

الباب الثالث
تخصيب اليورانيوم..
تخصيب الإعلام
العراق نموذجاً

الفصل الأول
الإعلام الأمريكي
وبيئة النفوذ والحروب

منذ الحرب العالمية الثانية، بدأت بعض القوى والنخب في الولايات المتحدة الأمريكية تعمل على تكريس مصادرها الهائلة للسيطرة على وسائل الاعلام بقصد التحكم في الرأي العام الأمريكي والعالمي لتحقيق اهدافها السياسية والاقتصادية، ومن أبرز هذه الجهات، الشركات الكبرى المتعددة الجنسيات، ومجلس العلاقات الخارجية في الكونجرس الأمريكي، إضافة إلى وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية .

و مما زاد من نفوذ الولايات المتحدة في الجانب الإعلامي، كونها أكبر دولة في العالم اقتصادياً وسياسياً، وهي الأولى في الاتصالات وكذلك في الكمبيوتر، ولا يوجد منافس حقيقي لها في الساحة الدولية، وهذه الحقيقة تعطي تصوراً واضحاً للمستقبل الإعلامي العالمي، و مما زاد من نفوذها، تداخل الإعلام مع التقنية في الكمبيوتر والاتصالات، وتمنحها الأمتياز في استمرار الهيمنة الإعلامية بقوة ووضوح؛ خصوصاً إذا انتبهنا إلى الأسلوب المستخدم في الإعلام (المرئي على وجه الخصوص) ، والذي يعتمد على الإيحاء والخيال الواسع والصورة والحركة لإيصال الرسالة الإعلامية، بعيداً عن الكلام الكثير والحشو المطول، فالتوسع الإعلامي (الأمريكي على وجه الخصوص) أفقي وعمودي، وقد استفاد من التحالفات المحلية (في المناطق القوية) والسيطرة والاحتكار (في البلدان الضعيفة). كذلك فإن النظرة للعولمة من جهة الشركات الإعلامية الغربية والأمريكية على وجه الخصوص، يزداد مع الأيام، والقناعة به بدأت تسري حتى في المؤسسات المتوسطة والصغيرة فضلاً عن الكبيرة .

كما بدأت أمريكا تهتم بالثورة الرقمية في توجهاتها السياسية وهيمنتها على العالم، فقد اعتبر بيل كلينتون منذ انتخابه عام ١٩٩٢ ان الثورة الرقمية، وبخاصة موضوع طريق المعلومات السريعة، قضية ذات اولوية رئيسية . وطرح آل جور نائب الرئيس الأمريكي في مؤتمر تطوير الاتصالات العالمية الذي عقد في بوينس ايريس عام ١٩٩٤ تصورات عن (البنية التحتية للمعلومات الدولية) وأهميتها للولايات المتحدة الأمريكية، ازاء التحديات الدولية، ومساعدتها على الحفاظ على تفوقها السياسي والاقتصادي والعسكري والاستراتيجي في القرن الحادي والعشرين^(١) .

ومع تفجر المعرفة والثورات المعلوماتية والاتصالية بدأت الجهات التي تملك ادوات الاعلام ووسائل انتاج المواد الاعلامية في اميركا تحتكر الإعلام، مما فسح المجال (للتدفق والإغراق الاعلامي) باتجاه واحد، وأصبح العالم الأول معه مرسلأ، والعالم الثالث مستقبلاً .

ولم تلبث ان ساعدت الحروب المتلاحقة التي خاضتها اميركا، والعمليات العسكرية المختلفة، تحت الغطاء الشرعي القانوني المحلي والدولي على توظيف الإعلام لهذه الغايات، مما بدأ يحول، بقوة وسرعة، (الإعلام الموضوعي) إلى (الإعلام المسيس)، ثم الانتقال من حالة التسييس الى (العسكرة) كما هو الامر سائر في المجالات الاخرى، حيث تم وضع الإعلام الأمريكي في خدمة المجهود الحربي، وتحت تصرفه، فأصبح صورة مطابقة للعمليات النفسية الدعائية، وبالتالي بدأنا نعايش بروز نظرية اعلامية جديدة منذ مطلع القرن الحادي والعشرين، وتحديدًا بعد انهيار الاتحاد السوفياتي، وسقوط جدار برلين في ٩ تشرين الاول ١٩٨٩، وعقب تفجيرات الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١، وهي نظرية (الدعاية السياسية المسلحة أو الحربية)، حيث ظهر ذلك جلياً، بوضع المزيد من القوانين لتسخير الإعلام في حفظ أمن الداخل من خطر هجمات الأتهاب، وفي ميادين القتال بالخارج في مطاردته، فأصدرت اميركا ماعرف بعد هجمات ايلول (بقانون باتريوت)، وهو قانون الدفاع رقم واحد الذي يسمح لها بالمراقبة والملاحقة والاعتقال ومراقبة كل ما قد يشكل خطراً على الأمن بما فيه الإعلام^(٢)، وهو ما عكسته تصريحات المسؤولين كوزير الدفاع (رامسفيلد) الذي دعا لعدم معارضة الرئيس، وكذلك وزير الخارجية السابق (كولن باول) الذي صرح بأن اميركا في وضع تاريخي لا يجزؤ أحد معه على المساس بها^(٣)، وهذا كله ماجعل (وليام رو) يقول في الواشنطن بوست (عمدت الادارة الاميركية الى تفعيل مكتب الإعلام الدولي في البيت الأبيض، لنشر ما يتعلق بالحرب، وإلزام الإعلام برسائله الرسمية، مما انعكس على العاملين في الميدان، حيث كان انتقاء الأخبار والتعليقات تعكس آراء مطابقة لوجهة النظر الرسمية عن الحرب)^(٤).

ويتخذ الإعلام الأمريكي مسارين: إعلام أمريكي دولي يتبنى أطروحات المنظرين الاستراتيجيين الذين صنعوا هذه المشروعات، وتمثّل في إذاعة صوت أمريكا، أو الوسائل المستحدثة مثل قناة الحرة، وإذاعة سوا، وغيرها، وإعلام أمريكي غير مباشر يتخذ من وسائل الإعلام المحلية في دول الشرق الأوسط أو من العاملين فيها، أدوات لتنفيذ الأهداف. وهذه أشد خطراً وأكثر تأثيراً على مجتمعات الشرق الأوسط من وسائل الإعلام الأمريكية نفسها، وأكثر فتكاً وأسرع تأثيراً، لأنها تتبع من المجتمع نفسه، وتدار برجاله العاملين في مؤسساته الإعلامية. مما يجعل هذا النوع من الإعلام أكثر خطورة على المجتمع أنه أمريكي الفكرة والتوجه، محلي الإدارة والوسيلة، بل ويستخدم ذرائع غاية في الخطورة من مثل: الحرص على مصلحة الوطن، والدفع بالمجتمع نحو الإصلاح، وتفعيل أداء مؤسسات المجتمع المدني، ونحو ذلك من الغايات النبيلة التي أسيء استخدامها لتحقيق المشروع الغربي في المنطقة^(٥).

يغطي الإعلام الأمريكي قارة بأكملها، ويهدف إلى توفير المعلومة والخبر إلى أكثر من ٢٨٠ مليون نسمة تقطن الولايات المتحدة، ولذلك فإن الإعلام المحلي له من القوة والتأثير على الرأي العام ما لا يتوفر لكثير من وسائل الإعلام القومية، ويختلف ذلك عن الصورة المعتادة للإعلام في العالم العربي إذ أن الصحف القومية تتمتع بغالبية القراء. أما في الولايات المتحدة فإن رجل الشارع الأمريكي لا يقرأ في الغالب صحيفة نيويورك تايمز أو الواشنطن بوست إذا لم يكن من سكان نيويورك أو واشنطن، ولكنه قد يقرأ الصحيفة الهامة في مدينته. ولعل هذا ما يفسر وجود أكثر من ١٥٠٠ صحيفة يومية أمريكية. ولتوضيح ذلك، فإن مجمل ما يطبع يومياً من الصحف الرئيسية الكبرى (وول ستريت - نيويورك تايمز - واشنطن بوست - يو إس توداي) لا يتجاوز ٥ مليون نسخة، بينما يطبع يومياً من الصحف الأخرى ما يزيد عن ٥٥ مليون نسخة. أي أن الصحف الكبرى لا تغطي بأكثر من ١٠٪ من إجمالي القراء في أي يوم. أما باقي القراء فيعتمدون على الصحف المحلية كمصدر أساس للأخبار والتحليلات والمواقف السياسية والفكرية.

ولذلك فإن الإعلام الأمريكي اليوم يقوم بنوع من الفرز الآلي للأخبار والأحداث، فما وافق منها توجهاته الفكرية العامة أصبح خبراً واعتبر حقيقة، وما خالفها أصبح دليلاً على عدم عدالة الخصم. وهكذا يمكن إيجاد آلية ظاهرها المنطق والعقل، ولكنها تخفي في طياتها أبشع أنواع التعصب والحجر على الرأي الآخر. إن عدم الحياد في الإعلام الأمريكي ليس أحادي الاتجاه، ولكنه متنوع الأشكال أيضاً، ولكن محوره الرئيس هو طابع الانحياز الفكري، فهو لا يملك التفريق بين التغطية غير المحايدة لخبر ما، وبين تغطية الخبر الذي يختلف مع وجهة نظر المحرر أو الإعلامي^(٦). بمعنى إن الإعلام والصحفي الأمريكي (يبحث عن الخبر والمعلومة ليس من أجل قيمتها الثقافية أو المعرفية، وإنما من أجل مساحة الإثارة والاهتمام التي تحدثها لدى الرأي العام، الذي يمكن أن يستثيره الخبر^(٧)).

وفي دراسة إحصائية أعدت عام ٢٠٠٥ من قبل مؤسسة جالوب المتخصصة في أبحاث الرأي العام والدراسات الإحصائية، وجد أن ٤٤٪ فقط من الشعب الأمريكي يثق في وسائل الإعلام الأمريكي بوجه عام، وانخفضت النسبة بشكل حاد إلى ٢٨٪ فقط فيما يتعلق بالثقة في الصحف وقنوات الأخبار التلفزيونية. وهذا يعني أن معظم الشعب الأمريكي لا يثق في مصداقية الإعلام الأمريكي رغم ادعاء هذا الإعلام بالحياد والإيجابية والتغطية المتوازنة للأحداث.

والهدف النهائي للإعلام الأمريكي اليوم ليس هو البحث عن الحقيقة، وإنما هو أفضل طريق لتوصيف الواقع والمستقبل بشكل يرضي أصحاب المصالح. لذا تنشأ علاقات صداقة تجارية بين الإعلام والسلطة، وتبادل للمصالح لا يسمح لأي من الطرفين بالاعتداء المباشر على الطرف الآخر. وتبقى مساحة مقبولة من الاختلاف، وتبادل المقاعد بين حزبي السلطة الجمهوري والديمقراطي، وهي المساحة التي اصطلح على تسميتها بالحرية الإعلامية.

ويشير أحدث تقرير أمريكي يحمل عنوان " The State of the News Media 2006 " حالة وسائل الإعلام الإخبارية ٢٠٠٦ " (٨) أن الأمريكيين لسنوات طويلة وخاصة منذ بداية الثمانينات من القرن الماضي كانوا ينظرون لوسائل الإعلام بأنها صارت أقل حرفية، وأقل دقة وأقل عناية واهتماما بالحقائق، وإن المؤسسات الإعلامية تعمل غالبا من أجل مصالحها الخاصة الاقتصادية، وأن الصحفيين لا يدفعون إلى الأمام إلا الأجندة الخاصة بهم، رغم تكرار تأكيدهم بأنهم يدافعون عن المصلحة العامة. ويذكر التقرير أن شبكات التلفزيون المحلية عملية مربحة للغاية، خاصة أنها تعد المصدر الرئيسي لحالة الطقس والمرور وأخبار الجريمة الخاصة بالمنطقة، كما أنها تتعرض لحياة المجتمع المحلي، وتعكس بشكل كبير اهتمامات وهموم الناس العاديين، وتحظى الفترة الصباحية بكثافة مشاهدة أكبر، وحسب التقرير فإن إيرادات إعلانات الشبكات المحلية بلغت في العام الماضي ٢٦ مليار دولار. وأن متوسط عدد ساعات الأخبار التي تبثها الشبكات المحلية يوميا لا يزيد عن ٣,٦ ساعة، أما الإذاعة، فقد بقيت تقليدا راسخا في الحياة الأمريكية لم يتم الاستغناء عنه مهما تطورت أو تنوعت الوسائط الإعلامية، وإن عدد المستمعين للراديو أو الإذاعة بشكلها التقليدي يصل إلى ٢٤,٧ مليونا. وعلى الرغم من توافد أو تواجد وسائل جديدة مثل X M و Sirius الراديو الساتاليت أو Podcasts إلا أن الوسيلة التقليدية (الراديو) ما زالت هي المسيطرة على أذان الأمريكيين.

أما شبكات التلفزيون القومية، فلها حضور واضح في حياة الأمريكي، حيث إن ٦٦ بالمائة من الشعب الأمريكي يعتبر الأخبار المصدر الأساسي لهم، ويرون أن المؤسسات الإخبارية تبدي اهتماما أكبر بجذب المشاهدين أكثر من اهتمامها بتزويدهم بالمعلومات. عدد المشاهدين للنشرة الإخبارية المسائية على الشبكات الثلاثة الكبرى يصل إلى ٢٧ مليونا. ولا وجه للمقارنة على الإطلاق بين هذا العدد الضخم من المشاهدين والعدد المحدود ممن يتابعون شبكات الكابل - مثل سي ان ان CNN أو فوكس نيوز FOX. وفي المقابل نجد أن البرامج الإخبارية الصباحية تجذب نحو ١٤ مليونا فقط من المشاهدين.

هناك مؤشرات لظهور (وسيلة إعلامية أخذة في النضوج)، وهي شبكات الكابل الإخبارية، حيث إن فوكس نيوز تكسب مشاهدين أكثر من CNN و MSNBC، وأن شبكات كابل الإخبارية تنمو ماليا وبالتالي تستثمر أموالها في جمع الأخبار وأعداد البرامج الإخبارية. إلا أن مضمون هذه الشبكات مازال موضع تساؤل، وأيضا انتقاد، لأنه غالبا ما يحوي آراء أكثر من احتوائه على أخبار، وأن ما يقوله مراسلها في الغالب آراء ومشاعر. وإن مشاهد شبكة (فوكس نيوز) يمضي وقتنا أطول مع هذه الشبكة، خاصة في وقت الأزمات السياسية، وأن أغلب المشاهدين لفوكس، كما هو معروف، من المحافظين والجمهوريين، وأن إيراداتها في العام ٢٠٠٥ وصلت إلى ٦١٤ مليوناً من الدولارات، في وقت بلغ فيه نصيب ال (سي ان ان) ٨٧٨ مليوناً، ويذكر أن عدد المكاتب الخارجية لفوكس ثلاثة مكاتب فقط في حين أن (سي سي) لها ٢٤ مكتبا حول العالم. والأمر المثير بالنسبة للمهتمين باقتصاديات شبكات كابل الإخبارية هو نجاح هذه الشبكات في كسب أموال، وأيضا ثقة المعلنين. كما شهد عالم المجالات في السنوات الأخيرة انخفاضاً في توزيع كبيريات المجالات (تايم) و (نيوزويك) و (يو اس نيوز)، وذلك لأن الحملة كوسيلة إعلام ومصدر أخبار، لم تعد تحتل إلا مركزاً متأخراً في قائمة اهتمامات القارئ الأمريكي. كما أن المجالات الشهيرة تراجعت قدرتها على جذب الإعلانات إذ حدث انخفاض بنسبة تتراوح ما بين ١٠-١٢ بالمائة في مواردها الإعلانية.

وهناك الظاهرة الإعلامية الجديدة، صحافة أون لاين - الالكترونية، التي مازالت تتشكل وتتجدد وتتبدل كل يوم، كما أن الصحف الكبرى استغلت مواقعها الالكترونية لتزيد من حيويتها وتأثيرها ودورها الإعلامي وأيضا مواردها المالية، حيث أصبحت آلة اقتصادية - مالية ضخمة إذ أن موارد الصحف من مواقعها الالكترونية تنامت بنسبة ٣٣ بالمائة سنوياً. وإذا استمرت هذه النسبة كما هي سنوياً فإنه من المتوقع أن تتساوى مواردها من (أون لاين) مع مواردها من النسخة المطبوعة عام ٢٠١٧^(٩).

وكما كانت للخارج في أجنادات الإعلام الأمريكي استراتيجياته، فقد كانت للداخل أيضا حساباته التي سعت إلى إعادة تشكيل مخيلة المتلقي الأمريكي برموز جديدة، أبطالها هذه المرة مغنو الروك والراب الأمريكيان ومثلو سينما الإثارة الأمريكية بشقيها الأساسيين الجنس والعنف وأبطال الرياضات الأمريكية من أمثال كرة القاعدة وكرة القدم الأمريكية إضافة إلى مصممي وعارضي الأزياء، وهؤلاء جميعاً عمل الإعلام الأمريكي علي تحويلهم إلى ما يشبه صورة أنصاف الآلهة في الميثولوجيا القديمة الذين يستوجب التعامل معهم التوسل إلى كل

طقوس التبجيل والتقدیس التي قد تصل إلى أقصى درجات العبادة فيات مألوفاً في أمريكا أن يقضي الآلاف لياليهم في العراء أمام منزل أحد هؤلاء المشاهير تطلعا لإطلالة سريعة قد يجد بها علي مريديه من إحدي شرفات منزله، كما ولدت موازاة مع هذا صناعة إعلامية هائلة تجد صورتها في إمبراطوريات كبري مشكلة من آلاف المصورين والصحافيين والمعلقين الذين يتغذون علي فضائح الحياة الخاصة لأنصاف الآلهة الذين خلقوهم بأنفسهم، لقد أضحت الحياة الخاصة للنجوم الأمريكيين هوساً شعبياً بامتياز يجد امتداده في انفلات هذه الحياة عن الطابع العادي والاعتیادي لعامة الناس، بما يجعلها أكثر بعداً عن الواقع وأقرب إلى مجريات أفلام هوليوود^(١١).

ونادراً ما يزعج الإعلام الأمريكي السلطة، فرغم أن العالم يتحدث أحياناً عن حرية الإعلام الأمريكي، وجرأته في انتقاد الإدارات الأمريكية، إلا أن الحقيقة تختلف عن ذلك، فالإعلام الأمريكي ينتقد بقوة، ولكن ضمن المساحة المقبولة من الاعتراض بين أروقة السلطة، وحزبها الديمقراطي والجمهوري. ويشرح هذه النقطة خبير الإعلام الأمريكي مايكل بارينتي قائلاً: (إن التيار العام للإعلام الأمريكي الذي تتحكم فيه شركات الإعلام الكبرى نادراً ما ينحرف إلى المناطق والموضوعات التي تسبب عدم ارتياح لمن يملكون السلطة السياسية والاقتصادية، ويتضمن ذلك من يملكون وسائل الإعلام، ومن يعلنون فيها أيضاً)^(١٢).

ويقدم نعوم تشومسكي، وادوارد هيرمان في كتابهما (صناعة الإجماع) صورة تقريبية عن الكوابح التي تتحكم في الإعلام الأمريكي، وهذه الكوابح هي:

١- الملكية، فالإعلام الأمريكي ملك لحفنة قليلة من رجال الإعلام الأثرياء والشركات العملاقة، ومهما تكن الحرية التي تنعم بها قانونياً، فهو لا يستطيع أن يبث ما يؤثر سلباً على مصالح مالكيه.

٢- الدعاية التجارية، فهذا الإعلام يعيش إلى حد بعيد على مردود الدعاية التجارية التي يحظى بها، وليس في وسعه إن أراد الاستمرار في جلب الإعلانات التجارية إلا أن يجامل أصحاب المال والأعمال.

٣- المصادر الرسمية، فأهم مصدر للأخبار هي الجهات الرسمية في البيت الأبيض والكونغرس، وهي تجامل هذه الجهات حفاظاً على تدفق المعلومات منها بانسياب ومرونة.

٤- النقد، فخوف وسائل الإعلام الأمريكية من النقد و خصوصاً نقد الجهات الرسمية والمنتقدة يجبرها على تقييد نفسها، وفي تحليل مدير أخبار (CNN) إن استقالته كانت للحيولة دون تشويه صورة المحطة.

٥- الايدولوجيا، و قد قصد بها المؤلفات آنذاك معاداة الشيوعية أساساً، لكنها اليوم تصدق على معاداة الإسلام و العرب أكثر من معاداة شيء آخر، بعدما أصبح العداء حافزاً ايدولوجياً جديداً.

ينطلق الإعلام الأمريكي في خطابه للشعب الأمريكي من خلال وسائله المتعددة وحواراته من مبدأ (المنفعة والمضرة) وليس من مبدأ (الحق والباطل أو الخطأ والصواب). لهذا كانت الحوارات الإعلامية حول المسألة العراقية منذ بداية غزو العراق في آذار ٢٠٠٣ حوارات تنصب على أسئلة عملية و إجرائية لا تخرج عن سياق الاحتلال مثل هل بعثت أمريكا ما يكفي من القوات للسيطرة الكاملة على العراق؟ أما الأسئلة المبدئية حول شرعية الاحتلال وأخلاقياته فلا تجد لها أثراً في الإعلام الأمريكي إلا قليلاً، بل أقل من القليل^(١٢).

والخلاصة الأكثر واقعية وموضوعية لنتائج بعض أحدث وأشمل استطلاعات لموقف الرأي العام الأمريكي تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في الوقت الراهن، وهو الاستطلاع الذي أصدره مركز بيو لاستطلاعات الرأي بالتعاون مع مجلس العلاقات الخارجية عام ٢٠٠٦، والاستطلاع الذي أصدرته منظمة الأجنحة العامة في ٢٠٠٥ ونشرته مجلة فورين أفاريز العريقة، الصادرة عن مجلس العلاقات الخارجية نتائجه في عدد سبتمبر /أكتوبر ٢٠٠٥، حيث كشفت عن حقيقة الإعلام الأمريكي المضلل بين نخب صناعة القرار والرأي العام بالولايات المتحدة، وهي إن الإعلاميين والأكاديميين والعلماء بشكل خاص يمثلون جزءاً من المعسكر الليبرالي بالولايات المتحدة، مقابل نخب أخرى كالجيش والقادة الدينيين والسياسيين الذين يميلون نحو التيار اليميني المحافظ بشكل أوضح، مما يعني أن قراءة موقف الإعلام الأمريكي الذي يغلب عليه التوجه الليبرالي، لا يكفي لمعرفة موقف الرأي العام الأمريكي بشكل عام تجاه السياسة الخارجية، أو موقف النخب الحاكمة في الولايات المتحدة، لأن الإعلام الأمريكي ليبرالي التوجه، ويصعب على المتابع المهتم أن يتخذ من الإحصاءات والأخبار السلبية التي تنشرها وسائل الإعلام الليبرالية عن سياسة الإدارة الأمريكية الخارجية بصفة يومية مؤشراً على موقف الرأي العام الأمريكي من تلك السياسات^(١٣).

تأسست الكثير من الامبراطوريات الاعلامية الكبرى في امريكا، وقد تعرضت هذه المؤسسات الاعلامية في الاونة الاخيرة لعملية إعادة تنظيم وعولمة وتمرکز، بحيث عاد ملكيتها في السنوات الاخيرة إلى فئة صغيرة، وهي مؤسسة (تايم وورنر) وشركة (وولت ديزنى) ومؤسسة (فياكوم إنكورب) وشركة (نيوز كوربوريشن) ومجموعة (نيوهاوس)، وكلها مرتبطة بشكل أو بآخر بمجلس العلاقات الخارجية، وبموجب القوانين التي سنتها لجنة الاتصالات الفيدرالية في ادارة جورج بوش فإن الشركات الاعلامية العملاقة القليلة سيسمح لها بالاندماج، وبالتالي الهيمنة على المزيد من محطات التلفزة والاذاعة المحلية عبر الولايات المتحدة، مما يجعلها اكثر قدرة على التحكم بالرأى العام داخل الولايات المتحدة وخارجها. وهذه الهيمنة على الإعلام إنما هي جزء من الادوات الخفية التي تملكها النخبة من اعضاء مجلس العلاقات الخارجية في حملتهم لاقامة الامبراطورية العالمية .

ويتفق معظم الباحثين^(١٤) بأن الذين سيطرون على شركات الاعلام الامريكية العملاقة من منتسبي مجلس العلاقات الخارجية، وأكثرهم من اليهود، وهي حقيقة معروفة، وبمعنى آخر فإن الإعلام الامريكي متمركز في أيدي فئة قليلة أكثر من أي وقت مضى في التاريخ، وبأن الهيمنة الاعلامية محصورة في أيدي اعضاء مجلس العلاقات الخارجية، وهو ما أدى إلى خلق صورة نمطية عن قضايا العرب، وخاصة الصراع العربي الاسرائيلي، والعراق والنفط، وغيرها من القضايا والاحداث، في مدارك الرأى العام الامريكي والعالمي لدرجة أن معظمهم لا يدركون حقيقة ان أفكارهم السياسية يتم تغذيتها والتلاعب بها من قبل جهات عليا وفي ظل سيطرة هذه الامبراطورية الاعلامية الكبرى على الصحف اقليمية والاقليمية، ولذلك يصبح من المتعذر على اى صحيفة القبول بأي صحافي مستقل، أو الاعتماد على مكاتب الاخبار الدولية في الحصول على التقارير الصحافية، فهذه الصحف مطالبة بشراء (أخبارها) من وكالات مثل النيويورك تايمز New York Times وداو جونز، وول ستريت جورنال Dow Jones- Journal أو شركة الواشنطن بوست Washington post comm- pony وهي وكالات انباء يسيطر عليها مجموعة المصالح نفسها. فالنيويورك تايمس مملوكة لعائلة أرثر سولزبيرغر Arthur sulzberger، أما رئيس التحرير جوزيف ليلفيد Jaseph Lelyveld فهو ابن خام يهودى، وتملك النيويورك تايمز جريدة البوسطن غلوب Boston Globe و(٣٣) جريدة إقليمية أخرى، عدداً من محطات التلفزيون والاذاعة. وتزود وكالة

أنباء نيويورك تايمز تقارير وتحليلات أخبارية وتغطيات صحفية لأكثر من ٥٠٠ صحف في عموم الولايات المتحدة ويدير جريدة الواشنطن بوست، وهي أقوى الصحف نفوذاً في واشنطن والعالم، وهي لأحفاد رجل المصارف يوجين ماير Eugen Meyer، حيث يملك الواشنطن بوست ومحطات تلفزيون و ١١ مطبوعة ومجلة النيوزويك، ومحطة كيبل.

ويعد روبرت مردوخ عملاق الاعلام الاسترالي، وهو يهودي، من أبرز الشخصيات الإعلامية التي تسيطر على الاعلام الدولي، حيث يملك رابع أكبر مجموعة إعلامية أمريكية هي نيوز كوربوريشن News corporation، كما يملك شبكة فوكس التلفزيونية (Fox TV) التي تسيطر على برامجها المحافظين الجدد، الذين لهم ارتباطات قوية وفاعلة مع (إسرائيل). وتتبع امبراطورية مردوخ الاعلامية جريدة النيويورك بوست New York Post وعدد آخر من الصحف مثل ويكلي ستاندارد Weekly Standard الاسبوعية، التي تعد الناطقة بأسم المحافظين الجدد، ورئيس تحريرها وليام كريستول William Kristol.

ويكفي لمعرفة حجم التركيز الذي تعانیه صناعة الإعلام أن هناك على سبيل المثال تسع شركات إعلامية متحكممة في الإعلام الأمريكي مهمتها تشكيل الرأي و الذوق العالميين. وهذه الشركات التسعة التي تبلغ أرباحها السنوية ما بين ثمانية إلى ثلاثين مليار دولار هي: ديزني (أي بي سي)، و أمريكا أون لاين تايمز ورنير (سي إن إن)، وروبرت مردوخ (فوكس تي في)، وفاياكوم (سي بي إس)، وجنرال الكتريك (إن بي سي)، وسوني (سابقاً سي بي إس ريكوردس و كولومبيا بيكشر)، وسيفرام (ينيفيرسال فلم وتلفيشن استديو)، وآي تي أند تي (كايبيل وميديا ون سابقاً)، وبيتلسمان (شركة ألمانية تسيطر على واحد بالمائة من مطبوعات كتب البالغين في العالم). ويشير باكديكيان في كتابه (احتكار الإعلام) الذي أثار ضجة كبيرة في الرأي العام الأمريكي، عندما استطاع أن يحصي حوالي ١٧٠٠ صحيفة يومية، و ١١٠٠٠ مجلة، و ٩٠٠٠ راديو و ١١٠٠٠ محطة تلفزيونية، و ٢٥٠٠ دار نشر، و ٧ استديوهات سينمائية، وقال: لو أن كل مؤسسة من التي ذكرت كانت ملكاً لشخص واحد لكان لدينا ٢٥٠٠٠ صوت إعلامي مختلف عن الآخر، لكن للأسف هناك فقط ٥٠ شركة هي التي تتحكم في كل الإعلام الأمريكي.

وبشكل عام فإن الشركات الإعلامية العملاقة القليلة التي تحتكر الإعلام تعبر عن رغبات أثرياء العالم، وهي على صلة وثيقة بكبرى الشركات المالية والصناعية، بحيث تضمن لها غطاءً إعلامياً، وتساعدهم على تذكية روح الإستهلاك، وتغيير أنماط الإستهلاك في العالم،

فعلى سبيل المثال صحيفة النيويورك تايمز The New York Times على صلة اقتصادية وثيقة بالشركات التالية: Merck, Morgan Guaranty Trust, Bristol Myeres, Charte Oil, Johns Manville, American Express, Bethlehem Steel, IBM, Scott Time, Inc وكذلك مؤسسة التايمز paper, Sun Oil, and First Boston Corporation تتشابك مع الكثير من الشركات من مثل: Mobil Oil, AT&T, American Express, Firestone Tire & Rubber Company, Mellon National Corporation, Atlantic Richfield, Xerox, General Dynamics.

ويكفي لمعرفة الحجم الهائل للاندماج الأخير أن نعلم أن AOL لديها أكثر من ٢٠ مليون مشترك، و١٩ خدمة على الانترنت، ولديها ١٢ ألف موظف، بينما تملك شركة Times Warner ٢٧ شركة نشر كتب، و٣٧ محطة تلفزيونية أرضية Cable، و١٥ مؤسسة إنتاج وتوزيع تلفزيوني، و٤٩ مجلة، و٢٣ شركة ترفيهية، و٥٩ شركة موسيقية، و٥ شركات على الانترنت للطبع والتوزيع، و٣ شركات لشراء السلع وبيعها، ويعمل لديها ٧٠ ألف موظف. الأحجام العملاقة للمؤسسات الإعلامية لاتدع مجالاً للشك أن حرية الكلمة باتت مهددة بسبب ضيق مساحات الحرية التي يسيطر عليها قلة من أثرياء العالم، فلو أرادت شركة ال CBS أن تسوق فكرة، فإنها يمكن أن توظف محطاتها التلفزيونية ال ١٥ في ١٥ ولاية، وشركاتها الستة على الكايبيل، وشركاتها السبعة الموجودة على الانترنت، وتوظف كذلك محطاتها الإذاعية ال ١٤٧ في ٣٤ ولاية و٣ شركات للإنتاج السينمائي، وكذلك الحال بالنسبة لبقية الشركات العملاقة التي ينقص عددها مع الزمن بسبب الاندماجات المتزايدة^(١٥).

وقد أدت سيطرة قوى الضغط وأصحاب المصالح السياسية على وسائل الإعلام الأمريكي إلى ما يسمى (بالتباين الزائف)، ويعني ذلك وجود تبايناً في المواقف الإعلامية لوسائل الإعلام الأمريكية فيما يتعلق بالقضايا التي تهم مصالح فئة معينة في بعض الأحيان، وهو ما يظهر وكأنه حياد وموضوعية في التغطية الإعلامية. لكن المتمعن في هذا التباين يجد أنه في النهاية يقدم ما يخدم هذه الفئة، وإن ظهر أن هناك اختلافاً في الرؤى والمواقف. ويمارس اللوبي الموالي لاسرائيل هذه الخدعة بطريقة متكررة ومؤثرة أيضاً، فعند تغطية أخبار الشرق الأوسط في الإعلام الأمريكي يلاحظ أن بعض المحللين يتبنون الموقف الإسرائيلي بحرفية تامة، وفي المقابل يقدم البعض الآخر انتقادات هادئة للموقف الإسرائيلي من وجهة نظر متعاطفة،

ويظهر طرف ثالث بصورة محايدة ودون اتخاذ موقف واضح . ولكن لا يوجد ضمن هذا التباين من يتبنى الموقف العربي أو الإسلامي في أي من هذه القضايا ، ولذلك فإن المواطن الأمريكي يشعر بإحساس زائف بتباين المواقف ، ولكنها في النهاية بمجموعها تصب في صالح التيار الصهيوني^(١١) .

اللوبي الصهيوني وفن التغلغل

لا يجد المرء صعوبة ، وهو يتابع بدقة طبيعة تركيبة الاجهزة الاعلامية ومؤسساتها في اوربا الغربية وامريكا الا بالخروج باستنتاج جوهري ، وهو ان اللوبي الصهيوني يمتلك القرار الاول في ادارة النشاط السياسي والإعلامي والدعائي لهذه المؤسسات ويمتلك القدرة على صناعة (النموذج) الصهيوني في فن (التغلغل) و(الانتشار) السريع داخل ابنية المؤسسات الاعلامية الامريكية والغربية بطريقة مدهشة. وهومارس نشاطات متعددة ، ويختفي تحت اغطية ليمارس دوره الخبيث ، وليشعل (حرائق) الاعلام بالتضليل والتزييف والتشويه ، رافعا شعار (الحياة لاسرائيل فقط والموت للبشرية) .

ان (ايباك) الاسم المختصر للجنة الاسرائيلية الامريكية للشؤون العامة التي تأسست عام ١٩٥٩ والتي تتخذ مقرا قرب مبنى الكونغرس الامريكي تمارس دورا كبيرا في القرار الامريكي الخارجي ، وتعبئة الراي العام الامريكي المؤيد (لإسرائيل) ، وتقوية الشعور المعادي للعرب وتشويه صورتهم ، وذلك بسبب تغلغلها داخل الادارة الامريكية وفي وسائل الاعلام .

واكثر من ذلك ، فان هذه المنظمة الصهيونية كان لها الفضل الاول في فوز الكثير من رؤساء الولايات المتحدة الامريكية في الانتخابات الرئاسية . ويكفي مثلا ان انتخابات الرئيس نكسون لعام (١٩٧٢) قد تم التبرع لها بعشرين مليون دولار من قبل (١٥٣) شخصا يهوديا من اصحاب الاحتكارات الاقتصادية الكبرى . وكان طبيعيا ان يكون وراء هذا العمل ثمنا تقدمه الادارة الامريكية (لإسرائيل) ، مثل تعيين الكثير من اليهود في حكومة رؤساء الولايات المتحدة الامريكية اضافة الى تعيينهم في قيادة المؤسسات السياسية والاقتصادية والاعلامية . كما تقدم الادارة الامريكية الى (إسرائيل) مساعدات مالية كبيرة بما فيها القروض والهبات .

وتضم هذه المنظمة مايزيد على خمسين ألف شخصية أمريكية معروفة بتأييدها لـ(إسرائيل) وهي ذات ثقل سياسي وإعلامي كبير ، ومن الشخصيات القيادية اليهودية في

(إيباك) كل من جورج تينت، صموئيل بيرجر، إيزنشتاين، ووليم كوهن، ودينس روس، وريتشارد بيرل، وبول وولفويتز، ودوجلاس فييت، وهنري كيسنجر. ويضم اللوبي اليهودي مجموعة من الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية والعقارية والصناعية التي يمتلكها أو يديرها عليها يهود، ومن أشهر وأكبر الشركات المالية اليهودية في العالم هي شركة (داوتونز) التي تشكل المؤشر الاقتصادي للولايات المتحدة. وهناك شركات يهودية ناشطة ومؤثرة كمطاعم مكدونالز وبيرجر كنج وكوكاكولا وكيا وفولفو لإنتاج السيارات وجنرال ديناميك لإنتاج الدبابات ولوكهيد مارتن لإنتاج الطائرات الحربية وبوينج لإنتاج طائرات الركاب وشركة كوداك لإنتاج الأفلام وسلسلة فنادق هوتيل ريفيني الموجودة في انعواصم العربية، وهناك ثماني شركات يهودية تنتج الكومبيوتر وقطع الغيار.

وبشكل عام يمكن القول ان اللوبي الصهيوني يحتل موقعا متقدما في المجتمع الامريكي من ناحية النفوذ السياسي والاعلامي والاقتصادي، وله تاثير واضح في مجمل القرارات الداخلية والخارج. وتشير المعلومات التاريخية الى ان (تاريخ اليهود في الولايات المتحدة الامريكية يرجع الى عام ١٤٩٢)^(١٧). وان الهجرة اليهودية المنتظمة بدأت بعد عام ١٩٠٠، حيث سجلت تصاعدا في عدد اليهود من مختلف انحاء العالم وصل الى اكثر من ثلاثة ملايين يهودي، وليرتفع العدد حسب اخر الاحصائيات الى ستة ملايين نسمة ويشكلون مايقارب (٣٪) من مجموع سكان الولايات المتحدة الامريكية^(١٨). وهكذا كان اليهود في المجتمع الامريكي، الذي يوصف بانه مجتمع الاقليات، الاقلية التالية مباشرة للمجتمع الكاثوليكي من حيث الحجم. وقد امتازت بخصائص معينة اهمها:

(١) اهتمامها بالتنظيم وعدم التشتت حيث استطاعوا تنظيم انفسهم بمنظمات مختلفة النشاطات والاهداف، وترتبط بلجنة رؤساء المنظمات اليهودية التي تشكلت عام ١٩٠٦ لغرض اساسي هو توجيه النشاطات والفعاليات والضغوط.

(٢) تمتاز بالعزلة الاجتماعية ولكنها استطاعت التعايش والاندماج في المجتمع الامريكي دون ان تكون هناك حالة انصهار بالاقليات الاخرى.

(٣) قدره اليهود على التلاحم داخل المجموعة بسبب التحديات التي تواجههم ولعل (تركيز الجهود باتجاه تأسيس «الدولة اليهودية» والحفاظة على كيانها السياسي والاقتصادي)^(١٩) هو الذي خلق عامل الادراك لديهم ودفعهم الى هذا الانصهار

(٤) عدم الانحياز لحزب ضد اخر وذلك لكسب الجميع وايجاد منافذ لهم للعمل المستقل بعيدا عن التكتلات الحزبية . فالحركة الصهيونية في الولايات المتحدة الامريكية (ليست مرتبطة باي حزب اخر سياسي)^(٢١) ونظريتها خلق العلاقات المتينة مع جميع الاحزاب والحصول على ودها .

(٥) القدرة على الحصول الى مراكز القرار لاسباب عديدة تتعلق بنفوذهم الاقتصادي اولا وتغلغلهم داخل المجتمع الامريكي لقيادة المؤسسات الاعلامية والاقتصادية ثانيا ، اضافة الى قدرتهم على ربط الصهيونية باليهودية .

وهكذا استطاعت الحركة الصهيونية ان تشكل جماعة ضغط سياسي ، وان تمارس دورا قياديا في المجتمع الامريكي ولعل اولى ثمار الدعاية التي قام بها مجلس الطوارى الصهيوني الامريكي هو (تقديم ٦٢ شيخا و ١٦١ نائبا بينهم زعيما الاغلبية والاقلية و ١٦ عضوا في لجنة الشؤون الخارجية عريضة فيها توافق جميع هؤلاء يعلنون ان وعد بلفور (دستور للشعب اليهودي)^(٢٢) .

ولعل اللجنة الاسرائيلية الامريكية (ايباك) التي تقوم بمهمة الدعاية لدعم الكيان الصهيوني باسم الطائفة اليهودية الامريكية هي المجموعة (اللوبي) التي استطاعت التأثير في اجراءات القرار التشريعي الذي يتخذ عادة في الكونغرس وذلك طبقا لقانون ١٩٤٦ الصادر في الولايات المتحدة الامريكية . لذلك يقول مؤسس هذه اللجنة (كان لنا دائما هناك في واشنطن حليفا قويا هو الكونغرس ، والى كونغرس الولايات المتحدة الامريكية سلمنا قضيتنا ، والى الكونغرس نحن مدينون بقدر كبير من الامتنان . بينما يضغط العرب على منظمة الامم المتحدة ، فنحن نعمل مع الكونغرس الامريكي)^(٢٣) . وقد ساعدت الية النظام السياسي الامريكي وقوانينه على تغلغل اللوبي الصهيوني في الكثير من المؤسسات السياسية واستثمارها لاستصدار ما هو مناسب لصالح (اسرائيل) . وكان لأهمية ودور مجموعات الضغط في التأثير على الكونغرس سببا في استخدام بعض رؤساء البيت الابيض (مكاتب ارتباط العربي) مع الكونغرس في محاولة لتعزيز امكانية الحكومة التأثير على القرارات التشريعية^(٢٤) .

وعلى الرغم من ذلك (نستطيع بثقة واستنادا الى المصادر التاريخية ان نحدد عام ١٩٤٣ على ان يمثل البداية الحقيقية التي انطلقت عملية التعامل النفسي في المجتمع الامريكي بتاهيل واضح للتفرقة بين الدعاية والدعوة وفي محاولة ثابتة لخلق موجات ضخمة من الراي العام

الأمريكي المحلي للمساندة الحركية في سبيل تأكيد الشرعية الصهيونية من جانب وتحويل تلك الشرعية الى حقيقة نظامية) (٢١).

وهكذا تحددت منذ تلك اللحظة اهداف العمل الدعائي الصهيوني التي تمثلت بالنقاط الآتية:

(١) كسب الراي العام المحلي الأمريكي بحيث يصير قوة مساندة للحركة الصهيونية في النطاق الدولي.

(٢) القضاء على اي فرقة داخلية من حيث التعبيرات الدعاية . ان خلافات الاسرة لايجوز ان تخرج عن نطاق منزل العائلة امام المجتمع الخارجي، ويجب ان تظهر الخلية الاجتماعية قوة واحدة متماسكة لاتنقسم.

(٣) الحركة الدعائية التياضحت مركزية، ومركزة ومتناسقة، فمن الطبيعي ان يسهل عليها ان تصير استفزازية عدوانية مهاجمة ولا تكتفي باتخاذ موقف الدفاع عن القضية.

(٤) خلق درجة معينة من درجات التضامن بين المجتمع اليهودي الأمريكي والحركة الصهيونية، اساسه لا فقط الايمان بتلك الدعوة بل والتعصب في الدفاع عن المبادئ التي تتضمنها العقيدة الجديدة (٢٥).

وبعبارة اخرى فقد لعب اللوبي الصهيوني دورا واضحا في تقرير الكثير من القرارات التي تخدم مصلحة (اسرائيل)، وذلك عن طريق (الحصول على مؤيدين ومناصرين من رجال الكونغرس)، وعقد الصداقات مع رجال السياسة والاعلام والاقتصاد الذين لهم مواقع متقدمة في المؤسسات الأمريكية المختلفة، لاستثمارهم في عملية صنع القرارات، والدعاية للحركة الصهيونية واهدافها، وتبين من (التحقيقات التي اجراها مجلس الشيوخ الأمريكي، لجنة وارن، الكثير من الحقائق عن الاساليب التي اعتمدها الصهيونية للتسلط على مختلف اوجه حياة النشاط الأمريكي، ولكن هذه التحقيقات بقيت مبتورة لقدرة الصهيونية على طمس معالم تلك الحقائق بشتى الوسائل بما لها من نفوذ كبير في دور الصحافة والاعلام ودور السينما حيث ان نصف عدد اصحاب وسائل الاعلام ومدارئها في الولايات المتحدة الأمريكية هم من الصهاينة) (٢٦).

وربما كان اكثر ادوار الحركة الصهيونية ودعايتها في الولايات المتحدة الأمريكية هو دورها في انتخابات الرئاسة الأمريكية التي تجري كل اربع سنوات، وأكثرها تائراً بالنشاط الصهيوني، حيث تعمل الدعاية الصهيونية على تنظيم حملات دعائية ضخمة لكسب

اصوات الملايين من الناخبين لصالح الرئيس الامريكى المقترح في اطار التنافس بين الحزبين الرئيسيين، الحزب الديمقراطى والحزب الجمهورى. ولا بد من الاشارة هنا الى ان الاموال الصهيونية، لها دورها المؤثر في هذا المجال، لأن الحملات الانتخابية، وعلى جميع المستويات، بما فيها عضوية الكونغرس ومنصب حاكم الولاية تتطلب نفقات كبيرة. لهذا لا تخلوا اية قائمة ترشيح من التأييد الواسع للصهيونية و (اسرائيل) حيث يتبارى المتنافسون بتقديم اكبر العروض والوعود لأمن (اسرائيل).

ولنتذكر جيدا عبر قراءة التاريخ والوثائق، دور اللوبي الصهيونى في الانتخابات الامريكية وفوزهم بهدية الرئيس الامريكى المنتخب: دعم (اسرائيل) عسكريا وماديا، وتقريب العناصر اليهودية الى المؤسسات السياسية، والمؤسسات التشريعية في الكونغرس الامريكى بمجلسيه النواب والشيوخ ولنقرأ بعض صفحات التاريخ للاستدلال والاثبات.

● تلقت (اسرائيل) من الادارة الامريكية في عهد نكسون اكثر من (١١٧٨) مليون دولار كمجموع مساعدات بما فيها القروض والهبات، وهذا مايفوق ماتلقته خلال سنوات الستينات لقاء دور الحركة الصهيونية الامريكية في دعم الرئيس ماليا ودعائيا.

● كان للوبي الصهيونى تأثير كبير في سياسة الرئيس الامريكية (فورد)، بما يتعلق بالسياسة الخارجية وخاصة من الصراع العربى الصهيونى. حيث اجزل العطاء لامن (اسرائيل) وذلك بتزويدها بالاسلحة المتطورة الحديثة، وهي معدات لم تحصل عليها دول الاعضاء في حلف الاطلسي، ويعتقد ان (هذه المعدات هي قنابل نيوترونية ذات قوة تدمير هائلة ونظام رصد الكترونى حديث) (٢٧). وقد ادهش هذا القرار المفاجى الاوساط العسكرية الامريكية وحلف الاطلسي معا. والمهم إن (فورد) بعد انتخابه للرئاسة قد عين الكثير من اليهود، ابرزهم هنري كيسنجر الذى ابقاه وزيرا للخارجية اضافة الى احتفاظه بموقعه في مجلس الامن القومى، كما عين اليهودى (وليام سكرانتون) مندوبا للولايات المتحدة في هيئة الامم المتحدة، اضافة الى تعيينه عدد من المستشارين لشؤون السياسة والثقافة والاداب من اليهود.

● منح اللوبي اليهودى في إقناع السياسيين الأمريكان منح (إسرائيل) ١٤٠ مليار دولار منذ الحرب العالمية.

● ان مايسترعى الانتباه، ونحن نقلب صفحات تاريخ الانتخابات الامريكية، ان تظهر (اسرائيل) في تصريحات المرشحين للرئاسة وكأنها الولاية رقم (٥١) في الاتحاد

الامريكي ، فهناك تنازلات من المرشحين لاسرائيل يصل بعضها الى ضمانات تفوق مايتصور العقل الانساني . وامامنا امثلة صارخة ومؤلمة معا ، فقد كان (كارتر) مثلا يقدم نفسه كمرشح ديمقراطي يحاول الحصول على الاصوات اليهودية ، لذلك تضمنت لائحة حزبه الديمقراطي فقرة خطيرة باعتبار (القدس عاصمة اسرائيل) والتي تعني الشئ الكثير بالنسبة ليهود العالم ، كما تضمنت اللائحة ايضا تاييده باحتفاظ (اسرائيل) بسيناء ومرتفعات الجولان ، وعدم الاعتراف بمنظمة التحرير الفلسطينية ما لم تعترف هذه المنظمة بوجود اسرائيل . وهكذا يخيل للقارى في هذا التاييد المطلق لاسرائيل ان المرشح الديمقراطي (جيمي كارتر) الذي فاز في جولته الانتخاب عام ١٩٧٧ انما (يرشح نفسه لرئاسة الكيان الصهيوني في فلسطين المحتلة) .

● في عهد (ريغان) لفترتين ، كانت (اسرائيل) تحصل على مكاسب كبيرة على المستوى العسكري والسياسي والدعائي ، وهو القائل في فكرة رئاسته (ان اية منظمة اقليمية مؤيدة للغرب لن تكون لها اية قوة عسكرية حقيقية دون ان تشترك اسرائيل فيها بشكل او باخر) .

● وفي عهد (بوش) قال امام المجلس الصهيوني الامريكي (ان سيادة اسرائيل ليست محل مساومة ، ومنظمة التحرير الفلسطينية منظمة اهابية) ، كما وافق عام ١٩٩٠ على قرار يجعل (القدس عاصمة اسرائيل) وعلق الحوار مع منظمة التحرير الفلسطينية ، عربونا لاسرائيل في خدماتها لتعبئة يهود امريكا لانتخابه فترة رئاسية ثانية) .

وقد اثارت دراسة اكاذيمية^(٢٨) ضجة داخل امريكا وخارجها ، بعد ان نشر الأستاذين الجامعيين جون مير شاير من جامعة شيكاغو ، وستيفن وولت من جامعة هارفارد ، دراسة عن (اللوبي الاسرائيلي والسياسة الخارجية الامريكية) تؤكد بأن محور السياسة الامريكية في الشرق الأوسط كان يستند الى الدعم المطلق ل(اسرائيل) ، وان ذلك لم يكن في مصلحة امريكا على افضل وجه . وقد انتقد الاستاذان السخاء الامريكي غير العادي بالنسبة لتقديم امريكا مساعدات مالية خارجية مباشرة قيمتها ٣ مليارات دولار سنويا . وتقديمها اسلحة متطورة اليها ، مثل طائرات «إف ١٦» النفاثة . وعلاوة على ذلك فإن امريكا قامت باستخدام حق النقض (الفيتو) عشرات المرات ضد قرارات تنتقد (اسرائيل) ، كما تساهلت امريكا وغضت الطرف عن سياساتها في الأراضي الفلسطينية المحتلة . وأبرز القوى المؤثرة في هذا

اللوبي (منظمات الضغط)، هي لجنة الشؤون العامة الأمريكية - الاسرائيلية (ايباك). وتعمل (ايباك) كوكيل فعلي لحكومة اجنبية هي (اسرائيل)، كما يرتبط هذا اللوبي بالتيارات المسيحية القوية في امريكا، وكذلك المحافظين الجدد سواء كانوا من اليهود مثل بول وولفويتز وبرنارد لويس ووليام كريستول، وغيرهم مثل جون بولتون ووليام بنيت، وكذلك معاهد الأبحاث المعروفة مثل معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى ومعهد (امريكان انتربرايزز) ومعهد هرسون. وهناك أكثر من مائة ألف عضو في المنظمة، وزاد العدد بنسبة ٦٠ في المائة بالمقارنة مع خمسة أعوام مضت. ويوجد للمجموعة تسعة مكاتب اقليمية وكذلك عشرة مكاتب تعمل من خلال الاتصالات عن طرق القمر الصناعي، ويتوافر للمنظمة مائة موظف في مكتبها في واشنطن، وهم يمثلون جماعات محترفة من الباحثين والخللين والمنظمين الذين يشرفون على حملات الدعاية، ويتوفر للمنظمة ميزانية ضخمة تبلغ ٤٧ مليون دولار سنويا. ويبرز الباحث الاتهامات التي توجه الى من ينتقد تأثير هذا اللوبي وهي أساسا (معادة السامية)، وهي عبارة عن وسيلة تستهدف العمل على قمع أي نقاش حول هذا الموضوع عن طريق التهريب.

وهكذا استطاع اللوبي الصهيوني ان يستغل قوته وانتشاره في المجتمع الامريكي لخلق تصورات ثابتة في العقل الامريكي باعتبار ان (اسرائيل) هي الدولة الديمقراطية الوحيدة في المنطقة العربية، وهي تعمل من اجل الدفاع عن مصالح العالم وسلامته، وهي بهذه الطريقة تحصل على اكبر قدر من الدعم السياسي والعسكري والمادي، وتحصل ايضا على ضمانات دائمة في قرارات البيت الابيض الامريكي من اجل سلامة امنه القومي وتحقيق اهدافه العدوانية والتوسعية.

المتحكمون بالإعلام الأمريكي

منذ اول مؤتمر للحركة الصهيونية عام (١٨٩٧) في سويسرا انتبه قادة الحركة الى الاعلام كوسيلة لنشر حركتهم العنصرية وتنفيذ هدف خلق (الدولة اليهودية) في فلسطين، وغدا البند الثالث من هذا المؤتمر ليس مجرد (نشر الروح القومية والوعي القومي بين اليهود في العالم) بل النجاح في غسل دماغ مجتمعات انسانية بكاملها، والتغلغل في داخلها تحت اغطية عديدة، وهو السبب الذي جعلها تدرك مبكراً أهمية السيطرة على وسائل الإعلام في تنفيذ مخططاتها ولا حاجة الى القول ان اللوبي الصهيوني يتحكم اليوم بالقرار الإعلامي في

امريكا واوربا الغربية، وإذا ما عرفنا ان هذا التغلغل قد سهل عملية التأثير على الكونغرس والادارة الامريكية، فانه من جانب اخر، يؤكد قوة اللوبي وتغلغله في الصحافة والاذاعة والتلفزيون ومؤسسات الدعاية والمعلومات ووكالات الانباء وشبكات التلفزيون ودور النشر الامريكية. والملاحظ ان الحركة الصهيونية تعتمد على الصحافة بالدرجة الاولى في عملية التأثير الدعائي، وهو يعكس ماجاء في البروتوكول الثاني عشر من بروتوكولات حكماء صهيون (وستكون لنا جرائد شتى تؤيد الطوائف المختلفة من ارسنقراطية وجمهورية وثرورية بل وفوضوية ايضا. وسيكون ذلك طالما ان الدساتير قائمة بالضرورة، وستكون الجرائد مثل الالة مشنوها مئاة الايدي، وكل يد ستجس الراي العام المتقلب^(٢٩). وجاء في بروتوكول اخر (ومن خلال الصحافة احرزنا نفوذاً وبقينا نحن وراء الستار)^(٣٠). ويلمح البروتوكول الثاني عشر الى اهمية السيطرة على وسائل الاعلام حيث نص على القول (والقنوات التي تجد فيها التفكير الانساني ترجمانا له ستكون هذه الوسائل خالصة في ايدي حكومتنا)^(٣١). ويمكن اعتبار منظمة (ايباك) هي المسؤولة عن الدعاية الصهيونية، والتخطيط لعمليات التغلغل في الاجهزة المهمة في الولايات المتحدة الامريكية، فهي الاخطبوط الذي يسيطر على الاعلام الامريكي حيث تقوم هذه المنظمة باقتراح المواضيع والزوايا الخاصة للصحف، ومراقبتها، وتزويدها بالعمليات والمواضيع التي تتفق ووجهة النظر الصهيونية، كذلك تعمل مع المنتخبين والكتاب، وتقوم بعقد الصداقات مع الصحفيين البارزين وتزويدهم بالمعلومات. وقد شكلت هذه المنظمة منذ الاربعينات (مجلس الطوارئ) واختارت (وازمين) لرئاسته حيث اعلن هذا المجلس الخطوط العامة لعمله في مجال الاعلام مؤكدا عدة نقاط منها:

■ (يجب ان نركز اعتمادنا على قاعدة عريضة من الراي العام).

■ (نذكركم بالحكمة القديمة «لاتضع ثقتك بالامراء ولا تضعوا مستقبل حركتنا تحت رحمة الاشخاص مهما كانت صداقتهم واهميتهم»).

■ (اكتبوا اصداقاً في كل مكان)^(٣١).

ومن المؤسسات الصهيونية المتصلة باجهزة الاعلام (المجلس اليهودي الامريكي) الذي تاسس عام ١٩٦٧ حيث كان يصدر عدة صحف ونشرات مهمتها الدعاية للحركة الصهيونية، ونشر المفاهيم الايجابية عن (اسرائيل). وهذا يتم ضمن ثلاثة مبادئ اساسية: قاعدة الاغراق الاعلامي، وقاعدة التسلسل الثقافي، وقاعدة استغلال عقدة الكراهية الذاتية.

وتشير الاحصائيات، والوثائق التاريخية الى ان الصحف الصهيونية في امريكا، قد بدأت بشكل واضح عملها في العشرينات من حيث الحجم والانتشار، وقد وصل عدد الصحف اليومية الصهيونية في امريكا عام ١٩٤٤ باللغة الانكليزية الى (٢٧) صحيفة اضافة الى مجموعة اخرى من الجرائد والمجلات التي تتغلغل داخلها المنظمات الصهيونية، والتي تصل الى اكثر من ثلاثين صحيفة او مجلة. ومع ان الاحصائيات عن وسائل الاعلام في الولايات المتحدة الامريكية^(٣٢) تشير الى ارقام كبيرة، فان من الحقائق الاساسية بان اللوبي الصهيوني يسيطر بشكل واضح على المؤسسات الاعلامية. ومن هذه الحقائق:

(١) تعد امريكا بلد وسائل الاعلام والمعلومات، ففيها الان اكثر من (٨٠٠٠) محطة اذاعية وتلفزيونية تجارية و (١٠٠) محطة اذاعية وتلفزيونية جامعية و (٢٠٠٠) جريدة يومية و (٧٠٠٠) مجلة اسبوعية. ويمثل هذا الوجود الاعلامي الضخم تكتسب هذه الاجهزة حضورها المستمر عند المواطن الامريكي وقوة تأثيرها عليه.

(٢) كان لليهود حتى عام ١٩٦٥ في اوربا سبع وكالات للانباء و (١١٤) صحيفة دورية منها (٣) صحف يومية وجريدة شبه يومية، و (١٤) جريدة اسبوعية ومجموعة من انصاف الشهرية، وفي بريطانيا مثلا (٥) وكالات انباء منها (جويش كرونكل نيوز) و (٦) صحف اسبوعية منها (الجويشن اوبذوفر) و (الجويشن كرونكل) و (٣) نصف شهرية و (٦) كل شهرين و (٩) فصليات و (٥) دوريات و (٥) سنويات اي مجموع الصحف (٤٥) صحيفة.

(٣) تسيطر الصهيونية في امريكا على ابرز الصحف واهمها تأثيرا على الراي العام الامريكي وهي نيويورك تايمز وناشرها اليهودي (سالزبيرجر) وواشنطن بوست ورئيس تحريرها اليهودية (كاترين جراهام)، وصحيفة وول ستريت جورنال الذي يتكون كادرها من اليهود وخاصة الرئيس التنفيذي، وصحيفة نيويورك ديلي نيوز، ومجلة التايمز وناشرها اليهودي (جون مايرس)، وصحيفة كريستين نيانس مونتور، وهي صحيفة يومية مسائية تصدر في مدينة بوسطن منذ عام ١٩٠٨ عن جمعية (العلم المسيحي)، وصحيفة (بالتيمور صن) المرتبطة بالارسط المالية اضافة الى الصحف الاخرى، مثل لوس انجلوس تايمز وسان فرانسيسكو كرونكل، ومجلات امريكية مثل لايف، ونيوزوبك، وبيرتس، وفورين افيرز.

(٤) ومن الشبكات التلفزيونية المهمة التي تسيطر عليها الصهيونية في امريكا هي شبكة (ان بي سي) التي تاسست عام ١٩٢٦ وهي تهيمن على (٢٠٠) محطة بث تلفزيونية محلي و(٢٩٩) محطة للبث الاذاعي، ويتكون معظم كادرها من اليهود. وهناك شبكة (سي بي اس) التي تعد من اقوى الشبكات التلفزيونية الامريكية ويصل نفوذها الى كندا واوربا واستراليا ونيوزلندا حيث تاسست عام ١٩٢٧ حيث تسيطر على اكثر من (٣٠٠) محطة للبث الاذاعي واكثر من (٢٠٠) محطة تلفزيون ويديرها الرئيس التنفيذي اليهودي (توماس وايمان) اما شركة (بي بي اس) فهي شبكة للاذاعة والتلفزيون ترتبط بها (٢٠٠) محطة في (٤٣) ولاية امريكية ويراسها اليهودي (فرانك مانكي ديلس). إضافة الى أبرز الشبكات الأخبارية وهي (سي أن أن)، وشبكة (فوكس) لميردوخ اليهودي.

(٥) كما يسيطر الوبى الصهيوني على ابرز الوكالات الامريكية للانباء مثل وكالة (اسوشيتدپرس) التي تعد من اكبر وكالات الانباء في العالم والتي تاسست عام ١٩٤٨ ومركزها مدينة نيويورك، ولها مكاتب اخبارية في مائة بلد. اضافة الى وكالة انباء (يوناييتد برس انتر ناشيونال) الوكالة الثانية في امريكا والتي تاسست عام ١٩٥٨ نتيجة لاندماج وكالتي يوناييتد برس وانترناشيونال نيوز سيرفس حيث تعود ملكية هذه الوكالة الى شركتي سكريبس هاوارد (٧٥%) وهيرست (٢٥%) ولها (٢٦٠) مكتبا اخباريا في اقطار العالم). اما الوكالة الاخرى التي تسيطر عليها الصهيونية فهي وكالة (يوتين) للاخبار المصورة تابعة لوكالة اليوناييتد بريس الامريكية حيث تملك هذه الوكالة شبكة واسعة من المراسلين في العالم وتزود مئات الشركات التلفزيونية العالمية بالاخبار المصورة.

(٦) والملاحظ ان اللوبى الصهيوني له شبكة واسعة من العناصر الصهيونية والمؤيدة في الاذاعات الامريكية التي يبلغ (٨٢٥٣) محطة اذاعية اهمها الشركة الامريكية للبث الاذاعي (سي بي سي) وشبكة اذاعة كولومبيا (سي بي اس)، وشركة الاذاعة الوطنية (ان بي سي) والشبكة المشتركة للبث الاذاعي (ام بي اس). وتعد اذاعة (صوت اميركا) الاذاعة لحكومية الاساسية في مجال البث الاذاعي، حيث تشرف على نشاطها وكالة انباء الولايات المتحدة (يوسيا). وقد تاسست عام ١٩٤٢، وتعد اقوى المحطات الاذاعية في امريكا لانها تملك مراكز عديدة لتقوية البث في مختلف انحاء

العالم مثل ألمانيا وبريطانيا والمغرب واليونان والبلجين وليبيريا وغيرها . وهذه الاذاعة التي تبلغ ميزانيتها السنوية اكثر من اربعين مليون دولار، يسيطر عليها اللوبي الصهيوني من خلال قيادته للاقسام الاذاعية، ووجود اعداد كبيرة من اليهود في مجالات الكتابة الاذاعية المختلفة، والعاملين في مجال الاخبار والتعليقات والبرامج .

وكشفت دراسة وثائقية نشرتها صحيفة الوطن السعودية بتاريخ ٢٨ / ١٠ / ٢٠٠١ ، وأعدّها الكاتب الأمريكي ديفيد ديوك عن سيطرة اليهود الموالين للدولة الصهيونية على أجهزة الإعلام الأمريكية، حيث يسيطر اليهود على أغلب دور النشر والإنتاج السينمائي والمكتبات العامة لخدمة مصالحهم، ويبلغ عدد الصحف المستقلة عن سيطرة الإمبراطوريات الإعلامية اليهودية حوالي ٢٥٪ فقط من بين ١٦٠٠ صحيفة تصدر في أمريكا. ويمتلك نيوهارس لوحده حوالي ١٢ قناة تلفزيونية و ٨٧ محطة كابل و ٢٤ مجلة و ٢٦ صحيفة يومية. وهذه الإمبراطورية التي خلفها نيوهارس لولديه صامويل ودونالد، تضم اثنتي عشرة قناة تلفزيونية، وسبعاً وثمانين محطة كابل (نظام تلفزيوني باشتراك) و ٢٤ مجلة وطنية، و ٢٦ صحيفة يومية، وأيضاً النشرة الإلحاقية التي تصدر كل أحد ويوزع معها ما يزيد على ٢٢ مليون نسخة، كما إن سيطرتهم على الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية غير اليهودية يأتي من خلال سيطرتهم على شركات الدعاية وتوجيه الإعلان لما تتماشى مع ميولهم، مما جعل افتتاحيات تلك الصحف تعبر وتدافع عن مصالح اليهود. وأن أكبر شركات الدعاية والإعلان في (نيو أورلنز) هي (سيرز آند روبك)، و(إيدث ستيرن) وأن عددا كبيرا من شركات الدعاية والإعلان على المستويين المحلي والوطني مملوكة ليهود وتحت إدارة يهودية، وبذلك يستطيعون توجيه الإعلانات لأي صحيفة أو قناة إعلامية تتماشى مع ميولهم، وغني عن الذكر أن الإعلانات هي المورد الرئيسي لأية صحيفة أو قناة إعلامية، وتحكم اليهود في توجيه هذه الإعلانات لمن يريدون، لا يزيد من قوة تأثيرهم وتماسكهم فحسب، بل إنه يجعل الصحف والقنوات الإعلامية غير اليهودية تقع تحت رحمة شركات الإعلان اليهودية، مما يجعل آراءهم وافتتاحياتهم تتماشى مع المصالح اليهودية وتنادي بها، ولذلك فإن القول إن الإعلام الأمريكي حر يحتاج إلى كثير من التوقف.

لقد اصبح اللوبي الصهيوني يتحكم بالقرار الاعلامي والسياسي، وقد بلغ من الفعالية ماجعل احدى الصحف الاسرائيلية (معاريف) تسال بافتخار (هل اصبحت الولايات المتحدة

الامريكية فرعا لاسرائيل)، ذلك لان اسم (اسرائيل) وشخصياتها واخبارها واحداثها تشكل العناوين الرئيسية للصحف الامريكية كل يوم تقريبا، وكذلك شبكات التلفزيون والاذاعة ووكالات الانباء ويوضح المفكر اليهودي (اليعازر) وهو احد الصهاينة الامريكيين البارزين احد الاسباب التي جعلت (اسرائيل) تتمتع بنفوذ اعلامي كبير داخل امريكا حيث يقول (ان النفوذ اليهودي في اوساط الصحافة الامريكية، ووسائل الاعلام، يعود الى الجهود التربوية الحثيثة التي تمت عبر سنين طويلة لجعل هولاء في موقع المسؤولية، والذين يقرون طبيعة الاتجاه الذي تسير فيه افتتاحيات الصحف، وماتبثه الاذاعات وشبكات التلفزيون) لهذا السبب ايضا اضحى الخيال الجامح الذي تستخدمه وسائل الاعلام الامريكية بقرار من اللوبي الصهيوني، في تشويه صورة العرب، حيث تجد هذا التشويه في اكثر من وسيلة اعلامية امريكية.

فالتغطيات الاعلامية الامريكية اظهرت بوضوح من خلال تحليلها للعديد من الاحداث والوقائع التي تهمة المنطقة العربية، وخاصة الصراع العربي - الصهيوني، تحكم اللوبي الصهيوني في قيادة العملية الاعلامية وتشويهها المتعمد للعرب، بل ان هذا اللوبي الاعلامي لم يعد مجرد اجهزة لجمع الانباء وايصالها للقارى او المستمع، بل انه تجاوز هذه المرحلة التقليدية، واضحى احيانا مشاركا في صنع الاحداث والقرارات كما سمعنا وشاهدنا خلال زيارة انور السادات الى (اسرائيل) عندما لعب عدد من كبار الصحفيين الامريكيين الصهاينة دور قناة الاتصال المفاوضة بين بيغن والرئيس المصري.

وهكذا يتمتع اللوبي الصهيوني بعناصر قوة تمكنه من اختراق النظام السياسي الامريكي والتاثير في عملية صنع القرارات، وذلك بانتشار اعداد كبيرة من اليهود الصهاينة في المؤسسات التي تتعامل مع المعلومات والرأي العام، وكذلك على المؤسسات الاعلامية ووسائل الدعاية والتاثير في المجتمع الامريكي، اضافة الى السيطرة والتغلغل داخل مراكز البحوث والجامعات والولايات الامريكية، وعموم المجتمع ومنظماته واحزابه وخاصة الحزبين الرئيسيين، الديمقراطي والجمهوري.

ويطلق أصحاب النظريات الأميركية علي أساليب حرب الدعاية التي انحدر إليها الإعلام الأمريكي، ما يعرف باللجوء إلي (القوة الناعمة) Soft Power، وهي القدرة علي الحصول علي ما تريده عن طريق إقناع الآخرين باحتضان أهدافك، مقابل (القوة الصلبة) Hard Power، وهي اللجوء إلي استخدام أساليب الضغط الاقتصادي والقوة العسكرية لإجبار الآخرين علي الرضوخ والإذعان. وفي رأي الإدارة الحاكمة حالياً في البيت الأبيض والبنجاجون، أن الحرب ضد الإرهاب تقتضي استخدام القوتين معاً، الناعمة والصلبة، بحسب مدي قرب الطرف الآخر أو بعده، وتصنيفه كعدو أو صديق طبقاً للمقولة السائدة بأن كل شيء مباح في الحب والحرب!، وفي هذه الحالة فإن القوة الناعمة تنبثق من ثورة الإعلام والمعلومات والقدرة علي تشكيلها، ومن الثقافة والفنون في جميع صورها وألوانها، ولا حاجة بنا إلي القول بأن العالم يشهد الآن واحدة من أشرس المعارك التي تستخدم فيها (القوة الناعمة) لخدمة أهداف السياسة الأميركية، سواء فيما يتعلق بالحرب ضد الإرهاب، أو بالحرب ضد العراق، أو بالقضاء علي محور الشر.

وفي كتاب صدر أخيراً بعنوان «أسطورة حرية الصحافة» الذي كتب مقدمته الكاتب والروائي الأميركي الشهير جورفيدال، يشرح حركة الميديا الأميركية من خلال تغطيتها للأحداث التي وقعت في أعقاب ١١ سبتمبر. حيث أغرقت وسائل الإعلام، أو بالأحرى غرقت في مستنقع من الأكاذيب وأنصاف الحقائق التي وظفت في خدمة السياسة التي رسمها المسئولون في البيت الأبيض، أمة خيرة، ديمقراطية، محبة للسلام، تتعرض لهجوم مجموعة من الإرهابيين الجانين الأشرار، الذين يكرهون أميركا لما تتمتع به من حرية ورخاء، وإزاء ذلك فلا بد من أن تستخدم أميركا قدراتها العسكرية، وأن تتعقب المذنبين وتقضي عليهم، وتهيب نفسها لحرب تستأصل سرطان الإرهاب من جذوره وتقضي عليه. أما هؤلاء الذين لا يقفون إلي جانب أميركا في حربها العادلة في الداخل أو في الخارج فلا بد من اعتبارهم متواطئين يسري عليهم ما يسري علي مرتكبي الجريمة^(٢٣).

ويقول جون الترممان: (بالنسبة للولايات المتحدة الأميركية التي تلقى الدعم والتأييد الرسمي في العالم العربي، وليس على مستوى الشعوب، فإنها تقف في وضع محير بين مباركة نشأة وسائل إعلام حرة، تدعم حقوق الإنسان بشكل عام وحرية التعبير على، لكنها من جانب آخر فان الرأي العام العربي تحول في السنوات الأخيرة إلى اتجاهات مضادة

لأمريكا، وتصبح القضية الملحة لواشنطن في هذا السياق هي شغل وسائل الإعلام العربية في البحث عن فرص مستمرة لشرح المواقف الأمريكية للصحفيين العرب، وعلى أولئك المسؤولين شرح السياسات على شاشات القنوات الفضائية^(٣٤).

ويعمل الإعلام الأمريكي وفق مجموعة من القواعد الإعلامية التي تحكمها المصالح المادية والنفعية أكثر مما يحكمها البحث عن الحقيقة، وهذا يعني إن الآلة الإعلامية تتحرك وفق مصالح متعددة ومتباينة أحياناً، ومن يعملون في تغطية الأخبار لا يملكون القرار النهائي في نشرها، وهنا تتدخل مصالح السلطة والشركات أيضاً لتحديد ما ينشر، وكيف ينشر، وما هي الروح العامة التي يقدم بها خبر ما. وقد لخص الكاتب الأمريكي (مايكل باريني) نقلاً عن كتاب بعنوان: (عشرون عاماً من الرقابة على الأخبار) لمؤلفه كارل جينسن Carl Jensen أساليب الخداع والتمويه في الإعلام الأمريكي وهي^(٣٥).

١ طمس الحقائق بالإخفاء: بمعنى إن إخفاء الحقائق أو الأخبار هو أسرع الوسائل للتخلص من الأخبار المزعجة. والكثير من الأخبار الهامة في العالم لا تصل أبداً إلى المشاهد أو القارئ الأمريكي بسبب تعمد إخفاء هذه الحقائق. وهذه الحقيقة أصبحت معروفة بعد انتشار الفضائيات والإنترنت التي تتيح للباحث معرفة ما ينشر في العالم مقابل ما ينشر ويداع في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تعمدت الإدارة الأمريكية طوال الحرب على العراق حجب الكثير من الصور المروعة لما يحدث في العراق من قتل للمدنيين باسم الحرية. ولا يعرف المشاهد الأمريكي عدد القتلى سواء من الشعب العراقي، أو حتى من الجنود الأمريكيين. ولا شك أن معرفة حقيقة ما يحدث في العراق يمكن أن يغير من قناعات الناخب الأمريكي.

٢ - الهجوم على مصدر الحقيقة: ومن المعروف إعلامياً أنك إن لم تستطع أن تخفي خبراً، فيمكنك أن تهاجم من نقله، وتتهمه لإضعاف مصداقية الخبر المنقول. وتستخدم هذه الخدعة الإعلامية طوال الوقت لتشويه الحقائق وإخفائها أيضاً. فبعد أحداث سبتمبر قامت (الجزيرة) بتبني فضح الأكاذيب الأمريكية في المنطقة العربية، واستمرت هذه القناة في ذلك خلال الحرب الأمريكية على العراق. فاختارت الحكومة الأمريكية بعد قصف مقر القناة في كل من العراق وأفغانستان، تحت ذريعة: خطأ مكرر غير مقصود، أن تهاجمها إعلامياً بكل وسيلة ممكنة. وبدأ الإعلام الأمريكي ينشر باستمرار، وفي صدر نشراته الإخبارية رأي وزراء الدفاع والخارجية الأمريكيين في تلك القناة. كما

حذرت مستشارة الأمن القومي وسائل الإعلام الأمريكية من نقل الأخبار التي تبثها هذا القناة للشعب الأمريكي .

٣ الوصم بالصفات السلبية: حيث تستخدم الأوصاف السلبية التي تسبق التغطية الإعلامية وترافقها أيضاً لإقناع المشاهد باتخاذ موقف مضاد تبعاً لرغبة الإعلام؛ فالإعلام الأمريكي يصف شارون أنه «رجل السلام»، بينما يوصف عرفات أنه (ممول الإرهاب وشريك حماس) ، وتوصف أي شخصية إسلامية تُعتقل في أمريكا بأنها من (دعاة دعم الإرهاب) .

إن استخدام الأوصاف بحق الأشخاص والأحداث يقنع المشاهد الذي لا يعرف خلفية الأحداث أو الأشخاص باتخاذ موقف تجاههم تبعاً للعبارات التي تصفهم وتسبق أسماءهم. ويجيد الإعلام الأمريكي استخدام هذه الحيلة باستمرار .

٤ تشويه المصطلحات: ويعيد الإعلام الأمريكي تعريف المصطلحات أو تشويهها من أجل خدمة الرسالة الإعلامية التي تحتاج إليها السلطة. فالمرشحون في الانتخابات الأمريكية يجمعون على أهمية (الإصلاح) Reform في العالم العربي والإسلامي ليختفي تحت هذا المصطلح الهدف الرئيسي للسياسة الأمريكية، وهو التدخل في خصوصيات وحياة المجتمعات العربية. ويعاد تعريف مصطلح «الحرية» في العراق ليسوغ الاحتلال العسكري والقتل والقمع باسم الديمقراطية. ويوافق كلا المرشحين أن ما يحدث اليوم في العراق هو تحرير لها، وليس اغتصاباً لثرواتها .

٥ الكذب .. وتكرار الكذب: ويستخدم تكرار الكذب في الحملة الإعلامية المنظمة والمستمرة بعد أحداث سبتمبر في الولايات المتحدة للربط بين الإسلام والإرهاب، وتبرير إحتلال العراق، لتحقيق نجاحات في التأثير على العامة. وعندما أثبتت قضية كثرة أعداد القتلى من الجنود الأمريكيين في العراق، وقف الناطق باسم البيت الأبيض (سكوت ماكميلان) ليؤكد أن تضحيات هؤلاء الجنود تُظهر ضرورة مواصلة الحرب ضد الإرهاب. وقال: (إن الطريقة الأفضل لتكريم كل الذين فقدوا حياتهم في الحرب ضد الإرهاب، هي مواصلة شن حرب مكثفة ونشر السلام في المناطق الخطرة في العالم) وبذلك يصبح احتلال العراق حرباً ضد الإرهاب .. ومقتل الجنود الأمريكيين مسوغاً لقتل المزيد منهم.

٦- تقرير المعلومات : يستخف الإعلام الأمريكي بالمشاهدين في كثير من الأحيان بنقل معلومات كاذبة تم تسريبها عمداً من أحد أجهزة السلطة أو أحد أحزابها دون التثبت منها . والانتخابات الأمريكية تشهد استخدام هذه الحيلة الإعلامية كثيراً من قبل وسائل الإعلام التي تتعاطف مع مرشح ما .

فعندما أعلنت الإدارة الأمريكية أن لديها ما يثبت أن العراق تعد أسلحة نووية وكيميائية، واستخدم ذلك مسوغاً لغزو واحتلال العراق ، كان العالم أجمع يشكك في صحة ما تقوله الإدارة الأمريكية . أما الإعلام الأمريكي فقد اكتفى بنشر ما ذكرته الإدارة دون أي محاولة للثبوت من صحة تلك الأنباء، رغم الشكوك الكثيرة التي كانت تحيط بها .

٧- تغيير المضمون : من خلال تشويه الحقائق وإعادة صياغتها، وهي من الحيل التي تستخدم في الحياة السياسية والإعلامية . ويتعمد الإعلام أحياناً نشر المعلومات المعروف أنها مزيفة إذا كانت تخدم توجهات الجهة الإعلامية .

- ١- للتفاصيل انظر: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ثورة المعلومات والاتصالات وتأثيرها في الدولة والمجتمع بالعالم العربي، ابوظبي ١٩٩٨.
- ٢- عاهد مشاقبة، الاعاد السياسية للتدفق الإعلامي، عمان ٢٠٠٢،، نقلًا عن مصطفى الدباغ، مجلة الحررس الوطني، بتاريخ ١/١/٢٠٠٦.
- ٣- صحيفة الرأي ١٩ أيلول ٢٠٠٤
- ٤- صحيفة الرأي، بتاريخ ٢٠/٢/٢٠٠٢
- ٥- محمد بن سعود البشر، ايدولوجية الإعلام، موقع: <http://www.suhuf.net.sa/2006jaz/mar/12/ar3.htm>
- ٦- د. باسم خفاجي، محاذير في فهم الإعلام الأمريكي، ٨ أكتوبر ٢٠٠٥ م.
- ٦- http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=539
- ٧- ليو جيفري، مجلة أخبار الصحافة، «تغير دور الصحفي في عصر التلفاز»، نقلًا من موقع: http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=539
- ٨- جميع المعلومات والأرقام مأخوذة من تقرير: حال الإعلام الأمريكي عام ٢٠٠٦ لتوماس جورجيسيان، حالة الإعلام الأمريكي... مستقبل الراديو والتلفزيون والأخبار الإلكترونية، نقلًا عن موقع: <http://www.nnaabr.com/vb/showthread.php?t=5759>
- (9) Methods of Media Manipulation", Michael Parenti, Media Alliance, Media File, Volume 17, issue 5, November 2001
- ١٠- محمد فاضل، صناعة وتسويق أنصاف الآلهة في الإعلام الأمريكي، نقلًا عن موقع: <http://marsad.watan.com/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=246&mode=thread&order=0&thold=0>
- ١١- الجزيرة نت: www.Aljazeera.net
- ١٢- محمد بن اختار الشنقيطي، عن الإعلام الحر في عالم ١١ سبتمبر، بتاريخ ٢٣/٢/٢٠٠٥ موقع: www.Aljazeera.net
- 13- <http://alaabayoumi.blogspot.com>
- ١٤- للتفاصيل عن سيطرة الشركات الإعلامية الأميركية الكبرى:
 - د.ياس خضير البياتي، الأتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات.. مجتمع الورق، دار الشروق للنشر والطباعة، الأردن ٢٠٠٦.
 - انتطوان زحلان، العولمة والتطور الثقافي، العرب والعولمة ٢، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ١٩٩٨،
 - والعربي بو شهاب، تكنولوجيا الاعلام في العالم الثالث، مجلة فكر ونقد، العدد ٢٠٩، المغرب ٢٠٠٠.
- www.Aljazeera.net -
- 15- www.Aljazeera.net.
- ١٦- د. باسم خفاجي مصداقية الإعلام الأمريكي، بتاريخ ١ أكتوبر ٢٠٠٥ م، نقلًا عن: http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=531

- ١٧- هنري فوردي، اليهودي العالمي المشكلة الأولى التي تواجه العالم، تعريب خيرى حماد، منشورات دار الأفاق الجديدة، بيروت بدون تاريخ ص ١٨
- ١٨- لي أوبرين، المنظمات اليهودية الأمريكية ونشاطاتها في دعم إسرائيل، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، ترجمة مجموعة من الأساتذة، شركة الخدمات النظرية المستقلة، قبرص ١٩٨٦ ص ٩
- ١٩ د. محمد ابراهيم فضة، الجماعات الضاغطة الصهيونية والسياسية الأمريكية، مجلة السياسة الدولية، العدد (٤٦)، القاهرة ١٩٧٦، ص ١٠٢
- ٢٠ مصطفى عبدالعزيز، الأقلية اليهودية في الولايات المتحدة الأمريكية، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية، مركز الأنحاثن بيروت ١٩٦٨ م. ص ١٠٩
- ٢١ كامل أبو جابر، الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة ١٩٧١ م ص ٥٩
- ٢٢- المعلومات مأخوذة من كتاب (جماعة الضغط اليهودية في أربع ادارات أمريكية) لانثار لطيف نصيف، شركة المنصور للطباعة المحدودة، بغداد ١٩٨٩ م
- ٢٣ وولترجي، أوليزيك، وضع السياسة وسلطات الكونغرسن مجلة الكونغرس الأمريكية، اصدار وزارة الاعلام الأمريكية، نقلا عن (جماعة الضغط اليهودية في أربع ادارات أمريكية) مصدر سابق ص ٤٩
- ٢٤ د. حامد ربيع، الدعاية الصهيونية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة ١٩٧٥ ص ١٠٨
- ٢٥- المصدر السابق ١١٤
- ٢٦-فاضل محمد زكي، الكونغرس الأمريكي ونكبة فلسطين، وزارة الثقافة والارشاد، السلسلة السياسية، بغداد ١٩٦٤، ص ١٩
- ٢٧- محمد وجدي بكر الدباغ، الايديولوجية الصهيونية واسرائيل، مطبعة اسعد، بغداد ١٩٨٨، ص ١٢٠
- ٢٨- انظر للتفاصيل عن اللوبي اليهودي في دراسة أكاديمية أمريكية: ميوشايم وستيفن وولت، هذه حقيقة نفوذ اللوبي اليهودي في أمريكا، صحيفة الخليج الإماراتية، بتاريخ ١٢/٧/٢٠٠٦.
- محمد وجدي بكر الدباغ، مصدر سابق، ص ١٢١
- ٢٩ محمد خليفة التونسي، الهظر اليهودي، برونوكولات حكماء صهيون دار الكتاب العربي، بيروت ١٩٦١ ص ١٦٣
- ٣٠- المصدر السابق ص ١٤
- ٣١- المصدر السابق ص ١٦١
- ٣٢- الاحصائيات والمعلومات عن وسائل الاعلام الأمريكية مأخوذة من المصادر التالية:
- زياد أبو غنيمه، السيطرة الصهيونية على وسائل الاعلام العالمية منشورات دار عمان، الأردن ١٩٧٤ ومحمد خيرى الوادي، دليل أجهزة الاعلام في العالم، دار المسيرة، الطبعة الأولى، بيروت
- Statistical Year book, Unesco 2003
- ٣٣- سلامة أحمد سلامة، اسطورة حرية الصحافة في أمريكا /موقع: <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/F2D078ED-DB4A-4D84-84AA-3340CB2EAE8B.htm>
- ٣٤ جون الترممان: إعلام جديد سياسة جديدة. ترجمة عبدالله الكندي دار الكتاب الجامعي: غزة فلسطين ٢٠٠٣، ص ٢٤-٢٥

الفصل الثاني
الحرب الإعلامية الأولى
على العراق

الدعاية الأميركية وجذور فلسفة الحروب

ان الفهم العميق للحرب الدعائية الأميركية وأساليبها، ينبغي ان تفهم بمنطق علمي يأخذ بنظر الاعتبار التأهيل الفكري لهذه الدعاية ومعرفة تقاليدھا ومناهجھا، ومن الخطا الافتراض ان هذه الدعاية نشأت وسط فراغ فكري وايدولوجي، وانھا لم تعتمد مناهج العلم وطرقه في مخاطبة الملتقي، وهذا من شأنه أن لا يجعلنا نتعمق بالأسس التي ادت الى جعل هذه الدعاية تمتلك التأثير، ومرونة الأختراق لجبهات الدول، كما انھا لا تساعدنا على كيفية مواجهة هذه الدعاية وافشالها علمياً.

إن انتشار الدعاية وشمولها للمجالات المتنوعة من الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية لإية دولة في العالم المعاصر، قد اصبح حقيقة موضوعية، وان انتشارها لايجري على حساب زيادة عدد جمهورها ونفوذها الى مجالات جديدة من الحياة الاجتماعية فحسب، وانما عن طريق جذب متنام من المعارف السايكولوجية والانسانية، وعن عمليات تفاعل الجمهور السايكولوجي في المجتمع، الى عملية التأثير الدعائي، وهي تستند الى اسس نظرية وفكرية لايمكن اغفالها كحقائق موجودة ومنها:

أولاً: إن التأثير الدعائي تزداد فعالية مع تجمع المعارف عن الفئات الاجتماعية وعن قوانين نشوئها وتوظيفها وانحلالها، وعن التأثير التي تخضع لها الفئات من النواحي المختلفة، لذلك فان الطرق الإحصائية والنوعية المكتملة بالملاحظات المنطقية الموجودة للاتجاهات الناشئة، تعطي كما تدل الممارسات البحثية، استنتاجات اكثر ثقة لإدخال التعديلات على عملية الدعاية.

ثانياً: مع إختلاف المدارس المتعددة للدعاية الأميركية من حيث اسمها النظرية (النظرية الذرائعية، واللاعقلانية... الخ)، لكنها لم تقدم اختلافات هامة من حيث النتائج فقد اوجدت هذه المدارس أسساً منهجية واحدة تقوم حتى الآن بتسليح غالبية الانظمة الغربية للدعاية. ومن أبرز هذه الأسس:

(١) تعد جميع الوسائل والأساليب الدعائية جيدة ومقبولة وصحيصة اذا ما ادت الى التنفيذ الناجح للمهمة المطلوبة.

(٢) الاعتماد على الخرافات والاراء الباطلة، واستغلال الانفعالات البشرية عن طريق التوجه الى العواطف وليس الى العقول.

ثالثاً؛ استخدام نظام التحكم الذي يشمل مجموعة من اساليب وطرق علم الدلالة لتغطية غياب الافكار والمبادئ الجذابة للجماهير، واخفاء الحقيقة الموضوعية، والتحكم بالرأي العام وإتجاهات بتقنية علم الدلالة. لذلك تستخدم التحليل المعنوي الدلالي لإنشاء ما يدعى بالدعاية السوداء التي تنسب الى مصدر اخر غير مصدرها الحقيقي.

رابعاً؛ ان المنهج الرئيس للدعاية الغربية هو التأثير النفسي عن طريق خلق انماط مقبولة وهمية، والمتمثلة بسلاح الضغط الفكري - النفسي على الجماهير بأستعمال المعارف السايكولوجية لإكتشاف النفسية الاجتماعية من الظواهر والاحداث.

وهكذا يمكن للانماط المقبولة ان تستخدم في الدعاية التي يعدو فيها (الإيحاء) و(التأثير) على التركيب العاطفي الانفعالي للجمهور هدفاً بحد ذاته^(١).

ان هدف فلسفة الدعاية الأميركية باستعمالها (النمط المقبول الوهمي) تركز على مبادئ اساسية منها:

(١) التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية بأثارة الأنفعالات الاكثر بدائية عند الجمهور بالاعتماد على المبدأ القائل (الاستغلال المصطنع للعواطف) بمساعدة الدعاية.

(٢) التركيز على الثانوي في الظاهرة وجعلها رئيسية، وإهمال المسائل المهمة وجعلها ضعيفة الاهمية من مبدأ اساسي هو (تحويل بؤرة الاهتمام).

(٣) التحكم بالوعي الانساني عن طريق صرف الجماهير عن المدخل العقلي، المنطقي، النقدي للحياة حيث تقود الدعاية السلوك الجماهيري بواسطة اللعب على النزوات والانفعالات لتحديد قدرة الجمهور على التفكير المنطقي وجعلها سلبية بعيدة عن التأثير والفعل.

إن الجمهور كمستهلك، يشغل اهتماماً كبيراً في الدعاية الأميركية التي تهدف باستمرار الى التعامل معه كقوة اجتماعية محركة للتاريخ، بل كرأي عام استهلاكي، يخدم الخطط الرأسمالية، ويسهم في دفع دولاب النظام الرأسمالي، وتعزيز الملكيات المستقلة بكسر العين. ان ملاكي الماشية والسكر والبتروول والصحف ومحطات الاذاعة هم الذين يشكلون قمة البناء الرأسمالي، اي ان ملكية الإعلام تدخل ضمن ما كينة الاستغلال التجاري، وتسعى تلك الماكينة الدعائية (اي بصورتها الصحفية والإعلامية) الى تكبير رأي قسم او اقسام من المجتمع، وفقاً لأهدافها المادية والسياسية، فهي اذ تعمل على تنشئة رأي عام بورجوازي يحمي

مصالحها ومرتكزاتها الاستغلالية، وتعمل ايضا على توفير شروط متجددة لتحقيق ارباح متنوعة لها، سواء في ميدان بيع صحفها او في ميدان بيع منتوجاتها وبضائعها^(٢).

وعلى الرغم من ان الدعاية الأميركية لها اساليبها الخاصة في مخاطبة المتلقي خارج حدودها، الا انها تشترك بصفات عامة كونها اداة للسياسة الخارجية الى جانب الدبلوماسية والعمل العسكري، وفي كثير من الاحيان تندمج المهمة الدعائية مع النشاط الدبلوماسي والعسكري. ومن الصعوبة عادة قياس تاثيرات الدعاية الدولية بسبب التغيرات التي تحدث في مواقف الدول المختلفة، واختلاف الأهداف السياسية التي تسعى كل دولة لتحقيقها عن طريق الدعاية الدولية، ولكن من الثابت ان (تتقرر الحدود الحقيقية لتاثير الدعاية الدولية بالقوة العسكرية والاقتصادية للدولة بالإضافة الى اهدافها القومية وتحالفاتها وارتباطاتها الدولية)^(٣).

وإذا كانت الدعاية الأميركية قد استندت الى مفاهيم فكرية واصول فلسفية قائمة على ايديولوجيتها الأميركية، فان تعاملها مع العرب قد استند الى اكثر من محور:

- الاساس النظري للأيديولوجية الغربية.
- الدراسات الكلاسيكية والمعاصرة للأستشراق الاكاديمي.
- البحوث الميدانية للمنطقة العربية.

فالملاحظ ان الإعلام المتوافر عن العرب لاغلبية الدول الغربية حتى بداية الاربعينات، كان اعلماً ضئيلاً متفرقاً، لايشكل اتجاهها جوهرياً في الدعاية الغربية. وربما كانت البحوث التي اجراها عدد من الباحثين الامريكيين لبعض مناطق العرب بداية لمرحلة الحصول على المعلومات وتبويبها واستثمارها لصالح المخطط الاستراتيجي الأمريكي، حيث قدم هؤلاء الباحثون اساساً نظرياً للكثير من المفاهيم الدعائية والاتصالية التي يمكن التعامل بها مع العرب سياسياً وفكرياً واعلامياً.

وينبغي الاعتراف بان الصورة العربية في الدعاية الأميركية والغربية لاتزال تتاثر بعدة ظواهر تاريخية وثقافية واقتصادية ونفسية، فما زال الغرب يعاني من عقدة (الحضارة العربية والاسلامية) ودورها في تقدم البشرية، ولايزال ينظر الى المشرق كمنطقة متتمة ومضاد لدفع العداة للأسلام والعرب تاريخياً اتخذ اكثر من صورة على شكل مساجلات هجومية، بينما ادت الاعتبارات التجارية والسياسية بالغرب، فيما بعد، الى دراسة الأسلام والثقافة

العربية لغرض اخضاعها للسيطرة. وكان طبيعياً أن تختلق مجموعة من الاخطاء والتشويهات والصور القائمة على قوالب ذهنية ثابتة، سواء أكان الغرض تبرير الدوافع الدينية، او وتعزيز المصالح السياسية، بحيث اختزلت جميع العلاقات المعقدة في الوطن العربي وفي كل مافي حضارته من تراث الى مجموعة جاهزة يسهل الرجوع اليها من المفاهيم والقوالب الذهنية الثابتة: ان ما هو مختلف في الثقافة العربية امسى الآن ادنى مرتبة، وبذلك يمكن توجيهه والتلاعب فيه كما يريدون. ان المعتقدات العنصرية التي سادت الغرب في القرنين التاسع عشر والعشرين قد قررت الصورة الغربية عن العرب، فالدراسات الاكاديمية والبحوث والرحالة والمستشرقون، نظروا الى المشرق عموماً على انه (بلا حياة اساساً)، وانه راكد ومختلف وبأمس الحاجة الى اعادة الحياة اليه بواسطة الغرب، وقد بنت معظم النظريات السياسية والدعائية في الغرب على التقليد الطويل للأستشراق الكلاسيكي بما فيه من اخطاء فكرية وتاريخية بحيث طبعت الدراسات الاجتماعية عن الشرق الأوسط لدوغماتية الأستشراق القديم بمعنى (الفارق المطلق والتوافر بين الغرب العقلاني، المتطور والأنساني، والمتفوق، والشرق المنحرف، المتخلف، الدوني). وهذا ما ينسجم مع النهج الانثروبولوجي الثقافي للأستشراق الجديد الذي لم يزل قائماً الى حد ما، ومن الناحية العقائدية، على التقليد الأستعماري، بل ان الكثير من المستشرقين، وخاصة في الولايات المتحدة الامريكية وبريطانيا قدموا نظريات وطروحات عنصرية تتهم العرب بصفات سلبية و(علاجهم الوحيد هو تلقي الاستنارة من الغرب المتطور)^(٤). كما يعتقد هؤلاء المستشرقون.

ان (غوستاف فون غرونوم) الذي يعد اكثر المستشرقين نفوذاً في امريكا، والمتأثر بالدوغمات القديمة، قدم نظريات عنصرية لاتنسجم مع حقيقة الحضارة العربية والأنسانية، ولا مع تطور الأنسان العربي الجديد، حيث يعتقد مثلاً بأن الأمبريالية مرحلة ضرورية في تاريخ الاقطار المتخلفة كافة، كما إن الدعوى العنصرية لمستشريقي القرن التاسع عشر تجد الان تعزيزاً وتاكيداً، ولكن بأشكال موهة جديدة، حيث لا بد من السيطرة على العرب او مراقبتهم، لا لأنهم (جنس منحط او بربري)، كما يقول مستشرقوا القرن التاسع عشر، بل للدفاع عن المصالح الغربية والديمقراطية الغربية من التهديد الخارجي وخاصة من العرب^(٥). وقد انعكست هذه الافكار على الكتب التعليمية الشعبية والكتب المدرسية وعلى وسائل الإعلام، وداخل اجهزة الدعاية الغربية حيث ارتكبت هذه الافكار اغلظاً واقعية واغفلت حقائق جوهرية عن المجتمع العربي وانسانه، كما بينت الدلالات السياسية

الكامنة وراء ذلك .وقد ساهمت وسائل الإعلام الأميركية والغربية الدعائية في نقل دائرة الاهتمام بالكتابات الاستشراقية وتوسيعها من مجرد اهتمام اكايمي بحت ، الى دائرة أكبر الأ وهي الدائرة الشعبية، وهذا يعني تكريس الصورة السلبية للإستشراق في الوعي الشعبي الأوربي .لذا كانت الجهود مصبوبة في الغرب وفي مقدمته الولايات المتحدة بزعامتها المعاصرة على ترسيخ صورة مشوهة للطابع القومي العربي على النحو الذي يجعل الرأي العام يشعر بالكراهية والاشمئزاز. لذلك تعمل هذه القوى مع اللوبي الصهيوني على تربية وتثقيف الأناسان الأوربي والأمريكي على معاداة العرب ، والتقليل من شأنهم، حيث تخضع هذه العملية الى برنامج مخطط يبدأ بتثقيف الأطفال في الدراسة الابتدائية والثانوية حتى يصل الى الدراسات الجامعية ترافق ذلك ادوات تكميلية لترسيخ هذه الصورة، تقوم بها اجهزة دعائية مختلفة.ولعل صورة العرب في الغرب والولايات المتحدة الامريكية، قد تآثرت ايضاً باكتشاف النفط في الوطن العربي، وبالنزاع بين العرب والكيان الصهيوني .

وتشير احدى الدراسات المهمة^(١) الى ان الدعاية الأميركية والغربية لم تقتصر فقط على اساءة معرفة الوطن العربي، بل إنها وبشكل اكثر تاكيداً، وربما اكثر خطراً، ابلقت شرائح كبيرة من قرائها على جهلهم وتخبطهم فيما يتعلق بالتطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي والتعليمي الذي يمر به عدد من الاقطار العربية خلال السنوات الأخيرة .

وعلى الرغم من ان اجهزة الدعاية تتطرق الى استثناءات قليلة جداً لبعض المشاريع والتطورات الا ان (المشرق) المعاصر لايزال الى حد ما، هو (مشرق) المستشرقين (الحامد والهامد والمثقل بالتقاليد)، وكان طبيعياً أن تعبر وسائل الإعلام الأميركية عن هذه الرؤية الاستشراقية العنصرية في خطابها الإعلامي وفي حملاتها الدعائية، وحروبها النفسية، ضد المنطقة العربية، وهذا ما فعلته في كثير من حروبها العسكرية والإعلامية، وتجاربها في صناعة (التشويه) و(التضليل)، وأبرزها حملة الحصار والجوع والمرض، وحرب الأعصاب، أثناء حملتها ضد العراق وإحتلاله، من خلال خطة مبرمجة لتشويه العراق في المدارك الذهنية للمواطن الأميركي وإفناعه بالحرب، وتوظيفه للصورة المقولبة التي تم تشكيلها إستشراقياً .

وقد استغلت الدعاية الأميركية الظروف الدولية ومتغيراتها الجديدة، في صناعة خطاب دعائي موجه ضد العراق، وتضمينه أكثر من نمط تكتيكي في تعاملها مع الأحداث، واضحي الجهاز الدعائي الأميركي يتم بالدرجة الأولى بالتخطيط لعمليات نفسية تعتمد على مناهج علم النفس والعلوم الحديثة، وذلك من مبدأ دعائي معروف وهو (أن النفس يصعب كسبها،

فهي لا تحتل كما تحتل الأراضي ، ، وبعبارة أخرى فالإنسان في الدعاية الأمريكية هو المستهدف معلوماتيا ونفسياً .

والدعاية الأمريكية أصبحت في حرب إحتلال العراق عناصر مهمة للسياسة الأمريكية تستمد منها وموزها وتمادجها ، فهي :

١ - دعاية تكتيك مع الحدث ، واستراتيجية في أهدافها العامة ، تعتمد على إثارة النقاش المستمر ، وتؤكد نقاطا مركزية قليلة كي ترسخ في الذهن .

٢ - دعاية نفسية في أساليبها ومضامينها بقصد اختراق العقل واحتلال النفس ، فهي تستغل عواطف الجماهير وميولها واتجاهاتها بتكريس مبدأ تدمير الذات ، وهذا يعني أن الدعاية لا تتعامل أبدا مع الفرد كفرد ، ولكن تتعامل معه على أساس الأمور المشتركة بينها وبين الآخرين ، أي التعامل مع دوافعه ومشاعره ، أو في الأمور التي يؤمن بها .

٣ - دعاية الإغراق الإعلامي لخلط الأوراق ، فحشد المواد الدعائية مرة واحدة يضيع الجهد ويؤدي إلى ضياع الهدف المركزي وسط سيل مكثف لرسائل إعلامية متنوعة في مضامينها ومختلفة في أهدافها . إن الإغراق بالمواد الإعلامية هدفه تضليل الرأي العام وتنمية القلق داخل الشخصية لخلق التحسس (بعدم الارتياح والتوتر والتوقع لحدوث الخطر أو الضرر على النفس من مصدر ما وبشكل ما) .

٤ - دعاية الرعب القائمة على مبدأ نفسي ، لتهويل الأحداث وتضخيمها ، وبث عامل الخوف واليأس في الشخصية الإنسانية ، بقصد تحقيق الارتباك والانهييار وشل القدرات الجسمية والعقلية . فالتخويف أو الرعب من أقدم أشكال الحرب النفسية ، وقد استثمرتها الدعاية الأمريكية بشكل فعال نتيجة تطور العلوم الحديثة وخاصة علوم الفلسفة والتحليل النفسي .

٥ - دعاية الأهداف المختلفة ، التي تحاول إخفاء حقائق الموقف السياسي من خلال التلاعب بالعقول وتدمير الوعي . إن تغيير الأهداف السياسية للولايات المتحدة الأمريكية في غزوها للعراق وانعكاسها على الرسائل الدعائية الموجهة للرأي العام مثال لنمط جديد للدعاية في عصر سيطرة الدولة الواحدة على النظام السياسي الدولي .

٦ - دعاية التحريض المستندة إلى فعل تبريري يستند إلى مبادئ أساسية ، منها التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية ، بإثارة الانفعالات الأكثر بدائية عند الرأي العام بقصد منعه من التفكير المنطقي الصحيح .

٧- دعاية البالونات السياسية، لمعرفة ردود الفعل إزاء الأحداث وكيفية التعامل معها، وتزداد هذه البالونات في التصعيد الدبلوماسي والتلويح بالقوة العسكرية. ولعل إغراق أجهزة الدعاية الأمريكية في الحديث عن ما يسمى (ديمقراطية بعد الحرب على العراق) محاولة لمعرفة ردود فعل المنطقة العربية إزاء النظام الأمني الأمريكي الجديد.

وعلى كل حال، فالماكنة الدعائية الأمريكية في تعاملها مع حرب العراق معلوماتها، تحركت وفق الأهداف المتناقضة للإرادة الأمريكية في تفسيرها لغزو المنطقة على الرغم من أن الأهداف السياسية تتقاطع في أهدافها المعلنة مع الأهداف السرية التي تسرب قسم منها في وسائل الإعلام الغربية والأمريكية، حيث تداخلت الأهداف الدعائية مع السياسية، وأصبح من الصعب التكهن بحقيقة مضامين الدعاية وصدقها، مثلما صعبت معرفة الأهداف السياسية من وجهة نظر شمولية.

وأعتمدت الدعاية الأمريكية على المنهج التكتيكي في التعامل مع الأحداث ومتغيراتها، وعلى العمق الفكري والأكاديمي للدراسات المختلفة عن العرب، خاصة المتعلقة بدراسات المستشرقين ومنهجها التحيز القائمة على مبدأ (التحريف) و (السيطرة)، ووظفت الكثير من الدراسات الاستشراقية والبحوث التي أثرت في الوعي الشعبي الأوروبي في تحقيق أنماط دعائية خاصة للمنطقة العربية قائمة على فهم سيكولوجية الجمهور ورغباته واتجاهاته، بقصد اختراق العقل العربي وترسيخ الموديل الأمريكي في ميادين المعرفة والحياة.

وهكذا أوضحت وسائل الإعلام الدولية، ومنها الإذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية في حرب العراق تركز في صناعة العملية الدعائية على الاستفادة من علم النفس بالدرجة الأولى، حيث الخبر المصنوع في المختبرات النفسية بقصد (احتلال النفس)، وأصبح الخطاب الدعائي الأمريكي بشكل خاص الموجه ضد العراق يعتمد على عناصر تشكل مجموعها محاور مركزية تتجه إلى مجالات مختلفة تتضمن السلوك الفردي والجماعي، والآراء والتصورات، والعواطف والانفعالات، من خلال أساليب متنوعة في أهدافها ومضامينها أبرزها اختيار الحقائق بطريقة تمويهية بانتخاب مجموعة من الحقائق لإذاعتها من باب (الموضوعية) لمجذب المستمع والتأثير عليه، والتكرار لحمل معينة بقصد تعميق الفكرة وترسيخها في ذهن المستمع. ولعل تركيز الإذاعات الدولية المعادية على التفوق العسكري الأمريكي وأسلحته التدميرية الذكية، مثال للخطاب الدعائي المتضمن عوامل الضغط النفسي وإفزاز المواطن نفسياً لقهراً معنوياته.

لم يكن احتلال العراق، بمعزل عن سنوات الحروب، والأزمات، والحملات الاعلامية، والحصار الاقتصادي، والحروب النفسية التي شهدتها العراق، وإنما جاءت كحلقة اخيرة لإنهاك الشعب العراقي، وتدمير معنوياته، عن طريق مثلث الموت: الحرب العسكرية، والحرب الاقتصادية، والحرب الاعلامية، وهي حروب مهدت الطريق للجيش لإحتلال بغداد بطريقة دراماتيكية اذهلت الكثيرين من العرب، وجعلتهم تحت وطأة التحليل الخيالي، وعدم تصديق المشهد العسكري وافرآزاته على صعيد الميدان، مثلما كان الكثير ايضا لا يريد تصديق الصورة الواقعية المتلفزة على الهواء مباشرة لمشاهد الحرب الكثيرة، وبرزها المشهد الحزين لدخول الدبابات الامريكية الى بغداد. فقد كانت الصورة مشوشة للجميع، رغم الصور الواضحة التي تنقلها مباشرة الفضائيات العربية والعالمية، و لا احد كان يريد تحليل عمق الصورة ومضمونها، وربطها بالمشهد العراقي العام، فقد كان الشعب العراقي يعاني من حروب مدمرة اشغلته عن ممارسة حياته بشكل طبيعي من الناحية الانسانية، وانهكته اقتصادياً واجتماعياً وصحياً، كما واجه هذا الشعب حصاراً اقتصادياً لسنوات، هو الأقسى والأطول، في تاريخ العالم، حيث عطل الحياة، و اضعف البنية التحتية للخدمات والمؤسسات، وقضى على احلام الشباب في العمل والدراسة والزواج. واحال الملايين الى فقراء يعيشون تحت خط الفقر، وأدى الى ضعف النظام كمؤسسة سياسية، لتزداد ظاهرة الفساد الإداري والرشوة والمحسوبية، ومع هذا الحصار كان الشعب يموت يومياً بالآلاف بسبب اليورانيوم المخصب، الذي استعملته الولايات المتحدة الامريكية في حروبها ضد العراق، وخاصة حرب الخليج الثانية، حيث قذفت اكثر من (٩٥٠) صاروخاً محملاً باليورانيوم، لتلوث الأرض والماء والزرع، ولتقتل اكثر من نصف مليون عراقي، إضافة الى المعاناة الداخلية في كبت الحريات، وغلق منافذ الحياة بطريقة قسرية وقمعية، وأخطاء جسيمة في التعامل مع الأزمات، وإضعاف الجبهة الداخلية سياسياً وإقتصادياً وإجتماعياً بحروب غير مجدية، وغير إنسانية، وفي المقابل تعرض الشعب الى حروب اعصاب شنتها الولايات المتحدة والغرب، وهي حروب نفسية القصد منها (اذلال الشعب) و(إضعاف معنوياته) و(قتل احلامه) وتكريس حالة (اليأس في النفوس) وتدمير (العقول)، وكلها ساهمت في ايجاد مناطق الاختراق، وسهلت عملية احتلال العراق. وهو الجواب المنطقي لمن عاش (حالة من الاندهاش والذهول لما حدث للعاصمة العراقية بغداد في التاسع من إبريل ٢٠٠٣، ودخول القوات الأمريكية بغداد بدون مقاومة، وتبخر الجيش العراقي).

والملاحظ إن الحملة الإعلامية وحرب الأعصاب على العراق، بدأت منذ أكثر من ربع قرن، وهي حملة قاسمها المشترك (إثارة الطائفية وتنميتها) في الداخل، وإرعاب الرأي العام (بأملاك العراق لأسلحة الدمار الشامل) و(علاقته بالأرهاب)، وترهيب الدول العربية (بأطماع النظام ونزعاته التوسعية)، مع محاولة تمرير المعلومات (لإثارة الأزمات والحروب مع الجيران وتشجيعهما) كما حدث في إحتلال الكويت، والحرب مع إيران.

ومنذ بداية السبعينات من القرن العشرين، وبالتحديد منذ تأميم النفط عام ١٩٧٣، كانت الخطة هي البحث عن ثغرة في نفسية المواطن العراقي، لها فاعليتها وتأثيرها في أسلوبه وأفكاره، ولم تجد غير (العامل الطائفي) لاجداث انكسارات في العراق، خاصة وأن هذا المتغير قد جرب وطبق على الكثير من البلدان النامية، وهكذا بدأت الدوائر الغربية والأميركية تطبق نظرية (بريجنسكي) القائلة (ضرب التوجه القومي بتوجه طائفي) لزعزعة الاستقرار في العراق وكانت الخطة المركزية تتلخص بالنقطتين الآتيتين:

● تشجيع النعرات الطائفية داخل المجتمع العراقي وبراها كعوامل للتفتيت وذلك بتسريب المعلومات المختلفة المتوافقة مع الذهنية العامة للفرد، وواقعه الاجتماعي، مستغلة بذلك أجواء المنطقة والأحداث السياسية في ايران.

● تشجيع الحرب مع إيران، وإثارة الفتن الطائفية، وتعميق الخلافات بين الدولتين. والملاحظ أن الأجهزة الدعائية الغربية قد مهدت لهذه العوامل معلوماتياً ونفسياً ودعائياً، حيث لعبت هذه الأجهزة دوراً مخرباً وتحريضياً في خلق الأحداث وتضخيمها، واشعال فتيل الطائفية والحرب.

ويمكن ايجاز أبرز المحاور المركزية التي اعتمدها الدعاية الأميركية أثناء الحرب العراقية الإيرانية:

١- التعميم على الحقائق، وبراها التناقضات، لأشعال الحرب واستمرارها.

٢- استعملت الدعاية المعادية في بداية الحرب لعبة خبيثة اعتمدت على الايحاء لأيران بأن العراق لا يستطيع الصمود في حرب طويلة الأمد، وإن إيران بما تملكه من كثافة سكانية كبيرة وسلاح متطور يمكن لها أن تنتصر إذا ما خططت لحرب طويلة الأمد.

وبشكل عام، فإن تحليل مضامين هذه الدعاية آنذاك كانت تركز بالدرجة الأولى على (المتغير الطائفي) لتفتيت الشعب وتحطيم وحدته، ثم بدأت بالأسلوب المباشر، وهو اشعال

فتيل الحرب بين العراق والعراق وايقاف تنمية البلدين ، بعد فشلها في اختراق الساحة العراقية والإيرانية دعائياً ونفسياً ومعلوماتياً.

وهناك المرحلة الثانية (١٩٨٨-١٩٩١) من الحرب الإعلامية الأمريكية، حيث استغلت هذه الدعاية عناصر مهمة لتشويه الحقائق بالشكل الذي يؤدي إلى تشويه سمعة العراق دولياً، فعدت التفوق العلمي العراقي من خلال انتاج أسلحة متقدمة، سواء على مستوى صواريخ أرض - أرض أو صواريخ التقاطع أو طائرة الانذار المبكر، أو منظومة العابد الحاملة للأقمار الصناعية، وصولاً إلى الكيماوي المزدوج، والسياسة النفطية للعراق، عوامل لتحريض الرأي العام الغربي والدولي بالاتجاه الذي يضمن نجاح مخططاتها:

- الحفاظ على المصالح الأمريكية النفطية في الخليج العربي .
- اضعاف العراق اقتصادياً، وذلك بدفع اقطار نفطية في المنطقة إلى سياسة إغراق السوق الدولية بالنفط .
- محاولة عرقلة المفاوضات السلمية بين العراق وايران بطرق التمويه والتغطية وتموير المعلومات الكاذبة للطرفين بأسلوب التحريض .

لهذا فإن الحملة على العراق لم تكن مجرد حملة اعلامية هدفها التشويش وتشويه صورة العراق فقط، إنما هي حملة سياسية اقتصادية منظمة، لم تكن أجهزة الدعاية الغربية سوى أداة غطاءية لها.

إن السيناريو الدعائي الأميركي، الذي بدأ بانتهاء الحرب ما بين العراق وايران في ٨/٨/١٩٩٨م، مروراً بإعدام الجاسوس البريطاني (بازوفت)، وقضية (المتسعات)، و(المدفع العملاق)، و(الكيماوي المزدوج)، إنما هو حلقة متصلة للمخطط الاستراتيجي لتمزيق العراق وإضعافه، ولعل الجديد في هذه العملية هو عملية (التغطية) لتميرير بعض المخططات الدولية التي تستهدف احتلال منابع النفط، وضرب القضية الفلسطينية، اضافة إلى اعطاء (أمريكا) المبرر لغزو منطقة الخليج، واعطاء (اسرائيل) المبرر لضرب المنشآت العلمية والصناعية.

ويمكن لنا ملاحظة الأساليب الفنية لهذه الدعاية ما بعد الحرب . وخاصة فترة ما بعد الحرب العراقية - الإيرانية، حيث الأنماط الجديدة للفعل الدعائي الأمريكي، وطريقة التفكير لأختراق العقل العراقي ومن هذه الأساليب والطرق:

أولاً: الزمن كمحاولة من (محاولات التعويق) ، وورقة من أوراق اللعبة الدولية (لرمي النيران على العراق) بشكل مستمر، لتحقيق نتائج سياسية ودعائية تكون في خدمة المخطط، وهي بمثابة مرآة ضمن استراتيجية المخططات لحق حالة (اليأس) و (الانهك). فالزمن في العمل الدعائي الأميركي والغربي يأخذ أكثر من صيغة واتجاه لتحقيق أكثر من هدف:

١- تمرير المعلومات لصالح المخططات الدعائية المعادية.

٢- إثارة القلق النفسي في الشخصية وتدميرها.

٣- تشويه الحقائق وخلق الأوراق.

٤- إيجاد الثغرات واستغلالها ضمن منطقة (المراقبة) ودراسة الحالة.

لهذا كان (الزمن) أحد العناصر الأساسية في العمل الدعائي الدولي المعادي، واستعمل في الحرب العراقية - الإيرانية كعنصر واضح للمراهنه والخداع والتمويه.

ثانياً: التفتيت، كعامل من عوامل (اضعاف الشعب ووحدته الوطنية) لاختراق الجبهة الداخلية وتمزيقها، وخلق عوامل الضعف في الإرادة الانسانية مع إيجاد حالة (اليأس) و(القلق) لتفتيت الشخصية العراقية، وجعلها في حالات الضعف المستمر، وهذا الأسلوب (التفتيت) الذي اعتمده الدوائر الغربية والصهيونية ضد العراق اعتمد على أكثر من وسيلة:

١- الأشاعة كمصدر للمعلومات، وكأسلوب للتضخيم وإثارة النعرات الطائفية والعشائرية.

٢- الدعاية كأسلوب لسياسة (التخويف)، وكأسلوب لاختراق الرأي العام وحدوده الثقافية.

ثالثاً: التوريظ، كعنصر من عناصر الفعل الدعائي لتفتيت بعض (المواقف) وخلق (المتناقضات) واستغلالها لصالح المخطط الدعائي والسياسي، وبمعنى آخر توريظ الآخرين بأفعال لاستغلالها سياسياً ودعائياً ونفسياً. وعادة تستعمل (بالونات الاختبار) لاكتشاف (جس النبض) تجاه بعض القضايا، ومعرفة ردود الفعل. ولعل ما قامت بها أجهزة المخابرات الأمريكية والانجليزية والصهيونية بتمرير المعلومات بما يتعلق بعروض اليورانيوم لكي (يقولوا أن العراق يصنع القنبلة الذرية) وهدف هذا الأسلوب هو الاساءة إلى سمعة العراق بقصد التمهد للعدوان عليه وعلى منشآته العلمية والصناعية.

رابعاً: الغطاء كعامل سياسي، للتمويه و خلط الأوراق و تمرير المخططات المعادية، و يقوم هذا الأسلوب الدعائي على تمرير المعلومات الكاذبة، و تضخيمها لتحقيق هدف مركزي هو تنفيذ المخطط بمبررات واهية .

وبأختصار فأن الضجة الاعلامية والدعائية ضد العراق كان هدفها (التغطية) على أعمال و ممارسات يراد منها ضرب العراق ، وهي سياسة تعتمد على أساليب دعائية مكشوفة أهمها : التضخيم و المبالغة في نقل المعلومات و تداولها، و التمويه في (الأفعال) و قلب الحقائق و تحويرها، و افتعال الأزمات لتمرير المخططات .

منطق الدعاية الصهيونية في الحرب

لم تكن الدعاية الأميركية و الغربية حاضرة لوحدها في هذه الحرب الإعلامية، وإنما كانت الدعاية الصهيونية تشكل جبهة جديدة لمساندة الآخرين، و إشعال فتيل الحروب و الأزمات، و التحريض و التلفيق .

ولنتذكر ثلاثة أمور عالجهما الكيان الصهيوني بقلق، وهي تصب في مجرى التفكير السياسي الصهيوني، و تم طرحها في أجهزة دعاية الكيان بشيء من التحليل و القلق الممزوج بالرعب : إنتهاء الحرب العراقية - الإيرانية، تطوير الصواريخ، و الكيماوي المزدوج .

إن متابعة الأداء الحركي للكيان الصهيوني في تعامله مع الحرب العراقية - الإيرانية، لإضعاف و تهميش البلدين، و محاولة اطالة أمد الحرب لمنع القوة الاقتصادية للبلدين من التزايد، و إيقاف التقدم التكنولوجي و العلمي من منطلق جوهري واضح وهو (أن أهمية الحرب انها تمتص القدرات العسكرية العراقية و الإيرانية) طبقاً لرأي رئيس المخابرات العسكرية للكيان الصهيوني، و يبدو أن المفهوم التقليدي لوضع العراق في الاستراتيجية الأمنية الصهيونية، و الذي مفاده ضرورة استمرار الحرب، قد تغير بعد إنتهاء الحرب العراقية - الإيرانية، ذلك لأن التقويم الجديد للمسؤولين الصهاينة يجد في استمرار الحرب قدرة جديدة و عالية للجيش العراقي على استيعاب تجرب الحرب طويلة الأمد، و ما تفرزه من كفاءات اقتصادية و سياسية و معنوية لتحمل أعباء الحرب الطويلة. ففي عام ١٩٨٧م أدلى وزير الصناعة و التجارة الصهيوني (أريئيل شارون) بتصريح صحفي قال فيه (إن تعاضم الجيش العراقي في السنوات الأخيرة نتيجة الحرب العراقية - الإيرانية خلق وضعاً يعد فيه العراق من أخطر أعداء دولة اسرائيل)^(٧)، بينما صرح المسؤول نفسه عام ١٩٨٤م بأن (مصلحة

اسرائيل هي استمرار الحرب وتشجيع ايران على مواصلتها بهدف عزل قوة العراق (واشغالها) ، ومن جانب آخر ، أحدث خبر قيام العراق بتصنيع صواريخ أرض - أرض ، انقلاباً جديداً في المفهوم التقليدي لأمن الكيان الصهيوني حيث زخرت الصحف والمجلات بمشاهد عديدة عن (الحرب القادمة التي ستستخدم فيها الدول العربية صواريخ أرض - أرض لتهديد القاعدة العسكرية والبشرية لاسرائيل)^(٨) وطالبت الاهتمام (بتوفير قاعدة رادعة مضادة للصواريخ بخبرات أمريكية - اسرائيلية لاحتياط فاعلية الصواريخ العراقية التي تشكل خطراً حقيقياً يهدد أمن اسرائيل)^(٩) ، ولعل أكثر ما أثار الذعر داخل الدوائر الرسمية في الكيان الصهيوني ، هو تهديد العراق بحرق نصف اسرائيل بال سلاح الحديد (الكيميائي المزوج) ، الأمر الذي جعل الكيان الصهيوني يعيد النظر بإستراتيجيته الأمنية من جديد في ضوء المستجدات المتغيرة . وبقدر ما أثارَت هذه الفقرة (حرق نصف اسرائيل) دهشة ومفاجأة وكالات الأنباء ، فأنها كانت قبلة فجرت مكاتب تل أبيب ، ولتتحول صباحاً إلى رعب كبير داخل المجتمع الصهيوني ، مفجرة أكثر من قضية ، ولتعيد أكثر من تساؤل على صعيد أمن الكيان الصهيوني ومستقبله ، بل أنها كانت موضع تحليل سريع وجدي داخل أروقة الدوائر السرية ومؤسسات البحوث الاستراتيجية.

وعلى الرغم من أن الأوامر السرية الصادرة من مكتب رئيس وزراء الكيان الصهيوني آنذاك كانت محددة لوسائل الإعلام بعدم (التحويل ومحاولة التخفيف من حجم الخطر الذي يواجه اسرائيل) حفاظاً على عدم إثارة الرعب ، فأن الصحافة الاسرائيلية لم تستطع تجاهل الموقف وتفسيره ، وتجاهل دلالاته الحقيقية لسبب بسيط ، هو أن الشارع الصهيوني كان مشحوناً بعوامل القلق والرعب والتوتر ، وكان بحاجة إلى اكثر من تفسير لابعاد هذا الخبر الصاعق ، وبحاجة إلى فئات منطقية ودلائل واقعية تجعله يتعامل مع الحدث بشيء من الاقناع والهدوء. فالمعلومات الاعلامية التي كانت تضخ عبر وسائل الإعلام الإسرائيلية ، وتصريحات المسؤولين المستمرة قبل اعلان هذا الخبر ، كانت تعطي ضمانات أكيدة على تفوق الكيان الصهيوني عسكرياً وتكنولوجياً ، وعلى تفوقه في الردع النووي وصناعة الصواريخ ، مع اعطائه صورة قائمة عن الوضع العربي وضعف قدرات العرب على مجابهة (اسرائيل) ، ولهذا كان الخبر بصيغته الرادعة قد خلق حالة (تناقض) داخل الكيان الصهيوني ، واحراجاً للمسؤولين الصهاينة ووسائل الاعلام معاً ، ترتب عليه شعور بالاحتياط من قبل المجتمع ، وحالة رعب من حرب جديدة ، مع حالة عدم الثقة لما يفسر ويبرر عبر الأجهزة الرسمية الحكومية أو عن طريق وسائل الإعلام .

والملاحظ من خلال تحليل مضمون الصحافة (الأسرائيلية)^(١٠) في تعاملها مع الحدث أنها حاولت الموازنة بين قضيتين: تهدة الشارع الصهيوني بجرائم اعلامية مدروسة أساسها العامل النفسي، وايجاد معادلة نفسية-اجتماعية تخلق الدافع لتقبل هذه المخاطر. وعلينا أن نتذكر أيضا من خلال القراءة التحليلية لمضامين الصحافة أنها ساهمت في تسريب معلومات إلى أجهزة الاعلام الدولية بالتنسيق التام والوثيق مع المخابرات الأمريكية والبريطانية هدفها تحقيق هدفين:

١ - الكشف عن نشاط البرنامج العلمي العراقي لأثارة الرأي العام الدولي .

٢ ردع الشركات الأجنبية لمواصلة التعاون مع العراق في جهوده العلمية والتكنولوجية .

الدعاية الأميركية في حرب الخليج الثانية

لا يمكن الانكار بأن لغة الدعاية الأميركية تمتلك الكثير من التجارب، والكثير من الأساليب المتطورة والخبثية التي تعمل تحت أغطية عديدة، ومناهج فكرية، بعضها يختفي وراء مقاصد عسكرية، وبعضها الآخر يعمل تحت غطاء العمل السياسي والدبلوماسي والاستخباري، وكلها تصب في صيغة عمل متطورة بالبيانات والمعلومات والبحوث، لتشكل مجموعها جهازا دعائيا له أساليبه ولغته ومناهجه. فهذا الجهاز الدعائي الكبير الذي ينطلق من تراث عميق مليء بالتجارب، ويستمد خصوصيته من الأيدلوجية الإمبريالية التي لها أهدافها الخطيرة في صنع السياسات والقرارات، إنما هو يمثل بحد ذاته امتدادا لأجهزة سياسية لها تقاليدھا في العمل السياسي، ولها أهدافها المحددة بنظريات تستمد فعلھا من سياسات الهيمنة والاستغلال والسيطرة والاستعلاء التي تتحكم في قوانين النظرية السياسية الامبريالية.

فالدعاية الأميركية في توجهاتها العامة تنطلق من عناصر مهمة تشكل محاور فكرية في العملية الدعائية، بحيث تصبح هذه العناصر مرتكزات أساسية للعمل الدعائي الموجه ضد العراق.

والملاحظ أن الجهاز الدعائي الأمريكي قام منذ ٢ آب ١٩٩٠م بشن حملة دعائية منظمة ضد العراق، ارتكزت على تقاليد دعائية قديمة أهمها:

- ١- بروز المفهوم النازي للدعاية بوصفها نصف حرب.
 - ٢- استعمال نظرية (الرعب النفسي) في الرسالة الدعائية.
 - ٣- افتعال الأحداث وتضخيمها وتشويه الحقائق.
 - ٤- الاهتمام بالخبر كوسيلة دعائية مهمة في وسائل الاعلام أثناء الحرب.
 - ٥- التركيز على (الخلفية النفسية) في وعي الناس، لمعرفة مدى تقبلهم للمعلومات الدعائية، كالاهتمام بالجانب الانفعالي من حياة الانسان، وعناصر هذا الجانب ووظائفه وحاجاته.
- وتأسيسا للنظرية القائلة بأن (الدعاية نصف الحرب)، فقد وجدت الدعاية الأميركية نفسها في مواجهة الأحداث الكبيرة، تساند الفعل السياسي والعسكري والاقتصادي من أجل تهيئة الأجواء النفسية لتنفيذ وتقبل هذه الأفعال من الرأي العام الغربي والدولي، ولايجاد مناطق لاختراق المعلومات إلى الجمهور العراقي والعربي لتحقيق أكثر من هدف:
- أولاً:** اضعاف المعنويات بشن حرب معلومانية- نفسية اساسها (الرعب النفسي) من خلال تضخيم القدرات العسكرية والتكنولوجية للولايات المتحدة الأمريكية، وخلق التصورات المرعبة عن الحشود العسكرية برا وبحرا وجوا في منطقة الخليج العربي بوصفها (أضخم حشود منذ الحرب العالمية الثانية)^(١١).
- ثانياً:** ايجاد أكثر من منطق دعائي في الحرب النفسية لتحقيق رأي عام موحد ضد العراق باستعمال الأسلوب الدعائي المعروف (بالاسقاط) من خلال اتهام العراق (بنوايا العدوانية ضد أقطار الخليج العربي وخاصة السعودية)^(١٢)، وهذا الأسلوب اتبعته الدعاية النازية قبل هجوم النازيين على النرويج حيث تم اتهام انكلترا بالنوايا العدوانية.
- ثالثاً:** اعتماد أسلوب (الالهاء أو التحويل) وهو مبدأ نفسي، هدفه تغيير اتجاهات الرأي العام عن التدخل الأمريكي في المنطقة، ومحاولة الهائة بمواضيع مختلفة وثانوية غير صحيحة، مثل الخبر الذي أوردته إذاعة لندن (بوجود جسر جوي بين اليمن والعراق ووجود قوات عراقية في اليمن)^(١٣) وهذا الأسلوب اتبعته آلة غوبلز الدعائية قبل احتلال هولندا وفرنسا حين ركزت باهتمام بالغ على أحداث البلقان لتغيير الاتجاهات العامة للرأي العام.
- رابعاً:** الاستغلال المصطنع للمواطف وذلك بظهور المزاج الذاتي العفوي أو المزاج الكامن والمهياً مسبقاً حيث تثار بشكل عفوي الانفعالات الأكثر بدائية كالخوف والكراهية، لأنها

تنمو بسهولة أكبر من غيرها، كما أنها ضعيفة الخضوع للرقابة الذاتية الداخلية، ولعل موضوع ما سمي (بالرهائن) في الاعلام الغربي وتضخيمه بشكل واسع بوصفه (عملا غير انساني لأنه يهدد مصير الأطفال وعوائلهم بالرعب والانهيار)^(١٤) هو أسلوب دعائي للاستغلال المصطنع للمواطن.

خامسا: خلق مراكز جديدة للاهتمام تؤدي إلى نسيان المواقف السابقة، وتوجيه الاستعداد والقبالية في اتجاه آخر، واثارة فعل مناقض للأراء المتكونة عند الفرد للاستعداد والقبالية في اتجاه آخر، واثارة فعل مناقض للأراء المتكونة عند الفرد، دون أن يدرك ذلك بأستعمال أساليب دعائية متنوعة في مضامينها وأهدافها:

١ - استخدام صور وأشكال معروفة لدى الجمهور، ولكن بتوزيع مغاير، بحيث تثير انفعالات سلبية في عقل الجمهور واتجاهاته، ولعل الخير الذي يقول بأن (القوات الأمريكية والغربية المرابطة في السعودية ستبقى لفترة طويلة قد تستغرق عدة سنوات)^(١٥) هو محاولة للضغط النفسي وارعاب الجمهور بجعله في حالة قلق مستمر.

٢ - خلق الأفكار الجديدة، وتقديم تفسيرات مغايرة للظواهر الكامنة وراء هذه الأفكار، كالتركيز على إن (التواجد الأمريكي في منطقة الخليج العربي يحظى بتأييد عربي ودولي)^(١٦) وتهمل التفسيرات الدولية الأخرى التي تؤكد بأن هذا الغزو هو تهديد للسلام العالمي.

سادسا: ترميز المعلومات، من أجل خلق التأثير النفسي للعمل الدعائي على الجمهور، ومحاولة خلق الاشاعات الكاذبة، ونشرها لاحداث الانكسارات النفسية، ومعنى آخر ترميز المعلومات للأستهلاك الدعائي، كما حدث في نشر المعلومات عن ارسال أمريكا لطائرات ستيلت (الشبح) إلى منطقة الخليج العربي، حيث وصفت مصادر عسكرية غربية (بأن هدف أمريكا من ارسال هذه الطائرات ليس إلا هدفا دعائيا)^(١٧).

إن فهم منطق التوجه الدعائي يستوجب التمييز بين (الرسالة الدعائية المباشرة) التي تريد تثبيت أفكار يراد منها اختراق عدة جهات لنفسية المتلقي، وخلق اتجاه محدد للسلوك والتصرف والتقبل والاقناع من أجل تغيير الاتجاهات القيمية والفكرية والنفسية لدى الجمهور، وبين (الرسالة الدعائية الغير المباشرة) التي تستعمل أساليب (التمويه) و(الخداع) في مضامينها للوصول إلى هدفها المركزي، لأحداث التغييرات في عقل المتلقي

لتحييده أو كسبه. وبمعنى آخر فإن المنطق الدعائي الأميركي يميز في خطابه الدعائي والسياسي أنماط الرسائل الدعائية، وفئات المتلقين، واختيار الوسائل الاعلامية في أهداف مضامينها، ولكنها مختلفة في طريقة اختيار المفردات اللغوية، ومختلفة في الصناعة الفنية للرسالة الدعائية من حيث اختيار الحمل وتوزيعها ووسيلة التوصيل.

فالملاحظ أن الجهاز الدعائي الأميركي والغربي له محوران أساسيان في ارسال الخطاب الدعائي: الأول، يتوجه إلى الجمهور المحلي، والثاني، يتوجه إلى الجمهور الخارجي. ولكل من هذه المحاور قنوات اتصالية، تأخذ بنظر الاعتبار أهداف محددة مستمدة من السياسة الداخلية والخارجية ومتفقة مع مصالحها المشتركة، فالاعلام الداخلي للجهاز الدعائي الغربي والأميركي يتوجه إلى فئتين رئيسيتين: الجمهور المحلي أولاً، والشركات الاحتكارية ثانياً، التي تشكل ثقلًا كبيراً في بنية السياسة الغربية والأميركية وقراراتها. والخطاب الدعائي الموجه للرأي العام الغربي له منطق محدد يقوم على أساس الفكرة القائلة بأن (الوجود الأميركي في منطقة الخليج العربي هو للدفاع عن المصالح الأمريكية والغربية)^(١٨)، بينما يقدم الخطاب الدعائي الموجه إلى الشركات الغربية وخاصة النفطية على أساس (حماية منابع البترول واستمرار تدفقه إلى الغرب). وعلى الرغم من أن هذا الجهاز يعمل على تنظيم الدعاية الداخلية والخارجية فإنه يقوم ايضاً على تشويه الحقائق، واجتزاء المواقف، وتضخيم الأحداث من خلال عملية رقابية على الأخبار والمعلومات التي تتسرب للداخل، وذلك بطرق عديدة أهمها: رقابة القيادات السياسية والاعلامية، ورقابة المؤسسات السياسية والاعلامية والاستخبارية، وذلك لمنع وصول الحقائق للرأي العام الغربي والأميركي.

أما المحور الدعائي الخارجي فإنه يتوجه بخطابه إلى فئتين من الجمهور:

الأول: عالمي، وبلغات مختلفة، والثاني، عربي بوسيلة الإذاعة

وقد لاحظنا أن الخطاب الدعائي المركزي الموجه لشعوب العالم يقوم على الفكرة المركزية القائلة بأن (الوجود الأميركي في منطقة الخليج العربي حماية للسلام العالمي) وهو مدعوم (بالتأييد العالمي من خلال قرارات الأمم المتحدة)، بينما يتوجه الخطاب الدعائي إلى العرب بمضامين مختلفة، تحدد المواقف السياسية والمصالح القائمة في المنطقة العربية، فهناك خطابات موجهة للقيادات السياسة العربية، وهناك خطابات للجمهور الخليجي، وخطابات للجمهور العربي المعارض للغزو الأميركي للمنطقة العربية.

ويقوم الخطاب الدعائي الموجه إلى الجماهير العربية على الأسس الآتية:

١ - إن وجود القوات الأمريكية في الخليج العربي يستند إلى طلب عربي، ومن ثم بدعم عربي.

٢ - أن العراق غير قادر على مواجهة أمريكا والغرب عسكرياً، ولا هو قادر على تحمل الحصار الاقتصادي بسبب المقاطعة الدولية له، والقصد من اشاعة هذه الأفكار هو أحداث الألق واليأس وتعميق روح الاستسلام.

٣ - إبعاد الشبهات حول دور الكيان الصهيوني في الحصار العسكري والاقتصادي ضد العراق تحت غطاء الفكرة المتداولة في اعلام الكيان الصهيوني بأن (اسرائيل ليست معنية بالمشكلة بقدر اهتمامها بأمنها)^(١٩).

التحضير للإحتلال وحروب التلفيق

بدأت الولايات المتحدة الأمريكية للتحضير للحرب ضد العراق، باستراتيجية تقوم على مبدأ:

١ - إثارة الأزمة وتصعيدها، وإيجاد مبررات لها، و كأن الأزمة لا يمكن حلها عبر المفاوضات، وإن الحرب حتمية، بحيث تركز الأخبار على نقاط جوهرية: الديكتاتورية، جرائم ضد الإنسانية، الإرهاب. واسلحة الدمار الشامل.

٢ - تشويه صورة قائد العدو وتشبيهه بهتلر، وهذا ما تم تعميقه في ذهن المواطن الأمريكي والغربي، وذلك للصورة الذهنية السلبية التي يمثلها هتلر، وهنا تتم عملية (الإقناع، من خلال نشر الأخبار المضللة و تليق الأحداث و تمرير المعلومات).

٣ - نشر البشاعات بوضع قصص، وإختلاق الروايات والأحداث، لتقوية ردود الأفعال العاطفية، وهذه المرحلة هي مرحلة تنفيذ الحملة الإعلامية و تصعيدها.

٤ - تكريس الرقابة العسكرية للتحكم بالمعلومات، لأنها في الحرب هي (عملة النصر)، ومن المنظور العسكري، فإن حرب المعلومات هي جبهة أخرى للمعركة، وتحتاج إلى نوع من الرقابة و الخداع لكسب الرأي العام. واستبدال الجيش الأمريكي في الإغوام الأخيرة مفهوم (التفوق في المعلومات) بمفهوم (السيطرة على المعلومات) هي من ثوابت الاستراتيجية العسكرية الحالية، حيث إن المعلومات عنصر من عناصر القتال.

٥- الإشاعات كمصدر لتدمير المعنويات، حيث بدأت الإشاعة المبكرة من الطرف الأمريكي، التي تقول (بأن طارق عزيز قد تخلى عن الرئيس العراقي صدام حسين وغادر العراق).

٦- استعمال المنشورات و البث الإذاعي، كهدف لترشيد الجنود العراقيين للمكيفة التي عليها أن يتبعوها في حال استسلامهم، حيث تم نشر مئات الآلاف من المنشورات والبث الإذاعي.

كما لوحظ في الأسلوب الدعائي الأمريكي استخدام مصطلح (صدام) أو (حزب البعث)، حيث كان الخطاب الإعلامي الأمريكي يتجه إلى فكرة إن أمريكا لا تحارب (دولة العراق)، والتركيز على الخطاب الطائفي والقومي والديني، حيث (الشيعة المضطهدين في العراق) و(الأقليات المضطهدة)، والتركيز على الأسباب المعلنة للحرب: نزع أسلحة الدمار الشامل، وتخليص العالم من (صدام).

كما استخدمت المنشورات الأمريكية و حملة البريد الإلكتروني في الفترة السابقة عن الحرب، حيث كانت وسيلة، أكثر دهاءً لنقل الرسالة الأمريكية، ومحاولة إختراق القادة من السياسيين والعسكريين لكسبهم أو التأثير عليهم. ثم بدأت حرب التلفيق، قبل الحرب على العراق، حيث أتهمت بريطانيا العراق بأنه حاول شراء يورانيوم من النيجر كجزء من تبريرها لشن الحرب على العراق، وقد سحبت الولايات المتحدة الأمريكية إتهامها السابق للعراق بالحصول على كميات كبيرة من اليورانيوم من النيجر، واعترضت عن قبولها كوثائق ثبت انها مزورة، بعد تأكيد دولي من فرنسا وإيطاليا ووكالة الطاقة الذرية (IAEA) بأن جميع الوثائق كانت مزورة.

وتشير مادلين أولبرايت و وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة في كتابها الجديد (القوى والخصال) (٢٠٠٦) الصادر عام ٢٠٠٦ بأن الإدارة الأمريكية كانت حريصة على تسويق فكرة الأسلحة التدميرية والتأكيد على منطق (الخطر المتزايد)، وهذا ما تجسد من خلال الشهادة التي قدمه كولن باول وزير الخارجية الأمريكي السابق أمام مجلس الأمن، وهي شهادة مليئة بالتحذيرات بأن العراق يمتلك أسطولاً من معامل الأسلحة البيولوجية المتنقلة، وثبت أن كل هذا الكلام كان بمثابة أكاذيب، لأنه تأكد بعد ذلك بعدم وجود هذه الأسلحة الفتاكة في العراق، ولأدلة على تحالف العراق مع القاعدة) كما تم تسويق الفكرة القائلة (إن التخلص من حكم صدام سيعود بفائدة كبيرة على المنطقة وعلى المجتمع الدولي)، كما بدأت الحملة

الإعلامية منذ عام ٢٠٠٢ عندما اتهم نائب الرئيس الأمريكي ديك تشيني بأن (صدام حسين يمتلك أسلحة نووية) . ومن التلغيق التي سوقتها إدارة بوش كمسوغات لشن الحرب على العراق عام ٢٠٠٢ (بأن محمد عطا الذي يعتقد بأنه قاد هجمات ١١ سبتمبر اجتمع مع صدام حسين في بغداد قبل ١١ سبتمبر ولدينا الأدلة على ذلك)^(٢٠) .

ورغم استمرار عملية التفتيش عن الاسلحة العراقية بمعرفة الامم المتحدة بقيادة هانز بليكس و الدكتور محمد البرادعي ، الا ان الولايات المتحدة بدأت الاستعداد للحرب اذ شرعت في ارسال قواتها الى منطقة الخليج اعتبارا من النصف الثاني من عام ٢٠٠٢ م ، حيث بدأت التعزيزات تتوالى على القواعد العسكرية الامريكية في منطقة الخليج ، وتحركت حاملات الطائرات و البوارج الامريكية وتدفقت الالات الحرب من كافة الانواع حتى اوشكت التعزيزات على الانتهاء مع نهاية فبراير عام ٢٠٠٣ م . وفي يوم الاثنين ١٧ مارس ٢٠٠٣ بدأت الحرب بأول ضربة حربية ، انطلقت مقاتلتان عن طراز اف ١٧ من لدى القوات الامريكية القريبة ، محملة بقنابل ٢٠٠٠ رطل موجهة باليزر ، فضلا عن اطلاق حوالي ٤٠ صاروخ كروز توماهوك ذات القوة التدميرية الهائلة على مبنى يعتقد بان صدام حسين ومعاونيه من القيادات العراقية موجودون فيه وتبين فيما بعد خطأ المعلومات الخبائية للقيادة الامريكية . وقرر الجنرال تومي فرانكس رئيس اركان القوات الامريكية البدء بالهجوم البري بعد ٢٤ ساعة فقط بعد الهجوم الجوي^(٢١) .

- ١- أنظر للتفاصيل : علم النفس الاجتماعي وقضايا الاعلام والدعاية . مجموعة من علماء النفس السوفيت ، ترجمة نزار عبود السود ، دار دمشق للطباعة والنشر ١٩٨٧ وكتاب الحرب النفسية - معركة الكلمة والمعتقد لصلاح نصر الجزء الأول القاهرة ١٩٦٦م
- ٢- عزيز السيد جاسم ، مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات ، دار آفاق عربية للصحافة والنشر بغداد ١٩٨٥ ص ٧٥
- 3- Davison, W. Ph international Political communication New York Praeg r, 1965, P. 4 and after.
- 4- Custave Edmund Von Grun elaum Islam: The search for identity (New York: Vintage Books, 1964) P.53
- 5- Lewis, Bergaed, The Arabs in History. 3rd ed Longman, 1941. P.92 Statistical year book, Unesco 1987
- ٦- انظر للتفصيل : الدكتور حلمي خضر ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت ١٩٨٨م
- ٧ وكالات الأنباء، جريدة الجمهورية، العدد (٦٥٨٢) في ٧ يوليو ١٩٨٧. ص ١
- ٨- جريدة معاريف الاسرائيلية ١٨ / ٦ / ١٩٨٨.
- ٩- جريدة معاريف الاسرائيلية ٢٢ / ٦ / ١٨٨٨.
- ١٠- اعتمدنا في تحليلنا على نصوص ما كتبت صحافة الكيان الصهيوني من الفترة ٣ / ٤ / ١٩٩٠ إلى ٣ / ٦ / ١٩٩٠ وذلك بالاعتماد على وكالات الأنباء ومجلة شؤون فلسطينية وتقارير الصحافة الأجنبية.
- ١١- إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ ٢٥ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٢- إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية ٦ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٣- إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ ٢٦ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٤- إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ ٢٢ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٥- إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية ١٥ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٦- إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية ١٠ / ٨ / ١٩٩٠ (انصات شخصي)
- ١٧- جريدة الرأي الأردنية بتاريخ ١٧ / ٨ / ١٩٩٠
- ١٨- اذاعة صوت أمريكا باللغة العربية بتاريخ ٧ / ٨ / ١٩٩٠
- ١٩- جريدة دافار الاسرائيلية بتاريخ ٩ / ٨ / ١٩٩٠ ، نقلا عن اذاعة اسرائيل باللغة العربية بتاريخ ٩ / ٨ / ١٩٩٠
- ٢٠- للتفاصيل انظر : مادلين أولبرايت، القوي والخالق، صحيفة الخليج، العدد ٩٨٩٨، بتاريخ ٢٥ يونيو ٢٠٠٦. والعدد ٩٩٠٩، بتاريخ ٦ / ٧ / ٢٠٠٦
- ٢١- انظر للتفاصيل عن احتلال العراق : د. احمد طه خلف الله، سقوط العرب في الحرب على العراق، الاسباب والنتائج، الطبعة الاولى، دار الكتاب العربي، القاهرة ٢٠٠٤.

الفصل الثالث
حرب التقنيات:
الترويع والصدمة

لم تستعمل أسلحة الذكاء الامريكية عسكرياً لإحتلال المدن وتدمير الجيوش فقط، وإنما استعملت أيضاً كأداة للترهيب والحرب النفسية، وتم استثمارها لتدمير معنويات الجيش العراقي، واثارة القلق والخوف عند المدنيين، وارعابها بتقنياتها العالية، واصواتها المدوية، وأساليبها التدميرية الهائلة، وإستعمالها بقسوة لتهديم البيوت، والتجمعات البشرية، بقصد تطبيق نظرية الرعب النفسي القائمة على فكرة (الصدمة والترويع) التي إبتدعتها الادارة الأميركية في إحتلالها للعراق، لتدمير الاعصاب من خلال القاءها خزانات ينتج عنها صوت انفجار هائل، وهي تحتوي مادة متفجرة، لتترك ورائها صوت شديد القوة مع بعض المسامير والقطع المعدنية لإحداث الأنهيار والرعب في النفوس. وهي حرب نفسية استعملت فيها وسائل تكنولوجيا التعقيم والتمويه والتضليل، وفقاً لمبدأ الاستراتيجي الصيني منذ خمسة قرون قبل الميلاد: (الحرب الإعلامية هي فن النصر دون حرب)، وهي حرب تستبدل الخصم، وتستهيئ بوسائله. وهكذا حول الاعلام العسكري الامريكي صور الحرب الى مشهد تقني يشبه صور ألعاب الفيديو او الكمبيوتر.

ويتمثل مفهوم الرعب في كثافة وحجم القوة التدميرية، صوتاً وإبادة جسدية، أما الصدمة فتتمثل في نتائج هذا الاستخدام، ويتم هذا المفهوم بأستخدام مزيج من الأسلحة فائقة الدقة من الجو مع ضربات جوية وبرية وبحرية متواصلة على الوحدات المتحركة أو أي أهداف مختارة، مع مواصلة الازعاج بالقصف المستمر، وفرض الهيمنة والسيطرة السريعة بفضل الاستغلال الكامل لخصائص وقدرات وتقنيات الأسلحة الحديثة وحرakitها ودقتها العالية وكثافة التدمير، حتى لا تترك للخصم أي فرصة أو مجال للقتال أو الصمود، بل الوصول إلى انعدام الرغبة في مواصلة القتال والتفكير في الانصياع والاستسلام، وإيجاد حالة من الاحباط والفرع ودفع الخصم بالقوة، للوصول إلى حالة من الضعف التام وعدم القدرة على التصدي والعجز عن الدفاع. وبشكل عام تعتمد الفكرة العامة لتنفيذ عقيدة الرعب والصدمة على السرعة في التطبيق لشل الخصم، وتحقيق الهيمنة على كافة أبعاد المسرح برأ وبحراً وجواً، وشل حركته الإرادية، وتدمير عملياته البيولوجية والفسلجية، وفعالياته السلوكية والأجتماعية.

تقنيات الرعب النفسي

عسكرياً^(١)، نجحت الولايات المتحدة الأميركية في السنوات الأخيرة في اضافة اسلحة متطورة للغاية على ترسانتها، كما انها ادخلت تطويرات جذرية على البعض الآخر، ومن بين الاسلحة التي تم تطويرها صاروخ توماهوك كروز التي استخدمت خلال الموجه الاولى للهجوم، حيث تم توجيهها بنظام تحديد المواقع على الخريطة الكونية عبر الاقمار الصناعية بدلاً من الخرائط الأرضية، وهو ما قلص الفترة المطلوبة بين تحديد الهدف، وبرمجه الصاروخ للإطلاق الى عدة ساعات او دقائق، بينما كان الأمر يستغرق في الماضي عدة ايام. وفي ظل النظام الجديد أمكن لسفن البحرية الامريكية ان تطلق صواريخ توماهوك خلال دقائق من تحديد الهدف، وصواريخ كروز التي يتكلف الواحد منها ٢, ١ مليون دولار، تطلق من المدمرات من طراز (ارليج يورك)، والسفن من طراز تيكوندروجا المهجرة بنظام ايجيس العسكري، لتوجيه الصواريخ، كما تستطيع الغواصات من طراز لوس انجلوس المهاجمة ايضاً واطلاق صواريخ توماهوك. إضافة الى قبلة عملاقة تزن اكثر من عشرة الاف كيلوجرام، ويخلف انفجارها سحابة ضخمة مثل السحابة التي يخلفها انفجار قبلة ذرية، والهدف منها تدمير مواقع محصنة للعدو تدمير كاملاً، واحداث صدمة للجنود لدفعهم الى الاستسلام. والقنبلة الامريكية الجديدة يتم توجيهها، ويتم اطلاقها من طائرات شحن طراز سي-١٣٥، وكان من اللافت ان المسؤولين الامريكيين لم ينكروا التأثير النفسي للاعلان عن تلك القنبلة واعتبر وزير الدفاع رامسفيلد ان الهدف من الاعلان عن القنبلة هو (ان يكون هناك ردع كبير للجيش العراقي عن القتال ولصدام حسين كي يترك السلطة). والى جانب ام القنابل هناك القنبلة مدمرة الدشم جي.بي.يو-٢٨، وهي قادرة على اختراق المباني الخرسانية التي يزيد سمكها عن ستة امتار قبل ان تنفجر. اما فيما يتعلق بالقوات الجوية الامريكية فقد قامت بالمجهود الأكبر في الحربي على العراق، فهناك القاذفة بي-٢ سبيرت وهي من طائرات الشبح التي لا تكشفها الرادار وطائرة اف-١١٧ ايه نايتهوك المقاتلة، وهي من طائرات الشبح ايضاً، حيث يعتمد سلاح الجو الامريكي بشكل كبير على القاذفة الثقيلة من طراز بي-٥٢ التي يصفها الأمريكيون بالاسطورة، وهي قاذفة طويلة المدى صممت لأسقاط القنابل الذرية ابان الحرب الباردة.

وفي المرحلة التي سبقت بدء العمليات العسكرية اعتمدت الولايات المتحدة على ترسانة متنوعة من طائرات الاستطلاع الجوي لكشف مسرح العمليات، ورصد اهداف، قد يتم

استهدافها فيما بعد بواسطة القاذفات والصواريخ. وتعد طائرات (يو- ٢) من أبرز طائرات الاستطلاع الأمريكية، وهي ذات قدرات عالية في جمع المعلومات، كما تعتمد الولايات المتحدة في الاستطلاع أيضاً على طائرات (آر- سي - ١٣٥)، وهي طائرة ضخمة تشبه طائرات الركوب العادية، ويمكنها الطيران لمدة ١١ ساعة متواصلة في عمليات الاستطلاع، وهناك أيضاً طائرة الاستطلاع الشهيرة (أوكسي) وهي تطوير للطائرة (البوينغ ٧٠٧) عن طريق إضافة رادار هوائي على سطحها، كما يستخدم الجيش الأمريكي طائرات بريديتور بدون طيار من طراز (آر. كي- ١) وهي مزودة بكاميرات دقيقة للغاية، وهي تقوم بالاستطلاع والتخليق في المناطق التي تمثل خطورة بالنسبة للطيارين.

تقنياً، يمتلك البنتاجون نطاقاً واسعاً من الخطط لتطوير ميادين المعارك بتكنولوجيا المعلومات بالمدى عينه الذي أدى إليه إدخال الدبابات في الحرب العالمية الأولى، أو القنبلة الذرية في الحرب العالمية الثانية، فسيناريو الحرب المعلوماتية جاهز في حربها ضد الدول، بمعنى أنها لا ترسل فقط الطائرات والدبابات والصواريخ بعيدة المدى، بل أنها تحارب بالكمبيوتر وشاشات الفيديو ولوحات التحكم، بحيث تخلق البيانات الملتيميديه الوهمية، وتدس الفيروسات الكمبيوترية في محطات الاتصالات الهاتفية، وتضرب بالقنابل الذكية مقرات التحكم الإلكتروني، وتنتشر رقمياً أوامر مزيفة من أجهزة الراديو، وتشوش العربات الجوية الحديثة البث التليفزيوني، ويجري شن الحرب النفسية، وتقوم القنبلة المنطقية بمسح البيانات الخاصة والسرية في شبكات الدفاع والبنوك، وكل ذلك يجري دون إطلاق رصاصة واحدة، حيث حولت تكنولوجيا المعلومات الحديثة الحرب إلى ما يشبه لعب الأطفال، لأن الأنظمة الحديثة الخبيثة، ومعدات الذكاء الاصطناعي، والشبكات العصبية وأشعة الليزر، والروبوت السوبر كمبيوتر والكاميرات الحساسة في التعدد الوسائطي الملتيميدي تحدد أهداف وتحوله إلى أثر خلال ثوان^(٢).

وقبل تسعة أيام من بداية الحرب على العراق أطلقت وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) قمراً صناعياً وزند طن، لتسريع الاتصالات بين مسؤولي البنتاجون والقادة العسكريين الميدانيين، وليضاف إلى أسطول كبير من الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء، وهذا القمر مهمته أيضاً تزويد عدد من الصواريخ لقوات التحالف في العراق بشبكة من الاتصالات والمعلومات والنشرات الجوية وتحديد الأهداف وتقدير الخسائر، والملاحظ أن عدد الأقمار الصناعية التي أطلقت قبل احتلال العراق فاق الأضعاف في حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١،

وحسب تعبير مدير العمليات الفضائية لسلاح الطيران الأمريكي (بأن القوة الفضائية تتحول إلى قوة أرضية في النهاية وهي تمثل الشرفة العالية في القتال)، ويقول بروس بيتر كويتس مؤلف كتاب (الوجه الجديد للحرب) عن الأقمار الصناعية والشبكات الحربية بأن (ثورة المعلومات استطاعت أن تغير طبيعة القتال، فإذا أردت أن تكسب الحرب فإن عليك السيطرة على المعلومات) (٣).

كما وظف الجيش الأمريكي شبكات الأقمار الصناعية المدنية في الحرب لاستخدامها في الاتصالات العسكرية، والاستطلاع وتبادل المكالمات والرسائل بين الجنود المحاربين وعائلاتهم، إضافة لإستخدام صورها الفضائية، ووفقا للخبراء في حجم اتصالات القوات الأمريكية، كانت الصور في ازدياد مع توسع الاعتماد على التقنيات الحديثة، بزيادة قدرها (عدة مرات في حرب الخليج عام ١٩٩١)، حيث تم استثمار هذه الأقمار المدنية من قبل الجيش الأمريكي في الحصول على كميات كبيرة من الصور، والاستفادة القصوى من ساعات البث عبر أقمار الاتصالات، واستخدامها لنقل أشارات نظم تحديد المواقع التي تضبط اتجاه ومسار (القنابل الذكية وهو ما يجعل) شهية العسكريين للاتصالات الفضائية هائلة أثناء اندلاع الحرب (٤).

كما استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية لأول مرة (قنبلة المايكرويف) في حرب احتلال العراق لشل الرادارات والكمبيوترات وتدميرها، وهذه الأسلحة تعرف باسم (أسلحة المايكرويف العالية القدرة)، حيث تستخدم انفجارات الطاقة الالكترومغناطيسية التي يتم إطلاقها بواسطة قنابل ذات تأثير ضئيل أو أجهزة شبيهة (بالبنادق الشعاعية)، لشل وتدمير الالكترونيات التي تتحكم في كل شيء ابتداء من عمل الرادار وانتهاء بعمل الكمبيوتر المحمول. وعلى الرغم من أن أسلحة المايكرويف غير فتاكة لكنها غير قادرة على التمييز، وقد تتدخل في عمل الإلكترونيات مثل جهاز تنظيم نبضات القلب أو الأجهزة الطبية الشديدة التطور. ويحدد أحد الباحثين نوعين من أسلحة المايكرويف: المياكرويفات (النطاق العريض)، فباستخدام تفجير واحد يمكن نشر أشعة قوية وسريعة عبر نطاق واسع من الذبذبات، والطريقة الأكثر احتمالا لإطلاق هذا السلاح هي بواسطة صاروخ كروز وبذلك يمكن إيصال السلاح قريبا من الهدف بدون تأثير على الكترونيات الأمريكيين وحلفائهم، والنوع الثاني المايكرويف (النطاق الضيق) (٥).

واستعملت الولايات المتحدة الأمريكية عدد من التقنيات الاتصالية والعسكرية، كأستعمال هواتف الثريا للحصول على المعلومات، حيث تم القبض على ثلاثة عراقيين

بحوزتهم هواتف (الثرىا) النقالة لاستخدامها عبر قمر صناعى فى تصحىح أهداف صوارىخ الطائرات الأمريكية لقصف بغداد^(٦)، كما استخدمت وسائل عديدة فى الحصول على المعلومات أغلبها (معلومات كانت الكترونية تتضمن إشارات مخابرات وتنصت على الاتصالات وصور الأقمار الصناعية) وذلك لافتقارها العنصر البشرى فى المخابرات داخل العراق^(٧).

واقتمت صوارىخ كروز أجواء العراق، وسارت بنفس الاتجاه الذى تسىر فىه الحرب النفسية، وحرصت الدعاية الأمريكية على تفسير القرار (١٤٤١) الخاص بنزع أسلحة العراق على أن العراق سىواجه (عواقب وخيمة)، وفسرته دعائىا على إجبار وتنفيذ العراق لهذا القرار باستعمال (قوتها التدميرية)، وتزامن هذا الخطاب مع إعلان واشتنطن عن قنبلة (أم القنابل) الفائقة التدمير، وإشاعة خبر عن وجود (قنبلة إلكترونية) تعطل جمىع الأجهزة الالكترونية، واحتمال استعمال الیورانىوم المنضب فى الحرب^(٨). وفى الیوم الخامس من الحرب القت القوات الامریكية اقلام رصاص مفخخة لقتل الابریاء من الشعب العراقى، حیث عاش العراق حرب العشرین یوما.

ورغم انقطاع التیار الكهربائى فى العراق فأن الولايات المتحدة الأمريكية استعملت تقنیات رقمية متطورة لإیصال رسالتها الدعائىة، حیث حلقت طائرة عسكریة أمريكیة فوق العراق تبث إرسالاً تلیفزیونیا للعراقیین، یغطى البث الإذاعى كل أنحاء البلاد، ویعمل على خمسة ترددات مختلفة طوال أيام الأسبوع، وكانت فقرات البث تشمل إعادة لرسالة بوش للعراقیین، إضافة للمنشورات الدعائىة التى أسقطت فوق العراق وهدفها كان طمأنة الشعب العراقى إلى أن التحالف سیسهم فى الأعمار والأزدهار^(٩).

حروب الأنترنت والصحافة الالكترونیة

بدأت حروب الأنترنت بین العراق والولايات المتحدة قبل أشهر من الغزو، حیث لوحظ وجود إعلانات متلفزة فى وسائل الإعلام العراقیة، وبالذات المتلفزة، لتشغیل أخصائیین فى حقل الكمبيوتر، لاسیما فى مجال البحث والبرمجة، وواضعى الفيروس، والمتسللین وقاطعى الطریق الالكترونی، وقرأ المراقبون هذه الإعلانات كجزء من التعبئة لبناء خطوط دفاعیة (دوت كوم) فى غمرة حرب (اللكترونیة) محتملة، ویعرض على الراغبین فى العمل رواتب مغریة قیاسا بمستوى (دخل الموظفین)، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية قد أعلنت أواخر

عام ٢٠٠٢ بأن السلطات العراقية قطعت الطريق على الآلاف الرسائل الالكترونية لشن حرب نفسية ضد كبار المسؤولين^(١١).

تاريخياً، بدأت حروب الأنترنت وتشويه مواقع الإنترنت خلال النزاع بين حلف شمال الأطلسي (ناتو)، والحرب عام ١٩٩٠، عندما ارتطمت طائرة تجسس تابعة للأسطول الأمريكي بمقاتلة صينية أمام سواحل الصين عام ٢٠٠١، وتمكن قراصنة الكمبيوتر الصينيون من تشويه حوالي ألف موقع لشركات وجهات حكومية أمريكية خلال عدة أيام، وهذا ما دفع الشركات الأمريكية إلى تطوير معظم المواقع الإلكترونية لمقاومة مثل هذه الانتهاكات^(١٢).

ويبدو أن ساحات الحرب في العراق وحدها غير كافية لتحقيق الأهداف الأمريكية البريطانية، فتوسعت ميادين هذه الحرب إلى عالم الأنترنت، حيث بدأت هناك حرباً جديدة من نوع (الهجمات الرقمية) بين جهات عديدة، بعضهم مواطنون أمريكيون وجدوا وسيلة لذلك للانضمام إلى الجهد الحربي، والبعض الآخر من مجموعات إسلامية تستهدف مواقع أمريكية خصوصا مواقع عسكرية، وآخرون من دعاة السلام. والأبرز هو الحملة الأمريكية تجاه المواقع الالكترونية التي تكشف أسرار الحرب، وأساليب الخداع والتضليل التي تمارسها الحملة الدعائية والإعلامية للولايات المتحدة الأمريكية.

واعترفت وزارة الخارجية الأمريكية بتأثير هذه الهجمات على المواقع الالكترونية الحساسة المرتبطة بالحرب، وحذرت الشركات المتعددة الجنسيات من أن الغزو على العراق أدى إلى اندلاع (موجة هجمات رقمية) شنها عبر الأنترنت قراصنة معلوماتيون مما أدى إلى تشويش عدد من مواقع الأنترنت الخاصة، وتخريب بوابات (معلوماتية) تجارية، وكمبيوترات خاصة بشركات، كما استهدفت أنظمة معلوماتية حكومية وعسكرية^(١٣). حيث استهدف في آذار/ مارس عام ٢٠٠٣ ثلثا هجمات القرصنة عبر الأنترنت، الولايات المتحدة وكندا، وهو ما يمثل ضعف العمليات التي استهدفتها عام ٢٠٠٢، وبحسب أرقام الشركة البريطانية للأمن المعلوماتي (ام، أي، ٢ جي) قدرت هذه الشركة قيمة الأضرار الناتجة عن القرصنة المعلوماتية في العالم بما بين (١,٧٥) و(٢,١٤) مليار دولار لشهر آذار/ مارس فقط عام ٢٠٠٣^(١٣).

ولعبت الولايات المتحدة الأمريكية دورا كبيرا في حروب الأنترنت، لمواجهة وسائل الإعلام العربية، ومواقع الأنترنت، ضمناً لإخفاء الحقائق عن الرأي العام بما يدور في حرب احتلال العراق، وكسب معركة من أجل (كسب القلوب والعقول)، ووصلت الهجمة ذروتها

في أعقاب نشر موقع قناة الجزيرة على الانترنت صور الأسرى والقنلى الأمريكيين في الأيام الأولى للحرب، وصورة لطفل عراقي مقتول مع تعليق يشير إلى (أن الدماء البريئة تهدر بسبب الحشع، والناس مضلند بحيث أنها لا تستطيع معرفة الحقيقة)، مع مطالبة الجزيرة بردود ووجهات نظر عبر البريد الإلكتروني، وهو ما أثار غضب الإدارة الأمريكية.

ويبدو أن هذه الضغوطات (الفنية) التي تعرض لها موقع الجزيرة ازدادت مع نشوب الحرب، بسبب ازدياد زوار الموقع، مقارنة مع ما قبل الحرب، إضافة إلى التطورات التقنية التي حدثت لهذا الموقع من خلال الأحصائيات التالية:

- وصل ترتيب الموقع في قائمة أكثر المواقع العالمية قراءة على الشبكة العالمية إلى رقم (٤٥) بعد أن كان ترتيبه (٤٤٤) قبل بداية الحرب.
- زادت سعة المعلومات (bandwidth) من ٣٥ ميغا / ثانية إلى ١٨٥ ميغا.
- زاد متوسط عدد الصفحات المشاهدة للزائر الواحد حتى وصلت إلى ٤٠٢ صفحات، وهو ما يزيد على مواقع كبيرة وشهيرة في عالم الأخبار مثل (CNN)، والتي بلغ متوسط صفحات المشاهدة بالنسبة للزائر الواحد ٣٠٣ صفحات^(١٤). وهذا ما دعا عملاء (اف بي آي) إلى اقتحام مكاتب إنفر كوم في دالاس وهي الشركة المضيفة لموقع الجزيرة نت. وإغلاق الشركة المضيفة للموقع بعد تعطيل الموقع الخبري الصغير بسبب عرض صوراً مثيرة للجدل، لأسرى أمريكيين حيث ظل هذا الموقع ([www. yellowtimes.org](http://www.yellowtimes.org)) معطلاً لعدة ساعات دون تحذير، كما أغلقت مواقع أخرى عربية وإسلامية، وقيل أن السبب وراء حملة التفتيش هو (احتجاج منظمات يهودية وصهيونية على مواد محرّضة ضد اليهود في العالم)^(١٥).

ولم تكن هجمات القرصنة والهاكرز كما اعتادت لغة الأنترنت على تسميتهم، هي ردود الأفعال الغاضبة الوحيدة على شكل مضمون تغطية الموقع للحرب على العراق، بل امتدت هذه الضغوط لتطال مجموعة من كبريات مواقع الأنترنت العالمية الأمريكية التي اعتذرت عن عدم نشر إعلان يتعلق بإطلاق الجزيرة نت موقعها الإنكليزي .

والملاحظ مشاركة (إسرائيل) في حرب الأنترنت من خلال عملهم مع ناشري مواقع الأنترنت، وشركات تقديم خدمات الأنترنت بالدولة لضمان عدم نشر المعلومات الحساسة، والمتعلقة بالحرب ومن ضمنها الأماكن المحتملة لسقوط الصواريخ^(١٦).

وإذا كانت حروب الإنترنت قد نشطت قبل الحرب وبعدها، فإن حرب رقمية جديدة بدأت هي الأخرى تساهم في تنمية الحرب الإعلامية وإشغالها، وهي حرب الصحافة الإلكترونية، حيث أعطت هذه الأزمة، لهذه الصحافة الوليدة بعدا آخر، خاصة أثناء غزو العراق، فشهدت هذه الصحف رواجا كبيرا في عدد القراء، ومتابعة واضحة لأخبارها وتحليلاتها وصورها عن الحرب، وهذا ما دفع بالشركات الأمريكية الكبرى إلى تعريب المواقع الإلكترونية الكبرى كالسي أن بي سي (CNBC)، وموقع إم إس إن إن (MCN) ويأتي هذا الرواج في سياق الثورة المعلوماتية الهائلة التي أتت عن طريق الإنترنت، مؤدية إلى انفجار في المعلومات لم يشهد له العالم مثيل، وكتبه أيضا انتشار الصحافة الإلكترونية العربية والتي لعبت دورا هاما هي الأخرى في الأزمات العربية الدولية، ومنها حرب إحتلال العراق.

غزو العراق وأسرار الأيام الأولى

اشتدت الحرب الإعلامية بين العراق وأمريكا، وهي معركة (تبادل فيها الطرفان اللكمات بالكلمة و الصورة)، و كان أبرز ورقة في هذه الحملة النفسية هم أسرى الحرب، سواء منات العراقيين الذين قيل إنهم استسلموا للقوات الغازية في الجنوب أو الجنود الأمريكيين الخمسة الذين أسرهم العراقيون إلى جانب صور قتلى أمريكيين، وإسقاط مروحية اباتشي امريكية من قبل فلاح عراقي، حيث تم استثمار هذه الاحداث لمصلحتهم، اضافة الى اخبار زعمت السلطات الامريكية انها عثرت على منشأة يشتبه في إنها مصنع لأسلحة كيماوية، فيما كانت قواتها تتجه الى بغداد، كما اثار الشكوك حول الحالة الصحية لصادم حسين، بينما وصفت بغداد الجرائم الامريكية اثناء الحرب بانها (جرائم حرب)، وان القوات الامريكية و البريطانية (تتكبد الخسائر في مواجهة المقاومة العنيفة التي تبديها القوات والحرس الجمهوري والمليشيات العراقية وحتى المزارعين العراقيين)، كما وصفت بغداد الاعداء (بالعصابة والمرترقة)، وتوعدت (بقطع رأس الاعمى الاميركية - البريطانية)، كما اعلنت عن العثور على (صاروخ اسرائيلي سقط على العراق)، وبث تلفزيون بغداد الحكومي في ٢٤ مارس ٢٠٠٣ صوراً للجنود والمدنيين العراقيين وهم يبحثون على ضفاف نهر دجلة عن طيارين بريطانيين، قيل انهما هبطا فوق بغداد. وكل هذه الصور والأخبار تأتي في سياق الحرب النفسية بين العراق والتحالف الدولي^(١٧). حيث استعدت الولايات المتحدة الأمريكية لحرب إعلامية موازية للضربات العسكرية، فتم حشد جيش من

الصحفيين المزروعين على ظهور الدبابات لينقلوا رواية من جانب واحد فقط في الجبهة، في سابقة لم يشهد لها تاريخ المهنة الصحفية مثلاً، والمعادلة إتضحت للكثير من الذين رأوا «جنديين» على ظهر دبابة واحدة، أحدهما يحمل قاذفة قنابل، والآخر يحمل كاميرا^(١٨).

ويشير الصحفي روبرت فيسك من صحيفة الانديبننت البريطانية في ٢٥ / ٢ / ٢٠٠٣ في أن (شيكات ال (سي إن إن) و ال (سي بي سي) و ال (أي بي س) و) صحيفة نيويورك تايمز) وافقت على تواجدهم مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة إخبار تلك الشبكات في ولاية أتلنتا الأمريكية، للموافقة على مسودة تقارير مراسيلها قبل إذاعتها أو نشرها^(١٩).

ومنذ اليوم الأول للحرب بدأت الحرب النفسية، وبدأت معها حملة الكذب والتلفيق، التي تدار من خلال (مركز التأثير النفسي والخداع) التابع لوزارة الدفاع الأمريكية، وتم تصوير الحرب على العراق على أنها (حرب نقيّة تستهدف أركان النظام و ترسانته العسكرية) وراج في اليوم الأول لاحتلال العراق معلومة (باحتمال مقتل الرئيس العراقي وأبنائه و مساعديه) أثر ضربة جوية في منطقة المنصور في بغداد، وأعلن توني بليز في بداية ابريل عام ٢٠٠٣ بأن العراقيين قتلوا الأسرى البريطانيين، وأعلنوا أنهم دخلوا البصرة وأسروا قائد الفرقة العراقية في البصرة، وسرعان ما تم تكذيب الخبر من قبل لواء الفيلق من داخل مدينة ام قصر في قناة الجزيرة الفضائية، وتم بث صور الأسرى العراقيين، وتضخيم أعدادهم لخلق حالة اليأس والانهزام في صفوف الجيش العراقي.

ويشير كتاب إقدام على النار: الإعلام بعد ٩ / ١١ feet to the fire-the media afire (9/11) على إن الإدارة الأمريكية الحالية سيئة، وإن الإعلام الأمريكي متواطئ معها، وإن الشعب الأمريكي أو المتلقي الأمريكي ضحل الفكر، والمعرفة، وما جرى في الحرب ضد العراق إعلامياً، هو قصص ملفقة و خداع المتلقي، وتضليل للمعلومات^(٢٠)، واعترف كريستيان الموظف الاستخباري في وزارة الخارجية الأمريكية بأنه خضع لضغوط من أجل (تعظيم مخاطر الترسنة العراقية من أسلحة الدمار الشامل)، وأعترف (اليستر كامبل) مستشار رئيس الوزارة البريطاني توني بليز بأنه ارتكب خطأ كبير هو (سرقة تقرير أعده أحد الطلاب العراقيين ونسبه لأجهزة الاستخبارات البريطانية).

ومع بدء الحرب، بدأت حرب قتل الصحفيين والمراسلين العرب والأجانب، ولم يكن قتلهم بدم بارد في بغداد من قبل الولايات المتحدة الأمريكية مجرد (خطأ)، كما يحلو

للإدارة الأمريكية أن تسوقه من خلال رسائلها الإعلامية، والناطق الرسمي باسم البنتاجون أو الخارجية الأمريكية، أو البيت الأبيض، وإنما يأتي في سياق تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق. وهذا ما تجسد من خلال تصريح كويغلي نائب مساعد وزير الدفاع الأمريكي (أن المراسلين الذين يختارون ملاحقة الأخبار في الجانب العراقي سيكونون عرضة للقصف الأمريكي، فإذا كان هناك هدف مشروع إلى جانب مركز التسهيلات الإعلامية فإن ذلك يعوق صوابنا عن الوصول للهدف المشروع بغض النظر عما قد ينتج عن هذا القصف)، وهذا ما حدث بالفعل، حيث قصف مقر المراسلين في وزارة الإعلام العراقية، والمركز الصحفي في فندق ميرديان فلسطين، وقناة الجزيرة في البصرة وبغداد، وقناة أبو ظبي، وبلغ عدد الصحفيين الذين قتلوا أثناء الحرب سبعة عشر صحفياً وذلك حتى الخامس والعشرين من أغسطس ٢٠٠٣، والملاحظ إن الأخبار كانت تدار من قبل رجال الحرب النفسية، من الاستديوهات الخاصة بالتلفزة والإذاعة، لتوجيه الأخبار، ووكالات الأنباء، ومراسلي الصحف الميدانيين، من خلال مواقع في استديو السيلية القطري الأمريكي، الذي جهز بأحدث ما تملكه استديوهات هوليوود من وسائل وأجهزة التشويش والتشويه والحيل السينمائية، للتمكن من إنتاج وسائل إيضاح الحرب النفسية التي تناقلتها وسائل الإعلام من المركز المذكور.

كما شهدت الساحة الأمريكية والبريطانية هجوماً عنيفاً على وسائل الإعلام العربية، حيث اتهم نائب وزير الدفاع الأمريكي ولفويتز المستول الأول للمخطط الأمريكي في العراق هذه الوسائل بنشر (تحقيقات كاذبة ومواقف متحيزة تحرض على العنف ضد قرائنا)، كما هدد الحكومة العربية التي تقف وراء القنوات العربية قائلاً: (على الحكومات أن تتوقف وتدرک أن الأمر ليس لعبة وأن ذلك يهدد حياة القوات الأمريكية)، واعترفت قناة (فوكس نيوز) بأن العرب استطاعوا أن ينافسوا القنوات الغربية لأول مرة في تاريخ الإعلام المرئي العالمي، وأن يفرضوا صورتهم حتى على الغرب^(٢١).

وفي جبهة الجنوب، وبالذات مدينة أم قصر والبصرة، بدأت القوات البرية الأمريكية والبريطانية الزحف على المدينتين بأوقات مختلفة، ومعها حملة إعلامية استعملت فيها فنون الحرب النفسية، فأظهرت اللقطات الأولى التي بثت عبر الأقمار الصناعية إلى الوكالات أسرى من العراقيين، قيل إنهم إستسلموا للقوات الغازية، وتبين فيما بعد، إنها (فبركة) إعلامية، تم صناعتها قبل الحرب، حيث ظهر الأسرى بملابس عسكرية أنيقة، وبأرتياح

واضح، ومعنويات عالية، لاتدل على إنهم كانوا يحاربون . ثم بدأت مرحلة أخرى للحرب النفسية، وهي (حرب المناشير)، حيث تم إلقاء عشرات الآلاف منها بعد تأخر دخول القوات البريطانية إلى وسط البصرة، والسيطرة على هذه المدينة التي تعد ثاني أكبر مدينة عراقية، بسبب المقاومة العنيفة، وتدعوهم إلى الاستماع إلى إذاعة (النهرين) للحصول على معلومات مهمة وعاجلة كما جاء في المنشور. وتحاول أن تعيد الثقة بها (هذه المرة سوف نبقي معكم)، وهي إشارة إلى الأهالي بأن القوات المحتلة لن تخذلهم مرة أخرى كما خذلتهم عام ١٩٩١، وتكريس المعنى الإيجابي للغزو (أيها الناس في البصرة، نحن قادمون لتحرير العراق، وعدونا هو الحزب وليس الشعب، نحن في حاجة إلى مساعدتكم للتعرف على العدو، ولإعادة إعمار العراق)، وكان لون المنشور يعطي لونا إيجابيا، وهو اللون الأخضر، لحب أهالي الجنوب له لارتباطه بمعتقداتهم الدينية والمذهبية. وفي المقابل عمدت وسائل الإعلام الأمريكية إلى تكرار بث صور عملية سيطرة القوات الأمريكية على مكان غير معروف في جنوب العراق وإطلاق النار، والهجوم بالقنابل الحارقة، وخروج عنصر من القاتلين العراقيين. وتطورت تقنيات التغطية التليفزيونية للحرب إذ قام المذيعون بالتعليق بصوت شديد التأثير على صور الفيديو عبر الهاتف، لتقدم المدرعات في الصحراء على خلفية الحرائق والغبار^(٢٢).

وأستخدمت وسائل الإعلام الأميركية جيوشاً من المتعاملين معها، الذين يتم تسويقهم تحت مسميات: محلل سياسي، خبير عسكري، عقيد أو عميد أو لواء أو فريق متقاعد، باحث في الشؤون العربية والعراقية، ناشط سياسي عراقي، زعيم حزب عراقي معارض، دبلوماسي عراقي سابق، داعية حقوق إنسان، كاتب وإعلامي .. الخ.

وعند إحتلال بغداد تم فبركة مشهد سقوط تمثال صدام بين قناة CNN والقوات الأمريكية على الهواء مباشرة، حيث تم إحضار عدد من الأشخاص للقيام بإسقاط التمثال، بهدف تكريس الصورة في ذهن المواطن الأمريكي والغربي، بأن أمريكا جاءت بالفعل لتحرير العراق من صدام حسين، وهذا ما أكده عسكري أمريكي في قناة CNN و Show time، حيث قال أن الهدف الرئيسي من هدم تمثال صدام حسين هو: أن نترك الإعلام ليقوم بوظيفته to let the media do their thing، الأمر الذي يشير إلى أن الهدف من إسقاط التمثال هو الترويج إعلامياً لعملية (تحرير العراق). ولتنفيذ هذه الخطة كان لابد من قصف فندق فلسطين، لإجبار الأعداد الكبيرة من الصحفيين بترك الفندق، وسحب وكالات الأنباء والقنوات

الفضائية، بحيث يصبح النقل المباشر لقنوات محدودة فقط، ولا ينقل إلا ما ترضى عنه قوات الاحتلال^(٢٣).

ولخص كبار خبراء الإعلام والصحافة في الوطن العربي اتجاهات الإعلام الأمريكي أثناء غزو العراق في النقاط التالية:

١- اتسمت المعالجة الإعلامية الأمريكية البريطانية للحرب بعدم دقة المعلومات، و السعي في إخفاء الحقائق، بقصد تحطيم معنويات الجانب العراقي.

٢- اعتمد على مبدأ التخذيل من العدو، بمحاولة إعطاء أبناء مزللة لتضعفه نفسياً، وبطريقة شديدة البدائية.

٣- الخلط بين مسألة إعطاء بيانات صحيحة عن واقع سير العمليات العسكرية وبين ما كانوا يتمنون حدوثه.

٤- إخفاء الحقائق والمعلومات لتحطيم معنويات الخصم باستخدام جميع أساليب الخداع والكذب والتضليل، وما أعلنته أمريكا وبريطانيا في اليوم الأول للحرب من سقوط أم قصر والخسائر الأمريكية، وكذلك ادعائهم بأسر الفرقة العراقية (٥١) مشاة بالكامل، ثم تراجعهم بعد ذلك، يؤكد على الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية المبنية على خداع الآخرين.

٥- التأكيد على الجانب النفسي في الخطاب الإعلامي الأمريكي، وإعطاء دور واضح للحرب النفسية التي قامت أساساً على نظرية (الصدمة والترويع)، لأن هدف هذه الحرب كانت تريد تدمير معنويات الجنود على المستوى الفردي من خلال إعلان سقوط القيادات العراقية، وقطع خطوط الإمدادات، وسقوط المدن بهدف استسلام الجنود، منطلقاً من مبدأ الحرب النفسية المبنية على (أنهم يريدون كل شيء في كل وقت، ويستطيعون إجابة أي شيء وكل شيء في أي وقت)^(٢٤).

لا يمكن للمرء أن يتخيل وهو يستمع إلى الإذاعات الدولية الوافدة، كأذاعة لندن وصوت أمريكا، صورة المعلومات المتدفقة من هذه الاذاعات وعناصر تكوينها النفسي، إلا بالخروج بنتيجة جوهرية وهي إن هذه المعلومات الإعلامية (أخبار وتقارير وتحليلات) تستهدف بالدرجة الأولى (الجهاز العصبي) لأحداث الانهيارات العصبية، وتدمير العقل الانساني في محاولة شلة عن القيام بواجباته الرئيسية كالتفكير المنظم.

وتشير الدراسات العلمية المهمة بالجانب البيولوجي وعلم السلوك إلى تأثير تدفق المعلومات من وسائل الإعلام على الإنسان فسيولوجياً ونفسياً، وذلك من خلال رد الفعل للنتبيه الزائد حيث لا تنعكس تلك التأثيرات على النشاط الكهربائي للمخ وحده، ولكن أيضاً على وظائف الجسم الأخرى مثل ضغط الدم، وضربات القلب، وسرعة التنفس، وشد العضلات، وافراز الادرينالين. ولهذا يكون للمغزى السيكولوجي تأثير حاسم على الاستجابات الفسيولوجية^(٢٥).

ويمكن بروز هذا التأثير القوي في الحرب الدعائية الاذاعية بسبب طبيعة هذا الجهاز تكنولوجياً، وما يسببه من تأثير على المستمع لامتلاكه القدرة على تجاوز المسافات، واختراق الحواجز، اضافة إلى الاعتبارات الأخرى، كإزدياد اعداد أجهزة الراديو، والاستخدامات الواسعة للموجات القصار، وسرعة وصول المعلومات للمتلقي بعد دقائق من وقوعها. لهذا كان اختراع الراديو في أعقاب الحرب العالمية الأولى هو الدخول الى عصر جديد، ومرحلة خطيرة في الاعلام والتوجيه والحرب النفسية، حيث استخدمت الاذاعة أثناء الحروب الكبيرة لأغراض الدعاية ونشر الشائعات، استخداما فعالا إلى أبعد حد، وتأكد بذلك ما للصوت البشري من قدرة على اضعاف حيوية فائقة على الحوار والمناقشات والتعليقات لا يمكن أن يتوفر بأي حال من الأحوال في أي نص مطبوع. ولذا فإن الكثير من الباحثين يعتقدون (بأن هتلر وديغول لم يكن يتاح لهما أن يلعبا الدور التاريخي الذي قاما به بدون الراديو)^(٢٦).

وقد أستعملته الولايات المتحدة الأميركية بفعالية في حروب العراق (حرب الخليج الاولى والثانية وحرب غزو العراق) نظراً لضرب الطاقة الكهربائية منذ اليوم الأول للحرب، وإضطراب الجمهور العراقي للإعتماد على الراديو كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات، وكذلك إستعمل في حرب أفغانستان، حيث قامت القوات الأمريكية بإسقاط مئات من أجهزة الراديو على الأراضي الأفغانية كجزء من العمليات النفسية التي تشنها على الشعب

الأفغاني، وقد تم تصميم تلك الأجهزة بحيث لا تحتاج إلى بطاريات أو إلى الكهرباء من أجل التشغيل، وقد صمم هذا الجهاز بحيث لا يلتقط إلا بث القوات الأميركية، ويصل البث إلى هذه الأجهزة من خلال طائرات AMEC-13، والتي تمتلك القوات الأمريكية ست طائرات منها كلها تابعة للمجموعة (١٩٣) المتخصصة في العمليات الخاصة، والتي تركز أنشطتها في العمليات النفسية، وهذه الطائرات عبارة عن مركز متنقل للإذاعة والتليفزيون وتستطيع بث نشراتها عبر موجات AM, FIN, HF وموجات التليفزيون والقنوات العسكرية، وكان هدف هذه الأجهزة إضعاف معنويات الشعب الأفغاني وتدمير أعصابه، أو كسب تأييده كما أنها تبث أيضا برامج خاصة للقوات الأمريكية نفسها من أجل رفع معنوياتها، كما استعملت هذه الأجهزة في حرب فيتنام كأسلوب للحرب النفسية حيث تم إسقاط أكثر من ٨٠٠٠ جهاز عبر فيتنام الشمالية عام ١٩٦٧^(٢٧).

والملاحظ أن الإذاعات الدولية، وخصوصا (إذاعة لندن وصوت أميركا)، ارتكزت في صناعة العملية الدعائية الإذاعية على الاستفادة من علم النفس، حيث الخبر الإذاعي المصنوع في المختبرات النفسية بقصد (احتلال النفس) وتدميرها. ويمكن تحديد العناصر الرئيسية للتخطيط الدعائي للإذاعات الغربية والأميركية، والتي تشترك معا في المفاهيم الدعائية العامة في توجيه الخطاب الدعائي ضد العراق بما يأتي:

١- اختيار الحقائق التي تتفق مع غرض الدعاية وأهدافها، حيث يتم انتخاب مجموعة قليلة من الحقائق التي ترد إلى أجهزة الاعلام، كالأخبار والمعلومات لإذاعتها من باب (الموضوعية) لجذب المستمع والتأثير عليه، وكثيرا ما تقوم إذاعة لندن بقول الحقيقة للمستمع، ولكنها تنسفها بالديناميت بطريقة خبيثة باستعمال المفردات الخاصة بها للتشكيك بصدق حقيقة الخبر أو تشويهه.

٢- التكرار لجمل معينة ومنتقاه نفسياً، يراد منها تعميق الفكرة الدعائية وترسيخها في ذهن المستمع، وإثارة القلق في داخله، وزرع اليأس والخوف في حاضره ومستقبله، ولعل تركيز الإذاعات المعادية يوميا على التفوق العسكري الأميركي وتكراره، وكذلك الحشود للأساطيل، هي للضغط النفسي على القيادة العراقية، وازعاب المواطن لقهو معنوياته.

٣- تضخيم الوقائع وتشويهها، خاصة في الأخبار، والتي يراد منها مقاصد مختلفة كخلط الأوراق أمام المستمع، وإثارة القلق في داخله، وزرع اليأس والخوف في حاضره ومستقبله.

٤ نشر الاشاعات المختلفة التي تتضمن مضامينها أفعالاً دعائية يراد منها البلبلة وتعميق النظرة الإنهزامية، واضعاف معنويات المقاتلين والمدنيين على السواء، ويمكن التنبيه إلى أنواع هذه الاشاعات المتداولة في الإذاعات الدولية من خلال تحليل لمضامين هذه الدعاية:

أ- اشاعات المعنوياتن بقصد تدميرها، كنشر الأخبار والتحليلات التي تؤكد التفوق التكنولوجي العسكري الأميركي، وقدرته على حسم المعارك بساعات فقط.

ب- اشاعات الآمال الخادعةن بقصد خلق عوامل التراخي واضعاف عزيمية الشعب والجيش ازاء أهدافه الأساسية وربما يكون هذا النوع من الاشاعات هو مجرد (فخ) للتمهيد للعدوان. فالتلويح بالخيار الدبلوماسي وتكراره من قبل الإذاعات الدولية قبل الحرب قد خبيء مقاصد خبيثة للضربة السريعة.

ت اشاعات لتمزيق الوحدة الوطنية، واحداث الوقيعة بين فئات الشعب المختلفة لتحويل الصراع من مواجهة العدو في الخارج إلى المواجهة الداخلية، وكذلك تمزيق الوحدة بين الشعب القوائم على (التحريض) و(افتعال الأحداث) و(إثارة الطائفية). ولعل اللغة الدعائية العامة لهذا النوع من الاشاعات تركز بالدرجة الأولى على الفصل بين الفعل الدعائي الموجه للقيادة، والفعل الدعائي الموجه للشعب بقصد الوقيعة.

وقد استعملت الإذاعات الدولية وخاصة اذاعة (صوت امريكا) أسلوب الحرب النفسية في مضامين دعايتها الموجهة للعراق لتغيير الاتجاهات وأنماط السلوك الفردي والجماعي، وتبديل بنية الفرد (الإدراكية) عن طريق عاملين رئيسيين هما:

١- محاولة استيعاب الخبر والمعلومات من قبل أجهزة حواس المتلقين لضمان نجاح الدعاية وانتظامها، ونجاح برامجها ومنهجها. لذلك حرصت هذه الاذاعات على تقوية بثها الموجه للعراق، أثناء الحرب، طيلة ساعات اليوم وعلى موجات مختلفة (القصيرة والمتوسطة).

٢- خلق التنوع في المادة الدعائية بما يجعل الاستيعاب لها جزءاً من البنية الإدراكية، وبما يجعل انتقائية المادة مستجيبة لأنماط اهتمامات الفرد.

فالملاحظ أن (اذاعة لندن) اهتمت بالخبر والتعليق أكثر من الفنون الإذاعية الأخرى، بينما كانت اذاعة (صوت أمريكا) تميل إلى التفسيرات والشروح في الدعاية، فهناك تنسيق بين الاذاعتين بما يخص العراق بحيث نجد معظم الأخبار متشابهة في المضامين، ولكنها مختلفة في كتابة صناعة الخبر وأساليبها الفنية.

ويمكن الإشارة هنا إلى أهم خصائص الاذاعات الدولية المعادية:

(١) **محاولة تحقيق المصادقية:** تصف الاذاعات المعادية مفاصل القول وصفا دقيقا تملأ فجواته بعبارات من هنا وهناك، لتوحي بذلك إلى مستمعها انها لا تقول الا الصادق من القول.

(٢) **الإشارة إلى مصادر مزعومة:** تكثر الاذاعات المعادية من ذكر (أفاد قادمون) وقال (شاهدون عيان) و(ذكرها هاربون) من دون أن يعرف المستمع من هؤلاء القادمون أو الشاهدون أو الهاربون. وفي هذا الخلط بين ذكر المصدر وعدم تسميته، تحاول الاذاعة المعادية أن توهم المستمع بالصدق من دون حقيقة يمكن الرجوع إليها.

(٣) **الإيحاء بالحياد في القول:** تذهب الاذاعات الدولية إلى القاء اللوم على بعض المسؤولين في بلدانها، وابرار بعض صفحات النقاش والمعارضة في الرأي، لتوحي إلى المستمع أنها تقول مالها وعليها، وكأنها تقف بعيدا عن الصراع، ثم كأنها حكم منصف على المواقف من دون انحياز لجهتها التي يمثلها.

(٤) **الذاكرة الخبيثة:** تحافظ الاذاعة المعادية بدقة على ترابط أقوالها، مع تطعيم السابق من القول بلاحق جديد يثير ذاكرة المستمع بما سبق قوله، ليظل على صلة دائمة مع القلق. فهي لا تغادر ما سبق قوله إلى غير رجعة، إنما تعتمد إلى الفبركة ومقابلة القول بألفاظ جديدة طبقا لما تؤثر به الكلمات الجديدة في ذهن المتلقي^(٢٨).

إن الإعلام الأذاعي المعادي المتنوع في مضامينه وأساليبه واتجاهاته الفكرية المتناقضة حاول جاهدا أن يؤسس في حرب الخليج الثانية، وحرب إحتلال العراق، نمطا إعلاميا مكثفا في توجهاته الدعائية النفسية بقصد احتلال النفس وتدميرها، وخلق أنماط جديدة في التعامل مع الأخبار والمعلومات.

منذ تأسيس الإذاعات الدولية ما بعد الحرب العالمية الثانية بدأت ظاهرة الاشاعات كنمط دعائي ونفسي تحتل حيزا كبيرا في الأجهزة الدعائية والاستخبارية للغرب ، بقصد تحقيق أهداف محددة، تتمثل في تمرير المعلومات كبالونات الاختبار، واحداث الخلل في الجهاز العصبي للانسان من أجل تدمير ذاته ومعنوياته ، وجعله في حالة مرضية بسبب القلق والكآبة واليأس الذي تحدته أنواع الاشاعات الموجهة للجمهور. وكانت الاشاعات في تجارب الاذاعات الدولية تشكل محورا مهما في عملية الاتصال الدعائي وغسل الدماغ ، واستعملته الإذاعات في وقت الحروب والأزمات ، حيث تفننت بصياغة أنماط مختلفة من مضامين الاشاعات وأساليب صياغتها في جوانبها السياسية والعسكرية والنفسية والاجتماعية. وإذا كانت الحروب في التجارب العالمية تشكل ميدانا خصبا لانتشار الاشاعات وتضخيمها سواء في الاتصال المواجهي أو في الإذاعات ، فإن ما بعد الحرب أو ما يسمى على (هامش الحرب) هي من الأوقات الأكثر خطورة لنمو الاشاعة وانتشارها ،ومن ثم تضخيمها بطريقة أفقية تسمح بأفعال اشاعات جديدة بحيث يصبح الوسط الاجتماعي ملغوما بأفكار وحكايات تصل إلى حد الخيال.

إن صورة الاشاعات التي تم ابتكارها من قبل الحلفاء ضد ألمانيا ، وكذلك ضد اليابان وفيتنام في حروبها ضد أمريكا شواهد حية للسلوك غير الانساني للدول في تشويه الحقائق ومحاولة اذلال شعوبها بطريقة تدل على همجية التفكير ، وعنجهية المبادئ التي تنادي بها هذه الدول ،فالشعب الألماني الذي واجه غزو الاشاعات ما بعد الحرب لأذلاله وتعطيل فكره لزرع اليأس ، ومنعه من مواصلة العمل والحياة ، وكذلك الشعب الفيتنامي ، وهو يواجه الاشاعة الأمريكية السوداء لسلب روح الصمود والانتصار ، إنما تمثل هذه النماذج والتجارب صورة حقيقية لما يجري داخل الدوائر الدعائية والسرية لابتكار الاشاعات التدميرية في جوانبها السيكلوجية والحياتية.

وإذا كان العراق قد واجه حروب عسكرية وسياسية واقتصادية بمعناها الشامل ، فإنه واجه أخطر عملية على مستوى العمل الدعائي المنظم ، والحرب النفسية الشاملة وفي صناعة الاشاعات التي تم اغراق الاذاعات بها كأسلوب مساند للعمل السياسي والعسكري والنفسي .

فهناك اشاعات منظمة تبث من خلال الاذاعات الدولية، وهي من ناحية المضمون متنوعة الأفكار، متلونة الأهداف والمقاصد، تخفي في مضامينها حقائق مشوهة للتحريض، قريبة من فكر المتلقي، قابلة للتأويل والتضخيم، مليئة بالايحاء الرمزي، لغتها واضحة ملغومة بالوعي الشعبي بقصد التصديق، وأفكارها غير مقطوعة فهي تتصل بسلسلة من الاشاعات الأخرى.

أما من ناحية الصناعة الأسلوبية، فهي محتالة المصدر، ومشوهة الحقيقة، ومتحذلقة في صناعة الحكايات، أسلوبها مباشر يغري الجاهل بالحقيقة لأنها تعتمد على علم النفس، لذلك فصناعة الاشاعة قد تتفوق على أفكارها لكي تكون أكثر اقناعاً للجمهور.

والاشاعات بشكل عام تتسم بصفة التناقض، فهي تروج في الظروف الملائمة للموضوع، ثم تنتهي بموتها ودفنها، وقد يكون بعضها لا أساس له مطلقاً، وقد تعتمد على جزء من الحقيقة فيها لخلق كيانه وترويجها، لهذا ينبغي التفريق بين الخبر والشائعة، وهناك من يعتقد بأهمية الحدث في الاشاعة مع ضرورة توافر الغموض فيها، حيث ينشأ في هذا الغموض عندما يصل الخبر محرراً أو عندما يصل إلى الجمهور أخباراً متناقضة، أو إذا عجز الجمهور عن فهم هذه الأخبار، فالغموض وجهل الجمهور بدلالات الأخبار ودوافع القلق والخوف، كلها عوامل لانتشار الاشاعات.

ويمكن القول أن الاذاعات الدولية المعادية ساهمت بشكل منظم في نشر اشاعات الحرب التي كان ابراز أهدافها، هو اشاعة الارتباك والحيرة واضعاف الروح المعنوية، حيث كان أبرز سماتها: قصص مختصرة وقصيرة سهلة التردد، تتسم بالغموض في دلالاتها والبساطة في فهم مضامينها، تقوم على استراتيجية فرق تسد، للجهة الداخلية واستراتيجية (الرعب) لأضعاف المعنويات. فإستخدام الاشاعات في حرب الكلمات الاذاعية قام على تكوين نماذج من الأساليب لاختراق جبهة الفرد والدولة، كما قام على اساس اختيار الوقت المناسب ودوافع الاشاعة، وبواعث الدوافع النفسية ويمكن ايجاز أبرزها:

أولاً: الشائعة التي تستخدم الزمن كمعيار لاختراق الوسط السياسي والاجتماعي، حيث قامت الاذاعات المعادية الموجهة للعراق بتوجيه أكثر من نوع من الإشاعة أهمها:

● الشائعة الزاحفة التي تتسم ببطئ تأثيرها المباشر على المواطن، وتعميقها لاتجاهات عدوانية، هدفها تشويه سمعة القيادة والتحريض ضدها من خلال قصص خيالية ووهمية ثم القيام بتغذية هذه الاشاعة باستمرار حسب الظروف. ١

● شائعات لعنف التي تحاول تنمية القيم العدوانية لدى الفئات غير الواعية، والتي تروج مفاهيم خاطئة وتعمقها في ذهن الجمهور، ولأن هذه الشائعات تبدأ بشحنة كبيرة فأنها تثير العمل الفردي، لأنها تستند إلى العواطف الحياتية من الذعر والغضب وتخطب العقول الجاهلة.

ثانياً: الشائعات التي تعتمد على أساس الدوافع، والمتضمنة عوامل الكراهية والرغبة والخوف. ومن أبرز أنواعها:

● الشائعات الوهمية التي تعبر عن (خوف) وليس عن (رغبة) كإعطاء أرقام خيالية عن قتلى الحرب لنشر الذعر بين أهالي المقاتلين.

● الشائعات التي تهدف إلى الفرقة والانفصال من خلال مخاطبة الغرائز وهدفها تفتيت الوحدة الوطنية حيث تعتمد الدوائر السرية العامل الطائفي لشق وحدة الشعب وتدميره.

ثالثاً: الشائعات كمنط أسلوب في اختيار الكلمات، وأبرزها:

● اشاعات التفتيت من أجل تدمير الروح المعنوية، لذلك استخدمت الاذاعات المعادية أسلوب خلط الشائعات المتشائمة بالشائعات المتفائلة، أي ابراز معنى (الابتهاج) و (اليأس) معاً بقصد خلق الخيرة والقلق لدى المواطن، وجعله غير قادر على التمييز بين الخبر الصادق والكاذب.

● استخدام الشائعة كستار دخان وذلك بإخفاء الحقيقة من خلال الاشاعة وتقرير المعلومات المضللة بقصد صعوبة تمييز الحقيقة من الأخبار الكاذبة.

● استخدام الاشاعة للحط من قيمة مصادر الأنباء ومحاولة تضليل الجمهور بالأخبار، وجعله يعتمد على مصادر محددة لشل تفكيره.

ان استخدام الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية لنشر الاشاعات الكاذبة وتضخيمها، ومحاولة ابرازها كحقائق في تدعيم سياستها الدعائية، انما يؤكد دور الاشاعة في الحرب النفسية للتأثير على الروح المعنوية في جبهة الوطن. فالإذاعات الدولية السوداء تعمدت بشكل منظم قبل وأثناء غزو العراق وما بعدها على ابراز الاشاعة كأحداث واقعية، وأبرزت من خلالها مضامين تخريرية لتفتيت جبهة الوطن، وتشويه ذاكرة المواطن، وتدمير وعيه والسيطرة على سلوكه. وقد أستغلت النقص في المعلومات لدى المواطن العراقي على نشر الاشاعات، لأن الإعلام الذي لا يأخذ (حاجات الجمهور النفسية بعين الاعتبار) ينزعه

الجمهور بكل بساطة. فأما ان يتجهوا إلى مصادر أخرى، وأما أن يكون اعلامهم الخاص على شكل اشاعات^(٢٩).

وكان اغراق الاذاعات الدولية المعادية بالاشاعات التي تأخذ صيغة الاخبار تارة، والتقارير تارة أخرى، تتجه في حرب إحتلال العراق إلى جبهتين، جبهة الحرب والجبهة الداخلية. فإشاعات جبهة الحرب الموجهة للمقاتلين كانت تثير جوانب عسكرية وميدانية وانسانية لها بعدها العاطفي، هدفها سرقة روح النصر والسمود، وقتل الروح المعنوية للمقاتلين من خلال اشاعات وهمية وتمويهية تتعلق بالانسحاب، وتفصيل ميدانية بتحرركات القوات العسكرية، وإعداد الأسرى وتضخيم القدرات المعلوماتية، وتذكير المقاتلين بمصير أهلهم في الجبهة الداخلية نتيجة القصف المعادي. وكانت هذه الاشاعات تتجه في مسارها العام إلى تدمير شخصية المقاتل وابعاده قدر الامكان عن ميدان المعركة، بل أن الكثير من هذه الاشاعات كانت تريد تحقيق نمط نفسي له بعد أن: قبوله بحالة اليأس كواقع ميداني بأعبائه حالة مزرية تعتمد على مبدأ الغربة مع الذات والآخرين من جهة، وتدمير الذات بفعل متناقض يمتزج فيه الوهم مع العاطفة من جهة أخرى. أما اشاعات الجبهة الداخلية فإنها كانت في أبعادها العامة (تحريضية) وأهدافها قتل المعنويات واليأس من المستقبل، حيث كانت تنشر حكايات ملفقة ذات أبعاد سياسية واجتماعية وعسكرية واقتصادية تقترب من ذهنية الجمهور، وتكون مصداقيتها قريبة من الواقع الميداني والحياتي للمواطن.

إن صناعة الخبر فن وعلم في أدبيات الإعلام، ولم تعد هذه الصناعة مجرد نقل المعلومات من مصدرها إلى المتلقي، وإنما أصبحت في عصر التكنولوجيا المعلومات والإعلام تعتمد على مناهج العلم المختلفة، ومنها علم الفلسفة والتحليل النفسي، بقصد تحقيق أكبر قدر من التأثير النفسي على المواطن. فالاعلام المعاصر هو خبر متنوع المضامين في أهدافه الدعائية، ومتعدد العناصر، لذلك فإن مكانته ودوره أضحى في المفهوم الإعلامي مادة أساسية في تشكيل العمل الدعائي، حيث أخضع الخبر لمختبرات علمية لقياس تأثيره بعد أن أخضع هو الآخر لعمليات تحريرية مختلفة، وأضحى بمفهومه الشامل عمليات نفسية واجتماعية وفسولوجية لتحقيق هدف محدد. وإذا كان نظام الخبر وعناصره يختلف من عصر إلى عصر، ومن نظام سياسي إلى نظام آخر كما طرحتها الأدبيات الاعلامية، فأن الثابت إن هناك عناصر جديدة دخلت عمليات صناعة الخبر، كما تطورت الأساليب التحريرية والمضمونية بأبعادها اللغوية والنفسية، بل أن هذه الصناعة أصبحت من التعقيد ما يجعلها أكثر غموضاً

في أهدافها الدعائية وفي عمليات تغيير اتجاهات الرأي العام. وبإختصار فإن (الخبر) اخضع لعمليات جديدة معقدة، تبعاً لتعدد وظائفه الدعائية المعاصرة، واخضاعه للمناهج العلمية المتطورة، بحيث أصبح الآن يشكل دعامة أساسية في عمليات التخطيط للحرب النفسية في وسائل الإعلام المختلفة، بل أنه يمكن القول أن عصرنا هو عصر الخبر بمفهومه الشامل.

وقد وظفت الأجهزة الأمريكية والغربية الخبر في عملياتها الدعائية والنفسية والتي استهدفت اختراق العقل البشري، وتغيير اتجاهاته، بما يتلائم وأهدافها السياسية، فالخبر في الحرب كما تعبر عنها تجارب التاريخ الحديث والمعاصر، نمط دعائي ملغوم بأحدث نظريات (الربح النفسي) المتكونة من عدة مدارس نفسية، فهي تستمد عناصر تكوينها من نظرية فرويد الغريزية، وأدلر وقضية الذات، ويونج وطبائع البشر، وبافلوف وعصاب القلق والهستيريا والحوافز والدماغ. لذلك كان الخبر أحد الأساليب الدعائية البارزة في الحرب، وكان (غوبلز) يعتبر (الأخبار سلاح من أسلحة الحرب هدفها شن الحرب وليس اعطاء المعلومات) (٣٠).

ان استثمار أمريكا والغرب لتكنولوجيا الاعلام والعلوم المتطورة، ساعدها على تضليل الرأي العام وتدمير عقولها، وتغيير الكثير من الحقائق من خلال عمليات غسل الدماغ القائمة على (المبالغة) و(الاثارة). وتجربة الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، ومنها اذاعة (صوت أمريكا) و(إذاعة لندن) في غزو العراق تعطينا الصورة الحقيقية لصناعة الخبر الملغوم بالديناميت الذي يهدف إلى تحطيم العقل العرقي، وتفتيت الشخصية من خلال عمليات نفسية منظمة أساسها نسف الواقع بالخيال والتمويه والخرافات والمبالغة والاستعاضة عنها بواقع ملغوم بالربح والخوف.

ويمكن القول أن الخبر في الاذاعات شكل دعامة أساسية لجهاز الحرب النفسية الغربي وهي تخاطب المواطن العراقي، فأصبحت نشرات الأخبار مصدر رئيسي للمستمع العراقي في اشباع حاجاته الفكرية والنفسية، لأسباب عديدة تتعلق بتطور صناعة الخبر في هذه الدول، وتلبيتها لحاجات المستمع اخبارياً ومعلوماتياً.

ان نقص المعلومات والأخبار في العراق، وضعف حق الاتصال، والمركزية الشديدة للإعلام، والرقابة الصارمة على الأخبار وتدقيقها، عوامل جوهرية في انتشار الخبر الغربي، وانتشار الاشاعات في الوسط الاجتماعي لسكان العراق. فالصناعة الغربية لم تعد مجرد نقل وقائع ومعلومات للمواطن العراقي، وإنما أضحت عملية مركبة في عناصرها وأهدافها

وظائفها، ولم يعد الخبر يقتصر على وظيفته التثقيفية والتعليمية والترفيهية بأبعادها الانسانية، وإنما أصبح (جهاز) تدميري ملغوم بأفكار منظمة بقصد تحقيق أكبر قدر من التدمير في الذات الانسانية، لذلك فإن أساليب الخبر تنوعت ومضامينه تعددت وفقا لجغرافية الخبر وزمنه وموضوعيته. فكان (الخبر) في حرب إحتلال العراق يشكل محورا مركزيا للعمل الدعائي المنظم، خاصة في الاذاعات الدولية، حيث اعتمد على أكثر من عنصر في صناعته أبرزها:

● بناء المصدقية لكسب المستمع بأيهامه بصدق الأخبار وتوسيع دائرة الجمهور، وقد أثبتت التجارب ان بناء المصدقية أساسي للدعاية، ومن نماذج هذا الأسلوب اذاعة لندن وصوت أمريكا سواء في الحرب أو في تجاربها القديمة حيث كانت (تبدأ كل نشرة اخبارية بإعطاء تقرير عن النكسات والخسائر البريطانية، وقد أدى هذا الأسلوب إلى بناء المصدقية عند أعدائها وعند الآخرين) (٣١).

● بناء اللغة باعتبارها أداة للتوصيل والتأثير، كونها (نظام من الأنظمة السيمائية، ولها ثلاثة أنواع من الأقوال: التركيبية والأقوال اللاتركيبية والأقوال المختلطة، تبني صلة القطعة بقطعة أخرى على عدم الترابط، أو الترابط المتبادل، أو الترابط ذو الاتجاه الواحد، أو العلاقة الموهمة) (٣٢).

إن اسلوب الاذاعات في تعاملها مع لغة الخبر أخذت أكثر من صيغة بقصد تمويه المستمع العراقي بالكلمات والجمل المقطوعة والأفكار الموهمة وعدم الترابط في الأفكار والمعلومات.

ويقرر العالم النفسي الروسي فيجوتسكي بأن (تدفق التفكير لا يصاحبه ظهور متزامن للكلام، فالعملتان ليستا متماثلتين، ولا يوجد تطابق جامد بين وحدات التفكير ووحدات الكلام، فالتفكير لا يتم التعبير عنه في كلمات ولكنه يأتي إلى الوجود من خلال هذه الكلمات) (٣٣).

كما إن الأخبار في حرب إحتلال العراق اتسمت بأكثر من سمة من الناحية المضمونية، نوجزها بنقاط مركزية أهمها:

١- الاثارة في الخبر، وهو مبدأ ليبرالي استخدمه الجهاز الاعلامي الغربي منذ زمن طويل في أيام الحرب والسلم، بقصد جذب المستمع وسحبه إلى دائرة الاهتمام بمضمون الخبر، حيث تعتمد الاثارة كأسلوب للتأثير. مثال ذلك اعطاء تفاصيل مثيرة عن

معارك وحوادث لأشباع رغبات المستمع، وجعله يندفع لتابعة الأذاعة باستمرار. وكلما كان موضوع الأخبار ووقائعها وتفصيلها هامة ومثيرة لدى الجمهور كان هذا الخبر مثار الاهتمام عن باقي الأخبار وهو الذي يعبر عنه أيضا بعنصر (الضخامة) حيث يكون (جمهور) هذا الخبر أكبر حجما من جمهور الخبر الآخر. والاثارة هنا تعني أمرين: حدث مشوق في تفصيله، وصياغة أسلوبية مثيرة للخبر من قبل المحرر، وكثيرا ما تفتعل هذه الاذاعات الأحداث المثيرة وتجعل منها أهداف سياسية مقصودة من خلال تضمين هذه الأحداث الاشاعات الكاذبة.

٢- الصراع في الخبر، وهو مبدأ يقوم على ابراز حالات الصراع الانساني في مضامين الأخبار وجعلها جزء من عملية التلقي السايكولوجية، فالحياة الانسانية هي صراع، ولا بد من اشباع رغبات المستمع بأخبار قصص الحروب والانقلابات والكوارث، وتقوم الاذاعات الدولية في مخاطبتها للمواطن العراقي بتغليف الأخبار بالصراعات والتناقضات وتعميقها بإتجاه أهدافها.

٣- التوقع في الخبر، وهو مبدأ يعتمد على الجانب النفسي، حيث يجعل المستمع أمام احتمالات وايحاءات لنتائج الخبر، وتقوم صياغة هذه الأخبار على اثاره الأسئلة وتحويلها إلى عناصر حياتية تعتمد القلق واليأس مرتكرات لها، لذلك اعتمدت الاذاعات المعادية عبر نشراتها الاخبارية على اثاره الاسئلة السياسية والاقتصادية وتلغيم أخبارها بمعلومات مضخمة نهاياتها مفتوحة لجعل المستمع العربي حالة الارتباك والقلق. ان تعمد الاذاعات في نشر أخبار التوقعات والنتائج ما بعد الحرب هدفه تمرير المخططات تحت ضغط الأمل النفسي والآمال الخادعة.

٤- الغموض في الخبر، وهو مبدأ للتضليل وخلق الأوراق استعملته الاذاعات الدولية لتمرير الأهداف السياسية لأمريكا والغرب في العراق والمنطقة العربية. وكثيرا ما تعتمد هذه الأخبار صيغة المصادر المجهولة، والتلاعب باللغة، كما حدث في حرب إحتلال العراق. فالأخبار الغامضة كانت تروج في الظروف الغامضة أثناء الحرب لإحداث الشك وترويع الاشاعات، واثارة قلق الرأي العام ازاء الأحداث لتتمكن من تحوير فكره واتجاهه. فالتوجس في أدبيات علم النفس تعني خلق الخوف الحقيقي، وهذا هو قصد الخبر الغامض وهذا هو المقصود بأخبار الحرب النفسية^(٣٤).

ان الرقابة العسكرية التي وضعتها الادارة الأمريكية على تدفق الأخبار والمعلومات، وطرد الصحفيين من مواقع العمل الميداني المباشر، وتضييق الحصار على حرية الرأي من خلال وسائل الاعلام، واعتقال عدد من المرسلين الصحفيين بسبب تغطيتهم لأبناء الحرب، وقتل المئات بدم بارد، تشكل بحد ذاتها ادانة شاملة للحرية المزعومة للنظام السياسي في اميركا والغرب، بل أنها تؤكد الصورة المشوهة لحقيقة ما يجري داخل أجهزة الاعلام الأمريكية والغربية من كذب متعمد وتشويه للحقائق بافتعال الأنباء وتحريفها بقصد تشكيل الوعي الشعبي من جديد.

ويمكن ملاحظة ميكانيكية الدعاية للتحالف العسكري التي تتعامل مع أبناء الحرب، حيث أصبحت هذه الميكانيكية تشكل بمنهجها التفصيلي طرائق للتعامل النفسي مع الجمهور. ويمكن تثبيت أبرز هذه الطرائق:

- استعمال الستار الحديدي على الأخبار والمعلومات، وغلق المنافذ الإعلامية على مصادر الأخبار وجعلها أحادية الانتشار وأحادية التأثير.
- تضليل المرسلين الصحفيين بأبناء تتفق مع أهداف الخطة العسكرية، وخلق أنماط متشابهة للأخبار بحجة التفوق الجوي.
- حجب الأخبار والمعلومات بحجة متطلبات أمن القوات التي شاركت في العمليات العدوانية ضد العراق، وایجاد بدائل من الأخبار والوقائع تتفق مع مهمة الدعاية الأمريكية.
- ایجاد نظام دعائي يقوم بعمليات تضليلية للأخبار، وتحويلها إلى أفكار وإشاعات لتشويه حقائق الحرب وما بعدها.
- خلط الأوراق عن حقيقة الموقف، بتمرير أكثر من خبر متنوع بعيدا عن ساحات القتال، كأخبار الدبلوماسية والسياسية، واختلاق المبادرات وآمالها الخادعة لتحويل بؤرة الاهتمام إلى مواضيع ثانوية.
- لقد أضحت تعامل الرقابة العسكرية التي تفرضها القيادة العسكرية المشتركة على الصحافة وأجهزة الاعلام الأمريكية والغربية كثير الجدل والنقاش من داخل الدوائر الإعلامية المختلفة، وبين أوساط المجتمع الأوروبي حول (القيود الحديدية) و(الضغط الفكري والنفسي) ضد رجال الصحافة والإعلام، ويمكن الاستشهاد بأكثر من حادثة:

١ - طرد القوات المتحالفة للعديد من الصحفيين من ساحة القتال بحجة خروجها عن تعليماتها.

٢ - الشكوى المستمرة للصحفيين من القيود على التغطية الإخبارية من الجبهة وقلة المعلومات المؤكدة من مقر القيادة.

٣ - الحروب الكبيرة بين الصحفيين وقوات التحالف في المخطوط الخلفية بين المراسلين، وضباط العلاقات العامة العسكريين، لأسباب عديدة أهمها التفرقة بين الصحفيين في الحصول على المعلومات من الميدان المباشر.

٤ - اعتقال عدد من المراسلين والمصورين من قبل السلطات العسكرية الأمريكية بسبب اعدادهم تقارير خاصة عن الحرب تدين الوسائل التي تستخدمها قوات (التحالف) ضد المدنيين في العراق.

ولعل توقف الكثير من الشبكات التلفزيونية ومحطاتها عن تغطية أبناء الحزب وخاصة المتعلقة بنشاط قوات التحالف يؤكد الخلاف الكبير بين فلسفة القوات المتحالفة في التعامل مع الأخبار والمعلومات من خلال هيمنتها على نظام التحكم الاخباري، وبين رجال الصحافة والاعلام الذين يبحثون عن الحقيقة في ساحات المعارك ويصطدمون بتضليل أجهزة دعابة قوات التحالف وأخبارها الكاذبة، وكما عبر عنها مراسل واشنطن بوست وهو يتحدث عن الرقابة وطريقة عرض الأحداث في الحرب، حيث تعتمد هذه الرقابة بإعطاء صورة مشوهة وكاذبة للوقائع (فلا يسقط جندي واحد على شاشة التليفزيون)، وكان الولايات المتحدة الأمريكية حريصة على جعل هذه الحرب المأساوية حربا نظيفة معقمة.

وأشارت الصحافية الأمريكية كريستينا بيرجسون مؤلفة كتاب (في قفص الاتهام: الإعلام الأمريكي بعد ٩ / ١١ أن الإعلام الأمريكي في عهد بوش تحول إلى (دعائي) ينشر أخبار مزيفة تحت قناع الحقيقة لخدمة مصالح وأكاذيب تسوقها الإدارة الأميركية) (٣٥).

ومن المؤكد ان الصراع بين رجال الاعلام وقوات التحالف يدحض الأفكار والآراء التي تؤكد مصداقية ما يدور في الحرب، وعلى مصداقية الادعاءات الدولية في تناولها لأبعاد الحرب، فالمرء لا يحتاج إلى الكثير من التركيز لمعرفة حقيقة ما يث من هذه الادعاءات السوداء، وتشويهها للحقائق، فالرقابة العسكرية تتحكم بمسار واتجاهات الخبر والتعليقات من الناحية المضمونية والنفسية، كما أنها تقوم بعملية حصار المعلومات الايجابية عن

العراق، بل انها تعتمد تشويه الحقائق، بقصد تشويهها التي تتضمنها معلومات التقارير الواردة من العراق وخاصة المتعلقة بضرب المدنيين.

وقد امتدت الحرب ليشمل الإعلام العربي الحر، وأهم مثال على ذلك محنة قناة الجزيرة والضغوط الهائلة التي تعرضت لها من طرف القيادة السياسية والعسكرية الأمريكية، ومن طرف بعض الحكومات الموالية لواشنطن مثل الحكومة العراقية المؤقتة، حينما سلكت الجزيرة طريقاً تحريرياً لا يتماشى مع رغبة السياسيين في واشنطن في احتكار الإعلام والمعلومات، وذلك لأن مشكلة الجزيرة مع الأمريكيين كما يعتقد أحد الباحثين في مراكز الأعلام في اسكتلندا، هي أنها حالت دون تطبيق هذا المبدأ، من السيطرة على المعلومات، وهذا ما يفسر قصف مكتب الجزيرة في كابل والعراق^(٣٦). وكشفت صحيفة الديلي ميرور البريطانية واسعة الانتشار والتي توزع ٣ ملايين نسخة بوجود خطة لبوش لقصف قناة الجزيرة الفضائية ومكاتبها بالصواريخ، لأنها قدمت جزء من الحقيقة في مجازر قواته بالفلوجة^(٣٧).

وقد وجهت لقناة الجزيرة انتقادات لاذعة من قبل بوش وبلير، وكذلك من الإدارة الأمريكية باعتبارها (أداة للدعاية العراقية) وبأنها (تسيء إلى جهود أمريكية لتحسين حياة الشعب العراقي) حسب زعم وزير الخارجية الأمريكي كولن بول، وجاءت هذه الانتقادات بعد أن عرضت قناة الجزيرة صور جنود أمريكيين وبريطانيين قتلى وأسرى في العراق حصلت عليها من التليفزيون العراقي، وإصرارها على بث تغطية الحرب على العراق، وهذا ما دفع الإدارة الأمريكية إلى شن حرب تقنيات لإيقاف موقع القناة على الانترنت بلغتيه العربية والإنجليزية. كما حذرت الحكومة البريطانية وسائل الإعلام في المملكة المتحدة من نشر تفاصيل وثيقة تتضمن خلافاً نشب بين الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا بشأن اعتزام الرئيس الأمريكي جورج بوش قصف قناة الجزيرة الفضائية، كما هدّد المدعي العام اللورد جولد سميث الإعلام البريطاني المقروء من نشر الوثيقة، لأنها تعتبر خرقاً لقانون أسرار الدولة واعترفت صحيفة (الجارديان) و(التايمز) أنهما تعرضتا للتهديد بالملاحقة القضائية إذا كشفا عن تفاصيل الوثيقة^(٣٨).

وبشكل عام فإن حرب إحتلال العراق كشفت عن زيف القوانين الأمريكية والغربية المتعلقة بحرية الرأي والصحافة، كما كشفت عن حقد الغرب لأنساننا ومؤسساتنا العلمية والثقافية وحضارتنا العريقة. ولعل فضيحة سجن ابو غريب إعلامياً يؤكد أكثر من حقيقة حول إخفاء الحقائق، فقد استطاع الصحفي سيمور هيرش من صحيفة (نيويورك) أن يكشف

فضيحة سجن أبو غريب بالتفصيل رغم تستر المؤسسة الرسمية عليها، ولذلك وصف الرئيس الأمريكي (هيرش) بأنه (كذابا) طبقا لما ذكره رمسفيلد في كتابه (عقيدة جورج بوش)، وكشفت استقالة مدير أخبار (C. V.V) عن ثمن الانشقاق الذي يتعين دفعه على كل من يخرج عن الأطر والمحددات التي ترسمها المؤسسة السياسية والمالية المتحكمة في القرار الأمريكي، وهذا مايفعله الاحتلال الأميركي الآن في العراق،بتحطيمه للدولة العراقية، وتفكيك مؤسساتها المدنية والعسكرية والإعلامية، وإشاعة الفوضى، وتنمية الطائفية وإثارتها، بأساليب الإرهاب والإقتتال والإعلام الطائفي، وصولاً الى الهدف المركزي، تقسيم العراق طائفيًا وقومياً ودينياً.

- ١- أنظر للتفاصيل عن الأسلحة المدمرة التي إستعملت في الحرب على العراق: مصطفى عبد الجواد، أسلحة الذكاء الأميركية، موقع: www.Documents.and.settings/fiac.vas/deskton
- ٢- سلام إبراهيم عطفوف، المعلوماتية المعاصرة في الحرب انظر التفاصيل موقع www.iraqipapers.com
- ٣- انظر للتفاصيل عن الاقمار الصناعية المستخدمة في حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١ وحرب احتلال العراق، موقع: www.iraq.net
- ٤- وكالات الأنباء، نقلًا عن صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٢ مارس (آذار) ٢٠٠٣.
- ٥- غاء غاتملوت، أمريكا تستخدم قبلة المايكرويف، صحيفة الزمان بتاريخ ٢١/٣/٢٠٠٣ م.
- ٦- صحيفة الزمان. بتاريخ ٢٩/٣/٢٠٠٣.
- ٧- موقع www.arabia.com/news
- ٨- شفيق شقير، ملامح الحرب النفسية مع بدء ضرب العراق، موقع: www.aljazeera.net
- ٩- شبكة النبا المعلوماتية، صناعة إعلامية أمريكية للعراق الجديد، ب تاريخ ٢٩/٥/٢٠٠٥، موقع www.annabaa.org
- ١٠- إذاعة BBC، نقلًا عن موقع www.iraq.net
- ١١- بيرون أكوهيدو، هجمات انترنية مناوئة للحرب، صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٧ مارس ٢٠٠٣
- ١٢- وكالة الأنباء الفرنسية بتاريخ ٣/٣/٢٠٠٣، موقع: www.aljazeera.net
- ١٣- وكالة رويترز، نقلًا عن صحيفة الزمان، العدد ١٤٦١، بتاريخ ٢٥/٣/٢٠٠٣
- ١٤- موقع www.aljazeera.net بتاريخ ٣/٣/٢٠٠٦
- ١٥- المصدر السابق.
- ١٦- وكالة رويترز ٢٢/٣/٢٠٠٦.
- ١٧- وكالات الأنباء، نقلًا عن صحيفة البيان الاماراتية بتاريخ ٢٥ مارس ٢٠٠٣.
- ١٨- حسام شاكر، قناة الحرة الإسرائيلية: الإعلام في خدمة الحرب، أنظر موقع: www.islamonline.net
- ١٩- علي عبد المنعم، ١٩ إبريل.. بغداد والخريطة الكبرى، موقع: www.islamonline.net
- ٢٠- صحيفة الشرق الأوسط، العدد ٩٨٦١، ٢٧ نوفمبر ٢٠٠٥.
- ٢١- انظر التفاصيل حول مقتل الصحفيين: أحمد منصور، قصة سقوط بغداد، الطبعة السادسة، الدار العربية للعلوم، بيروت ٢٠٠٤ ص ٩٩-١٠٨.
- ٢٢- وكالات الأنباء، نقلًا في صحيفة الخليج الإماراتية بتاريخ ٢٥ مارس ٢٠٠٣.
- ٢٣- علي عبد المنعم، ١٩ إبريل.. بغداد و الخريطة الكبرى، مصدر سابق
- ٢٤- وكالة أنباء الشرق الأوسط، نقلًا عن صحيفة الخليج الإماراتية بتاريخ ٢٦ مارس ٢٠٠٣.
- ٢٥- ثروة في وسائل الاتصال الجماهيري، اصدار معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني، سلسلة كتب اذاعية، مصبغة الأديب البغدادي بغداد ١٩٧٤ ص ١٤.
- ٢٦- كرم شليبي، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني، سلسلة كتب اذاعية، مصبغة الأديب البغدادي بغداد ١٩٧٣ ص ٢٠

- ٢٧- انظر تفاصيل عن هذه الأجهزة ، د. نادية العوضي ، اجهزة الراديو تسقط من السماء ٢٠/١/٢٠٠١ .
موقع : www.islamonline.net
- ٢٨- د.ريكان ابراهيم ، كيف نتعامل مع الإذاعات المعادية ، انظر جريدة القادسية بتاريخ ٣ / ٩ / ١٩٩٠ .
- ٢٩- انظر : يوري شير كوفين ، علم النفس الاجتماعي والدعاية : كوليانوفسكي وزملاءه . علم النفس الاجتماعي وقضايا الاعلام والدعاية ، ترجمة نزار عيون السود ، دار دمشق ١٩٧٨ ص ٣٤
- 30- Julian Hale, Radio Power: Propaganda and international Broadcasting (Philade Lapia: Temple Univ. Press1975) P.10
- 31-Paul M.A Linebarger, Psychological Warfare (1948) P. 135 38-daniel lerner, "is international Sociology Feasible?" The Qnnals of the American Academy, Nov. 1971, PP.44-49
- ٣٢- د. جوزيف شريم ، دليل الدراسات الأسلوبية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ١٩٨٤ ، ص ٣٨-٣٩
- ٣٣- د. جمعة سيد يوسف ، سايكولوجية اللغة والمرضى العقلي ، سلسلة - عالم المعرفة ، رقم السلسلة (١٤٥) ، (الكويت ١٩٩٠) ، ص ١٤٥ .
- 34- L.R Compbell and R.E Wolseeley: "Newsinan A+ work" Houghton Mifflin Comp. U.S.A. P23
- ٣٥- صحيفة الخليج الإماراتية ، العدد ٩٦٨٥ ، بتاريخ ٢٤ نوفمبر ٢٠٠٥ م
- ٣٦- موقع : www.aljazeera.net
- ٣٧- وكالات الأنباء ، ونقلًا عن صحيفة الخليج الإماراتية ، العدد ٨٧١٠ بتاريخ ٢٥ مارس ٢٠٠٣
- ٣٨- المصدر السابق .

الفصل الرابع
الإعلام العراقي بين زمنيتين

ماذا حصل للإعلام العراقي في حرب إحتلال العراق بعد تجربة طويلة من العمل الاعلامي، وماهو تأثيراته على جبهة المواطن والوطن؟

هذه الأسئلة وغيرها ربما تثير تساؤلات الكثير من العراقيين والعرب، سواء على مستوى الاختصاص الدقيق أو على مستوى الشعب الذين إستيقظوا على صدمة ماجرى للعراق من سقوط دراماتيكي اشبه بأفلام الخيال العلمي، لأن الإعلام أصبح جزء ضروريا من حياة المواطن مثل الخبز، وأحيانا يتقدم عليه في أوقات الأزمات كما حدث أثناء غزو العراق حيث كان المواطن يؤجل وجبة الطعام، قلقاً للأستماع إلى آخر الأخبار اطمأنانا على حاضره ومستقبله. وربما شعر بالألم والقلق وهو يرى نفسه في دوامة الاذاعات الدولية التي أصبحت مصدرا وحيدا لأخباره، بينما اذاعاته ضعيفة البث، مهزوزة الكلمات وأحيانا متوفقة لساعات طويلة، وهكذا كان حال التلفاز أيضا!

إن من صدمات الحرب التي أستيقظ على أصواتها الشعب، صدمة الإعلام العراقي بما يعنيه من تقنية وأفكار، والتي جعلت الدولة تعيش بأساة الفراغ الكبير لإيصال صوتها للمواطن وحصانته من الماكنة الدعائية الأميركية والغربية ومعلوماتهما المتدفقة لاحتلال النفس وتدمير الشخصية وقتل المعنويات. والمؤسف حقا، أن نجد اعلامنا يختنق بفعل الصدمة الكبيرة للحرب بعد مرور عشرات السنوات من التجارب والتحديات، فيجد نفسه بلا اذاعة حقيقية ذات صوت قوي، وبلا تلفاز يغطي رقعة الوطن، وبلا صحافة فاعلة تستطيع أن تبادر للتغطية الصحفية، لأن مصادرها مقطوعة، وحياتها معطوبة، بل أن مؤسسات الاعلام فقدت روح التحدي، لأنها بلا تقاليد وبلا منهج، وتفترق للسياسة الإعلامية المتحضررة المعبرة عن ضمير الشعب وتطلعاته وهمومه الكبيرة بفعل الأزمات والحروب والقهر والظلم.

الإعلام العراقي وصدمة عصر الحروب

وإذا كان الاعلام الأمريكي والغربي قد استغل امكانياته التكنولوجية ووسائله العديدة في الوصول إلى الجمهور العراقي لبناء حقائق كاذبة في ذهنه وترسيخ مبادئ دعائية بقصد التمويه وخلط الأوراق وتفتيت قضية الايمان والضمود، فإن الإعلام العراقي قد فقد قدراته التكنولوجية على صعيد المؤسسات والاتصال، بل وفقد معها روح المبادرة في الفعل الاعلامي المتوازن الهادئ، ليس لأنه فقد وسائل التوصيل الجماهيرية فحسب، بل لأنه استند على حقائق وهمية مسبقة لم يضعها في تخطيطه العام. فقد كان يعمل لمرحلة زمنية محدودة

بعقل (رد الفعل) وليس بأسلوب (الفعل الإستراتيجي)، وذلك لفقدانه الأسلوب العلمي في التهيئة للمجابهة، وللمركزية الشديدة التي لم تستطع بناء خطاب إعلامي مقرون بمناهج العلم.

ومشكلة الاعلام العراقي وهو يتعامل مع المواطن ومع الاعلام المعادي، أنه يبني اجتهادات اعلامية ارتجالية من ناحية المنهج والمضمون بعيدا عن قوانين العلم. أي أنه يعتقد خطأ بأن التعامل مع الجمهور لا يحتاج إلى أرقام واحصائيات وبحوث ميدانية ونفسية واجتماعية بحجة معرفته للجمهور واتجاهاته من خلال الحدس الشعبي والملاحظة الميدانية. ولذلك تعامل مع الجمهور بنفس الطريقة التي تعامل بها في سنوات الحرب مع ايران دون فهم جديد لتركيبه المواطن ورغباته واتجاهاته الجديدة، كما أن فهم وظيفة الإعلام بقيت محدودة في اطار إيصال المعلومات للتعبة دون أن يكون هناك بعد انساني لها، لذلك فقدت هذه المعلومات مصداقيتها بمرور الزمن، وأصبحت نمطية الاتجاه ولم تعد الا مجرد مضامين هشة لا تحتوي على ادراك عقلي يساعد المواطن على استيعابها بطريقة تحليلية ونقدية، وبذلك فقد المواطن جزء مهما في عملية الاتصال وشروطها الأ وهي المصداقية والتأثير!

إن ما حدث للمواطن في مواجهته للحرب أنه وجد نفسه داخل حرب جديدة متنوعة في مضامينها وأساليبها على المستوى السياسي والاعلامي، وطوفان للأخبار والمعلومات بطريقة نفسية لتدمير جهازه العصبي بقصد شل قدراته العقلية السلوكية، واحداث الرعب الجمعي، واستفزاز مشاعره الوطنية، واثارة الانفعالات لتحديد قدرته على التفكير المنطقي.

وقد ساعد اختراق المعلومات لجبهة المواطن ما تركه الفراغ الاعلامي من تقنية وخطط ومبادرة على جبهة الوطن عندما فقد المواطن اعلامه كاملاً في مجابهة ذاته ومجابهة الحرب النفسية للأعداء، بل أن الكثير من خارج العاصمة كان يستسلم لصناعة الاشاعات المتداولة في الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، خاصة ما يتعلق بمستقبل العاصمة والسلطة، وكانت هذه احدى المشكلات الكبيرة التي ساعدت على بروز ظاهرة الارتباك والفوضى داخل أجهزة الدولة ومؤسساتها العسكرية والأمنية والإعلامية. وبعبارة أخرى فإن غياب الاعلام العراقي من حياة المواطن في حرب إحتلال العراق أحدث شرخا كبيرا في شخصيته مؤدية إلى انهياره، وزيادة قلقه من المستقبل، وضعف تقبله للمبادرة، وتقليص وعيه وادراكه بفعل صدمة الحرب مع ما شكله هذا الغياب من اختراق واضح للإذاعات الدولية المعادية بسبب ضعف الحصانة النفسية والعقلية.

فالإعلام نصف الحرب، وقدرته تفوق أحيانا المدافع، لأنه ليس مجرد أخبار تعبوية وإنما عملية تحتوي على أفعال نفسية واجتماعية، وصناعته تعتمد على فهم العلوم الحديثة ونظريات علم النفس والفلسفة والفيزياء. فإذا كان الإعلام العراقي يقوم بوظيفة محددة وهي نقل الأخبار بطريقة بدائية، والوقوع في فخ الأخبار الدولية المعادية وتكرارها من باب الافتخار بالقدرات العسكرية العراقية بشكل ميكانيكي لا يأخذ طبيعة المعركة وظروفها وتركيبه المواطن وحاجاته الحياتية والنفسية، فإن الاعلام المعادي قام بوظائف مركبة ليست هدفها تقديم المعلومات وغسل عقل المواطن بمناهج العلم فحسب، وإنما كانت أهدافه عديدة، فهو يريد تمرير المعلومات للسياسي العراقي، والحصول على معلومات من خلال (بالون الاختبار) لحس نبض المخطط السياسي والعسكري، وهو يريد أيضا تحقيق ضغط نفسي مستمر على القيادة لإضعافها معنويا، والقيام بوظيفة استخبارية ومعلوماتية لاتحدد بالوظيفة الخبيرة، وإنما إلى وظيفة أمنية لها أبعادها السياسية والاقتصادية، بل أن هذا الإعلام كان يحاول القيام بعمليات (التوريث) السياسي لاستثمارها معلوماتيا. لذلك كان هذا الإعلام نموذجاً خطيراً في مضامينه وأسلوبه لمساندة المعركة السياسية والعسكرية للأعداء، بينما كان اعلامنا أحادي النظرة والتوجه، ومرتبطة بالحاجات الآنية سريعة العطب، والتي أضرت بالمواطن والدولة على حد سواء.

إن فقدان التخطيط العام للإعلام العراقي، وعدم وجود استراتيجية واضحة له، واعتماده على مبدأ الخصوصية الضيقة للمراحل بإعتماد (رد الفعل) كحالة قائمة ومستمرة لبناء الرسالة الاعلامية، وابتعاده عن العلم وقوانينه، أخر كثيرا بمسيرته وجعله في اطار نمطي مقولب لا يستطيع الفرار من نمطية الشعارات السياسية، ولا يستطيع التعبير عنها بفعل ابداعي وانساني من خلال القنوات الاعلامية المختلفة.

إن حرب إحتلال العراق قد جعلت اعلامنا يستيقظ على حقائق لم يدركها مبكرا ألا وهي احترام العلم والاختصاص ومغادرة ظاهرة الارتجال والمزاجية في عمليات التخطيط والتنفيذ. إن سياسة اخفاء المعلومات، والكذب والتلفيق، وتهويل الأحداث والوقائع بطريقة بدائية واعتماد مبدأ المسار الواحد في المنهج الاعلامي، واعتماد الرأي الواحد على حساب الرأي الآخر، وتقليص حرية تدفق الأخبار والمعلومات، وانتهاج سياسة الممنوعات الاعلامية، واشاعة صناعة القوالب الجاهزة في التحرير والتقارير والمقالات في مجال الصحافة والاذاعة والتلفاز، هي التي قادت الى خسارة الحرب إعلامياً، وإحداث الأرتباك العام، وتقليص فعالية الإعلام لدعم الجهود العسكري ومساندته معلوماتياً ومعنوياً.

ولا بد من الاعتراف أن مضامين الاعلام العراقي كانت قاصرة في بناء تجربة انسانية تحقق معادلة ارتباط المواطن بإعلامه وثقته بمضامينه، فقد شهد هذا الإعلام في أكثر مراحل بناء نسق اعلامي تقليدي مليء بالعموميات دون أن يلون أساليبه، فهو اعلام الأسلوب الواحد، والمسار الواحد، رغم أنه يعمل في نسيج بيئة اجتماعية وحضارية متعددة الألوان والمستويات الثقافية. فكان إعلاماً سلطوياً، أشاع ثقافة الفردية والسلطوية، وقتل مفهوم المواطنة، وابتعد عن الكثير من قضايا الشعب، وفقد الشجاعة في تناول قضاياها وتطلعاته وهمومه بسبب الخوف من اثاره ما يتعب المؤسسات الإعلامية أمام أجهزة الدولة العليا، لذلك أخفى الكثير من الحقائق نفاقاً، وضلل المواطن بمعلومات غير دقيقة، وقتل الحوار الانساني لمجابهة المشكلات والتحديات.

إن نمطية الاعلام العراقي وآليات عمله ومنهجه وأسلوبه له أسبابه العديدة، فالسياسة الاعلامية ذات توجه مركزية شديد، لا تجدد من يستطيع استيعابها وتصريفها في قنوات ابداعية، لهذا كان (الخوف) يشكل عبئاً مقيداً لرجال الإعلام في اختبار المسالك الصعبة، واختيار النموذج الجديد للعمل الاعلامي، بل أن الكثير كان ينتظر أوامر سياسية لكي يبادر ويحلل وينتقد، ومن المؤسف أن نجد المركزية قد تحولت في أكثر الأحيان إلى تقليد مركب يمارسه القائد الاداري بحجة تنفيذ الأوامر العليا، ويمارسه السياسي بحجة أمن المجتمع وانضباطه لتصبح المعادلة بعد ذلك سلسلة من (المنوعات الاعلامية) على حساب المواطن في ممارسة حقه الديمقراطي.

ما حدث للإعلام العراقي قبل الحرب وبعدها، لايفصل عن الخطط السياسية والعسكرية التي أثبتت فشلها في مواجهة حرب تقنيات عسكرية متطورة في التدمير، وتقنيات إعلامية بارعة في الإداء الاعلامي، وهذه الخطط كانت قاصرة على فهم وإستيعاب ماسيجري من خطط للآخرين على جبهة غرف العمليات، أو جبهة الحرب، وكان رد الفعل العراقي باهتا، وأحياناً مقصوداً لدواعي سياسية ونفسية جاهلة بمنطق العصر وثوراته المعلوماتية والتكنولوجية، ولم يجد الإعلام العراقي إلا المنطق القديم في مخاطبة جمهوره، وهو منطق الشعارات السياسية التي حفظها الجمهور عن ظهر قلب منذ أكثر من ربع قرن، وأحتوت على مضامين إعلامية بدائية مقولبة سياسياً في شكلها الخطابى، ومفرداتها وصياغتها الإعلامية، مع خطاب إعلامي يعتمد المبالغة والتضخيم وإخفاء الحقائق تحت ذريعة (رفع المعنويات)

و(تخصين المواطن)، متجاهلة عصر الفضاء المفتوح، وعصر الخيارات المتعددة للجمهور في إختيار وسائله الإعلامية. وهذا ما دفع الجمهور العراقي للحصول على الأخبار من الإذاعات الدولية القوية بأخبارها ووضوح بثها، رغم علمه بأنها تقوم بعمليات تضليل وتضخيم لأحداث الحرب، وإنها تساهم في زيادة توتره، وتدمير أعصابه.

لم يكن أمام الإعلام العراقي أثناء الحرب إا خيارات محدودة بالإمكانات التقنية التقليدية التي يمتلكها، والتي ضربت منذ اليوم الأول والثاني للحرب، ليستعمل سيارات متنقلة لبث برامج الإذاعية، وهي الأخرى كانت تحت مراقبة تقنيات القوات الأميركية إثناء بثها من خلال الترددات، ليكون مصيرها التدمير أيضاً. ولم يبق للصوت الإعلامي الرسمي إلا صوت وصورة وكالات الأنباء وشبكات التلفزيون العربية والعالمية المتواجدين في بغداد، وكان هذا الصوت ينقل المؤتمرات الصحفية، وبعض أحداث الحرب الى الخارج، بينما لايتاح للمواطن العراقي مشاهدة مايجري بسبب إنقطاع التيار الكهربائي نتيجة لضرب مولدات الطاقة الكهربائية في عموم العراق.

كان القاسم المشترك للحرب الإعلامية بين العراق واميركا، قائم على مبدأ تدمير المعلومات للتأثير على أصحاب القرار الساسي، ولو حظ إن أجهزة الإعلام العراقية كانت حريصة على إبراز لقاءات صدام حسين مع رجال التصنيع العسكري، وقادة الوية الجيش العراقي، وبالذات الحرس الجمهوري قبل الغزو، لإعطاء إشارات للآخر بوجود (تقنيات حربية جديدة) لمواجهة الآلة العسكرية الأميركية ووجود الأستعداد للحرب، بينما كانت الآلة الدعائية الأميركية تركز أيضاً على وجود (أسلحة عسكرية تدميرية ذكية جديدة) قادرة على القضاء على جميع الترسانات العسكرية العراقية وتقنياتها، حيث تم تسويق أسماء لاسلحة جديدة مثل (أم القنابل) و(قنبلة المايكروويف)، بل وصل الأمر الى التهديد بالسلح النووي.

وكانت مرحلة بدء الحرب، مرحلة الحرب النفسية، لإستعراض القوة لحسم الأمور، وتبادل الطرفان حرب الأعصاب والمعلومات، وإبراز الأنتصارات الأولى، بما يتعلق بدعوى إحتلال بعض المناطق، أو هزيمة (العدو من مدينة أم قصر)، إضافة الى إبراز موضوع الأسرى، كمدخل للتأثير على المعنويات.

والظاهرة الأبرز في الإعلام العراقي، هوصوت محمد سعيد الصحاف^(١) وزير الإعلام آنذاك، والناطق الرسمي للحكومة العراقية، الذي شغل الناس بتصريحاته النارية، ومؤتمراته الإعلامية، التي أتخذت منحىً جديداً في طريقة إيصال المعلومات، باستعمالها مفردات لغوية وتعبيرات شعبية إستهوت المتلقي العربي والعالمى، فكان هو المصدر العراقي الرسمي للأخبار والمعلومات. ومما قاله الصحاف في أيام الحرب:^(٢)

- أرتدت الصدمة عليهم، لقد صدموا مما شاهدوه. لم يستقبلهم أحد بالورود. لقد استقبلوا بالقنابل والأحذية والرصاص.
- هذه أفعى البوا، سنجعلها تتمدد أطول ثم نقطعها إرباً إرباً.
- هذا المجرم الجالس في البيت الأبيض، هو مجرم مثير للشفقة، ووزير دفاعه يستحق الضرب.
- لقد أخذوا يلقون بأقلام الرصاص، ولكنها ليست أقلام رصاص، أنها مفخخة لقتل أولادنا.
- إذا لم يستسلم القسم المتبقي من جنودهم، تكون فرصة بقائهم على قيد الحياة ضئيلة جداً.
- لاوجود للأوغاد الأميركيين في بغداد على الإطلاق.
- شعوري، كالعادة، بأننا سنذبحهم جميعاً.
- سنقطع رؤوسهم جميعاً.
- لاتساوي بريطانيا حذاءً قديماً.
- إنهم بدءوا ينتحرون عند أسوار بغداد.
- هؤلاء العلوج الأميركيون.

ولم يكن الصحاف ومؤتمراته الصحفية أثناء الحرب، الأ صورة مستنسخة للنمط التقليدي للإعلام العراقي، وخطاب التأجيج الثوري، والانفعال وصدمة رد الفعل، بل ان خطاب الصحاف كان اكثر تطرفاً ومبالغة في تحليل الأحداث وتقييمها رغم صوة الحرب السوداوية والمتناقضة، متجاهلاً حقيقة العصر الرقمي، وتقنيات الإعلام والاتصال التي ألغت جغرافية

المكان وجعلت من الصحاف نجماً اعلامياً للذين يفكرون بعاطفتهم ويحلمون بالأمل والبحث عن (حلم النصر) الذي إفتقدوه عربياً، بسبب هزائم الامة ونكساتها، أما امريكا فقد وجدت فيه (الرجل الرائع) حسب تعبير جورج بوش رغم تغليف هذا الكلام بالسخرية والدعابة، كما وجدت فيه (السوبرمان) الذي يقف وحيداً في مواجهة القاذفات والصواريخ والتقنيات الرقمية، ليوجه الشتائم الغربية على أسماع الامريكين، وليستثمر بعد ذلك، كظاهرة اعلامية معلوماتية ودعائية، لأشغال الرأي العام العربي والدولي بدوره، وتحويل بؤرة الاهتمام بما يحدث في الواقع، للتغطية والتمويه وتزوير المعلومات .

وكان خطاب الصحاف تعبويًا وبدائياً في المعلومات، وساهم بغير قصد، في تعطيل العقل العربي، وتدمير وعي المتلقي، بأكاذيب ومبالغات صورية وكلامية، والفاظ بعيدة عن الذوق العام واخلاقيات العمل الإعلامي، فأنشأ الصحاف قاموساً خاصاً للشتائم وغرائب المصطلحات (كالعلوج) و(الطراطير) و(الأدغاد) و(العكاريت) و(الجايفين) و(الحاسنون) و(الضرب بالأحذية) و(الافعى) وغيرها من المصطلحات .

وعندما بدأت الحرب، بدأت معها معركة الكلمات والحرب النفسية، وحرب الشتائم والتلفيق بين العراق والولايات المتحدة الامريكية، وكان الخصمان منذ البداية اعتمدوا استراتيجية (الكذب) و(المبالغة) لترويج افكارهم الدعائية، حيث وظفت الولايات المتحدة القصص (المفبركة) لأختراق الوعي، (وتزوير المعلومات) بقصد التهمية والخداع، واستثمر الصحاف كغطاء إعلامي وسياسي لبلورة نمط مقولب لظاهرة صوتية أشغلت العرب بشنائيم، وعبر عن مكنوناتهم وآرائهم ومشاعرهم ضد امريكا، فحول الحرب الى لعبة ساخرة جذبتهم أكثر مما كان يجذبهم اختراقات القوات الأمريكية للمدن العراقية، وفضائحهم في القتل والتدمير . ومثلما تم استثمار هوليودياً كنجم للأمريكان والغرب، تم تسويقه كظاهرة (هوليودية) لأشغال الراي العام الدولي بأسلوبه الساخر ومبالغته وشتائمه، حيث تم تحويله من (ناطق اعلامي) الى (مثل ساخر) لأفلام خيالية واسطورية تتناغم مع مدركات وعي المواطن الأمريكي.

ولم يكن استثمار الصحاف مبالغة، فنحن أمام مشهد اعلامي تم الترويج له في امريكا والغرب بطريقة مقصودة إثناء الحرب، حيث وصفه جورج بوش في مقابلة مع محطة آن بي سي بأنه (النوع الذي أفضله من الرجال . كان رائعاً . . رجل من الطراز الاول) . كما روجت له الصحافة الامريكية بشكل ملفت للنظر، حيث أخباره وتعليقاته تأخذ مواقع مهمة في

الصفحات الاولى لصحيفة (واشنطن بوست) و(نيويورك تايمز) وهو أمر نادر الحدوث في الأزمات والحروب العربية، وهذا ما ساعد على انتشاره في الأوساط الشعبية الأمريكية والعربية كنجم عربي جديد، مما شجع الشركات الأمريكية في طرح دمي ناطقة للصحاف، ومنتجات مختلفة تحمل صورته، إضافة الى انتشار ظاهرة الكاريكتير الساخر حول شخصيته .

وأعترف ان الصحاف لم يكن مجرد إعلامي، وانما كان وزيراً للإعلام العراقي، وناطقاً إعلامياً للدولة إثناء الحرب، وهذه المسؤولية جردته الكثير من الموصفات الانسانية والمهنية، لأن الحرب تحتاج الى رفع المعنويات، وتعبئة المواطن بالمعلومات الايجابية، وربما كان محقاً في بعض طروحاته الإعلامية التي ابتعدت عن المهنيّة واخلاقية العمل الإعلامي، ولكن الصحاف أيضاً كان يعيش تحت ضغط منظومة إعلامية عراقية مليئة بالعموميات والشعارات والمركزية الشديدة وها جس الخوف السياسي، وضغوطات الحرب وهزائمها، فكان الشخص الوحيد الذي حارب قوات الاحتلال الى آخر لحظة، والمصدر الوحيد للمعلومات، والأهم انه قام بدوره كمسؤول اثناء الحرب، ولكنه بقي لغزاً في تنفيذ هذا الدور، وإثيرت حوله التساؤلات المشروعة بخصوص الرعاية الخاصة التي لقيها بعد إحتلال العراق، بعد إن حملته طائرة خاصة مع عائلته وأقرباءه دون سواه من المسؤولين العراقيين الى الإمارات !

توطين الاحتلال وتخصيب الطائفية

سياسياً، لايمكن معرفة منهجية الإعلام العراقي إلا بتحليل وإستقراء المشهد السياسي العراقي وتداعياته بعد أكثر من ثلاثة أعوام على الإحتلال، ولايجد المرء امامه الأ صورة أنقاض للحياة السياسية والاقتصادية والأجتماعية التي دمرت بفعل خطط الاحتلال وأهدافه الخفية، وخطأ ممارساته في التعامل مع الإنسان العراقي وتركيبته الإجتماعية، وتعمده في تدمير الدولة العراقية، وجهله بأبجديات الحياة العراقية، ومكونات المجتمع العراقي وقيمه وانماط تفكيره. فقد حاول الإحتلال أن يكرس مبدأ سياسة (الفوضى) و(الطائفية والعرقية) لإعتبارات في عقل المخطط الأمريكي وأجندته وسيناريوهات التي لم تعد خافية من خلال الوثائق والتصريحات والأفعال . ولم تكن هذه الأعوام، بالرؤية الموضوعية، أعوام البناء والأعمار والديمقراطية وحقوق الانسان، وانما كانت أعواماً مليئةً بالتناقضات السياسية، والمجازر الوحشية، وإشعال فتيل الحرب الطائفية والعرقية والقومية وتكريسها، وتدمير البنية التحتية للدولة العراقية كإدارة ومؤسسات، وافتعال الأزمات لتمرير المخططات، وتعميق

ظاهرة الأنفلات الأمني، وفقدان الأمان النفسي والإجتماعي، وانتشار البطالة والفقر، وتعميق سياسة البطش والقوة العسكرية كما يحدث في مدن العراق، والأهم تكريس ثقافة المحاصصة الطائفية في الحياة السياسية العراقية.

ومايجري اليوم في العراق، هو احتلال غير شرعي، ونهب منظم للثروات العراقية، وتدمير مبرمج للكفاءات العراقية وإذلالها وتهجيرها، وإشعال فتيل حروب الطائفية والدينية والقومية، ومحاولة إحتلال عقل الأنسان العراقي بوهم الديمقراطية، وصفقات المال الأمريكي.

وبغض النظر عن شرعية الحياة السياسية في ظل الأحتلال، وأجندات المحتل وأهدافه السياسية، ومساراتها الطائفية والقومية والعرقية، وتركيبه الأحزاب السياسية وبرامجها، وتقليدية قادة الاحزاب والتكتلات والكيانات، وإرتباطها بثقافة الماضي، وولاءاتهم المختلفة والمتناقضة، وتجربتهم المتواضعة في ممارسة الديمقراطية، فإن هذه الحياة سجلت تضحية جديدة للعراقيين بعد غياب دام اكثر من (٥٠) عاماً على آخر ممارسة ديمقراطية لهم في الانتخابات، ليعكسوا بحق صورة الشعب المتحضر وامتداداته الحضارية، رغم نزيف الجرح العراقي الذي مازال ينزف من جراء الأحتلال وممارساته القمعية، وتفجيرات الموت ونزيف الدم، وخنادق الطائفية البغيضة، وموت الحياة العراقية بسبب الفقر والبطالة والكساد الأقتصادي وانعدام الخدمات. فهذا الشعب الذي انتصر على سياسييه، برهن انه أرقى منهم، وراقياً بعواطفه وسلوكه وممارساته، في حين كان معظم سياسييه يتألقون في اثاره النوازع البدائية للمواطن، وتجذير عوامل الأنقسام الطائفي والقومي والحزبي والجهوي، وإستثمار النزعات الطيبة لسحب الى خنادق الطائفية والقومية والعشائرية لأهداف السياسيين واجنداتهم.

وإذا كانت الديمقراطية حاجة ماسة، وكذلك الانتخابات، فإن الحاجة اقوى الى اشاعة ثقافة ممارسة الديمقراطية، وتعويد الشعب على كيفية اختيار السياسي الأصلاح، واحترام الرأي الآخر، لأن العراق يحتاج اليوم الى ترميم النفوس قبل ترميم البيوت والجسور، واعادة بنائه سياسياً بما ينسجم مع الحالة الوطنية للأنتماء. لأن البيئة السياسية العراقية الحالية، هي بيئة صراعية غير صحية أوجدها المحتل، وأستثمرها لمصالحه السياسية واجندته الخاصة، وهي بيئة المحاصصة الطائفية، وصراعات الطوائف والقوميات والأعراق، بيئة الفتق الطائفية، والتفجيرات والغام الإعلام الطائفي، وكلها قنوات شجعها وأوقدها المحتل لأهلاء المواطن بموضوعات ثانوية، وابعاده عن التفكير بممارساته واجندته السرية.

وإذا كان المحتل له اجندته السياسية واهدافه، فان هذه الاحزاب عليها مسؤولية اكبر في اشاعة هذه الافكار والممارسات الخاطئة، وهي تشترك ايضا بشكل مباشر او غير مباشر مع سياسة المحتل وتنفيذ خططه. ولا اعتقد ان هذه الاحزاب تجهل اجندات المحتل وخططه في تقسيم العراق، ولكنها تفتقد الرؤية السياسية المستقبلية، ومشروعها هو امتلاك الحاضر بأي ثمن على حساب مستقبل العراق ووحدته، وتقديم مصالحها الذاتية واجندتها على مصالح العراق الوطنية، بدليل استثمارها لنوازع الشعب الدينية والطائفية وعدم التركيز على برامجها السياسية.

ولا بد من الاعتراف بأن هذه الاحزاب لها مشاريعها السياسية، ولكن هذه المشاريع تتجه الى (العموميات) ولا تقدم حلولاً علمية وواقعية للمشكلات العراقية، انما تحاول دغدغة عواطف الناس ومزاجهم وحاجاتهم بشكل بدائي يستند الى ثقافة تقليدية عمرها اكثر من نصف قرن، بمعنى ان هذه الأحزاب تتجه الى النمط التقليدي في تشكيلتها ومشاريعها، فلا يزال البرنامج السياسي يتأطر بثقافة البيئة التقليدية وحاجاتها، ومثقل بالماضي وردود الفعل، وبأليات الربح والخسارة، وبروح اقتناص الفرص، والتلاعب بالعواطف والغرائز، وبأسلوب دكتاتورية الماضي، فما زال (رئيس الحزب) هو الحاكم النهائي، والحاكم الى الابد. ومن الغرابة ان تدعو هذه الاحزاب الى الديمقراطية وتداول السلطة، وهي نفسها تمارس الديكتاتورية الحزبية بين اعضائها، وما زال الكثير من رؤساء الأحزاب العراقية يحكمون احزابهم منذ نصف قرن من الزمان. فاذا كانت هذه الأحزاب تركز لمفهوم الفرد الواحد والقائد الواحد، واشاعة ثقافة الولاء الطائفي او القومي او الديني بين اعضائها، فإنه لا يمكن للعراق ان يكون جديداً كما نريده، الا اذا اشاعت هذه الأحزاب الديمقراطية داخل كياناتها، وعلمت اعضائها ابجديات الديمقراطية في الاختيار وتداول السلطة واحترام الرأي الآخر وحرية التعبير، بعدها يحق لهذه الأحزاب ان تمارس سلطتها في الدولة العراقية او البرلمان العراقي. ولا يمكن الحديث عن التوافق الوطني في ظل اجواء الاقصاء، وبناء خنادق الطائفية، وثقافة النار من الماضي، واسلوب المهاترات السياسية والتخويف، الا عندما نبدأ بترميم النفوس، واعادة النظر بثقافتنا التقليدية في ممارسة الحق السياسي والانتخابي، وبناء جسور الثقة بين الأحزاب والتكتلات والكيانات.

فنحن امام مشهد صراعي سلبي لا يتجه الى مناقشة البرامج السياسية بل الى تخويف الآخر، واغتياله جسدياً ووطنياً، وبناء صور نمطية للطوائف والقوميات بحيث يرتبط بعضها بنعوت خارج الحالة الوطنية، لتؤذي المشاعر، وتوقظ البغض والكراهية بين الشعب. فالمشهد

السياسي العراقي الحاضر أفرز صراعات شديدة أكثر منها توافقا وطنيا، بسبب طبيعة الأحزاب ومساراتها السياسية وخطاباتها، فنحن نشهد احزابا شيعية وسنية وكردية وتركمانية تتخندق مع نفسها، او مع بعضها ضد الآخر، ليس ضمن اللعبة الديمقراطية، وإنما لاقتناص الفرص وتحقيق مصالح ضيقة، والاستعجال بصنع القرارات السريعة، خوفا من المستقبل على حساب الوطن ووحدته وانتمائه العربي. ولم يعد مع الاسف افق الكثير من السياسيين العراقيين متحظراً الا بحدود المصالح واقتسام الغنائم وارضاء المحتل، بمعنى ان السياسيين مطالبين بفك الأشتباك بين قضايا الخلاف، وهو اجس الماضي والحاضر، وقتل شكوك التخويف من الآخر، ونبذ الطائفية، لأن الاوطان لا تبني على توحش طائفة على طائفة، او عرق على عرق، وإنما يبني على مفهوم التوافق الوطني على قضايا الشعب والوطن. ولا حديث للسياسي العراقي الجديد اليوم عن الوطنية الا بأبتعاده عن خنادق الطائفية لأنها تتناقض مع الوطنية وروحها وانتمائها وطهارتها. والمدخل الصحيح لمعالجة الأزمة الموروثة هو اطلاق فكرة المواطنة باعتبارها جوهر الوطنية، ومقياس الانتماء، بحيث يصبح العراقيون، عرب واكرد، سنة وشيعة، مسلمين ومسيحيين، متساوين امام القانون في الحقوق والواجبات ضمن اطار دولة العراق، فهي الضمانة الحقيقية للتوافق، وركيزة اساسية لبناء الديمقراطية والمجتمع المدني، لأن انتاج (الديمقراطية) القائمة على الطائفية والقومية والدينية لا يمكن ان تحقق الاستقرار والتوافق الوطني، وهي اجندة المحتل، واستراتيجية المستقبلية، وعندما يجد نفسه في مازق التعامل مع الشعب العراقي ووطنيته وولائه، وغير قادر على التحكم بالعملية السياسية، فلا يجد امامه الا فرص مشاريع تقسيمية للعراق، ومشاريع حرب داخلية طاحنة، وبلقنة العراق واطالة أمد الاحتلال، وانشاء قواعد عسكرية له، وايفاظ الحرب الاهلية، وقيام الفدرالية الطائفية بين سنة وشيعة واكرد. ومثلما تكون المواطنة جوهر وجود العراق ووحدته وقوته، فان الحاجة تتطلب الى تجذير الديمقراطية في الأحزاب، وتعميق ثقافة الديمقراطية باتجاه تداول سلطة الحزب، وعصرنة اداء السياسي العراقي، واستيعابه للعبة الديمقراطية، وانشاء ثقافة صوت الرفض داخل البرلمان واحترام رؤيته واجتهاداته، والأهم ان يكون هناك تلون سياسي داخل كل ائتلاف طائفي او قومي يقضي على سيادة الحزب الواحد داخل الطائفة، بمعنى ان يكون الائتلاف الموحد عراقياً وليس شيعياً صرفاً، والتوافق عراقياً وليس سنياً، والتحالف الكردي عراقياً وليس كردياً. وهذه المهمة النبيلة لا يمكن ان تقوم بها إلا اجهزة عراقية وطنية تجعل مصلحة العراق فوق الجميع، وتبشر بإنهاء الاحتلال، وهذه هي مسؤولية وسائل الإعلام العراقية، ودورها في إشاعة ثقافة الوحدة الوطنية، وتعميق مفهوم المواطنة.

منذ اليوم الأول للاحتلال، شهد العراق غزواً إعلامياً مبرمجاً، تمثل بإطلاق قناة فضائية أمريكية باللغة العربية تعمل من خلال تكنولوجيا فضائية متطورة عبر الأقمار الاصطناعية فوق مدينة بغداد. كما دخلت بعض الصحف العراقية (الزمان) والعربية (الشرق الاوسط) مع القوات البريطانية إلى البصرة ووزعت مجاناً، كما صدرت صحف عراقية بتمويل خارجي أجنبي، ومن دول مجاورة كالكويت. كما قام الجانب الأمريكي بتأسيس مشاريع اعلامية في المحافظات المستقرة أمنياً وخاصة الجنوب والوسط، من خلال تمويلها مالياً، وانشئت في زمن (بول بريمر) هيئة عراقية عامة للث والارسال بتمويل امريكي، كما شهدت الساحة الاعلامية ولادة أكثر من (٢١٦) صحيفة من دون الحصول على أي ترخيص رسمي بسبب الغاء وزارة الإعلام الجهة الوحيدة المتخصصة بمنح هذه التراخيص. ولم تصدر ادارة الاحتلال أي قوانين أو تعليمات تنظم العملية الإعلامية لأسباب مقصودة، وظهرت أكثر من (١٥) قنوات فضائية، و(٣٠) قناة أرضية. وبالمقابل سرحت قوات الاحتلال أكثر من ٦٠٠٠ من العاملين في وزارة الإعلام معظمها من الصحافيين البارزين حيث فرضت عليهم بطالة قسرية.

لم تكن خطة الولايات المتحدة الأمريكية لأحتلال العراق في ٩ نيسان عام ٢٠٠٣، خطة عسكرية سوقية بالمعنى المعروف للعسكريين، تتمحور في احتلال الأرض بالصواريخ والطائرات والجيوش والمدافع واسلحة الدمار الجديدة، وإنما أرتبطت هذه الخطة بأجندات المحتل وأهدافه المركزية في احتلال العقل العراقي، وتدمير ذاكرته الجماعية، ومكونات الدولة العراقية، ونظامها الإداري والأجتماعي، واختراع الفوضى الجماعية من خلال تشجيع النهب والسرقات للوزارات والمتاحف والبنوك، وإطلاق فوضى الحريات الاعلامية بحيث اصبح من حق الجميع بدون استثناء اصدار الصحف وانشاء القنوات الفضائية والاذاعات دون ترخيص، لاسيما بعد ان اصدر الحاكم الامريكي للعراق (بول بريمر) يوم ٢٣ / ٤ / ٢٠٠٣ قراراً بحل وزارة الاعلام وتسريح الموظفين فيها. ولم تكن هذه الخطة بمعزل عن الخطة العسكرية واهدافها السياسية، وانما كانت مترابطة بمضامينها والياتها، لأن المخطط الامريكي كان لا يستهدف (الأرض) فقط، وانما (عقل الانسان)، بمعنى ان احتلال الأرض من الناحية السوقية والعسكرية يمكن ان تحتل بسهولة، ولكن احتلال العقل وتغيير الاتجاهات لا يمكن ان تنجح إلا بعمليات معقدة، ترتبط بالحاجات والادراك والميول، ضمن عمليات سايكولوجية وإعلامية مبرمجة قائمة على فهم الآخر.

ويخطئ البعض ، ان ما حدث في العراق من فوضى سياسية واعلامية ، وتدمير البنى التحتية ، وايقاظ الطائفية والقومية والعرقية ، انما مرده الى فشل الخطة الأمريكية ، وعدم استيعابها للواقع العراقي ومتغيراته ، وهذا التفسير (الجاهز) يتطابق مع تفسير الخطاب الإعلامي الأمريكي الذي يحرص على تفسير انفجار الفوضى في العراق كحصيلة من محصلات فشل بوش ودونالد رومسفلد في العراق . وربما خطأ الولايات المتحدة الأمريكية الرئيسي هو عدم تقدير ظهور المقاومة العراقية كقوة فاعله ومؤثرة في الحياة العراقية اثناء الاحتلال ، لأن الرهان كان يتمحور حول فكرة ان العراقيين الذي ذاقوا مرارة الحصار الموت بفعل المخطط الأمريكي المدروس بعناية ، وإكتواء الشعب بالسياسات الداخلية للنظام السابق واخطائه ، سوف يؤدي الى موت (الارادة العراقية) وتقبل المحتل ، وهو امر لم يحدث في سياقات الحالة الوطنية العراقية .

واذا كان احتلال العراق بالمنطق العسكري السوقي جرى في أيام واسابيع قليلة ، فإن احتلال العقل العراقي لم يكن بالمقاييس السياسية والنفسية والإعلامية والثقافية بمتناول المحتل رغم آتته الإعلامية الضخمة ، وجهازه الدعائي المتطور ، ومؤسساته الكبرى في مجال الإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسية . لذلك كان المحتل حريص على تلازم الخطة العسكرية والإعلامية ، قبل وبعد الحرب ، واستثمارها لأخترق العقل والنفوس .

وبشكل عام يمكن تحليل هذه الظواهر من خلال المعطيات السياسية للمحتل ، والبعد السايكولوجي للتنشئة السياسية للمواطن العراقي:

١ - سياسة تعميق الفوضى في العراق من قبل المحتل لاسباب سياسة تتعلق بوجوده وباستراتيجية البقاء ، وهي سياسة بدأت بحل الجيش العراقي ووزارة الإعلام والأجهزة الأمنية ، لتدمير الدولة العراقية وإشاعة الفوضى والاقتتال السياسي والطائفي .

٢ - إشاعة ثقافة الاحتلال وتعميقها من خلال أجهزة الاعلام الممولة من المحتل ، وإيجاد سياسة احتلالية قائمة على مبدأ (فرق تسد) وخلط الأوراق . اضافة إلى إشاعة النمط الإعلامي الغربي في التغطية الإعلامية وتكريس الصحافة الصفراء القائمة على مبدأ الاثارة والمبالغات والغرائز .

٣ - تكريس النظرية النفسية (التنفيس) من خلال فتح قنوات التعبير وتشجيعها بما يحقق للمحتل مصالحه السياسية في الهاء المواطن بموضوعات مختلفة وثانوية ، وابعاده عن التفكير بممارسات المحتل واجندته السرية ، لذلك كانت حرية التعبير في

كثير من الاحيان تأخذ شكل صراعات ومنازعات حزبية وطائفية لا علاقة لها بمصلحة العراق.

٤- لم تصدر ادارة الاحتلال اي قوانين أو تعليمات تنظم العملية الإعلامية بل تركت الأمر للجميع أن يؤسس صحيفة او فضائية وصلت إلى اكثر من (٢٠٠) صحيفة وعشرات القنوات الفضائية والأرضية. وكان الهدف المركزي هو اشاعة الفوضى الاعلامية بقصد خلط الاوراق، وتعميق الصراعات بين الاحزاب، واحداث الوقيعة بين فئات الشعب المختلفة، لتحويل الصراع من مواجهة العدو المحتل إلى المواجهة الداخلية.

٥- لم تكن اجراءات المحتل بما يتعلق بالحرية الإعلامية، هدفها تأسيس نظام اعلامي ديمقراطي، بقدر ما كانت هذه الحرية (معلبة) في علب من صنع أمريكي، ممتلئة بأجندات السيطرة والتحرير الطائفي والعراقي والديني، بدليل ان قوات الاحتلال اغلقت صحف دينية ومستقلة بحجة (ترويجها للارهاب)، واعتقلت عدداً كبيراً من الصحفيين العراقيين، وتعرضت الصحافة العراقية إلى مهانات وممارسات لا أخلاقية مارسها جنود الاحتلال ضدها. كما أغلقت القوات الأميركية (صحيفة المستقلة)، لجرد الدعوة لمقاومة الأحتلال، واحتجزت مدير مكتب الصحيفة، بسبب نشر الصحيفة يوم ١٣ تموز ٢٠٠٣ موضوع عنوانه (الموت للجميع من يعمل ويتعاون مع الولايات المتحدة وان قتلهم هو واجب ديني). كما قتل اكثر من (٣٠) صحفياً معظمهم من مراسلي القنوات الفضائية المحلية والعربية، كما أوقفت عمل قنوات عربية كالجريدة بحجج واهية، كما اختلفت عمليات القتل مابين اطلاق نار على طريق الخطأ أو التعمد من قبل قوات الاحتلال.

وهكذا حاول المحتل ان ينشئ بيئة اعلامية صراعية غير صحية، ويستثمرها لمصالحه السياسية وأجندته الخاصة، ويخترق وعي ومدركات المواطن من خلال استغلاله لحاجات الانسان العراقي بما يتعلق بحرية التعبير، وتعطشه للديمقراطية بعد سنوات من المركزية الشديدة للإعلام، وعلق منافذ حرية التعبير، وافتقاده إلى التعددية الحزبية والاعلامية. لذلك كان من حق المواطن العراقي ان تدهشه الحريات الإعلامية المستوردة مهما كانت صورها وممارساته.

واعترف بأن الإعلام العراقي شهد في فترة النظام السابق مركزية شديدة، ونقص في حق الاتصال وديمقراطيته، وثقافة اعلامية واحدة، وهو الأمر الذي حفزني على نقد هذا الإعلام

في كتاباتي قبل سقوط النظام عام ٢٠٠٣، وقد كتبت في عام ١٩٩١ في كتابي (دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية)^(٣)، بأن الإعلام العراقي كان يعيش محنة كبيرة في منهجه وخطابه السلطوي، وتقليص للحريات الإعلامية والتعبير. كذلك اقول ان المقارنة غير موضوعية بين اعلام النظام السابق وإعلام الاحتلال، بمعنى ان حرية الإعلام لا يمكن قبولها تحت الاحتلال وممارساته السياسية، كما ان هذه الحرية لا ينبغي ان تكون حرة موجهة لتفتيت الوحدة الوطنية، وتعميق الثقافة المذهبية والعرقية مهما كانت المبررات.

وما نراه اليوم في المشهد الإعلامي العراقي إلا صورة مؤلمة لممارسات تحمل في ثناياها خطاباً اعلامياً مؤججاً ومبرمجاً لصالح الانتماء الطائفي والعراقي اكثر مما هو لمصلحة الوطن من خلال اكثر من صورة:

١- وقوع الإعلام العراقي في فخ المنازعات والصراعات السياسية والحزبية والطائفية والفئوية والقومية لأسباب ترتبط بخلفيات بعض الاحزاب واجندتها الخارجية، وعدم استيعاب الكثير منها للفكرة الحزبية في العراق وممارسة الديمقراطية.

٢- ظاهرة تعددية الافكار التي ترتبط معظمها بمعالجات طائفية وقومية تقترب من الولاء إلى المذهب والعشيرة والقومية اكثر من اقترابها إلى الهم الوطني والولاء للوطن.

٣- وجود مضامين إعلامية متناقضة ومتنوعة ذات دلالات سياسية، بعضها مرتبط بأفكار المحتل وأجنداته السرية في التحريض الطائفي وإشاعة الفوضى، وتعميق ثقافة القبول به كواقع سياسي، وبعضها مرتبط بأحزاب سياسية تكرس مفهوم (الطائفة) و(القومية) على حساب الوطن، ونشر ثقافة الثأر من الماضي، والتحريض على العرب، والدعوة على إخراج العراق من محيطه العربي القومي، بينما تشير مضامين أخرى إلى إيجاد منطق عقلاني في خطابها الإعلامي، يكرس مفهوم الوطنية والتوافق، ونبذ الطائفية، ويفضح ممارسات الاحتلال وأجندته السياسية، وهذا يتمثل في الكثير من الأحزاب القومية والليبرالية، وبعض الأحزاب الدينية - التنوع في وسائل الإعلام، وهو تنوع ايجابي اذا كان هذا التنوع يهدف إلى بناء الانسان العراقي الجديد، وتوعيته بوحدة العراق ومخاطر التقسيم والاحتلال واجندته السياسية، وتعميق الوحدة الوطنية، وإشاعة ثقافة الديمقراطية واحترام الرأي الآخر، ولكن هذا التنوع الإعلامي أجه إلى مسارات تخدم المحتل وتلتقي بأجندته السياسية.

٤- فنحن نشهد اليوم ظهور صحف حزبية ودينية ذات ولايات طائفية تشيع ثقافة الولاء للطائفة، وصحف مستقلة وحزبية تبرر للمحتل وجوده وممارساته القمعية. كما ظهرت فضائيات تبشر علنية بثقافة المذهب وتلغي الآخريات تحت مبررات عديدة، مرة بتهميشها من المذهب الآخر، ومرة بتكفيرها من الطائفة الأخرى، وليصبح المشهد العراقي مشهداً إعلامياً صراعياً بين الطوائف والقوميات والأديان، وهو يصب في النهاية لمصلحة المحتل.

٥- ظاهرة التمويل الإعلامي ومخاطره على مستقبل الإعلام العراقي واستقلالته، خاصة اذا كان هذا التمويل خارجياً هدفه تحقيق اهداف سياسية ضد مصلحة الوطن، ولا غرابة ان بعض الصحف والفضائيات تم دعمها من قبل الاحتلال أو من دول مجاورة للعراق، بحيث اصبح التمويل امتيازاً لبقاء البعض على حساب صحف وطنية وقومية قاومت الاحتلال اعلامياً، ولكنها لم تستطع مقاومة البقاء لاسباب مادية. وكان مسئولون أمريكيون رفضوا الكشف عن أسمائهم قالوا في تحقيق نشرته صحيفة (لوس أنجلوس تايمز) الأمريكية يوم ٣٠ / ١١ / ٢٠٠٥ إن جنودا في فريق عمل (عمليات المعلومات) كتبوا مقالات ذات رسائل إيجابية عن مهمة القوات الأمريكية في العراق ترجمت من الإنجليزية إلى العربية، ونشرت في صحف عراقية مقابل مبالغ مالية، وإن (لنكولن جرروب) وهي شركة للعلاقات العامة متعاقدة مع وزارة الدفاع الأمريكية ومقرها واشنطن، ساعدت في ترجمة المقالات، وكانت تستخدم موظفيها أو متعاقدين من الباطن يقدمون أنفسهم على أنهم صحفيون يعملون بالقطعة، أو مسئولون في شركات للإعلان لتقديعها إلى وسائل الإعلام العراقية. وإن (قوة مهام عمليات المعلومات) في بغداد اشترت صحيفة عراقية كما سيطرت على محطة إذاعية وتستخدمها أيضا في نشر آراء مؤيدة للولايات المتحدة. ووصفت المقالات بأنها (قائمة بالأساس على وقائع) ولكنها قالت إنها تحذف معلومات قد لا يكون لها وقع إيجابي بالنسبة لصورة الولايات المتحدة أو الحكومة العراقية التي تدعمها واشنطن.

٦- انعكست الظروف السياسية وصراعات الأحزاب على الصحفيين العراقيين مادياً ومهنياً، فقد شهدت معارك واحتدامات بين الصحفيين تبعاً لانتماءاتهم السياسية والطائفية والقومية، مؤدية إلى شق وحدة الصحفيين، الأمر الذي أدى إلى تشكيل

منظمة صحفية رديفة لنقابة الصحفيين العراقيين تعمل تحت اسم (اتحاد الصحفيين العراقيين) ، وهذه الصراعات ساهمت في اضعاف وحدة الصحفيين ومؤسساتهم ، وعائفاً في حل مشكلاتهم الحياتية والمهنية والأمنية ، حيث لا وجود لحصانة تحميهم من الاغتيال أو الاعتقال أو القتل .

٧- في ظل انعدام القانون والفوضى الأمنية وسيطرة الأحزاب وميليشياتها على الحياة السياسية ، فقد برزت ظاهرة التدخلات والاقتحامات المسلحة لبعض المؤسسات الإعلامية الخاصة والحكومية ، لأهداف تأريخية سياسية أو التحكم والهيمنة على الحياة الإعلامية ، حيث تعرضت شبكة الإعلام العراقية إلى صراعات داخلية وخارجية للسيطرة عليها واستثمارها لمصلحة بعض الأحزاب . مثلما تعرضت صحيفة (الصباح) الحكومية إلى هجوم مسلح من بعض القوى لاستبدال رئيس تحريرها القديم بالقوة المسلحة برئيس تحرير جديد موال لها ، وهو أمر ما كان يحدث لولا انعدام القانون وشيوع الفوضى الأمنية والسياسية.

لم يكن المشهد الإعلامي معزولاً عما يجري في الحياة السياسية العراقية من محاصصة طائفية وعرقية ودينية في مجال الإدارة الحكومية وميادين التعليم والصحة والاقتصاد ، فهي بدون شك سياسة المحتل منذ احتلاله للعراق ، والذي تجسد في قانون (بريمر) الخاص بقانون ادارة الدولة العراقية الذي عمق المحاصصة لاشغال فتيل الحرب الأهلية وتقسيم العراق ، فبعد الاحتلال بدأت الولايات المتحدة الأمريكية بوضع سيناريوهات اعلامية جديدة لأحتلال العقل العراقي ، ومحاولة كسبه من خلال عمليات سياسية و اعلامية ونفسية تجسدت بالنقاط الآتية :

١- اشاعة ثقافة الاحتلال من خلال اجهزة الإعلام الممولة من المحتل .

٢- تكريس مبدأ (حرية الاعلام العراقي) من خلال فتح قنوات التعبير وتشجيعها بما يحقق للمحتل مصالحه السياسية في الهاء المواطن بموضوعات مختلفة وثانوية ، وابعاده عن التفكير بممارسات المحتل واجندته السرية . ففي الماضي ، كما يقول مدير قناة (الديار) الفضائية العراقية^(٤) كان (الخرف من الحكومة عند الحديث في السياسة ، أما الآن فإنه يمكنك التحدث في مسؤولية الحكومة ، ولكنك تخشى التحدث مع شخص عادي خشية أن يكون عميلاً لجهة ما تقرر اغتيالك ، لأن ما تقوله يتعارض مع مصالحها) . وقال إن (الأمر كين يشترون ذم عناصر بعينها من المجتمع الاعلامي العراقي لخدمة مصالحهم) .

٣- اشاعة الفوضى الاعلامية في العراق من خلال الغاء وزارة الإعلام، وعدم اصدارها للقوانين والتعليمات التي تنظم العملية الاعلامية ، بل تركت الامر للجميع ان يؤسس صحيفة او فضائية .

٤- استعمال المال الامريكى لأختراق الإعلام العراقي، وتعبئة المواطن باتجاه قبول المحتل، وتنفيذ خططه العسكرية والسياسية في العراق . وحسب المصادر الامريكية^(٥) فقد انفق اكثر من ١٦ مليون دولار على الاعلانات في التلفزيون العراقي واللوحات الاعلانية في الشوارع والساحات . وتطور الجيش الامريكى في الدعم المادي لبعض وسائل الاعلام العراقية بنشر تقارير دعائية له، وحاول استخدامها للتأثير على الصحافة من جهة ، ومحاربة الاعلام الوطني النزيه من جهة اخرى، تحت منابر ونواد وراو بط وجمعيات مشبوهة، كما كشف النقاب مؤخراً عن عملية تندرج تحت الشؤون الحربية النفسية بالنتاجون تتضمن خططاً لوضع رسائل موالية لأمريكا في وسائل الاعلام العراقية بميزانية تقدر بـ ٣٠ مليون دولار من قبل ثلاث شركات فازت بهذه العقود ومنها شركة (لنكولن جروب) التي اعترفت بتقديم مبالغ مالية سرية للصحفيين ووسائل الاعلام لنشر قصص صحفية مؤيدة لأمريكا في العراق.

وبأختصار فإن المحتل حاول أن يسيطر على الإعلام العراقي، بأساليب كثيرة، سياسية وغير أخلاقية، لدعم برنامجه السياسي ووجوده كمحتل، واحتلال العقل العراقي، وإثارة النعرات الطائفية والدينية والقومية والعشائرية، والهاء المواطن العراقي بالأزمات وإفتعالها، والمشاركة بصناعتها، وتعميق الفوضى والأقتتال الطائفي لأضعاف العراق وتقسيمه طائفيًا وقوميًا. بالمقابل هناك ملاحم وطنية لمقاومة المحتل سياسياً وعسكرياً وإعلامياً، وهي بأختصار ملحمة عراقية وطنية تجسدت في مقولة رائعة كتبت على جدران مدينة بغداد لتختصر كل المعاني تقول: نعم أحتلت أرض العراق، ولكن لم تحتل عقول العراقيين!

- ١- انظر للتفاصيل عن الصحاف: شادي فقيه ، وجنان يموت الصحاف : الشيخ ... الاسطورة ، الطبقة الرابعة ، دار العلم للطباعة والنشر ، بيروت ٢٠٠٣
- ٢ عمل مؤلف الكتاب مع محمد سعيد الصحاف عندما كان مديراً عاماً للمؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون عام ١٩٦٨ ، ويعرّد الفضل له في تطوير هذه المؤسسة الإعلامية ، وتمتاز شخصيته بالجدية والصرامة في العمل ، والتفاعل مع الآخرين من المبدعين ، وهذا ما جعله يؤسس تقاليد جيدة في هذه المؤسسة ، ليغادرها في بداية السبعينات للدراسة العليا في فرنسا ، وتم تعيينه وزيراً للخارجية قبل أن يكمل دراسته ، ثم عين وزيراً للإعلام حتى إحتلال العراق .
- ٣- للمعلومات والتوضيح ، وتفادياً للتأويلات والأجتهاد ، فقد تمّ الإعتماد على موضوع الإعلام العراقي من كتابنا (دراسات في الإعلام والدعاية) الصادر عام ١٩٩١ ، من جامعة بغداد/ كلية الاداب ، وفيه الكثير من النقد اللاذع حول طبيعة الإعلام العراقي ومنهجه السلطوي ، وتم فحص الكتاب من ناحية السلامة الفكرية من دون هذا الموضوع ، وقد قمنا باضافته لاحقاً دون علم الجهات المسؤولة ، وتمّ إعتماده ككتاب منهجي مساعد في كلية الإعلام ، وفي منتصف التسعينات تمّ إكتشاف الإضافة من جهات تحفظ عن ذكرها ، وتم تحذيرنا بعدم النقد والإقتراب من الخصوصيات ، بعدها قررنا السفر عام ١٩٩٥ للخارج ، والعمل في الجامعات الليبية ، ثم ظهر اسمي في قائمة المرتدون التي نشرتها صحيفة بابل التي كان يرأسها عدي صدام حسين ، رغم إبتعادي عن الصحافة ، وتفرغي للأموال الأكاديمية . وهو امر لم يمنعنا من ممارسة دورنا الوطني والقومي .
- ٤- فيصل الياسري ، الإعلام العراقي ، محاضرة في منتدى الإعلام العربي ، منتجع مدينة الحمير ، دبي ٢٦ أبريل ٢٠٠٦
- ٥- صحيفة واشنطن بوست ، بتاريخ ١٣ / ١ / ٢٠٠٦



**اختيارات المستقل:
العالم كومبيوتر صغير**



إن السهولة في الاتصال، وفي التوصل إلى المصادر الإعلامية، هي الفائدة الأساسية التي توفرها الوسائل الإعلامية الجديدة، وهذا هو مفهوم الإعلام في متناول اليد، أو بأطراف الأصابع. حيث يقوم تقدم وسائل إعلام المستقبل في جوهره، على تقنية أساسية: الترميم، وهي بمثابة ترميز إشارات، فائدتها نقل المعلومة ومعالجتها معاً.

ويتميز العصر الرقمي بسمات أبرزها:

١ - القدرة الذهنية والعصبية التي تتجسد في أجهزة الكمبيوتر، والتي هي الأداة الرئيسية للتعامل مع هذا العصر، وهي قدرة ترتبط بتوفير البيئة المناسبة للإبداع، وتحقيق التواصل من خلال توفير البنية التحتية للاتصالات.

٢ - إنتاج المعلومات، القوة الرئيسية للعصر، والأداة الأهم للإنسان في التواصل والتخزين والمعالجة، وتحقيق المردود الاقتصادي والفكري، بمعنى أن المستقبل سيكون لصالح من ينتج المعلومة ويطورها.

٣ - الكومبيوتر، تقنية المستقبل، الذي سيحدد مسارات العصر الرقمي، ويؤسس للمجتمعات حياتهم ومستقبلهم الثقافي والفكري، وهو خزان الفكر الإنساني وإبداعاته، حيث سيكون أداة الاتصال الأهم والأكثر تأثيراً، وبواسطته يمكن للدول السيطرة على العالم إذا ما احتكرته وطورته، لأن العالم سيكون (كمبيوتر صغير) يحدد معالم القرن المقبل.

٤ - إن جميع أنواع الاتصالات ستضمحل أو تضعف، لصالح الإتصال الرقمي وشبكاته، وسيأخذ الاتصال الاجتماعي صورة رقمية لتبادل الأفكار والمعلومات، وسيكون المجتمع الدولي على صورة شبكات التبادلية الاجتماعية التي تضمن تعددية التبادل بين الناس والثقافات، وستفتح فضاءات جديدة للاتصال الإنساني والحوار والنقاش، وسيكون الاتصال عبر أجهزة الكمبيوتر أكثر من وسائل الاتصال التقليدية. وسيكون العصر المقبل، عصر الجماهير الرقمية.

٥ - سيتحول العالم بمرور الزمن إلى مؤسسات رقمية، وتتحول معها الحياة كذلك، حيث نشهد توسعاً كمياً في تحويل البيوت والمقاهي والمنتديات الثقافية والاجتماعية والجامعات والمدارس والأندية إلى نظام رقمي يوفر خدمات تسهل للمتلقي التعامل بسهولة مع هذه التقنيات، وتوظيفها لمصلحه ورغباته وحاجاته.

٦- العالم يتجه الى دمج الشبكات والخدمات بفضل الترقيم، وهي دينامية تطور عالم الاتصالات البعدية، مثلما يتجه العالم إلى ابتكار التقنيات الجديدة، جهاز تسجيل الصور والصوت على شريط ممغنط، وأدوات قراءة الأقراص (الديسكات) البصرية، والفيديو البيتي، وترئية الصور، أو الميكرو- إعلامية المتصلة، وغيرها من المبتكرات، وهذه كلها تتطلب أنظمة تصنيع وتوزيع، باهضة ومكلفة، مما يقود إلى هيمنة الشركات العالمية الكبرى التي تسيطر على البرامج أو التجهيزات، وأحياناً على الاثنين معاً بطريقة كاملة.

٧- سيتكون نظاماً عالمياً، (متعدد الجنسية) للمعلومات مرتبط بوسائل الإعلام الجديدة والمتعددة على شبكة، هي أكثر أو أقل تشعباً وكثافة، حيث تتدفق رسائل متنوعة مترجمة كلها إلى اللغة العالمية للترقيم العددي، وستكون تشعبات هذه الشبكة عامل مساعد للخدمات المحددة لتخطي الحدود، وإقامة نظام (متعدد الجنسية) للمعلومات.

٨- تطوير ظاهرة المزج بين أجهزة الحاسوب والهاتف والتلفزيون، ومزج الصورة المتحركة والصوت والنصوص والبيانات، مما تمكنها الدخول إلى البيوت والمؤسسات والمنتديات عن طريق مجموعة متنوعة من الشبكات التفاعلية والوسائط المتعددة.

٩- ستقام مستقبلاً، وربما قريباً، أستديوهات فضائية، وإذاعات متنقلة في الفضاء، دون الحاجة إليها في الأرض، عبر أقمار صناعية أكثر تطوراً منها الآن، بما يجعلها أكثر فعالية في اختراق حدود الدول، وأقوى تأثيراً في مجال الاتصال والإعلام والمعلومات.

● من الجانب الآخر تبدو هناك اختلافات في تقويم وسائل الإعلام الحديثة من قبل المفكرين والباحثين، وهي اختلافات تبدو موضوعية، لأختلاف الرؤى والأيدولوجيات.

١- الإعلام لا قيمة له، إلا بالنسبة الى الذي يعرف كيف يستخدمه، ولا معنى له إلا بالنسبة إلى من يذيعه، وهو يمثل سلطة على الذي يفهمه، والذي يملك بعض الوسائل ليجني منه الربح.

٢- كمية الإعلام لا تحدّد عدد المشتركين، والإعلام لا يبشر بالديمقراطية، وما يحدّد جوهر الديمقراطية ليست كمية الأخبار الجديدة، والصحف، بل الصراع ضد التمييز من جانب الذين يتكلمون، ومن جانب الذين يستمعون.

- ٣- إذكاء الصراعات القديمة، لاسيما، أن النزاعات التقليدية - كالاختلافات العقائدية وتعدّد الانتماءات العرقية- مازالت تعاود الظهور من آن لآخر .
- ٤- ان تكنولوجيا المعلومات والإعلام وحدها لاتضمن إرساء دعائم الديمقراطية إذا لم يكن المجتمع نفسه مستعداً لمثل هذه التوجه .
- ٥- تكنولوجيا المعلومات ليست جانب مادي فقط، وإنما هي نظام أفكار، ونظام للتحكم والسيطرة على المستوى الدولي والمحلي، ويمكن استثمارها من قبل الدول المتقدمة لدعم خططها وبرامجها العسكرية والإعلامية، وفي دعم الجوانب الإنسانية والثقافية والفكرية وتنمية المجتمعات .
- ٦- التقنيات الحديثة، وبالذات تكنولوجيا المعلومات ، ستساعد على امكانية التحكم في التدفق الهائل للمعلومات من خلال التقنيات الحديثة، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائه ببعضها البعض ارتباطاً وثيقاً، ومن المحتمل استثمار هذه التقنيات لشن حروب التضليل الإعلامي من خلال تسريب الشائعات والمعلومات غير الدقيقة، كما حدث في حرب الخليج الثانية وحرب احتلال العراق .
- ٧- التقنيات الحديثة تؤدي أحياناً إلى التفكك والانعزال، وأحياناً تحقق التقارب والتفاعل والتواصل، لأن هذه التقنيات هي عبارة عن تغير اجتماعي واع، ومن المحتمل نشوء مجتمع مدني جديد متعدّد الجنسيات .
- ٨- إن تكنولوجيا الفضاء، والمنجزات التقنية العالية في تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وجعل العالم (قرية صغيرة) بفضل الثورة التقنية ومعطياتها، وما يمكن أن يكون عليه المستقبل من تطور في نظام الإرسال والاستقبال الفضائي في زيادة قوة بث الأقمار، وصغر حجم معدات الاستقبال العادي، وانتفاء الحاجة إلى القيود بسبب تساوي الراديو والتلفزيون من ناحية الاستقبال، وشيوع الكمبيوتر وتطوره المذهل بحيث يصبح مستقبل العالم (كمبيوتر صغير)، فأن معطيات هذه الثورة الإعلامية يمكن أن تسبب بتفاقم الأوضاع الاجتماعية والأزمات، وتزيد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية على الشباب العربي نتيجة طوفان المعلومات وما تسببه عصر (العولمة) من احتكار وتسلط على العقل الإنساني .

ولكن .. ماذا نحن فاعلون إزاء تحديات التقنيات الحديثة، ومضامينها الإعلامية والدعائية؟

١ - ستشهد المنطقة العربية المزيد من الهيمنة السياسية والإعلامية، من خلال الحروب العسكرية وتقنياتها المتطورة والمتكورة، ولن تكون هذه الحروب، بمعزل عن ادارة الحروب بالإعلام وتقنياتها الرقمية، بل ستكون عاملاً فعالاً في حسم الحروب بأنواعها، لصالح القوى التي تمتلك التقنيات العسكرية والإعلامية الرقمية، وسيتم استثمارها لتفتيت المنطقة، وتقطيعها الى دويلات طائفية وعشائرية وعائلية وقومية. وإذا كان العراق هو المختبر الأول لتطبيق التجارب العسكرية والإعلامية والنفسية للولايات المتحدة الأميركية، فإنه سيكون البوابة المفتوحة على كل الدول، حيث ستتأثر المنطقة مستقبلاً بأجندات الكبار ومخططاتهم، بأقامة شرق أوسط جديد، يقوم على مبدأ عزل بعض الدول العربية، وبناء تحالفات مع دول أخرى، حسب بعد وقرب هذه الدول، من الولايات المتحدة الامريكية ومصالحها، ولكن ظاهر المستقبل يشير إلى خسارة الجميع بدون استثناء!

٢ - لا يمكن الحديث عن بناء مجتمع معلومات عربي، دون توفير الأسس القوية لهذا البناء، والمتمثل بالشروط التالية:

● لا وجود لمجتمع معلومات دون بناء مجتمع مدني حديث، يتحول فيه الريف العربي إلى مجتمع متمدن يتعامل حضارياً مع الحياة الجديدة بلغة العصر، ويتحرر الانسان فيه من الأنجدية الأمية والحضارية، ومن القيم العشائرية، والإنتاج التقليدي، والعلاقات الاجتماعية التقليدية، ويتحرر العقل من الخرافات والأفكار النمطية. مثلما تحتاج المدينة العربية كذلك إلى ثورة ثقافية ومعلوماتية، وتنمية فاعلة في إقتصادها ومواردها البشرية، ومشاركة الإنسانية بالابتكارات والاختراعات، وتحويل مجتمعاتها الى مجتمع مدني حديث وليس تقليدي، وبناء بنية تحتية إتصالية متطورة تساهم في بناء مجتمع المعلومات.

● الجامعة العصرية بيئة إبداع حضارية ومعرفية، تحتل موقعاً استراتيجياً في النظم الوطنية للابتكار والإبداع، وتساهم بشكل فعال في نهضة الأمم، والتنمية والتصنيع، ومما ساعد على عصرنة الجامعة، هو الثورة الكبيرة في تقانة المعلومات التي أدت إلى إختراع أنماط جديدة من الجامعات والتخصصات والبحوث، فنحن اليوم أمام نمط جديد للجامعة الرقمية، وجامعة المستقبل، وجامعات بلا أساتذة

وبلا كتب، وجامعات عولمية لا ترتبط بالمكان والزمان وإنما بشبكة عنكبوتية! .
وبعنى آخر فالجامعة مركز للتعليم والإبداع والاختراع، أرتبطت بالإقتصاد والعلم،
لأن التنمية لا تنتهي بقيام المصنع، وإنما ترتبط بوجود مراكز للتعليم والبحث
والاختراع مكيفة لثقافة المجتمعات وحاجاتها الاجتماعية والاقتصادية. ولا يمكن
للدول التي تفتقر إلى القدرات الإبداعية أن تواجه تحديات العلم وثوراته بمنطق
التعليم التقليدي دون أن يكون لها نظام مركب من التعليم والمعلومات
والاستثمار، لأن معظم الجامعات العربية تفتقد إلى الكثير من مواصفات الجامعة
العصرية وديناميكياتها وأساليبها الحديثة في التعليم والتعلم والإبداع، وتفتقر إلى
رؤية قابلة للتطبيق في مجال التعليم والبحث العلمي والاختراع، مع فقدانها روح
البحث العلمي، وإختفاء المركز البحثي في حياتها، مما ساعد على تقويض نظام
التعليم برمته .

● البحث العلمي في الجامعات الرصينة شكل دعامة أساسية في تطوير البنى
الصناعية والاقتصادية للدول، وفي تفجير الثورات الصناعية والتكنولوجية
والمعلوماتية، وخلق بيئات الإبداع، لأن البحث العلمي لم يعد ترفاً فكرياً، وإنما هو
عنصر مهم في بناء الحياة والإنسان، فالأمم المتقدمة التي سوقت لنا عصر
التكنولوجيا والمعلومات والاختراعات كان ملحها البحث العلمي ومراكز
البحوث. والملف للانتباه ضعف نصيب البحث العلمي في الوطن العربي الذي لا
يتعدى ٠,٠٠٢٪ من الناتج المحلي، مقابل ما يزيد عن ٢٪ و ٥٪ لمعظم الدول
الصناعية، ويأتي الإنفاق على البحث والتطوير من مصادر حكومية بنسبة ٨٩٪،
ولا تخصص القطاعات الإنتاجية والخدمية سوى ٣٪ فقط من هذه المصادر، بينما
تزيد هذه النسبة في الدول المتقدمة على ٥٠٪، وحسب الإحصائيات الأخيرة بلغ
متوسط نسبة عدد الباحثين إلى عدد السكان عالمياً ٩٧٤ باحثاً متفرغاً أو شبه
متفرغ لكل مليون نسمة (ما يقارب باحثاً واحداً لكل ألف نسمة) وتتراوح
النسبة في الدول المتقدمة بين (٢-٦) باحث لكل ألف نسمة في حين تبلغ النسبة
في الدول النامية ٠,٣٥ باحث لكل ألف نسمة، ويصل المعدل في الدول العربية
إلى ما دون ثلث المعدل العالمي إذ تبلغ ٠,٣٠ باحث لكل نسمة، في حين أن هذه
النسبة لـ (إسرائيل) تصل إلى معدل يعتبر من الأفضل عالمياً ٤,٥ باحثاً لكل ألف

نسمة. أي خمسة عشر ضعف المعدل العربي العام. وهناك غياب الاستراتيجية في البحث العلمي، وعدم وضوح الأهداف المرتبطة بحاجات المجتمع وظروفه وإمكاناته، لأن أي نشاط يبحث في الماضي والمستقبل يحتاج إلى أن يشارك في صياغته المسؤول وصانع القرار السياسي والمفكر المتأمل والمثقف، كذلك الإقتصادي الذي يعكس معنى البحث والتطوير استثمارياً، بالإضافة إلى المشتغلين بالبحث والمدرسين إشكالاته وصعوباته وليس بالضرورة المدرسين لعلاقته المعقدة بالنظام والدولة. إضافة إلى غياب الحريات العلمية، ومصادرة حق التفكير والتعبير والبحث الحر في ظل أنظمة سياسية تحكمها هواجس الأمن، والخوف من البحث العلمي، فتصبح الجامعة ومراكز البحوث عدواً يستهدف، فيغدو تخلف الجامعة وتحطيم قدراتها رسالة هذه الأنظمة، وهذه هي جذر أزمة البحث العلمي في الوطن العربي. راجعاً لا يمكن الحديث عن بحث علمي منتج وفاعل ومتراكم ومؤثر في بيئة سياسية واجتماعية وإقتصادية منفصلة عن العقل العلمي، ما لم يكن هناك نظام اجتماعي يستوعب التطوير والتحديث والتفاعل مع الآخر في سياق استراتيجية لتغيير الواقع وعصرنة العقل العربي في مجال الحياة والإدارة والسياسة والاقتصاد، لأن إشكالية البحث العلمي في الوطن العربي هي إشكالية مجتمعية قبل أن تكون مادية وإدارية.

وبأختصار شديد لا يمكن التفاعل مع العصر الرقمي وتحدياته، وإقامة مجتمع معلومات عربي بدون إيجاد بيئة عربية تنشط البحث العلمي، ولهذا كان دقيقاً قول المفكر الدكتور سعيد عبد الله سلمان رئيس شبكة جامعة عجمان في الإمارات العربية المتحدة، لصحيفة عربية، بأن الذي إنتصر في حرب الخليج هي الجامعات ومراكز البحوث والدول التي أنتجت براءات الاختراع.

٣- العرب بحاجة إلى ثورة حضارية في الممارسة والفكر، بمعنى ان تعيد النظر برؤيتها إلى فهم عصر مجتمع المعلومات على أساس (الاستيعاب) وليس (نقل) التقنيات الحديثة بأسلوب بدائي، لا يقترون بخصوصيات المجتمع العربي، وخطط تطوير تنمية موارده البشرية.

٤- بدون يقظة العرب، واستيعابهم لمتطلبات ثورة الإعلام والمعلومات، وتقليص فجوة التقنية، والمشاركة في صناعة المعلومة، وتعميق الديمقراطية في الحياة، وتطوير التعليم

وتفعيله، ومصارحة الذات ونقدها، وتوعية الشباب وتبصيرهم بأهمية العلم، يبقى الخطر قائما، بانتظار ما يفعله العرب في مواجهة تحديات العصر الرقمي.

٥ - قصور واضح في فلسفة الإعلام العربي وخطابة الرسمي، وتناقض في توجهاته الفكرية أزاء الأحداث والحياة بما يجعله إعلاماً يفتقد إلى الكثير من العصرية والحداثة، ومنفصلاً عن الثورة المعلوماتية وحاجات المتلقي مما يجعله غير قادر على استيعاب منطق العصر، وحاجات المواطن العربي بسبب نمطيته وتخلف وظائفه في ضوء التطور الحضاري الإعلامي، وضعف محتواه وأساليبه التعبيرية، وافتقاره للمشاركة الجماهيرية في صنع القرار الإعلامي، وانعدام حق الاتصال وديمقراطيته في ممارساته، واعتماده على مبدأ سياسة إخفاء المعلومات وتضليل المواطن، وضعف فاعليته في تحديث المجتمعات العربية، وعدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية في عصر العولمة الإعلامية .

٦ - الحاجة الماسة إلى إصلاح النظام الاعلامي العربي من خلال بناء رسالة اعلامية تتفق مع العصر ومتغيراته، وتلبي حاجة الجمهور العربي وتوطيد الثقة به، وتعميق المصادقية بالمعلومات، واحترام إرادته، وتوسيع مشاركته في صنع القرارات، وهذا لا يتم إلا بالدراسات الميدانية للجمهور العربي من خلال معرفة حاجاته ورغباته واتجاهاته واحترام ارادته، وتوسيع مشاركة الجمهور في صنع القرارات . لأن الوضع الإعلامي العربي بحاجة الى ثورة حضارية اعلامية، يتم فيها عصرنة الاعلام العربي من خلال فهم جديد للرسالة الاعلامية وللاهداف الحضارية له من خلال المعطيات التالية :

● **تقنياً**، لابد من إعادة الاساس التقني للإعلام العربي بصفة (الاستيعاب) وليس (النقل الالي) وأن يوفر الملاك البشري الكفؤ، في قدراته العقلية لاستيعاب تكنولوجيا الاعلام معلوماتيا ونفسيا . ان اوضح مظاهر التخلف هو استخدام أدوات التقنية الحديثة بشكل مظهري وساذج يفرغها من محتواه العلمي، ويحولها إلى رموز طوطمية تؤدي الى عكس الغرض منها، ومن الافضل البحث عن تقنية تؤدي وظيفة واقعية لتطلبات الإنسان العربي ومرحلته وبيئته بدلا من اللهاث وراء تقنية معقدة لا تحل رموزها إلا بطريقة بدائية .

● **سياسياً**، لابد من تطوير النظام السياسي العربي وجعله ملبياً لطموحات الانسان العربي وحريته، وجعل الجماهير هي صاحبة السلطة والقرار، لأن أي تقويم

موضوعي لدور الإعلام لابد ان ياخذ في الحسبان الشروط التي يعمل في ظلها، ان انعدام السياسة الخارجية الموحدة والنظرية السياسية العربية، وغياب العقل العربي في ساحة الصراع عوامل تحد من فاعلية دور الإعلام العربي.

ولابد للإعلام العربي أن يحسم قضايا تتعلق بالسياسة الإعلامية المعبرة عن النظام السياسي من خلال :

١ توفير وسائل الاتصال والمعلومات لجميع القوى الاجتماعية دون تمييز بسبب الجنس واللغة أو الدين أو الانتماء السياسي .

٢- تحقيق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية في عمليات الاتصال والإعلام بحيث لا يقتصر دور الجماهير في التلقي والاستقبال السلبي للوسائل الإعلامية.

٣ إعادة النظر في كافة التشريعات الإعلامية السائدة في الوقت الحاضر، والعمل على تنقيتها من كافة العوائق والقيود، وحتى تتوفر الأرضية لتوفير ديمقراطية الاتصال في الوطن العربي لابد من توفر عدد من العناصر أبرزها :تقليص ظاهرة الاحتكار لوسائل الاتصال بقصد افساح المجال لأسهام مشاركة اوسع للأفراد والجماعات، اعتماد اللامركزية من أجل أن تساعد في التعبير عن مختلف المصالح والأحداث المحلية، وإلغاء الرقابة السياسية على الإعلام، النظر في مسألة التمويل بما يحقق استقلالية وسائل الاتصال، والتنوع والاختيار في محتوى الاتصال، ومعالجة علاقة السلطة السياسية بوسائل الاتصال بنوعيه التقليدي والمعاصر.

● اقتصادياً، لا يمكن للإعلام العربي أن يتطور على أسس متينة ما لم تقم في ارجاء الوطن العربي صناعات ثقافية واتصالية تشمل صناعة مواد الإنتاج الثقافي ووسائله وصولاً الى تحقيق قومية المعرفة، وضمان أمن الأمة الثقافية في اطار تدفق متوازن للإعلام والمعلومات بين الأقطار العربية من جهة وبين هذه الاقطار من جهة أخرى.

● وجود خلل واضح في الخريطة الإعلامية العربية، وفجوة كبيرة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام بين العالم المتقدم والعربي، وتمرکز المصادر الإعلامية والثقافية والمعرفية، من حيث الإنتاج والتوزيع في الدول التي تحتكر مصدر القوة العسكرية والمعرفية والاقتصادية، مع وجود تغيرات كبيرة في الخريطة الإعلامية الدولية في عصر العولمة، متمثلة في الإنتاج النوعي والكمي لآليات التحرير والتوزيع

للإنتاجات المرئية والصوتية، والتقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، مما يعني أن الصراع المستقبلي سيكون موجهاً للسيطرة على الحاسوب والتليفزيون والهاتف التي يمكن صهرها على الأنترنت، ولهذا سيكون بإمكان المجموعة التي تسيطر على تقنية الانترنت أن تسيطر على العالم مستقبلاً.

● يفتقد الإعلام العربي في عصر العولمة إلى عملية التخطيط والابداع، وعدم وجود استراتيجية واضحة له تعبر عن روح العصر، ومتغيراته السياسية والحضارية، حيث مبدأ سياسة إخفاء المعلومات، وتهويل الأحداث، وانتهاج سياسة الموضوعات الإعلامية، ونقل بصحة حرية تدفق الأخبار والمعلومات، وتقليدية الخطاب الإعلامي العربي، ونمطية الرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً، وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن العربي واقترابها من السلطة. مع بروز ظاهرة ثقافة الصورة الغريزية والترفيهية في الحياة العربية.

● مواجهة العولمة الإعلامية الدولية التي تريد تكريس مبدأ التماثل واستشراء الفردية، وتنميط الحياة الفردية والمشاعر الإنسانية وتعميق ثقافة الاستهلاك، يتم من خلال المواجهة الخارجية بالعمل الإعلامي العربي المشترك، والمواجهة الداخلية بالتغيير الشامل للحياة العربية، وتكريس مبدأ الحوار الديمقراطي في حياة الإنسان، وتطوير التعليم ونظامه وأساليبه وأدواته التقليدية، والأهم استيعاب العولمة بعقل مفتوح، وفكر متجدد، وتوفير البيئة الصحية للإبداع الإعلامي.

● شيوع ظواهر إعلامية في الحياة العربية تكسر مفاهيم سلبية في حياة الشباب، كتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، والهروب من التصدي لواقع الحياة والأستسلام له، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، وزرع اليأس والإحباط من خلال ثقافة صورية قاسمها المشترك مادة ترفيهية تعتمد على إثارة الغرائز، وإشاعة العنف والرعب، وذلك من خلال البرامج الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف. حيث أن إحصائيات الدراسة تشير إلى وجود غزو إعلامي أجنبي في وسائل الإعلام العربية تتمثل بنماذج إعلامية مستنسخة من الغرب بدأت تخترق المحطات الفضائية العربية وصفحات الصحف والمجلات والإذاعات الترفيهية، لتؤثر على أنماط حياة الشباب واتجاهاتهم، وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية. وهذا يتطلب بناء رسالة إعلامية

عربية مستقبلية تلبى حاجات الشباب العربي وتكون قريبة لمشكلات وهمومه ،
ومعبرة عن أفكاره واتجاهاته الاجتماعية والثقافية ، مع إعطاء الشباب الفرصة
للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتطلعاتهم في وسائل الإعلام العربية ، وإشراكهم
في صنع القرار الإعلامي ، وفي إنتاج برامجهم صناعة وكتابة وتنفيذاً . مع أهمية
تعميق وعيهم وثقافتهم وممارستهم للديمقراطية ، وتعويدهم على التعامل الحضاري
مع المعلومة الإعلامية.

٤- سيسقط الإعلام الرقمي الحكومات الضعيفة والمستبدة والقمعية والسلطوية في
المستقبل ، لأنها ستجد نفسها أمام سيل من النشرات الإلكترونية، والبث الصوتي
الإلكتروني، والبث الفيديوي الرقمي عبر الأنترنت ، دون إذن منها، ودون الالتزام
بقوانين الإعلام الذي فكر البعض بتطويره، في الوقت الذي أصبح عاجزاً تماماً عن معالجة
الإعلام الإلكتروني، ومواجهة عصر الجماهير الرقمية !