها في صنع اسلحة الدمار الشامل. وفي اطار حملات التضخيم اعلن (ديك تشيني) وزير الدفاع الامريكي (الاسبق) بأن ((جيش العراق هو رابع جيش في العالم)) وأكد على امتلاكه لاسلحة الدمار الشامل، فأثار بذلك مخاوف دول المنطقة، ويعتبر هذا الاسلوب من اهم الاساليب التي اعتمدتها وكالة المخابرات المركزية الامريكية في تسويق الحرب على العراق.

أسلوب التحريف والتشويه

اي تحريف الحقائق وطرحها وكأنها قريبة للواقع من دون ان يشعر الجمهور بأنه تحت تاثير دعاية ولا يشعر بأنه مدفوع باتجاه محدد. وفي ضوء ذلك مارست

الولايات المتحدة الامريكية عمليات تشويه صورة العراق عن طريق اجهزتها الدعائية، بتجسيد صورة (الشر) بالعراق وانه (الخطر) الذي يهدد السلام العالمي، فبدأت تلوح بخطر (ما اسمته) التوسع العراقي ووجود مخططات عراقية للسيطرة على الخليج (على حد قولهم).

اسلوب اللف والدوران

وهي عملية التغطية عن الهدف او الحدث الرئيس وتفاذي لفت انظار الراي العام العالمي اليه، فاستخدمت الولايات المتحدة هذا الاسلوب (للتلمص) من المواقف الحرجة التي تتعرض لها، او اعتماد الاجابات (الملتوية) والمبهمة في اجابتها عن الاسئلة المخرجة الموجهة عن طريق وسائل الاعلام او اوساط معينة. فالغموض يكون هنا سيد الموقف اما اذا كانت الاجابة واضحة لا تحتاج الى اللف والدوران تفضل الاوساط الامريكية عدم التصريح، بغية تفادي لفت الانظار.

فقد شهد عام ١٩٩٨ بروز اسلوب اللف والدوران في الدعاية الامريكية بعد ان تراجعت الادارة الامريكية عن خطة الاطاحة بالنظام العراقي، بعد ان رفضها المجتمع الدولي وعده تدخلا واضحا في شؤون العراق، فأعلنت على اثره (مادلين اولبرايت) وزيرة الخارجية الامريكية (السابقة) ((ان واشنطن لا تهدف الى الاطاحة بالرئيس العراقي، واعربت عن تشاؤمها حيال اثاره اي تمرد في العراق من قبل المعارضة)) التي قالت انها منقسمة.^(١٢٠)

صعدت الولايات المتحدة لهجة الحرب والتهديد ضد العراق، بغية نزع اسلحته المحظورة التي تملك الادارة الامريكية الدليل على وجودها (على حد قولهم) فمارست اساليب الضغط التي حملت معها القرار (١٤٤١)، فاستخدمت اسلوب اللف والدوران عندما اعلنت انتهاء الازمة سلميا، بهدف تجنيب المنطقة كارثة الحرب، وبالمقابل على العراق الامتثال لقرارات مجلس الامن والقبول بدخول فرق التفيتيش، وبعد دخول فرق التفيتيش العراق في ٢٧/١١/٢٠٠٢، وتاكيدها عدم امتلاك العراق اسلحة الدمار الشامل، اتضحت اساليب الادارة الامريكية ومخططاتها الدعائية للتحضير لضربة عسكرية جديدة للعراق.^(١٢١)

كما استخدمت الولايات المتحدة هذا الاسلوب بعد ان احست بموقف الدول الاوربية الراضة لضرب العراق فأكدت بأنها ((لا تريد ضرب الشعب العراقي، انما تريد بيع النفط العراقي الى الدول الاوربية بسعر (عشرة دولارات) للبرميل الواحد)).^(١٢٢)

وصورت الولايات المتحدة صراعها مع العراق، بأنه موجه الى النظام وليس الى الشعب، وجاء ذلك على لسان رئيسها بوش الابن، بقوله ((ليس للولايات المتحدة خلاف مع شعب العراق، بل نحن نريد تخليصه من معاناته)).^(١٢٣)

اسلوب التكرار

هو عملية تكرار فقرات او جمل معينة، بغية دفع الناس لتصديقها حتى الاكاذيب يمكن بتكريرها ان تستقر ويصدقها الناس، لانهم يصدقون الاشياء دون مناقشتها، لذلك يجب اللجوء بين الحين والآخر الى العرض الجديد لفكرة الدعاية لانه وكما قال هتزر ((ان الجماهير يلزمها وقت طويل حتى تفهم وتتذكر، وهذا يعني يجب استخدام هذا الاسلوب لتكثيف الجوانب الايجابية وللتذكير)).^(١٢٤)

مارست الادارة الامريكية عن طريق وسائل الدعاية والاعلام هذا الاسلوب في تعاملها مع قضية العراق بشكل فعال، بغية ابقاء مشكلة العراق قائمة وعالقة في الاذهان فهي دائما تذكر (بالاجتياح) العراقي للكويت وما ترتب عليه من عواقب وخيمة للمنطقة والعالم كذلك الاستعدادات العراقية (لاجتياح) السعودية والخليج (على حد قولها).^(١٢٥) اذ تبغي وسائل الدعاية الامريكية من وراء هذا الاسلوب التذكير لجعل الموضوع العراقي على وفق المنطق الامريكي حاضرا في الاذهان.

أسلوب السخرية

يستخدم هذا الاسلوب اوقات الازمات، اذ تتصاعد فتيلة التهديد، فتكون السخرية وسيلة للتقليل من اهمية الحدث او اثاره الشكوك لدى اصحابه، فاستخدمت الدعاية هذا الاسلوب للحط من شخصية ما او موقف معين باطلاق اوصاف ونعوت للاستهانة بالخصم والعمل على فقدان احترامه وابعاد شخصيته في الاوساط الدولية.

ويعد (هرتزل) مؤسس الحركة الصهيونية اول من استخدم هذا الاسلوب على المستوى الدولي، عندما انشأ وسائل اعلام متخصصة لنشر الفكاهة واطلاق النكات ضد خصوم اليهود في بريطانيا، وذكر (هرتزل) في مذكراته انه وضع تحت تصرف احد المصارف مليوني جنيه استرليني في لندن، بغية نشر نكات السخرية واطلاق الشائعات ولشن حملات ضد النظام الحاكم والنظام السياسي والاقتصادي، فقال هرتزل ((لن احتج على هذا لان السخف والاساطير والنكات والكاريكاتير هي كلها وسائل نشرفكرة ما)).^(١٢٦)

ومارست الدعاية الامريكية اسلوب السخرية ضد العراق باطلاق بعض الاوصاف الساخرة في محاولة لاسقاط هيبة العراق وقيادته (السابقة) فعلى حد قولها ((ان صدام حسين يذرف دموع التماسيح على الشعب العراقي)).^(١٢٧) بالمقابل استخدم العراق هذا الاسلوب للحط من مواقف ومزاعم الادارة الامريكية ضد العراق ولا سيما بعد اتهام العراق بامتلاك اسلحة الدمار الشامل، فقال الرئيس العراقي (الاسبق) ((هل اسلحة الدمار حبة اسبرين يحملها شخص في جيبه)).^(١٢٨)

اسلوب تحويل الانظار

وهو من الاساليب الدعائية الذكية والمهمة التي استخدمتها الدعاية الامريكية، اذ يدخل الاسلوب ضمن الإستراتيجية العسكرية القائمة على تضليل العدو وتحويل انظاره وهو من انواع المناورة السياسية، بغية تحقيق عنصر المباغثة او شد الانتباه الى مناطق ثانوية غير مستهدفة.

واستخدمت الولايات المتحدة هذا الاسلوب بكثرة في تعاملها مع قضية العراق طيلة المدة من اب ١٩٩٠ حتى استمرار عمل فرق التفتيش عام ٢٠٠٣ فنقلت وسائل الدعاية الامريكية في ضوء التحضير لضربة عسكرية للعراق على لسان الرئيس الامريكي (بوش الابن) قوله ((ان حلفاء الولايات المتحدة في دول الخليج تعهدوا بتقديم الدعم للطاحنة بنظام صدام)).^(١٢٩)

كما مارست الماكينة الدعائية الامريكية هذا الاسلوب، بأفتعال ازمة امتلاك العراق أسلحة الدمار الشامل لتحويل الانظار عن المطالبات الدولية بضرورة رفع الحصار عن العراق بعد تطبيقه لقرارات الامم المتحدة، فجاءت الضجة الاعلامية والدعائية بغية تحويل انظار الرأي العام عن القضية الرئيسة لرفع الحصار وانشغالهم بالسعي لتخليص العراق من ضربة عسكرية مؤكدة. فضلا عن تحويل انظار الرأي العام العالمي عن جرائم القتل والتدمير التي ارتكبتها (اسرائيل) بحق الشعب الفلسطيني.

اسلوب الاختيار

اسلوب دعائي يقوم على اختيار جزء معين من الاخبار يخدم غرضها الدعائي مثلما ركزت اجهزة الدعاية الامريكية على ما سمي (بالمعارضة العراقية) وحققهم في تمثيل العراق والمطالبة بحقوقهم في تولي السلطة، اذ اولت اجهزة الدعاية اهتماما بوقائع (مؤتمر المعارضة) الذي عقد في لندن عام ٢٠٠٢.

اسلوب التبرير

قامت الولايات المتحدة باخفاء الاسباب الحقيقية للكثير من نشاطاتها عند تدخلها بمصائر الشعوب لاسيما العراق، فغالبا ما نجدتها تسوغ اسباب ضربها للعراق في كل مرة وكأنها صاحبة حق فيما تقوم به، بغية اقناع الرأي العام بنشاطاتها (غير الشرعية).

أسلوب حصر العدو

وهو من التكتيكات الدعائية المستخدمة لحشد الجمهور ضد الأشخاص. ويعرف هذا الأسلوب الدعائي بـ(الاسقاط). واستخدمت الولايات المتحدة هذا الأسلوب ضد العراق، اذ عمدت الدعاية الامريكية الى استخدام هذا الأسلوب لتحقيق رأي عام موحد ضد العراق، واطهار العداء له مجسدا بشخص الرئيس (الاسبق) صدام حسين، وانهاء ازمات المنطقة بسقوط نظامه (على حد قولهم)، وسعت الدعاية الامريكية الى تحميل المسؤولية للرئيس العراقي (الاسبق) لما سيحدث لشعب العراق.^(١٣٠)

اسلوب اثارة العواطف والانفعالات

هو من الاساليب التي اتبعتها الدعاية الامريكية الموجهة ضد العراق، بغية تهيئة الرأي العام الامريكي والرأي العام العالمي بضرورة القيام بعمل عسكري ضد العراق، اذ اثارَت قضية (الحاضنات) التي اكدت قيام الجنود العراقيين باخراج الاطفال الخدج من حاضناتهم في مستشفيات الكويت، فتركوهم حتى ماتوا (على حد قول نيرة)، وهي القضية التي دبرتها شركة (هيل ونولتن) للعلاقات العامة.

اسلوب الحذف والطرح

هو الاسلوب الذي يعتمد فيه الدعاية على حذف او طرح فقرات معينة من اخبار او تصريحات معينة بما يخدم هدفه الدعائي، فعمدت اجهزة الدعاية الامريكية والغربية في عام ١٩٩٠ الى حذف الجزء الاول من تصريح الرئيس العراقي (الاسبق) عندما توفرت له معلومات عن احتمال قيام (اسرائيل) بتوجيه ضربة عسكرية للعراق فأعلن بقوله ((اذا ما قامت اسرائيل بالعدوان على العراق او اي قطر عربي فأنا سنقوم بحرق نصف اسرائيل)). اذ حرفت اجهزة الدعاية الامريكية هذا التصريح بحذف المقطع الاول منه وابراز الجزء الاخير فقط ((اننا سنقوم بحرق نصف اسرائيل))، فأعلنت اجهزتها الاعلامية والدعائية أن (صدام حسين) يريد ضرب (اسرائيل) بل انه يريد حرقها والقاء اليهود في البحر.

أسلوب إثارة الخوف

وهو من الاساليب التي اكدت عليه الدعاية الامريكية، اذ استخدمته في جميع نزاعاتها في العالم، وبما يخص العراق فمارست الدعاية الامريكية هذا الأسلوب، بغية الاعداد للحرب منذ عام ١٩٩٠ بما اسمته (الخطر العراقي)، لذا قامت الدعاية الامريكية بتهويل وتأجيج قضية (المتسعات) و(المدفع العملاق) و(الهجوم العراقي

المحتمل على السعودية) و(امتلاك العراق لغاز الاعصاب (vx) و(القنبلة الذرية). وامتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل، كل تلك الامثلة (على حد قولهم) تجعل من العراق (خطرا) يهدد البشرية والسلام العالمي ولا بد من التصدي له.

اسلوب اثاره الكراهية

وهو من الاساليب التي اتبعتها الدعاية الامريكية ضد العراق قبل احداث اب ١٩٩٠ اذ تنطلق الكراهية الامريكية للعراقيين من ثلاث قواعد، فالاولى تصنف العراقيين عرباً والثانية ان قيادته ملتزمة بحق العرب في ارض فلسطين، والثالثة تكمن في ان العراق دولة مسلمة، فاخذت الدعاية الامريكية تصور العراق على انه (عنيف) و(قاتل) و(ارهابي) و(مثير للمشاكل) و(احمق) و(خطير) وغير ذلك من التصورات التي تعبر عن الحقد والكراهية. فيشير الكاتب العربي محمد حسنين هيكل " في الاشهر الاولى من سنة ١٩٩٠ ((كان التركيز كله في وسائل الدعاية الامريكية المختلفة على الرئيس صدام حسين))^(١٣١) اذ ان هذا التخطيط يهدف الى اثاره الكراهية للرئيس العراقي (الاسبق) في نفوس الامريكيين والمجتمع الدولي، ثم بدعوا يتحدثون عن الرئيس العراقي القاسي بلا قلب (على حد تعبيرهم) فاعتمدت وسائل الدعاية الامريكية على التشبيه والمقارنة، عندما قارنت اجهزتها الدعائية بين (هتلر) قبل خمسين عاما و(صدام) في الوقت الحالي. وهذا التشبيه هو اسلوب سهل ومؤثر في العمل الدعائي الهادف الى اثاره البغضاء والكراهية. كما صورت اجهزتها الدعائية (صدام حسين) على انه (ارهابي) يريد تدمير العالم با لاسلحة الكيماوية والنووية التي يصنعها في العراق وبكميات كبيرة تكفي لابادة البشرية ونسف الكرة الارضية، اذ اوضح ذلك الرئيس الامريكي (بوش الابن) بقوله ((صدام ارهابي يريد تدمير العالم بأسلحته الكيماوية)).^(١٣٢)

لجأت وسائل الدعاية الامريكية الى اتباع اساليب ووسائل اتصالية متنوعة لتشويه صورة العراق وقيادته (السابقة) في اثناء ازمة او(حرب الخليج الثالثة) وتصويره على انه نموذج (للشر)، بغية تحشيد الدول الحليفة والصديقة لحملها على اتخاذ اجراءات ضده تحقيقا لرغبات ادارتها وعلى اساس انها الافضل لحماية مصالح العالم.

ومما تقدم يتبين ان للاجهزة الدعائية الامريكية الدور الفاعل والمؤثر في تنفيذ السياسة الخارجية للولايات المتحدة والترويج لما تضعه الادارات الامريكية من خطط واجراءات ضد الشعوب والدول المناهضة لها وعلى اساس تطبيق النظام الدولي الجديد.

يبدو ان استراتيجية تدمير الانسان بالاسلحة المنظورة التي تستخدمها قوات الاحتلال الامريكي من الفسفور الابيض وقنابل النابالم التي (تسلخ بها فروة الرأس)

لم تعد كافية لتحقيق الاهداف. لذا لجأت الى استخدام اساليب ملتوية ومشبوهة لزرع الرعب وأشاعة الخوف، فدخلت هنا الدعاية لتخليد (انتصارات) المعتدي والغازي (وتقزيم) المعتدى عليه وتدمير وجوده.

ومن ابرز الاساليب التي استخدمت اثناء غزو العراق عام ٢٠٠٣ هو تسويق الرعب، بتصوير قوة وقسوة قوات الاحتلال التي لا تستطيع اي قوة في العالم من مواجهتها والوقوف ندا لها. وكذلك استخدمت نظرية (الدمار المتبادل)^(*)، اي استخدام بعض المفردات والمصطلحات واختيار بعض التعبيرات المتوافقة مع اقصى معاني التهديد بأزالة الطرف المقابل (العدو) من الوجود. لذا نجد ان الادارة الامريكية عمدت في اختيار اسم (عاصفة الصحراء) اسما للحرب على العراق، وقد تم اختيار اسم عاصفة الصحراء اسماً للحرب على العراق وقد تم اختياره بعناية، لانهم يعرفون بأن للمجتمع العراقي هو مجتمع عشائري، عاشوا حياة البداوة وهم يدركون ما تعني لهم العاصفة في الصحراء من تدمير لمساكنهم من الخيام وتشتيت لحيواناتهم، وهو اسلوب دعائي تستخدمه الادارة الامريكية لترويع (العدو) وهزيمته.

كما عمدت الى تشويه الحقائق ونقلها الى المتلقي على انها الحقيقة الكاملة عبر (التلفزيون القبيح) من خلال دبلجة الافلام وأنتاجها في ستيديوهات هوليوود، لانها تدرك بأن التلفزيون هو اشد تأثيرا وفاعلية من اشكال الدعاية الاخرى^(١٣٣).

وأستخدمت (تقنيات التضليل) عندما قررت غزو العراق، فذهبت الى تفعيل السيطرة والهيمنة على وسائل الاعلام داخل الولايات المتحدة وخارجها وأعتبرت المعلومة كالاسلحة يمكن تعبئتها وتصديرها واستخدامها في ساحة المعركة. وكما يقول الخبير العسكري الكولونيل (كينيت الارد) ان ((الحرب على العراق، ستتدخل التاريخ باعتبارها الصراع الذي ادت فيه المعلومات دورها الكامل باعتبارها احد اسلحة الحرب الاساسية وبطريقة غير مسبقة))^(١٣٤)

ثالثا: الحجج والذرائع التي ساقتهما امريكا لتبرير الغزو

تمارس الادارة الامريكية عندما تريد الاقدام على حرب ما، نشاطا دؤوبا ومنظما في محاولة لتبرير الفعل الذي تقدم عليه، ذلك النشاط يتمثل في الكذب المبرمج والدعاية الكاذبة والتضليل الاعلامي للرأي العام، بغية اقناعه بالفعل الذي تحاول القيام به.

(*) هو المبدأ أو النظرية الذي اتبعها ورفع شعارها الرئيس الأمريكي (الأسبق) روزفلت، والذي يؤكد على دور الدعاية قبل الحرب وبعدها. للمزيد انظر، صباح ياسين، الإعلام، التنسيق أقليمي وهيمنة القوة، ط١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦، ص١٣٩- ص١٤١.

وتبنيت الولايات المتحدة الامريكية اسلوبا دعائيا جديدا في التضليل الاعلامي من خلال مزاوله الانماط الدعائية المختلفة، بغية تحقيق الاهداف التي يرسمها المخطط لتنفيذ السياسة الخارجية الامريكية ولتسويق نشاطها الدعائي، ولكسب اصدقائها ومحاربة خصومها وحصر اعدائها باساليب دعائية محددة ومعينة، مستغلة بذلك المتغيرات الدولية والظروف التي تمر بها المنطقة فصاغت خطابا دعائيا ضد الدول التي تعادياها وتحاول الهيمنة عليها.

ان الادارة الامريكية تمارس كل اشكال التضليل الاعلامي والدعاية الكاذبة على العرب والمسلمين وتوهمهم بانها تريد الخير لهم وللمنطقة وتريد الحوار السلمي معهم وهي بعكس ذلك، فهي على ارض الواقع حوارها الوحيد الضرب باليورانيوم المنضب والاسلحة المحرمة. كما فعلت في الفلوجة عام ٢٠٠٤ وهي لا تحاور المقاومة العراقية وتصفها (بالارهاب) فهي تمارس التضليل والكذب وتستخدم مصطلحات واهية ومظالمة مثل الديمقراطية والحرية والعدالة وحقوق الشعب وو.... لاغراض دعائية لا اكثر.

كما ان السياسة الخارجية الامريكية تستخدم كل اساليب التضليل في محاولة لتغييب الرأي العام العالمي ولتبرير مخطتها لغزو العراق وتنفيذ مخطتها في المنطقة، سواء بتهديدها من خطر صدام حسين (تارة) وخطر ايران والشيعية (تارة اخرى)، وهي بذلك تستخدم كل وسائل الاتصال الجماهيري لتمرير ادعاءاتهم وكذبهم، وتستخدم السياسات التضليلية مثل سياسة "ذر الرماد في العيون"

ان الولايات المتحدة الامريكية بأعلانها (الحرب على الارهاب)، انما تريد تضليل العالم لتمرير استراتيجيتها الامبراطورية مستقلة احداث ١١/ايلول ٢٠٠١ لقد ضللت العالم بأحتلال العراق تحت ذريعة اسلحة الدمار الشامل. مروراً بأزاحة صدام عن الحكم وازالة اكبر دكتاتورية تهدد السلم والامن وصولاً الى محاربة الارهاب.

وعلى الرغم من كل المحاولات التضليلية التي قامت بها لتبرير غزوها وأحتلالها لارض الرافدين الا ان قناع امريكا الذي كان يجمل وجهها سقط وبانت ملامح القبح في الوجه الامريكي الحقيقي وسقطت بذلك كل الاكاذيب والحجج والذرائع والادعاءات.

❖ الأسباب الحقيقية للحرب

لقد اعلنت الولايات المتحدة الامريكية في تبريرها للحرب على العراق عدة اسباب وجدتها كافية لاقتناع العالم او في الاقل حلفائها وشركائها بشن الحرب على العراق واسقاط نظام صدام حسين. ويمكن ايجاز ابرز تلك الاسباب بانها اسباب عنصرية وغير عنصرية.

١- الاسباب العلنية: انما هي تمثل الاهداف العلنية وراء الغزو التي اعلنتها امريكا للملا يتمثل الاول في نزع اسلحة الدمار الشامل والثاني في ازالة نظام صدام حسين عن الحكم والثالث في اقامة نظام ديمقراطي في العراق الجديد.

٢- الاسباب غير العلنية: والتي تظهر من خلال تحليل البيانات الصادرة عن البيت الابيض والاعترافات وتصريحات الساسة الامريكان. ويمكن تحديدها في الاول محاربة الارهاب والثاني حماية امن (اسرائيل) والثالث ذو بعد ديني، اذ تؤكد المصادر التي يعتمد عليها الساسة الامريكان واليهود أن عودة المسيح لا تكتمل الا اذا جرت انهر الدماء في الارض الواقعة بين العراق وفلسطين^(١٣٥).

والحرب على الارهاب يبدو انها جاءت نتيجة تقارير استخباراتية قدمت الى الادارة الامريكية في تشرين الاول / سنة ٢٠٠١ تؤكد وجود علاقة بين صدام وأسامة بن لادن، وان ثلاثة من منفذي الهجمات على برججي التجارة العالمي على صلة بالمخابرات العراقية.

بينما حصلت المخابرات الامريكية المركزية CIA على معلومات زودتها بها المخابرات (الاسرائيلية)، مفادها ان الرئيس العراقي صدام حسين ارسل ثلاثة من مساعديه للقاء قادة تنظيم القاعدة، حيث التقوا بأيمن الظواهري في باكستان قبيل احداث ١١/ ايلول عام ٢٠٠١ وسلموه مليار دولار كمساعدات مالية لتدمير البرجين مع وعد من صدام حسين بتوفير ملاذ امن لقادة وعناصر القاعدة في العراق^(١٣٦).

اما السبب الثاني لتحديد العراق كهدف للاستراتيجية الامريكية هو اقناع المواطن الامريكي بان منطقة الشرق الاوسط وتحديدا العالم العربي والاسلامي هو منبع (الارهاب)، وان المنظمات الارهابية تخرج من تلك المنطقة، لذلك فأن غزو العراق واحتلال ارضه بحكم موقعه في قلب الامة العربية يجعل كل المنظمات الارهابية في متناول ايدي الامريكان.

بوش الكذاب الاكبر الرئيس جورج بوش حملات لاكاذيب وادعاءات متعمدة واشباه حقائق مدروسة بشكل منظم من قبل ادارة بوش لدعم غزو العراق اذ تشير كل الدلائل الى أن البيت الابيض قد درس بشكل معمق ومطول قضية الحرب على العراق قبل احداث ١١/ ايلول ٢٠٠١. اكد ذلك "هنري شيلتون" رئيس هيئة الاركان الامريكية، في النصيحة التي قدمها الى بوش عقب احداث ١١/ ايلول ((بان يبدأ قبل افغانستان بقطع راس صدام والاسد والقذافي، باعتبارهم الالهة لمكافحة الارهاب، لان ذلك هو الكفيل بخلق شرق اوسط جديد خالي من الارهاب)).^(١٣٧)

وقد اعلن الرئيس الامريكي جورج بوش عام ٢٠٠٢ انتهاء برنامج خطة الحرب على العراق رسميا والبدأ بحملات الترويج بشكل جدي، التي بدأت ببعض الاكاذيب التي ساقها الرئيس بوش لتبرير غزو العراق.

الاكاذيب التي ساقها جورج بوش كانت اعتبارية الى حد كبير، لكنها اختيرت بأدراك واضح لما ستحتاجه الادارة الامريكية للتغلب على الانعزالية السياسية التي مرت بها الادارة الامريكية، وتتمثل تلك الاكاذيب التي طبل وزمر لها بوش ومن معه بخمس كذبات اولها كان

١- علاقة العراق بأحداث ١١/٩ ايلول وتنظيم القاعدة. حيث اعلن الرئيس الامريكي من على ظهر حاملة الطائرات الامريكية (uss) في ١/٥/٢٠٠٣ انتهاء العمليات العسكرية في العراق و اشار في حديثه بعبارة ((لقد أزلنا حليفا للقاعدة)).^(١٣٨)

٢- امتلاك العراق للأسلحة الكيميائية والبيولوجية. وقد قال (رونالد رامسفيلد) وزير الدفاع الامريكي (الاسبق) في ٢٤/٩ اذار ٢٠٠٣ في خطاب للشعب الامريكي ((من اجل هؤلاء الذين يقولون اننا لم نجد وسائل تصنيع محظورة واسلحة محظورة، هم على خطأ، لقد وجدنا كل ذلك)).

وجاء بعدها الرئيس الامريكي يعلن للعالم في ١/٩ حزيران ٢٠٠٣ بأن ((فريقه لم يجد ايا من الاسلحة غير المألوفة التي كانت السبب للذهاب الى الحرب)).^(١٣٩)

٣- سعي العراق لامتلاك وتصنيع القنبلة النووية. وعن الكذبة الثالثة، فقد شنت الادارة الامريكية حملة شرسة تتهم فيها العراق بامتلاك اسلحة دمار شامل وأنه يعمل على تصنيع قنبلة نووية وذلك بعد ان ((كشفت الحكومة البريطانية بأن صدام حسين حاول الحصول على كميات هامة من اليورانيوم من افريقيا)) تلك المعلومات التي اقر الرئيس الامريكي جورج بوش بعدم صحتها في خطابه للشعب الامريكي في ٢٨/٩ كانون الثاني ٢٠٠٤ بقوله ((لقد كانت المعلومات خاطئة)).^(١٤٠)

٤- ستكون الحرب نزهة وأشبه برقصة زنجية.

اما الكذبة الرابعة فقد صورت الحرب في العراق على انها نزهة ومتعة وصورت الجنود على انهم في منتهى السعادة والفرح وهم يقاتلون العراقيين (اعداء) السلام، حيث اشار المساعد (الاسبق) لرونالد رامسفيلد الى أن ((اسقاط صدام حسين لن يكون سهلا واخلاقيا فقط، بل ومثل اكل فطيرة شهية)).^(١٤١) ولكن سرعان ما تبدلت النزهة الى مستنقع كبير.

٥- العراق سيصبح النموذج الديمقراطي في المنطقة

لقد كانت الادارة الامريكية تشير باستمرار الى ان العراق وبمساعدة الولايات المتحدة سيصبح وبفترة قصيرة الانموذج الديمقراطي الذي يحتذى به في منطقة الشرق الأوسط.

❖ بطلان الادعاءات بالاعترافات

يبدو ان الشعب الامريكي جميعه ينتابه هوس الحرب تحت ذريعة حماية ارض الميعاد، اذ يقول (بيتر سكاون) الذي نقل صورة مرعبة عن عشق وولع الامريكان بالحرب، ان الساسة والمفكرين الامريكان يجمعون على ان لدى امريكا وسيلة واحدة لتحقيق اهدافها وهي القوة العسكرية لان امريكا فقدت مهاراتها الاخرى كافة، التي تتمثل في التحرك الثقافي والدبلوماسي، كما يبدو ان الخارجية الامريكية تحاول خلق الاعداء لها او كما تزعم (اعداء السيد المسيح) فانها تحاول باستمرار التاكيد على ان اشد اعداء السيد المسيح هم (المسلمين- العرب- هتلر- استالين- موسوليني- صدام).^(١٤٢)

وفي هذا السياق اعترف (باتريك بوكانن) المرشح لرئاسة الجمهورية الامريكية عام ٢٠٠٨، بأن الادعاءات التي سيقف لشن الحرب على العراق غير شرعية وكاذبة

وقال ((ان الحرب على العراق جاءت لخدمة دولة واحدة هي اسرائيل، ومن اجل مصلحة حزب واحد هو الليكود، ومن اجل رغبة شخص واحد هو شارون))^(١٤٣).

واشار (هانز بليكس) اخر رئيس تفتيش لاسلحة العراق (يونيموفيك) في كتابه (نزع اسلحة العراق) بأن الادارة الامريكية وراء خروج فرق التفتيش من العراق، وذلك لان الفرق اثبتت عدم وجود اسلحة دمار شامل.

اما الدكتور (علي المشهداني) خبير النفط العراقي. فقد اوضح ان مبررات غزو العراق هي التي قالها علانية جورج بوش وهي ((حماية امن اسرائيل، وحماية منابع النفط العراقية والخليجية حتى لا تقع في ايدي المتطرفين الاسلاميين)) وليس ادعاءات الادارة الامريكية الكاذبة بامتلاك العراق اسلحة الدمار الشامل وخطر صدام حسين وخطر ايران.^(١٤٤) وما يؤكد ان ثروة النفط وراء ذلك الغزو قالت شركة (بلاد فورن) ان هناك ((مخطط امريكي- بريطاني لتبديد ثروات نفط العراق))، كما صدر تقرير عن نفس الشركة في ١٨/ يونيو ٢٠٠٥، يؤكد ان النفط العراقي سيصدر الى (اسرائيل) عبر ميناء عسقلان او حيفا.^(١٤٥) وقال (كرستوفر) عضو في التحالف من اجل سياسة خارجية واقعية ((ان السبب الحقيقي للحرب العراقية لا علاقة له بالارهاب، والعديد من مهندسي الوهم في الادارة الامريكية امثال بول وولفوفتيز قد وضعوا العراق على الصعيد الجيوسياسي نصب اعينهم عندما كانوا خارج السلطة في التسعينيات ولقد ذهبت الادارة الامريكية للحرب كي تعزز هيمنة امريكا على العالم.

ولكي تبسط سيطرتها على الشرق الاوسط، وذلك بأنشاء (قلعة عسكرية) دائمة في العراق لغرض التحكم بمنطقة النفط فتعطي واشنطن نفسها نفوذا هائلا في علاقتها مع اوربا والصين^(١٤٦). ولتعزیز الدور التخطيطي الذي لعبته (اسرائيل) في غزو العراق، ها هي تحصد ثمار ما زرعت من خطط ومؤامرات، بغية فرض هيمنتها على العراق والمنطقة بعد الغزو فقد نشرت (بثينة الناصري) على موقع (مفكرة الاسلام) اسماء المستشارين اليهود الصهاينة، وهم من رجال الموساد (الاسرائيليين) الذين يعملون في بغداد.^(١٤٧)

- ١- ديفيد تومي- مستشار وزارة المالية.
 - ٢- ديفيد لينش- مستشار وزارة النقل.
 - ٣- روبي رافيل- مستشار وزارة التجارة.
 - ٤- هولي شاتز- مستشار وزارة الزراعة.
 - ٥- تسموني كارفي- مستشار وزارة الصناعة.
 - ٦- دون ايرلي- مستشار وزارة الرياضة.
 - ٧- دور ايردمن- مستشار وزارة التعليم العالي.
- وذكر (بول اونيل) وزير الخزانة الامريكية (السابق) في حكومة بوش في كتابة (ثمن الولاء) ان بوش عقد جلسة للامن القومي بتاريخ ٢٠٠١/١/٣٠، اي بعد عشرة ايام من انتخابه وتوليئه الرئاسة وقد ابلغ فريقه بقرارين:^(١٤٨)
- الاول:** تنحية قضية السلام بفلسطين جانبا.

الثاني: التركيز على العراق وضرورة غزوة عسكريا، وقال بوش ((اذهبوا واعثروا لي على طريقة لتنفيذ ذلك)) وكان هذا قبل احداث ١١/ ايلول بسبعة اشهر.

على الرغم من كل الدلائل والاعترافات لكبار الساسة الامريكان التي تكشف كذب وتضليل الادارة الامريكية في تبرير غزو واحتلال العراق، الا ان تلك الادارة مستمرة في مشروع التضليل والكذب الذي بدأته لتغيير واقع المنطقة وجرها الى الولايات تلو الولايات.

الفصل الثالث

الوظيفة الدعائية والتضليلية في الاعلام الامريكي

اولاً: التوجه الدعائي وتوظيف الاخبار في اذاعة سوا

ثانياً: تحليل مضمون اخبار اذاعة سوا

ثالثاً: الاهداف الدعائية الناتجة عن التحليل.

الفصل الثالث

الوظيفة الدعاية والنضيلية في الاعلام الامريكي

اولاً: التوجه الدعائي وتوظيف الاخبار في اذاعة سوا.

كانت حرب غزو العراق اخر حروب القرن الماضي تجسيداً حياً لما لعبته محطة (C.N.N) التلفازية الامريكية من تأثير داخل الولايات المتحدة وخارجها، ولا سيما المنطقة العربية من خلال مخاطبة (النخبة) او حتى العامة مستعينة بالصورة، ومن خلال هذا التطبيق واسترشاداً بالخبرة التاريخية في مدة الحرب الباردة، اذ لعبت الاذاعات الموجهة تحت الرعاية الامريكية دوراً تحريضياً لشعوب الكتلة الشرقية حيث كشف الكونغرس الامريكي الستار عن فكرة قديمة ظهرت قبل احداث الحادي عشر من ايلول، لكن بعث فيها الحياة بعد احداث ايلول لخوض معركة طويلة الامد على الاسلام والوطن العربي عامة والعراق خاصة، ولم يمض وقت طويل حتى ظهرت (اذاعة سوا)، كأداة من ادوات الحرب الاعلامية ضد الوطن العربي، بعد ان نجحت في استخدام الاعلام في صياغة عقلية المواطن الامريكي بعد الاحداث في افغانستان، اذ كانت الكتائب الاعلامية تعمل جنباً الى جنب مع الكتائب العسكرية المدججة بالسلاح، بل ان هذه الكتائب تم تزويدها بطائرات تعمل كمحطات اذاعية متحركة تقوم بالقاء المنشورات ومخاطبة المواطن الافغاني عبر مكبرات الصوت، بغية زعزعة قدرته على المقاومة وشل تفكيره لدفعه للتخلي عن طالبان، ولقتل ابن لادن، والتعلق بالولايات المتحدة كمخلص للافغان ولل بشرية جمعاء.

لذلك ادرك الامريكان الحدود غير المتناهية للاعلام وتأثيره واهمية التوجه الاعلامي للمنطقة العربية، بغية احداث تغيير جوهري في العقلية العربية ولا سيما العقلية العراقية، بعد ان وقعت امريكا حائرة امام سؤال فرضته الاحداث... وهو... لماذا يحمل العرب لنا كل هذه الكراهية؟! (على حد تفكيرهم).

لذلك اختار الكاتب (اذاعة سوا) لما تحمله من اسلوب دعائي جديد وفعال خاصة وانها موجهة خصيصاً للعراق، بغية تسويق الحرب الدعائية تمهيداً للحرب العسكرية الشاملة.

❖ سوا.. النشأة والتطور

تعود فكرة انشاء (اذاعة سوا)- التي تعني باللغة العربية الفصحى "معاً"- وتتجانس مع كلمة (سوا) التي تعني المساواة او التساوي بين اطراف متعددة.. وتعني

ايضاً في اللهجة العامية المصرية (معاً). الى ما قبل احداث الحادي عشر من ايلول عام ٢٠٠١ بـمدة طويلة لكن الفكرة اكتسبت تأييداً اكثر بعد تلك الاحداث، ولاسيما داخل الكونغرس.^(١٤٩)

بدأت (سوا) بثها باللغة العربية في الواحدة بعد منتصف ليلة السبت، الموافق ٢٣/اذار/٢٠٠٢، من واشنطن، وعلى موجات (FM) والذبذبات القصيرة، فضلاً عن موقعها باللغة العربية على الانترنت (www.radiosawa.com) وعلى قنوات (ارابسات) و(نايلسات) و(يوتلسات) و(هوت برد). وهي قنوات اذاعية تبث البرامج بواسطة الاقمار الصناعية.^(١٥٠)

حظيت (اذاعة سوا) بموافقة (٤) دول عربية للقيام باستقبال وارسال برامجها واعادة بثها على موجات (FM)، وبذلك اصبحت (سوا) تتمتع بـ(٤) نقاط تقوية في كل من الاردن والكويت وقطر والامارات، ولتغطي المنطقة العربية بثلاثة اقمار صناعية هي (النايلسات) و(ارابسات) و(يوتلسات)^(١٥١). تقدم (اذاعة سوا) موجزاً للاخبار كل (١٥ دقيقة) الاول موجز متصل كل (١٥ دقيقة) ولا يتجاوز بثه (الدقيقة)، والثاني يتصدر النشرة الاخبارية ولا يتجاوز بثه (نصف دقيقة) ويتضمن الموجز اخر الاحداث والتطورات عن المنطقة العربية ولاسيما العراق وبشكل سريع جداً اذ لايتجاوز بثه اكثر من (٤٠ ثانية). كما تقدم الاذاعة نشرة للاخبار كل ساعة ايضاً، تبدأ بعد الساعة بخمس عشرة دقيقة. (أي في الساعة ١٢،١٥ دقيقة، ١٣،١٥ دقيقة) وهكذا، كما تتضمن النشرة الاخبارية اخر الاخبار والتطورات والاحداث الساخنة، ولا يتجاوز بث النشرة اكثر من (٣) دقائق، فيما عدا النشرة الرئيسية التي تبث في تمام الساعة (١٠، ١٥) مساءً وتستمر (٣٠) دقيقة وتسمى هذه النشرة (العراق والعالم). وتتضمن التقارير التي يقدمها مراسلو الاذاعة المنتشرون في العالم. تحتل الموسيقى الراقصة واذاني البوب العربية والاجنبية نسبة كبيرة جداً من برامج (سوا)، اذ تشغل الموسيقى والاغاني نسبة (٧٥%) من اجمالي الارسال. بينما تحتل الاخبار المنتقاة التي تخدم السياسة الامريكية نسبة (٢٥%) من اجمالي الارسال ويعد هذا الاسلوب في العرض الاذاعي الذي تتميز به (سوا) مختلفاً تماماً عن اسلوب اذاعة (صوت امريكا) والاذاعات الاخرى. الذي يتضمن البرامج التحليلية الجادة، فضلاً عن البرامج الثقافية.

وتعد (اذاعة سوا) من الخدمات الاذاعية التي انشئت بديلاً عن صوت امريكا الناطقة باللغة العربية (التي كانت تبث برامجها لمدة سبع ساعات في اليوم) وهي ليست بديلاً عن الاذاعة ككل، انما بديل عن القسم العربي في صوت امريكا، لان اذاعة صوت امريكا تتضمن (٤٠) قسماً. ناطقة بمختلف اللغات العالمية.^(١٥٢) تعمل (اذاعة سوا) على مدى (٢٤) ساعة يومياً، وسبعة ايام في الاسبوع، بـ (٥) لهجات عربية محلية من مصر والعراق والسودان والشام ودول الخليج، وهذا التنوع يعطي

الاذاعة جاذبية لمختلف الشباب العربي المستهدف^(١٥٣)، كما يمكن متابعة (اذاعة سوا) على الموجات في عمان والضفة الغربية وعلى الموجة (٩٨,١)، وفي الكويت (٩٥,٧)، وفي دبي على الموجة (٩٠,٥)، وفي ابو ظبي على الموجة (٦٨,٧)، وفي الدوحة على الموجة (٩٢,٦)، وفي مصر والشرق العربي على الموجة المتوسطة (٩٩٠-١٢٦٠) وفي العراق والخليج على الموجة (١٥٤٨) والموجة (٩٩٠).^(١٥٤) تتخذ الاذاعة من العبارة (تنقل لك الحدث بالصوت لتكتمل عندك الصورة) شعاراً لها، اذ يطل المذيع من خلال الاذاعة، بين مدة واخرى ليردد الشعار المذكور، فضلاً عن انه يقدم فواصل قبل كل نشرة اخبارية بغية التنبيه بموعد النشرة او الموجز، بعبارة (اجمل الاغاني واخر الاخبار (العالم الان) معكم اولاً بأول) (والعالم الان) عبارة تطلقها (اذاعة سوا) على نشراتها الاخبارية^(١٥٥). كما تسمع عبارة (سوا نافذتك على عالم الموسيقى) كفاصل بين الاغاني وكذلك (الاخبار التي تهتمك والاغاني التي تطربك) قبل الاغاني و(اجمل الاغاني العربية والغربية تأتيكم من سوا).^(١٥٦)

والمنتبع لـ(اذاعة سوا) تكاد لا تفارق مسامعه عبارة (راديو سوا معكم من المحيط الى الخليج)، وايضاً (جمهورنا في العراق استمعوا الى سوا على الموجة (١٥٤٨,٩٩٠) وهي رسالة واضحة، بأن الاذاعة موجهة خصيصاً للعراق، كما نجد نجوم الغناء العربي يعلنون عن انفسهم من خلالها بعد تقديم اسمه، قائلاً (انا احب اسمع راديو سوا)^(١٥٧)، ويعد ذلك اسلوباً اعلانياً (للراديو)^(*) او الاذاعة. يسعى القائمون على (سوا) الى اذاعة البرامج بلهجة (سادسة)، فضلاً عن اللهجات (الخمسة) لتمثل دول المغرب العربي، كما تبحث امكانية اجراء مقابلات شخصية مع المسؤولين، فضلاً عن استقبال ردود الافعال حول الاذاعة، او ما يسمى (رجع الصدى) لانها في الوقت الحاضر تفتقد لمثل تلك الخدمة، اذ نجد المراسل في الاذاعة يذيع التقرير الذي يعده عبر الهاتف، دون ان يتمكن مذيع النشرة من التحوار معه مباشرة^(١٥٨).

كما تقوم (سوا) باعداد برنامج عن الوضع في العراق واخر التطورات من وجهة نظر عراقية وامريكية وكذلك وجهة نظر المراسلين. وقامت اذاعة سوا بعد انتهاء الحرب على العراق واحتلاله بالبث من ابو ظبي في الامارات بعد ان كانت

(*) في بعض الاحيان يستخدم القائمون على الاذاعة مصطلح (راديو سوا) لان هذا المصطلح متداول في الدول الاجنبية ويطلقه اكثر المختصين على الاذاعة باعتباره جهازاً للاستقبال والارسال معاً. الا ان الباحث استخدم كلمة اذاعة لانها الاكثر تعبيراً لتلك المحطة الاذاعية، كما ان الاذاعة

تثبت من واشنطن. وهو ما اكده القائمون على الاذاعة منذ انشائها، وأن البث سيبدأ من ابو ظبي بعد انتهاء الحرب.^(١٥٩)
تعد محطة اذاعية متكاملة والراديو عبارة عن جهاز ارسال تابع لها، بالاضافة الى ان كلمة اذاعة هي الاصل في اللغة العربية.

❖ مصادر التمويل والهيكل التنظيمي لأذاعة سوا.

تعد (اذاعة سوا) واحدة من الخدمات الدولية الامريكية التي يشرف عليها ويمولها مجلس امناء الاذاعات الدولية الامريكية وهو احد الوكالات التابعة للحكومة الامريكية. وقد رصد للاذاعة (٣٥) مليون دولار للعام ٢٠٠٣ كما ان ميزانية الاذاعة مرتبطة بميزانية وكالة المخابرات الامريكية (CIA) وتعمل الوكالة بالتنسيق مع مجلس امناء الاذاعات الدولية الامريكية.^(١٦٠)
ترتبط (سوا) مباشرة بوزارة الداخلية الامريكية، ويشترك في ادارتها (مكتب الاتصالات العالمية) الذي تشير مصادر مؤكدة من البيت الابيض، بأنه من بنات افكار (كارين هيوز) مساعدة بوش الابن. ويعمل المكتب بالتنسيق مع وزارة الداخلية.^(١٦١)

وهناك ايضاً (مكتب التأثير الاستراتيجي) الذي يعمل بأشراف مباشر من وزارة الدفاع الامريكية، ونوطت مسؤوليته الى اليهودي الامريكي (دوغلاس فيث).
تدير هذه الاذاعة مجموعة فاعلة في اللوبي الصهيوني، فالمشرف عليها هو (نورمان باتيز) البليونير الامريكي اليهودي النافذ في مجلس الشيوخ الامريكي ويديرها (جيمس هووبر) المتخصص في الدراسات البلقانية وقضايا الحركات الاسلامية، اما مستشار الاذاعة فهو اليهودي (برت كلايمان)، واختير (موفق حرب) وهو لبناني الاصل امريكي الجنسية (مديراً لقسم الاخبار) ومستشار مجلس الامناء الاعلامي، وليكون واجهة الاذاعة اما الان هو مدير عام اذاعة سوا وقناة الحرة الامريكية. ويتولى تقديم النشرات كل من (زهرة العلا) ويشرف على برامج العراق (دانيال صفر)، ونوطت مهمة مسؤول المراسلين لـ(محمد الشرقاوي)، اذ يوجد لـ (سوا) مراسلون في انحاء العالم كافة. كذلك يوجد لـ(سوا) اكثر المراسلين في العراق، اذ يوجد في بغداد وحدها ثمانية مراسلين وهم، فاضل مشعل اللامي وهو المراسل الرئيس والدائم للاذاعة، فضلاً عن علي عبد الامير وايمن عسل واحمد الشيخ علي، واسيل محمد، وانتصار العامري، وعلاء حسن، وانوار طاهر، وكذلك يوجد لها مراسلون في جميع محافظات العراق.^(١٦٢)

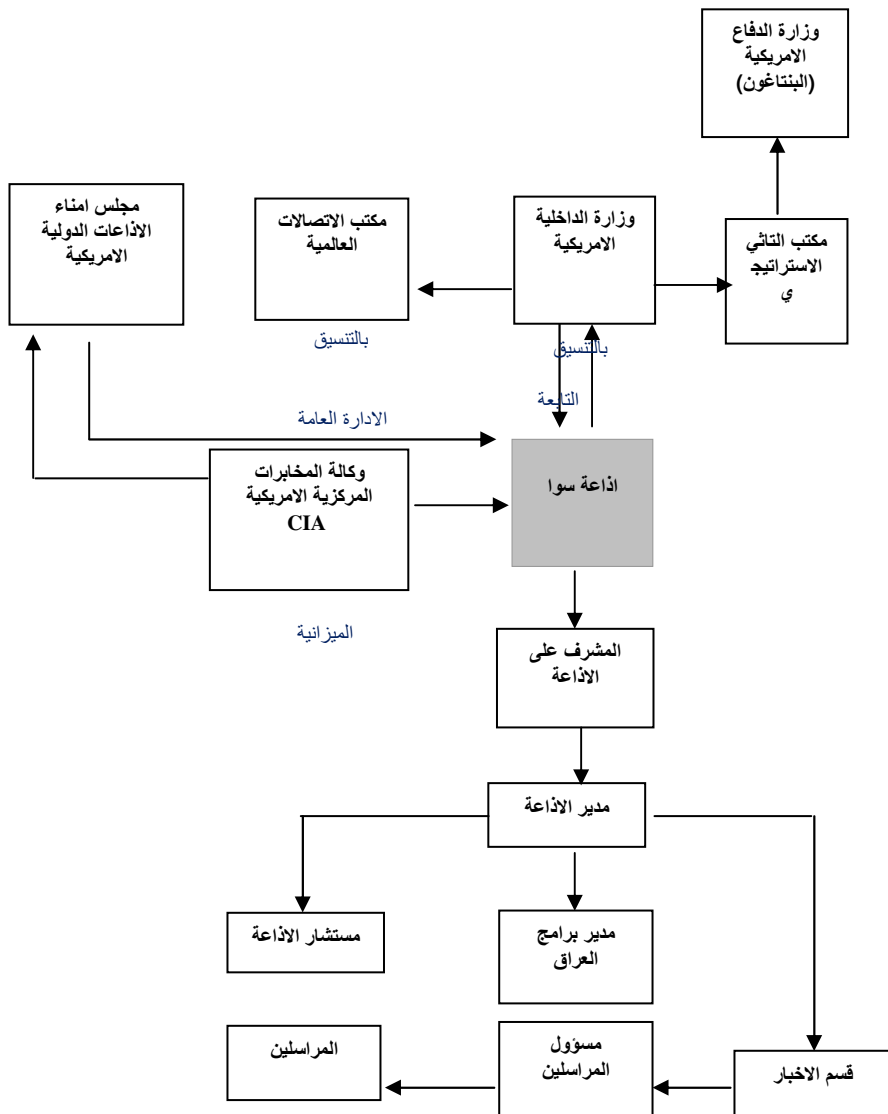
❖ دستور اذاعة سوا

- نص دستور (سوا) على بعض القواعد الاساسية بالنسبة للعمل الاخباري، التي استنتجناها من تصريحات القائمين على (سوا)، وهي كالآتي: (١٦٣)
- ١- ان تكون الاذاعة مصدراً موثقاً به للاخبار، لذا على الاذاعة ان تبث الاخبار بطريقة موضوعية ومتكاملة، (على حد تعبير) مراسل الاذاعة في العراق فاضل اللامي.
 - ٢- تقديم معلومات واخبار حقيقية عن السياسة الامريكية وتوجيهاتها، تتمتع بالمصداقية ويمكن الاعتماد عليها (على حد تعبير) نورمان باتيز.
 - ٣- مخاطبة الشباب العربي عامة والعراقي خاصة والذين تقل اعمارهم عن (٣٠) عاماً
 - ٤- الترويج للديمقراطية والحرية.
 - ٥- تقديم صورة غير مشوهة للولايات المتحدة وتعكس الحقيقة.

❖ مصادر اذاعة سوا

- ان المصادر التي تعتمد عليها (سوا) في استقاء المادة الخبرية متعددة ومتنوعة، ولذلك فقد استنتجنا ان ابرز مصادر (اذاعة سوا) كالآتي:
- ١- التقارير الخاصة لوزارة الخارجية والبنتاغون ووكالة المخابرات المركزية الامريكية والبيت الابيض. وهي تقارير غالباً ما تحمل قناعاً مضللاً، حتى يتم التمويه على مصادرها.
 - ٢- الامكانات الكبيرة التي تمتلكها الاذاعة في التغطية الاخبارية من خلال فرق العمل الذين يتواجدون في انحاء العالم كافة، ولا سيما فريقها المتواجد في العراق، فضلاً عن امتلاكها ارشيفاً متكاملماً من المعلومات، خاصة عن العراق. (١٦٤)
 - ٣- مراسلوها المنتشرون في انحاء العالم سواء في المكاتب الاقليمية ام المتفرغون للاذاعة.
 - ٤- الاستنباط، او ما يطلق عليه المصادر المجهولة او المصادر الخاصة، بالذات المصادر العراقية.
 - ٥- وكالات الانباء الوطنية والعالمية، وكذلك الصحف الامريكية والعالمية، والعربية وخاصة العراقية.

الهيكل التنظيمي لـ (إذاعة سوا) (*)



(*) وضع الباحث الهيكل التنظيمي من خلال المعلومات التي حصل عليها من ١. مقابلة مع فاضل مشعل مراسل اذاعة سوا في بغداد، مصدر سابق. ٢. شبكة الانترنت. ٣. صبري البياتي، السوء في سوا، صحيفة الاعلام الاسبوعية، مصدر سابق.

❖ توجهات السياسة الدعائية في اذاعة سوا .

إذا كانت (اذاعة سوا) قد انشئت خصيصاً لتقوم بدور فاعل ومؤثر في خدمة السياسة الامريكية، بغية تحقيق اهدافها في المنطقة العربية ولا سيما العراق، ومن خلال تسويق حربها (حرب التحرير) على العراق، فإن مفهوم الدعاية لديها نابع من اسس عميقة تتعلق بطبيعة وايدولوجية النظام والتوجيهات الاستراتيجية للمصالح الامريكية ومدى فهم المستفيدين من هذه الاستراتيجية لواقع الشعوب وقضاياها، واستناداً لذلك يمكن استنباط بعض اهداف (اذاعة سوا) الخاصة في السياسة الامريكية وهي:

- ١- التدخل اعلامياً في شؤون الدول العربية ولا سيما العراق.
 - ٢- نشر الدعاية السياسية لأيدولوجية الدولة.
 - ٣- بث الاشاعة والتعميم الاعلامي.
 - ٤- مخاطبة الشباب العربي دون سن الـ (٣٠) عاماً، لانهم اكثر الاعمار تأثراً ويمكن تطويعها بسهولة.
- والذي يستمع للاذاعة يدرك بوضوح اساليب الاستمالة المبنية على اسس نفسية تقوم على مخاطبة فئة الشباب من منظور الحياء والموضوعية، بغية كسبه (فالاذاعة انفعالية تخاطب العاطفة اكثر مما تخاطب العقل وافضل مخاطبة للعاطفة هو ما نشعر به انه صادر من صديق) لذلك نجد ان السياسة الدعائية الامريكية الموجهة من خلال (سوا) تتخذ اساليب متطورة وجديدة بالغة الخطورة، فهي تضع سياسات اعلامية مختلفة على وفق تخطيط دقيق
- لـ(اذاعة سوا) التي تعني بالاساس بالسياسة والشؤون السياسية الدبلوماسية، نظراً لان علاقتها مع الدول العربية لا تقوم على اساس حضاري بقدر ما تستند الى مصالح استراتيجية مرتبطة بوجود البترول في ارض العرب وحاجتها الماسة اليه. ولوجود (اسرائيل) ككيان مزروع في قلب الامة العربية.
- ان ما يميز (اذاعة سوا) عند طرح مادتها الدعائية الاستهلال الذكي الجذاب وكيفية كسب المستمع العربي ولا سيما العراقي، من خلال مخاطبته باللهجة العامية، وبأسلوب يكون قريباً جداً له ولعقليته، فالقائم على الدعاية عندما يعرف الجمهور وعاداته وحدود تقبله واستيعابه اليقظ، يستطيع ايصال المادة الدعائية في صيغة انفعالية ولكن بدون (البديعات اللفظية) التي تثير حفيظة المستمع.
- والمنتبع لـ(اذاعة سوا) يستشف سهولة الالفاظ والسلاسة في تركيب الجمل الخبرية والوضوح في تناول الحدث فضلاً عن اختيار افضل الكفاءات العربية من مذيعين.

ونجد ان (سوا) تعتمد في اعداد المادة الدعائية الموجهة على ركيزتين اساسيتين هما:

١- تقدير ظروف المستمع وحالته العقلية والثقافية والاجتماعية في بيئته المحلية والدولية وضح المعلومات التي سوف يخترنها لتسهم مستقبلاً في تكوين ارائه وقناعاته وافكاره.

٢- الوصول الى المستمع وجذب انتباهه، لذلك تتسم البرامج المقدمة من حيث المحتوى بالعرض الجذاب والمبتكر الذي تقدمه الاذاعة ولا سيما الاخبار، لانه بإمكانها من خلال الاخبار ان تنقل وترسخ في اذهان جمهورها ما تشاء من معلومات وافكار واءاء ومعتقدات.

وبما ان الرسالة الدعائية موجهة اساساً الى مستمع خارجي، فإن (اذاعة سوا) اخذت بنظر الاعتبار الجوانب السيكولوجية للطرق التي سوف تصل من خلالها الفكرة التي تحملها الرسالة الدعائية الى المستمع، وهذه الطرق هي:

١- يقارنها بالافكار التي يعتنقها.

٢- يفحصها في ضوء المعتقدات الدينية التي يؤمن بها.

٣- ينظر اليها من وجهة نظر التقاليد التي نشأ عليها.

٤- ان المتلقي او المستمع سوف يستعيدها على وفق الوعي الكامل، وفي ضوء اللاشعور او اللاوعي او العقل الباطن.

٥- يزنها من ناحية التطلعات التي يسعى لتحقيقها.

٦- يربطها بالنواحي الانسانية التي يتوخاها في سلوكه الخاص.

٧- يوائمها مع الحياة التي يعيشها والثقافة التي يسلكها.

ان كل هذه الامور يضعها المختصون في (اذاعة سوا) امامهم عند تعاملهم مع الخبر الموجه الى الجمهور المستهدف في العراق والهدف هو ضمان وصول المادة الدعائية او الفكرة التي يحتويها الخبر الى المستمع، سواء رفض هذه الفكرة او امن بها كما تستخدم (سوا) التكرار او بث الفكرة بأساليب جديدة واوقات مختلفة لخلق مؤثرات عقلية ونفسية تهئ لتقبل الفكرة مع مرور الزمن

وتتبع (اذاعة سوا) معايير عديدة، بغية التحكم والاهمية والحجم وملاءمة التوقيت ويمكن ابراز تلك المعايير بالاتي:

١- تأثير السياسة الخارجية الرسمية على الموقف الذي يتبناه اعلام الدولة حيال الدولة المستهدفة الامر الذي يؤدي الى التعطيم على بعض الحقائق والاحداث وابرار احداث اخرى لخدمة السياسة الرسمية للدولة.

٢- استخدام الاخبار للضغط على الدول الاخرى وجعلها تخضع للسياسة الرسمية.

٣- تنسيق الاحداث وتقديمها في اصطلاحات جديدة تتوافق مع توجهاتها، تضع المفاصل الاعلامية في (اذاعة سوا) بصماتها على صياغة الخبر بشكل دقيق

ومتميز من خلال توجيهه في الوجهة التي يريد لها الداعية من الاذاعة او تلوينه بطريقة او بأخرى او توظيفه بأسلوب يتناغم مع سياسة الداعية.

فالخبر الصادر عن (اذاعة سوا) يمر قبل بثه بمفاصل عديدة في قسم الاخبار قبل ان يصل الى المستمع (المستهدف)، وتلك المفاصل، تتمثل بكتائب الخبر الذي يسلمه بعد صياغته الى محرر اخر لمراجعته ليحيله بدوره الى اخر خبير بشؤون البلد او المنطقة التي يتعلق بها الخبر، واخيراً يتم مراجعته والموافقة النهائية عليه من قبل رئيس التحرير المسؤول او مسؤول قسم الاخبار، اما بالنسبة للتقرير الذي يعده المراسل في بلد ما ويلقيه مباشرةً بصوته، فأن ذلك المراسل قد تلقى التوجيهات والمعلومات مسبقاً عن نوع الخبر واسلوب تحريره واعداده والهدف من وراء ذلك، في محاولة تفادي الاخطاء او الحد منها. وعدم اغفال أي جانب مهم للخبر على حساب جانب اخر، فضلاً عن تضمين الخبر الفكرة الموجزة والدقيقة التي يريد ايصالها الداعية لتكون اكثر فاعلية وتأثيراً بالملتقى (المستهدف).^(١٦٥)

لعبت (اذاعة سوا) دوراً فعالاً في نقل وترجمة الافكار الامريكية الموجهة للمنطقة العربية ولا سيما الموجهة للعراق، واضحت اداة ذات خطورة في خدمة المخططات الدعائية الاستراتيجية الامريكية في العراق، اذ عملت جاهدة لمخاطبة الشباب العربي، بغية كسب وده ونيل ثقته بـ(سوا) وبرامجها ليتسنى لها الولوج والتأثير الحسي والنفسي في المواطن العربي وجعله مبهوراً بـ(الحضارة) الأمريكية وعنصراً حالماً بانجازاتها الثقافية والعلمية والحياتية، بغية تحويله إلى عنصر استهلاكي يميل إلى العزلة والفرדانية وتفضيل المصلحة الذاتية.

وقد يدعونا تركيز الإذاعة على فئة الشباب دون سواها، الى طرح السؤال الملح هو: لماذا الشباب؟!.. إلا ان الإجابة لن تكون من الصعوبة بمكان، اذا عرفنا ان فئة الشباب الذين لا يتجاوزون (١٥) عاماً يمثلون (نصف) سكان الوطن العربي. حسب إحصائيات الأمم المتحدة فقد أدرك الأمريكيون إن فرصتهم في التأثير على هذا الجيل الذي لم تتبلور توجهاته السياسية والفكرية والثقافية والاجتماعية بعد، هي اكبر من استهداف الجيل الذي تخطى الثلاثين من العمر.

ان من اهم ادوات العولمة هو (التوطين) الثقافي على القيم الأمريكية، هذا التوطين سوف يفتح الأبواب أمام الامريكيين لتسويق سلعتهم وقيمهم السياسية والاقتصادية والإيديولوجية، ولا سيما ان إحداث الحادي عشر من ايلول وتداعيات الانتفاضة الفلسطينية وثورة الشارع العربي ضد السياسات الأمريكية جعلت المسؤولين الأمريكيين يزدادون حماسة للبحث الإذاعي من خلال (إذاعة سوا).

فقال (نورمان باتيز) المشرف على الإذاعة ((بأن المعلومات التي يتلقاها عن تأثير راديو سوا، لا اقل من ان توصف بأنها مدهشة)) وأضاف باتيز انه سيكون بإمكان المستمعين ((الاطلاع على الحقيقة فيما يتعلق بامريكا وما تدافع عنه))

واوضح في تقريره للجنة العلاقات الخارجية بمجلس الشيوخ الأمريكي ((ان اذاعة سوا حققت شهرة بين شباب الأردن)).^(١٦٦)

وقالت (شارلوت بيرز) نائبة وزير الخارجية الامريكي ومسؤولة الدعاية (السابقة) التي تتولى الان مهمة الترويج (للمنموذج الامريكي) في الخارج للجنة العلاقات الخارجية ان ((راديو سوا حقق نجاحاً وان على الولايات المتحدة ان تفكر في بث تلفزيوني للشرق الاوسط عبر الاقمار الصناعية)).^(١٦٧) قام (باتيز) و(شارلوت بيرز) بأعداد عينة من البرامج التي تبثها (اذاعة سوا) للمنطقة العربية وعرضها على اعضاء الكونغرس الامريكي وتضمنت موسيقى شعبية غربية وعربية امتزجت باخبار عن التحركات الدبلوماسية في الشرق الاوسط، ونقلت عينة التقارير الاخبارية تصريحات قادة غربيين فقط، مثل الرئيس الامريكي (جورج بوش) ووزير الخارجية (كولن باول)، ورئيس الوزراء البريطاني (توني بلير).

اوضحت (بيرز)، ان الولايات المتحدة تواجه بالفعل مشكلة فيما يتعلق بصورتها امام العالم العربي، ولكنها رجعت المشكلة للجهل وسوء الفهم وليس للسياسة الخارجية الامريكية واشارت (بيرز) الى نتائج استطلاع تبين ان (٢٨%) فقط من الكويتيين يؤيدون الولايات المتحدة الى جانب (٢٢%) من المغاربة و(١٨%) من السعوديين، واكدت ان هذه الارقام توضح التحدي الذي نواجهه وهو تحد نقل سياستنا وقيمنا للعالم بطريقة اكثر فعالية. وقال باتيز ((اعتقد ان الاجابة على سؤال الرئيس بوش المتكرر.. لماذا يكرهوننا؟ هي لانهم لايعرفوننا.. وراديو سوا هو الخطوة الاولى لتقديم شعبنا وسياستنا بصورة دقيقة)).

ويرى (شبلي تلحمي) خبير الشرق الاوسط، الذي يتابع الراي العام العربي عن كثب انه لايمكن لـ(راديو سوا) ان يغير التوجهات في الاجل القصير، لان العرب لايتقون بواشنطن، وقال لـ(رويتز) ((اذ كانت الفكرة هي التأثير على مواقف الناس في القضايا السياسية، فأنها لن تحقق في الاجل القصير لانه اذا لم يثق الناس في صاحب الرسالة، فأنهم لن يثقوا في الرسالة)) وتابع تلحمي كلامه قائلاً ((وباللقاء نظرة على ما بث منذ الحادي عشر من ايلول، لايد وان يجادل المرء استناداً الى ما نعرفه بأن الراي العام العربي اصبح اكثر تشدداً ولم يلن)).^(١٦٨)

لذلك استخدمت (اذاعة سوا) بشكل واضح اداة رئيسة في توجيه المادة الدعائية الى الجماهير العربية ولا سيما الشعب العراقي، فضلاً عن ترجمة ما تخطط له مؤسسات الدعاية الامريكية والتي تعمل اشبه بقنوات متوازية تصب وتلقي في النهاية عند مجرى (اذاعة سوا) لانها واحدة من اهم الادوات المنفذة لمخططات هذه المؤسسات والموجهة الى العراق بوصفه الطرف الرئيس في الازمة بل انه مصدر الشرور (على حد تعبير الساسة الامريكان).

ونظراً لمحدودية تأثير القنوات الدعائية الاخرى سواء شبكات التلفاز او الوسائل المطبوعة على العراق، فقد اعتمدت السياسة الدعائية الامريكية على (اذاعة سوا) كواجهة دعائية مباشرة مع العراق، نظراً لانها موجهة الى شعبه اولاً، ولسهولة التقاطها وعدم امكانية تشويشها ثانياً، فضلاً عن ان عملية الاستماع لا تتطلب مجهوداً كبيراً مثل القراءة، اذ يمكن ان يستمع لها ابن المدينة وابن البادية والجندي في ساحة الحرب بكل سهولة.

اعتمدت (اذاعة سوا) على طريقة بث النشرات الاخبارية بشكل موجز وسريع تصاحبه الموسيقى الهادئة. وكذلك البرامج الخفيفة التي تعد من اكثر الاشياء جذباً للمستمعين فاستخدمت (سوا) هذه الطريقة مع التركيز على الطبيعة السريعة للمجتمع الامريكي وتاريخ هذا المجتمع وثقافته. كما استخدمت (اذاعة سوا) اسلوباً دعائياً جديداً لمخاطبة المواطن العربي ولا سيما العراقي من خلال توظيف الموسيقى واغاني البوب التي تشغل نسبة (٧٥%) من اجمالي الارسل. وكذلك التركيز على اغاني (الدويتو) او الغناء المشترك الذي يجمع مطربة ومطرب واحد عربي واخر من جنسية اجنبية، مثل الاغنية التي جمعت (عاصي الحلاني وشيكاري) و(حكيم وبريتني سبيرز) وكذلك التي جمعت (خالد الجزائري ونيوكيدز ان ذي بلوك) وغيرها. وفي اشارة بأن الموسيقى العربية والغربية منسجمة فيما بينها، بحسب ما قاله (نورمان باتيرز) ((ان المحطة وادراكاً منا لما تتمتع به الموسيقى العربية والغربية من انسجام ستقوم بدمجها على الهواء، وان دمج اغاني المطربين حكيم وخالد مع برتني سبيرز ونيو كيدز ان ذي بلوك، ينساب بشكل طبيعي)).^(١٦٩) وذلك للايحاء بان الشرق هو الغرب والغرب هو الشرق، وما يعيق التواصل بينهما هو الاسلام واللغة العربية، فأذا ازيلت هذه العوائق فان لاشيء يمنع (أي عربي) من ان يكون امريكياً.

ان المتنبع للاذاعة لا يخفى عليه مدى انحيازها تجاه السياسات الامريكية، وتشدها تجاه الملف العراقي، وان الحرب على العراق قائمة لامحال، مهما كان تجاوب الحكومة العراقية مع المساعي الدبلوماسية الرامية لحل الازمة بالطرق السلمية، اذ مارست (اذاعة سوا) حرباً دعائية شرسة ضد العراق وضد أي حكومة اخرى تساند او تحاول مساندة (العمليات الارهابية) او ايواء (الجماعات الارهابية). بينما خاطبت (اذاعة سوا) المواطن العراقي بأسلوب جديد ومغاير لما تنتهجه الاذاعات الموجهة الاخرى، اذ نجدها تقوم بعد كل نهاية نشرة (خاصة بالعراق) او بعد موجز من الاخبار (السوداوية) عن المصير الذي ينتظره الشعب العراقي بعرض اغنية عراقية حزينة لـ(كاظم الساهر) او (رياض احمد) او (ياس خضر) وغيرهم، بغية مخاطبة عواطفه واحاسيسه لاثارتها.^(١٧٠) كما تقدم موسيقى حزينة بعد الاغنية مباشرة.

وقامت (اذاعة سوا) من خلال طائراتها التي استخدمت كمحطات اذاعية متحركة، بالقاء المنشورات للعراقيين، تحمل عبارات متعددة مثل، (ايها المواطن العراقي المظلوم لاتقاوم قوات التحالف لان هدفها تحريرك من نظام صدام وحزبه الدموي)، بغية حملهم على اتخاذ مواقف ضد نظام صدام (السابق)، وعدم مقاومة قوات (التحالف)، لانها تسعى (لتحرير) الشعب العراقي من نظام صدام. والايحاء للمواطن العراقي، بأنه لاجدوى من المقاومة وعليه الجلوس في بيته، لحين وصول قوات (التحالف)، بغية الترحيب بها.

كما تتوجه الاذاعة بنصائح مجانية، كل (خمس) دقائق الى المواطن العربي أن (لايقود السيارة وهو سكران) و(لايتناول مخدرات اثناء النهار) لانها دمرت حياة احدى صديقات (مذيعات الاذاعة) واخر اسمه طارق (لاحظ الاسم الذي تم اختياره وعلاقته بالتاريخ العربي) اذ انها تحذر العربي من عدم تناول المخدرات والمسكرات فقط عند سيطرة السيارة اما في بقية الاوقات فهي مباحة وذلك للايحاء بان العربي اصلاً هو مدمن على المخدرات.^(١٧١)

واستناداً لما تقدم يمكن القول، ان الاعلام الامريكي حاول جاهداً من خلال اذاعة سوا تضليل المواطن العراقي بمعلومات مضخمة ومشوهة، مستغلاً ظروف البلد، بغية تسويق الحرب على العراق او ما يسمى (الحرب على الارهاب) (على حد تعبيرهم) او (حرب التحرير)، وذلك من خلال اساليب دعائية متطورة ومتنوعة، بغية تحقيق الاهداف الدعائية التي تخدم سياسة الولايات المتحدة التوسعية.

ثانياً: تحليل مضمون اخبار اذاعة سوا.

استخدم الكاتب طريقة تحليل المضمون لدراسة اتجاهات (اذاعة سوا) ومضامينها الدعائية ابان المدة التي شهدت التحضيرات الامريكية لشن الحرب على العراق (حرب الخليج الثالثة) وذلك لان منهج او طريقة تحليل المضمون هو وسيلة لشرح وتفسير مضمون المادة الدعائية والكشف عن خصائصها المتميزة. يستخدم تحليل المضمون على نطاق واسع في تحليل المواد الصحفية المنشورة بالجرائد والمجلات للوصول الى معرفة العقلية الكامنة وراء ما نشر او الانتاج الاعلامي وكشف الاساليب الدعائية، واكتشاف الميول والاتجاهات السياسية من خلال التعبيرات المكتوبة او المنطوقة.^(١٧٢)

بسبب كثرة النشرات الاخبارية التي تبثها (اذاعة سوا) وعلى مدار (٢٤) ساعة، تعذر على الكاتب حصرها حصراً (شاملاً) مما دعا الى اختيار نشرة الساعة (١٠،١٥) العاشرة وخمس عشرة دقيقة مساءً، كعينة رئيسة للنشرات، وهي النشرة الخاصة بالعراق نشرة (العراق والعالم)، والتي تصل مدة بثها الى (٣٠) دقيقة، اذ قام- الكاتب- بأخضاعها للبحث، فوجد انها نشرة خاصة بالعراق، وذلك بعد ان

وصلت نسبة الاخبار التي حصرها الكاتب (٦٠٢) خبراً أي بنسبة (٨٠%) كعينة تشمل المدة من (٢٠٠٢/١١/١ الى ٢٠٠٣/٥/١).

جدول (أ) يبين توزيع الاخبار في النشرة الرئيسية خلال مدة الدراسة

ت	توزيع الاخبار	عدد الاخبار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الاخبار الخاصة بالعراق	٤٨٢	٨٠ %	١
٢	الاخبار الخاصة بفلسطين	٦٧	١١ %	٢
٣	اخبار الشؤون العربية الاخرى	٣٠	٥ %	٣
٤	اخبار عالمية مختلفة	٢٣	٤ %	٤
	المجموع النهائي	٦٠٢	١٠٠ %	

❖ معايير تمييز الاخبار الدعائية

طبق الكاتب اكثر من معيار واحد على الاخبار المشمولة بالعينة لتمييز الخبر الدعائي عن نظيره غير الدعائي وكما يأتي:

١- اختبار المجاهرة.. الذي يعد من اسهل طرق التعرف على الدعاية، اذ تعلن الوسيلة الاعلامية صراحة، انها تتحدث باسم احد اطراف النزاع، واذا اخذنا هذا الاختبار معياراً اولياً في الاساس الذي يستند اليه لوجدنا ان (اذاعة سوا) هي اداة دعائية رسمية للولايات المتحدة الامريكية

٢- اختبار المصدر: ويستهدف معرفة المصدر الذي تعتمد عليه وسيلة الاتصال في اخبارها وتعليقاتها، وعند تطبيق ذلك على عينة التحليل المأخوذ من (اذاعة سوا)، قام الكاتب بدراسة الاخبار بدقة، بغية فرز وتمييز مصادرها باستخدام الاسلوب التكراري مع كل خبر، وفي النهاية تمكن الكاتب من الحصول على النتيجة المبينة في الجدول (ب). التي تعطي البرهان الواضح على ان (سوا) اعتمدت مصادر الجهة التي تقف وراءها بصورة رئيسة في توجهاتها الدعائية.

جدول (ب) يبين توزيع الاخبار حسب المصدر

ت	توزيع الاخبار	عدد الاخبار	النسبة المئوية	المرتبة
١	سياسية وعسكرية واعلامية	١٣٨	٢٩ %	١
٢	مراسلو اذاعة سوا	٩٨	٣٠،٢٠ %	٢

٣	مجهولة او خاصة	٨٥	٦١٧ %	٣
٤	وكالات الانباء العالمية	٧٧	١٦ %	٤
٥	مصادر مقربة	٤٤	٩١ %	٥
٦	الصحف والدوريات	٤٠	٨ %	٦
	المجموع النهائي	٤٨٢	١٠٠ %	

١- اختيار التشويه: ويستخدم لمعرفة الاتجاه الذي تتخذه العبارات المختلفة في موضوع ما لمعرفة مدى التشويه المتعمد للحقائق الواردة فيه عن طريق مقارنة تلك الاتجاهات باهداف الدعاية العلنية. والاختبار هنا هو محاولة للقياس المنظم او المقارنة بين وحدات معينة بشأن خاصية محددة، أي البحث عن المنطق الدعائي الذي يسمح بالتجانس في عناصر الدعاية، والدعاية عملية اقناع والفرق بين التلاعب والاقناع هو ان الاخير ينسب للكلمات والمفاهيم مدلولات متطابقة مع الظروف الموضوعية، وذلك في اطار تقديم الواقعة وسوق الحجة الواضحة وفي هذه العلاقة بين الواقعة- محور الخبر- وسياق سرد الواقعة يكمن المغزى الدعائي وبعده في المفردات والرموز المستخدمة في الخبر.

واستناداً للتعريف المذكورة انفاً، قام الكاتب باستخلاص مجموعة معايير وجدها مشتركة في غالبية التعاريف او متفقاً عليها، ثم جرت مقارنة اخبار العينة كافة مع تلك المعايير، فأذا وجد الخبر يتطابق مع معيار معين عده خبراً دعائياً ووضع عدداً تكرارياً امام ذلك المعيار، واذا لم تنطبق عليه تلك المعايير استبعده من العينة. وبالتالي توصل الى النتائج الاتية في الجدول (ج).

جدول (ج) يبين توزيع الاخبار حسب قياس المعيار الدعائي

ت	معايير قياس المنطق الدعائي	عدد الاخبار	النسبة المئوية	المرتبة
١	تحرير ونقل الاخبار بشكل يخدم الدعاية، واغفال بعضها الاخر	١٣٤	٣٢ %	١
٢	اختلاق القصص وتلفيقها بطريقة تبدو معقولة وقابلة للتصديق	١٢٢	٣٠ %	٢
٣	تكريس الافكار المؤيدة لوجهة نظر الدعاية	٩٧	٢٣ %	٣
٤	استخدام اساليب مختلفة لممارسة الضغط العاطفي والاغتصاب النفسي	٤٠	١٠ %	٤

٥	الافصاح عن البيانات والحقائق المثيرة والمخيفة	١٩	١٩ %	٥
	المجموع النهائي	٤١٢	١٠٠ %	

وبناءً على هذا الاختبار أو القياس الذي وضعناه تبقى لدينا (٤١٢) خبراً، من مجموع الاخبار الموجهة للعراق، وهي (٤٨٢) خبراً، تضمنت شروط الخبر كافة أو المنطق الدعائي، وتم استبعاد (٧٠) خبراً لعدم انطباق شروط أو معايير الخبر الدعائي عليها، لذا فستكون عينة التحليل الممثلة لمجتمع البحث هي (٤١٢) خبر دعائي تغطي المدة من (٢٠٠٢/١١/١ - ٢٠٠٣/٥/١).

❖ اسباب اختيار الاخبار مجالاً للبحث.

تمتاز الاذاعات الموجهة بأن لها اهدافاً محددة تبتغي تحقيقها من خلال بث مادة معينة تستهدف جمهوراً معيناً، وان هذه المادة لا تثبت ارتباطاً، وانما تخضع لحسابات دقيقة، تأخذ بنظر الاعتبار طبيعة ذلك الجمهور وثقافته ولغته والافاق التي يستمع اليها. فضلاً عن حسابات فنية اخرى.

وتعد الاخبار هي المادة الرئيسة في سياسة كل اذاعة موجهة أو في سياسة الجهة التي تقف وراءها، ذلك لما تلعبه الاخبار بمختلف اشكالها وانواعها من دور مهم في توصيل المنطق الدعائي للجمهور (المستهدف) بأعتبارها اكثر المواد الاعلامية تداولاً وترتبط بأحداث انية.

وعلى الرغم من ادراكنا ان المنطق الدعائي الموجه الى المستمع العربي عموماً والمستمع العراقي خصوصاً، من (اذاعة سوا) يمكن ان تحملها البرامج السياسية والثقافية المختلفة الاخرى، فضلاً عن مادة الاخبار، فإن عينة هذا التحليل اقتصرت فقط على الاخبار من اذاعة سوا للمدة المحددة (سابقاً)، نظراً لما تتميز به الاذاعة وهو عدم احتوائها على برامج متنوعة كباقي الاذاعات، فيما عدا (الاخبار والاغاني وفواصل لتقديم النصح للمواطن العربي والعراقي)، ومن الصعوبة اخضاع الاغاني الى التحليل. كما وجد الكاتب ان هناك اسباباً اخرى دفعت لاختيار الاخبار كمجال للبحث.. منها:

١- ان الاخبار هي المادة الرئيسة لكل اذاعة بل تعد مرتكز الاذاعة وفي (اذاعة سوا) خاصة على الرغم من ان نسبتها قليلة قياساً بالاغاني والموسيقى، الا انها تكاد تكون موجهة خصيصاً للعراق (لان نسبة الاخبار التي تتحدث عن العراق في (اذاعة سوا) تقدر بـ (٨٠%).

٢- لان الاخبار غالباً ما تتعلق بحوادث حقيقية أو مفبركة تتجه الى الطرف المستهدف، من قبل الداعية. بالتالي فإن الخبر كحدث يمكن ان يثير اهتمام

المواطن ويؤثر في سلوكه اكثر من اية مادة اخرى.

٣- ان الاخبار يمكن التحقق من صدقها بناء على محكات خارجية معينة، وبالتالي فهي ملموسة او ذات طابع واقعي اكثر من المواد السياسية الاخرى.

٤- تخلق الازمات (كالحروب والكوارث) من المواطن القريب من موقع الحدث او في قلبه مستمع جيد للاخبار، وذلك بغية التعرف على ما يحدث في بلده من تطورات او ما يدور حوله من احداث، ولا سيما في اثناء اندلاع المعارك وما تخلفه غالباً من قطع التيار الكهربائي مما يتعذر على (المتلقي) معرفة الاخبار من شاشة التلفاز.

اجرى الكاتب عملية تحليل المضمون لاجبار (اذاعة سوا) فتمكن من استخلاص الاتجاهات والافكار الرئيسية التي تناولتها الاذاعة للمدة من ٢٠٠٢/١١/١ الى ٢٠٠٣/٥/١ والجدول (د) الاتي يبين توزيع تلك الافكار.

جدول (د) يبين توزيع الاتجاهات والافكار والموضوعات الرئيسية الناتجة عن التحليل

ت	الاتجاهات الرئيسية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	امتلاك العراق اسلحة الدمار الشامل	٤٧	٥٠,١١ %	١
٢	امريكا تسعى (لتحرير) الشعب العراقي من نظام (صدام)	٤٤	٨٤,١٠ %	٢
٣	العراق يهدد السلام العالمي	٤٢	٣٤,١٠ %	٣
٤	ضرورة تنحي صدام عن السلطة	٤٠	٨٤,٩ %	٤
٥	امريكا تسعى لاحلال السلام العالمي	٣٥	٦٤,٨ %	٥
٦	العراق الراعي الاول للارهاب	٣٢	٨٤,٧ %	٦
٧	التشكيك بقدرة العراق على المقاومة	٣٠	٣٤,٧ %	٧
٨	التشكيك بنزاهة ومصداقية فرق التفتيش	٢٤	٩٤,٥ %	٨
٩	تضخيم القدرات العسكرية للقوات المتحالفة	٢٢	٤٤,٥ %	٩
١٠	تباين الاراء بين الدول العربية بشأن الحرب على العراق	٢٠	٩٤,٤ %	١٠
١١	العمل على اعادة اعمار العراق	١٧	٢٤,٤ %	١١

ت	الاتجاهات الرئيسية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١٢	تناقض في الموقف الاوربي بشأن الحرب على العراق	١٥	٧,٣ %	١٢
١٣	قوات التحالف تحقق انتصارات باهرة	١٥	٧,٣ %	١٢
١٤	تخبط في موقف واهداف امريكا	١٣	٢,٣ %	١٣
١٥	نجاح الحملة العسكرية بعد (سقوط بغداد)	2١	٩,٢ %	١٤
	المجموع النهائي	٤٠٨	١٠٠ %	

♦ تحليل النتائج

يتبين من خلال الجدول (د) ان الاتجاهات والافكار التي تم عرضها من خلال (اذاعة سوا) استناداً الى عينة التحليل المتوفرة. قد توزعت على (١٥) فئة او اتجاه رئيس. وعموماً فإن هذه الاتجاهات تدور حول خمسة محاور رئيسية، عملت الدعاية الامريكية على توكيدها في توجهاتها الى العراق. وهي:

١- التوكيد على امتلاك العراق الاسلحة الكيماوية والمحظورة وضرورة العمل على نزعها.

٢- الايحاء بأن الهدف من الحملة الامريكية هو (تحرير) الشعب العراقي من النظام البعثي (السابق) وابعاد صدام عن السلطة.

٣- زرع الشك وعدم الثقة بين الشعب العراقي وقيادته.

٤- تقديم امريكا على انها النموذج العالمي الذي يهدف القضاء على الارهاب، بغية نشر السلام بين الشعوب.

٥- ابراز اهمية الطاقة بالنسبة للعالم الغربي.

بعدها قام الكاتب بالتحليل الكمي لكل فئة رئيسية او اتجاه على حدة، بحيث ان كل موضوع او فكرة اخذ جدولاً خاصاً به، وزعت عليه الفئات الفرعية التي استقاها الكاتب بالتحليل، والتي تناولتها الفكرة الرئيسية معززة بالاعداد والنسب المئوية، وعليه فان التحليل النوعي والكيفي للموضوعات التي تناولتها (اذاعة سوا) يستند الى (الجدول الفرعية)، واضعين بنظر الاعتبار عنصر السياق الزمني الذي طرحت فيه الافكار، وذلك بغية الوصول الى المضامين الدعائية التي تسعى الولايات المتحدة الى

اشاعتها من خلالها، فضلاً عن تأشير وشرح اهم الاهداف المبتغاة من وراء هذا الطرح الدعائي، وفيما يأتي التفسير والتحليل لهذه الاتجاهات الدعائية(*)

اولاً: امتلاك العراق أسلحة الدمار الشامل.

نال هذا الاتجاه المرتبة الاولى بين اهتمامات واتجاهات (اذاعة سوا)، اذ حصل على (٤٧) تكراراً بنسبة (١١,٥%) ويمكن تقسيم اهتمامات هذا الاتجاه الى اربع فئات فرعية وهي:

١ - العراق اعاد فتح منشآته النووية

حصلت هذه الفئة على (١٨) تكراراً بنسبة (٣,٣٨%)، وتم التركيز عليها بشكل كبير اذ اكدت الولايات المتحدة على لسان الرئيس الامريكي جورج بوش الابن بأن ((العراق قد اعاد فتح منشآته النووية بعد طرده لفرق التفتيش عام ١٩٩٨)). وحاولت الادارة الامريكية التاكيد بأن ((رفع كاميرات المراقبة عن المنشآت العراقية ساعد العراق كثيراً في استئناف العمل بمشروعه الكيماوي، وفي الوقت الذي ازدادت فيه المخاوف من امكانية العراق لتصنيع اسلحة كيماوية، يمكن ان تهدد امن الولايات المتحدة)). والغرض من وراء تلك التصريحات هو الايحاء، بأن العراق يمتلك اسلحة محظورة، لذلك تعمل الولايات المتحدة، بغية نزاعها من (صدام) الذي يمكن ان يهدد بها امن العالم، اذ اعلن الرئيس الامريكي أن ((لديه الادلة على امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل)).

واستغلت الدعاية الامريكية تصريح (حسام محمد امين) رئيس دائرة الرقابة الوطنية العراقية (سابقاً) بقوله ((ان صدام سيقدم ملف التسليح قريباً)). فأثارت منه ضجة دعائية ضخمة، في محاولة للتوكيد على امتلاك العراق للأسلحة المحظورة ((على عكس ما اعلنه صدام في وقت سابق)). كما ركزت على ملف التسليح العراقي، الذي قدمه الى لجان التفتيش في (٢٠٠٢/١٢/٧)، اذ اعلنت انه ((تم نقل ملف التسليح العراقي الذي قدمه مؤخراً الى فرق التفتيش بطائرة خاصة)) في محاولة لتضخيم الحدث، بغية التوكيد على ان العراق فعلاً يمتلك اسلحة كيماوية وان ضخامة هذا الملف تشير الى ذلك، وعمدت على تحريف حديث العالم العراقي (كاظم مجبل) خلال استجوابه من قبل لجان التفتيش، اذ قالت الاذاعة ((نفى العالم العراقي كاظم مجبل علاقته ببرامج التسليح النووية)) وذلك للايحاء، بأن العراق يمتلك برنامجاً للتسلح على عكس ادعاءات حكومته.

(*) اخضع الكاتب نشرة اخبار (العراق والعالم) في اذاعة سوا للبحث والتحليل من خلال الانصات الشخصي للاذاعة للمدة من ٢٠٠٢/١١/١ لغاية ٢٠٠٣/٥/١

٢- استيراد العراق مصانع متنقلة لأنتاج الاسلحة الكيماوية.

حصلت هذه الفئة على (١٣) تكراراً بنسبة (٢٧,٧ %) وتم التركيز فيها على ان ((العراق استورد مصنعين متنقلين لأنتاج الاسلحة الكيماوية، تستخدمها الحكومة العراقية لأنتاج وتصنيع اسلحتها الكيماوية))، الا ان الجانب العراقي نفى ذلك على لسان (حسام محمد امين) رئيس دائرة الرقابة (السابق) بقوله ((ان تلك المصانع استوردها العراق، لغرض استخدامها في فحص البذور ولا علاقة لها بانتاج اسلحة كيماوية))، الا ان الادارة الامريكية لم تعر اهتماماً للتبريرات العراقية بهذا الشأن، بل انها اتهمت دولاً اخرى بالتورط بتصدير المصنعين الى العراق بقولها ((ربما تكون روسيا متورطة بذلك العمل)).

٣- امتلاك العراق لصواريخ تحمل رؤوساً نووية

حصلت هذه الفئة على (٩) تكرارات بنسبة (١٠,٩ %)، اذ بالغت واكدت على لسان المتحدث الرسمي بأسم فرق التفتيش عن ((اكتشاف عبوات كيماوية فارغة في مكان مهجور في العراق))، كما اعلن الرئيس الامريكي مع بدء العمليات العسكرية على العراق في (حرب الخليج الثالثة)، بأن ((لديه ادلة على امتلاك العراق صواريخ تحمل رؤوساً نووية)) فيما اعلن وزير الخارجية الامريكية (كولن بول) في اثناء زيارته للسويد، أنه متأكد من ((امتلاك العراق لصواريخ عيار (١٢٣)، القادرة على حمل كميات كبيرة من المواد الكيماوية، وبذلك فإنه يشكل تهديداً لجيرانه)).

٤- استيراد العراق لليورانيوم المنضب من النيجر

حصلت هذه الفئة على (٧) تكرارات بنسبة (١٤,٩ %) وجرى التركيز خلالها على تورط العراق باستيراد مادة اليورانيوم من النيجر (حسب ادعائهم)، اذ اعلن الرئيس الامريكي (بوش) في خطابه أن ((لديه ادلة على استيراد العراق لليورانيوم من النيجر وذلك لأستخدامه في انتاج اسلحته الكيماوية)). وبالرغم من طلب العراق المتكرر من الولايات المتحدة بتقديم الادلة على ذلك، الا ان المسؤولين الامريكان اعلنوا ان ((الادلة ستقدم في الوقت المناسب)) وعموماً يمكن بيان اهم المضامين الدعائية التي يحملها هذا الاتجاه وهي:

أ- توكيد امتلاك العراق للأسلحة الكيماوية ويجب العمل على نزعها.

ب- الايحاء بإمكانية استخدام تلك الاسلحة في الاعمال (الارهابية) وتهديد الامن والسلم العالمي.

ج- التاكيد على ان امتلاك العراق للأسلحة الكيماوية، يعني تهديداً مستمراً لدول الجوار.

ثانياً: امريكا تسعى (لتحرير) الشعب العراقي من نظام صدام

حظيت هذه الفئة الرئيسية بالمرتبة الثانية بين اهتمامات واتجاهات (اذاعة سوا)، اذ حصلت على (٤٤) تكراراً بنسبة (١٠,٨%)، واستخدمت الاذاعة اسلوب التضليل بشكل كبير خلال هذه الفئة، ويمكن تقسيم اهتمامات هذه الفئة الى اربع فئات فرعية وهي:

١- ستكون حرب (التحرير) حرباً نظيفة وخاطفة

حصلت هذه الفئة على (١٦) تكراراً بنسبة (٤,٣٦%) اذ استخدمت الاذاعة وطول مدة الدراسة عبارة (حرب التحرير) في محاولة لتضليل المواطن العراقي، بغية ايهامه بأن هدف الحرب تخليص شعبه من (العبودية) و(الدكتاتورية) فنجد ان المسؤولين الامريكان يؤكدون دائماً ان هذه الحرب ستكون قصيرة جداً (مثل لمح البصر)، ولن توقع في اثائها أي قتلى لان الشعب العراقي (على حد زعمهم) لن يقاوم (قوات التحرير)، اذ اعلنت الاذاعة ((ان حرب تحرير العراق من الطاغية صدام ونظامه البعثي ستكون حرباً نظيفة وخاطفة)) وركزت على ان مدة الحرب لن تستغرق سوى ((بضعة ايام تستخدمها قوات التحرير للانتشار في ارض العراق (الواسعة))

ويكمن تاثير اهم المضامين الدعائية التي حملها هذا الطرح. وهي:

أ. توكيد ان (قوات التحرير) ستدخل العراق دون قتال.

ب. ان مهمة القوات ابعاد صدام عن السلطة، وازالة نظامه البعثي (السابق) ومن

ثم الخروج على الفور من العراق.

ج. توكيد ان الشعب العراقي سيستقبل القوات بالورود والاهازيح

٢- نظام صدام (السابق) يضطهد الشعب العراقي

حصلت هذه الفئة على (١٢) تكراراً بنسبة (٣,٢٧%) ركزت خلالها الاذاعة على الاعمال التي قام بها صدام ونظامه البعثي ضد الشعب العراقي، ((بينما ينشغل صدام ببناء قصوره الفارهة يعاني شعبه من الجوع جراء حروبه المتواصلة)) كما اوضح المسؤولون الامريكان ((ان صدام وعصابته من التكراتة يعاملون الشعب (كالعبيد)) وركزت الاذاعة على ابراز الحياة التي يعيشها شعبه (المسكين) فأشارت الى ان ((صدام يستغل ثروات الشعب العراقي لأغراضه الشخصية متجاهلاً حق شعبه بهذه الثروات))، وان ((صدام يفرض على شعبه قيوداً حولت حياتهم الى جحيم، اذ ان الذي عاصر صدام خلال مدة حكمه لم يهنأ بحياته)). ويرى الكاتب ان هذا الطرح يهدف في الاساس الى خلق فجوة بين الشعب وقياداته (السابقة)

بزرع الشك وعدم الثقة بينهما، بغية حمل هذا الشعب على اتخاذ موقف معاد لـ(صدام).

٣- العمل على اسقاط النظام البعثي

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرارات بنسبة (٢٢,٧%)، اكدت الاذاعة خلالها ان صورة النظام البعثي (السابق) المتمثلة (بصدام حسين)، اصبحت (مشوهة) في نظر الراي العام وان الراي العام صار يتقبل فكرة التخلص من النظام في العراق بأسلوب عسكري (قسري) من دون التطرق الى مبدأ (الحرية والديمقراطية). الذي ترفع لواءه الولايات المتحدة الامريكية، عندما يتعلق الامر بمصير الشعوب، وفي ذلك نقلت (اذاعة سوا) على لسان (دونالد رامسفيلد) وزير الدفاع الامريكي (السابق) قوله ((لا بد من الاسراع بتوجيه ضربة عسكرية لنظام صدام البعثي في العراق))، مؤكداً على ان ابقاء النظام البعثي على رأس الحكم في العراق ((سيعرض امن المنطقة والعالم بأسره للخطر))، منطلقين من خطط وضعتها المخابرات الامريكية التي تؤكد ضرورة التخلص من شخص (صدام حسين)، اذ تقول الاذاعة ((ان الولايات المتحدة تستهدف الرئيس العراقي ومحيطه، اذا ما اعطى امراً باستخدام الاسلحة الكيماوية او البيولوجية)).

٤- العراق سيصبح انموذجاً للديمقراطية بعد (التحرير)

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (١٣,٦%)، واوضحت الاذاعة من خلال هذا الطرح، بأن الحرب قائمة لا محالة، وان الولايات المتحدة قد رسمت الحياة الجديدة للشعب العراقي، الذي سيتمتع بالحرية والديمقراطية بعد انتهاء الحرب والتخلص من نظام صدام، اذ اكد بوش ((ان العراق سيصبح انموذجاً للديمقراطية يحتذى به في منطقة الشرق الاوسط)) كما قال كولن باول ((اننا عازمون على تحقيق الحرية والديمقراطية للشعب العراقي)).

وتأسيساً لذلك يمكن ابراز اهم المضامين الدعائية التي ابرزتها هذه الفئة:

أ- اصفاء شرعية على العمل العسكري، الذي ستقدم عليه الولايات المتحدة ضد العراق.

ب- العمل على اسقاط النظام البعثي بالقوة العسكرية.

ج- توكيد ان الهدف من الحرب هو تحرير الشعب العراقي من نظام صدام.

د- توكيد على قصر الفترة التي ستستغرقها تلك الحرب، التي لن تشهد اية معارك وستكون حرباً نظيفة وخالية من القتل.

ثالثاً: العراق يهدد السلام العالمي.

نال هذا الاتجاه الرئيس المرتبة الثالثة بين اهتمامات واتجاهات الدعاية الامريكية من خلال (اذاعة سوا)، اذ حصل على (٤٢) تكراراً بنسبة (١٠,٣%) ويمكن تقسيم هذا الاتجاه الى ثلاث فئات فرعية وهي:

١- العراق (الخطر) الذي يهدد دول الجوار.

حصلت هذه الفئة على (١٩) تكراراً بنسبة (٤٥,٢%)، وحاولت الاذاعة من خلال هذا الطرح تخويف الدول المجاورة للعراق من (الخطر) العراقي الذي بات يهددها بشكل كبير واخذ هذا الطرح الدعائي يركز على النقاط الاتية:

أ- ازدياد خطورة العراق بامتلاكه اكبر احتياطي نفطي عالمي.

اذ ابرزت اخبار الاذاعة ((ان العراق اصبح يمتلك (١٠%) من الاحتياطي العالمي بعد سنوات الحصار والحرب)) كما اكدت ان العراق ((سوف يصبح اكبر دولة في العالم من حيث الاحتياطي وقوة هائلة في المستقبل)) وفي محاولة للايحاء، بأن هذه القوة سوف تستغل للتوسع على حساب جيرانه، كما انها ركزت على قيام العراق ((بزيادة حجم الصادرات النفطية وحجم الانتاج)) للايحاء باهمية هذه الزيادة وتأثيرها على الدول الخليجية المنتجة للنفط

ب- التركيز على ان العراق لازال يهدد الكويت.

وركزت خلالها على تصريحات الرئيس العراقي (الاسبق) الذي يتهم الكويت بالتحريض ضد بلاده، اذ قالت الاذاعة ((حرض الرئيس العراقي الكويتيين على القيام بأعمال ارهابية ضد القوات الامريكية في الكويت، وكذلك ضد النظام الكويتي)) وذلك من خلال الرسالة التي وجهها (صدام) الى الشعب الكويتي، كما اوضحت ان ((صدام يهدد بضرب البلدان التي تسمح للولايات المتحدة باستخدام اراضيها في الحرب على بلاده وخاصة الكويت)).

فيما اثارت ضجة اعلامية، بعد التحذير الذي وجهه (طارق عزيز) نائب رئيس مجلس الوزراء العراقي (الاسبق) للعرب وحثهم على عدم تقديم أي نوع من انواع المساعدة للقوات الامريكية، اذ اشارت الاذاعة الى ان (طارق عزيز) ((يهدد العرب اذا ما حاولوا مساعدة امريكا وحلفائها او التعاون معهم))، في محاولة لأثارة الفتن بين العراق والدول العربية بغية خلق فجوة بين الدول العربية وعزل العراق تماماً عن محيطه العربي.

ج- امكانية استخدام العراق للسلح الكيماوي ضد جيرانه.

اذ حاولت الاذاعة الربط بين امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل وبين احتمال استخدامها ضد (قوات التحرير) او ضد أي بلد عربي تتواجد فيها القوات الامريكية، وفي ذلك تقول ((تسود مشاعر القلق شتى ارجاء الخليج من أن العراق قد يبادر بأستخدام الاسلحة الكيماوية اذا ما نشبت الحرب)). ووضح المسؤولون الامريكان، بأن القوات الامريكية ((قد تكون مضطرة لأستخدام الاسلحة الكيماوية في حالة مبادرة العراق باستخدامها)).

اما اهم المضامين الدعائية التي حملها هذا الطرح هي:

- ١- ابراز خطورة العراق وتهديده لدول المنطقة اذا ما ترك على حاله.
- ٢- تأكيد شرعية الحملة الامريكية ضد العراق، واضفاء صفة المنفذ والمدافع عن حقوق الشعوب عليها.
- ٣- التلويح بأستخدام الاسلحة الكيماوية.

٢- العراق يهدد امن الولايات المتحدة وحلفائها.

نالت هذه الفئة (١٣) تكراراً بنسبة (٣١%) وحاولت الاذاعة خلالها التأكيد أن (صدام) هو الذي يهدد امريكا وبريطانيا من خلال التحذيرات والتصريحات التي يطلقها موعداً بها امريكا ومن يساندها، اذ اعلنت ((وجه الرئيس العراقي تهديداً الى الولايات المتحدة وحلفائها في حالة اعلان الحرب ضد بلاده، اذ توعد الرئيس العراقي بضرب كل من يحاول الاعتداء على العراق، ولم يحدد صدام أي انواع الاسلحة التي يستخدمها لكنها تبدو عنيفة))، وارادت من وراء ذلك الايحاء، أن العراق يمتلك اسلحة محظورة يمكن ان يهدد بها العالم بأسره، ما دام هدد الولايات المتحدة.

كما انها افتعلت ضجة دعائية كبيرة عندما قامت المقاومة الارضية بفتح نيرانها على الطائرات الامريكية التي تحلق فوق منطقة حظر الطيران على خط (٣٢) شمال وجنوب بغداد واعلنت ((ان الجيش العراقي قام بأسقاط طائرة امريكية اثناء اداء واجبها جنوب العراق، مما يمثل تهديداً صريحاً لأمن الولايات المتحدة)). وتريد التأكيد على ان امريكا لها الحق بالتحليق فوق تلك المناطق على وفق قرارات مجلس الامن، كما اوضحت ان (صدام) ((بدأ يستعرض لقواته تفاصيل التدريب على القتال العنيف مع القوات الامريكية)) وعدت ذلك تهديداً للقوات الامريكية المتواجدة في المنطقة.

ومن اهم المضامين الدعائية التي حملتها هذه الفئة هي:

- ١- التأكيد بأن صدام حسين يهدد بضرب الولايات المتحدة وحلفائها.

- ٢- صدام يحرض الجماعات (الارهابية) لضرب المصالح الامريكية في العالم.
٣- ابراز الجيش العراقي هو (المعتدي) على القوات الامريكية من خلال التعرض لطائراتها، ولامريكا الحق بالدفاع عن نفسها.

٣- العراق يتحمل مسؤولية الحرب.

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرارات بنسبة (٢٣,٨%)، وارانء من خلالها التركيز على ان العراق هو الذي يتحمل مسؤولية الحرب ((لانه غير جاد في حل الازمة)) كما انه ((رفض دخول لجان التفتيش للعراق للبحث عن اسلحة محظورة)) واءءت قيام الحكومة العراقية (السابقة) بتوفير مستلزمات الحرب مسبقاً، فأوضءت ((ان العراق يوفر مستلزمات الحرب في اطار التحضير لهذه الحرب)) في محاولة للايحاء، بأن العراق هو الذي يريد اندلاع الحرب وليس الولايات المتحدة. وفي اطار هذه الحملة الدعائية قامت الاذاعة باقتطاع جزء من تصريح الرئيس العراقي (الاسبق) الذي يءم مخططها الدعائي وافتعلت منه ضجة اعلامية، فأعلئت ان صدام حسين يؤكء ((بأن الحرب وشيكة)).

واستناداً لما تقدم يمكن ابراز اهم المضامين الدعائية التي حملها هذا الطرح.

- أ- اضطرار الولايات المتحدة لشن الحرب على العراق.
ب- العراق بإمكانه انهاء المشكلة ولكنه غير جاد في التعاون، في محاولة لرمي الكرة في ساحة العراق.
ج- التوكيد على اجراء العراق كافة الاستعدادات لبدء الحرب.
وعموماً يمكن ان نؤشر اهم المضامين الدعائية التي حملها هذا الاتجاه وهي:
أ- التوكيد ان العراق بإمكانه تحويل الكرة الارضية الى رماء.
ب- العراق يشكل تهديداً صارخاً للامن والسلام في العالم ويجب التعاون للحفاظ على الامن والسلام.
ج- الايحاء بأن صدام حسين يسعى للسيطرة على العالم.

رابعاً: ضرورة تنحي (صدام) عن السلطة.

حصلت هذه الفكرة الرئيسة على المرتبة الرابعة بين توجهات الاذاعة، اء نالت (٤٠) تكراراً بنسبة (٩,٨%). ويمكن تقسيم اهتمامات هذه الفكرة الى ثلاث فئات فرعية وهي:

١- انتهاك (صدام) لحقوق الانسان.

حصلت هذه الفئة على (١٨) تكراراً بنسبة (٤٥%)، اءءت خلالها الاذاعة عن الاعمال التي قام بها (صدام) وشكلت انتهاكاً لحقوق الانسان، اء اوضءت ((ان

صدام قتل عشرات الالاف من الابرياء بقمع انتفاضة الشيعة عام ١٩٩١))، وان ((صدام ونظامه البعثي ارتكبا جريمة نكراء بحق المواطنين العزل في شمال العراق عام ١٩٨٨، بعد قيام شقيقه (علي كيماوي) بضرب المدنيين هناك بالاسلحة الكيماوية فأسقط اكثر من خمسة الاف من الابرياء في مدينة حلبجة بمحافظة السليمانية في عملية اطلق عليها بعملية الانفال)) متناسية ان ذلك العمل (الاجرامي) جاء بمباركة ودعم الولايات المتحدة في حينها، كما اشارت الى ان (صدام) قام ((بانتهاك حقوق الانسان بأعتدائه على جارته المسالمة إيران وغزوه للكويت)). وذكرت الاذاعة انه ((على الرغم من الدمار الذي الحقه العراق بجارته ايران خلال حربهما، فأن ايران زادت حجم التبادل التجاري مع جارتها العراق)).

ويرى الكاتب ان الدعاية الامريكية من خلال (اذاعة سوا)، ارادت من وراء ذلك (التكرار) التذكير بالحرب (العراقية- الايرانية)، بغية اثارة الفتن وتكريس الكراهية ضد نظام صدام من جهة، ولكسب تأييد ايران في الحرب على العراق من جهة اخرى.

٢- درء الحرب مرهون بتنحي (صدام) عن السلطة.

حصلت هذه الفئة على (١٣) تكراراً بنسبة (٣٢,٥%)، اذ حاولت الاذاعة الايحاء، بأن ابعاد شبح الحرب عن الشعب العراقي مرتبط بتنحي (صدام) عن السلطة في العراق. فقالت ((ان من الضروري تنحي صدام ونظامه القمعي عن الحكم في العراق)) وذلك بغية درء شبح الحرب عن شعبه (المسكين) الذي ضحى من اجله كثيراً، لذلك يجب على ((صدام) التضحية من اجل شعبه، مثلما اعطاه ذلك الشعب الكثير في حروبه الغير شرعية))، فأرادت الادارة الامريكية من خلال دعايتها عبر الاذاعة التظاهر بأنها تعمل لمصلحة ذلك الشعب. ولكن (صدام) هو الذي يتحمل مسؤولية معاناة شعبه، في حالة عدم تنحيه عن السلطة دون قتال، في محاولة لأحداث فجوة بين الشعب والحكومة.

٣- امن المنطقة مرتبط بأسقاط النظام البعثي.

نالت هذه الفئة (٩) تكرارات بنسبة (٢٢,٥%)، وحاولت خلالها الاذاعة الايحاء، بأن امن المنطقة مهدد بالخطر ما دام (صدام) ونظامه البعثي على رأس السلطة في العراق، وان تحقيق هذا الامن وابعاد الخطر عن دول المنطقة مشروط بأبعاد نظام صدام عن الحكم في العراق، اذ قالت ((ان امن الخليج ودول الجوار سيبقى مهدداً اذا مابقى حزب البعث على رأس السلطة في العراق)) في محاولة للايحاء، بأن المنطقة تبقى في خطر دائم مع بقاء حكومة صدام البعثية لان (صدام) يشكل تهديداً للانظمة الخليجية (على حد تعبيرهم)، وأشارت الى انه ((اذا ارادت

منطقة الشرق الاوسط العيش بهناء، فالتعمل على التخلص من النظام البعثي الارهابي في العراق)).

واستناداً لذلك يمكن تحديد اهم المضامين الدعائية التي حملتها هذه الفكرة

وهي:

أ- توكيد ضرورة تنحي (صدام) عن السلطة دون شروط.

ب- العمل على ايقاف انتهاكات (صدام) لحقوق الانسان.

ج- توكيد امتلاك العراق لأسلحة كيمياوية من خلال التركيز على عملية الانفال في الشمال.

د- ابراز التهديد العراقي لأمن دول المنطقة.

هـ- التوكيد على ان النظام العراقي (السابق) اصبح (غير مرغوب) به دولياً

خامساً: امريكا تسعى لأحلال السلام العالمي.

حظي هذا الاتجاه بالمرتبة الخامسة من بين اتجاهات الاذاعة، اذ حصل على

(٣٥) تكراراً بنسبة (٨,٦%) ويمكن تقسيم هذا الاتجاه الى ثلاث فئات فرعية هي:

١ - ضرورة التصدي للامال (الارهابية).

حصلت هذه الفئة على (١٤) تكراراً بنسبة (٤٠%)، اذ ركزت من خلالها

الاذاعة على سعي الولايات المتحدة الحثيث للتصدي للامال (الارهابية) التي تهدد

الامن والسلام العالمي اذ اوضحت بأن (صدام) يأوي جماعات (ارهابية) في بلده

فأشارت الى ((الكشف عن تنظيم للقاعدة شمال العراق ضمن تنظيم اطلق على نفسه

اسم انصار الاسلام)).

كما حاولت الربط بين القيادة العراقية (السابقة) وحكومة طالبان (السابقة)

بقولها ((لافرق بين حكومة صدام وحكومة طالبان، فكلاهما يرفعى الارهاب))، في

محاولة للحط من قدر القيادة العراقية بوصفها (راعية للارهاب)، ذلك للايحاء بأن

العراق يساند (الجماعات الارهابية).

وعموماً يمكن تأشير اهم المضامين الدعائية التي يحملها هذا الطرح وهي:

أ- العراق يشجع الامال (الارهابية) ضد الولايات المتحدة.

ب- التوكيد على التصدي لأعمال العنف التي يمارسها النظام البعثي في العراق.

ج- صدام راعي (الارهاب) الاول في العالم.

٢ - امريكا تسعى للدفاع عن حقوق الانسان.

نالت هذه الفئة (١١) تكراراً بنسبة (٣١,٤%) اوضحت خلالها الاذاعة ان الولايات المتحدة لا تريد الحرب من اجل رغبته في شن الحرب او تدمير القدرات العراقية انما ((تسعى للدفاع عن حقوق المواطن العراقي التي صادرها صدام طوال ثلاثة عقود ونصف)) كما اذاعت خبراً مفاده ((قامت الامم المتحدة بمناقشة دعوى قدمها مواطن عراقي تضررت ممتلكاته بسبب عمل فرق التفتيش)).

فاشارت الاذاعة بأن الرئيس الامريكي ناشد الامين العام للامم المتحدة، بأنصف هذا المواطن بقولها ان الرئيس بوش اكد ((على الامم المتحدة متمثلة بالسيد كوفي انان، مراعاة حقوق الانسان في العراق، ويجب على كل ذي حق ان يأخذ حقه)) وذلك للايحاء، بأن الامم المتحدة ومن خلالها الولايات المتحدة تسعى لتحقيق العدالة، كما انها منشغلة بالحفاظ على حقوق الانسان.

٣- امريكا تأمل من العراق التراجع عن موقفه.

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرارات بنسبة (٢٨,٦%)، وبرزت ان الادارة الامريكية تأمل من العراق التراجع عن موقفه وقبول عودة فرق التفتيش لتجنيب الشعب العراقي ويلات الحرب، اذ اكد الرئيس بوش ((انه يأمل من العراق قبول عودة اللجان لتجنيب الشعبين العراقي والامريكي ويلات الحرب)) في محاولة للايحاء، بأن الولايات المتحدة تريد السلام وتحاول درء خطر الحرب بكل السبل، ولكن العراق لا يريد ذلك.

كما اوضحت ان الرئيس الامريكي ((مستاء كثيراً وقلق من امكانية سقوط ضحايا ابرياء اذا ما اندلعت الحرب))، مستخدمة اسلوب التضليل بشكل مبالغ فيه، بغية الايحاء بأن الرئيس الامريكي (بوش) رجل السلام الاول في العالم.

وعموماً يمكن تأشير اهم المضامين الدعائية التي حملها هذا الاتجاه وهي:

أ- للتوكيد على سعي الولايات المتحدة للدفاع عن حقوق الانسان.

ب- امريكا تسعى للقضاء على (الارهاب) واحلال السلام والامن للعالم.

ج- الايحاء بأن صدام (رجل ارهابي) وان بوش رجل السلام.

سادساً: العراق الراعي الاول للارهاب.

نالت هذه الفئة الرئيسة المرتبة السادسة بين اهتمامات الدعاية الامريكية من خلال (اذاعة سوا)، اذ حصلت على (٣٢) تكراراً بنسبة (٧,٨%)، وتوزعت اهتمامات هذه الفئة الى ثلاث فئات فرعية هي:

١- العراق يأوي جماعات ارهابية.

نالت هذه الفئة (١٣) تكراراً بنسبة (٤٠,٦%)، ركزت فيها الاذاعة على اتهام العراق بأنه يساند تنظيم القاعدة ويأوي عناصر من التنظيم في شمال العراق ويوفر لهم الملاذ الامن.

٢- العراق يتعاون مع اسامة بن لادن.

حصلت هذه الفئة على (١١) تكراراً بنسبة (٣٤,٤%)، حاولت خلاله الاذاعة الايحاء بأن العراق له علاقة مع اسامة بن لادن وتنظيم القاعدة، بقولها ((ان عناصر مخابرات صدام قدموا مساعدات مالية الى تنظيم القاعدة في افغانستان قبيل هجمات ١١/ايلول عام ٢٠٠١))

٣- العراق يزود الجماعات الارهابية بالمتفجرات لضرب المصالح الامريكية.

حصلت هذه الفئة على (٨) تكرارات وبنسبة (٢٥%) اذ نقلت الاذاعة على لسان احد المسؤولين الامريكان بأن العراق ((له علاقة بتفجيرات ١١/سبتمبر ٢٠٠١ لان معلوماتنا الاستخباراتية تفيد بقيام صدام بتزويد عناصر من القاعدة بالمتفجرات قبيل الهجمات))

لقد حاولت الادارة الامريكية من خلال (سوا) الايحاء بأن العراق وحكومته هي وراء احداث ١١/ايلول، او على الاقل ساعدت او مشتركة مع القاعدة بذلك، بغية تضليل الراي العام العالمي لتبرير غزوها العراق والجرائم التي ارتكبتها بحق المدنيين الابرياء منذ بدء الغزو على العراق في ٢٠٠٣/٣/٢٠.

سابعاً: التشكيك بقدرة العراق على المقاومة.

حصلت هذه الفكرة المرتبة السابعة بين توجهات الدعاية الامريكية من خلال الاذاعة، اذ حصلت على (٣٠) تكراراً بنسبة (٧,٣%) ويمكن تقسيم اهتمامات هذه الفكرة الى خمسة فئات فرعية وهي:

١- التشكيك بالقيادة العراقية (السابقة)

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرارات بنسبة (٣٣,٣%)، واكدت خلالها قيام الرئيس العراقي بأعمال (ارهابية) وتسببه في عزل العراق دولياً وجرى الايحاء، بأن الرئيس العراقي لن يتوانى عن قتل ابناء الشعب العراقي ودفعهم الى مصير مجهول في هذه الحرب، لذلك قد اوضحت الاذاعة ((ان الديكتاتور التكريتي هز العالم، عندما اقدم على سحق انتفاضة ١٩٩١ في الجنوب، فقتل الاف الاطفال والشيوخ والنساء))،

وابرزت عنصر التضليل بشكل كبير للايحاء بأن عزل العراق ومحاصرته ناتج عن قيام رئيسه باعمال تتنافى والشرعية الدولية وان شعب العراق (ضحية) لهذه الاعمال وفي هذا تقول الاذاعة ((ان اعمال هذا الرجل الخطير دفعت بالعراق الى الوضع الحالي المتدهور)).

ولذلك فإن هذا التشويه الذي ارتبط بصفات رمزية مثل (الديكتاتور) و(الرجل الخطير) اريد من خلاله الايحاء بان (الارهاب) صفة ملازمة للرئيس العراقي (الاسبق)، ويتضح ان اسلوب الانتقال من شخص (صدام) يأخذ طابعاً هو اقرب الى الحملة المنظمة بدقة متناهية.

٢- تكذيب المصادر الرسمية العراقية.

حصلت هذه الفئة على (٨) تكرارات بنسبة (٢٦,٧%) وركزت فيه على الاستهزاء والسخرية بتصريحات الرئيس العراقي (الاسبق) وتكذيب المسؤولين في حكومته، اذ قالت الاذاعة ((انهم يدعون ان باستطاعتهم انزال ضربات موجعة بالقوات الامريكية والحليفة، لا بل التغلب عليها))، كما جرى التركيز على اتهام الاذاعة العراقية الرسمية بالكذب وتشويه الحقائق، بوصفها الاذاعة العراقية ((تدعي كذباً ان العراق لا يمتلك اسلحة كيمياوية)) ووصفت تحذيرات المسؤولين العراقيين بـ((التصريحات الجوفاء)).

٣- الولايات المتحدة تجري اتصالاتها مع القادة العراقيين (لتحرير) العراق.

نالت هذه الفئة (٧) تكرارات بنسبة (٢٣,٣%)، حاولت خلالها الاذاعة الايحاء بأن هناك تعاوناً من قبل القادة والمسؤولين في حكومة صدام (السابقة) بغية تمكين دخول (قوات التحرير) دون قتال، وذلك بقولها ((تجري الولايات المتحدة اتصالات مكثفة مع قادة عراقيين بارزين لدخول القوات الامريكية والحليفة دون قتال)). ويبدو ان الدعاية الامريكية ارادت من وراء هذا الطرح توكيد ان القادة والمسؤولين في حكومة صدام (السابقة) لا يرغبون ببقاء صدام في السلطة، بل انهم يعملون بالتعاون مع الولايات المتحدة للاطاحة به، في محاولة لدفع القادة الآخرين لاتخاذ نفس الموقف الذي اتخذه زملاؤهم، وذلك بغية اثارة (البلبله) وزرع الشك بين المسؤولين وبين (صدام) مما يؤدي بدوره الى اضعاف المقاومة العراقية.

٤- الالة العسكرية العراقية اصبحت قديمة.

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرارات بنسبة (١٠%)، تطرقت خلالها الاذاعة الى ان الالة العسكرية العراقية، اصبحت قديمة مقارنة بالالة العسكرية الامريكية المتطورة بقولها ((ان العقوبات المفروضة على العراق منذ عدة اعوام حالت دون تطوير آلتها العسكرية)) وذلك للايحاء، بأن الالة العسكرية العراقية لاتجدي نفعاً امام التطور العسكري والتكنولوجي الذي تمتلكه الولايات المتحدة، (أي بمعنى اخر) انه لا جدوى من المقاومة.

٥- العمل على تحطيم الجبهة الداخلية.

حصلت هذه الفئة على (٢) تكرارين بنسبة (٦,٧%)، وعملت الدعاية الامريكية من خلال الاذاعة على زرع بذور الفرقة بين الطوائف العراقية، بغية اضعاف المقاومة الداخلية اذ نجدها تركز على موضوع الخلاف بين الشيعة والسنة واضطهاد الاكراد من خلال توكيد الخلافات الدينية حول بداية ونهاية السنة الهجرية، بغية تحديد الاعياد والمناسبات الدينية وخاصة شهر رمضان، اذ ادعت الاذاعة ((ان هناك خلافات حادة بين الطوائف الدينية في العراق حول تحديد المناسبات الدينية، اذ احتدم الخلاف بين الشيعة والسنة لتحديد اليوم الاول من شهر رمضان))، وذهبت الى ابعد من ذلك، اذ عمدت عند اذاعة حالة الطقس في المدن العراقية الى عزل مدن الشمال عن باقي انحاء العراق، فانها لاتذكر حالة الطقس في المحافظات الشمالية (دهوك- اربيل- السليمانية). اذ تكفي بعرض حالة الطقس في (خمس عشرة) محافظة عراقية فقط. ذلك في محاولة للايحاء، بأن تلك المحافظات لاتخضع لسلطة النظام في بغداد، بغية عزلها عن الوطن الواحد، مركزة على اضطهاد (صدام) للاكراد بقولها ((ان صدام يعامل الاكراد على انهم خارجون عن القانون)) وكذلك حاولت الايحاء للمواطن العراقي، بأن (صدام) لا يستحق كل هذه التضحية منه لان (صدام) يستغله لتحقيق اغراضه الشخصية، وبدأت الاذاعة تخاطبه بهمس من خلال مداعبة عواطفه عن طريق تسجيل اصوات ذويهم في الخارج لمخاطبتهم بصوت حزين والحديث معهم عن جرائم (صدام) التي دفعتهم الى الهرب من وطنهم الحبيب العراق، في محاولة لأحباط معنوياتهم وعزيمتهم في مقاومة القوات الامريكية، التي جاءت (على حد تعبيرهم) لتخليص هذا الشعب من حكم (الديكتاتور صدام) الذي حرم العراقيين من ابسط حقوق المواطنة واستغل ثرواتهم لخدمة شهوات اسرته (الفاصلة) خاصة جرائم الفساد التي يرتكبها (نجله عدي) ضد فتيات الشعب.

واستناداً لذلك، يمكن تأشير اهم المضامين الدعائية التي حملتها هذه الفكرة

وهي:

أ- احداث فجوة بين الشعب والقيادة (السابقة)

ب- زرع اليأس والاحباط عند المقاتل العراقي من خلال اشعاره بتعاون قاداته مع

- القوات التي ينوي محاربتها.
- ج- الايحاء بأن الرئيس العراقي فقد السيطرة على زمام الامور.
- د- العمل على اضعاف المقاومة العراقية في الداخل

ثامناً: التشكيك بنزاهة ومصادقية فرق التفتيش.

نال هذا الاتجاه المرتبة الثامنة بين توجيهات واهتمامات اذاعة سوا، اذ حصل على (٢٤) تكراراً بنسبة (٥٥,٩%)، ان الادارة الامريكية كانت على علم مسبق بعدم الجدوى من عمل فرق التفتيش، لان الحرب قائمة لا محال ولكن جاء تأييدها لعمل فرق التفتيش في محاولة تأمل من ورائها امكانية العثور على اسلحة محظورة في العراق او أي شيء يدل على وجودها بغية اتخاذها ذريعة لشن الحرب، فلما لم تجد بذلك نفعاً ولاسيما بعد التعاون الذي ابداه العراق مع فرق التفتيش، اخذت تطلق الاتهامات التي تشكك بها بنزاهة ومصادقية تلك الفرق.

وقسمت اهتمامات هذا الاتجاه الى ثلاثة فئات فرعية وهي:

١ - توكيد تعاون فرق التفتيش مع نظام صدام.

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرارات بنسبة (٤١,٧%)، اتهمت الدعاية الامريكية من خلال الاذاعة فرق التفتيش بالتواطؤ والتعاون مع نظام صدام ولاسيما بعد اعلان (هانز بليكس) تعاون العراق في انجاز المهمة- وذلك في مؤتمره الصحفي- اذ اوضح ((ان العراق متعاون مع فرق التفتيش))، اذ نظمت بعدها الولايات المتحدة حملة دعائية ضخمة اتهمت فيها على لسان (جورج بوش) تلك الفرق بالتعاون مع (صدام)، اذ قال ((ان اللجان اثبتت خلال المدة التي مضت انها متعاونة مع حكومة صدام)).

وبدأت الادارة الامريكية بالضغط على اعضاء فرق التفتيش لمغادرة العراق، لانه لاجدوى من البقاء في العراق. اذ ركزت على محاولة شابيين عراقيين الاعتداء على اعضاء فرق التفتيش (بالسكاكين) في مقرها في فندق القناة، فأشارت الى امكانية تعرض حياة اعضاء فرق التفتيش للخطر، بقولها ((لقد اصبحت حياة اعضاء فرق التفتيش في خطر داخل العراق)) في محاولة للايحاء، بأن الفرق ستتعرض للاخطار اثناء تواجدها في العراق، بغية ابراز عنصر التخويف لدى المفتشين لحملهم على مغادرة العراق، ثم عاد الرئيس الامريكي بتوجيه سلسلة من الاتهامات لتلك الفرق بقوله ((لقد اثبت لنا تعاون هلنز بليكس مع صدام)).

٢ - العراق غير جاد في تعاونه لنزع الاسلحة الكيماوية.

حصلت هذه الفئة على (٨) تكرارات بنسبة (٣٣,٣%) بدأت الاذاعة تشكك بعدم تعاون العراق مع الفرق لنزع اسلحته الكيماوية اذ اعلنت ان ((العراق بدأ بنقل اجهزة دون علم فرق التفتيش)) في محاولة لتأزيم الموقف، بعد ان لمست الادارة الامريكية تعاون العراق، كما اوضحت ان العراق يتهم الفرق ويشكك بعملها اذ اكدت ان نائب الرئيس العراقي (الاسبق) طه ياسين رمضان ((اعترض على مسألة استجواب العلماء العراقيين، اذ وصفها بأنها ذات طابع تجسسي)). وقالت الاذاعة ان العلماء العراقيين غير متعاونين مع اللجان، اذ اتهمت العالم العراقي (فالح حسن) بأنه ((يحتفظ بملفات سرية عن مشروع التسليح النووي العراقي مما دعى اللجان الى تفتيش مزرعته)) كما انها وجهت الاتهام الى اللجان بعدم توكيدها تلك الاسلحة وهي غير حازمة في استجواب العلماء العراقيين بقولها ((ان استجواب فرق التفتيش للعلماء العراقيين يتسم بالمرونة وعدم الحزم)).

٣- ضرورة تفتيش المواقع (السرية) الرئاسية.

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (٢٥%) ركزت خلالها الاذاعة على التشكيك بالمواقع الرئاسية التي وصفتها (بالسرية) فنجدها دائماً تشير الى ما يسمى (بالموقع السري)، اذ اشارت الى ((ضرورة قيام اللجان بتفتيش تلك المواقع السرية))، في محاولة للايحاء، بأن العراق يمتلك مواقع سرية يستخدمها لانتاج الاسلحة المحظورة، وان اللجان تتجاهل تفتيشها، ولغرض توكيد التشكيك بتلك المواقع ركزت على المساحات التي تشغلها تلك المواقع، في محاولة لخلق ازمة جديدة من جهة، والتذكير بأزمة القصور الرئاسية عام ١٩٩٨ من جهة اخرى. اذ وجه وزير الخارجية الامريكي (كولن باول) اوامره صراحة بدخول فرق التفتيش الى تلك المواقع بقوله ((يجب على فرق التفتيش دخول المواقع فوراً)) واخذت الادارة الامريكية تستخدم فرق التفتيش كأسلوب ضغط مباشر على الحكومة العراقية ولا سيما بعد تفتيش مقر مكتب الرئيس العراقي (الاسبق) في القصر الجمهوري، اذ اشارت أن اللجان ((اخذت تمس عصب القيادة العراقية، بعد تفتيش مكتب صدام الخاص)) وذلك بغية الضغط على الحكومة العراقية لتقديم تنازلات للولايات المتحدة من جهة، ولدفعها لاتخاذ موقف من فرق التفتيش من جهة اخرى.

وعموماً يمكن تحديد اهم المضامين الدعائية التي تناولها هذا الاتجاه وهي:

- أ- توكيد عدم الجدوى من وجود فرق التفتيش في العراق.
- ب- اثاره الشكوك حول عمل تلك الفرق، لتقبل الراي العام العالمي فكرة سحبها تمهيداً لضرب العراق.
- ج- الايحاء بأن العراق بأكمله عبارة عن (موقع سري) لانتاج الاسلحة الكيماوية.

تاسعاً: تضخيم القدرات العسكرية للقوات (المتحالفة).

حظي هذا الاتجاه بالمرتبة التاسعة بين توجهات واهتمامات الاذاعة، اذ حصل على (٢٢) تكراراً بنسبة (٥,٤%) ويمكن تقسيم اهتمامات هذا الاتجاه الى ثلاث فئات فرعية وهي:

١ - توكيد تفوق الالة العسكرية الامريكية.

حصلت هذه الفئة على (٩) تكرارات بنسبة (٤٠,٩%)، وابرزت خلالها الاذاعة تفوق الالة العسكرية الامريكية الحديثة، كما جرى تناقل صفات مضخمة، مثل (الالة العسكرية الهادرة) وكذلك (الجيش المتحالفة الجرارة)، وغيرها من الصفات التي اريد منها زرع القلق والخوف في القيادة العراقية والقوات المسلحة، لكي تراجع حساباتها. كما انها تتابع نشر اخر التطورات التكنولوجية لصناعة الاسلحة الامريكية، ومقارنتها بالالة العسكرية العراقية، اذ نقلت الاذاعة ان ((القوات الامريكية تمتلك ترسانة عسكرية متطورة، صنعت خصيصاً بعد احداث سبتمبر لمساعدتها في القضاء على الارهاب))، في محاولة لتضخيم الالة العسكرية الامريكية بغية اضعاف معنويات الخصم.

٢ - ابراز التحركات والتعزيزات العسكرية للقوات (المتحالفة)

حصلت هذه الفئة على (٧) تكرارات بنسبة (٣١,٨%)، اذ تناقلت الاذاعة في اخبارها عن نقل عشرات الالوف من القوات الى المنطقة، واضفاء هالة كبيرة على تحركات البوارج الحربية التي تحمل الاف الاطنان من التعزيزات والمؤن، بالإضافة الى حاملات الطائرات مثل (ايزنهاور - ونيوجرسي) ورافق عملية التضخم هذه اسلوب التمثيل، اذ نقلت الاذاعة في خبرها ((تواصل الولايات المتحدة تحريك سفنها وطائراتها الى المنطقة، وينفي المسؤولون الامريكان عودة تلك القوات دون تنفيذ مهمتها في العراق)).

٣ - التوكيد على برنامج ضخم للحرب النفسية في اثناء العمل العسكري.

نالت هذه الفئة (٦) تكرارات بنسبة (٢٧,٣%) ركزت خلالها الاذاعة على ((ان الولايات المتحدة وضعت برنامجاً سرياً للحرب النفسية ضمن العمل العسكري)) ان الاذاعة ارادت من وراء هذا العرض خلط الاوراق وتعميق (التشويش) الذي تريده الدعاية الامريكية ان يلازم الجندي والمواطن العراقي، بحيث

يبقى في حالة هي اقرب الى الضياع وسط كم هائل من المعلومات، وعند قيام الحرب يكون هذا الشخص غير مؤهل تماماً للقيام بالواجبات المنوطة به.
وعموماً فإن المضامين الدعائية التي حملها هذا الاتجاه استهدفت:
أ- اضعاف هالة ضخمة على القدرات العسكرية للقوات (المتحالفة)، وتوكيد عدم قدرة العراق على مجابهة هذه القوات.
ب- زرع الرعب والخوف واليأس داخل نفسية المواطن والجندي العراقي.
ج- جعل القيادة العراقية في حالة من (التخبط) وفقدان القدرة على التركيز، بشأن ما تمتلكه تلك القوات من اسلحة متطورة.

عاشرًا: تباين الاراء بين الدول العربية بشأن الحرب على العراق.

نالت هذه الفكرة المرتبة العاشرة بين اتجاهات (اذاعة سوا) وحاولت خلالها الاذاعة نقل الخلافات العربية بشأن قضية العراق، وليست بالطريقة التي توحى بمعارضة الحرب على العراق، بقدر ما يتم التركيز على المصالح الشخصية لبعض الدول العربية وتضاربها مع بعضها الاخر، وذلك بغية التضليل على الهدف الاساس وهو الحرب على العراق، وحصلت هذه الفكرة على (٢٠) تكراراً وبنسبة (٤,٩%)، في حين توزعت اهتمامات هذه الفكرة على ثلاث فئات فرعية وهي:

١ - التركيز على تحالف (عربي - اسرائيلي) بعد الحرب.

حصلت هذه الفئة على (٩) تكرارات بنسبة (٤٥%) تطرقت خلالها الاذاعة الى موضوع لم تكن اجهزة الدعاية الامريكية الموجهة تتطرق اليه بشكل صريح وواسع النطاق مثلما تطرقت له في هذه المرحلة. الا ان اختلاف وجهات نظر الحكومات العربية بشأن قضية الحرب على العراق، مهد الارضية المناسبة لطرح هذه المفاهيم بحجة ان العدو الاول لدول المنطقة (اصبح العراق وليس اسرائيل)، وان الادارة الامريكية تفكر في ((اقناع اسرائيل بأن السلام مفيد لها، خاصة بعد اسقاط نظام صدام وتشكيل تحالف عربي معترف بأسرائيل)).

٢ - ضياع دور الجامعة العربية واعادته مرتبطاً بشن الحرب على العراق.

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (٣٠%)، وتم التركيز فيها على ((ان الجامعة العربية قد تخلت عن دورها، ويجب ان تعيده بعد الوضع العربي الجديد وانتهاء الحرب على العراق)) في محاولة للايحاء، بأن استعادة مثل هذا الدور لا يتم الا بتعزيز موقف الجامعة في الوقوف ضد نظام صدام.

٣- تأييد سوريا للعراق يتم على حساب دول الخليج.

حصلت هذه الفئة على (٥) تكرارات بنسبة (٢٥%) وركزت خلالها الاذاعة على مساندة سوريا للعراق من خلال فتح اراضيها للتبادل التجاري، وكذلك المواقف السياسية الداعمة للعراق بقولها ((ان سوريا تساند حكومة صدام التي تهدد بأستخدام الاسلحة المحظورة ضد القوات في الخليج)) في محاولة لالاحاء، بان سوريا تعمل ضد دول الخليج او تحرض حكومة صدام، من خلال تشجيعها لأتخاذ موقف من حكام الخليج.

ومما سبق نستطيع تأشير اهم المضامين الدعائية التي تكمن وراء هذه الفكرة

وهي:

- أ- تعزيز الخلافات وتغذية روح الحقد بين الدول العربية.
- ب- محاولة خنق جميع فرص السلام ومبادرات التسوية لقضية العراق.
- ج- ابراز الدور الامريكي في حفظ الامن والنظام لدول المنطقة.

حادي عشر: العمل على اعادة اعمارالعراق.

حصلت هذه الفئة الرئيسة على المرتبة الحادية عشرة ونالت (١٧) تكرارا بنسبة (٤٢,٢%) بينما توزعت اهتمامات هذه الفئة الرئيسية الى ثلاث فئات فرعية هي:

١ - امريكا تخصص مبالغ طائلة لاعادة اعمار العراق بعد الحرب.

نالت هذه الفئة (٨) تكرارات بنسبة (٤٧,١%) ركزت خلالها على قيام الولايات المتحدة بتخصيص مبالغ كبيرة من ميزانيتها لاعادة اعمار العراق، فأوضحت ((ان الولايات المتحدة وضعت ميزانية لاعادة اعمار العراق))، كما انها ستقوم ((باستقطاع جزء من واردات نفط العراق لاعادة ما ستدمرة الحرب))، في محاولة للتمويه عن الهدف الرئيس الذي تهدف الولايات المتحدة تحقيقه.

٢ - ضرورة تشكيل حكومة عراقية جديدة بعد الحرب.

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (٣٥,٣%)، وجرى خلالها التركيز على دور المعارضة العراقية في الخارج في الحياة السياسية العراقية الجديدة بعد انتهاء الحرب، والعمل على تشكيل حكومة تأخذ على عاتقها ادارة شؤون العراق بعد اسقاط نظام (صدام) وفي ذلك قالت الاذاعة ((ان مؤتمر المعارضة الذي يعقد في لندن يدرس بالتعاون مع الولايات المتحدة تشكيل الحكومة الجديدة التي ستتولى مهمة اعمار العراق بعد الحرب)) لالاحاء، بان الادارة الامريكية تعمل بالتنسيق مع

المعارضة لتشكيل الحكومة الجديدة بعد (التحرير) (على حد تعبيرهم). كما انها اوضحت ان الولايات المتحدة قامت بدعم المعارضة ماديا- بغية التواصل في عملها- اذ اكد الرئيس الامريكي بوش ((ان العراق يحتج على التخصيص المالي الكبير الذي حضيت به المعارضة)).

٣- استعداد الدول الاوربية للمشاركة في اعادة الاعمار.

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرارات بنسبة (١٧,٦%)، حاولت خلالها الدعاية الامريكية من خلال الاذاعة، الايحاء بان الدول الاوربية ليست ضد الحرب على العراق، بقولها ((ان المانيا مستعدة للتعاون بشأن اعادة اعمار العراق))، وذلك بعد قيامها باقتطاع جزء من تصريح المستشار الالمانى (السابق) (كبير هارد شرويدر) عندما سئل عن امكانية مشاركة بلاده في حملة اعمار العراق بعد الحرب، فأجاب ((ان بلاده ضد الحرب تماما ولكن في حالة وقوع حرب وتم استصدار قرار من الامم المتحدة بشأن اعمار العراق فان المانيا مستعدة للتعاون بشأن اعادة اعمار العراق))، اذ اقدمت الاذاعة على اذاعة الجزء الاخير من التصريح وهو ((ان المانيا مستعدة للتعاون بشأن اعادة اعمار العراق)) في محاولة للايحاء، بان المانيا لا تعارض الحرب على العراق، بل انها ابدت موافقتها بشكل غير رسمي.

ثاني عشر: التناقض في الموقف الاوربي بشأن الحرب على العراق.

نال هذا الاتجاه المرتبة الثانية عشرة بين اهتمامات الاذاعة، اذ حصل على (١٥) تكرارا بنسبة (٣,٧%)، ويمكن تقسيم اهتمامات هذا الاتجاه على ثلاثة فئات فرعية هي:

١- معارضة بعض الدول الاوربية الحرب في الوقت الحاضر.

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (٤٠%)، ركزت خلالها على مواقف بعض الدول الاوربية الراضة للحرب على العراق، مثل الموقف (الالمانى والفرنسي والروسي) اذ قامت بتحريف تصريحات المسؤولين في هذه الدول بهذا الشأن، فذكرت احد اخبارها ((ان بعض الدول الاوربية تعارض الحرب على العراق من دون استصدار قرار عن مجلس الامن)) في محاولة للايحاء، بان تلك الدول لا تعارض الحرب على العراق ولكنها تعترض على التوقيت الذي تشن فيه الحرب، او ان يتم استصدار قرار عن مجلس الامن بهذا الخصوص.

٢- مساندة بعض الدول الاوربية للموقف الامريكي.

نالت هذه الفئة (٥) تكرارات بنسبة (٣٣%)، ركزت خلالها الاذاعة على ابداء بعض الدول الاوربية موافقتها على تقديم مساندتها للحملة الامريكية بهدف القضاء على (الارهاب) اذ اشارت الاذاعة الى ((ان ايطاليا واسبانيا مستعدة للتعاون مع الولايات المتحدة للقضاء على النظام الارهابي في العراق)) في محاولة للايحاء، بان الدول الاوربية موافقة على الحرب من جهة، وتؤكد ان العراق احد الدول (الرعاية للارهاب) من جهة اخرى.

٣- حدوث خلافات حول تكاليف الحرب على العراق.

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرارات بنسبة (٢٦,٧%) تناولت خلالها الدعاية الامريكية من خلال (اذاعة سوا) الخلاف الاوربي بشأن الحرب على العراق، اذ اوضحت الاذاعة، ان الخلاف ليس على شن الحرب، انما يكمن في من يتحمل تكاليف الحرب، الولايات المتحدة ام الدول الحليفة ام العراق؟ وكم ستكلف الحرب؟ وفي ذلك اشارت الى ((ان الدول الاوربية منشغلة بمسألة تكاليف الحرب على العراق وعن الميزانية المخصصة لها))، في محاولة للتنمية، وأبرز عدم معارضة الدول الاوربية لفكرة الحرب، بقدر معارضتها للتوقيت وتكاليف الحرب، لانها ستكون ثقيلة، اذ ما قورنت بتلك الحملة الكبيرة التي تحضر لها الادارة الامريكية. واستنادا لذلك يمكن تحديد اهم المضامين الدعائية التي حاولت الاذاعة طرحها من خلال هذا الاتجاه، وهي:

- أ- تؤكد ان الدول الاوربية لا تعارض الحرب على العراق، ولكن معارضتها تكمن في التوقيت وتكاليف تلك الحرب.
- ب- ادامة التشويش والتضليل على العراق واغراقه في بحر من التناقضات بشأن تماسك الدول الاوربية.
- ج- التحفيز والتعجيل بضرب العراق قبل احتمال تفكك الاتحاد الاوربي.

ثالث عشر: قوات التحالف تحقق انتصارات باهرة.

حظيت هذه الفكرة على المرتبة الثانية عشرة ايضاً، بين اتجاهات واهتمامات الاذاعة، اذ حصلت على التكرارات نفسها (١٥) بالنسبة نفسها (٣,٧%) وتم توزيع اهتمامات هذه الفكرة الى ثلاث فئات فرعية وهي:

١ - القوات العسكرية تصيب اهدافها بدقة.

حصلت هذه الفئة على (٨) تكرارات بنسبة (٥٣,٣%) تناولت خلالها تفاصيل العمليات العسكرية بصورة غير واقعية ومزيفة، اذ قالت الاذاعة ان القوات المتحالفة

((تستهدف قوات خارجة عن القانون وهي تتحاشي ضرب المواقع المدنية او اصابة الناس الابرياء لانها تصيب اهدافها بدقة)).

٢ - القوات تتقدم نحو بغداد بثقة.

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرارات بنسبة (٢٦,٤%)، صورت خلالها الدعاية الامريكية من خلال (سوا) بأن حرب العراق عبارة عن نزهة و((ان قواتها لا تواجه اي صعوبة تذكر او اي مقاومة وهي تتوجه الى بغداد لتخليصها من نظام صدام الدكتاتوري)).

٣ - النصر اصبح قريب المنال.

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرارات بنسبة (٢٠%) واكدت خلاله (سوا) بأن ((القوات المتحالفة اصبحت قاب قوسين او ادنى من تحقيق النصر على (العدو) وعلى صدام وأعوانة وانها تحقق انتصارات باهرة)).

رابع عشر: التخبط في موقف وأهداف امريكا .

نالت هذه الفئة الرئيسة المرتبة الثالثة عشرة بين توجهات الاذاعة التي حاولت الايحاء بأنها اكثر حيادية من بقية الاذاعات الموجهة وهي تتمتع بالديمقراطية في تناول المواضيع حتى وان كانت ضد الولايات المتحدة، اذ حصلت على (١٣) تكرارا بنسبة (٣,٢%)، ويمكن تقسيم اهتمامات هذه الفئة الرئيسة الى ثلاث فئات فرعية هي:

١ - تناقض الاهداف الامريكية في العراق.

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرارات بنسبة (٤٦,١%) تناولت خلالها الاذاعة، تخبط الادارة الامريكية في تحديد اهدافها في العراق، فأشارت الى ((تخبط بوش في تحديد اهداف الولايات المتحدة في العراق)) كما تحدثت عن اسباب ((تحول الرئيس بوش عن سياسته الاصلية من تحرير العراق والانتهاه بأهدافه للقضاء على مقدرات العراق الاستراتيجية)).

٢ - تناقض الاراء حول طول مدة الحرب.

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرارات بنسبة (٣٠,٨%)، ركزت خلالها على تناقض اراء المحللين الامريكيين حول طول مدة الحرب، ونقلت الاذاعة على لسان احدهم قوله ((ان بطول الحرب قد تزيد المشاعر المؤيدة لصدام))، وكذلك قول محلل

آخر حول تناقض اراء اعضاء الكونكرس ((ان اطالة امد الحرب في العراق ليس في مصلحة الولايات المتحدة)).

٣- ازدواجية الموقف الامريكي.

نالت هذه الفئة (٣) تكرارات بنسبة (٢٣,١%)، تحدثت خلالها الاذاعة عن امكانية الربط بين قضية (تحرير) العراق والقضية الفلسطينية، فنقلت عن احد المتحدثين الامريكان قوله ((ان القضية الفلسطينية والقضية العراقية مترابطتان ليس لان صدام يريد ذلك، ولكن لان اي تدخل امريكي في المنطقة لا يمكن ان يتحقق دون ان يؤثر ويتأثر بشكل ما بالقضية الفلسطينية الشائكة)).

ويمكن تاشير اهم المضامين الدعائية التي تحملها هذه الفئة الرئيسية وهي:
أ- الايحاء بأن هناك اختلافا في وجهات النظر الامريكية، بغية التمويه على القيادة العراقية وتضليلها.

ب- تأكيد ان امريكا ترغب بحل ازمة العراق ولكن من دون ربطها بالقضية الفلسطينية.

خامس عشر: نجاح الحملة العسكرية بعد (اسقاط بغداد).

نال هذا الاتجاه المرتبة الرابعة عشرة بين توجهات واهتمام الاذاعة، اذ حصل على (١٢) تكرارا بنسبة (٢,٩%) وقسمت اهتمامات هذا الاتجاه الى فئتين فرعيتين هما:

١- بوش يعلن وقف العمليات العسكرية بنجاح.

حصلت هذه الفئة على (٧) تكرارات بنسبة (٥,٣%) تناولت خلالها الاذاعة اعلان الرئيس الامريكي جورج بوش وقف العمليات العسكرية في ١/٥/٢٠٠٣ من على ظهر حاملة الطائرات في كاليفورنيا، حيث اكدت الاذاعة ان ((القوات الامريكية انهت مهمتها بنجاح في اسقاط بغداد)).

٢- (سقوط بغداد) بأيدي قوات التحالف يعني سقوط نظام صدام البعثي.

حصلت هذه الفئة على (٥) تكرارات بنسبة (٤,٧%) واخذت خلالها الاذاعة تتفاخر بأسقاط واحتلال مدينة بغداد، واعتبرت ذلك سقوطاً للنظام البعثي وحكومة صدام، اذ قالت الاذاعة ((لقد سقطت بغداد بأيدي القوات المتحالفة وبدأ البحث عن صدام المهزوم)).

واستناداً لما تقدم يمكن تلخيص اهم المضامين الدعائية التي تم التاكيد عليها من خلال هذا الطرح، وهي:

أ- توكيد انتصار القوات الامريكية والمتحالفة معها.

ب- تحقيق امريكا لأهدافها التي جاءت من اجلها.

ج- سقوط بغداد هو بداية لانتهاء عهد النظام البعثي في العراق.

ثالثاً: الاهداف الدعائية الناتجة عن التحليل.

يتضح من خلال التحليل الذي اجريناه، بان (اذاعة سوا) ومن ورائها الاجهزة التضليلية الدعائية الامريكية، قد استهدفت من خلال هذا العرض الدعائي لاتجاهاتها ومضامينها تحقيق اهداف دعائية تخدم المصالح الاستراتيجية الامريكية في المنطقة، اذ استهدفت الدعاية الشعب العراقي، مثلما استهدفت حكومته وجيشه وبأساليب دعائية متنوعة ومتداخلة مع اهداف ثانية في احيان اخرى.

واستناداً لذلك يمكن تحديد وتفسير اهم الاهداف الدعائية التي تم استنتاجها من خلال شرحنا لاتجاهات ومضامين (اذاعة سوا).

١-التضليل والتمويه عن الاهداف الرئيسية.

ركزت الدعاية الامريكية عبر (اذاعة سوا) على التضليل كهدف اساس وقد اخذ التضليل هنا عدة مستويات، فقد يكون (الداعية) قد استهدف الحكومة العراقية (السابقة) ووضعها في دائرة من المعلومات المشوهة والمضخمة، بغية حملها على اتخاذ قرارات مبنية على الانفعالات والحسابات غير الدقيقة، اذا ما صدقت الدعاية الموجهة لها. ومثال على ذلك الحديث عن تخبط الولايات المتحدة في موقفها واهدافها، والتركيز على الدعم العربي والشعبي الذي يحظى به (صدام حسين) كلها امور ارادت الدعاية الامريكية، ان تستثمرها في توكيد التضليل ودفع القيادة العراقية الى مواقف حرجة.

كما استهدف التضليل الرأي العام من خلال الايحاء، بأن الهدف من وراء الحملة الامريكية هو نزع اسلحة العراق المحظورة وتخليص شعبه من (الدكتاتور صدام) الذي انتهك حقوق الانسان في العراق وارتكب جرائم الحرب التي راح ضحيتها عشرات الالاف من العراقيين الابرياء، فوجدت الادارة الامريكية في ذلك غطاء لخلق المبررات من اجل شن الحرب على العراق.

بينما هناك مستوى ثالث يجمع بين الموقف الحكومي والشعبي في الهدف وهو الحديث والبالغة في التوكيد عن وصف القوة العسكرية العراقية بامتلاكها السلاح الكيماوي الفتاك، في محاولة للايحاء للرأي العام بخطورة هذه القوة واحتمال

استخدامها في ضرب الشعوب الامنة وبالتالي تحييد هذا الرأي، ان لم يكن كسبه الى جانب منطق الدعاية الامريكية التي تهدف الى التمهيد لضرب العراق. وعملت الدعاية الامريكية على زيادة التوغل في تضليل المؤسسة العسكرية العراقية من خلال زرع الشعور بالقوة وامتلاك القدرة على مقارعة قوات (التحالف) وبالتالي جعل العراق يتمادى (في تصلبيه) اكثر فأكثر.

كما تبنت الحكومة الامريكية سياسة دعائية وأعلامية قائمة على تحشيد الرأي العام ودفعه لتبني وجهة نظر الحكومة وسياستها الخارجية في المنطقة وكان الكذب هو العمود الفقري لهذه السياسة. والكذب كونه وسيلة من وسائل التضليل الاعلامي، كان الاكثر حضوراً لتحقيق عدد من الاهداف المحددة وفي مقدمتها: -

١- اخفاء حقيقة النوايا الامريكية وتشويه نوايا العراق.

٢- التأثير في الرأي العام وقيادته باتجاه تأييد جهود الحكومة الامريكية في شن الحرب على العراق

٣- تسويق فكرة الحرب وتبرير الاخفاقات والاطغىاء التي ترتكبها الادارة الامريكية.

كما ان الادارة الامريكية تمكنت من توظيف اللغة في دعايتها الموجهة للعراق من خلال (اذاعة سوا)، بشكل فعال ومؤثر لتحقيق اهداف محددة ضمن الاطار العام لعملية التضليل الاعلامي.

ومن اهم هذه الاهداف هي:

أ- التقليل من اثار الحرب، وتخفيف صورتها وأثارها، اي استخدام صورة التخفيف البلاغي.

ب- منح السياسة الامريكية المرونة المناسبة للمناورة والانتقال من مستوى او هدف سياسي الى اخر

ج- تلافي الاخفاقات والاطغىاء التي تنجم عن السياسة المتبناة او تلك التي ترتكبها الادارة الامريكية

واستخدمت الدعاية الامريكية اسلوب توظيف اللغة في عملية التضليل الاعلامي من خلال (اذاعة سوا)، على صعيدين هما:

الاول: على صعيد الخطاب الاعلامي والسياسي الذي اعتمدته الحكومة الامريكية في تعاملها مع الازمة من خلال الكلمات والتصريحات والبيانات الرسمية التي ادلت بها الشخصيات او المؤسسات الحكومية، اذ كان لهذا الخطاب دوره في التأثير على الرأي العام.

الثاني: ويتعلق بالمادة الاعلامية او الدعائية التي قدمتها الاذاعة، اذ كانت تعتمد بصورة رئيسة على المصادر الحكومية وبياناتها ومعلوماتها، وكذلك لغتها

ومفرداتها، اضافة الى التوظيف اللغوي المعتمد من قبل الاذاعة او العاملين فيها الذي جاء مكملًا لمسار عملية التضليل الاعلامي التي مورست للتأثير على المواطن العراقي والرأي العام الامريكي والعالمي.

٢- تشويه صورة العراق امام الرأي العام.

من خلال تتبع الطرح الاعلامي في تناول قضية العراق، نجد بروز هدف التشويه بشكل واضح، اذ عملت (اذاعة سوا) على صناعة الاخبار وبثها بصيغة ملائمة لاهداف الولايات المتحدة التي سعت الى تشويه صورة الرئيس العراقي (الاسبق) والجيش العراقي، بأساليب منها (التكرار) الذي يساعد على تثبيت المحور المطلوب توكيده، واخذ هذا التشويه طابعًا اقرب الى اسلوب (الحملة المنظمة)، والتكرار يساعد على توكيد هذه الحملة وانتشارها بين اكبر عدد من متلقي الدعاية. وقد برز ذلك في عدة مستويات هي:

أ- تشويه صورة العراق من خلال اتهامه (بالارهاب) عبر توكيد امتلاكه لاسلحة الدمار الشامل وامكانية استخدامها ضد الشعوب الامنة، وكذلك تشويه موقف العراق الحقيقي في السعي لاجل حل ازمته بالطرق السلمية، في محاولة لتحميل العراق المسؤولية عما يحدث وسيحدث (مسؤولية اندلاع الحرب) وتهئية الرأي العام لتقبل الهدف الرئيس المتمثل بضرب العراق، اي خلق التبرير لقيام الولايات المتحدة بشن الحرب.

ب- اطلاق التسميات والنعوت على شخص الرئيس العراقي (الاسبق) والقيادات العراقية مثل (الرجل الخطير) و(هتلر العرب) و(المجرم) و(الارهابي) و(السفاح) وغيرها من النعوت (البذيئة)، في محاولة للتقليل من شأنه وتصغيره.

ج- التشكيك بقدرة الجيش العراقي، اذ عملت الدعاية الامريكية على اطلاق بعض العبارات التي من شأنها اضعاف مقاومة ذلك الجيش والتقليل من شأن عناصره، مثل (شبان غير مدركين) (يطيعون صدام طاعة عمياء)، (يعرضون للبطش والقسوة).

٣- تبرير شن الحرب.

حاولت الادارة الامريكية من خلال دعايتها الموجهة عبر (اذاعة سوا) ايجاد مسوغات لشن الحرب على العراق، بغية عدم اصطدام هدفها هذا مع الموقف الدولي للايحاء، بأن الهدف من الحرب هو نزع اسلحة العراق الكيماوية التي يهدد بها امن المنطقة والسلام العالمي، وكذلك السعي للتخلص من نظام (صدام الارهابي) (على

حد تعبيرهم)، (وتحرير) الشعب العراقي من نظامه البعثي ذلك الشعب الذي عانا كثيرا، وتعرض للاضطهاد والقهر. اعتمد هذا الهدف الدعائي على اسلوب (اشارة العواطف والانفعالات) من خلال وصف حالة الشعب العراقي، الذي عاش مضطهدا في ظل هذا النظام (المتسلط)، الذي يعامل المواطن (كالعبد) (على حد تعبيرهم) فأستخدمت (اذاعة سوا) عبارات مثل (الشعب المسكين) (المحروم) (المنكوب)، وغيرها من الكلمات التي تداعب مشاعر الفرد وتثيرها، كما ركزت الاذاعة على الجرائم التي ارتكبتها النظام (الاسبق) ضد الشيعة والاكرد واستخدمت اسلوب التكرار بشكل واسع للتذكير (بانتفاضة) الشيعة عام ١٩٩١، واستخدم الكيماوي ضد الاكرد في الشمال عام ١٩٨٨.

وتناولت قضية الفساد الاداري الذي مارسته صدام واعوانه، من خلال سرقة اموال الشعب وأيداعها في حساباته الشخصية في بنوك مختلفة من العالم، واستغلال ما تبقى منها لبناء قصوره الفارهة، تاركا شعبه (يتضور جوعا) وبلا مأوى (على حد قولهم).

اما جرائم الاغتصاب التي ارتكبتها (عدي) النجل الاكبر للرئيس صدام بالقوة ضد الفتيات العراقيات. فقد تم تناولها بشكل واسع ومكثف، للايحاء بأن فتيات العراق كن (جوارى) لعدي صدام حسين وما على ذويهن سوء تقديم فروض الطاعة والولاء (للتاغية) الصغير. واستخدم لهذا الهدف اسلوب (الحذف والطرح)، اذ حاول المنطق الدعائي الامريكي اظهار الموقف الامريكي على انه الداعي للسلام، وان العراق يرفض ذلك وركزت على ذلك بشكل كبير ولا سيما بعد امتناع العراق استقبال فرق التفتيش، في محاولة لخلق المسوغات اللازمة لضرب العراق وتهيئة الرأي العام لتقبل هذه الفكرة.

وبعد ان انتهت من تبرير الغزو اخذت بعد انتهاء العمليات العسكرية واحتلال العراق تختلق بعض الحجج والذرائع والاكاذيب للابقاء على قواتها المحتلة في العراق الى اجل غير مسمى، فبعد ذريعة اسلحة الدمار الشامل وتنحي صدام وتحرير العراق، اعتبرت العراق الجبهة الاولى لمحاربة الارهاب، مؤكدة بأنه اذا ما ترك العراق على هذا الحال فإن الارهاب سيسيطر على العالم بأسره في محاولة لأقناع الراي العام بضرورة بقاء قواتها في العراق للقضاء على الارهاب.

٤- تحريض الرأي العام ضد نظام صدام.

سعت الدعاية الامريكية من خلال (سوا) الى تهيئة الرأي العام الداخلي في العراق للوقوف بوجه نظام صدام البعثي من خلال الايحاء، بأن الولايات المتحدة تريد (تحرير) الشعب العراقي من نظام صدام الذي اضطهده طيلة ثلاثة عقود ونصف، وسلب خيراته واستخدمها في خدمة مصالحه الشخصية، وقتل مئات الالاف

من ابناء الشعب في حروبه المتتالية دون وجه حق. وكذلك الايحاء، بأن نظام صدام غير قادر على الصمود امام القوات الامريكية و(المتحالفة) معها، وانه لا جدوى من الوقوف مع حكومة (صدام البعثية) التي تحاول زج الجيش العراقي في حرب خاسرة، لغايات ومصالح شخصية في محاولة لتحريض الجيش ضد قيادته، بغية تحطيم معنوياته وعدم قدرته على الصمود.

استخدم المنطق الدعائي اسلوب (الاغراء والجذب) مع المستمع العراقي، لتحقيق هذا الهدف من خلال ادعاء الاذاعة باتباعها الحياد في الطرح، بغية توسيع قاعدة الاستماع الجماهيري في العراق، في محاولة خلق الثقة مع المواطن العراقي من جهة، وتعزيز الشك وعدم الثقة بين الشعب والحكومة من جهة اخرى، كذلك اغراء الجندي بالاستسلام وعدم مقاومة القوات الامريكية، وعدم الالتزام بأوامر قيادته من خلال الايحاء، بأن كبار القادة في جيشه يساعدون الولايات المتحدة لدخول العراق (لتحريره) من نظام صدام. كما انها استخدمت (اسلوب السخرية) من بعض القيادات العراقية والاجهزة الرسمية، لزيادة عنصر الشك وعدم الثقة والاطمئنان بين الناس وجعل المواطن في موقع المتحرر من الالتزامات الملقة عليه- اي تحييده- ومن ثم استخدام اسلوب (التكرار والاقناع)، بغية خلق المسوغات اللازمة لزرع التمرد والعصيان وتحريض الجندي ودفعه للاصطدام مع السلطة ومخالفة القوانين، حتى وأن كان ذلك تحت تأثير اللاشعور.

٥-تشويش افكار الشعب العراقي.

حاول المنطق الدعائي الامريكي من خلال (اذاعة سوا) جعل المتلقي (المستمع) للرسالة الدعائية في العراق في حالة من الخوف والتخبط والقلق، وذلك باستخدام اساليب الحرب النفسية، اذا حاولت الدعاية الامريكية تأجيج الصراعات الذاتية داخل النفس البشرية، بغية شل القدرة الجسدية عن القيام باية اعمال توكل اليها. فضلا عن تعطيل القدرة على التفكير والتركيز، اذ يتعرض الفرد الى موضوعين، كل منهما له قوة طرد سلبية يدفعان الفرد الى الابتعاد، وبذلك يصبح المجال صراعيا، فالابتعاد عن موضوع ما يؤدي بالشخص الى الاتجاه الاخر، اذا واجه منه دفعا وهذا ما يسمى في علم النفس بـ(صراع الاحجام)^(*).

(*) صراع الاحجام: وهو شكل من الصراعات النفسية، اذ ان الشخص الذي يطلب للتجنيد يكون عادة في موقف صراعي يدفعه للابتعاد عن التجنيد بما يتوقع فيه من مشاق، ولكن في الوقت نفسه ان تهربه من التجنيد سيعرضه الى العقاب. للمزيد انظر احمد فائق ومحمود عبد القادر، مدخل الى علم النفس العام، القاهرة، مكتبة الانكلو المصرية، بلا تاريخ، ص ٢٩٠.

ان الدعاية الامريكية كانت تخاطب الشعب العراقي (المواطن والجندي) بوضع حالتين سلبيتين امامه في ان واحد، الاولى تتمثل في تأكيد أن الحرب قائمة لا محال وأن احتمال صموده امام القوة الهائلة التي تمتلكها امريكا شيء مستحيل. والثانية تؤكد ان هذه الحرب هي حرب ضد النظام البعثي وليست ضد الشعب، وان المستهدف هو (صدام) وليس المواطن العراقي، بل انها تسعى (لتحرير) العراق من نظام صدام في محاولة لتشويش افكار الشعب وادامة الصراعات النفسية المتأججة داخل الذات، وبالتالي جعل الفرد والجندي العراقي بين منطقتين سلبيتين يدفعانه بالنهاية الى عدم المقاومة وهذا ما تسعى الدعاية الامريكية الى تحقيقه.

٦- زرع الرهبة داخل نفسية الشخص.

حاولت الدعاية الامريكية اظهار قوة وقدرة القوات العسكرية الامريكية والمبالغة في رسم صورة الجندي الامريكي، بغية زرع الخوف والرهبة والشك داخل نفسية المواطن والجندي العراقي، فضلا عن جعل القيادة العراقية في حالة من الحيرة، في محاولة لجعلها لا تستطيع تقدير القوة الحقيقية لواقع التسليح الامريكي وقياس مستوى التهيو النفسي للقتال لدى القوات الامريكية.

اذ استخدمت الدعاية الامريكية التهيب عن طريق التضخيم في نقل واقع قواتها المتواجدة في الخليج، وقدراتها العسكرية والتكنولوجية، في محاولة لخلق اجواء الخوف والرهبة داخل النفسية العراقية، كما لجأت الى اسلوب (الضغط) في خطابها الموجه الى الدول الاخرى، وتحذيراتها لتلك الدول في حالة الامتناع عن مساعدة الولايات المتحدة في حملتها ضد العراق، وكذلك عدم تقديم الدعم والمساندة والتأييد لحكومة صدام ولا سيما المانيا وفرنسا وروسيا، فقد اعلنت الادارة الامريكية عدم مشاركة تلك الدول في اعادة اعمار العراق بعد الحرب، كما انها ستلغي العقود كافة التي ابرمتها تلك الدول مع حكومة صدام في محاولة للضغط عليها لكسب تأييدها او اعلان وقفها على الحياد.

وهذا الاسلوب استخدمه المنطق الدعائي الامريكي ضد الشعب العراقي ايضا، اذ طالما نسمع تهديد الرئيس الامريكي (بوش) وهو يتوعد الذين لا يساندون حملته لنزع اسلحة العراق الكيماوية بقوله (من لم يكن معنا فهو ضدنا).

٧- التقليل من اهمية احتلال العراق.

استخدم هذا الاسلوب لتحويل انظار الراي العام عن القضية المركزية وهي احتلال العراق بالتقليل من اهمية الحدث وتجاهل التحذيرات الدولية والنداءات الكثيرة

من مغبة احتلال العراق، التي اطلقتها معظم الدول والهيئات الدولية خاصة هيئة الامم المتحدة.

فقد اعلنت الادارة الامريكية بأن النداءات الدولية لاتعارض الحرب وضرب العراق واحتلاله، انما تؤكد على ضرورة انجاز المهمة بسرعة ودقة فائقة وعدم الاضرار بمصالح المواطنين العراقيين، وضرورة التزام الولايات المتحدة بسحب قواتها بعد انتهاء المهمة وتحقيق (النصر).

٨- اثاره الكراهية ضد حزب البعث.

حاول الاعلام الامريكي من خلال الاذاعة اثاره كراهية العراقيين ضد حزب البعث، ويعد هذا الاسلوب من الاساليب الدعائية الذكية المستخدمة بعد انتهاء الحرب، بغية دفع المواطن العراقي الى عدم الحنين الى المرحلة السابقة وتقبل المتغيرات الجديدة بكل مساوئها وكذلك عدم الاذعان الى توجيهات حزب البعث فيما اذا حاول اعادة تشكيل صفوفه بمقاومة قوات الاحتلال الامريكية. وهذا ما اكده جورج بوش في خطابه في ٢٠٠٣/٥/١ بعد اعلان انتهاء العمليات العسكرية في العراق. اذ حذر الشعب العراقي من الرجوع الى الوراء.

الخاتمة

لقد تبين من خلال هذا الكتاب مدى الهيمنة الامريكية على وسائل الاعلام، الى جانب هيمنتها السياسية والاقتصادية والعسكرية على العالم بأسره. وكيف تحاول الادارة الامريكية امركة العالم؟ مستخدمة كل الاساليب والوسائل لتحقيق ذلك.

واتضح الدور الفاعل الذي تقوم به مؤسسات الاعلام الدعائية الامريكية من تضليل لخدمة النخب السياسية في البيت الابيض المسيطر عليها من قبل جماعة اللوبي الصهيوني، بغية تحقيق المصالح الضيقة لتلك الجماعة.

استخدمت وسائل الاعلام الامريكية كل اساليب التضليل لتبرير غزو العراق في عام ٢٠٠٣، واختلقت الاف الاكاذيب والقصص المفبركة لتمرير مشروعها في المنطقة، والتي انتهت باحتلال العراق في ٢٠٠٣/٤/٩، وكشفت تلك الحرب القذرة التي شنتها الادارة الامريكية على ارض الرافدين، عن مدى خطورة الجهاز الدعائي الامريكي من حيث الشمول والاهداف المتعددة، بل اضحى من اهم الاجهزة الدعائية في عصر تكنولوجيا الاتصال وليس مجرد اداة لنقل العلم والمعرفة والمعلومات للآخرين، بل اصبح ظاهرة العصر الجديد وأداة خطيرة للهيمنة والغزو الثقافي لاختراق العقل البشري والسيطرة عليه.

لذلك جاء الكتاب محاولة للدخول الى السياسة الدعائية الامريكية وهيمنتها الاعلامية على وسائل الاتصال التي اصبحت المرآة العاكسة للاستراتيجية الامريكية في توجهات الخارجية اذ اعتمدت المعلومات في مسارها العام حيث السياسة الخارجية يمكن دراستها ضمن منطق او نظرية العلاقات الدولية، وان التوجه الدعائي لهذه السياسة هو امتداد لمنطق او نظرية التعامل النفسي.

وركز الكاتب على الجذور التاريخية والاصول الفكرية التي استند عليها المنطق الدعائي الامريكي لمعرفة الاسس الرئيسة لمنطلقات هذه الدعاية، وكذلك للتعرف على المؤسسات والجهات التي تقف وراء المنطق الدعائي الامريكي

لقد تعددت الاهداف الدعائية الامريكية وهذا التعدد يعني تعدد المؤسسات الدعائية التي تقف وراء المنطق الدعائي. وان هذه المؤسسات ضخمة في امكانيتها ومن الصعب معرفة كل اجهزتها وادواتها، ولو ان (اذاعة سوا) تعد احد اجهزتها، الا انها هي الاخرى محاطة بدرجة عالية من السرية والكتمان والقدرة على التلون.

كما حاول-الكاتب- كشف اللوبي الدعائي الصهيوني الذي يقف وراء الاجهزة الدعائية الامريكية التي تحاول اختراق الساحة الدولية والتأثير على القرار السياسي للدول وتشويه صورة العرب (ولا سيما العراق) دعائيا امام الرأي العام الامريكي والعالمي.

لعبت الدعاية الامريكية عبر (اذاعة سوا) خلال المدة (٢٠٠٢/١١/١) الى (٢٠٠٣/٥/١) دورا بارزا وكبيراً في ترسيخ مفاهيم الحكومة الامريكية وتوجهات، بغية تحقيق اهدافها الاستراتيجية، من خلال استخدام اساليب تضليل متنوعة، لا سيما وان- هذه المدة- تعد من اخطر مراحل الهجوم الدعائي الموجهة للعراق، لان امريكا (كشرت) عن انيائها علانية لاحتلال العراق واسقاط نظامه الذي يقف حجر عثرة في طريق مشروعها التوسعي في المنطقة.

وعملت الدعاية الامريكية الموجهة للعراق من خلال (سوا) على مستويات عديدة، منها تأجيج الرأي العام الداخلي ضد حكومة صدام (السابقة) من جهة، ولكسبه لصالحها من جهة اخرى، في محاولة لتهيئته للحرب وكذلك التوجه الى المجتمع العالمي، بغية اثارته ضد نظام الحكم في بغداد الذي تصفه (بالارهابي) تحت ذريعة نزع اسلحة العراق الكيماوية، كما انها حاولت استقطاب الرأي العام العربي تجاهها (تارة) ومحاولة تحييده (تارة اخرى) من خلال تخدير عقولهم بسبب تسارع الاحداث ومحاولة زرع الخوف من حكومة صدام التي تعدها خطراً يهدد وجود الحكومات العربية.

يمكن القول ان العراق والامة العربية والاسلامية يتعرضون الى هجمة دعائية شرسة من قبل الولايات المتحدة، وان (اذاعة سوا) قدماتها الاولى فيجب الرد السريع والفوري بالتوسع الاعلامي

فيما استخدم الجيش الامريكي اداة الاعلام في الحرب على العراق بشكل لم يسبق له مثيل، واستفاد من الحروب التي خاضها منذ نصف قرن خاصة في فيتنام، كما استفاد من التجارب (الاسرائيلية)، الا انه بالرغم من نجاحها في اداة معركة (سقوط بغداد) اعلاميا، فان الفصائل المسلحة انتزعت منها المبادرة. حيث نجحت في كثير من الاحيان في تنفيذ عمليات عسكرية لتوضيفها اعلاميا، بل واخذت القوات الامريكية رغم التكنولوجيا التي تمتلكها بالتخبط اما اعلام الجماعات المسلحة والمقاومة العراقية، من خلال استخدامها للاسلوب الدعائي الناجح وبنفس اسلوب الامريكان، الى درجة ان الرئيس الامريكي جورج بوش اعترف علانية بخسارة المعركة الاعلامية في العراق، بقوله ((ان اعدائنا سوف يحرصون على ان تمتليء شاشاتنا بمزيد من الالم)).

انتهت صفحات هذا الكتاب ولكن الادارة الامريكية بمؤسساتها ووسائلها لم تنهي مسلسل الكذب والتزييف وقلب الحقائق والاهم من ذلك انها لم تنته احتلالها لارض الرافدين. فراحت تعيث في الارض فسادا، ولكن في نفس الوقت المقاومة العراقية لم تنتهي وما زالت هي القوة الفاعلة في الساحة العراقية وهي صاحبة الكلمة الاخيرة

فهرس المصادر والمراجع

- ١- احمد عبد الحميد، الاستمالات العاطفية في الدعاية الامريكية، اطروحة دكتوراه، غيرة منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام ٢٠٠٠، ص٤٩.
- ٢- تقرير وكالة الانباء العراقية، عن وكالة المخابرات الامريكية، بغداد شعبة البحوث، في ١٠/١/٢٠٠٣، ص٣.
- ٣- مفيد عامر الزبيدي، امريكا والنظام الدولي الجديد، الجذور والافاق المستقبلية، المجلة الثقافية، العدد (٣١) الجامعة الاردنية، ١٩٩٤، ص١٢.
- ٤- احمد عبد الحميد، المصدر السابق، ص١٥.
- ٥- مختار التهامي، الراي العام والحرب النفسية، القاهرة، دار المعارف ١٩٨٢، ص١٧١.
- ٦- ارماند ماتيلار وميشيلية ماتيلار، نظريات الاتصال، ط١، ترجمة اديب خضور، دمشق، المكتبة الاعلامية، ٢٠٠٣، ص ٣٧.
- ٧- حميدة سميسم، الحرب النفسية (مدخل)، بغداد، المطبعة الوطنية ٢٠٠٠، ص١٢٥-١٢٦.
- ٨- حميدة سميسم، المصدر السابق، ص٣١٤.
- ٩- هادي نعمان الهيبي، الفضائيات الوافدة وظاهرة الانبهار بالغرب، مجلة افاق عربية، بغداد، ايار، ١٩٩٧، ص١٩.
- ١٠- الياس فرح، النهضة العربية والتحديات الاقليمية والدولية، مجلة (ام المعارك)، العدد (٤٠)، بغداد، تشرين الاول، ١٩٩٥، ص٧٩.
- ١١- حميدة سميسم، الحرب النفسية المضادة في ازمة الخليج، مجلة افاق عربية، العدد(١١)، بغداد، تشرين الثاني، ١٩٩١، ص٧٣-٧٧.
- ١٢- سلام خطاب الناصري، الاعلام والسياسة الخارجية الامريكية، ط١، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٠، ص٣١.
- ١٣- حميدة سميسم، الحرب النفسية المضادة، مصدر سابق، ص٧٤.
- ١٤- سعدون حمادي، برغماتية الفكر في خدمة الاستعمار، صحيفة الجمهورية، العدد (٨١٥٩)، ٢٠٠٢.
- ١٥- مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الاعلامية والامن القومي العربي، ط١، الاردن، الاهلية للنشر، ٢٠٠٢، ص٢٢٦.
- ١٦- ارماند ماتيلار وميشيلية ماتيلار، نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص٣٥.
- ١٧- صحيفة الاعلام العراقية، العدد (٢٣٥) في ١٠ / ١ / ٢٠٠٢.
- 18- Michael.Ryan.Jarmes.w.Tankard.RV. Basic naw Reporting.N.Y.May,

- ١٩- جيهان رشتي، الدعاية واستعمال الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار التوفيق النموذجية للطباعة، ١٩٨٥، ص ٧٣-٧٤.
- ٢٠- ارماند ماتيلار وميشيلية ماتيلار، مصدر سابق، ص ٣٧.
- ٢١- احمد عبد المجيد، مصدر سابق، ص ٥١.
- ٢٢- عبد السلام السامر، الدعاية الامريكية في العراق (١٩٤٥-١٩٥٨) اطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام، ١٩٩٨، ص ٥٧.
- ٢٣- جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٢٥٠-٢٥٧.
- ٢٤- عبد الرزاق الدليمي، تكتيكات واساليب الدعاية الامريكية، بحث غير منشور، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٢، ص ١.
- ٢٥- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص ٥٤.
- ٢٦- عبد الرحمن الهواري، المهمات المحتملة لحلف الناتو، مجلة السياسة الدولية، العدد (١٣٦)، القاهرة، ١٩٩١، ص ٢٧.
- ٢٧- تقرير وكالة الانباء العراقية، عن وكالة المخابرات الامريكية، ٢٠٠١، ص ٤٠٣.
- ٢٨- عبد الرزاق الدليمي، تكتيكات واساليب الدعاية الامريكية، مصدر سابق، ص ١.
- ٢٩- عبد الرزاق الدليمي، الدعاية الامريكية والعدوان على افغانستان، بحث غير منشور، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٢، ص ٢.
- ٣٠- محمد عبد القادر، الاعلام والدعاية (نظريات وتجارب)، القاهرة، مكتبة الانجلو، المصرية، ١٩٧٢، ص ٢.
- ٣١- جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٢٠٦.
- ٣٢- مجلة بيت الحكمة، العدد (١٤)، ٢٠٠٠، ص ٥.
- ٣٣- مجلة بيت الحكمة، العدد (٣١) السنة (٥) تشرين الثاني، ٢٠٠٢، ص ٤٢-٤٣.
- ٣٤- السيد ياسين، العولمة والطريق الثالث، القاهرة، ميريت للنشر والمعلومات، ١٩٩٩، ص ١٠٥.
- ٣٥- صحيفة الاعلام العراقية (الاسبوعية)، العدد (٢٣٨)، في ١٦/١/٢٠٠٢، ص ٦.
- ٣٦- صحيفة الاعلام العراقية (الاسبوعية)، العدد (٢٣٨)، في ١٦/١/٢٠٠٢، ص ٥.
- ٣٧- جورج بوش، استراتيجية الامن القومي للولايات المتحدة الامريكية، شبكة الانترنت، موقع البوابة، ٢٢/ايلول ٢٠٠٢، ص ١.
- ٣٨- عبد الرزاق الهاشمي، رئيس منظمة الصداقة والسلام (السابق) مقابلة تلفزيونية، تلفزيون الشباب، بغداد، في ١٨/٢/٢٠٠٢، الساعة الثامنة والرابع

مساءً.

٣٩- شوقي جلال، العقل الامريكي يفكر (من الحرية الفردية الى مسح الكائنات) ط٢، القاهرة، مطبعة مدبولي، ٢٠٠٢، ص٢٢٨.

40- <http://www.pls48.com/ldfault.php?274,22-8-2007.page.1-2>.

٤١- كلنتون روشير، النظام الرئاسي في الولايات المتحدة الامريكية، ترجمة سمير سالم، بيروت، المؤسسة الاهلية للطباعة والنشر، بلا تاريخ، ص١٤.
٤٢- ساجدة عبد الكريم، الدعاية في السياسة الخارجية الامريكية حيال الخليج العربي، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، ١٩٩٤، ص٤٥.

٤٣- هالة ابو بكر سعود، السياسة الامريكية تجاه الصراع (العربي- الاسرائيلي) ط١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٣، ص٣٥.
٤٤- محمد حسنين هيكل، حرب الخليج، اوهام القوة والنصر، القاهرة، مركز الاهرام للترجمة والنشر، ١٩٩٢، ص٢٣٢.
٤٥- شاميران حمادي، النظم السياسية، ط٣، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٩٣، ص٢٠٨.

٤٦- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص٣٩-٤٠.

47-Diug Laskellner. the pershing Gulf.T.V. wer Newyork west view press 1992.page.59-60.

٤٨- وليم كولمبي، حديث تلفزيوني، شبكة CNN، في ١٥/٩/١٩٩٠، من ارشيف وكالة الانباء العراقية.

٤٩- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص٧١.

٥٠- وكالة الانباء العراقية، مصدر سابق، ص٤.

٥١- صحيفة الجمهورية، العدد (٦٧٦٦) في ٢٦/٦/١٩٩٨، ص٢.

٥٢- حميدة سميسم، الحرب النفسية (مدخل) مصدر سابق، ص٢٨٧.

٥٣- حميدة سميسم، الحرب النفسية (مدخل) مصدر سابق، ص٢٨٨.

٥٤- نزهت محمود الدليمي، اتجاهات الدعاية الامريكية ازاء الارهاب الدولي، اطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٢، ص١٠٩.

٥٥- عبد الرزاق الدليمي، الدعاية الامريكية والعدوان على افغانستان، مصدر سابق، ص١٣.

٥٦- عبد الستار جواد، اتجاهات الاعلام الغربي في حرب الخليج الثانية، مجلة افاق عربية، بغداد، العدد (١) كانون الاول، ١٩٩٣، ص٥٣.

٥٧- جميس بينت، الاكاذيب الرسمية، كيف تظلمنا واشنطن؟، ترجمة محمود برهوم ونيقولا ناصر، عمان، دار الفكر العربي، ١٩٩٣، ص١٧.

٥٨- محمد احمد الفياض، الدعاية الامريكية الموجهة للعراق، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام، ١٩٩٣، ص ٥٠.
٥٩- عبد الرزاق الدليمي، الدعاية الامريكية والعدوان على افغانستان، مصدر سابق، ص ١١

٦٠- حامد ربيع، المراكز القومية في الدراسات الاستراتيجية ومستقبل الوطن العربي، مجلة كل العرب، باريس، العدد (١٣٨) كانون الثاني، ١٩٨٦، ص ١٤.
٦١- عبد العظيم مناف، العراق امريكا (التحدي الذهبي)، ط١، القاهرة، دار الموقف العربي، ١٩٩٩، ص ٦٣.

٦٢- شوقي جلال، مصدر سابق، ص ٢٣٧.
٦٣- تقرير وكالة الانباء العراقية، فصول في التضليل الاعلامي، بغداد دار الحرية للطباعة، ٢٠٠١، ص ١٢.

64-The Freedom Fram Media Studies Center. The media and Fopeignpoliy in the post. Coldwer world nowyork cola.mbia university 1993. page. 57

٦٥- ياس البياتي، الاعلام الدولي والعربي، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٣، ص ٨٣.

٦٦- انظر. سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص ١٣.
٦٧- تقرير الدائرة الصحفية، السفارة العراقية في واشنطن، في ١٢/٦/١٩٩٠، وزارة الاعلام، مركز المعلومات.

٦٨- مي العبد الله السنو، الاتصال في عصر العولمة (الدور والتحديات الجديدة)، بيروت، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ١٩٩٩، ص ٨٣.

٦٩- رمزي كلارك، الحقيقة والتضليل في (ام المعارك) في المؤلفات العربية والاجنبية، ترجمة مركز (ام المعارك) بغداد، مركز ابحاث (ام المعارك) ١٩٩٤. ص ٤.

٧٠- ارماند ماتيلار وميشيلة ماتيلار، مصدر سابق، ص ٢١.
٧١- جون.ار.ماكارثر، الجبهة الثانية، التضليل الاعلامي في حرب الخليج، ترجمة محمود برهوم ونيقولا ناصر، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ٩٩.

٧٢- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص ١٦.
٧٣- مجموعة من الباحثين السوفيت، الاخطبوط الاعلامي الدعائي، ط١، ترجمة حسين حبش، بيروت، دار الفارابي للنشر، ١٩٧٦، ص ١٨٩.

٧٤- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص ٢١.
٧٥- ياس البياتي، مصدر سابق، ص ١٥٩.

٧٦- مظفر مندوب، العولمة في الاعلام ومظاهر الاختلال في تبادل المعلومات، بحث غير منشور، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٢ ص ١١.
٧٧- زياد ابو غنيمة، السيطرة على وسائل الاعلام، عمان، دار عمار للنشر، ١٩٨٩، ص ٣٣

2. http:// www.pls.48.com / default.php ? pid, 247, 22-8-2007, page.78-

٧٩- سعاد رؤوف، التغلغل الامريكي في العراق (١٩٢١-١٩٣٩) اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، ١٩٩٥، ص ١٦.

٨٠- صفاء عبد الكريم، المصالح الامريكية في العراق، (١٩٤٥-١٩٥٥)، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة المستنصرية، معهد الدراسات السياسية والدولية. ٢٠٠١، ص ٦.

٨١- محمود علي الداود، (واخرون) دراسة في الشرق الاوسط، مركز دراسات وبحوث الوطن العربي، جامعة المستنصرية، ١٩٩٧، ص ١٤٦.

٨٢- ملفات البلاط الملكي، التسلسل (٥١٦٤) رقم السجل (٣٣١)، المعاهدة العراقية، الامريكية في ١٩٣٠/١٢/٩.

٨٣- ملفات وزارة الداخلية العراقية، ملف رقم (٣٢٠٥٠) الجمعية الخيرية في جنوب العراق، كتاب (جون وان) الى وزارة الداخلية في ١٩٣٥/٥/٣، ص ٨٦.

٨٤- بيان وزارة الداخلية، لأجراء اكتتاب عام عام، لتشييد مستشفى دار السلام، في ١٨/٣/١٨٥٢، ص ١٥.

٨٥- لطفي جعفر فرج، العراق في خطة بريطانيا الدفاعية عن الشرق الاوسط خلال الحرب العالمية الثانية، مجلة دراسات وبحوث الوطن العربي، جامعة المستنصرية، ٢٠٠٠، ص ١٤٣.

٨٦- هيثم عبد الرزاق، الدعاية الامريكية الموجهة الى الوطن العربي دراسة في ازمة المفتشين الدوليين، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام، ٢٠٠٠، ص ٦٢.

٨٧- حسين دحام، سياسة الولايات المتحدة في منطقة الخليج، رسالة ماجستير، غير منشورة، الجامعة المستنصرية، معهد الدراسات السياسية والدولية، ٢٠٠٠، ص ٧٣.

٨٨- صدام حسين، مقابلة مع (توني بن) عضو البرلمان البريطاني، بغداد، تلفزيون السباسب، في ٢٥/٢/٢٠٠٣ الساعة السابعة.

٨٩- محمد حسنين هيكل، مصدر سابق.

٩٠- زبنيغيبو بريجينسكي، رقعة الشطرنج الكبرى، ط ١، عمان، الاهلية للنشر والتوزيع والاعلان، ١٩٩٩، ص ١٨.

٩١- بيان وزارة الداخلية، لتشييد مستشفى دار السلام، مصدر سابق، ص ١٥.

- ٩٢- صحيفة الشعب العراقية، العدد (١٥٧٦) في ١٠/٢/١٩٥٥.
- ٩٣- عبد السلام السامر، مصدر سابق، ص ٢١١.
- ٩٤- صحيفة الشعب العراقية، العدد (٦١١٧) في ١٣/١٢/١٩٥٧.
- ٩٥- صحيفة الشعب العراقية، العدد (٥٨٩٠) في ١/٣/١٩٥٧.
- ٩٦- فواز جرجس، السياسة الخارجية الامريكية تجاه العرب، كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٠، ص ٧٦.
- ٩٧- صحيفة الشعب العراقية، العدد (٢٣٠٢) في ١٧/٨/١٩٥٢.
- ٩٨- صحيفة الجزيرة العراقية، العدد (٣٦)، الثلاثاء، في ٧/٩/٢٠٠٤.
- ٩٩- سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص ١١٧.
- ١٠٠- ملفات الولايات المتحدة والحرب العراقية- الايرانية، ج ٣، وكالة الانباء العراقية، قسم المعلومات والبحوث، ١٩٩٠، ص ٥٨.
- ١٠١- تمام ألبرازي، العراق امريكا، حتمية الصدام (١٩٨٣-١٩٩٠) القاهرة، مطبعة مدبولي للنشر، ١٩٩٢، ص ١١٤.
- ١٠٢- هاني وهيب، الموقف السياسي المفروض والعزلة الامريكية الخائفة، صحيفة الثورة، بغداد، في ٨/٩/١٩٩٦.
- ١٠٣- محمد علي جمعة، الاعلام العربي في حرب الخليج، عمان، مؤسسة البلسم للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ٣٥.
- ١٠٤- وكالة الانباء العراقية، فصول في التضليل الاعلامي، مصدر سابق، ص ٩.
- ١٠٥- وكالة الانباء العراقية، وكالة المخابرات الامريكية، مصدر سابق، ص ١١.
- ١٠٦- حلمي عبد الكريم الزعبي، المنطقة العربية واستراتيجية الاحتواء والتفتيش الامريكية، القاهرة، الدار العربية للدراسات والنشر والترجمة، تقديرات استراتيجية، (١٠٣)، ١٩٩٩، ص ١٨.
- ١٠٧- ياسر زغيب، ايباك (قصة الاخطبوط الصهيوني في الولايات المتحدة الامريكية) القاهرة، دار الندى، ١٩٩٨، ص ٢٦.
- ١٠٨- وكالة الانباء العراقية، فصول في التضليل الاعلامي، ص ٢٦.
- ١٠٩- ناجي صبري الحديثي، وزير الخارجية العراقي (السابق) في مؤتمر صحفي بعد انتهاء عمل فرق التفتيش، بغداد، في ٢٧/١/٢٠٠٣.
- ١١٠- عمار محمد رشيد، وزير النفط العراقي (الاسبق)، في مؤتمر صحفي مع وكالات الانباء العالمية، بعد انتهاء عمل فرق التفتيش، بغداد، في ٢٨/١/٢٠٠٣.
- ١١١- وكالة الانباء العراقية، فصول في التضليل الاعلامي، مصدر سابق، ص ٣١.
- ١١٢- حسام محمد امين، رئيس دائرة الرقابة الوطنية العراقية (السابق) مؤتمر صحفي، مع وكالات الانباء العالمية، بغداد، في ٣/٢/٢٠٠٣.

- ١١٣- صباح ياسين، الاعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، ط ١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦، ص ١١١.
- ١١٤- شيلدون رامبتون وجون ستوبر، اسلحة الخداع الشامل (استخدام الدعاية في حرب بوش على العراق) بيروت، الدار العراقية للعلوم، ٢٠٠٤، ص ١٧٧.
- ١١٥- علاء سليم، الحرب الباردة بين معسكرين، اطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام، ١٩٩٦، ص ١٦٥.
- ١١٦- وكالة انباء رويترز، مقابلة مع وزير العدل في الحكومة العراقية المؤقتة حول قيام قوات الاحتلال الامريكي بأعتقال متعمد ضد الصحفيين اثناء تغطية الاحداث، بغداد، بتاريخ، ١٤ / ٩ / ٢٠٠٥.
- ١١٧- صباح ياسين، عوامل الفساد واثارة في الثقافة والاعلام، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالاسكندرية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٤، ص ٣٢١.
- ١١٨- وكالة الانباء العراقية، المصدر السابق، ص ١٣-١٤.
- ١١٩- صحيفة الجمهورية العراقية، العدد (٦٧٦٥) في ٢٥/٦/١٩٩٨، ص ٢.
- ١٢٠- صحيفة الجمهورية العراقية، العدد (٤٥٥٢) في ١٦/٢/١٩٩٨، ص ٢.
- ١٢١- ناجي صبري الحديثي، مؤتمر صحفي، مصدر سابق،
- ١٢٢- عبد الرزاق الهاشمي، مقابلة تلفزيونية، مصدر سابق.
- ١٢٣- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ١٦/١/٢٠٠٣.
- ١٢٤- محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، عمان، مطبعة مجذولاي، ١٩٩٧، ص ٧٢.
- ١٢٥- سعدون حمادي، رئيس المجلس الوطني العراقي (الاسبق) مقابلة تلفزيونية، تلفزيون العراق، في ١٤/٢/٢٠٠٣، الساعة الثامنة والنصف مساءً.
- ١٢٦- مصطفى الدباغ، المرجع في الحرب النفسية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٨، ص ١٦٧.
- ١٢٧- صحيفة الجمهورية العراقية، في ١٨/١/٢٠٠٠، ط ١.
- ١٢٨- صدام حسين الرئيس العراقي (الاسبق) اثناء لقاءه مع (توني بن) مصدر سابق.
- ١٢٩- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢/١٢/٢٠٠٣.
- ١٣٠- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٣/١/٢٠٠٣.
- ١٣١- محمد حسنين هيكل، مصدر سابق، ص ٣٨.
- ١٣٢- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٨/١٢/٢٠٠٢.
- ١٣٣- عبد الرحمن عزي (واخرون) العرب والاعلام الفضائي، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٤، ص ٦٩.

- ١٣٤- صباح ياسين، الاعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، مصدر سابق، ص١٤٨.
- ١٣٥- صحيفة نبض الشارع العراقية، العدد (٢)، الاربعاء، ١٢/٥/٢٠٠٤، ص٩.
- ١٣٦- احمد طه خلف الله، سقوط العرب في الحرب على العراق، (الاسباب والنتائج) ط١، دمشق، دار الكتاب العربي، ٢٠٠٤، ص٥٥.
- ١٣٧- احمد طه خلف الله، المصدر السابق، ص٥٧.
- ١٣٨- قناة الجزيرة، برنامج الاتجاه المعاكس (هل امريكا تريد الحوار مع العرب والاسلام؟) الثلاثاء ٢٠/٢/٢٠٠٧، الساعة العاشرة وخمس دقائق.
- ١٣٩- كريستوفر شير (واخرون) كذبات بوش الخمس الكبيرة التي اخبرنا بها بوش عن العراق، ط١، ترجمة محمود على عيسى، دمشق، دار الكتاب العربي، ٢٠٠٤، ص٢٣.
- ١٤٠- كريستوفر شير، (واخرون) المصدر السابق، ص٩٥.
- ١٤١- صحيفة نبض الشارع العراقية، العدد (٢)، ١٢/٥/٢٠٠٤، ص٤.
- ١٤٢- نعمان عبد الرزاق السامرائي، امريكا والعالم، ط١، الرياض، مكتبة العبيكات، ٢٠٠٧، ص٦٥.
- ١٤٣- نعمان عبد الرزاق السامرائي، المصدر السابق، ص٧٩.
- ١٤٤- قناة الجزيرة، برنامج بلا حدود، الحرب الخفية (حرب النفط) لقاء مع الدكتور علي المشهداني خبير النفط العراقي، الاربعاء ٢١/٢/٢٠٠٧، الساعة العاشرة مساءً.
- ١٤٥- قناة الجزيرة، برنامج بلا حدود، المصدر السابق.
- ١٤٦- نعمان عبد الرزاق السامرائي، مصدر سابق، ص٨٢.
- ١٤٧- صحيفة البصائر العراقية، العدد (١٢) في ٢٩ / ١٠ / ٢٠٠٣، ص٨٤.
- ١٤٨- نعمان عبد الرزاق السامرائي، مصدر سابق، ص٨٤.
- 149- file.www.arabyannewspaper. Im 28-12-2002. page.2.
- سوا عولمة امريكية ام امركة عالمية.
- ١٥٠- د- صبري مصطفى البياتي، السوء في سوا، صحيفة الاعلام الاسبوعية، بغداد، العدد (٢٣٥) في ٢٥/٩/٢٠٠٢، ص٥.
- 151-heap: www.islamonline.net Arabic arts ,10-12-2002.article.shtml.
- 29- 12- 2002- p-2 .
- ١٥٢- مقابلة اجراها الكاتب مع فاضل مشعل اللامي، مراسل اذاعة سوا في بغداد، في ١١/٨/٢٠٠٣.
- 153- File.Albayan.newspaper. اذاعو سوا الامريكية الناطقة باللغة العربية تبدأ 24-3-2002. page. 12 ارسالها.
- ١٥٤- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٥/١١/٢٠٠٢.

- ١٥٥- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٢/١١/١٧.
- ١٥٦- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٣/١/٢١.
- ١٥٧- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٣/ ٣/٢٢.
- ١٥٨- مقابلة اجراها الكاتب، مع فاضل مشعل اللامي، مراسل اذاعة سوا في بغداد في ٢٠٠٣/١٠/٢٥
- ١٥٩- مقابلة اجراها الكاتب مع فاضل مشعل اللامي، في ٢٠٠٣/١٠/٧.
- ١٦٠- صبري البياتي، مصدر سابق، ص ٤.
- ١٦١- مقابلة اجراها الكاتب، مع فاضل مشعل اللامي، في ٢٠٠٣/١٢/١٢.
- ١٦٢- مقابلة اجراها الكاتب، مع فاضل مشعل اللامي، في ٢٠٠٢/٨/١١.
- ١٦٣- مقابلة اجراها الكاتب، مع فاضل مشعل اللامي، في ٢٠٠٣/٣/٢٤.
- ١٦٤- مقابلة اجراها الكاتب، في ٢٠٠٢/٨/١١.
- ١٦٥- مقابلة اجراها الكاتب، مع فاضل مشعل اللامي، في ٢٠٠٢ / ١١ / ١٥.
- 166- File.www.radiosawa.htm. 10-10-2003- page.1.
- ١٦٧- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٣/١/١٠.
- 168- File.www.radiosawa.htm. 1- 10 -2003. page. 3.
- ١٦٩- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٣/٤/٥.
- ١٧٠- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٣ / ٣/ ٢٢.
- ١٧١- اذاعة سوا، انصات شخصي، في ٢٠٠٢/١١/٢١.
- ١٧٢- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام (دراسة في مناهج البحث العلمي) ط ٣، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩، ص ٢٢٨.

CV

- الدكتور مؤيد خلف حسين الدليمي
- دكتوراه إعلام- كلية الإعلام- جامعة بغداد
- اللقب العلمي- استاذ مساعد
- رئيس قسم الإعلام في كلية الاداب جامعة الانبار
- استاذ الإعلام الدولي في قسم الإعلام
- استاذ التحرير الصحفي والتلفزيوني والإذاعي وإعداد وتقديم البرامج ومناهج البحث العلمي والإعلامي والإعلان والإخراج الصحفي والتلفزيوني والإذاعي في قسم الاعلام.
- صدر للمؤلف كتاب (الهيمنة الإعلامية الامريكية وحرب الاكاذيب) عن دار الخير للطباعة والنشر- دمشق- عام ٢٠٠٨.
- نشر اكثر من (١٠) بحوث علمية في مجلات علمية محكمة عربية وعراقية.
- عضو نقابة الصحفيين العراقيين
- عضو اتحاد الصحفيين العرب
- عضو الاتحاد الدولي للصحافة
- عضو جمعية العلاقات العامة العراقية
- عضوة اتحاد الادباء والكتاب العراقيين
- رئيس تحرير جريدة الساحة اليوم- مدير تحرير جريدة الجزيرة
- عمل رئيس تحرير مجلة الفرسان وسكرتير تحرير جريدة الغربية.
- عمل في العديد من الصحف العراقية طوال عشرون عاما.
- عمل مراسلا في عدد من القنوات العربية ووكالات الانباء العالمية.