



Dr. Maytham Hatem

Hassan

E-Mail :

mayhn90@gmail.com

Phone Number :

+989127476008

Ahmed Saleh Al-Akaishi

E-Mail :

ahmadkofan@gmail.com

Phone Number :

07806767647

University of Religions and Sects/
Iran

Keywords:

- Psychological war.
- Al Hurra channel.
- Free check.
- Iraqi society.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 / 11 /2021

Accepted : 15 / 12 /2021

Available Online : 3 / 1 /2022

SOURCES OF INFORMATION IN THE FREE PROGRAM INVESTIGATE AND ITS RELATIONSHIP TO PSYCHOLOGICAL WARFARE METHODS DIRECTED AT IRAQI SOCIETY

A B S T R A C T

The psychological warfare in Al-Hurra channel, especially in its Al-Hurra program, investigates several methods directed to the Iraqi society, using many means using sources that cannot be used even in the simplest television programmes, but they are used with great professionalism, which makes the recipient of the information material trust that information received. The study aims to analyze the content of the media material in the Al-Hurra channel for its Al-Hurra program, investigating from the start of the program 2018 to the period of 2021 for a number of the sample amounting to 16 episodes related to Iraq. The study focused on the sources of information used and psychological methods in terms of those in charge of it (Al-Hurra channel), its media, content and target audience. The psychological war promoted by Al-Hurra channel in its program (Al-Hurra is investigating) starts from (the White House, the President, the Foreign Minister, the Middle East TV Network) and appears in the form of spoken (speeches, television programs, bloggers, events and activities) where it presented several social-oriented content. Among those contents are rumors, lack of observance of the rules of social behavior, weakening of self-confidence, and lack of respect for role models.

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

مصادر المعلومات في برنامج الحرة تتحري

وعلاقتها بأساليب الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العراقي

المستخلص

تقوم الحرب النفسية في قناة الحرة وبالأخص في برنامجها الحرة تتحرى على أساليب عدة توجهها إلى المجتمع العراقي مستخدمة وسائل عديدة مستعينة بمصادر لا يمكن حتى استخدامها في ابرط البرامج التلفزيونية، ولكن يتم استخدامها بحرفية كبيرة مما يجعل المتلقي للمادة الاعلامية يثق بتلك المعلومات الواردة. ان الدراسة تهدف إلى تحليل محتوى المادة الإعلامية في قناة الحرة لبرنامجها الحرة تتحرى من بدأ البرنامج ٢٠١٨ إلى فترة ٢٠٢١ لعدد من العينة بلغت ١٦ حلقة تخص العراق. ركزت الدراسة على مصادر المعلومات المستخدمة والأساليب النفسية من حيث القائمين عليها (قناة الحرة) و سائلها ومحتوها وجمهورها المستهدف.

الحرب النفسية التي تروج لها قناة الحرة في برنامجها (الحرة تتحرى) تبدأ من (البيت الابيض، الرئيس، وزير الخارجية، شبكة تلفزيون الشرق الأوسط) وتظهر على شكل منطوقة (خطابات، برامج تلفزيونية، مدونين، فعاليات وأنشطة) حيث قدمت مضامين عدة موجهة للمجتمع العراقي ومن تلك المضامين الشائعات، وعدم مراعاة قواعد السلوك الاجتماعي، واضعاف الثقة بالنفس، وعدم احترام القدوة.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يمكن من خلاله ايجاد النتيجة التي يسعى إليها البحث ليصل إلى نتائج صحيحة، مستخدماً فئات التحليل التي استخرجت من البرنامج والتي بلغت ٩١ فئة فرعية و ١٥ فئة رئيسية وهي : فئة الزمن، فئة مصادر المعلومات، فئة المصادر المكتوبة، فئة الضيوف، فئة الأهداف، فئة المعاني والافكار، فئة أساليب الحرب النفسية. خلصت الدراسة إلى ان الحرب النفسية في قناة الحرة وبرنامجها الحرة تتحرى استخدم عدة أساليب نفسية ضمن مادته الإعلامية المعروضة للجمهور العراقي مركزاً على اسلوب الدعاية والاشاعة والتضليل وافتعال الازمات بالإضافة الى المعاني والافكار النفسية الاخرى التي تمس عمق المجتمع العراقي، وتعمل على تشويش الفكر واشغال المجتمع بقضايا بعيدة عن الواقع الذي يعيشه، وكل ذلك ما تسعى إليه الادارة الامريكية من اجل تحقيق الاهداف المرسومة.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

أ.م.د. ميثم حاتم حسن

الإيميل :

mayhn90@gmail.com

رقم الهاتف :

٠٠٩٨٩١٢٧٤٧٦٠٠٨

م.م.أحمد صالح العكايشي

الإيميل :

ahmadkofan@gmail.com

رقم الهاتف :

٠٧٨٠٦٧٦٧٦٤٧

عنوان عمل الباحث:

جامعة الاديان والمذاهب/ إيران

الكلمات المفتاحية:

- الحرب النفسية.
- قناة الحرة.
- الحرة تتحرى.
- المجتمع العراقي.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢١ / ١١ / ١

القبول : ٢٠٢١ / ١٢ / ١٥

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٢ / ١ / ٣

المقدمة : تؤدي وسائل الإعلام، وأهمها القنوات الفضائية، دوراً مهماً في الرأي العام والمعتقدات من خلال طرقها المختلفة في التعامل مع الشأن العام والخاص.

تناولت الدراسة مصادر المعلومات المستعملة في الأساليب النفسية في المادة الاعلامية في قناة الحرة الامريكية في اي عملية تحديد دقيقة لتعريف مفهوم الحرب النفسية من خلال أغلب الادبيات الدعائية، يطالعنا مفهوم شائع مثقل بالأخطاء يعكس الفهم الذي ساد الفكر السياسي، عن هذه الظاهرة قبل الحرب العالمية الثانية و امتد بعدها بوصفها عاملاً دعائياً محضاً ليس الا، ومما ساعد في شيوع هذا المفهوم المهم والخطي، النظرة التي سادت الفكر السياسي حتى منتصف الستينيات والقائمة على فصل الحاد بين مستويات التعامل النفسي (كالإعلام والدعاية وغسيل المخ والتحويل العقائدي والتثقيف والتعليم... الخ) نظراً لأن معظم هذه التعاريف ركزت على الحرب النفسية بمعناها الواسع ، فإن كل شيء موجه ضد العدو - باستثناء القوة الجسدية - بغرض المساهمة بنشاط في إخضاعه أو التأثير على سلوكه في عقول محددة ومجموعة بقصد تغيير مواقف معينة واستبدال أخرى تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي يخوض الحرب). ان أهمية البحث تكمن في كونها تلقي الضوء على الحملة النفسية في قناة الحرة الأمريكية، حيث ركزت هذه الدراسة على العناصر الرئيسية الحرب النفسية من حيث الأساليب المستخدمة للقائمين عليها و محتواها وصولاً للجمهور المستهدف و التأثير النفسي والاجتماعي والسياسي على المجتمع العراقي.

حدد الباحث في دراسته عينة البحث برنامج الحرة تتحرى في قناة الحرة فهو برنامج اسبوعي يعرض كل سبت ٢٠:٠٠ على قناة الحرة يتناول موضوعات مثيرة للجدل ضمن اسلوب الصحافة الاستقصائية وفي كل حلقة يتطرق البرنامج لموضوع مختلف حيث حدد الباحث مدة برامجية من ٢٠١٨ - ٢٠٢١ وهذه الفترة تمثل كل ما موجود في البرنامج حيث بلغت عدد الحلقات الكلي "١٥٠" حلقة منها "١٦" تستهدف العراق، حيث اختيار العينة بأسلوب عمدي قصدي.

اما ابرز النتائج التي توصل إليها الباحث ان برنامج الحرة تتحرى اعتمد في مصادره لبث المادة الاعلامي اغلبها لم يظهر بشكل منهجي و رصين، وانما اعتمد على مصادر غير حقيقة و موقع غير رصينة، حيث ان البرامج التلفزيونية الاستقصائية غالباً ما تعتمد على الخبراء والمتخصصين في القضايا المطروحة لتعطي مصداقية والدقة في الطرح الموضوعي، لأنه نابع من مصادر متخصصة مما يشكل دليلاً داعماً لمصداقية المعلومة، اما الشخصيات الرسمية فهي تشكل الجهة المخولة بالتصريح وهذه المصادر صاحبة القرار و تمثل مرجعاً يستعان به في هذه البرامج، وما

ظهر في فئة المصادر عكس ما يطرحه المتخصصين في الصحافة الاستقصائية و ايضا ظهر في البرنامج وجود تركيز عالي على الرسائل النفسية التي تستخدم في البرنامج لفئة من المجتمع العراقي دون أخرى، كما ان الباحث قد توصل إلى ان هناك كم كبير من المعاني والافكار النفسية التي وردت في البرنامج حيث تثير هذه الافكار الى خلق صورة نفسية معقدة لدى المتلقي لما تحمله من افكار نفسية مؤذية للمشاهد العراقي ، بالإضافة الى الاستهداف المتعمد لرجال الدين والمذهب الشيعي بشكل قصدي مستخدما معاني تتيح للمتلقي خلق افكار سيئة على هذه الفئة المهمة من المجتمع العراقي.

المبحث الأول: منهجية البحث

مشكلة البحث

استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية في قناة الحرة تقوم على الترابط بين أدوات السياسة مثل الدبلوماسية والاقتصاد والدعاية والإعلام في شن حرب شاملة على جميع الجبهات لتحقيق الأهداف الأمريكية، وترتكز على سياسة محددة الأهداف، كما ترتبط بالاستراتيجية الاقتصادية، وتتسم بالعلنية، والسرية، والخداع، والتعتيم، والتضليل، لتشكل رأياً عاماً، عربياً، وعالمياً.

اهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في كشف الحرب النفسية لقناة الحرة في الولايات المتحدة، لأن هذا البحث يركز على العناصر الرئيسية للحرب النفسية، أي الأساليب التي يستخدمها المسؤول ومحتوى الوصول إلى الجمهور المستهدف، وسيكولوجية المجتمع العراقي، والتأثير الاجتماعي والسياسي.

اهداف البحث

١- معرفة أساليب الحرب النفسية المستخدمة في برنامج (الحرة تتحرى) لقناة الحرة

- ٢- الكشف عن مصادر المعلومات المستخدمة في برنامج الحرية تتحرى
- ٣- بيان الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج الحرية تتحرى

منهج البحث

ويعني المنهج العلمي أو منهج البحث هو "تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة" والمنهج العلمي بهذا المعنى يستخدم أداة منهجية غاية في الأهمية وهي التحليل.^(١)

ادوات البحث

واعتمد الباحث في هذا البحث على "المنهج الوصفي التحليلي" باستخدام تحليل المضمون حيث يمكن من خلاله ايجاد النتائج التي تسعى إليها الدراسة للوصول إلى نتائج صحيحة.

مجتمع البحث

ان العينة يتم تعريفها على أنها مجموعة فرعية من مجتمع البحث يتم اختياره بطريقة معينة، والبحث عنها ، ثم استخدام هذه النتائج لتعمم إلى مجتمع البحث الأصلي بأكمله.^(٢)

حدود البحث

وتمثل عينة البحث في هذه الدراسة برنامج الحرية تتحرى هو برنامج أسبوعي يعرض كل سبت ساعة ٢٠:٠٠ على قناة الحرية يتناول موضوعات مثيرة للجدل ضمن أسلوب الصحافة الاستقصائية وفي كل حلقة يتطرق البرنامج لموضوع مختلف حيث حدد الباحث مدة برامجية من ٢٠١٨ - ٢٠٢١ وهذه الفترة تمثل كل ما موجود في البرنامج حيث بلغت عدد الحلقات الكلي "١٥٠" حلقة منها "١٦" تستهدف العراق والتي اختيرت بأسلوب العينة العمدية القصدية.

١. الحد الموضوعي: يتمثل الحد الموضوعي في معرفة مصادر المعلومات التي استعان بها البرنامج، وأساليب الحرب النفسية التي استخدمتها قناة الحرية في برنامجها (الحرية تتحرى) الموجه إلى المجتمع العراقي.

٢. الحد الزمني: حدد الباحث مدة البحث من فترة ١٥-١٢-٢٠٢٠ - ٢٢-٠٧-٢٠٢١

^(١) محمد قاسم محمد " المدخل إلى مناهج البحث العلمي " (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٨م) ص ٥٣.٥٢.

^(٢) حسين سمير محمد ، "بحوث الإعلام أسس ومبادئ"(القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٦م) ص ٢٩.

السؤال الرئيسي :

ما أساليب الحرب النفسية المستخدمة في برنامج (الحرّة تتحرى) لقناة الحرّة؟

الاسئلة الفرعية :

ما مصادر المعلومات المستخدمة في برنامج الحرّة تتحرى؟

ما الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج الحرّة تتحرى؟

المبحث الثاني: الحرب النفسية ومفهوم وأهدافها

في أي عملية تحديد دقيقة لتعريف مفهوم الحرب النفسية من خلال أغلب الادبيات الدعائية، يطالعنا مفهوم شائع مثقل بالأخطاء يعكس الفهم الذي ساد الفكر السياسي، عن هذه الظاهرة قبل الحرب العالمية الثانية و امتد بعدها بوصفها عاملاً دعائياً محضاً ليس الأ، ومما ساعد في شيوع هذا المفهوم المهم والخطي، النظرة التي سادت الفكر السياسي حتى منتصف الستينيات والقائمة على فصل الحاد بين مستويات التعامل النفسي (كالإعلام والدعاية وغسيل الدماغ والتحويل العقائدي والتثقيف والتعليم... الخ) نظراً لأن معظم هذه التعريفات تركز على الحرب النفسية بالمعنى الواسع، فإن كل شيء موجه ضد العدو - باستثناء القوة المادية - هو مساعدته بنشاط في قهر سلوكه أو التأثير عليه. مواقف معينة من أفكار ومجموعات معينة لديها نية لتغيير واستبدال المواقف الأخرى التي تؤدي إلى سلوك يتوافق مع مصالح الطرف الذي بدأ الحرب)، فقد عرفها صلاح نصر "بأنها الاستخدام المعنى به لا ينوع من وسائل الإعلام بقصد التأثير في عقول وعواطف جماعة معينة معادية أو جماعة محايدة، أو جماعات صديقة اجنبية لغرض استراتيجي أو تكتيكي معين"، في حين عرفها آخرون بقولهم: "هو الاستخدام المنهجي للدعاية والتدابير الإعلامية الأخرى الموجهة إلى مجموعات معادية أو محايدة أو صديقة من قبل دولة أو مجموعة من البلدان للتأثير على مواقفهم وعواطفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم بطريقة تساعد على تحقيق سياسات وأهداف الدولة او المنطقة".^(٣)

فان الحرب النفسية: هي حرب ذات سلوك خفي لا تعتمد على استخدام الأسلحة المادية رغم إنها عادة ما تصاحب الحروب، وكما تستخدم في السلم والحرب، على الرغم من قوة تأثيرها بين زمن الحرب وما بعدها وما قبلها وفقاً للظروف والاستراتيجيات المقدمة، فإن الحرب النفسية أخطر من

(٣) حميدة سميسم، "الحرب النفسية" (بغداد: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٥) ص ٧.

الحروب العسكرية لأنها تستخدم وسائل متعددة غير واضحة للعيان، فهي مقنعة إلى حد ما في كثير من الأحيان حتى ان الجمهور المستهدف لا يلتفت إلى أهدافها، لأنها توجه تأثيرها بشكل أساسي على عقول الناس ومعنوياتهم ومشاعرهم دون أن يدركوا ذلك.^(٤)

وتعرف أيضاً: هي عبارة عن مجموعة من العمليات التي تستهدف الأفراد في جبهة العدو بالإضافة إلى القادة من السياسيين والعسكريين وتشمل حتى الأفراد الغير مقاتلين لما فيها من خدمة لمستخدمي تلك الحرب.^(٥)

• أهداف الحرب النفسية

ان للحرب النفسية أهداف عدة تسعى لتحقيقها:

١. اضعاف ايمان الجماعة المعادية وكل ما يخصها من دين وعقيدة أو مبادئ وقيم، عن طريق تضخيم بعض الأخطاء السلوكية أو التصورات الفكرية المختلفة معه، وتهوين بعض القيم والتشهير بها إلى درجة الاستهزاء.

٢. إثارة بذور وعامل الفرقة والشقاق في نفوس الجماعة المحايدة أو المعادية لتفريق أفراد الشعب عن القيادة وتفريق ابناء المجتمع الواحد عن بعضهم البعض عن طريق زرع قنابل عنقودية متنوعة في عقول أفراد وجماعات المجتمعات العربية بعناوين مثل للعرق هو في الجزائر ودول المغرب العربي "الدين" كما هو في مصر (الأقباط)، الطوائف في لبنان، وآخر ماركة من هذه القنابل هي قضية المذهب بين الشيعة والسنة في العراق ولبنان وبين ايران دول الخليج، حيث تمكنت الدول الغربية و بوسائلها الإعلامية والدعائية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية من زرع هذه القنبلة الاخيرة بين المسلمين في غزوها للعراق مباشرة فكرست مبدأ التخويف من النفوذ الايراني والشييعي على حساب السنة وتصنع من ايران بمشروعها النووي عدواً، فهذه الإستراتيجية قديمة قدم بها الاستعمار التي يعتمد مبدأ فرق تسد داخل الدويلات التي يستولى عليها.

(٤) طالب عبد سالم، محمد عواد شبيب العتابي، "الحرب النفسية وتوظيفها في استراتيجية كيان داعش" (دراسة نفسية

اعلامية) ص ١٤ في موقع الكتروني <https://docplayer.ae>

(٥) احمد نوفل، "الحرب النفسية ك١" (عمان: دار الفرقان، ١٩٨٥). ص ٢٤

٣. تحويل وتضخيم الضائقة الاقتصادية والمالية والاجتماعية من أجل فرض الهيمنة والوصاية على الدول المستهدفة عن طريق فروض وخطط إنقاذ وفق شروط استذالية تزيد الدولة المستهدفة تبعية و رضوخاً.

٤. تدعيم التطرف الديني والسياسي التشويش على القنوات والاعتقادات الدينية الصحيحة والمعتدلة والتشكيك في مصداقيتها.^(٦)

• أساليب الحرب النفسية

الدعاية

هي نشر معلومات وحقائق أو مبادئ أو مجادلات أو إشاعات أو أنصاف حقائق و أكاذيب وفق اتجاه معين من جانب فرد أو جماعة في محاولة منظمة للتأثير في الرأي العام وتغيير الاتجاه الافراد والجماعات باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، ان الدعاية تعطي الفرد ما ينبغي أن يفكر فيه وتعلمه آراء معدة وجاهزة وتعمل على اغلاق نوافذ العقل بغية العمل في الحال، حيث تقدم الدعاية للناس أفكار وآراء يمكن معارضتها وليست معروفة، وتعتبر عملية ذاتية سطحية وأن مصدر المعلومات في الدعاية في كثير من الأحيان يكون غير معروف.^(٧)

ويعرفها مصطفى الدباغ قائلاً: الدعاية هي معلومات أو آراء أو عقائد أو نداءات خاصة لدعم الهدف القومي، مصممة للتأثير على الآراء أو وجهات النظر أو الانفعالات أو سلوك جماعة خاصة لصالح المسؤول سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.^(٨)

فالدعاية بالمعنى الواسع ما هي الا "القدرة على التأثير في الناس بطريقة موضوعية لتحقيق أهداف معينة".^(٩)

(٦) بطرس الحلاق ، "الإعلام والحرب النفسية" (سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠) ص ١٤، ١٣.

(٧) حامد عبد السلام زهران " علم النفس الاجتماعي" (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤) ص ٣٦٢-٣٦٣.

(٨) مصطفى الدباغ "المرجع في الحرب النفسية/دراسات عسكرية" (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٨) ص ٦٣.

(٩) نضال فلاح الضلاعين وآخرون، " الدعاية والحرب النفسية" (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤) ص ١٣.

• التضليل الإعلامي

هو عمل اعلامي منظم ومخطط له يهدف للسيطرة على المتلقي، فعمليات التضليل الإعلامي ليست عملاً عشوائياً أو غير مقصود بل هي عمل مركز قصدي وهدفه تعتمده مركزيات المال والسلطة والإعلام كمنهجية شبه ثابتة لتحقيق المصالح، وايضا تتبناه في الأعم الأغلب الحكومات والمؤسسات و الأحزاب بمستويات متعددة ولأهداف متنوعة، فان التضليل الإعلامي إنه لصرف الجمهور عن عنصر الحقيقة لموضوع معين ، أو لإخفائه عنهم، ويعتقد البعض ان مفهوم التضليل الإعلامي بشكل عام هو الكذب وان الكذب هو عكس الحقيقة.^(١٠)

• الإشاعة

هي أحاديث وأقوال ورسائل وروايات ينقلها الناس دون التحقق من صحتها ودون التحقق من صحتها ، يرونها ويدافعون عنها حتى لا يشكك المستمع في صدق ما يقولونه^(١١)

• غسيل الدماغ

هذه العملية تستهدف تغيير قناعات الفرد أو الجماعة وفق مناهج وأساليب علمية معقدة تؤدي بالنتيجة إلى إعادة تكوين القناعات والأفكار والمزاج النفسي للأفراد بما يخدم مصلحة الجهة التي تقوم بهذا العمل، وهي تستعمل الوسائل البيولوجية المترافقة مع أساليب الضغط النفسي(الإجهاد، الصدمات، التحايل، تغيير معالم البيئة الزمانية والمكانية، الظروف المرافقة)، و أن خطوات التي تتبع لغسل الادمغة هي:

(مهاجمة الشخصية، ترسيخ الذنب، خيانة الذات، النقد الذاتي، التبني للمعتقدات الجديدة والدفاع عنها).^(١٢)

• الاستعانة والاستشهاد من مصادر القوة والثقة في تأكيد الادعاء

كأن يقول مثلاً (وصرح شاهد عيان) وذكر (احد الاسرى انه...) أو (أكد مجموعة من الأطباء المختصين ان ما حدث بفعل مادة سامة) ان ذكر الطبيب المختص أو شاهد العيان توهي

(١٠) بطرس الحلاق ، "الإعلام والحرب النفسية"، (سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠)، ص ١٨٢.

(١١) حسن السعيد "سيكولوجية الإشاعة، رؤية قرآنية" (عمان: دار دجلة، ٢٠١١م) ص ١٩، ٢٠.

(١٢) برهان شابي، "الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ" (بيروت: دار الفارابي، ٢٠١٢) ص ٦٤، ٦٥، ٦٦.

بالاطمئنان والثقة لأول وهلة فاذا لقي الادعاء اول قبول لدى الانسان فأن التكرار وسائل أخرى كفيلة بترسيخه.

• الانتخاب

أي اختيار معلومة واحدة من بين مجموعة منها ومن غيرها بحيث تلائم اغراضه ويبني عليها اكاذيبه ودعايته، وفن الانتخاب يعني الاستناد إلى الاسس والمؤشرات العلمية والاجتماعية والسياسية والثقافية في ذلك البلد أو الشعب.

• محاولة بث الشك

سحب الثقة من نفسية المواطن تجاه جذورها التاريخية وتراثه وامجاد امته واصالة قوميته، وبذلك يضمن العدو ضعف وتخاذل مقاومته^(١٣).

• الفكاهة والكاركاتير

ولا شك ان إطلاق النكتة ضمن خطة موضوعة ليس بالأمر اليسير السهل وإنما هي وسيلة ذات وزن فتأليف النكات واشاعتها بين الناس لهدف محدد وضمن توقيت محدد كذلك ينقلها من مجرد موضوع للضحك والتسلية إلى موضوع يفتك بقوة المجتمع ويبلبل أفكاره ويفقدها الثقة بنفسه وبمسؤوليته^(١٤).

• افتعال الأزمات و حَبْك المؤامرات

إنه استخدام حوادث أو حادثة معينة، والتي قد تكون بسيطة، ولكنها تستخدم بنجاح بطريقة ما لخلق أزمات، والتأثير على نفسية العدو، وإفادة الدولة المطلقة للحرب.

• اشاعة الرعب والفوضى

وهذه وسيلة مهمة لتخويف الناس وقهرهم باستخدام وسائل مختلفة لخلق حالة من الفوضى باستخدام الخوف ، ومن السهل السيطرة عليها والتغلب عليها من خلال هذه الحالة، كما أنها من أكثر العوامل احتمالية للتسبب في الخوف انتظار هجوم العدو والتخمين من أي جهة سيأتي، ثم

(١٣) فخري الدباغ، "الحرب النفسية" (بغداد: منشورات وزارة الثقافة والفنون العراقية، ١٩٧٩) ص٢٢، ٢٠، ١٨.

(١٤) المصدر نفسه، ص١٦٧.

المنطق النفسي للجنود هو "الانتظار أفضل من انتظار الشدائد" تكثر النفوس والتخيلات والتكهنات، ووجدت الشائعات أرضاً خصبة فيها، وغالباً ما يدفع القلق الشديد الجنود إلى الهجوم بسرعة للتخلص من انتظار الخوف، وقد فقد الأمريكيون العديد من الجنود خلال هذه الفترة خلال المعركة في الغابة مع الجيش الياباني في الشرق الأقصى، ووقعوا في الكمين^(١٥).

• الاعلان

لم يعد فن الإعلان مقصوراً على الإعلان عن سلعة معينة العلوم السلوكية والتحليلات لتوليد القناعة والثقة لدى الأفراد نحو بعض الأنشطة أو القرارات، ويستخدم للتعبير عن وجهات النظر الاجتماعية والسياسية والترويج للبرامج الحزبية، وكذلك خصائص وإمكانات الأسلحة والمعدات العسكرية.

• الدعوة

تعني نشر فكرة معينة بهدف إقناع الآخرين بها مستخدمين في ذلك الحجة والمنطق والتفكري العلمي السليم، وغالباً ما تكون هذه الفكرة ذات مضمون ديني أو عقائدي أو سياسي يقوم أساساً على الصراحة التي تسعى لنقل الحقيقة إلى شخص يؤمن أو عليه أن يؤمن بها.^(١٦)

• التعتيم الإعلامي

أحد أهم الأساليب التي استخدمها جيش الاحتلال الصهيوني في حربه النفسية هو اتباعه سياسة التعتيم الإعلامي التي تركز بالأساس على إخفاء خسائره من عدد القتلى والعتاد، حيث فرضت الرقابة العسكرية التابعة لمخابرات الاحتلال حظراً على العديد من المعلومات وتمنع نشرها من مصادرها بحجة الحفاظ على تماسك الجبهة الداخلية.

(١٥) بطرس الحلاق ، المصدر السابق، ص ٦١.

(١٦) سامية ابو نصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة" (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠١٠)، ص ٥٢.

• بث رسائل صوتية

هذا الأسلوب استخدم في غزة من قبل الاحتلال الإسرائيلي حيث قام الاحتلال ببث رسائل صوتية من خلال مكبرات الصوت يحذر المواطنين من الاقتراب من مقرات حركة حماس واصفاً اياها بالإرهابية والرسالة الصوتية تحمل أفكار غير حقيقية عن حركة حماس لتغيير آراء المواطنين.

• الإعلام الموجه

تعريف ومفهوم الإعلام الموجه

إذا انتقلنا إلى الإعلام الغربي، يتهمة بعض المراقبين للشأن الإعلامي بالاستعلاء والفوقية في تعامله مع القضايا العربية، من الضروري أن نُفَصِّل هذه النقطة بشكل أفضل، فهناك أجهزة اعلامية غربية تتعامل بأساءة وعدم احترام مع قضايا المنطقة، وهناك أجهزة تتعامل بعدائية ولا تعترف حتى بوجود الامة العربية على الكرة الأرضية، ولكن هناك على الجانب الآخر اعلام يحترم قضايا المنطقة ويتعامل معها بمهنية وحرفية عالية المستوى، بغض النظر عن مواقف الحكومات.^(١٧)

الإعلام المعاصر مثل أداة للجريمة، لأنه أصبح كالعصا السحرية، يتحكم بالعقول، بل اصبح الإعلام يمتلك قدرة على خلق واقع وهمي جديد لا يمكن أن تراه الا من خلال الإعلام، فنحن أجيال اعتادت على التلفاز والسينما، و الانترنت لتشكيل أفكارنا، واتجاهاتنا ومبادئنا، وفلسفاتنا الحياتية، لقد تعودنا على اجتراع الوهم لمداوة النقص، والهروب من الواقع، ومن طبيعة عقل الانسان أنه يميل أكثر إلى تلقي الخرافة، والوهم، وتصديق المجهول، وما ورائيات، والامر لا يتوقف عند مستوى تعليمي، أو ثقافي، أو اقتصادي معين، فكما سكنت الخرافات المجتمعات القديمة نجدها ايضا تسكن المجتمعات المتطورة، بل أن الانفتاح ساهم في نشر الوهم، والخرافة بشكل اوسع، وأسرع.^(١٨)

(١٧) محمد شعبان مهدي " العلاقات العامة و فن التعامل مع الجماهير " (القاهرة: المطبعة الحديثة، ١٩٩٩م) ص ٣٢.

(١٨) محمد يوسف الأيشي " بناء الاتصال الشخصي والجماهيري في الاعلام الأمني " (القاهرة: مطابع الشرطة، ٢٠٠٩م) ص ٦٦٩.

يعرف الباحث الإعلام الموجه: هي وسائل الإعلام التي يتم إطلاقها من دولة إلى دولة أخرى أو منطقة أخرى من العالم، بلغة الجمهور أو الدولة الثانية أو المنطقة المستهدفة لتحقيق غرض معين.

• أنواع الإعلام الموجه

يمكن تصنيف الإعلام الموجه لعدة أنواع وأشكال، وهذا النوع يعود إلى اختلاف الأهداف التي يسعى الإعلام لتحقيقها، بالإضافة للاختلاف في أسلوب الإدارة والتمويل بالنسبة لوسائل الإعلام الموجه، فيمكن تقسيم الإعلام الموجه وفقاً للآتي:

١- أنواع الإعلام الموجه وفقاً للأسلوب إدارته وتمويله:

١. اعلام موجه رسمي ويكون خاضع لإدارة الدولة اشرافها وتمولها بشكل كامل كما هو الحال مع إذاعة صوت أمريكا، وقناة روسيا اليوم الفضائية وموقعها الإلكتروني وقناة دوجا فلا الألمانية وقناة العالم الايرانية.

٢. الإعلام الموجه غير الرسمي والذي لا يكون تحت السيطرة الدولة بشكل مباشر وتمتلك الاستقلال النسبي في عمله كما هو الحال في شبكة BBC ويسعى الإعلام الموجه الرسمي وغير الرسمي بالإعلام الموجه العلني لأنه يعبر بصراحة عن الجهة التي يمثلها.

٣. الإعلام الموجه أو الدولي الذي لا يكشف عن مصادر تمويله أو الجهة الحقيقية التي يمثلها أو المكان الذي ينطلق منه فيسمى بالإعلام الموجه السري مثل إذاعة أوربا الحرة.

ب- أنواع الإعلام الموجه بناء على الأهداف التي يسعى لتحقيقها وينقسم إلى ثلاث أقسام وهي كالآتي: (١٩)

١. الإعلام الموجه لأهداف سياسية و دعائية: و يقوم بنقل وجهات نظر الدولة أو الجهة المستفيدة منه ويترجم سياستها و وتسعى لتحقيق مكاسب سياسية لها لدى الشعوب المستهدفة مثل قناة الحرة الأمريكية و موقع شبكة CNN بالعربي .

(١٩) محمد بشير منصور صالح ، "التغطية الصحفية للشأن العراقي في الاعلام الإلكتروني الموجه دراسة تحليلية لموقع TRT العربي"، (مجلة كلية التربية البشرية، العدد ٩، ٢٠٢٠)، ص ١٣٦، ١٣٥.

٢. الإعلام الموجه لأهداف تجارية: ويتمتع هذا النوع من الإعلام بهامش من الحرية في رسم السياسات، ولكنه يخضع لقدر من الإشراف أو الرقابة الحكومية وتحمل برامجه في بعض الأحيان الطابع السياسي مثل قناة (CCTV الصينية) الموجهة للمنطقة العربية لأهداف اقتصادية.

٣. اعلام الموجه لأهداف دينية أو قومية أو عرقية وهي وسائل الإعلام التي تسعى إلى نشر أفكار دينية أو الدعوة الدين وطائفة الجهات القائمة عليها، أو التواصل وإدامة العلاقة للأقليات العرقية والدينية القاطنة خارج الدولة الراعية للبت، ومثال ذلك قناة العالم التركي التي يرمز لها TRT TURK التي تستهدف في بثها جمهور القوقاز وآسيا الوسطى، من أجل التعريف بتركيا للأقليات التركية في تلك المنطقة

ثالثاً: وسائل الإعلام الموجه

ان وسائل الإعلام تعتبر أدوات توصيل المادة بكل أشكالها وقد مرت وسائل الإعلام بمراحل تطور مختلفة علي نفس مراحل تطور الإعلام كعملية وفكرة إنسانية من بدائي مروراً بكل مراحلها إلى أن وصل إلي الحداثة والتقانة الحالية ومن أهم وسائل الإعلام الموجه.

الصحافة الموجهة: "الصحف التي توجه إلى جماهير القراء في دولة أخرى خارج حدود الدولة التي تصدر فيها الصحيفة، ومن ثم تراعي اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي تتوجه إليه خارج الحدود، فتصدر بلغة يجيد قراءتها، سواء كانت لغته الوطنية أو لغة أخرى" (٢٠).
وتتميز الصحافة العالمية أو الموجهة بصفات عدة منها: (٢١)

١. تمتلك الصحافة الدولية جهازاً ضخماً من المراسلين المقيمين والجوالين المنتشرين في مختلف أنحاء العالم، بينما تمتلك الصحافة المحلية أو الوطنية جهازاً من المراسلين المقيمين والجوالين في بعض من دول العالم.

٢. توفر للصحافة الدولية جهازاً كبيراً من الاختصاصيين في السياسية الدولية، بينما تولي الصحافة المحلية والوطنية اهتماماً أقل للشؤون الدولية، ومن ثم يندر أن تخصص محررين أو

(٢٠) عقيل الخفاجي ، "محاضرة في مادة الصحافة الدولية"، (جامعة الانبار كلية الاداب، ٢٠١٩)، ص ٢
<http://www.uoanbar.edu.iq/eStoreImages/Bank/3567.pdf>

(٢١) سعد سلمان المشهداني ، "الصحافة العربية و الدولية المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات"، (دبي: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤)، ص ١٢، ١٣، ١٤.

كتابًا يتخصصون بالقضايا والشؤون الدولية، ذلك أن تركيزها ينصب على القضايا المحلية - الوطنية.

٣. تهتم الصحافة الدولية بموضوع الخبر على الصعيد الدولي وتوضح مضمونه، بينما تهتم الصحافة الوطنية المحلية بموضوع الخبر على الصعيد المحلي - الوطني.

الإذاعات الموجهة: هي الإذاعات التي توجه برامجها المختلفة والتي تصل رسالتها الإعلامية إلى دول متعددة في العالم بلغات مختلفة للدول المستهدفة وفق ما تضعه من خطط لزمّن ضمن سياسة الدولة المرسلّة بحيث يصل صوت الدولة الباتّة للأرسال وفق سياسة إعلامية مخططة وهادفة وليس بشكل عفوي^(٢٢).

• مفهوم وتعريف القنوات الفضائية الموجهة

القنوات الفضائية: هي قيام الأقمار الصناعية بالنقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان وببثه بشكل مباشر إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البلد الأصلي مسافات بعيدة تحول دون التقاط البث^(٢٣)

تسعى القنوات الفضائية الدولية الموجهة إلى ترسيخ فقد ثقة المتلقي العربي في مؤسساته الوطنية عموماً والإعلامية على وجه خاص حتى يظل مرتبطاً بهذه القنوات يتلقى منها الأخبار ويشكل آراءه واتجاهاته طبقاً لمقتضياتها الدعائية^(٢٤).

قد استغلت المحطات الفضائية الأجنبية الموجهة المزايا التي توفرها العولمة للوصول إلى الجماهير العربية، وصنعت حدوداً أخرى جديدة غير مرئية تبعاً لهذه العولمة وبما يخدم مصالحها ومصالح الدول التي انطلقت منها مما يتطلب رؤية عربية استراتيجية واضحة لمواجهة هذا التحدي الذي من شأنه ترسيخ التبعية واستمرار الهيمنة^(٢٥).

(٢٢) دقة، زينب، "السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة دراسة ميدانية وتحليلية لإذاعة الجزائر الدولية"، (رسالة ماجستير، ٢٠١٨)، ص ٦٩، ٥٩.

(٢٣) رشا محمود سامي "واقع التحديات المعاصرة التي تواجه الإعلام الهادف الموجه للطفل، والتي تتطلب تعزيز دور الأسرة في تربية أطفالها إعلامياً، مجلة الطفولة العربية" (الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، ٢٠١٣)، ص ٦٥-٦٦.

(٢٤) منال هلال المزاهرة، "مناهج البحث الاعلامي" (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٣٢٦.

(٢٥) محمد بن عبد العزيز الحيزان، "البحوث الإعلامية" (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ط ٢، ٢٠٠٤) ص ٢٤.

• قناة الحرة

تعريف نشأة قناة الحرة

الحرة قناة فضائية ممولة من الحكومة الأمريكية ، بدأت البث في ١٤ فبراير ٢٠٠٤ ، وهي تغطي ٢٢ دولة في الشرق الأوسط. كما هو الحال مع جميع أشكال الدبلوماسية العامة الأمريكية ، تم حظر القناة من البث داخل الولايات المتحدة بسبب قانون البث الدعائي الدبلوماسي -Smith Mound لعام ١٩٤٨.^(٢٦)

كان نورمان جويل بيتس، مؤسس قناة الحرة، عضواً في حزب المحافظين الإذاعيين (BPG) في ذلك الوقت، وهو مسؤول عن الإشراف على الخدمات الإذاعية الحكومية الدولية غير العسكرية مثل صوت أمريكا وراдио أوروبا الحرة وراдио آسيا الحرة.^(٢٧)

يتألف طاقم قناة الحرة من ٢٠٠ شخص، جاء معظمهم إلى الولايات المتحدة من دول ناطقة باللغة العربية للعمل في القنوات التلفزيونية المتنافسة وغيرها من المشاريع المشتركة التمويل راдио سوا موقع البث هو سبرينغفيلد، مقاطعة فيرفاكس، فيرجينيا، بالقرب من واشنطن العاصمة.^(٢٨)

تُذاع قناة الحرة على مدار ٢٤ ساعة في اليوم، لا توجد إعلانات تجارية في قناة "الحرة"، بالإضافة إلى الأخبار الإقليمية والدولية، تبث القناة أيضاً برامج حول مواضيع متعددة مثل حقوق المرأة وحقوق الإنسان، الحقوق، والحرية الدينية، وحرية التعبير، والصحة، والأخبار الترفيهية، والأخبار الرياضية، والعلوم والتكنولوجيا، وبث برامج مشهورة في الولايات المتحدة ومترجمة إلى العربية دولياً ، مثل: Frontline و Modern Marvel و Sixty Minutes وغيرها.^(٢٩)

(٢٦) الحرة ميدل أي ست برودكاستنغ نيتورك نسخة محفوظة ١٤ فبراير ٢٠١١ على موقع واي باك مشين <https://archive.org/web/>

(٢٧) "شبكة امريكية تترنح في مهمتها في الشرق الأوسط، واشنطن بوست، ٢٣ يونيو، ٢٠٠٨ على موقع واي باك مشين" <https://archive.org/web/>

(٢٨) "فقد في مهمة: الحرة - جهد امريكا المتعثر في الشرق الأوسط، بروبليكا ٢٢ يونيو، ٢٠٠٨ على موقع واي باك مشين" <https://archive.org/web/>

(٢٩) "واي ثلوك، كريغ (٢٢ يونيو، ٢٠٠٨) "U.S. Network Falts in Middle East Mission" <https://archive.org/web/>

• برامج قناة الحرية

١. ٢ دولار الأحد، ٢٠:٠٠ GMT.. برنامج أسبوعي يتناول قصصاً واقعية لمعاناة الكثير من العائلات التي تنن تحت عبء الازدحام الاقتصادية والاجتماعية الرديئة في دول عديدة في الشرق الأوسط. تقديم: ريم كركي.
٢. المشهد اللبناني: الاثنين، الساعة ٢٠:٠٠ GMT.. برنامج سياسي أسبوعي يبث من بيروت يرافق المواطن اللبناني في حياته اليومية ويقدم له منبرا تلفزيونيا يرفع صوته ويناقش همومه بمنتهى الحرية. تقديم: ليال الاختيار.
٣. بالعراقي: الأحد - الخميس الساعة ٢٠:٠٠ GMT على الحرية عراق.. برنامج سياسي يتناول قضايا الساعة التي تهم العراقيين ويناقش الحدث اليومي بمختلف أبعاده ويقدم نظرة تحليلية معمقة وشفافة ومتوازنة حول كل ما يحدث على الساحة العراقية. تقديم: علي الزبيدي.
٤. الحرية تتحرى: السبت، الساعة ٢٠:٠٠ GMT.. برنامج مختص بالصحافة الاستقصائية يسعى إلى كشف الأسرار وتوضيح الحقائق ويرصد موضوعات قلما تناقش على وسائل إعلامية أخرى.
٥. الحرية الليلة: يومياً، الساعة ١٨:٠٠ GMT.. برنامج إخباري يومي يتناول الملفات الساخنة بالعمق والتحليل ويستعرض آخر الأخبار والمستجدات.
٦. اليوم: الأحد - الخميس الساعة ٥:٠٠ GMT.. نافذة على الأحداث السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، وجولة على أبرز المستجدات الرياضية، والطبية، والتكنولوجية، والفنية. تقديم: لين البديري، وباسل صبري، ورؤى ريان.
٧. عاصمة القرار: الجمعة، ٢٠:٠٠ GMT.. مناظرة أسبوعية حول السياسة الخارجية الأميركية المرتبطة بالشرق الأوسط تستعرض مواقف الأطراف التي تساهم في صناعة القرار الأميركي. تقديم: ميشال غندور.

٨. كلمة حق: الخميس، ٢٠:٠٠ GMT برنامج أسبوعي يتناول قضايا حقوق الإنسان في الدول العربية والتحديات التي تواجه الأفراد والجماعات. تقديم: جمانه حداد.

٩. بين سام وعمار: الخميس ٢٠:٣٠ GMT.. برنامج أسبوعي تحليلي يتناول التطورات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، والمستجدات الدولية المؤثرة عليها من منظور ليبرالي شفاف. تقديم: عمار عبد الحميد وصامويل تادرس.

١٠. مختلف عليه: الأحد ٢٠:٠٠ GMT.. برنامج أسبوعي يفتح الملفات التي يصر الفقهاء على إغلاقها بدعوى أنهم الوحيدون الذين يملكون مفاتيحها. تقديم: إبراهيم عيسى.

١١. الحكي سوري: الثلاثاء ٢٠:٠٠ GMT.. مساحة أسبوعية للنقاش الموضوعي حول كل التطورات العسكرية والسياسية والاقتصادية في سوريا بأبعادها الداخلية والإقليمية والدولية. تقديم: روشان بوظو.

١٢. حديث الخليج: الأربعاء ٢٠:٠٠ GMT.. مجلة أسبوعية تناقش كل ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والسجلات الثقافية في دول الخليج. تقديم: سكيمة المشيخ.

١٣. داخل واشنطن: الأحد ١٤:٣٠ GMT.. برنامج أسبوعي يعنى بالشؤون الداخلية الأمريكية ويشرح آليات الرقابة والتوازن بين السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية. تقديم: روبرت ساتلوف.

١٤. اخبار هوليوود: الخميس ١٤:٣٠ GMT.. يصطحب البرنامج المشاهد العربي إلى استوديوهات عاصمة السينما العالمية هوليوود ليتعرف على أحدث اصداراتها وأعمالها الجديدة ويلتقي مشاهيرها. تقديم: ديمة طابع.^(٣٠)

(٣٠) موقع قناة الحرة، تمت المعاينة ١٠/١٠/٢٠٢١ <https://www.alhurra.com>

• برنامج الحرة تتحرى

برنامج يبث أسبوعياً يتناول المواضيع الحساسة ويعرض تقارير وتحقيقات صحفية معدة من قبل الكادر الخاص بالبرنامج، موعد البرنامج كل يوم سبت الساعة ٢٠:٠٠ بتوقيت غرينتش بثت أول حلقة من برنامج " الحرة تتحرى" في ٧ نوفمبر ٢٠١٨ حيث كانت الحلقة الاولى تعريفية بالبرنامج والكوادر العاملة عليه.

، وحصل الباحث على المعلومات من مراسلين و صحفيين رفضوا الكشف عن اسمائهم .
تم اعداد البرنامج من قبل معددين برامج عراقيين و عرب من جنسيات مختلفة وكانت حلقات عينة البحث من هذا البرنامج "١٦" حلقة لمدة ٣ سنوات من ٢٠١٨ - ٢٠٢١ كون البرنامج يتناول قضايا المنطقة والعراق وكانت عناوين الحلقات كالتالي:

حلقة إغتيال الناشطين في العراق .. من المستفيد ؟ ١٤-١١-٢٠١٨، حلقة اين ذهبت مليارات إعادة إعمار المحافظات المدمرة ؟ ٢٦-١١-٢٠١٨، حلقة نفط البصرة المنهوب على يد الميليشيات ٠٩-١٢-٢٠١٨، حلقة اسرى داعش .. القنبلة الموقوتة ١٥-١٢-٢٠١٨، حلقة ايران وشبكة التضليل الإعلامي حول العالم ٠٦-١-٢٠١٩، حلقة أسرى داعش البيع لأعلى سعر ١٩-٦-٢٠١٩، حلقة الفساد الديني في العراق ٣١-٨-٢٠١٩، حلقة لغز الصواريخ الإيرانية في العراق ٢١-٩-٢٠١٩، حلقة في العراق .. قناص بأفئعة مختلفة ٢٣-١٠-٢٠١٩، حلقة العراق .. وجهان لسلطة واحدة ٠٨-١٢-٢٠١٩، حلقة كيف دمر الفساد أعمدة الدولة العراقية ؟ ٠١-٢-٢٠٢٠، حلقة قاسم سليمانى جنرال الفوضى ٢٢-٢-٢٠٢٠، حلقة العراق تحت عمامة السلطة ٠٧-٣-٢٠٢٠، حلقة نفط العراق .. مزيج الهدر والفساد ٣١-٥-٢٠٢٠، حلقة صحفيون تحت سلاح مجهول ٢٨-١١-٢٠٢٠، حلقة العراق: سكان المحافظات الغربية .. جناة أم ضحايا ؟ ٠٩-١-٢٠٢١ .

المبحث الثالث: الاطار الميداني

يتضمن هذا الفصل تحليلاً ضمن إطار تحليل المضمون لبرنامج الحرة تتحرى (عينة البحث) في قناة الحرة الفضائية والذي يعد من البرامج التي تقدم تحقيقات وتقارير استقصائية عن الكثير من الاحداث الحاصلة في العالم والوطن العربي والعراق، وقد حقق البرنامج عدد حلقات اجمالية وهي ١٥٠ حلقة بواقع ١٦ حلقة موجهة للعراق خلال مدة زمنية من (٢٠١٨ إلى ٢٠٢٠) وحسب فئات التحليل وهي كالآتي:

اولاً: جدول (١) يبين المدة الزمنية لعرض برنامج (الحرّة تتحرى) في قناة الحرّة الفضائية لكل حلقة من الحلقات و قد اعتمدت هذه الفئة الدقيقة كوحدة قياس .

جدول (١) يوضح فئة المدة الزمنية للبرنامج عينة البحث

ت	عنوان الحلقة	المدة الزمنية	تاريخ النشر
١	الإغتيالات في العراق .. من المستفيد ؟	22:54	٢٠١٨-١١-١٤
٢	العراق .. اين ذهبت مليارات إعادة الإعمار؟	٢٥:٠٠	٢٠١٨-١١-٢٦
٣	نפט البصرة المنهوب على يد الميليشيات	24:47	٢٠١٨-١٢-٠٩
٤	اسرى داعش .. القنبلة الموقوتة	٢٣:٣٧	٢٠١٨-١٢-١٥
٥	ايران وشبكة التضليل الإعلامي حول العالم	١٨:٢١	٢٠١٩-١-٠٦
٦	أسرى داعش .. البيع لأعلى سعر	٢٤:٤٦	٢٠١٩-٦-١٩
٧	الفساد الديني في العراق	٢٥:٢٤	٢٠١٩-٨-٣١
٨	لغز الصواريخ الايرانية في العراق	١٨:٤٩	٢٠١٩-٩-٢١
٩	في العراق .. قناص بأقنعة مختلفة	٢٥:١٦	٢٠١٩-١٠-٢٣
١٠	العراق .. وجهان لسلطة واحدة	٢٤:٠٦	٢٠١٩-١٢-٠٨
١١	كيف دمر الفساد أعمدة الدولة العراقية ؟	٢٤:٢٠	٢٠٢٠-٢-٠١
١٢	قاسم سليمانى ... جنرال الفوضى	٢٢:٥٤	٢٠٢٠-٢-٢٢
١٣	العراق تحت عمامة السلطة	٢٤:٠٧	٢٠٢٠-٣-٠٧
١٤	نפט العراق .. مزيج الهدر والفساد	٢٥:٠١	٢٠٢٠-٥-٣١
١٥	صحفيون تحت سلاح مجهول	٢٥:٠٧	٢٠٢٠-١١-٢٨
١٦	سكان المحافظات الغربية .. جناة أم ضحايا؟	٢٥:٠٣	٢٠٢١-١-٠٩
	الزمن الكلي	٣٨٣:٠٨	

١. يوضح جدول (١) عدد الحلقات و المدة الزمنية وعناوينها وتاريخ نشرها، حيث يظهر الجدول ان حلقة (الفساد الديني في العراق) والتي استهدفت الاماكن والعتبات المقدسة بالفساد وحلقة (العراق .. اين ذهبت مليارات إعادة الإعمار؟) والتي وجهت اتهامات بسرقة الاموال من قبل احزاب سياسية وفصائل مقاومة، وحلقة (في العراق .. قناص بأقنعة مختلفة) والتي هدفت فيها إلى اشعال الفتنة بين المتظاهرين و فصائل الحشد الشعبي، وحلقة (نפט العراق .. مزيج الهدر والفساد) كانت للحديث عن تهريب النفط العراقي خارج البلد وخط الاوراق على المشاهد، وحلقة (صحفيون تحت سلاح مجهول) تحدثت الحلقة عن القتل الذي يحصل للصحفيين في العراق وسوريا وحلقة (سكان المحافظات الغربية .. جناة أم ضحايا؟) وكانت تتحدث عن عمليات الخطف التي تحدث في

مناطق غرب العراق واتهام فصائل الحشد الشعبي بذلك، فقد كانت هذه الحلقات اطول فترة زمنية في البرنامج حيث خصص لها اكثر من ٢٥ دقيقة وهذا يدل على أهمية المواضيع المتناولة في المادة الإعلامية وتشعبه بالمعلومات.

٢. يتبين من الجدول (١) ان البرنامج استخدم في اربعة عناوين نوع الاستفهامي كما مبين في الجدول اعلاه، وهذا الاستخدام في الصحافة الاستقصائية لا يمكن ذلك، لان عناوين الصحافة الاستقصائية صريحة و واضحة، وكما ان هذا النوع من العناوين يستخدم في الصحافة التقليدية، لعنوان الاستفهامي: وهو العنوان الذي يطرح ابرز ما في الخبر واهم من يحتويه على شكل سؤال، وذلك بقصد إثارة القارئ، ودفعه للبحث عن جواب السؤال المطروح، والذي تكون إجابته في صلب المادة الإخبارية^(٣١)، وهذا ما يؤكد المختصون في الصحافة الاستقصائية ، ان ما وجدناها في الحرة تتحرى مثلاً " تقول في واحده من الحلقات الفساد الديني في العراق، الفساد الديني في العراق هو موضوع عام كان الأخرى بمقدم البرنامج ان يقوم باختيار نوع من أنواع الفساد الديني يعني لنفرض مثلاً عندما يتحدث عن الفساد الديني في العراق يجب ان يختار الزاوية مثلاً يقول مشاريع ديواني الوقف السني والشيوعي، أو مثلاً المشاريع الاستثمارية في ديوان الوقف الشيعي أو المشاريع الاستثمارية في س عتبه لكن ما وجدناها انه اخفق البرنامج ايضا في موضوع اختيار العناوين لأن العناوين يجب ان لأتكون عامة ومبهمة وهناك الكثير من الملاحظات على هذا البرنامج^(٣٢).

ثانياً: جدول (٢) يبين فئة مصادر المعلومات التي اعتمدها البرنامج (الحرة تتحرى) وتهدف هذه الفئة إلى معرفة المصادر التي تم استخدامها في حلقات البرنامج .

جدول (٢) يوضح فئة مصادر المعلومات التي اعتمدها البرنامج

ت	فئة المصادر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصحفي نفسه	٧١	١٠%	الرابعة
٢	مسؤول حكومي	٦٢	٩%	الخامسة
٣	خبير اجنبي	١٩	٢%	العاشر
٤	الوثائق والمستندات	72	١١%	الثالثة

(٣١) عظيم كامل زريزب ، "انواع العناوين الصحفية" (محاضرة الكترونية، كلية الاداب جامعة بابل ٢٠٢٠/٢١/٠٨)

<https://art.uobabylon.edu.iq/lecture.aspx?fid=8&lcid=87465>

(٣٢) حيدر الجنابي ، (صحفي استقصائي عضو شبكة الصحفيين العراقيين للصحافة الاستقصائية الفائز بجائزة الصحافة الاستقصائية لعام ٢٠١٦ جائزة التميز الاعلامي التي اقترتها جامعة الدول العربية)، مقابلة مباشرة ١٥-٠٧-٢٠٢١

٥	مواقع غير رصينة و سوشيال ميديا	١٨٢	٢٧%	الاولى
٦	الصحف والوكالات	108	١٧%	الثانية
٧	مواطن	٢٤	٣%	التاسعة
٨	صحفي	٨4	٧%	السادسة
٩	موظف متقاعد	١٣	٢%	العاشر
١٠	مصدر مجهول	١٦	٢%	العاشر
١١	خبير عراقي	٤٠	٦%	السابعة
١٢	رؤساء منظمات ومؤسسات	٢٥	٤%	الثامنة
	المجموع	٦٨٠	١٠٠%	

١- يتبين من الجدول (٢) الخاص بالمصادر ان فئة (مواقع غير رصينة و سوشيال ميديا) جاءت بالمرتبة الاولى و كان المصدر الاكثر استخداما بنسبة ٢٧% حيث اعتمد البرنامج بشكل كبير على مواقع غير معروفة على الانترنت، ونستنتج من ذلك ان اعتماد البرنامج على الانترنت نتيجة قلة المصادر الحقيقية، ان ما يجري في عالم الإعلام الرقمي اليوم، يبين حقيقة مؤلمة يعترف بها الكثير من العاملين في الميدان، وهي أن التطور التقني بقدر ما أفاد الصحافة، مس بالقدر ذاته جوهرها بشكل سلبي، وسط تسابق محموم نحو الزيارات باي ثمن، فإن كانت ظاهرة انتهاك قواعد المهنة وأخلاقياتها قد انتشرت في عهد الصحافة المطبوعة والقنوات الفضائية لجلب أكثر عدد من القراء/المشاهدين، فالظاهرة تفاقمت في زمن الإنترنت.^(٣٣) أي ان المواقع الرقمية والالكترونية أثرت على مهنة الصحافة واخلاقياتها .

وجاءت فئة (الصحف والوكالات) بالمرتبة الثانية بنسبة ١٧% حيث جاء اعتماد البرنامج على وكالات اخبارية وصحف نشرت المعلومات والوثائق، وجاءت فئة (الوثائق والمستندات) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١١% وبالرغم من الوثائق والمستندات تعبر مهمة في مجال العمل الإعلامي و هي الاكثر مصدر للثقة الا إنها اغلبها لم يكن محل الحديث و لا شاهد للقضية المطروحة، و كان اغلبها يظهر بشكل سريع و لا يتسنى للمشاهد التأكد من صحتها، أما فئة (الصحفي نفسه) جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة ١٠% وهذه نسبة كبيرة مقارنة بالمصادر الرسمية أو المختصون الذي تعتمد

(٣٣) إسماعيل عزام "التأكد من الخبر أهم من الخبر" معهد الجزيرة للإعلام،

٢٠١٧، 273/article/ar/ajr/institute.aljazeera.net http:// تمت المعاينة ٢٠٢١-٧-٩

عليها الصحافة الاستقصائية، فقد جاءت فئة (مسؤول حكومي) بالمرتبة الخامسة بنسبة ٩%، وفي المرتبة السادسة جاءت فئة (صحفي) اذ استعان البرنامج بالصحفيين مصدر للمعلومات ولم يتم استضافة صحفي محايد لي طرح الرأي بموضوعية رغم ان على الصحفي ان يكون محايد ويقف مع الجميع على مسافة واحد وي طرح الفكرة بموضوعية، اذ لم نشاهد هذا في البرنامج عينة البحث، أما فئة (خبير عراقي) جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة ٦%، واحتلت فئة (رؤساء منظمات ومؤسسات) المرتبة الثامنة بنسبة ٤% حيث استضاف البرنامج رؤساء مؤسسات معننين العداء والهجوم على المرجعيات ورجال الدين بالإضافة إلى ذلك وجودهم خارج العراق لسنوات عديدة، ومن ثم جاءت فئة (مواطن) بالمرتبة التاسعة بنسبة ٣%، وتساوت كل من الفئات (خبير اجنبي)، (موظف متقاعد)، (مصدر مجهول) بنسبة ٢%، وتشير مصادر صحفية " ان البرامج التلفزيونية الاستقصائية غالبا ما تعتمد الخبراء والمتخصصين في القضايا المطروحة لتعطي مصداقية والدقة في الطرح الموضوعي، لأنه نابع من مصادر متخصصة مما يشكل دليلاً داعماً لمصداقية المعلومة، اما الشخصيات الرسمية فهي تشكل الجهة المخولة بالتصريح وهذه المصادر صاحبة القرار و تمثل مرجعاً يستعان به في هذه البرامج"^(٣٤). وما ظهر في فئة المصادر عكس ما يطرحه المتخصصين في الصحافة الاستقصائية، وهنا تأتي الأجابة على السؤال الفرعي الأول من الدراسة والذي نص : ما مصادر المعلومات المستخدمة في برنامج الحرة تتحرى؟

ثالثاً: جدول (٣) يبين فئة المصادر المكتوبة التي اعتمدها البرنامج (الحرة تتحرى) وتهدف هذه الفئة إلى معرفة المصادر الغير جيدة التي تم استخدامها في حلقات البرنامج ونعني بها المصادر الغير جيدة التي لا ينصح باستخدامها اطلاقاً كونها لا تعتمد على مصدر معروف^(٣٥).

جدول (٣) يبين فئة المصادر المجهولة

ت	المصادر المجهولة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ذكر مصدر مقرب من الحكومة	٤	١١%	الثالثة
٢	اشارت مصادر موثوقة	٢	٦%	الرابعة

(٣٤) بشرى داود سبع ، "أساليب المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية برنامج (ما خفي كان اعظم من قناة الجزيرة) انموذجا، (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٢، ٢٠١٩م).

(٣٥) شبكة اريج للصحافة الاستقصائية "الصحافة الاستقصائية الحديثة" كتاب الكتروني من موقع شبكة اريج

٣	يذكر مصدر مطلع	٢	٦%	الرابعة
٤	ذكر تقرير	١٤	٤١%	الاولى
٥	قال الباحثون	٢	٦%	الرابعة
٦	أكد مراقبون	٥	١٥%	الثانية
٧	صرح رجل اعمال	٥	١٥%	الثانية
	المجموع	٣٤	١٠٠%	

١- يتبين من الجدول (٣) الخاص بفئة المصادر المكتوبة، حيث اعتمد برنامج الحرة تتحرى عينة البحث المصادر اعلاها وجاءت فئة (ذكر تقرير) بالمرتبة الاولى بنسبة ٤١%، و جاءت الفئات (أكد مراقبون، صرح رجل اعمال) بالمرتبة الثانية بنسبة متساوية ١٥%، وجاءت فئة (مصدر مقرب من الحكومة) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١١%، وتساوت الفئات (مصادر موثوقة، مصدر مطلع، قال باحثون) بالمرتبة الرابعة بنسبة ٦%، ونستنتج من ذلك ان قناة الحرة اعتمدت على مصادر غير حقيقية لتمرير الأفكار النفسية و دس الأهداف التي تسعى إليها القناة، والجدير بالذكر ان كل مصدر من المصادر الغير جيدة تخلق للمتلقي ثقة بالمعلومة، وهذا تضليل للمشاهد.

رابعاً: جدول (٤) يبين فئة ضيوف البرنامج التي استضافها البرنامج (الحرة تتحرى) عينة البحث و التي كان دور الضيوف التحليل و التصريح للبرنامج

جدول (٤) يوضح فئة ضيوف البرنامج

ت	ضيوف البرنامج	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	شخصيات دينية	٣	٣%	الثامنة
٢	مسؤول حكومي	١٤	١٦%	الاولى
٣	مسؤول عسكري	١	١%	العاشرة
٤	خبير اجنبي	١١	١٢%	الثالثة
٥	مواطن	٧	٨%	الخامسة
٦	خبير قانوني	٦	٧%	السادسة
٧	ناشط مدني	٤	٥%	السابعة
٨	موظف متقاعد	٢	٢%	التاسعة
٩	رؤساء مؤسسات	٩	١٠%	الرابعة
١٠	صحفي	١٣	١٤%	الثانية
١١	خبراء عراقيين	١٣	١٤%	الثانية

١٢	شخصية وهمية	٧	٨%	الخامسة
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

١- يتبين من جدول (٤) الضيوف والشخصيات التي ظهرت في البرنامج، اذ جاءت فئة (مسؤول حكومي) بالمرتبة الاولى بنسبة ١٦%، ومن هنا يظهر التباين والتلاعب من قبل البرنامج حيث لم يعتمد البرنامج بشكل رئيس على المسؤول الحكومي والذي يمثل الجهة الرسمية في المصادر وانما ظهرت الشخصيات الحكومية التي تتخذ موقف سياسي خاص من الموضوع، تساوت فئة (خبراء عراقيين) و فئة (صحفي) بالمرتبة الثانية بنسبة ١٤%، وهنا يتبين ان المشاهد لا يعلم مدى حيادية الضيف أو الصحفي في طرح الرأي والمعلومات، وجاءت فئة (خبير اجنبي) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٢%، وجاءت فئة (رؤساء مؤسسات) بالمرتبة الرابعة بنسبة ١٠% حيث استضاف البرنامج خبراء كان اغلبهم خارج العراق ومنهم مقربين للقناة وهنا يتبين عدم الحيادية في طرح الموضوع، واحتلت الفئات (مواطن)، (شخصية وهمية) المرتبة الخامسة بنسبة متساوية ٨% ونستنتج من ذلك عدم التوازن بي صاحب القرار (المواطن) والشخصية الوهمية فكلاهما تساوت نسبتهما و تصاريحهم من وجهة نظر القناة، و ثم جاءت فئة (خبير قانوني) بالمرتبة السادسة بنسبة ٧% من بين الضيوف، حيث جاء في البرنامج تضليل على المشاهد بالحديث عن قوانين في قانون العراقي غير موجودة اصلا وبعض منها قام بتحريفها، وجاءت فئة (ناشط مدني) بالمرتبة السابعة بنسبة ٥%، وجاءت فئة (شخصيات دينية) بالمرتبة الثامنة بنسبة ٣% و كانت هذه الفئة هي اكثر الفئات استهدافا فلم يتيح البرنامج مساحة كافية للشخصيات الدينية، وفئة (موظف متقاعد) جاءت بالمرتبة التاسعة بنسبة ٢%، و فئة (مسؤول عسكري) بالمرتبة العاشرة بنسبة ١% رغم ان البرنامج تناول الكثير من القضايا العسكرية، وكما ذكرنا في الجدول السابق (٤) ان نسبة الضيوف المؤيدين لفكرة البرنامج ٩٧% التي تهدف لمحاربة المجتمع نفسياً.

خامسا: يبين الجدول (٥) فئة الأهداف التي تضمنتها المادة الإعلامية لبرنامج الحرة تتحرى عينة البحث.

جدول (٥) يوضح فئة الأهداف

ت	فئة الأهداف	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الأهداف السياسية	١١	٦٩%	الاولى
٢	الأهداف الدينية	2	١٢%	الثالثة
٣	الأهداف الاقتصادية	3	١٩%	الثانية
٤	الأهداف الاجتماعية	0	٠%	٠
	المجموع	١٦	١٠٠%	

يتبين من الجدول (٥) الأهداف المتضمنة في المادة الإعلامية في برنامج الحرة تتحرى عينة البحث وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الأهداف التي ركز عليها البرنامج حيث جاءت فئة (الأهداف السياسية) بالمرتبة الاولى ونسبة ٦٩% حيث تظهر النتائج ان قناة الحرة ركزت في برنامجها الحرة تتحرى على الأهداف السياسية بشكل رئيس، ومن ثم جاءت فئة (الأهداف الاقتصادية) بالمرتبة الثانية بنسبة ١٩% حيث تم تناول البرنامج مواضيع اقتصادية اتهم فيه دول الجوار بالتهريب و التجارة غير الشرعية، اذ جاءت فئة (الأهداف الدينية) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٢% وهذه نسبة ليست بقليلة لتسميم الأفكار و التأثير بالرأي العام العراقي، ولم يهدف البرنامج للمواضيع الاجتماعية فقد جاءت فئة (الأهداف الاجتماعية) بنسبة ٠% حيث لا تظهر أهداف اجتماعية او ثقافية ايجابية و انما ظهرت بشكل سلبية، وهنا تأتي الأجابة على السؤال الاول الفرعي من الدراسة والذي نص : ما الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج الحرة تتحرى؟.

سادسا: يبين جدول (٦) فئة المعاني والأفكار ونقصد بها الايحاءات المستخدمة في المادة الإعلامية لبرنامج الحرة تتحرى عينة البحث.

جدول (٦) يبين فئة المعاني والأفكار التي استخدمها البرنامج عينة البحث

ت	المعاني والأفكار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	العنف	٢٦	١٠%	الثالثة
٢	الارهاب	٢٣	٨%	الرابعة
٣	المليشيات الشيعية	٥١	١٩%	الاولى
٤	مليشيا الحشد الشعبي	٩	٣%	الثامنة

٥	الحرب	١٣	٥%	السابعة
٦	الفوضى	٢٧	١٠%	الثالثة
٧	التغيير	٩	٣%	التاسعة
٨	التخريب	١٩	٧%	الخامسة
٩	الفكر الطائفي	١٧	٦%	السادسة
١٠	التضليل	٣٤	١٣%	الثانية
١١	الرعب	١٦	٦%	السادسة
١٢	الفساد	٢٧	١٠%	الثالثة
	المجموع	٢٦٨	١٠٠%	

تظهر نتائج جدول (٦) ان فئة (المليشيات الشيعية) جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ١٩% حيث وصف البرنامج فصائل المقاومة و المنطوية تحت هيئة الحشد الشعبي والمشرف عليه القائد العام للقوات المسلحة رئيس الوزراء بتسمية المليشيات والتي تعني مجاميع مسلحة خارجة عن القانون وغير منظمة، وهذا يعتبر تعدي على مؤسسات الدولة العراقية، فيما جاءت فئة (التضليل) بالمرتبة الثانية بنسبة ١٣% ونستنتج من ذلك ان هدف البرنامج هو تضليل المشاهد عن الحقيقة، فيما جاءت فئة (العنف) وفئة (الفوضى) وفئة (الفساد) بالمرتبة الثالثة وبنسبة متساوية ١٠% حيث ركز البرنامج على هذه الفئات لتثبيت صور عدة في ذهن المتلقي، وجاءت فئة (الارهاب) بالمرتبة الرابعة بنسبة ٨% وذلك بعرض مشاهد الارهاب لخلق الرهبة لدى المشاهد العراقي، وجاءت فئة (التخريب) بالمرتبة الخامسة بنسبة ٧%، و فيما حصلت فئة (الرعب) وفئة (الفكر الطائفي) بالمرتبة السادسة بنسبة متساوية ٦% ونستنتج من ذلك ان البرنامج حمل أفكار طائفي تثير وتخلق النعرة الطائفية بين اطياف المجتمع العراقي، فيما جاءت فئة (الحرب) بالمرتبة السابعة بنسبة ٥% حيث عرض البرنامج الكثير من مشاهد والقتال والتي لم تكن في موقعها الحقيقي، فيما جاءت فئة (مليشيا الحشد الشعبي) بالمرتبة الثامنة بنسبة ٣%، حيث وصف البرنامج (الحرّة تتحرى) هيئة الحشد الشعبي بالمليشيا و المعروف عن المليشيا هي مجاميع مسلحة غير منظمة وخارجة على القانون، وان هيئة الحشد الشعبي هي هيئة رسمية حكومية تابعة لقائد العام للقوات المسلحة العراقية (رئيس الوزراء العراقي) وهنا يظهر تجاوز واضح من قبل القناة على مؤسسات الدولة العراقية، اذ ان هناك اثار سلبية تحدث للمجتمع جراء تلقيها كم من الأفكار والمعاني والمفاهيم النفسية العنيفة التي تسبب مشاكل نفسية كبيرة، فقد تؤدي هذه الأفكار إلى ازدياد وارتفاع معدلات الجريمة والقتل والاغتصاب في المجتمعات، و كذلك تتأثر المجتمعات بسبب الأفكار

النفسية والعنف بشكل سلبي على سير عجلة العمل، وذلك كنتيجة طبيعية لضعف وانخفاض انتاجية الافراد، كما يسبب فقدان المجتمع قدرته الفعلية على التحقق واثبات نفسه وسط بقية المجتمعات الأخرى المتقدمة، فبعد زيادة العنف النفسي على المجتمع يسبب زيادة وتقشي نسب الحروب والصراعات في المجتمعات، ويؤكد ذلك احد العاملين في قناة الحرة الأمريكية ، نرى من خلال المتابعة لبرنامج (الحرة تتحرى)، حجم الخطاب التحريضي بين أبناء الشعب الواحد، واطلاق تسمية المليشيات على قوات تابعة للقيادة المسلحة للدولة العراقية، ومحاولة ربط الاحداث بإيران تحت اي ذريعة أو مسوغ الغاية منه خلط الأوراق على المتابعين للبرنامج وخلق صورة نمطية في الاذهان تتسجم مع السياسة الأمريكية، والمعروف في ان البرامج الاستقصائية تختلف اختلافا جذريا عن برامج التحقيقات الصحفية، ففي الاول يذهب الصحفي إلى اكبر من دوره الاعتيادي اذ يصبح كمحقق امني يدقق في كل الوثائق التي يعثر عليها ليجيب عن أسئلة الجمهور بوثائق تم التحقق من جميع تفاصيلها، الامر الذي غاب في معظم حلقات البرنامج، ليختلط الامر على المتلقي بين الأفلام الوثائقية والتحقيقات الاستقصائية، وتبتعد عن المنهجية الأخلاقية ومدونة قواعد سلوك الصحفيين الأمريكيين الذي اقرته جمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا عام ١٩٢٦، وإعلان المبادئ الصادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين بشأن سلوك الصحفيين، المعروف ب(بورديو) ١٩٥٤، وإعلان ميونخ لواجبات وحقوق الصحفيين ١٩٧١، وإعلان اليونسكو عام ١٩٨٣، وقرار المجلس الاوربي حول أخلاقيات الصحافة لسنة ١٩٩٣، وغيرها من المواثيق والقرارات الدولية المتعلقة بالأخلاقيات المهنية للصحفيين^(٣٦).

سابعاً: يبين جدول (٧) فئة أساليب الحرب النفسية ونعني بها الأساليب النفسية المستخدمة في برنامج الحرة تتحرى الموجهة للمتجمع العراقي.

جدول (٧) يوضح فئة أساليب الحرب النفسية

ت	أساليب الحرب النفسية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الدعاية	٩٧	١٧%	الاولى
٢	غسيل الدماغ	٦٥	١٢%	الثالثة
٣	افتعال الازمات	٧٠	١٣%	الثانية
٤	الإشاعة	١٧	٣%	السابعة
٥	التضليل الإعلامي	٣٧	٧%	الخامسة
٦	الكاريكاتير	٨	١%	الثامنة

(٣٦) احمد العلي، (صحفي يعمل في قناة الحرة)، مقابلة مباشرة

٧	الانتخاب	٩٤	١٧%	الاولى
٨	الدعوة	٢٩	٥%	السادسة
٩	الاستعانة والاستشهاد بمصدر	٣٨	٧%	الخامسة
١٠	محاولة بث الشك	٢٧	٥%	السادسة
١١	إثارة الرعب والفوضى	٤٣	٨%	الرابعة
١٢	التفريق بين الطوائف	٣٠	٥%	السادسة
	المجموع	٥٥٥	١٠٠%	

١. يتبين من الجدول (٧) ان فئة (الدعاية) و فئة (الانتخاب) تساوت بالمرتبة الاولى بنسبة ١٧% حيث استخدم البرنامج أسلوب الانتخاب والمقصود به التركيز على معلومة واحدة لترسخ بذهن المتلقي صورة نمطية واحدة، وجاءت فئة (افتعال الازمات) بالمرتبة الثانية بنسبة ١٣% حيث عمد البرنامج على بث معلومات تخلق ازمة بين بلدان و طوائف وحتى شخصيات، فيما جاءت فئة (غسيل الدماغ) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٢% حيث استخدم البرنامج أسلوب غسيل الدماغ بعدة فقرات ضمن مضمون المادة الإعلامية، وحصلت فئة (إثارة الرعب والفوضى) المرتبة الرابعة بنسبة ٨%، ونستنتج من ذلك ان هناك مصالح لدى القناة من خلال بثها لمضمون يحرض على إثارة الرعب والفوضى في المجتمع العراقي وعادة ما تكون هذه المصالح هي سياسية، وجاءت فئة (التضليل الإعلامي) وفئة (الاستعانة والاستشهاد بمصدر) بالمرتبة الخامسة بنسب متساوية ٧% حيث ان هناك تشابه بين التضليل الإعلامي والاستعانة بمصدر فكلاهما يسعى لايهام المتلقي بفكرة غير حقيقية و الاستشهاد بمصدر ليكون لدى المشاهد صور، فان التضليل الإعلامي هو صرف الجمهور عن عنصر الحقيقة في موضوع معين، أو اخفاؤه عنه، ويعتقد البعض ان مفهوم التضليل الإعلامي بشكل عام هو الكذب وان الكذب هو عكس الحقيقة^(٣٧)، وبذلك يحقق البرنامج الهدف المقصود، فيما جاءت الفئات (الدعوة)، (محاولة بث الشك)، (التفريق بين الطوائف) بالمرتبة السادسة بنسبة متساوية ٥% رغم قلة نسبتها الا إنها تنتج نتائج خطيرة يؤثر سلبا على المجتمع ، والمقصود بأسلوب الدعوة تعني نشر فكرة معينة بهدف إقناع الآخرين بها مستخدمين في ذلك الحجة والمنطق والتفكري العلمي السليم، وغالباً ما تكون

(٣٧)، الحلاق بطرس مصدر سابق ص ١٨٢.

هذه الفكرة ذات مضمون ديني أو عقائدي أو سياسي يقوم اساساً على الصراحة التي تسعى لنقل الحقيقة إلى شخص يؤمن أو عليه أن يؤمن بها^(٣٨)، اذ جاءت فئة (الاشاعة) بالمرتبة السابعة بنسبة ٣%، وفئة (الكاريكاتير) بالمرتبة الثامنة بنسبة ١%، نستنتج من ذلك ان البرنامج استخدم كم كبير من أساليب الحرب النفسية و قام بتوجيهها إلى المجتمع العراقي وكل أسلوب من الأساليب التي سبق ذكرها هو يسبب عامل نفسي خطير يؤثر على فعاليات المجتمع العراقي بشكل سلبي، و للعودة للجدول (١٣) نجد ان المعاني والأفكار التي تناولها البرنامج (الحرية تتحرى) عينة البحث هي أفكار نفسية، ولكن وجهة بشكل غير مباشر للجمهور وعبر أساليب متعددة ظهرت بأشكال مختلفة، منها الصورة أو الموسيقى أو فيديو متحرك، فكل هذه الأفكار النفسية الواردة و أساليب الحرب النفسية التي استخدمها هدفها هو تدمير وشل فكر الانسان والعمل على ابقاء المجتمع العراقي ضمن حروب نفسية مباشرة وغير مباشرة، وايضا جاء التحليل اعلاه للإجابة على السؤال الرئيس للدراسة: ما أساليب الحرب النفسية المستخدمة في برنامج (الحرية تتحرى) لقناة الحرية؟

• النتائج

قام الباحث بدراسة تحليلية لأحد برامج قناة الحرية الأمريكية (الحرية تتحرى) الذي اعد التقارير بشكل استقصائي حيث استعان الباحث بتحليل المضمون لدراسة هذه البرنامج، وظهرت النتائج الآتية:

١- جاء في نتائج البحث من خلال جدول (٢) ان البرنامج قد استخدم في فئة (مصادر المعلومات) فئة فرعية و هي فئة (مواقع غير رصينة و سوشيال ميديا) ان فئة مواقع غير رصينة و سوشيال ميديا جاءت بالمرتبة الاولى و كان المصدر الأكثر استخداما حيث اعتمد البرنامج بشكل كبير على الانترنت، و ان الاعتماد على الانترنت بهذه النسبة الكبير يشير الشكوك في المعلومات الواردة في المادة الإعلامية للبرنامج من حيث ان الانترنت مليء بالأخبار الصفراء والغير مؤكدة وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- دلت نتائج التحليل من خلال جدول (٣) في فئة (المصادر المجهولة) وجاءت فئة (ذكر تقرير) بالمرتبة الاولى بنسبة، وتأتي هذه المصادر ضمن المصادر المكتوبة في الصحافة

(٣٨) سامية ابو نصر، مصدر سابق ، ص ٥٢.

- الاستقصائية، والمقصود بالمصادر المكتوبة الاستشهاد بمصدر غير معروفة مثل (صرح مصدر مطلع) حيث ان هذه المصادر مرفوضة رفضا قاطعا ولا يجب استخدامها في التقارير، و ان استخدام مثل هكذا مصادر يضعف من قوة و رصانة التقرير، ولكن الهدف من استخدام هذه المصادر هو تشتيت ذهن المشاهد و جعله يصدق ما يقول التقرير دون وعي ادراك ويدخل هذا الفعل ضمن غسيل الدماغ المستخدم في أساليب الحرب النفسية .
- ٣- اتضح من نتائج التحليل من خلال الجدول (٤) الخاص بفئة (ضيوف البرنامج) اذ جاءت فئة (مسؤول حكومي) بالمرتبة الاولى ، ومن هنا يظهر التباين والتلاعب من قبل البرنامج حيث لم يعتمد البرنامج بشكل رئيس على المسؤول الحكومي والذي يمثل الجهة الرسمية في المصادر وانما ظهرت الشخصيات الحكومية التي تتخذ موقف سياسي خاص من الموضوع، كما يفسر من ذلك ان البرنامج قام باختيار الضيوف بشكل قصدي ضمن إطار الأهداف التي يسعى للوصول إليها وهذا يخلق تشويش للمشاهد.
- ٤- في جدول (٥) جاءت النتائج في فئة (الأهداف) حيث جاءت في فئة (الأهداف السياسية) الفرعية بالمرتبة الاولى حيث تظهر النتائج ان قناة الحرة ركزت في برنامجها الحرة تتحرى على الأهداف السياسية بشكل رئيس.
- ٥- دلت نتائج التحليل من خلال جدول (٦) ان فئة (المليشيات الشيعية) جاءت بالمرتبة الاولى ، حيث وصف البرنامج فصائل المقاومة و المنطوية تحت هيئة الحشد الشعبي والمشرف عليه القائد العام للقوات المسلحة رئيس الوزراء بتسمية المليشيات والتي تعني مجاميع مسلحة خارجة عن القانون وغير منظمة، وهذا اتهام واضح للمكون الشيعي و فصائل المقاومة و يدل على عدم احترام القناة لأحاسيس ومشاعر أبناء الشعب العراقي من الطائفة الشيعي وهذا يدخل ضمن محاربة الانسان والمجتمع بشكل مباشر .
- ٦- اظهرت النتائج في جدول (٧) ان البرنامج استخدم الكثير من أساليب الحرب النفسية و وجهها بشكل مباشر وغير مباشر للمجتمع العراقي، حيث ظهرت اعلى نسبة في فئة أساليب الحرب النفسية لفئة (الدعاية) و فئة (الانتخاب) حيث تساوت بالمرتبة الاولى فقد استخدم البرنامج أسلوب الدعاية المقصود منه نشر معلومات وحقائق أو مبادئ أو مجادلات أو إشاعات أو أنصاف حقائق و أكاذيب وفق اتجاه معين من جانب فرد أو

جماعة في محاولة منظمة للتأثير في الرأي العام وتغيير الاتجاه الافراد وايضا استخدم أسلوب الانتخاب والمقصود به التركيز على معلومة واحدة لترسخ بذهن المتلقي فكرة واحدة ليصدقها المجتمع، وهنا تأتي الاجابة على السؤال الرئيسي لأسئلة الدراسة الذي نصه على ما يلي: ما أساليب الحرب النفسية والغايات الكامنة خلفها في برنامج (الحرّة تتحرى) في قناة الحرّة؟

• التوصيات

- في الضوء النتائج العامة التي تحققت من خلال التحليل، يقترح الباحث التوصيات الآتية:
- ١- استحداث مادة دراسية تدرس في المدارس الابتدائية وصولا للمدارس الثانوية تحت اسم (التربية الإعلامية) والهدف من ذلك خلق جيل اعلامي واعي ومتقف يدرك المخاطر والسموم الإعلامية التي تحيط به و الموجهة عليه ولتلافي أي تأثير خارجي طارئ يلوّث أفكار المجتمع العراقي.
 - ٢- عمل دورات متخصصة في معاهد التدريب والتطوير الإعلامي التابعة لنقابة الصحفيين ومؤسسات الدولة المختصة في مجال الإعلام لتدريب الكوادر الصحفية العاملة داخل العراق، ويتم التدريب من قبل خبراء ومتخصصين في مجال إدارة الأزمات والحروب النفسية.
 - ٣-توظيف القنوات الفضائية الحكومية التابعة للدولة التي تتبنى الخطاب الرسمي بتطوير كوادرها الداخلية وتدريبهم حول محاربة الاشاعة .
 - ٤-يقترح الباحث تأسيس مواقع تواصل اجتماعي تكون مؤثرة في الرأي العام مهامها تنفيذ الاخبار الكاذبة و تثقيف المجتمع حول الرسائل النفسية التي تعمل على نشرها الإدارة الأمريكية، ومن امثال تلك المواقع موقع (التقنية من أجل السلام) .
 - ٥-تقوم هيئة الإعلام والاتصالات برصد جميع القنوات الفضائية الموجهة من خلال تحليل موادها الإعلامية و وضع دراسة وخطة عمل تفصيلية لمواجهتها.
 - ٦-محاربة مروجي الاشاعة و الدعاية السوداء في المجتمع العراقي.
 - ٧-على المؤسسة الدينية مواجهة الاشاعات والحروب النفسية من خلال رجال الدين المعتدلين ونشر الوعي عبر المنابر وخطب الجمعة.

- ٨- دعم الدراسات والبحوث الأكاديمية المتخصصة في مجال الحرب النفسية.
- ٩- نشر الثقافة و الوعي في المجتمع من خلال توظيف مشاهير السوشيال ميديا ومواقع التواصل الإجتماعي المهمة التي تكون تحت سيطرة الجهات الرسمية
- ١٠- تشكيل نقابة تضم مدوني مواقع التواصل الاجتماعي و المؤثرين من المشاهير و تأسيس نظام داخلي و ضوابط لمحاربة الاشاعة والأفكار الغربية الطارئة على المجتمع.

• المصادر والمراجع

١. محمد يوسف الأيشيهي " بناء الاتصال الشخصي والجماهيري في الاعلام الأمني " (القاهرة، مطابع الشرطة، ٢٠٠٩م).
٢. حيدر الجنابي ، (صحفي استقصائي عضو شبكة الصحفيين العراقيين للصحافة الاستقصائية الفائزة بجائزة الصحافة الاستقصائية لعام ٢٠١٦ جائزة التميز الاعلامي التي اقرتها جامعة الدول العربية)، مقابلة مباشرة ١٥-٠٧-٢٠٢١.
٣. احمد العلي (صحفي يعمل في قناة الحرة) مقابلة مباشرة.
٤. الحرة ميدل أي ست برودكاستنغ نيتوورك نسخة محفوظة ١٤ فبراير ٢٠١١ ر على موقع وأي باك ميشن
٥. بطرس الحلاق ، "الإعلام والحرب النفسية"، (منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا ٢٠٢٠).
٦. فخري الدباغ، "الحرب النفسية" (منشورات وزارة الثقافة والفنون العراقية، ١٩٧٩).
٧. عظيم كامل زريزب ، "انواع العناوين الصحفية" (محاضرة الكترونية، كلية الاداب جامعة بابل ٢٠٢٠/٢١٢٠٨١).
٨. حامد عبد السلام زهران " علم النفس الاجتماعي" (عالم الكتب، ١٩٨٤).
٩. رشا محمود سامي "واقع التحديات المعاصرة التي تواجه الإعلام الهادف الموجه للطفل، والتي تتطلب تعزيز دور الأسرة في تربية أطفالها إعلاميًا، مجلة الطفولة العربية"، (الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، ٢٠١٣).

١٠. ، بشرى داود سبع، "أساليب المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية برنامج (ما خفي كان اعظم من قناة الجزيرة) انموذجا، (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٢، ٢٠١٩م).
١١. حسن السعيد " سيكولوجية الإشاعة، رؤية قرآنية" (عمان، دار دجلة، ٢٠١١م.
١٢. حميدة سميسم ، "الحرب النفسية" (بغداد: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٥).
١٣. برهان شايي ، "الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ" (بيروت: دار الفارابي، ٢٠١٢).
١٤. شبكة اريج للصحافة الاستقصائية "الصحافة الاستقصائية الحديثة" كتاب الكتروني من موقع شبكة اريج www.arij.net.
١٥. شبكة امريكية تترنح في مهمتها في الشرق الأوسط، واشنطن بوست، ٢٣ يونيو، ٢٠٠٨ على موقع وأي باك مشين".
١٦. محمد بشير منصور صالح ، "التغطية الصحفية للشأن العراقي في الاعلام الإلكتروني الموجه دراسة تحليلية لموقع TRT العربي"، (مجلة كلية التربية البشرية، العدد ٩، ٢٠٢٠).
١٧. نضال فلاح الضلاعين وآخرون، "الدعاية والحرب النفسية" (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
١٨. طالب عبد سالم، محمد عواد شبيب العتابي، "الحرب النفسية وتوظيفها في استراتيجية كيان داعش" (دراسة نفسية اعلامية).
١٩. إسماعيل عزام "التأكد من الخبر أهم من الخبر" معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠١٧، <http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/273> تمت المعاينة ٢٠٢١-٧-٠٩.
٢٠. فقد في مهمة: الحرة - جهد امريكا المتعثر في الشرق الأوسط، بروبليكا ٢٢ يونيو، ٢٠٠٨ على موقع وأي باك مشين".
٢١. محمد محمد قاسم " المدخل إلى مناهج البحث العلمي" (بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٨م.

٢٢. محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ط٢، ٢٠٠٤).
٢٣. حسين سمير محمد ، "بحوث الإعلام أسس ومبادئ"(القاهرة، عالم الكتب، ط١، ١٩٨٦م).
٢٤. سعد سلمان المشهداني ، "الصحافة العربية و الدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)"، (دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ٢٠١٤).
٢٥. منال هلال المزاهرة، "مناهج البحث الاعلامي"، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
٢٦. محمد شعبان مهدي " العلاقات العامة و فن التعامل مع الجماهير" (القاهرة، المطبعة الحديثة، ١٩٩٩م).
٢٧. موقع قناة الحرة .تمت المعاينة ٢٠٢١/١٠/١٠.
٢٨. نوفل، احمد، "الحرب النفسية (الكتاب الأول)"(عمان: دار الفرقان، ١٩٨٥).
٢٩. وأي ثلوك، كريغ (٢٢ يونيو، ٢٠٠٨) " U.S. Network Falters in Middle East Mission".