

الحرب النفسية في البيئة الرقمية .. عيار الدعاية نموذجاً The Psychological Warfare In The Digital Environment .. Propaganda Caliber as a Model

د. عبد المالك تركات

المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2023 /05/26؛ تاريخ المراجعة: 2023/06/11؛ تاريخ القبول: 2023/06/13

ملخص :

الدراسة تعالج موضوع الحرب النفسية في البيئة الرقمية وباعتبار الدعاية من أهم عيارات هذه الحرب الخطيرة وأبرز أعمالها وعملياتها على الإطلاق وأكثرها شيوعاً تم التركيز عليها والتعمق في شأنها والتي تزداد خطورتها في البيئة الرقمية، في عصر التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بلا منازع، والتي هي ساحة جديدة للحروب وميدان آخر للقتال.

للدعاية من القوة ما يجعلها قادرة على تغيير مسار التاريخ أو دفعه إلى مسار خاص ما كان ليتخذ لولا قوة الدعاية ومعلوم أن أجهزة الإعلام والدعاية تعمل بمساعدة أجهزة الاستخبارات ومراكز سبر الآراء ودراسات الجمهور وتحليل المعلومات وذلك لرسم صورة للحملة الدعائية وأعمالها البالغة التأثير وتعتبر الدعاية أكثر الطرق النفسية، إن لم تكن الطريقة الرئيسية التي يعتمد عليها عند تخطيط وإدارة الحملات لعرض ونشر الموضوعات المدعومة للعمليات العسكرية على كافة مستوياتها وصورها ومن خلال كافة الوسائل المتاحة والمتوفرة وبذلك يمكن القول بحق أن الدعاية صارت أهم الاستعدادات الحربية وتعد جزءاً رئيسياً من المجهود الحربي.

الكلمات المفتاحية:

الحرب النفسية، الدعاية، البيئة الرقمية، الاستعدادات الحربية، المجهود الحربي، التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

Abstract :

This study deals with the issue of psychological warfare in the digital environment considering propaganda as one of the most important calibers of this dangerous war and the most prominent and most common of its actions and operations .it has been focused and deepened on it which is increasingly dangerous in the digital environment .In the era of new technologies for information and communication which is indisputably a new arena for wars and another battlefield.

Propaganda has the power to change the course of history or push it to a special path that it would not have taken had it not been for the power of propaganda .It is known that the media and propaganda agencies work with the help of intelligence

services, opinion polling centers, audience studies and information analysis in order to draw a picture of the propaganda compains and its highly influential actions.

Propaganda is considered as the most psychological method ,if not the main method on which it is relied on upon when planning and managing compains to display and disseminate issues supporting military operations at all level and form and through all the available means .thus,it can be rightly said that propaganda has become the most important war preparation and it is also a major part of the war effort.

Keywords:

The psychological warfare – the digital environment - war preparations- war effort-new information and communication technologies.

1- الإطار المفاهيمي للحرب النفسية:

«الحرب في أي عصر هي نفسها ولكن يلبسونها ثياب جديدة»

لقد تعددت المفاهيم التي تعبّر عن الحرب النفسية بل وتباينت ومن التسميات التي شاع استخدامها المعبّرة عن المفهوم نفسه على سبيل المثال لا الحصر حرب الدعايات والشائعات، حرب المعلومات، حرب الاستعلام والإعلام، الحرب السياسية، الحرب الباردة، الحرب الإيديولوجية، حرب الأعصاب، حرب الكلمات، العدوان غير المباشر، حرب السيطرة على عقول الرجال، حرب الأفكار، حرب المعنويات، حرب الإرادات، حرب بلا قتال، حرب خاصة إلى غير ذلك من المفاهيم و التسميات التي استخدمت كبديل لمفهوم الحرب النفسية أو مرادف له وبناء على ما سبق يمكن استعراض تعريفات كثيرة وعديدة ولكن تحاول هذه المداخلة تقديم تعريف إجرائي مفاده¹: "الحرب النفسية منظومة متكاملة من الأعمال الإعلامية و العمليات النفسية، سلاحها الإعلام والاتصال (بسبب طاقته الانتشارية و قوته التأثيرية وتوفره على عرض قاعدة بشرية..) وذخيرتها الحربية المعلومات (الأخبار، الفضائح، الأنباء والحقائق....) وعيارها الدعاية، الإشاعة، الفضيحة أو الحقيقة، التسميم، غسل المخ وأدواتها القتالية الصفحات (الجرائد والمجلات)أو القنوات (التلفزة والإذاعة) أو الشبكات (الأنترنيت والتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال) وميدانها ومسرح عملياتها النفس الإنسانية وقواتها الخاصة خبراء الإعلام والاتصال وأخصائيو التاريخ والعلوم الإنسانية النفسية والاجتماعية وعلماء العلاقات الدولية ورجال الاستخبارات... حرب تعمل في الظروف السلمية والصراعية وتعمل على مستوى الجبهة الداخلية دفاعا وعلى مستوى الجبهة الخارجية هجوما وتستخدم في مختلف أوضاع الرمايات والضرب من جميع الجهات وتستعمل في مختلف الحقول والمجالات وعلى كل الجبهات والمستويات، تعمل هذه الحرب في الحالة الهجومية على فتح الثغرات والفجوات واختراق الحدود وتحدي القيود المعادية وبإختصار تعمل بقوتها الخاصة على تنفيذ مهمات استراتيجية على رأسها الاختراق الاستراتيجي، أي بمعنى يسعى ممارستها إلى إملاء إرادته أو تعميم نموذج أو نشر أسمائه وصوره ونصوصه أما في الحالة الدفاعية فتعمل على إيجاد الإطار المرجعي الاستراتيجي الذي تتبناه المجموعة الوطنية في إطار مقومات الشخصية الوطنية لتأمين الدولة من اختراقات الحرب النفسية المعادية".

"المعلومات نقطة قوة استراتيجية فهي ليست مسألة إستخبارات ولا هجومات ولا شبكات ولكن تحويل أعمال العدو عن الغايات من خلال التلاعب بدورة الاستعلامات والمعلومات وبالتالي التأثير العظيم على القرارات على أعلى المستويات"².

¹نكر كارت عبد المالك، السنة الدراسية 2022 / 2023 مقياس "التضليل والحرب النفسية" محاضرات ملفاة على طلبة السنة الثانية ليسانس مهنية إعلام واتصال، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال، الجزائر.

² أفين توفلر وهايدي توفلر 1998 "أشكال الصراعات المقبلة.. حضارة المعلوماتية وماقبلها" تعريب صلاح عبد الله دار الأزمنة الحديثة ط1 بيروت ص 199 بتصرف.

2- عيار الدعاية نموذجاً:

الدعاية من أهم عيارات الحرب النفسية وأبرز أعمالها وعملياتها على الإطلاق وأكثرها شيوعاً وتزداد خطورة والعصر عصر معلومات ومعلوماتية، عصر استعلام وإعلام ومن أنواعها الدعاية السوداء، البيضاء والرمادية ومن أساليبها أسلوب النكتة، أسلوب الأناشيد والأغاني، الأسلوب الديني، أسلوب الاستعطاف والاختلاق، الشعارات، أسلوب جس النبض³.

تعمل الدعاية في إطار (ظروف) تاريخية اجتماعية وسياسية وثقافية محددة، قواعدها كسب مظهر الصدق لكسب ثقة الجمهور والمتلقي المراد إقناعه بالبساطة والتكرار للوصول إلى أذهان ومشاعر الناس بسرعة والنفوذ إلى ذاكرتهم ثم استخدام الرموز وضرب الأمثلة وهكذا فهي أداة الإقناع السياسي الإيديولوجي النفسي ومن أهم قوانينها التحويل، الإجماع والعدوى، التضخيم والتسوية، التوزيع والتكرار، التبسيط⁴.

كتب " صن تزو " المفكر الاستراتيجي الصيني في القرن الخامس قبل الميلاد في إرشاداته للقادة: "في النهار تنشر أعداد كبيرة من الأعلام والشعارات وفي الليل تستعمل الطبول والنيران بكثرة وبذلك ترهبون عيون العدو وأذانه" ويوصي أيضاً: "أهجم بينما عدوك غير مستعد، اظهر في المكان الذي لا يتوقعك فيه"⁵

الدعاية في كل الأحوال ومهما كان من كفاءة القائمين بها وذكاء خططها وقدرتها على الوصول الواسع والتأثير النافذ لم تكن في النهاية سوى عامل مساعد للعوامل الأصلية المكونة للحركة الفعلية للتاريخ وذلك باستنفارها للمشاعر وإلهابها للعواطف وتضخيمها للإحساس بالذات وهكذا وبالمختصر واحدة من العوامل التاريخية⁶ باعتبارها إحدى مؤسسات صنع الوعي، المحرك للفعل الأساسي، تجد الدعاية طريقها في الكلمة المطبوعة والصورة وتنساب بتغيير الرأي والعقيدة والاتجاه ثم اعتناق الرأي الذي يرسم فالنشاط الدعائي قديم قدم التاريخ ذاته، ولكن الدعاية كعمل منظم لم يكن لها تأثير حيوي وعميق وقوي في مصير البشر قبل الحرب العالمية الثانية فقد تبين أن الحرب يمكن كسبها بالهجوم على العقول قبل الهجوم على الأجسام.

برزت أهمية الدعاية الدولية كأداة من أدوات السياسة الخارجية مع تطور الإعلام والاتصال وكما يقول زهران حامد عبد السلام الدعاية لها تكتيك يشبه تكتيك القتال فهي تهاجم وتدافع وقد تنسحب من الجبهة لكي تتسدد ضرباتها في قطاع آخر، وقد توهمه بالهجوم من ناحية، بينما هي تحشد قواها من ناحية أخرى ويشير باحثين آخرين إلى ضرورة رفع الخطأ الشائع لدى الكثيرين من أن الدعاية ليست سوى ذلك العمل السلبي الذي يسلب الناس عقولهم ويدفعهم إلى اعتناق مواقف أخرى دون اقتناع والحقيقة أن الدعاية أصبحت علماً وفناً له مبادئه الخاصة التي تلعب دوراً كبيراً في تكوين وتربية المجتمع وتوجيهه نحو الأهداف المنشودة⁷.

³ عبد اللطيف حمزة 1968 "الإعلام والدعاية" منشورات جامعة بغداد، مطبعة المعارف، ط1 من ص 161 إلى 167 بتصرف.

⁴ نعمة سليم، 2012/2011 "علم النفس العسكري" منشورات جامعة دمشق، توزيع دار الملايين ص من 175 إلى 190 بتصرف.

⁵ صن تزو، 2012 "فن الحرب" ترجمة رؤوف شبايك، مركز الدراسات العسكرية دمشق ص 11

⁶ فليب تايلور، أفريل 2000 "قصص العقول" ترجمة سامي خشبة، منشورات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد 256 الكويت ص 19.

⁷ حمدي أحمد 1995 "الثورة الجزائرية والإعلام.. دراسة في الإعلام الثوري" رسالة ماجستير منشورة، مطبوعات المتحف الوطني للمجاهد، ط2، الجزائر ص 04.

وقد أكدت جيهان أحمد رشتي في هذا الصدد ملاحظة عن تداخل الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، فالقول بأن الدعاية هي محاولة مقصودة وواعية لتثبيت اتجاه أو تعديل اتجاه أو رأي يتصل بمذهب أو برنامج، في حين أن الإعلام يعمل على نقل حقائق موضوعية وصادقة، كما أن الإعلام قد يكون محاولة مقصودة وواعية لتدعيم أو لتثبيت اتجاه أو تعديله أو تغييره تماماً، كذلك القول بأن الدعاية تؤثر على العاطفة والغرائز والإعلام يؤثر على العقل أيضاً غير دقيق، فالإعلام قد يلجأ إلى التأثير على العاطفة أيضاً كما أن الدعاية قد تعمل، بل وهي تعمل أساساً للتأثير على العقل بالمنطق والحجج القوية والقول بأن الدعاية تعتمد على الأكاذيب وأنصاف الحقائق المنزوعة من إطارها، في حين أن الإعلام يركز على الحقائق فقط لم يعد صحيحاً، فالدعاية الماهرة التي يقدر لها النجاح هي الدعاية الصادقة التي تعتمد على الحقائق⁸.

لقد أظهرت الدعاية وأثبتت أن **الكلمات كالطلقات** حتى ظهر بما يعرف بالقنابل الإعلامية كقنبلة الحقيقة أو قنبلة الفضيحة من وجهة النظر الدعائية وهكذا فالدعاية من أهم عيارات أو أساليب أو مرتكزات الحرب

النفسية، تتخذ لها صفحات الجرائد وشاشات التلفزيون وشبكات الانترنت كأدوات قتالية لها وكمصاص إطلاق لمعلوماتها كقذائف صاروخية وللتوسع أكثر في الدعاية نورد التعاريف التالية:

تعريف سميسم حميدة: الدعاية لعبت دوراً فاعلاً في التأثير على الجماهير وتوجهاتهم منذ أقدم العصور واستخدمت أشكالاً متعددة وأطراً مختلفة حسب هدفها ونوعية وكمية الشرائح الموجهة إليها مستهدفة التأثير على توجهات الجماهير نحو هدف محدد لصالح الجهة القائمة بالدعاية ومستخدم شتى وسائل الاتصال المتوفرة لتحقيق هذا الغرض وتستخدم بشكل شرر من قبل القوى المعادية، الدعاية لا تخرج في مفهومها كونها جهوداً متعمدة ومقصودة يقوم بها جماعات محددة، دولة، مؤسسات، أفراد ومنظمات من أجل تبديل مواقف وآراء ومعتقدات وترسيخ مفاهيم محددة تجاه موضوع أو مسألة محددة فهي بذلك محاولة تهدف إلى التأثير والبلبل في الجماهير أو الأفراد والسيطرة على سلوكهم أو دفعهم لإنتاج موقف تجاه موضوع معين في زمان ومكان معين⁹.

تعريف فليب تايلور: الحرب في جوهرها تبادل منظم للعنف، والدعاية في جوهرها عملية إقناع منظمة وبينما تهاجم الأولى الجسد، فإن الثانية تنقض على العقل الأولى حسية والثانية نفسية، فالدعاية تحاول التأثير في طريقة أداء الأطراف المتنازعة وتنسف الإرادات وتحطم المعنويات¹⁰... إنها سلاح لا يقل أهمية عن السيوف أو البنادق أو القنابل، ومن المؤكد أن أسلحة العقل ومتفجراته هذه، مثلها مثل الأسلحة التقليدية قد أصبحت معقدة بشكل متزايد مع ما تحقق من أنواع التقدم في التكنولوجيا وعلم النفس.

الدعاية محاولة متعمدة لإقناع الناس، بكل الوسائل المتاحة بأن يفكروا ويسلكوا بأسلوب يرغبه المصدر، إنها وسيلة لغاية... قذائف من الكلمات تختار بعناية وتصاغ بحساب دقيق مستهدفة التشكيك وهدم الثقة والقيام بما يسمى غسيل أدمغة للشعوب المستهدفة عن طريق حملات دعائية كاسحة متكررة العناصر، لشحن عقول الشعوب المستهدفة وتكريس معاني معينة.

⁸ ريشتي أحمد جيهان 1975 "الإعلام ونظرياته في العصر الحديث" دار الفكر العربي ط1 القاهرة ص 587.
⁹ سميسم حميدة، السنة الجامعية 1990/1991 مقياس "الحرب النفسية" محاضرات ملقاة على طلبة السنة الرابعة صحافة كلية الآداب قسم الإعلام جامعة بغداد العراق، ص 45، 49 بتصرف.
¹⁰ فليب تايلور، مرجع سابق ص 23، 24 بتصرف.

«الناس الذين يفكرون بجدية في الحروب المقبلة... يعرفون أن جزءاً من المعارك الأكثر أهمية في المستقبل ... سيدور فوق حلبة وسائل الإعلام»¹¹

وعليه فالدعاية محاولة للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم بحيث تأخذ الوجهة المرغوب فيها¹² وتستخدم الإيحاء، الاستهواء والإقناع، علماً أن الدعاية تتميز بالبراغماتية، الإنتهازية¹³ أي القدرة على التأقلم والميكيفيلية ومن أساليبها التكرار، التبسيط، إبراز عنصر القوة، إضعاف عنصر المقاومة لدى الخصم، تكييف المعلومات بما يخدم الفكرة، الإكثار من العموميات المثيرة، التشبيه والتنميط، الهرولة نحو الغالبية، زرع القلق والخوف والرعب في أوساط المستهدف، التضخيم والتهويل، تشويه صورة الخصم، الشعارات¹⁴.

3- الدعاية والحرب النفسية في البيئة الرقمية:

"تحقيق مائة انتصار في مائة معركة ليس ذروة الخبرة لكن ماله أهمية كبرى في الحرب هو إخضاع العدو، دون خوض معركة" ¹⁵

لم تعد الحرب في العصر الحديث، عصر التكنولوجيا الحديثة، تقتصر على الدبابات والقنابل والصواريخ بل باتت تعرف بالحروب الإلكترونية، حروب التكنولوجيات الحديثة بأسلحتها التقنية المتطورة، إنه عصر المعلومات والمعلوماتية، عصر الإعلام والاستعلام، حرب الاختراقات لأخطر المواقع والتجسس على أكثرها حساسية، فليس من المستحيل إثبات عن طريق التكرار والتحكم في نفسيات الأفراد المعنيين بأن المربع هو في الحقيقة مستطيل حسب غوبلز ويضيف قائلاً بأنها كلمات بسيطة يمكن تكييفها حتى تصبح لباساً لأفكار مقنعة.

مقولة غوبلز هذه، تبين مدى قدرة الدعاية على تغيير الوقائع وتشويه الحقائق، لكن السؤال الذي يطرح في هذا المجال هو: هل يمكن القبول بآراء ومعتقدات سادت في زمن كان فيه الاتصال يسير في اتجاه واحد أي من المرسل الذي هو سلطة واحدة أو حزب واحد أو مجموعة واحدة إلى الجمهور الواحد، المعروف سلفاً والمحدد مكانه جغرافياً؟ ألم تحدث تكنولوجيات الاتصال خاصة الأنترنت، بما أدخلته من تغييرات جذرية على نوعية المرسل (كل شخص في العالم يمكنه الإرسال) وطبيعة الوسيلة (في متناول كل إنسان) وشمولية المتلقي (كل سكان المعمورة بشرط امتلاك وسائل استقبال بسيطة)، تغييرات في أساليب الدعاية وقدرتها على تحويل الشكل الطبيعي للمربع إلى مستطيل في ذهن المتلقي؟¹⁶

إن علاقة التكنولوجيا بالحرب والصراع علاقة قديمة، ربما تعود إلى بدء ظهور الإنسان على وجه الأرض وتمكنه من صناعة الأسلحة الحجرية والمعدنية مروراً بالرمح والسهام والبارود وصولاً إلى المدرعات والطائرات والصواريخ .. ، علماً أن الحرب في جوهرها عبارة عن مباراة تنتهي بغالب ومغلوب وتدور في

¹¹ ألفين توفلر وهابدي توفلر مرجع سابق ص 238

¹² حامد عبد السلام زهران 1977 "علم النفس الاجتماعي" عالم الكتب، ط4 القاهرة من ص 321 إلى 324 بتصرف.

¹³ عظيمي أحمد 2010 "دعاية الكراهية" الشروق للإعلام والنشر ط1، الجزائر ص 59

¹⁴ المرجع نفسه ص 62. 68 بتصرف

¹⁵ سون تزو، مرجع سابق ص 18.

¹⁶ عظيمي أحمد مرجع سابق ص 33

إطار علاقات الزمان والمكان التي تتحول عند التطبيق العملي وفي وجود أسلحة وأدوات معينة إلى مسافة وزمن وسرعة وقوة تأثير¹⁷.

كل اختراع حربي جديد يفرض علاقات زمانية ومكانية جديدة، إلا أن تغير طبيعة الحروب لا يقتصر فقط على خصائص الأسلحة الجديدة ولكن أيضا على قدرات القادة على التعامل مع علاقات الزمن والمكان الناشئة وتوظيفها من أجل تحقيق النصر في المعركة¹⁸.

وحروب عصر المعلومات يقصد بها الحروب التي تستخدم فيها تكنولوجيا المعلومات كأداة تمّد أطراف الصراع بوسائل غير مسبقة من حيث القوة والسرعة والدقة في تنفيذ العمليات العسكرية التي ربما تستهدف أشياء لا علاقة لها بالمعلومات، لكن حروب المعلومات ترى المعلومات نفسها كحقل وككيان منفصل ومستقل إما كسلاح أو هدف في حد ذاته وهي ليست حروبا حديثة أو وليدة عصر تكنولوجيا المعلومات بل حروبا ضاربة في القدم، لأن التنافس على المعلومات قديم قدم البشرية والمجتمعات والمؤسسات والأفراد جميعهم يبحث دائما عن زيادة وحماية ما يملكونه من معلومات، كما يحاولون الحد مما يعرفه الخصم عنهم من معلومات¹⁹.

يشير مصطلح حروب المعلومات إلى استخدام المعلومات أو الهجوم على المعلومات كشكل من أشكال الحرب وحروب المعلومات يمكن أن تتضمن بث دعاية للعدو لإقناعه بالاستسلام والإقلاع عن الحرب أو حرمانه من المعلومات التي يمكن أن تجعله يقاوم أو تقديم الدعاية والمعلومات المغلوطة لشعب معين لبناء موقف داعم للحرب أو لإعترض دعاية العدو.

وعليه فإن حروب المعلومات يمكن تعريفها بأنها أي فعل أو نشاط يستهدف حرمان أو استغلال أو إفساد أو تدمير معلومات العدو ووظائفها وفي الوقت نفسه حماية النفس ضد مثل هذه الأنشطة والأفعال.

في حروب المعلومات يكون تدمير المعلومة أو حمايتها هو هدف المعركة الرئيسي فحروب المعلومات مثل الحروب الجوية والبرية والبحرية والمنتظر في الحروب القادمة هو التغيب الواضح للإنسان عن مسرح العمليات وورائته من طرف المعلومات في ميادين القتال²⁰ فالمكوّن المعلوماتي في معظم عمليات الحرب مثلا في كوسوفو كان كثيفا ففي الوقت الذي يبحث فيه عن الكثافة التقليدية المعهودة للدبابات والجنود أضحي هناك حشد كثيف آخر لم يحدث مثله من قبل في تاريخ الحروب، مكوّن من بلايين البلايين من حزم المعلومات التي من الممكن أن تطالب كل واحدة منها بعد انتهاء الحرب بنصيبها المستحق في النصر²¹.

غيطاس محمد جمال 2006 "الحرب وتكنولوجيا المعلومات"، نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، ص 3¹⁷
المرجع نفسه ص 3¹⁸

المرجع نفسه ص 21¹⁹

المرجع نفسه ص 51²⁰

المرجع نفسه ص 51 بتصرف²¹

4-حالات وتطبيقات ونماذج من التاريخ:

- حالة من الحرب العالمية الأولى...، حاول كل من الألمان والبريطانيين الحصول على تأييد الأمريكيين لكن عملاء المخابرات البريطانيين كانوا أكثر حذقا من الألمان، فأبرزوا كل الرموز التي تؤكد على نزعة الألمان المعادية للولايات المتحدة وحين نسفت غواصة ألمانية سفينة أمريكية "Lusitania" التي تبين أنها كانت من دون شك، تنقل ذخائر للبريطانيين غضب الأمريكيون ولكن الغضب الحقيقي ما شعر به البريطانيون وما نظموا به بعد مرور سنة على الحادثة وإذ اكتشفوا أن فنانا ألمانيا كان قد أصدر ميدالية من البرونز للإحتفال بإغراق السفينة، صك البريطانيون نماذج مطابقة للميدالية ووضعوها في صندوق وأرسلوا منها مئات الآلاف للأمريكيين مرفقين معها ورقة دعاية مضادة للألمان وفي نهاية المطاف دخلت أمريكا الحرب بالطبع إلى جانب البريطانيين، مذاك صدر الحكم ضد الألمان ومعتمدا على المصالح الأمريكية المالية أو غيرها، ما كان للقرار أن يعزى للدعاية البريطانية وحدها لكن هذه الدعاية ساعدت على جعله مستساغا لدى الجمهور الأمريكي²².

"التفوق الأعظم هو كسر مقاومة العدو دون أي قتال"

- حالة من حرب الخليج...، تزامنت تعبئة بوش المحمومة لنظام عالمي جديد ودور الأمم المتحدة مع دعاية فهم منها أن الولايات المتحدة وبعيدا من تصرفها بوجي مصالحها، إنما لم تفعل ذلك سوى تنفيذ لقرار الأمم منظمة الأمم المتحدة وكان الهدف الاستراتيجي لهذه الحملة يهدف إلى عزل العراق ديبلوماسيا، كما أنه وعلى المستوى التكتيكي أطلق متخصصو الحرب النفسية الأمريكية 29 مليون منشور فوق القوات العراقية في الكويت مقدمين لهم تعليمات ليستسلموا واعدن بمعاملة الأسرى بإنسانية مشجعينهم على مغادرة ألياتهم ومخاطريهم بالهجمات المقبلة²³. ولخطورة تأثير الإعلام على الشعوب سواء في أوقات السلم أو الحرب أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاغون" وحدة رد سريع للتصدي لانتقادات وسائل الإعلام المختلفة وتنشابه مهامها مع مهام وحدة العلاقات العامة الجديدة بالبنتاغون وتتكون من²⁴:

أ- الإعلام الجديد لإعداد منتجات وتوزيع معلومات للأنترنت والمواقع الإلكترونية.

ب- التعامل مع دوائر الإعلام على مدار 24 ساعة وجميع أيام الأسبوع منها الخطابات الموجهة لرؤساء التحرير وتنشر البنتاغون حاليا تلك الرسائل على موقعها الإلكتروني إثر عزوف الكثير من الهيئات الإعلامية عن نشر تلك الخطابات.

²² ألفين توفلر وهايدي توفلر، مرجع سابق ص 239، 240 بتصرف.

المرجع نفسه ص 240 بتصرف²³

أبو النصر سامية 2010 "الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة" دار النشر للجامعات ، ط1، القاهرة ص

110²⁴

يقول قائد ألماني: "إننا نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعا واحدا في يد جندي، أليس الأرخص من ذلك أن نجد وسيلة تسبب إضطراب الأصابع التي تضغط على زناد ذلك المدفع في يدي الجندي"²⁵

- حالة من الحرب النفسية الثورية والإستدمارية وحالة الحرب الروسية الأوكرانية.. والتي تم تناولها.

- حالة وقوف فتاة كويتية ذات الخمسة عشر عاما أمام الكونغرس الأمريكي أثناء حرب الخليج وتصريحها أن القوات العراقية في الكويت قتلت الرضع المولدين قبل الأوان سارقة الأدوات الحاضنة لنقلها إلى العراق، حرّكت أكثر من وتر حساس وماظل طي الكتمان أن تلك الفتاة لم تكن سوى ابنة السفير الكويتي في واشنطن وبأن شركة العلاقات العامة هيل ونولتن Hill and Knowlton وإستخدام مثلا شعار "الحرب على العراق" أو "الحرب في العراق" والفارق بالطبع واضح بينهما²⁶.

- حالة الحرب النفسية للكيان الصهيوني من خلال العبارة الدعائية "أرض بلا شعب لشعب بلا أرض" وهي إحدى أشهر أمثلة الدعاية المغرضة في التاريخ المعاصر فقد استخدمت كشعار لتبرير تهجير السكان الفلسطينيين الأصليين أثناء قيام "إسرائيل" عام 1948.

حمليل رشيد 2007 "الحرب والرأي العام والدعاية" دار هومة، د ط، الجزائر ص 177. ²⁵
سكري رفيق 2012 "الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة" المؤسسة الحديثة للكتاب، ط 1، لبنان ص 238 ²⁶

5-إستنتاجات الدراسة:

يقال أن كل حرب هي آخر الحروب فكما تتطور الأسلحة، تتطور أنماط الحروب²⁷ فمثلما تتطور الحرب العسكرية من جميع جوانبها، وكذلك الحرب النفسية تسير هذه التطورات فمثلما للحروب العسكرية الحالية مظهر رقمي بارز في كل الأسلحة والقوات، أثبتت الأحداث أن للحروب النفسية الحديثة أيضاً وجهاً رقمياً لاتخطئه العين مع التطور المذهل الذي عرفته التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وتوظيف إستخداماتها في الحروب الحديثة.

أضحى الإعلام إعلام تفاعلي، يرسل إلى أماكن متعددة، إلى كل أنحاء العالم، يعتمد على التكنولوجيات الإلكترونية الجديدة، التكنولوجيات الرقمية والوسائط المتعددة والقنوات المتخصصة وصحافة شبكة الأنترنت والنشر الإلكتروني.

" لكل عصر وسيلة إعلامه وتواصله " وبهذه المقولة يمكن التعبير عن التطورات غير المسبوقة التي يشهدها قطاع الإعلام والاتصال، على غرار ظاهرة إستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي على الأنترنت وتقنية المعلومات على إختلاف مسمياتها فطبيعة شبكة الأنترنت التي تتميز بالآنية وبالسرعة في نقل المعلومات، تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل، أضف إلى ذلك سهولة الإستخدام لهذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو أي إختصاص في البرمجة المعلوماتية، إذ يكفي الإتصال عبر الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول لخوض عالم الأنترنت. والإعلام الجديد²⁸ (NEW MEDIA) أو الإعلام الرقمي يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكن من إنتاج ونشر وإستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت والذي قام بتغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.

"القائد الناجح هو الذي يسيطر على عقول أعدائه قبل أجسامهم " روميل

إذا كان "الإعلام في الحرب" يهدف إلى الإقناع للأصدقاء بالحرب وللأعداء بالتخلي عن الحرب فإنه في كل الحالات في جوهره عملية حربية²⁹، إذن هناك تحول في القوة العسكرية من القوة الفظة إلى القوة الذهنية وأضحت التقنيات هي التي تفصل في الإستراتيجيات فالثورة الرقمية أحدثت ثورة في فن الحرب من حيث المدى، القدرة القتالية، السرعة، التقنية، الجبهة، الأجنحة، الأجواء وهي أمور كلها هي التي تصنع الفارق حيث أضحى لبايئات المعلومات تأثير أكبر مما لأطنان المتفجرات وبهذا نافست المعرفة والمعلومات في الأهمية الأسلحة والتكتيك.

«إن فن الحرب ذو أهمية حيوية للدولة فهو مسألة حياة أو موت وبمثابة الطريق إلى بر الأمان أو الخراب ولذا فهو موضوع يستحق البحث والتحري، لا يمكن بأي حال تجاهله»³⁰.

هيكल أسامة ، جانفي 2015 "حروب الجيل الرابع... الإعلام وتفتيت المجتمعات" سما للنشر والتوزيع القاهرة ط1 ص27
²⁸ مصطفى يوسف كافي 2016 "الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية" دار أسامة ودار نبلاء للنشر والتوزيع ط1 عمان ص

69.
²⁹ حاكم قاسم حسن 2011 "الإعلام والحرب ودور الإعلام في الحروب المعاصرة" مركز الدراسات العسكرية دمشق ص142.

³⁰ سون تزو 2012 "فن الحرب"، مرجع سابق ص19.

6-توصيات الدراسة:

في هذا الإطار تقترح الورقة البحثية وتوصي بـ:

- تشكيل فريق أو فوج عمل من مختلف التخصصات العلمية والمهنية المعنية، ذوي درجات علمية ومهنية عالية للتدريب على هذه العمليات غير العسكرية، غير التقليدية وغير الحربية والبحث في إستراتيجياتها وتقنياتها وبرمجة تمارين الوقاية من الحرب النفسية المعادية والحماية من الدعايات والإشاعات المغرضة وإدارة الأخطار وتقديم الحلول والأفكار وتطبيقات التسليح والتكتيك والعمليات والمعلومات.

- العمل على إدراج مواد "الإعلام والاتصال" ضمن البرامج الدراسية لمختلف المستويات التعليمية والتكوينية لنشر ثقافة الإعلام والاتصال في السلم والحرب ومختلف التقنيات الإعلامية والتعاملات الاتصالية في ظروف الاعتياد والاستثناء والتركيز على مواضيع "الأمن الإعلامي والإعلام الأمني" وكذا "الإعلام والاتصال الأزماتي" ناهيك عن "العمليات الإعلامية والنفسية الصديقة والمعادية".

- الحث على ضرورة تكثيف البحوث والدراسات في المجال وتنويع زوايا المعالجة والتناول للموضوع وتكامل جميع التخصصات ومختلف وسائل الإعلام المشاركة وجميع توظيفاتها وإستعمالاتها.

وعلى كلٍّ فالموضوع أكبر من أن تحتويه هذه المساهمة المتواضعة.

المراجع:

1- الكتب:

-بالعربية:

- 1- أبو النصر سامية 2010 "الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة" دار النشر للجامعات ط1، القاهرة
- 2- هيكل أسامة، جانفي 2015 "حروب الجيل الرابع ... الإعلام وتفتيت المجتمعات" سما للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
- 3- حمدي أحمد 1995 "الثورة الجزائرية والإعلام .. دراسة في الإعلام الثوري" رسالة ماجستير منشورة، مطبوعات المتحف الوطني للمجاهد، ط2، الجزائر .
- 4- حمليل رشيد 2007 "الحرب والرأي العام والدعاية" دار هومة، د ط، الجزائر.
- 5- حاكم قاسم حسن "الإعلام والحرب ودور الإعلام في الحروب المعاصرة" مركز الدراسات العسكرية 2011 دمشق .
- 6- ريشتي أحمد جيهان 1975 "الإعلام ونظرياته في العصر الحديث" دار الفكر العربي ط1 القاهرة.
- 7- سكري رفيق 2012 "الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة" المؤسسة الحديثة للكتاب، ط1، لبنان .
- 8- زهران عبد السلام حامد 1977 "علم النفس الاجتماعي" عالم الكتب، ط4 القاهرة.
- 9- عبد اللطيف حمزة 1968 "الإعلام والدعاية" منشورات جامعة بغداد، مطبعة المعارف ط1 ، بغداد.
- 10- عظيمي أحمد 2010 "دعاية الكراهية" الشروق للإعلام والنشر ط1، الجزائر.
- 11- غيطاس محمد جمال 2006 "الحرب وتكنولوجيا المعلومات"، نهضة مصر للطباعة والنشر ط1 ، القاهرة .
- 12- نعامة سليم 2012/2011 "علم النفس العسكري" منشورات جامعة دمشق، توزيع دار الملايين، دمشق.
- 13- مصطفى يوسف كافي 2016 "الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية" دار أسامة ودار نبلاء للنشر والتوزيع ط1 عمان .

- المترجمة:

- 1- ألفين توفلر وهايدي توفلر 1998 "أشكال الصراعات المقبلة.. حضارة المعلوماتية وماقبلها" تعريب صلاح عبد الله دار الأرملة الحديثة ط1، بيروت .
- 2- فليب تايلور أبريل 2000 "قصص العقول" ترجمة سامي خشبة، منشورات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد 256 الكويت.
- 3- سون تزو 2012 "فن الحرب" إعداد وترجمة رؤوف شبايك، مركز الدراسات العسكرية، دمشق.

2 - الدروس والمحاضرات:

- 1- تركات عبد المالك ، السنة الدراسية 2023/2022 مقياس "التضليل والحرب النفسية" محاضرات ملقاة على طلبة السنة الثانية ليسانس مهنية إعلام وإتصال، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والإتصال، الجزائر.
- 2- سميسم حميدة، السنة الجامعية 1991/1990 مقياس "الحرب النفسية" محاضرات ملقاة على طلبة السنة الرابعة صحافة كلية الآداب قسم الإعلام جامعة بغداد العراق.