

# التضليل الإعلامي و أفول

## السلطة الرابعة

بومعيزة السعيد

استاذ مكلف بالدروس

قسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم السياسية والإعلام

—جامعة الجزائر—

أين هي الحكمة التي افتقدناها في المعرفة

أين هي المعرفة التي افتقدناها في الإعلام

**T S Eliot in ' The Rock '**

إن الحديث عن التضليل الإعلامي ( La désinformation ) يعني—ضمن

أشياء أخرى— تقديم قراءة ناقدة لممارسات وسائل الإعلام، بالتركيز على وسائل الإعلام الغربية التي تقدم نفسها كنموذج مثالي لبقية بلدان العالم، من حيث: الحرية، و الاستقلالية، و الموضوعية. لكنها، في الواقع، تصبح، أحيانا، أداة للتلاعب بها و قناة للتضليل الإعلامي، سواء عن قصد أو عن غير قصد، سيما في أوقات التراعات و الأزمات و الحروب، نظرا لدورها المعترف في تشكيل الرأي العام: المحلي و الدولي.

في هذه الورقة، سنحاول معالجة الأسباب الكامنة وراء ظاهرة التضليل الإعلامي

عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، التي، و بصفة خاصة الصحافة المكتوبة،<sup>(1)</sup> تخلت

تدرّجياً عن وظيفتها التقليدية كسلطة رابعة، لتصبح أداة من أدوات "السلطة الخامسة" للتلاعب بالرأي العام. و نشير إلى العوامل المختلفة التي ساهمت في هذا التحوّل، ومنها: دور الحكومات كمصدر أساس للتضليل الإعلامي من خلال "السلطة الخامسة"، بصفة مباشرة أو بصفة غير مباشرة، من أجل التلاعب بالرأي العام عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، لغرض البقاء في السلطة أو منع الآخرين من الوصول إليها أو لكسب النزاعات والحروب من خلال كسب العقول؛ أيضاً، التركيز على عملية التحوّل في قطاع الاتصال والإعلام؛ والتقنيات المستعملة في التضليل الإعلامي؛ بالإضافة إلى عوامل أخرى يتم الكشف عنها من خلال الإجابة عن تساؤلات إشكالية هذه الورقة.

هذه القراءة الناقدة تستدعي تسجيل ملاحظات أولية، يمكنها أن تساعدنا على فهم

الأسباب التي توهم وسائل الإعلام لكي تقوم بالتضليل الإعلامي، وهي كما يلي:

- تتمثل الملاحظة الأولى في أن صورة الصحافة التي تكوّنت لدى أجيال متعاقبة، كانت تعكس الصحافة كسلطة رابعة مستقلة على غرار السلطات الدستورية الأخرى، تعمل كهمزة وصل بين الحكام والمحكومين، و تنتقد الحكومة و تكشف عن مساوئها، و تنير الرأي العام بالوقائع والآراء بموضوعية و حياد؛ أيضاً، صورة الصحافة كملكية عائلية تتميز بتعدد العناوين التي كانت تعكس مجمل التيارات الفكرية في سوق حرة للأفكار؛ و الصحفيون اختاروا مهنة الصحافة عن قناعة ليمارسوها رغم متاعبها و مشقتها، و البحث عن الحقيقة من أجل الدفاع عمّا هو عادل في الحياة، و كفاءاتهم كانت عالية، لقد كانوا مثقفين و مبدعين فكرياً و مؤثرين سياسياً، و كان مثلهم الأعلى هو تغيير العالم، و ضحايا البحث عن الحقيقة و الكلمة الحرة منهم كثيرون، إن في أوقات الحرب أو في زمن السلم، وهذا، منذ أن فرضت الصحافة نفسها في المجتمع كمؤسسة ذات شأن و على امتداد عقود من الزمن.

- هذه الصورة الرومانسية تغيّرت جذرياً، بفعل التحولات الكبرى، التي سنشير إليها لاحقاً، وأصبحت صورة الصحافة اليوم تتلخص في كون: " رأسها في السياسة؛ و رجلاها في التجارة " على حد قول أحد الباحثين.<sup>(2)</sup> و عليه، نظرنا لما يحدث اليوم من

ممارسات إعلامية تضليلية، نعتقد أن الكثير من المهتمين سيتفقون مع (Serge HALIMI) أحد كبار نقاد الصحافة في فرنسا، الذي عالج الظاهرة في مؤلفه (Les Nouveaux Chiens de Garde, Paris, Liber, 1997) عندما قال: "الصحافة تعتبر مهنة منكوبة".

فالصحافة اليوم، كسلطة رابعة أصبحت وهما أكثر مما هي حقيقة. لأنها فقدت استقلاليتها و موضوعيتها بسبب نسيج العلاقات الذي يربط ملاكها و إعلاميها بمراكز صنّاع القرارات السياسية و الصناعية و العسكرية.<sup>(3)</sup>

فهى، في معظمها، عبارة عن مجمّعات متكثّلة ( Conglomerats ) اقتصادية و تجارية أكثر ممّا هي مؤسسات إعلامية و ثقافية، إذ لم يعد هناك فرق، تقريبا، بين الذي ينتج الأفكار، و الذي ينتج الصابون؛ و أصبحت يحدوها منطق الربحية من خلال السعي وراء أكبر عدد ممكن من الجمهور؛ و محتوياتها تتحكم فيها تقنيات التلاعب بالعقول لصناعة رئيس أو لتلميع صورة مؤسسة أو شخصية عمومية أو لاقتناء منتج؛ أما مسيروها فهم رجال أعمال أكثر ممّا هم رجال فكر؛ و الصحفيون صاروا يحملون بالنجومية، سيّما العاملين في التلفزيون و المفتونين بتكنولوجيته و ما تمنحه من احتكاك سهل مع الناس المهتمين و الأحداث؛ و بالمادة أكثر ممّا يحملون بتغيير العالم. باستثناء البعض منهم، الذين صاروا نوعا نادرا في الفضاء الإعلامي، و يعتبرون من بقايا السلطة الرابعة، على غرار (E R.Murrow) من شبكة CBS التلفزيونية، الذي كان قد تحدى، بكل شجاعة، حملة (المكارتية)، مع بداية الخمسينات من القرن الماضي، أو (Bernstein و Woodward) الذين أطاحا بالرئيس (نيكسون) جرّاء فضيحة و ترغايت، أو أمثال (Robert Fisk) من الجريدة اليومية (The Independent) البريطانية، حاليا، الذي يجازف بحياته، متحدّيا (الإستبشمنت) و قوة اللوبي الصهيوني ليكتب بموضوعية و شجاعة عن عدالة القضية الفلسطينية و آلام الشعب الفلسطيني. أو (Ignacio Ramonet) من جريدة (Le Monde) الفرنسية الذي انتقد باستمرار الممارسات الإعلامية التضليلية في وسائل الإعلام الغربية أثناء تغطيتها لحرب الخليج الثانية و الحرب على العراق. من المؤكد أن

أمثالهم كثرون، لكن صاروا يمثلون أقلية. البعض من الصحافيين اليوم، أصبح يقبل إكراهيات السياسيين وأصحاب الشركات، أو يتحايل على الرأي العام بإجراء مقابلات صحفية وهمية، مثل ما فعله (Patrick Poivre-D'Arvor) نجم القناة التلفزيونية الفرنسية TF1 و مقدم أخبارها، حين ادعى استحواب (فيهدال كاسترو) على المباشر، و في الواقع، المقابلة كانت مسجلة.

من هذا المنظور، يمكن أن نتناول التضليل الإعلامي في وسائل الإعلام الغربية التي تعتبر العمود الفقري للنظام الإعلامي الدولي، و التقنيات المتكررة في هذا الميدان. و يجدر التأكيد على أن التضليل الإعلامي يكاد يكون ممارسة يومية- لأن التراعات والصراعات ظاهرة دائمة تقريبا - و لكن حدته تشتد أثناء الأزمات و الحروب، و من جهة أخرى، فهو يعتبر ممارسة منتشرة عبر وسائل الإعلام في جميع بلدان العالم، و لو بدرجات متفاوتة. و تجدر الإشارة، أيضا، إلى أنه بالرغم من انتشار ظاهرة التضليل الإعلامي، لكنه يبقى من المواضيع التي لم تنل قسطا لائقا من الدراسة و البحث، إلا ما ندر. و يمكن أن يفسر هذا بعدة أسباب:

- يعتبر التضليل الإعلامي مصطلحا جديدا في الأدبيات الغربية - كما سنوضحه فيما بعد- و تفرق ممارساته بالأنظمة الشمولية، و بالتالي: الحديث عنه في المجتمعات الديمقراطية المؤمنة بحرية الصحافة و استقلاليتها، فهو أمر غير وارد. و هذا يعتبر تضليلا إعلاميا في حد ذاته. (4)

- السياسيون لا يتحدثون عن التضليل الإعلامي لأنهم يمارسونه أنفسهم و يكتبون بعبارته "التناول الإعلامي غير المنصف" أو يتهمون الآخر بممارسته، أما الإعلاميون فينفون بممارسته لأنهم يقدمون أنفسهم كمهنيين و مستقلين و موضوعيين.

- صعوبة التمييز ما بين التضليل الإعلامي و الإعلام، بسبب براعة التقنيات المستعملة.  
- تلاقي المصالح ما بين المتغير السياسي و المجتمعات الإعلامية، و بصفة خاصة، أثناء الصراعات و الأزمات.

و مع ذلك، يبقى الاهتمام بدراسة التضليل الإعلامي مفيدا، نظرا للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع من جهة، و من جهة ثانية، إذا ما أردنا أن نعرف كيف تعبئ وسائل الإعلام الرأي العام، و تشوّه صورة المؤسسات و الشخصيات العمومية و تلتطّح سمعتها. و عليه، سنحاول إلقاء الضوء على هذه الظاهرة من خلال الإجابة على بعض التساؤلات لتفكيك إشكالية التضليل الإعلامي و أفول السلطة الرابعة.

### ماذا يعني التضليل الإعلامي؟

إذا كان تضليل العدو أسلوبا معروفا منذ القدم، إذ تحدّث عنه ( Sun Tzu ) الصيني في سياق "فن الحرب" ثلاثة قرون قبل الميلاد، و تمّ استعماله ببراعة من طرف (ألكسندر المقدوني) و (جانكز خان)<sup>(5)</sup> و اشتهر به عمر ابن العاص. إلّا أن مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية (Dezinformatsia) مع بداية العشرينات من القرن الماضي، و شاع استعماله في الإتحاد السوفيتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به " الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استعباد الجماهير الشعبية ".<sup>(6)</sup>

و لم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية (Disinformation) إلا في الستينات ليشر إلى "التسريب المقصود للمعلومات المضلّلة". أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974، و دخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي و يتضمن دلالات سياسية أساسا، أي " النية المبيّنة لتغليب الرأي العام و إبقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة ".<sup>(7)</sup>

ما يهمنا في هذه الورقة هو التضليل الإعلامي الذي يتم عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية أساسا. و عليه فإن القاموس الفرنسي (Le Grand Robert) يحدده، على النحو التالي: " استعمال الإعلام و بالتحديد تقنيات الإعلام الجماهيري، من أجل التغليب و إخفاء الوقائع أو تحريفها". في نفس الاتجاه، يحدّد (F.ENCCEL) التضليل

الإعلامي على أنه " التلاعب بالرأي العام، لأهداف سياسية، بمعلومات معالجة بوسائل ملتوية".<sup>(8)</sup> ويشير نفس الكاتب إلى أن التضليل الإعلامي يفترض ثلاثة عناصر:

أ- التلاعب بالرأي العام و إلا أصبح تسميم العقول؛

ب- وسائل ملتوية والآ أصبح دعاية؛

ج- أهداف سياسية داخلية و خارجية، و إلا أصبح إشهارا.

من جهة أخرى، يعرف أحد الباحثين التضليل الإعلامي، على أنه: " الاستعمال المقصود للمعلومات بهدف تغليب إدراك الدريئة للواقع. كما يهدف إلى، سواء تضليل الخصم أو التأثير على الرأي العام، لجعل الدريئة تستوعب بعض المعتقدات التي كانت ترفضها من قبل، أو تقديم الكذب كحقيقة".<sup>(9)</sup>

وعليه، فإن التضليل الإعلامي يمكن أن يشير إلى محاولات مصادر، تعلن عنها أو غير تعلن عنها، للتلاعب بالرأي العام أو بجهات أخرى عن طريق وسائل الإعلام، وباستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو موكرسة أو ممسرحة أو إخفاء معلومات حقيقية، لتحقيق أهداف سياسية، أساسا.

في نفس السياق، من المفيد التمييز ما بين التضليل الإعلامي و الأشكال الأخرى لتضليل الرأي العام، و لو بطريقة غير مباشرة بالرغم من الترابط والتكامل فيما بينها. على سبيل المثال، الدعاية لا تعتمد دائما على الكذب ومصادرها معروفة في غالب الأحيان، لكنها قد تستعمل التضليل الإعلامي؛ والإشهار يهدف إلى تحقيق أغراض تجارية وليس سياسية؛ أما التحيز، الذي يميز معظم محتويات وسائل الإعلام خاصة في جانبها الإخباري، لصالح جهة على حساب جهات أخرى، و ربما يساهم في تغليب الرأي العام، فينقسم إلى قسمين:<sup>(10)</sup>

1- التحيز غير المقصود (**unwitting bias**) الناتج عن الأحكام المسبقة للصحفيين بسبب التنشئة الثقافية، والذي يؤدي، أساسا، إلى ما يسمى بسوء الإعلام (**Misinformation**) أو (**Mésinformation**) بسبب الجهل بالأمور، وليس بسبب نية مبيتة للكذب أو لإلحاق الضرر بالآخر. فعلى سبيل المثال معظم التغطيات

الإخبارية، الخاصة ببلدان العالم الثالث تتسم بنوع من التشويه لجهل الصحفيين الغربيين بواقع هذه البلدان أو لتحيزهم غير المقصود. و الصورة النمطية التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية عن العرب معروفة. (11)

2- التحيز المقصود (witting bias) الناتج عن النية الميَّبة بسبب ميولات سياسية و إيديولوجية و الذي يساهم في تغليب الرأي العام. و بالتالي، فهو يشترك في الهدف مع التضليل الإعلامي، إلا أنه من فعل قيم الصحفيين أنفسهم و تقييماهم، و السياسة الأخبارية للموسسة الإعلامية.

### لماذا التضليل الإعلامي؟

قبل عقود قليلة، لم يكن يحظى الاتصال و الإعلام بالأهمية الكافية في العلاقات الدولية و لا في تشكيل الرأي العام العالمي، لأن الحرب الباردة كانت تفرض تصورا خاصا للإعلام، مبني أساسا على الدعاية البيضاء والسوداء على حد سواء. لكن التغيرات السياسية التي أفضت إلى القطبية الأحادية، إلى جانب تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة، و الترويج للديمقراطية الغربية و حقوق الإنسان الأساسية، و حق التدخل باسم الشرعية الدولية، و كذلك التقدم الحاصل في تقنيات التلاعب بالعقول، أدت، جميعها، إلى الاهتمام أكثر بالرأي العام العالمي بالنسبة للبلدان النافذة على الساحة الدولية. و يمكن القول بأن الرأي العام أصبح ذا اعتبار و أهمية، نسبيا، حتى في البلدان غير الغربية بسبب الضغوطات الخارجية، و تزايد الوعي لدى مواطنيها، و نشاط المجتمع المدني و الصحافة.

و عليه، فإن الدول النافذة و من أجل تنفيذ سياساتها و مخططاتها أو فرض إرادتها على دول أخرى، صارت تلجأ إلى التضليل الإعلامي، سواء للتلاعب بالرأي العام المحلي أو الدولي، لأن تنظيم وسائل الإعلام فيها لا يسمح لها بمراقبة الصحافة أو تقييد حريتها.

لكن هناك عاملا آخر، يعتبر نقطة تحول في تاريخ العلاقة بين الحكومة و الصحافة في البلدان الغربية بصفة عامة، و الولايات المتحدة بصفة خاصة. و يتمثل في دور وسائل الإعلام، و أساسا التلفزيون، في التأثير على الرأي العام الأمريكي و جعله يعجّل بإفناء الحرب في فيتنام. (12)

إذ أن، ابتداء من السبعينات من القرن الماضي بدأ السياسيون يفكرون في إيجاد وسيلة للحدّ من نفوذ ما يسمى بالسلطة الرابعة، وهذا بعد التيقّن من أن الحروب يمكن أن تكسب أو تخسر بواسطة وسائل الإعلام والاتصال. بالفعل، مع مطلع الثمانينات من القرن الماضي، بدأت تظهر مفاهيم جديدة و استراتيجيات للتسيير الاجتماعي. وأصبح التسيير بواسطة الاتصال والإعلام عنصرا أساسيا في الاستراتيجية السياسية والاقتصادية والعسكرية، والتسيير الإعلامي، حسب رأي (Mattelard) هو جزء لا يتجزأ من الاستراتيجية الاتصالية.<sup>(13)</sup>

هذه الاستراتيجية الاتصالية يتم تخطيطها و تنفيذها من قبل ما أصبح يعرف بـ " السلطة الخامسة " التي تشير إلى جيل جديد من القائمين بالاتصال الشباب ذوي الكفاءات العالية و يتقنون تقنيات التلاعب بالعقول و على دراية تامة بفنيات الإعلام ومقتضياته، و يطلق عليهم اسم " Spin Doctors " أي : المتلاعبون بالصحافة ( أو أمراء الدعاية ).<sup>(14)</sup> و أول اختبار لقدرات "السلطة الخامسة" من أجل التلاعب بالسلطة الرابعة كان أثناء حرب "المالوين" بين بريطانيا و الأرجنتين في بداية الثمانينات من القرن الماضي. حيث لم يتعرف الرأي العام البريطاني بخصوص هذه الحرب إلا على ما أرادت له حكومة "ثاتشر" أن يطّلع عليه. و تم ذلك بفضل رقابة صارمة على المعلومات دون الظهور بمظهر الرقيب على الصحافة. و تمثلت هذه الرقابة غير المباشرة على الصحافة في انتقاء الصحفيين الذين سيغطون وقائع الحرب و تقييد حركتهم على ميدان المعركة، و تعيين مصدر وحيد للمعلومات هو المصدر العسكري، و تسيير صارم لصور الحرب، و هذا كلّه من أجل تضليل العدو (الأرجنتين) و كسب الرأي العام البريطاني.<sup>(15)</sup>

و طبق هذا النموذج الجديد للتسيير الإعلامي من طرف الولايات المتحدة في حروبها المتلاحقة: باناما، و غراناذا و حرب الخليج الثانية و أفغانستان و الحرب على العراق، كما طبقته إسرائيل منذ الانتفاضة الأولى، و الحلف الأطلسي في كوسوفو.<sup>(16)</sup>



## - من يمارس التضليل الإعلامي ؟

إن التضليل الإعلامي الذي يعنينا هو ذلك الذي يتوجه إلى الرأي العام المحلي أو الدولي. و قد يستهدف دولة أو مؤسسة أو جماعة اجتماعية أو شخصية عمومية لتشويه الصورة و تلطixح السمعة، و قد يستهدف التلميع. و من بين أهم الجهات التي يمكن أن تلجأ إلى التضليل الإعلامي لخدمة أهداف محددة، نذكر :

أ- الدول : تلجأ جميع الدول في العالم إلى التضليل الإعلامي في أوقات الحرب أو باسم الصالح العام أو بمقتضى حجّة الدولة؛ كما تمارس الحكومات التضليل الإعلامي من أجل كسب تأييد الرأي العام لسياساتها أو لحجب مساوئها. أيضا، و لكي تبقى الحكومات في السلطة يتعيّن عليها: إما إستعمال القوة، و هذا غير مقبول في البلدان الديمقراطية، و إما كسب رضا المواطنين عن طريق الإقناع، و هذا أمر صعب. و بالتالي، تلجأ معظم الحكومات في العالم إلى التضليل الإعلامي لفرض السيطرة على المواطنين و انتزاع رضاهم. كما أن المعارضة السياسية، في محاولتها للوصول إلى السلطة تلجأ إلى التضليل الإعلامي للتأثير على المواطنين من أجل نيل قبولهم لها. هذا فيما يتعلق بأوقات السلم، أما في أوقات الحرب فإن الدولة توظف التضليل الإعلامي كجزء من الحرب النفسية التي يشار إليها في الوقت الحالي بالعمليات النفسية. فالحرب النفسية هي "عمليات مخططة لتبليغ معلومات و رموز منتقاة إلى أفراد جمهور للتأثير على مشاعرهم و دوافعهم و تفكيرهم الموضوعي و من ثمة التأثير على سلوكيات المنظمات و الجماعات و الأفراد".<sup>(17)</sup> و هذا لا يتم إلاّ إذا كانت هناك معرفة شبه تامة حول العدوّ أو الخصم من حيث معتقداته و رغباته و نفوراته و قوّته و ضعفه و مواطن قابليته للكسر، و كذلك، ثقافته و قيمه. و تعرف بصفة عامة، على أنّها: "الاستعمال المخطط للاتصال من أجل التأثير على المواقف و السلوكيات الإنسانية لخلق في الجماعة المستهدفة من قبل الحرب النفسية مواقف و مشاعر و سلوكيات تعزز تحقيق أهداف القائم بالحرب النفسية".<sup>(18)</sup> و يستعمل التضليل الإعلامي، سواء بصفة دفاعية أو بصفة هجومية، و عن طريق وسائل الإعلام و الإتصال. ففي شقّه الدفاعي، فيهدف إلى:

1- تجنّب إعلام العدو أو العمل على تضليله من خلال المعلومات المقدمة إلى سكان البلد القائم بالتضليل.

- 2- عدم الحطّ من معنويات السكان بإعطائهم المعلومات السيئة.
  - 3- عدم تخفيض الإنتاج بإعطائهم المعلومات الجيدة.
  - 4- إخفاء جرائم الحرب أو الأعمال غير المشرفة. (19)
- أما في شقّه الهجومى و كأداة حرب نفسية، فيهدف التضليل الإعلامى إلى:
- 1- إعلام العدو حول إجراءات الاستسلام.
  - 2- زيادة أثر الأسلحة القوية. (لتحقيق التدمير السيكولوجى)
  - 3- تخفيض معنويات جنود العدو بجعلهم يعتقدون أن الإفزام وارد لا محالة.
  - 4- تدعيم الموالين الحلفاء.
  - 5- الخدعة لإحداث الضغط.
  - 6- مراقبة المدنيين لضبط تنقلاتهم.
  - 7- التصدي إلى دعاية العدو. (20)

في هذا السياق، يشير أحد الباحثين إلى أن (البتساغون) اخترع ما يسمى " الثورة في الشؤون العسكرية". بمعنى البحث عن التفوق في ثلاث ميادين: القيادة و السيطرة و حرب المعلومات. و هذه الأخيرة بالنسبة لأحد الباحثين "تأخذ مجموعة من الأشكال المختلفة، ابتداء من العمليات النفسية الموجهة إلى زعزعة العدو وإباط عزيمته ( في القواعد الخلفية و على الجبهة )، مروراً بتوجيه ضربات مباشرة للمراكز العصبية و العقد ( ضمّ العين و فتح القاف ) الإعلامية، أو تشويش فضائها الإكتروني أو قرصنة أنظمة الأعداء و محادثتها " (21)

ب- الصناعة : تحاول الصناعة بمختلف أنواعها، و على الخصوص : الصيدلانية، و التغذية و النفط و التسليح، الخ.، التأثير على الرأي العام باللجوء إلى التضليل الإعلامى، لأن مواضيع الصحة و البيئة و الأمن تعتبر هامة في تعبئة الرأي العام، و من جهة أخرى، من أجل التأثير على المنافسين. و الطريقة الأكثر شيوعاً، هي شراء ذمم الوسيلة الإعلامية أو الصحفيين أو الباحثين لتقسيم وقائع في صيغة علمية من دون أن يكون لها محتوى علمي لإعطاء المصدقية.

ج- الجماعات الضاغطة: سواء كانت ميولاتها سياسية (الكوبيون في الولايات المتحدة) أو اقتصادية (الشركات البترولية) أو عرقية (الصهيونية العالمية)، تسمى هذه الجماعات الضاغطة إلى كسب تأييد الرأي العام عن طريق التضليل الإعلامى للتأثير على صنّاع القرارات السياسية.

د- المنظمات غير الحكومية: فالبعض من هذه المنظمات مرتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالدول، أو مخترقة من طرف المصالح الاستراتيجية، و هي توظف التضليل الإعلامي للتأثير على الرأي العام المحلي أو الدولي، و بالتالي التأثير على صنّاع القرارات.

ج- المؤسسات الإعلامية: و بصفة خاصة الصحافة المكتوبة أو بعض القنوات التلفزيونية التابعة لمجمّعات إعلامية، و التي لا تخفي ميولاتها السياسية، فهذه، أيضا، تمارس التضليل الإعلامي خاصة أوقات الأزمات و الحروب أو في أوقات الانتخابات.<sup>(22)</sup> فوسائل الإعلام الجماهيرية تعتبر من طرف الكثير من الباحثين دريئة مفضلة لممارسة التضليل الإعلامي لإغراض دفاعية أو هجومية.

في هذا السياق، يمكن أن نشير إلى أن محطات التلفزيون العمومية يمكن أن تلجأ إلى التضليل الإعلامي. تاريخيا، كان التلفزيون الفرنسي يمارس التضليل الإعلامي و حتى الدعاية إبان ثورة التحرير الجزائرية، حيث يشير أحد الكتاب في هذا المجال، إلى أن: " سنوات الحرب شهدت تتالي الحذف و الحجز .. و الإنكار.. و الإسكات.. و كبت الرجال المعزّز بالإحراج و الرفض الرسمي".<sup>(23)</sup> إذ لم تدخل الثورة الجزائرية الفضاء الإعلامي العمومي الفرنسي، للنقاش، إلا مع بداية الثمانينات من القرن الماضي. قبل ذلك الوقت، كانت من المحظورات و الممنوعات.

على سبيل المثال، فإن هيئة الـ (BBC)، بالرغم من استقلاليتها و مصداقيتها، إلا أنّها لجأت إلى بعض أساليب التضليل الإعلامي أثناء الحروب التي كانت بريطانيا طرفا فيها، و التضليل الإعلامي في حالة الـ بي بي سي، قد يتخذ شكل الإغفال أو التعتيم على أحداث، أو قد يتم نقل الروايات الرسمية دون موازنتها بروايات أخرى، أو عدم التشكيك في التصريحات الرسمية و تقديمها على أنّها حقيقة؛ أما الولايات المتحدة فذهبت بعيدا و أنشأت قبل الحرب على العراق إذاعة (SAWA) لتمارس الحرب النفسية على النظام العراقي و تصّله، و بعد أنتهاء الحرب، أقامت قناة تلفزيونية باسم " الحرة " تابعة لمؤسسة " صوت أمريكا" لترويج سياستها في البلدان العربية، أساسا، وللتصدي لما يسميه البيت الأبيض " تحمّز " الفضائيات العربية، و لكن الدعاية الصريحة و التضليل الإعلامي

جزء من حصصها الإخبارية. على سبيل المثال ، معظم وسائل إعلام العالم نشرت أو بثت صور تعذيب السجناء العراقيين ما عداها، و اكتفت بالإشارة إلى الحدث، إشارة عابرة يوم 30 أبريل 2004، و ذلك بعد أن تعرضت لمواضيع السياسة "الإيجابية" للولايات المتحدة في العراق. و فيما يتعلق بالفنوات الخاصة قد تلجأ، هي الأخرى، إلى التضليل الإعلامي بسبب تلاقي المصالح كما هو حال قناتي (SKY NEWS) و(FOX NEWS) التابعتين لمجمّع (Rupert MURDOCH) المؤيد للعدوان على العراق؛ أما الإذاعة التي تعبر الحدود بسهولة فيمكن توظيفها في التضليل الإعلامي من خلال: (24)

- البث انطلاقاً من بلد آخر،

- استعمال موجة إذاعية قريبة من موجة محطة إذاعية موجودة،

- شراء محطة إذاعية موجودة.

علاوة على ما تقدم، يمكن أن يستعمل الصحفيون في عملية التضليل الإعلامي،

لأن:

- ليس لديهم الوقت الكافي للتأكد من مصادر معلوماهم نظراً لما تتميز

به مهنتهم من تنافس حاد،

- سهولة التأثير عليهم عن طريق الإبتزاز و الرشوة،

- يتمتعون بالمصداقية،

- سهولة نفاذهم إلى وسائل إعلامية واسعة،

- تشابه طبيعة عملهم مع عمل مصالح الإستعلام و المصلحة المشتركة.

و تجدر الملاحظة، في هذا المجال، إلى أن المراسلين الصحفيين الأجانب

يقفون على اتصال دائم مع سفاراتهم، يتزودون منها بالمعلومات والتحليلات و الرؤى التي

تعكس في كتاباتهم.

- كيف يشجع تلاقي المصالح التضليل الإعلامي؟

إن ما نقصده بتلاقي المصالح هو ذلك التوافق فيما بين مصالح الدول والحكومات

الغربية و مصالح المجتمعات الإعلامية المتكثلة، و هذه ظاهرة جديدة كشفت عنها التحولات الكبرى في قطاع الاتصال و الإعلام و التي تتضمن أربعة أبعاد أساسية على النحو التالي: (25)

- الرقمية: و تشير إلى أن تكنولوجيات الاستغلال و الإرسال في ميدان المعلومات أصبحت تستعمل لغة واحدة، هي لغة الحاسوب الآلي ذات المدونة الثنائية، مما أدى إلى ظهور طرق سيارة لنقل المعلومات بسرعة و ليونة و تكلفة منخفضة. و المستثمر و المستغل و المستفيد هي الشركات عبر الوطنية. و من بين إحدى نتائج هذا التطور هو أننا أصبحنا نشاهد على سبيل المثال وقائع الحروب كما تجري في وقتها، بالصوت و الصورة.

- الإدماج: و يعني عمليات الشراء و الاستحواذ على وحدات اتصالية و إعلامية غير قادرة على المنافسة، مما أدى إلى تركيز ملكية وسائل الإعلام و الاتصال في أيدي عدد قليل من الشركات المتكثلة في السوق، و التي هي في الواقع إمبراطوريات أخطبوطية تغطي فروعها المعمورة كلها. كما أن هذه المجمعات الإعلامية عقدت تحالفات مع قطاعات أخرى، كالبنوك و التأمينات و الصناعة الصيدلانية و العقار و البترول، الخ...، و النتيجة هي أن هذه الشركات العملاقة أصبحت تجمع بين إنتاج البرامج و أنظمة التوزيع و أجهزة التلقي، و هذا له أثر كبير على السياسة و الاقتصاد و الثقافة في جميع أنحاء العالم.

- تحرير القيود الادارية : و تعني ضرورة التكيّف مع الوضع الجديد الناتج عن التحولات التكنولوجية و الاقتصادية، و أصبحت معظم البلدان مجبرة، بفعل الضغوطات السياسية، أن تعيد النظر في بنيتها الاتصالية و الإعلامية مطبقة عقيدة الشركات عبر الوطنية : سوق أكثر، دولة أقل.

- العولمة : وتشير، ببساطة مفرطة، إلى أن الإنتاج السلعي أو الخدماتي من طرف الشركات العملاقة، سواء على المستوى المحلي أو الخارجي، أصبح موجها نحو أسواق معولمة. و من بين مبادئها: فكر محليا، واعمل عالميا؛ أو عولمة المحلي و إضفاء طابع المحلي على المعولم.

ومن بين نتائج هذه التحولات الكبرى، أن المجمعات الإعلامية المتكثلة التي تربط أصحابها على غرار (Rupert Murdoch) و (Silvio Berlusconi) علاقات بالدوائر السياسية، و لا تتوانى في توظيف دعائها الإعلامية، سواء لخدمة مصالح ملاكها أو مصالح الحكومات أثناء الأزمات و الحروب. مثلا، لعبت القناة التلفزيونية (Fox News) بالولايات

المتحدة التابعة لمجمّع (Murdoch) دور الناطق الرسمي باسم البيت الأبيض الأمريكي أثناء الحرب على العراق من خلال إعلامها المضلل ضد النظام العراقي أو ضد الذين كانوا يعارضون الحرب، و نفس الشيء قامت به القنوات التلفزيونية التابعة لبرلسكوني في ايطاليا. كما كتبت جريدة (Le Monde) الصادرة في 07 ماي 2004 تقول أن الشركة (Disney) - الأولى عالميا في ميدان الاتصال- التي مولت، من خلال أحد فروعها، فيلم (Fahrenheit9/11) لمخرجه (Michael MOOR) الأمريكي و المعادي لسياسة حكومات بلده منذ مدة، عارضت توزيعه في الولايات المتحدة، لأن الفيلم مناهض للرئيس الأمريكي جورج بوش.

و يعتبر هذا التحول في قطاع الاتصال والإعلام من بين العوامل الأساسية التي أدت إلى أفول السلطة الرابعة. لأن المجمّعات الإعلامية من خلال ارتباطها بمصالح صناع القرارات السياسية و الاقتصادية و العسكرية، نتج عنه نزعة وسائل الإعلام بصفة عامة إلى المحافظة على الوضع القائم والتخلي عن دورها التقليدي المتمثل في دور "كلب الحراسة" أو ( Watchdog ) و مراقبة السلطات الدستورية الأخرى، و بخاصة، السلطة التنفيذية و الكشف عن مساوئها، كما لم تعد تدير الرأي العام بالوقائع و الحقائق حول ما يجري في الواقع الاجتماعي، و صارت تقدم له معلومات غير مستيقة و غير موضوعية و مبسطة و منمّطة و تكاد تخلو من النقد. أيضا، لم تعد همزة وصل بين الحكام و المحكومين، و إنما قناة للتعبير عن مصالح القوى المهيمنة في المجتمع؛ و محتوياتها يغيب فيها التعبير عن مجمل التيارات الفكرية الموجودة في السوق الحرة للأفكار؛ و بتشتيتها للجمهور و دفع جزء منه إلى الصمت جرّدت الرأي العام من تلك القوة التي تجعله يقيم الحكومات أو يسقطها. و هكذا، و جرّاء التحولات التي أشرنا إليها سابقا، أصبحت حرية الصحافة تملكها الذين يملكون الصحافة، على حدّ قول الناقد (A J.Liebling) . من جهة أخرى، فإن التركيز في ملكية وسائل الإعلام يودي، بالضرورة، إلى زيادة نفوذها في المجتمع و لقد كان (Alexis de Tocqueville) قد قال في القرن التاسع عشر، ما مفاده: إذا أردت أن تقلل من نفوذ الصحافة، فأكثر من الجرائد

## - ما هي موارد التضليل الإعلامي ؟

لا يمكن، بأي حال من الأحوال أن يمارس التضليل الإعلامي بفعالية في غياب معلومات استراتيجية على غرار المعلومات التي توظف في العمليات النفسية و الحرب الإعلامية. و هذا انطلاقاً من المبدأ القائل: من يملك المعلومات يملك السلطة.

و عليه، تستثمر الدول النافذة مجدية في هذا المجال. فعلى سبيل المثال، في الولايات المتحدة، كما يشير الباحث (A. Mattelard)، يتم جمع المعلومات النوعية عن طريق الشبكات المختلفة في شكل دراسات و أبحاث و مؤتمرات و ندوات و تقارير علمية و منشورات و تبادلات مختلفة. و يضيف طابع العلمية و الموضوعية على هذه المعلومات، من خلال التعاقد مع أشهر الجامعات و مراكز الأبحاث و الاستعانة بالأساتذة و الخبراء ذوي الكفاءات العالية.

و من بين الجوانب التي يتم التركيز عليها، في هذا السياق، هي ما يسمى بالقابلية السيكلوجية لدى الجمهور أو الشعوب. إذ يتم حصر الظروف المهيئة لظهور حركات ثورية أو تمرد أو عنف مدني أو الإرهاب في الوقت الحالي. في هذا المجال يستعان بالمستشرقين و الأنثروبولوجيين و علماء الاجتماع و علماء النفس من أجل دراسة الرموز و الحجج الأكثر فعالية لتغيير المواقف في بعض الثقافات، إذ يدرس حتى السحر و الشعوذة و الأساطير. كما تدرس، من أجل التعبئة، الأقليات و القوميات و الجماعات العرقية و كذلك النخب المختلفة كالطلبة والنخب الحضرية و المقاولين والنقابات و الأحزاب و الجيش، الخ.

و على ضوء هذه المعلومات الاستراتيجية يقوم المختصون بإعداد نماذج رياضية و نظريات و سيناريوهات تمثيلية « **Simulation** » من أجل التدخل. (26) فمثل هذه المعلومات هي التي توظف في التضليل الإعلامي أثناء الحروب. مثلما، حدث في حرب الخليج الثانية أو الحرب على العراق. و لو أنه إتضح، فيما بعد، أن المعلومات التي جمعتها المصالح الأمريكية المختلفة، لم تكن بالدقة التي تسمح لها بالتعامل الملائم مع الوضع الجديد، و يفسر التعقيدات المتنوعة التي واجهتها قوى الاحتلال.

## متى تشتد حدة التضليل الإعلامي؟

تشتد حدة التضليل الإعلامي، أساساً، في أوقات الأزمات سواء كانت سياسية (الصراع على السلطة) أو اجتماعية (إضرابات و مظاهرات) أو طبيعية (زلازل، فيضانات، الخ.)، و تشتد حدة التضليل الإعلامي أكثر في أوقات الحروب. فأتثناء هذه الحالات، تصبح عقول الناس و قلوبهم رهانا لا بد أن يكسب، بالنسبة لمختلف الجهات ذات المصالح المتنوعة و المتعارضة.

و لعلّ خير نموذج للتضليل الإعلامي هو ذلك الذي قدمته ما يسمى بقوى التحالف في حربها على العراق، حيث قامت بأسلحة الإعلام، بشكل لم يسبق له مثيل. إذ أصبح التضليل الإعلامي قبل الحرب و أثناءها و بعدها أداة من أدوات العمليات النفسية و حرب المعلومات و عمليات المعلومات من أجل إحراز التفوق المعلوماتي. و كل هذه الإجراءات لم تكن تهدف إلى كسب الحرب عندما تندلع و حسب، وإنما كسبها قبل وقوعها، بالإضافة إلى كسب العقول و القلوب في العراق.

و لقد كان أهم مصدر للتضليل الإعلامي مركز "السليّة" بالدوحة ( قطر) الخاص بالمؤتمرات الصحفية التي نشطها أخصائيو عسكريون تلقوا تدريباً مسبقاً بخصوص كيفية التعامل مع الصحفيين، الذين تم اعتمادهم بطريقة السكانير. و لقد كان مركز "السليّة" مسرحاً لحرب إعلامية تتم داخل استوديو قام بتجهيزه تقنيون من هوليوود، كانوا قد رتبوا كل شيء ( الفضاء، و الألوان، و الخرائط، و الشاشات، الخ.) من أجل إحداث التأثير الأمثل.

أما المصدر الآخر للتضليل، فتمثل فيما كان يقوم به من تغطيات لوقائع الحرب الصحفيون "المدججون" (**embedded journalists**) الذين كانوا يعيشون مع الوحدات القتالية، و الذين لم يكونوا ينقلون من أخبار و صور عن الحرب، إلّا ما كان يسمح لهم به من طرف القيادة العسكرية.

هكذا، بهذه الطريقة سيطرت القوى المتحالفة كليّة على الإعلام الدولي الذي صار ينقل روايات وقائع الحرب ذات اتجاه واحد. إلّا أن هناك استثناءات قليلة جداً، منها



الفضائيات العربية و التي كانت تتوجه أساسا إلى الرأي العام العربي و الإسلامي. مع العلم، أن الرأي العام العربي و الإسلامي لم يكن له وزن معتبرا في السياسة الدولية. ومع ذلك، وجهت عدة انتقادات، أثناء الحرب على العراق، إلى الفضائيات العربية، ولعل قتل صحافي قناة « الجزيرة » - طارق أيوب - من طرف الجنود الأمريكيين، كان مقصودا من أجل ترهيب الصحفيين. و بعد الحرب شدد عليها الخناق بسبب نقلها روايات متباينة مع روايات إعلام الدولتين المتحالفتين: الولايات المتحدة و بريطانيا. وبالفعل، أثارت الفضائيات العربية، و بخاصة « الجزيرة»، جدلا قويا في الولايات المتحدة، إلى درجة أن صرح (كولن باول) بتاريخ 27 أبريل 2004، بقوله: " أنه تحادث حول تغطية قناة الجزيرة مع نظيره القطري، و المآخذ الأمريكية عليها." و هذا بحجة ضمنية تتمثل في تمويل دولة قطر لقناة الجزيرة.

من خلال التصريح أعلاه، يتضح المعيار المزدوج الذي تطبقه الولايات المتحدة في سياستها. إذ لا يمكن أن تتصور تباحث مثل هذا الأمر مع الوزير الأول البريطاني حول الـ بي بي سي، و هي ممولة جزئيا من طرف الدولة.

على أية حال، تبقى " الحرب على العراق " خير مثال، إلى حد الآن، عن التضليل الإعلامي. و الورقة هذه لا تتسع لذكر الأمثلة الكثيرة للتضليل الإعلامي كما سبقت الإشارة، و إنما يكفي أن نذكر مثلا واحدا للتضليل الإعلامي الذي مارسته الحكومة الأمريكية، و تناقلته وسائل الإعلام العالمية بدون تحفظ و لا تأكيد، والذي يمكن تطبيقه على جل تصريحات الرسميين الأمريكيين.

في هذا السياق يقول (Ignacio Ramonet) أن الرئيس (بوش) ألقى خطابا و أذيع يوم 8 فيفري 2003، و أشار فيه قائلا: " إن العراق بعث خبراء في المتفجرات و في صناعة الأوراق المزيفة للعمل مع القاعدة. كما وقر للقاعدة تدريبا على الأسلحة البيولوجية و الكيماوية. و أن عميلا من القاعدة أرسل إلى العراق عدة مرات مع نهاية سنوات التسعينات ليسانعده بغداد في الحصول على المواد السامة و الغازات". (27) و يضيف نفس الكاتب، بأن هذا الخطاب نقلته أكبر وسائل الإعلام الأمريكية

و ضخّمته على بمرار القنوات التلفزيونيتين (CNN) و (Fox News) و الجرائد النوعية  
 ميسل: (The Washington Post) و (The Wall Street Journal)، فهذه  
 الوسائل الإعلامية تحولت، بقول الكاتب، إلى أجهزة دعائية.

و لقد اتضح فيما بعد أن النظام العراقي لم يكن يملك أبدا أسلحة الدمار الشامل  
 في تلك الفترة، رغم الجهود المضنية التي بذلت من أجل إيجاد أثر لها. و هذا المثال يجسّد  
 كيف أن وسائل الإعلام أصبحت تلعب دورا أساسيا في تضليل الرأي العام، إمّا عن قصد  
 أو عن غير قصد. لأن نشر مثل هذه الأخبار بصفة منسقة و منتظمة، ربما، هي التي جعلت  
 الرأي العام الأمريكي يساند الحرب على العراق.

### - تقنيات التضليل الإعلامي

من بين أهم التقنيات المستعملة في التضليل الإعلامي نذكر البعض منها التي تعتبر  
 قديمة، و البعض الآخر يعتبر حديثا و من ابتكار " السلطة الخامسة" و هي تختلف في درجة  
 الأهمية و التأثير، باختلاف مصادرها: الدولة و الحكومة و وسائل الإعلام، أساسا؛ إلا أنّ  
 ومهما كان المصدر، فإن وسائل الإعلام هي القناة الطبيعية و المفضلة لتعمير التضليل  
 الإعلامي. و تجدر الإشارة إلى أنّ الصحافة المكتوبة مهياة أكثر من التلفزيون لتصبح قناة  
 للتضليل الإعلامي. إذن، نذكر بعض تقنيات التضليل الإعلامي، و هي على النحو التالي:

- الحذف: و يمكن أن يمارس من طرف المؤسسات الإعلامية ذاتها، كأن لا تنشر أو تبث  
 محتويات تسيء إلى الحكومات لاعتبارات سياسية و اديولوجية، أو لشركات تعتبر  
 موردا هاما للإعلان. لكن، يمكن أن يمارس من طرف الدولة كمصدر معلومات و خاصة  
 في أوقات الحروب و الأزمات. و هذا تقليد قدم، حيث يقال أن الحقيقة هي أولى ضحايا  
 الحرب. في هذا السياق يذكر أحد الكتاب أن (ونسطن شرشل) قال لـ (جوزيف ستالين)  
 في طهران عام 1943: " في أوقات الحرب تكون الحقيقة ثمينة جدا، فينبغي أن تحاط  
 بمارس شخصي. والحرس الشخصي هي الأكاذيب". (28)

و إذا كان الحذف في أوقات الحرب يبدو مشروعاً إلى حد ما، إلا أن الحكومات  
 تلجأ إلى الحذف، حسب (Cockrell et al)، حتى في أوقات السلم، لأن " السرية

هي من طبيعة جميع الحكومات". و بشرى، أيضا، إلى أن: " ... هناك عدة مواضيع التي ترفض باستمرار هذه الحكومة الحالية، على غرار سابقا، أن تجيب على الأسئلة حولها. بعض النظر عن الأسئلة التي تؤثر حقيقة على الأمن الوطني...و يهدف هذا الحذف إلى تجنب الإحراج السياسي و لإخفاء سوء التسيير و التصرف".<sup>(29)</sup> و من جهة أخرى، فإن الدولة تحذف المعلومات بلسم ما يسمى بـ " حجة الدولة" أو الأمن الوطني أو الصالح العام، و كلها أمور محل نقاش في البعض من الأحيان.

و ما قيل عن الحكومة البريطانية، يمكن أن ينطبق على جميع حكومات العالم. فعلى سبيل المثال، الولايات المتحدة و بريطانيا في حربهما على العراق مارستا الحذف، سواء تعلق الأمر بالنوايا الحقيقية وراء غزو العراق أو بالخصائر البشرية، حتى لا ينقلب الرأي العام ضدهما، في بلديهما. و يفسر هذا، حسب رأي (B.Sigg)، بكون " السرية هي تلاعب بالعقول و/أو الاحتفاظ بالمعلومات. تلجأ إليها (أي السرية) الجماعات أو الأشخاص، أيضا، سواء من أجل الوقاية من العواقب الوخيمة التي يمكن أن تلحق بهم بسبب الكشف عن هذه المعلومات، أو بهدف استعمال السلطة التي يمنحها الاحتفاظ بمعرفة ما، اتجاه الذين يحرمون من هذه المعرفة".<sup>(30)</sup>

-التعتيم الإعلامي: ويعني السكوت و الصمت بخصوص بعض الأحداث التي يمكن أن تؤدي إلى تغيير في مواقف الرأي العام بشأن بعض القضايا. و خير مثال عن التعتيم الإعلامي هو صمت وسائل الإعلام الغربية عما يدور في الشيشان، لأسباب جيوسراتيجية. أو التعتيم الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية بخصوص توابيت القتلى من الجنود الأمريكيين في العراق، التي تصل إلى الولايات المتحدة كل يوم تقريبا. لأن الحكومة الأمريكية " نصحت" بعدم تصوير مثل هذه المراسيم منذ بداية التسعينات من القرن الماضي، بتعلّة عدم جرح مشاعر أهل الجنود القتلى، و لكن في الواقع، السبب هو الخوف من انقلاب الرأي العام الأمريكي ضدها. إلا أنّ محكمة أمريكية حكمت، خلال شهر أبريل 2004، في صالح نشر و بث مثل هذه الصور. و من جهة أخرى، بادر (Ted koplín)، أحد أساطنة الصحافة و المتمتع بمصدقية عالية لدى الرأي العام الأمريكي،

بيث برنامج حول الجنود القتلى في العراق، بالصور والتواريخ على قناة (ABC) التلفزيونية. مثل ما فعلته الشبكة التلفزيونية (CBS) من خلال برنامجها الشهير (60 Minutes).

و هذا، لأن الرأي العام الأمريكي لا يعرف عدد القتلى من الجنود الأمريكيين، بسبب التعقيم الذي يمارسه البنتاغون. و مثال عن هذا التعقيم، كشفت عنه وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية من خلال بث صور التعذيب الوحشي للسجناء العراقيين (29 أبريل 2004). ولو أن هذا الكشف ينبغي أن يفسّر، أساساً، على ضوء السياسات الداخلية للبلدين، وليس بسبب تغيير جذري في السياسات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية.

1 - لإشاعات : و تستعمل، بصفة خاصة، عندما يكون الناس في حاجة ماسة إلى المعلومات أثناء الأزمات أو الصراعات. إذ عندما تظهر الإشاعة، سواء في شكلها الوردي أو الأسود و مصدرها غير معروف، تنقلها وسائل الإعلام بصفة عفوية و تقدمها بنوع من الحذر أو عدمه، و يمكن أن تتسبب في بعض الأفعال من طرف السكان، و بالتالي تؤكد المحتوى. كما يمكن أن تكون الإشاعة في شكل معلومات متناقضة بغرض ذبذبة العقول من أجل الحطّ من المعنويات.<sup>(31)</sup> مثلاً: أثناء الحرب على العراق كانت الفضائيات الأمريكية تذيع الشائعات التي يروجها القادة العسكريون الأمريكيان في شكل أخبار، حول موت صدام حسين، أو هروب بعض عناصر القادة العراقية. و هذا، كان يهدف إلى التدمير السيكولوجي، أساساً.

- تسميم العقول: (Intoxication) تستعمل هذه الكلمة مزاجاً، حسب (Durandin)، إذ يشير بها البعض إلى عملية تضليل عملاء المصالح الاستخباراتية للعدوّ، و البعض الآخر يستعملها ليشير إلى عملية تضليل السكان و القادة و المصالح الاستخباراتية في آن واحد. و تتمثل التقنية في عدم إعطاء المستهدف وجهات نظر مركبة، وإنما معلومات جزئية، و يترك له مهمة التركيب. و هذا التركيب يكون الفكرة التي أريد زرعها في دماغه.<sup>(32)</sup> كما يعتبر (Volkoff) تسميم العقول نوعاً من التضليل الإعلامي التكتيكي وشكلاً آخر من الإجراءات النشيطة الذي يتمثل في زرع معلومات مزيفة لدى مصالح العدوّ الاستخباراتية بواسطة مسمّم عقول، الذي هو في العادة عميل مزدوج.<sup>(33)</sup>

- تشويه السمعة: (Discrédit) و يشير إلى تشويه صورة وسمعة نظام سياسي أو مؤسسة أو شخصية عمومية بواسطة معلومات الافتراء و الكذب، أو بمعلومات حقيقية. و تلعب المعلومات الاستراتيجية دورا في هذا المجال. و بلغ فعل تشويه صورة صدام حسين، على سبيل المثال، من طرف وسائل الإعلام الغربية إلى حد تشبيهه بمتلر.

- المظاهرات العفوية: يلجأ إليها لتضليل الرأي العام، واستعمال صفة العفوية يخفي النية المبيتة لمنظميها. لأن لا توجد مظاهرات عفوية، فكل اجتماع لعدد من الأشخاص يحتاج إلى تنظيم، كما يشير إلى ذلك ( Durandin ). في هذه الحالة تصبح الأرقام رهانا، إذ يتم التلاعب بها للتأثير على الرأي العام، فعلى سبيل المثال، قد تضخم و قد تقلل حسب الهدف.

- اللغة المزدوجة: يقول(Durandin): أن الكذب، إذا ما نظرنا إليه بصفة عامة، يتمثل في قول شيء نعرف أنه خاطيء لشخص أو عدة أشخاص، بينما اللغة المزدوجة تتمثل في قول شيئين مختلفين، حول نفس المشكل، لاثنتين أو لعدد من المخاطبين المختلفين. (34) نلاحظ اللغة المزدوجة بوضوح في خطابات السياسيين الأمريكيين أثناء الحرب على العراق أو بعدها. على سبيل المثال ( كولن باول ) كاتب الدولة للخارجية يقول شيئا، و ( رامسفيلد ) كاتب الدولة للدفاع يقول شيئا آخر.

- تقسيم الأدوار: و يتمثل في تقسيم القادة إلى حثائم و صقور، و هذا يهدف إلى تضليل الخصم أو الرأي العام. هذه التقنية تطبقها إسرائيل منذ مدة. حيث يقدم حزب الليكود على أنه من الصقور، و حزب العمال من الحثائم، و الهدف هو تضليل الرأي العام الدولي. في هذا السياق، يشير (Durandin) إلى أن ستالين ضحك على روزفلت ثم ترومان بتقديم نفسه و كأنه في وضع حرج أمام أعضاء المكتب السياسي، فهو الحماسة و الآخرون صقور الذين يمنعونهم من اتخاذ القرارات. (35)

- تسريب المعلومات: و يعتبر شكلا من أشكال الإشاعة، لأن التأكد من المصدر صعب. و يمكن أن يكون التسريب في شكل إهمال مقصود أو تسريب أخبار كاذبة، أو التسريب مع طلب كتمان هوية المصدر، و جميع أشكال التسريب هذه تساهم في التضليل الإعلامي.

- الرسائل و العرائض: يمكن أن تكتب رسائل أو عرائض مزيفة أو يمكن استحداث أخرى حقيقية. و كلاهما يجعلان الرأي العام يعتقد أنها كتبت بمحض إرادة أصحابها. و يتم الترويج لها عن طريق وسائل الإعلام.

- اللغة البلاغية: و تهدف إلى التلاعب بعقول الناس و تضليلهم من خلال استعمال عبارات تبدو في الظاهر بريئة، و لكنها تحمل في طياتها تغليطا للرأي العام. على سبيل المثال، سواء في حرب الخليج الثانية أو في الحرب على العراق، ابتكرت " السلطة الخامسة " لغة بلاغية جديدة و نقلتها وسائل الإعلام و نشرتها على نطاق واسع، وهي: التكنولوجيا الذكية، و الحرب الافتراضية، و الحرب بدون دماء، و الحرب النظيفة، و الحرب الإعلامية، و الحرب التكنولوجية، و حرب ما بعد الحداثة، و الحسائر الجانبية. كما تم استعمال لغة تخفي نوايا المتلاعبين بعقول الناس و أهدافهم، فمثلا، عندما نسمع أو نقرأ:

. المجتمع الدولي، ينبغي أن نفهم: البيت الأبيض و البنتاغون

. القوة الدولية لحفظ السلم تعني: جيوش الاحتلال،

. الضربات الجوية، تعني: القنبلة المكثفة،

. الحسائر الجانبية، نفهم: قتل المدنيين الأبرياء: أطفالا و نساء،

. المساعدات الدولية تعني في الواقع: العلاقات العامة،

. التحالف الدولي، ينبغي أن نفهم: الولايات المتحدة و بريطانيا،

. محور الشر، يجب أن نفهم: الدول المناهضة لسياسة أمريكا. (36)

فمثل هذه اللغة البلاغية استعملت من طرف وسائل الإعلام الغربية بدون مساءلة معانيها، باستثناء بعض الصحفيين الغربيين الذين انتقدوا هذا الاستعمال و أشاروا إلى ما تخفيه هذه اللغة البلاغية. أيضا، على إثر نشر و بث صور السجناء العراقيين المهانين في كرامتهم الإنسانية، كانت العبارة المستعملة هي " إساءة معاملة الأسرى العراقيين"، و ليس تعذيب الأسرى العراقيين، أو " المنظمات الأمنية الخاصة"، التي تعني في الواقع المرتزقة.

- توظيف الشهرة: و تعني ربط اسم شخصية عمومية أو علمية أو مؤسسة رسمية بنظرية خاطئة لإضفاء المصداقية عليها و إيهام الرأي العام بأنها حقيقية.

- إضفاء المصداقية: و يظهر هذا الأسلوب من خلال تنظيم نقاش حول موضوع يثير الجدل ينشطه شبه خبراء و جامعيين، في الظاهر موضوعيين، و لكن في الواقع ليسوا كذلك. و تستعمل هذه التقنية في التلفزيون و الإذاعة بصفة أكثر. على سبيل المثال، الجدل الذي أثير في فرنسا حول الحجاب، يمكن أن تتم مناقشته- و حدث هذا فعلا - في التلفزيون بحضور فيلسوف صهيوني، و مفكر لائكي، و سياسي من اليمين أو اليسار،

و شبه خبير في الإرهاب، و مرافقة مسلمة ترتدي الحجاب، و إمام مسجد بفرنسا لا يتقن اللغة الفرنسية بصفة جيدة. و يقوم المنشط بطرح أسئلة تنمّ عن جهله التام بالإسلام، و يعتقد انه ينير الرأي العام بموضوعية و حياد.

- التلاعب بالصور: و بصفة خاصة، الصور التلفزيونية للتأثير على الرأي العام من خلال التركيز على زوايا معينة، كأن نوظف، حسب الحاجة، اللقطات الوصفية أو الحكائية أو النفسية، أو التعليق خارج السياق، أو تكون الصور في مكان محدد و في تاريخ معين و لا تربطها علاقة مباشرة بالحدث موضوع التعليق؛ كذلك، التقليل من عدد المتظاهرين أو الحاضرين أو تضخيمه. و لقد أصبح التلاعب بالصور سهلا أكثر، بفضل التطور الهائل في تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

- الأملكة (Angélisation): (أي إضفاء صورة الملاك) من خلال تبييض أو تلميع صورة حليف أو صديق، التي هي في الواقع سوداء.

- الأبلسة (Diabolization): (أي إضفاء صورة إبليس أو المارد) من خلال تسويد صورة خصم و تشويهها، التي هي في الواقع بيضاء. (37)

- مسرحة المؤتمرات الصحفية: و تقدم فيها المعلومات على شكل سردي و موجّه و مؤكّس، و يتفق مسبقا مع صحافيين محددين، لطرح أسئلة معينة.

- مقالات صحفية مستوحاة: يطلب من بعض الصحفيين أو رؤساء التحرير أو يوحى إليهم لكتابة مقالات موالية، أو إجراء مقابلات صحفية.

- الأسلوب: و هو شائع في الصحافة المكتوبة بصفة أكثر، مثلا، عدم ذكر المصادر أو الاكتفاء بالقول: حسب مصادر مقرّبة، أو حسب مصادر مطلعة، أو حسب مصادر مؤكدة، أو حسب مصادر غير رسمية، الخ.

- التلاعب بالمصادر: عدم التأكد من المصادر أو التشكيك فيها، أو تصديق جهة، و تكذيب جهة أخرى أو التشكيك فيها، باستعمال الكلمات أو علامات التنقيط.

- المعالجة الصحفية المتحيزة: من خلال ضخامة العناوين و المساحة و الصور و العناوين الفرعية، و استعمال أفعال الشرط بالنسبة للبعض و أفعال التوكيد بالنسبة للبعض الآخر. (38)

- سبر الآراء: يمكن التلاعب بالرأي العام و تضليله من خلال سبر الآراء و هذا عن طريق طبيعة الأسئلة التي تطرح و اختيار العينة و عدد المستجوبين فعلا، و تأويل النتائج و تقديم الرسوم البيانية.

– الأثرنات: لابد أن نشير إلى التضليل الإعلامي الذي يمكن أن يمارس عبر الأثرنات، و تتمثل إحدى التقنيات، في هذا المجال، في اختراق مواقع للخصم و إقحام مواد لتشويه سمعة صاحب الموقع، أو لتضليل مستعمليه. كقيام المصالح الإستخباراتية الإسرائيلية بزرع مواد الشبكية في موقع حركة حماس الفلسطينية.

هذه هي معظم التقنيات المستعملة في التضليل الإعلامي، والتي تختلف باختلاف الوسيلة الإتصالية و نوع الدريئة و الوضعية، إن كانت سلما أو حربا، و من ثقافة و تقاليد إلى أخرى.

### خلاصة

لقد حاولنا أن نبين، في هذه الورقة، كيف أن وسائل الإعلام بصفة عامة، و الصحافة المكتوبة على الخصوص، أصبحت أداة للتضليل الإعلامي. و هذا من خلال الرجوع إلى جذور الظاهرة، و كيف أصبحت شائعة جرّاء التحولات الكبرى التي شهدتها قطاع الاتصال و الإعلام و التكنولوجيا، التي أدت إلى التركيز في ملكية وسائل الإعلام والاتصال، و جعلها ترتبط بمراكز صنّاع القرارات السياسية و الاقتصادية و المالية و العسكرية.

و أشرنا إلى أن التضليل الإعلامي لا يقتصر على وسائل الإعلام، و إنما قد تلجأ إليه مؤسسات أخرى، و إنما عبر وسائل الإعلام. و ممارسة التضليل الإعلامي أصبحت سهلة نسبيا بالنظر إلى تطور تقنيات التلاعب بعقول الناس، و التي تعتمد، أساسا، على الدوافع الكامنة في الإنسان، مثل: الخوف و الرغبات و حب التملك و السيطرة، فهذه التقنيات تعتبر من اختصاص " السلطة الخامسة "، التي تجعل التمييز بين الإعلام المبني على الوقائع و الإعلام المبني على الأكاذيب صعبا للغاية.

و التحولات التي أشرنا إليها جعلت الصحافة، أساسا، تعيش مفارقة عجيبة. فهي، و أمام نقادها أو محاولات كبح تجاوزاتها ترفع شعار الحرية و الاستقلالية و الموضوعية، و تزعم أنها تلعب دور السلطة الرابعة؛ و من جهة ثانية، صارت تتجنب المجهات مع قوى السياسة و المال، خدمة للحقيقة، بسبب الضغوطات الاقتصادية أو الميولات السياسية.



و على صعيد آخر، في الوقت الذي يؤكد فيه خطاب الليبرالية الجديدة على الديمقراطية و حقوق الإنسان و الحق في الاتصال و المعرفة؛ كذلك، في الوقت الذي تزايدت فيه مصادر المعرفة و الإعلام بشكل لم يسبق له نظير، أصبح الرأي العام أقلّ إطلاعا و أكثر عرضة للتلاعب و التضليل الإعلامي، سيمّا في أوقات الأزمات و الحروب. و السبب، بطبيعة الحال، هو عدم قيام وسائل الإعلام بالدور المنتظر منها من خلال تخليها عن وظيفتها التقليدية، أي وظيفة السلطة الرابعة. فهي من جهة، تلعب دور المعارضة السياسية، أو دور السلطة القائمة؛ و من جهة ثانية، تعتمد اعتمادا كلياً على الإعلان و لا تستطيع أن تتحدى سلطة المال و الأعمال. و هذا، جعلها تفقد استقلاليتها و موضوعيتها و حتى شرعيتها، لأن، في الأساس، الصحافة تستمدّ شرعيتها من كونها ممثلة للرأي العام، الذي صار لا يتحصل على المعرفة و المعلومات التي تمكنه من اتخاذ قرارات صائبة. و عليه، أصبحنا نعيش عصر التلاعب بالعقول و التضليل أكثر من أي وقت مضى، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار تطور التكنولوجيا و حجم تدفق المعلومات.

إذن، في غياب تعددية إعلامية حقيقية، أي تلك التي تعكس جميع التيارات الفكرية و طيف الآراء المتنوعة في المجتمع، و إذا لم تكن منبرا للنقاشات و الحوار، و مرآة عاكسة للواقع، فإن الرأي العام يبقى دائما عرضة للتضليل الإعلامي.

و لهذا، لم يبق للمواطنين سوى التسلح بالمعرفة التي تقيهم مساوئ التضليل الإعلامي. هذه، المعرفة يمكن أن توفرّ على مستوى البرامج الدراسية ابتداء من الطور الأول من التعليم، أي تمكينهم من معرفة قراءة الإعلام المكتوب و المسموع و المرئي.

و ما نحتاجه في الوقت الحالي، هو وعي أكثر بمحاولات التضليل الإعلامي و التحلي بالعقل الناقد و الشك اتجاه كل الخطابات الإعلامية التي نقرأها أو نسمعها أو نشاهدها، آنذاك فقط، يمكن أن نكون رأينا بصفة مستقلة، و ليس ذلك الذي يراد لنا تكوينه.

و لعلّ الصحوّة المتأخّرة لمعظم الإعلاميين في الولايات المتحدة، إثر نشر صور فضيحة تعذيب السجناء العراقيين من طرف الجنود الأمريكيين و الضجة التي أثارها عالميا، و دعوتهم لإجراء عملية نقد ذاتي و إعادة النظر في طريقة تغطيتهم الإخبارية للأحداث في العراق، قد تؤسس لدور جديد للصحافة في تناولها للشؤون الدولية. وهذا، ليس على مستوى الصحافة الأمريكية و حسب، و إنما على مستوى صحافة بلدان العالم كافة.

1- إننا نستعمل مصطلح الصحافة للإشارة أساسا إلى الصحافة المكتوبة، التي تعتبر أداة للتضليل الإعلامي أكثر من التلفزيون. عندما نستعمل مصطلح وسائل الإعلام فإننا ندرج دور التلفزيون و الإذاعة في التضليل، و بصفة خاصة، عن طريق البرامج الإخبارية.

2- George Boyce, " the fourth estate: the reappraisal of a concept ", in George Boyce et al ( eds), News Papers History: from the 17<sup>th</sup> century to the present day, constable, London, 1978, p 27

3- أنظر في هذا الشأن كتابات:

A.Mattelard, P.Golding , C.Hamelink, Edward Said , H.Schiller  
G.Murdoch, , N.Chomsky, و آخرون.

4- يقدم، (Durandin) أحد المتخصصين في هذا الميدان، أفضل مثال عن هذا، حيث كرّس أحد كتبه للتضليل الإعلامي كظاهرة شائعة في البلدان الشيوعية سابقا، و يزعم أن البلدان الغربية لا تلجأ إلى هذه التقنية لتغليب الرأي العام، و لو أنه يعطي بعض الأمثلة القليلة من هذه البلدان. من جهة أخرى، كيف لباحث يكتب عن التضليل الإعلامي و هو عنصر في الحرب النفسية و لا يذكر دور فرنسا الاستعمارية إبان الثورة التحريرية الجزائرية. إذ يكفي، في هامش أسفل الصفحة، بالإشارة إلى فشل السلطات الاستعمارية في جهود الحرب النفسية. بينما لا يذكر بأن الحرب النفسية في شكلها الحديث هي من ابتكار الفرنسيين، حسب رأي (Mattelard).

cf : Guy Durandin, l'information, la désinformation et la réalité, Presses Universitaires de France, Paris, 1993.

5- يعتبر ( الكسندر المقدوني) أحد كبار استراتيجي الحرب الذي ما زال يدرّس في الكليات العسكرية في الوقت الحاضر. فمثلا، من بين الخدع الحربية التي استعملها، نذكر أنه كان يفزو أراضي شاسعة و عندما يريد الانسحاب و لكي لا يلحق به العدو، كان يأمر بصنع دمي عملاقة طولها 180-190 سم و لباسها بخوذات و صفائح صدرية و دروع، و يترك كل واحدة في مواقع استراتيجية. و بالتالي كان يوهم العدو و يوئد فيه الخوف و الرعب و لا يلاحق جيوشه. نفس الخدعة استعملها العراق أثناء حرب الخليج الثانية عندما صنع دبابات مطاطية تنفخ و توضع في أماكن محددة للتضليل.

أما ( جنكزخان ) كان قد نشر صورة المفول الوحشية و البربرية بالحرب النفسية. إذ كان يرسل عملاء التأثير في وضعية الوجه لوجه لوروا قصصا مرعبة عن جيشه و عدده الكبير، ليل أن يقوم هو بالفارات، و هكذا خلق بالحرب النفسية وهم الجيش الذي لا يقهر.

6- G.Durandin op . cit pp 16-17

7- Frederic Encel, « rouges et méfaits de la désinformation » compte rendu sur le colloque tenu par le Sénat Français pour débattre le thème de la presse et la désinformation

source: //www.alliance.com/actualité/colloque/ 6/11/2002

8- Ibid

9- G A Monifroy, Géopolitique Internationale, Montréal Sciences et Culture, 1994, p. 292

10- Peter Golding, Making The News, Longman, London, 1979. pp. 206-211

11- من بين مكونات المقولات و الصورة النمطية التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية بخصوص الصرب لذكر: عقلية البازار، أي نظر قصير المدى، متسلطون اتجاه النساء و الأطفال، مبهورين بالجنس، يتكلمون أكثر مما يفعلون، بلاهون و يتحدثون لغة الخشب، إرهابيون، لا يمكن الثقة بهم، كسلاء، متخلفون، لديهم ثروة لا يعرفون التصرف فيها، عدوانيون، الخ. انظر أهم مؤلف في هذا المجال لحد الآن، حسب علمنا:

-Edward Said, Covering Islam : how the media and the experts determine how we see the rest of the world. Routledge and K.P , london, 1981

12- هناك أدبيات كثيرة حول هذا الموضوع و مدى تأثير التلفزيون. إذ يقول (Wheen) في هذا

السياق، أن وسائل الإعلام الأمريكية كانت تمحجب الحقائق عن الرأي العام فيما يخص الحرب الفيتنامية، بسبب الرقابة العسكرية الأمريكية. إلى أن قرر أحد الصحفيين الكبار الأمريكيين (Walter Cronkite) والأكثر مصداقية لدى الرأي العام الأمريكي من الشبكة التلفزيونية (CBS) الذهاب بنفسه إلى الفيتنام و التلويح على حقيقة الأمور. و لما عاد بث نفسه لمدة نصف ساعة، قال فيها: " إنني سأخلى عن دوري كمذيع تلفزيوني محاسن و لن أحاول إعطاء آرائي... بالرغم من أن أمريكا تستطيع الفوز في هذه الحرب، لكن الجهد الذي سبغله لا يساوي هذا النصر.. و سوف تبقى موزطة في جنوب آسيا لسنوات عديدة. لقد توصلت إلى استنتاج.. أنه ينبغي أن نقول بأننا فعلنا أقصى ما يمكن فعله، حاولنا، و لم ننجح.. علينا بالخروج". بعد أن شاهد الرئيس آنذاك، ( ليندن جونسون ) الحصة، قرر عدم الترشح لعهدة ثانية، و القلب الرأي العام الأمريكي جذريا لصالح إنهاء الحرب. و لقد قال جونسون في إحدى المناسبات: " أن التقارير الصحفية من الفيتنام تعبر عمالة للعلم الأمريكي".

cf . Francis Wheen, Television, Guild Publising, London, 1985.pp 63-64

13-Armand Mattelard, « les nouveaux réseaux de la communication mondiale », in le Monde Diplomatique, août 1995

14- Robert Fisk, « Spin Doctors thrive in back stabbing culture » in The Independent 6/01/1999

تجدر الإشارة إلى أن (Fisk) كان لسنوات طويلة مراسلا لجريدة (The Guardian) البريطانية في فلسطين المحتلة و غطى الانتفاضة الأولى و ما تلاها من أحداث و كان يتميز بموضوعيته و احترامه، مما جلب له سخط الصهيونية العالمية التي وصلت إلى حد تهديده بالموت.

-Joselyn Rochat, « Les Spin Doctors : Le triomphe des manipulateurs des médias », in le Quotidien d'Oran (Algérie) , Jeudi 11, 2000

15- Micheal Cockrell et al, Sources close to the prime minister : Inside the hidden world of news manipulators, Macmillan, London, 1985.

يذكر المؤلفون تفاصيل تسيير الحكومة البريطانية لحرب(المليين) من خلال رقابة غير مباشرة للأخبار و اللجوء إلى التضليل للإعلامي لكسب تأييد الرأي العام المحلي و الدولي، و كذلك بداية ظهور "السلطة الخامسة".

16- Serge Halimi et Dominique Vidal, « Leçons d'une guerre : médias et désinformation » , in le Monde Diplomatique, Mars 2000.

في هذا المقال يتعرض الكاتبان إلى تفاصيل عمليات التضليل الإعلامي التي قام بها الحلف الأطلسي من خلال تضخيم عدد ضحايا الأعمال الوحشية التي قامت بها القوات الصربية، من أجل تبرير تدخله و حربه في كوسوفو.

17-Durandin op.cit

18-Ron McLaurin, Military Propaganda: Psychological Warfare and Operation, Praeger Publishers, New York, 1982. p 379

19- Ibid

20- Maclaurin op.cit

21-Patrick Lamarque, «Technologie de Communication: vers la guerre immédiate » in Quaderni- la revue de communication N° 39 automne 1999, pp 133-142

22- Frédéric Deniger et Julie le Guerrier, «La désinformation et la couverture des élections présidentielles américaines de 1996 par la presse et The Gazette »,

Source : <http://www.brebeuf.c.ca/en/eux/az1.htm/2/4/2003>

في هذا المقال يركز الكاتبان على التقنيات التي تستعملها الصحافة المكتوبة لتضليل الرأي العام سواء عن قصد أو عن غير قصد، و هذا أثناء الحملات الانتخابية، التي يصبح فيها الرهان صورة المترشحين، وليس برأيهم السياسية.

23- Bernard W.Sigg, « mises en pièces du secret » in Connections 60, 1992. pp 79-87

24- Durandin op.cit

25- Cees Hamelink, Trends in World Communication, Southbound Publishers, Penang (Malaysia) 1994

source://www.cees.hamelink./2002/htm

- 26-Armand Mattelard," Notes on the Ideologie of the Military State" in Communication and Class Struggle, A.Mattelart and Seth Siegelaub (eds), International General, NY,1979, pp.402-427
- 27- Ignacio Ramonet, « armes d'intoxication massive : mensonges d'Etat », in Le Monde Diplomatique Juillet 2003.
- 28-Durandin op.cit
- 29-Cockrell et al op.cit
- 30-Sigg op.cit
- 31-Durandin op.cit
- 32- Ibid
- 33- V. Volkoff, La Désinformation Arme de Guerre, ed Julliard, l'Age de L'Homme. 1986, p 275
- 34-Duandin op cit
- 35-Ibid
- 36- Propagandes, Manipulations et Langue de Bois – les guignoles de la désinformation  
source : <http://www.ciral.ulaval.ca/alx/am/xmonde/afghanistan.htm>  
octobre 2001.
- 37 Alexander Viatteau, « Comment voir le monde ? »  
Source : <http://www.diploweb.com> géopolitique, Mai 2000.
- 38- Frédéric Deniger et Julie le Guerrier op.cit