

دور وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية
**The role of the means of communication in
practicing psychological warfare**

إعداد

Prepared by



الأستاذ المشارك الدكتور / مجذوب بخيت محمد توم صالح

**A. Prof. Dr. Majzoub Bakhit Muhammad Tom Saleh
College of Media - Department of Radio and Television
Middle East University - Jordan**

magbakhiet@gmail.com

يوليو 2020م

المستخلص

جاءت الدراسة بعنوان (دور وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية) ، وهدفت إلى التعريف بالحرب النفسية ومعرفة أساليب ممارستها والتعرف على أساليب الإقناع في الحرب النفسية والاطلاع على مدى تأثيرها على الشعوب والتعرف على مدى قدرة وسائل الاتصال على ممارسة الحرب النفسية . استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يناسب هذا النوع من الدراسات مستعيناً بأدوات جمع المعلوما التي تتسق مع منهج البحث تمثلت في أداة الملاحظة والاستبانة . خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثلت في أن أهم الأهداف التي تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيقها هي الأهداف السياسية وتليها الأهداف الأيدولوجية ثم الأهداف الاقتصادية ، كما تهدف إلى إضعاف الجبهة الداخلية ، ثم التشكيك في القيادات، ثم بث الفرقة في صفوف المجتمع ، ثم تحطيم الروح المعنوية ، ثم زعزعة الإيمان بالهدف، ثم زرع اليأس وروح الاستسلام في النفوس ، وأن أهم الوسائل التي تمارسها وسائل الاتصال لتحقيق أهداف الحرب النفسية تتمثل في الدعاية ثم الإشاعة ثم غسيل الدماغ ثم التهديد ، كما تمارس التأثير على الحقائق من خلال بعض الممارسات ، أولها التحيز وثانيها التلوين ثم التضليل ثم الكذب ، وأن أهم وسائل التأثير التي تمارسها وسائل الاتصال في الحرب النفسية تتمثل في تحويل انتباه الجماهير ثم الإثارة العاطفية ثم التكرار والملاحقة ثم عرض الحقائق .

الكلمات المفتاحية :

الحرب النفسية - وسائل الاتصال - تلوين الأخبار

Abstract

The study is entitled (The Role of Communication Means in Practicing Psychological Warfare). It aims at introducing psychological warfare, knowing the methods of practicing it, identifying the persuasive methods in psychological warfare, examining the extent of their impact on peoples and identifying the extent of the means of communication to practice psychological warfare. The researcher uses descriptive approach that is suitable for this type of studies, using the information gathering tools that are consistent with the research method, represented by the instruments of observation and questionnaire. The study concludes with a number of results, including the most important goals that the means of communication seek to achieve are political goals, followed by ideological goals and then economic goals, since they aim to weaken the internal front, questioning the leaders, spread division in the ranks of society, break the morale, destabilize faith in the goal, and sow despair and surrender in the soul. Moreover, the most important means exercised by the means of communication to achieve the goals of psychological warfare are propaganda, rumor, brainwashing, and threats. They exercise influence on facts through some practices; the first is prejudice, the second is misinformation, then misleading, and lying. Finally, the most important means of influence practiced by means of communication in psychological war are public distraction, emotional excitement, repetition and persecution, as well as the presentation of the fact.

Keywords: Psychological Warfare, Means of Communication, Misleading News

المقدمة

نظراً للتطور الذي حدث في وسائل الاتصال على المستوى الفني وعلى مستوى التعاطي مع المعلومات ، فقد نجم عن ذلك تغيير في الطرق والأساليب التي تستخدمها وسائل الاتصال للاستفادة من المعلومات في شتى المناحي ، ومن ذلك استخدام تلك المعلومات في الحرب النفسية للتأثير على الشعوب أو الجماعات أو الكيانات ، وحينما نستخدم كلمة (حرب) نعني أن الكلمة تعتبر سلاحاً ، وأنها أيضاً تلازم أو تسبق قرع السلاح ، إذا لا تدق أي طبول للحرب في العالم دون أن يكون هناك نشاط إعلامي يتواءم مع تلك الحرب بالكلمة المنطوقة أو المكتوبة أو المصورة ، والتي تنتشر عبر الوسائل التقليدية والحديثة مستهدفة الجمهور الذي تم توجيهها للتأثير عليه . ولما كان العرف السائد في العالم يرفض كلمة (حرب) فقد أصبحت الدول

تطلق عليها مسمى أكثر مرونة ، حيث يطلق عليها في العلوم العسكرية (التوجيه المعنوي) أي أنها تستهدف رفع معنويات الجنود ، لكن في الحقيقة أن ذلك ربما يكون جزءاً من مهامها بينما يُسكت عن الهدف الشائع وهو التأثير المعنوي السالب على الجمهور في الدولة المعادية في الجهة المقابلة ، بحيث تخور عزيمته وتهبط معنوياته فينعكس ذلك على جنود تلك الجهة وهنا يكون الارتباط الذي لا ينفك بين الحرب العسكرية والنفسية .

أهمية الموضوع دفعت الباحث للحديث عن تاريخ الحرب النفسية حيث تطورت من شكلها القديم بحسب المعطيات المتاحة في وسائل الاتصال ، كما سعى الباحث للتعرف على الوسائل والأساليب التي تستخدمها للوصول إلى أهدافها .

مشكلة البحث

ينطلق الباحث من إحساسه العميق بتأثيرات المتغير الرئيس للبحث وهو وسائل الاتصال لتعاطيها المستمر مع الجمهور المتلقي ، خاصة بعد أن بدأت تتبدل الأهداف التقليدية للاتصال كالإخبار والتثقيف والتوجيه والترفيه والإرشاد وغيره ، انطلاقاً من القيم التقليدية لنقل الأخبار كالموضوعية والمصادقية ، وبعد أن جُبت تلك الأهداف وتغيرت إلى هدف واحد يسمى (المصلحة) إذ تسعى وسائل الاتصال الجماهيري انطلاقاً من سياستها التحريرية المرتبطة بالمصالح الأيدولوجية والسياسية والمادية للمؤسسين أو المهيمنين على تلك الوسائل . أما القيم فقد تبدلت هي الأخرى بسبب ممارسة التلوين ، أي تبديل الحقائق والأحداث والمعلومات بما يغيرها ، بل يحرفها إلى زيادة أو نقصان أو طمس وفقاً لما تمليه مصلحة القائم بالاتصال The Interest of Communicator . ووفقاً لتلك المفاهيم أصبحت الحرب النفسية - وهي المتغير التابع للبحث - تمارس من خلال وسائل الاتصال في حالات الحرب أو السلم للتأثير على المتلقين ، وأجج ذلك التنافس المحتدم بين الدول بعد سيطرة سياسة القطب الواحد في العالم حال انتهاء الحرب الباردة ، إذ أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية مع حلفائها الأوروبيين من يديرون حركة المعلومات ويوجهونها ويسيطرون عليها ويحتكرونها ويضعون أولوياتها. هذا الواقع أتاح الفرصة للممارسة الغير المتكافئة لاستخدام المعلومات وتوجيهها للسيطرة على شعوب الدول النامية ، خاصة في إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية عن طريق استخدام الحرب النفسية .

عليه يطرح الباحث السؤال الرئيس للبحث ويتمثل في : ماهو دور وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية ؟

تساؤلات البحث

- 1) مامعنى الحرب النفسية ؟
- 2) ماهي أهداف الحرب النفسية ؟
- 3) ماهي وسائل الحرب النفسية؟
- 4) ماهي أساليب الإقناع المستخدمة في الحرب النفسية ؟
- 5) كيف تؤثر الحرب النفسية على الشعوب؟
- 6) مامدى إسهام وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية ؟

أهداف البحث

- 1) التعرف بالحرب النفسية .
- 2) معرفة أساليب ممارسة الحرب النفسية .
- 3) التعرف على أساليب الإقناع في الحرب النفسية.
- 4) الاطلاع على مدى تأثير الحرب النفسية على الشعوب .
- 5) التعرف على مدى قدرة وسائل الاتصال على ممارسة الحرب النفسية .

منهج البحث

يستخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يناسب الدراسات الإنسانية على وجه عام ودراسات الاتصال على وجه الخصوص ، ولما للمنهج من خاصية في المساعدة على جمع البيانات عن طريق الأدوات التي تتسجم معه مثل الملاحظة والمقابلة والاستبانة وتحليل المحتوى ، كما أن الدراسة قائمة على مسح آراء المبحوثين في التخصص للوصول إلى تحقيق أهداف البحث .

أدوات البحث

يستخدم الباحث أداتين لجمع المعلومات اللازمة وهي :

أولاً : الملاحظة Observation

تعرف بالمشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجيل الملاحظات عنها والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات. (الشريف ، 1996 :118)

ممارسة الباحث للتدريس في مجال علوم الاتصال ساعدته على استخدام الملاحظة الدقيقة لجمع البيانات الخاصة بالبحث باعتبارها أداة مناسبة للحصول على المعلومات .

ثانياً : الاستبانة Questionnaire

استخدم الباحث أداة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة البحث . وذلك لسير آراء المبحوثين حول موضوع الدراسة . وتعد الاستبانة أحد الأساليب الأساسية لجمع المعلومات من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مقدماً بهدف التعرف على رأي أفراد العينة حول موضوع البحث . وتم تقسيم الاستبانة لقسمين أحدهما للبيانات الشخصية والثاني للأسئلة الموضوعية. وقد تم استخدام مقياس ليكرت من 1- 5 لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبانة، حيث أنه كلما اقتربت الدرجة من الرقم 5 دلّ ذلك على الموافقة القصوى على ما ورد في الفقرة والعكس صحيح ، وتم توزيع الاستبانة على الخبراء في مجال الاتصال ، وهم من أساتذة الجامعات في التخصص للاستفادة منهم للمساعدة في الإجابة عن أسئلة الدراسة والسعي لتحقيق أهدافها .

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :

جاءت الدراسة بعنوان (أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية – إنتفاضة الأقصى نموذجاً) وهدفت إلى التعرف على وسائل الحرب النفسية التي طبقتها إسرائيل على الشعب الفلسطيني في إنتفاضة الأقصى ، والتعرف على مفهوم وأهداف ووسائل وأساليب الحرب النفسية ، والوقوف على طبيعة الحرب النفسية التي يشنها المستعمر . خلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها : استعانة إسرائيل بإخصائبي الحرب النفسية في حربها ضد العرب ، استطاعت إسرائيل إقناع القادة السياسيين والعسكريين والشعوب العربي على

قدرة إسرائيل إلى الوصول للعمق العربي ، عملت إسرائيل من خلال أساليب الحرب النفسية المصاحبة للعنف إلى إخضاع الفلسطينيين وترويعهم وإرهابهم ودفعهم للهجرة من ديارهم. (قاسم ، 2007م).

الدراسة الثانية :

جاءت الدراسة بعنوان (استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية في أزمة الخليج) وهدفت إلى تحليل استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية في الخليج طيلة فترة الأزمة ، والتركيز على العناصر الرئيسة للحرب النفسية من حيث القائمون عليها ومحتواها ووسائلها وجمهورها المستهدف وتأثيرها في كسب معركة الرأي العام العالمي . واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون حيث قام الباحث بتحليل الوثائق ونشرات الأخبار الصادرة عن وكالة الإعلام الأمريكية بالعربية والإنجليزية وخلصت الدراسة إلى أن الدعاية والحرب النفسية قد بدأت قبل عملية عاصفة الصحراء ، وأنها استعملت كسلاح خامس في الأزمة بالإضافة إلى الأسلحة السياسية والاقتصادية ، والبرية ، والبحرية والجوية ، كما استطاعت كسب الرأي الإقليمي والعالمي ، كما استطاعت أن تعزل العراق وتثير الفلاقل والشقاق بين كياناته المختلفة . (أبو عرقوب ، 1997م)

تعريف الحرب النفسية ومفهومها

هناك مصطلحات عديدة مرادفه أو شبه مرادفة لمصطلح الحرب النفسية ، ومن ذلك (حرب الأعصاب) و (الحرب الدعائية) الذين استخدمهما العسكريون الألمان إبان الحربين العالميتين ، كما أن الإنجليز خلال الحرب العالمية الثانية أسموها (الحرب السياسية) ولم يظهر مصطلح الحرب النفسية لأول مرة إلا سنة 1954م عنواناً لكتاب للعالم الأمريكي لينبارجر على خلفية الحرب العالمية الثانية. (نوفل ، 1989م)

من المعتاد أن الحرب العسكرية تسبقها وتسايها حرب نفسية للتأثير على الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام ومن ثم التأثير على الجنود لاستهداف معنوياتهم ، وأيضاً قد تصاحب الحرب الاقتصادية حرباً نفسية للتأثير على الرأي العام في المجتمع التي توجه إليه .

عرف لينبارجر الحرب النفسية 1954م بأنها (الاستخدام المنظم للدعاية والتدابير الإعلامية المقاربة بهدف التأثير في آراء وعواطف ومواقف وسلوك فئات الأجانب في البلدان المعادية ، والبلدان الأخرى من أجل تحقيق أهداف السياسة القومية أو الأهداف العسكرية. (الدباغ ، 1986م : 159)

يعرفها حجاب بأنها : حملة شاملة تستعمل كل الأدوات المتوفرة وكل الأجهزة للتأثير في عقول جماعة محددة بهدف تدمير مواقف معينة وإحلال أخرى تؤدي إلى سلوكيات تتفق مع مصالح الطرف الذي يشن الحملة. (حجاب ، 2005م : 23)

نشأة الحرب النفسية وتطورها

عرف العالم الحرب النفسية منذ القدم ، دون أن يطلق عليها هذه التسمية ، وكانت عبارة عن صرخة لإيقاع الرعب في قلوب الأعداء ، أو إثارة الشجاعة ورفع الروح المعنوية لدى الجنود ، وعرفها الفراعنة واليونانيون القدماء والصينيون ، إذ أظهرت بعض المحفوظات الصينية القديمة التي يعود تاريخها إلى القرن الخامس قبل الميلاد وبعض الكتب التي توضح أهمية القوة المعنوية في الحروب والمعارك ووصف أساليب الحرب النفسية، نذكر منها كتاب القائد العسكري الصيني (The Book of War) واستخدام بعض الأساليب النفسية في الحرب مثل المفاجأة ، والضوضاء، والطبول ، ورفع الأعلام ، بينما اعتمد اليونانيون على الخطابة كوسيلة للإقناع . أما المصريون القدماء فقد استخدموا الصحافة فكان عندهم (جريدة القصر) فقد استخدموا الصحافة قبل سبع وثلاثين قرناً من الزمان كوسيلة للدعاية والحرب النفسية . في حين لجأ تحتمس الثالث إلى الحيلة والخديعة في حروبه خاصة عند دخوله يافا في فلسطين. (الدباغ ، 1983م)

لقد اهتم الرومانيون بالصحافة كوسيلة من وسائل الدعاية والحرب النفسية، إضافة إلى استخدامهم للسب والشتم والتشهير، للتأثير على الروح المعنوية للعدو. (زهران ، 1977: 365)
واستخدم المغول الجاسوسية كوسيلة للحرب النفسية ، ولجأوا إلى الشائعات كوسيلة من وسائل المبالغة والتهويل ، على نحو ما أحاط جنكيز خان نفسه بهالة من الرعب جعلت أعداءه يرهبون، إضافة إلى تضخيم قوة جيشه أمام خصمه بواسطة الجواسيس فيما تحدثت المحفوظات التاريخية عن استخدام التتار والقراصنة للحرب النفسية التي أصبحوا أسانذة فيها .

أما الحرب النفسية في الإسلام ، فقد جاءت واضحة في القرآن الكريم والسنة النبوية والمؤلفات الإسلامية . فهناك العديد من الآيات التي تحض على هذه الحرب ومنها (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ) الأنفال، الآية 60 . هذه الآية توضح أهمية امتلاك وسائل القتال المختلفة لدى المسلمين لإلقاء الرعب على الأعداء قبل القتال

وأثنائه . كذلك استخدم الرسول ﷺ الأساليب النفسية في فتح مكة حينما أمر بإشعال عشرة ألف شعلة من النار وذلك لإلقاء الرعب في قلوب قريش ففتهار بذلك عزائمهم ويسهل على المسلمين فتح مكة . (المصري ، 2004م : 52)

ولكن مع بداية القرن العشرين، وتحديداً في بداية الحرب العالمية الأولى بدأ الاستخدام المنظم لهذه الحرب بكل ما تعنيه من وسائل وأساليب مباشرة وغير مباشرة . فقد استخدم الألمان المنشورات كوسيلة للحرب النفسية ، حيث قامت الطائرات الألمانية بإلقاء هذه المنشورات خلف خطوط العدو وتحديداً في وسط مدينة لندن . (شحاتة ، 2004 : 184)

يرى الباحث أن هناك استخدام آخر للحرب النفسية ، فنحن الآن في القرن الحادي والعشرين حيث تغيرت أساليب الحرب النفسية التي تمارس في وسائل الاتصال ، حيث كانت مرتبطة بالتوتر أو تدهور العلاقات بين الدول على المستوى العسكري ، فتبدأ بالرسائل الإعلامية التي تحتوي على عبارات قوية في مواجهة الطرف الآخر بعيداً عن الأسلوب الدبلوماسي المعتاد بين الدول ، فأصبحت الحرب النفسية تستهدف مواقف أخرى للدول تجاه الاقتصاد أو الأزمات والجوائح ، ومن أمثلة ذلك الهجوم الإعلامي الذي استخدمه الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في مواجهة الصين إبان جائحة كورونا عام 2020م حينما اتهم الصين بنشر فيروس (COVID-19) وأطلق عليه اسم (الفايروس الصيني) مما أثر على الصين وجعلها في موقف الدفاع وتقديم ردود في وسائل الإعلام . معنى ذلك أن الحرب النفسية قد تختلف مستوياتها حيث تبلغ مداها مع الحرب العسكرية إلى مرحلة التراشق بين الدول تبعاً للمصالح الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية . وفي ظل تقنية الإعلام الرقمي وما يتميز به من سرعة الانتشار والتداول والحصول السريع على رجع الصدى فقد يسر ذلك من ممارسة الحرب النفسية والاستفادة من صياغة الرسائل الإعلامية بأساليب حديثة تتمثل في عمليات تلوين الأخبار والاستفادة من المنصات الإعلامية المختلفة.

الدراسة الميدانية

مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من وسائل الاتصال التقليدية والحديثة للتعرف على مدى ممارستها للحرب النفسية ، ولأن هذه الممارسة أصبحت أمراً شائعاً في ظل تعاظم الدول مع المعلومات ، والعمل على التحكم فيها ، فقد رأى الباحث دراسة المجتمع عن طريق الخبراء ، وذلك لأن الدول تسعى للحصول على المصالح السياسية

والاقتصادية وربما الاجتماعية عن طريق وسائل الاتصال ، حيث تتحكم تلك الوسائل في الشعوب بواسطة الرسائل المتنوعة والمتكررة التي ترسلها ، إذن الدول لا تسعى للحصول على المعلومات فحسب إنما للتحكم فيها أيضاً .

عينة البحث

اختار الباحث عينة قصدية قوامها ثلاثين مفردة من الخبراء في مجال الاتصال من أساتذة الجامعات بحكم ارتباطهم بدراسات الاتصال والحرب النفسية للإجابة عن الأسئلة المغلقة والمفتوحة لاستبانة البحث التي تم توزيعها على أفراد العينة إلكترونياً ، وللحصول على إجابات متباينة من حيث الخبرة والبيئة الاتصالية فقد راعى الباحث توزيع الاستبانة على الأساتذة العرب المنتشرين في الجامعات العربية . بعد الإعداد الأولي للاستبانة تم عرضها على عدد من الأساتذة ذوي الخبرة حيث قاموا بتحكيما للتأكد من صلاحيتها لجمع المعلومات المطلوبة . بعد جمع المعلومات قام الباحث بتفريغها يدوياً للحصول على التكرارات والمعلومات الإحصائية التي وردت بالجدول .

البيانات الشخصية

الجدول رقم (1) يوضح النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	18	60%
أنثى	12	40%
المجموع	30	100%

يوضح الجدول رقم (1) عدد أفراد العينة البالغ ثلاثون مفردة ، ستون بالمائة منهم ذكور وأربعون بالمائة من الإناث ، ذلك أن مجتمع الأساتذة الجامعيين يشمل الذكور والإناث ، وأن العينة اشتملت على النوعين.

الجدول رقم (2) يوضح العمر

العمر	التكرار	%
أقل من 30 سنة	0	0
من 30 - أقل من 40 سنة	4	13.33
من 40 - أقل من 50 سنة	13	43.33
من 50 - سنة فأكثر	13	43.33
المجموع	30	100

نستطيع من الجدول رقم (2) والذي يبين عمر العينة قراءة أنه لا يوجد من هو أقل من ثلاثين عاماً ، وهذا مؤشر يبين أن العينة تتكون من خبراء ، ويؤكد ذلك أن نسبة من تبلغ أعمارهم أربعين سنة فما فوق ثلاثة وثمانون بالمائة .

الجدول رقم (3) يوضح الخبرة

الخبرة	التكرار	%
أقل من 5 سنة	2	6.67
من 5 - 10 سنة	3	10
من 11 - 15 سنة	6	20
من 16 - 20 سنة	10	33.34
أكثر من 20 سنة	9	30
الجموع	30	100

الجدول رقم (3) يوضح أن من تبلغ خبرتهم من عشر سنوات فما دون أن نسبتهم تبلغ 16.67% من أفراد العينة ، بينما الذين تبلغ خبرتهم أكثر من أحد عشر سنة فما فوق تبلغ نسبتهم 83.34% من أفراد العينة ،

وهذا يدل على أن أفراد العينة يتمتعون بخبرة تؤهلهم إلى الإجابة عن أسئلة الاستبانة وهذا يجعلنا نحصل على رؤية تفيد البحث ، كما أن هذا يتناغم مع ما حصلنا عليه في الجدول (2) الخاص بالعمر . والاهتمام بالخبرة في البحوث العلمية يضمن الحصول على نتائج دقيقة .

ولما كان التخصص في مجال علوم الاتصال كما هو الحال بالنسبة لأساتذة الإعلام مرتبط بدراسات علم النفس وعلم الاجتماع فإن هذا يفيد في مثل هذه الدراسة ، وعليه تجمع العينة بين الخبرة في المجال بالإضافة إلى التخصص ، خاصة وأن الحرب النفسية تعتبر شكل من أشكال الصراع ، وأنها سلاح غير مباشر ، مما يتطلب فهماً وقدرة على تحليل المعلومات وتقييمها ، ومن ثم القدرة على تشكيل الفكر والوجدان والسلوك .

كما أن أفراد العينة يعملون في البحث العلمي بحكم طبيعة عملهم مما يسهل خبرتهم ويعرفهم على المجتمعات التي تتأثر بالحرب النفسية التي يتعاملون معها من خلال وسائل الاتصال.

البيانات الموضوعية

الجدول رقم (4) يوضح مدى تأثير وسائل الاتصال على المتلقي

مدى التأثير	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
تأثير قوي	15	50	14	46.67	0	0	3.33	0	0	
تأثير محدود	3	10	2	6.67	6	20	6	1	3.33	
تأثير ضعيف	4	13.33	0	0	1	3.33	8	4	13.33	

يتضح من الجدول رقم (4) حول قياس درجة تأثير وسائل الاتصال على المتلقي يتضح أن 96.67% من أفراد العينة يوافقون على أن لوسائل الاتصال تأثير قوي على المتلقي بينما 3.33% لم يوافقوا على ذلك .

أما من بينوا رأيهم على أن لوسائل الاتصال تأثير محدود فقد كان عددهم 18 مفردة ، 9.67% منهم يوافقون على ذلك في مقابل 23.33% لا يوافقون . أما من أدلوا برأيهم على أن تأثير وسائل الاتصال ضعيف فقد بلغ عددهم 17 مفردة ، 13.33% وافقوا على ذلك بينما 40% من هؤلاء لم يوافقوا على أن لوسائل الاتصال تأثير محدود . وهناك 17 من أفراد العينة أدلوا برأيهم بأن لوسائل الاتصال تأثير ضعيف ، 13.33% منهم وافقوا على ذلك بينما 40% منهم لم يوافقوا على أن لوسائل الاتصال تأثير ضعيف . من خلال قراءة تلك النتائج يتضح أن هناك تأثيراً لوسائل الاتصال على المتلقين ، ويعتبر هذا التأثير تأثيراً قوياً وناظماً وليس تأثيراً ضعيفاً ، خاصة إذا ما ارتبط هذا التأثير بالحرب النفسية لأنها تعتمد على الجانب المعنوي وليس السلاح المادي ، فعندما يقوم التأثير على الإقناع والخداع والتضليل يكون نافذاً سواءً كانت الحرب النفسية تمارس في أوقات الحرب أو في أوقات السلم ولذا يطلق عليها حرباً باردة ، وربما تكون الأخيرة أكثر إيلاماً من تلك لارتباطها بالتحطيم النفسي والوجداني .

الجدول رقم (5) يوضح الأهداف التي تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيقها

الأهداف	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق بشدة	%
آيدولوجية	15	55.56	10	37.04	2	7.41	0	0
سياسية	18	64.29	10	35.71	0	0	0	0
اقتصادية	15	53.57	9	32.14	2	7.14	2	7.14

بالنظر إلى الجدول رقم (5) الذي يوضح الأهداف التي تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيقها ، يتبين لنا أن 92.6% من أفراد العينة يوافقون على أن هناك أهداف آيدولوجية تسعى وسائل الاتصال لتحقيقها بينما لا يوجد هناك من يوافقون على ذلك . وقد وافق جميع أفراد العينة على أن لوسائل الاتصال أهداف سياسية (100%) . وقد ذكر 81.75% من أفراد العينة أن لوسائل الاتصال أهداف اقتصادية بينما لا يوافق 7.14% على ذلك . بقراءة تلك النتائج يتضح أن الهدف الأول الذي تسعى وسائل الاتصال لتحقيقه هو هدف سياسي ، والهدف الثاني هو الهدف الآيدولوجي والهدف الثالث هو الهدف الاقتصادي . هذه النتائج

تبرهن لنا سعي الدول لطرح رؤيتها ومواقفها السياسية من خلال القائمين بالاتصال في وسائل الاتصال الجماهيري حيث تعمل كل دول على أن تتناغم وسائل إعلامها مع رؤيتها السياسية . كما تسعى وسائل الاتصال لتحقيق أهداف أيولوجية ، وهناك الكثير من التنافس الأيدولوجي في بيئة الاتصال في الدول العربية حيث تتمحور الرؤية لدى المواطن العربي حول القضية الفلسطينية باعتبارها قضية تتعلق بعقيدة معظم مواطني الدول العربية وهي العقيدة الإسلامية ، وعليه تأثرت وسائل الاتصال بالبيئة لكي تعمل في تناغم مع تلك الأيدولوجية . وفي المرتبة الثالثة يأتي الهدف الاقتصادي ، وهو هدف له أهمية لتعلقه بالحياة ولارتباطه بالهدف السياسي .

وبتوجه السؤال المفتوح للمبحوثين عن ما يدفع وسائل الاتصال لممارسة الحرب النفسية ؟ جاءت ردود بعضهم بأن لوسائل الاتصال أهداف متشعبة ومحددة من قبل ، وهذا يعني أن دوافع وسائل الاتصال لممارسة الحرب النفسية يأتي ضمن منظومة العمل الكلي لوسائل الاتصال التي لا تتفك عن بعضها وذلك يعني أنها تؤدي واجبها عن تلك الممارسة ضمن الواجبات الأخرى . وذكر بعضهم أن ما يحض وسائل الاتصال لممارسة الحرب النفسية هو تبعيتها الأيدولوجية . وربط آخرون دوافع وسائل الاتصال لممارسة الحرب النفسية بتحقيق أهداف القائمين عليها ، والمقصود هنا القائمين بالاتصال سواء كانوا ملاكاً أو إدارة وفقاً للسياسة التحريرية . وعزى بعضهم تلك الدوافع إلى حراسة البوابة ، أي وجود الرقابة التي تفرض ممارسة ذلك . وذكر بعضهم أن السبب هو سعي القائم بالاتصال لاستمالة الرأي العام والتأثير عليه بسبب الدوافع المادية .

الجدول رقم (6) يوضح مدى ممارسة وسائل الاتصال التأثير على الحقائق

مدى التأثير	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
التلوين	16	57.14	8	28.57	4	14.29	0	0	0	
التضليل	8	29.63	10	37.04	7	25.93	2	7.41	0	
الكذب	10	38.46	6	23.08	7	26.92	3	11.54	0	
التحيز	20	80.00	5	20.00	0	0	0	0	0	

يشير الجدول رقم (6) إلى مدى تأثير وسائل الاتصال على الحقائق والرسائل الإعلامية أي إخراجها عن ما وقعت به ، فالأخبار تدخل عليها الكثير من العمليات الفنية التي تسمى الصياغة الإخبارية فتخرجها عن الواقع إما بالبتر أو القلب أو التحوير فتفهم بالشكل الذي يريده القائم بالاتصال لأنه يهدف لتغيير الرسالة التي تصل إلى المتلقي لتفهم بشكل مختلف ، كما تمارس وسائل الإعلام التضليل والكذب والتحيز وفق الأهداف التي ترمي لها ، وقد يصدها عن ذلك مدى تقيدها بالقيم والمعايير المهنية . يتضح من الجدول أن 85.71% من أفراد العينة يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس التلوين بينما لم يوافق منهم أحد على أنها لا تمارس ، وهناك 66.67% يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس التضليل بينما هناك 7.41% لا يوافقون ، أما نسبة من يرون أن وسائل الاتصال تمارس الكذب فتبلغ 61.64% بينما الذين لا يوافقون تبلغ نسبتهم 11.54% . أما من يرون أن وسائل الاتصال تمارس التحيز فتبلغ نسبتهم 100% . بقراءة تلك النتائج يتضح أن وسائل الاتصال تمارس عمليات تأثير مختلفة على الحقائق تتمثل بالدرجة الأولى في ممارسة التحيز ثم التلوين ثم التضليل ثم الكذب . وجميعها عمليات فنية بحاجة إلى فهم دراسة وخبرة وممارسة على المدى الطويل .

الجدول رقم (7) يوضح مدى قيام وسائل الاتصال بممارسة الحرب النفسية

مدى الممارسة	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
تمارسها دائماً	7	28	9	36	4	16	3	12	2	8
تمارسها أحياناً	6	26	12	52	2	9	3	13	0	0
لا تمارسها	2	11	0	0	3	16	0	0	0	0

بالنظر إلى الجدول رقم (7) الذي يوضح مدى ممارسة وسائل الاتصال للحرب النفسية ، يتضح أن 64% ممن وافقوا على أن وسائل الاتصال تمارس الحرب النفسية ذكروا أنها تمارسها دائماً بينما لم يوافق 20% منهم . وأن 78% ممن وافقوا على أن وسائل الاتصال تمارس الحرب النفسية ذكروا أنها تمارسها أحياناً بينما لم يوافق 13% منهم . وأن 11% وافقوا على أن وسائل الاتصال لاتمارس الحرب النفسية.

من إجابات المبحوثين الواردة أعلاه يتضح جلياً أن وسائل الاتصال تمارس الحرب النفسية ، وهذا يشير أن هذه الممارسة تعتبر من مهام وسائل الاتصال ، ولكن يختلف استخدام العمليات النفسية في وسائل الاتصال بحسب نوعها ، إذ يمكن تصنيفها إلى : **العمليات النفسية البيضاء** ويكون مصدرها معروفاً كالممارسة التي ترتبط ببعثة استشارية أو إغاثة ، مثلاً أو **العمليات النفسية الرمادية** ولا يعلن عن مصدرها كتلك التي تستهدف رجال الدين أو العسكريين أو المعلمين ... الخ ، وهناك **العمليات النفسية السوداء** ، وهذه يكون مصدرها عدائياً مع أخذ التحوطات لعدم الكشف عن هويته وتعتبر العمليات السوداء أكثر ملاءمة للحرب النفسية الاستراتيجية طويلة المدى أو الحرب التكتيكية قصيرة المدى . (د . عبد الله أحمد عريف ، الحرب النفسية والشائعات ، جامعة بنغازي)

وهناك ما يعرف بحرب المعلومات Information Warfare وهو يتعلق باستخدام وإدارة تقنية المعلومات حيث يشمل جمع معلومات استراتيجية أو تكتيكية وبث النشرات وتوظيف الشائعات ونشر الدعاية ضد الخصوم والتضليل وتميرير السياسات للسيطرة وإلحاق الهزيمة بالعدو من خلال إرباكه والحط من روحه المعنوية .

من خلال السؤال المفتوح الذي وجه للمبحوثون عن مدى قيام وسائل الاتصال بممارسة الحرب النفسية ؟ جاءت إجاباتهم بأن وسائل الاتصال تمارس الحرب النفسية بنوع من الاحترافية وبأسلوب منهجي ويعني ذلك أنها تستخدم الأسلوب العلمي ، واعتبر بعضهم أن أجهزة الإعلام جزء مهم من النظام الاجتماعي ، كما ذكر بعضهم أن الحرب النفسية جزء من مهام وسائل الاتصال ، حيث اعتبر هذا الرأي أنه يجب على وسائل الاتصال أن تقوم بمهمة الحرب النفسية حينما تكون هناك حاجة لذلك ، وهذا يعني أنها لا تمارسها دائماً ، إنما عندما تكون هناك ضرورة، ورأى آخرون أن وسائل الاتصال تسيطر على سلوك الفرد ، باعتبار أن السيطرة على السلوك والتحكم فيه يرتبط بالحرب النفسية .

الجدول رقم (8) يوضح أهداف الحرب النفسية

الهدف	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
تخطيم الروح المعنوية	16	57	8	29	0	0	4	14	0	0
زعزعة الإيمان بالهدف	14	50	10	36	2	7	2	7	0	0

0	0	7	2	4	1	25	7	64	18	التشكيك في القيادات
0	0	7	2	7	2	25	7	61	17	بث الفرقة في صفوف المجتمع
0	0	11	3	7	2	32	9	50	14	زرع اليأس وروح الاستسلام في النفوس
0	0	7	2	4	1	36	10	54	15	إضعاف الجبهة الداخلية

بالنظر إلى الجدول رقم (8) حول أهداف الحرب النفسية يتضح أن 86% من أفراد العينة يوافقون على أن (تحطيم الروح المعنوية) تعتبر من أهداف الحرب النفسية ، بينما نجد أن 14% منهم لا يوافقون . وأن 86% من المبحوثين يوافقون على أن من أهدافها (زعزعة الإيمان بالهدف) بينما 7% منهم لا يوافقون . وأن 89% يوافقون على أن على أن من أهدافها (التشكيك في القيادات) بينما 7% منهم لا يوافقون . وأن 86% يوافقون على أن (بث الفرقة في صفوف المجتمع) يعتبر من أهداف الحرب النفسية بينما 7% لا يوافقون على ذلك . وأن 82% من عينة الدراسة يوافقون على أن (زرع اليأس وروح الاستسلام في النفوس) يعتبر من أهداف الحرب النفسية بينما نجد أن 11% لا يوافقون . وأن 90% من أفراد العينة يوافقون على أن من أهداف الحرب النفسية (إضعاف الجبهة الداخلية) بينما 7% لا يوافقون .

تبين النتائج أعلاه الأهداف التي تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيقها من خلال ممارسة الحرب النفسية ، والأهداف المذكورة أصبحت هي المحور الرئيس الذي تعمل حوله تلك الوسائل ، خاصة وأنها ترتبط بالتنافس بين الدول على المستوى السياسي والعسكري بالإضافة للاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية ، وعليه أجاب المبحوثون وفقاً لتلك الاعتبارات بيد أنهم فرقوا بين الأهداف وفق ممارستها في وسائل الإعلام كما ظهر بين الأهداف المختلفة .

الجدول رقم (9) يوضح الوسائل التي تمارسها وسائل الاتصال في الحرب النفسية

الوسيلة	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
---------	------------	---	-------	---	-------	---	----------	---	---------------	---

0	0	0	0	4	1	36	10	61	17	الدعاية
0	0	4	1	4	1	32	9	61	17	الإشاعة
0	0	7	2	11	3	39	11	43	12	غسيل الدماغ
4	1	18	5	18	5	36	10	25	7	التهديد

بالنظر إلى الجدول رقم (9) حول الوسائل التي تمارسها وسائل الاتصال في الحرب النفسية يتضح أن 97% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس الدعاية . وأن 93% منهم يوافقون على أنها تمارس الإشاعة . وأن 82% منهم يوافقون على أنها تمارس غسيل الدماغ . وأن 61% منهم يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس التهديد في الحرب النفسية . بقراءة تلك النتائج يتبين أن وسائل الاتصال تمارس الدعاية والإشاعة أكثر من بقية الوسائل ، ذلك لاتباطهما بسياسة الدول وأمنها ، غالباً ما تستخدم هاتان الوسيلتان من وسائل الاتصال الحكومية أو الوسائل الخاصة المرتبطة بها لأن الدول تجنح للعمل على تثبيت ركائز حكمها والترويج له وكذلك دعم الأمن من خلال الرسائل الإعلامية التي تعمل على إقناع الآخرين بوجهة نظرها ، ذلك أن المادة الإعلامية لم تعد تتفصل عن المنظومة السياسية والأمنية والاجتماعية في أي بلد ، إذ أصبح الإعلام يعمل في تناغم مع أنظمة الحكم ويرتبط بها . ونلاحظ أن ممارسة عمليات غسيل الدماغ والتهديد فتأتي بنسبة موافقة أقل ، ذلك لأرتباط عمليات غسيل الدماغ والتهديد بظروف معينة تلجأ إليها الدول عند الحاجة إليها في ظروف التوتر أو الحرب وليست ممارسة شائعة في الأحوال الطبيعية التي تتسم بها العلاقات بين الدول في أغلب الأحوال .

الجدول رقم (10) يوضح أساليب التأثير التي تستخدمها وسائل الاتصال في الحرب النفسية

الأسلوب	أوافق بشدة	%	أوافق	%	محايد	%	لا أوافق	%	لا أوافق بشدة	%
عرض الحقائق	7	25	12	43	5	18	3	11	1	4
تحويل انتباه الجماهير	15	54	13	46	0	0	0	0	0	0
الإثارة العاطفية	15	54	12	43	0	0	1	4	0	0
التكرار والملاحقة	14	50	10	36	2	7	2	7	0	0

إشارة إلى الجدول رقم (10) يتضح أنه يبين أساليب التأثير التي تستخدمها وسائل الاتصال في الحرب النفسية . باستعراض تلك الأساليب نجد أن 68% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس (عرض الحقائق) ، وعرض الحقائق هو ممارسة وسائل الإعلام لطرح الرسائل بنوع من الشفافية والتصريح بالحقائق حول بعض المعلومات المهمة والحساسة حتى تكسب ثقة الجمهور فتبني وسائل الاتصال جداراً من الثقة بينها وبينه . وأن 100% من المبحوثين وافقوا على وسائل الاتصال تمارس أسلوب (تحويل انتباه الجماهير) ، وهو أسلوب تلجأ إليه وسائل الاتصال عندما يكون هناك موضوع شغل الرأي العام وسبب إزعاجاً للدولة فتقوم وسائل الإعلام بافتعال موضوع آخر يهم الرأي العام ويتم تداوله في وسائل الإعلام بغرض صرف نظر الجمهور ولفت انتباهه عن الموضوع الرئيس . وأن 97% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الاتصال تلجأ لممارسة (الإثارة العاطفية) ، وهو أسلوب تستخدم العاطفة في فحوى الرسائل الإعلامية ، كأن يكون من خلال قصة خبرية تستخدم فيها العاطفة ، أو الاستفادة من الملكة العاطفية للإنسان لمخاطبته من خلالها عبر الرسائل الإعلامية المختلفة . وأن 86% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الاتصال تمارس (التكرار والملاحقة) ، وهذه الفكرة تنبثق من نظرية الاتصال المعروفة بها الاسم ، حيث تمارس وسائل الاتصال تكرار الرسائل الإعلامية بأساليب لغوية وفنية مختلف لتعمل على ترسيخ الرسائل الإعلامية وتثبيتها لدى المتلقي فتكون واضحة ومفهومة ومن ثم يمكن أن تتحول إلى سلوك .

بقراءة تلك النتائج يتضح أن تحويل انتباه الجماهير والإثارة العاطفية هي أكثر أساليب التأثير ممارسة لدى وسائل الاتصال ويلبها أسلوب التكرار والملاحقة ثم عرض الحقائق .

النتائج

من خلال المعلومات التي تم الحصول عليها من الإطار النظري للدراسة ، والمسح الميداني ، فقد توصلت الدراسة إلى عددٍ من النتائج تمثلت في :

- 1) تقوم وسائل الاتصال بممارسة الحرب النفسية أحياناً .
- 2) أن أهم الأهداف التي تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيقها هي الأهداف السياسية وتليها الأهداف الأيدولوجية ثم الأهداف الاقتصادية .

- (3) تهدف وسائل الاتصال من ممارسة الحرب النفسية إلى إضعاف الجبهة الداخلية ، ثم التشكيك في القيادات ، ثم بث الفرقة في صفوف المجتمع ، ثم تحطيم الروح المعنوية ، ثم زعزعة الإيمان بالهدف ، ثم زرع اليأس وروح الاستسلام في النفوس .
- (4) أهم الوسائل التي تمارسها وسائل الاتصال لتحقيق أهدافها تتمثل في الدعاية ثم الإشاعة ثم غسيل الدماغ ثم التهديد .
- (5) تقوم وسائل الاتصال بالتأثير على الحقائق من خلال بعض الممارسات ، أولها التحيز وثانيها التلوين ثم التضليل ثم الكذب .
- (6) أهم وسائل التأثير التي تمارسها وسائل الاتصال في الحرب النفسية تتمثل في تحويل انتباه الجماهير ثم الإثارة العاطفية ثم التكرار والملاحقة ثم عرض الحقائق

التوصيات

- بعد الحصول على نتائج الدراسة نستطيع أن نستنبط التوصيات التالية التي يمكن أن تفيد القائم بالاتصال في تطوير العمل على مستوى وسائل الاتصال في التعامل مع الحرب النفسية :
- (1) توصي الدراسة بأن يقوم القائمون على وسائل الاتصال بإدخال تعديلات على السياسة التحريرية ترمي للإقلاع عن الممارسات الخاطئة كالكذب والتضليل ما من شأنه الإضرار بالمتلقي .
- (2) أن تنتقي وسائل الاتصال المعالجات المناسبة لرسائلها الإعلامية دون التأثير الضار على الجمهور بما يؤثر على أحواله النفسية .
- (3) تأسيس أجسام للتفاهم بين مؤسسات وسائل الاتصال لتقوم بمبادرات لإصلاح أحوال الشعوب من خلال تهدئة الصراعات بين الدول والجماعات والتيارات المختلفة .

المراجع

- 1) الشريف ، عبدالله محمد (1996) . **مناهج البحث العلمي** ، مكتبة الإشعاع للنشر والتوزيع ، الاسكندرية.
- 2) قاسم ، يوسف محمد (2007). **أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية – إنتفاضة الأقصى نموذجاً** ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة بيرزيت ، كلية الآداب ، فلسطين.
- 3) أبو عرقوب ، إبراهيم أحمد (1997). **استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية في أزمة الخليج** ، الجامعة الأردنية، عمان ، مجلة الجامعة الإسلامية ، مج5 ، ع2 ، يونيو 1997م.
- 4) نوفل ، أحمد (1989م) . **الحرب النفسية** ، دار الفاروق ، خمان .
- 5) الدباغ ، فخري و مهدي ، قيس عبد الفتاح (1986م) . **علم النفس العسكري** ، بغداد ، مطبعة جامعة بغداد .
- 6) حجاب ، محمد منير (2005) . **الحرب النفسية** ، دار الفجر ، القاهرة.
- 7) الدباغ ، مصطفى (1983) . **الحرب النفسية الإسرائيلية** ، مكتبة المنار ، الأردن.
- 8) زهران ، حامد (1977). **علم النفس الاجتماعي** ، عالم الكتب.
- 9) المصري ، محمد محمود (2004). **الدولة العبرية والحرب النفسية** ، غزة.
- 10) شحاتة، عبد المنعم(2004). **من تطبيقات علم النفس**، إيتراك للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- 11) سميسم ، حميدة ، **الحرب النفسية** ، الدار الثقافية للنشر .
- 12) Fuaad Mohammed Freh,2015, **Psychological Effects of War and Violence on Children** , Journal of Psychological Abnormalities, Department of Psychology, University of Anbar, College of Education, Iraq.
- 13) Resul Cesur Joseph J. Sabia , April 2011 , **The Psychological Costs of War, Military Combat and Mental Health** . Institute for the Study of Labor.