المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية



مكانة الحرب النفسية في إستراتيجية الولايات المتحدة لمكافحة الإرهاب بعد أحداث 11 سبتمبر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية

تخصص: دراسات استراتيجية

إعداد الطالب:
حمزاوي ميلود

إشراف الأستاذ:
حكيم غريب

أعضاء لجنة المناقشة:

الأستاذ	الجامعة	الصفة
أ.د. لحسن بشاني	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	رئيسا
أ.د. حكيم غريب	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	مشرفا
أ.د. شوقي عرجون	جامعة المسيلة	مناقشا
د. علي لراري	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	مناقشا
د. زكريا وهبي	جامعة الجزائر 03	مناقشا
د. حميد رامي	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد حمدا كثيرا ... اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهه، وعظيم سلطانك

بداية أتقدم لاستاذي المشرف: **غريب حكيم**، بجزيل الشكر والعرفان والتقدير على اشرافه على هذه الدراسة، وعلى كل ما قدمه حتى يتم هذا العمل.. شكرا جزيلا ووفق الله لكل خير..

كما أتقدم بالشكر الجزيل للدكتور والأخ: **عبد النورزيام**، على عونه ووقوفه الدائم أينما احتجته.. فنعم الأخ والرجل كان.. بارك الله فيك ولك وحواليك..

الى كل من علمني ورباني ونصحني ووجهني بارك الله فيكم، ولكم مني كل امتناني وتقديري، ونسأل الله ان يجعل هذا العمل خالصا لوجهه وان يكتبه علما ينتفع به..

الإهداء

الى:

من كان هذا حلمهما: **أبي، والأم التي ربت وغنته حلما ودندنة نوم ومحبة**-عليهما رحمة الله ومغفرته-

ذاك الطود الأبي: **أمي** غاليتي، **زوجتي** وسندي، **أولادي** وفرحي

أخوتي وأخواتي وازواجهم كل باسمه، الى أصدقائي واحبتي وكل من عرفت

لكم مني كل الحب والمودة..

الباحث

الملخص

ان الحرب العالمية على الإرهاب التي تقودها الولايات المتحدة، وما رافقها من الاستراتيجيات قد ساهمت بشكل كبير في بناء النظام الدولي بالشكل الذي نعرفه اليوم، كما ان الاعتماد المفرطذ على القوة العسكرية البحتة والمقومات الصلبة، ساهم بشكل كبير في تناقص جاذبية السياسة الامريكية لدى الأعداء او الحلفاء على السواء، بالإضافة الى ان آليات المكافحة المعتمدة على القوة المطلقة لم تعد ذات جدوى. ما ساهم في عودة الاعتماد على الحرب النفسية بكافة اشكالها وروافدها وادواتها المساعدة، من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية الوطنية، من خلال استغلالها على تشكيل التصورات والادراكات التي تساهم الحفاظ على المكانة الدولية للولايات المتحدة، رغم كل سياستها وتصرفاته ضمن هذا النظام الدولي.

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تبيان تلك المكانة التي اصبحت تحتلها الحرب النفسية ضمن هذه الاستراتيجية المستمرة منذ ما يزيد عن 20 سنة، على اعتبار انها عملية مستمرة في السلم والحرب، فهي تستهدف الجميع بلا استثناء، لذلك لا يمكن باي حال من الأحوال ان نحصرها في تكتيك معركة او استراتيجية حرب، وحتى وان كان استخدامها يقوضه غياب مقاييس واضحة للفعالية، الا ان نجاحها رغم عدم إمكانية حسابه فهو سيكون ساحقا، كما ان فشلها ورغم عدم القدرة على اكتشافه الا انه قد يكون قاتلا.

الكلمات المفتاحية:

الحرب النفسية، العمليات النفسية، الدعاية، الاستراتيجية الامريكية، الإرهاب.

ABSTRACT

The U.S.-led global war on terrorism and the accompanying strategies have contributed significantly to building the international order as we know it today, and the excessive reliance on purely military force and solid ingredients has contributed significantly to the diminishing appeal of U.S. policy to enemies or allies alike, and the counter-mechanisms based on the absolute force are no longer feasible. This has contributed to the reliance on psychological warfare in all its forms, tributaries, and auxiliary tools, to achieve national strategic objectives, by exploiting it to shape perceptions and perceptions that contribute to the preservation of the international standing of the United States, despite all its policy and actions within this international system.

Through this study, we have tried to show that the position that psychological warfare occupies within this strategy, which has been going on for more than 20 years, as an ongoing process of peace and war, targets everyone without exception, so we cannot in any way limit it to a battle tactic or a war strategy, even if its use is undermined by the absence of clear measures of effectiveness, but its success, although it cannot be calculated, will be overwhelming, and its failure, despite its failure, despite its failure. Inability to detect it, but it can be fatal.

Keywords:

Psychological Warfare, Psywar, Psychological Operations, Psyops, U.S. strategy, Terrorism.

قائمة المختصرات

AFDD	Air Force Doctrine Document	دليل عقيدة القوات الجوية
AFI	Air Force Instruction	دليل تعليمات القوات الجوية
AMC	Air Mobility Command	قيادة النقل الجوي
BBG	Broadcasting Board of Governors	مجلس محافظي الإذاعة والبث
BECA	State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs	مكتب الشؤون التعليمية والثقافية التابع لوزارة الخارجية
C2W	Command and Control Warfare	حرب القيادة والسيطرة
CA	Civil Affairs	الشؤون المدنية
CDRUSSOCOM	The United States Special Operations Command	قيادة الولايات المتحدة للعمليات الخاصة
CENTCOM	US Central Command	قيادة المركزية الولايات المتحدة
CIA	Central Intelligence Agency	وكالة الاستخبارات المركزية
CIC	Coalition Information Center	مركز معلومات التحالف
CIMIC	Civil military cooperation	التعاون المدني - العسكري
CJCS	Chairman of the Joint Chiefs of Staff	رئيس هيئة الأركان المشتركة
COA	Course Of Action	مسار العمل
COI	Collection Of Information	جمع المعلومات
COMCAM	Combat Camera	كاميرا قتالية
CPI	Committee on Public Information	لجنة الإعلام العام
CSCC	Center for Strategic Counterterrorism Communications	مركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب
CVE	Countering Violent Extremism Task Force	فرقة العمل لمكافحة التطرف العنيف
DET	Digital Engagement Team	فريق المشاركة الرقمية
DHS	Department of Homeland Security	وزارة الأمن الداخلي
DNI	Director of National Intelligence	مدير المخابرات الوطنية
DoD	Department of Defense	وزارة الدفاع
DoS	Department of State	وزارة الخارجية

EUCOM	U.S. European Command	قيادة الولايات المتحدة لأوروبا
FBIS	Foreign Bureau of Information Services	المكتب الخارجي لخدمات المعلومات
FIS	Foreign Information Service	دائرة المعلومات الخارجية
FTP	File Transfer Protocol	بروتوكول نقل الملفات
FUCRED	Future Credibility	المصداقية المستقبلية
FUSIT	Future Situation	الوضعية المستقبلية
GEC	Global Engagement Center	مركز المشاركة العالمية
HMA	Humanitarian Mine Action	الأعمال الإنسانية المتعلقة بالألغام
HQ	Headquarters	مقر القيادة
HSC	Headquarters And Support Company	مقر القيادة والدعم
I/R	Internment/Resettlement	الاعتقال/إعادة التوطين
ICA	International Communication Agency	الوكالة الدولية للاتصالات
ISIL / ISIS	Islamic State of Iraq and the Levant	الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش)
JC2WC	Joint Command and Control Warfare Center	المركز المشترك لحرب القيادة والسيطرة
JIOC	Joint Information Operations Center	مركز عمليات المعلومات المشتركة
JMISC	Joint Military Information Support Center	المركز المشترك لدعم المعلومات العسكرية
MBN	The Middle East Broadcasting Network	شبكة البث في الشرق الأوسط
MCIOC	Marine Corps Information Operations Center	مركز عمليات معلومات سلاح مشاة البحرية
MDMP	Army's military decision-making process	عملية صنع القرار العسكري للجيش
MISO	Military Information Support Operations	عمليات دعم المعلومات العسكرية
MOA	Measures of Activity	مقاييس النشاط
MOE	Measure of Effectiveness	مقاييس الفعالية
MOM	Measure of Merit	مقياس الجدارة
MOO	Measure of Objective	مقياس الهدف
MOP	Measures of Performance	مقاييس الأداء
MPAD	Mobile Public Affairs Detachments	المفارز المتنقلة للشؤون العامة
MRBS	Mobile Radio Broadcast System	نظام البث الإذاعي المتنقل

NSA	National Security Agency	وكالة الأمن القومي
NSC	National Security Council	مجلس الأمن القومي
OCP	Office for Community Partnerships	مكتب الشراكات المجتمعية
OCPW	Office of the Chief of Psychological Warfare	مكتب قائد الحرب النفسية
OGA	Other government agency	وكالة حكومية أخرى
OIIP	Office of International Information Programs	مكتب برامج المعلومات الدولية
OSS	Office of Strategic Services	مكتب الخدمات الاستراتيجية
OWI	Office of War Information	مكتب الإعلام الحربي
PACOM	US Pacific Command	القيادة الأمريكية في المحيط الهادئ
PDC	Psychological Operations Development Center	مركز تطوير العمليات النفسية
PDS	Product distribution system	نظام توزيع المنتجات
PGOAL	Present Goal	الهدف الحالي
POAS	Psychological Operations Automated System	النظام الآلي للعمليات النفسية
POB	Psychological Operations Battalion	كتيبة العمليات النفسية
PPT	Plans and Programs Team	فريق الخطط والبرامج
PRES	Present Responses	الردود الحالية
PSB	Psychological Strategy Board	مجلس الاستراتيجية النفسية
PSYACT	Psychological Operations Action	أفعال العمليات النفسية
PSYOPS	Psychological Operation	العملية النفسية
PSYWAR	Psychological Warfare	الحرب النفسية
PTAL	Potential Target Audience List	قائمة الجمهور المستهدف المحتمل
PTK	Present Task	المهمة الحالية
PWE	Political Warfare Executive	منفذي الحرب السياسية
RIAB	Radio In A Box	راديو في صندوق
SNA	Social Network Analysis	تحليل الشبكات الاجتماعية
SOC	Special Operations Command	قيادة العمليات الخاصة
SOMS-B	Special Operation Media System	نظام وسائط التشغيل الخاص

SOUTHCOM	US Southern Command	القيادة الأمريكية الجنوبية
SPP	Supporting Psychological Operations Program	برنامج دعم العمليات النفسية
TA	Target Audience	الجماهير المستهدفة
TAA	Target Audience Analysis	تحليل الجماهير المستهدفة
TAAP	Target Audience Analysis Process	عملية تحليل الجمهور المستهدف
TAAT	Target Audience Analysis Team	فريق تحليل الجمهور المستهدف
TAAW	Target Audience Analysis Work Sheet	ورقة عمل تحليل الجمهور المستهدف
TIA	Terrorism Information Awareness	التوعية الإعلامية بالإرهاب
TIPS	Terrorism Information and Prevention System	نظام المعلومات لمكافحة الإرهاب والوقاية منه
TPC	Tactical Psychological Operations Company	كتيبة العمليات النفسية التكتيكية
TPD	Tactical Psychological Operations Detachment	مفرزة العمليات النفسية التكتيكية
TPDD	Tactical Psychological Operations Development Detachment	مفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية
TPT	Tactical Psychological Operations Team	فريق العمليات النفسية التكتيكية
TRS	Tactical Radio Station	محطة إذاعية تكتيكية
TSCP	Theater Security Cooperation Plans	خطط التعاون الأمني بمسرح العمليات
USACAPOC	US Army Civil Affairs and Psychological Operations Command	قيادة الشؤون المدنية والعمليات النفسية في الجيش الأمريكي
USAGM	U.S. Agency for Global Media	الوكالة الأمريكية للإعلام العالمي
USIA	US Information Agency	وكالة المعلومات الأمريكية
USIC	United States Intelligence Community	مجتمع الاستخبارات في الولايات المتحدة
USIS	United States Information Service	دائرة المعلومات في الولايات المتحدة
USNA	United States Naval Academy	الأكاديمية البحرية الأمريكية
UXO	Unexploded Ordnance	ذخائر غير منفجرة
VFT	Value Focused Thinking	التفكير المركز على القيمة
VOA	Voice of America	صوت أمريكا

الخطة

المقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحرب النفسية

تمهيد

المبحث الأول: ايتمولوجيا للحرب النفسية

المبحث الثاني: الإطار النظري للحرب النفسية

المبحث الثالث: الآلية التنفيذية للحرب النفسية

خاتمة

الفصل الثاني: عقيدة الحرب النفسية الامريكية: النشأة والتطور

تمهيد

المبحث الأول: أجهزة ووسائل تنفيذ الحرب النفسية الأمريكية

المبحث الثاني: الحرب النفسية في العقيدة العسكرية الامريكية

المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي لقوات الحرب النفسية في جيش الولايات المتحدة الامريكية

خاتمة

الفصل الثالث: تدابير الحرب النفسية الأمريكية لمكافحة الارهاب

تمهيد

المبحث الأول: الحرب العالمية-الأمريكية على الارهاب

المبحث الثاني: استراتيجيات إدارة الادراك والتصور في مكافحة الإرهاب والتطرف

المبحث الثالث: المستويات العسكرية والأمنية للحرب النفسية

خاتمة

خاتمة عامة

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الملاحق

فهرس المحتويات

المقدمة

يقول الاستراتيجي الصيني سان تزو في كتابه فن الحرب: "ان أعظم درجات المهارة هي تحطيم مقاومة العدو دون قتال"، فالروح المعنوية للجيوش كانت ولازالت هي الهدف وهي النجاح في كسب الصراع، دون اغفال الدور الذي يلعبه امتلاك العدة والعتاد وما يصاحب ذلك من تنظيم وتدريب، فالإمكانيات المادية ذات أهمية بالغة في الحروب على مر التاريخ وكان لها الأثر في تطور اشكال الحروب والصراعات، لكن العنصر الأهم عند دراسة التاريخ العسكري هو تلك الروح التي يحاول كل طرف بنائها داخل جيشها وتدميرها لدى عدوه، فالجندي المدجج بالأسلحة وتنعدم لديه الرغبة في القتال لن يكون له أي قيمة مضافة.

وإنه وعبر كل العصور من سيوف ورماح وخيل الممالك والامبراطوريات الغابرة الى تكنولوجيات ورقمية عصرنا الراهن، كان الرهان القائم على كيفية تطويع تلك الرغبة وتعظيم تلك الروح لتحقيق غايات الحرب، فالجانب النفسي هو بعد مهم وعنصر لابد منه في ميادين الصراع، لأن الاستغلال الأمثل له يساهم في سرعة حسم المعركة بأقل الخسائر المادية والبشرية، كما يشير الى ذلك ليدل هارت في نظريته حول الحرب الكاملة بحصره للاهمية في خلخلة روح العدو والتوازن النفسي والعقلي لدى جنوده، الذي يؤدي في نهاية المطاف الى عدم رغبتهم في القتال.

هذه الأهمية البالغة للجوانب النفسية تغيرت النظرة لها نتيجة الطفرات التي حدثت في بعض الميادين المرتبطة بالاستراتيجيات العسكرية، ولعل أولى الطفرات هي التي حدثت للعلوم الاجتماعية عموما ولمدارس علم النفس والدراسات السلوكية نهاية القرن 19 ومطلع القرن العشرين، وبالخصوص في اعقاب نهاية الحرب العالمية الثانية، والتي ساهمت في نقل المفهوم من الروح المعنوية الى الدعاية ثم ليصبح فيما بعد فرعا عسكريا قائما يسمى بالحرب النفسية، أما الطفرة الثانية والتي كان لها الأثر الأبلغ هو التغير في استراتيجيات هذه الحرب النفسية واستعمالاتها، لاتأثرها بالتغير الذي حصل لطبيعة الحرب وشكلها وأطرافها، فان كانت الحروب التقليدية بين جيوش نظامية وتعمل الأنشطة النفسية بالتوازي مع العمل العسكري على الارض، فانه مع الثورة التكنولوجية والرقمية والتغير الذي حصل لبنية النظام الدولي عموما بعد انتهاء الحرب الباردة وما افرزه هذا التغير من احداث، افرز شكلا جديدا من التهديدات تحمل ميزة "اللاتماثلية" وأصبحت الحرب "حربا هجينة" لتغير طبيعة وشكل العدو، لذلك اصبح في الإمكان للحرب النفسية ان تكون هي الاستراتيجية الأساسية (شاملة) في بعض الصراعات بدل ان تكون مجرد عمل مرافق يحمل طبيعة إتمام العمل العسكري.

انطلاقا من هذا المفهوم الشامل وادراكا من صانعي السياسات والاستراتيجيات لأهمية القدرات النفسية، صعُدت الدول من أهميتها واعتبرتها من ركائز القوة الشاملة للدولة وركنا من اركان الأمن القومي، وذلك بدمج هذه القدرات مع القدرات السياسية والدبلوماسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية، ليس لأهمية استغلال

القدرات النفسية في جوانب الصراع ومواجهة العدو فقط، بل تكمن الأهمية الحقيقية في قدرتها على استهداف الجميع حتى الحلفاء والمحايدين، بما يخدم الهدف الأسمى للدولة وما يكفل لها مكانتها. ولعل المكانة العالمية للولايات المتحدة وما تملكه من قدرات يضعها كمرجع عند دراسة المتغيرات المتعلقة بالاستراتيجية العسكرية، أو ما تعلق باستراتيجيات الامن القومي عموما، كما ان هذه المكانة والقوة يصاحبها وجود استراتيجيات وسياسات يمكنها ان تؤثر على بنية النظام الدولي عموما، وعلى استراتيجيات كثير من الدول نتيجة لطبيعة علاقاتها مع الولايات المتحدة.

كما ان استراتيجيات وسياسات الدول سيمسها التتغير والتحديث في اعقاب كل حدث كبير أو ازمة، فان اهم الاحداث الذي اثرت على استراتيجية الولايات المتحدة بعد تأثيرات نهاية الحرب الباردة، هي هجمات 11 سبتمبر 2001 التي وقعت على الأراضي الامريكية، والتي تعد اهم احداث القرن 21 ، ذلك ان عالم ما قبل الهجمات لم يبقى هو نفسه عالم ما بعدها، فالحرب العالمية على الإرهاب التي أصبحت مرادفا لاستراتيجية الولايات المتحدة، غيرت بنية وطبيعة النظام الدولي وحملت كثير من التبعات على النظم السياسية الإقليمية والمحلية منها، بنفس قدر التغيير الذي احدثته نهاية الحرب الباردة، نتيجة طغيان مفهوم مكافحة الإرهاب على كل استراتيجية او علاقة تعاون أو صراع دولي، او أي اتفاقية امنية او سياسية، هذا الزخم الذي اكتسبته سياسات مكافحة الإرهاب، كان السبب الرئيس في نقاشات ودراسات آليات مكافحة الإرهاب وسبل التعاون لتحقيق ذلك، كما سببا في ظهور جيل الجديد من الحروب والصراعات.

هذا الجيل الجديد من الحروب مرتبط بطبيعة وشكل التنظيم الإرهابي، فالتنظيمات الإرهابية -قبل وجود تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام طبعا- لم تكن دولا او كيانات قائمة ظاهرة يمكن محاربتها فقط بالطرق التقليدية للحرب، بل هي مجموعة من الكيانات المتفرقة المخفية تقوم بعمليات اغلبها يشبه حرب العصابات وتعتمد الولاء واعتناق أيديولوجيتها من المنتسبين، وحتى وان ركزت بعض تلك الجماعات نشاطها ومراكزها في أماكن محددة، كتنظيم القاعدة المستقر في أفغانستان، الا ان شبكة ولائها عالمية، مع انضمام كثير من الجماعات لرؤيتها ولوائها بداعي الجهاد، وهذا ما يؤدي لا محالة الى صعوبة كبيرة في تنفيذ استراتيجيات مكافحة تعتمد المواجهة العسكرية المباشرة في الحرب عليها، ولأجل ذلك فان أساليب وآليات المكافحة تتغير وتتنوع وتتطور بشكل مستمر، لكن كما سبقت الإشارة فان الجوانب القدرات النفسية اعتبرت حجر الزاوية في جل هذه الأساليب، ولعل الولايات المتحدة الامريكية لم تغفل عن ذلك في بناء استراتيجيتها العالمية في الحرب على الإرهاب، وهو ما سنحاول معالجته من خلال هذه الدراسة.

أهمية الدراسة

ان استراتيجية الولايات المتحدة في من لمكافحة الإرهاب كانت ولازالت متغيرا رئيسيا في كثير من البحوث الاكاديمية والدراسات العسكرية، واغلب الدراسات التي اهتمت بالظاهرة الإرهابية تحليلا وتفسيرا، كانت الاستراتيجية الامريكية دائما مرجعا لذلك سواءً للقياس او المقارنة او التأثير، كما اختلفت أوجه دراستها لكن الملاحظ ان اغليها اهتم بدراسات ابعاد القوة الصلبة في هذه الاستراتيجية، او طبيعة تأثيراتها وتداعياتها الداخلية والخارجية، لذلك ان هذه الدراسة تحاول بحث التأثيرات الناعمة لهذه الاستراتيجية، من خلال البحث عن كيفية استغلالها لأشكال التأثير النفسي الذي تمثله الحرب النفسية في الوصول الى هدفها المتمثل في القضاء او الحد من التهديدات الإرهابية، ولا يمكن ذلك الى من خلال دراسة تداعيات الحرب على الإرهاب على البنى السياسية والاستخباراتية والعسكرية المساهمة في بناء الاستراتيجية.

كما ان أهمية الموضوع تنبع من المكانة التي يمكن ان تلعبها الحرب النفسية، كأداة مهمة لتقليل الخسائر البشرية والمادية للحرب، او من حيث تأثيراتها فالحرب التقليدية لها تأثيراتها على العدو او الحليف، لكن تأثيرات الحرب النفسية على جمهورها المستهدف هي غير ظاهرة المصدر أحيانا، وقد يتعدى الى التأثير على حاضنة العدو وبيئته، كما ان منتج الحرب النفسية لم يعد يقتصر على قصاصة او نداء في مكبر صوت بل تغير وتطور ليصبح قد يشبه كل شيء، من منشور على وسائل التواصل الاجتماعي الى صورة معلقة في خلفية فيلم او كلمة في اغنية.

مبررات اختيار الموضوع

من المسلم به ان لكل بحث او دراسة **مبررا ذاتيا** يدفع الباحث، ويُرغبه في موضوع بعينه دون غيره، وموضوع الحرب النفسية أو كما يسميها البعض بحرب بلا سلاح من أكثر المواضيع المهمة، لما فيها من الغرابة والغموض وارتباطها في أحيان كثير بمخيال المؤامرة والهيمنة والسيطرة على العقول، ولعل مرد ذلك الى تعدد اساليبها وآلياتها حتى ليخيل للباحث انها تشمل كل شيء من اجل السيطرة على كل شيء، لذلك حاولنا بحث هذا الموضوع وارتباطاتها وتشعباته خصوصا في شقه المتعلق بمكافحة الإرهاب لإزالة بعض اللبس والغموض، كما ان التطور الذي مس شكل الظاهرة الإرهابية قد يحمل **مبررا موضوعيا** للبحث فيها خصوصا وان الاستراتيجية الامريكية في مكافحة هذه الظاهرة هي مرجع أساسي لاي سياسة امنية، فمنذ بداية الحرب الامريكية-العالمية على الإرهاب، والاستراتيجيات تتغير وفق أي تطور لطبيعة التهديد الإرهابي او شكل التنظيم الذي ينبع منه التهديد، وخصوصا وان هذه التنظيمات المتطرفة أصبحت تتميز بالمرونة وسرعة التعلم والتطور. لكن بعض التمعن قد يظهر ان هناك بعض الثبات لأركان أخرى من هذه الاستراتيجية، لذلك فان جدلية الثابت/المتغير في استراتيجية مكافحة الإرهاب تحتاج الى بحث ودراسات متواترة، من اجل تبيان الآليات والأساليب المتبعة ما دامت الظاهرة الإرهابية في تغير مستمر واستراتيجيات مواجهتها تتطلب التكيف معها هذا من جهة. ومن جهة أخرى فان متطلبات

التكيف تتطلب بالضرورة تكيفا للبنية المؤسساتية والوظيفية لأجهزة المتورطة في صناعة الاستراتيجية وهنا نقصد علاقات تعاون/ تكامل بين الأجهزة الفيدرالية للولايات المتحدة سواءً في ذات الطابع العسكري (كالأجهزة الأمنية والاستخباراتية) او المدنية (كمراكز الفكر والدراسات والبحوث).

إشكالية الدراسة

رغم ان الإستراتيجيات الأمنية والعسكرية للولايات المتحدة الامريكية كانت ومنذ وانتصارها في الحرب العالمية الثانية، تحظى باهتمام أكاديمي وبحثي كبير، وان اي شكل من اشكال التغيير فيها سيحدث من الزخم ما لا يحدثه غيره، فالتغير الذي حدث بها بعد احداث 09/11 خلقا زخما لم تحدثه حتى نهاية الحرب الباردة، وأصبح موضوع الإرهاب شغلا أكاديميا وعسكريا وتخصصا بحثيا له مراكزه ومعاهده، هذا الاهتمام كان دائما ما يدور حول سؤال "كيف تواجه الولايات المتحدة الإرهاب؟".

وقد كتب في الإجابة عن هذا السؤال كل حسب تخصصه بالقدر الذي لم يكتب في غيره، ولعل هذا الكم من البحوث يرجع الى سبب أساسي هو ان دراسة الإرهاب هو موضوع عبر تخصصي قد يشمل علم الاجتماع وعلم النفس والعلوم العسكرية والعلاقات الدولية والقانون وغيرها من العلوم ، لذلك فانه يمكن ان يكون من باب اللزوم ان تحمل أي إستراتيجية لمحاربته هذه الميزة العبر تخصصية في طياتها، ولعل الحرب النفسية من اهم الاستراتيجيات التي تحمل هذه الميزة فهي في ظاهرها تداخل بين اغلب المواضيع التي قد تكتنف الظاهرة الإرهابية، لذلك كان التساؤل التالي هو الإشكالية المركزية لدراستنا:

ماهي مكانة الحرب النفسية ضمن التدابير الأمنية والاستراتيجية للولايات المتحدة في إطار حربها على الإرهاب؟

ويمكن ان نطرح بعض **التساؤلات** الفرعية التي تساهم في تفكيك هذا التساؤل المركزي:

- كيف أسهم تطور اشكال الصراع في تطور مفهوم الحرب النفسية؟
- هل كان لاستراتيجية الحرب على الإرهاب تأثيرا على البنية المؤسساتية والأمنية للولايات المتحدة؟ وكيف يمكن لهذا التأثير المؤسسي – ان وجد- ان يسهم في تبني مفاهيم وعقائد جديدة؟
- ماهي اهم الوسائل النفسية التي استخدمتها الولايات المتحدة في استراتيجيتها لمكافحة الإرهاب؟

فرضيات الدراسة

وللإجابة عن هذه التساؤلات طرحنا **الفرضية التالية** التي يمكن الانطلاق من خلالها:

- تعد الحرب النفسية ذات أهمية بالغة في اغلب استراتيجيات الصراع ومنها الاستراتيجية الامريكية لمكافحة الإرهاب، نتيجة قدرتها على الاستهداف ودورها في تقليل الخسائر والتكاليف.

ومن هذه الفرضية الرئيسية يمكن استنباط الفرضيات التالية:

- تتميز الحرب النفسية بقدرتها على استغلال المتوفر من الوسائل وقدرتها على تكييفها للوصول للاهداف المنشودة.
- تتميز ادوات الحرب النفسية بديناميكيتها وقدرتها على التكيف مع تغير اشكال التتنظيمات وطبيعة التهديد الذي تمثله.
- تتكامل الحرب النفسية مع اغلب أدوات السلطة الوطنية لتحقيق الاستراتيجيات الشاملة

حدود الدراسة

من **حيث الموضوع** فان الحرب النفسية هي الموضوع الأساسي للدراسة لذلك سنحاول تحليلها هذا الموضوع وفق بعض الطروحات النظرية والفكرية كمدارس علم النفس ونظريات الاتصال الجماهيري، بالإضافة لتطرقنا للاستراتيجية الامريكية لمكافحة الإرهاب من حيث التغير الذي حدث على البنى الأمنية والمؤسساتية في إطار تكييفها مع مستجدات الساحة الدولية التي املتها تطورات التهديد الارهابي، وكيف كان للحرب النفسية موطأ قدم داخل هذا التحديث.

اما من حيث الإطار الزماني: سيكون التركيز على مرحلة ما بعد احداث سبتمبر 2001 والتي أصبح فيها التهديد الإرهابي تهديدا عالميا والحرب على أفغانستان والعراق الى تفكيك قوة تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام واسترداد اغلب المناطق التي كانت تحت سيطرتها مطلع سنة 2018. كما ان هناك ضرورة للسردية التاريخية والتي تقتضيها محاولة فهم تطور مفهوم الحرب النفسية واساليبها.

ام فيما يخص **الحدود المكانية** فهي صعبة الحصر بالنظر الى طبيعة الظاهرة الإرهابية بالإضافة الى الطبيعة العالمية للاستراتيجية الامريكية، حتى وان كان هناك بعض الحدود الموصوفة المتعلقة بالحربين على أفغانستان والعراق بداعي الحرب الإرهاب.

منهجية الدراسة

وانه من مقتضيات البحث العلمي استخدام بعض المناهج التي تساعد على فهم موضوع الدراسة لأغراض التفسير والتحليل فإننا استخدمنا في الدراسة بعض المناهج والاقترابات سنذكر منها على سبيل التمثيل لا الحصر:

في دراسة الحرب النفسية كمفهوم وأسلوب فإننا استخدمنا **المنهج التاريخي** والذي يعد اهم أدوات الحصول على معرفة معينة حول وقائع وتبيان مكانتها في الماضي والحاضر، وهو الضروري لدراسة الحرب النفسية فهي مفهوم وأسلوب يضرب في القدم بقدر قدم الصراع، كما انها لم تصل الى ما وصلت اليه الآن لولا تلك التغيرات والتطورات التي اثرت عليها وعلى ميدانها، ومكانتها ضمن استراتيجية الولايات المتحدة.

ولإبراز الكيفية التي يمكن استخدام الحرب النفسية بها سواء كتكيتك او استراتيجية ضمن استراتيجية الولايات المتحدة فقد استخدمنا **المنهج المقارن** وفي نفس السياق استعملناه لإيجاد توصيفات امبريقية عامة والتي يمكن ان تستخلص من الانتظامات التي يمكن ان ترصد في الظواهر، فقد استخدم عند دراسة آليات استغلال الحرب النفسية في الحرب على الإرهاب. او في بحث العلاقة بين الحرب النفسية وبعض الظواهر والمتغيرات المشابهة او التي قد تسمى به في أحيان أخرى. من اجل إعطاء الدلالات واظهرا مواطن التشابه والاختلاف. كما استخدمنه عند مقارنة تطور الظاهرة الإرهابية واعمالها.

كما استخدمنا "**المنهج العبر التخصصي**" كون موضوع الدراسة المتمثل في الحرب النفسية هو موضوع عابر للتخصصات، ولا يمكن دراسته من جانب واحد بل يتطلب مجموعة من التحليلات والخبرات في حقول معرفية متعددة من علم النفس وعلوم الاتصال والعلوم العسكرية، لذلك استخدمناه لاجل تفسير الموضوع بين مختلف تلك التخصصات ومستوياتها.

أدبيات الدراسة

ان من اهم مميزات البحث العلمي هو تلك التراكمية التي تسهم في اثراء المعرفة، او كما وصفها نيتون بأن "العالم يقف على اكتاف من سبقوه"، واثناء العمل على هذه الدراسة صادفتنا بعض البحوث التي ساهمت في زيادة فهمنا لها ووجهتنا الى مصادر بحث اخرى رغم انها اغلبها لا تعالج الموضوع بالضبط، ولعل ذلك يرجع الى الندرة الكبيرة للمؤلفات التي تعالج موضوعنا بالضبط، لكن هذا لم يمنع من اعتبارنا لبعضها ذات أهمية والاثر ان نعتبرها اهم ما عدنا اليه من مراجع:

لعل ابرز تلك الادبيات هو دراسة باللغة الإنجليزية، صادرة عن مؤسسة راند للأبحاث RAND عام 2012 لمؤلفها "ارتورو مينوز Arturo Munoz" بعنوان " U.S. military information operations in Afghanistan - effectiveness of psychological operations 2001-2010 العمليات الإعلامية العسكرية الأمريكية في أفغانستان 2001- 2010 "، والتي حاول من خلالها دراسة فعالية العمليات الإعلامية والنفسية التي قامت بها الوحدات العسكرية في أفغانستان، وحيث ان هذه الدراسة كما في مقدمتها جاءت بطلب من قيادة مشاة البحرية الامريكية التي كانت تهدف الى معرفة جودة تصميم الرسائل والموضوعات الخاصة بالعمليات الإعلامية والنفسية ومتى ملاءمة استهدافها، حيث غطى التقرير اغلب تلك العمليات من حيث العقيدة والتنظيم والتنفيذ ونقاط القوة والضعف بها، ومقدما تقييما وتوصيات لتطويرها وتعديلها. الا انها ركزت على الجوانب العسكرية البحته فاستخدام مصطلح "العمليات النفسية" يدل عموما على الاليات العسكرية للحرب النفسية، أي الجانب التكتيكي لها فقط، أي انها اهتمت بآليات التنفيذ دون المراحل الكثيرة التي تسبق ذلك، بالإضافة الى ان التقييم الذي قدمته هو تقييم للجوانب الميدانية وليست الجوانب الاستراتيجية التي تكفل إعادة التنظيم والتحديث ذلك.

والدراسة الثانية باللغة الروسية، وهي ورقة بحثية منشورة سنة 2018 بمجلة وسائل الاعلام الإنسانية بجامعة سان بطرسبرغ بمؤلفها كونستانتين بانزيليف بعنوان "المعلومات والعمليات النفسية لتنظيم داعش: بعض الجوانب العملية"، والتي حاول من خلالها ابراز الجوانب السلبية للتكنولوجيا المعلومات عندما تستعملها الحركات الإرهابية في للتخويف والدعاية، وتستغلها لأغراض التجنيد والاستقطاب، وارتأى انه من الواجب مواءمة الاستراتيجيات والتشريعات الوطنية بما يتناسب مع حجم الخطر الذي أصبح يمثله تزاوج الفكر الإرهابي مع التقنيات السيبرانية. ففي هذه الدراسة ورغم أهمية الجانب الذي درسته على اعتباره اهم وسائل التنظيمات المتطرفة في العصر الحديث لبث دعايتها من اجل التوسع والقبول، الا انها حاولت حصر السبب والنتيجة في هذا الفضاء الرقمي دون الحديث عن البنى والوسائل التي يمكن من خلالها تقييد الوصول الى هذا الفضاء وخنق التنظيمات المتطرفة.

اما الدراسة الثالثة فهي كتاب الصادر عن دار أمجد للنشر والتوزيع بالأردن سنة 2017 بعنوان "تمظهرات الحرب النفسية من الغزو الأمريكي الى التمدد الداعشي في العراق وسوريا" لمؤلفه أحمد عبد المجيد، حيث تطرق الباحث لبعض مظاهر وآليات الحرب النفسية التي استخدمت ضد العراق كالتسميم السياسي والكذب والاستفزاز الذي مارسه لجان التفتيش عن أسلحة الدمار الشامل، وما يهمنا هو الفصل الثالث (او ما سماه هو بالتمظهر حيث استبدل كلمة فصل بتمظهر لضرورات اكاديمية كما اسماها وبررها في متن الكتاب)، ففي هذا الفصل تحدث عن الأساليب الاقناعية الذي يستخدمها تنظيم الدولة -داعش- في التجنيد واستقطاب المقاتلين والمتعاطفين. لكن هذه الدراسة ركزت أكثر على الحرب النفسية الامريكية الممارسة على العراق منذ حرب الخليج الأولى او الضغط الممارس على النظام السوري بعد الازمة السورية، اما تطرقه للحرب النفسية في مواجهة الظاهرة الإرهابية، لم تكن واضحة بل الواضح هو سرد لدعاية تنظيم الدولة وليس مكافحته.

تبرير الخطة

من اجل دراسة الموضوع قسمنا العمل الى ثلاث فصول، ففي الفصل الأول المعنون بـ: الاطار المفاهيمي للحررب النفسية باعتباره البناء الايتمولوجي للتعرف على الحرب النفسية كظاهرة إنسانية لها جذورها التاريخية وحدودها السياقية المتعلقة بالابعاد النظرية والتطبيقية، فالحرب النفسية هي ظاهرة عبر تخصصية تبدأ الاتصال وتنتهي بالتاثير النفسي والعقلاني، لذلك فان لها روافد من مدرس علم النفس ولها تيارات ضمن نظريات الاعلام الجماهيري تستغل كلها في الأخير لتعطي نماذج تطبيقية، وقد يختلف الشكل النهائي لها لكن في مجملها تمر عبر مراحل وآليات تنفيذية من اعدادها حتى وتقييمها.

اما الفصل الثاني فقد تطرقنا فيه للمراحل التاريخية التي مرت بها الحرب النفسية ضمن العقيدة العسكرية والاتصالية للولايات المتحدة، سواءً من حيث الأهمية والاستغلال والتطور المفاهيمي والاصطلاحي الذي

يصاحب اشكال التنفيذ، كما تطرقنا في آخر الفصل للبنية المؤسسية والهيكل التنظيمي لفرع العمليات النفسية ضمن الجيش الأمريكي.

أما الفصل الثالث فقد تم تخصيصه لدراسة وتحليل جهود الحرب النفسية استراتيجية مكافحة الإرهاب، بداية بالتطرق لاسباب بداية هذه الحرب والتي هي احداث 09/11، وتاثيرات هذه الاحداث على البنية المؤسساتية والأمنية والعسكرية، ثم تم التطرق الى اشكال جهود الحرب النفسية والتي كانت عبارة عن حملات متنوعة داخل ما يصطلح عليه إدارة الادراك والتصور المرتبطة بجهود الخطاب الرسمي والرواية السردية الرسمية، وروافد الدبلوماسية العامة انتهاءً بالحملات النفسية العسكرية -التقليدية- شكلا والمتعلقة بالمنشورات الدعائية والبث الإعلامي والتفلزي، انتهاء باستغلال وسائط الاعلام الجديدة لمكافحة الإرهاب الأشد تطورا والمتثمل في إرهاب الفاعل المنفرد.

صعوبات الدراسة

لعل أي دراسة تحمل طابع الجدة ستوقع الباحث في إشكالية إيجاد المرجع المناسب، وبناء خطة عمل، وكما سبق واشرنا في دوافع اختيارنا للموضوع، هو غياب المرجع الذي يعالج هذا الموضوع بالضبط، لذلك حاولنا قدر الإمكان إيجاد مراجع رصينة باللغة العربية التي كانت نادرة جدا اللهم بعض الكتب التي تعالج الاكر المفاهيمية للحرب النفسية، او بعض المقالات القليلة، لذلك كان لزاما علينا الاستعانة بكثير من المراجع باللغات الأجنبية "الإنجليزية والروسية وحتى البرتغالية" ما استغرق منا وقت طويل في الترجمة واحيانا لا نستعمل من تلك الترجمات الطويلة الا القليل ولكنها تبصرنا الى مراجع أخرى وتزيد فهمنا لهذا الموضوع.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحرب النفسية

تمهيد

كيف يمكنك امتلاك القدرة للسيطرة واخضاع الآخرين؟ لعل هذا هو اهم سؤال دار في ذهن كل قائد عسكري او سياسي، فاستخدام الحرب العسكرية التقليدية باعتبارها عنف منظم قد يوفر سبيلا الى ذلك، لكن فعاليتها تبقى قصيرة الأمد قد تتداعى في أي لحظة، لذلك حاولت كل الحضارات تنفيذ وتطوير استراتيجيات تكفل لها تحقيق هدف السيطرة طويلة الأمد، ولعل هذا ما ساهم في تطور أساليب الحرب واستراتيجيات المواجهة والقتال. كما ان بعض تلك الاستراتيجيات انتقلت مفاهيمها لتنفذ في ميدان السياسة وفن الرياسة والقيادة. ومن أهم تلك المفاهيم "الحرب النفسية"، فهي لا تتناسب فقط مع المفاهيم المعروفة للحرب التي معناها مواجهة العدو، بل تتعدى ذلك لتشمل مجالات أخرى تتعلق بالتفاعلات البشرية والسياسية، ويرجع ذلك الى طبيعة أدواتها ومهمتها، وان راجعنا تاريخ استخدمها نجد ان منفذها قد يستتر ويخفي هويته في معظم الأحيان ويتنكر في زي صوت مقبول ومسموع "الوطن، الله، الناصح، الاعلام الصديق...".

لذلك فانه من الضروري الانطلاق من تجربة نهج تاريخي يصف تطور هذه الظاهرة عبر العصور، من اجل الحصول على امثلة ملموسة. تلك الأمثلة الضرورية لتبيان حالات واشكال الحرب النفسية وكيف وصلت هذه الحرب الى الصورة التي هي عليها الآن، وبناء على هذه الصورة يمكن تتبع التعاريف وعلاقات التكامل بينها وبين مفاهيم أخرى قد تتشابه معها او قد تندمج لتحقق الغايات والأهداف المرجوة، كما يمكن استعمال نهج آخر هو الى حد ما وصفي تجريدي يساعد في وصفها وتفكيكها، على اعتبار ان الحرب النفسية وان كانت آلية تطبيقية في ظاهرها الا انها لا يمكن ان تقع ضمن فراغ نظري شأنها شأن كل الظواهر عبر تخصصية. ولعل عدم التخصصية هو اهم مميزات هذا المفهوم، فقدرتها على استغلال كثير من مفاهيم علوم النفس والاجتماع والاعلام والعلوم العسكرية، يوسع من قدرة منفذها على ابتكار آليات وأساليب جديدة عند تطبيقها، فهي ظاهرة متطورة ومحدثة باستمرار.

المبحث الأول: ايتمولوجيا للحرب النفسية

إن أي محاولة لإيجاد مدلول واضح للحرب النفسية، لابد له ان يعبر الخط الزمني لتطورات هذا المفهوم ومراحل استخدامه، فالمعروف ان الحرب النفسية ظهرت باشكال عدة واساليب مختلفة باختلاف استخدماتها، وان كان ما يعرف عن ذكرها الأول، انه كان في غرف العمليات العسكرية كأداة مرتبطة بالحرب والمعارك، وصنفت بانها عامل أساسي في نجاح/فشل الاستراتيجية العسكرية بمسماها الأولي "الروح المعنوية".

لكن التطور الذي مس حقل العلوم العسكرية، رافقه تغيرات وتطورات في كل المفاهيم والتعاريف المرتبطة به، ومنها الحرب النفسية محور دراستنا. كما ان اغلب الدراسات التي تناولتها كموضوع دراسي لم تخرج على ثلاث عناصر أساسية هي:

- أنها عملية اتصالية أولا وتعتمد بشكل أساسي على العامل النفسي.
- يحتاج تنفيذها إلى قدرات معينة على مستوى التخطيط والإعداد والتنفيذ وفق سيكولوجية الرأي العام أو الجمهور المستهدف.
- هي تعبير عن الحقيقة الحضارية الواقعية.[1]

المطلب الأول: السياق التاريخي لتطور الحرب النفسية

إن التاريخ به كثير من الأمثلة حول أشكال الحرب النفسية، فالمغول استطاعوا أن ينشروا دعايتهم المبنية على إشاعة كثرتهم ووحشيتهم وقسوتهم، فالقتل والسلب والنهب والتدمير الذي الحقوه بالمدن التي استولوا عليها هو شكل من أشكال الحرب النفسية وترهيب أعدائهم، وفي مصر القديمة تم استخدام المراوغة والحيلة والخداع في الحروب، أما عند الإغريق فقد استخدم السباب والشتائم بغرض التأثير على الروح المعنوية.كما أن هتلر استخدم شكلا من أشكال الحرب النفسية على تشيكوسلوفاكيا وجعلها تنسحب من منطقة السويدات واحتل مناطق واسعة من فرنسا في ساعات دون أن أي مقاومة تذكر.

الفرع الأول: الحرب النفسية في الحضارات القديمة

في دراسة الحرب والنزاع عبر التاريخ تجد الحرب النفسية -الروح المعنوية بمفهومها القديم- حاضرة ظاهرة، وان تغير المصطلح، لكن مفهومها هو مفهوم قديم بوصفه أداة من أدوات التأثير على الآخرين، وهذا جوهر استخدامها منذ القدم، ففي حضارة ما بين النهرين وفي مقدمة قانون حمورابي: "أول ملك، مخضع بلدات نهر الفرات (وفق) علامة الإله دكان بانيه، هو الذي تلطف على أهالي مدينتي ماري و توتول..."[2]، فقد ذكر في

---

[1] رمضان بركة عزازي،**إستراتيجيات مواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية و علاقاتها ببعض السمات الشخصية لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة الجزائر2: كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، 2010)، ص. 36.

[2] سالم يحي الجبوري. "الحرب النفسية في نصوص العصر البابلي القديم: المسوغات والأهداف"، **مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية**، مج. 16، ع. 9، جويلية 2009، ص . 320-342.

القانون خضوع مملكة "ماري" و البلدات الواقعة على الضفاف الفرات تحت سلطته، وقد عمد ذكر الهه "دكان" دون التطرق للإله "مردوك" الذي يعتبر اله قومي لجميع البابليين ليعطي المسوغات الكافية لحربه ضد ماري والبلدات المجاور لها ويكون في حل من المعاهدات التي ابرمت بينه وبينهم قبلا، وكل هذا جزء من سياسة الإعلام و بث الإشاعات لإضعاف مقاومة الأعداء لقواته و ليشد من عزيمة جنده و لإقناعهم أن النصر مؤكد، فالجانب الديني كان جد مهم لكسب تأييد سكان بلاد الرافدين كافة -على اعتبار الممالك القديمة كانت مبنية على الحكم الثيوقراطي-، وقد تذرع بهذا السبب ليبين أن انتصاراته جاءت بمباركة الآلهة، بالإضافة للمسوغات الدينية فقد كانت هناك الدعاية و الإشاعات السياسية التي كانت تظهر الخصوم على انهم هم من أخلوا بالاتفاقات و المعاهدات المبرمة.

أما في حضارة مصر الفرعونية، ففي معركة "الفرما Pelusium" في سنة 525 ق.م بين الإمبراطورية الأخمينية الفارسية والفراعنة المصريين[1] ، استخدمت القوات الفارسية القطط والماشية الأخرى كتكتيك ضد المصريين، لعلمهم بالمعتقدات الدينية الفرعونية التي تقدس هذه الحيوانات ما يمنع ايذاءها. وكذلك يذكر أن "أمنحوتب الثاني" ابن الفرعون المصري "تحتمس الثالث" أثناء حصاره لإحدى المدن في شمال سوريا، فوجئ بأن القائد قوات الأعداء قد أطلق فرساً (أنثى الخيل) عمدا لتتسلل إلى المواقع ليلا قاصدا بذلك إيقاع الاضطراب بين الخيل الذكور التي تجر العربات الحربية ليربك بذلك صفوف القوات الفرعونية.

وفي عند الاغريق فقد ارتبطت الحرب النفسية بفن الخطابة لما لهذا الفن من تأثير على حياة العامة وعلى تصرفاتهم وتوجهاتهم حيث قال سقراط:" كانت الخطابة هي صاحبة الشأن في الجمهوريات القديمة فقد كان كل شيء في يد الشعب وكان الشعب في يد الخطباء"[2] .

وعند الرومان فالحرب النفسية كانت تقوم على الترويع والحرب والقتل والحرق والسيطرة الاستيطانية المطلقة ولكن مع وصول الاسكندر الأكبر للحكم فقد استخدم الحرب النفسية بطرق مختلفة تماما وفق مقاييس تلك المرحلة، ووفق تكتيكات ستستخدم فيما بعد في الإمبراطورية الرومانية، حيث قام تكتيكيه على طرق دبلوماسية أكثر منها عسكرية، والتي تمزج بين الترغيب والترهيب:

1. بناء تحالفات مع المدن والمناطق التي يحتلها يكسبه القبول الشعبي لدى الأهالي.
2. ترك قواته ورجاله كقادة وحكام لتسيير تلك المناطق، لغرس الخضوع للفرد الروماني.
3. استمالة النخب المحلية بالصداقات والمناصب من أجل يتبنوا النمط والثقافة الرومانية ويكونوا دعاة لها.

[1] Soffer, Sarah, Carter Matherly, and Robert Stelmack. "Psychology as a Warfighting Domain." **Global Security & Intelligence Studies**, Vol. 5, no. 1, 2020, pp. 21-41.

[2] مصطفى الدباغ. **المرجع في الحرب النفسية**، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1998)، ص 15.

4. إعادة بناء المستوطنات وفق النمط العمراني الروماني، ما يجعل ذلك من باب المألوف الموروث.[1]

أما عند الصينيين فقد عمل "كونفوشيوس" على تحليل النفس الإنسانية للوصول إلى الفهم الكامل للمبادئ التي تتحكم في الإنسان، والتي تدفعه لاستخدام وسائل دون غيرها لتحقيق غاياته وأهدافه، وهو الأساس الذي بنى عليه خلفه صن تزو صاحب كتاب "فن الحرب"، نظريته في مهارات القيادة والتي هي اكتساب النصر بلا حرب، وأن النصر الحقيقي هو هزيمة عدوك في نفسه و عقله قبل أن تهزمه في ميدان المعركة: " وذلك لأن أسر فصيلة مكونة من خمسة جنود أفضل من سحقها، وإن مئة نصر في مئة معركة ليس قمة المهارة، وإنما قهر وإخضاع العدو بدون حرب هو أعلى درجات المهارة، لذا فإن أفضل سياسات الحرب هي أن تهاجم استراتيجية العدو، وأفضل خطوة تالية هي تمزيق روابط وحدتهم بطرق دبلوماسية"[2]، وقد أسهب في ذكر أهمية الروح المعنوية للجنود في كسب المعارك و اعتبر أن الروح المعنوية هي الفيصل في ذلك: "يجب إعطاء الحالة المزاجية وحالة الروح المعنوية الأولوية عند وزن الأمور في الحرب، فيمكن إحباط الروح المعنوية للجيش كله، وسلب القائد حكمته وتعقله. في بداية أي حملة تكون الروح المعنوية للجند في ذروتها، وبمرور الوقت تبدأ في التناقص إلى أن تتضاءل وتصل إلى أدنى درجاتها، لذا فإن القائد الماهر يتجنب العدو حين تكون روحه المعنوية متحفزة، ثم يباغته بالهجوم حين تهبط روحه المعنوية".[3]

أما ما تتفق عليه كتب التاريخ ان من برع في استخدامها هم المغول، فقد كانت استراتيجيتهم الحربية مبنية على بث الرعب وإيهام الأعداء، ومما بذكره المؤرخون أن جنكيز خان استخدم تكتيكات جعلت أعداد جنده تبدو أكبر مما كانت عليه في الواقع. فخلال العمليات الليلية أمر كل جندي بإضاءة ثلاث مشاعل، أو أن يقوم الجند بربط الأعشاب بذيول الخيل لإثارة الغبار، لإيهام الأعداء وكشافيهم أن جيوشه أضعاف مما هي عليه في الحقيقة. كما استخدمت سهام تربط بها صافرات لتثير الضجة وإرعاب عدوه[4].

عموما تجلت مظاهر الحرب النفسية في تلك الفترة في الخداع عن طريق الحيل والإيهام في الحرب. أو في إثارة القلق والفوضى والاضطراب. أو تهوين العدو في السلم عن طريق الخطباء ودعايتهم. ويمكن ان نلخص مظاهر الحرب النفسية القديمة في صور هي:

-**الاحتلال والادماج**: هذه الاستراتيجية تعتمد على الموهبة السياسية ومحاولة بناء الصداقة المتبادلة، وهذا بتوفر خيارات ضمنية بالاندماج في ثقافة وسلطة الغالب او التصنيف كتهديد يستوجب انهاءه والقضاء عليه، هو وكل ما يمثله من اهل وعشيرة وقبيلة.

[1] Psychological warfare. **Everipedia.org**, 26/08/2019, At: https://bit.ly/3sefxzd

[2] صان تزو. **فن الحرب**،تر: ربيع مفتاح،(القاهرة: وكالة الصحافة العربية، 2015)، ص. 39.

[3] المرجع نفسه، ص. 64.

[4] مجد أبو ريا، "تاريخ الدعاية والحرب النفسية.. منذ الإسكندر لدير ياسين". **نون بوست**, 2019/04/11، في: https://bit.ly/3sd3H8M

-**استغلال الوقت:** ويقصد بها الظهور في الوقت المناسب، أي بمعنى آخر يمكن للحرب النفسية ان تكون شكلا من اشكال المباغتة، كما حدث عند احتلال الامبراطور الفارسي الأخميني قورش لمدينة بابل، حيث بث دعاية تحريضية ضد زعيمهم نابونائيد بعد أن أعلن الأخير تخليه عن عبادة الإله البابلي القديم ماردوخ لصالح الالهة سين آلهة القمر، وعندما كان التوقيت مناسبا، ألب قورش النخب والكهنة البابليين ضد زعيمهم. كما تمكن من قلب ولاء الجيوش القريبة والموالية لنابونائيد.[1]

-**النفوذ السياسي**: وهي تلك المحاولات الساعية لاستمالة الأعداء والموالين، من أجل السيطرة والاستغلال لتحقيق الرؤى والاستراتيجيات التي تخدم مصالحه، ولعل أبرز الأمثلة هي محاولات القيصر الروماني يوليوس قيصر بناء النفوذ السياسي باستمالة القبائل الغالية التي كانت تقيم على تخوم الإمبراطورية الرومانية.[2]

-**التعليق والصلب:** حيث كانت تعلق جثث القتلى على الطرقات وفي مسارح القتال على أعمدة (أو ما يسمى بالخازوق) أو قد يصلبون أحياءا، واستخدمت هذه الاستراتيجية عموما في الممرات التي يمكن ان تسير فيها الجيوش الغازية، لبث الرعب في نفوسهم.

-**التعذيب والتنكيل**: فقد ذكر في الروايات التاريخية فضائع استخدمها المنتصرون لتخويف المنهزمين او من يفكر في حربهم، كسلخ الجنود احياء او التنكيل بالقادة والزعماء المأسورين.

-**الحصار**: كان ولازال أسلوب الحصار تكتيكا نفسيا مجديا في اغلب الحروب، فبدل المواجهة التقليدية أو المباشرة تصبح حربا للاستنزاف وهدما لإمدادات وقوات الجيش الآخر ما يدفعها للاستسلام أو الانقلاب.

وقد استمرت هذه الصور حتى الى العصر الجاهلي والذي يمكن أن نجد كثير من صورها في الشعر الجاهلي، في الفخر بالقبيلة والأهل وهجاء الأعادي. حيث كان يسعى كل طرف من أطراف النزاع قبل المعركة المسلحة وأثنائها إلى إضعاف موقف الطرف الآخر عن طريق شن هجوم عنيف على معنوياته، وفي نفس الوقت يسعى إلى تقوية موقفه هو.

الفرع الثاني: الحرب النفسية في العصور الوسطى

وعرفت الحرب النفسية أكثر بعد ظهور الإسلام ففي قول المولى عز وجل (**وَأَعِدُّوا لَهُم مَّا اسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۚ وَمَا تُنفِقُوا مِن شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَ أَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ**)[3] ، فنجد ان الآية الكريمة لم تأمر بالقتال المباشر فقط، بل بالإعداد والحشد. فكان الأمر فيها بالإعداد ليكون حشدا حربيا يثير في نفوس الأعداء الرهبة والخوف وتحطيم المعنويات. فتكون النتيجة أحد آمرين، إما أن يبلغ الخوف في نفوس الأعداء حد إحجامهم عن مواجبة

[1] حسين, محسن. "الكهنة والخونة واليهود تعاونوا مع الغزاة لإحتلال بابل." **جريدة الزمان**2019/04/03 . في: https://bit.ly/3DhQHC8

[2] Adrian, Goldsworthy. "Julius Caesar's Triumph in Gaul." **HistoryNet**. HistoryNet, May 17, 2007. at: https://bit.ly/3Dg9E8b

[3] الأنفال، الاية 60.

المسلمين بالقتال فيحقق المسلمون غرضهم بدون حرب، وإما أن يلقوا المسلمين بنفسية مضطربة ومعنويات ضعيفة من آثر الرهبة التي أثارتها حشود المسلمين وفي كلتّا الحالتين سيكون نصرا قبل القتال حتى.

هذا وقد استخدمت المدرسة العسكرية الإسلامية أساليب الحرب النفسية منذ عهد الرسول صلى الله عليه وسلم وأثناء الفتوحات الإسلامية بشكل يفوق أحيانا استخدامها حاليا رغم توفر الوسائل المساعدة لتوظيفها حاليا أكثر مما مضى. ويعود ذلك إلى أن الدين الاسلامي الذي يعتمد التبشير بالثواب العظيم للمجاهدين في سبيل الله مما يرفع معنويات المسلمين ويحطم الروح المعنوية للمشركين.

وقد اتخذت الحرب النفسية في صدر الإسلام صورا وأشكالا مختلفة، واستخدمت لتحقيق عدة أهداف كالتعارف بين المسلمين أثناء الالتحام بالأعداء أو في الظلام، وإثارة انفعالات الشجاعة والحماسة في نفوسهم مع ترويع العدو وبث الرهبة والخوف في قلبه في الوقت نفسه.

ومن أمثلة الصيحات التي أستخدمها المسلمون في عصر النبوة "أحد، أحد" في غزوة بدر، "أمت، أمت" بمعنى "أقتل، أقتل" في غزوة أحد، ومنها أيضا "يا خيل الله أركبي" في غزوة ذي قرى. هذا الى جانب التكبير الذي كان شعار في كل حرب" الله أكبر ". كمثير للحماس وشاحذ الهمم ويلقي في قلوب الأعداء الرعب. ومن امثلة استخدامها في الغزوات والمعارك في صدر الإسلام:

- بث الفرقة بين العدو وحلفائه، كما جاء في كتب السير في غزوة الخندق، حين تجمعت جيوش قريش وغطفان والقبائل الأخرى ويهود بني قريضة للقضاء على المسلمين. وحدث أن جاء نعيم بن مسعود الغطفاني -رضي الله عنه- إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم وأخبره أنه أسلم ولا يعلم قومه، وطلب من الرسول صلى الله عليه وسلم-أن يأمره بما يشاء، فقال له الرسول صلى الله عليه وسلم: "إنما أنت رجل واحد فاخذل عنا ما استطعت فان الحرب خدعة". فقام نعيم بهذه المهمة بأسلوب بارع حاذق بحيث حققت مهمته هدفها في الوقيعة بين المتحالفين، وفي إزالة الثقة فيما بينهم. وتفرقت جيوش المتحالفين.[1]
- تحييد القوى الأخرى وحرمان العدو من تحالفته وقد اتبع الرسول صلى الله عليه وسلم بعد الهجرة سياسة تقوم على عقد الاتفاقات والمعاهدات مع مختلف القبائل لكفالة حرية الدعوة وحسن الجوار والمعاملة. وكانت النتيجة المباشرة لتلك المعاهدات حرمان قريش من قوى كان يمكن أن تتحالف معها وتشد أزرها في صراعها مع المسلمين. خصوصا تلك القبائل الحجازية التي كانت تمر قوافل قريش بأراضيها مثل قبائل جهينة، وبني ضمرة، وبني مدلج، وغفار، وأسلم.[2]
- زعزعة ثقة العدو في إحراز النصر، وتعتبر غزوة الفتح مثلا لهذا المجال فقد أدى التخطيط العبقري الذي وضعه الرسول القائد صلى الله عليه وسلم والذي اعتمد فيه الى أقصى حد على العوامل النفسية الى زعزعة ثقة قريش في إمكان النصر على المسلمين، ومما يروى في كتب السيرة ان أبا سفيان لما قدم

[1] احمد نوفل. **الحرب النفسية من منظوراسلامي** ، (عمان: دار الفرقان، ج 02 ، 1987)، ص 105 -

[2] عبد الملك بن هشام، **السيرة النبوية لابن هشام**، تحقيق: عمر عبد السلام تدمري، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1990)، ص. 390-395.

مع العباس -رضي الله عنه- الى مخيم جيش الفتح، جعل العباس يمر به على رايات القبائل ونيرانهم قبل ان يأتي به الى النبي عليه الصلاة والسلام، ما زاد فزعه ورهبته من كثرة الجيش عدة وعتادا، وانه عاد الى مكة مبهورا مذعورا، وهو يحسّ أنّ من ورائه إعصارا، إذا انطلق اجتاح ما أمامه، فما يقف دونه شيء وهو يصيح "يا معشر قريش: هذا محمد جاءكم فيما لا قبل لكم به". وقد حقق تخطيط رسول الله أهدافه بفتح مكة بلا قتال..

- التخويف والضغط النفسي كتب أبو سفيان إلى الرسول صلى الله عليه وسلم يقول: "نريد منك نصف نخل المدينة فان أجبتنا إلى ذلك وإلا أبشر بخراب الديار وقلع الأثار. فأجابه الرسول صلى الله عليه وسلم بكتابٍ جاء فيه "وصل كتاب أهل الشرك والنفاق والكفر والشقاق وفهمت مقالتكم، فوالله ما لكم عندي جواب إلا أطراف الرماح، وأشفار الصفاح، فارجعوا ويلكم عن عبادة الأصنام، وأبشروا بضرب الحساك وبفلق السهام وخراب الديار، وقلع الأثار".

وجدير بالذكر أن صور هذه الحرب النفسية لم تنته بوفاة الرسول صلى الله عليه وسلم فقد استمرت بعد ذلك في عهد الخلفاء الراشدين، فبعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم استغل الكفار والمنافقين هذا الموقف، وآخذوا على أنفسهم موقف بث الدعاية والاشاعة في صفوف المسلمين، زاعمين أن الإسلام انتهى ولن تقوم له قائمة، وأخذوا يروجون الإشاعات بأن قالوا "لو كان محمد نبيا لظل بينكم ولم يمت". ولولا تصدي كبار الصحابة لهم. حيث ذكرهم أبو بكر الصديق – رضي الله عنه-بقوله تعالى: (**وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِن قَبْلِهِ الرُّسُلُ ۚ أَفَإِن مَّاتَ أَوْ قُتِلَ انقَلَبْتُمْ عَلَىٰ أَعْقَابِكُمْ ۚ وَمَن يَنقَلِبْ عَلَىٰ عَقِبَيْهِ فَلَن يَضُرَّ اللَّهَ شَيْئًا ۗ وَسَيَجْزِي اللَّهُ الشَّاكِرِينَ**)[1]، **كما انه في عهد الفاروق رضي الله عنه كتب** إلى سعد بن أبي وقاص رضي الله عنه أميره على مصر " آمرك ومن معك من الأجناد بتقوى الله على كل حال، فان تقوى الله أفضل العدة على العدد، وأقوى المكيدة في الحرب. وآمرك ومن معك أن تكونوا أشد احتراسا من المعاصي منكم من عدوكم، فان ذنوب الجيش أخوف عليهم من عدوهم، وإنما ينصر المسلمون بمعصية عدوهم لله ولولا ذلك لم تكن لنا بهم قوة".

وفي الفتوحات الإسلامية عهد الخلافة الراشدة، وفي فتح فارس كتب أمير جند المسلمين خالد بن الوليد رضي الله عنه إلى هرمز قائد جيش فارس: " أما بعد، أسلم تسلم أو اعقد لنفسك ولقومك الذمة، وأقرر بالجزية، والا فلا تلومن إلا نفسك، فقد جئتك بقوم يحبون الموت كما تحب الحياة "، وفي رسالة نجد ان لغتها لغة تهديد ووعيد وان الجند المقبلين ما لهم من خوف من اللقاء، بل ان الموت أحب اليهم من الحياة. وهو تبيان للحالة النفسية الجيدة لجنده.

كتب كسرى رسالة إلى المثنى بن حارثة رضي الله عنه يقول فيها: "إني قد بعثت اليكم جندا من وحش أهل فارس، وإنما هم رعاة الدجاج والخنازير، ولست أقاتلك إلا بهم". فكتب اليه المثنى بن حارثة يقول: "إنما آنت أحد رجلين: إما باغ، فذلك شر لك وخير لنا، وأما كاذب فأعظم الكذابين عقوبة وفضيحة عند الله وعند

[1] آل عمران، الآية 144.

الناس الملوك. وأما الذي بدا لنا عليه الرأي، أنكم إنما اضطررتم إليهم، فالحمد لله الذي رد كيدكم إلى رعاة الدجاج والخنازير".*

كما أنها عرفت أثناء الحروب الدينية في أوربا في العصور الوسطى ، ولعل أول ظهور لها في الفترة التي تمرد فيه مارتن لوثر على الكنيسة الكاثوليكية، والتي أدت الى نشوب الحرب الدينية بين الشمال و الجنوب أو ما أصطلح عليه حرب الثلاثين سنة (1618- 1648)، شكلت الكنيسة اللجنة الكنسية للدعاية عام 1622[1] ، كان هدفها الأساسي نشر الأفكار و اتهام الطرف الآخر في أفكاره، حيث كانت توزع أوراق تتهمهم فيها بالهرطقة و الشعوذة، أما الثورة الفرنسية فقد منحت الحرب النفسية بعدا آخر، حيث عرف بمعنى التنوير خصوصا بعد اكتشاف الطباعة و نشر الكتب و ظهور الحركة الإعلامية و الصحافية التي ساهمت في نشر الأفكار و الآراء.

الفرع الثالث: الحرب النفسية في الحربين العالميتين

شهدت الحرب العالمية الأولى تحول الحرب النفسية من وسيلة عرضية إلى آلة عسكرية رئيسية . وقيل في تاريخ لاحق: "إن الحرب النفسية كانت السلاح الذي كسب الحرب". وراح أولئك الذين كانوا يتولون أمر الدعاية في صفوف الحلفاء ينشرون الاعتقاد بان مهارتهم كانت قاطعة، وأن القتال العنيف الذي جرى في الخنادق لم يكن بأشد من شل حركة الجانبين المتضادين. ولعل البريطانيين والفرنسيين كانوا السباقين في استخدام الحرب النفسية فخلال العمليات الحربية كانوا يلقون بالمنشورات والمطبوعات المحبطة للمعنويات وبالنشرات والجرائد على الجنود الألمان وغالبا ما كانوا يقذفون عليهم هذه الوسائل بواسطة الطائرات والبالونات وقذائف المدفعية حتى انهم كانوا يرسلونها للجنود الألمان بواسطة البريد.

وقد احتلت الدعاية مكان الصدارة في الحرب لأن الدول المشتركة في الحرب جعلت وسائل الاتصال الشعبية -الاخذة في التطور آن ذاك- جزءا من حياتها المدنية وقد انتقلت المهارات التي طورت في تلك المرحلة في الحياة المدنية الى المجال العسكري . وكانت جهود الحرب النفسية لكل من الدول المتقاتلة البديل المباشر لدعايتها غير السياسية في أيام السلم. فأنشأت وزارة الخارجية البريطانية سنة 1914 مكتبا للدعاية، ولكن الجزء الأكبر من الجهد كان يتم بواسطة بعض المؤسسات الخاصة المتعاقدة مع الجيش او الموالية له[2]. ونتيجة الصعوبات التنظيمية التي قابلها الإنجليز أصبح لديهم في نهاية الحرب وكالتان منفصلتان: الأولى تتكون من وزارة الاستعلامات تحت رئاسة لورد بيفربوك Lord Beaverbrook ومعها إدارة المخابرات تحت رئاسة الكولونيل بوكان Colonel BUCHAN للقيام بأعمال الدعاية خارج بريطانيا. أما الوكالة الأخيرة فهي اللجنة القومية لأغراض

• للاستزادة حول موضوع الحرب النفسية الإسلامية أنظر: عبد الله بن مسلم الدينوري. **عيون الأخبار، "كتاب الحرب و مكائدها"** (القاهرة: دار الكتب المصرية،1925). و محفوظ محمد جمال الدين علي. **سلسلة نظريات الاسلام العسكرية: النظرية الاسلامية في الحرب النفسية**، (القاهرة: دار الاعتصام، 1979). و حسين حسن عداي، **الحرب النفسية: منذ بداية الدعوة الإسلامية وحتى العصر الأموي**، (دمشق: دار النوادر، 2010)

[1] برهان شاوي، **الدعاية و الاتصال الجماهيري عبر التاريخ**،(بيروت: دار الفارابي،ج1، 2012)، ص. 37.

[2] صلاح نصر. **الحرب النفسية**، (القاهرة: دار القاهرة للطباعة و النشر. ج1، ط2. 1967)، ص. 81.

الحرب وتقوم بأعمال الحرب النفسية داخل بريطانيا. كما كان للولايات المتحدة اثناء الحرب العالمية الأولى هيئتان للدعاية: الأولى هي الوكالة المدنية للمعلومات والتي عرفت دوليا باسم " لجنة كريل " نسبة إلى رئيسها مستر جورج كريل George Creel ثم الوكالة العسكرية التي كان لها قسم للدعاية آو الحرب النفسية في هيكلة العمليات بمركز رئاسة الحملة الأمريكية تحت رئاسة النقيب هيبر بلانكنهورن Heber Blankenhorn. وقد وفقت لجنة " كريل " في الحصول على معاونة منسقة من كل الإدارات الحكومية الأخرى إذ أن رئيسها كان موضع ثقة الرئيس الأمريكي. وأعدت لجنة كريل متحدثين متطوعين يتحدثون في كل المجتمعات الأمريكية وظهرت لافتات كتب علبيها: "المتحدث لا يتكلم غير أربع دقائق" وقد أعدت اللجنة أفلاما عرضت في جميع أنحاء العالم، وجاء وقت هدد " كريل " شركات العرض السويسرية بمقاطعتها ما لم تعرض أفلام الدعاية الأمريكية كما أرسل " كريل " مبعوث الدعاية الى كل من فرنسا وإنجلترا وإيطاليا وسويسرا وهولندا وإسبانيا وإسكندنافيا والمكسيك والصين وروسيا.[1]

هذا ولم ينجح الألمان في دعايتهم في الحرب العالمية الأولى ولا سيما في الجبهة الداخلية، فلقد بدأت الحكومة الإمبراطورية الحرب سنة 1914م وهي واثقة من قوتها ولكنها لم تقدر عوامل القوة بين صفوف الجماهير وكانت تفتقد إلى الكفاءة والمهارة وتعوزهم الخبرة في فن الدعاية مما أدى إلى فشلها في التأثير على أعدائها. فعلى الرغم من أن مكتب الصحافة الألماني أو الكريجزبريسيمت Kriegs Presseamt [2] كان يؤدي وظيفة مزدوجة تتمثل في إمداد الصحافة الألمانية بأنباء الحرب وتنسيق عمليات رعاية المعنويات والمحافظة عليها في الداخل وبين الجنود، إلا أنه كان يفتقد للتنظيم والتنسيق، عكس الإدارة البريطانية والذي فصلت بين تخصصات مكاتبها، هذا القصور في الدعاية الألمانية اعترفت به صحيفة الجيش الثامن Nachrichten blutt der Armee 08 آن ذاك بقولها: "لقد أوقع العدو بنا الهزيمة في مجال دعاية المنشورات. فإن إطلاق السهام المسمومة من مخبأ آمن لم يكن أبدا فنا ألمانيا. ومع ذلك، فلقد تبين أن هذا النضال هو مسألة حياة أو موت، وانه يتعين على المرء أن يقاتل عدوه بأسلحته. ومع ذلك فإن روح منشورات العدو تحوم متسللة ممتنعة عن القتل"[3]

هذا وقد اتخذت الحرب النفسية في الحرب العالمية الأولى صورا مختلفة تهدف بالأساس الى التأثير في سياسة الخصم وسلوكه، ومن اهم صورها:

1. العمل على خلق روح الكراهية وتوجيبها ضد العدو، والعمل على تحطيم معنوياته
2. إقناع الرأي العام المحلي بشرعية وعدالة موقف الحلفاء وزيادة روح القتالية والاحتفاظ بها عالية..

[1] المرجع نفسه، ص. 82.

[2] فيليب تايلور، **قصف العقول: الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي**. ترجمة: سامي خشبة، (الكويت: المجلس الوطني الثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، مج 256، 2000) ص. 286.

[3] المرجع نفسه، ص. 287.

3. تنمية روح الصداقة بين الحلفاء وتقوية إيمانهم بأنهم على حق وبأن النصر سيكون حليفهم، ليحصلوا على تأييدهم الفعال وعلى تعاونهم الأكيد.
4. تنمية وتقوية روح الصداقة مع الأمم الحليفة.

عموما ان استخدام الحرب النفسية (او كما سميت الدعاية) اثناء الحرب العالمية الأولى رغم اتساع هذا الاستخدام الا انه كان في مجالات جد ضيقة وبأساليب يمكن وصفها بالبدائية، لكن خلال الحرب العالمية الثانية، أصبحت الحرب النفسية شيئا مألوفا واساسيا، لذلك استخدمت أساليبها على نطاق أوسع، وذلك نتيجة للتطور الكبير في مجالات العلم والاتصالات، والعلوم التقنية، وازدهار علم النفس والعلوم الأخرى ذات الصلة بالحرب النفسية. وقد خرجت في هذه الحقبة مدارس متخصصة في الحرب النفسية منها الحرب النفسية الأمريكية، والحرب النفسية الألمانية، والروسية، وأصبح هناك قانون تقاس به قوة الدولة، إذ يساوي هذا القانون بين الكتلة الحرجة والقدرة الاقتصادية والقوة العسكرية من جهة والأهداف الاستراتيجية للامة والإرادة الوطنية من جهة أخرى. وأصبحت الحرب النفسية أهم أساليب الحرب، ففي هذه الحرب استطاعت دول المحور الثلاث (ألمانيا، إيطاليا، اليابان) أن تعبئ شعوبها تعبئة سيكولوجية وإقناعها بشرعية هذه الحرب. خصوصا إذا علمنا القوة التي تمتع بها جهاز الدعاية النازي بقيادة وزير الإعلام النازي "باول جوزيف غوبلز "، ومع بدأ انتشار أجهزة الراديو التي أصبحت مهمة في نقل الرسائل الدعائية، اعتماد جهاز الدعاية النازي على الدعاية كوسيلة من الوسائل المؤثرة للحرب، ومن خلالها تم استغلال دوافع الأمن لدى الإنسان بإثارة الخوف والفزع والإرهاب للشعوب وإخضاعها من خلال الدعاية السوداء ضد أعدائها، و هزيمة الخصوم داخليا قبل بداية العمليات العسكرية، و هو الشيء الذي صرح به هتلر بعد وصوله لحكم المانيا: " تدمير العدو من الداخل ، ليقهر من خلال نفسه ، بزرع الارتباك العقلي ، وتناقض المشاعر ، والتردد ، والذعر"[1]. وبنيت الدعاية النازية على ثلاث أسس هي:

- في المجال السياسي: بجعل كتلة كبيرة من الرأي العام الدولي ترى أن مستقبل العالم يتوقف على الاختيار بين الشيوعية والفاشية.
- في المجال الاستراتيجي: بأن تبدو كل ضحية على أنها هي الضحية الأخيرة، وبذلك تقدم الألمان رويداً رويداً.
- في المجال السيكولوجي: يستخدم المجال السيكولوجي أسلوب الذعر والخوف الكامل بجعل الشعب الألماني نفسه يخشى من تصفية الشيوعية له.

هذه الدعاية التي ضخمت قوة الجيش النازي وآلته الحربية ساهمت في استسلام كلي أو جزئي لكثير من الدول الأوربية بدون حرب.

[1] Morriss Agnieszka. **The BBC Polish Service during the Second World War**, Unpublished Doctoral thesis, (University of London: City Research Online, 2015), p. 28.

في حين أن النازية طورت جهازا دعائيا متكاملا إلا أن دول الحلفاء كانت دعايتها تعتمد الارتجال وردود الفعل الجزئية على الدعاية النازية، بداية الحرب العالمية الثانية. كما اعتبرت الدعاية غير مهمة في السياسة الخارجية لزمن السلم، ولذلك تم حل وزاره الإعلام والتي كانت تعتبر المنظمة المسؤولة عن الدعاية ضد ألمانيا في الحرب العالمية الأولى. وكذلك حاولت الحكومة البريطانية حظر كلمه "الدعاية" من المفردات الدبلوماسية.[1]، لكن سرعان ما استدركت ذلك بإنشاء "اللجنة التنفيذية الحرب السياسية. PWE " في أوت 1941، و كان هدفها نشر الدعاية لإحباط معنويات جيوش دول المحور، و رفع معنويات المواطنين داخل الدول التي تخضع للاحتلال[2]، وكانت هذه الوكالة ممثله في مكتب الحرب، وفي البحرية ، وفي وزاره الخارجية ، وفي إدارة الإعلام. وتهتم هذه الوكالة بجميع الدعايات الخارجية في بريطانيا، وتركت تنفيذ عملياتها لوزارة الإعلام ولهيئة الإذاعة البريطانية (BBC).

وقد حافظت الدعاية الإذاعية البريطانية علي مستوي عال من الفعالية، وذلك بتوجيه هيئة إذاعتها للرد على الدعاية النازية و فق أسس تستهدف الطعن في القيادات النازية وانهم مجرد توابع للقائد، فقد احتفظت بتسجيلات صوتية لجميع خطب القيادات النازية، يهدف تذكير المستمعين بكذبهم و تدليسهم، و استهدفت كذلك كسب تأييد و تعاطف الرأي العام الألماني بإذاعة أسماء الأسرى الألمان و حالتهم الصحية، وهو نفس النهج الذي انتهجته دول الحلفاء، و لم تقتصر الحرب النفسية أثناء الحرب على الإذاعة فقط، بل استخدمت المنشورات و الرسائل التي كانت تلقى جوا داخل الأقاليم التي تخضع للسلطة النازية و هي التي أصطلح عليه "حرب القصاصات"، و ازدادت حدة وقوة الحرب النفسية خصوصا حرب القصاصات و النشريات بعد دخول الولايات المتحدة الأمريكية للحرب، حيث أنشأ الرئيس الأمريكي روزفلت Franklin D. Roosevelt آن ذاك "هيئة جمع المعلومات COI"، سنة 1941 و عين الجنرال وليام دونوفان William J. Donovan منسقا عاما، و تضمنت هذه الهيئة الكثير من الخبراء للبحث و التحليل، و أصدرت كميات كبيرة من الدراسات السياسية والاجتماعية والجغرافية والاقتصادية وغيرها، كما أنشأت كذلك وكالة فرعية داخلها سميت "دائرة المعلومات الأجنبية FIS"[3] و التي كانت مهمتها تزويد المؤسسات الإعلامية (الراديو، و الصحف و المجلات) بالمعلومات و المواد الواجب نشرها، و كان من مهامها فحص مدى مواءمة المواد الإعلامية للتوجه العام للدولة ولسيرورة الحرب قبل أن تنشر أو تبث.

[1] Ibid.

[2] Paul Linebarger. **Psychological warfare**.(Washington DC: Infantry Journal Press, 1948), p. 87.

[3] Ibid., p. 91.

المطلب الثاني: حدود مفهوم الحرب النفسية الحديثة

ان المعالجة المفاهيمية للظواهر الاجتماعية والإنسانية عموما والظواهر العبر تخصصية بصفة خاصة تكشف أوجه قصور في المعايير الواجب توفرها لضبط التصنيفات والتعاريف، وقد حددت بعض الأوجه في[1]:

1. عدم وجود اتفاق في التعاريف العامة.
2. عدم وجود مخطط تصنيفي كاف للتمييز بين أنواع المعايير.
3. عدم وجود تمييز ثابت بين المعايير الصحيحة.

هذا القصور الذي يحيط بهذه المفاهيم، سيشمل أي محاولة لبحث حدود مفهوم الحرب النفسية على اعتبارها ظاهرة عبر تخصصية، تستدعي محاول تحديد تعاريف مختلفة وتصنيفات متغيرة، بالإضافة الى محاولة التفريق بينها وبين الظواهر المشابهة والتي يخلط بينها وبين الحرب النفسية.

الفرع الأول: مسارات صياغة مفهوم الحرب النفسية

وقبل الخوض في التعريفات اللغوية والاصطلاحية، لابد من الإشارة الى بعض مسارات التي ساهمت في صياغة الحرب النفسية بالمعنى الحديث الذي نعرفه اليوم:

- **المسار الأخلاقي**: للوعي علاقة بالحرب النفسية، مثل الدعاية وغسل الدماغ وسياسة الإغراء (الغوغائية) وما شابه ذلك، وهذه الأفكار تتعارض مع القيم العالمية التي أعلنت في أعقاب الثورة الفرنسية، وأساسها حقوق الفرد الديمقراطية وحرية التفكير وإقناع الجماهير لأهداف سياسية، مثل وقت الانتخابات الذي يثير الهواجس والتغرير.
- **المسار المعنوي أو الدلالي:** جدّت كلمة (بروباغندا)، أي الدعاية، في القرن السابع عشر؛ وهي اختصار لاسم منظمةٌ أنشئت من أجل مساعدة الكنيسة الكاثوليكية لضم المؤمنين لصالحها*. وعملت هذه المنظمة على مستوى العالم. وفي أمريكا الجنوبية، كانت هذه المنظمة سبباً في تنصير ملايين الهنود الحمر، وحتى هذا اليوم، فإن تفسير الكلمة هو "الدعاية".

ولأجل ذلك وجدت اختلافات كبيرة في طبيعة الحرب والفهم العام لها خلال الأزمنة المختلفة، لكن المشترك الوحيد بينها أن ان الحرب عامة هي محاولة استخدام أسلحة مادية تهدف الى القضاء على العدو، أما الحرب النفسية ورغم الاختلاف في الفهم والاهمية عبر العصور الا انها كانت ولا زالت جزءا من هذه العمليات الحربية لكنها بأسلحة وأدوات غير مادية، هذا الاختلاف والأهمية دفع الى تسميتها بعديد المسميات، وهو ما

[1] Gibbs, Jack P. "Norms: The problem of definition and classification." **American Journal of Sociology**, Vol. 70, no. 5, 1965, pp. 586-594.

* أصل الكلمة أتى من اللاتينية" **كونغريقاتيو دي بروباجاندا فيدي** "والتي تعني (مجمع نشر الإيمان)، وهو مجمع قام بتأسيسه البابا غريغوري الخامس عشر في عام 1622. يقوم هذا المجمع على نشر الكاثوليكية في الأقاليم . وتعني بروباغندا باللاتينية نشر المعلومات دون أن يحمل المعنى الأصلي أي دلالات مضللة. المعنى الحالي للكلمة نشأ في الحرب العالمية الأولى عندما أصبحت مصطلح مرتبط بالسياسة.

نجده في مصادر ودراسات أخرى. فقد تسمى أحيانا بمسميات وظيفية تتعلق بطبيعة الاستهداف مثل حرب الأفكار، غسيل المخ أو السيطرة على العقول، او من حيث طبيعتها كمسمى الحرب البادرة والتي لا نقصد بها هنا الحرب الباردة بين المعسكرين الشيوعي والرأسمالي فقط، بل نقصد المعنى الاصطلاحي لتلك النزاعات والتوترات التي تبيح كل أسباب واليات النزاع الا الأسلحة المادية والمواجهات المباشرة.

ومن اهم المسميات التي لاحظناها في المراجع والمصادر نجد:

- **الحرب الأيدولوجية:** أو الحرب العقائدية، والتي تحمل معنى وظيفيا كما سبق وأشرنا وقد تحمل معنى منهجي يتعلق بتكتيكات الاستخدام والاستهداف. مثل الحرب الباردة بين المعسكرين الشيوعي والرأسمالي (1945-1989).
- **حرب الأعصاب:** أو حرب الاستنزاف النفسي، بمعناها السيكولوجي، ويقصد بها تلك الصراعات التي تعتمد التوتر كتكتيك أثناء وما بين الاشتباكات العسكرية.
- **الحرب السياسية:** وهو مصطلح ظهر في بريطانيا في فترة الحرب العالميتين وما بينهما، ويقصد تأكيد العلاقة بين كل وسائل السياسة (الدبلوماسية، الاقتصاد، القوات العسكرية، الرأي العام...) في زمن الحرب.
- **الحرب الدعائية:** وهذه تشير الى استخدام الرموز، للتأثير في سلوك الجماهير حيال القضايا الدولية محور الاختلاف.
- **حرب الفوضى:** وهو اصطلاح واسع ينطوي على خلق النزاعات الداخلية والتخريب وقلب نظم الحكم،

أما الحرب النفسية بهذا المصطلح فأول ما وردت عبارة "الحرب النفسية Psychological Warfare (PSYWAR)" فقد وردت في مؤلف لكاتب ألماني وهو الكولونيل بلاو وكان رئيسا للمعمل النفسي بوزارة الدفاع النازية وقد أصدر عام 1935 بعنوان: «propaganda ale wathe» والتي وضع فيها أساس الحرب النفسية حسب ما أوردها فهمي النجار في كتابه "الحرب النفسية"[1]. ثم أثناء الحرب العالمية الثانية أصبحت الحرب النفسية أكثر شيوعا من ذي قبل من قبل أطراف الحرب والتي قصد بها الدعاية ذات الأهداف النفسية، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيرجع أول استخدام لمصطلح "الحرب النفسية" للكاتب الأمريكي دانيل لايدنر في كتابه "الحرب النفسية لألمانيا" عام 1945 وهذا ما أورد في كتابه السابق الذكر.. لكن الحقيقة أن هناك كتاب سبقه وصدر سنة 1941 عن اللجنة الوطنية للمعنويات وهو كتاب "الحرب النفسية الألمانية" من تأليف مشترك لكل من فاراغو لاديسلاس Farago Ladislas ويونغ كيبال Young Kimball وجيتلر لويس فريدريك Gittler Lewis Frederick.[2]

[1] فهمي النجار، **الحرب النفسية: أضواء إسلامية**، (الرياض: دار الفضيلة، 2005)، ص 97

[2] Ladislas Farago and ALL. **German psychological warfare**. (New York: Committee for national morale, 1941).

الفرع الثاني: التعريفات القاموسية الحرب النفسية

لقد اختلفت التعاريف القاموسية باختلاف اشكال وتخصصات تلك القواميس، من أبرز التعريفات القاموسية للحرب النفسية نجد:

- قاموس كامبريدج عرفت الحرب النفسية بأنها: "استخدام الأنشطة التي تسبب الخوف والقلق في الأشخاص، الذين ترغب في التأثير فيهم دون الإضرار بهم جسديا"[1].
- قاموس أوكسفورد فيعرفها بأنها: "الأفعال أو الأقوال التي تجعل الخصوم يعتقدون أنهم لا يستطيعون كسب الحرب أو المنافسة"[2]
- قاموس ميريام وبستر تعرف على أنها:" هي مجموع الأشياء التي يتم القيام به لجعل شخص ما (عدو أو الخصم) تصبح اقل ثقة أو جعله في حالة خوف أو يأس"[3]

ففي هذه التعاريف القاموسية، عرفتها على أساس أنها حرب تغيير السلوك، وأن استهدافها للشخصية الإنسانية، للتأثير في الأفراد أو الأطراف المعادية، بالخوف والقلق أو تثبيط العزائم، لكن الملاحظ في الواقع إن الحرب النفسية قد يكون هدفها دفع الطرف الآخر للقيام بعمل ما هو من صلب أهدافك، وقد يكون الطرف الآخر عدو أو صديق. كما أن هذه التعريفات تتشابه كثيرات مع التعريفات العسكرية للحرب النفسية، أي أنها تميل الى أنها تعريفات عملياتية أكثر منها تعريفات اصطلاحية.

أما قاموس المصطلحات الحربية فقد عرفها بأنها: "الاستخدام المدبر للدعاية أو لأي تأثيرات نفسية أخرى والمعدة لإسناد السياسة السائدة بتأثيرات على أراء وعواطف وموقف وسلوك العدو والفئات المحايدة والصديقة في وقت الطوارئ أو الحرب بحيث يتم دعم الوصول للأهداف القومية"[4]

ومن هذا التعريف يمكننا أن نلاحظ:

1. أن الحرب النفسية من حيث الاستخدام، لا تستخدم ضد الأعداء فقط بل حتى الأصدقاء والحلفاء وكذلك الأطراف المحايدة، أي أن الحرب النفسية تستخدم ضد الجميع في إطار العلاقات الدولية التي لا تخرج عن هذه الثلاث صفات.
2. أما من حيث الأهداف، فأهدافها تختلف من حيث طبيعة العلاقة التي تجمع بين الأطراف، هدفها للعدو تحطيم روحه المعنوية وإرادته، أما المحايدة فهو كسب تأييدها وتعاطفها أو حتى ضمها لتكون حليفة لها، وفي أحيان أخرى ضمان بقائها على الحياد، أما الدول الصديقة فالهدف يكون دفعها نحو مزيد من التعاون وضمان بقائه على النحو المرغوب فيه لتحقيق الأهداف الكلية.

[1] **PSYCHOLOGICAL WARFARE** | meaning in the Cambridge English Dictionary. Oct 10, 2019 at: https://bit.ly/3ipgD6I

[2] **psychological-warfare noun** - Oxford Advanced American Dictionary. Oct 10, 2019.at: https://bit.ly/3ub1lYX

[3] Psychological Warfare | Definition of Psychological Warfare by Merriam-Webster. Oct 10, 2019. at: https://bit.ly/3u7Dr0A

[4] سامي عوض، **معجم المصطلحات العسكرية**، (عمان: دار اسامة، 2007)، ص. 191.

أما من حيث التعريفات الاصطلاحية، فمن أوائل من عرفها هو باول لينبارجر Paul Linebarger في كتابه الحرب النفسية بأنها "تشمل الحرب النفسية استخدام الدعاية ضد العدو، إلى جانب التدابير التنفيذية الأخرى ذات الطابع العسكري أو الاقتصادي أو السياسي التي قد تلزم لتكمله الدعاية"[1]. فهو قسم الحرب النفسية في تعريفه الى قسمين رئيسيين أولها يتعلق بالأجزاء الفرعية للحرب النفسية وهي الدعاية، وقسم للأجزاء الكلية المتعلق بآليات التنفيذ أو ما سماه التدابير التنفيذية لها. لكن الذي أُغفل في هذا التعريف أنه اقتصر الحرب النفسية على الدعاية وجعلها آليتها الوحيدة، واقتصر في استخدامها ضد العدو فقط، فقد اعتبرها آلية صراع بحت، ولعل ذلك يرجع الى المفهوم السائد للحرب النفسية في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية حيث كانت الحرب النفسية مرادفا للدعاية، وكانت تعتبر آلية صراع. وقد وصل في أحيان كثيرة الى إلغاء مصطلح "الدعاية" من الاستخدام، لاعتباره أنه مصطلح حربي صراعي.

إذا كانت الحرب النفسية هي حركة كاملة تستخدم فيها كل السبل بغرض إضعاف العدو وتدميره، كما أنها تعني تحطيم معنوياته ووحدته، بكافة الوسائل المتاحة، وتحويله من هدف الى هدف آخر قد يراه سبب نصر له لكنه هو سبب هزيمته، أي أنها تهدف الى تحطيم الإرادة الفردية أو الجماعية ليس للخصم فقط ولكن ضد الجميع. وهو التعريف الذي ذهبت إليه جمعية علم النفس الأمريكية APA التي عرفتها على أنها: "فئة واسعه من التكتيكات المصممة للتأثير على مواقف الجنود والمدنيين ومعتقداتهم وسلوكهم فيما يتعلق بالعمليات العسكرية. وتشمل هذه المحاولات الرامية إلى تعزيز مواقف ومعنويات شعب أو الرأي العام الداخلي، فضلا عن تغيير أو تقويض مواقف ومعنويات الجيش المعارض أو السكان المدنيين"[2]، ويحيلنا هذا التعريف الى نقطة مهمة وهي التوعية والتوجيه السياسي والعسكري والاجتماعي، والذي يعزز إيمان الجنود أو الرأي العام بالقضايا الوطنية والاجتماعية وتجعله أكثر تعاطفا وتعطيه القابلية للاستمرار[3] ، فهذا التعريف يحيل الى الشق الداخلي للحرب النفسية، وغايتها في التوعية.

الفرع الثالث: تعاريف الحرب النفسية في المدارس الفكرية

فالمعروف ان المفاهيم المرتبطة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية يوجد بها كثير من الخلط فيما تعلق بالتعريف الذي يمكن ان يضبط المفهوم، بالإضافة الى ان الاختلاف اللغوي لاي مفهوم سواءً من حيث الاستخدام او الترجمة سيؤدي لا محالة لاختلاف في فهمه أو توظيفه، لذلك أردنا من خلال هذا الجزء ان نحاول جمع ما استطعنا من تعاريف ترتبط باللغات التي لها مدارس مختلفة تستخدم هذا المفهوم، لاستيعابه ومحاولة الخروج ببلورة له.

[1] Paul Linebarger, Op Cit, p. 40.

[2] psychological warfare – APA Dictionary of Psychology. Sep 2019.at: https://dictionary.apa.org/psychological-warfare.

[3] رمزي المنياوي، **الحرب النفسية و الطابور الخامس**، (دمشق: دار الكتاب العربي، 2010)، ص .11.

ففي اللغة العربية يعرفها حامد عبد السلام زهران الحرب النفسية في كتابه علم النفس الاجتماعي بأنها: "هي حرب تغيير السلوك، ومديان الحرب النفسية هو الشخصية" ويضيف أنها:" هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول في وقت الحرب أو وقت السلم لإجراءات إعلامية بقصد التأثير في آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات أجنبية معادية أو محايدة أو صديقة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف الدولة أو الدول المستخدمة"[1]

اما صلاح نصر بقول أنها: "الاستخدام المقصود لأي نوع من وسائل الإعلام بقصد التأثير في عقول وعواطف جماعة معنية معادية، أو جماعة محايدة، أو جماعات صديقة أجنبية لغرض استراتيجي أو تكتيكي معين"[2]

وعلى نفس النهج يعرفها فخري الدباغ بأنها: "الاستخدام المخطط من قبل دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير في آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف تلك الدولة أو الدولة المستخدمة لها"[3]

أما رفيق السكري فيعرفها ب: "هي حملة شاملة تستخدم فيها كل الأجهزة والأدوات المتاحة للتأثير في عقول وأفئدة محددة بقصد تدمير مواقف معينة وإحلال مواقف أخرى تؤدي الى سلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي يشن هذه الحرب"[4]

لكن ما يحمل على هذه التعاريف ورغم أنها جاءت متأخرة عن تعريف باول لينبارجر إلا أنها حصرت الحرب النفسية في إجراءات ووسائل غير فتاكة، رغم أن هناك شبه إجماع على أن ميدانها هو السلوك الإنساني ومحاولة تغييره حسب الأهداف المرسومة، لكن الوسائل المستخدمة في كثير من الحروب النفسية تتعدى الوسائل الناعمة الى وسائل التأثير الجسماني، ويمكن لهذه الوسائل أن تتضمن أدوات عسكرية معروفة مثل الغارات الجوية والقصف المدفعي أيضا، فضلاً عن إثارة الفوضى والتخريب ...إلخ. إذا استثنينا من ذلك تعريف رفيق السكري الذي ترك الوسائل للشمول ولم يحصرها أو يحددها.

قبل الخوض في التعريفات الواردة في الأدبيات الغربية عموما والعسكرية منها، تجدر الإشارة الى إن المفهوم الغربي للحرب النفسية قد انتقل من الحرب النفسية الى العمليات النفسية أو ما يشار إليه اختصارا PSYOP's، وربما يرجع هذا الانتقال الى أن كلمة "عمليات" ذات دلالة عسكرية أكبر، وأنها ترتبط كذلك بالطابع الإجرائي لمصطلح PSYOP's والتي تعني سلسلة العمليات دقيقة وقصيرة، وهو ما يلائم الطابع العسكري.

[1] حامد عبد السلام زهران، **علم النفس الاجتماعي**،(القاهرة: عالم الكتاب،ط5، 1984)، ص. 395.

[2] صلاح نصر، مرجع سابق، ص. 436.

[3] فخري الدباغ، **الحرب النفسية**، (بغداد: وزارة الثقافة والفنون، 1979)، ص. 03.

[4] رفيق السكري، **دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية**، (لبنان: جروس برس، 1991)، ص. 148.

وسنحاول تقديم مجموعة من التعاريف التي قدمت للحرب النفسية أو للعمليات النفسية على اعتبار انهما وجهان لعملة واحدة:

يعرفها الكولونيل ألفريد بادوك Alfred H. Paddock الأستاذ بكلية الجيش الحربية الامريكية وأحد منظري الحرب النفسية الامريكية بأنها: "الاستخدام المخطط للاتصال للتأثير على المواقف أو السلوك، وينبغي لاستخدامها بشكل صحيح أن تسبق وترافق وتتبع كل آليات تطبيق القوة"[1]، فالعمليات النفسية يجب أن ترافق استخدام القوة على اعتبار أنها تعتبر كذلك نوعا من أنواع الأسلحة الواجب استخدامها، كما أنه لا يقتصر تطبيقها على زمن الصراع فحسب بل حتى في أوقات السلم أو في حالات ما بين الصراع و السلم فهو يقول عنها :" فان العمليات النفسانية هي نظام الأسلحة الوحيد الذي يؤدي دورا هاما في زمن السلم ، وفي جميع جوانب الصراع، وفي أعقاب الصراع"[2].

كما ان كثير من الهيئات العسكرية حاولت تقديم تعاريفها الخاصة للحرب النفسية، فالقوات الجوية الأمريكية تعرفها على أنها: " عنصر حيوي ضمن مجموعة من الإجراءات السياسية والعسكرية والاقتصادية والأيديولوجية، هدفها التقليل من المعنويات والكفاءة القتالية لقوات العدو وخلق الانشقاق والسخط داخل صفوفهم، كما يمكن للعمليات النفسية أن تعزز المقاومة داخل السكان المدنيين ضد نظام عدائي أو أن تستخدم لتعزيز صورة حكومة شرعية"[3].

أما البحرية الأمريكية فهي تعرفها على أنها : "العمليات المخطط لها لنقل المعلومات والمؤشرات المختارة للجماهير الأجنبية للتأثير علي عواطفهم ودوافعهم ومنطقهم الموضوعي ، وفي نهاية المطاف التأثير على سلوك الحكومات الأجنبية ، والمنظمات ، الجماعات والأفراد"[4] و الذي يشار إليه الى أن تعريف البحرية هذا يوضح التراتبية في تطبيق العمليات النفسية أو المستويات من حيث التنفيذ، فهي تبدأ من مستويات دنيا و هي الجماهير و منها يمكن التأثير على المستوى الاعلى الذي هو الحكومة أو القيادة الجماعية، ثم يضيف هذا التعريف مفهوم آخر في العمليات النفسية وهو المستويات من حيث شكل العمليات أو نوعها :"هناك أربعه أصناف من العمليات النفسية (عسكريه; استراتيجية وعملياتية وتكتيكيه ومعززه)"[5] . وغير بعيد من هذا التعريف نجد أن الدليل الميداني الخاص بالعمليات النفسية FM 3-05.30، الصادر في أفريل 2005 عن الجيش الأمريكي، والذي جاء ليوضح الآليات وتكتيكات تطبيق العمليات النفسية، قدم تعريفا قريبا منه، حيث يعرف العمليات النفسية بأنها: "تعتبر جزءا حيويا من الأنشطة الدبلوماسية والإعلامية والعسكرية والاقتصادية.

[1] Alfred Paddok Jr. **military psychological operations and us strategy**, (Pennsylvania: US Army war college, 1983)

[2] Ibid.

[3] Frank Goldstein, and Benjamin Findley, **Psychological operations : principles and case studies**. (Maxwell Air Force Base in Alabama: Air University Press, 1996), p. 19.

[4] **Pub 3-53 Doctrine for joint psychological operations**. (Carlifona: Join Pub staff, 1996), p. 07.

[5] Ibid.

وهي توظيف عناصر القوة الوطنية، ولا سيما العنصر العسكري، استخداما نفسيا. إذ تعتبر التصورات الخارجية للقدرات العسكرية الأمريكية أساسيه للردع الاستراتيجي. وتتوقف فعالية الردع على قدره الولايات الأمريكية على التأثير في تصورات الآخرين"[1]. والذي أضافه هذا التعريف انه أوضح الهدف من استخدام العمليات النفسية، خصوصا أنها اعتبرت سلاحا للردع الاستراتيجي، وذلك بالتأثير في تصورات الآخرين عن طريق تعظيم الصور الذهنية للمقدرات الداخلية والقوة العسكرية لترهيب الجمهور المستهدف أو يرمز له بال TA، ويضيف التعريف أن الغرض الأساسي إجمالا هو " تعزيز المواقف والسلوكيات الأجنبية المواتية للأهداف الوطنية زمن السلم أو الحرب"[2]

وحسب التعاريف فان استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية تتمحور حول:

1. الربط بين الأدوات الإعلامية للتأثير والأدوات العسكرية، بحيث لا ينفصل أحدهما عن الآخر طوال استخدام العملية النفسية.
2. مستويات التنفيذ: حيث تنطلق من التأثير على سلوك الجماهير، لإيجاد القاعدة والحشد، ثم التأثير على الحكومات أو جماعات بما يخدم الأهداف.
3. هناك أربع أشكال للحرب النفسية: استراتيجية وعملياتية وتكتيكيه ومعززة.

وفي المدرسة الفرنسية، أورد الكاتب الفرنسي فرانسوا جيري François Géré في كتابه "الحرب النفسية". أن التصور السائد لطبيعة الحرب عموما في أعقاب الحرب العالمية الثانية انها نشاط وطني يتطلب جهدا جماعيا لتحقيق هدف واحد وهو النصر، وهو التصور الذي صاغه كل من الجنرال دي تاسيني Di TASSTE والكولونيل أندري بوفري André BEAUFRE :" إن الحرب الحديثة تذهب الى أبعد من الأطر العسكرية، لتصبح كل التعبيرات الشعبية في حياتهم و أعمالهم و التي يجب تعبئتها في إطار واحد للنضال عسكريا و اقتصاديا و سياسيا، فالكل ينخرط في إطار استراتيجية صياغة و تعبئة الرأس المال الاجتماعي... وتأتي التعبئة من خلال الدعاية والمراوغة السياسية والتهديد التي هي فرع رئيسي في سياق الحرب الشاملة"[3]

والمقصود هنا بكلمة "حرب" ليس الأعمال العدائية العسكرية المباشرة ضد القوات المسلحة للعدو فقط، ولكن القصد بها الأعمال التي تمارس ضد كل كينونات الخصم اجتماعيا و سياسيا أو مؤسساتيا، "لأن نطاق أداء المؤسسات سينخفض، عند انطلاق الدعاية و قد تنتهي بالعمليات بالإرهاب"[4]، فحسب هذا التعريف فقد أباح الأعمال الإرهابية على اعتبارها وسيلة من وسائل الحرب النفسية لذا يمكن استغلالها لغرض الحرب الشاملة، وقد يستغل الإرهاب المادي أو الإرهاب المعنوي لهذا الغرض لأن الحرب النفسية

[1] U.S Department of the Army,. **Field Manual No. 3-05.30: Psychological Operations (FM 3-05.30),** April 2005, p. 09.

[2] Ibid.

[3] François Géré, **La guerre psychologique**. (Paris: Economica, 1997) , p. 54.

[4] Ibid, p. 55.

تستخدم كل من "الاتصال الفكري و الآثار المادية الأكثر عنف... ولا يهم استخدام الفرق المتطرفة" فالغاية تبرر الوسيلة، وقد خلص دي تاسيني و بوفري الى أن هذه الحرب الكلية التي تدخل ضمنها الحرب النفسية يجب أن تستجيب لأهداف الاستراتيجية الشاملة و لا تخرج عنها.

ولعل عدم عثورنا على تعريف للحرب النفسية أو العمليات النفسية صادر عن مؤسسة رسمية أو عسكرية فرنسية، يرجع الى أن عقيدة الحرب النفسية الفرنسية اعتمدت النموذج الأمريكي " ... كجزء من تطوير البنية الدعائية الفرنسية، تم إرسال بعض الضباط الفرنسيين إلى المدرسة الأمريكية في فورت براج. بالإضافة إلى ذلك، وتمت ترجمه الدليل الإرشادي الخاص بالعمليات النفسية FM-33-5، الذي يستخدمه الجيش الأمريكي الثامن في كوريا، وتم توزيعه على الخلايا المسؤولة عن الحرب النفسية في المستعمرات الفرنسية. كما دعم الأميركيون فرنسا لوجستيا، من خلال توفير معدات متخصصة مثل مكبرات الصوت"[1]

وعلى العكس من ذلك فقد كان اهتمام الصينين بالحرب النفسية قديما قدم منظري الاستراتيجية الصينين، كما أشرنا اليه في التطور التاريخي للحرب النفسية (صان تزو في كتابه فن الحرب)، ولكن مع الصعود الصيني بعد حرب الخليج و أزمات التسعينات زاد اهتمامهم بها، لما رأوا أن لها من تأثيرا و مساعدة في الجهود العسكرية والاقتصادية على السواء، بالإضافة للدور المتزايد الذي اضطلعت به وسائط الإعلام الجماهيرية، و لتزايد هذا الاهتمام نشرت المجلة العسكرية للعلوم العسكرية في الصين أكثر من ست مقالات حول الحرب النفسية منذ عام 2000: "الحرب النفسية والتكنولوجيا العالية في الحروب المحلية، عقيده العمليات النفسانية في الصين القديمة، العمليات النفسانية في سياق الاستراتيجية الكبرى، مقارنه بين الحرب النفسانية في الصين وفي الغرب، الدفاع في الحرب النفسانية الحديثة"[2].

حيث يعرفها كل من شانغ كيانشانغ Zhang Qiancheng وو جانغان Wu Juncang بأنها: "استخدام تدابير مختلفة للتأثير على أيديولوجية الخصم القتالية، وموقفه وإرادته و إجراءاته، و الهدف منها هو الفوز بدون قتال أو الفوز بانتصار كبير مع القليل من القتال فقط. ولا يمكن تحقيق أي ميزة إلا عن طريق تأمين مواقف سياسية تخدم طبيعة الحرب"[3] أي بجعل أسباب الحرب تبدو أخلاقية و عادلة، كما يمكن استخدام جميع القوى السياسية والاقتصادية والعلمية والعسكرية والدبلوماسية والأيديولوجية أو الثقافية لتغيير إرادة الخصم الوطنية أو للتأثير وتغيير إيمانه اتجاه موقف أو اتجاه السياسة الوطنية عموما أو المؤسسات السياسية خصوصا، أما الجنرال و ورئيس أكاديمية شيجي ازهوانغ العسكرية شو زتشن Xu Hezhen فهو يشدد على الحاجة لاستخدام القوه والترهيب كأداة رئيسية للحرب النفسية: "أنها نوع من أنواع الدعاية و الإقناع،

[1] Thériault, Maj M.C. **la guerre psychologique en algérie : une fin en soi exercise solo flight JCSP 40**, (Toronto: Canadian Forces College, 2016).

[2] Thomas, Timothy. **Dragon bytes : Chinese information-war theory and practice from 1995-2003**. (Kansas, USA: Foreign Military Studies Office, 2004), p. 95.

[3] Ibid., p. 02.

تستخدم فيها القوة الحقيقية كأساس لتنفيذها"[1]، كما يولي أهمية للحرب النفسية على اعتبارها شيء تدخل ضمن كل الميادين: "قد لا تكون مهتما بالحرب النفسية، ولكن الحرب النفسية مهتمة بك".

أما عند الباحثين الروسيين فالحرب النفسية لديها تقليد طويل. وهي مستمده مباشره من نظرية الدعاية الخاصة (Spetspropaganda)، التي درست لأول مره كموضوع منفصل سنة 1942 بالمعهد العسكري للغات الأجنبية[2]، وقد أزيل منهج الدعاية الخاصة من مناهج التدريس في هذا المعهد في التسعينات ليعاد إدماجها في 2000 بعد إعادة تنظيم المعهد وتغيير اسمه الى "إدارة المعلومات العسكرية واللغات الأجنبية"، ويتدرب به المتخصصين في (تنظيم المعلومات الأجنبية والاتصالات العسكرية، تحليل المعلومات، رصد وتطوير المعلومات العسكرية). ولابد للإشارة الى أن التنظير لمفهوم الحرب النفسية الروسي، مر بمرحلتين (النموذج الاشتراكي ابان الحرب الباردة، والنموذج الاتحادي مع روسيا الاتحادية بعد نهاية الحرب الباردة).

حيث عرفت الحرب النفسية بمفهومها الاشتراكي وفق معنيين، المعنى الواسع بأنها: "هي الاستخدام الهادف والمنهجي للوسائل النفسية وغيرها من الوسائل (الدعاية والدبلوماسية والعسكرية والاقتصادية والسياسية) ضد المعارضين السياسيين، للتأثير بشكل مباشر أو غير مباشر على آرائهم وتوجهاتهم ومشاعرهم، أو للتأثير على سلوك العدو من أجل إجباره على التصرف في الاتجاهات المرجوة"[3]. اما المعنى الضيق او العلمي فقد عرفت بـ: "مجموعه من الأعمال الأيديولوجية للدول الغربية ضد بلدان الاشتراكية، والدعاية التخريبية المناهضة للحزب الشيوعي والسوفياتي، كوسيلة للنضال الأيديولوجي"[4] فاستخدم مفهوم الحرب النفسية كان في إطار الفكر التصادمي بين الشرق والغرب، أي كمجموعة من التقنيات التي تستخدمها "الكتلة الشرقية" لتقويض الوحدة النفسية لأنصار الديمقراطية الغربية داخلها. وهو نفس المنهج الذي نحاه فلاديمير دوبريكوف Владимир Добриков في شرحه لهدف الحرب النفسية بقوله: " اليوم الحرب النفسية موجودة على الساحة الدولية، والهدف الرئيسي منها هو التأثير في الوعي وروح الإنسان. هذا النضال هو من أجل تشكيل نظام من القيم بين الناس، وهو أمر مفيد لمعارضي الدولة".[5]

أما بعد النهاية الحرب الباردة وتفكك الكتلة الشيوعية، وما صاحبها من تغير نظام الحكم والتغيير في العقيدة العسكرية، حدث تغير في مفهوم الحرب النفسية وهو ما يوضحه إيغور بانارين Igor Panarine خبير

[1] Ibid.

[2] Darczewska, Jolanta. **The anatomy of Russian information warfare. The Crimean operation, a case study**. Point of view 42, (Warsaw, poland: Centre for Eastern Studies, , 2014), p. 09.

[3] морозов александр владимирович. "психология информационной провокации" ,**казанский педагогический журнал**, Vol. 125, no. 6 , 2017, pp. 27-35.

[4] дмитрий ольшанский, **психология масс**, (санкт-петербург: питер, 2002), pp. 106-108

[5] александр сковородников и элина александровна королькова. "тактика речи и лингвистические средства политической информационно-психологической войны в россии: этически-прагматичный аспект". **политическая лингвистика** (по материалам "новой газеты"), Vol. 03, 2015, p. 160.

الحرب النفسية السابق في جهاز KGB أنها: "طريقه لتنظيم الفضاء العالمي للمعلومات ومراقبة وتنظيم وتدفق المعلومات عبره، قصد تحقيق مصالح وأغراض خاصة"[1]، فهو يركز على أن الحرب النفسية هي حرب المعلومات ومن يستطيع السيطرة على المعلومات يستطيع السيطرة على التوجهات والأفكار التي تخدم مصالحه. ويوضح بانارين ذلك: " المعلومات والآثار النفسانية هي الإنتاج الهادف ونشر المعلومات الخاصة التي لها تأثير مباشر (إيجابي/سلبي) على أداء وتطوير المعلومات والبيئة النفسية للمجتمع، ونفسيه وسلوك النخبة السياسية والسكان".[2]

إن الحرب النفسية هي حرب متميزة بأدواتها وأسلحتها وأهدافها، ولها تكتيكاتها واستراتيجيتها، فهي جزء أساسي من الصراع بين الدول وهي حملة شاملة تهدف التغلغل الى ثوابت القيم والقناعات الراسخة وإلى الروح المعنوية عند الجيوش والشعوب على السواء بهدف كسرها وتفتيتها والاستيلاء عليها ثم إعادة المواقف والقناعات بما يتلاءم مع أهداف الجهة التي يشن تلك الحرب. ومما سبق من تعاريف يمكن أن نعرف الحرب النفسية بأنها: "الاستخدام المخطط للاتصالات للتأثير على مواقف الإنسان وسلوكه، لخلق سلوكيات وعواطف ومواقف في الجماعات المستهدفة التي تدعم تحقيق الأهداف الوطنية. ويمكن أن يكون شكل الاتصال بسيطا مثل نشر المعلومات سرا عن طريق كلمة الفم أو من خلال أي وسيله من وسائل الوسائط المتعددة.

[1] Ibid., p 162

[2] حصة رحلة في الذاكرة ، خالد الرشد، ايغور بانارين، **حلقة بعنوان: خبير في الحرب النفسية لدى الكي جي بي ومنظر الحرب الهجينية يكشف مفهوم "التاريخ الوهمي"**، قناة روسيا اليوم بالعربية، روسيا، (11 جانفي 2017).

المطلب الثالث: مكانة الحرب النفسية ضمن الاستراتيجيات العسكرية

أثبتت الوقائع والحروب التي أشرنا إليها في سياق الحديث عن تطور مفهوم الحرب النفسية عبر التاريخ، أن هذه الحرب هي سلاح فعال وشديد التأثير في حسم المعركة. حتى أنه يمكننا القول، إنها باتت تشكل جزءا من النشاطات السياسية والعسكرية، والاقتصادية، والاجتماعية. وأصبحت في الجيوش الحديثة سلاحا مكمل للحرب العسكرية والسياسية، حتى أن بعض الجيوش الحديثة تهتم بتطوير هذه الحرب جنبا إلى جنب مع القوة العسكرية التقليدية. وفي هذا المجال نوه الجنرال ديغول إلى أهمية الحرب النفسية بقوله " لكي تنتصر دولة ما في حربها، عليها أن تتحرك قواتها على شن الحرب النفسية قبل أن تتحرك قواتها إلى ميادين القتال، وتظل هذه الحرب تساند هذه القوات حتى تنتهي من مهمتها.

الفرع الأول: أهمية الحرب النفسية ضمن التكتيكات العسكرية

إن أهمية الحرب النفسية لا تقتصر على زمن دون آخر، فقد تجدها في زمن الحرب والقتال وفي زمن التوتر والمنافسة، وحتى في أوقات السلم قد تتجلى أهميتها، وابسط الأمثلة على ذلك فترة الحرب الباردة وزمن التوتر بين المعسكرين الشرقي الشيوعي الاشتراكي والغرب الليبرالي الرأسمالي. فقد سادة الدعاية والدعاية المضادة بين المعسكرين، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى قد تكون أهميتها الكبرى تتعلق بالمستوى الداخلي، وتقوية الجبهة الداخلية وتحصينها من أي دعاية خارجية تستهدف استقرار الرأي العام، أو قد تتعدى ذلك الى كسب تأييد الرأي العام الداخلي أو الرأي العام الخارجي إقليميا أو عالميا، لمختلف القضايا أو لتحقيق الأهداف المرجوة منها،

وقد تعتبر الحرب النفسية من أهم أسباب النصر أو تحقيق الأهداف المرجوة، فهذه الحرب قد تحولت من وسيلة هامشية عرضية مساعدة في الحرب إلى وسيلة وأداة عسكرية وركيزة أساسية لقوة الشاملة الدولة عموما، لأن تحصين الجبهات الداخلية والرأي العام وكسب تأييده ومن وراء ذلك رفع "الروح المعنوية" ن أغلب الدول تعتبر القوة المعنوية هي نصف مجمع قوة الدولة، وذهب نابليون الى اعتبار أنها تساوي ثلاثة أرباع مجمع القوة عامة المستخدمة في الجهود الحربية،[1] أما المارشال فاسيلي سوكولوفسكي فقد عرفها بأنها: "مجموع العناصر المعنوية التي تعكس قدرة الشعب والقوات المسلحة على تحمل محن الحرب وأهوالها والصمود أمامها، ولو أدى الأمر الى بذل أقصى الجهود الجسمية والمعنوية، وقدرة الدولة على تنظيم التأمين المادي والسياسي للمحافظة على الروح المعنوية العالية لدى الجيش و الشعب"[2]، أما راي كلاين RAY. S. CLINE ففي

[1] مصطفى الدباغ، مرجع سابق، ص. 47.

[2] رشيد حمليل، **الحرب و الرأي العام و الدعاية**، (الجزائر: وزارة الثقافة: منشورات الجزائر عاصمة الثقافة العربية، 2007)، ص. 247.

صياغته لمعادلة القوة الشاملة للدولة**، فقد اعتبر أن الروح المعنوية أو ما سماه بالإرادة الوطنية هي أساس قوة الدولة، فاذا ألغيت الروح المعنوية فإن نتيجة المعادلة سيكون صفرا.

الفرع الثاني: الأهداف العسكرية للحرب النفسية

حدث اختلاف كبير في تحديد وتوضيح أهداف الحرب النفسية، كما حدث الاختلاف في تعريفها، ويرجع ذلك الى سببين رئيسيين:

- الاختلاف في المنظورات وتوجهات وعقيدة الباحثين
- أو لأن الحرب النفسية ليست بالضرورة أن تكون معلنة وظاهرة، ففي كثير من الأحيان يتم نفي وجودها.

ومن أبرز الأهداف التي ذكرها الباحثين نجد:

يحددها نزار عمار في: "تستهدف الحرب النفسية التي تتوجه الى عقل الإنسان ونفسيته، تحقيق السيطرة على الإرادة ولتدعم الصديق وتحطم الخصم، والتأثير على الآراء والمواقف في الاتجاه الذي يخدم الدولة وأهدافها، وذلك بشن هجوم عنيف على القوى الروحية والنفسية والمعتقدات الثابتة لدى الخصم لزعزعتها وفي الوقت ذاته تقوية موقف الصديق وتعزيز الاعتقاد بقدرته"[1].

أما رفيق السكري في كتابه دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية فهو يحدد أهدافها في:

- تتوجه الى تقوية مراكز قوتها عند أنصارها العسكريين والمدنيين، في سعيها للتجذر والانتشار
- تتجه للتخريب خلف خطوط العدو، وعلى مختلف مستويات الصراع والجبهات
- خلق التقارب مع العناصر المحايدة أو الإبقاء على حيادها.
- خلق التشتت في نفسية القوى العسكرية المعادية.[2]

ثم يحدد الهدف العام لها بقوله: "الهدف النهائي للحرب النفسية هو تحطيم النواحي المعنوية في الخصم بجميع الوسائل المتاحة للقضاء على كل شكل من أشكال الثقة في النفس لدفع الخصم للاستسلام"[3]

أما فخري الدباغ فيحدد أهدافها: "تستهدف الحرب النفسية أحداث الثغرات والضعف في الجبهة الشعبية عن طريق إحداث التغييرات والمطاوعة في الإنسان ومبادئه واتجاهاته"[4]

---

*راي شتاينر كلاين (1918 – 1996) كان مسؤولا في وكاله الاستخبارات المركزية الأمريكية، وبعد ترك الخدمة الحكومية في 1973، وأصبح مديرا تنفيذيا لمركز الدراسات الاستراتيجية والدولية في جامعه جورج تاون، وهو صاحب معادلة القوة الشاملة للدولة:

القوة الشاملة = (الكتلة الحرجة + القدرة الاقتصادية + القدرة العسكرية) × (الهدف الاستراتيجي + الإرادة الوطنية)

[1]

[2] رفيق السكري، مرجع سابق، ص . 149-150.

[3] المرجع نفسه، ص. 148.

[4] فخري الدباغ، المرجع نفسه، ص. 03.

اما الموسوعة العسكرية فتحدد أهدافها في: "خلق تصورات معينة لدى العدو أو نفي بعض تصورات معينة، بالإضافة الى عمليات غسل الدماغ، وهي عمل منظم يخضع له عادة أسرى الحرب أو متابعو برامج إذاعة العدو وإرساله التلفزيوني"[1]

اما أهم أهداف الحرب النفسية التي استشفافها مما سبق فيمكن اختصارها فيما يلي:

-بث اليأس في نفسيات العدو، وخفض روحه المعنوية القتالية، عن طريق التشكيك في قدراته وإمكاناته، أو بتعظيم قوة الطرف الممارس للحرب النفسية سواءً إعلاميا أو بحشدها في الاستعراضات العسكرية والمناورات.

-التشكيك في الاتجاهات الفكرية والعقدية ومبادئ وأهداف الخصم أو حتى رأيه العام الداخلي، والطعن فيها بما يناسب غايات الحرب وأهدافها.

-استغلال الأدوات الإعلامية والجماهيرية لمحاولة دفع أفراد قوات الخصم للاستسلام، ثم استغلال استسلامهم لدفع باقي القوات لحذو حذوهم.

وتقع تلك الأهداف في ثلاث اتجاهات رئيسية هي:

1. **الأعداء:** بغض عن النظر عن شكله أو كينونته، لأن العدة قد يؤخذ عدة أشكال على اعتباره فاعلا هدفا قد يكون (دولة، أو حلفا، أو اتجاها فكريا، أو تنظيما إجراميا كالتنظيمات الإرهابية..)، فالحرب النفسية تستهدف تحطيمه معنويا أو حتى فكريا بالسعي لتشويه دعاويه أو تفنيد دعواه.
2. **الأصدقاء:** وذلك تأكيد دعمهم والإبقاء على التحالفات، سواءً فيما يتعلق بإبراز أوجه التوافق أو تأكيد أطروحاتهم وآرائهم والدفاع عنها.
3. **الأطراف الحيادية:** لمحاولة كسب تأييدهم وضمهم للأصدقاء، أو بإبقاء حيادهم ومنعهم من الانحياز للطرف المعادي.

اما من حيث مستوياتها فان لها مستويين رئيسيين هما:

أهداف ذات طبيعة استراتيجية: وهي الأهداف البعيدة المدى، التي يراد من خلالها تحقيق تلك الأهداف المرسومة في فترات زمنية تمتد لسنوات، مثلما كانت الدعاية إبان الحرب الباردة بين المعسكرين، ويمكن تلخيصها في:

- تثبيت وترسيخ خطط والاستراتيجيات خاصة العسكرية منها
- خفض الروح المعنوية للعدو على مراحل، خصوصا إن كان متمسكا بمبادئه وأهدافه وتحظى بالتأييد المجتمعي.
- خلق التفرقة والنزاع الداخلي، خصوصا إن كان بناؤه المجتمعي أو السياسي وفق تعدديات مختلفة.

[1]

لكن ما يمكن إيراده على هذه الأهداف ذات البعد الاستراتيجي، أن طول مدة تطبيقها يصعب الحكم على كفاءتها ومردوديته أو بالأحرى تحقيقها للنتائج المرجوة. خصوصا أن طول مدة تطبيقها قد يمكن العدو من بناء منظومات للرد عليها وخلق حرب نفسية مضادة قد توازيها أو تتجاوزها.

أهداف التكتيكية: وهي الأهداف التي تفرضها اللحظة، أو طبيعة سير العمليات، حيث أنها تنسجم مع الهداف والخطط المرحلية، وهذا ما يجعلها ذات تأثير آني وملاحظ للمطبق، كالإشاعات التي تبث أثناء الحروب، أو المناشير التي تلقى لجيش العدو، أو الحملات الإعلامية التي تظهر ضعف بنية العدو الاقتصادية والسياسية وإبراز عيوبه كما حدث في حروب الخليج.

المبحث الثاني: الإطار النظري للحرب النفسية

يمكن اعتبار الحرب النفسية سلاح استراتيجي وقد يكون سلاحا بقوة مضاعفة. فهو يعظم أهداف الحرب من جهة ويقلص التكاليف بدرجة كبيرة، كما أن السعي لتطبيقها في الصراعات يعتبر نوعا من الطرق الأخلاقية للحرب لتجنب الخسائر البشرية والدمار. ببساطة، "الحرب النفسية تنقذ الأرواح والموارد". ولكنها في نفس الوقت تتطلب تطبيقا مستمرا من الخبراء. فهي في أساسها تستهدف السلوك عامة، والسلوك الإنساني هو حركة أو عمل يتكون في البيئة الاجتماعية، وفي هذه البيئة مؤثرات كثيرة تؤثر فيه. وتدفعه الى تحقيق هدفه، وقد يستجيب الفرد لهذه المؤثرات أو لا يستجيب، تبعا لقوة المؤثر وكذلك تبعا لوعي الفرد ونضجه.

ومن هذه العوامل المؤثرة في سلوك الفرد، على سبيل المثال لا الحصر، التربية التي ينشأ عليها الفرد، ثم العقيدة ثم الرأي العام وأخيرا الإعلام بمختلف أشكاله وأوعيته من المكتوب الى المسموع الى المرئي. كل هذه العوامل مجتمعة تستعمل في الحرب النفسية الحديثة لتحقيق المآرب منها في تغيير سلوك المستهدفين بها.

المطلب الأول: : استخدامات نظريات الإعلام الجماهيري في الحرب النفسية

هناك فرق بين الإعلام والحرب النفسية، إذ يهدف الإعلام الى تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات السليمة الواضحة، ببنما تحاول الحرب النفسية ومن ورائها الدعاية بكافة الوسائل أن تثير ميول الجماهير وعواطفهم بدل إيقاظ تفكيرهم وانتباههم. فالمقصود بالإعلام تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات، ومحاولة مخاطبة عقول الجماهير، والارتقاء، بمستوى الرأي. أما الدعاية فهي محاولة التأثير في نفسيات الجماهير والسيطرة على سلوكياتهم ورغباتهم.

فالأداة الأساسية لاستخدام الحرب النفسية هو الإعلام، خصوصا ما يسمى بالإعلام الجماهيري، على اعتباره هو الرافد الذي من خلاله تبث رسائل الحروب النفسية، فالإعلام الجماهيري هو الوسيلة التي من خلالها يمكن دراسة الأثر Effects، والفاعلية effectiveness للمعلومة أو الرسالة، فالأولى ترجع الى النتائج التي تنجم عن عمل وسائل الإعلام الجماهيري، أما الثانية فهي تشير الى القدرة على تحقيق أهداف معينة (جذب الجماهير، التأثير على الآراء و السلوك) من خلال تمرير هذه الرسالة[1]، هذه التأثيرات والفاعلية المذكورة ليست متعلقة بالآراء السياسية للأفراد فقط كما يذهب البعض، بل الى الأسلوب الذي تنتظم بواسطته الأنشطة والأدوار الرئيسية بل حتى بعض القيم الحياتية السائدة في المجتمع المستهدف.

[1] سامية محمد جابر، **الاتصال الجماهيرى و المجتمع الحديث النظرية و التطبيق**. (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1998)، ص. 152.

الفرع الأول: النموذج الخطي للعمليات الاجتماعية الاتصالية

ظهرت عدة نظريات لتفسير تأثيرات العملية الاتصالية ضمن الاتصال الجماهيري، وقد لخصها أحد مؤسسي نظرية الاتصال الجماهيري الأمريكي هارولد لازويل Harold Lasswell، الى ثلاث وظائف رئيسيه للعمليات الاجتماعية-الاتصالية (المراقبة البيئية، والارتباط بين جميع مكونات المجتمع للمحافظة عليه وتنميته، ونقل التراث الاجتماعي إلى الأجيال الأخرى). وحسبه دائما ان المجتمعات الديمقراطية تعتمد الخيارات العقلانية للقيم على التنوير، الذي يعتمد بدوره على الاتصال، ولكن بشكل خاص على الاهتمام المتساوي بين القادة والخبراء والناس العاديين، وقد استخدم أساليب علم النفس الاجتماعي والتحليل السيكولوجي والطب النفساني في دراسة السلوك السياسي عموما والدعاية بشكل خاص؛ قصد الكشف عن دور الاتصالات الجماهيرية في تصميم رموز السلطة السياسية وتوزيعها واستنساخها. وكان لازويل واحدا من أوائل من حاول التحقيق في مسألة تحليل المحتوي الكمي للتواصل السياسي.

وقد وضع نموذج سمي من بعد "بالنموذج الخطي"، أو ما يسميه علماء السلوك بالنموذج "أحادي الاتجاه", ويقوم على أساس أن "الاتصال يفهم بأنه تأثير مباشر على المتلقي، الذي يعمل فقط ككائن مستجيب للمعلومات المتصورة وفقا للمبدأ: التحفيز-الاستجابة، وتقوم العملية الاتصالية عنده على مبدأ: من الذي يرسل الرسالة؟ ماذا يقول فيها؟ ما هي القناة المستخدمة؟ وما مدى فعاليتها وتأثيرها؟[1]، وهذه الصياغة اعتبرت ولازالت من اهم مرتكزات بناء وتحليل حملات الحرب النفسية.

هذا النموذج لم يرتبط بلازويل فقط بل قد تبنتها نظريات واطروحات أخرى سعت لإبراز دور الالية الاتصالية والسيطرة الجماهيرية، وقد أبرزتها سامية محمد جابر في كتابها "الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث: النظرية والتطبيق"، وسنحاول تلخيصها في:

1. **القابلية للاقتناع**: وهي إحدى دراسات وفحوصات علم النفس الاجتماعي المبكر، وذهبت الى أن الآثار المتمثلة في الاقتناع يمكن أن تعتمد على عدة عوامل من بينها: هيبة المصدر الذي يبث الرسائل، وأهمية الرسالة بالنسبة للشخص المستقبل، وكذا اتجاهات هذا الشخص نحو مصدر المعلومات والرسائل.
2. **عملية التأثير الاجتماعي**: ضمن تحليل كيلمان حيث اقترح وجود ثلاث عمليات رئيسية يمكن أن تكون متضمنة فيما يسمى بتغيير الرأي العام هي:

- **الإذعان** وهو الموافقة على هذا التأثير نتيجة توقع المكافأة أو تحاشي العقاب.
- **التوحد** ويحدث في حالة أن يكون المتلقي يريد أن يتشبه بالمصدر، فيقوم بتقليد سلوكياته أو تبنيها بشكل مطلق.

[1] Lasswell, Harold D. «**The Structure and Function of Communication in Society**.» In the Communication of Ideas, de Lyman Bryson, (New york: Institute for Religious and Social Studies, 1948), p. 216.

- **الاستيعاب** أي تبني المتلقي لما يتفق مع حاجياته، خصوصا إن كانت الرسالة تتوافق بالفعل مع ذلك

الفرع الثاني: أسس القوة الاجتماعية

وهي الدراسة التي تحاول دراسة التأثير الاجتماعي والقوة الاجتماعية، وذلك عن طريق تصنيف احتمالات التأثير والفاعلية للعلاقة الاتصالية التي تدخل ضمنها القوة الاجتماعية كمدخل لتحقيق التأثير المرغوب. على أساس العلاقة بين المؤثر/المتأثر هي مصدر القوة وعلى ان يكون للسلطة مصدر واحد وان المتغيرات التي تميز العلاقة هي ما يمكن تسميته "مصادر القوة"[1]، ورغم ان هناك العديد من المصادر الممكنة لهذه القوة، الا انها لا تخرج بأي حال من الأحوال -حسب المنظرين- على خمسة (05) قواعد أساسية[2] هي:

1. **قوة المكافأة:** حيث ان قوة العلاقة بين المؤثر/والمتأثر وقوة ومن ورائها قوة التأثير ترتبط ارتباطا وثيقا بقوة المكافأة، وهنا يحددان الباحثان شكلين للمكافأة مكافئات إيجابية وسلبية، ولا يقصد بالإيجابية والسلبية انهما محفزة او مثبطة، بل بالقيمة النفسية لها والتي تتعلق بالاحتمالات الذاتية للمكافأة التي تنتاب المتأثر، والتي تؤدي الى مراقبته لسلوكه او تغييره بما يتلاءم بمقاييس الحصول على المكافئات، كما ان استخدام المكافئات الفعلية (بدل الوعود) هو ما يزيد جاذبية المؤثر وحجم تأثيره.
2. **قوة القهر (السلطة القسرية):** وهي الشكل السلبي لنظام قوة المكافأة حيث انها تنطوي على قدر من التكافؤ لتحقيق قوة المكافأة، أو التهديد بالعقاب او الخوف من العقاب فقط، لذلك فان المتأثر يخضع للمؤثر ولسلطته القهرية تجنبا للعقاب وبحثا عن المكافأة، ففي العموم السلطة القهرية تختلف باختلاف مستوى قبولها وعدم قابلية تطبيقها في الكثير من الأحيان نتيجة لطبيعة البيئة او طبيعة الجمهور المستهدف، لذلك فان المؤثر قد يمارس سياسة "كبش الفداء" من أجل وضع نموذج عيني يمكن الرجوع اليه من قبل المستهدفين (المتأثرين) في حالات محاولات التمرد على هذه السلطة.
3. **السلطة الشرعية:** هي على الأرجح العنصر الأكثر تعقيدا، فهي تجسد مفاهيم الهيكل الاجتماعي عموما، خصوصا فيما تعلق المعايير التي تربط الافراد بهذه السلطة والتي هي: توفر البدائل او الخيارات، التخصصات التي يمكن شغلها، المعايير الداخلية والصفات والتوقعات والتي كلها تحدد مكانة الاقراد ضمن الهيكلية الاجتماعية التي تنبع منها هذه السلطة[3]، والتي هي في الأخير تحدد كثيرا من السلوكيات والمواقف والمعتقدات او القيم بصفة عامة وتفرضها على مكونات هذا الهيكل الاجتماعي ونظامه الأخلاقي،
4. **قوة مرجعية:** وترتبط هذه القاعدة بقاعدة السلطة الشرعية، والتي تعني تحديد الهوية والحفاظ عليها، اي مستوى العلاقة التي تربط بين الافراد والسلطة، ومدى الشعور بالعضوية والرغبة بالانضمام

[1] Raven, Bertram H. "Political Applications of the Psychology of Interpersonal Influence and Social Power." **Political Psychology**, Vol. 11, no. 3, 1990, pp. 493-520.

[2] Pierro, Antonio, Lavinia Cicero, Bertram H. Raven. "Motivated compliance with bases of social power." **Journal of applied social psychology**, Vol 38, no. 7, 2008, pp. 1921-1944

[3] Raven, Bertram H, op.cit.

والفخر بالهيكل الاجتماعي الذي يكفل ذاك، كما ما يحدد هوية القوة المرجعية هو مدى التأثير الذي يفرضه ومدى اتباع تقاليده وسلوكياته.

5. **قوة تقوم على الخبرة:** تختلف القوة التي تقوم على الخبرة باختلاف مدى المعرفة والادراك ومدى التأثير الاجتماعي على البنية المعرفية، وبطبيعة الحال فان التغير الذي تشكله هذه القوة على البنية المعرفية هو ما يمكن من الحصول على أكبر قدر من التغيير والحركية على الهيكل الاجتماعي ككل، هذا التغيير لا يتعلق فقط بتأثير محتوى الخطاب بل بما ينتجه من تأثير (قبول المعلومة)، لذا هناك من يذهب الى تسمية هذه القوة بالقوة الإعلامية، حيث يمكن ان يكون العنصر صاحب المعرفة ليس عضوا في الهيكل الاجتماعي لذا يمكن التأثير على هذا البناء من الخارج، وهو ما يعود على مدى القدرة الاقناعية لصاحب الخبرة،

وعلى أساس هذه الأطر التصورية للقوة الاجتماعية ونظريات الاتصال الجماهيري ولمحاولة مواءمة قدرتها التفسيرية، لتحليل التفكير الاجتماعي، بنيت عديد النماذج التي حاولت فهم وقياس سوسيولوجيا الجماهير، بهدف دراسة علاقات التأثير، واستغلالها، فهذا النموذج ينظر للاتصال على انه عملية اجتماعية نفسية معقدة، يمكن شرحها فقط من خلال عناصر متعدد ونماذج متعددة، وهذه النماذج تتطلب طرقا مختلفة حتى تتكيف مع فئات الجمهور المستهدف، لان لكل نموذج او رسالة حدود تأثير وحدود محتوى، ومن أبرز النماذج[1]:

1. **نموذج الاستجابة الشرطية البسيطة Simple Conditional Response Model:** وهو النموذج الذي ظهر مع بدايات تطور وسائل الاتصال، بصفتها تمارس تأثيرا مباشرا يعتمد في تفسيرها على المصدر، أكثر من فهم كينونة المستقبل. وبعيد التطور الحاصل على هذه الوسائل تطور هذا النموذج، ليوجه اهتمامه نحو الاختلافات الموجودة داخل الجماهير المستهدفة، ودراسة التفاعل بين الرسالة وشخصيات هذا الجمهور. وسمي فيما بعد نظرية الفروق الفردية the individual difference theory.

2. **نظرية الفئات الاجتماعية The Social Categories Theory:** وهي تركز على الطبقية داخل المجتمع، خصوصا الطبقية المرتبطة بالمهنة والانتماء والعرق، فهي تحاول تقسيم الجمهور الى فئات مبنية على هذه الطبقية، وأن تأثيرات الرسالة ومدى قبولها تختلف من فئة الى أخرى،

3. **نظرية العلاقات الاجتماعية The Social Relationships Theory:** وتقوم على أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تلعب دورا أساسيا في تحديد وتشكيل الطريقة التي يستجاب بها للرسالة.

[1] Fischer, Ronald & Vauclair, Melanie, **Social influence and power**. In: Psicologia Social: Principais temas e vertentes, Ed: C. V. Torres, E. R. Neiva, (Brazile: Artmed, 2011), pp.153-170,

4. **نظرية المعايير الثقافية Cultural norm theory:** وهي تشير الى أن وسائل الاتصال تخلق من خلال رسائلها، انطباعات معينة، تعتمد في شدة تأثيراتها بالمعايير الثقافية سواءً الفردية للجمهور، أو الموجودة بموضوعات الرسالة.[1]

فالضامن الأساسي للتأثير المطلوب هو العلاقة بين الرسالة/الوسيلة، فرغم أهمية وشكل الرسالة، الا ان طبيعة الوسيلة وعلاقتها بالمستهدف من المهم تحديده عند وضع النموذج، ولذلك فان ماكلوهان يضيف عنصرين أساسيين لنظرية فرينش يتعلقان بطبيعة العلاقة بين الوسيلة والمستهدف (المتلقي)، وهما القيود والضوابط أي حدود إمكانيات الوسيلة والتي يمكن ان تشكل ضغطا على المستهدف (الاختيار ودرجة التعرض)، والعنصر الثاني هو صورة الوسيلة لدى المستهدف.[2] وترجع أهمية الوسيلة لتأثيرها على توقعات المستهدف ومن ثم التأثير على اختياره وارادته، لذلك يجب ان يراعى في الوسيلة توافقه مع قيمه وعاداته حتى لا تتعرض للرفض والقطيعة.

الفرع الثالث: نظرية التضليل

أما هربرت شيللر Herbert Schiller فهو يطرح في كتابه المتلاعبون بالعقول، فكرة التضليل التي يمكن اعتبارها أداة من أدوات التي تخدم الحرب النفسية، ذلك إن تضليل عقول البشر يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة فباستخدام الأساطير التي تفسر وتبرر الشروط السائدة للوجود بل وتضفي عليها أحيانا طابعا خلابا يضمن المضللون من خلاله التأييد الشعبي لنظام اجتماعي لا يخدم في المدى البعيد المصالح الحقيقية للأغلبية. وعندما يؤدي التضليل الإعلامي للجماهير دوره بنجاح تنتفي الحاجة إلى اتخاذ تدابير بديلة وبلخص شيللر هذه الأساطير في خمس أساطير هي:

1. **أسطورة الفردية والاختيار الشخصي:** ويقصد بها الاستفادة من الظروف التاريخية الخاصة للتطور خصوصا الغربي منه من أجل تكريس تعريف محدد للحرية يتم صياغته في عبارات تتسم بالنزعة الفردية، سواءً فردية الشخص أو حتى فردية النظام واعتباره نموذجا للتطبيق والاتباع، على اعتباره نظام سياسيا وشكلا اجتماعيا متفردا.
2. **أسطورة الحياد:** كي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفعالية أكبر لابد من إخفاء شواهد وجوده. أي أن التضليل يكون ناجحا عندما يشعر المضللون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية. بإيجاز شديد نقول: إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعا زائفا هو الإنكار المستمر لوجوده أصلا. أي يجب على أن تكون الفئة المستهدفة تؤمن بحياد المخاطبين لها، خصوصا المنابر الإعلامية
3. **أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة:** إن التمنيات الإنسانية تسهم بشكل ملموس في شحذ التغيير الاجتماعي. وعندما تكون تلك التمنيات متواضعة فإن السلبية تسود. ومن الممكن بطبيعة الحال أن

[1] سامية محمد جابر، مرجع سابق، ص 161-190

[2] محمد عبد الحميد، **نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير**، (القاهرة: عالم الكتاب، ط3، 2004)، ص. 85.

توجد ألوان مختلفة من التصورات في ذهن أي فرد حول الحقائق السياسية والاجتماعية والاقتصادية والشخصية. على أن القاسم المشترك في كل تلك التصورات هو النظرة التي يتبناها الناس للطبيعة الإنسانية، فالتضليل يكون بمحاولة تكريس فكرة أن الطبيعة البشرية متشابهة، لكن في نفس الوقت يتم بناء الآراء والتوجهات بالاعتماد على تلك الاختلافات المبنية على التمنيات والتصورات.

4. **أسطورة غياب الصراع الاجتماعي:** وفي مجال بناء نماذج للتضليل، يتم إنكار وجود أي صراع أو تفرقة اجتماعية، داخليا أو خارجيا، وأن السعي لبناء نظام مواطنة عالمي يقوم على الحرية وحقوق الإنسان وترسيخ مبادئ الديمقراطية.

5. **أسطورة التعددية الإعلامية:** وتقوم هذه الأسطورة على أن حريتي الاختيار والتنوع تمثلان مفهومين مستقلين فإنهما لا ينفصلان في الواقع. فحرية الاختيار لا تتوافر بأي حالة إلا من خلال توفر التنوع. فإذا لم توجد خيارات واقعية فإن عملية الاختيار إما أن تصبح بلا معنى وإما أن تصبح منطوية على التضليل ويصبح احتمال انطوائها على التضليل واقعا فعليا عندما يصاحبها الوهم بان الاختيار ذو معنى. فعلى الرغم من وفرة الكم الإعلامي وتنوع مضمونه، فالتضليل المقصود يؤدي بك الى أنه سينتج لا محالة تشكيلة جد متنوعة تتيح لك الاختيار فيما بينها، لكن حقيقة الأمر أن ذلك غير موجود لتطابق المصالح وتداخلها بين أصحاب الملكية – سواءً ملكية هيئات الإعلام أو ملكية القرار السياسي والذين يستطيعون توجيه الإعلام بما يخدم مصالحهم-.[1]

هذه الأساطير تشكل مضمون هذا النظام المبني على التضليل، أم شكل هذا النظام يبنى وفق اطر أخرى يقول فيها شيللر أنه شكلين رئيسين هما:

1. **التجزيئية بوصفها شكلا للاتصال**: حيث انه تستخدم الأساطير السابق ذكرها من أجل هدف واحد وهو السيطرة على الفئة المستهدفة، وعند إدخال هذه الأساطير الى الوعي الشعبي أو داخل منظومة الوعي الجمعي، من خلا أجهزة الإعلام والثقافة أو مختلف الوسائل المستخدمة، فقوة تأثيرها تتضاعف ذلك أن الفئة المستهدفة تظل متمسكة بأنه لا يجري تضليلها، كما فاعلية هذه العملية تتضاعف باختلاف قوة الشكل الخاص الذي تنقل من خلاله الأسطورة، أي أن هذه التجزيئية هي محاولة حصر المعلومات التي يتلقاها الفئات المستهدفة في بؤر يتم تركيز ذهن المتلقي نحوها، بعيدا عن الشكل العام الواقعي و الذي يجب التركيز عليه. بل إن التجزيئية في صفتها المؤثرة حقا هو تقسيم الموضوع الهدف على مجموعة من العناوين الإعلامية والإخبارية أو الحوادث التي تظهر أنها عرضية أو بدون أي علاقة فيما بينها، ولكن تراكماتها توجه الوعي العام أو الرأي العام نحو الهدف المنشود لصانع القرار.[2]

[1] شيللر هربت. **المتلاعبون بالعقول**. تر: عبد السالم رضوان، ، (الكويت المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، سلسلة عالم المعرفة، مج 243، مارس 1999)، ص . 13-30.

[2] المرجع نفسه، ص . 31-34.

2. **تابعة الإعلامية الفورية:** ترتبط الفورية ارتباطا وثيقا بعملية التجزيئية بل وتشكل في الواقع عنصرا ضروريا من عناصر وجودها. ويساعد هذا الطابع الآني اللحظي على تزايد القوة التضليلية لأجهزة الإعلام. ذلك أن المادة الإعلامية سريعة الزوال لا تخلف وراءها أي بنية باقية أو ثابتة لذا فهي تعوض أيضا عملية الفهم. ورغم ذلك تظل اللحظية أو الفورية-أي تسجيل الأحداث والتعليق عليها فور وقوعها-من أهم مبادئ الإعلام وأكثرها تبجيلا. وينظر إلى تلك الأنظمة الاجتماعية التي لا تقدم الإعلام الفوري على أنها متخلفة بصورة ميؤوس منها ومفتقرة إلى الكفاءة أو على أنها-وتلك تهمة أكثر خطورة-فاشلة اجتماعي، حيث يمكن استغلال مبدأ الفورية هذا في توجيه الرأي العام، كنشر أخبار مغلوطة على أساس أنها سبق صحفي بدون أي تحقق أو تأكيدات، لكن حقيقة الأمر أن نشر هذه الأخبار المكذوبة هو أساس هذا الجزء من العملية الإعلامية، قصد قياس رد الفعل أو توجيه الرأي العام نحو مواضيع فرعية تخدم صانعي القرار.[1]

الفرع الرابع: النموذج الوظيفي لوسائل الإعلام

النموذج الوظيفي يذهب الى ما ذهب اليه أنصار النظرية النقدية، الذين يرون أن السلطة السياسية تؤكد سلطتها من خلال هيمنتها على الفعل والممارسة التقنية لأجهزتها، ليس فقط من جهازها البيروقراطي ولكنها يمكن أن تتجسد أيضا في تأثيراتها على تفاصيل الحياة اليومية. خصوصا عبر الماكنة الدعائية للنظام الإعلامي، لتحقيق الغاية بدون نظر للوسائل والآليات، هذه الغاية التي هي ترويض المتلقي وكبت معارضته لقبول السياسيات في الشق الداخلي، أما خارجيا ففي اغلب الأحيان تهدف الى صناعة العدو، وتهيئة المتلقي وتلقينهم ثقافة الخوف لإيجاد الاتفاق فيما بعد على أي سياسة تتخذها ضد هذا العدو المفترض[2].

ففي كتب نعوم تشومسكي Noam Chomsky "صناعة الموافقة: الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام"[3] وكتابه "السيطرة على الإعلام: الإنجازات الهائلة للبروباغندا"[4]، فهو يتحدث على أن الدعاية تعتبر نموذجا وظيفيا لوسائل الإعلام في علاقتها مع النظام السياسي والسلطوي. ويقوم نموذج الدعاية هذا على ثلاثة عناصر أساسية هي:

1. **شروط المستوى الأول:** تمس الوظائف وسائل الاتصال
2. **شروط المستوى الثاني:** تمس المناقشات والتقييمات حول علاقات وسائل الاتصال
3. **شروط المستوى الثالث:** تمس ردود الأفعال على البحوث حول سلوك وسائل الإعلام

النتيجة العامة لكل مستوى من هذه المستويات تؤكد بأن المعلومات (الرسائل)، تخدم حاجيات السلطة، ولتجسيد رؤيته فانه يرى خمسة مداخل تقود وسائل الإعلام:

---

[1] المرجع نفسه، ص. 35 – 37.

[2] عطا الله الرمحين، محمد نور صالح العدوان، **الاعلام والنظريات الاجتماعية**، (عمان: الحامد للنشر والتوزيع، 2014)، ص. 246.

[3] Naom CHOMSKY, and Edward HERMAN. **Manufacturing Consent The Political Economy of the Mass Media**. (New York: Pantheon Books, N.P)

[4] نعوم تشومسكي. **السيطرة على الاعلام: الانجازات الهائلة للبروباغندا**. تر: أميمة عبد اللطيف.(القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2003).

1. **هيمنة قلة قليلة من القوى المالية على أكبر المؤسسات**: حيث يقول بأن هناك 24 مؤسسة إعلامية تسيطر على المشهد الإعلامي العالمي.
2. **المعلنون**: فالمنتفع الأول من الوسيلة الإعلامية هم المعلنون، لأن أموال الإعلانات هي السبب في بقاء الوسيلة الإعلامية أو زوالها.
3. **مصدر الأخبار القيمة والجادة**: فلأجل إشباع رغبات وحاجيات الجمهور، يستوجب على الوسيلة الإعلامية إيجاد تيار غير منقطع من الأخبار، خصوصا تلك الأخبار المتعلقة بالسلطة والنخب السياسية،
4. **التنظيم الاستراتيجي**: وهي حالة خاصة جدا، تصل اليه الوسيلة الإعلامية في حالات الضائقة المالية، ففي سعيها لإيجاد التمويل الذي يكفل بقاءها، ينعكس ذلك على سياستها الإعلامية وتوجهها وحتى أدائها المهني.
5. **العداء للشيوعية والإرهاب**: ففي فترة الحرب الباردة أصبح العداء للشيوعية الى أيديولوجية أو عقيدة، بما أنها كان يعتبر دين للدول الغربية (حسب رأي تشومسكي)، وأي خروج عن ذلك يعتبر عداءً للدولة وتهديدا لها يستوجب الرد، ومنذ أحداث 09/11 أصبح العداء للإرهاب هو الدين العالمي للنظم السياسية، ويستوجب على وسائل الإعلام أن تتبعه، كل حسب تعريفه للإرهاب.

المطلب الثاني: مدارس علم النفس كرو افد للحرب النفسية

يندرج علم النفس ضمن العلوم الإنسانية ويدرس الحالات الشعورية واللاشعورية، كما يهتم بسلوك الفرد وتصرفاته ويهتم بمعالجتها. هذه التصرفات هي جوهر الحرب النفسية والتي تبنى على أساسها تكتيكاتها، لأنها تعتمد في تطبيقها على مبادئ علم النفس سواء ما تعلق بعلم نفس التعلم، وعلم نفس التحليلي من خلال العمليات العقلية المختلفة، وعلم النفس الاجتماعي. وتطور مفهوم وشكل تطبيق الحرب النفسية بتطور علم النفس ومراحله (مرحلة النفس أو الروح أو الشعور، مرحلة السلوك، مرحلة اللاشعور، ومرحلة العقل أو معالجة المعرفة).

الفرع الأول:.استيطان الخبرات الحسية في عملية البناء المعرفي

هي اعمال أول مدرسة في علم النفس تأسست بفضل جهود فيلهام وندت Wilhelm Wundt ، بجامعة لايبزيغ بألمانيا متأثرا بأعمال أساتذته وأسلافه أمثال: غوستاف فخنر Gustav Fechner وهيرمان فون هلمهولتز Hermann von Helmholtz[1] وسميت بالمدرسة البنائية التي اهتمت بدراسة بنية العقل الذي يتمثل في الشعور وذلك بوصف الخبرة الحسية الشعورية لدى الفرد وتحليلها إلى عناصرها واكتشاف روابطها ثم تحديد موقع الأبنية المرتبطة بها في الجهاز العصبي تأثرا بالفيزياء والكيمياء في دراستهم وتحليلهم لبنية المادة، وتبنى اطروحات المدرسة البنائية في علم النفس على مبدأين هما:

- تهتم المدرسة البنائية بدارسة الخبرات الحسية الشعورية كموضوع.
- تهدف من دراستها إلى تحليل العمليات الشعورية إلى عناصرها الأولية ومعرفة كيفية ترابطها وتحديد قوانين ترابطها.
- لتحقيق أهدافها في دراسة الخبرات الحسية الشعورية تعتمد المنهج الاستيطاني (هو عبارة عن نوع من التأمل الذاتي أو ملاحظة الذات) كمنهج بحث[2].

وقد انصبت أغلب بحوث المدرسة البنائية حول التذكر، التفكير، الحواس (البصر خاصة) ولعل من أهم النتائج التي توصلت إليها أن العناصر الأساسية للشعور تتمثل في الإحساس، الصور الذهنية والمشاعر الوجدانية، وكانت الصور هي عناصر للأفكار والإحساسات عناصر للإدراك، لذلك فان مساهمة وسائل الإعلام في مجال إحداث نماذج بنائية* قد تم إثباتها بالدراسات العلمية التي تشهد على أن استخدام المادة الموضحة بوسائل الإيضاح وغيرها من طرق الإيضاح المشابهة يساعد على بناء نماذج بنيوية في تصورات الجماهير المستهدفة حيث بدأ علماء النفس دراسة تأثير اطروحات النظرية البنيوية و تطبيقاتها على الدراسات

[1] حسين عبد الفتاح الغامدي، **محاضرات مقياس علم نفس النمووالشخصية**، (جدة: قسم علم النفس ، كلية التربية، جامعة أم القرى، 2017).

[2] محمود عبد الحليم منسي. **المدخل الى علم النفس التربوي**، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2001)،ص. 28.

* هناك فرق بين المدرستين البنائية والبنوية ويكمن هذا الفرق في نظرتهما إلى عملية التعلم والفهم والإضافة المعرفية، فالبنيوية ركزت في نظرتها على بُنية النص موضع التعلم، في حين أن البنائية ركزت على بنية ذهن الإنسان المستهدف بعملية التعلم.

الاجتماعية مع التركيز على القياس السيكولوجي، حيث ادخل الباحثون بصورة غير واضحة أفكارا معينة و تصورات الى وعي المشاركين في التجارب، وقد استخدمت كذلك هذه النتائج لدراسة التأثير الإعلامي، ومن أمثلة تلك التجارب ما قام به كل من واير و تسرول، حيث قدمت بطاقات للمجموعتين من المشاركين مجموعة أعطيت لهم بطاقات تحمل كلمات بمعاني عدوانية و المجموعة الأخرى كلمات بمعاني حيادية، و من ثم طلب من المشاركين التعبير عن آرائهم حيال شخص ما، فكانت ردود المشاركين الحاصلين على بطاقات بمعاني عدوانية كانت اكثر حدة بكثير[1].

الفرع الثاني: مدرسة فرانكفورت الجشطلتية. بناء العملية الادراكية

ظهرت المدرسة الجشطلتية (أو الجشطالجية) في العقد الثاني من القرن العشرين بجامعة فرانكفورت بألمانيا، حيث بدأت كحركة علمية في علم النفس كما يذكر معظم المؤرخين في عام 1912عندما نشر ماكس فيرتايمر تقريرا عن بعض الدراسات حول الحركة الظاهرية وهي حركة مدركة في الوقت الذي لا توجد فيه حركة في الواقع، وتعد الصور المتحركة أكثر شيوعا لتلك الظاهرة حيث يعطي العرض السريع لمجموعة من الصور الفوتوغرافية الساكنة إحساسا باستمرارية فعل الحركة وعدم انقطاعها وسميت بظاهرة فاي PHI حيث اهتمت التجارب الأولى بمعرفة القوانين والشروط التي تجعل الإنسان يدرك الصور الساكنة وكأنها تتحرك.

لقد استعملت هذه المدرسة مصطلح Gestalt كشعار لها الذي يعني الشكل أو الصيغة أو الهيئة والمظهر الكلي للموضوع أو المثير أو الظاهرة، وبالتالي يمكن القول إن المدرسة الجشطلتية اهتمت بدراسة الشكل والصيغة الكلية للخبرات الحسية الشعورية (العملية الإدراكية) في تفسيرها للظواهر بدلا من تجزئتها إلى عناصرها بهدف الوصول إلى القوانين والشروط التي تتحكم في عملية الإدراك باستعمال الطرق الموضوعية القائمة على الملاحظة والتجربة، ومن بين أهم روادها نجد وولفانغ كوهلر Wolfgang Köhler وكورت كوفكا Kurt Koffka الذين عملا في البداية كمعاونين للمؤسس ماكس فيرتاهايمر Max Wertheimer ثم استقلا في عملهما من خلال القيام بالكثير من التجارب للتأكيد على مبادى هذه المدرسة ولعل أعمال كوهلر حول الشمبانزي أعطت نموذجا عمليا لتطبيق هذه المبادئ فيما سمي التعلم بالاستبصار[2] الذي يعني فهم العلاقة بين الأجزاء في مجال الإدراكي الكلي، ولعل من أهم المبادئ التي حددتها هذه المدرسة والتي ترى أن العالم الخارجي ينظم بها في مجال الإدراك والتعلم نجد "حسب الغامدي":

- الكل لا يساوي مجموع الأجزاء في كل الخصائص.
- لكل إنسان مجاله النفسي والإدراكي الذي يدرك فيه المواضيع والأشياء.
- كل شكل أو صيغة مدركة لها أرضيتها.

[1] عطا الله الرمحين، حارث دوهان. **أسس تأثير الدعاية**. (الأردن: اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2017)، ص. 107.

[2] حسين عبد الفتاح الغامدي ، مرجع سابق.

- كل موضوع آو مثير نميل إلى تحسين إدراك صيغته وشكله الكلي.
- لكل عملية إدراكية وفق المنظور الجشطالتي قوانين تنظمه تتمثل في: (التقارب الزماني والمكاني. التشابه. قانون الغلق أو الإتمام. قانون الشمول أو الكثافة. قانون الاستمرار والاتجاه)

وحسب هذه النظرية فانه يمكن تناول الأبعاد الكلية للحرب النفسية كونها أول ما تستهدف عقل الإنسان ونفسيته لتحقيق السيطرة على إرادته من منطق كلي شامل، بحيث يمكن إدراك مجمل العوامل الكلية والطرق والوسائل المستخدمة لمحاربة هذا العقل الإنساني من مختلف الجوانب. ومن ثم التعرف على الجزاء ومحاولة رصدها والتعرف عليها عبر دراسات مستفيضة، أي إن الحرب النفسية يمكن إدراكها من خلال المناخ النفسي الكلي للأمة ومن ثم محاولة التعرف على الأجزاء، وقد ركز علماء النفس من هذه المدرسة على دور العمليات النفسية التي تعجل بصياغة أشكال، ووظيفة العقل تكمن في إيجاد فراغات ومن ثم العمل على تكميلها وتماسكها وذلك حسب الخبرة السابقة سواء كانت خبرات طبيعية إيجابية فعملية التكميل محبذه أو مؤيد، أما السلبية فتنطوي على الكراهية والتشهير، ومن هنا فان الحرب في طبيعتها تعبر عن نكوص إلى السلوك البدائي. وبالتالي فإن الإشاعات المتمشية مع هذا السلوك دون الالتفات إلى سمعة الناس وأعراضهم، إن الإشاعة وإطلاقها من قبل الخصم فبي الحرب النفسية وحسب هذه النظرية فإن الناس يميلون إلى ترديد هذه الاشاعة وإكمالها وفق الانفعالات والخبرات والميول والاتجاهات السابقة لدى الفرد أو الجماهير.

الفرع الثالث: نظريات التأثير السلوكي

يتواكب هذا المفهوم مع ظهور الاتجاهات السلوكية في علم النفس، والتي ظهرت مع نتائج بحوث جون واطسون G. WATSON، التي أجراها على الحيوانات، وتشبيهها بالسلوك البسيط لدى الانسان، أي ردود الفعل على المؤثرات الخارجية، او تسمى "بالتعلم الشرطي"[1]، وهو دراسة الأحداث التي تعتبر مثيرات (البيئية) وعلاقتها بالسلوك الملاحظ الذي يمكن اعتبارها ردة فعل مباشرة عليها.

حيث يمكن ان يدخل ميدان البحث السلوكي على مجموعة واسعة من التخصصات من علم الجريمة الى علوم الاتصال الى علم النفس وعلم الاجتماع وغيرها، وذلك من اجل انشاء وبناء سلوكيات مقصودة، أي لا يكون هذا السلوك في سياقها الطبيعي كما تفسره المدرسة السلوكية الشرطية، بل سلوك مطلب حيث يتم تعديل تلك المثيرات وفق ردات الفعل الملاحظة حتى الوصول الى السلوك المستهدف، ففي ميدان علم النفس الاجتماعي يعمل علماء السلوك تقليديا مع الدوافع الكامنة وراء السلوك البشري. مثل دراسة طريقة الادراك البشرية، أي العلاقة بين الادراك والسلوك[2]، خصوصا فيما تعلق بكيفية تأثر أفكار الافراد ومشاعرهم وعواطفهم وسلوكهم بالبيئة المحيطة. ومن اهم النظريات التي يلعب فيها التأثير السلوكي دورا مركزيا، هو النموذج الذي يمكن أي يجمع مفاهيم متداخلة مثل نموذج مصفوفة التواصل/الاقناع

[1] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط. 3، 2005)، ص 230

[2] قهواجي أمينة، "أهمية دراسة السلوك الإنساني داخل المنظمات"، **المجلة الجزائرية للموارد البشرية**، مج. 3، ع. 2، 2018، ص . 29-60.

"Communication/Persuasion Matrix Model"[1]، حيث يقدم النموذج لمحة عن نقاط الاهتمام، والتي تتلخص في أربع مقاربات رئيسية تبنى عليها هذه النظرية:

1. **نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior** والتي يقصد بها موازنة احتمالات النتائج السلوكية مقابل أهميتها، والتي تعطي نتيجة قيمية عن أهم السلوكيات المرادة والتي يجب توفرها عن عملية التأثير.

2. **نموذج احتمالات الاعداد Elaboration Likelihood Model** والتي يحاول من خلالها التمييز بين الطرق الرئيسية والفرعية لمعالجة المعلومات وغربلتها.

3. **نموذج عبر النظريات Transtheoretical Model** يتم من خلاله التمييز بين المراحل المختلفة لتغيير السلوك، أي سيرورة التغيير والتأثير.

4. **منظور الشبكة الاجتماعية Social Network Perspective** الذي يفترض -ويستغل ذلك- أن الأفكار والمعايير والسلوكيات تنتشر ضمن البيئات الاجتماعية من خلال شبكات الاتصال الخاصة بها.

ومن اجل فهم أوضح للطرق المختلقة للتأثير على السلوك، يجب التمييز بين تقسيمات السلوك البشري، والتي يمكن اختصارها في قسمين أساسيين[2] هما:

- السلوك المعتاد والذي يتم من خلال العمليات التلقائية (المكتسبة او الفطرية)
- السلوك المنطقي أي عمليات الاختيار والترجيح التي تتم قبل اختيار السلوك

ولا يمكن الحديث عن نوع من السلوك دون التطرق الى السلوك الآخر، فالسلوك المعتاد يعطي نقاط انطلاق مختلفة لتغيير السلوك المنطقي، وهو ما يمكن استغلاله عند بناء استراتيجيات تأثير سلوكية محددة، لذلك دائما يجب خلق ذاك الحد الفاصل بين هاذين القسمين قبل الشروع في أي استراتيجية. لعل أولى مراحل تلك الاستراتيجية هو توضيح وتبيان ملامح السلوك المعتاد، بحكم انه سلوك موجود قبلي، ويقصد بها هنا تلك السلوكيات التي لا سيطرة واعية عليها الا في حالات قليلة جدا أو شبه منعدمة، والتي تنشأ بحكم التكرار والعادة، كما أن القيام به مرتبط بأسس نظرية تحاول تفسيره وتستغل في النظرية السلوكية لخلق السلوك المنطقي تحاول تفسيره وهي:

1. **نظرية التعزيز**: والتي يقصد بها ان السلوك يتبع المكافأة، هذه المكافأة التي تعززه وتزيده، كما ان العقاب يمكن او يعززه بالسلب ويحد منه، لان السلوك الذي لا يتبع المكافأة والعقاب سيختفي في النهاية،

[1] Petty, Richard E., Pablo Brinol, and Joseph R. Priester. "Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion." In **Media effects: Advances in Theory and Research**, Ed: J. Bryant and M.B. Oliver. (LONDON: Routledge, 3rd Edition, 2009). pp. 125-164

[2] David R. Roskos-Ewoldsen, Beverly Roskos-Ewoldsen, and Francesca Dillman Carpentier. " Media Priming: An Updated Synthesis." In **Media effects: Advances in Theory and Research**, Ed: J. Bryant and M.B. Oliver. (LONDON: Routledge, 3rd Edition, 2009). pp. 74-93

وبغض النظر عن المعضلة الأخلاقية التي يمكن ان يثيرها هذا المبدأ خصوصا ما تعلق بالعقوبة، فانه من المهم الاستخدام الفعال لنظام العقوبة كاسترشاد بعواقب السلوك.

2. **نموذج شبكة الذاكرة**: والذي يقوم على مبدأ بيولوجي يقول ان الهياكل العقلية في الدماغ مرتبة هرميا بين العقد والاتصالات البينية، وفق هذا النموذج يتم تخزين المعلومات في الذاكرة عبر العقد من خلال الارتباط البيني، حيث يتم ربط المفاهيم ذات الصلة في الدماغ عبر هذه العقد، وكل عقدة تنشط معها مفاهيمها.[1]

لذلك يقوم الناس بتقييم بيئتهم على أساس الأهداف الأكثر بروزا ووفق المفاهيم المرتبطة، لذلك ينشّأ السلوك المنطقي عند التلاعب بالأهداف وتشبيكها مع اهداف محددة من قبل المؤثر وبالتالي يتم التلاعب بالسلوك المرتبط بها خارج الوعي تماما. لكن تفعيل الادراكات والسلوكيات ذات الصلة بأهداف المؤثر لا يتم الا ان كان المتأثر (الهدف) متحمس لتحقيق ذاك الهدف. لذلك يتم تعريض المستهدف لمعلومات وخصائص بيئية معينة توجه انتباهه، مما يجعل الأفكار والادراكات ذات الصلة أكثر نشاطا وأكثر ارتباطا او ما يسمى بت "التحضير" لاستقبال السلوك المنطقي. مثال ذلك عرض عمليات عدوان على وسائل الاعلام قد يؤدي بالمستهدف الى استحضار عمليات عدوان سابقة من الذاكرة وهذا ما قد يجعله أكثر عدوانية.

هذا الاستحضار قد يدخل ضمن الادراكات اللاشعورية المتعلقة بالإشارات الظرفية التي تثير سلوكا منطقيا نحو هدف خارج الوعي المباشر[2]، وتتمثل احدى طرق التأثير هذه لتعريض المستهدف لكلمات وصور او التعرض لإشارات غير مباشرة لأشخاص مؤثرين ومعروفين انهم يحملون تلك الأفكار والاهداف، وبهذه الطريقة يمكن احداث عملية نقل تلقائية لأهداف الآخرين بمجرد الاستماع والمشاهدة ومراقبة سلوك الآخرين، لذلك يتم استغلال مبادئ السلك المعتاد في بناء السلوك المنطقي وكأنه سلوك معتاد مقبول من المستهدف، ويظهر انه إدراك واعي للبيئة والتفاعل معها، سواءً فيما تعلق بالأهداف او العواقب، ويختارون الاستراتيجية السلوكية التي تحقق لهم النتيجة المرجوة، وبالتالي فان السلوك البشري المستهدف لبناء العملية الادراكية هو نتيجة من لسلسلة من الاعتبارات المعتادة والمنطقية.

[1] Ibid.

[2] Aarts, H., Gollwitzer, P. M., & Hassin, R. R. "Goal contagion: perceiving is for pursuing". **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 87, 2004, pp.23-37.

المطلب الثالث: نماذج لاستراتيجيات الحرب النفسية

حتى مع تطبيق نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري والنظريات علم النفس التقليدي والحديث، لكن للحرب النفسية خصوصيتها التي تجمع ما بين تلك كل النظريات، لتعطي بعدا تنظيريا خاصا بها، يساهم في تطبيقها وإعطائها صبغتها العلمية التي تقيم على أساسها. ونظرا لأهمية الحرب النفسية في الاستراتيجيات الحديثة سعت كل دولة لاكتساب نموذجها لخاص، ولعل من أبرزها.

الفرع الأول: نموذج السيطرة الانعكاسية

واحد الأهداف الرئيسية لقائد في الحرب هو التدخل في عمليه صنع القرار لقائد العدو. وغالبا ما يتحقق هذا الهدف باستخدام التضليل أو التمويه أو بعض الحيل الأخرى. التلاعب بالخصم ليس شيئا جديدا على الحرب، ولكن ما هو جديد هو التكتيكات الحديثة المعتمدة على علم النفس، وكيف تشابك الاثنان في ظل ظروف العالم الحقيقي، بالنسبة لعقيدة العسكرية الروسية، واحده من التكتيكات الرئيسية هي من خلال استخدام نظرية التحكم انعكاسية (Reflexive Control (RC، ويمكن استخدام هذا المبدأ ضد المعالجات البشرية العقلية أو المستندة إلى صنع القرار. النظرية مماثله لفكره إدارة التصور*، إلا انه يحاول السيطرة على أكثر من الموضوع وكذا إدارته. أي أن السيطرة انعكاسيه تهدف لاستغلال العيوب في عمليه صنع القرار الخصم. وتصنف العديد من هذه العيوب والتحيزات المعرفية، والمعروفة باسم اختصارات العقلية التي يمكن أن تقود الدماغ إلى سوء الحكم على المعلومات الواردة.

ويستند ظهور الانعكاسية كمنهج إلى بعض أفكار الباحث المختص في علم النفس الحسابي فلاديمير ليفبفر Vladimir Lefebvre، التي وضعت في البداية لتلبية احتياجات المشاريع العسكرية الرئيسية. واستلزمه ذلك إنشاء منهجية تسمح له بإجراء بحوث متعددة التخصصات والمستويات، وأثناء نمذجة مختلف الصراعات والبحث عن أساليب ثابتة لذلك. استعان بفكرة الاستدلال من مجال المنطق الفلسفي، لإيجاد الآليات التي يعكس وفقها السبب والنتيجة، ومن ذلك ادخل مصطلح "نظم انعكاسيه". وهكذا ظهر "النهج الانعكاسي"[1]، ورغم أن أفكار ليفبفر قد تحفظ عليها آن ذاك. أما الآن فقد تغير الوضع تغييرا جذريا. وقد أصبحت النظم الانعكاسية تستخدم في تصميم ومراقبة النظم المعقدة والمتعددة المكونات (النظم الاجتماعية مثلا)، لينتقل بعد ذلك الى أن أصبح مفهوم مفاهيم علم النفس وحقلا من حقوله الأكاديمية خصوصا الدراسات السلوكية، ومنه رجع الى الميدان العسكري ولكن من بوابة علم النفس العسكري.

* إجراءات لنقل و/أو رفض المعلومات والمؤشرات المختارة للتأثير على عواطف ودوافع وتفكير الجماهير الأجنبية الموضوعي، وعلى أنظمة الاستخبارات والقادة على جميع المستويات، من أجل التلاعب بتقديراتهم الرسمية، ما يؤدي في النهاية إلى أفعال وإجراءات رسمية أجنبية مواتية للأهداف المتوخاة. تجمع إدارة التصور بين إظهار الحقيقة حسب المصلحة، وأمن العمليات، والتغطية، والخداع، والحرب النفسية

[1] Vladimir Lepsky,. "Scientific and Socio-Cultural Role of Reflexive Movement in Russia" **Reflexive Processes and Control**, Russian Academy of Sciences: Institute of Psychology, no. 1 (2002), p. 06.

ويتم تعريف السيطرة الانعكاسية على أنها "وسيلة لنقل -إلى شريك أو الخصم- المعلومات المعدة خصيصا لجعله طوعا للقرار أو الهدف المحدد مسبقا من قبل البادئ من العمل". أي تحوير أهداف الخصم نحو أهدافك بطريقة سلسلة وناعمة، حتى يخيل اليه أنه هو صاحب القرار، وقد عرفتها مجلة الجيش الروسي بأنها: "نقل الدوافع والأسباب من الكيان المسيطر إلى النظام الخاضع للرقابة لتحفيزه لاتخاذ القرار المطلوب. والهدف من السيطرة الانعكاسية هو دفع العدو لاتخاذ قرارات غير مواتيه له. وبطبيعة الحال، لكن يجب قبلا أن تكون على دراية بطريقة تفكير عدوك"[1]

فالسمة الرئيسية للسيطرة الانعكاسية هي الحاجة إلى تكييف المعلومات الزائفة مع الهدف المحدد، وتكييفها بما يعكس استجابات الهدف وردود أفعاله. وهذا يشير إلى أن السيطرة الانعكاسية تستلزم نهجا أوسع نطاقا وأكثر تعقيدا من الخداع المحض، أو تزويد قائد خصم بمعلومات عمليه زائفه تستند اليها في قراره. وبدلا من الاقتصار على التضليل، فان السيطرة الانعكاسية تعني برنامجا مركبا لاستهداف صنع القرار من خلال ناقلات متعددة، مع الأخذ في الاعتبار ليس فقط المعالجة المنطقية للخصم من المعلومات، ولكن أيضا العاطفية، الأطر النفسانية والثقافية وغيرها من الإطارات التي تتخذ فيها القرارات. ويعرف معجم مصطلحات أمن المعلومات التابع للأكاديمية العسكرية للموظفين العامين الروسية "التحريض" بأنه "أحد أشكال التأثير المعلوماتي-النفساني على المستوي العاطفي للهدف أو مجموعه الأهداف بهدف تحقيق حاله نفسيه محدده من شانها أن تؤدي إلى اتخاذ إجراءات نشطه ومحدده ". وتؤدي أيضا الدعاية العامة والأقل تحديدا وجهود الدعاية المضادة دورا في إرساء المعلومات الأساسية لصنع القرار، ويسرد الروسي سيرغي كوموف Sergey Komov، مجموعه من الأساليب المستخدمة في السيطرة الانعكاسي[2]:

- **الإلهاء**: من خلال خلق تهديدات حقيقية أو وهمية في بعض المناطق الحيوية للعدو وذلك خلال التحضير للعمليات القتالية، مما قد يضطره لإعادة النظر في قراراته حول أولوية العمل في أي منطقة.
- **الحمل الزائد**: من خلال إغراق العدو بكميات كبيرة من المعلومات المتضاربة.
- **الشلل:** أي خلق تهديدات وهمية ضد نقاط حيوية للعدو، التي تؤدي به الإجراءات المضادة لهذا التهديد بخلق حالة شلل لهذا المصدر الحيوي.
- **الاستنفاذ:** أو ما يسمى الاستنزاف من خلال إجبار العدو على تنفيذ عمليات عديمة الفائدة تستنزف موارده.
- **الخداع**: بإجبار العدو على إعادة توزيع القوات بمناطق غير مهددة فعليا خلال المراحل التحضيرية للعمليات القتالية.
- **التفرقة:** بإقناع العدو بأنه يجب أن يعمل عكس مصالح التحالف الداخلي أو الخارجي.

[1] Keir Giles, , and Anthony Seaboyer. **Russian Reflexive Controle**. (Canada: Royal Military College, Oct 2018), p. 06.

[2] Ibid.

- **تهدئه الوضع**: بإعطاء صورة عكسية لواقع القوات المعادية، أي كأن تصور له أنها مناورات أو تدريبات ولكنها في الواقع استعداد للهجوم.
- **الردع:** عن طريق خلق تصورات للتفوق الذي لا يمكنه يتغلب عليه بما يملكه من إمكانيات.
- **الاستفزاز**: من خلال إجبار القائد علي اتخاذ إجراءات عاجلة تؤدي به للخسارة
- **اقتراحات:** من خلال تقديم معلومات قد تؤثر على العدو من عدة جوانب: (قانونيا، أخلاقيا، أيديولوجيا، أو في مجالات أخرى)
- **الضغط والتشويه**: من خلال تقديم المعلومات التي تشوه الحكومة أو القيادة في نظر الرأي العام.

ولعل العقيدة العسكرية الروسية من أبرز النظم التي تستخدم السيطرة الانعكاسية في حروبها الهجينة، فمنذ الغزو الروسي لأوكرانيا ولجزيرة القرم تحديدا، زاد الاهتمام الدولي بآليات الحرب الهجينة الروسية، ففي البداية، تم التعامل مع هذه الموجه الجديدة من الحرب الهجينة الروسية كشيء جديد وعلى أنها سعي لإعادة تجديد العقيدة العسكرية الروسية، لكن حقيقة الأمر أن التشابه بدأ يظهر مع تكتيكات التضليل السوفيتية، وتحديدا نظرية التحكم الانعكاسي. وقد سحبت روسيا مذهب السيطرة الانعكاسية من الأيام السوفيتية وأوصلته إلى عملياتها اليومية الحالية. التحكم الانعكاسي هو تقنيه مصممة لاستهداف الأخطاء في عمليه صنع القرار للخصم من أجل أثاره رد فعل تفيد روسيا على حساب الخصم. السيطرة الانعكاسية لا تسعي لتدمير نفسيه العدو، ولكن للسيطرة عليه من خلال تشكيل تصور العدو تمشيا مع المصالح السوفيتية، وهو ما استخدمته روسيا خلال أزمة القرم" وقد استخدمت روسيا شكلا متقدما من الحرب الهجينة في أوكرانيا منذ أوائل 2014 التي تعتمد بشده على عنصر من عناصر حرب المعلومات التي يطلق عليها الروس "السيطرة الانعكاسية". ويؤدي التحكم الانعكاسي إلى خصم أقوى طوعا لاختيار الإجراءات الأكثر فائدة للأهداف الروسية من خلال تشكيل تصورات الخصم للوضع بشكل حاسم. وقد استخدمت موسكو هذه التقنية بمهارة لإقناع الولايات الأمريكية وحلفاءها الأوروبيين بان يظلوا سلبيين إلى حد كبير في مواجهه جهود روسيا في أوكرانيا من خلال الوسائل العسكرية وغير العسكرية"[1]

وكذلك بعض الطرق التي تحاكي السيطرة الانعكاسية الروسية تشمل إنشاء وسائل الإعلام باللغة الأجنبية والروسية. على سبيل المثال، شبكة روسيا اليوم (RT) هو موقع إخباري متعدد اللغات تموله الحكومة الروسية ويعرف بنشر المعلومات التي تخدم المنظور الروسي اتجاه الأحداث العالمية. حيث أنه من المعروف أن استخدام التضليل الإعلامي للضغط على الخصم ولتضليله سياسيا واقتصاديا ونفسانيا من خلال تكثيف الضغوط الدبلوماسية والدعاية للمجتمع الدولي. تشمل أساليب التضليل السيطرة الانعكاسية: دعم

[1] Snegovaya, Maria. "Putin's Information Warfare in Ukraine: Soviet Origins of Russia's". **Russia Report**, Washington:, Institute for the Study of War, Sep 2015, p. 07.

المعارضة الداخلية للدول المستهدفة، ونشر الاستياء بين سكان الدول المستهدفة، وتوجيه الراي العام المحلي والدولي، ونشر عمليات سرية في شكل من الهجمات السيبرانية.

الفرع الثاني: نظرية التأطير

ان الحرب النفسية في فترة ما بين الحربين أنتجت أشكالًا مختلفة من المتابعين للإعلام، وازدياد اهتمام الرأي العام بالحرب وأخبارها، فكان سعي وسائل الإعلام بمختلف أشكالها لتزويدهم بالأخبار -الواقعية-، وعلى الرغم من أن هذه الوسائل تسعى أو بالأحرى تتدعي النزاهة، إلا أنها سعت الى تأطير المادة الإعلامية بما يخدم غايتها في التأثير على المتابعين من خلال أخبارها وقصصها التي تنقلها وتسمى هذه الحالة بنظرية التأطير Framing Theory ، ولعل رائد هذه النظرية هو وزير الدعاية النازي غوبلز و التي أصبحت فيما بعد وسيلة مهمة في تمرير السياسات وتُستخدم إعلامياً للسيطرة على العقول ولتوجيه الرأي العام من خلال تأطير الخيارات مسبقاً. فنظرية التأطير تعني باختصار فرض خيارات محددة ضمن إطار معين لإرغام العقل على القبول بأحدها، لتلغي الوسطية وتركز على الانحياز الى رأي واحد إما إلى هذا الطرف أو ذاك.

والذي جذب الباحثين هو ذلك التركيز من قبل وسائل الإعلام على مواضيع وما تحاول أن تثيره من تساؤلات حوله ليشتد تركيز المشاهد عليها دون غيرها من المواضيع " إطارات وسائل الإعلام تتألف من كلمات رئيسيه معينة، واستعارات ومفاهيم ورموز، هي تعمل من خلال تسليط الضوء على بعض ملامح واقع محدد سلفا. وباختصار، فإنها تجعل بعض الحقائق ودون غيرها أكثر بروزا"[1]، أي ستقوم وسائل الإعلام بعرض قضايا أو أحداث أو أشخاص وتحاول التأثير على ما يفكر فيه الجمهور اتجاهها، حيث يتم التخطيط مسبقا لرغبات الجمهور وميولاته واعتقاده وهب المواد التي توفرها استطلاعات الرأي وقياسات الراي العام، ويتم النشر وفقها، مع تحديد طريقة النشر والألفاظ المستخدمة، أي يجب مراعاة ذوق الجمهور المستهدف، بالإضافة الى أن يجد له موطأ قدم داخل القصة ويشعر أنها قصته هو، وأنها تعبر عنه.

والتأطير لا يرتكز القصة وسردها، بل قد يتعدى ذلك الى ويكون مصدر القصة هو الإطار الهدف، كأن يستخدم عديد الإعلاميين نفس المصدر مرارا وتكرار سواءً كان خبيرا أو بيروقراطي أو سياسي. لأن استغلال واستخدام نظرية التأطير في أي أغلب الأحيان يكون لهدف سياسي بحت. كالانتخابات مثلا، حيث تؤثر طريقة تفسير وسائل الإعلام للحدث أو المسالة على تصور المتلقيين. ويصف التأطير الظاهرة التي يميل فيها الجمهور إلى الحكم على الجهات الفاعلة السياسية أو على أساس القضايا والأحداث التي سبق أن أثارتها الأخبار. "ويبدو أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا معينا على المعايير التي يستخدمها الناخبون لتقييم السياسيين وأعمالهم. فاذا

[1] Jim Kuypers, **Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues**. (London: Praeger Publishers, 2002), p. 198.

اعتبر المرشح، على سبيل المثال، مؤهلا بصفه خاصة في مجال معين مثل الأمن الذي يحظى بأولويه عالية في وسائط الإعلام، فان ذلك سيكون له أثر إيجابي على تقييم الناخبين للمرشح"[1]

ويتضح تأطير وسائل الإعلام اذ أخذنا الولايات المتحدة الأمريكية كنموذج، حيث أن وسائل اعلامها تركز في سرد الأخبار والأحداث التي يميل المتابعين الأمريكيين لها وتوافق رغباتهم، فخلال الحرب الباردة كانت وسائل الإعلام تركز على الجوانب العسكرية للاتحاد السوفياتي، بدون أي ذكر للقضايا الاقتصادية و الاجتماعية و العلمية، كما كانت هناك أمثله عديده علي التحيز الإعلامي، الذي ساهم في تأطير وسائل الإعلام، بين الصحف الأمريكية نفسها عند تحليلها للقضايا الدولية، على سبيل المثال، بين سنتي 2001 و 2002 وفي عرض للنزاع الهندي الباكستاني، انقسمت الصحف الى قسمين قسم يدعو للسلام و يدعم باكستان و قسم يدعو للحرب و يدعم الهند، لتظهر للرأي العام أن باكستان دولة مسالمة و الهند دولة حربية تسعى لإشعال الحرب في المنطقة[2]، و يمكن أن يرجع ذلك الى أن باكستان كانت قاعدة للعمليات الأمريكية على أفغانستان في حربها على تنظيم القاعدة و حركة طالبان.

ويمكن أن يصل حد التأطير الى التحيز ومتابعة آراء المساهمين أو الفاعلين في المؤسسات الإعلامية ومن أمثلة ذلك تناول المؤسسات الإعلامية الأمريكية الكبرى للصراع الفلسطيني الإسرائيلي، حيث يحدث تهويل لأي عمل من جانب الفلسطينيين خصوصا العمليات الانتحارية ومحاولة تكرارها لغاية إظهار معاناة الإسرائيليين.

من المفترض أن تعمل وسائل الإعلام كرقيب وسلطة رقابية للحكومة التي تعمل، وبشكل مستقل لضمان خدمة المؤسسات الأخرى للجمهور. ومع ذلك، كان هناك دائما تخوف من أن وسائل الإعلام قد تواجه تحديا من قبل النخب أو أن وسائل الإعلام قد تصبح خاضعة للمُثل الحكومية "وفي حين أن دور المراقبة الذي تقوم به وسائط الإعلام مهم، فلعل من الوهم أن نقول ينبغي أنه ذو أهمية قصوى... لأن معظم وسائل الإعلام الحديثة تعطي تختص أكثر بالترفيه من اهتمامها بالشؤون العامة التي أصبحت تشغل جزءا بسيطا من برامج حتى الوسائل الإخبارية المختصة... ولا يقتصر تمحيصها النقدي لأداء الحكومة الوقت الأقصر... ولعل ذلك يرجع الى أن عدد كبير من المؤسسات الإعلامية ترتبط بقطاعات رئيسية كأصحاب رأس المال أو الكارتلات الصناعية"[3]، هذه المؤسسات و أرباب المال المرتبطين بالمؤسسات الإعلامية، سيؤثر لا محالة على خط هذه الوسائل التي ستعتمد التأطير الذي يلائم مصالحهم أو مصالح الحكومة المركزية، وفترة رئاسة دونالد ترامب ابرز مثال، حيث هناك كثير من الصحف تتبنى طرحه للقضايا العالمية وتحاول تحوير وتأطير الرأي العام بما يخدم خطابه، من بناء السور الحدودي مع المكسيك والصراع الاقتصادي بينه و بين الصين.

---

[1] Armin Wolf, **"News kind of comes to me..." Young Audiences, Mass Media, and Political Information**. Unbuplished These Master, (Berlin School of Creative Leadership, 2010), p. 21.

[2] Siraj, Syed Abdul. "War or Peace Journalism In Elite Us Newspapers: Exploring News Framing In Pakistan-India Conflict." **Strategic Studies of Institute of Strategic Studies Islamabad**, Vol. 28, no. 1, 2008, pp. 194–222,

[3] Stanley Baran, and Dennis Davis. **Mass Communication Theory:Foundations, Ferment, And Future**. (Boston: Wadsworth, Cengage Learning, Vol. 6, 2010), p. 110.

المبحث الثالث: الآلية التنفيذية للحرب النفسية

وصفت تطبيقات الحرب النفسية المعاصرة، بانها شكل جديد ومعاير علميا من اشكال الحرب التي تعمل على كسب العقول وقلوب الأعداء، لذلك فان بناء الحرب النفسية كان مرتبط بشكل أساسي بما يمكن لها تحقيقه، ولا يمكنها تحقيق ذلك الى بتوفر عناصر بنائها وادواتها واسس تقييمها.

المطلب الأول: مراحل الحملة النفسية

حملة الحرب النفسية هي حرب العقل. وأسلحتها الأساسية ترتكز على ما ترى وما تسمعه، وباختلاف الوسائط التي تستعملها هذه الأسلحة، تكمن الأهمية في مدى تأثيره. وهذا هو موضوع تحليل الحملات النفسية، وان اختلفت الوسائط التي تحمل الرسالة-السلاح، سواءً كانت هذه الوسائط سمعية أو بصرية كالتلفزيون أو الراديو، أو مقروءة كالمنشورات والصحف والكتب والمجلات وغيرها، وهذا لا ينفي أهمية هذه الوسائط وكيفية استعمالاتها ولكنه الغرض الاساسي لها هو مدى مواءمتها للخصوصية الرسالة-السلاح، وكيفية استغلالها للوصول لأكبر تأثير ممكن.

الفرع الأول: موضوع الحملات النفسية

تعرف الحملات النفسية بأنها: "المادة الناتجة عن حصيلة المعلومات العسكرية السياسية، اجتماعية-اقتصادية، والعوامل المؤثرة عليها والمتحصل عليها من مصادر المعلومات المختلفة ومعالجتها بوساطة المختصين لتحديد نقاط الضعف والتعرض ويمكن استغلاب في شن حملة نفسية آو عدد من الحملات ضد أفراد القوات المعادية لخفض روحها المعنوية وبمعنى آخر يستخدم موضوع الحملة (فكرة- رأس موضوع- موضوع كامل) من قبل المخطط لتحقيق الهدف النفسي من خلال استغلال نقاط الضعف أو التعرض للهدف المخاطب"[1].

تشتمل العمليات النفسية على عدد من الحملات يتم تحديد موضوعاتها أثناء مرحلة تقدير الموقف النفسي كما آنه طبقا لتطوير المواقف، السياسية اقتصادية أو العمليات العسكرية، فقد يتطلب الموقف تعديل أو تطوير موضوع الحملة (ومن خلال التغذية العكسية) مثل انهيار السريع للدفاعات أو انسحاب السريع والغير المنظم أو تعرض القوات لخسائر كبيرة حيث نستغل مثل هذه احداث كموضوع لحملة نفسية تركز على دعوة أفراد القوات المعادية للاستسلام أو الهروب من الخدمة طلبا للنجاة.

[1] خالد بن سلطان بن عبد العزيز. **العمليات النفسية**. موقع مقاتل الصحراء. في:. http://bit.ly/2OCgmOz

جدول 1:أ نواع الحملات النفسية وأهدافها

المصدر:

Leonard Doob. "The Strategies of Psychological Warfare." **the Public Opinion Quarterly**, Vol. 13, no. 4, 1949, pp. 635–644.

نوع الحملة النفسية	موضوعها (هدفها)
حرب الأعصاب	زيادة القلق عند المستهدف من إعادة احداث مؤلمة او ذات تأثير نفسي سلبي عليه في المستقبل
تقسيم وقهر	لاتستهدف جماهير العدو كاملها بل بعض المجموعات الفرعية القابلة للتأثير لها هدفين هما: - زيادة الشك - خلق التشتت
رفع الأمل الزائف	زيادة التوقع لإشباع الرغبات الملحة ثم إحباطهم
الخداع	- عدم الوفاء بالتوقعات المطلوبة - إعاده حاله معينة
العبث	- زيادة القلق أعاده الحدث في المستقبل - تاكيد الهزيمة المتوقعة وجعلها واقعا نفسيا - تقليل القلق من الاستسلام
اخرج وحارب	- رفع الأمل وزيادة توقعات النجاح - ثم التقليل من القدرة على القتال و إحباط الروح المعنوية
تقليل نجاح العدو	- التقليل من وقع نجاحات العدو وتقزيمها - استباق نجاحه بخلق مواضيع وتوجيه الرأي نحوه - رفع الآمال الكاذبة بإعادة أحداث أخرى
تعظيم فشل العدو	- زيادة الإحباط واستغلال كل فشل للعدو - توظيف فشل العدو في كل مرة تسمح به الفرصة
استراتيجية الحقيقة	لخلق زيادة مستوى المصداقية عند الجمهور المستهدف، ما يعطي مكانة وهيبة عندهم
الحذر	- خلق مصداقية والحفاظ عليها حين تكون المعلومات الاستخباراتية غير مؤكدة المصدر - زيادة القلق من المفاجآت في المستقبل

الفرع الثاني: التخطيط للحملة النفسية

إن من الصعوبات الرئيسية في التخطيط لأي حملة نفسية هو تعدد المتغيرات التي تدخل في التخطيط لها، بالإضافة لعدم اليقين من مدى استجابة الجمهور المستهدف لهذه الحملة، اهم تحدياتها هو كم الأعمال الواجب تنفيذها لواضع استراتيجية هذه الحملة، لذلك حاول الكثيرون وضع أطر منهجية لقياس مدى الاستجابة للحرب النفسية، و تحديد المتغيرات المهمة الواجب قياسها، بالإضافة لوضع المنهجيات اللازمة للقياس وفق أطر علمية تعتمد على مقاييس إحصائية، و لعل أولى الدراسات هي دراسة ليونارد دووب Leonard Doob[1] المعنونة بـ: "استراتيجية الحرب النفسية"[2]، المنشورة عام 1949 و التي حاول من خلالها تحديد المقاييس الواجب توفرها لتحديد مدى نجاح الحملة النفسية، و لكن الأهم من ذلك إيجاد تصانيف منهجية تجعل الحرب النفسية علما اكثر منها فنا، و قد طرح تساؤل رئيسي هو: ما هي العوامل التي تتشارك فيها جميع الحملات النفسية؟ وكيف يمكنها أن تجعلها ناجحة؟ علي سبيل المثال هناك أنواع من الجماهير يجب أن تكون الحملة النفسية تراعي خصوصيات كل جمهور على حدى، فالحملة الموجهة للعدو و الحليف و المحايد يجب أن تختلف، كما ان هناك عامل آخر هو وسائل الاتصال المستخدمة لنقل الرسالة، بالإضافة الى خصوصية الجمهور من مدى ذكائه وقسمها الى ثلاث أنواع: مواتية للحملة و متوسطة و مشكوك فيها،

لذلك ارتأى دووب أنه من المفيد محاولة عزل عدد محدود من المتغيرات التي تدخل في جميع الحملات النفسية، وتحليل التركيبات المختلفة التي تظهر. وإذا كانت هذه المتغيرات بدورها يمكن أن تكون ذات صلة بمتغيرات أخرى، وإذا كانت الافتراضات الكامنة وراء كل منها واضحة، فالتخطيط أو تشريح الحملة النفسية يجب أن يستند إلى النظر في العوامل التي ليست عوامل عرضية أو مصادفة مختارة ولكن بصرامة ومنهجية، ويجب أن عزل هذه العوامل العرضية وفق إجراءات تجريبية.

وقد حدد مجموعة من العوامل التي تظهر باستمرار في اغلب الحملات النفسية التي درسها، ووفقها وضع نموذج للقياس وعلى أساسها طرح لكل عامل افتراض رئيسي. وأحد أهم فرضياته قامت على أساس ردود فعل الجمهور، والتي كما سبق وأشرنا وضعها أساسا للحكم على مدى فاعلية الحملة النفسية، وقد حدد ثلاث ردود فعل تكررت في كل الحروب النفسية عبر التاريخ، وقد حددها كمتغيرات مستقلة لدراسته:

1. **الهدف الحالي PGOAL** : وهي الاستجابات التي يلتمسها ويسعى لها مروجو الحملة النفسية.
2. **الاستجابة الحالية PRES**: وهي الردود الموجودة في الوقت الحاضر، أي قبل بداية الحرب النفسية.
3. **الوضعية المستقبلية FUSIT**: وهي الاستجابات المتوقعة في المستقبل بغض النظر عن الآثار التي يلتمسها من الهدف المطلوب أو الاستجابة المطلية.

[1] ليونارد وليام دووب (1909 -2000) ، شغل منصب أستاذ علم النفس في جامعه ييل ، وكان شخصيه رائده في مجالات علم النفس المعرفي والاجتماعي، والدعاية والاتصالات والدراسات، فضلا عن الصراع القرار. شغل منصب مدير الاستخبارات الخارجية لمكتب معلومات الحرب في الحرب العالمية الثانية وكتب أيضا العديد من الاعمال المتقاطعة الإدراك وعلم النفس والفلسفة.

[2] Leonard Doob. op.cit.

الفرع الثالث: أسس نجاح الحملات النفسية

وعلى نفس النهج قام دووب بتقييم الآثار المترتبة على متغيرات التخطيط الأولية، حيث حدد مجموع المتغيرات والفرضيات التي بنى على أساسها نموذجه[1]:

1. **الأهداف الحالية PGOAL:** تعرف الأهداف الحالية بأنها الجمع بين الاستجابات الداخلية والخارجية التي يتعلمها الجمهور نتيجة لإدراكه واستجابته للحرب النفسية المعنية.

وبني افتراض هذا المتغير على أنه في حالة لتكون الحملة النفسية ناجحة يجب:

أ. تتوفر المواد المناسبة التي يمكن أن تكون بمثابة محفزات كافية لاستحضار الاستجابات

ب. توفر وسائط اتصالية قادرة لحمل تلك المواد والرسائل للجمهور الهدف

ت. تحليل الأدوار الرقابية للأنظمة الأمنية للجمهور الهدف تسمح الأنظمة.

كما أن التنبؤ لنجاح الحملة يجب ان يبنى على تقييم العوامل النفسية البحتة (التكرار، والأسبقية، التراجع، الهيبة ...) أو المسائل الفنية تتعلق بالتكتيكات المستخدمة (من حيث شكل الحملة، وهيكليتها..)

2. **الردود الحالية PRES:** وتعرف بأنها مجموع ردود الفعل على الحالة المذكورة في الحرب النفسية (أو الجوانب المتعلقة بها) وذلك قبل بداية الحملة النفسية بصفة فعلية

يقوم افتراضها على انه لنجاحها يجب توفر المعلومات الاستخباراتية الموثوقة وصحيحه بشأن طبيعة هذه الاستجابات .

3. **المهمة الحالية (PTK) :** تتعلق بمدى السهولة أو الصعوبة في تحديد الهدف.

وتقوم فرضيته أن التصورات الجماهيرية تميل الى التعلم من التجارب السابقة، وأن واضع الحملة أن يدرس الاستجابات السابقة للجمهور الهدف.

4. **الوضع في المستقبل(Future Situation (FUSIT :** هي الاستجابات المحتملة على إثر تغير الظروف في المستقبل قبل/بعد التفاعل مع الأهداف والردود الحالية (PGOAL, PRES).

ويفترض أنه يمكن للاستخبارات أن توفر معلومات موثوقة وصحيحه بشأن الوضع المستقبلي المحتمل الذي سيثير الردود، باختصار يمكن للوضع في المستقبل أن تكون تتويجا للعوامل العسكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية وكذلك للحرب نفسية ذاتها.

5. **المصداقية المستقبلية FUCRED** هي مجموع الإمكانات المستقبلية التي توفرها الدعاية و/أو وسائل الإعلام، والتي تجذب الجمهور وتساهم في الحصول على ردود ايجابية فيما يتعلق بالرسالة أو الهدف.

ويفترض لهذا المتغير أن تحقيق أو عدم تحقيق التوقع المبتغى من الرسالة، يعزز أو يلغي الاعتماد المتصور للرسالة كمصدر مستقبلي ذا مصداقية.

[1] Leonard Doob.op,cit,.

أما من ناحية التخطيط للحملة النفسية فقد حدد اتخاذ أربع خطوات هي:

أولا: البدء مع تحديد المتغير الردود الحالية، وان ارتأى المخطط أهمية استخدام ردود الفعل المستقبلية والوضع في المستقبل والتي تحددها لها المعلومات الاستخباراتية، وهو ما يقلل احتمالات الردود المهمة للحملة.

ثانيا: تحديد كل من الهدف الحالي والهدف المستقبلي، وتمييز ايهما يعتبر الهدف الأهم للحملة النفسية.

ثالثا: دراسة مزايا ومساوئ كل المسارات المؤقتة الموضوعة، مقارنة بالمتغيرات موضوع الحملة، مع وضع في الحسبان امكانية تغيير المسار في اي وقت من الحملة بالنظر الى الظروف المستجدة اثناء التنفيذ.

رابعا: وضع في عين الاعتبار امكانية الطعن في كل الافتراضات الموضوعة بصفة صريحة أو الضمنية قبل وضع المسار المؤقت للحملة، وهذا ما يجعل الافتراضات على شكل قائمة اختيار.[1]

اما من حيث العوامل الرئيسية لنجاح الحملة النفسية فيمكن تلخيصها عموما في:

1. **مراعاة الدقة ومدى موضوعية المعلومات:** يجب على المخطط للحملة النفسية أن يحاول بناء حملته وفق معلومات بقدر كبير من الدقة، بالإضافة الى التأكد من موضوعية هذه المعلومات، لأن الهدف الأساسي للحملة النفسية هو كسب ثقة الجمهور الهدف، وإقناعه بالرسالة، وأي تدليس يمكن ملاحظته لا يلغي هدف الرسالة فقط، بل يلغي فاعلية الحملة ككل.
2. **كسب ود الهدف وعدم معاداته صراحة:** حتى وإن كانت الحملة النفسية تترافق مع الأعمال القتالية العسكرية، لكن لنجاح الحملة يجب عد إظهار العداء الصريح للجمهور الهدف (الرأي العام، القوات المقاتلة، القيادات والمسؤولين)، ومن الأمور التي لا يستحب عدم استخدامها لإنجاح الحملة عد استخدام السخرية والاستهزاء والإهانة، لنها قد تؤدي الى ردود فعل عكسية تفشل الحملة.
3. **عدم استخدام أسلوب التحريض المباشر:** ذلك أن من اهم أسباب نجاح الحملات النفسية عموما، هو استخفاؤها وعدم وضوحها بشكل تام، ورغم انه في كثير من الأحيان تستلزم الحملة أو يمكن أن يكون موضوع الحملة هو الاستسلام والتوقف عن القتال، ولكن يجب أن تصاغ هذه المطالب بأسلوب غير مباشر، لأن الصياغات المباشرة قد تؤدي كذلك الى ردود فعل عكسية كالعناد أو التجاهل.
4. **مراعاة الترتيب وتزامن مواضيع ومتغيرات:** ويقصد بذلك مدى تأقلم الحملة مع التطورات والمواقف الهامة والتي تطرأ أثناء أو قبل بداية التنفيذ، فالحملة الناجحة تراعي هذه التغيرات وتترك مواضع لكل تغير فجائي يسمح لها بالتأقلم ويتيح لها هامش أكبر للمناورة ومساحة أكبر لاحتواء كل تغير و اغتنامه و الاستفادة منه.

[1] Ibid.

المطلب الثاني: أدوات الحرب النفسية

في تعاريف كثيرة للحرب النفسية تعرف بانها "الاستخدام التكتيكي المخطط له للدعاية والاشاعة والتهديدات وغيرها من التقنيات غير القتالية أثناء الحروب أو التهديدات بالحرب أو فترات الاضطرابات الجيوسياسية لتضليل أو تخويف أو إحباط أو التأثير على تفكير أو سلوك العدو". من تعاريف كهذه يمكننا ان نرى الكثير من التقنيات الغير القتالية، يمكن ادراجها في خانة أدوات للحرب النفسية، حتى وان كانت عناصر مساعدة في بعص اشكال الحروب النفسية، لكنها قد تصبح أساسية وضرورية في أشكال أخرى، وهذا ما يضع أي باحث من إشكال عند محاولة ضبط او حصر هذه التقنيات والأدوات.

ولكن الذي يمكن الاتفاق حوله في اغلب الدراسات التي عالجت هذا الجانب، انها اعتبرت الدعاية والاشاعة أدوات ضرورية واساسية، ولكن يمكن إضافة عنصر آخر والذي هو الألعاب النفسية على اعتبار تقنياتها ضرورية هي كذلك -في أحيان كثيرة.

الفرع الأول: الدعاية

ان مفهوم الدعاية دائما ما كان محورا للجدل كما يذهب الى ذلك الكاتب الأمريكي ولتر ليبمان Walter Lippmann عندما عرف الدعاية بانها "محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها في مجتمع وزمان معينين" وهي نفس تعاريف كل من جاك ايلول Jacques Ellul: "ما هو دعاية لا يمكن أن يكون حقيقة" و تعريف ليونارد دووب Leonard Doob بأنها: "محاولة التأثير في الأفراد و الجماهير و السيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في زمان معين و لهدف مرسوم"[1] هذه الشكية في الأهداف هو ما أحاط مصطلح الدعاية بهالة من السوداوية على حسب وصف جيمس ريس لها:"و اعتبرت الدعاية أساس نشاط غير أخلاقي يستمد قوته من جوانب الضعف في الرأي العام يقوم به الممارسون المهرة، ويعتمد على تقديم جانب واحد من جوانب الحقيقة لتضليل غير القادرين على البحث عن الحقائق بأنفسهم"[2] الذي و إن أضاف الى شكية ليبمان صفة الغير الأخلاقية لأنه ربطها بتقديم الحقيقة منقوصة واستهدافها لفئات معينة القابلة لتقبل تلك الحقيقة وتبنيها، فالدعاية هدفها إبعاد المستهدفين عن أفكار معينة أو تبنيهم لأفكار أخرى وهو تعريف معجم مصطلحات الإعلام: "التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير بجعلها تتخذ اتجاها معينا، نحو نظام أو مذهب بصورة إيجابية أو سلبية، كما يحاول تهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها، و التشبع بها، وقد تلجأ في ذلك الى تشويه الحقائق و تحريفها"[3]، أما وزير الدعاية النازي غوبلز فقد ذهب لاعتبار أن أي وسيلة تخدم هدف الدعاية هي جيدة بعض النظر عن شكلها أو مدى أخلاقيتها: "للدعاية هدف واحد فقط هو إخضاع الجمهور، و تعتبر كل الوسائل التي تخدم هذ الهدف وسائل جيدة،

[1] نشأت الأقطش، **الدعاية الإعلامية**، (فلسطين: منشورات الوطن، 1999)، ص. 16.

[2] عاطف عدلي العبد، **الدعاية و الإقناع: الأسس النظرية و النماذج التطبيقية**.(القاهرة: دار الفكر العربي،ط 1، 2007)، ص. 17.

[3] أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات الإعلام**، (القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985)، ص. 129.

ذلك أنه ليس للدعاية في حد ذاتها طريقة أساسية"[1] حتى و إن كان تعريف غوبلز قد شرع كل الطرق و الوسائل لكن الذي يحمل على هذه التعاريف أنها لم تتطرق للآليات أو الوسائل التي تنشر الدعاية وفقها، وهو ما استدركته بعض التعاريف اللاحقة ومنها تعريف لازويل: "هي محاولة التحكم في اتجاهات الجماعات أو التأثير عليهم باستخدام رموز هامة" ثم أعاد تعريفها بأنها: "الانتقاء المحسوب للرموز وترويجها للتأثير على السلوك الجماهيري"[2].

أما عبد الوهاب الكيالي في موسوعة السياسة فهو يقدم تعريفا يمكن اعتباره يحيط بجوانب الدعاية لحد ما حيث وصفها بانها: "نشر الأفكار ووجهات النظر المرغوب في أن يتبناها الآخرون، و تستخدم أحدث وسائل الإعلام و الاتصال... كما تستخدم فنون الإيحاء الذاتي المبنية على اكتشافات علم النفس الفردي و الاجتماعي. والدعاية تميل الى تبسيط الأمور وإبراز المزايا والعيوب والأخطاء مما قد يقتل أية قدرة على النقد وعلى الحكم الموضوعي المتعقل..."[3]، حيث أبرز أن الدعاية استفادت من التطورات الحاصلة سواءً على مستوى العلوم الإنسانية وعلم النفس خاصة، من اجل استمالة الأفراد وجعلهم يتبنون مواقف معينة (باستخدام أساليب مختلفة ومبادئ علم النفس كالاستهواء والإيحاء واستغلال الميول الخاصة بالتقليد والمحاكاة تحت ضغط التكرار والاستمرار في برامج الدعاية)، تحت تأثير آليات الدعاية التي استفادت من جانبها من التطور التكنولوجي و الإعلامي. وهكذا فان الدعاية تفرض نوعا بحيث لا تترك الفرد حرا في اختيار النتائج المترتبة على تحليله لموقف معين. لأنها أي الدعاية لا تعرض الموضوع المعين وكل بدائله وإذا ما قامت بذلك فإنها توفر للمتلقي فرصة الاستيعاب والتقييم ثم الاختيار بمحض إرادته، فالدعاية لا تعنى بإيقاظ الجماهير بل تعمل على تخديرهم وشل قوة التفكير فيهم وإيقاظ غرائزهم ثم توجيهها الوجهة التي يريدها الداعية، مما يعني أن القائمين بالدعاية ينبغي أن يتوجهوا الى عواطف الناس قبل عقولهم. وان هناك ظاهرة ذات طبيعة معرفية تسهل مهمة الداعية في هذا المسعى، ألا وهي عدم التأهيل الكافي للجمهور في ميدان التفكير المنطقي، كما انه لا يمتلك الوقت الكافي للقيام بعملية التحليل[4].

ومن اهم العناصر في كل تعاريف الدعاية أن دعاية تبنى على أربع عناصر رئيسية هي:

- أنها تظهر على شكل رسالة إعلامية
- فيها أفكار أو فكرة غير صادقة ومحرفة
- تهدف الى تغيير قناعة وسلوك أفراد محددين
- أنها تخدم مصالح منشأ الدعاية[5]

[1] عاطف عدلي العبد، المرجع نفسه، ص .20.

[2] المرجع نفسه، ص. 19.

[3] عبد الوهاب الكيالي،(محررا). **موسوعة السياسة**. (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، ط3. المجلد 2. ، 1997)، ص. 681.

[4] غي دورندان، **الدعاية و الدعاية السياسية**، (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 2002)، ص. 25.

[5] نشأت الأقطش، مرجع سابق، ص. 24.

1. أنواع الدعاية

وضعت الكثير من التصنيفات للدعاية ولكن يكاد يتفق أغلب الباحثين في مجال الدعاية الى تقسيمها الى ثلاث أنواع رئيسية وهي:

- **الدعاية البيضاء:** وهي الدعاية المكشوفة والواضحة، أوهي النشاط العلَني من أجل هدف معين، وهو النشاط المتسق مع الغايات والقيم الإنسانية المتفق عليها كحقوق الإنسان والحفاظ على البيئة ومحاربة الطغيان والقضايا التي تتوقف مع قيم العدل والديمقراطية والشرعية.
- **الدعاية السوداء:** وهي الدعاية السرية مجهولة المصدر، وتقوم على نشاط المخابرات السرية. وتنمو بطرق سرية داخل المجتمعات المستهدفة لإثارة الفوضى والنزاعات وزرع الشكوك، عن طريق نشر الأخبار الكاذبة. وهذه الدعاية تنمو وتتوالد بطرق خفية، وهي تتداخل مع حرب الإشاعات والحرب النفسية التي تنشط من خلال الحروب
- **الدعاية الرمادية:** وهي الدعاية التي تقوم على أساس عدم الخوف على مصدرها، ولكنها تخفي من ورائها

أهداف خاصة. غير أنه من الممكن الوقوف على غايتها الحقيقية، وذلك من خلال التدقيق في أهدافها وطبيعة الجماعات أو القوى التي تقف ورائها وبالتالي فضحها والكشف عن غايتها الحقيقية.

هذا التقسيم وان كان شبه متفق عليه كما سبق وأشرنا لذلك، لكنه يشار اليه على انه تقسيم حسب مصدر الدعاية ولا يحصر أنواعها فقد ظهرت عدة تقسيمات أخرى تحاول الادعاء بالإحاطة بأشكال الدعاية وتعتمد معايير أخرى ومنها:

- حسب المضمون: دعاية سياسية، تجارية، اجتماعية، دينية
- حسب الهدف: تكتيكية، استراتيجية
- حسب المنطلقات الجغرافية: داخلية، خارجية
- درجة مشاركتها وانتشارها: دعاية الإثارة المباشرة، دعاية الإثارة غير المباشرة
- وفقا لطبيعة الرموز المستخدمة: دعاية الكلمة، دعاية الفعل.
- درجة وضوح الهدف: كامنة، ظاهرة.
- وفقا لأسلوب الإقناع: منطقية، غير منطقية.
- ومن ناحية العلاقة بين نشاط الدعاية والدعاية المضادة: دعاية دفاعية، هجومية، انقسامية، دعاية التركيز.

2. **تصنيفات الدعاية**

ولعل أبرز التقسيمات التي طرحت لتبيان أشكال وأنواع الدعاية، هو التقسيم الذي وضعه المنظر الفرنسي جاك إيلول، ووضحها في كتابه "الدعاية: التي تشكل مواقف الرجال" والذي حاول من خلال تصنيفه دمج جميع المعايير سابقة الذكر وعلى أساسها أعطى نموذج يرتكز على أربع معايير أساسية لتصنيف الدعاية[1] وهي:

أ. **الدعاية السياسية والاجتماعية**: فالدعاية السياسية تعرف بانها الأساليب التي تعتمدها الهيئات الإدارية والسياسية للتأثير في سلوك الجماهير في شقها السياسي، وقد تكون ذات بعد استراتيجي طويل المدى تتعلق بالسياسات العامة... أو تكتيكي آني تتعلق بالأزمات والظروف الراهنة.

أما الدعاية الاجتماعية وهي الدعاية التي تسعى الى لم شمل المجتمعات وتوحد سلوكياتهم بناء على خصوصية هذا المجتمع، كالدعاية لتبني نموذج المجتمع الأمريكي المتحرر، فهي تسعى لتعميم أيديولوجية وتبنيها من خلال تسويقها في إطار سياقها الاجتماعي.

ب. **دعاية الدمج والتحريض:** دعاية الإثارة وهي الدعاية التي هدفها التحريض ضد جهة أو طبقة أو طائفة ما، أو حتى فرد، والتي كثيرا ما يقودها حزب أو تنظيم سياسي، والتي تسعى لتحفيز الطاقات إلى أقصاها، وسحب الفرد من سياق حياته اليومية إلى الحماس والمغامرة والتهور أحيانا. دعاية الدمج وهي عكس دعاية الإثارة فتسعى إلى خلق نوع من التوازن والترابط الاجتماعي.

ت. **الدعاية العمودية والأفقية**: الدعاية العمودية هي تلك الدعاية التقليدية التي يقوم بها قائد أو مرجع معروف اجتماعيا وسياسيا وروحيا ينتمي الى نخبة ما، حيث يسعى للتأثير على الجمهور بشكل مباشر، حيث تأتي الدعاية هنا من الأعلى وبشكل عمودي.

أما الدعاية الأفقية فهي أفقية لأنها تتم داخل الجماعة وتنتشر بينها بشكل أفقي ولا تنزل عليها من الأعلى، ويبرز هذا الأمر في يوميات العمل السياسي والتبشيري الديني، وفي الحملات الانتخابية. ويسعى هذا لنوع إلى تشكيل وعي متماسك ويتم تقديم هذا النوع من الدعاية بطريقة ثنائية بين الأفراد في نفس المستوى.

ث. **الدعاية العقلانية واللاعقلانية:** تسعى الدعاية الى تحقيق السلوك المرغوب فيه عن طريق الإقناع. أي أنها تستبعد القوة والقهر للتأثير على المستهدفين، فهي تستخدم نوعا من المنطق. ولا يوجب هذا المنطق أن يكون منطقا صادقا، لكن مدى منطقيتها هو ما يؤدي بها الى القبول الجماهيري، حتى وعن كانت تتعارض مع المصالح الفردية أو الجماهيرية.

فالدعاية العقلانية المنطقية هي تشيد بالتصورات وتبني فروضها بالاستناد الى الأرقام والوقائع والإحصائيات والبراهين والحجج العقلية، فهي تتوجه بشكل رئيسي الى الوعي والعقل والمنطق وتتجنب قدر المستطاع مخاطبة المشاعر والعواطف والغرائز. وتكون ناجحة حتى في مخاطبة الأعداء أثناء الحروب.

[1] Jacques ELLUL. **Propaganda The Formation Of Men's Attitudes**. Translated by: Konard KELLEN and Jean LERNER. (New York: Vintage books a division of random house, 1973), pp. 61-92.

أما الدعاية اللاعقلانية تحاول مخاطبة لاوعي الفرد، واستثارة غرائزه وأهوائه وانفعالاته وعواطفه، فهي تبتعد عن أدوات التحليل التعليل العقلي والعلمي.

3. أساليب الدعاية وأسباب نجاحها

وان كانت للدعاية أنواع متعددة تبعا لعديد المعايير، وعلى نفس الأساس تختلف أساليبها، وذلك وفق ما تقتضيه الخصوصيات الزمانية والمكانية والبيئية والمتلقي وهدفها، ومن اهم أساليبها

- الأسلوب الديني (النثر والخطابة): وهو ما يستعمله الشعراء والخطباء للتأثير على سلوك الأفراد.
- أسلوب الكذب والاختلاق: وهو ما يستعمل في الحروب كإذاعة خبر احتلال مدينة معينة.
- أسلوب الأناشيد والأغاني: وخاصة الأغاني الوطنية والحماسية.
- أسلوب الشعارات: استخدام الكلمات البسيطة والرنانة من أجل التأثير على سلوك الأفراد.
- أسلوب التكرار: مثل الجريدة التي تستخدم الدعاية في أكثر من مرة حتى يتحقق الهدف منها.
- أسلوب النكتة: أي عملية استغلال النكتة ذات الطابع السياسي أو الاجتماعي[1]

أما المعهد الأمريكي لتحليل الدعاية فقد قام بوضع سبع قواعد أساسية لتحليل الحملات الدعائية وهي:

1. إطلاق صفات وأسماء تتخذ شكل قوالب جامده سلبية.
2. إطلاق التعميمات والشعارات البراقة.
3. التحويل وفيه تستعير رموز لها قيمة كبيرة وتستخدم بطريقة جديدة.
4. الإجماع من الناحية الكيفية وهو ما يسم ى بتأثير المكانة المتميزة أو تأثير الشخصية البرقة أي استخدام شهادات أناس ذوي شهرة بعيدة وصيت ذائع تحتوي على عبارات مؤيدة.
5. البساطة الشعبية وفيها توكيد الصفات البسيطة المألوفة.
6. الاختيار والتشويه وتغيير الحقائق والأرقام.
7. الأغلبية معه- أي الإجماع من الناحية الكمية وهو ما يسمى بتأثير الأغلبية أو عربة لفرقة[2]

وأوضحت موسوعة العلوم السياسية أسباب نجاح الدعاية، باقتباسها لشرح المنظر الفرنسي جاك أيلول: " أن الدعاية لا يمكن دراستها وفهمها إلا في سياق ثقافي وتاريخي محدد. وهذا هو السبب في أن معظم

[1] نشأت الأقطش، مرجع سابق،

[2] Institute for Propaganda Analysis. **the Publications of the Institute for Propaganda Analysis**. (New York: Institute for Propaganda Analysis, vol 01, 1938).

الأمثلة على أن ن الدعاية القادمة من بلدان أخرى، أو ثقافات مختلفة، أو عقود سابقه تبدو في كثير من الأحيان ساذجة أو عديمة الجدوى بالنسبة لمراقبي اليوم"[1].

الفرع الثاني: الإشاعة

تعددت مفاهيم الإشاعة* وتعددت نظرة الباحثين إليها، فمنهم فسرها على أساس موضوعها ومنهم من حاول تحليلها على أساس الآثار المترتبة عنها، ومنهم من حاول دراساتها على الأساس الدور التي تلعبه في الحياة الاجتماعية، وهناك تيار آخر درس مراحل تطورها وسيرورتها.

وقبل التطرق لتعريف الإشاعة، يجب توضيح أن الإشاعة تعتبر أقدم أشكال الإعلام[2]، أما كنظرية فيعتبر عالم النفس وليام ستيرن William STERN، والذي يعتبر أول من وضع نظرية للإشاعة عام 1902، حيث "شكل خبرا من تسع وأربعين تفصيلا، تم تناقله بشكل متسلسل من شخص الى آخر، وقد لاحظ أن الخبر المذكور قد تقلص بسرعة إلى اثنان وأربعين تفصيلا وذلك بمجرد أن وصل إلى الشخص الرابع، هذا ناهيك عن الإضافات والتحويرات والإلغاءات التي استحدثت على الخبر الأصلي والذي تغير بشكل كامل على ما كان عليه"[3].

1. جوانب تعريف الإشاعة

يصعب وجود تعريف دقيق للإشاعة وهذا نتيجة لارتباطها بالجوانب النفسية والاجتماعية والسياسية وحتى الاقتصادية والثقافية للحياة الانسانية، وتميل أغلب التعريفات الى ربطها بالجوانب النفسية والاجتماعية البحتة أكثر من دراستها على أساس أبعادها الوظيفية، والأدوار التي يمكن أن تلعبها، لكن الملاحظ ان هناك نهجين عامين في تعريفها هما:

- **الاشاعة كرسالة اتصالية:** وهو النهج الذي يرى الإشاعة كرسالة أو اقتراح، حيث يعتبرها معلومة زائفة ومضللة، فهي تحوير وتزييف للمعلومات لقيادة الجماهير المستهدفة لتبني مفاهيم خاطئة.

---

[1] George Thomas Kurian (editor), **The Encyclopedia Of Political Science**. (Washington: CQ Press, 2011), " **Propaganda** ", p. 1366.

*هناك من يعتمد الإشاعة والشائعة على أساس انهما مترادفان ويحملان نفس المعنى، لكن الذي وجدناه انهما مختلفين "فالشائعة (عادة تقتصر على مجرد إيداع الخبر ونشره) في حين أن الإشاعة (لا يكتفي مروجوها بنقل الخبر فقط بل يعملون على الزيادة والإضافة عليها وعدم الاكتفاء بنقل الخبر الذي وصل إليهم فقط الأمر الذي يجعل نسبة الكذب والافتراء فيها أكثر" في (خشمون مليكة. "المنهج النبوي في تحقيق السلم المدني و التصدي للإشاعات." مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جوان, 2018: ص 139-155) لذلك اعتمدنا مصطلح الإشاعة في دراساتنا لأنها انسب لموضوع الدراسة

[2] مختار مروفل، "الإشاعة الحربية في زمن الإرهاب بالجزائر المفاهيم والنماذج: نحو قراءة أنثروبولوجية تفسيرية"، **الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية**، ع 19، جامعة الشلف، جانفي 2018، ص . 31-26..

[3] المرجع نفسه..

- **الاشاعة كنموذج عملي:** في حين أن هذا الاتجاه يعتبر الإشاعات كشكل من أشكال العمل الجماعي في المجال الاتصالي، فيعتبر الإشاعات جانبا أساسيا من العملية الجماعية لحل المشاكل، أي أنها أكبر من تكون مجرد رسالة تحتوي كلمات.

ولعل أبسط تعاريف الإشاعة هي أنها: "تصريح أو تعليق يطلق لتصدقه العامة، ويرتبط بالأحداث الراهنة، وينشر دون التحقق من صحته" فهي بذلك تعتبر قيمة غير مؤكدة، أو تفسيرا مضللا لقضية معينة تعد محل اهتمام جماهيري، لكنه ومن أوائل التعريفات الإشاعة هو تعريف الباحثين غولدن ألبورت Gorden Alpport وليو بوستمان Leo Posteman في دراستهما حول "قانون الإشاعة" سنة 1947: "كل قضية أو عبارة نوعية مقدمة للتصديق وتتناقل من شخص لآخر عادة بالكلمة المنطوقة، وذلك دون أن تكون معايير الصدق حاضرة بها"[1] ، لكن هذا التعريف انتقده رالف روزنو Ralph Rosnow و اعتبر أن التعريف الذي يقول إن الإشاعة هي مجرد معلومات غير متحقق منها مرسلة بكلمة الفم، هو تعريف عفا عنه الزمن على اعتبار تطور وسائل الاتصال وتمددها ساهم في انتشار الإشاعة أكثر و تعديها لكل الحدود: "هناك تأكيد واحد هو أن الإشاعات عاده ما يتم التبليغ عنها عن طريق كلمه الفم. وهذا اقتراح يمكن القول به، لكنه لن يظهر كفاءة وسائل الإعلام سواءً المطبوعة أو المكتوبة، فهي تسهم كذلك في إدامة وجود الإشاعة بالاستماع إليها وتناقلها، فهي تنتج طاحونة من الإشاعات التوسعية"[2]، حيث أن هذا التعريف لم يعد تعريف الإشاعة فحسب بل أضاف موازين جديدة يمكن للشائعة الاعتماد عليها للانتشار و التي أصبحت تعتمد آليات معقدة للتوسع، لكن التعريفات ركزت على آليات الانتشار وأغفلت الأثر الإشاعة على المجتمعات، و أدوراها و هو ما استدركته بعض التعريفات اللاحقة خصوصا بعد ان أصبحت الإشاعة محور دراسات اجتماعية و نفسية: "الإشاعة عبارة عن تصريح غير متحقق منه وذو صلة بالمعلومات ينتشر بين الناس، ويقول علماء النفس الاجتماعيون إن الإشاعات تنشا في سياقات الغموض، عندما يكون معنى الحالة غير ظاهر بسهولة، أو تهديدا محتملا، عندما يشعر الناس بحاجه ماسه إلى الأمن"[3]. ويسلط هذا التعريف الضوء على ثلاثة جوانب هي:

أ. **السياق:** فمن شروط الإشاعة أنها تنشأ ضمن وقائع حقيقية تتسم بالغموض لانعدام الأخبار أو اقتضابها أو تضاربها أو عدم قبولها[4]، فهي تنشا في إطار سياقات ظرفية تتسم بالغموض، وتحمل في طياتها وجود التهديد، فحالات انعدام الأمن أو الترابط والتقارب بين الأفراد كحالات النزاعات الإثنية أو الهوياتية أي

[1] علي سلطاني، "مفهوم الشائعة بين التنظير الغربي والتأصيل الإسلامي"، **حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية**، ديسمبر 2014، ع 19، ص . 209-242.

[2] Noreddine Hamici, "Rumor In Digital Space: A New Ecology Of Mass Falsehood", **La revue de la Communication et du Journalisme**, Vol 02, Juin 2015, pp. 85-105.

[3] Vahed Qazvinian, and ALL,"Rumor has it: Identifying Misinformation in Microblogs", **Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing**. Edinburgh, Scotland, 2011. pp.1589-1599.

[4] كامل محمد عويضة، **علم نفس الاشاعة**. (بيروت: دار الكتب العلمية، 1996)، ص. 55.

حالات التميز العرقي أو الاثني يعتبر ميدان خصب لتنامي الإشاعات وانتشارها. بإضافة لإن البيئة التي تنتشر فيها الإشاعات دائما ما تتسم بالغموض وعدم "توفر المعلومات الكافية حول موضوع ما"[1] هو ما يسهم في انتشارها وتناقلها كذلك السياقات الطبيعية الغير مستقرة تسهم في انتشارها خصوصا بعد الكوارث الطبيعية

ب. **الوظيفة**: فالإشاعة ستكون هي وظيفة في حالات الغموض الذي يميز الحس الجمعي ضمن سياقات محددة، ويقصد بذلك حالات زيادة نسبة الغموض في الأفكار أو المواضيع التي تمس المجتمع عامة أو فئة معينة، وغياب المعلومات الكافية عن موضوع يهم فئة ما أو مجتمع ككل فتنشأ الإشاعة لتؤدي وظيفة التفسير و التحليل و تبيان هذا الغموض الذي يكتنف الظاهر و تطرح الاقتراحات و الافتراضات "حيث يعدها آخرون من اكثر صور النشاط الاجتماعي بعدا عن المنطق، وتكشف رغبة الناس وتعطشهم للمعرفة، و رغبتهم في المعرفة و الاستطلاع"[2] ومن أمثلة ذلك نظرية المؤامرة التي يعتبرها الكثيرون نظرية مفسرة لكل الظواهر الغامضة، فنظرية المؤامرة هنا تعتبر شائعة ذات وظيفة تفسيرية تنتج عن عدم الثقة في الإعلام أو القضايا التي يطرحها الإعلام، وبذلك تخلق شبكة واسعة من النقاشات التي هي في الحقيقة شائعات. فالإشاعة تخدم الحاجة الجمعية للفهم ضمن السياقات الظرفية، كما أن صياغتها تضفي طابع البحث عن مصدرها تبعا للمستفيد منها[3]، وقد تأتي في إطار وظيفي دفاعي، بالدفاع عن المعتقد أو الجماعة إذ كان هناك إحساس بالظلم أو الدونية اتجاه الجماعات الأخرى أو المعتقدات الأخرى. أي أنها تمارس وظيفة تعزيز العلاقات[4].

ت. **المحتوى:** قد تكون الإشاعة نوعا من أنواع إدارة التهديد، فهي تتدفق بشكل طبيعي ضمن سياقات غامضة ووظائف مختلفة، فتكون الإشاعة أداة لفهم وإدارة التهديد، فهي تناقل لمعلومات والتي قد تكون نقل لمعلومات فردية حتى تكون معلومات جماعية لمحاولة، أي هي تحويل الحس الفردي الى حس جماعي، و لا تتحول الى حس جماعي يجب أن تمر عبر سلسلة من التنقلات، و تختلف هذه التنقلات باختلاف التفاعلات، يمكن أن تنتقل بشكل أفقي أي من شخص لآخر أو بشكل عنقودي من مجموعة الى مجموعة أو بشكل تفاعلي بين الجماهير و الإعلام وتفهم من خلال سياقها[5]، وكما سبق وأشرنا في أن سياقات نشأة الإشاعة هو الغموض و أن وظيفتها هي إزالته وتبيانه، فإن المحتوى و إن كان هو حكايات مثيرة للاهتمام و بعض الأساطير لكنه دائما ما يكون ذا صلة بمختلف المتغيرات الاجتماعية و النفسية و الاقتصادية و غيرها، وترتكز ليتداول محتواها جديد ويضيف مفاهيم جديدة ذات قبول واسع.

---

[1] Tamotsu Shibutani, **Improvised news: a sociological study of rumor**, (Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1966), p. 23.

[2] مشربط عفيفة، **الإشاعة و طابعها الإجتماعي و النفسي و الثقافي**. رسالة ماجستير غير منشورة، (تلمسان: جامعة تلمسان، 1999)، ص. 08.

[3] Tamotsu Shibutani, op cit, p. 23.

[4] Nicholas DiFonzo, and Prashant Bordia**, Rumor Psychology: Social and Organizational Approaches**, (Washington: American Psychological Association, 2007), p. 70.

[5] Ibid, p. 254.

بالإضافة الى أن المحتوى الإشاعة يجب أن يكون ذا أهمية، كما هي أهمية الغموض، ويرمز لذلك بالدالة:

(انتشار الاشاعة= أهميتها x غموضها)[1]

فانتشار الإشاعة يرتبط بحاصل ضرب أهميتها بغموضها، فإن كانت الأهمية صفرا لن ينتشر محتوى الإشاعة كما أنه إن كان موضوعها واضحا ويتمتع بالشفافية كذلك لن تنتشر الإشاعة، هذا القانون ليس شرطيا جازما لانتشار المحتوى لكنه يفسر أغلب حالات انتشار الإشاعات وليس كل الحالات.

ومن التعريفات العربية للشائعة، فيعرفها مصطفى الدباغ بأنها: "كل خبر يحتمل الصدق مجهول المصدر وليس معه دليل على صحته، يتناقله الأفراد لارتباطه بموضوعات تعتبر هامة بالنسبة لهم، ويروج لها بوسائل مختلفة بقصد تقبله ليخدم أهداف جهة المنشأ"[2] ولعل ما يميز تعريف مصطفى الدباغ فإنها يبرز السمات الأساسية للإشاعة وهي:

- أنها خبر صادق أو يحتمل الصدق ليحظى بالقبول
- أن هدف الإشاعة أنها تبث لتنشتر وتروج لأهداف المنشأ
- أن موضوعها يحمل خاصية الأهمية للمنشأ أو للمروجين
- أنها تنتشر وتتزايد بصفة طردية
- لا يمكن التحقق من مصدرها أو منشأها
- لا يمكن التحقق منها أو ما يؤكد صحتها أو كذبها

2. أنواع الإشاعة

قبل التطرق لعوامل انتشار الإشاعة يجب أن نحاول الإحاطة بتصنيفاتها لاعتبارها ذات أهمية في تحديد آليات الانتشار والقبول، وكما سبق وأشرنا في أنواع الدعاية وذكرنا أنها تصنف حسب معايير، كذلك الإشاعات فهي تصنف وفق معايير مختلفة وان اختلفت من باحث لآخر حسب وجهة نظره الا انه على العموم ومما اطلعنا عليه هناك معايير رئيسية لتصنيف الشائعة هي : معيار الوقت، أو معيار المكان، معيار الغاية، ومعيار الهدف، معيار موضوعها، وهناك من يضع لها معايير: الوقت، الموضوع، الدوافع والبواعث، آليات الدفاع النفسي، مدى الانتشار، الهدف المباشر والأثر، الأسلوب.[3]

أ. **حسب معيار الوقت:** ويرتبط هنا بوقت انتشارها وسرعة الانتشار ابتداء من صدورها.[4]

[1] كامل محمد عويضة، مرجع سابق، ص. 54.

[2] مصطفى الدباغ، مرجع السابق، ص. 88.

[3] مصطفى الدباغ، المرجع السابق، ص . 93-98.

[4] أحمد نوفل، **الإشاعة**، (عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1987)، ص . 78-82.

الإشاعات الزاحفة: وتسمى زاحفة لأنها تنتشر ببطيء، وقد يرجع البطء للترابط الاجتماعي، أو لتخطيط من منشئها[1]، أو أنا بطؤها يرجع الى صعوبة تصديقها لذلك تنشتر ببطء حتى يتقبلها الناس ويتناقلونها في الأخير،

الإشاعات الغائصة أو الغاطسة: وهي الإشاعة تظهر في وقت ما وضمن سياق ما ثم تختفي لمدة وتعود لتظهر مع ظهور نفس السياق، والإشاعة التي تظهر ضمن المسارات الدورية كالانتخابات والحروب والأزمات. أو قد تكون في سبات داخل لاوعي الفرد ثم يتذكرها دون تنبه منه لتشابه السياق الذي يجد نفسه فيه.

ب. حسب معيار المكان: أي المعيار الجغرافي للانتشار وتصنف الى[2]:

الإشاعات المحلية: وهي الإشاعات التي تنتشر ضمن مناطق محدد كالمدن والأقاليم، وتراعي في محتوها خصوصية المنطقة الجغرافية التي تريد أن تنتشر فيها.

الإشاعات الوطنية: وهي قد تكون إشاعة محلية لكنها تنتشر لتشمل الدولة ككل، مع تغير المحتوى ليشمل خصوصية الدولة مكان خصوصية المنطقة المحلية التي انطلقت منها.

الإشاعات العالمية: وهي الإشاعات التي تمتد لتنتشر ضمن إقليم دولي أو الى المستوى العالمي، كالإشاعات حول الأوبئة والأمراض (مرض الأيبولا، وأنفلونزا الطيور مثلا).

ت. حسب معيار الغاية:

الإشاعة المتفائلة: هي إشاعات تتوافق مع يتمناه الأفراد، أو تتطابق مع آمالهم ورغباتهم، ويكون انتشارها بشكل سريع لأنها قد تشعرهم بالرضى وتبث فيهم الأمل.

إشاعة الخوف: هي عكس الإشاعة المتفائلة، حيث تبث الخوف وتهدف لتحطيم المعنويات، وثقتهم بأنفسهم وتدفعهم لعدم الشعور بالأمان.

إشاعة الكراهية: وهي التي غايتها بث الفرقة والفتنة والكراهية والخصومة

وهناك من يقسم الإشاعات ضمن هذا المعيار الى إشاعات: الرغبة، الخوف، الفضول، التبرير، التفسير، تخفيف حدة التوتر.. وقد يجتمع في إشاعة واحدة أكثر من غاية أو دافع.[3]

ث. حسب معيار الهدف:

إشاعات فردية: وهي تستهدف فردا معينا دون غيره، وتكمن أهميتها في أهمية الفرد المستهدف فإن كان فردا عاديا فهي ستبقى في محيطه فقط، أما إن كان الفرد الهدف شخصية معروفة أو بارزة هنا تزيد نسبة انتشارها، ومثالها الإشاعات التي تطلق عن السياسيين والفنانين.

---

[1] المرجع نفسه، ص. 79.

[2] جمال محمد خليفة المري، **الأمن القومي: الجريمة المنظمة، الإرهاب، التجسس، الاشاعة، التخريب**، (دبي: اكاديمية شرطة دبي، ط 01، 2005)، ص 112.

[3] أحمد نوفل، المرجع نفسه، ص. 81.

إشاعات جماعية: وهي إشاعات تستهدف فئة معينة مميزة عن غيرها من مكونات المجتمع سواءً عرقيا أو دينيا أو اثنيا،

إشاعات مجتمعية: وهي الإشاعات التي ترتكز على وسائل نشر خارجية أو أن مصدرها خارجي عموما، وتستهدف المجتمع ككل.[1]

ج. حسب معيار موضوعها:

إشاعة سياسية: تتعلق بالمواضيع السياسية كالانتخابات وسن القوانين..

إشاعة عسكرية: تنشتر بكثرة زمن الحروب والنزاعات

إشاعة اقتصادية: تتعلق بالمواضيع الاقتصادية ذات الأهمية المجتمعية، كرفع أسعار السلع، والأزمات الاقتصادية.

3. مراحل انتشار الإشاعة

هناك مراحل تمر بها الإشاعة، حتى تسري وتنتشر وهذه المراحل هي:

أ. مرحلة صنع الإشاعة:

لما كانت الإشاعة رواية خبرية في المقام الأول، فهي عملية ترتبط بالإدراك والترابط الحسي، وتدور حول الحفظ والتذكر، وتعتمد اللغة والتعبير في المقام الثاني[2]، حيث في هذه المرحلة يتم إنتاج الإشاعة حيث يراعى في ذلك ترابط مدلول موضوعها ونسبة الغموض التي تكتنفه، ذلك أن هدفها تقديم التفاسير، ويراعى في إنتاجها الإيجاز لسهولة تذكرها.

ب. نقل الإشاعة وترديدها أو مرحلة المغامرة أو المجازفة:

وهي مرحلة نشرها وذيوعها، وقد وجدت عديد الدراسات التي تبين طرق نشرها أو ما سمي "بقانون انتشارها"، ولكن يرجع أغلبهم انتشارها الى العمل الجماعي بالإضافة كما سبق وأشرنا الى الغموض والأهمية، وإن كانت صناعتها تعتمد على الإدراك، لكن نشرها يعتمد على الحفظ والتذكر[3]، فالتذكر هو محاولة دفع الذاكرة الى إعادة إنشاء الأحداث و الواقع كما حدثت، لكن الذاكرة لا تحتفظ بالتفاصيل لمدة طويلة بل قد تتعرض للنسيان و الاختزال، لذلك تدخل الروايات الفردية و الإضافات للموضوع بما تفتضيه ضرورات المقام.

ت. مرحلة انتهاء الإشاعة أو سباتها:

وهي المحصلة النهائية لعملية ولادة وانتشار الإشاعة وعمر الإشاعة. فمن الإشاعات ما يحيا لمدة ساعة أو ساعات، أو يوم أو أيام، أو أسبوع أو أسابيع، أو شهر أو سنوات أو قرون، أو يموت ليعاود الظهور في فترات دورية.

وفي تحليل للإشاعة قام به علماء الاجتماع في أمريكا، ونشرت نتائجه سنة 1991م، وجدوا أن الإشاعة هي عبارة

[1] جمال محمد خليفة المري، المرجع السابق، ص . 112-114.

[2] مصطفى الدباغ، المرجع السابق، ص. 101.

[3] المرجع نفسه، ص. 102.

عن نوع من الفيروسات النشطة التي تنمو، بسبب قدرتها على توليد مخاوف لدى الجمهور المستهدف، تمكنها من الانتشار. وتتغير هذه الفيروسات لتناسب أوضاعا جديدة. أما بالنسبة لعمر الإشاعة، فقد قالوا إن بعض لإشاعات قد تعيش لعدة قرون.[1]

4. عوامل انتشار الإشاعة

ونقصد هنا بعوامل انتشار الإشاعة، العوامل النفسية الكامنة وراء انتشارها وتناقلها، أي ما الذي يحاول ناقلها تحقيقه أو إثباته؟ فقانون انتشار أو تفشي الإشاعة لا يتعلق بصانع الإشاعة بقدر ما يتعلق بآليات و دوافع تناقلها بين الأفراد، وقد كان هذا القانون محور دراسة لعديد الدراسات النفسية و الاجتماعية التي حاولت تفسيره، و قد حصرت اغلب هذه الدراسات المتغيرات الأساسية لتناقل الإشاعات في الإدراك الجماعي و السلوك، حيث أن الناس يتفاعلون في شكل اجتماعي أو ما يسمى بالتفاعل الاجتماعي الذي " هو عملية تأثير متبادلة ومستمرة بين (فرد وفرد) أو (فرد وجماعة) أو (مجموعة ومجموعة) تؤدي الى اتصال دائم بين الأفراد لتحقيق هدف محدد وهو يمكن أن يكون تفاعلا إيجابيا أو تفاعلا سلبيا وذلك من خلال التعرض لمجموعة من المواقف الاجتماعية المختلف (تعاون، تواصل اجتماعي، تعاطف، الانتماء للجماعة)"[2] أي أن التفاعل بتمحور حول أربع مواقف رئيسية هي: التعاون، التواصل الاجتماعي، التعاطف، الانتماء للجماعة، ذلك أن التفاعل الاجتماعي، هذه المواقف يمكن إجمالها في ثلاث أهداف رئيسية هي العمل بفعالية (التعاون) أو بناء وحفظ العلاقات (الانتماء للجماعة) أو بناء الانطباعات الذاتية (التواصل والتعاطف). حيث أن العمل بفعالية يكفله التعاون البيني كاستجابة لمتطلبات البيئة والتعامل معها، ام بناء/حفظ العلاقات فإن التفاعل بين الجماعة والإحساس بالانتماء لها يساعد على البقاء والاستمرار، أما بناء وتحسين الانطباعات الذاتية في إطار السياق الاجتماعي المبني على التواصل يعزز الأهداف السابقة ويبقيها خصوصا إن كان التعاطف طرفا محوريا في هذه العلاقات. هذه الأهداف وما يصاحبها من مواقف، تعزز انتشار القيل والقال Gossip والأفكار وحتى الأساطير الاجتماعية والحضارية Urban Legend[3]، ومن خلال ذلك سنحاول سرد اهم العوامل التي ذكرت لانتشار الشائعات:

أ. **العمل بفعالية (الإسقاط):** ذلك أن الاستجابة الفعالة والتأقلم مع البيئة المادية والاجتماعية أمر ضروري للبقاء. يتجلى هذا الهدف في مجموعه متنوعة من الاحتياجات البشرية، ولكي نتصرف بفعالية، نحتاج إلى معرفه صحيحة ودقيقة بظروفنا. ومن ثم، فان هذا الهدف يحفز البحث عن معلومات دقيقه ونشرها، وهو أمر ضروري للاستجابة الفعالة للوضع. وعندما يحفزنا الهدف المتمثل في العمل بفعالية، فإننا نسعى إلى الحصول على معلومات دقيقه ونقيم تلك المعلومات.

---

[1] حسن السعيد. **سيكولوجيا الاشاعة: رؤية قرآنية**. (عمان: دار دجلة، 2011)، ص 22

[2] سليمان عبد الواحد إبراهيم، **علم النفس الاجتماعي ومتطلبات الحياة المعاصرة**، (عمان: الوراق للنشر و التوزيع، ط1، 2014)، ص 200

[3] Robert Cialdini and Noah Goldstein,"Social Influence: Compliance And Conformity", **Annual Review of Psychology**, Vol. 55, no. 01, Feb 2004, pp. 591-621.

هذه الفاعلية تسمى كذلك بالإسقاط وبقصد بها "الحالة الانفعالية التي يسعى من خلالها الفرد بتأويل ما يدور في بيئته المحيطة وفق ما يملك من رغبات ومخاوف ونزعات والتي يحاول من خلال هذا الإسقاط تقبلها ومن ثم نشرها"[1].

ومن المتغيرات التي تم تحديدها في انتشار الإشاعات ، والتي تعكس دافع العمل بفعالية هي المتغيرات التي تتعلق بتقصي الحقائق مثل: عدم اليقين ، والأهمية ، وانعدام السيطرة ، والقلق[2]، ويقصد باليقين هو تلك الحالة النفسية التي تعتري المرء اتجاه القضايا ذات الأهمية و التي تنعدم فيها المعلومات الرسمية ما يولد مشاعر نقص السيطرة و القلق اتجاهها، أما الأهمية فيقصد بها أن مشاركة المواضيع ذات الاهتمام المشترك و التي تؤدي الى حالات عدم اليقين حول مصدرها أو عدم القدرة على السيطرة على غموضها، يؤدي الى ان يكون مصدرا للقلق اتجاهها، وهذا ما يجعلها موضوعا للإشاعة و تداولها.

ب. **دافع تعزيز العلاقة (الإسقاط المتمم):** العلاقات الاجتماعية تعتبر من أهم العناصر الضرورية لبقاء المجتمع البشري وتنميته، ينعكس الهدف من بناء/الحفاظ على العلاقات في مجموعة متنوعة من السلوكيات وعلاقات التواصل[3]. أما فيما يخص هذا الدافع في انتشار الإشاعات فقد ظهرت شكلين للإشاعة وهي الإشاعة ذات الطابع السلبي و الإشاعة ذات الطابع الإيجابي، و قد وجد أن الإشاعة الإيجابية أكثر قابلية للانتشار من السلبية، لكن هذا لا يمنع تناقل الإشاعات السلبية، ويقصد بذلك تلك الإشاعات التي تتنبأ بأحداث سلبية، ما يساعد على التأقلم مع الوضع أو الإعداد له، لان امتلاك وتبادل المعلومات بين الأفراد يزيد من المكانة عند ضمن شبكات التفاعل الاجتماعية، حيث في حالات وجود التهديد أو زيادة نسبة الغموض تصبح قيمة المعلومات تحصيلا لمكانة الفرد، فتزيد نسبة الشائعات لاكتساب مزيد من المكانة و السمعة. أو أن يلتمس الشخص في السياقات التي يفترضها في الآخرين مادة تفسير معقولة لمشاعره أو الغموض الذي يكتنف الموضوع[4].

ت. **دافع التعزيز الذاتي (الإفلات من مشاعر الإثم):** ويشير هذا الهدف الى أن البشر عموما يسعون في معاملتهم الى الحفاظ على الصورة الذاتية الإيجابية، والانخراط في الأعمال التي تعزز احترامهم الذاتي عند الغير، عن طريق إيجاد الأساليب والطرق التي يفلتون بها من تأنيب الضمير "إن ما نسميه خطيئة عند الآخرين هو مجرد تجربة "عندنا" فالآخرون الذين يرتكبون الخطايا لا نحن. وحتى وأن ارتكبناها فما أهونها مقارنة بخطاياهم"[5].حيث أن معظم الناس أنهم أفضل من غيرهم في حالة قياس مدى الخطأ في سلوكهم، وهو ما يتخذ

[1] كامل محمد عويضة، مرجع سابق، ص. 60.

[2] Nicholas DiFonzo, and Prashant Bordia, "When social psychology became less social: Prasad and the history of rumor research", **Asian Journal of Social Psychology**, Vol. 5, 2002, pp. 49-61.

[3] Cialdini & Goldstein, op cit.,

[4] كامل محمد عويضة، مرجع سابق، ص 63

[5] المرجع نفسه

كتبرير لجميع السلوكيات. ويمكن لهذا الدافع أن يكون سببا في نشر الشائعات. فالشائعات يمكن أن تنشأ من لأهداف دعائية حاقدة ومتحيزة.

الفرع الثالث: الألعاب النفسية

كثيرة هي البحوث التي تعالج وتدرس القضايا النظرية والتطبيقية لمختلف اشكال الألعاب النفسية كالإكراه الغير المباشر والتلاعب على اعتبارها ظاهرة اجتماعية ونفسية متأصلة في مختلف اشكال التفاعل الاجتماعي البشري، وقد تتنوع هذه البحوث وتتفرع لتشمل عديد من المجالات فقد تدرس على أساس العلوم الاجتماعية او نظريات الإدارة والعلوم السياسية والعسكرية والاستخبارات...، لذا قد تختلف تعريفات لألعاب لاختلاف مجال الاستخدام فقد يستعمل الاكراه الغير مباشر او التلاعب او السيطرة او التضليل والتي هي مجملها آليات للعبة النفسية.

فقد تعرف بانها الاكراه غير المباشر والذي هو:"إدارة قرار الخصم بفرض استراتيجية سلوكية معينة عليه بطريقة غير مباشرة، ولا يكون ذلك بشكل مباشر بل عن طريق نقل الأسباب التي يمكن ان يستنبط منها قراره بشكل يمكنه من خلالها استنباط منه قرار منطقي بالنسبة اليه، ويكون هذا القرار محدد مسبقا من قبل الطرف الآخر.."[1]، وقد تعرف بانها التلاعب والذي هو :"السيطرة على الضوابط، وتخريب قدرتهم على الحكم الذاتي، من أجل "تقويض أو تعطيل طرق الاختيار التي سيؤيدونها هم أنفسهم بشكل حاسم إذا نظروا في المسألة بطريقة واضحة وخالية من الخطأ"[2].

حيث تظهر هذه الأنماط المنقولة بواسطة اللعبة النفسية كوعي ذاتي لدى الجمهور المستهدف ويشكل في الأخير إدراكهم وتقييماتهم اتجاه القضايا المعينة سلفا. ويطلق اسم اللعبة النفسية عموما على تلك السلسلة المتتابعة من الإجراءات المخفية والمحددة النتيجة والتي يمكن التنبؤ بها، ولا تكون اللعبة نفسية الا إذا كانت هذه الإجراءات معقولة ومقبولة شكلا لدى الجمهور المستهدف وتحوي الدافع الخفي للطرف الآخر، أي أن جوهر هذه الألعاب (الاكراه الخفي، والتلاعب، التضليل...) هو ذاك الفخ الموجود ضمنها ويكون الضامن لعدم وجود المواجهة المباشرة.

وان كان الاكراه يشبه الى حد ما في تعريفه تعريف اللعبة النفسية وأحيانا يعرف بها، الا أن التلاعب يحمل في طياته تعريفين أحدهما مباشر بدلالة رمزية قد تعني انه التضليل ويقصد به "عملية التلاعب بالمعلومات من خلال تقديمها غير كاملة أو غير واضحة، وتشويه سياقها، بغرض احداث التأثير النفسي"[3]، أما الاخر فهو التعريف المجازي وهو الأكثر استعمالا ويقصد به "التأثير النفسي الذي يهدف الى حث الجمهور

[1] Susser, Daniel, Beate Roessler, and Helen Nissenbaum. "Online manipulation: Hidden influences in a digital world.", **Georgetown Law Technology Review**. Vol. 4, 2019, p. 14.

[2] Ibid..

[3] شيللر هربت، المرجع نفسه، ص. 5.

المستهدف ضمنيا على ارتكاب أفعال معينة من قبل المتلاعب، بواسطة أشكال من الإغراءات توصل الى تحقيق الهدف المنشود"[1].

أما السمة الأساسية التي تميز الألعاب النفسية عموما تتعلق بموقف الطرف الآخر من عملية التفاعل والتواصل، وليس على اعتباره شخصا ذا قيمة جوهرية فقط ولكن كوسيلة محددة الاستخدام مسبقا من اجل لتحقيق الأهداف والمصالح والاحتياجات الخفية للمتلاعب، ويمكن اعتباره وسيلة نتيجة عدم وجود أي داعي لاعتبارات ومصالح وارادة هذا المستهدف باللعبة النفسية.

وقد تختلف آليات اللعبة النفسية باختلاف الأهداف وطبيعة الجمهور وغيرها.. لكن في غالب الأحيان لا تخرج عن شكلين أساسيين بالطريقة المباشرة البسيطة او وفق طريقة غير مباشرة معقدة هيكلية، فالطريقة المباشرة ان المتلاعب يأخذ المبادرة ويبدأ بتنفيذ اللعبة النفسية بالاتصال المباشر مع المستهدف بها أي طريقة الفعل الواحد، ونجد ذلك في العمليات الميدانية حيث يقوم افراد العمليات النفسية بالاتصال المباشرة بالجمهور المستهدف ولتمرير الرسالة، اما الطريقة الغير المباشرة فهي التي تخضع لنظام هيكلي معقد (زمانيا ومكانيا واجتماعيا...) من طرق التأثير النفسي المختلفة، بحيث يكون التنفيذ تدريجيا بفترات زمنية وآليات تفاعل مختلفة، وتعرف هذه الآلية بـ "السيناريو"[2]، فيدخل ضمن خطوات التأثير اهداف وسيطة مرتبطة منطقيا تؤدي في الأخير الى الهدف الأساسي للمتلاعب،

اما السمة الثانية فتتعلق بالطابع السري/التمويه للتأثير، فنجاح اللعبة النفسية يتعلق ضرورةً بعدم معرفة المتلاعب به او المستهدف بانه ضمن عملية تأثير وهنا يكمن عنصر السرية، لذلك فان اغلب الألعاب النفسية تحمل طابع "الأسطورة" مما يترك المستهدف في حالة من عدم اليقين وكلما زاد عدم اليقين زاد نفوذ المتلاعب وبالتالي احتمالات نجاح عملية التأثير، أما عنصر التمويه فهو ما يمكن اعتباره الطعم، فلا بأس أحيانا ببعض الوضوح المدروس -والذي يوافق رغبات وحاجات وميول المستهدف- ويتركه ضمن اللعبة ولا يخرج منها حتى اكتمال أركانها، ولابد من التوضيح ان المستهدف هنا من عملية التأثير قد يكونوا افرادا أو مجتمعات او فئات اجتماعية او دول ومناطق... لذلك يجب مراعاة تلك الخصائص التي تكفل القدر الكافي من التأثير وتحقيق أهداف اللعبة النفسية.

ولعل أبرز الخصائص الواجب مراعاتها والتي يجب جمع أكبر قدر من البيانات والمعلومات حولها عند تنفيذ اللعبة النفسية هي:

1. دوافع ومحفزات النشاط البشري: الحاجات والاهتمامات والميول...

[1] Levitskaya, Anastasia, and Alexander Fedorov. "Typology and mechanisms of media manipulation." **International Journal of Media and Information Literacy** , Vol. 05, no. 1, 2020, pp. 69-78.

[2] Goldstein, Frank L., and Benjamin F. Findley. **Psychological operations: Principles and case studies**. (Alabama: Air University Press, 1996), p. 51 .

2. منظمات النشاط الاجتماعي: ويقصد بها معايير المجموعة، والمحددات الذاتية (فخر بالانتماء، دلالات الانتماء، المعتقدات)، التراث الاجتماعي ....

3. الهياكل المعرفية: أي مصادر المعلومات المكونة للراي اتجاه البيئة المحيطة

4. التكوين التشغيلي للنشاط: والمقصود هنا الإطار التحليلي الذاتي او الجماعي، أي طبيعة وطريقة فهم وتحليل بيانات البيئة المحيطة والتي تتعلق بأسلوب السلوك والتواصل (اللغة)، العادات، المهارات، القدرات...

5. الحالات العقلية والعاطفية: أي طبيعة المكون السيكولوجي والنفسي للمستهدف سواءً من طبائعه النفسية والعاطفية والعقلية والوظيفية...[1]

فاذا نظرنا الى هذه الخصائص فانه من الصعوبة بمكان ان نستطيع تحديد أيها الأكثر/الأقل أهمية في تطبيق اللعبة النفسية والتي تعتمد بالضرورة على طبيعتها كظاهرة نفسية اجتماعية للتفاعل الإنساني، لهذا فان مفهوم اللعبة النفسية عموما لكي يشمل اغلب هذه العناصر يجب ان يتوفر على بعض المعايير التي الأساسية التي تكفل سير اللعبة:

1. ان يحمل نوعا من التأثير النفسي الخفي الذي لا يتوافق مع رغبات المستهدف بها.

2. يحمل نوع من المهارة التي تشجع المستهدف لتبني الأهداف والتي هي بالضرورة لا تتوافق مع أهدافه ورغباته ونواياه وعلاقته ومواقفه الاصلية.

3. عدم إمكانية ملاحظة التأثير النفسي من قبل المستهدف.

4. يؤدي بالضرورة الى حث المستهدف ضمنيا بالقيام بأفعال وتبني وجهات نظر المتعلقة بالهدف من اللعبة النفسية.

5. اللعبة النفسية يجب ان تكون صفرية، فالمكاسب يجب ان تتحقق للمتلاعب فقط دون المستهدف.[2]

اذا ففهم السياق التشغيلي للعبة النفسية والذي هو عملية الاستخدام الهادف أو غير المتعمد لمختلف الطرق والوسائل لتعديل السلوك البشري وهو ما يقودنا الى مفهوم يشبه "الميكيافيلية" التي تحث على استخدام كافة الوسائل لتحقيق الأهداف، وهو ما يظهر جليا عند دراسة الألعاب النفسية التي تمارسها وسائل الإعلام باستخدامها كافة الإجراءات وأنواع الخطابات التي تهدف الى برمجة الآراء ومواقف الجماهير، هذا من

[1] Hauser David , Phoebe Ellsworth, Richard Gonzalez. "Are manipulation checks necessary?", **Frontiers in psychology**, Vol. 09, 2018, p. 998.

[2] Arthur Horn, **Manipulation Dark Psychology to Manipulate and Control People**, 2019, at: https://bit.ly/3u9hZty

جهة ومن جهة أخرى عند سردنا لمعايير تسمية اللعبة بالنفسية يمكن ان تشمل تسميات مختلفة تؤدي بعدها الوظيفي مثل: التأثير الاستغلالي، التلاعب النفسي، التلاعب بالراي العام، التلاعب بالجماهير....

المطلب الثالث: أسس تقييم نجاح/فشل الحملات النفسية

هناك إشكاليات واضحة في تقييم فعالية الحرب النفسية من طرف منفذيها، ويحدث ذلك عند محاولة الدمج بين مقاييس الأداء لموظفي العمليات النفسية والتغييرات السلوكية عند تنفيذ الأهداف، وهذا الإشكال يتطلب تدريب أكثر لموظفي العمليات النفسية وتركيز أكثر على الأحداث والظروف قبل وأثناء وبعد التنفيذ.

الفرع الأول: التقييم عن طريق مقاييس الفعالية MOE

حيث ان تدابير تقييم الفعالية في الحرب النفسية يرادف تقييم اضرار المعركة في الحروب التقليدية العسكرية، حيث تعتبر مهمة لتقييم الأداء ومراجعة وتنقيح الأساليب، وان اختلفت الآليات ومؤشرات القياس، الا التقييم ضروري كما تنص عليه الأدلة الميدانية للعقيدة القتالية في مجال الحرب النفسية حيث جاء في الدليل Joint Pub 3-53 أنه "يوفر مقياس الفعالية في العمليات النفسية وسيلة منهجية لتقييم الأثر الذي يحدثه برنامج العمليات النفسية (سلسلة من نواتج العمليات النفسية والإجراءات) على الجماهير الأجنبية المستهدفة"[1]، حيث ان إيصال المنتج ورسالة محتواه ليست الا جزءا بسيطا من العملية النفسية وتدابير فعاليتها، والتحدي الحقيقي يكمن في مرحلة ما بعد وصول الرسالة من وصولها للمستهدفين المهمين وهل حققت تأثيرها المرجو (عاطفيا وسلوكيا وعلى المواقف..)

وما يثبت الإشكالية الحاصلة لدى الجيش الأمريكي حول تقييم الحرب النفسية عموما، نجده في »مجلة الحرب الخاصة" وهي المجلة الرسمية لقيادة القوات الخاصة الأمريكية SOC ، حيث في 2002 نشرت المجلة ضمن عمود المستجدات بندا قصيرا بعنوان "مقاييس الفعالية مهمة في العمليات النفسية"[2] وركز هذا البند على الالتزام بثلاث مكونات رئيسية ضمن أي نموذج للتقييم: اكتمال المهام، وحجم التغير السلوكي، واستقرار هذ التغير لدى الجمهور المستهدف، وفي اطار متابعة هذا البند وفي إصدار لاحق أكدت محاولة إيجاد نموذج للتقييم ببند بعنوان "تتواصل الجهود لقياس فعالية العمليات النفسية"[3] حيث ركز فيه على السعي لتشجيع أقسام التدريب المختلفة بوحدات العمليات النفسية من اجل المساعدة على تنقيح إجراءات التنفيذ لإيجاد مقاييس للفعالية، وهو الموضوع الذي كان لمقالة أطول في نفس المجلة سنة 2004 بعنوان "تقييم العمليات النفسية: تدابير التخطيط للفعالية"[4] والتي اكد من خلالها ان لإيجاد مقاييس للفعالية يجب تحديد السلوكيات الأساسية، والتي لا تتم الا بجمع البيانات ذات الصلة بهدف العملية النفسية على فترات زمنية

[1] Joint Chiefs of Staff, Joint Pub 3-53, pp. I-6.

[2] "Measures of effectiveness important in PSYOP," **Special Warfare Magazine**, Vol. 15, no. 2, Jun 2002, p. 67.

[3] "Efforts to Measure PSYOP Effectiveness Continue," **Special Warfare Magazine,** Vol. 15, no. 3, Sep 2002, p. 67.

[4] Robert H. Kellogg, "Evaluating Psychological Operations: Planning Measures of Effectiveness", **Special Warfare Magazine**, Vol. 16, no. 4, May 2004, pp. 31-34.

متكررة، كما تأكد على مراعاة مؤشرات التأثير وتحديدها لأن بعض المؤشرات قد تكون حدثا عفويا لا يمكن التنبؤ به ويمكن ان يرتبط بصفة مباشرة بجهود الحرب النفسية، ويقصد بالمؤشرات العفوية الاحداث مثل التفجيرات واعمال الشغب، والتي قد تدل على تأثير برنامج الحرب النفسية، حيث ان التقييم لا يتم الا بالمراقبة المستمرة للسلوكيات ذات الصلة والربط السببي للمنتج بالتغير السلوكي.

وفي إطار معالجة مؤشرات قياس الفعالية يحدد التقرير المعنون بـ " العمليات النفسية ومشكلة مقاييس الفعالية لمشاكل لقائد المقاتل" المشاكل التي تعترض إيجاد مقاييس موحدة لذلك ويلخصها في نقاط رئيسية هي:[1]

1. عدم بساطة وسهولة تقييم آليات السبب والنتيجة ضمن المشاعر الإنسانية، كالدوافع والمنطق الموضوعي والسلوكيات لتحييدها وتحديدها.
2. تقييم تدابير الفعالية هو الى حد ما قدرة مخصصة تعاونية حيث ان العمليات تقع ضمن وحدات العمل المشتركة ودون تمييز واضح للمسؤوليات المحددة لكل فرقة او وحدة، هذا التداخل والاعتماد المتبادل يجعل فصل تأثير كل فرقة على حدة غير واضح مما يصعب التقييم
3. عدم القدرة على تأكيد ما إذا كانت الرسالة المرسلة هي ما تم تلقيه حقا من الجمهور المستهدف، وان التأثير الممكن الحصول كان بسببها هي او لأسباب أخرى.
4. إشكالية حسن التوقيت حيث ان في اغلب الأحيان ان العمليات النفسية تكون بعد نهاية العمليات العسكرية، وهذا ما يعتبر تأخرا لتقدير الحالة او تعديل العمليات واجراءاتها.
5. عدم وجود مقاييس للفعالية اثناء التخطيط للعملية النفسية وقبل نشر المنتجات.
6. قلة الاهتمام الذي يوليه قادة العمليات المشتركة للتقييم، وما يثبت ذلك هو عدم إيلاء أهمية للتدابير الفعالية بوثائق ومنشورات قيادة الاركان المشتركة المتعلقة بالعمليات النفسية.

وفي مقال آخر في مجلة القوات الخاصة بعنوان "قياس فعالية العمليات النفسية"[2]، اكد المقال ان منهجية المسح يصعب استخدامها في التقييم لطبيعة الحرب النفسية عامة، وانه لإيجاد أساليب لتقييم الفاعلية يجب التركيز على استخدام تخطيط مبسط وقابل للتنفيذ لإنشاء اطار يمكن من جمع وفهم السلوكيات المستهدفة ببرنامج الحرب النفسية ومنتجات العمليات النفسية من خلاله، لذلك بالنقطة المرجعية للتقييم هي السلوكيات وليس المواقف الظاهرة، وتابع احد كتاب المقالة عرضه من خلال مقالة أخرى

[1] Sammons Jr, David H. "PSYOP and the Problem of Measures of Effectiveness (MOE) for the Combatant Commander". **Joint Military Operations Dept**, Naval War Coll, 2004. pp. 7-10

[2] Gregory Seese, Paul N. Smith, "Measuring PSYOP Effectiveness", **Special Warfare Magazine**, Vol. 21, no. 6, Nov-Dec 2008, p. 31.

بعنوان " قياس العمليات النفسية: كل شيء عن أهداف العمليات النفسية الداعمة "[1] والتي كانت ضمن مسابقة اقامتها المجلة لإيجاد تدابير ومعايير لتقييم الفعالية باسم " تكسير مدونة معايير الفعالية: مسابقة ألفريد بادوك للمقالات النفسية"، حيث ركز على محاولة صقل اللغة والتركيز على السلوكيات القابلة للقاس والملاحظة، اما المقالة الأخرى في هذه المسابقة فهي بعنوان "العودة إلى الأساسيات: العودة إلى مبدأ العمليات النفسية لحل لغز قياس الفعالية"[2] والتي أكدت ان القياس الواضح والذي يمكن اعتباره مرجعا للتقييم هو من خلال الجهد والابداع الفردي لأعضاء بعثة العمليات النفسية وكذا استعداد مختلف الجهات المشتركة في جهود الحرب النفسية من اجل الصالح العام.

عند مناقشة كافة تلك المقالات والمؤلفات حول إشكالية تدابير الفعالية، فان المرتكز الأساسي في كافة تلك النقاشات هو مشكلة قياس السلوكيات الإنسانية ورغم ان ما يمكن الحصول عليه من بيانات لسلوك الجمهور المستهدف يعتبر ضروري لتحديد الفعالية ومن ورائه تقييم للجهود، لكن صعوبة القياس والإحاطة تضع معايير الفعالية والتقييم في موضع اللاعلمية او بمعنى أصح لا نستطيع من خلالها التعميم ومن ثم التنبؤ.

وتذهب اراء أخرى في أن الاشكال في تدابير الفعالية انها كانت نوعا من أنواع الهروب من مشكلة تدابير ومقاييس تقليدية أخرى لتقييم العمل العسكري مثل:

- مقياس الجدارة MOM وهو ذلك العمل القابل للرصد والقياس عند نشر الرسائل
- مقياس الهدف MOO وهو مقياس يستند للملاحظة ويجب عن إذا كان الجمهور استقبل الرسالة.[3]
- مقياس الأداء MOP وهو إمكانية قياس العمل الفردي لأفراد البعثة
- مقاييس النشاط MOA والذي يربط التقييم بمقدار الجهد المرتبط بالعملية

حيث ان هذه المقاييس تفتقر الى أساس تحليلي سليم باعتبار ان الاحداث التلقائية والزائفة قد تؤثر في قياساتها، وذلك حال اغلب المقاييس المطبقة في التقييم العسكري بما فيها مقاييس الفاعلية، وذلك نظرا للخصوصية التي تمتاز بها الحرب النفسية بأنها شكل من اشكال العمل العسكري العبر تخصصي.

[1] Gregory S. Seese, "Measuring Psychological Operations: It's All About the SPO", **Special Warfare Magazine**, Vol. 22, no 05, Sep-Oct 2009, p. 10.

[2] Christopher E. Howard, "Back to Basics: Returning to PSYOP Doctrine to Solve the 'MOE Riddle'", **Special Warfare Magazine**, Vol. 22, no 05, Sep-Oct 2009, p. 8.

[3] Gray, Carrie, and Edwin Howard. "IO MOE Development and Collection: A Paradigm Shift.", **Iformation Operation Sphere**, Spring 2005. pp 38-40

الفرع الثاني: التقييم عن طريق تحليل الشبكات الاجتماعية SNA

حيث حاول بعض القادة العسكريين خصوصا ضمن قوات العمليات الخاصة فهم وتقييم ردود فعل الشبكات المعادية من خلال محاولة بناء نموذج بيروقراطي عسكري تقليدي وفق آليات غير مركزية، لكن التقييمات والإحصاءات قد تكون جد معقدة وغير قابلة للتكيف، لأنها ارتبطت دائما بالبيئة التي يعملون بها لكنها في نفس الوقت قدمت قاعدة للتحليل والتقييم ومصدرا مهما للمعلومات المهمة في تطوير وتشغيل العمليات ومن ضمنها العمليات النفسية، كما ان تقنيات الاختبار التي توفرها تساهم في تقييم فاعلية هذه العمليات.

وان كان في الإمكان توثيق السلوكيات الجماعية من خلال فهم آليات الاتصال داخل هذه الجماعات أو بناها الاجتماعية كاللغة والمعايير الثقافية، فان ذلك يسهم لا محالة في توظيفها لفهم البنى الأهم للعمليات النفسية كالحركات الاجتماعية والأحزاب و النظم السياسية وعلاقات التأثير و التأثر داخلها، ضمن ما يسمى بالعدوى الاجتماعية Social Contagion[1]، ذلك أن عدم التركيز الجيد على الهياكل الاجتماعية التي تؤثر على السلوك الفردي من المحتمل أن يعرض مشغلي العمليات النفسية لخطر إغفال ظاهرة العدوى الاجتماعية التي تشكل الفضاء السردي والصراع المستقبلي المحتمل، فتحليل الشبكات الاجتماعية وما تحويه من ظواهر هو مجموعة أدوات منهجية ونظرية ذات صلة خاصة يمكن أن تساعد في مراحل العملية النفسية -كما سبق ووضحنا في المطلب السابق-وقد أثبت تحليل الشبكة الاجتماعية بالفعل أنه أداة قيمة في تحديد اللاعبين الرئيسيين داخل المنظمات الإرهابية وغيرها من المنظمات الإجرامية، حيث يركز تحليل الشبكات الاجتماعية على تحديد الجهات الفاعلة الفردية أو المجموعات الفرعية المهمة ضمنها، وعلى الرغم من وجود كثير من الدراسات النظرية حول كيفيات تأثير الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام، إلا أن القليل من هذه الدراسة تعتبر قابلة للتنفيذ ضمن استراتيجيات تقييم الحملات النفسية أو تحسين كيفيات انخراط موظفي العمليات النفسية ضمن تلك الشبكات الاجتماعية.

بمكن ان تستمد بيانات تحليل الشبكات الاجتماعية من مصادر متنوعة، حيث يمكن جمع البيانات من المصادر المباشرة عن طريق الطلب المباشر من الناس لاستكمال الدراسات الاستقصائية أو من الاتصالات الاجتماعية فالشبكات البشرية مرتبطة ببعضها عن طريق روابط قابلة للقياس الكمي (العمل المشترك، الصداقات، القرابة، المعاملات التجارية..)، وحاليا يمكن جمعها عن طريق منصات ووسائط التواصل الاجتماعي التي أخذت أهميتها بقطاع العمليات النفسية، حيث يسمح تحليل الشبكات الاجتماعية برسم خرائط هذه العلاقات والتي توفر رؤى مهمة حول البيانات التي قد لا تكون قد تحققت من قبل أثناء التخطيط للعملية النفسية.

[1] Christakis, Nicholas A., and James H. Fowler. "Social contagion theory: examining dynamic social networks and human behavior.", **Statistics in medicine**, Vol. 32, no. 4, 2013, pp. 556-577.

وفي العصر التكنولوجي قد تسمح العديد من البرمجيات استيراد وتصور بيانات الشبكات الاجتماعية ويمكن من خلالها التعرف على العديد على الشبكات والمجموعات الفرعية ذات الصلة بحياة الجمهور المستهدف، والتي يمكن ان تكون ذات نفوذ عليها والذي يمكن استغلاله، أو من خلال تحديد مجموعة من الأشخاص "المركزيين" ذوي الاتصال العالي وتسليط الضوء عليهم من أجل ان يدفعوا المعلومات إلى الآخرين ضمن الشبكة، كما يمكن من خلال هذا السياق تحديد الفئات الاجتماعية والانقسامات فيما بينها، لفهم البيئات والتعرف بسرعة على الفاعلين والمؤثرين، وحتى ان كانت هذه النماذج مساعدة في التحليل إلا أنها قد تعاب بنوع من القصور يتعلق بذاتية البيانات وتعلقها بأفراد دون البينة الاجتماعية ككل إلا اذا وضعت ضمن تصنيفات محددة و التي قد تكون تصنيفات كبيرة تتطلب تحليل كم هائل من المعلومات.

لذلك يتطلب التحليل مراعاة بعض التدابير المركزية، أي التركيز على أفراد استنادا لمركزيتهم ضمن الهيكلية الاجتماعية والتي باستغلالها يمكن الوصول إلى معلومات ذات صلة أو التأثير على الأفراد المحتملين، أو يسمى في عرف شبكات الإعلام الاجتماعي بحارس البوابة بحكم انهم يتحكمون في فتح وغلق قنوات الاتصال، حيث أن لهذا الشخص المركزي مكانة تمكنه من تلقي المعلومات بسرعة أكبر من الآخرين ويمكنه إعادة نشرها لجمهور أكبر بحكم روابطه بالمجموعات غير المتصلة بالشبكة الاجتماعية الرئيسية المستهدفة بالتحليل.[1]

وتختلف المقاييس التي يحدد وفقها عدد الروابط القابلة للتحليل والاستغلال ضمن شبكات الإعلام الاجتماعية (شبكات الإعلام الجماهيرية)، ولعل ابسط تلك المقاييس هو مقياس الدرجة نظرا لأنه يقيس درجة التأثير الفورية داخل الشبكة[2] ، كما يوجد مقياس المتجهات الذاتية حيث انه يحدد الجهات الفاعلة المعنية بالتحليل الأكثر اتصالا بالجهات الفاعلة ذات الاتصالات المتعددة وذات إمكانية الاستغلال لتوزيع اكبر للمنتجات النفسية، وتقوم هذه المقاييس على بناء فهارس وسط تسلسلات هرمية حسب شعبيتها داخل شبكة الاتصال عموما، ولتوضيح ذلك نضرب مثلا بمحرك البحث قوقل حيث أنه يستخدم خوارزمية ترتب نتائج البحث وفق عدد وجودة الروابط، وبالمثل تسعى مقاييس تحليل الشبكات الاجتماعية إلى ترتيب أهمية الأفراد والأفكار والسلوكيات حسب كمية الاتصالات وجودة جهات اتصالهم ومكانتهم ومدى قدرتهم في التأثير في الغير، أولئك الغير هم المعنيين بصفة مباشرة أو بصفة جانبية ضمن مساعي الحملة النفسية.

وضمن مقياس درجة التأثير هناك ما يسميه فريمان بالعلاقة البين-مركزية، والتي تحوي مجموعة المسارات الفريدة في الشبكة والتي تربط الجهات الفاعلة المتصلة بالجهات الفاعلة غير المتصلة[3]، حيث يصبح المتصلون هم حراس البوابة لتدفقات الموارد للمناطق الأقل ظهورا على الشبكة لدرجة تغلغلهم الكبيرة داخلها،

[1] Cronin, Blaise, and Holly Crawford. "Raising the intelligence stakes: Corporate information warfare and strategic surprise." **Competitive Intelligence Review,** Vol. 10, no. 3, 1999, pp. 58-66.

[2] Freeman, Linton C. "Centrality in social networks conceptual clarification." **Social networks**, Vol. 01, no. 3, 1978, pp. 215-239.

[3] Ibid.

ويعتبرون وفق ذلك لاعبين رئيسيين أو المشغلين الرئيسيين، وبتحديدهم يمكن لفريق عمل العمليات النفسية تحديد مجموعة الجهات الفاعلة ذات الاتصال الجيد لتعظيم التأثير المحتمل للرسالة ونشرها من خلال شبكة معينة لتؤثر على معين ضمن الشبكة الكلية بما فيها الشبكات الفرعية، ويجب على موظفي العمليات النفسية تحديد الفئة الكثير تأثيرا من اللاعبين الأساسيين ضمن فئة هؤلاء اللاعبين أي النخبة ضمنهم، لان اختيار عدد كبير منهم قد يضر بمصداقية الرسالة من حيث كثرة تكرارها المؤدي إلى عدم قبولها.

كما انه وضمن مقاييس تحليل الشبكات يجب أخذ التوزيعات بعين الاعتبار، ويقصد بالتوزيعات هنا التقسيمات داخل الشبكة والتي ستساعد في تحسين تصميم الرسائل المستقبلية وفهم أكبر للجمهور المستهدف، كما أن فهم طبيعة هذه التقسيمات إلى خلق مصفوفة تساعد في فهم طبيعة وبنية مجموعات أخرى لم تكن واضحة أثناء تصميم الرسالة الأولى، ومنها سيتوفر لدى موظفي العمليات النفسية فهم أكبر حتى للبيئات الأكثر غموضا. لأنه في طبيعة عملهم يتعاملون مع تدفق المعلومات ويرتكز نجاح حملاتهم على معرفة النفوذ داخل الشبكات، لذلك فان طريقة تدفق المعلومات داخل الشبكة الاجتماعية تعتبر مركز الأهمية لهم، مع الأخذ في عين الاعتبار أن اغلب التدفقات لن تكون بشكل خطي لذا يصعب فهمها، وغياب الفهم التام قد يؤدي إلى عدم القدرة على التنبؤ وتحديد العلاقات الأساسية بين الأفراد المراد التأثير فيهم، وعليه يستوجب توظيف الأطر النظرية المفسرة لآليات تدفق وانتشار المعلومات ضمن الشبكات الاجتماعية[1]، وعند دراسة التدفقات يجب مراعاة كثافة اتصال اللاعبين الرئيسيين ضمن فئة معينة، فالكثافة داخل الشبكة هي مؤشر عام لمدى اتصال الأشخاص بالشبكة. أي هي نسبة الارتباطات في الشبكة نسبة إلى العدد الإجمالي للوصلات الممكنة[2]، لان نسبة الكثافة توضح قدرات اللاعبين الرئيسيين أو الجمهور المستهدف داخل الشبكة عموما، حيث يعني انخفاض كثافة الاتصال ان الشبكة المستهدفة بالتحليل قد تناقصت أو أصبحت مجزأة بسبب تأثير درجة الاستهداف أو أن الرسالة قد أدت هدفها المنشود. على اعتبار ان الأشخاص ذو الكثافة العالية والذي يمثلون هوية ما هم أكثر تمثيلا وطهورا داخل الشبكة وبالتالي يمكن استشراف السلوك المستقبلي لذوي الكفاءة العالية داخل الشبكة، خصوصا إذا علمنا أن إمكانية الوصول للجهات الفاعلة ذات الاتصال الكثيف من خارج الشبكة امر في غاية الصعوبة، نظرا للتبادلية العالية بين أفرادها واحتياطاتهم ضد اغلب أنواع الاستهداف بسبب تكرار وكثافة اتصالاتهم. فالشبكات الكثيفة دائما ما تكون جيدة للتوزيع والنشر، وفي نفس الوقت تكون معقدة، لان الكثافة من نواحي كثيرة هي مقياس نسبي فيما يتعلق بأعداد المتصلين داخل الشبكة أو فيما يتعلق بوجود الجسر الذي يربطها بالجهات الفاعلة غير المتصلة، لذلك يجب التركيز هنا على ما يسمى عند علماء اجتماع الشبكات بالثقوب الهيكلية:

[1] Stephen P. Borgatti, Centrality and network flow

[2] "Field Manual 3-24: Insurgencies and Countering Insurgencies (FM 3-24).", **Department of the US Army**, 2014, p. 70.

- الحجم الفعال ويقصد به الحجم الحقيقي للفاعلين داخل الشبكة الاجتماعية خصوصا أصحاب الكثافة العالية.
- الكفاءة وتتعلق بكفاءة الاتصال فيما بينهم،
- القيد أو ما يسمى بالجسر ويتعلق الجسر بالأعضاء الفاعلين خارج الشبكة والذين يمكن أن يتصلوا بها أو يتصلوا بمن يتصل بها.[1]

وبمراعاة هذه الثقوب بمكن لموظفي العمليات النفسية من استغلال الأعضاء داخل الشبكة في ربط الفاعلين خارج الشبكة لزيادة الحجم الفعال لها وبالتالي زيادة كفاءة الاستهداف عموما، وهذا ما يجب مراعاته أيضا عند التخطيط للحملة الثانية -إن وجدت- ما يمكن من تحديد مناطق البكة الأكثر تأثيرا والتي تتطلب سلاسل ومنتجات مخصصة لها.

هناك من يضيف مقايس المصداقية للشبكة الاجتماعية والتي قد يحددها قادة الرأي، فمن خلال الجمع بين مقايس المركزية والمعرفة الاثنوجرافية بالشبكة، يمكن أن يقدم ذلك رؤية واضحة وقيمة في تحليل الجمهور المستهدف، وتقييمات أكثر مصداقية لفاعلية الاستهداف، لكن من المهم أن المصداقية قد تكون هي نسبية كذلك نظرا لاختلاف المواضيع، نظرا للانقسامات التي قد تكون داخل الجمهور المستهدف والتي تؤدي إلى عدم جدوى التأثير، فمثلا في حياتنا اليومية وضمن أصدقائك العاديين لن يكون نفس الأشخاص الذين تقصدهم من اجل نصيحة حول التكنولوجيا هم نفسهم من تقصدهم لأجل فتوى دينية أو عطل ميكانيكي بالسيارة، لذلك يتطلب قياس مدى المصداقية معرفة مجالات كل قائد من قادة الرأي وتوجهاته الفكرية، لخلق التفريعات الملائمة لبنية الشبكة المتعلقة بعدد من يؤثرون وكم عدد من يؤثرون فيهم ضمن البيئة التشغيلية. وبالتالي يمكن توجيه جهد الاستهداف على الأفراد المهمين سواءً من حيث ردعهم أو استغلالهم كشبكة مساندة داخل الشبكة التهديد.

ورغم تلك التعقيدات فان تدريب موظفي العمليات النفسية على استخدام أساليب تحليل الشبكات الاجتماعية وتوظيف المتخصصين في هذا المجال يعتبر أصل من الأصول المعرفية في العقيدة العسكرية للقوات الخاصة الأمريكية والتي يعتبر فرع العمليات النفسية أساسا فيها، حيث يتم تقديم تدريبات على تحليل الشبكة الاجتماعية التي من شأنها أن تمكن أعضاء العملية النفسية لتطبيق هذه الأدوات من أجل تعزيز قدرتهم وتعزيز مهاراتهم مع تحليل الشبكة الاجتماعية، مما يسمح للجنود لفهم أفضل البيئة التشغيلية، لتحليل أكثر فعالية والتواصل مع الجماهير المستهدفة، وتقييم أكثر دقة لآثار العمليات النفسية. من خلال إضافة تحليل الشبكة الاجتماعية إلى مجموعة أدوات العمليات النفسية الحالية والاستفادة من أبحاث العلوم الاجتماعية

[1] Wolf, Timo, and All. "**Predicting build failures using social network analysis on developer communication**." In 2009 IEEE 31st International Conference on Software Engineering, pp. 1-11. IEEE, 2009.

الواسعة النطاق في التغيير السلوكي، وما يمكن من السيطرة على غموض الذي قد يكتنف البيئة التشغيلية للعملية النفسية.

الفرع الثالث: التقييم عن طريق نموذج القيمة

هناك مجموعة من الأدبيات العسكرية خصوصا في مجال علم النفس العسكري والاتصالات وعلم الاجتماع والانثروبولوجيا التي تناقش أهداف وآليات تقييم الحرب النفسية، وتسعى لبناء نموذج ذو مقاييس ومنهجية تفسر جدوى وفعالية العملية النفسية ومن وراء الحرب النفسية عامة، ولعل من أبرز تلك المقاييس هو ما استخلص من نظرية المنفعة متعددة السمات الخاصة بدراسة صانعي القرار والتي تبنى على فكرة القيمة كمرتكز للتفكير.

ان منهجية التفكير المبني على القيمة VFT[1] تتمحور حول عدة خطوات، فتنطلق من قيمة القرار الذي ينتج عنه نموذج قابل للقياس، بمعنى آخر تبدأ بتحديد قيم صانع القرار في حد ذاته، وتتبع ببناء تسلسل هرمي للأهداف لرئيسية والفرعية مع اعداد نموذج لترجيح كل هدف على حدى. حيث يساعد هذا النموذج على انشاء البدائل وتسجيلها، وتقديم رؤية أوضح للمحلل أو لصانع القرار.

حيث ان القيمة هنا ترتكز على التحديد الأمثل لصانع القرار المناسب او اللاعبين الرئيسيين، وعلى أساس هذا التحديد يمكن بناء التسلسل الهرمي، وبناء التفضيلات وتقسيمات الجمهور المستهدف التي تمكن من تطوير المنتجات وتبيان اليات نشرها وفق ذلك. ولتطبيق مبدأ التركيز على القيمة يجب معرفة الأهداف وتنظيمها في شكل هرمي، كما يجب تفكيك كل هدف الى مجموعة من السمات التي يمكن قياسها لمعرفة مدى تحقيق الهدف المرجو[2].

اما عن تطبيق هذا المبدأ في ميدان الحرب النفسية، فيتوضح في مجموع الاختلافات أو المجالات التي تطبق بها الحرب النفسية والتي تبينها الأدلة الميدانية الخاصة بالحرب النفسية الصادرة عن الجيش الامريكي، لكن المشترك بينها ان الهدف الأساسي للحرب النفسية عموما هو تعديل موقف او سلوك الجمهور المستهدف الذي يمكن ان تتعارض أهدافه المعلنة مع اهداف وعقيدة القائم بهذه الحرب، فالهدف الأساسي هو تغيير السلوك لكن تندرج ضمنه اهداف فرعية تحت هذا الهدف مثل: خفض المعنويات، الطعن في شرعية القيادة، ردع الاعمال المعارضة وتأييد الاعمال المؤيدة، التأثير في الاستراتيجيات و القرارات... وترتب هذه الأهداف وفق أهميتها وقيمتها في تسلسل هرمي، والذي على أساسه يمكن قياس مدى تقدم اعمال الحرب النفسية، وتقييم مدى فاعليتها وكفاءتها. وتصنف الأهداف كذلك وفق مستويات لإضافة مزيد من التفاصيل لكل هدف من

[1] Leon, Orfelio G. "Value-focused thinking versus alternative-focused thinking: Effects on generation of objectives.", **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 80, no. 3, 1999, pp. 213-227.

[2] Michael Doyle, Richard Deckro, Jack Kloeber Jr. and Jack Jackson, "Measures of Merit for Offensive Information Operations Courses of Action", **Military Operations Research**, Vol. 05, no. 02, 2000, pp. 5-18.

الأهداف، ويقصد بالمستويات هنا هو مجموع المفاهيم الواجب توفرها في كل هدف، وعلى أساس توفر المفاهيم في أكثر من هدف يوضع في مستوى محدد.

تحديد الأهداف وبناء التسلسل الهرمي لا يعطي للحرب النفسية أي فعالية او جدوى، لذا يدخل عنصر مهم آخر يحدد وفقه قيمة الهدف ومستويات التقسيم الهرمي، ألا وهو المنتج في حد ذاته وآليات نشره، وهنا نقع امام عنصريين أساسيين هما "الوسيط والرسالة"[1]، وتكمن اهميتهما في احتوائهما على الهدف الأساسي والاهداف الفرعية للحرب النفسية. حيث يعرف الوسيط بأنه شكل نقل المنتج الى الجمهور المستهدف، بمعنى آخر يحوي الوسيط طريقة نقل المنتج والمعلومات المراد نقلها بالإضافة الى قناة نقلها. أما الرسالة فهو مفهوم أكثر نظرية حيث يقصد به تلك المعاني الدلالية للمعلومات الواردة في المنتج. ويحوي كل من الوسيط والرسالة مجموعة من السمات القابلة للقياس.

فلعنصر الأول هو **الوسيط**[2] الذي له سمات أساسية هي:

- **الوصول** هو قدرة وسيلة النقل على الوصول للجمهور المستهدف، لكن يقتصر هذا المفهوم على تعرض الجمهور للمنتج، دون التأكيد على فهم او تقييم هذا الجمهور للمنتج، ببساطة الوصول هو احضار المنتج للجمهور.
- **التوقيت** ويقصد به قدرة الوسيط على تقديم المعلومات في الوقت المناسب، وتختلف المناسبة هنا بناءً على الوقت الذي يكون فيه الجمهور المستهدف عرضة للمعلومات الواردة في المنتج وقابليته للتأثر به.
- **المصداقية** هي ما يمكن أن يتمتع به الوسيط من ثقة عند الجمهور المستهدف، والاحتمالات التي توضع به والتي تدل على جانب من الحقيقة التي يؤمن بها هذا الجمهور.
- **تو افر الاستخدام** يشير إلى القنوات المتاحة للاستخدام لنشر المنتج، وكلما زاد عدد القنوات (مطبوعة، مرئية...) كان ذلك أفضل للنشر والتوزيع.

أما العنصر الثاني فهو **الرسالة**[3] والتي بدورها تحوي مجموعة من السمات:

التو افق هو ما تغطيه الرسالة من مواضيع تتوافق مع أهداف الحرب النفسية، والتي تختلف من عملية لأخرى، ويرتب توافقها حسب التسلسل الهرمي الموضوع.

- **الحساسية** وهي الدرجة التي يمكن بها استخدام مواطن الضعف الموجودة بالجمهور المستهدف لتعزيز أهداف العملية النفسية، ويقصد بمواطن الضعف الظروف التي يمكنها أن تولد استجابة تتلاءم مع أهداف،

[1] David H. Sammons, Jr, **Psyop and The Problem of Measures of Effectiveness (Moe) For the Combatant Commander**, (Newport: Naval War College, 2004), pp. 12-13.

[2] Kerchner PM, Deckro RF, Kloeber JM.. "Valuing psychological operations". **Military Operations Research**, Vol. 6, no. 2, 2001, pp. 45-65.

[3] Ibid.

لان استعداد الجمهور المستهدف للتصرف بطريقة يقترحها منتج العمليات النفسية يعتبر سببا لنجاح الحملة عامة.

- **الرمز:** ويقصد به الكتابات والرسومات والرموز الموجودة على المنتج التي تقترح أو تثير مشاعر وعواطف لدى الجمهور وتدعم موضوعات الحرب النفسية، لذلك يجب التركيز على استخدام الرموز التي تخدم الهدف والابتعاد عن الرموز التي تثير أكثر من معنى وقد تؤدي إلى تثبيط الحملة.

- **التأثير:** وهو درجة الاحتفاظ وتذكر محتوى الرسالة إلى أطول فترة ممكن في ذاكرة الجمهور المستهدف، فالرسائل التي تحوي محتوى عاطفي وتعتمد عليه في انتشارها تكون ذات تأثير أطول وتذكرها يكون بصفة أسهل ولفترة أطول.

- **الاتساق** هو مدى الدعم التي توفره الرسالة مع الجهد العام للحملة عامة وليس الحملة النفسية فقط، حيث يجب ان تدعم منتجات الحرب النفسية كافة الإجراءات التي تقوم القوات وحتى القوات الصديقة والحليفة،

لا تشير الأهداف التي تم ذكرها مع تحديد المقصد من الحملة عامة، إلى الطريقة التي يتم بها إنشاء مسارات للحرب النفسية فقط، بل تتضمن معايير لتقييم الجدوى ومواطن الضعف داخل الحملة عامة، لذلك يتم تحليل قيمة المنتجات والمنتجات البديلة وفق هذه الرؤى لإيجاد الموضوعات المناسبة التي تدعم تحقيق الحرب النفسية لغايتها، على اعتبار أنه لا توجد معايير تقييم كمية ثابتة لذلك. حيث يتطلب تقييم المنتجات باستخدام نموذج القيمة معرفة أي من الأهداف يدعم كل أو اغلب موضوعات الحملة، ومن المهم الإشارة إلى أن موضوعا واحدا قد يدعم أهدافا متعددة في التسلسل الهرمي.

كما أن نموذج القيمة يراعي تكلفة المنتجات، حيث يجب مراعاة القيمة المادية للمنتج، فالمنتجات ذات القيمة الباهظة قد تحد من كمية الإنتاج، وتتطلب النظر في بدائل أقل قيمة وبنفس درجات التأثير، وبالإضافة إلى القيمة المادية للمنتج فان عنصر التكلفة يتضمن أهداف فرعية أخرى يجب أخذها بعين الاعتبار، وهي الأهداف التي يراعى فيها المقدرات المادية الأخرى التي تدخل ضمن سلسلة الإنتاج والتوزيع، كالمنتج في ذاته بالإضافة إلى القوات التي تساعد في الحملة النفسية سواءً في النشر أو التوزيع أو الحماية وتحدد في اربع أهداف فرعية هي:

- إمكانية الاستغلال ويقصد بها إمكانية استغلال القوات المعادية للمنتجات في حملتها المضادة سواءً سياسيا أو دعائيا.
- حماية القوة وهو الرغبة في حماية القوات أو القوات الحليفة والصديقة من التهديدات الموجودة.
- منع الكشف عن القدرات الحرجة أي تقليل المعلومات التي يمكن أن تهدد القوات.
- استخدام الموارد الهامة وهي الموارد ذات الطبيعة الفريدة والتي يمكن استغلالها، بهدف تقليل النفقات.

وترجع الفائدة الحقيقية لعنصر التكلفة إلى اختصار الوقت والتركيز على الفوائد المحتملة للمنتجات وليس البحث عن عيوبها، لذلك يمكن لنموذج القيمة أي يطور أبعاد كمية قابلة للقياس وعلى أساسها يمكن تقييم الحرب النفسية، وفق تلك المستويات في التسلسل الهرمي للأهداف، فتحقيق أهداف المستويات العليا يمكن اعتبارها نجاحا للحملة النفسية.

خاتمة

الفصل الثاني: عقيدة الحرب النفسية الامريكية: النشأة والتطور

تمهيد

ان اهم مخرجات الحرب لعالمية الثانية هو بروز الولايات المتحدة كقوة عالمية مسيطرة، هذه المكانة دفعتها لان تسعى في تطور استراتيجياتها العسكرية والاقتصادية من اجل الحفاظ على مكتسباتها التي توصف بانها من ضروريات أمنها القومي، هذا المعيار الجديد أصبح هو جوهر علاقتها مع كافة مكونات المجتمع الدولي وعقيدة للتعامل مع الجميع بغض الطرف عن طبيعة العلاقة التي تجمعها بهم حلفاءً كانوا ام اعداءا. لذلك فان المتتبع لتطور العقيدة الامريكية خصوصا في شقها العسكري سيرى انها في تحديث وتطوير مستمر، من اجل ان تتواءم مع طبيعة التهديدات واشكالها ومداها. او لاستغلال القفزات التكنولوجية والاختراعات والبحوث العلمية.

كما ان طبيعة التهديدات وطبيعة الصراعات اختلفت مع مكان عليه الحال ابان الحرب العالمية الثانية، حيث ان حروب وازمات الحرب الباردة (فيتنام، كوريا، نيكاراغوا....)، حيث كان العدو مزيجا من حرب العصابات وقوات نظامية دولا تختلف ايدولوجيا معها توجب ان تكون أدوات الحرب النفسية هي أداة التأثير الاساسية والعنصر الأهم في هذه العقيدة.

وقد مس الحرب النفسية -موضوع دراستنا- على اعتبارها من مكونات هذه العقيدة ما مس هذه العقيدة من تطور وتحديث او حتى إعادة صياغة، ذلك ان الحرب النفسية ليست وليدة اللحظة في الاستراتيجية الأمريكية بل ان تاريخها يتعدى الحرب العالمية الثانية، لذا وجب محاولة الإحاطة بالسردية التاريخية لمكانتها واستعمالاتها، في تاريخ الحروب الصراعات الأمريكية، كما الاستراتيجيات والتكتيكات التي من شانها ان تتوافق مع أي تحديث او تطوير، يجب عليها كذلك ان تترافق مع بنيات وهياكل مؤسسية تسهم في خلق ووضع الاستراتيجية والخطط وتطوير التكتيكات الملائمة.

المبحث الأول: أجهزة ووسائل تنفيذ الحرب النفسية الأمريكية

من أجل الحصول على أفضل النتائج من الحرب النفسية، يجب أن يكون للمقاتل دوافع قوية لتنفيذ آليات العمليات النفسية مثلما ينفذ التوصيات العسكرية الحربية، ونظرا للأهمية التي تكتسيها الحرب النفسية ودورها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية والتكتيكية للعمليات العسكرية فإنها اصبحت تحظى باهتمام بالغ، وعلى كل الأصعدة وضمن جميع أجهزة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للولايات المتحدة،

المطلب الأول: أزمة الأسلحة التقليدية والحرب النفسية كبديل

يرجع الاهتمام بالحرب النفسية في الاستراتيجية الأمريكية الى الدروس المستفادة من الحرب العالمية الثانية، بالإضافة لأهمية ذلك التطور الذي ميز العلوم الاجتماعية عموما وعلم النفس الاجتماعي بصفة خاصة، الذي أدى الى الاعتقاد بان المجتمعات ما بعد الصناعية أصبحت أكثر وعيا، وانها تتطلب توفر آليات ونظم جديدة لقياس وإدارة الرأي العام، بالإضافة الى أن هذه المجتمعات تحمل قطيعة مع شكلها ووعيها الذي كان سائدا قبل الحرب العالمية، كما أن آليات ووسائل الاتصال التقليدية لم تعد تجدي نفعا، لذلك يجب تطوير وتحيين تقنيات الاتصال لتكون أكثر أقناعا وتأثيرا على الرأي العام المحلي أو العالم.[1]

الفرع الأول: أسباب اللجوء الى الحرب النفسية

لقد استخدم مصطلح الحرب النفسية في الأدبيات الأمريكية للتعبير عن الدعاية المصممة لتحقيق أهداف السياسة الوطنية في السياسة الدولية، ولا تقتصر طبعا على حالات الحرب فقط بل تتعداها الى حالات السلم فهي تستخدم ضد الجميع، قصد توليد الآثار المعنوية على الجمهور المستهدف، بالتلاعب بالبيئة الرمزية التي يراد بها إحداث تغييرات في العلاقات السياسية[2]، أما الجانب الآخر لها الذي يمكن ملاحظته هو التطور الملحوظ على آليات واستعمالات الحرب النفسية، ففي فترة ما قبل الحرب الباردة كان الجمهور المستهدف هم المقاتلون أو جيوش العدو، لكن السمة البارزة لها بعد انتهاء الحرب الباردة أنها أصبحت تستهدف الجميع بدون استثناء، وهذا ما أدى الى تداخل بين ساحة المعركة والعلاقات الخارجية والجبهات الداخلية، وأصبحت العلاقات متداخلة بين الجندي في المعركة و المدني في السلم، لذلك وجب تجنيد الكتاب و الروائيين و الإعلاميين ومنتجي الأفلام، ليس لتسويق أسباب و فوائد الحروب، بل لجعل الحروب مغامرة و جر الجميع لها، فالدعاية الحديثة لا تقتصر على بلد دون غيره، ولا تنسب لطرف دون الآخر، لأن الجميع معرض للحرب حسب ما تروجه له آلة الدعاية الغربية عموما و الأمريكية بصفة خاصة.

حيث يتم استخدام الدعاية الحربية لأهداف يمكن اعتبارها محدودة للغاية ولعل أهم تلك الاهداف هو زيادة المشاركة الاجتماعية لأغراض الحرب، ويقصد بالمشاركة الاجتماعية الأنشطة الحربية المباشرة أو

[1] Ewen, Stuart, **PR! A social history of Spin**. (New York Basic Books, 1996), p. 146.

[2] Mayo, James M. "Propaganda with Design: Environmental Dramaturgy in the Political Rally." **Journal of Architectural Education,** Vol. 32, no. 2, 1978, pp. 24-32.

الاستعداد للحرمان من بعض المتطلبات المهمة في الأغراض العسكرية[1]، كما أن السياسة الخارجية يجب أن تتوفر على آليات دعائية محددة الأهداف، والمواقع الواجب استهدافها بالدعاية وإلا ستكون مجرد كلام بدون فائدة.[2]

فالحرب النفسية عامة تبنى على وجود العدو وتوافر التهديد الواجب ردعه، وهو ما حاولت الولايات المتحدة بناء نموذجها للدعاية عليه، ومع زوال التهديد النازي و الفاشي بنهاية الحرب العالمية الثانية، برز الاتحاد السوفياتي كقوة عالمية تهدد مصالح الولايات المتحدة أو ارتبطت بتهديدها لوجود النموذج الليبرالي عموما، حسب ما كانت تصوره الدعاية الأمريكية إبان الحرب الباردة، فكان لزاما عليها تطوير وتحديث أنظمتها الدعائية بما يتناسب مع الدعاية السوفياتية على اعتبار أن الأجهزة التي بنتها في الحرب العالمية الثانية ارتبطت بالأنظمة الشمولية (الفاشية و النازية) قد أصبحت غير ذات جدوى، لذلك وضعت الأنشطة التي تهتم بالرد على الدعاية السوفياتية تحت وصاية وكالة الاستخبارات المركزية CIA المنشأة سنة 1947، و التي كانت بدورها تخضع للسلطة المباشرة للرئيس الأمريكي، أما في عام 1953 أنشأ الرئيس أيزنهاور وكالة إعلام الأمريكية (USIA).

أما في العقود الأخيرة من القرن العشرين بذل الجيش الأمريكي جهدا لتطوير عقيدته القتالية سواءً على المستوى الميداني العسكري أو على المستوى الاتصالي المنهجي، فكانت الحرب النفسية جزء مما يسمى بحرب المعلومات و تطبق مع تكتيكات الخداع و الإعلام و الحروب الإلكترونية و الحرب السيبرانية، وتحاول هذه العقيدة الجديدة إيجاد نظام متكامل يجمع بين جميع الهيئات الرسمية و غير الرسمية، المدنية و العسكرية، بحيث تتكامل و تنسق فيما بينها خدمة لأهداف الاستراتيجية الوطنية العليا، وتعمل تلك الهيئات وفقا مبادئ متطابقة ومن هذه الهيئات: الموظفون الإعلاميون بالبيت الأبيض، المسؤولون الحكوميون على اختلاف مناصبهم، وكالة المخابرات، الوحدات العسكرية، وحدات الحرب النفسية، والوكالات المسؤولة عن نشر الثقافة الأمريكية و اعتبارها مرجعا عالميا.

ولعل اهم وثيقة توضح هذه المعالم هو الدليل الميداني للجيش الأمريكي الخاص بعمليات المعلومات FM3-13[3] والدليل الميداني الخاص بالحرب النفسية FM 3-05[4]، و الذي تؤكد عليه هو أهمية حرب المعلومات و من ورائها الحرب النفسية في الحروب الحديثة، حيث أنه يرسي الأسس الأيديولوجية والمنهجية لتنفيذه في اطار استراتيجية الولايات المتحدة الشاملة، والهدف الأساسي لهذه الأدلة الميدانية هو ترسيخ التفوق المعلوماتي من خلال مختلف أنشطة جمع تلك المعلومات و توظيفها على الوجه الأحسن، بإيجاد سبل جمع آنية، تحليلها و تدقيقها، ثم إيجاد الآليات الوظيفية أو التشغيلية الخاصة بكل نوع من الحروب،

[1] Lerner, Daniel, **Propaganda in War and Crisis**. (New York: Stewart Publisher, 1951), p. 40.

[2] Ibid., p. 53.

[3] U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-13: Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures FM3-13 (FM 100-6),** November 2003.

[4] U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-05.30: Psychological Operations (FM 3-05.30),** April 2005.

ومما يتوضح في هذه الأدلة الميدانية عموما أن وسائل التأثير النفسي للحرب النفسية تهدف لتحقيق الأهداف العسكرية أو الأيدولوجية أو حتى السياسية، ولكنها تغض الطرف عن الأشكال المتعددة للتأثير المتعمدة و بالارتكاز على التقاليد و العقائد العسكرية و كذا الظروف السياسية و الاقتصادية، ومن خلالها تظهر العلاقات بين مختلف الوحدات التي تكون أجهزة الحرب النفسية مسؤولة عن تطبيقها على أرض الواقع، ذلك إن الحرب النفسية ليست استراتيجية لزمن الحرب فقط بل تستخدم حتى أوقات السلم و على جماهير الوطن الأم، وذلك باعتماد قدر من الدعاية بالتنسيق بين مختلف الأجهزة والوسائل والتدابير سواءً على المستوى الاستراتيجي أو المستوى التكتيكي التي سنحاول سرد أهمها:

1. **الوسائل النفسية البحتة**: حيث تسعى من خلال وسائل الإعلام تشكيل الآراء والمتعقدات الوطنية، وإدارة الوعي الوطني بالمواضيع ذات الأهمية الوطنية، أما ما ناحية المجتمعات المعادية فتحاول محاربة الإرادات ومحاولة خفض الروح المعنوية الشعبية أو العسكرية، وهو ما يمكن ملاحظته خلال الحربين العالميتين أو خلال صراعات الحرب الباردة (حرب الفيتنام، والكوريتين..)

2. **التأثير النفسي بالوسائل العسكرية:** وذلك باستخدام القوة العسكرية واستعراضها بما يخدم غايات التأثير النفسي، ومن أمثلة ذلك ما اصطلح عليه "توازن الرعب" إبان الحرب الباردة حيث سعى كل معسكر لإقامة استعراضات عسكرية تبين ترسانته و قواه العسكرية، أو من خلال التلويح بمباشرة العمليات الحربية عن طريق حشدها ضد القوى المعادية، كما حدث بعد انقلاب عام 1994 في هايتي، حيث أرسلت الولايات المتحدة حوالي 20 سفينة لتجوب سواحل بحر هايتي، في عملية سميت الدفاع عن الديمقراطية Operation Uphold Democracy، مما اضطر الرئيس المنتخب حديثا برتراند أريستيد الرضوخ للمطالب الأمريكية.

3. **العقوبات الاقتصادية والحظر التجاري**: حيث تستخدم العقوبات الاقتصادية والحظر التجاري ضد الدول التي لا تتوافق سياستها الخارجية مع سياسة الولايات المتحدة مثل ما حدث مع: العراق ويوغوسلافيا وكوبا وليبيا والسودان وحاليا مع إيران، والهدف من ذلك هو محاولة خفض المستوى المعيشي للسكان وإدخال هذه الدول في أزمات تشعل الجبهة الداخلية.

ويمكن إضافة بعد رابع يتعلق باستخدام **الوسائل السياسية البحتة لأغراض نفسية**: بمعنى خلق التنظيمات السياسية والاجتماعية ضمن المجتمعات المستهدفة، لتخلق الفوضى وتنمي مظاهر الحركات المناوئة للنظام السياسي قصد قلبه أو دفعه للموافقة على المطالب الأمريكية.

الفرع الثاني: الحرب النفسية التغير في العقيدة والتنظيم والممارسة

"**الديمقراطية انتصرت**" كان هذا شعار الحلفاء بعد هزيمة دول المحور ولعل هذه المقولة هي أول دعاية بعد الحرب العالمية الثانية، على اعتبار أن نظرية "السلام الديمقراطي' بدأت تجد لها المناصرين والتي كان أهم افتراضاتها أن الديمقراطيات لا تتحارب، و على نفس الأساس بنيت ثاني الدعايات، لانشقاق صف حلفاء الحرب العالمية الثانية بإقصاء الاتحاد السوفياتي على اعتبار أن النظام الشيوعي ليس نظاما ديمقراطيا و لا يوفر الحريات الأساسية التي قامت على أساسها منظمة الأمم المتحدة و الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وميثاق الأطلسي، و ظهرت الخلافات الأيديولوجية بين المعسكرين، و ظهر نوع جديد من الصراعات بين الاتحاد السوفياتي من جهة و الولايات المتحدة و العالم الغربي من جهة أخرى، وهو ما سمي بالحرب الباردة أو كما يسميها البعض حرب الأعصاب، حيث كانت الحرب العالمية الثالثة النووية في ذهن الرأي العام العالمي، لما تميزت هذه الفترة من اشتعال النزاعات والحروب في القارات الخمس وبإيعاز من أحد المعسكرين، مثل أزمات مثل ازمة كوريا 1950-1953، صواريخ كوبا 1961، أزمة برلين 1962و الفيتنام1963-1975 والشرق الأوسط 1967-1973 و أفغانستان 1979-1988، و ظهور مفاهيم جديدة كمفهوم الردع النووي، وما رافق ذلك من تطور للدعاية لتطور وسائل الإعلام و أن الصراعات الأيدولوجية دائما ما ترتكز على طرح الأفكار ونشرها والحد من توسع و انتشار أفكار الخصم.

وفي هذه الفترة جاء النموذج الاتصالي للعالم الغربي بشكل عام يحمل في طياته دعاية بيضاء وسوداء على حد سواء، لتسويق نموذجه السياسي والاقتصادي والثقافي، حيث سعت الولايات المتحدة بأجهزتها الإعلامية وأجهزتها الرسمية لتسويق النموذج الغربي الليبرالي المبني على الحريات، وذلك بالطعن في النموذج الاشتراكي وإبراز مساوئه. حيث يقول الرئيس الأمريكي هاري ترومان Harry Truman في ذلك: "إن احدى طرق الحياة أن تقوم على إرادة الأغلبية، وتتميز بالمؤسسات الحرة، والحكومة التمثيلية، والانتخابات الحرة، وضمانات الحرية الشخصية، وحريه الرأي والدين، والتحرر من القمع السياسي. والطريقة الثانية للحياة تستند إلى أراده أقلية مفروضة على الأغلبية. وهي تعتمد على الإرهاب والقمع، وعلى الصحافة والإذاعة الخاضعة للرقابة، ولا توجد بها انتخابات، وتعتمد قمع الحريات الشخصية"[1]. هذا المزيج من المبررات النظرية والتاريخية للحفاظ على التوازن النووي كان مجالا هاما في المعركة الدعائية من اجل المواطنين الخائفين من الحرب. فالخوف من القنبلة النووية وقدرتها التدميرية كان مرتكزا للدعاية الغربية والسوفياتية على السواء.

هذه البيئة العدائية ولدت أولى الحروب الدعائية الحديثة، بين القطبين المتصارعين، و استمرت الحرب الباردة -والتي هي حرب نفسية بالدرجة الأولى- من 1945 الى 1990، هذا المناخ من الرعب لعبت فيه وسائل الإعلام دورها في زيادة وطأة المخاوف، وكل طرف يصور الآخر على انه يريد تدميره، و أنه هو من يهدد السلم و الأمن العالميين، كل حسب مفهومه للسلم و الحرية، و مفاهيمه الأيدولوجية، فالاتحاد السوفياتي

[1] Howard Zinn, **Postwar America 1945-1971**, (Boston: South End Press, 2002), p. 45.

الذي يدين بالمذهب الشيوعي و بآلته الإعلامية الخاضعة لسلطة الحزب المركزي، منحه قدرة أكبر على تشكيل رأيه العام الداخلي بنوايا العالم الخارجي، وخلق بيئة معلومات مغلقة تسود فيها الرؤية الرسمية للكتلة الشيوعية، وهذا ما تم استغلاله من طرف الدعاية الأمريكية، حيث حاولت رسم صورة معينة عن العدو الشيوعي، في وسط جمهورها -المحب للحرية- وأن السوفيات يخشون السماح لظهور طرق بديلة لرؤية العالم و الإيمان بما يجدونه من بدائل، وهم يمنعون وجود صحافة حرة، و يضعون قيود على السفر خارج الحدود الكتلة الشيوعية، وإن الصراع معهم و صراع الخير و الشر، لذلك وصفت الكتلة الشيوعية بأنها إمبراطورية الشر Evil Empire على حد تعبير الرئيس الأمريكي ريغان في خطابه سنة 1983 والذي عرف به المصطلح "خطاب امبراطورية الشر".

و في اطار دعاية الحرب الباردة أنشأ الاتحاد السوفياتي مكتب للدعاية الكومونفورم وCominform سنة 1947[1] والذي يخضع للجنة المركزية للحزب الشيوعي ليحل محل الكومنترن Comintern*، ردا على مذهب ترومان و خطة مارشال لما بعد الحرب الباردة، وذلك في اطار استراتيجية الاحتواء التي خرج بها المؤتمر الرابع للهيئة المركزية للحزب الشيوعي، و التي تهدف توطيد العلاقات بين الجمهوريات الشيوعية الناشئة، وتنشيط آليات الحرب النفسية وتحسين خدمات حرب المعلومات "حيث أن الأمريكيين يستخدمون تدابير نفسية وسياسية واقتصادية منسقة مصممة... لإضعاف الرأي العالمي وتقسيمه إلى الى أن تصبح فيه المعارضة المصممة من قبل السوفيات غير فعالة و غير قابلة للتحقيق سواءً بالوسائل السياسية و العسكرية و الاقتصادية"[2]، حيث استعمل السوفيات وسائط الإعلام المتاحة حينها وحسب الاقتضاء من كتب وصحافة و إذاعة و أفلام، و اعتبر السوفيات أن اللغة أداة أساسية، فقد اعتبروا أهمية سلاح الكلمة في ظل النظام المبني على الاستقطاب الأيديولوجي، فطوروا مفاهيم للاستغلال مثل :" نزع السلاح، الاستقلال، و التحرر.." في محاولة لأخذ زمام المبادرة، وكان الهدف استلام زمام المبادرة واحتواء أكبر عدد من الجمهوريات المستقلة حديثا أو في نضالها للاستقلال، وكان هذا أساس دعايته في سبيل نشر الأيدولوجية الشيوعية، بتأسيس مكاتب ومجالس دولية وإقليمية (مجلس السلام العالمي 1949 الذي دعم الغزو الكوري الشمالي لكوريا الجنوبية، ونشر ادعاءات باستخدام القوات الأمريكية للأسلحة الجرثومية)، ووسعت دوائر نفوذها مثل إيجاد المتعاطفين مع الفكر الشيوعي من صحفيين وأكاديميين وحتى رجال مخابرات داخل الدول الغربية. حيث ازدهرت الحركات والمنظمات والأحزاب اليسارية ذات التوجهات الشيوعية في فرنسا وبريطانيا وحتى في أمريكا،

[1] روبرت جيه ماكمان، **الحرب الباردة**، تر: محمد فتحي خضر، (القاهرة: هنداوي للتعليم والثقافة، 2014)، ص. 38.

*__الكومونفورم__ هو مكتب الأخبار الشيوعي الذي أسس في أكتوبر 1947ببولونيا بناء على مبدأ جادانوف 1947، __الكومنترن__: أو الأممية الشيوعية وهي منظمة دولية شيوعية ظهرت في موسكو خلال شهر مارس 1919 أسست لهدف محاربة البرجوازية الدولية وإقامة الدولة الشيوعية

[2] Kenneth Alan Osgood, **Total Cold War: Eisenhower's secret propaganda battle at home and abroad**. (Kansas: University Press of Kansas, 2006), pp. 35-38.

وكذلك في المستعمرات الغربية واعتناق لكثير من الجمهورية المستقلة في الخمسينات والستينات للتوجه الاشتراكي.

ولمواجهة الهجوم الدعائي السوفياتي، حاولت الولايات المتحدة الأمريكية الاستجابة على جهتين مترابطتين داخليا و دوليا، ففي عام 1948 أعاد قانون سميث-موندت The Smith-Mundt Act's** لتنشيط وإعادة تأهيل الخدمات الإعلامية الأمريكية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية، لتعزيز الفهم و التفاهم المتبادل بين شعب الولايات المتحدة و شعوب العالم[1]، و في الواقع أن هذا القانون هو تصدي للدعاية الثقافية السوفياتية أو ما يسمى بال "الدبلوماسية الثقافية"، و التي سماها الأمريكيون بالدبلوماسية العامة، وعادة ما ينطوي هذا النشاط علي نشر المؤلفات والمنتجات الثقافية الأخرى مثل المتحدثين الزائرين والأفلام والمجموعات المسرحية المتنقلة وفرق الأوركسترا، وتشجيع تدريس اللغات والأنشطة التعليمية الأخرى، والذي وصل فيما بعد الى شيوع النموذج الأمريكي في نمط الحياة من الملبس و المأكل و انتشار القيم الأمريكية وشركاتها ككوكا كولا و ماكدونالدز و أفلام هوليود و الموسيقى الأمريكية، هو النهج الذي قاده أنصار هذه القانون بنشر القيم الأمريكية كنموذج للتطور و التحضر.

و بغض النظر عن صحة مقولة "تصدير الثقافة الأمريكية" أو لتزامن شيوعها مع تزايد القوة الاقتصادية و الإعلامية الأمريكية، لكن الإدارة الأمريكية كانت مهتمة بشكل واضح بتعزيز صورتها الخارجية و، و قد ظهر هذا لأول مرة عندما اطلق الرئيس هاري ترومان "حملته من اجل الحقيقة" عام 1950 ضد الشيوعية في أعقاب اندلاع الحرب الكورية، حيث خصص الكونغرس أكثر من 120 مليون دولار للدعاية[2]، وهذه الزيادة كانت لدعم العناصر النفسية في الاستراتيجية التي جاءت بالتزامن مع الزيادات في الإنفاق العسكري عموما و الذي استند الى البيان السري المعروف مجلس الأمن القومي (NSC 68)***** والتي أزيلت عنها السرية في 27 فيفري 1975.

**قانون تبادل المعلومات والتعليم الأمريكي الصادر في 1948 (القانون العام 80-402)، والمعروف شعبيا بقانون سميث-موندت، هو التفويض التشريعي الأساسي لأنشطه الدعاية التي تقوم بها وزاره الخارجية الأميركية، والتي تسمي أحيانا "الدبلوماسية العامة". وقد قدم هذا القانون لأول مره عضو الكونجرس كارل موندت Karl Mundt في جانفي 1945 في المؤتمر التاسع والسبعين. وقد أقرها الكونغرس الثمانين في وقت لاحق ووقعه الرئيس هاري س. ترومان في القانون في 27 يناير 1948.

[1] Palmer, Allen W., and Edward L. Carter. "The Smith-Mundt Acts Ban on Domestic Propaganda: An Analysis of the Cold War Statute Limiting Access to Public Diplomacy." **Communication Law and** Policy, Vol. 11, no. 1, 2006, pp. 01-34.

[2] Kenneth Alan Osgood, op. cit. p. 43.

***ورقه سياسية سرية أعدتها وزاره الخارجية ووزارة الدفاع وعرضت علي الرئيس هاري ترومان في أفريل 1950. وكانت واحده من أهم بيانات السياسة الأمريكية للحرب الباردة. وقدمت مخططا لعسكرة الحرب الباردة إبتداءا من 1950 إلى انهيار الاتحاد السوفيتي في بداية التسعينات. ودعت هذه الوثيقة وتوسعاتها اللاحقة إلى توسيع كبير في الميزانية العسكرية للولايات المتحدة، وتطوير القنبلة الهيدروجينية، وزيادة المساعدات العسكرية لحلفاء الولايات المتحدة. وجعلت من الحد من التوسع الشيوعي العالمي أولويه عالية. رفضت كذلك أي سياسات للتقارب الودي أو الاحتواء للاتحاد السوفيتي. متوفرة على الرابط: http://bit.ly/3axYgY8.

هذا العنصر النفسي الذي خصص له كل هذا الإنفاق بمعايير ذلك الوقت كان الهدف منه مواجهة السوفيات عن طريق الحشد السريع للقوى السياسية و الاقتصادية و العسكرية زيادة الثقة داخل العالم الحر -كما كان يسمي الغرب أنفسهم- ، بالإضافة الى طمأنة الحلفاء و الشركاء بانهم في مأمن من القوة العسكرية السوفياتية لوجود القدرة على الرد أو الردع (توازن الرعب)، و كانت هذه الاستراتيجية المبنية على الدبلوماسية الثقافية تعتبر استراتيجية طويلة الأمد، لذلك كان هناك الحاجة الى استراتيجية قصير الأمد و تعتمد آنيا، هدفها التصدي لأي دعاية سوفياتية و بث الدعاية الأمريكية داخل الاتحاد السوفياتي لذلك تم تأسيس إذاعة صوت أمريكا VOA سنة 1950 وكانت أول إذاعة أمريكية دولية وقد بثت برامجها ب 23 لغة مختلفة وبحلول سنة 1953 أصبحت تبث ل 850 ساعة أسبوعيا بعد نقل تسيير الإذاعة من وزارة الخارجية الى وكالة الإعلام المنشأة حديثا[1]، وقد كانت برامجها تتراوح بين بث الموسيقى الأمريكية كالجاز والكاونتري و تتناول برامج متنوعة كالزراعة و الطب و السفر الى أمريكا، و تحاول في خضم ذلك نقل جوانب الثقافة الشعبية الأمريكية بالإضافة الى الآراء السياسية و الأخبار الدولية، ثم في عام 1978 في اطار إعادة تنظيم التي أتى بها الرئيس الأمريكي جيمي كارتر، تم ضم الإذاعة الى مكتب الشؤون التعليمية و الثقافية التابع لوزارة الخارجية BECA في إطار تشكيل وكالة الاتصالات الدولية ICA ونص الأمر التنفيذي 12048 المنشأ لهذه الوكالة على أن الغرض المزدوج من هذه الوكالة الجديدة هو: "أن نخبر العالم عن مجتمعنا و سياستنا، وخاصة التزامنا بالحفاظ وتشجيع التنوع الثقافي و الحرية الفردية، و أن نخبر العالم عنا، و ذلك لإثراء ثقافتنا وكذلك لنحصل على فهم اكبر في محاولة التعامل بفاعلية مع المشاكل الدولية"[2].

وفي إطار تكريس الدعاية ومع ظهور الحرب النفسية كمفهوم أساسي لتلك الفترة، أنشا الرئيس ترومان أيضا مجلسا للاستراتيجية النفسية PSB، وهو المجلس الذي انبثق عنه تأسيس وكالة الإعلام السابقة الذكر، وقد نسق هذا المجلس الجديد الأنشطة الإعلامية لوزارة الخارجية مع الوكالات الرئيسية الأخرى، حيث ضم أعضاءً من وزارة الدفاع ووكالة المخابرات ومجلس موارد الدفاع ووكالة التعاون الأوربي[3]، وكان هدفه مضاعفة الردع النفسي للعدوان الشيوعي، فما ميز هذه الفترة حيث هو الإمعان في إبراز مساوئ الطرف الأخر وزيادة الكراهية اتجاهه، و لعل ما دفع الولايات المتحدة لزيادة حدة الدعاية اتجاه الاتحاد السوفياتي على المستوى الداخلي هو تبعات الدعاية ضد النازية إبان الحرب العالمية، وعلى اعتبار السوفيات كانوا حلفاء للقضاء على محور الشر من النازية و الفاشية، فقد اكتسبوا تعاطف داخلي بالإضافة للدعم الذي أولاها السوفيات للحركات العمالية العالمية، فكانت نقل نظرة الرأي العام الداخلي اتجاه مكانة الاتحاد السوفياتي من حليف الى شيطان يهدد الطريقة الأمريكية نفسها. حيث أصبح كل من كان متعاطفا مع الاتحاد السوفياتي أو يظهر

[1] Uttaro, Ralph A. "The Voices of America in International Radio Propaganda." **Law and Contemporary Problems**, Vol. 45, no. 1, 1982, pp. 103-122.

[2] Ibid., p. 104

[3] Nicholas Cull, **The cold war and the United States Information Agency: American propaganda and public diplomacy 1945-1989**, (Cambridge: Cambridge university press, 2008), pp. 67-69.

إعجابه بالشيوعية أو الاشتراكية يعتبر "مخربا"، ومع ظهور السينما و التلفزيون و انتشارهما زاد معهما نفوذ شبكات الإعلام عموما و صناعة الأفلام وظهرت هوليود كقطب لصناعة الأفلام وتم استغلالها للدعاية السينمائية، فزادت شعبية الأفلام المناهضة للشيوعية و زاد الخوف من المد " المد الأحمر"، فظهرت أفلام كمرأة على الرصيف الثالث عشر The Woman on Pier 13 سنة 1949 و كان عنوانه الأصلي "تزوجت شيوعيا"، وفيلم شيوعي داخل مكتب التحقيقات الفدرالي "I Was a Communist for the FBI" سنة 1951، وهناك أفلام تجاوزت الدعاية المحلية ووجهت للدعاية العالمية كفيلم من الظهيرة "from High Noon" سنة 1952 و فيلم على الواجهة البحرية On the Waterfront سنة 1954[1]، بالإضافة لأفلام البوليسية والجاسوسية و ظهر أفلام الخيال العملي و التي نحمل في طياتها مفاهيم متعددة و تصويرية للعدو و الغزاة كاستعارات عن المخاوف من العدوان و الغزو، و انه قد يظهر العدو في مظاهر محببة ولكن خادعة و يندمج في المجتمع كمواطن، وظهر تيار سينمائي آخر يهدف الى كشب تأييد الرأي العام لفكرة أو مجابهتها كالمساندة في السباق نحو التسلح و تعظيم الترسانة النووية، و معارضة الدعوات الهادفة للحد من التسلح،

كذلك سعت الولايات المتحدة الأمريكية لتأسيس كيانات و مؤسسات دعائية غير رسمية ظاهرا، لكنها تعمل تحت رعاية المؤسسات الرسمية و على رأسها المخابرات CIA، كالمؤسسات الخيرية أو التي تهدف لتقديم المساعدات، و في الحقيقة هي عملت على أساس نشر الثقافة كسلاح للسيطرة و التمدد، ولعل أبرز تلك المؤسسات التي ظهرت بداية الخمسينات من القرن العشرين والتي عرفت بالكونسرتيوم *Consortium، كاللجنة القومية من اجل أوربا حرة[2] الذي أسسها آلان دالاس Allen Dalles كما استخدمت الاستخبارات طرق أخرى في إطار الدعاية المناهضة للشيوعية، حيث أسست جرائد ومجلات تدعي أنها يسارية تدعم الشيوعية و لكنها في الحقيقة الأمر تناهض و تشوه الفكر الشيوعي مثل جريدة انكاونتر Encounter ببريطانيا سنة 1953[3].

[1] Ibid. p. 283.

*يعرف الكونسرتيوم بانه اتحاد أو هيئة كبرى تهدف لتقديم المساعدات

[2] فرانسيس سوندرز، **من دفع للزمار؟ الحرب الباردة الثقافية: المخابرات المركزية وعالم الفنون والأدب**، تر: طلعت الشايب، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2009)، ص. 155.

[3] المرجع نفسه، ص. .343

الفرع الثالث: فرع العمليات النفسية العسكرية في الجيش الأمريكي

في عام 2018 احتفلت القوات العسكرية الأمريكية بالمئوية الأولى لتأسيس فرع الحرب النفسية بالجيش الأمريكي[1]، حيث ترجع أول عمليات الحرب النفسية التي قام بها الجيش الأمريكي الى أوت 1918 أين قامت القوات الأمريكية باستعمال البالونات لإسقاط منشورات تطلب من القوات الألمانية الاستسلام، و توضح طريقة معاملتهم للسجناء، ولكن يرجع أول استخدام مكثف للحرب النفسية في الجيش الأمريكي الى سنة 1950 أثناء الحرب الكورية 1950-1953 حيث استخدمت الوحدة الأولى وهي وحدة مكبرات الصوت[2] في عملياتها ضد قوات جمهورية كوريا الديمقراطية الشعبية (كوريا الشمالية)، ويرجع استخدام مكبرات الصوت لطبيعة تضاريس المنطقة و عدم شيوع أجهزة الراديو، كما تم إلقاء 2.5 مليار منشور على الخطوط الأمامية للعدو[3]، و في حرب كوريا ظهرت التفرقة بين مفهوم الحرب النفسية التكتيكية و الاستراتيجية، حيث أن المنشورات التكتيكية كانت تلقى على الجبهات الأمامية و الخطوط المتاخمة لخطوط القوات الأمريكية و القوات الكورية الجنوبية وكانت تلقى بالمدفعية أو لمكبرات الصوت، أما المنشورات ذات الهدف الاستراتيجي فكانت تلقى عن طريق الطائرات وفي مناطق أعمق داخل الأراضي الكورية الشمالية، و تستهدف العسكريين و المدنيين على السواء. ومن اهم العمليات النفسية في الحرب الكورية هي عملية مولاه Operation Moolah[4] والتي استهدفت الطيارين الكوريين الشماليين لطائرات الميغ-15 السوفياتية، والتي كانت متفوقة على كل ما تملكه دول التحالف من طائرات، لذلك وجهت دعاية لطياري الميغ-15 مع رصد مكافئة مالية لمن يستسلم مع الطائرة.

ولعل ما يثبت العلاقة بين الجهود العسكرية و سلوكيات الجماهير المستهدفة بالحرب النفسية و مدى تأثيرات هذه الجهود النفسية عليهم و على الحرب عامة أنه في الحرب الكورية صرح اكثر من الثلث من مجموع الأسرى أنهم استسلموا بتأثير المنشورات الدعائية[5]، ولعل هذا ما دفع الحكومة الأمريكية للتركيز على أدوات الحرب النفسية في صراعها مع الشيوعية، على اعتبار أنها بديل آمن و غير مكلف مقارنة بالتدخلات العسكرية المباشرة، فقد استخدمت الطرق النفسية كما تذكر كتب التاريخ في غواتيمالا 1951-1954 حين حاولت وكالة المخابرات إسقاط الحكومة الشيوعية المنتخبة بعملية سميت بعملية تحقيق السلام Operation PBSUCCESS والتي سعت لتجنيد المعارضين و دعمهم بالسلاح و تسويق قضيتهم عالميا واعتبارهم دعاة

[1] "**PSYOP Celebrates Its 100th Birthday**." USAPOVA. Retrieved February 2, 2020. At: https://bit.ly/3shsWqe .

[2] Friedman, Herbert A. "**The First Loudspeaker and Leaflet Company - KOREA 1953**." At: http://bit.ly/2uHdGci

[3] Ibid.

[4] Frank Futrell, **The United States Air Force in Korea: 1950-1953**. (New York: Duell Sloan and Pearce, 1996), pp. 652-653.

[5] Christopher Lamb, Paris Genalis, **Review of the Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experiences, (**Washington: National Defense University Press, 2005), p. 28.

ديمقراطية و تحرر، وقد حدث نفس الشيء في اطار مكافحة تمدد الشيوعية في أمريكا الوسطى و الجنوبية في كوبا وفنزويلا و نيكاراغوا و بنما.

وقد استفادت الولايات المتحدة من تجارب حربها النفسية في كوريا ودول أمريكا الجنوبية والوسطى، خلال حربها في فيتنام 1955-1975، حيث ظهر التخصص والتقسيم خلالها، فاستعملت الدعايات البيضاء و السوداء والرمادية، فوكالة المعلومات الأمريكية استعملت الدعاية البيضاء، أما الدعاية السوداء والرمادية فمن اختصاص وكالة الاستخبارات المركزية، كما انه خلال هذه الحرب حدث أول تنظيم خاص لوحدات الحرب النفسية حيث قسمت الى أربع فرق، ووضعت في مناطق جغرافية محددة وتتبع في قيادتها لقادة الفيالق العسكرية في الميدان، واعطي تخصص لكل فرقة منها.

ومع الوقت ازداد خبرة القوات الأمريكية في الحرب النفسية و ازداد معها اليقين بأهميتها في كسب الحروب و الصراعات، وهو ما طبقته في تدخلها في بنما 1989-1990، حيث أنها وفي العملية التي سميت بعملية القضية العادلة Just Cause، أول ما تم فعله هو حرمان نظام الرئيس البنمي مانويل نوريغا وقادته العسكريين من بث الراديو، عن طريق إزالة أغلب أجهزة الإرسال المستعملة في البث[1]، و بالموازاة معها كانت هناك عملية أخرى سميت بعملية Ma belle وتهدف الى السيطرة على خطوط الهاتف التي لجأ إليها البناميون لتعذر استعمالهم للراديو، حيث كانوا يتصلون بالقادة العسكريين لإعطائهم تحديثات القوات و الأسلحة و الذخائر، و قد اخترق الأمريكيون هذه الخطوط و استعملوا جنودا ناطقين بالإسبانية لتغليط القادة و حتى الكتائب على الأرض، و في محصلة هذه العملية تم استسلام أكثر 2000 جندي بنمي بدون قتال وإلقاء القبض على عديد القادة العسكريين المطلوبين.[2]

ومع نهاية الحرب الباردة وانهيار المعسكر الشيوعي، توجه الاهتمام نحو إيجاد العدو البديل فكان التوجه الى الشرق الأوسط وبدرجة أقل الشرق الأقصى، وتم اعتبار النظام العراقي بقيادة صدام حسين هو أكبر تهديد للولايات المتحدة ولمصالحها، خصوصا بعد غزوه للكويت فكانت حرب الخليج الثانية 1990-1991 (عملية درع الصحراء Operation Desert Shield) والتي استخدمت فيها الولايات المتحدة كل تقنياتها للدعاية والحرب النفسية مع ظهور آليات ومفاهيم أخرى لتنفيذ العمليات النفسية.

حيث كانت العمليات النفسية قيمة للجيش الأمريكي لتجنب الصدامات المباشرة مع الجيش العراقي، ففي البداية وبعد حشد الجيوش في السعودية، قامت الولايات المتحدة بعدد من الإجراءات الدعائية لاستمالة الرأي العام في الشارع الأمريكي للقبول بفكرة التدخل الأمريكي في مسالة الكويت خصوصا وانه قد برزت أصوات داخلية معارضة للتدخل في الشارع الأمريكي، ومن هذه الإجراءات الدعائية إنشاء منظمة مواطنين للكويت الحرة والتي تم تمويلها بأموال كويتية، وقامت بحملات إعلامية لكسب ود الشارع الأمريكي والعالمي

[1] Designs, Janq. **"Operation JUST CAUSE 1989 – 1990"**, Special Operations. At: http://bit.ly/396YjJg .

[2] Ibid.

وأحد الحملات الدعائية المثيرة للجدل التي قامت بها هذه المنظمة كانت إظهار سيدة على شاشة التلفزيون تصف كيف أن بعض الجنود العراقيين قاموا بإخراج الأطفال المرضى من حاضناتهم في أحد المستشفيات والقوا بهم على الأرض ليموتوا[1]. بعد سنة واحدة من عرض هذا الشريط تم اكتشاف أن هذه السيدة كانت من أفراد العائلة الحاكمة في الكويت، وكانت تعيش في باريس أثناء الاجتياح العراقي للكويت. كما تم استعمال المنشورات ومكبرات الصوت على المستوى العملياتي لحث الجنود العراقيين على الاستسلام، أما على المستوى الاستراتيجي والخارجي فقد استعملت الترسانة الإعلامية قبل وأثناء وبعد العمليات على رأسها شبكة CNN.

وقد استغلت القوات الأمريكية رغبة بعض القوات في تجنب القتال وركزت عليهم عملياتها النفسية من خلال المنشورات والبث بمكبرات الصوت، كما القوات الأمريكية عملت مع شركاء سعوديين وكويتيين للتأكد من أن العمليات النفسية مناسبة ثقافياً ولغوياً.[2] وتضمنت إحدى التقنيات إلقاء منشورات تخبر القوات العراقية بأنها ستقصف في اليوم التالي من قبل قاذفات بي-52، وحثتهم على الاستسلام وإنقاذ حياتهم. وبعد التفجير المزعوم يتم القاء مجموعة أخرى من المنشورات، قائلة انه تم الوفاء بالوعد، ويتعين على الناجين الاستسلام لإنقاذ أنفسهم. واستخدمت أشكال مختلفة من هذه التقنية في وحدات أخرى.

عموما فقد ركزت الحرب النفسية التي اعتمدتها الولايات المتحدة في حرب الخليج على:

- **التبسيط:** وذلك بالتركيز على معاني المتعلقة بالحملة العسكرية على العراق وصياغتها بشكل واضح وبسيط، حيث أن الهدف المذكور هو تحرير الكويت، وأن خصمهم هو صدام حسين، وان الحملة تضم عديد الدول وتحت غطاء الشرعية الدولية ممثلة في الأمم المتحدة.
- **التهويل:** بتهويل قدرات العراق العسكرية وتضخيم قوته، إذ صنف الجيش العراقي في المرتبة الرابعة بين جيوش العالم، وذلك بهدف الإيحاء للرأي العام العالمي بأن العراق يمتلك القدرات المادية التي تساعده في التوسع وتهديد أمن المنطقة.
- **التشويه والتضليل** :أي تضليل الرأي العام العالمي بإخفاء الحقائق وتشويه الأحداث والأقوال.
- **الخداع والتمويه** :بالإضافة إلى الخداع والتمويه، الكذب والتحريض وتزييف الحقائق.
- **التخصص** :باعتماد قاعدة الإيقاع والتناغم الجماعي، وذلك عن طرق إشراك آلاف المختصين في مختلف العلوم والمعارف في الدعاية ضد العراق، بهدف واحد، هو إثبات أن مخطط الولايات المتحدة الأمريكية يهدف إلى تنفيذ الشرعية الدولية[3].

---

[1] عبد الكريم العلوجي، **الإعلام والحرب: العراق نموذجا**، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 2010)، ص. 43.

[2] Peter A. Whitenack. "An Analysis of Gulf War Psyops and Their Applicability to Future Operations". 1993, **Global Security Reports**, At: http://bit.ly/2uOx7QK .

[3] محمد بلخادم، **دور العمليات النفسية الأمريكية و أثارها في حربي الخليج**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزائر: قسم علم النفس وعلوم التربية، 2013)، ص. 186.

المطلب الثاني: الحرب النفسية الأمريكية على المستوى الاستراتيجي

لقد تركت نهاية الحرب العالمية الثانية للولايات المتحدة بنية تحتية عالمية ضخمة لشن الحرب النفسية، الا انها أنتجت منافسة وصراعا داخل وبين وزارة الخارجية والجيش ما أطلق عليه مؤرخ الجيش ألفريد بادوك سنة 1973 وصف "التيارات المتقاطعة من عدم اليقين والحذر" حول مستقبل أين وكيف ستشن الولايات المتحدة حرباً باردة نفسية؟ وعلى الرغم من أن مكتب الخدمات الاستراتيجية OSS قد تم حله رسمياً في سبتمبر من عام 1945، فإن الموظفين الرئيسيين من هذه المنظمات انضموا للوكالات التي تم انشاؤها: وكالة الاستخبارات المركزية في عام 1947، ووكالة الإعلام الأمريكية في عام 1953. وفي غضون ذلك، تدور الصراعات حول الحرب النفسية بين الدولة والجيش حول المسائل ذات الصلة بشن الحرب النفسية في أوقات السلم، وما إذا كانت الحرب النفسية هي مسؤولية عسكرية أو مسؤولية مدنية على نحو صحيح.

وكالة الاستخبارات المركزية مثلا كانت تدفع أموال كبيرة في سعيها للتجنيد من اجل جمع البيانات التي تكفل الفهم الصحيح لنقاط قوة وضعف المجتمعات الأجنبية خصوصا التي اعتبرت معادية، كما أن وكالة الإعلام الأمريكية كانت تبث برامجها المتعلقة بسياسة الولايات المتحدة والتي تسعى من خلالها توفير القبول الدولي لهذه السياسات وتوفير الدعم اللازم لها، كما قامت المصالح العسكرية بتكوين خبراء في اللسانيات والمجال الثقافي والاجتماعي لاستغلالهم في تطبيق عمليات نفسية ناجحة[1]، ومن أجل أن تصبح الحرب النفسية ذات فاعلية ومردودية كبيرة يجب توافر مجموع من الآليات والمكونات المادية البشرية بالإضافة الى التنسيق بين مجموع المنظمات و الوكالات التي تكفل ذلك.

الفرع الأول: الهيئات الإعلامية

كثيرا ما يقتصر الاتصال الجماهيري الذي تشكل الدعاية جزءا منه، على دراسة وسائط الإعلام. والتي تعتبر النواة أساسية للحرب النفسية، ورغم أن البعض يعتبرها لا تمثل سوى جزء من العناصر اللازمة لتطبيق استراتيجيات الحرب النفسية، ولكن مع ذلك فان لها دورا مركزيا في نشر رسائلها وشيوعها. لذلك ارتأينا أنه من الضروري وصف الجهات الفاعلة المختلفة التي يستخدمها صانع القرار في الولايات المتحدة الأمريكية لتنفيذ استراتيجيته. لأنه في الغالب وبغض النظر عن طبيعة نظام الحكم فان التحكم في جزء كبير من تدفق المعلومات يخضع للدولة وللنظام المركزي فيها، أما في النظم الأكثر ديمقراطية فهذه الوسائل تتعايش مع ما يعتبر خدمة عامة. فيتم تقديم وسائل الإعلام هنا في الترتيب الزمني للمظهر. ذلك أن الحملات الدعائية تستخدم جميع وسائط الإعلام المتاحة لها، لأسباب تتعلق بالتكامل وتشبع الحيز الإعلامي. فيحدث عند ذلك السعي لتشبيع هذا الحيز ببناء وامتلاك منظمات ومؤسسات تهدف الى التأثير في الاتصالات والمعلومات الداخلية أو الخارجية، وتعتبر منبرا للدعاية الرسمية وتسعى من خلالها الى امتلاك استراتيجية اتصال شاملة.

[1] Bowdish, Randall G. "Information-age psychological operations." **Military Review**, Vol. 78, no. 6, 1998, pp. 28-36.

وحيث أنها لا تستخدم مصطلح الدعاية ضمن نشاطاتها بصفة مباشرة لكنه يدخل ضمن خط صنع ما يسمى السياسة العامة، لكيلا يعطى الانطباع بأنه محاولة للتلاعب بالرأي العام، وهو النهج الذي تبنته الولايات المتحدة من خلال تأسيس الرئيس ايزنهاور Dwight D. Eisenhower لوكالة الإعلام سنة 1953. لكنها لم تكن الأولى من حيث التأسيس فقد سبقها تأسيس عديد الوكالات خصوصا أثناء النزاعات والأزمات من اجل نشر جهود الحرب النفسية، منها لجنة الإعلام CPI بين سنتي 1917 و1919، ثم مكتب معلومات الحرب OWI بين سنتي 1942 و1945، ثم وكالة الإعلام الأمريكية والتي تم حلها سنة 1999 بقرار من وزارة الخارجية، وإسناد جهود الحرب النفسية الى وكالة الاستخبارات المركزية، حيث اعتبرت انها تدخل ضمن الجهود الاستخباراتية ولا يجب إسنادها للمدنيين. أما تأسيسها فقد اعتمد على قانون موندت سميث لسنة 1948 -كما سبق وأشرنا- ، وكان هدفها مكافحة الدعاية السوفياتية ومحاولة التواصل مع السكان الأجانب والسعي لتبادل المعلومات في زمن السلم أو الحرب، وأنشأ قانون سميث موندت ما سمي بالدبلوماسية العامة الهادفة لمكافحة الدعاية الكاذبة والمعلومات المضللة ضد السكان الأجانب،

في عام 1953، عين الرئيس أيزنهاور لجنة من اجل دراسة أنشطة الإعلام الدولي والآثار العالمية للدعاية وعلاقتها بالأمن القومي الأميركي وهي اللجنة التي أوصت بإنشاء وكالة تنفيذية مستقلة مسؤولة عن الدبلوماسية العامة الأمريكية لذلك تم تأسيس وكالة الولايات المتحدة للإعلام وقد اعتبرت من أكبر منظمات العلاقات العامة في وقتها، حيث بلغت ميزانيتها السنوية خلال فترة الثمانينات حوالي 500 مليون دولار أمريكي، وتجاوزت المليار دولار مطلع التسعينات[1]، وتعرف بانها: "وكالة مستقلة للشؤون الخارجية داخل الفرع التنفيذي للحكومة الأميركية المكلفة بسلوك الدبلوماسية العامة لدعم السياسة الخارجية للولايات المتحدة. وتكمل الدبلوماسية العامة وتعزز الدبلوماسية التقليدية من خلال الاتصال المباشر مع الجماهير الأجنبية من خلال مجموعة واسعة من أنشطة الإعلام الدولي، والأنشطة التعليمية، وأنشطة التبادل الثقافي"[2]

وقد كانت مسؤولة عن جميع الاتصالات والمعلومات التي تصدر من الولايات المتحدة الى حوالي 150 دولة عبر العالم، وكان الهدف منها هو محاولة فهم الجماهير الأجنبية والتأثير عليها بهدف تعزيز المصلحة الوطنية، وبمكن تلخيص أهدافها المعلنة في:

1. شرح ومناصرة السياسات الأمريكية الموجهة للثقافات الأجنبية وزيادة موثوقيتها ولتعزيز أهدافها.
2. توفير المعلومات حول السياسات الرسمية للولايات المتحدة، وكذا عن الأشخاص والقيم والمؤسسات التي تؤثر في هذه السياسات، والهدف من تنفيذها.

[1] "US Information Agency: Options for Addressing Possible Budget Reductions," **Government Accountability Office,** Sep 1996, At: https://bit.ly/2UyLLFR.

[2] "USIA: An Overview, United States Information Agency", **USIA Official Site**, 1998, At: https://bit.ly/3hjtxBd.

3. توفير سبل الاستفادة من انخراط المؤسسات والأفراد في البيئة الدولية من خلال مساعدتهم على بناء علاقات طويلة الأمد قوية مع نظرائهم في الخارج.

4. تقديم المشورة للرئيس وصانعي السياسات في الحكومة الأمريكية حول الطرق التي سيكون للمواقف الخارجية تأثير مباشر على فعالية السياسات الأمريكية

5. البث التلفزيوني عبر شبكة التلفزيون والأقمار الاصطناعي، والبث الإذاعي خصوصا عبر إذاعاتها الإقليمية.

6. مساعدة صانعي القرار في التأثير على الرأي العام المحلي أو العالمي.

7. إنتاج وبث المقالات الصحفية والأخبار بما يخدم الخطوط العريضة للسياسة الأمريكية.

8. مقاومة الدعاية الخارجية المعادية وتقويض أثرها الداخلي والعالمي[1]

وقد عرفت الوكالة في الخارج باسم دائرة المعلومات للولايات المتحدة USIS، حيث يتبع لها موظفون في جميع السفارات والبعثات الدبلوماسية، ويوفر هؤلاء الموظفون صلة الوصل مع قادة وجماهير الدول التي يعملون بها، على اعتبارهم ان صفته أحيانا قد تكون متحدثين رسميين، بعقدهم المؤتمرات والندوات والمحاضرات، لتعزيز التواصل مع الجماهير خصوصا نخبهم المؤثرة كالخبراء والقادة والفاعلين في مختلف المجالات.

واهم الوظائف التي يشغلها أعضاء الخدمة الخارجية التابعين لوكالة الإعلام:[2]

الشؤون العامة: ويتولى إدارة الأنشطة السفارة الإعلامية والثقافية، ويعتبر مستشارا للسفير ومسؤولي السفارة حول استراتيجيات الشؤون العامة، والتي تتعلق بالرأي العام الأجنبي والإعلام وقضايا التعليم والشؤون الثقافية.

شؤون الإعلام: يعمل الموظف المكلف بالإعلام كمتحدث باسم السفارة، حيث يقوم بصياغة وتوجيه السياسات العامة بشأن القضايا ذات الاهتمام العام، وإصدار النشرات الصحفية والعمل مع الصحفيين المحليين والأجانب، لشرح ونشر أنشطة السفارة.

مكتب تنسيق الشؤون الثقافية: حيث يدير المكتب برامج التبادل التعليمي والثقافي، ويعد الندوات والمحاضرات المتحدثين الأمريكيين، كما انه يدير مراكز المعلومات والمراكز الثقافية الأمريكية التي تعد وتنظم مختلف الأنشطة المتعلقة بالنشر الثقافي.

مواطنو الخدمة الخارجية: موظفي هذا المكتب هم من مواطني البلد المضيف الذي يقدمون الدعم لاستمرارية وكفاءة الوظائف الثقافية والتعليمية والإعلامية بالسفارة، وتنفيذ الدعم الإداري.

[1] Ibid.

[2] Ibid.

وفي عدد قليل من البلدان الكبيرة، تقوم الوكالة أيضا بتشغيل وظائف فروع تابعة للوكالة خارج العاصمة. بالقنصليات والفروع الدبلوماسية، وتشمل العمليات في الخارج مراكز المعلومات، والمراكز الثقافية، ومحطات الترحيل الإذاعي والتلفزي، ومراكز خدمة الطباعة ودعم البرامج.

وفي سنة 1994 وفي إطار قانون البث الدولي تم إنشاء مجلس جديد تابع لوكالة الإعلام الأمريكية سمي "بمجلس المحافظين للإذاعة BBG"[1]، وفي سنة 1999 ومن خلال قانون إعادة هيكلة الشؤون الخارجية تم حل الوكالة الأمريكية للإعلام وأصبح المجلس وكالة مستقلة لكنها يقيت خاضعة لإشراف المفتش العام لوزارة الخارجية والسلك الدبلوماسي. منذ استقلاليتها توسع البث الدولي للأهداف الدعائية حيث بعد أن كان البث الدولي يركز على أوروبا وآسيا توسع ليشمل كل أنحاء العالم ومختلف اللغات، خصوصا بعد أحداث 11 سبتمبر تم إنشاء "راديو سوا" الناطق بالعربية قبل أن يلحق بقناة فضائية هي "قناة الحرة"، الخاضعين لشبكة الشرق الأوسط للبث MBN التي تأسست سنة 2005، وأطلق سنة 2006 "راديو فاردا" باللغة الفارسية، وفي سنة 2018 تم تغيير اسم المجلس الى "الوكالة الأمريكية لوسائل الإعلام العالمية USAGM".[2]

بالإضافة الى الوكالة الرسمية تملك الولايات المتحدة عموما أكثر من 2546 شبكة بث تلفزيوني وحوالي 10 آلاف محطة إذاعية[3]، ومنذ نهاية التسعينات تغيرت بنية المؤسسات الإعلامية حيث حدث اندماج بين كثير من المؤسسات الصغيرة لتتحول الى إمبراطوريات إعلامية متعددة الجنسيات، تحوي شبكات تلفزيون وصحف وأستوديوهات إنتاج إعلامي ودور نشر للكتب والمجلات، ولعل أبرز تلك الشبكات CNN وABC وCBSوNBC. أما كتلة الإعلام المطبوع فيوجد أكثر من 1500 صحيفة يومية في الولايات المتحدة. ومجمل ما يطبع يومياً من الصحف الرئيسية الكبرى (وول ستريت- نيويورك تايمز - واشنطن بوست - يو إس توداي) لا يتجاوز 5 ملايين نسخة يوميا، كما يوجد صحف محلية ويطبع منها حوالي 55 مليون نسخة يوميا،[4]

[1] Congress, U. S. "United States International Broadcasting Act of 1994.", **Public Law** ,1994, pp. 103-236.

[2] John Bonazzo, 'Most Worthless' US Government Agency May Become Trump TV". **Observer**. Aug 2018. At: https://bit.ly/3uoBQFo

[3] " إحصاءات :الإعلام الأمريكي"، **معهد الامام الشيرازي الدولي للدراسات بواشنطن**، في: https://bit.ly/3AUIt3i .

[4] عزت إبراهيم، **دوروسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا**، حلقة نقاشية حول: "الصورة الدولية للولايات المتحدة الأمريكية بين إدارة بوش وإدارة أوباما"، جامعة القاهرة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، الإثنين 16 فبراير 2009، ص. 7.

الفرع الثاني: الهيئات الاستخباراتية

إن ما يسمى بمجتمع الاستخبارات في الولايات المتحدة USIC هو "مجموعة من وكالات الاستخبارات التابعة للحكومة أو المنظمات التابعة لها، تعمل بشكل منفصل أو متصل على القيام بأنشطة استخباراتية تدعم بها السياسة الخارجية والأمن القومي للولايات المتحدة. وتشمل المنظمات الأعضاء في المجلس وكالات الاستخبارات والاستخبارات العسكرية ومكاتب الاستخبارات والتحليل المدنية داخل الإدارات التنفيذية الاتحادية. ويشرف على هذه اللجنة مكتب مدير الاستخبارات الوطنية الذي يرأسه هو نفسه مدير الاستخبارات الوطنية الذي يتولى تقاريره إلى رئيس الولايات المتحدة".[1]

ويتكون مجمع المخابرات في الولايات المتحدة من 1271 منظمة حكومية و1931 شركة خاصة في 10,000 موقع في الولايات المتحدة تعمل على مكافحة الإرهاب والأمن الداخلي والاستخبارات، وأن مجتمع الاستخبارات ككل يشمل 854,000 شخص يحملون تصاريح سرية للغاية.[2] ويشمل هذا المجمع الاستخباراتي عدة وكالات ومكاتب وإدارات ودوائر وفروع من بينها "وكالة الاستخبارات المركزية"، و "وكالة الأمن القومي"، و"إدارة المخابرات التابعة لوزارة الدفاع"، و"مكتب التحقيقات الفدرالي"، و"مكتب الاستخبارات والتحقيق التابع لوزارة الخارجية"، و"إدارة المخابرات القومية الجوية"، و"فروع المخابرات التابعة لوزارتي المالية والطاقة"، و "دوائر المخابرات التابعة لوزارات الجيش، والقوات الجوية، والقوات البحرية، وفيلق مشاة البحرية[3]. حيث خضع هذا المجمع اول الأمر لمجلس الأمن القومي، ولكن بعد أحداث 11 سبتمبر والتي اعتبرت ضمن الدوائر الأمنية والاستخباراتية بانها إخفاق استخباراتي، لذلك أقر الكونغرس قانون إصلاح الاستخبارات ومنع الإرهاب في 17 ديسمبر 2004 الذي جاء فيه إنشاء منصب مدير الاستخبارات الوطنية DNI[4] والذي تخضع له لجنة الاستخبارات الوطنية والتي بدورها تشرف على مجتمع الاستخبارات ككل، وهو المجتمع الذي تنطوي تحته 16 منظمة رئيسية هي:

[1] Members of the IC, **Office of the Director of National Intelligence**, At: https://bit.ly/3ooBYka .

[2] Priest, Dana, and William M. Arkin, **Top Secret America: The Rise of the New American Security State**. (New York: Little Brown and Company. 2011), p 320.

[3] عمر هارون الخليفة، **علم النفس والمخابرات**، (عمان: ديبونو للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)، ص. 86.

[4] Negroponte, John., Edward Wittenstein. "Urgency, Opportunity, and Frustration: Implementing the Intelligence Reform and Terrorism Prevention Act of 2004." **Yale Law & Policy Review**, Vol. 28, no. 2, 2010, pp 379-417.

جدول 2 : المنظمات الرئيسية في مجتمع الاستخبارات بالولايات المتحدة

المصدر: Members of the IC, op.cit.;

المنظمة	المنظمة الأم	الإدارة الاتحادية (الوزارة)	تاريخ التأسيس
مكتب الاستخبارات البحرية	البحرية الأمريكية	الدفاع	1882
استخبارات خفر السواحل	خفر السواحل	الأمن الداخلي	1915
مكتب الاستخبارات والبحوث	وزارة خارجية	الخارجية	1945
وكالة الاستخبارات المركزية	مستقلة	وكالة مستقلة	1947
القوات الجوية السادسة عشرة	القوات الجوية	الدفاع	1948
وكالة الأمن الوطني/دائرة الأمن المركزي	وزارة الدفاع	الدفاع	1952
وكالة استخبارات الدفاع	وزارة الدفاع	الدفاع	1961
مكتب الاستطلاع الوطني	وزارة الدفاع	الدفاع	1961
الاستخبارات وقيادة الأمن	الجيش	الدفاع	1977
مكتب الاستخبارات وهيئة الاستخبارات	وزارة الطاقة	الطاقة	1977
نشاط استخبارات سلاح البحرية	سلاح مشاة	الدفاع	1978
الوكالة الوطنية للاستخبارات الجغرافية المكانية	وزارة الدفاع	الدفاع	1996
مكتب الإرهاب والاستخبارات المالية	وزارة الخزانة	الخزانة	2004
فرع الاستخبارات	مكتب التحقيقات الاتحادي	العدل	2005
مكتب استخبارات الأمن القومي	إدارة مكافحة المخدرات	العدل	2006
مكتب الاستخبارات والتحليل	وزارة الأمن الداخلي	الأمن الداخلي	2007

ورغم هذا العدد من الوكالات والأجهزة الاستخباراتية تبقى وكالة الاستخبارات المركزية أهم منظمة استخباراتية في الولايات المتحدة حيث يرجع تأسيسها إلى نهاية الحرب العالمية الثانية سنة 1947، على أنقاض مكتب الخدمات الاستراتيجية، وسعت الإدارة الأمريكية برئاسة ترومان -آن ذاك- إلى "محاولة تأسيس مؤسسة متكاملة تعنى بتهيئة متطلبات صناعة القرارات السياسية عبر سلسلة من الإعدادات، والدراسات، والتحليلات، والاستشارات، والموافقات بغية الخروج بقرار أو مقترح سياسي مضمون النتائج نسبيا تتبناه

الإدارة الرئاسية في إطار جهود الحرب الباردة"[1]، وبما أن التأسيس كان في خضم الحرب الباردة التي هي في شق منها حرب نفسية، كان لزاما لهذه الوكالة أن تكون الحرب النفسية من جوهر أعمالها. ذلك أن عملاء الاستخبارات بمختلف أنشطتهم لديهم أربع أسباب رئيسية لتدخل الحرب النفسية في جوهر أعمالهم:

- إن الكثير من المعلومات التي يتم جمعها وتحليلها تكون قيمة من حيث علاقتها بأغراض الحرب النفسية
- قد تؤثر الحرب النفسية، على بيئة العمليات وبالتالي تؤثر على توافر أو جودة المعلومات الاستخباراتية.
- للعمليات الاستخباراتية أهمية جوهرية في حرب النفسية، سواءً كانت فورية أو كامنة، مقصودة أو غير مقصودة.
- تتطلب عمليات الحرب النفسية، في ظل الظروف المحددة للحرب الباردة دعماً سرياً فعالاً.[2]

ويمكننا أن نلخص أهمية العلاقة بين الأعمال الاستخباراتية والحرب النفسية في النقاط التالية:

1. **أهمية الحرب النفسية لعميل الاستخبارات:**

إن جمع عميل الاستخبارات للمعلومات وتحليلها وتقييمها ليس غايته الأساسية بل هي مجرد وسيلة لغاية أكبر، وهي المساهمة في صنع السياسات الوطنية، فالقيمة الحقيقية لعمله هي فاعلية هذا العمل ومدى الاستفادة التي تتم منه، كما الركن الآخر الأساسي ضمن هذه السياقية هو عنصر الوقت الذي تقدم فيه هذه المعلومة ضمن الهيكل العملياتي للمنظمة الاستخباراتية، على سبيل المثال المعلومات المؤكدة حول تسلح دولة ما قد يستفيد منه دبلوماسي دولة أخرى في الاستعداد لمشاورات أو مباحثات دبلوماسية. أما المعلومات الاستخباراتية التي تصنف "كمعلومة قيمة ضمن جهود الحرب النفسية" فهي التي تحيل العميل إلى إجراءات من نوع آخر للبحث في كل الجوانب السياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية للدولة المستهدفة، ذلك أن المعلومات المتعلقة بالحرب النفسية سيكون استغلالها في اغلب الأحيان ضمن جهود الدعاية او الدعاية المضادة.

وبالنظر الى هيكل المنظمات الاستخباراتية فان جمع المعلومة يكون ضمن هيكل تنظيمي شديد التعقيد، لذلك يستوجب على العميل في إطار جمعه للمعلومات أن يراعي متطلبات الزبون – طالب المعلومات في العرف الاستخباراتي- وعليه يتعين على العميل ماهي الأولويات التي يستند عليها؟ وما المستوى الذي يجب البحث ضمنه؟ دون إغفال العلاقة بينهما (زبون/عميل)، والتي تكون علاقات متبادلة في الاتجاهين.

---

[1] حسين محسن هاشم القصير، " أثر الحرب الباردة في نشأة وتطور وكالة المخابرات المركزية الأمريكية (سي آي ايه) حتى عام 1955"، **مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية**، مج.27، ع. 2، 2019، ص . 356-324.

[2] Schramm, Wilbur, and ALL. **The nature of psychological warfare**., (Maryland: Johns Hopkins University Operations Research Office, 1954), pp. 209-2017.

2. **الحرب النفسية كعنصر مساعد للعمل الاستخباراتي:**

إن فرص نجاح أو فشل العميل لا تعتمد فقط على المهارة والتصميم والمعدات وغيرها من الأصول التي يحملها هو أو منظمته، لكنها أيضا تعتمد على البيئة (التشغيلية او العملياتية) التي يعمل ضمنها، سواءً تعلق الأمر بالبيئة المحيطة في أعمال الاستخبارات الخارجية كالتواصل والتصدي...، أو ما تعلق بالعناصر النفسية في هذه البيئة فيما يتعلق بالعلاقات بين العملاء داخل المنظمة أو ضمن البيئات التي تعتبر معادية من الأطراف المساعدة أو المعيقة والروح المعنوية التي تمكن من أداء المهام.

هذه العناصر النفسية ضمن المناخ التشغيلي يمكن أن يكون لها أهمية حاسمة في تحقيق الأهداف المرجوة، فأحيانا أحداث آنية قد تسبب انشقاقات وخفضا للروح المعنوية للخصم هذه الظروف تكون إيجابية في تحسين المناخ التشغيلي لعميل المخابرات في استسقاء المعلومات وجمعها. لكن لا يجب انتظارها بل أحيانا تكون هذه المستجدات بفعل من أجهزة الاستخبارات لاستشفاف وتوفير المعلومة، ومنه ففي أحيان كثيرة تكون عمليات الحرب النفسية هي الهدف في حد ذاتها أو كمنتج جانبي لتعديل المناخ التشغيلي وفق الغايات الاستخباراتية.

3. **الحرب النفسية كمنتج استخباراتي:**

يدخل أسلوب الخداع في العمل الاستخباراتي كما أنه من اهم آليات الحرب النفسية، ففي العمل الاستخباراتي يهدف الخداع إلى تضليل العدو من خلال طرح معلومات كاذبة أو القيام بعمليات ظاهرية ضد هدف زائف، وهذا العمل يكون له تأثير نفسي سواءً على الجمهور المستهدف أو على الجماعات الأخرى والسكان عموما، كما انه قد يثير إعجاب الحليف والمحايد[1]،

وعلى الرغم من أن معظم العمليات الاستخباراتية تتم بمعرفة عدد محدود جداً من الأشخاص، فإن الأثر النفسي الواسع النطاق يحدث في كثير من الأحيان عندما يتم كشفها في وقت لاحق من قبل منتجها أو المستهدفين بها. لذلك يجب مراعاة هذا الأثر النفسي وكيفيات استخدامه في الوقت الذي يظهر فيه،

4. **مدى سرية الحرب النفسية:**

تخاض الحرب النفسية بأسلحة سياسية كالتحريض والدعاية والتخريب والخداع.. وبالاستعانة بالأساليب العسكرية والاقتصادية والدبلوماسية... لذلك وجب قبل إطلاق العمليات النفسية توفر المعلومات الاستخباراتية حول حجم القوة العسكرية والاقتصادية بالإضافة مدى الاستقرار الاجتماعي والروح المعنوية الوطنية، كما يجب وجود معلومات حول مدى توفر آليات الاتصال الجماهيري وآليات استغلالها حتى يمكن للرسميين التنصل من مسؤولية العمليات وإبعاد الشبهة[2].

فأحيانا تكون المنظمات الجماهيرية هي أهم مرتكزات تطبيق الحملة النفسية خصوصا العمليات المراد لها السرية، لذا تقوم المنظمات الاستخباراتية بمحاولة تجنيد أعضاء هذه المنظمات ودعمهم، خصوصا

1

2

المنظمات التي تمثل المعارضة داخل الأنظمة المستهدفة بالحملة النفسية، ولا يمكن لهذه الحملة أن تحقق غاياتها إلا إذا تم استكمالها ودعمها بإجراءات حكومية غير مباشرة وذلك إخلاءً للمسؤولية المباشرة. وبالتالي فان جهود الحرب النفسية ترتبط ارتباطا وثيقا بالوظيفة الاستخباراتية المتسمة بالسرية مثل عمليات التغطية وتجنيد العملاء الأجانب واختراق المنظمات المعادية، وعمليات الطرف الثالث، فضلا عن استخدام الجمع السري للمعلومات، كما انه يمكن للحملة النفسية أن تسند إلى المنظمة الاستخباراتية واحدة أو في إطار التكامل والتعاون ما بين الوكالات.

لذلك تكمن العلاقة الوظيفية بين عنصر الاستخبارات وعناصر العمليات النفسية في:

- احيانا يندمج فريق العمل الميداني بين العنصر الاستخباراتي وعميل الحرب النفسية، خصوصا فيما يسمى بعمليات الاستطلاع الأرضية مثل مخيمات اللاجئين أو في الحواجز الأمنية، من اجل استخلاص المعلومات.

- غالبا ما يكون لهما نفس الجمهور المستهدف، وان كان عناصر العمليات النفسية يهتمون بتغيير المعتقدات وتعديل سلوكيات هذا الجمهور، يتم التنسيق فيما بين الاستخباراتي والنفسي، للحصول على نفس المعلومات المتعلقة بالقيم التحفيزية والثقافية للجمهور المستهدف.

- قد تكون المعلومات التي يجمعها عناصر العمليات النفسية في عملهم العادي المتعلقة بالتحليلات العوامل الثقافية جزءا من المعلومات التي يسعى لها الاستخباراتي لفهم مواقف الهدف.[1]

الفرع الثالث: التعاون الأكاديمي العسكري

من بين كل الروافد والمؤثرات المختلفة التي تسهم في رسم السياسات الاقتصادية والاجتماعية وحتى العسكرية للولايات المتحدة يعد دور مراكز الأبحاث أو مراكز الدراسات أو كما يصطلح عليها بـ"مراكز التفكير Think Tank" من بين الأهم العناصر الفاعلة في ذلك، حيث يوجد في الولايات المتحدة العديد من هذه، وتعد تسمية Think Tank هي التسمية الأكثر شهرة، واقتبس اسم Tank والذي يعني بالإنجليزية الدبابة للدلالة على قوة الفعل، حيث عند الجمع بين الكلمتين فان المغزى منه، حيث تشير الدراسات إلى وجود أكثر من 1800 مركز للدراسات بالولايات المتحدة، منها حوالي 400 مركز في العاصمة واشنطن وحدها[2]، وهو يوضح بما لا يدعو للشك العلاقة الوطيدة بين هذه المراكز وصانعي القرار. وبحكم أن اغلب هذه المراكز تقوم بعملها خارج دائرة الظهور، فانه في كثير من الأحيان تحظى باهتمام أقل ضمن دراسات الاستراتيجية الأمريكية.

ويمكن تعريف هذه المراكز بأنها: "مؤسسات مستقلة منظمة لإجراء البحوث وإنتاج معارف مستقلة ذات صلة بالسياسات"[3]. فهي تملأ ذاك الفراغ الموجود بين المجال الأكاديمي وعالم صناعة القرار فهي تسد

[1] U.S Department of the Army, **Field Manual No. 34-52, Intelligence Interrogation (FM 34-52),** 28 September 1992.

[2] Nadeem Yaqub, "What's Behind the 'Think Tanks' That Influence US Policy?", **Voice of America**, April 2018, At: https://bit.ly/3uDlisj

[3] Haass, Richard N. "Think tanks and US Foreign policy: A policy-maker's perspective." **US Foreign Policy Agenda**, Vol. 07, no. 3, 2002, pp. 5-8.

الفراغ الموجود بين عالم الأفكار وعالم العمل. كما أن هناك من يجمع بين صعود الولايات المتحدة كقوة و صعود تأثير وتطور هذه المراكز البحثية، حيث إن ظهور المراكز جاء كجزء من الحركة التقدمية مطلع القرن العشرين، بهدف إضفاء نوع من المهنية على عمل الحكومة من خلال تزويد المسئولين بمشورات محايدة ذات صلة بالسياسات، ولعل ابرز أمثلة على ذلك هي مجموعة الباحثين و الخبراء التي شكلها ادوارد هاس HASS مستشار الرئيس وودر ويلسون Woodrow Wilson سنة 1918 لدراسة الخيارات المتاحة للسلام ما بعد الحرب العالمية الأولى[1]، وقد قدمت هذه المجموعة التي سميت "التحقيق" المشورة للوفد الأمريكي المشارك في مؤتمر السلام في باريس.

لكن الطفرة في عدد وتدخل في مراكز الفكر حدث بعد الحرب العالمية الثانية، فالدور الذي أصبحت تلعبه الولايات المتحدة كقوى عظمى حتم إيجاد آليات مساعدة على هذه القوة المتمددة، فوفرة الهيئات الرسمية الدعم المادي لهذه المراكز وبدورها قامت مراكز الفكر بتوفير الدراسات والأبحاث بالإضافة الى تكوين الباحثين والخبراء المساعدين على تسيير ودعم هذا التمدد.

كما ساهمت الخصوصية التي يتميز بها النظام الأمريكي في زيادة أهمية مراكز الفكر ضمن دورة صنع القرار، وتتمثل هذه الخصوصية في آليات صنع القرار في حد ذاته، ذلك أنه دائما ما تثار العديد من التساؤلات حول طبيعة هذه العملية وكذا تسمية المؤسسات الفاعلة فيها، فمن المعروف لدى الدارسين أن القرار السياسي دائما ما تتحدد أهميته و طبيعته بمدى تحقيقه للمصالح العليا للدولة، لكن بالرجوع لمكانة الولايات المتحدة ضمن البيئة الدولية، فيجب مراعات هذه المكانة ومدى الوفاء بالالتزامات التي تفرضها، وهنا يحدث ذلك التداخل بين الفاعلين الرسميين (الرئاسة و الكونغرس والهيئات الفدرالية) وغير الرسميين (جماعات الضغط والمصالح، وسائل الإعلام، الرأي العام، مراكز الفكر) ضمن حركة من التأثيرات والتفاعلات بين مختلف القوى السياسية،

ويمكن تلخيص العلاقة بينهما في عاملين رئيسيين هما:

أولا: انخراط الولايات المتحدة كفاعل رئيس في العلاقات الدولية وتطور هذا الدور خصوصا بعد نهاية الحرب العالمية الثانية.

ثانيا: طبيعة النظام الأمريكي حيث يتسم باللامركزية، بحكم انه يتيح الفرصة للمشاركة وصنع وحتى تطبيق السياسة بطرق مباشرة وغير مباشرة بحيث لا تكون السياسة الخارجية حكرا على مؤسسة بدون أخرى.

كما أن هذه المؤسسات بعيدة عن المساءلة والمسؤولية أن الحركة الدوارة لهذه المؤسسات قادرة على التأثير في صناعة الرأي العام والتأثير فيه بالإضافة إلى هذا فقد تحول هذه المؤسسات في جزء من نشاطها إلى جماعات ضغط فتحت المجال في الوقت نفسه لجماعات أخرى غيرها تتوافق معها في المصالح على المستوى الداخلي والخارجي.

[1] Ibid.

ويشغل العديد من صناع القرار الأمريكيين عضوية هذه المراكز، ولعل هذه اهم أسباب تزايد نفوذ هذه المراكز، مثلا دونا لد رامسفيلد Donald Rumsfeld و مستشارة الأمن القومي كونداليزا رايس Condoleezza Rice إبان حكم بوش الابن كلاهما من مركز هوفر للدراسات الاستراتيجية، ونائب الرئيس ديك تشيني Dick Cheney وريتشارد بيرل Richard Perle الرئيس السابق لمجلس الدفاع القومي في وزارة الدفاع من مركز المشروع الأمريكي، وهو المركز الذي كانت تركز أبحاثه على إعادة رسم خريطة الشرق الأوسط.[1] لذا يكمن ازدهار الفرص المؤسساتية من حيث وجود الارتباط بين المجتمع الاكاديمي والحكومة من خلال التنقل المستمر لصناع السياسة بين الجامعات ومراكز التفكير والمناصب الحكومية إضافة الى وجود مؤسسات ثرية تسهر على توجيه النشاطات البحثية للمجتمع الاكاديمي لخدمة انشغالات السياسية للحكومة.

المطلب الثالث: الحرب النفسية كآلية دعم لأدوات السلطة الوطنية

لقد تغيرت النظرة نحو الحرب النفسية مطلع القرن 21، وذلك بالتغيير على هيكل القوة الذي تمثله على المستوى التكتيكي الى المستوى الاستراتيجي، فقد حددت هيئة الأركان المشتركة متطلبات القدرات الاستراتيجية العسكرية الوطنية "إدماج أدوات السلطة الوطنية إدماجا كاملا"[2] بما في ذلك "استخدام قوة المعلومات التي توفرها آليات الحرب النفسية"[3]، لتلبية متطلبات العمل المشترك والتنسيق لتحقيق اقصى تأثير ممكن للقدرات الاستراتيجية.

وتمثل مهمة العمليات النفسية في التأثير على سلوك الجمهور الأجنبي المستهدف لدعم الأهداف الوطنية للولايات المتحدة. تمنح هذه المهمة العمليات النفسية دورًا مهمًا في ممارسة جميع أدوات القوة الوطنية، بما في ذلك الإجراءات الدبلوماسية والمعلوماتية والاقتصادية، وكذلك العمليات العسكرية. يحتوي تطبيق القوة الوطنية دائمًا على بُعد نفسي لأن أدوات القوة تُستخدم للتأثير في القرارات وفي نهاية المطاف على سلوك قادة العالم. تستخدم حكومة الولايات المتحدة كل هذه الأدوات في وقت واحد بنسب متفاوتة. العمليات النفسية لديها قدرة فريدة على زيادة فعالية أدوات القوة الوطنية عند التركيز بشكل صحيح. يوضح هذا المطلب الطرق التي تدعم بها العمليات النفسية تقليديًا الأدوات المختلفة للقوة الوطنية. من المرجح أن يزداد اتساع وتنوع مناهج العمليات النفسية مع استمرار ظهور التهديدات غير التقليدية.

---

[1] محمد حسنين هيكل، **الإمبراطورية الأمريكية والإغارة على العراق**، (القاهرة: دار الشروق، ط3، 2004)، ص 270

[2] Department of Defense, **National Military Strategy, Pre-Decisional Draft**, (Washington D.C.: U.S. Government Printing Office, 2002),

[3] Ibid

الفرع الأول: العمليات النفسية كدعم للتدابير الدبلوماسية

توضح استراتيجية الأمن القومي الأمريكية أن الولايات المتحدة تعتمد على القوات المسلحة للدفاع عن مصالحها، لكنها في الوقت نفسه تعتمد على الدبلوماسية العامة كآلية للتفاعل مع الدول الأخرى، ويقع إدارة هذا التفاعل على وزارة الخارجية DOS التي تسير وتدير العلاقات الدبلوماسية مع الحكومات الأخرى، بينما تدعم وزارة الدفاع DODما يسمى أنشطة الاتصالات الاستراتيجية المرافقة للعمليات النفسية، في شكل دعم عسكري للدبلوماسية العامة. عن طريق دعم البعثات الدبلوماسية أو في إطار العلاقات الدولية التعاونية كمكافحة الإرهاب والجريمة المنظمة وعمليات بناء السلام، ويقع الدمج بين العمليات النفسية والدبلوماسية ضمن جهود الأمن الإقليمي أو الدولي وكجزء من مسرح خطط التعاون الأمني TSCP.[1]

ومن أهم مواضيع التي تعمل فيها العمليات النفسية كدعم للجهود الدبلوماسية:

- دعم جهود مكافحة المخدرات حيث تعمل العمليات النفسية على زيادة الجهود الدبلوماسية والاقتصادية لدعم استراتيجية الأمن القومي من خلال المساعدة في تقليل الدعم لإنتاج المخدرات غير المشروعة والاتجار بها كوسيلة لكسب العيش في الدول الفقيرة. إن الحد من تجارة المخدرات يضعف كارتيلات المخدرات ويقلل من مستويات العنف والفساد. خصوصا ضمن دول الطوق بالنسبة للولايات المتحدة.

- دعم العمليات الإنسانية المتعلقة بنزع الألغام HMA وتقليل عدد الضحايا بسبب الألغام والذخائر غير المنفجرة UXO، ويتم تحقيق ذلك غالبًا من خلال التركيز على مخاطر الألغام والتعريف بأشكالها وأنواعها، وما يجب القيام به عند مواجهة لغم، مما يؤدي إلى انخفاض الإصابات المرتبطة بالألغام. يمكن لموظفي العمليات النفسية أيضًا تدريب موظفي الدول المضيفة على إنشاء وإدارة حملات وطنية لإزالة الألغام. حيث تسهم هذه العملية التي تديرها قوات العمليات النفسية في زيادة جهود التعاون والتقارب الدبلوماسي من خلال تقديم المساعدة للدولة المضيفة التي قد تفتقر إلى الخبرة أو الموارد اللازمة لشن حملة توعية بخطر الألغام على المستوى الوطني.

- دعم جهود بناء السلام، حيث تدخل عمليات بناء السلام في إجراءات ما بعد الصراع، والتي يغلب عليها الطابع الدبلوماسي والاقتصادي، والتي تعزز وتعيد بناء البنية التحتية والمؤسسات الحكومية من أجل تجنب الانتكاس والعودة الى الصراع. في هذا الدور، غالبًا ما تعمل العمليات النفسية جنبًا إلى جنب مع قوات الشؤون المدنية (CA) في الدعاية لإعادة بناء واستغلال البنى التحتية. العمليات النفسية مفيدة أيضًا، كما هو الحال مع الشؤون المدنية، في إعادة تأسيس أو إنشاء كيانات حكومية قابلة للحياة.

[1] FM 3-05.30, op. cit., p. 22.

الفرع الثاني: العمليات النفسية كدعم للتدابير الاقتصادية

من خلال المكانة الاقتصادية التي تحظى بها الولايات المتحدة كأقوى الاقتصادات العالمية، وما يصاحب ذلك من قوة ومكانة على الساحة الدولية، فهي تسعى أحيانا لإنشاء ما يسمى مناطق الحظر[1]، والتي نقصد بها حظر أنشطة محددة على نطاقات جغرافية معينة، سواءً كان ذلك حظرا جويا أو بحريا أو بريا أي حظرا لحركة الملاحة والحركة في منطقة محددة، وذلك بهدف إقناع أو محاولة دفع تلك الدولة الى تعديل السلوكيات أو تغييرها بما يناسب السياسة الأمريكية في المنطقة. بحيث تتداخل العمليات النفسية مع العديد من الإجراءات ليعطي الحظر الاقتصادي الهدف مراد منه.

ويرجع ذلك إلى أن التطبيق العسكري البحت للعقوبات الاقتصادية قد يحسن النتائج المرجوة من العقوبات ولكنه لا يحل الأزمة نهائيا -كما حدث مع العراق مطلع التسعينات-، وحتى وان كان الإنفاذ العسكري للعقوبات يبقى خيارا مهما وفعالا لكن الاستعانة بعناصر أخرى ودمجها مع الحل العسكري، خصوصا ما يسمى العقوبات الذكية

يوفر التطبيق العسكري للعقوبات الاقتصادية تصميمًا لا لبس فيه للتأثير على تغيير السياسة أو ردع العدوان أو تشكيل البيئة أثناء أزمة دولية. تمثل هذه الأعمال العسكرية الجهد الدبلوماسي النهائي لتغيير سياسة الدولة المستهدفة سلمياً أو العمل القسري قبل النزاع المسلح. ثم يمثل أداة دبلوماسية وعسكرية مهمة في استراتيجية أمننا القومي. تم استخدام القوات العسكرية مرتين في التسعينيات لفرض حظر اقتصادي. في كل حالة، أدى الحظر الجسدي إلى تحسين نتائج العقوبات بشكل كبير ولكنه لم ينجح تمامًا في التوصل إلى حل سلمي للأزمة الدولية. إذا كان الإنفاذ العسكري للعقوبات الاقتصادية سيظل أداة فعالة ومهمة للدبلوماسية في المستقبل، فمن الضروري أن تتخذ الولايات المتحدة إجراءات لتحسين فعاليتها ومرونتها. تركز هذه الورقة البحثية على تحسين الإنفاذ العسكري المستقبلي للعقوبات الاقتصادية من خلال دمج العناصر الصارمة لعزل المعلومات واستخدام العقوبات الذكية لزيادة استراتيجية الحظر المادي القوية المستمرة. إن التآزر بين الحظر الفعال السريع للمعلومات والتدهور طويل الأمد للحصار المادي يضيف قوة كبيرة للعمليات العسكرية لدعم العقوبات الاقتصادية

الفرع الثالث: العمليات النفسية كدعم للتدابير المعلوماتية

ففي عصر المعلومات أصبح ما يطلق عليها حرب القيادة والسيطرة C^2W هي النوع الجديد للحرب، ولتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الحرب قد تكون العمليات النفسية هي الأداة الأساسية في ذلك، فالمسيطر على المعلومة يسيطر على المجريات سوءا بإيقافها أو إعادة توجيهها بما يتناسب مع أهدافه. فعمليات المعلومات رغم قدمها لكن الجديد بها هو ذاك النهج المتكامل في مزامنة جميع الأنشطة العملياتية سواءً العمليات الهجومية والدفاعية والتي تهدف الحرمان المعلومات من اجل النفوذ، إلى تدمير قدرات القيادة والتحكم[2].

[1] Ibid., p. 26.

[2] Department of the Army, **Field Manual 100-6, Information Operations,** USGPO, August 1996, pp. 2-3.

وعلى الرغم من أن ملكية المعلومة مهمة وقديمة قدم الحرب إلا أن التطور التكنولوجي الحاصل ساهم في تعزيز دور وفعالية العمليات النفسية في حروب القيادة والسيطرة، ولعل من اهم أسباب ذلك:

- تكنولوجيا عصر المعلومات التي مكنت من توسيع الشبكات وتطورها. ومع توسعها توسع نطاق تبادل المعلومات والمعارف. بالإضافة إلى اندماجها مع كافة النواحي سواءً الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فهي بذلك توفر معلومات حول الأطر التنظيمية والهيكلية لمختلف البنى.
- تطور ونمو وسائل الإعلام وسهولة الوصول إليها. حيث يمكن لصورة واحدة تبث عبر أي وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري أن تحدث فرقا في وعي للجمهور المستهدف، ولعل الدور الذي لعبته وكالة الإعلام الأمريكية يبين ذلك التأثير الذي يمكن أن تلعبه وسائط ووسائل الإعلام في تحديد وتوجيه السلوكيات.
- تقدم وتطور العلوم الاجتماعية في فهم السلوك البشري. وان كان الهدف العام للعلوم الاجتماعية هو فهم السلوك البشري، لكن بها من العناصر ما يهدف إلى تحديد ما يؤثر على هذا السلوك وكيفية استغلاله، خصوصا جوانب علم النفس السياسي التي تهدف تدرس قياسات الرأي العام والتأثير عليها،[1] يمكن للعلوم الاجتماعية أن توفر فهماً أعمق للعوامل التي تؤثر على السلوك البشري وديناميات تفاعل وسائل الإعلام مع المجتمع والحكومة.

[1] Donald Searing, **The Psychology of Political Authority: A Causal Mechanism of Political Learning Through Persuasion and Manipulation**, Political Psychology, Vol.16, no. 4, 1995, 677-695.

المبحث الثاني: الحرب النفسية في العقيدة العسكرية الامريكية

قبل الحديث عن مكانة او أهمية الحرب النفسية ضمن العقيدة العسكرية لابد من توضيح نقاط تتعلق بمعايير توضح جدوى الحرب النفسية ضمن أي عقيدة عسكرية او استراتيجية شاملة والتي هي:

1. الانشاء والبناء: أي العناصر البشرية والمادية الضرورية لبناء الحملة النفسية

2. النقل: ويقصد بها عوامل وآليات النقل، على سبيل المثال عن طريق أوامر الموظفين أو عن طريق الالية الرقمية.

3. الإدراك او التأثير: سواء من حيث التأثير الجسدي - النفسي المرجو على الجمهور المستهدف، او التأثير العاطفي عموما ومن ورائه التأثير الفكري الذي ينتج والذي يؤدي الى مسببات انتقال اهداف الحملة عبر الجمهور المستهدف.

4. التقييم: سواء من خلال منشأ المرسل أو الشخصيات أو الجهات المستقبلة

المطلب الأول: الأهمية الاستراتيجية لقوات العمليات النفسية

تغيرت نظرة الجيش نحو وظيفة ومكانة قوات الحرب النفسية بعد احداث 09/11، بالتغيير على هيكل القوة الذي تمثله بانتقالها من المستوى التكتيكي الى المستوى الاستراتيجي، فقد حددت هيئة الأركان المشتركة متطلبات القدرات الاستراتيجية العسكرية الوطنية بـ"إدماج أدوات السلطة الوطنية إدماجا كاملا"[1] بما في ذلك "استخدام قوة المعلومات التي توفرها آليات الحرب النفسية"[2]، لتلبية متطلبات العمل المشترك والتنسيق لتحقيق اقصى تأثير ممكن للقدرات الاستراتيجية.

الفرع الأول: المهام الاستراتيجية لفرع العمليات النفسية:

في الغالب تتجلى وظيفة قوات الحرب النفسية في تركز عملها على الجوانب التكتيكية والمستوى التشغيلي. ويتضح ذلك من خلال الهيكل الذي تتألف من فريق الحرب النفسية التكتيكية، من مرافق طباعة النشرات، ونظام مكبرات الصوت المحمولة جوا، وأجهزة الإرسال الإذاعي والتلفزيوني وغير ذلك من نظم التوجيه التكتيكي. ولكن في إطار وزارة الدفاع الامريكية تحديث واستغلال متطلبات القدرات الاستراتيجية في الحرب على الإرهاب بما في ذلك المقدرات التي يمكن ان توفرها أجهزة الحرب النفسية والمعلوماتية عموما حيث "تدعو الاستراتيجية العسكرية الوطنية الى الاستخدام الأمثل لقوة المعلومة لتلبية متطلبات الحرب العالمية

[1] National Military Strategy, Pre-Decisional Draft, op.cit.

[2] Ibid.

على الإرهاب"[1]، بهدف الاستغلال الأمثل والاكمل للقدرات الكامنة والمتوفرة، لتحقيق أغراض التكامل والتعاون والتنسيق بين الوكالات والأجهزة المختلفة الحكومية او الغير الحكومية.

ففي تخطيط التوجيه الدفاعي للسنوات المالية 2004-2009 تم الحاق قوات العمليات النفسية بقيادة القوات الخاصة لتصبح فرعا أساسيا منها وتترقى للمستوى الاستراتيجي الذي يكفل لها انشاء المشاريع والخطط طويلة الأمد ويكون لها السلطة المركزية الخاصة بها بقيادة فرعية مستقلة[2]، وهو الامر الذي جاء تنفيذ لتوصيات التي نادت لتوظف قوات العمليات النفسية لا بوصفها قوات تابعة تستدعى للدواعي تكتيكية فقط، بل ان تصبح قوة استراتيجية لها عقيدتها وقيادتها وقضاياها التنظيمية واتجاهاتها التي تؤثر بها على سلطة الاعلام والمعلومات، وهي التوصيات التي سبق ان نادى بها مؤتمر علوم الدفاع في ماي 2000 والذي أوصى بـ: " يجب على وزارة الدفاع في اطر سلطتها المختصة الخاصة بمساعد وزير الدفاع للعمليات الخاصة والصراعات المنخفضة الشدة أن تدمج نظام العمليات النفسية التشغيلي والتكتيكي مع مبادرات التصور الاستراتيجي بما يكفل ان تقدم دعمها لتخطيط الأنشطة التخطيط الاستراتيجي"[3].

وترجع أهمية ادماج فرع الحرب النفسية في أنشطة التخطيط الاستراتيجي الى الدور العالمي الذي تضطلع به الولايات المتحدة الامريكية ضمن القضايا الدولية المعقدة وتشكل الصراعات في كثير من المناطق التي تعتبرها الولايات المتحدة ذات اهمية استراتيجية لها، فهي بالضرورة ستكون ضمن طيف هذا الصراع، والذي قد يتراوح بين السلام والازمة والصراع، وحسب الدليل الميداني FM3-05-301 لقوات الحرب النفسية فإنها تتورط عبر كافة مستويات هذا الطيف، فأعضاؤها هم صوت القادة المقاتلين لدى الجماهير المستهدفة[4]، او هم أعضاء في بعثات الطيف الأدنى "السلام" مثل بعثات نزع الألغام وعمليات دعم السلام والعمليات المشتركة للدول الحليفة، ورغم عمليات الطيف الأدنى لا يمكن اعتبارها صراعا او حربا الا انها عمليات أساسية وحاسمة لاستراتيجيات السياسة الخارجية، لذلك فان الولايات المتحدة تستغل قوات الحرب النفسية لتبيان نواياها ورغباتها للدول الحليفة او المعادية او حتى المحايدة، فهي التي تشرف على الاتصالات الاستراتيجية التي تكفل وتساعد على توضيح طبيعة العلاقات مع المناطق المختلفة. اما فيما يخص عمليات الطيف الأعلى "الصراع والحرب" يتمثل دورها في دعم الكامل للعملية العسكرية، كما انها في كثير في الأحيان تسبق هذا الطيف حيث تعمل بالإضافة الى قوات العمليات الإعلامية وانشطة عسكرية أخرى للتأثير على

[1] United States Special Operations Command, "Strategic PSYOP Unit Capabilities" (presented at the annual World Wide PSYOP Conference, Raleigh-Durham, NC, 19 22 November, 2002), **USSOCOM**, SOIO.

[2] Ibid.

[3] Defense Science Board, "Report of the Defense Science Board Task Force on The Creation and Dissemination of all forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in time of Military Conflict", **Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology and Logistics,** 2000, p. 52.

[4] U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-05.301: Psychological Operations (FM 3-05.301),** December 2003.

الخصوم[1]، فهي بذلك تسعى لمحاولة منع او الحد من استخدام القوة العسكرية المباشرة وذلك من خلال رسالتها المؤثرة.

عموما تمكن الأهداف الاستراتيجية لنشر واستغلال قوات الحرب النفسية في:

- التأثير على السكان الأجانب من خلال نشر المعلومات التي تأثر على المواقف والسلوك، والحصول على الامتثال أو عدم التدخل. ويمكن لهذا النوع من المعلومات أن يسهل العمليات العسكرية، ويقلل إلى أدنى حد من الخسائر في الأرواح والأضرار الجانبية التي لا داعي لها، وأن يعزز أهداف الولايات المتحدة وحلفائها. يمكن لأفراد العمليات النفسية أيضا مساعدة القائد أثناء تطبيق عمليات السيطرة من خلال تقديم المشورة له حول "كيفية التأثير وعلى من يستهدف بهذا التأثير؟" لتحقيق مهمته.
- تقديم المشورة للقائد المدعوم من خلال عملية الاستهداف، فيما يتعلق بالإجراءات النفسية PSYACT، حيث توضح قوات العمليات النفسية الإجراءات، والقيود المفروضة على الاستهداف التي ستنفذها القوة العسكرية. هذه الإجراءات والقيود تسهيل إنجاز المهمة، عن طريق مهاجمة إرادة العدو على الاستمرار او الحد منها، كما قد يكون لها أيضا التأثير على البنى السياسية والثقافية والعرقية والدينية والتاريخية والجغرافية والاقتصادية والعسكرية والأيديولوجية والإقليمية والوطنية.
- توفير المعلومات العامة للسكان الأجانب لدعم الأنشطة الإنسانية او استعادة النظام المدني أو الحفاظ عليه.
- العمل كصوت القائد العسكري المدعوم عند السكان الأجانب للتعبير عن نية القوات العسكرية.
- مواجهة دعاية العدو والمعلومات المضللة والمعلومات المعارضة لتصوير النوايا والأفعال الودية بشكل صحيح، مع حرمان الآخرين من القدرة على استقطاب الرأي العام والإرادة السياسية ضد الولايات المتحدة وحلفائها داخل منطقة العمليات. ويمكن لموظفي شعبة دعم السلام أيضا أن يعملوا كمركز تنسيق لدمج جميع قدرات أو عوامل التمكين لإدارات ووكالات حكومة الولايات المتحدة من أجل القائد المدعوم لتحقيق هذه الغاية.[2]

ورغم الابعاد الاستراتيجية لتوظيف قوات الحرب النفسية الا ان حتى وظيفتها قبلا على المستويين التكتيكي والتشغيلي يحمل في طياته آثارا استراتيجية، بما ان هذه القوات قد تعمل في مهمة إنسانية او مهمة انفاذ السلام او حتى المهام القتالية، فهي تحمل صوت القيادة التي تمثل بطبيعة الحال توجه البلد وعقيدته القومية في نقل الرسالة للجماهير الأجنبية المستهدفة، ولأجل ذلك هناك دائما طلب وحاجة متزايدة لتنسيق الرسائل والمواضيع والبيانات الوطنية مع إجراءات عمل قوات الحرب النفسية، التي تمثل جوهر هذا العمل.

[1] FM 3-05.301, op.cit.

[2] FM 3-05.30, op. cit., pp. 1-2.

الفرع الثاني: وحدة الحرب النفسية الاستراتيجية SPU

ان إعادة الهيكلة التي عرفها فرع الحرب النفسية داخل جيش الولايات المتحدة أدى بها لان تعمل بمهمة الدعم الاستراتيجي، فأصبحت قوات الحرب النفسية تحمل على عاتقها وظيفة الدعم الاستراتيجي والعملياتي والتكتيكي للقيادات الجغرافية CINCs[1]، لذلك يتطلب القيام بمهمة كهذه ان يكون هناك وحدة عمليات نفسية استراتيجية تضطلع بهذه المهمة، تكون معترفا بها ومزودة بالموارد المادية والبشرية.

وأصبح الفرع اليوم يتألف من مجموعتين نشطتين للعمليات النفسية، المجموعة الرابعة والثامنة بقاعدة فورت براغ، بالإضافة لمجموعتين احتياطيتين هما المجموعة الثانية والسابعة، المتمركزتين لقاعدة اوهايو، وكلاهما يتحملان مسؤولية وظيفية وإقليمية ضمن اختصاصهما.

ففي عمليات السلم (الطيف الأدنى للصراع) تتولى هذه المجموعات مسؤولية الإدارة والتدريب والدعم اللوجستيكي على اعتبارهما فرع من فروع قيادة الشؤون المدنية والعمليات النفسية التابعة للجيش الأمريكي USACAPOC ، وتعمل كافة المجموعات والكتائب التابعة لهذه القيادة بما فيها فرع العمليات النفسية، خلال عمليات الطوارئ او تقديم المشورة والتدريب والإدارة تحت سلطة قادة القيادات الجغرافية، وتقدم هذه المشورة والتدريب هذا بصفة فورية فقط، أي ليس لها صلاحية التخطيط بعيد المدى، بل تخضع لقائمة المهام التي تتطلبها العمليات الميدانية فقط.

لكن وفي اطار الحرب العالمية على الإرهاب زاد الطلب على عمليات نشر المعلومات الاستراتيجية داخل جيش الولايات المتحدة كافة، ما أدى الى إعادة هيكلة عمليات التنسيق والتعاون بين الوكالات والقيادة لتحقيق متطلبات التخطيط وتوافر النشر وتوفير العناصر المؤهلة لهذه العمليات بما يكفل تحقيق دعم القيادات المركزية، ومن امثلة الازمات التي تدخلت فيها وحدات العمليات النفسية، حيث انه وبعد نقل المعتقلين المتهمين بالإرهاب لمعتقل خليج غوانتانامو بكوبا، تعالت أصوات داخلية ودولية تدين ذلك، لذلك قامت وحدة العمليات النفسية الرابعة بالتنسيق بين جميع الوكالات والإدارات الفيدرالية (وزارة الخارجية ، ووزارة الدفاع ، ووكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة ، ووكالة مكافحة المخدرات..) من اجل مدهم رؤية استراتيجية توحد لأجلها الرواية الرسمية التي تضمن قبول الراي العام الداخلي والدولي، ويتقبلها الحلفاء والشركاء الدوليون. وهو الامر الذي بينته وزارة الدفاع فيما يخص تنسيق العمليات والتعاون بين الوكالات بما يكفل الأهداف الإستراتيجية الوطنية: " في وقت السلم، يدعم الفرع الأهداف الوطنية في المقام الأول من خلال التأثير على التصورات الأجنبية وصنع القرار. وفي الأزمات التي تقل فيها الأعمال العدائية، يمكن استخدام المنظمة كخيار رادع مرن لإيصال المصلحة الوطنية وإظهار التصميم. وفي حالات النزاع، يمكن تطبيق كلية الحسابات

[1] Department of Defense Department of the Army, **Field Manual 100-25, Special Forces Operations** (Washington D.C.: Office of the Chief of Staff of the Army, 1999, pp. 01-03.

لتحقيق نتائج جسدية ونفسية لدعم العمليات العسكرية"[1]، وفي نفس التوجيه تم توضيح الأهمية التي تلعبها مقدرات العمليات النفسية في تحقيق السياسة الدفاعية عموما "القدرات الأساسية هي التي تستخدمها مكونات وزارة الشؤون الدفاعية للتأثير على صانعي القرار أو المجموعات الخصوم مع حماية صنع القرار الودي. وتشمل هذه القدرات العمليات النفسية، والخداع العسكري، وأمن العمليات"[2]، فالتنسيق والتداخل بين وظائف العمليات النفسية وعمليات المعلومات والعنصر العسكري، يلعب دورا حاسما في الحفاظ على التفوق وتسيير جهود إدارة التصور التي تستهدف الحد من العمليات القتالية واستخدام القوات المقاتلة[3]. ويكمن التفوق هنا في سرعة نشر الاخبار والمعلومات ونوايا الحكومات الصديقة والحليفة او المعادية، حيث يجب على القوات الأمريكية ان تفهم الرسائل والروايات السياسية التي يعلنها القادة السياسيون لتحليلها وفهم فحوها والمستهدفين بها (الجمهور المستهدف بها، محتواها، الوسائل المستخدمة لإيصالها، طرق نشرها..)، حيث يتطلب من قوات العمليات النفسية تخطيط الأنشطة الاستراتيجية (الشق المعلوماتي) والاستفادة منها وتنسيقها، بدءا من المشاركة في جمع المعلومات الى استخدام وسائط الاعلام عبر كامل طيف الصراع وعلى جميع مستويات العملية المدعومة.[4]

لذلك في العقيدة العسكرية للولايات المتحدة لا يتم تعريف العمليات النفسية الاستراتيجية من خلال عملياتها المختلفة بقدر ما يتم ذلك عبر تداخل السلطات المختلفة التي تدخل في صلب صناعة الحملة، حيث يتم توجيه وتركيز المهمة من قبل وزير الدفاع أو من يمثله، لتركيز الجهود للقضايا الاستراتيجية (الإرهاب، مكافحة الإرهاب والجريمة والمنظمة...)، ومجموعات الأهداف المقصودة بالحملة أو دعم الأهداف الوطنية طويلة الأمد كالدعم الدولي والوجود العسكري وكافة الأنشطة العسكرية الامريكية، وذلك بالتكامل مع الأنشطة على المستوى التكتيكي والعملي، بمعنى ان النشاط وحدة الحرب النفسية الاستراتيجي هدفه الأساسي هو الحد من التضارب الذي قد يحدث في اطار التعاون الذي قد يحدث بين الوكالات والإدارات الفدرالية المختلفة.

ففي إطار جهود فض الاشتباك ونزع التضارب تقوم وحدات العمليات النفسية بمحاولة بالتنسيق وتحديد وتحليل تدفق المعلومات للأنشطة التي يستوجب بالتركيز عليها، فالمحور الأساسي لهذه الوحدات هو تنسيق الجهود، وكما يوضح ذلك المنشور المشترك 3-53 الذي وضع أسس معالجة مشكل التنسيق بين مكونات الوكالات المختلفة الأساسية والتابعة ودعم الجهود الإعلامية والمعلوماتية التي تتخطى القيادة المقاتلة، تظل الحاجة ثابتة لوجود قوة استراتيجية دائمة تستطيع تحمل هذا الدور، وهو ما يمكن توفيره عن طريق وحدة العمليات النفسية ودورها التعاوني فهي باختصار "تركز قوة التنسيق بين كافة مكونات العملية من موظفي

[1] "DOD Directive 3600.1 Information Operations", **Department of Defense**, Rev 6, June 2002, p. 2.

[2] Ibid

[3] FM 100-25, op. cit., pp. 01-03.

[4] "Strategic PSYOP Unit Capabilities", op.cit.

مسرح العمليات الى قيادة القوات الخاصة وافراد الخدمة التكتيكية والعملية كأفراد الدعم العملياتي وموظفي القيادات المقاتلة.." [1].

ويتعلق نجاح قوة العمل النفسي الاستراتيجي بقدرته على كفالة فعالية الدعم ما بين الوكالات، ذلك ان التوجيه الواضح وسرعة الموافقة على مكونات الحملة النفسية من طرف الوكالة المخولة والمدعومة هو الضامن لإنجاز الوحدة لرسالتها وتحقيقها لأهدافها. من انشاء المنتج الى تحليل الجمهور المستهدف وهو العنصر الحاسم لنجاح العملية برمتها، من خلال تجميع وتنسيق الاولي مع مصادر وزارة الدفاع والاستخبارات والخبراء العسكريين والمدنيين والإعلامية، حيث تساعد هذه المصادر على ترجمة الأهداف الوطنية إلى مجموعات استراتيجية وتشغيلية وتكتيكية وتحديد التركيز النفسي لدى الجمهور المستهدف. فمن جانب تجميع وتنسيق المعلومات، فهي الضامن لتركيز العمل وتحديد الاتجاهات الحالية والمستقبلية والتغيرات في وجهات النظر التي تتعلق بالأهداف الوطنية، عن طريق جمع كافة المعلومات الرسمية (الدفاع، الاستخبارات، المؤسسات الحكومية...) والمعلومات الغير رسمية (دراسات الراي العام، الاستطلاعات...)، ذلك ان المعلومات الأساسية للعمليات النفسية هي تلك المعلومات التي تتبع الاتجاهات والانماط السلوكية والمواقف الحالية الى مواقف مستقبلية لدى الجمهور المستهدف[2]، ومن اجل تحقيق هذا الهدف يجب على وحدة العمليات النفسية ان يكون لها الوصول الى قنوات الاعلام التقليدية والالكترونية، من اجل جمع تلك المعلومة وتحليلها أو لنشر المنتجات وضمن جهدها لإيصال الرسالة لوجهتها المحددة

ان مستوى الجهد التعاضدي الذي تمثله وظيفة وحدة العمليات النفسية في ربط كافة مكونات ووحدات العمل المتورطة في العمليات، هو ما أدى الى تشكيل وحدات العمليات النفسية الاستراتيجية بهذا الشكل أي بقيادة خاصة وفرق تكتيكية، تساهم في ديناميكية عملها وتمنحها قدرة أكبر لأداء مهامها والتخطيط لحملات استراتيجية وطنية. ويتم تركيز جهود الوحدة لتقدم الدعم الاستراتيجي للقيادة المقاتلة بغض النظر عن طبيعة العملية أو الاحداث العالمية المرافقة،

[1] Joint Publication 3-53, op. cit., p. 73.

[2] Ibid., p. 80.

المطلب الثاني: بناء وتنفيذ الحملة النفسية في العقيدة الجيش الأمريكي

على الرغم من إمكانية وجود بعض التعقيدات في تنفيذ وتطوير العمليات النفسية إلا أن التعقيدات المنهجية في غالبية الوقت تتعلق باختلاف الجمهور المستهدف وطبيعته، إلا أن الاعتبارات الأساسية للتنفيذ وإجراءاتها هي نفسها في غالبية العلميات باختلاف أهدافها:

1. مهمة محددة بوضوح؛ تحليل الأهداف.
2. الإجراءات التي يتم تقييم الآثار النفسية وفقها
3. وسيط أو وسيلة بث موثوقة
4. استمرار تقييم نتائج العمليات النفسية من حيث صلتها بالرسالة والأهداف.

الفرع الأول: التخطيط للعمليات النفسية

ولا يمكن المبالغة في أهمية التخطيط فيما يتعلق بالنجاح العام لعملية ما. خصوصا في العمليات ذات الطابع العسكري على اعتبار أن التخطيط العسكري يعتبر عملية مستمرة تتضمن كافة الأطراف المشاركة وبالقدر نفسه من الأهمية، بهدف إنتاج خطة عملية قابلة للتنفيذ في الواقع، وفي عرف العمليات النفسية تقع أهمية التخطيط للعملية على حسب مكانة ورتبة المخطط وفق هرمية القيادة في الجيش، بالإضافة إلى الوحدة التي يدعمها أفراد العمليات النفسية.

حيث يندمج مخططو العمليات النفسية على مستوى الوحدة من المقاتلين إلى الكتائب، من اجل أن يكونوا على دراية تامة بمقدرات الوحدة ونظام تخطيط العمليات المشتركة وتنفيذها، فضلا عن آليات صنع القرار العسكري في الجيش MDMP، ولتتوافق الخطة مع ما يجب أن يراعى على مستوى قيادة الوحدة أو القيادة المشتركة.

ويبين الدليل الميداني للجيش FM 3-05.302[1] والخاص بالعمليات النفسية التكتيكية: التكتيكات والتقنيات والإجراءات ومراحل التخطيط لهذه العمليات والذي نستخلص منه ما يلي:

المرحلة الأولى :الاستلام الاولي

حيث عند استلام الأوامر بالعملية يجب بداية بجمع الأدوات اللازمة لبدء تحليل العملية، وتتطلب هذه المرحلة جمع جميع الحقائق والبيانات ذات الصلة بموضع العملية، وتتمثل المهمة الأساسية في مساعدة الوحدة المدعومة في وضع خطتها من منظور العمليات النفسية، دون إغفال التوجيهات المتعلقة بالسياسات المتعلقة بالعمليات النفسية ومجال مسؤوليتها (المعاهدات والاتفاقيات البينية والدولية...).

[1] FM 3-05.302., op. cit, pp. 26-46.

كما يجب أن يتيح التخطيط فرصا للوصول إلى معلومات حول القدرات العسكرية للبلد أو الجمهور المستهدف، وتقييما للعمليات النفسية الخاصة بالوحدات، بالإضافة الى انه يجب عليه ان يوفر تحليل للنطاقات التجارية والصراعية، وهو التحليل الذي يمكن أن يوفره مركز عمليات المعلومات المشتركة JIOC (المعروف سابقا بمركز القيادة المشتركة للحرب والسيطرة JC2WC)[1]، الذي يوفر تحليلا للعناصر البشرية الداخلة في نطاق الاستهداف (الشخصيات الرئيسية..)، كما المخطط لعملية النفسية يحتاج كذلك لبيانات و تحليلات وسائل الإعلام (يوفرها مكتب خدمات المعلومات الخارجية FBIS[2] التابع لوكالة الاستخبارات) بالإضافة إلى بيانات عن ردود وسائل الإعلام الأجنبية (يوفرها مكتب برامج المعلومات الدولية OIIP التابع لوزارة الخارجية)، هذا دون إغفال البيانات و المعلومات التي توفرها استطلاعات الرأي و البيانات الاستقصائية التي قد تبين بدرجة اكثر الوضع الحالي للجمهور أو البلد المستهدف.

ويبني مخططو العمليات النفسية فهمهم للعملية من منطلق الإجابة عن الأسئلة الرئيسية التالية:

- ما نوع السياسة الأمريكية تجاه الدولة أو المنطقة المستهدفة؟
- من هم صانعو القرار الرئيسيون في هذه المنطقة؟
- ما هو مصدر قوة صانعي القرار هؤلاء؟
- ماهي الحالة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الراهنة للمنطقة أو الدولة؟

المرحلة الثانية: تحليل العملية

خلال هذه المرحلة يمكن دعم فريق التخطيط بفريق لتقييم العمليات النفسية، لإجراء تقييمات أولية للعملية، وحتى وان لم يتوفر فريق التقييم يجب أن يحافظ فريق التخطيط على اتصالاتها مع كافة الفرق أو الكتائب أو الوحدات المدعومة في جميع مراحل التخطيط، وتهدف هذه المرحلة أساسا إلى تحديد المشكلة وبدا تحديد الحلول الممكنة، فالمراقبة والإعداد المسبق والتعاون هي مفاتيح هذه المرحلة المرتبطة أساسا بالتوقيت المناسب للتنفيذ، وتتألف مرحلة التحليل هذه من 17 خطوة[3]، لا يشترط فيها التتابع ولا توفرها كليا:

الخطوة 1: تحليل الأمر القادم من المركز الرئيسي، أي الفهم الأولي القصد من بيان المهمة والأهداف المرجوة منه.

الخطوة 2: إجراء تحضيرات استخباراتية أولية للبيئة التي ستنفذ فيها العملية.

الخطوة 3: تحديد المهام الأساسية والضمنية الواجب تنفيذها.

الخطوة 4: إجراء مراجعة شاملة للإمكانات والموارد المتاحة من أفراد وعتاد بالإضافة إلى أماكن تواجدهم.

[1] FM 3-05.301., op. cit, p 17

[2] Ibid., p. 253.

[3] Ibid., pp. 62-78.

الخطوة 5: تحديد الحدود والقيود الواجب الالتزام بها، خصوصا في حالات وجود اتفاقات أو معاهدات..

الخطوة 6: الفصل بين الحقائق والافتراضات، التي يمكن أن تؤثر أو ستؤثر بشكل مباشر على إنجاز المهمة بنجاح.

الخطوة 7: إجراء تقييم للمخاطر، وذلك بتبيان المخاطر المحتملة لتنفيذ المخطط.

الخطوة 8: تحديد متطلبات المعلومات الأساسية للقائد، من أجل أن يكون للقائد تصور عام عن ميدان المعركة، وعن إمكانيات الدولة المستهدفة.

الخطوة 9: تحديد ملحق الاستطلاع الأولي، أي تحديد الثغرات التي يمكن للاستخبارات أن تحصل على المعلومات من خلالها.

الخطوة 10: خطة استغلال الوقت المتاح، فالوقت يعتبر عنصر حاسم في نجاح أي عملية.

الخطوة 11: كتابة مناشير العملية، أو التحرير الإداري الأولي للمخطط.

الخطوة 12: عقد جلسة إحاطة تحليلية للمهمة بين المخططين والقيادة

الخطوة 13: الموافقة على إعادة تحديد المهمة بعد توضيح التحفظات إن وجدت

الخطوة 14: توضيح كيفية توظيف الفهم الأولي للأمر -الخطوة الأولي- في المخطط.

الخطوة 15: إصدار توجيهات القيادة لآليات التنفيذ.

الخطوة 16: إصدار أمر يوضح آليات التنفيذ المستحبة.

الخطوة 17: مراجعة الحقائق والافتراضات

المرحلة الثالثة: تطوير والمو افقة على مسار العمل

بعد اكتمال تحليل المهمة وإصدار القيادة لمهمتها وقصدها وتوجيهاتها، يقوم المخططون بتطوير مسار العملCOA [1] وذلك بالتحليل والمقارنة، حيث يكون ذلك بطرح الأفكار المختلفة عن كيفيات إنجاز المهمة، مع محاولة التركيز على مسارين مميزين أو ثلاثة على الأكثر للتنفيذ، حيث تطرح مدخلات لكل مسار وكذا المخرجات المفترضة له،

ثم بعد التطوير يأتي تحليل مسار العمل وذلك بتحليل كل مسار عمل على حدى وتوجيهه بما يضمن التكامل الكامل بين جميع العناصر المنفذة وتزامنها[2]، ويجب أن يتوفر كل مسار عمل على معايير محددة هي:

- الملاءمة: ملاءمته للأمر الصادر من القيادة
- الجدوى: أي توافق المسار مع إمكانات الوحدة والموارد المتاحة
- المقبولية: إبراز الميزة التكتيكية المكتسبة عند تنفيذ هذا المسار (تخفيض التكاليف، أو الخسائر..)

[1] FM 3-05.302., op. cit, p. 30.

[2] Ibid., pp 31-32.

- التمايز: أي يجب أن يكون الاختلاف واضحا بين المسارات المتاحة، من اجل إمكانية توظيف مسار آخر عند الضرورة.
- الإلمام: يجب أن يلم المسار بكافة الأهداف الأساسية والضمنية.

بعد أن يتقرر أن المسار يفي بالمعايير المقررة، فإنه يقارن بالمسار أو المسارات الأخرى، وذلك ضمن مصفوفات التي تحوي الكتائب وتحاول توضيح كيف لكل مسار أن يدعم الوحدة أو الكتائب، كما يمكن لهذه المصفوفة أن تحوي عناصر من العمليات الإعلامية ذات الصلة بالخطة، وستكون هذه المصفوفة التي تحوي جميع المسارات هي مجرد أمثلة ويمكن لكل قائد اختيار المسار الذي يكفل له تحقيق أهدافه.

بعد اكتمال التحليل يأتي وقت موافقة على المسار، حيث بعد اطلاع القيادة على مسار العمل مشفوعا بكافة التوصيات، يتخذ القرار النهائي بتنفيذ المسار المختار فينقح ويبدأ في تنفيذه.

المرحلة الرابعة: إعداد الأوامر

الخطوة الأخيرة من اتخاذ أي قرار عسكري هي إعداد خطة العملية أو ما يسمى بأمر العملية، وتصبح الخطة أمرا عندا يأمر بتنفيذها، ويركز إعداد الأوامر على أن تكون الخطة فعالة ومتكاملة وقابلة للتنفيذ على الواقع، أما ما يميز خطة العمليات النفسية عن غيرها من الخطط العسكرية الأخرى أنها تحوي أكبر قدر من المعلومات والافتراضات الخاصة بالحرب النفسية، لأنها يتكون مصدرا أساسيا للعمليات النفسية لمختلف القوات، كما أن أوامرها تحوي في اغلب الأحيان على تذييلات إضافية[1] خاصة بالعمليات النفسية مثل:

- قائمة وسائط الإعلام
- قائمة تحليل الجمهور المستهدف (وأي تحليل متاح).
- هدف العمليات النفسية/هدف دعم العمليات النفسية.
- إجراءات الإبلاغ عن حالة العمليات النفسية.
- إجراءات دعم العمليات النفسية.
- مواضيع وأهداف الخصم المتوقعة

الفرع الثاني: تحليل الجمهور المستهدف

تعتبر هذه المرحلة هي المرحلة الانتقالية التي ينتقل فيها التخطيط للعمليات النفسية نحو التنفيذ، حيث كما سبق وأشرنا بعد أن ينتهي المخطط من كتابة المخطط المرفق، الذي يحتوي الهدف من العملية النفسية وقائمة الجمهور المستهدف (PTAL)، بالإضافة الى المواضيع وبعض الأفكار العامة. حيث ينقح المرفق في مرحلة التحليل لإيجاد قائمة للجمهور المستهدف أكثر دقة.

[1] FM 3-05.301., op. cit, pp. 157- 171.

ويقصد بعملية تحليل الجمهور المستهدف (TAAP)[1] بأنها الفحص الشامل والمنهجي للعملية النفسية وتحديد المعلومات التي تحقق هدف العملية النفسية برمتها، ذلك أن الغرض من التحليل هو تحديد الآليات والكيفيات التي يمكن من خلالها إقناع الجمهور المستهدف بالهدف العام للعملية النفسية[2]، أي أنه بحث دقيق مصمم لتحديد كيفية الحصول على معلومات محددة أو بث معلومات محددة من جمهور محدد.

وتسعى عملية التحليل هذه الى الإجابة على أربع أسئلة رئيسية[3] هي:

- ما هو الجمهور المستهدف الذي سيكون أكثر فعالية في تحقيق السلوك المنشود أو إعادة تأكيد المواقف المتعلقة بالعمليات النفسية؟
- ما هي خطوط الإقناع التي ستؤثر على الجمهور المتحرك لتحقيق الهدف؟
- ما هي وسائط الإعلام التي ستحمل على نحو فعال خط الإقناع المختار؟
- ما هي الأحداث التي تشير إلى نجاح أو فشل جهود العمليات النفسية؟

وللإجابة عن الأسئلة هناك عشر خطوات رئيسية يوضحها الدليل الميداني للعمليات النفسية[4]، ويتم في آخر هذه الخطوات إنتاج ما يسمى ورقة عمل لتحليل الجمهور المستهدف (TAAW)[5]، والتي ستوضح بخطوات المتبعة للإقناع والوسائل المستخدمة (وسائل الإعلام) التي يستطيع أفراد العمليات النفسية استخدامها لتطوير وعمل المنتجات والإجراءات الواجبة، كما يجب تحديث وملاحظة وصقل أوجه الضعف في العملية، والعشر خطوات المطلوبة هي:

الخطوة الأولى: جمع البيانات الرئيسية: حيث أن جمع البيانات يساعد على تشكيل الإطار المرجعي العام للمحلل، حيث يقوم بتضمينه مجموعة من العناصر أهمها الهدف من العملية وهدف الوحدة المدعومة أو مهمتها لأن أهم جزء من البيانات هو الهدف وهو أساس فعالية التحليل.

الخطوة الثانية: اختيار الجمهور المستهدف: حيث يوضع في هذه الخطوة قائمة للجمهور المستهدف المحتمل، ولأن الجمهور المستهدف المدرج في هذه القائمة عادة تكون واسعا، لذلك تمر القائمة بالتنقيح لاختيار الجمهور المستهدف بدقة، لأنه كلما كان الجمهور المستهدف أكثر تحديدا كان التحليل أكثر دقة وفعالية. وفي هذه المرحلة يجب أولا تقسيم الجمهور عامة الى مجموعات متجانسة ومتشابهة في الخصائص والمقومات والقدرة على تحقيق تغيير في سلوكهم أو المواقف المنشودة، لذلك يسعى المحلل على البحث على مجموعة من الخصائص أهمها:

[1] Ibid., p 103-104.

[2] Ibid., p 45.

[3] Ibid., p 104.

[4] FM 3-05.302; op.cit.

[5] FM 3-05. 301.op. cit, p 42.

- يتعين على الجمهور المستهدف أن يشهد ظروفاً مماثلة وأن يتمتع بأوجه ضعف مماثلة.
- يجب أن يكون الجمهور المستهدف مرتبطا بهدف دعم العمليات النفسية.
- يجب أن يحتفظ الجمهور المستهدف بالقدرة على تحقيق هدف العمليات النفسية الداعمة.

وهناك مجموعة من التقنيات المتبعة من طرف قوات العمليات النفسية الأمريكية في تنظيم وتقسيم الجمهور[1]:

- **التقسيم على أساس مجموعات**: حيث يقسم الجمهور الى مجموعات أولية وأخرى ثانوية، حيث تكون الروابط بين أعضاء المجموعة الأولية أكثر (فئات اجتماعية، اسر، أصدقاء..) وفي حالات كثيرة لا تكون المجموعات الأولية هدفا سهلا للعمليات النفسية بحكم أن الروابط بينها شديدة بالإضافة إلا انغلاقهم على بعض ما يمنحها مناعة من التأثير، أما المجموعة الثانوية هي مجموعة تتكون لغاية أو غرض ما (المجموعات السياسية والتشريعية، المنظمات، الجمعيات...)، حيث هم موجهون دائما نحو تحقيق هدف ما، بالإضافة الى انهم منفتحون على المجموعات والكينونات الأخرى واجتماعهم يكون لغاية أو هدف مشترك وهو الهدف الذي يمكن استغلاله من أفراد العمليات النفسية كموطن ضعف.

- **التقسم على أساس الفئات**: وهي المجموعة من الأشخاص يشتركون في خصائص ديمغرافية محددة، وقد تكون الفئات في أحيان واسعة جدا، مما يصعب تحديدها والإلمام بها كلها، لأن تحديدها هو ما يكفل فاعلية العملية النفسية، وهناك مشكلة أخرى في الفئات هي أنه حتى ولو تم تحديدها، لكنها قد لا تتشابه في مواطن الضعف.

- **التقسيم على أساس التجمعات**: أو المجاميع وهم مجموعة من الأشخاص يتم تحديدهم فقط بواسطة منطقة جغرافية مشتركة، ولكن في أحيان كثيرة رغم تقاسمهم نفس المحيط الجغرافي لكن لا ستقاسمون نفس مواطن الضعف ممكنة الاستغلال

- **التقسيم على أساس مراكز الجاذبية**: ويقصد بها تلك المجموعات الصغيرة التي لديه قدرة كبيرة من السلطة (أي شكل من أشكال النخبة)، حيث تعتبر هدفا جيدا إذا كان في الاستطاعة تعريضها لمنتجات وإجراءات الحرب النفسية، لكن ما يعاب على محاولة استهدافهم أنهم أعضاء هذه المجموعات عدم قابليتهم للتأثر كثيرا، لما لهم من وزن وإمكانيات التأثير من ورائهم.

- **التقسيم على أساس المتصلون الرئيسيون**: وهم أولئك الأفراد الذين يعتبرون مصادر جيدة وقيمة للمعلومات الممكنة الاستغلال أو أدوات لنشر الرسائل، حيث يتعذر في كثير من المرات بث الرسائل مباشرة تخوفا من عدم قبول الجمهور لها، لذلك يسعى الى بثها عن طريق أعضاء في المجتمع ذوو تأثير من المشاهير، لإضفاء مصداقية أكبر على الرسائل.

[1] Ibid, pp. 104-106

الخطوة الثالثة: الظروف: ويقصد بها تلك العناصر الموجودة والتي يمكنها التأثير على الجمهور المستهدف ولكنها لا تملك سيطرة كبيرة بل تكون سيطرتها على الجمهور محدودة، لكن تنبع أهميتها في صلتها في علاقتها بهدف العملية النفسية في حد ذاتها، وتشمل الظروف ثلاث عناصر مهمة يجب على المحلل تحديدها وتحديد آليات وكيفيات استغلالها، كما هذه العناصر مترابطة فيما بينهما من حيث علاقات التأثير والتأثر ويمكن من خلالها التنبؤ بالأثر النفسي للعمليات، والعناصر هي[1]:

التحفيز: قد يكون حدثا أو سمة مميزة، مثل أسعار المواد أو انتخابات أو تغيير سياسي أو اجتماعي...

التوجيه: أي كيفية تفكير وشعور الجمهور المستهدف اتجاه حافز معين في ظل المواقف والمعتقدات والقيم السائدة بالجمهور.

السلوك: هو إعادة نقل الحافز الى الأفراد وملاحظة وقياس ردود الأفعال، لتحسين الاستغلال.

ولتحديد الظروف التي تؤثر فعلا على الجمهور المستهدف وفق ما تقتضيه غاية الهدف من العمليات النفسية، تمر عبر خطوات رئيسية هي:

1. تحديد المشكلة والتي هي الهدف الأساسي من العملية النفسية
2. اختيار طريقة البحث لتحديد مواطن الضعف والظروف الممكن استغلالها
3. إجراء البحث وذلك وفق مصادر البحوث الممكنة وذلك بعد تقييمها مثل التقارير الاستخباراتية، الموجزات، المواقع والنشرات الرسمية أو الصادرة عن الهيئات غير الحكومية.
4. تصنيف الظروف وفق فئات محددة مثل: العلاقات الخارجية (المعاهدات، التحالفات، قضايا الحدود). التركيبة السكانية (العمر، العرق، الدين، محو الأمية، المجموعة العرقية، الجنس). الاقتصاد (الدخل، والعمالة، والبنية الأساسية). السياسة (القوانين، والانتخابات، والقادة، والقضايا). البيئة (نوعية التربة، والأمطار الحمضية، والجفاف، والزلازل). الصحة الاجتماعية (الصحة، الجريمة، التعليم). المؤسسة العسكرية (تنحية أهداف العمليات النفسية، ومركزها، وعلاقتها بالجمهور المستهدف).
5. تحديد مصدر كل ظرف قصد توفير إمكانية التحقق من مصداقيته.

الخطوة الرابعة: مواطن الضعف: أوجه الضعف هي الاحتياجات الناشئة عن ظروف الجمهور المستهدف والتي سيسعى إلى تلبيته أو الاستفادة منه بمجرد تلبيته. وبدون تحديد أوجه الضعف على النحو الواجب، ستواجه العمليات النفسية صعوبة في التأثير على الجمهور المستهدف. فالكلمة الرئيسية في هذا التعريف هي "الحاجة". وهذه هي الاحتياجات التي ستستخدمها العمليات النفسية للتأثير على الجمهور المستهدف. ذلك أن رغبة جمهور المستهدف في تلبية الحاجة أو التخفيف من حدتها أو القضاء عليها توفر الدافع الذي يدفعهم إلى تغيير سلوكهم. وهذا التغيير هو الهدف الأساسي للحرب النفسية عامة.

[1] Ibid, pp. 106-108

ولعل أهم الدراسات التي حددت الحاجات هي دراسة عالم النفس الأمريكي أبراهام ما سلو Abraham Maslow[1]، ووضعها في تسلسل هرمي والذي سمي تدرج ماسلو للحاجات أو هرم ماسلو Maslow's hierarchy of needs وهو التفسير الأكثر شهرة، وقد أوضح ماسلو أن الفرد لابد وأن يلبي الاحتياجات الأساسية قبل الانتقال إلى مستوى الاحتياجات الاجتماعية. وقال أيضاً إن على كل فرد أن يفي بالاحتياجات على كل مستوى قبل أن يتقدم إلى الأعلى. حيث حددها في خمس فئات رئيسية رتبها حسب الأولوية هي:

- الاحتياجات الفسيولوجية: الغذاء والماء والهواء والمأوى والإنجاب.
- احتياجات السلامة: السلامة المادية والأمن، والاستقرار، والبيئة المألوفة.
- احتياجات الانتماء: الحب، والصداقة، والانتماء، والقبول الجماعي.
- الحاجة إلى الاحترام: المركز والتفوق واحترام الذات والمكانة والفائدة والإنجاز.
- احتياجات تحقيق الذات: تحقيق الذات وتحقيق الإمكانات الفردية

وحتى وان اعتبر هذا التسلسل من اهم الدراسات الممكنة الاستغلال لكنها تبقى عاجزة في حالات ما تكون طبيعة الجمهور المستهدف حاصل على تدريب التغلب على الاحتياجات، لذلك يجب تحديد الحاجيات الأساسية استنادا إلى ظروف وأولويات كل فئة أو مجموعة، وتحديد تلك العلاقات بين الحاجيات والظروف والأولويات والأهداف.

الخطوة الخامسة: خطوط الإقناع:[2] خطوط الإقناع هي الحجة التي تستخدم للحصول على سلوك أو موقف مرغوب فيه من الجمهور، عن طريق خلق نقاط ضعف، خط الإقناع باختصار هو حجة دقيقة وموجزة من اجل إقناع الجمهور المستهدف بالتصرف أو الإيمان بطريقة مرغوبة فيها.

ولخطوط الإقناع أربع خطوات أساسية هي:

- صياغة الحجة الرئيسية
- تحديد الحجج الداعمة من اجل تأكيد الحجة الرئيسية
- تحديد أنواع الطعون التي يمكن استخدامها، وهو النهج الذي تعرض به الحجة.
- تحديد التقنية التي يمكن بث الحجة بها.

الخطوة السادسة: الرموز: والرموز هي وسيلة التي يمكن من خلالها تعزيز خطوط الإقناع[3]، سواءً رموزا سمعية أو بصرية..، ولكي تكون الرموز فعالة فلابد أن تكون معروفة ومقبولة لدى الجمهور المستهدف وذات معنى وصلة مباشرة به.

1

2 Ibid, pp. 111-114

3 Ibid, pp. 115

الخطوة السابعة: القابلية للتأثر: حيث يقوم أفراد العمليات النفسية بتقييم قدرة كل خط من خطوط الإقناع وكل حجة على التأثير بالجمهور المستهدف تحقيق السلوك المنشود ودرجات تأثيره، وتحدد تقديرات القابلية للتأثر خط الإقناع الذي يكون له التأثير الأكبر على الجمهور المستهدف ولماذا، بالإضافة إلى ملاحظة تغير الظروف والحاجات وما يصاحبها من أوجه الضعف، فخط الإقناع الذي يعالج حاجة ماسة أكبر سيكون أكثر فاعلية من غيره، وبالتالي يحصل على تقدير أكبر من القابلية.

الخطوة الثامنة: إمكانية الوصول: تهتم هذه الخطوة بوسائط الإعلام المتاحة لتحديد أفضل الطرق للتواصل مع الجمهور المستهدف، حيث يسعى أفراد العمليات النفسية للإجابة عن السؤال: ما هي وسائط الإعلام التي ستحمل بفعالية خطوط الإقناع والرموز المناسبة لتحقيق الأهداف؟

وتحليل وسائل الإعلام هي خطوة من مراحل أساسية هي:

- تقييم كيفيات تلقي الجمهور لمعلوماته. ويقصد بها ماهي وسائط الإعلام التي تستخدم بكثرة من طرفهم، وماهي أشكال هذه الوسائط وطبيعتها (صحف، مجلات، راديو، تلفزيون...)
- تقييم مدى انتشار وسائط الإعلام وأنماطها. ويركز فيا عنصرين هما الوصول والتواتر، الوصول وهو نسبة الجمهور الذين يتلقون هذه الوسيلة لمرة واحدة في فترة معينة، أما التواتر هو عدد مرات تلقيها في فترة معينة.
- تقييم مدى استعمال الجمهور لكل الوسائط على حدي وأسباب استخدامه لها (للأخبار، الترفيه...)
- تقييم سلبية وإيجابية اتصال الجمهور بكل وسيلة ومدى تقبلها له، ويقصد بذلك أن استعمال الجمهور للوسائط واعتبارها مصدرا أساسي لمعلومته هنا تكون الوسيلة إيجابية، أما السلبية فهي ساعة يكون استعمالهم لها بدون اهتمام ولا استيعاب.
- تحديد أي الوسائط الجديدة التقليدية أو الحديثة، والتي يمكن استعمالها واستغلالها

الخطوة التاسعة: الفعالية: حيث تعرف الفعالية بانها "القدرة الفعلية للجمهور المستهدف على إجراء التغيير في السلوك أو المواقف المنشود". حيث يتم من خلال هذه الخطوة تحديد أي فئة أو مجموعة من الجمهور المستهدف والتي يكون احتمال إنجازها للهدف من العملية أكبر، وليكون الجمهور المستهدف فعال يجب أن يتوفر على نوع من السلطة أو السيطرة على بيئتهم، لذلك يجب دراسة أنواع القيود التي تحد من الفعالية لبحث سبل تجاوزها أو استغلالها ولعل أهم تلك القيود المدروسة:

- القيود المادية (عدم القدرة جسديا، أو جغرافيا..)
- القيود السياسية (الافتقاد للسلطة السياسية...)
- القيود الاقتصادية (احتياجات اقتصادية..)
- القيود القانونية (تتعلق بانتهاك القوانين والأنظمة..)
- القيود الاجتماعية (طبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده ومعتقداته...)

- القيود النفسية (مخاوف..)

حيث في العموم إن العمليات النفسية ليست لها سيطرة تذكر على أغلب القيود المفروضة على الفعالية، بيد أنه يمكن في بعض الأحيان تخفيف القيود الاجتماعية والنفسية من خلال العمليات النفسية. وستتغير القيود أيضا بمرور الوقت تبعا للشروط.

الخطوة العاشرة: مؤشرات الأثر: هي تلك الأحداث التي تساعد في تحديد مدى نجاح الجهود المبذولة في مجال العمليات النفسية. وترد مناقشة مفصلة لمؤشرات الأثر.

الفرع الثالث: تطويروتصميم المنتجات

تضع هذه المرحلة مخططا للمنتجات الواجب إنتاجها وآليات نشرها وتوزيعها، حيث تتألف هذه المرحلة من جزأين أساسيين هما التصميم والتطوير، التصميم هو تلك المرحلة التقنية التي يتم فيه تحويل مفهوم المنتج إلى نموذج أولي ممكن الاستخدام، أم التطوير فهو تلك الإضافات والمعالجة التي يخضع لها هذ النموذج بعد الأخذ بعين الاعتبار مراجعات وتوصيات المراحل السابقة، وينتج عنها مجموع من البدائل التي تعالج كافة السيناريوهات. تتم هذه المرحلة وفق إجراءات ومواصفات هي:

- توفر مواصفات محددة في الفريق الذي يعمل على المنتج ولعل أهمها معرفتهم المسبقة بالاستجابة السلوكية المطلوبة من الجمهور المستهدف،
- يجب أن يتوفر المنتج على كافة البيانات حول نتائج العمل على تحليل الجمهور المستهدف،
- تطوير واستخلاص الرموز المحددة القابلة للاستخدام وتوفر القدرة على الإقناع المطلوبة (أو ما يسمى خط الإقناع)
- وصفا دقيق لوسائل الإعلام المستخدمة، بما في ذلك كافة الجوانب التقنية الداعمة لتحقيق الهدف.
- توفر المنتج على درجة من التشويق والجذب ليكون ذو قابلية للانتشار ضمن الجمهور المستهدف.

ويقصد بالمنتج ذاك العمل المفصل الذي يتوفر على ما يكفي من البيانات والمعلومات التي تصف الهدف وتوصل العملية النفسية إلى غايتها مع مراعاة البساطة والتلخيص، بغض النظر عن شكل وفئة المنتج أكان منشور مكتوب أو سمعي أو بصري، ولكل شكل خصائصه:

1. **المنتوجات المرئية:** يحث خبراء الحرب النفسية الأمريكان على توفر مجموعة من عناصر التخطيط في هذه المنتجات مثل: تنسيق ونوع الخطوط المعروض بها، والعناوين الرئيسية والفرعية، والتسميات والرسمات التوضيحية، ومسافات التباعد، بالإضافة إلى وجوب توفر ما يسمى مبدأ اتجاه العين وتوازنها EYE direction and balance، ويقصد بالاتجاه هو طريقة التي يتم به توجيه العين نحو المركز البصري للمنتج من خلال النص والرسومات، أما التوازن فيقصد به كيفية توزيع وتنسيق وزن وحجم النص

والرسومات حول المركز البصري للمنتج المرئي، حيث أن المركز البصري هو تلك النقطة الطبيعية لسقوط العي البشرية على أي منتج بصري والذي لا يمكن تغييره، وعلى أساس اختيار هذا المركز يتم توزيع وتنسيق باقي المحتويات وتقسيمها بالتساوي حوله.

كما انه لزيادة فعالية المنتج فانه يستعان بالرسوم البيانية الهادفة لإرباك الجمهور المستهدف والانتقاص من تأثير المنتج، ويحتوي الجزء الرسومي على ستة عناصر رئيسية[1] هي:

اللون: يستخدم اللون في المنتجات لزيادة أو تخفيض التركيز على جزء معين من المنتج، كما أن الدراسات النفسية أثبتت أن للألوان تأثيرات نفسية ومشاعر البشر، سوءا لإثارة تلك المشاعر أو تهدئتها، بالإضافة إلى دلالات الألوان مثلا الحمر والأخضر لتعزيز الاختلاف والتباين أو للسخرية، واللون الوردي للجانب الأنثوي والأزرق للجانب الذكوري...، كما يجب الإلمام بالدلالات الثقافية للألوان عند بعض المجتمعات.

الشكل: كما للألوان دلالات فإن للأشكال دلالتها أيضا، حيث ترمز الأشكال الزاوية للعاطفة والخلاف أو توحي للعمل والحركة، أما الأشكال الدائرية والمنحنية توحي للهدوء والانسجام، كما أن هناك دلالات ثقافية وإثنية للأشكال مثلا النجمة الخماسية والهلال ترمز للدين الإسلامي والنجمة السداسية للديانة اليهودية.

الخط: للخطوط خصائصها ودلالتها من حيث الاتصال والتقطع والحجم والوضوح، حيث شكل ووضعية الخط لها دلالات موحية، فالخط العريض يشير للأمور المهمة والعلاقات المباشرة، والخطوط المتقطعة توحي إلى الأفكار المتفاوتة والثانوية.

الجماعي: ويقصد بها الحجم النسبي للمكونات الفرعية للمنتج، حيث الكتلة الكبر لأي رمز أو خط توحي لأهميته الكبر من الرموز بالكتلة الأصغر أو ذات الأهمية الأقل،

الملمس: ويقصد به الخلفية التي يوضع عليها المنتج حيث تحمل دلالات غير مباشرة تستهدف تفكير الجمهور المستهدف، فالأشكال الخام والواضحة تشير للجدل والفوضوية، أم ذات القوام السلس فترمز للهدوء والسكينة.

الاتجاه: وهو اتجاه الخطوط والرموز، حيث تهدف التخطيطات الأفقية إلى التهدئة، أما التخطيطات العمودية إلى التوازن والشكلية واليقظة أو للمعاني الأخلاقية والسياسية، أما الخطوط المائلة توحي بالحركة والعمل..

2. **المنتجات السمعية البصرية:** القاعدة الأساسية في إنتاج المنتجات السمعية البصرية هو الإيجاز، حيث يتم اختيار السيناريو الأنسب بالإضافة تنسيق الأصوات والصور والفيديو بما يتلاءم مع

[1] FM 3-05.302; op.cit, p. 80

الرسالة المرغوبة، حيث أن الرسالة المصورة هي تصور مفصل لتدفق العملية النفسية. وغالبا ما تمتاز الرسالة بالبساطة والمفهومية العامة أي أن يكون محتواها سهل الفهم والإدراك،

وضمن منتجات السمعية البصرية قد يتم إنتاج رسائل تستعمل في حالات الاتصال المباشر أي الاتصال وجها لوجه مع الجمهور المستهدف، وتتضمن الحجج والمعلومات الداعمة التي تساعد فرد العمليات النفسية في توضيح وتبيان وجهة نظر ودعمها، وتتضمن هذه الرسالة أربع محاور أساسية[1] هي:

- المقدمة وبناء العلاقة مع الجمهور المستهدف
- عرض خط الإقناع
- إجابات عن الأسئلة ومناقشات بهدف التغلب على الاعتراضات
- إستراتيجية الخروج والإغلاق.

وتهدف هذه المحاور إلى إعطاء عنصر العمليات النفسية خطة عمل أو "الذخيرة" اللازمة حتى يتمكن من تحقيق هدفه، لذلك يقوم هذا العنصر بإجراء بروفات للتدريب على المواجهة أو معرفة السيناريوهات المحتملة لها للتعامل بسلاسة وسرعة مع جميع الحالات الطارئة، لذلك تستعمل الإنتاجات السمعية البصرية لتدريب العاملين بالعمليات النفسية.

وتتعلق عمليات تطوير المنتجات بالتصورات التي توضع بعد التدريب والمراجعة، ومروره على هيئة خاصة التي تنظر في النماذج والبدائل ودراسة مدى تحقيقها للأهداف المرجوة منها ومدى التلاؤم وعدم تعارض البدائل فيما بينها.

الفرع الرابع: الإنتاج والتوزيع والنشر

تتم هذه المرحلة بعد إعطاء الموافقة على النماذج والبدائل المقترحة، وتتضمن عدة خطوات مثل الترجمة والإنتاج والتوزيع والنشر.

الترجمة: حيث تتم في هذه الخطوة ترجمة النماذج الأولية إلى لغات الجمهور المستهدف، وفي أحيان كثير عند عدم توفر مترجمين أكفاء تابعين للجيش الأمريكي، فانه يتم الاستعانة بمجموعة من المترجمين خارجيين أو المتعاقدين يتمتعون بالموثوقية والخبرة اللازمة، ويكمن الهدف في الاستعانة بمجموعة من المترجمين من اجل التدقيق وإخراج المنتج بأحسن أسلوب مفهوم للجمهور المستهدف[2]، فغالبا تتم ترجمة المنتج للغة المستهدفة ثم يعاد ترجمته منها إلى الإنكليزية للتدقيق والضبط، مع مراعاة الخصوصيات الثقافية والاصطلاحية للجمهور المستهدف.

[1] Ibid, p. 81.

[2] Ibid, p. 93.

الاختبار المسبق: وهو اختبار يتم للمنتج حسب طبيعته وشكله (منتجات بصرية، سمعية، سمعية بصرية..)، وتوفير الموارد الملائمة لهذا الاختبار من اختصاص هيئة مراقبة خاصة، وعل أساس توصياتها يوجه للإنتاج أو يخضع للتعديلات الملائمة.

الإنتاج: يتم الإنتاج وفق سلسلة تحدد أولوية الإنتاج لكل منتج، وتساعد كل القوات المشاركة في العمليات العسكرية في عملية الإنتاج حسب أصولها ومواردها، حيث يمكن الاستعانة بأصول القوات البحرية في البث الإذاعي أو طباعة الملصقات والمناشير ضمن قيادات الأساطيل، أو لدى القوات الجوية التي تملك مجموعة متنوعة من الطائرات التي يمكنها نقل وإسقاط المناشير عن طريق عديد الطائرات المخصصة لذلك مثل الكومندوس سولو EC-130، والتي يمكنها القيام بعمليات البث الجوي[1]. كما يمكن الاستعانة في حالات معينة بشركة أو مؤسسات محلية في ذلك حسب الضرورة ولأهداف مادية ولوجستية.

وبغض النظر عن أصول الإنتاج فإن العنصر الأكثر أهمية في مرحلة الإنتاج هو كيفية تعبئة ونشر المنتج إلى وجهته، ولإتمام هذه المرحلة بسلاسة يجب الإجابة عن الأسئلة التالية قبل التعبئة والنشر:

- كم عدد العناصر المنفصلة التي ستنشر المنتجات وبأي كميات؟
- كيف سيتم نشر المنتجات؟
- ما الذي ستتعرض له المنتجات أثناء التوزيع؟

تتعلق الإجابة عن السؤال الأول بطبيعة المنتج بالإضافة إلى آلية توزيعه، فمثلا توزيع المنتجات المرئية خصوصا يتم عن طريق قنابل منشورات تصنف حسب سعتها ومن أهمها:

- قنبلة المناشير M129 والتي تصل سعتها إلى 60 ألف منشور.
- عبوة MK-20 Rockeyeوالتي يمكن أن تحملها الطائرات المقاتلة كطائرة F16
- عبوة PDU-5/B والتي يمكن أن تقذفها المدفعية الأرضية

كما تمتلك مجموعة الطباعة ذات الحركة الخفيفة: وتقوم بطبع ونسخ المنشورات والمطبوعات، ولها إمكانية نسخ وطبع تصل إلى 130نسخة في الدقيقة أي 7800 نسخة في الساعة الواحدة.

التوزيع: يقصد بعملية التوزيع تلك الإجراءات التي تتضمن تحويل المنتجات من موقع الإنتاج إلى نقطة النشر، وقد تتضمن كذلك مراحل التخزين المؤقت للمنتجات لتوزيعها في وقت لاحق، وقد تستخدم العديد من الطرق للتوزيع على حسب نوع وشكل المنتج أكان بشكل مادي أو بشكل إلكتروني.

ويستحسن في عمليات التوزيع توظيف أصول من المواطنين المحليين، من أجل إقامة روابط مع المواطنين المحليين من خلال توظيفهم أو العمل مع المنظمات والجمعيات المحلية، والتنسيق معها لتكوين

[1] Ibid, p. 93.

علاقات تمكن من زيادة كفاءة العمليات النفسية. بالإضافة إلى التنسيق وفي إطار جهود التعاون يمكن استخدام شركات ومؤسسات محلية للتوزيع بحكم معرفته أكثر بطبائع وخصوصيات مناطقهم،

النشر: النشر هو التسليم الفعلي للمنتجات للجمهور المستهدف عن طريق تحليل وسائل الإعلام وتحليل الجمهور المستهدف، من اجل المساعدة في تحديد أفضل الطرق للوصول إلى الجمهور المستهدف، مع مراعاة العوامل التي تؤثر في طريق النشر، وتحليل نشاط الجمهور المستهدف، والتي قد تؤدي هذه الاعتبارات إلى تعديلات على البرنامج الزمني للنشر والتوزيع، ومن اهم هذه الاعتبارات[1]:

اعتبارات النشر المرئي: حيث يمكن لمعوقات الطقس مثلا ان تؤثر على نشر المنتجات البصرية، لذلك يجب معرفة أحوال الطقس واختيار الأنسب للنشر، أو يمكن تدخل الاعتبارات الجغرافية والسكانية أو حتى الأحداث الآنية مثلا قد يحدث تفجير في منطقة النشر مما يسهم في عدم توافد الجمهور المستهدف عليها. بالإضافة مراعاة أولويات المقدرات المكلفة بالنشر.

اعتبارات نشر الصوت: كما النشر المرئي للعوامل البيئية دور مهم في نشر المنتجات السمعية، فعند استخدام مكبرات الصوت التكتيكية يمكن أن تؤدي الرياح والأمطار والضوضاء المحيطة إلى تدهور جودة الصوت ومنه تقليل فعالية البث، كما يجب أخذ العوامل الجغرافية والتضاريس في عين الاعتبار عند اختيار مواقع وضع المكبرات فالتضاريس الكبيرة يمكنها حجب البث أو الصوت، دون إغفال اعتبارات التشويش التي قد تسعى القوات المعادية إلى حجب الصوت من خلالها.

اعتبارات النشر السمعي البصري: كذلك عند بث المنتجات السمعية البصرية قد يكون للعوامل البيئية دور في حجبها أو تقليل فعاليتها، فعند البث بواسطة الأقمار الصناعية قد تساهم العواصف الرعدية في إعاقة البث وعدم وصوله للجمهور المستهدف، كما يجب الأخذ في عين الاعتبار امتلاك الجمهور المستهدف للإمكانات اللازمة لالتقاط البث.

النشر المرئي: وتعتبر المناشير من أبرز الوسائل المستخدمة في العمليات النفسية، وهي أداة تمرر من خلالها رسالة نرغب في إيصالها إلى المستهدفين، وهذه الأداة هي عبارة عن رسالة مصورة تطبع على قصاصة من الورق قياسها 7.5x 15سم، وهذه الرسالة قد تكون مادة إقناعية نسعى من خلالها إلى إقناع المستهدفين بمضمونها كما قد تكون مادة إعلامية نسعى من خلال مضمونها إلى إطلاع المستهدفين على معلومات محددة، كما قد تكون مادة توجيهية نسعى من خلالها إلى دفع المستهدفين للقيام بعمل أو تصرفات أو اتخاذ قرارات محددة تخدم أغراضنا. والمستهدفين هم الجهة التي نريد لهذه الرسالة أن تصل إليها، وهي إما أن تكون وحدات

[1] The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in Time of Military Conflict.

قواتنا المسلحة، وإما أن تكون وحدات قوات العدو وأصدقائه وحلفائه، أو وحدات قوات الأصدقاء والحلفاء، أو وحدات المحايدين، كما قد تكون هذه الجهة المدنيين من كلا الجانبين.[1]

توجد عدة أنواع من المناشير وذلك حسب الغرض المستخدمة من أجله، حيث توجد ثلاثة أنواع رئيسية هي:[2]

المنشور النموذجي :وهو المنشور الذي يتم تحضيره لحين الطلب ويمكن استخدامه لكل الأغراض ولجميع العمليات المتوقعة.

المنشور الطارئ :وهو المنشور الذي يتم تحضيره لعمليات مخطط لها مسبقا ويستخدم لتحقيق أغراض تلك العمليات بالذات.

المنشور الخاص :وهو المنشور الذي يتم تحضيره عند وقوع عملية محددة أو حالة خاصة، فيتم تجهيزه وفقا لما تتطلبه تلك العملية بالذات ولتحقيق أغراضها.

ويتم توزيع المناشير باستخدام عدة وسائل أهمها[3]:

التوزيع السطحي :ويتم بواسطة مجموعة العمليات النفسية أو يقوم بنشرها جنود يعينون لهذا الغرض.

توزيع أرض-أرض :ويتم بواسطة قذف المنشور بالمدفعية وتستخدم القذائف الدخانية لتحقيق هذا الغرض.

توزيع أرض جو :ويتم بواسطة إلقاء المناشير من الطائرة باستخدام القذائف المحشوة بالمناشير (قنبلة مناشير)، حيث تجهز بفتيل توقيت على ارتفاع محدد عند إطلاقها، أو قد تلقى من الطائرة باليد فوق المستهدفين.

التعويم المائي :ويتم بواسطة استخدام الحوافظ البلاستيكية، وتعويمها لتصل إلى القوات المتواجدة على ضفاف الشواطئ، أو الأنهار أو البحيرات.

وتمتلك القوات العمليات النفسية والقوات المساندة لها أصول لنشر المنتجات من أهمها:

- **القنبلة الجوية لإيصال المنشورات**: كما سبق وأشرنا حيث تتراوح السعة من 30 ألف الى 80 ألف منشور، وقد تصل الى عمق 500 كلم داخل أراضي العدو (الجمهور المستهدف)

[1] محمد بلخادم، مرجع سابق، ص. 114.

[2] نفس المرجع، ص. 116.

[3] مصطفى الدباغ، مرجع سابق، ص.

- **المناطيد أو البالونات الجوية:** وتحضر من الورق أو المطاط أو البوليتين وتعبأ بالغاز الخفيف (عادة بغاز الهليوم)، وهي قادرة على حمل 9كلغ من المطبوعات أي ما يعادل 4500 منشور.
- **الطائرات بدون طيار:** قادرة على إيصال وبدقة عالية من 50 إلى 100كلغ من المنشورات في حاويات التعليق الخارجي لمسافة 150إلى 200كلم.
- **العبوة الجوية الخاصة بإيصال المنشورات :**تحضر في الظروف الميدانية من علب كرتونية عادية من أجل توزيع المنشورات من طائرات وحوامات النقل العسكري، وقد تصل سعتها حتى 50 كلغ أي ما يعادل 40ألف منشور.
- **قذيفة المدفعية الدعائية:** وهي من عيار 122ملم للمدفعية ذات الحركة أو المقطرة، تعبأ هذه القذيفة بالمنشورات ذات الحجم الصغير

النشر السمعي:

حيث تمتلك قوات العمليات النفسية أصولا للبث الصوتي، وتتكون مما يلي:

- محطة البث الصوتي المحمولة باستطاعة 350 واط
- محطة البث الصوتي المحمولة باستطاعة 250واط
- محطة البث الصوتي المحمولة والمنقولة: مدى البث 100م ومن الممكن التحكم فيها عن بعد، على مسافة 225م.
- محطة البث الصوتي المحمولة على سيارة باستطاعة 450 واط يتكون طاقمها من ثلاثة أشخاص ويمكن تركيبها على الحوامات والزوارق والسفن.
- محطة البث الصوتي المحمولة على الحوامات المتعددة الأغراض.

النشر الإذاعي والتلفزيوني:

مركز تحضير المنتوجات السمعية والسمعية البصرية: يقوم بإنتاج أشرطة الفيديو من أجل تزويد وحدات العمليات النفسية الأمامية بها وكذلك نشرها بوسائل الاتصال الإلكترونية.

المنظومة التلفزيونية المحمولة: وتتكون من ثلاث مكونات أساسية هي: منظومة الجمع الإلكتروني للمعلومات، ومجموعة التحرير والإستديو، ومجموعة البث.[1]

حيث يعتبر الصوت أداة نفسية فعالة، وقد استخدمت الأصوات منذ القدم في القتال لإحداث التأثير النفسي على المقاتلين، وفي الحروب الحديثة تستخدم مكبرات الصوت من قبل وحدات العمليات النفسية لتبث الرسائل الإذاعية والأصوات المسجلة على الأشرطة والنداءات والبلاغات والبيانات ذات المضامين النفسية، والتي تدعو المقاتلين إلى الاستسلام أو الانسحاب أو الفرار، وتعمل على خفض معنوياتهم عن طريق

[1] Gary L. Whitley, op.cit.

إرهابهم وبث الذعر والخوف في نفوسهم، كما تدعو المدنيين إلى عدم التعاون وعدم التدخل لدعم أعمال الجنود القتالية وتدعوهم إلى التمرد والعصيان والمقاومة، ويتم حملها – مكبرات الصوت- من قبل أفراد مختصين، كما تثبت على أعمدة يتم نصبها بالقرب من تجمعات قوات العدو، أو على العربات الخاصة لهذا الغرض، وعلى السيارات العسكرية، وكذلك على الدبابات وناقلات الجنود المصفحة، وعلى الطائرات والطائرات المروحية المزودة بحاملات مكبرات الصوت الضخمة ذات الإرسال القوي.

المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي لقوات الحرب النفسية في جيش الولايات المتحدة الامريكية

ان معايير نجاح الجيوش في الحرب والسلم، تتعلق بعوامل رئيسية مثل: التكنولوجيا والقيادة والافراد والتدريب او مزيج مما سبق، بالإضافة الى التنظيم او الثقافة التنظيمية كمتغير أساسي يسهم في فعالية الجيش على اعتباره منظمة رئيسية مبنية على مزيج من المنظمات الفرعية، ومن أبرز الجيوش التي يبرز فيها هذا العنصر كبعد أساسي في كينونتها هو جيش الولايات المتحدة.

فمن ادبيات السلوك التنظيمي للجيش الأمريكي انه يمزج ما بين البعد العسكري التقليدي والمكونات الاكاديمية والتخصصية المساعدة على تحديث وتطوير المنظومة وزيادة فعاليتها، فالمكونات المساعدة الداخلة في الهيكل التنظيمي خصوصا ضمن الفروع التخصصية كفرع الحرب النفسية مثلا، توفر نماذج تطوير وتشخيص مع مطالب البيئة التشغيلية والعملياتية، وتسهم في حل مشاكل التكيف والتكامل بين هذه الفروع والفروع الأخرى، ضمن تحديات التغيير، خصوصا إذا علمنا ان الجيش الأمريكي من أكثر جيوش العالم الذي تمسه تغيرات وتحديثات مستمرة.

المطلب الأول: أصول العمليات النفسية الأمريكية على المستوى التكتيكي العملياتي

إن كل التنظيمات العسكرية لها أشكال متعددة من المقدرات المتأصلة، والتي تحاول من خلال استغلالها واستثمارها بالطرق الممكنة، الوصول لتحقيق أهدافها المرجوة، وهذا ما تحاول القيادة العسكرية الأمريكية فعله، من خلال استثمار البحوث النفسية والاجتماعية وتطبيقها في المجال عسكري عموما و في الجهود الحربية خصوصا، وذلك بإنتاج بحوث و منتجات تحدد المفاهيم و الآليات لإدارة و تسيير أجهزة الحرب النفسية و تحديد تقسيماتها وتفريعاتها أو بواسطة استخدام عناصر القوة المتوفرة (طائرات سفن وحدات و معدات عسكرية...) لخلق آثار نفسية على الجماهير المستهدفة ضمن جهود الحرب النفسية.

الفرع الأول: برامج الدراسات النظرية للقوات العمليات النفسية

كما سبق وأشرنا فإن جهاز الحرب النفسية بالقوات العسكرية للولايات المتحدة في إطار محاولته الاستفادة من البحوث والدراسات فإنه يقسم الى أجهزة الحرب النفسية الى أجهزة استراتيجية تكفل إجراء البحوث والدراسات ووضع الاستراتيجيات الكبرى وأجهزة للتنفيذ تهتم بالجانب التكتيكي العملياتي.

1. **مفرزة الدراسات الاستراتيجية لمجموعات العمليات النفسية الرابعة (المحمولة جواً):**

التي تعتبر من اهم المصادر للعمليات النفسية من خلال محاولتها استغلال مخرجات العمليات الاستخباراتية التحليلية و التي يتم تصميمها عادة لتلبية حاجيات قوات العمليات النفسية بأكملها، من خلال هرمية حيث يقدم رئيس هيئة الأركان المشتركة CJCS التوجيه العام للسياسات المطلوبة و تحديد أولويات الإنتاج النفسي، لقائد قيادة العمليات الخاصة بجيش الولايات المتحدة CDRUSSOCOM باعتباره قائد داعم للقوات المقاتلة، الذي يدير برنامج إدارة عمليات الإنتاج و الدراسة للعمليات النفسية، حيث يتم أثناء إنتاج

من دعم المتطلبات التشغيلية لقيادات القوات المقاتلة وقوات العمليات النفسية في جميع أنحاء العالم كما أنها يمكن استخدامها و استغلالها من قبل هيئات ومنظمات أخرى أثناء تأديتها لمهامها (وزارة الخارجية، والاستخبارات...).[1]

وتوفر هذه الدراسات وجهة نظر للقادة والمقاتلين، بشأن القضايا ذات الأهمية الاستراتيجية سواءً أثناء وقت الحرب أو السلم، ومن اجل التخطيط المشترك للعمليات، وتوفير الاستعدادات التكتيكية والتشغيلية، أما من حيث آليات إجراء الدراسات، فان الطلب يقدم من خلال ضابط أركان العمليات النفسية لقيادة المقاتلين أو طلب استخباراتي يوجه لمدير أداة المعلومات والذي بدوره يدخله في نظام الاستخبارات أو ما يسمى بإدارة متطلبات الإنتاج الاستخباراتي.

كما تعتبر دراسات وبحوث العمليات النفسية فريدة من حيث النوع، ذاك أن مخرجات هذه الدراسات والبحوث تحوي شكلا من أشكال منتجات الاستخبارات العسكرية الأخرى، فهي بوجه عام تحاول عرض السمات البارزة للدولة أو الشعب أو الجمهور المستهدف لتقديم تحليلات التأثير التي تدفع مختلف فئاته الاجتماعية أو المهنية أو حتى العرقية للتصرف على الشكل الراهن. بالإضافة الى محاولة هذه الدراسات مناقشة القضايا التي تثير ردود فعل قوية وتقييم المواقف منها، بالإضافة الى تحديد الثغرات الأمنية، واهم عنصر فيها هو اقتراح الطرق والسبل وكذا الوسائل للتأثير على الناس.

2. القيادة المشتركة لدعم المعلومات العسكرية:

في سنة 2003 أدى قرار صادر عن مكتب وزير الدفاع الى إنشاء قدرة استراتيجية للعمليات النفسية من خلال إنشاء القيادة المشتركة لدعم المعلومات العسكرية JMISC، التي تقوم بمهام التخطيط والتنسيق ودمج وتنفيذ العمليات النفسية على المستوى الاستراتيجي لتعزيز أهداف الولايات المتحدة، وتعمل هذه القيادة المشتركة من خلال قيادة المقاتلين الموزعين عبر العالم وتوفير الدعم و التنسيق بين مختلف الوكالات و الأحلاف و قيادات الدولة الشريكة، باستخدام الوسائط المتعددة وباستغلال ثقافة و لغة الجمهور المستهدف.[2]

وتتألف القيادة المشتركة لدعم المعلومات العسكرية من قيادات عسكرية ومدنية متخصصة، من علماء سلوكيين وخبراء ثقافيين وجيو-سياسيين ومدربي العمليات النفسية، حيث تقومون بتطوير البرامج وإجراء التحليلات الاستراتيجية كما ونوعا بهدف دعما للعمليات النفسية المقترحة أو التي هي في طور التنفيذ.

[1] Acevedo, Dave. **Strategic PSYOP: Coordinating Worldwide Psychological Operations-Is There a National Requirement for a Strategic Psychological Operations Organization.** (Kansas: school of advanced military studies, 2003). p. 47.

[2] Christopher R. Rate, **Can't Count it, Can't Change it: Assessing Influence Operations Effectiveness**, In: Information as Power: An Anthology of Selected United States Army War College Student Papers, Ed: Groh, Jeffrey, (PENNSYLVANIA: Army War College, Vol 06, 2012), pp. 69-88.

تعمل هذه القيادة على العمليات النفسية تخطيطا وتدريبا وتنفيذا، وتشمل مهامها الرئيسية[1]:

أ. تطوير تكتيكات والتقنيات وإجراءات العمليات النفسية على المستوى الاستراتيجي

ب. إدارة وتنفيذ برامج المعلومات عبر الإقليمية للتأثير على الجمهور المستهدف الأجنبي المعين، عبر حدوده الإقليمية.

ت. التخطيط التشغيلي والاستراتيجي.

ث. التحليل الاستراتيجي والإقليمي للجمهور المستهدف من خلال تحليل الجغرافيا السياسية والثقافة والإعلام والبنية التحتية للاتصالات والاتصالات الرئيسية والظروف الاجتماعية والديمغرافية وظروف بيئة المعلومات والتصورات والسلوك والقيم والمعتقدات.

ج. تنسيق الأنشطة الإعلامية والتعاون معها.

ح. تطوير المنتجات.

خ. تنسيق العمليات النفسية بين السلطات والوكالات.

الفرع الثاني: بنية جهاز العمليات النفسية بالجيش الأمريكي

تتكون كل وحدة من وحدات العمليات النفسية بالجيش الأمريكي من مجموعة من الكتائب، وكل كتيبة تنقسم الى عدد من السرايا التكتيكية التي تحوي بدورها مفارز عملياتية والتي تقوم على أساس فرق عملياتية.

1. كتيبة العمليات النفسية التكتيكية (POB)

تخضع الكتيبة العمليات النفسية الى فريق (وحدة) العمليات النفسية حسب تبعيتها ووظيفتها، ويمكنها دعم مقر قيادة الجيش أو ما يعادلها أو الوحدة وما يعادلها، وخلال ما يسمى عمليات الاستقرار أو إعادة الإعمار، ونادرا ما تنتشر كتيبة تكتيكية بأكملها، بل في معظم الحالات يلحق عناصرها بوحدات أخرى، ذلك أنها تقوم بدعم البعثات التكتيكية وبعثات الاحتجاز/إعادة التوطين [2](I/R). كما توفر الدعم في مجالات القيادة وتسيير الموظفين والتخطيط للقوات المسلحة والقوات التقليدية، وتجمع المعلومات المتعلقة بالعمليات النفسية، بما في ذلك بيانات الاختبار والتقييم، لفرق العمل مشتركة للعمليات النفسية.

[1] Ibid.

[2] تحدث عمليات الاعتقال وإعادة التوطين أثناء عمليات الهجوم أو الدفاع أو الاستقرار أو الدعم المدني. ويقصد بها دعم واستجواب السجناء العسكريين الأمريكيين أو غير الأمريكيين وعمليات المحتجزين في بيئات العمليات، بدءاً من العمليات القتالية الرئيسية إلى بعثات المساعدة الإنسانية (اللاجئين والمنكوبين...) أو بالوكالات المدنية، للاستزادة انظر:

U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-39.40 INTERNMENT AND RESETTLEMENT OPERATIONS (FM 3-39.40),** February 2010.

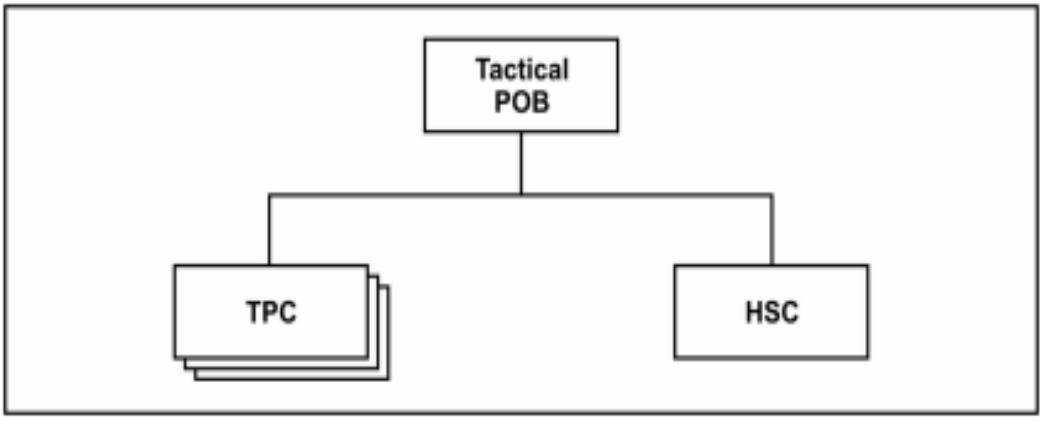
تشمل قدرات كتيبة العمليات النفسية التكتيكية ما يلي:

- عناصر القيادة والتحكم المعينة والمرفقة.
- زيادة عدد موظفي العمليات النفسية للوحدة المعتمدة.
- إنشاء فرقة عمل مشتركة للعمليات النفسية، عند توجيهها، مع زيادة أصول العمليات النفسية الإقليمية أو المختصة في النشر.
- تخطيط وتنسيق وتنفيذ العمليات النفسية على المستويين التنفيذي والتكتيكي.
- توفير موظفي العمليات النفسية والدعم التخطيطي للقيادات.
- تنفيذ برامج العمليات النفسية وفقا لتوجيهات فرقة العمل المشتركة للعمليات النفسية.
- إجراء تقييمات للعمليات النفسية
- توفير الدعم لعمليات الاحتجاز/إعادة التوطين

تتكون الكتائب في معظم الأحيان من ثلاث سرايا تكتيكية للعمليات النفسية (TPCs)، وسرية مقر القيادة والدعم (HSC)، حيث توفر سرية المقر الدعم للموظفين وللسرايا الأخرى. والشكل التالي يبين بنيتها:

***الشكل* 1: البنية التنظيمية للكتيبة التكتيكية للعمليات النفسية**

المصدر: FM 3-05.302,op. cit,, p. 13.



2. سرية العمليات النفسية التكتيكية (TPC)

تعتبر سرايا العمليات النفسية التكتيكية العنصر المركزي في دعم وتنفيذ العمليات النفسية. ففي أثناء الصراعات والحروب توفر السرايا الدعم للأقسام والوحدات الأخرى كالوحدات البحرية أو قوات العمليات الخاصة الأخرى، حيث يراعى في تنظيمها وبنائها قدرتها على توفير الخطط والدعم التكتيكي والقدرة على تطوير والتصميم المنتجات وإنتاجها حسب الحاجات.

وعادة ما يتم تقسيمها الى سرايا الطباعة والبث والنشر والدعم، حيث توفر سرية الطباعة المنتجات للسرايا المنتشرة في الميدان مثل المنشورات والكتيبات الإرشادية، والملصقات وغيرها من المواد المطبوعة، أما

سرية الاتصالات توفر آليات البث من اجل إيجاد الدعم المباشر والآني للسرايا الأخرى، أما سرايا الدعم فهي تضطلع بمهام تخطيط الموظفين وتسييرهم من اجل إيجاد الدعم الإضافي عند الحاجة لذلك.

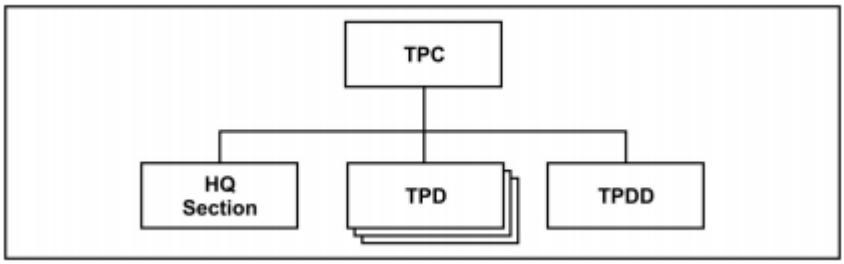
وتشمل قدرات سرايا العمليات النفسية التكتيكية ما يلي:

- تقديم الدعم لموظفي العمليات النفسية.
- إجراء عملية العمليات النفسية
- تنسيق متطلبات دعم العمليات النفسية الإضافية مع عناصر العمليات النفسية الأخرى.
- دعم كافة إجراءات دعم برامج العمليات النفسية (SPPs).
- جمع وتقييم والإبلاغ عن المعلومات ذات الصلة بالعملية النفسية التي تم الحصول عليها من السرايا التكتيكية الأخرى.
- توفير الدعم لعمليات الاعتقال وإعادة التوطين

أما من حيث البنية فتتكون سرايا العمليات النفسية من قسم مقر السرية، وثلاث مفارز تكتيكية (TPD)، ومفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية (TPDD)، بالإضافة إلى بعض المتخصصين عند الحاجة (متخصصين في الأسلحة النووية والبيولوجية والكيميائية مثلا..)

الشكل 2:البنية التنظيمية لسرية العمليات النفسية التكتيكية

المصدر: **FM 3-05.302**, op. cit, p 14



3. مفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية (TPDD)

تقع مفرزة تطوير العمليات نفسية التكتيكية ضمن سرايا العمليات النفسية، وتوفر للقادة الدعم وتخطيط الموظفين، وتعتبر أهم حلقة في سلسلة دعم برامج العمليات النفسية، حيث تنتج وتدير وتنفذ وتدعم العمليات النفسية، بالإضافة إلى قيامها بإجراءات التنسيق والمزامنة بين جميع العناصر التابعة أو المرافقة لجهاز العمليات النفسية.

وتشمل قدرات هذه المفرزة ما يلي:

- إجراء عملية العمليات النفسية.
- تقديم الدعم ل "عمليات الاحتجاز/إعادة التوطين".

- جمع وتقييم والإبلاغ عن المعلومات ذات الصلة بالعمليات النفسية التي تم الحصول عليها من السرايا التكتيكية الأخرى
- إنشاء وإنتاج سلسلة دعم برنامج العمليات النفسية وإدارة تنفيذ برنامج دعم العمليات النفسية.
- تنسيق متطلبات دعم العمليات النفسية الإضافية مع عنصر العمليات النفسية الأخرى.

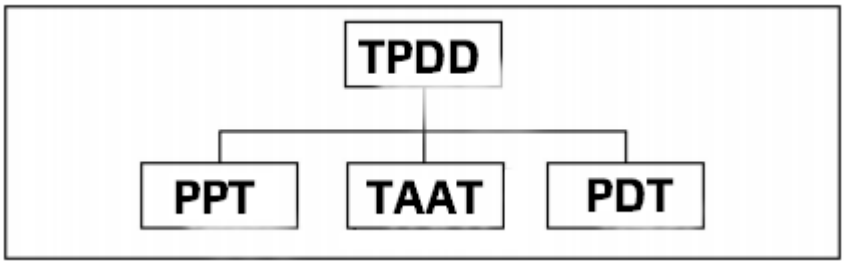
أما من حيث بنيتها التنظيمية فهي تتكون من ثلاث فرق هي:

1. فريق الخطط والبرامج (PPT)
2. فريق تحليل الجمهور المستهدف(TAAT)
3. فريق تطوير العمليات النفسية (PDC)

وتتكون مفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية من ثلاثة فرق من فريق الخطط والبرامج (PPT) وفريق تحليل الجمهور المستهدف (TAAT) وفريق تطوير العمليات النفسية (PDC).

الشكل 3: البنية التنظيمية لمفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية

المصدر: من اعداد الباحث



أ. فريق الخطط والبرامج (PPT)

فريق الخطط والبرامج هو مركز العمل في مفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية. يقوم فريق الخطط والبرامج بإجراء المرحلة الأولى من عملية العمليات النفسية ألا وهو التخطيط، وتقييم العمليات النفسية، وعملية صنع القرار العسكري. حيث يدير أعضاء الفريق العملية النفسية، كما يديرون جميع برامج دعم العمليات النفسية، بالإضافة إلى إيجادهم لسبل الاتصال بفرق العمل المعنية بالعمليات النفسية المشتركة أو يسمى عنصر دعم العمليات النفسية (PSE)[1].

ب.فريق تحليل الجمهور المستهدف (TAAT)

يعمل هذا الفريق تنفيذ المرحلة الثانية من العملية النفسية كما يحافظ الأعضاء على ملفات فريق تحليل الجمهور المستهدف أثناء مراقبة تقارير الاستخبارات للكشف عن أي تحولات في المواقف أو اتجاهات السلوك أو ظروف هذا الجمهور ضمن مجال اهتمامهم. كما يقوم الفريق بتحليل الدعاية حيث يجري لها

[1] **FM 3-05.301,** op. cit, p 172

تحليلا شاملا من المصدر والمحتوى والجمهور والإعلام والآثار وآليات ومدى بثها، مع مراعاة كافة إجراءات التقييم والمتابعة.

ت.فريق تطوير العمليات النفسية (PDT)

يقوم مركز تطوير العمليات النفسية بإجراء المرحلة الرابعة (تطوير وتصميم المنتجات) وجزء الإنتاج من المرحلة السادسة، مركز تطوير العمليات النفسية لديه التكتيكية العمليات النفسية مفرزة تطوير الرسم التوضيحي والرسومات فقط مع محطة العمل لتطوير المنتجات (PDW). تمكن هذه المحطة مركز تطوير العمليات النفسية لتصميم النصوص والمنتجات البصرية الرسومية لسلسلة. كما أن مركز تطوير العمليات النفسية لديه قدرات محدودة في مجال التصميم والإنتاج السمعيين[1]. لذا قد يقوم مركز تطوير العمليات النفسية بتنسيق الإنتاج من خلال الأصول الخارجية (فرقة العمل المشتركة للعمليات النفسية أو الموارد المحلية). كما أنها تدير أرشيف الصور وسلسلة المحفوظات، والحفاظ على سلسلة الكتب، وإدارة الترجمة.

4. مفرزة العمليات النفسية التكتيكية (TPD)

توفر مفرزة العمليات النفسية التكتيكية عادة الدعم لعمليات نفسية لعنصر بحجم اللواء أو ما يعادله، مثل لواء مشاة البحرية، أو كتيبة تابعة للقوات الخاصة، أو فوج أو وحدة مهمة خاصة. حيث تقوم هذه المفرزة بتحليل الأوامر أو الخطط التشغيلية للوحدة أو اللواء المدعوم، من اجل تحديد مهام العمليات النفسية المحددة، مع توضيع ومراعاة إجراءات وكيفيات المخططات، بالإشراف كذلك على موظفي العمليات النفسية أثناء الرصد والمتابعة وتوفر لهم الدعم والإسناد في الميدان.

وتشمل قدرات هذه المفرزة ما يلي:

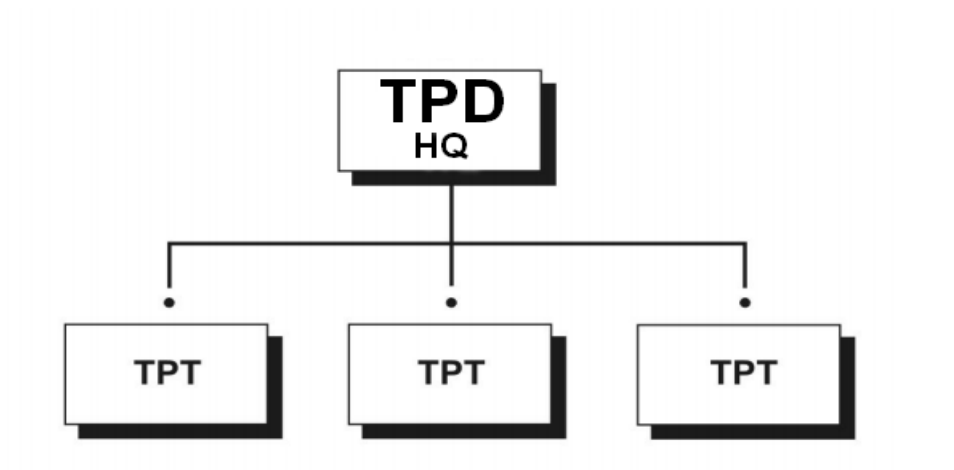
- تقديم الدعم لموظفي العمليات النفسية التابع للواء أو الوحدة
- تنفيذ سلسلة العمليات النفسية.
- تقديم الدعم لعمليات الاعتقال وإعادة التوطين.
- اختبار وتقييم فعالية منتجات العمليات النفسية وإجراءات العمليات النفسية (PSYACTs).

وتتكون مفرزة العمليات النفسية التكتيكية من مقر قيادة المفرزة وثلاثة فرق للعمليات النفسية التكتيكية

[1] Ibid, p. 175.

الشكل 4: البنية التنظيمية لمفرزة العمليات النفسية التكتيكية

المصدر: من اعداد الباحث



5. فريق العمليات النفسية التكتيكية (TPT)

يقدم فريق العمليات النفسية التكتيكية عادة الدعم للعمليات النفسية على مستوى الكتيبة وما دونها. قد يوظف في دعم وحدة على مستوى السرية أو ما يعادلها. فريق العمليات النفسية التكتيكية هو في نواح كثيرة الرابط الأكثر أهمية للعملية النفسية بأكملها. وعادة ما يكون على اتصال مستمر مع فريق تحليل الجمهور المستهدف وبالتالي يمكنه تقييم تأثير العمليات النفسية على الجمهور المستهدف على الفور. لذلك يعتبر الأساس في تحديد مدى نجاح ونجاعة العمليات النفسية بأكملها.

وتشمل قدرات فريق العمليات النفسية التكتيكية[1] ما يلي:

- تقديم الدعم لموظفي العمليات النفسية.
- إجراء العمليات النفسية التكتيكية.
- تنفيذ سلسلة العمليات النفسية، والتي يمكن أن تشمل المنتجات السمعية والبصرية والسمعية البصرية.
- تنسيق وإجراء العمليات النفسية في دعم سلسلة العمليات النفسية.
- تنسيق متطلبات دعم العمليات النفسية مع مفرزة العمليات النفسية التكتيكية.
- جمع المعلومات المتعلقة بالعملية النفسية التي تم الحصول عليها والإبلاغ عنها.

أ. **التخطيط العمليات النفسية:**

وتشمل مسؤوليات مخططي العمليات النفسية ما يلي:

- تخطيط وتنسيق ومزامنة ودمج العمليات النفسية في العمليات الأخرى، قصد خلق الآثار اللازمة لتلبية وتحقيق الأهداف

[1] Ibid, p. 430.

- إعداد قسم العمليات النفسية لخطط التشغيل والأوامر الملحقة بها.
- رصد حالة جميع الأصول والأنشطة ذات الطبيعة غير الفتاكة.
- تحديد أهداف الاستهداف غير القاتل والتوصية بتوظيف قدرات العمليات النفسية لتحقيق الأهداف.
- متابعة التغييرات أو التحديثات المطلوبة للبرامج المطبقة حاليا

كما أن هنالك في تخطيط العمليات النفسية القيادة الأولى لعمليات المعلومات، والتي تقدم الدعم لعمليات المعلومات للقوات العسكرية الأخرى من خلال فرق دعم عمليات النشر، وإتاحة الوصول إلى التخطيط والتحليل، بمراعاة التزامن والتنفيذ والتنسيق ضمن شبكة المعلومات التابعة للجيش، كما أن هذه القيادة تتيح دمج عمليات المعلومات من الناحية التنفيذية، أي أنها تحاول تعزيز قدرات عمليات المعلومات ضمن كافة بيئة المعلومات المتاحة.

بالإضافة إلى وحدات الخاصة بالعمليات النفسية، يمكن لوحدات الجيش التقليدية أيضا دعم العمليات النفسية. حيث انهم ومن خلال التفاعل الروتيني لأفراده مع الجمهور المستهدف فهم في وضع مثالي لدعم عمليات نفسية بجمع المعلومات والمؤشرات المطلوبة لمخططي العمليات النفسية، كما أنه يمكن لهم نشر المنتجات وقياس ردود الأفعال لمعرفة فاعليتها.[1]

الفرع الثالث: فروع العمليات النفسية ضمن ادارات الجيش الأمريكي

1. العمليات النفسية ضمن جيش الولايات المتحدة:

يتوفر جيش الولايات المتحدة على أصول للعمليات النفسية وهي بدورها توفر آليات حيوية ضمن هذا الجيش، من حيث مشاركتها ودعمها لكثير من الجهود الحربية، حيث يكون دعمها من خلال التنسيق بين الوكالات ضمن البيئات الأجنبية والمحلية.

فمن خلال قيادة العمليات الخاصة SOC التي تكفل قيادة كل عناصر القوات الخاصة ومن ضمنها قوات العمليات النفسية، وترتكز مهام هذه القيادة على ضمان الاستعداد القتالي لقوات العمليات النفسية، بتوليها التنسيق والمزامنة، وذلك بإرسال قوات العمليات النفسية وفق حاجة كل نطاق جغرافي، أو منطقة عمليات،[2]

وتشمل مهام قيادة العمليات الخاصة في الجيش الأمريكي ما يلي:

أ. المساعدة في تطوير وتنسيق متطلبات العمليات النفسية المشتركة ومتطلبات الجيش.

[1] **Joint publication 3-53**, op. cit., pp. 89-91.

[2] "Psychological Operations Proponent, USAJFKSWCS Organization Structure." **Special Warfare Center and School**, At: https://bit.ly/3jFEDlJ.

ب.المساعدة في تطوير العلاقة بين العمليات النفسية المشتركة والجيش، من حيث التنظيم، والتدريب، والمواد، والإمدادات، والخدمات.

ت.إعداد قوات الجيش للبرامج وتقديمها لقوات للعمليات النفسية.

ث.إعداد ونشر القوات الخاصة ومن ضمنها قوات العمليات النفسية لقوات العمليات الخاصة لعمليات الطوارئ، وبعثات العمليات الخاصة، وكذلك المهام في بيئة مشتركة في زمن السلم، والصراع، والحرب.

ج. تخطيط وإجراء التدريب والعمليات والدعم الأخرى، حسب التوجيهات والحاجات.[1]

وضمن الجيش هناك عناصر للعمليات النفسية تخضع لقيادة الجيش النظامي (أو يسمى بالعناصر النشطة) ومنها عناصر أخرى تابعة لجيش الاحتياط (القوات الاحتياطية)،[2] حيث أن ما يتبع قيادة العمليات الخاصة هي العناصر النشطة حيث تسعى لتنظيم وتجهيز وتدريب القوات المكلفة والملحقة بشكل جماعي لإجراء العمليات النفسية عند الحاجة وفق ما تمليه هرمية القيادة التي تخضع لتوجيهات الوكالات المشتركة والرئيس ووزير الدفاع. حيث أن هذه العناصر النشطة تضطلع بمهام منها:

أ. نشر وإعادة نشر جميع القوات الأساسية والاحتياطية مع ضمان استدامتها

ب.تنفيذ العمليات النفسية التكتيكية التي تكون في اغلبها داعمة للقوات الخاصة أو العكس

ت.تنظيم ومراعاة تنفيذ القوات للعمليات على المستوى التكتيكي في إطار دعم قيادات القوات المشتركة

ث.دعم تنفيذ المشاريع من خلال فرق دعم المعلومات العسكرية

ج. إنتاج وتطوير وتوزيع ونشر الوسائط الإعلامية المتعددة

ح. تشغيل وإدارة مراكز الوسائط المتعددة المركزية أو الميدانية

خ. إعداد الدراسات والتحليلات والتقييمات الخاصة بالجمهور المستهدف الأجنبي لدعم الوحدات المتخصصة الميدانية.

د. تنفيذ الدعم الإعلامي للسلطات المدنية.[3]

2. العمليات النفسية بالقوات بحرية للولايات المتحدة

توظف القوات البحرية مجموعة واسعة من آليات النشر والنسخ، كما أن لها من الموارد ما يسمح بالتخطيط لدعم مهام مختلف القوات المشتركة المختصة في خدمات العمليات النفسية، فان اغلب القطع

[1] Bloom, Bradley. "Information Operations in Support of Special Operations." **Joint Center for Lessons Learned Quarterly Bulletin**, Vol 07, No 06, 2003. Pp. 1-5.

[2] Huening, Timothy D. "Advancing the Art and Science of Psychological Operations Requires a Serious Investment." **Small wars journal** 2009.At: https://bit.ly/3g5tCIa,

[3] "Doctrine for joint psychological operations: joint publication 3-53". **US Special Operations Command**, Sep 2003. P. 86.

البحرية ضمن البحرية الأمريكية لديها مرافق لطباعة الوثائق والمقالات والنشرات والكتيبات المطلوبة لدعم العمليات النفسية.

كما القوات البحرية تقوم في كثير من الأحيان بعمليات المعلومات عن طريق استخبارات البحرية، وتنسق عن طريقهم مع خبراء العمليات النفسية المشتركة، لتحديد الجماهير المستهدفة، والعمل المشترك في التخطيط وتطوير المنشورات والمنتجات، كما أن توفر الخبراء اللغويين ضمن قوات البحرية يساهم في عمل قوات العمليات النفسية.

ويمكن استغلال إمكانات وتجهيزات التي تتوفر عليها القطع البحرية، كتجهيزات البث العالي من أجل إيصال رسائل العمليات النفسية الى الجماهير المستهدف، أو استخدام الطائرات بالحاملات لنشر المنتجات الى كل أنحاء العالم. فقد استخدمت عدة طائرات تابعة للبحرية في ذلك منها طائرات F/A-18 HORNET أو طائرات C-2A GREYHOUND التي يمكنها حمل عبوات PDU-5 الخاصة بحمل المنشورات، كما يمكن للمروحيات والطائرات العمودية توزيع المنشورات، أو حمل مكبرات الصوت، ويمكن كذلك استخدام طائرات EA-6B PROWLER أو طائرات EA-18G GROWLER المتخصصة في تشويش البث المعادي واختراقه وبث الرسائل الخاصة. كما تتوفر القوات البحرية على قطع خاصة بمكبرات الصوت والتي يمكنها بث الرسائل بالقرب من الشواطئ المعادية، بالإضافة الى ذلك للبحرية وحدتين تتخصص بالبث القتالي أو يسمى الكاميرات القتالية COMCAM unit والتي يمكنها إنتاج مواد سمعية بصري بمكن استغلالها لدعم العمليات النفسية.[1]

بالإضافة للدعم فان القوات البحرية تتوفر هي بالذات على قيادة للعمليات الإعلامية بقاعدة نورفولك بفرجينيا، وضمن تخصصها توفر تدريب لمنتسبيها في التخطيط وتنفيذ العمليات النفسية، وفي إطار التعاون بين الوكالات فان قيادة العمليات الخاصة ومن ورائها قيادة العمليات النفسية بقاعدة فورت براغ توفر المدربين والمتخصصين لتدريب قوات البحرية على تشغيل المعدات والنشر، والتكتيكات والتقنيات المتبعة وتحديثاتها، وكذا تطوير الإجراءات في مجال العمليات النفسية.

أما فيما يخص سلاح **مشاة البحرية (المارينز)**، فإن له القدرة على إجراء العمليات النفسية على المستوى التكتيكي من خلال فرق العمليات النفسية التي تمتلك برامج لمكبرات الصوت، ووسائل الإعلام المطبوعة، أو عن طريق التواصل المباشر وجها لوجه. حيث توجد قوة العمليات النفسية الاستطلاعية لسلاح البحرية داخل مركز العمليات الإعلامية التابع لسلاح البحرية MCIOC. ويوفر هذا المركز قدرات الوصول إلى فرق العمليات النفسية المنتشرة في شكل تحاليل للجمهور والتنسيق بين القيادات. بحيث تتلقى وحدات العمليات النفسية البحرية إرشادات العمليات النفسية من مركز العمليات الإعلامية، ومن فرق عمل العمليات النفسية المشتركة القائمة، أو من مجموعات العمليات النفسية الرابعة (المحمولة جوا). ويقوم المركز بتنسيق ودمج وتنفيذ برامج العمليات النفسية التي تكمل عمليات المعلومات مع فرق العمل المشتركة

[1] "Military Information Support Operations joint publication 3-13.2". **US Special Operations Command**, Dec 2011. P. 15.

الخاصة العمليات النفسية وقيادات الأفراد المقاتلين، والجهات المشتركة بين الوكالات، ووزارة الخارجية، ودوائر الاستخبارات، والمنظمات الحكومية الدولية، والمنظمات غير الحكومية، وغيرها حسب الضرورة.

وفي إطار التعاون بين مختلف قيادات الجيش، يتم تدريب جنود مشاة البحرية على تنفيذ ودعم العمليات النفسية، من قبل أخصائي الحرب النفسية بمدرسة فورت براغ، أو قاعدة نورفولك، حيث توضح وثيقة الفحص والتقييم التي تحمل الرقم MARADMINS: 690/19[1] الهدف من البرنامج التدريبي وآليات الالتحاق بفريق العمليات النفسية للبحرية الأمريكية:

1. إجراء العمليات النفسية وعمليات دعم المعلومات العسكرية أو معلومات السلطات المدنية والخداع العسكري، بهدف الحصول على الكفاءة للقيام بكافة الأعمال المتعلقة بالعمليات النفسية ذات الطابع العسكري أو الذات الطابع المدني الإنساني كالإغاثة والإنقاذ.
2. القدرة على العمل بشكل مستقل أو كجزء من فريق على اعتبار أن جهود الحرب النفسية تخضع لقيادات مشتركة، حيث يمكن لعناصر مشاة البحرية للعمليات النفسية دعم مشاة البحرية أو مجموعات المعلومات والاستخبارات أو القوات الخاصة الأخرى، أو الشركاء الأجانب في إطار التحالفات الدولية.

كما انه يدخل ضمن المسار الدراسي بأكاديمية القوات البحرية USNA، مواد تهتم بالأطر النظرية للحرب النفسية، مثل علم النفس السياسي، والذي يرد ضمن مساقه الدراسي المفاهيم والمقاربات النفسية المستخدمة لتحليل السياسات، وتشمل مواضيع كيفيات اكتساب المواقف والمعتقدات السياسية والشخصية، وديناميات الرأي العام ونظريات العمليات النفسية، كأعمال الشغب والثورات والحروب، بالإضافة إلى المصادر النفسية للقرارات ضمن البيئات المعادية أو ضمن البيئات الصغرى.[2]

3. العمليات النفسية بالقوات الجوية للولايات المتحدة

مع تطور عقيدة القوات الجوية، تطور الاهتمام بالعمليات النفسية. خصوصا بعد عمليات درع و عاصفة الصحراء 1990-1991، حيث ظهر هناك غياب شبه كلي لعقيدة عسكرية خاصة بالقوات الجوية خاصة بالحرب النفسية، هذا اذا علمنا أن الجيش الأمريكي إبان العمليتين السابقتين كان اعتماده كبير على القوات الجوية و الطائرات لإلقاء المنشورات وبث رسائله المسجلة في إطار حربه النفسية الملازمة للعمليات العسكرية التقليدية، وكان من أوائل نشراتها التعليمة AFI 10-702[3] في (جويلية 1994 و كان آخر تعديل لها سنة 2011)، والتي تهدف الى تقديم التوجيهات للقيام بالعمليات النفسية، ثم في جويلية 1997 نشرت وثيقة

[1] MARADMINS: 690/19, "solicitation of qualified marines for lateral move into the psychological operations primary MOS 0521 and release of FY 20 schedule for psychological operations screening and assessments", **US marines Web site**, At: https://bit.ly/33O2cmP .

[2] Course Information, "POLITICAL PSYCHOLOGY FP341", US Naval Academy: Political Science Department, At: https://bit.ly/2XPdljD .

[3] "Air Force Instruction 10-702, Operations" **Department of the Air Force**, June 2011. At: https://bit.ly/3ky9uAW .

العقيدة العسكرية للقوات الجوية AFDD 2-5.5[1] الخاص بالعمليات النفسية وألحقته بوثيقة أخرى في أوت 1999 تحمل التعريف AFDD 2-5.3[2]، و التي أوضحت فيه كيفية تنظيم أصول القوات الجوية و تدريبها وتجهيزها لإجراءات تنفيذ و دعم كافة مراحل الحرب النفسية، وقد حاولت وفق هذه الوثائق وضع أسس لتخطيط البعثات النفسية لقواتها أو للقوات المساندة و الحليفة كما حدث أثناء الحرب على أفغانستان 2001 والحرب على العراق 2003.

تركز العلميات النفسية للقوات الجوية الأمريكية على استغلال المجال الجوي والقدرات الفضائية وإلكترونية باعتبارها وسائل أساسية في عملها العادي ويمكن استغلالها لتشكيل وتوظيف وتحديد الأبعاد النفسية الممكن استغلالها، وتستخدم القوات الجوية مصطلح عمليات التأثير* للدلالة على أنشطة العمليات النفسية والخداع العسكري وأمن العمليات. حيث تكون عمليات التأثير تحت إشراف قوات العمليات النفسية للقوات الجوية، ويقوم ضابط العمليات النفسية بالتنسيق بين لجنة الأنشطة الإعلامية وفرقة العمل المشتركة بهدف تحقيق أكبر استفادة ممكنة من التحليلات المصدرية للمعلومات الاجتماعية والثقافية والديموغرافية للخصم، للعمل على استراتيجية فعالة للعملية النفسية، وهي بالإضافة الى العمل التحليلي توفر كذلك العمل التكتيكي والعملياتي الميداني.

تستخدم العديد من منصات وتجهيزات وأسطول القوات الجوية لتنفيذ المهام دعما لأهداف العمليات النفسية للقوة المشتركة. حيث تستخدم طائرات SOLO 130 لإذاعة المنتجات الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بالعمليات النفسية. أو يمكنها القيام بمهام الإسقاط الجوي لقذائف المنشورات،[3] وضمن جهود القوات الجوية في تطوير البحث في العمليات النفسية حيث تتجاوز جهودها أدوار النشر التقليدي للبث المحمول جوا وإسقاط المنشورات الى العمل الاستخباراتي أو ما يسمى بعمليات تحليل التأثيرات السلوكية والتي توفر من خلالها إطار عمل تحليلي لتسهيل فهم واستغلال السياقات الإدراكية والسلوكية للبيئة العملياتية، وتقدم العمليات كذلك تقييمات أكثر للجماهير المستهدفة.[4]

---

[1] **Department of the Air Force**, Feb 1997. At: "Air Force Doctrine Document 2-5.5: Psychological Operations", https://bit.ly/2XPdxzn.

[2] **Department of the Air Force,** August 1999). At: , Psychological Operations, 3 Air Force Doctrine Document 2-5. https://bit.ly/2XNFyY3

- حيث تعرف القوات الجوية عمليات التأثير بأنها: " إعلام الجماهير والتأثير فيها على النحو المناسب من خلال مزامنة وتكامل جهود الاتصال من اجل تقديم معلومات صادقة ودقيقة في الوقت المناسب" للاستزادة انظر:

Larson, Eric et al. **Foundations of effective influence operations: A framework for enhancing army capabilities**. (Santa Monica CA: RAND arroyo center, 2009).

[3] Schanz, Marc V. "The New Way of Psyops." **Air Force Magazine** 2010, At: https://bit.ly/3roKJNa

[4] Fischhoff, Baruch, and Cherie Chauvin. **Intelligence Analysis: Behavioral and Social Scientific Foundations** (Washington: the national academies press, 2011). P. 35.

ونظرا للطبيعة الانتشار العالمي للقوات العسكرية الأمريكية ومن وراءها القوات الجوية، فان قيادة التنقل الجوي AMC التي يمكنها توفير الحركية وإمكانيات التنقل للمقاتلين وأفراد العمليات النفسية، أي أنها توفر التزامن اللازم لجهود العمليات النفسية، فهي ستكون على اطلاع دائم على عمليات المعلومات والتخطيط الذي يعطيها إمكانية المراقبة والدعم الصحيحين فتوفر بذلك التنسيق اللازم بين جميع الوحدات والقيادات المنخرطة في جهود الحرب النفسية.[1] كما قيادة القوات الجوية كونت مجموعة عمل تسمى "قسم الحرب النفسية في القوات الجوية." وتقع هذه المجموعة في قاعدة ماكسويل الجوية في مونتجومري، الباما. وهي جزء من شبكة تحاول أن تفهم موضوع الاعترافات والتحكم في العقل وتدرس موضوع "الضغوط" بالإضافة للعلاقة بين الإنسان والبيئة ولقد سمى ذلك العلم الناشئ "البيئة الإنسانية." وتحاول توفير معلومات حول الاستجواب والترغيب والتي تتضمن "التهديدات، والإكراه، والإجبار، والحبس، والحرمان، والإذلال، والتعذيب، وغسيل الدماغ، بما يخدم جهود الحرب النفسية.[2]

[1] Haulman, Daniel, "USAF Psychological Operations, 1990-2003". **Air Force Historical Research Agency**, 2003.

[2] عمر هارون الخليفة، مرجع سابق، ص. 90.

المطلب الثاني: قوات العمليات النفسية النشطة

يتألف جيش الولايات المتحدة، باعتباره أحد الإدارات العسكرية الثلاث (الجيش والبحرية والقوات الجوية)، من عنصرين متميزين ومتساويين في الأهمية: العنصر النشط (أو الجيش النظامي) وعناصر الاحتياط. ومكونات الاحتياط هي احتياطي جيش الولايات المتحدة والحرس الوطني للجيش.

حيث تقدم مجموعات العمليات النفسية لقادة القوات المشتركة قدرات للتأثير على الجماهير المستهدفة بالإضافة إلى دعم الدبلوماسية الأمريكية. تشكل عمليات دعم المعلومات العسكرية جزءاً حيوياً من مجموعة واسعة من الأنشطة السياسية والعسكرية والاقتصادية والأيديولوجية الأميركية التي تستخدمها الحكومة الأميركية لتأمين الأهداف الوطنية. وتغطي عمليات دعم المعلومات العسكرية ونشر المعلومات على الجماهير الأجنبية دعماًلسياسة الولايات المتحدة وأهدافها الوطنية.

تُستخدم أنشطة عمليات دعم المعلومات العسكرية في وقت السلم والطوارئ والحرب المعلنة، وهي ليست أشكالاً من القوة، بل هي عوامل مضاعفة للقوة تستخدم وسائل غير عنيفة في بيئات عنيفة في كثير من الأحيان. الإقناع بدلا من مقنعة جسديا، فإنها تعتمد على المنطق، والخوف، والرغبة أو غيرها من العوامل العقلية لتعزيز مشاعر محددة، والمواقف أو السلوكيات. إن الهدف النهائي لعمليات دعم المعلومات العسكرية الأمريكية هو إقناع الدول والقوات المعادية والمحايدة والصديقة باتخاذ إجراءات مواتية للولايات المتحدة وحلفائها[1].

وتدعم المجموعة أهداف الأمن الوطني على المستويات التكتيكية والتشغيلية والاستراتيجية للعمليات. وتهدف المجموعة من خلال عملها وعلى مستوى مسرح العمليات لتعزيز الأنشطة العسكرية في وقت السلم لقوات العمليات التقليدية والخاصة العاملة في بلدان أجنبية. وتنشر البرامج الإعلامية الجوانب الإيجابية للمناورات العسكرية المشتركة وعمليات الانتشار. وبالإضافة إلى دعم القادة، تقدم وحدات عمليات دعم المعلومات العسكرية الدعم المشترك بين الوكالات للوكالات الحكومية الأمريكية الأخرى. وفي العمليات التي تتراوح بين المساعدة الإنسانية وحظر المخدرات، تعزز عمليات دعم المعلومات العسكرية أثر أعمال تلك الوكالات. ويمكن استخدام أنشطتها لنشر المعلومات عن البرامج الجارية وكسب الدعم من السكان المحليين.

الفرع الأول: المجموعة الرابعة لدعم المعلومات العسكرية (المحمولة جوا) 4th MISO Group

تم تشكيلها لأول مرة في 7 نوفمبر 1967 في الجيش النظامي كسرية للحرب النفسية وتم تفعيلها في 1 ديسمبر 1967 في فيتنام. وخلال الخدمة في فيتنام، قدمت الدعم التكتيكي لعمليات الحلفاء وشاركت في حملات استراتيجية ضد فيتنام الشمالية. بعد مغادرة فيتنام، تم تعطيل الوحدة في 2 أكتوبر 1971 وقد شاركت في 11 حملة في الصراع الفيتنامي، وأُعيد تنشيطها في 13 سبتمبر 1972 وقدم الفريق الدعم في

[1] " 4th Military Information Support Operations Group." Military.com, At: https://bit.ly/3upVCjI

العمليات النفسية في كل من غرينادا من أجل عملية الغضب العاجل وبنما من أجل عملية القضية العادلة. خلال عملية درع الصحراء وعاصفة الصحراء، قدمت مجموعة العمليات النفسية الرابعة الدعم لقوات التحالف في جنوب العراق والكويت.[1]

وتتراوح مهام الوحدة ما بين تقديم المساعدة الإنسانية، ومكافحة المخدرات، وعمليات إزالة الألغام في جميع أنحاء العالم، وحفظ السلام. وبعد الهجمات التي وقعت في الولايات المتحدة في 11 سبتمبر 2001، شارك فريق العمليات النفسية الرابع بكثافة في الحرب العالمية على الإرهاب (التي يشار إليها فيما بعد باسم عمليات الطوارئ في الخارج) في أفغانستان والعراق والقرن الأفريقي والفلبين ومناطق أخرى في جميع أنحاء العالم.

وفي 16 أكتوبر 2006، وفي إطار التغييرات التي حدثت على مستوى البنية التنظيمية للجيش الأمريكي أصبح فرع العمليات النفسية فرعا رسميا داخل الجيش الأمريكي وأصبحت مجموعة العمليات النفسية الرابعة وحدة تابعة رئيسية في قيادة العمليات الخاصة للجيش الأمريكي. وشكلت الوحدة التي تضم 1300 عضو 26 في المائة من جميع وحدات العمليات النفسية بالجيش الأمريكي. أما نسبة ال 74 في المائة المتبقية فقد شغلها جنود احتياط في مجموعتي العمليات النفسية الثانية والسابعة.[2]

وبحلول نهاية عام 2006، كان فريق العمليات النفسية الرابع (المحمول جوا)، وهو فريق العمليات النفسية الوحيد في هيكل قوة الجيش النشط، يتألف من مقر سرية، و4 كتائب دعم إقليمية، وكتيبة لنشر العمليات النفسية، وكتيبة عمليات/تكتيكية. وذُكر أن مهمتها هي الانتشار في أي مكان في العالم في غضون مهلة قصيرة، وتخطيط وتطوير وتنفيذ الشؤون المدنية والعمليات النفسية دعماً للقادة الموحدين أو قوات التحالف أو الوكالات الحكومية الأخرى وفقاً لتوجيهات هيئة القيادة الوطنية.

ويتمثل أهم عمل للمجموعة في احتوائها على آليات وأصول للإنتاج الإعلامي، ووضع الاستراتيجية والعمليات، ونشر المعلومات التكتيكية. وشملت أصولها كذلك في آليات الطباعة خفيفة إلى ثقيلة، ومحطات البث الإذاعي على الموجات القصيرة؛ الإنتاج السمعي البصري ونشره؛ ونشر مكبرات الصوت التكتيكية.

في عام 2010، أعلن الجيش الأمريكي عن نيته إعادة تسمية فرع العمليات النفسية بأكمله باسم فرع عمليات دعم المعلومات العسكرية (MISO). ولم يكن من الواضح متى وما إذا كان هذا التحول مأذونا به رسميا وإلى أي مدى تم إجراء تغييرات. اعتبارا من عام 2011، كان كل من مركز التاريخ العسكري في الجيش ومعهد هيرالد في وزارة الدفاع لا يزالان يشيران إلى العمليات النفسية Psyops بدلا من MISO. وتستخدم الوحدات

[1] Ed Rouse, "**4th Psychological Operations Group (AIRBORNE)**", psywarrior, At: https://bit.ly/35AOJl9

[2] Cowan David, Chaveso Cook. "Psychological Operations versus Military Information Support Operations and an Analysis of Organizational Change." **Military Review**, Vol. 01, 2018.

تحت قيادة العمليات الخاصة للجيش مصطلح البعثة المتكاملة للعمليات، ولكن عناصر جيش الاحتياطي لا تزال تستخدم مصطلح العمليات النفسية.

وكانت المجموعة تضم أربع كتائب للدعم الإقليمية هي كتيبة العمليات النفسية الأولى التي وتتحمل المسؤولية الإقليمية عن نصف الكرة الجنوبي الذي تغطيه القيادة الجنوبية للولايات المتحدة (SOUTHCOM)، وكتيبة العمليات النفسية الخامسة التي تدعم القيادة الأمريكية في المحيط الهادئ (PACOM)، وكتيبة العمليات النفسية السادسة التي تدعم القيادة الأوروبية الأمريكية (EUCOM) وأفريقيا (لا تشمل القرن الأفريقي)، وكتيبة العمليات النفسية الثامنة التي تدعم القيادة المركزية الأمريكية (CENTCOM). وتألفت كل كتيبة إقليمية من سرايا مقر ودعم وتطوير العمليات النفسية، كما تم تقسيم كل سرية الى مفارز للبرامج ومفرزة لتحليل الجمهور المستهدف، ومفرزة لتقييم الاختبارات، ومفرزة للدراسات الاستراتيجية، تضم مدنيين ذوي خبرة لغوية وثقافية في المنطقة تدعمها الوحدة. وقدم المدنيون تحليلا إقليميا طويل الأجل وقد يُنشرون في بعثات.

أما الآن فهي تحوي بالإضافة الى كتيبة المقر، أربع كتائب إقليمية هي:

1. الكتيبة السادسة لدعم المعلومات العسكرية 6th MISO Battalion

أنشأت بالفيتنام في 1965 إبان حرب الفيتنام باسم الكتيبة السادسة للعمليات النفسية، ثم في سنة 1972 أعيد تشكيلها لفورت براغ بكارولاينا الشمالية، وأعيد تنظيمها وتعديلها سنتي 1990 و1995 لتصبح كتيبة مقر للعمليات النفسية بصفة مؤقتة.. وتعتبر الكتيبة السادسة من أكثر الكتائب مشاركة في العمليات النفسية في الجيش الأمريكي حيث شاركت في اغلب العمليات النفسية إبان الحرب الفيتنامية وحرب الخليج وأخيرا في الحرب العالمية ضد الإرهاب بكل من أفغانستان والعراق.[1]

2. الكتيبة السابعة لدعم المعلومات العسكرية7th MISO Battalion

تم تشكيل كتيبة عمليات دعم المعلومات العسكرية السابعة (المحمولة جواً) لأول مرة في 23 ديسمبر 1943 في الجيش النظامي باعتبارها شركة البث الإذاعي المتنقلة الثالثة وتم تشغيلها في 29 ديسمبر 1943 في كامب ريتشي، ميريلاند. تم نشر الوحدة في مسرح العمليات الأوروبي خلال الحرب العالمية الثانية وتم تعطيلها في 27 أبريل 1946 في فردان، فرنسا.

[1] "6th Psychological Operations Battalion", U.S. Army Center of Military History, 2019, At: https://bit.ly/3unlcG0

وفي حين أن الوحدة قد أُعيدت تنظيمها وإعادة تصميمها في 16 أكتوبر 2010 بوصفها سرية 51 للعمليات النفسية. وقد أعيد في 16 مارس 2011 تغيير اسمها إلى الكتيبة السابعة لدعم المعلومات العسكرية. وتم في الوقت نفسه تشكيل العناصر العضوية للكتيبة وتفعيلها بأفراد من الوحدات المؤقتة.[1]

ومع الإعلان عن أن الولايات المتحدة سوف تنشئ قيادة موحدة لجزء كبير من أفريقيا في عام 2007، كان من المتوقع أن تصبح كتيبة العمليات النفسية السادسة مركزا إقليمياً نحو أفريقيا، في حين أعيد تركيز كتيبة العمليات النفسية التاسعة على منطقة مسؤولية الاتحاد الأوروبي. وفي النهاية، واصلت الكتيبة في البداية تقديم الدعم للقيادة الجديدة، القيادة الأمريكية لأفريقيا، (أفريكوم)، بعد إنشائها رسميا في عام 2008. واستمرت في القيام بذلك حتى أكتوبر 2011، عندما تم تشغيل كتيبة عمليات دعم المعلومات العسكرية السابعة (المحمولة جوا)، التي ركزت على منطقة مسؤولية أفريكوم. وأصبحت الكتيبة التاسعة لعمليات دعم المعلومات العسكرية (التي كانت تُعين سابقاً ككتيبة العمليات النفسية التاسعة) الكتيبة التكتيكية الوحيدة المخصصة لقيادة العمليات الخاصة في الجيش.

3. الكتيبة الثامنة لدعم المعلومات العسكرية8th MISO Battalion

تشكلت لأول مرة في فيتنام كذلك سنة 1967 في الجيش النظامي ككتيبة العمليات النفسية الثامنة، وفي 1972 أعيد تفعيلها في فورت براغ. وفي 1995 أصبحت مقر لكتيبة مؤقتة. وقد شاركت كذلك في حرب الفيتنام وحرب الخليج والحرب على الإرهاب.[2]

الفرع الثاني: المجموعة الثامنة لدعم المعلومات العسكرية (المحمولة جوا) 8th MISO Group

تم تفعيل مجموعة عمليات دعم المعلومات العسكرية الثامنة (المحمولة جواً) (المؤقتة) في فورت براغ، كارولاينا الشمالية في 26 أغسطس 2011 كجزء من إعادة هيكلة عمليات دعم المعلومات العسكرية (MISO) داخل قيادة العمليات الخاصة للجيش الأمريكي. وسيساعد الفريق في تقديم الدعم للقوة المتعددة التخصصات لقادة المقاتلين الجغرافيين وفرق عمل العمليات الخاصة، والسفراء الأمريكيين. ويتألف فريق عملها من حوالي 1100 فرد عند تشكيله، مع 1 070 جنديا ونحو 60 من المحللين المدنيين.[3]

وفي وقت تفعيلها، تولى الفريق الثامن لعمليات دعم المعلومات العسكرية (المحمول جواً) المسؤولية عن كتائب عمليات دعم المعلومات العسكرية الأولى والخامسة والتاسعة، التي كانت قد أسندت سابقاً إلى الفريق الرابع لعمليات دعم المعلومات العسكرية (المحمول جواً) قبل أن تعاد اليها. وكانت كتيبتا عمليات دعم المعلومات العسكرية الأولى والخامسة كتائب إقليمية تركز على مناطق مسؤولية القيادة الجنوبية للولايات

[1] "7th Military Information Support Operations Battalion (Airborne)", U.S. Army Center of Military History, 2019, At: https://bit.ly/3HrQr6A

[2] "8th Psychological Operations Battalion", U.S. Army Center of Military History,2018. At: https://bit.ly/3updV8O

[3] Ed Rouse, Herb A. Friedman "**8th Psychological Operations Group (Airborne)**", psywarrior, At: https://bit.ly/3B9Uxhv

المتحدة (SOUTHCOM) والقيادة الأمريكية في المحيط الهادئ (PACOM) على التوالي. وكانت الكتيبة التاسعة لعمليات دعم المعلومات العسكرية مسؤولة عن جميع العمليات التكتيكية للقوات العمليات النفسية في جميع أنحاء العالم.

وتضم المجموعة حاليا بالإضافة الى كتيبة المقر:

1. الكتيبة الأولى لدعم المعلومات العسكرية1ST MISO Battalion

أنشأت لأول مرة في نوفمبر 1950 في الجيش النظامي بفورت رايلي بولاية كنساس، بوصفها كتيبة للبحث الإذاعي والنشر، وفي سنة 1960 أعيد تنظيمها على أنها سرية للحرب النفسية، ثم أعيد تنظيمها ككتيبة للعمليات النفسية سنة 1965. وفي سنة 1995 أعيد هيكلتها بوصفها كتيبة تحوي سرايا لخدمات العمليات النفسية. وقد شاركت الكتيبة في العمليات النفسية خلال الحرب الكورية وكذلك في بنما وغرينادا.[1]

2. الكتيبة الخامسة لدعم المعلومات العسكرية5th MISO Battalion

يرجع تأسيسها الى 1951 ضمن الجيش النظامي، باسم كتيبة مكبرات الصوت والنشر الخامسة، وفي سنة 1961 أعيد تنظيمها وتسميتها تحت اسم الكتيبة الخامسة للحرب النفسية ثم 1965 أصبحت الكتيبة الخامسة للعمليات النفسية، وفي 1975 سحبت من الجيش النظامي وأصبحت تابعة لجيش الاحتياط، لتعود للجيش النظامي سنة 2003.[2]

3. الكتيبة التاسعة لدعم المعلومات العسكرية (كتيبة مؤقتة)9th MISO Battalion

أول تأسيس لها كان في 1952 باسم سرية مكبرات الصوت والنشر التاسعة، وفي 1953 أعيد وصفها بأنها السرية التاسعة للمكبرات والمناشير، أما في تعديل 1963 فقد أصبحت الكتيبة التاسعة للحرب النفسية قبل أن تتحول الى كتيبة للعمليات النفسية سنة 1967، وفي سنة 1995 أصبحت كتيبة بمقر (كتيبة مؤقتة). وقد عملت الى جانب الكتيبتين الخامسة والثامنة.[3]

[1] "1st Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,2006. At: https://bit.ly/3ulbc00

[2] "5th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History, 2004, At https://bit.ly/3roO4M7

[3] "9th Psychological Operations Battalion", U.S. Army Center of Military History, 2018, At: https://bit.ly/32Uxz0U

المطلب الثالث: قوات العمليات النفسية الاحتياطية

تخضع قوات العمليات النفسية بجيش الاحتياط لقيادة الشؤون المدنية والعمليات النفسية في جيش الولايات المتحدة (المحمولة جوا) USACAPOC، والتي تأسست عام 1985 بقاعدة فورت براغ، وكان الهدف منها استيعاب قوات الاحتياط المتخصصة فيما يسمى الشؤون المدنية، برغم انه تعتبر قوات دعم وإسنادا للقوات النظامية. وتشكل الشؤون المدنية والعمليات النفسية الاحتياطية للجيش الأمريكي 5٪ من إجمالي قوة احتياطي الجيش الأمريكي، ولكنها تمثل ما يقرب من 20٪ من عمليات نشر احتياطي الجيش.

الفرع الأول: المجموعة الثانية للعمليات النفسية 2nd Psyops Group

المجموعة الثانية للعمليات النفسية (المحمولة جوا) هي عنصر من عناصر احتياطي الجيش الأمريكي تتبع الشؤون المدنية وقيادة العمليات النفسية، تستدعى عند الحاجة إليها وتضم للمجموعة الرابعة النظامية[1]، ويرجع تأسيسها لأول مرة في أكتوبر 1965 باسم المجموعة الثانية للعمليات النفسية، أثناء الحرب الفيتنامية وبعد نهايتها عطلت في 1972، قبل أن يعاد تفعيلها سنة سبتمبر 1990 بقاعدة بارما-أوهايو وضمها لقيادة جيش الاحتياط،[2]

ومن أهم كتائبها:

1. كتيبة العمليات النفسية الحادية عشرة 11th Psyops Battalion

أسست في 1967 ضمن الجيش النظامي بحرب الفيتنام، وفي 1975 ألحقت كذلك بجيش الاحتياط، لكنها عطلت في 1990 قبل أن يعاد تفعيلها سنة 1996 بنفس الصفة، وتضم هذه الكتيبة ثلاث سريا تكتيكية هي[3]:

- السرية التكتيكية 303 للعمليات النفسية والتي مقرها بيتسبرغ، بنسلفانيا.
- السرية التكتيكية 305 للعمليات النفسية والتي مقرها فورت ستوري، فيرجينيا.
- السرية التكتيكية 312 للعمليات النفسية والتي مقرها وايت بلينز، ميريلاند

2. كتيبة العمليات النفسية الثالثة عشرة13th Psyops Battalion

في سنة 1961 في الجيش النظامي بوصفها السرية الثالثة عشر للحرب النفسية، وأعيد تسميتها في 1965 الى الكتيبة الثالثة عشر للعمليات النفسية بقاعدة فورت براغ، قبل أن يتم إسنادها للجيش الاحتياطي

[1] "2nd Psychological Operations Group (Airborne)"; Global security, At: https://bit.ly/3rlmiAe

[2] Ed Rouse, Herb A. Friedman "2nd PSYCHOLOGICAL OPERATIONS GROUP", psywarrior, https://bit.ly/3ukCbsF

[3] "11th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,1996. At: https://bit.ly/3L7veRD

في قاعدة فورت سنيلينج – مينسوتا، وفي 1996 نقلت الى قاعدة أردن هيلز، وتضم الكتيبة أربع سريا تكتيكية هي[1]:

- السرية التكتيكية 319 للعمليات النفسية والتي مقرها آردن هيلز، مينيسوتا
- السرية التكتيكية 321 للعمليات النفسية والتي مقرها غراند رابيدز، ميشيغان
- السرية التكتيكية 339 للعمليات النفسية والتي مقرها أردن هيلز، مينيسوتا
- السرية التكتيكية 350 للعمليات النفسية والتي مقرها تونسبورغ، أوهايو

3. كتيبة العمليات النفسية الخامسة عشر 15th Psyops Battalion

كان تأسيسها في 1965 بقاعدة فورت براغ، ضمن الجيش النظامي، بوصفها الكتيبة الخامسة عشر للعمليات النفسية، وفي سنة 1975 نقل مقرها الى قاعدة فورت توماس – كنتاكي لتصبح ضمن جيش الاحتياط، ليغير مقرها سنة 2000 الى سينسيناتي – اوهايو. وتضم بدورها أربع سريا هي[2]:

- السرية التكتيكية 301 للعمليات النفسية والتي مقرها فورست بارك، جورجيا
- السرية التكتيكية 325 للعمليات النفسية والتي مقرها ناشفيل، تينيسي
- السرية التكتيكية 340 للعمليات النفسية والتي مقرها غارنر، كارولينا الشمالية
- السرية التكتيكية 346 للعمليات النفسية والتي مقرها وايتهول، أوهايو

4. كتيبة العمليات النفسية السادسة عشرة 16th Psyops Battalion

أسست في 1954 باسم الكتيبة 305 للبث الإذاعي والنشر، بشيكاغو ثم انتقل مقرها سنة 1957 الى قاعدة ايفانستون – الينوي، وفي سنة 1960 تحولت الى السرية 305 للحرب النفسية، وأعيد مقرها سنة 1963 الى شيكاغو، أما في سنة 1965 أصبحت الكتيبة 305 بدل السرية، أما تسميتها كالكتيبة السادسة عشر للعمليات النفسية فقد حدث سنة 1996. وتضم حاليا أربع سرايا[3]:

- السرية التكتيكية 316 للعمليات النفسية والتي مقرها قاعدة غريسوم الجوية الاحتياطي، إنديانا
- السرية التكتيكية 338 للعمليات النفسية والتي مقرها فورت جاكسون، ساوث كارولينا
- السرية التكتيكية 393 للعمليات النفسية والتي مقرها أورورا، إلينوي
- السرية التكتيكية 303 للعمليات النفسية والتي مقرها بيتسبرغ، بنسلفانيا

[1] "13th Psychological Operations Battalion", U.S. Army Center of Military History, 1996, At: https://bit.ly/3upf1kP

[2] "15th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,1996, At: https://bit.ly/3sibTV0

[3] "16th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,1996, At: https://bit.ly/3HqydSN

الفرع الثاني: المجموعة السابعة للعمليات النفسية 7th Psyops Group

تم أنشاؤها في 20 أكتوبر 1965 بجزيرة اكيناو باليابان وألحقت بالفيلق التاسع للتشغيل والتدريب بحرب الفيتنام، لكن تم تعطيلها بعد نهاية الحرب، ثم أعيد تفعيلها في جويلية 1975 باسم الفريق السابع للعمليات النفسية بقاعدة بريسيديو سان فرانسيسكو، كاليفورنيا وتلحق بالجيش الاحتياطي، وفي سبتمبر 1990 أعيد تسميتها باسم المجموعة السابعة للعمليات النفسية.

ويتألف الفريق من أربع كتائب التي تحوي وسرايا تطوير العمليات النفسية التكتيكية TPDD وسرايا تكتيكية TPD، حيث تعمل الأولى على تطوير المنتجات وتحليل الجمهور المستهدف، أما الثانية فتعمل على توزيع هذه المنتجات أو استغلالها للتعامل ميدانيا مع الجمهور المستهدف.

1. كتيبة العمليات النفسية العاشرة 10th Psyops Battalion

تم تأسيسها في 1967 أثناء الحرب الفيتنامية، وبعد انتهاء الحرب أعيد تشكيلها بوصفها كتيبة العمليات النفسية العاشرة، وتم سحبها من الجيش النظامي وألحقت بجيش الاحتياط بسانت لويس – ميسوري. وتضم أربع سرايا تكتيكية هي[1]:

- السرية التكتيكية 307 للعمليات النفسية والتي مقرها سانت لويس، ميسوري
- السرية التكتيكية 308 للعمليات النفسية والتي مقرها بلتون، ميسوري
- السرية التكتيكية 318 للعمليات النفسية والتي مقرها سانت لويس، ميسوري
- السرية التكتيكية 362 للعمليات النفسية والتي مقرها بنتون، أركنساس

2. كتيبة العمليات النفسية الثانية عشرة12th Psyops Battalion

أسست في 1965 ضمن جيش الاحتياط بقاعدة برسيديو –كاليفورنيا باسم الكتيبة 353 للعمليات النفسية، وفي 1990 صنفت كسرية 353 للعمليات النفسية بقاعدة موفيت فيلد كاليفورنيا، وأعيد تسميتها في 1996 باسم الكتيبة الثانية عشر للعمليات النفسية، وتضم أربع سرايا تكتيكية هي[2]:

- السرية التكتيكية 320 للعمليات النفسية والتي مقرها بورتلاند، أوريغون
- السرية التكتيكية 324 للعمليات النفسية والتي مقرها أوروا، كولورادو
- السرية التكتيكية 349 للعمليات النفسية والتي مقرها أوروا، كولورادو
- السرية التكتيكية 361 للعمليات النفسية والتي مقرها بويل، واشنطن

[1] "10th Psychological Operations Battalion", U.S. Army Center of Military History,1996, At; https://bit.ly/35RJ3Uh

[2] "12th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,1996, At: https://bit.ly/34fOhsm

3. كتيبة العمليات النفسية الرابعة عشرة 14th Psyops Battalion

تعتبر من أوائل الكتائب في الجيش الأمريكي حيث تأسست في ديسمبر 1943 باعتبارها السرية الرابعة للإذاعة المتنقلة حيث كان مقرها بقاعدة كامب ريتشي – ميريلاند، وتم نشرها بدولة لوكسمبورغ، و في سنة 1954 أعيد تنظيمها كسرية الرابعة عشر للبث و النشر الإذاعي تحت إشراف الجيش النظامي ونقل مقرها لقاعدة فورت شاشر – هاواي، ليعاد تنظيمها سنتي 1961 باسم الكتيبة الرابعة عشر للحرب النفسية و في سنة 1974 نقل مقرها الى قاعدة فورت براغ، ليعاد نقل مقرها في 1975 الى قاعدة ماونتن فيو – كاليفورنيا، لتصبح تابعة لجيش الاحتياط. وتضم أربع سرايا تكتيكية هي[1]:

- السرية التكتيكية 301 للعمليات النفسية والتي مقرها سان دييغو، كاليفورنيا
- السرية التكتيكية 304 للعمليات النفسية والتي مقرها ساكرامنتو، كاليفورنيا
- السرية التكتيكية 315 للعمليات النفسية والتي مقرها أوبلاند، كاليفورنيا
- السرية التكتيكية 353 للعمليات النفسية والتي مقرها لاس فيغاس، نيفادا

4. كتيبة العمليات النفسية السابعة عشرة (مؤقتة): 17th Psyops Battalion

أسست تحت اسم السرية 306 للبث الإذاعي والنشر سنة 1954 بقاعدة سان بيدرو – كاليفورنيا، وفي 1960 أصبحت الكتيبة 306 للحرب النفسية، ثم الكتيبة 306 للعمليات النفسية سنة 1965 ونقل مقرها الى قاعدة لوس ألاميتوس – كاليفورنيا، أما في 1996 حدث تغيير في مقرها ووصفها حيث أصبحت كتيبة مؤقتة ونقل مقرها الى قاعدة جولييت - الينوي، ثم أصبحت تابعة لجيش الاحتياط في سنة 2005. وتحوي أربع سرايا تكتيكية[2]:

- السرية التكتيكية 341 للعمليات النفسية والتي مقرها سان أنطونيو، تكساس
- السرية التكتيكية 344 للعمليات النفسية والتي مقرها أوستن، تكساس
- السرية التكتيكية 345 للعمليات النفسية والتي مقرها لويس فيل، تكساس
- السرية التكتيكية 399 للعمليات النفسية والتي مقرها سان ماركوس، تكساس

[1] "14th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,2017, At: https://bit.ly/3upImvC

[2] "17th Psychological Operations Battalion". U.S. Army Center of Military History,2012, At: https://bit.ly/3ulh3m0

خاتمة

الفصل الثالث: تدابير الحرب النفسية الأمريكية لمكافحة الارهاب

تمهيد

لعل اهم ميزتين يمكن وصف القرن ال 21 بهما هما: الطفرة الاتصالية التكنولوجية، وهجمات 09/11 والتغير في طبيعة الظاهرة الارهابية، لذلك فان أي دراسة لاي استراتيجية او عقيدة أمنية لا تراعي هاذين المتغيرين لا يمكن ان تكون كاملة، ولعل الاستراتيجية الامريكية في مكافحة الإرهاب قد تعتبر المرجع لذلك، لاسباب أهمها:

- ان هجمات 09/11 وقعت على أراضي أمريكية، واستهدفت أماكن ذات دلالة رمزية للقوة الامريكية..
- ان الولايات المتحدة تعتبر هي أكبر القوى العالمية عسكريا واقتصاديا وتكنولوجيا وسياسيا..
- ان الاستراتجية العسكرية الامريكية دائمة التطور والتحديث، مع كل ظرف ومع كل تهديد مستجد.
- طبيعة النظام الامريكية من حيث الكتلة الكبيرة لمؤسساته ولهيئاته الفيدرالية او فروعها وتشعبها.

هذه المقدرات ساهمت في الدعوة الى الاعتماد على الجهود المعلوماتية والاتصالية في الحرب على الإرهاب، نتيجة لطبيعة وقدرة المتزايدة لهذا التهديد على الامن القومي والعالمي، بالإضافة الى ان الاستخدام الشبه المطلق للقوة الصلبة في المراحل الأولى لمواجهة هذا التهديد قد اثبت عدم فعاليته الى حد كبير، لذلك كان من الضروري الاستماع لهذه الدعوات والعودة الى استغلال مقدرات القوة الناعمة والذكية في هذه الحرب، وما الحرب النفسية الا شكل من اشكال هذه القوة، على اعتبارها جهدا اتصاليا لما تحويه من تكيتكات الدعاية والتضليل الإعلامي والاتصال الاستراتيجي وفن الرواية الرسمية للمؤسسات الرسمية والمنظمات الغير رسمية، وجهود التعاون العسكري-المدني..

إذا يمكن للحرب النفسية ان تكون ممثلا للقوة الناعمة ضمن الاستراتيجية الكبرى لمكاقحة الإرهاب، لانها كذلك قد تكون استراتيجية فرعية تتضمن العديد من مستويات التنفيذ، فقد تكون الحرب النفسية جهدا اتصاليا او استخباراتيا او دبلوماسيا...، لذلك حاولنا في هذا الفصل ان نجد مواطن الاستغلال والتوظيف لها ضمن هذه الجهود.

المبحث الأول: الحرب العالمية-الأمريكية على الارهاب

تعتبر بعض الأحداث نقاطا محوريا في التاريخ العالم كما نعرفه، لان مسارات التطور قبلها وبعدها لن تكون نفسها، حتى وان لم تخرج من سياقات السيرورة إلا أنها تعتبر مفصلية ومصدرا للتأريخ، ولعل هجمات 11 سبتمبر تعتبر من اهم الأحداث المؤثرة في السياسة الدولية مطلع القرن 21وقد قيل إنها "غيرت كل شيء" تقريبا، حيث انه خلقت زخما للتغير وخلقت حاجة لفهم ودراسة مجالات أخرى لم تكن تحظى بالاهتمام الكافي، خصوصا الحركات المتطرفة و التي أصبحت تمثل تهديدا حقيقيا يجب فهم طبيعته لإيجاد سبل مكافحته، وهو الأمر الذي فتح مناقشات كبيرة حول إعادة إحياء دور الدبلوماسية العامة والدعاية ومن ورائها كافة أشكال الحرب النفسية في العلاقات الدولية خصوصا في شقها المتعلق بمكافحة الإرهاب الدولي، وهو ما سنحاول التطرق له في هذا الفصل بدراسة الاستراتيجية الأمريكية وتوظيفها للحرب النفسية وما يقع ضمنها من دعاية وإشاعة وإدارة للمعلومات عن طريق وسائل الإعلام على خلفية الحرب التي تقودها ضد الإرهاب، وكذا محاولة استكشاف الآليات الداعمة لجهود هذه الحرب.

المطلب الأول: أحداث 11 سبتمبروبداية الحرب على الإرهاب

ظلت سمات الإرهاب الدولي ثابتة رغم الاختلافات في عدد الهجمات من سنة إلى أخرى إلا انه بقي محصورا في نطاقه الداخلي[1]،بالإضافة إلى عدد قتلى الهجمات حيث وفي أكثر من 30 سنة التي سبقت الأحداث فإن عدد ضحايا الهجمات الإرهابية من الأمريكيين لا يتجاوز 1000 ضحية، وهذا دون إغفال الرمزية التي تميزت بها الهجمات حيث استهدفت رموز القوة الأمريكية الاقتصادية (مبنى التجارة العالمي) والعسكرية (البنتاغون)،

الفرع الأول: سياقات واحداث 11 سبتمبر2001

ففي صبيحة 11 سبتمبر 2001 اخترقت طائرة ركاب مدنية تابعة لشركة "أمريكان إيرلاينز" أحد برجي مركز التجارة العالمي، وأحدثت به ثغرة هائلة في واجهته، وأشعلت النار في طوابقه العليا، وبعد 18 دقيقة اخترقت طائرة أخرى المبنى الثاني للمركز، وأسفر الهجوم عن سقوط برجي مركز التجارة العالمي، ولم يمضى وقت طويل حتى هاجمت طائرة ثالثة مبنى وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاجون"، في العاصمة واشنطن، بينما انفجرت طائرة رابعة في بنسلفانيا، وأدى الحادث إلى إصابة الولايات المتحدة الأمريكية بالشلل المؤقت، وأصيب الشعب الأمريكي بالذهول والرعب والخوف، وسرعان ما أعلنت حالة الطوارئ، وبدأت عملية إدارة الأزمة بتأمين حياة الرئيس الأمريكي، وزعماء الكونجرس، ونقلهم إلى أماكن غير معلومة، وبدأت الولايات المتحدة الأمريكية في إخلاء المباني الفيدرالية، ووضعت القوات الأمريكية في حالة تأهب قصوى، وأغلق المجال الجوي

[1] يفجيني بريماكوف، **العالم بعد 11 سبتمبروغزو العراق**. تر: عبد الحسن. (الرياض: مكتبة العبيكان، 2004.)، ص 13

الأمريكي وإغلاق الحدود مع المكسيك وكندا، كما أغلقت جميع الجسور التي تربط جزيرة منهاتن بباقي نيويورك ونيوجرسي، وتوقف العمل في بورصة نيويورك، وطالبت الولايات المتحدة بعثاتها الدبلوماسية باتخاذ إجراءات قصوى للأمن، كما أخلت مقر الأمم المتحدة في نيويورك، وأُجِّل اجتماع الجمعية العامة للمرة الأولى في تاريخها، وقد ترتب على الحادث تدمير كامل لبرجي مركز التجارة العالمي وجزء من البنتاجون، ومقتل وفقد نحو (6964) شخصاً، بالإضافة إلى الخسائر التي أصابت الاقتصاد الأمريكي.

في أعقاب الهجمات بدأت الولايات المتحدة حملة عسكرية دولية تعرف باسم "الحرب على الإرهاب" وشملت أهداف المعلنة ما يلي:

- دحر الإرهابيين مثل أسامة بن لادن وأبو مصعب الزرقاوي وتدمير منظماتهم.
- تحديد هوية الإرهابيين وتحديد أماكنهم وتدميرهم مع منظماتهم.
- رفض رعاية ودعم ومأوى الإرهابيين.
- التقليل من الظروف الكامنة التي يسعى الإرهابيون إلى استغلالها.
- الدفاع عن المواطنين والمصالح الأمريكية في الداخل والخارج.
- ضمان وجود قدرة متكاملة على إدارة الحوادث[1].

كل هذه الأحداث طعنت في ذاك الافتراض القائم لدى دوائر الحكم وصناعة القرار الأمريكية بأن حدوث تهديد إرهابي جماعي متزامن هو أبعد من قدرات التنظيمات الإرهابية العالمية، ويقوم هذا الافتراض على أن الأجهزة الأمنية والاستخباراتية نجحت في إحباط سلسة من الأحداث الإرهابية قبل ذلك في إفريقيا وآسيا وأوروبا.. وأن اغلب التهديدات المحتملة كانت تركز على التهديدات المنخفضة كالسيارات أو شاحنات مفخخة التي تستهدف المصالح والأهداف الأمريكية بالخارج كالبعثات دبلوماسية، والقواعد العسكرية، أو على المواطنين الأمريكيين العاملين بالخارج، ويرجع هذا الاحتمال الى أن آخر هجوم كبير على الأراضي الأمريكية هو الهجوم الياباني على ميناء بيرل هاربر (هاواي) سنة 1942، أو أن التهديدات ممكنة الحدوث ستكون هجومات بيولوجية أو كيميائية أو حتى إلكترونية على البنى التحتية.

ولعل ذلك يرجع الى أغلب العمليات الإرهابية قبل 11 سبتمبر يمكن اعتبارها أحداث -استعراضية- تستهدف الحصول على الاهتمام والزخم الإعلامي، أي أنها شكل من أشكال الدعاية "يريد الإرهابيون أن يشاهد ويسمع بأعمالهم الكثير من الناس ولا يهمهم عدد القتلى"[2]، وما يعزز هذا أنه حتى 11 سبتمبر لم تكن فكرة الحرب على الإرهاب وما يمثله من تهديد فكرة رئيسية لصناع القرار وأعضاء مراكز الفكر، ولعل التقرير

[1] Burke, Robert A. **Counter-terrorism for emergency responders**. (New York: CRC Press, 3rd Ed, 2018.), p. 5.

[2] LaFree Gary, Laura Dugan, and Erin Miller. **Putting terrorism in context: Lessons from the Global Terrorism Database**. (New York: Routledge, 2014). p. 24.

الوحيد الذي حذر من التهديد الإرهابي هو تقرير للجنة استشارية سنة 1998 بإيعاز من وزير الدفاع آن ذاك ويليام كوهين[1]، وبخلاف ذلك لم يكن هناك أي اهتمام بحدوث سيناريو يشبه تفجيرات 11 سبتمبر، وظلت مسائل التهديدات الإرهابية تتعلق بإنفاذ القانون بجانبه الروتيني من تحقيقات جنائية ومحاكمة المفجرين كما حدث لتفجيرات مركز التجارة سنة 1993، وتفجيرات أوكلاهوما عام 1995، والتي اعتبرت أعمال إجرامية نفذها متعصبون.

الفرع الثاني: التنظيمات الإرهابية التغير والتطور

ومع تلك الاحداث زاد الاهتمام بالظاهرة الإرهابية دراسةً وتأريخاً، بالإضافة الى محاولة العودة لكافة الدراسات التي تناولت الإرهاب كموضوع، حيث يعتبر اول جهد لتأريخ الإرهاب المعاصر هو بحث هاردمان أريسي Hardmans Arricie في الطبعة الأولى من موسوعة العلوم الاجتماعية سنة 1934 حيث أشار الى الإرهاب -بمفهوم ذاك العصر- لا مستقبل له لان الارهابيين فشلوا في توليد الدعم اللازم من "الجماهير"، كما أشار الى أنه بالرغم من جدواها في كثير من القضايا "استقلال ايرلندا مثلا"[2]، لكن في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية ظهرت حركات التحرر من الاستعمار الغربي وقد الحق بها الغربيون مصطلح "الإرهاب" ووصف المحررون بانهم جماعات إرهابية، ثم الحق بعض اشكال العنف السياسي بمفهوم الإرهاب خصوصا في مرحلة بداية اندثار تلك الإمبراطوريات الاستعمارية، ولعل ابرز اشكال ذلك العنف هو الاغتيال السياسي، فظلت تظهر وتختفي أشكال من العنف ورغم ان اغلبها ألحق بالظاهرة الإرهابية، وفي محاولة تفسير هذه الظاهرة حاولت بعض الدراسات المهتمة بـ"النهج التاريخي لإرهاب" للإجابة عن السؤال: لماذا تشتعل أشكال معينة من العنف ثم تختفي؟.

حيث شبه ذلك الظهور والافول بالموجة، وقد حاول العديد من الاكاديميين تقسيم النهج التاريخي للإرهاب على أساس موجات باعتبار حدودها الزمانية والمنهجية، ولعل ابرز تلك الدراسات التي حاولت الالمام بموضوع الإرهاب الحديث هي دراسة "الموجات الأربع للإرهاب الحديث" لديفيد رابورت Rapoport, David [3] ، فقد اصبح مخططه النظري المبني على منهجية الموجة هو اكثر النماذج المفاهيمية تأثيرا ضمن بحوث الإرهاب الحديث، فقد حاول من خلالها تقديم رؤية شاملة حول تعقيدات هذا الحقل، مما قد يوفر أداة لفهم مراحل الارهاب وتطوره، بالنظر لأشكاله واسبابه وتكتيكاته، فقد أشار الى انه يمكن تقسيم تاريخ الإرهاب الحديث

[1] Dubnick, Melvin J., Dorothy F. Olshfskicfh, and Kathe Callahan. "**Aggressive Action: In Search of a Dominant Narrative**.", In **the Impact of 9/11 on the Media, Arts, and Entertainment**, (New York: Palgrave Macmillan, New York, 2009), pp. 9-24.

[2] Gage, Beverly. "Terrorism and the American experience: A state of the field." **The Journal of American History**, Vol. 98, no. 1, 2011, pp 73-94.

[3] Rapoport, David C. "**The four waves of modern terrorism**.", In **Attacking terrorism: Elements of a grand strategy,** Edit by: Audrey Kurth, and James M. Ludes, (Washington, DC: Georgetown University Press, 2004). Pp. 46-73.

(منذ 1880) الى اربع فترات مختلفة،. كما أشار الى انه لكل فترة خصائصها، والتي تجعلها موجة من الإرهاب، وقد عرف في دراسته الموجة بانها: "... دورة نشاط في فترة زمنية معينة - دورة تتميز بمراحل التوسع والانكماش. السمة الحاسمة هي طابعها الدولي. تحدث أنشطة مماثلة في العديد من البلدان، مدفوعة بالطاقة السائدة المشتركة التي تشكل خصائص المجموعات المشاركة والعلاقات المتبادلة.."[1]، ويقصد بالطاقة السائدة الأيدلوجية المحفزة لهذه الجماعات، كما حدد لكل موجة مصادر رئيسية للتمويل والتي يقصد بها الوسائل الرئيسية للحصول على المعلومات الإعلامية التي اعتمدها الارهابيون في نشاطهم، او التي يستهدفون الحصول عليها لتحقيق اكبر قدر من الزخم الذي يكفل لهم الظهور والبقاء على الساحة كفاعلين رئيسيين، وفي الأخير أشار روبورت الى التكتيكات الرئيسية المعتمدة من قبل الإرهابيين.

ان مفهوم الإرهاب اكتسب أهميته في فترة ما بعد الثورة الفرنسية 1795، ذلك ان الثوار الفرنسيين هم اول من وصف بالإرهابيين بما يتلاءم مع التعريفات الحديثة للإرهاب، الا ان تطور فكرة الارهاب في دراسة رابورت لم تظهر الا بعد قرن من الثورة الفرنسية ومرد ذلك الى التطور الذي حصر أواخر القرن التاسع عشر، لوجود عاملين حاسمين ساهما في تطوره وانتشاره:

1. التطور في أنماط المواصلات والنقل أدى الى فتح العالم وتوحيده عن طريق تقليل الوقت والمسافة اللازمتين لتنقل الأشخاص والمعلومات. حيث ظهرت وتطورت شبكات السكك الحديدية والقطارات.
2. ظهور التلغراف وما تبعها من تطور الاعلام وظهور الصحف، التي تنقل الاخبار الآنية في جميع انحاء العالم.

هذين العاملين ساهما في تشكيل البعد العالمي للإرهاب، فأخبار الاحداث التي تقع في بلد ما بما الأفعال الإرهابية يمكن ان تنتشر بسرعة خارج الحدود الوطنية في يوم واحد. ومن هذا المنطلق قسم تطور الإرهاب الدولي وفق التطورات الفكرية والتكنولوجية والسياسية والاقتصادية الى أربع موجات هي:

1. **الموجة الفوضوية**: والتي استمرت من 1880 الى 1920، حيث ظهرت مع الحركة الفوضوية في روسيا* ابان الحكم القيصري، وانتشرت أيديولوجيتها الى أجزاء أخرى من أوروبا حيث ظهرت الاغتيالات السياسية والهجمات على السياسيين والافراد ذوي المكانة كتعبير عن التمرد ضد الأنظمة الحاكمة[2]، ويجادل رابورت بان أي موجة تظهر في اعقاب حدث دولي كبير الا في الموجة الأولى فان الموجة الأولى ظهرت نتيجة الضغوط السياسية والاجتماعية الداخلية في روسيا.

[1] Ibid.,

* وتعرف كذلك بانها الاناركية او اللاسلطوية، وهي مذهب سياسي يرى أن كل شكل من أشكال التنظيم والحكم عمل لا أخلاقي، فهو قيد يفرضه شخص على آخر، ممّا يجعله شراً يجب تدميره والتخلص منه، ويعد ميخائيل بكونين(1876-1814) أبرز منظري الفوضوية الروس، وقد بدأت الحركة الفوضوية في روسيا باسم إرادة الشعب (NarodnayaVolya) وتعتبر اول مجموعة قومية متمردة تتبنى الفكر الفوضوي.

[2] Rapoport, David C, op.cit.,

2. **الموجة المناهضة الاستعمار** : والتي استمرت من 1920 الى 1960: وظهرت هذه الموجة بعد معاهدة فرساي 1919 التي أعقبت نهاية الحرب العالمية الأولى، حيث حاول الحلفاء تفكيك الإمبراطوريتين المجرية النمساوية والعثمانية، والسيطرة على اقليمهما، وفرض الحماية أو الانتداب عليها، فظهرت حركات مناوئة لهذا -الاستعمار- الجديد، ومنه انتشر الحركات الفكر التحرري الاستقلالي، لأغلب المستعمرات الاوربية في اسيا وافريقيا، وحتى في اوروبا بظهور حركات الاستقلال الذاتي كالجيش الجمهوري الايرلندي، وحركة استقلال الباسك في اسبانيا...وما تبعها من حروب أهلية، وفي هذه المرحلة اختلفت الاستراتيجيات المتبعة لاختلاف مصادر التمويل حيث حصلت هذه الحركات على تمويلها من الشتات (المنتمين او المتعاطفين أصحاب رؤوس الأموال)، او حتى من بعض الدول والحكومات الأجنبية، كما اعتمد تكتيكتها على حرب العصابات ضد الأهداف الأمنية، واحيانا التفجيرات، ولعل أهمية هذه المرحلة تبرز في ان اغلب تلك الحركات ذات اهداف مشروعة لذلك عرفت الحركات الوطنية نفسها بانهم مقاتلين من اجل الحرية، ومن جهة أخرى وصفتهم الحكومات الاستعمارية بانهم ارهابيون، وفي هذا السياق خلق اول جدل حول تعريف الإرهاب والإرهابيين،

3. **موجة اليسار الجديد**: والتي استمرت من 1960 الى 1979، ويرجع روبورت بداية هذه الحقبة الى الحرب الفيتنامية او ما يسمى بأزمة الهند الصينية، حيث لعبت الدعاية دورا بارزا في ظهور هذه الموجة، فالدعاية السوفياتية في اطار الحرب البادرة أظهرت الولايات المتحدة على انها قوة استعمارية داعية للحرب، بينما ان الاتحاد السوفياتي قوة سلمية تدعم تلك الحركات المناهضة للإمبريالية العالمية التي تمثلها الولايات المتحدة وحلفائها الرأسماليين، بالسلاح والموارد اللوجستية، هذه الدعاية ولدت ظاهرة نفسية تتعاطف مع الاتحاد السوفياتي وظهرت تلك الحركات اليسارية التي تتبنى الفكر الشيوعي الاشتراكي. حيث ساهمت وسائل الاعلام وتطورها في سرعة نشره وتبنيه، اما من حيث التكتيك فقد أصبح خطف الطائرات واحتجاز الرهائن من أبرز آليات عمل هذه الحركات (خطف الطائرة في العاب الأولمبية بميونيخ 1972، وخطف طائرة زعماء الأوبك 1975..)، حيث كان المستهدفين بالخطف ذوو مكانة دولية أو ذوو انتماء للولايات المتحدة وحلفائها.

4. **الموجة الدينية**: والتي استمرت من 1979 الى يومنا الحاضر، يعتبر نجاح الثورة الإيرانية الخمينية والغزو السوفياتي لأفغانستان أهم أسباب ظهور هذه الموجة، فقد أدت الثورة في إيران الى ظهور تيارات تتبنى الفكر الإسلامي الجهادي -حسب رابورت- وتنادي الى النضال ضد القوى الغربية عموما (المعسكر الغربي او السوفياتي على السواء..)، وترتكز في اطروحتها الى طرد الكفار من بلاد المسلمين للحفاظ على العقيدة الإسلامية، بالإضافة الى مد المقاتلين الأجانب على أفغانستان لمحاربة الغزو السوفياتي في اطار "حركة الجهاد العالمي" الذي تبنته حركة طالبان، ودعمته دول عربية وإسلامية خصوصا الخليجية منها، هذا ما مهد الى تبلور وتطور الأصولية العالمية، خصوصا بعد انسحاب القوات السوفياتية من أفغانستان ورجوع أولئك المقاتلين الى بلدانهم الاصلية حاملين معهم ما سمي "برسالة الجهاد الأصغر". وظهرت عديد الحركات الإرهابية التي تتبنى هذا الفكر وتمارسه بداية بالدول العربية والإسلامية (كمصر والجزائر والسعودية، وبعض الدول الافريقية..)

ثم انتقل الى العالم اجمع، وما لبث الى ان أصبحت الحركات الجهادية تحمل الطابع العالمي كظهور القاعدة وتوابعها في عديد الدول الى تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام المعروفة باسم داعش.

يربط رابورت ظهور الموجات بحدوث أحداث ذات طابع عالمي، والتي تؤثر بشكل كبير على البيئة الدولية وعلى سيرورة الاحداث وبنية النظام الدولي، حيث ترجع كتابته الى مرحلة ما بعد احداث سبتمبر بقليل، لذلك يجادل كثير من الكتاب بعده بان هناك موجة أخرى خصوصا إذا اخذنا في عين الاعتبار الغزو الأمريكي للأفغانستان والعراق، وتبعات الربيع العربي وفشل اغلب الدول التي حدث بها، وأنها الموجة الخامسة التي ساهمت الى ظهور تنظيم داعش كتنظيم إرهابي يحمل صفة الدول تنظيما ونفوذا، وأكثر توحشا من التنظيمات التي سبقته، لكن ان تطرقنا الى غزو العراق وأفغانستان لا يمكن ذكرهم بمعزل عن احداث 09/11، كما ان تنظيم داعش هو امتداد للاستراتيجية القاعدة للتوسع وكسب ولاءات التنظيمات الإرهابية العالمية التي تحمل نفس الايدولوجية، كالقاعدة في العراق والشام، والقاعدة في الساحل الافريقي... لذلك يمكن اعتبار ان بداية الموجة الخامسة مع مطلع الالفية وبداية استخدام القاعدة لتكتيك التفجيرات الإرهابية ضد الأهداف الامريكية في الخارج كتفجير المدمرة الامريكية يو-بولت في خليج عدن، وتفجير سفارتيها في نيروبي ودار والسلام. ويمكننا اختصار تلك الموجات في الجدول التالي:

جدول 3: موجات تطور الحركات الارهابية حسب منظور ديفيد رابورت

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على دراسة دافيد رابورت

الموجة	الفترة	التكتيك المستخدم	أسباب الظهور	وسائل الاعلام	التمويل
الموجة الأولى	1880-1920	الاغتيالات السياسية ديناميت	قتل ألكسندر الثاني روسيا (1881)	الجرائد	السطو على البنوك
الموجة الثانية	1920-1962	حرب العصابات، قناص الهجمات خاصة ضد قوات الأمن	معاهدة فرساي، إنجازات يابانية	الراديو	الدول الراعية، الشتات
الموجة الثالثة	1962-1979	الحكومة المستهدفة المؤسسات والاختطاف الطائرات	الحرب العالمية الثانية، حرب الفيتنام	التلفزيون	الاتحاد السوفياتي، والأحزاب الاشتراكية
الموجة الرابع	1979-2000	تفجيرات انتحارية وعبوات ناسفة	الغزو السوفياتي لأفغانستان، حزب الله 1982 شاحنة انتحارية تفجيرات	التلفزيون، الانترنت	التبرعات من الافراد خصوصا من دول الخليج،
الموجة الخامسة	2000- الى يومنا هذا	مختلطة تقليدية، وحرب العصابات، مداهمات انتحارية، تفجيرات	الغزو الأمريكي للعراق، الربيع العربي، انسحاب اسرائيل من لبنان	الانترنت، وسائط التواصل الاجتماعي	التمويل الذاتي من خلال الضرائب وبيع الموارد الطبيعية، الدول الراعية.

الفرع الثالث: سيكولوجيا الإرهاب

يقال ان الإرهاب هو سلاح الضعفاء، ومرد ذلك انه يتجنب مواطن قوة العدو ويستهدف مواطن ضعفه، كما انه يتجنب المواجهة المباشرة للقوات أي ان الفعل الإرهابي يستهدف مصادر القوة لا مراكزها، لان الهدف من الفعل هو التأثير أو حتى التغيير على البنيات السياسية والاجتماعية بما يتلاءم مع الأهداف، ولأجل إحداث تلك التغييرات يجب ابتكار استراتيجيات تراعي تأثيرات العنف السياسي على الجماهير المستهدفة من جهة، ومن جهة أخرى تستغل مواطن الضعف النفسية في تلك الجماهير لتعويض الضعف المادي لتلك التنظيمات الإرهابية، ففي نهاية المطاف الإرهاب عموما هو عملية نفسية لان نجاح أي عملية ترتبط باستجابات الجمهور فيما يتعلق بتصوراتهم له، بالإضافة الى تصورات الإرهابي للواقع والتغييرات النفسية والسياسية التي يسعى إليها، وهي التغييرات التي تضعه في صراع مع الحكومات حرب الإرادات.

فاستراتيجية العمل الإرهابي تجمع بين أبعاد وأشكال الحرب النفسية في حملات تتلاعب بالضعف النفسي للجماهير المختلفة سواءً معادية أو محايدة أو داعمة، والتي من شأنها أن تدعم تحقيق أهداف نفسية وسياسية تسعى التنظيمات الإرهابية لتحقيقها، وباستغلال تعريف الحرب النفسية فان الأنشطة الإرهابية تهدف لإحداث الفوضى في صفوف العدو، وإضعاف معنوياته والتشويش على قدراته، كما تشتمل تلك الأنشطة في كثير من الأحيان على الدعاية الموجهة للراي العام المحلي للعدو كما توجه للمنخرطين و الداعمين للمنظمات الإرهابية لتأمين ذلك الدعم وزيادته[1]، لان فعالية العمل الإرهابي ترتكز على التحكم في الآثار النفسية المترتبة على هذا العمل، وبالتالي استغلال الظروف الموجودة للقيام بالعمل والظروف التي يخلقها للتلاعب النفسي والتأثير على الإرادات المجتمعية أو السياسية للخصم. حيث أن الميزة النفسية لاستخدام العنف تتبين في النجاح السياسي.

حيث تعتبر كثير من الأدبيات أن الظاهرة الإرهابية هي استراتيجية عسكرية سياسية، لكن البعد العسكري يحيلنا الى التأثيرات النفسية والإيدلوجية لهذه الظاهرة[2]، على اعتبار ان المكون النفسي لآثار العنف المستخدم وتأثيراته لتحقيق الغايات وأهداف السياسية. فمثلا عند تحليل تلك المخططات العسكرية التي كان يطرحها زعماء القاعدة أو داعش فيما بعد كان هدفها خداع العدو ومحاولة ضرب أمنه النفسي، عن طريق استخدام أساليب الحرب النفسية لتأكيد المعتقدات أو إبراز التناقضات في أعمال وأفكار الخصوم، ولو بإرباك الجمهور المستهدف وخداعه، لأنه من الصعوبة بمكان تغيير مواقف جماهير تشكلت عبر سنوات بضربة واحدة أو عملية واحدة إلا إن كانت تلك العملية عنيفة وصاخبة جدا، لان العنف هو الوسيلة

[1] تاونزند تشارلز، **الإرهاب: مقدمة قصيرة جدًّا**، تر: طنطاوي محمد سعد (القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة, 2014)، ص . 16-21

[2] Neumann, Peter R., and Michael LR Smith. "Strategic terrorism: The framework and its fallacies." **Journal of Strategic Studies,** Vol 28, No. 4, 2005, pp. 571-595.

الاتصالية الأساسية لدى الإرهابي لنشر رسالته، لكن دون إغفال المناشدة كوسيلة فرعية لكسب التأييد والتعاطف. فالمنهج الاتصالي المبني على العنف هو في أساسه وسيلة لخلق الخوف لدى الجماهير المستهدفة والتي بدورها ستخلق رأي عاما يضغط على صانع القرار السياسي لتغيير مواقفه أو تعديلها، ذلك أن الفعل الإرهابي يتحقق بتوفر ثلاث عناصر رئيسية هي " فعل العنف أو التهديد باستخدامه، وردات الفعل العاطفية الناجمة عن التعرض لهذا العنف ودرجات الخوف التي تصيب الضحايا أو الضحايا المحتملين، وأخيرا التأثيرات التي تصيب المجتمع بسب هذا العنف"[1]، ولعل أبرز ملامح هذا العنف هو في الأفعال الإرهابية هو أسلوب التفجيرات الانتحارية.

حيث أن الاهتمام المتزايد بالظاهرة الإرهابية يكون دائما بعد أي تفجير إرهابي أو انتحاري، ففي محاولة فهم أسباب التفجيرات ودوافع المفجرين وتحليل الأسباب التي تقود مرتكبيها للقيام بها، يظهر جليا وسط ذلك تأثيراتها على المستهدفين، ورغم ان التفجيرات الإرهابية ليست بالظاهرة الجديدة وليست أحداث 09/11 أولها بل سبقها عديد التفجيرات والعمليات الانتحارية والجدول الموالي يبن احصائيات التفجيرات الانتحارية والغير انتحارية منذ سنة 1982 وحتى سنة 2016.

جدول 4: عدد التفجيرات الإرهابية للفترة ما بين 1982 و2016

المصدر: "Terrorism: Number of Suicide Attacks Worldwide 1982-2016, **Statista**." 2016.

At: https://bit.ly/3GpKnKo

السنة	عدد العمليات	السنة	عدد العمليات	السنة	عدد العمليات	السنة	عدد العمليات
1982	115	1991	11	2000	208	2009	3,174
1983	428	1992	4	2001	3,195	2010	2,724
1984	29	1993	237	2002	588	2011	2,396
1985	259	1994	218	2003	801	2012	2,264
1986	33	1995	252	2004	1,984	2013	4,263
1987	68	1996	286	2005	3,197	2014	4,922
1988	7	1997	60	2006	2,604	2015	6,215
1989	0	1998	351	2007	6,105	2016	2,558
1990	80	1999	86	2008	3,244		

[1] خضير ياسين الغانمي. "**ظاهرة الإرهاب الدولي.. العوامل الدافعة وكيفية معالجتها**." مجلة جامعة أهل البيت، العدد 16، 2014، ص 300-341

فمنذ 1982 الى سنة 2000 أي قبل سنة من تفجيرات 09/11 بسنة واحدة فقط، فإن عدد التفجيرات الإرهابية الانتحارية منها وغير الانتحارية لم يتجاوز 2732 تفجيرا في جميع انحاء العالم، لكن من 2001 تزايدت تلك التفجيرات بشكل مضطرد حيث انه في سنوات بلغ عدد التفجيرات في سنة واحدة ما حدث 18 سنة مضت، وحسب الاحصائيات فقد بلغت التفجيرات من 2001 الى 2016 أكثر من 50 ألف تفجير انتحاري، وهو ما حاول قضية التفجيرات من قضية غامضة الى محور اهتمام أكاديمي وبحثي، والأكثر من ذلك أنها أصبحت محور اهتمام اعلامي، مع مرور الزمن أصبحت التفجيرات الانتحارية اكثر استعراضية ووحشية، وأصبحت التنظيمات الإرهابية أكثر ابتكارا في تنفيذها بهدف ان تحصل على الصدى الإعلامي والجماهيري، "فعلى مر السنين تعلم الإرهابيون كيفية تعزيز الطبيعة المسرحية لأعمالهم. ومن الأمثلة البارزة أزمة الرهائن في مسرح موسكو في عام 2002، وهجمات مومباي في عام 2008، وتفجيرات ماراثون بوسطن في عام 2012، وهجوم مركز ويست-غايت للتسوق في نيروبي في عام 2013. وفي جميع هذه الحالات، تمكن الارهابيون من اختطاف انتباه العالمين لعدة أيام في كل مرة وأسر وسائل الإعلام وجمهورها من خلال تهيئة المسرح بعناية لذروتها الدرامية"[1].وقد رافق تلك الزيادة تزايد عدد ونفوذ وقوة الحركات الإرهابية، فالمقارنة بين تنظيمي القاعدة وتنظيم الدولة، يبين التطور والتغير الكبير في البنية الهيكلية لكل تنظيم بالإضافة الى زيادة نسبة التوحش والاستعراضية في عملياته التي تكفل له المتابعة الإعلامية وما تخلفها من زيادة نسبة الرعب الرأي العام.

كما ان فهم الدوافع النفسية وراء تلك التفجيرات أصبحت مجالا للدراسة اكاديمية، حيث انه في فترة قبل 2001 كان الاعتقاد السائد ان الإرهابي الانتحاري أولا خاص بالرجال فقط كما ان الانتحاري في ذاته هو شخص غير ناجح ومعزول اجتماعيا وقليل الاحترام للذات،[2] وان أسبابه وأهدافه واحدة باختلاف اشكاله،[3]وعلى الرغم من ان هذه الافتراضات تعتبر شعبوية أكثر منها افتراضات علمية مثبتة، وهو ما كان سببا في ظهور ذلك التيار الأكاديمي الساعي لدراسة أسباب الإرهاب الانتحاري من حيث الدوافع والأسباب والوسائل، وهو النهج الغير اليسير لارتباطه بالظاهرة الإرهابية التي هي كذلك مصدر جدل اكاديمي وسياسي. لكن هذا لم يمنع من وجود تيارات حاولت دراسة وفهم ظاهرة التفجيرات الانتحارية والارهابية لتوفير السبيل الأنسب لمكافحتها سواءً بالأساليب النفسية او العسكرية او الاجتماعية...

فالإرهاب الانتحاري هو في جوهره "قنابل ذكية"[4] تتحرك باتجاه هدفها بدقة مع اكتشافها وتغييرها لمسارها لتحقيق الضرر الأكبر، كما ان التهديد الاستراتيجي الذي يمثله هذا النوع من الإرهاب هو عدم وجود

[1] Pedahzur, Ami & Martin, Susanne. **Suicide Attacks**. Conference: The Criminology of Terrorism, 2015.

[2] Poland, James M. "Suicide Bombers: A Global Problem." **Humboldt Journal of Social Relations**, Vol. 27, no. 02, 2003, pp 100- 135.

[3] Winter, Charlie. "War by Suicide: A Statistical Analysis of the Islamic State's Martyrdom Industry " **International Centre for Counterterrorism—the Hague**, Feb 2017, p. 04,

[4] Speckhard, Anne. "Understanding suicide terrorism: Countering human bombs and their senders." NATO **Security Through Science Series E Human and Societal Dynamics**, Vol. 9, 2006, p. 158.

الأثر او الدليل، لان الانتحاري ليس له خطة للهرب، وبالتالي إمكانية سجنه واستجوابه. لكن المهم هو ما تمثله هذه الظاهرة في سياقها النفسي والاجتماعي والتنظيمي، وما تطرحه من تساؤلات من قبيل الدوافع التي تجعل يقبل ان يكون قنبلة بشرية، او الأساليب التنظيمية التي تتبعها التنظيمات الإرهابية في تبنيها وتنفيذها لهذا التكتيك من حيث الاختيار والاقناع بالإضافة الى الأساليب والتخطيط والتدريب...ان محاولة بحث العلاقة بين بين المدخلات الفردية المتعلقة بسلوك الانتحاري والمدخلات التنظيمية يحيل دائما الى توظيف السياقات النفسية والاجتماعية التي تساهم في فهم هذه الابعاد العلائقية ومحاولة التصدي لها أو حتى استشرافها قبل وقوعها.[1]

ان محاولة دراسة وفهم التفجيرات الانتحارية يحيل الى قضية اكثر تعقيدا وتمثل مشكلة في اي استراتيجية لمكافحة الإرهاب والتطرف، حيث ان التهديد الأكبر لم تعد تمثله التنظيمات المصنفة في قوائم الإرهاب ولا أعضائها الذين جرى تدريبهم وتمويلهم وإرسالهم من قبلها، بل التهديد الأصعب هم أولئك المواطنين أو المقيمين بالدولة الهدف والمتعاطفين مع هذه التنظيمات وقد يتبنون مشروع التنظيم، ويستلهمون أيديولوجيتها أو مهمة المنظمة إرهابية وآلية عملها بمفردهم، والذين يطلق عليهم "الذئاب المنفردة او الوحيدة Lone Wolf"ويعرف الذئب المنفرد بأنه "شخص يتصرف بمفرده بدون اي أوامر أو حتى صلات، ذلك ان عدم وجود اتصالات ستمنع الكشف عن التخطيط للهجوم وبالتالي توفر أمانًا تشغيليًا فائقًا"[2] كما انه "عامل مستقل يكون بطبيعته جزءا لا يتجزأ من المجتمع المستهدف وقادرا على التنشيط الذاتي في أي وقت"[3]، ويمكن إضافة الى التعريف السابق وجود الروابط الايدولوجية التي تربط الفرد مع فكر التنظيم وتجعله يتعاطف معهم أو يحمل فكرهم، خصوصا في ظل العصر الرقمي، فمكن من إضافة الاتصالات موجودة حتى وان لم تكن بصفة مباشرة مع منتسبي التنظيم الإرهابي، ولكن وجود المحتوى الذي يدل على أيديولوجية التنظيم وأهدافه أو وسائله، فالتجنيد عن طريق وسائط التواصل الاجتماعية التي أصبحت تستخدمها التنظيمات المتطرفة أصبحت اكثر تطورا وابتكارا. كما التهديد الذي تمثله هذه الظاهرة يرتبط بان الهجمات التي تشن من طرفهم تشكل ارباكا كبيرا لأجهزة الأمنية لعدم قدرتهم على توقعها، فالذئاب المنفردة هي جهات فاعلة منفردة تتجنب الاتصال المباشرة مع أطراف أخرى والذي يمكن اعتراضه، وهي الميزة التي تضعه كتهديد مرتفع الخطورة.

[1] سهام مطشر الكعبي، سيكولوجية التفجيرات الانتحارية منظور المتلازمة مقابل منظور اللاتفرد، **مجلة المفتش العام**، م 01، ع 22، 2018، ص 107-137.

[2] Fred Burton, Scott Stewart. "The 'Lone Wolf' Disconnect.", Worldview Journal, Jan 2008. At: https://bit.ly/3HDvci0

[3] Ibid.

المطلب الثاني: التحديات الداخلية للاستراتيجية الأمريكية بعد 11 سبتمبر

إن هجمات الحادي عشر من سبتمبر شكلت منعرجا في الاستراتيجية الأمريكية، فتطور التهديدات ونوعيتها يستلزم تطويرا لآليات المجابهة والرد، ما جعل المسؤولين الأمريكيين يعيدون رسم إستراتيجيتهم الأمنية الداخلية والخارجية، فالتحقيقات في الحداث التي توصلت الى أن منفذي العملية هم أعداء الديمقراطية - على وصف الرواية الرسمية- يستوجب الرد الحسام ضدهم وضد كل من يدعمهم، سواءً من حكومات أو أفراد أو منظمات، بالإضافة الى ان الهجمات جاءت لتمنح الرئيس الأمريكي آن ذاك بوش الابن الذريعة لإطلاق إصلاحاته التي وعد بها إبان حملته الانتخابية خصوصا في إعادة هيكلة الجيش وجعله جيش القرن القادم.

الفرع الأول: على صعيد عقيدة الأمن القومي الأمريكي

حيث اقتصرت هذه العقيدة في العقود الماضية على تصور "تهديدات إستراتيجية" من جانب عدو خارجي، يهدد الأرض أو المصالح الأمريكية، سواء كانت دولة أو عدة دول يمكن تحديدها، ويمكن الرد عليها في حالة نشوب عداء متبادل، وطُوِّرت هذه العقيدة بعض الشيء في السنوات الأخيرة لتتضمن مخاطر إما من قبل دول أو منظمات تمثل تهديداً إستراتيجياً للولايات المتحدة الأمريكية، لكن بإمكانها الأضرار بمصالحها سواء داخل الولايات المتحدة الأمريكية أو خارجها، أما الآن، فإن هذه الهجمات تُغير تلك الرؤى، حيث ظهر أن هناك منظمات أو مجموعات من الأفراد قد تكون قادرة على تشكيل وتنفيذ "تهديدات إستراتيجية" ضد الولايات المتحدة، تشل الحياة السياسية والاقتصادية بالداخل، وهو ما يمثل بالتأكيد انقلابا في الفكر الأمني والإستراتيجي الأمريكي، والذي يضع على المحك كل أنماط التفكير السائد بما فيها مشروع الدرع الصاروخي، الذي تأسس وفق الرؤية التقليدية لتصور التهديدات والمخاطر.

1. **تكثيف آليات الأمن الداخلي:** وهذا يعنى تشديد الرقابة على حركة المواطنين، خاصة في المرافق الكبرى والمزدحمة، وزيادة نشر كاميرات المراقبة في المناطق العامة،[1] وهذا الأمر كان ينمو ببطء، ولكن وتيرته تسارعت بعد أحداث سبتمبر، إذ أصبحت أجهزة الرقابة قادرة على رصد وتصوير أي حادث في أي مكان بالمدن الرئيسية.

تتضمن المراقبة مراقبة وتسجيل وتصنيف المعلومات حول الأشخاص والعمليات والمؤسسات. حيث يتم جمع المعلومات وتخزينها وفحصها – وكقاعدة عامة - نقلها. على الرغم من أنه حتى ثمانينيات القرن الماضي، تم التقليل من أهمية مركزية المراقبة ضمن أطر التحليل الاجتماعي. لكن مع التطور التكنولوجي الحاصل أصبحت أساليب المراقبة ذات منهجية بشكل متزايد وجزءا من أنشطتنا الروتينية اليومية، من إجراء المكالمات والدفع عن طريق بطاقات الائتمان والتجارة الإلكترونية وكاميرات المراقبة في كل الأماكن من المكتبة

1 خالد الحروب، "**هجمات أميركا.. التداعيات الداخلية والخارجية**"، الجزيرة. نت، بتاريخ: 14.02.2015، في: https://bit.ly/3gocxuE

الى الطرقات. فقد أصبحت المراقبة على مستويات وبكثافة أكبر وأكثر تنظيما، هذه المراقبة لم تعد تجسسا على اتصالاتنا وبريدنا كما كان الأمر إبان الحرب الباردة[1]، لكن اللافت في المراقبة بعد الاعتماد على التكنولوجيا بعد الألفية الثالثة هو ما يسمى بمعلومات المعاملات[2]، والتي يقصد بها أنه في خلال أنشطتنا اليومية العادية من تصفح وسائط التفاعل الاجتماعي و استخدام الهواتف و المعاملات الإلكترونية وغيرها سننشأ سجلا للمعلومات بالمصادفة، و بجمع ودمج مجموعة من السجلات تتكون قاعدة بيانات يمكن استغلالها من الشركات التجارية الى الاستخبارات و القوات الأمنية.

هذه السجلات والبيانات التي توفرها التكنولوجيا يمكن استغلالها في المراقبة في صفتها الرسمية أو التجسس كما تسمى في العرف غير الرسمي، خصوصا في ظل تنامي الجرائم المنظمة و الإرهاب، وقد اتخذت أحداث 11 سبتمبر ذريعة لتكثيف إجراءات المراقبة المنسقة على الأفراد وعلى المنظمات وحتى الدول العدوة أو الحليفة، فأصبحت هذه الإجراءات هوسا لدى الاستخبارات الأمريكية من مراقبة حجوزات الطيران والتحويلات المالية ونقل البضائع تحت ذريعة مكافحة الإرهاب التي أصبحت مرادفة لحرب المعلومات التي هي في احدى أشكالها مراقبة مستمرة و شاملة للأعداء الحقيقيين و المفترضين. من خلال البحث في مجموعة واسعة من البيانات ومعالجة كم من المعلومات يمكن التعرف على الإرهابيين حتى قبل أن يقوموا بهجومهم ولعل من اهم المشاريع التي تبين ذلك هما مشروعي "TIPS" أو نظام معلومات الإرهاب والوقاية منه الذي أطلقته وزارة العدل، ومشروع "TIA" أو نظام التوعية المعلوماتية حول الإرهاب والذي تشرف عليه وكالة المشروعات البحثية الدفاعية "داربا" التابعة لوزارة الدفاع[3].

ووفقاً لموقع وزارة العدل على شبكة الإنترنت، فإن TIPS سيكون برنامجاً وطنياً يمنح الملايين من سائقي الشاحنات الأميركيين، وناقلي الرسائل، ومراقبي القطارات، وقادة السفن وموظفي المرافق العامة وغيرهم، وسيلة رسمية للإبلاغ عن أي نشاط يشتبه بأنه إرهابي. حيث أن المشروع حاول تجنيد العمال العاديين ليكونوا مخبرين في سياق عملهم اليومي، وبالتالي التعرف على التي التهديدات الممكنة والتي هي خارج شبكة الرقابة العادية، أما مشروع TIA فكان هدفه الكشف عن الإرهابيين الأجانب وتصنيفهم وتحديد هوياتهم وخططهم، وبالتالي تمكين الوكالات من اتخاذ الإجراءات المناسبة لاستباق الأعمال الإرهابية، عن طريق كشف الصلات بين المعاملات (التأشيرات، تصاريح العمل، الرخص، المعاملات البنكية والشرائية للأسلحة والمواد الكيميائية...) وربطها مع الأشخاص المشبوهين، فنتائج المراقبة الهائلة تمكن الوكالات الأمنية والاستخباراتية

[1] Holden, Robert H. "Securing Central America against communism: The United States and the modernization of surveillance in the cold war." **Journal of Inter-American Studies and World Affairs**, 1999, pp 1-30.

[2] For More see: Landau, Susan. "Transactional information is remarkably revelatory." **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Vol113, no. 20 (2016): 5467-5469.

[3] James Bovard**." 11/9 and the American Orwellian Nightmare",** Nov 2019, At: https://bit.ly/3GpCp43 .

من بناء قاعدة بيانات تساعد على اكتشاف من تتوفر فيهم احتمالية الضلوع في أعمال إرهابية مستقبلا، فالمشروع عموما يهدف إلى تطوير ودمج ونقل تقنيات المعلومات والمكونات من اجل تحقيق وعي معلوماتي وقائي ومساعد لاتخاذ الإجراءات التي تحقق أهداف الأمن القومي.

حتى وان عارضت جمعيات الحقوق المدنية تلك الآليات المتزايدة للمراقبة والتفحص والتي أصبحت تهدد حرياتهم وحقوقهم، إلا أن الأحداث الكبيرة تحدثا فرقا في العلوم الاجتماعية،

2. **الإسلاموفوبيا وزيادة القيود على الجاليات:** حيث أصبحت هذه الجاليات تعاني من قيود إضافية ومراقبة لصيقة لأنشطتها، بل وإغلاق بعض الجمعيات الخاصة بها، كما أنها عانت بالفعل من حملات تشويه كبيرة، كما عانت الجاليات خصوصا الإسلامية منها حملات تشويه أوسع، فالنقاشات والمخاوف التي طرأت بعد 09/11 حول الخوف من تزايد النشاط الإرهابي العابر للحدود، وربطه بالجماعات الإسلامية المتطرفة، أنتج تلك الجدلية المبنية على الخوف/العداء[1]، وهي الجدلية التي أدت الى تنامي العداء ضد المسلمين وما يمثلونه وقد قادة هذه الحملات منابر إعلامية وأكاديميين وسياسيين وتبنوا تلك الظاهرة الاجتماعية النفسية التي تعرف بالإسلاموفوبيا، والتي تعرف على انها وليدة تداخلات وتعارضات مصلحية وحضارية في شكل العلاقة بين الإسلام والغرب خصوصا بفترة ما بعد الحرب الباردة وهو الطرح الذي تبنته نظرية "صراع الحضارات"[2] لهنتنغتون، لتأتي أحداث 09/11 وتعيد رسم وتوسيع دائرة معتنقي الإسلاموفوبيا، كما أن هذه الأحداث حفزت الإدارة الأمريكية لإعادة صياغة مبدأ الإدماج لمواجهة تحديات فترة ما بعد الحرب الباردة، والسعي لإدماج الدول الإسلامية ضمن مشروعه لأمركة المنطقة "إن الهدف الأساسي للسياسة الخارجية الامريكية في القرن الواحد والعشرين، هو إدماج بلدان، ومنظمات أخرى في الترتيبات التي ستدعم عالما يتسق مع المصالح والقيم الأمريكية" [3]، ومما سبق اتخذت الولايات المتحدة الإسلام كعدو يجب مجابهته والحد منه بما يتلاءم مع طموحها التوسعي، ولا بديل عن تبني خطاب الإسلاموفوبيا لكسب القبول الداخلي ودعم الرأي العام الداخلي والدولي، خصوصا للدول الغربية.

ومن جهة أخرى كانت الأحداث ذريعة للانحياز التشريعي ضد الجاليات، ففي قانون "الأدلة السرية" الذي تبنته الإدارة الأمريكية والذي صمم خصيصا للمشتبه بهم من المسلمين، حيث يحاكمون ويدانون دون معرفته أو محاميهم تفاصيل الأدلة أو أسباب الاتهام، حيث انشأ هذا القانون بموجب قانون مكافحة الإرهاب وعقوبة الإعدام الفعالة سنة 1996 وعلى اثره انشأت محكمة جديدة مكلفة فقط بقضايا ترحيل الأجانب

[1] بوالروايح، إسماعيل. "الإسلاموفوبيا كمحدد للسياسة الخارجية الأمريكية في الساحل الإفريقي" **.المجلة الجزائرية للأمن والتنمية** ..مج. 2012، ع. 2، 2012، ص . 78-103.

[2] صمويل بي. هنتنجون، **صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي**. تر: طلعت الشايب (بغداد: دار سطور للنشر والتوزيع، 1999).

[3] مايكل هدسون، "مآزق إمبريالية: إدارة المناطق الجامحة"، **المستقبل العربي** مج. 25، ع. 284، 2002، ص . 38-53.

المتهمين بممارسة النشاطات الإرهابية استنادا الى معلومات وأدلة ذات طابع سري، ووسع بموجب قانون اصلاح الهجرة غير الشرعية ليشمل حتى المهاجرين الشرعيين ورفض الكفالة، وأقيمت دعوات قضائية لإلغاء هذا القانون بداعي ان المرحلين اغلبهم من دول ذات أنظمة دكتاتورية قمعية بسجون سيئة السمعة، لكن بعد 11-09 حصلت زيادة في استغلال هذا القانون لتبرير الاحتجاز وغيره من العقوبات القانونية وكان مرادفا لسجن غوانتانامو، وتعدى القانون الحدود في اطار التبني العالمي لاستراتيجيات مكافحة الإرهاب وطبق في المملكة المتحدة وكندا باسم الاحتجاز الإداري، وإجراءات أوامر المراقبة في المملكة المتحدة، كما استخدم مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة أدلة سرية في عملية ادراج الأشخاص المرتبطين بالقاعدة بموجب قرار مجلس الأمن 1267.[1]

الفرع الثاني: تطور الاهتمام بالعلاقات المدنية العسكرية CIMIC

حيث انه نتيجة للالتباس وغياب التخطيط الفعال والذي -أدى- لأحداث 09/11 تم إنشاء القيادة الشمالية للجيش الأمريكي أو ما يعرف اختصارا بـ USNORTHCOM في أكتوبر 2002[2]، وتشمل مسؤولية هذه القيادة الولايات المتحدة وألاسكا وكندا والمكسيك. ومضيق فلوريدا وخليج المكسيك. كما أن التعاون الأمني مع كندا والمكسيك هو أيضاً من مسؤولية قائدها.

وتهدف هذه القيادة الى السيطرة على جهود الدفاع عن الوطن (الأمن الداخلي) بالإضافة الى التنسيق مع السلطات المدنية (الدعم المدني)، ويعرف الأمن الداخلي بانه "مراعاة الجهد الوطني المنسق لمنع الهجمات الإرهابية داخل الولايات المتحدة والحد من تعرضها للإرهاب، وتقليل الأضرار والتعافي من الهجمات التي تحدث"، أما الدعم المدني فيقصد به " دعم وزارة الدفاع، بما في ذلك استخدام القوات العسكرية الاتحادية، والموظفين المدنيين والمقاولين في الإدارة، ووزارة الدفاع وأصولها، في حالات الطوارئ المحلية وللأنشطة المحددة لإنفاذ القانون وغيرها من الأنشطة". ومن فوائد إنشاء هذه القيادة هو محاولة توحيد الجهود في عمليات الدعم المدني كالإغاثة ومكافحة المخدرات وإدارة مكافحة الإرهاب، عن طريق التنسيق وتبادل المعلومات بين مختلف الوكالات ويكون تدخلها إلا بطلب من الوكالات المخول قانونا بالعمل الداخلي. *ولأجل أن تكون القيادة الشمالية ذات كفاءة في العمل فقد قسمت الى وحدات (القيادات العمليات الخاصة، قوات المشاة، قوات الأسطول، القوات الجوية، الجيش الأمريكي الشمالي، فرقة العمل المشتركة الشمالية، الدعم المدني لفرقة

---

[1] Kent, Roach. **"Secret evidence and its alternatives**." In Post 9/11 and the State of Permanent Legal Emergency: Security and Human Rights, Edit by: Aniceto Masferrer,. (New York: Springer, 2012), pp. 179-200.

[2] "**A Short History of U.S. Northern Command**." U.S. Northern Command, 2018. At: https://bit.ly/3uozaHz

- حيث أن قانون بوسي كوميتاتوس Posse Comitatus Act وهو قانون اتحادي للولايات المتحدة وقع في 18 يونيو 1878، من قبل الرئيس روثرفورد هايز يحد من صلاحيات الحكومة الاتحادية في استخدام الأفراد العسكريين الاتحاديين لفرض السياسات الداخلية داخل الولايات المتحدة.

العمل المشتركة)[1]. كما ضمت ووكالات متخصصة كل تؤدي مهامها عبر التعاون مع مختلف الجهات والوكالات الأخرى.

ولنفس الأسباب وفي إطار إعادة تحديث البنى التنظيمية والاتحادية في 20 سبتمبر 2001 تم إنشاء مكتب جديد تابع للبيت الأبيض أطلق عليه مكتب الأمن الداخلي[2]، وقبل ثمانية أشهر من حلول الذكرى السنوية الثانية لهجمات سبتمبر، تحول هذا المكتب إلى وزارة كاملة للأمن الداخلي، تقوم بالتعامل مع القضايا الأمنية. كما الحق بها "المركز المتكامل لمواجهة التهديد الإرهابي"[3]، والذي مهمته التنسيق بين الأجهزة الأمريكية المختلفة العاملة في مجال الاستخبارات.

كما يمكن استغلال المفاهيم والإجراءات التي تحملها هذه العلاقة في إطار الصراعات العسكرية ومناطق النزاع وإعادة الإعمار، حيث كثير ما تلحق بالبعثات العسكرية وكالة لدعم العلاقات المدنية العسكرية وتسمى رسميا بعملية استقرار أو المساعدة الإنسانية الأجنبية أو إدارة العواقب الأجنبية وتعرف بانها : "أنشطة تقوم على استغلال العلاقات بين القوات العسكرية والمنظمات والسلطات المدنية الحكومية وغير الحكومية، والسكان المدنيين في منطقة عمليات صديقة أو محايدة أو معادية من أجل تسهيل العمليات العسكرية، لتوحيد و تحقيق أهداف الولايات المتحدة العملياتية. وقد تشمل العمليات المدنية والعسكرية أداء القوات العسكرية للأنشطة والوظائف التي عادة ما تكون من مسؤولية الحكومة المحلية أو الإقليمية أو الوطنية. قد تحدث هذه الأنشطة قبل أو أثناء أو بعد الأعمال العسكرية الأخرى. قد تحدث أيضًا، حتى في غياب عمليات عسكرية أخرى. ويمكن تنفيذ العمليات المدنية العسكرية من قبل الشؤون المدنية المعينة، أو القوات العسكرية الأخرى، أو مزيج من الشؤون المدنية والقوات الأخرى"[4]

تتمثل مهامها في:

- تلبية احتياجات السكان من حيث سلامتهم الشخصية، والدعم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي.
- استعادة السلام واسترضاء المشاعر المناهضة للبعثة مثل: العدوانية، الكراهية.
- تعزيز المصالح الوطنية.

[1] "About USNORTHCOM." North Command, 2013., At: https://bit.ly/3AVRKIo

[2] محمد مصطفى كمال، "أحداث 11 سبتمبر والأمن القومي الأمريكي"، مراجعة للأجهزة والسياسات، **مجلة السياسة الدولية**، ع 147، يناير 2002

3 خالد داود، "**قبل أيام من حلول الذكرى السنوية الثانية لهجمات سبتمبر**"، جريدة الأهرام المصرية،ديسمبر 2014، في: https://bit.ly/3sicFkW

[4] U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-13: Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures (FM 3-13),** Nov 2003, p. 53.

- تُفوض مشاريع التعاون المدني - العسكري في كثير من الأحيان إلى المنظمات غير الحكومية والشركات المحلية التي لديها معرفة جيدة بالأراضي. ويقود فريق التعاون المدني - العسكري إلى توفير الموارد البشرية والمادية من فرقة العمل لضمان التقدم الجيد ونجاح المشروع.

وباختصار ترتكز مهام دعم العلاقات المدنية العسكرية في ثلاث نقاط أساسية هي:

- **دعم القوات**: أي دعم نشاط مختلف القوات والوكالات في نشاطاتها التعاونية مع السكان المحليين
- **دعم الاتصال المدني-العسكري**: من التنسيق والتخطيط المشترك مع الوكالات المدنية، من اجل دعم جهود العمليات العسكرية على الأرض
- **دعم حاجات البيئة المدنية**: أي تقديم كافة أشكال المساعدة من الخبرة، المعلومات، الأمن، البنية التحتية، بناء القدرات...[1]

في مجال الاستخبارات: نظرا لوجود تلك الحتمية بين الاستخبارات والمعلومات وجدوى إنفاذ القانون، وجب على أن تحوي كل قيادة مقاتلة على مديرية استخباراتية تهدف الى جمع المعلومات وتنسيق تبادلها من أجل الاستعداد لمجابهة التهديدات المحتملة خصوصا الإرهابية منها، والاستعداد للانتشار دعما للسلطات المدنية، ولأن "المعلومات الدقيقة وفي الوقت المناسب هي أساس كل عنصر من عناصر هذه الحملة لمكافحة الإرهاب، بما في ذلك العمليات الدبلوماسية والعسكرية والمالية والسياسية الأمريكية، كما أنها تحد على نحو كافٍ من الهجمات المستقبلية"[2]، والوظيفة الجديدة لاستخبارات القيادة الشمالية أنها تعمل على تحليل التهديدات الاستخباراتية التي تقع خارج الوطن الأم بالإضافة الى التهديدات الداخلية، وبالدمج بينهما يمكن خلق صورة واضحة عن منبع وهدف كل تهديد، أي أنها "تقوم برسم خريطة القاسم المشترك الأدنى لمتطلبات تبادل المعلومات على المستويات التكتيكية لتيسير تبادل المعلومات"[3].

أما من حيث آليات تنفيذ الحملات بناء على ما جمع من معلومات استخباراتية فانه يتم التنسيق بين القيادة والحرس الوطني بحكم انه المخول قانونا لتنفيذ العمليات داخل الوطن الأم كما يسمى، وبعد 09/11 اصبح الحرس الوطني هو حلقة الوصل لاستجابات الطوارئ بين المستويين الحكومي والاتحادي، خصوصا بعد التحديثات التي حدثت له بعد 09/11، ويكلف بالدفاع عن الهيئات والمصالح الحيوية وامتلك فريق دعم مدني لأسلحة الدمار الشامل في كل ولاية، مع استمراره في دعم متطلبات المتزايدة للجيش ومختلف القوات في اطار حملات مكافحة الإرهاب على المستوى الداخلي.

---

[1] North Atlantic Treaty (NATO). "Supreme Headquarters Allied Powers Europe. Allied Joint Publication 9 (AJP 9).", **Civil–Military Cooperation**. June 2003, pp. 11-12.

[2] Schalch, Margaret E. **Intelligence Reform: The" phoenix" of 9/11?** (Barracks: Army War Coll Carlisle, 2003). P. 16.

[3] Dan Caterinicchia, "Northcom cultures 'need to share", **Federal Computer Week**, Dec 2002, At: https://bit.ly/34dMbZS

ونظرا لتزايد التهديدات عبر الفضاء الإلكتروني، واستغلال منظمات الجريمة المنظمة خصوصا الإرهابية منها للفضاء الإلكتروني لتنفيذ هجمات سيبرانية أصبحت هناك علاقة بين استخبارات القيادة الشمالية تنسق مع استخبارات القيادة الجوية خصوصا قيادة العمليات الإلكترونية بها في مجال مكافحة التهديدات السيبرانية والتجسس، عبر معالجة الأدلة الرقمية والتحليل الإلكتروني لوسائل الإعلام المختلفة لأجل أنشطة مكافحة الاستخبارات، بالإضافة الى التعاون لتطوير البحوث والاختبار والتقييم.

الحرب النفسية: ففي ظل الصراعات الحديث وتطور أشكال التهديدات خصوصا التهديدات الغير تقليدية، زاد الاهتمام بأعمال التعاون المدني العسكري وتوطدت علاقتها مع الحرب النفسية، وأصبحت هذه المجالات أكثر أهمية، فكلا المجالين لهم من الإجراءات والأدوات ما يحقق أهداف التأثير وتوليد السلوكيات والمشاعر ذات الأهمية في مكافحة هذه التهديدات، فمن خلال نشر الرسائل إلى الأشخاص والجماهير يتم التأثير بصفة مباشرة أو غير مباشرة على تلك الشبكات الاجتماعية التي ينتمون إليها.

وتكمن أهمية العلاقة بين هذين المتغيرين أن مشاريع التعاون المدني-العسكري لديها سيناريو فرعي يتمثل في إعداد السكان المحليين لقبول مشاريع البعثة العسكرية عن طريق بث معلومات ضمن الشبكات الاجتماعية (خصوصا شبكات النفوذ)، سواءً عن طريق الدعم أو الاسترضاء أو الأحداث التي تجمع بين البعثة والسكان المحليين، حيث أن رسالة مشروع التعاون تكون في اغلب الأحيان في شكل ملموس، وهذه الرسالة تغطي كلا من أهداف الحرب النفسية ومشروع التعاون المدني العسكري.

أما من حيث العلاقة فإن وحدات العمليات العسكرية هي المسؤولة عن توفير الدعم الأساسي والمعلومات للعمليات المدنية-العسكرية، وذلك من خلال الدمج بين مجموعة الاعتبارات بشكل فعال:

- توفير المعلومات للقوات العسكرية بشأن موقع المدنيين وحالتهم وسلامتهم والخصائص المادية لمنطقة العمليات
- التأثير على موقف المدنيين تجاه السياسات العملياتية في المنطقة، وإعدادهم للمشاركة في الشؤون المدنية لمرحلة ما بعد الصراع
- تعظيم أنشطة الشؤون المدنية في مجال المساعدات الإنسانية، من خلال التركيز على النوايا الحسنة في مجال المساعدات الطبية والإعمار وأنشطة المرافق العامة.
- تنسيق الدعاية للجهود المبذولة من الولايات المتحدة في اطر برامج دعم السلام خصوصا في حالات الكوارث الطبيعية.
- إجراء تقييمات قبل وأثناء وبعد العملية لتحديد التطبيقات الأكثر فعالية لتوثيق النتائج

- تقديم الدعم المباشر لوحدات الشؤون المدنية التي تقوم بالعمليات الطارئة[1]

كما سبق وأشرنا الى أن أنشطة الدعم المدني – العسكري هي أنشطة الأفعال الملموسة، وأن أنشطة الحرب النفسية في اغلبها تركز على وقع الكلمات، فان العلاقة الحقيقية تكمن في ذلك التكامل (الأفعال مقابل الكلمات) من اجل إنجاح الحملات والعمليات وتحقيقها لغاياتها.

الفرع الثالث: التغيرات على مستوى البنية المؤسساتية

يعد احداث 09/11 مباشرة، قامت الكونغرس بإنشاء لجنة تحقيق سميت " لجنة تقصي الحقائق حول احداث 11 سبتمبر"[2]، والتي كان هدفها منع حدوث هجوم آخر مشابه لهذا الهجوم، وقد خرجت اللجنة لتقرير وتوصيات، حددت من خلاله أسباب الفشل المؤسسي والأمني الذي أدى لهذه الاحداث، أما التوصيات فقد تعلقت بالإجراءات الواجب القيام بها لمنع حدوث هجمات أخرى.

1. أسباب الفشل في التصدي للهجمات

اعتبرت احداث 11-09 فشلا من عدة مقاييس وهي المقاييس التي وضحها تقرير لجنة 11 سبتمبر[3]، وقد حدد التقرير أربع نقاط أساسية للفشل الذي أدى الى هذه الهجمات.

1.1 **الخيال لمجابهة التهديد:** ويقصد به عدم أخذ التهديدات بمحمل الجد، حتى يكون لدى صانع القرار كم من المعلومات تمكنه من فهم التهديد واستباقه، فالنقاش الذي كان دائرا قبل سبتمبر هو هل يمكن لتنظيم القاعدة ان تمثل تهديدا للولايات المتحدة؟، حيث كتب ريتشارد كلارك كبير مستشاري الأمن القومي للرئيس الأمريكي بوش في مذكراته ان أول مذكرة له الى وزيرة الخارجية آن ذاك كونداليزا رايس في جانفي 2001 "ان الحكومة تحتاج الى قرار على اعلى مستوى حول اذا ما كان تنظيم القاعدة يشكل تهديدا من الدرجة الأولى أم لا"، وقبل أسبوع من احداث 11 سبتمبر قدم مذكرة احتجاج لوزيرة الخارجية طبعا، حول تلكؤ البنتاغون ووكالة الاستخبارات المركزية في حسم امر مذكرته الأولى وأن السؤال الحقيقي هو "هل نحن جادون في التعامل مع القاعدة"[4]، حيث كان المعتقد العام انه لا يمكن لمجموعة صغيرة في افقر بلدان العالم ان تهدد الولايات المتحدة خصوصا بتهديدات تنطوي على كفاءة عالية وتكنولوجيا عالية "قيادة طائرات".

2.1. **الجانب السياسي**: فالحكومات الامريكية المتعاقبة كانت تميل الى التقليل من شأن التهديد الإرهابي المتزايد، فالآليات التي كانت قائمة لمعالجة هذا التهديد تقوم على المحاكمة والمعاقبة على الاعمال التي

[1] FM 3-05.301, op. cit, p 370.

[2] Kean, Thomas, and Lee Hamilton. "The 9/11 commission report: Final report of the national commission on terrorist attacks upon the United States". **Government Printing Office**, Vol. 3, 2004.

[3] ibid.

[4] Clarke, Richard A. **Against all enemies: Inside America's war on terror**. (New York :Simon and Schuster, 2008). p 276

يرتكبها الافراد في نطاق جغرافي بعيد عن الأراضي الامريكية، لذا دعا التقرير الى تحيين القوانين وآليات العقوبات بما يتناسب مع حجم التهديد، لتشمل العقوبات الانتقام والردع وحتى الحرب ضد الحكومات المعادية المتهمة بتشجيع ودعم الارهاب، وعلى الرغم من وجود أدلة لدى الإدارات المتعاقبة (فترة كلينتون وبداية فترة جورج بوش) لضلوع تنظيم القاعدة في عديد من الهجمات ضد اهداف أمريكية مثل الهجمات على السفارات الامريكية في شرق افريقيا وعلى المدمرة كول في خليج عدن حيث كانت الردود تتراوح بين التنديد والتحذير.

3.1. القدرات الأمنية والاستخباراتية: حيث انه ورغم تنامي التهديد الإرهابي الا ان القدرات الاستخباراتية تتمثل في مركز مكافحة الإرهاب ومديرية العمليات التابعة للاستخبارات المركزيةوالتي لم تكن تملك أي قدرات للقيام بعمليات شبه عسكرية[1]، حيث بقيت سياسة مكافحة الإرهاب ضمن مقيدة لمجموعة مدراء المستويات العليا ضمن الاستخبارات ومكتب التحقيقات الفيدرالي ودائرة الهجرة، وكان اهتمام هذه الدائرة هو تأمين الحدود وتحت إدارة وزارة العدل ووزارة النقل

4.1. **إدارة العمليات:** حيث انه وقبل 09/11 كان هناك ضعف وعدم وضوح للآليات تبادل المعلومات فيما بين الوكالات والهيئات المختلفة، سواءً من غير قصد او لعدم وجود السبل القانونية والاجرائية للتعاون والتبادل، فكانت هناك فجوات كبيرة في التنسيق والتعاون بين الوكالات مع تحديات القرن الواحد والعشرين، وكان أحد العناصر الفعالة المفقودة هو عدم وجود إدارة فعالة للعمليات تكفل تقاسم المهام والمعلومات.

2. البنية المؤسسية الجديدة

شكلت الاحداث تحديا كبيرا للبنية المؤسسية الامريكية عموما، وبنية مؤسسات الامن القومي بصفة خاصة، فقد اعتبر البعض انها اهم تحدي منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، لذلك وفي اطار التوصيات التي قدمها التقرير أنشئت بيروقراطيات جديدة -على المستوى الفيدرالي-، بما في ذلك وزارة الأمن الداخلي والمركز الوطني لمكافحة الإرهاب، وإعادة تنظيم مجتمع الاستخبارات وانشاء منصب مدير الاستخبارات الوطنية.

1.2. **إنشاء وزارة الأمن الداخلي:** تأسست هذه الوزارة في مارس 2002 وزارة الأمن الداخلي أو جهاز الأمن الداخلي DHS، وفي مطلع 2003 نقلت ودمجت بها مجموعة من الهيئات الفيدرالية من وزارات وهيئات أخرى، وأصبحت تابعة لهذه الوزارة المستحدثة، ، مثل "دائرة الهجرة التجنيس ودائرة الطوارئ التي كانت تابعة لوزارة العدل و إدارة امن النقل وخفر السواحل من وزارة النقل، ومركز التحليلات الوطنية ومركز الاتصالات الوطنية من وزارة الدفاع...."[2]. بالإضافة الى انشاء هيئات ووكالات مستجدة خاصة بها.

[1] Jones, Garrett. "It's a cultural thing: thoughts on a troubled CIA." **Orbis,** Vol. 50, no. 1, 2006, pp. 23-40.

[2] "Who Joined DHS", DHS official Site, At: https://www.dhs.gov/who-joined-dhs

وتختص وزارة الامن الداخلي بالمجال المدني لحماية الولايات المتحدة من الداخل، وذلك بمنع والاستعداد لحالات الطوارئ المحلية والكوارث وخاصة المتعلقة بالإرهاب ومكافحته[1].

2.2. **إصدار قوانين مكافحة الإرهاب وأمن الطيران:** حيث وافق الكونجرس الأمريكي على عدد من القوانين لتأمين الجبهة الداخلية ضد الإرهاب، أهمها ما عرف باسم القانون الوطني الأمريكي لعام2001، وقد تقدمت الإدارة الأمريكية بهذا المشروع بعد أحداث 11 سبتمبر بوقت قليل، ووافق عليه الكونجرس بأغلبية كبيرة، وقد تضمن هذه القانون، العديد من المواد التي دعمت من سلطات أجهزة الأمن الأمريكية في مواجهة الإرهاب ومن هذه المواد:

أ. إعطاء المدعى العام الأمريكي سلطة احتجاز الأجانب المشكوك في قيامهم بأنشطة إرهابية لمدة سبعة أيام دون توجيه اتهام لهم.

ب. إعطاء السلطات الفيدرالية الحق في التنصت على أجهزة التليفون المختلفة، التي يستخدمها الأفراد المشتبه فيهم وتسجيلها.

ج. أنه من حق أجهزة البحث الجنائي وأجهزة المخابرات المشاركة في المعلومات المتعلقة بالإرهابيين، كما أعطى القانون وزارة الخزانة سلطات أكبر لتُجمد الأرصدة المالية التي يشتبه بأنها تستهدف تمويل عمليات إرهابية.

د. كما نص القانون على زيادة أعداد قوات حرس الحدود على الحدود الشمالية للولايات المتحدة ثلاثة أضعاف، كما وافق على النصوص الخاصة بأمن الطيران والمطارات، حيث أصبح أمن المطارات-وفقاً لهذا القانون – ولأول مرة مهمة فيدرالية.

3. إصدار الرئيس الأمريكي -آن ذاك- جورج بوش الابن أمراً تنفيذياً بإنشاء محاكم عسكرية لمحاكمة غير المواطنين المتهمين بالإرهاب، وخاصة أعضاء تنظيم القاعدة، أو هؤلاء الذين قاموا بمساعدتهم في القيام بالأعمال الإرهابية أو توفير الحماية لهم. واستنادا للأمر التنفيذي، فإن الرئيس بوش وحده ستكون له سلطة تحديد من يمثل أمام هذه المحاكم من المتهمين، لتصدر المحكمة أحكامها بأغلبية الثلثين، ويمكن أن تصل أحكامها إلى الحكم بالإعدام، كما أن قراراتها نهائية، وغير قابلة للاستئناف.[2]

3.2. **إعادة هيكلة وزارة العدل:** لعبت وزارة العدل دوراً هاماً في حملة مكافحة الإرهاب برئاسة وزير العدل الأمريكي جون اشكروفت، فبالإضافة للدور التقليدي لوزارة العدل في التحقيق ومكافحة الإرهاب، فإنها

[1] Chertoff, Michael. "One Team, One Mission, Securing Our Homeland: USUS Department of Homeland Security Strategic Plan 2008-2013", **Department of Homeland Security Washington Dc**, 2008.

2 محمد مصطفى كمال، المرجع السابق.

اهتمت أيضاً بمنع عمليات إرهابية في المستقبل، وكما قال اشكروفت- في جلسة استماع أمام الكونجرس- لا يمكن أن ننتظر الإرهابيين ليقوموا بضربتهم من أجل أن نقوم بإجراء التحقيقات وعمليات القبض عليهم، بل يجب أن نمنع أولاً ثم نحاكم ثانياً.[1] كما أنشأت الوزارة وحدة خاصة لتعقب الإرهابيين الأجانب ومنعهم من دخول الولايات المتحدة، والقبض على الموجود منهم داخلها، وقد بدأت وزارة العدل عملها في مكافحة الإرهاب وبالتحقيق في أحداث 11 سبتمبر عن طريق التعرف الدول التي جاء منها مختطفو الطائرات، وتعرف على تاريخهم بالولايات المتحدة الأمريكية عن طريق معاملاتهم المالية والاتصالات التي قاموا بها، ليصبح الهدف بعد ذلك هو محاولة الوصول للأشخاص الذين يحتمل أنهم قدموا لهم المساعدة أو كانوا على علم بتلك العمليات أو عمليات أخرى في المستقبل.

3. إجراءات أخرى لحماية الأمن الداخلي

كذلك اتخذ عدد من الإجراءات الأخرى التي تهدف لحماية الأمن الأمريكي منها:

أ. منع وزارة الخارجية الأمريكية من منح تأشيرات سفر للولايات المتحدة الأمريكية للذكور من العرب والمسلمين ما بين سن 16 إلى 45 سنة، من 25 دولة مختلفة، حتى تقوم سلطات الهجرة والمباحث الفيدرالية بإجراء تحريات أمنية عنهم.

ب. زيادة دوريات الشرطة حول خطوط البترول والغاز والكباري والأنفاق والطرق الرئيسية التي قد تكون عرضة لهجمات إرهابية.

ج. حظر الطيران فوق المفاعلات النووية، مع تشديد الإجراءات الأمنية حولها.

1 المرجع نفسه.

المطلب الثالث: الاستراتيجية العالمية لمكافحة الإرهاب وتأثيراتها على بنية النظام الدولي

هناك احداث قليلة والتي يمكن ان يكون لها الأثر الواضح في تغير السياسة الخارجية لاي دولة، فالحرب العالمية على الإرهاب التي اقرتها الولايات المتحدة في اعقاب 09/11، تتقاطع لا محالة مع سياستها الخارجية الاوسع نطاقا، فهذه الحملة ذات الابعاد العالمية تحمل في طياتها عناصر أكثر صعوبة وتعقيد من حمايتها لمصالحها في الخارج، فمحاولة الدمج بين هذه السياسة المتعلقة بالتعامل مع الدول والجماهير الأجنبية قبل تلك والاحداث وبعدها، قد يظهر قطيعة بين الفترتين.

الفرع الأول: آثار هجمات الحادي عشر من سبتمبر على السياسة الخارجية الأمريكية

تركت هجمات 11 سبتمبر بصمات واضحة على نمط السياسة الخارجية الأمريكية وتوجهاتها ونظرتها إلى العالم وترتيب أولوياتها، وكذلك تصنيفها لقوائم الحلفاء والأعداء، ومن أهم تداعيات أحداث 11 سبتمبر على السياسة الخارجية الأمريكية ما يلي:

1. حدوث تصادم بين اتجاهين في السياسة الخارجية الأمريكية، الأول يدعو إلى التدخل والانخراط التام في شؤون العالم وقضاياه، باعتبار أن موقع الولايات المتحدة الأمريكية ومكانتها ومصالحها القومية تنتشر في طول العالم وعرضه، وهذا الأمر يمكنها معه الانسحاب من مواقع النفوذ ومسارات السياسة الإقليمية في مناطق العالم المختلفة، ويُؤمن الديمقراطيون بهذا الاتجاه ويدافعون عنه.[1] أما الثاني يدعو إلى الانسحاب من القضايا الدولية والتقوقع الداخلي والبعد عن التدخل في مناطق العالم المختلفة، لأنه جر عليها عداء كثير من الشعوب ولا يحقق مصالح للولايات المتحدة بما يتناسب مع الثمن الذي تدفعه جراء ذلك، ويعتمد هذا الاتجاه الجمهوريون المسيطرون على الإدارة الأمريكية بقيادة جورج بوش حينئذ،[2] غير أن الإدارة الأمريكية من الصعب عليها اعتماد هذه السياسة، فالرد على الهجمات التي نالت من مكانة الولايات المتحدة الأمريكية دفعها إلى الانخراط في مناطق لم تكن راغبة في الانخراط فيها، فإصلاح الأضرار الجسيمة التي لحقت بصورة الولايات المتحدة الأمريكية بوصفها قوة عظمى، يفترض تدخلاً وانخراطا في العالم، وليس مزيداً من الانعزال، لأن الانعزال قد يفهم منه أنه انسحاب من الميدان وهزيمة سياسية ومعنوية أخرى.

2. وفرت هذه العمليات غطاءً دبلوماسيا للولايات المتحدة الأمريكية لتنفيذ سياسات متطرفة، واتخاذ إجراءات إقليمية ودولية، لم يكن بالإمكان قبولها في مرحلة ما قبل الهجمات، فقد أتبعت الإدارة الأمريكية سياسة خارجية مستقلة وصارمة، غير عابئة ببقية دول العالم.

---

1 السيد ولد أباه، **عالم ما بعد 11 سبتمبر 2001: الاشكالات الفكرية والإستراتيجية**، (القاهرة: مكتبة مدبولي، ط1، 2004)، ص. 34.

2 كونداليزا رايس "**إستراتيجية الامن القومي لدى الرئيس**"، في: أرون، ستلزر، المحافظون الجدد، تر: فاضل جتكر، (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 2005)، ص. 133.

3. أثرت تلك الهجمات على تعامل الإدارة الأمريكية مع مختلف دول العالم، حيث حدث تصادم بين دول كانت حليفة للولايات المتحدة، بسبب الاختلاف حول السياسات التي تنتهجها الولايات المتحدة بعد أحداث 11 سبتمبر (مثل فرنسا وألمانيا)، كما حدث تقارب بين الولايات المتحدة ودول كانت في مصاف المنافسين لها مثل روسيا. (قبل الأزمتين السورية والأوكرانية)

حيث اتخذت السياسة الخارجية الأمريكية من أحداث 11 سبتمبر نقطة انطلاق من أجل تغيير النظام الدولي، والتغيير المقصود هنا، هو تغيير في قواعد إدارة العلاقات الدولية، وتغيير في أنظمة بعض الدول على النحو الذي يثبت أحادية القطب الأمريكي وسيطرته على النظام الدولي، ونشر مبدأ الحرية الذي اتخذته الولايات المتحدة الأمريكية معياراً لسياستها منذ انخراطها في شؤون العلاقات الدولية.

وهذه الرؤية الأمريكية لا تقر سياسة الاحتواء وتوازن القوى وإستراتيجيات الردع، كما أنها لا تتعدى القواعد القانونية التي قامت عليها حركة العلاقات الدولية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، والسبب في ذلك هو حدوث تغير في الأساس الفلسفي للرؤية الأمريكية حينها لمستقبل النظام الدولي. فبعد أن كانت الولايات المتحدة الأمريكية تتزعم فريق الدول الداعية إلى الحفاظ على الوضع القائم، والاعتماد على مفاهيم وسياسات توازن القوى، أصبح واجباً أن تتحول إلى قوة داعية إلى تغيير النظام الدولي، حتى ولو استلزم ذلك عدم احترام مبادئ السيادة الوطنية للدول، بل وإمكانية التدخل في الشئون الداخلية، وكان سبيل التغيير من خلال تشكيل ائتلاف مع الدول الحليفة الجاهزة للتدخل، مثل بريطانيا. كما وضعت في حسبانها إمكان التدخل المنفرد من أجل تنفيذ هذا التغيير.

ووفقاً لهذه الرؤية الجديدة للمحافظين الجدد، فإن العبرة في التدخل من أجل التغيير وليس من المهم أن يكون هذا التغيير موافقاً للمبادئ والقواعد الدولية التي ينص عليها ميثاق الأمم المتحدة، أو الاتفاقيات والأعراف الدولية، ولكن من المهم هو ما إذا كان التدخل محدثاً للتغيير في الأوضاع السياسية والاقتصادية الداخلية نحو الأحسن أو نحو الأسوأ.[1]

إن تنفيذ سياسة التغيير في الأنظمة الحاكمة بالدول، وفي شكل العلاقات الدولية، يعتمد على القوة الأمريكية، أو بالأحرى على التفوق الأمريكي عسكرياً واقتصادياً، مع تعزيز لأدوار أخرى، مثل عناصر الاستخبارات، أو القوات الخاصة أو أدوات الإعلام، فضلاً عن تطوير إدارة المساعدات الاقتصادية بتوجيهها لتحقيق هدف التغيير، وطبقاً لرؤية المحافظين الجدد، فإنه يتعين على الولايات المتحدة الأمريكية أن تحافظ على مستوى تفوق كاسح على كل القوى الكبرى الأخرى حلفاء وأصدقاء وخصوم، ولذلك زادت إدارة جورج

[1] المرجع نفسه. ص. 135.

بوش الاتفاق العسكري من 232 مليار دولار إلى 352 ثم إلى 400 مليار دولار، ثم إلى 470 مليار دولار في أعوام 2002، 2003، 2004، كما بلغت ميزانية وزارة الأمن الداخلي حوالي 60 مليار دولار.

ويرى أصحاب سياسة التغيير في الأنظمة والدول، أن هذا التغيير يرتبط بالأخطار التي تهدد الأمن الأمريكي والدولي، ولقد كان لأحداث 11 سبتمبر، أثرها الكبير في تحديد تلك الأخطار، فالإرهاب الدولي هو أول مصادر التهديد وأخطرها، ويليه الأنظمة الديكتاتورية الحاكمة في دول محور الشر، ثم الخلل في البنيان الاجتماعي والسياسي في بعض الدول الصديقة للولايات المتحدة الأمريكية، ثم بعض الصراعات الإقليمية التي قد تؤدى إلى تهديد أمن المناطق التي تقع فيها أو الأمن الدولي على اتساعه[1]، ومن ثم كان هناك هدفان على خريطة الأولويات الأمريكية:

الأول: يتمثل في ضرب حركات الإرهاب، خاصة تنظيم القاعدة الذي يعد أكبر هذه الحركات وأخطرها، وذلك باستخدام القوة العسكرية والاستخباراتية والمعلوماتية.

الثاني: ويتمثل في تغيير الأنظمة الديكتاتورية التي تدعم الإرهاب دعماً مباشراً، أو التي يمثل وجودها دعماً للإرهاب، من خلال عدائها للحرية والديمقراطية، ومثال ذلك دول "محور الشر".

مما لا شك فيه أن أحداث 11 سبتمبر أدت إلى تغيير واضح في الإستراتيجية الأمريكية وفيما يلي أبرز ملامحها:

1. اتجه الخطاب السياسي الأمريكي إلى تدويل الأزمة أو إلى عولمة الأزمة، والمنطق الأمريكي في هذا الشأن أن ما تعرضت له الولايات المتحدة الأمريكية هو عمل من أعمال الإرهاب الدولي، وأن العالم كله معرض لمثل هذه الهجمات ما لم يتحالف مع الولايات المتحدة الأمريكية لمواجهة هذا العدو الجديد الذي لم تتحدد ملامحه ولم تعرف أساليبه وإستراتيجياته بعد.[2]

2. تصنيف الدول، تبعاً لموقفها من التحالف الدولي لمكافحة الإرهاب،[3] حيث ذكر الرئيس الأمريكي جورج بوش الابن أن الدول التي لم تقف مع الولايات المتحدة الأمريكية فهي مع الإرهاب، وبدأت في البحث عن نقطة موضوعية تستطيع من خلالها أن تنسج خيوط التحالف ضد الإرهاب ووجدت أن أنسب نقطة هي "الإسلام السياسي" الذي أتسع نشاطه مع السنوات الأخيرة بصورة أوجدت حساسية وقلق لعديد من القوى في العالم مثل الهند وروسيا والصين ودول الإتحاد الأوروبي.

---

[1] أحمد عبد الخالق، **الإرهاب ومستقبل النظام العالمي**، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007)، ص.58.

[2] أليكس كالينيكوس، **الإستراتيجية الكبرى للإمبراطورية الأمريكية**، (مصر: مركز الدراسات الاشتراكية، بدون سنة نشر)، ص.9.

[3] "Countries Designated as State Sponsors of Terrorism". U.S. Department of State.2007, At: https://bit.ly/3HH8Rk1

3. طرحت الولايات المتحدة الأمريكية دعوة إلى تجفيف المنابع المالية والاقتصادية لما تسميه بالإرهاب، كما حاولت توظيف هذه الأزمة من أجل تحقيق مصالح ومنابع وفوائد جديدة تساعدها على الاحتفاظ بموقعها المتميز على قمة النظام العالمي، وذلك من خلال السيطرة على موقع إستراتيجي هام بالقرب من الدول التي يمكن أن تشكل مصدر تهديد للمصالح الحيوية الأمريكية (روسيا– الصين – إيران)، وكذلك السيطرة على مواقع الطاقة المحتملة في المستقبل (بترول بحر قزوين) مع إحكام السيطرة على مناطق النفوذ التقليدية.

4. كما تحددت معالم الإستراتيجية الأمريكية في الاتجاه نحو القيام بعمل عسكري كبير تتوافر له ضمانات تحقيق الانتصار بأقل تكلفة ممكنة، مع تصوير العدو بصورة مبالغ فيها، وكانت أفغانستان هي الميدان المناسب لتلك العمليات العسكرية التي هدفت في المقام الأول إلى تحقيق التماسك الداخلي خلف الإدارة الأمريكية، والتأكيد على أن الأمة الأمريكية في حالة حرب مع عدو خطير يهدد الحضارة والمدنية والقيم الأمريكية، وفى الوقت نفسه انتهجت الولايات المتحدة الأمريكية إستراتيجية "الضربات الوقائية"[1] وهى الإستراتيجية القائمة على ضرورة القيام بعمل عسكري ضد أي دولة، ترى الولايات المتحدة أنها قد تشكل تهديداً لأمنها. وفى إطار هذه الإستراتيجية، كان قيام الولايات المتحدة الأمريكية فيما بعد بغزو العراق، بحجة امتلاكه لأسلحة دمار شامل يهدد الأمن القومي الأمريكي.

5. كما استغلت الولايات المتحدة الأمريكية أحداث 11 سبتمبر والحرب ضد الإرهاب، لتحقيق هدف مزدوج وهو السيطرة على أفغانستان من ناحية، وبسط سيطرتها على منطقة آسيا الوسطى من ناحية أخرى، كما هدفت أيضاً إلى محاصرة النفوذ الإيراني في المنطقة من ناحية ثالثة، علاوة على ضبط الاقتراب من القوى النووية في جنوبي آسيا (الهند وباكستان)، لإحباط أي حرب إقليمية في هذه المنطقة، قد تؤثر مستقبلاً على موازين القوى في المنطقة.[2]

الفرع الثاني: الحرب الوقائية كإعادة صياغة للسياسة الخارجية

ظلت سياسة الردع والاحتواء مرتكزا للسياسة الامريكية لعقود خصوصا اثناء وبعيد الحرب الباردة، فسيطرت الولايات المتحدة على النظام الدولي وانفرادها بالريادة العسكرية والاقتصادية بعد انهيار الاتحاد السوفياتي وضع صانع القرار الأمريكي في حالة من شبه اليقين ان الأمن الداخلي مضمون وليس هناك قوة يمكنها ان تهدده، لكن عملت الأحداث التي وقعت في العقود القليلة الماضية باستمرار على تعديل مفهوم وفلسفة الحرب، والعنف السياسي، والإرهاب، والحرب العالمية. وقد شهدت السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين تحدياً إضافياً للمفاهيم التي كانت قائمة في السابق، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى هجمات 11

[1] دراسة بحثية بعنوان، "عام على تداعيات أحداث 11 سبتمبر"، **أكاديمية ناصر**، 2002، ص.6.

[2] وناسي لزهر، **الإستراتيجية الامريكية في آسيا الوسطى و انعكاساتها الاقليمية بعد أحداث 11 سبتمبر**، رسالة ماجستير، منشورة (جامعة باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2009)، ص . 129-139.

سبتمبر، وما يسمى بالحرب على الإرهاب وما تلاها. والواقع أن هذه غيرت فهم العديد من هذه القضايا. حتى وان لم تكن سببا في اختراع او صياغة هذا المفهوم، إلا أنها تشكل مثال على حرب وقائية شاملة والذي اعتمدته الولايات المتحدة كاستراتيجية رسمية للدفاع الوطني منذ تصريح الرئيس الأمريكي جورج بوش سنة 2002 "إن الردع لا يفعل شيئا ضد الخلايا الإرهابية غير المرئية والتي تعمل كالأشباح، ليس لها وطن محدد، ولا موطن مسؤول عن حمايتها.. ان انتظرنا التهديد فإننا سننتظر طويلا"[1].

ولقد تبلورت مقومات هذا المفهوم في استراتيجية الأمن القومي لسنة 2002. الخاصة بمكافحة الإرهاب حيث بينت التمايز الذي حدث على مستوى الاستراتيجية الأمريكية في ضوء التحديات الأمنية الجديدة، وهنا حدث الانتقال من الردع والاحتواء إلى الوقاية بصفة رسمية تنفيذية. حيث جاء فيها " وكمسألة منطقية ودفاع عن النفس، فإن أميركا سوف تعمل ضد مثل هذه التهديدات الناشئة قبل تشكيلها بالكاملة"[2]، ثم أكد مبدأ الضربة الوقائية بشكل قاطع في استراتيجية الوطنية لمكافحة الإرهاب "لا يمكننا أن ننتظر الإرهابيين أن يهجموا ثم نرد.. سيكون منع الجماعات الإرهابية من الحصول على التكنولوجيا ولاسيما تلك التي تدعم أسلحة دمار الشامل من اعلى أولوياتنا... عندما تثبت الدول أنها مترددة أو غير راغبة في الوفاء بالتزاماتها الدولية بحرمان الإرهابيين من الدعم والملاذ الآمن، فإن الولايات المتحدة بالتعاون مع الأصدقاء والحلفاء، وان لزم الأمر ستتصرف بشكل مستقل وستتخذ الخطوات المناسبة لإقناعهم بتغيير سياستهم"[3].

وقد كان ما قامت به إدارة بوش خروجا على النموذج التقليدي الذي كان ينضم اتفاقيات الحرب الدولية لعقود من الزمن، فقد انعشت الحرب على الإرهاب نقاشا طويلا حول هذه الاستراتيجية سواءً بتطبيقها او حظرها، ويتعلق وهذا النقاش بالضبابية التي تحيط بتطبيقها سواء تعلق بالظروف الواجب توفرها لاستخدامها أو الهيئات الشرعية التي يمكن ان تعطي الاذن لاستخدامها، ويرجع السبب في ذلك الى تداخل والتشابه بين مفهوم الحرب الوقائية وحروب العدوان والتدخل، فالحرب الوقائية في ابسط تعريفاتها هي نقل المعركة الى العدو، وزعزعة خططه ومواجهة اسوء تهديداته قبل أن تظهر حيث تعرفها المستشارة الأمن القومي في إدارة بوش بان الضربة الوقائية هي "استباق الفعل -فعل التدمير الذي يقوم به عدوك ضدك"[4]، وهو ما يحيل الى ذلك التباين في كيفية فهمها حيث ان كثير من الأفعال يمكن ان تفسر بانها فعل وقائي

[1] زهرة تيغرة.. "الضربات الوقائية في الاستراتيجية الأمنية الأمريكية الضربات الوقائية **".دراسات استراتيجية**، مج. 08، ع. 17، 2020، ص . 69-88.

[2] Bush, George W. "The national security strategy of the United States of America". **Executive Office of The President**, Washington DC, Sep 2002. p. 3.

[3] US Department of State. "**National Strategy for Combating Terrorism**." Washington, Feb 2003., pp. 15-17 .

[4] سوسن اسماعيل محمد. "إيران في دائرة استراتيجية الضربة الوقائية الامريكية (إيران وتداعيات الحرب الامريكية على العراق." **مجلة دراسات دولية**، مج. 31، ع. 32، 2006، ص . 147-166.

واستخدمت تعبيرات كثيرة للتعبير عنها كالتدخل الوقائي، الدفاع عن النفس الاستباقي، القوة الوقائية ضمن اجندات كثير من الدول المتنافسة. ذلك ان الاختلافات الاصطلاحية قد تستخدم لتشويه وإعادة تفسير الحرب الوقائية حسب الاجندات وربطها مع مفاهيم بعيد كل البعد عن الهدف الحقيقي منها كالدفاع عن النفس والوقاية. لكن الثابت في أي اصطلاح مستخدم للحرب الوقائية هو توفر عنصري "التهديد والخوف" من التحركات المستقبلية للعدو، بالإضافة الى انها ترتبط ارتباطا وثيقا بالتدابير العسكرية، والذي هو مفهوم الحرب الوقائية ابان الحرب الباردة. غير ان التغير في بنية النظام الدولي والتغير في طبيعة التهديد، لذلك لإزالة ذلك التوجس من الاستخدام غير المقبول للحرب الوقائية فان إدارة بوش ربطت بين الحرب الوقائية وتوفر مجموعة من الظروف التي لأجلها يتوفر عنصر تهدد الامن والسلم الدوليين وهي:

- استخدامها في إطار استراتيجية الحرب على الإرهاب
- إزالة المقدرات الخطيرة التي تهدد الأمن والسلم الدوليين
- التدخل لا يكون الا على الدولة التي تصنف على انها دولة فاشلة
- لا تستخدم الا لتغيير النظام الذي يمثل تهديدا.[1]

حيث ترتكز استراتيجية الحرب الوقائية على وجود تهديدين رئيسيين هما الدولة الفاشلة (المارقة) والإرهاب، وهما ما تعتبرهما الولايات المتحدة أهم مهددات السلم والامن الدوليين، حيث أن الجمع بين الراديكالية والتكنولوجيا المتمثلة في أسلحة الدمار الشامل يمكن أن يؤدي الى تهديدات لا يمكن ردعها[2] والتي يجب على المجتمع الدولي استباق ذلك قبل وقوعه، وهو الأمر الذي سعت الولايات المتحدة من خلاله لتبرير تدخلاتها العسكرية حتى قبل حدوثها وذلك عن طريق تكييف التهديدات -الوشيكة- عن طريق معرفة وتقييم مقدرات الدول -المارقة-، ففي الماضي يعني التهديد الوشيك مجموعة من المؤشرات الواضحة مثل تحركات القوات العسكرية للعدو نحو مناطق يعتبر وجوده بها تهديد (الحدود، مناطق النزاع...)، الا أن الاستراتيجية الجديدة ماهت بين الاستباق والوقاية،

الفرع الثالث: التغير في مفهوم استخدام القوة

العلاقات الدولية هي مجال علمي متعدد الجوانب يبدو أن التغيرات الداخلية به أكثر ثباتا من كونها أمورا طارئة، فمستوى التعقيد في معالجة هذه التغيرات يتطلب تحديثا ومراجعات لافتراضاتها وإعادة صياغة لكثير من المفاهيم السائدة، ولعل ابرز تلك المفاهيم هو مفهوم القوة حيث يعرفها جوزيف ناي والذي يعد أبرز منظريها بأنها: "القدرة على القيام بأشياء في وضع اجتماعي ما للتأثير على الآخرين للحصول على النتيجة التي

[1] Steinberg, James. "Preventive Force in US National Security Strategy." **Survival**, Vol. 47, no. 4, 2005, p p. 55-72.

[2] فرانسيس فوكوياما، **أمريكا على مفترق الطرق: ما بعد المحافظين الجدد**، تر: محمد محمود التوبة، (الرياض، مكتبة العبيكان، 2007). ص. 96.

نريدها"[1]، حيث يشير هذا المفهوم إلى نقطة مرجعية ضمن العلاقات والتي هي نية ممارسة السلطة إلى الحد الذي تحصل فيه على النتائج المرجوة لكن في ظل وجود مصالح متضاربة ضمن منظومة التفاعل، أي ان القدرة على ممارسة السلطة ترتبط بالآليات والقدرات التي يمتلكها الآخر كذلك، وبالتالي فمجال المفهوم يتم تصوره على انه "قوة علائقية"، وهو ما أشار اليه ناي إلى ان القدرة على تغيير السلوكيات ترتبط بثلاث متغيرات أساسية هي:

1. القدرة على فرض التغيير وترتبط بالموارد (العسكرية والاقتصادية) التي تمنح سلطة الإكراه للفاعل
2. القدرة على التحكم في آليات العمل وجدول الأعمال
3. القدرة على تحديد التفضيلات وترتبط بالمؤسسات الاجتماعية والأيديولوجية والثقافية والقيادات[2]

حيث يتأسس تقسيم القوة على وجود الوسائل الملموسة وغير الملموسة للممارسة السلطة، وتقسم إلى:

1. **القوة الصلبة:** والتي هي قدرة الدول على الحصول على ما تريد من خلال العقاب والمكافأة، وبالتالي بالسياسة الموجهة عن طريق القوة الصلبة ترتبط بامتلاك الموارد الاقتصادية والعسكرية، الذين يكفلان فاعلية التهديد وجدواه لتغيير السياسات والسلوكيات.
2. **القوة الناعمة:** هو المفهوم الذي صاغه ناي وعرفها بانها: القدرة على الحصول على ما تريد عن طريق الجاذبية وليس الإكراه"[3]، فعندما تقدم دولة ما المثل على شرعية نظامها وازدهار نظامها الاقتصادي فإنها هذه الأمور تحدث جاذبية نحونا من طرف الآخرين ويحاولون محاكات نموذجها، فمصادر القوة الناعمة ستكون الثقافة والمثل السياسية والسياسة الخارجية، ويرتبط صعود نموذج ناي للقوة الناعمة بالعجز الواضح الذي عانت منه نماذج لقوة الصلبة في حل المشاكل، ولعل نموذج الحرب العالمية على الإرهاب ه اكثر الأسباب التي دفعن لاعتناق هذا النموذج وتبنيه، فالحرب العالمية على الإرهاب بدأت باعتماد القوة الصلبة، لكن النموذج ظهر في من حالف ودعم سياسة الولايات المتحدة هم الدول ذو النظرة الشعبية الإيجابية للنموذج الأمريكي، من هنا ظهر الثقل المتزايد الذي اكتسبه الرأي العام في كافة الشؤون السياسية والخارجية

[1] جوزيف س. ناي، **القوة الناعمة - وسيلة النجاح في السياسة الدولية**، تر: محمد توفيق البجريمي، (الرياض: مكتبة العبيكان، 2007)، ص 20

[2] المرجع نفسه، ص 21-24

[3] جوزيف س. ناي، المرجع السابق، ص. 25.

منها، "حيث ان القادة الأجانب على ما يبدوا ينتبهون إلى مواقف جماهيرهم عندما يزنون القرارات -خصوصا القرارات مثل إرسال القوات إلى مناطق الحروب- والتي قد تسبب قلقا عاما أو معارضة شعبية كبيرة"[1].

وقد تتحول القوة الناعمة في أحيان كثيرة إلى أشياء غير ملموسة تتماهى مع أغراض الدبلوماسية العامة من حيث أنها إجراءات للسياسة الخارجية، لكسب التأييد ودعم المجتمع العام الدولي قد يؤدي الى مكاسب سياسية، ولعل ابرز الأمثلة عن ذلك هو تلك الازمة التي حصلت للولايات المتحدة مطلع الألفية وتراجع مكانتها الدولية وحملات الكراهية ضدها خصوصا بعد بداية حربها الإرهاب وتلك التجاوزات التي حصلت اثناءها، حيث ظهرت أصوات اكاديمية تنادي بإجراءات تصحيحية للاستراتيجية العالمية للولايات المتحدة في ظل الهيمنة التي تمنحها لها القوة الاقتصادية والعسكرية (القوة الصلبة) لكن هذا لا يعتبر كافيا بدون الاعتراف بدور الراي العام والمطالب الاجتماعية والتي تمنحها تلك الصورة النمطية المطلوبة في المجال الدولي.

3. **القوة الذكية:** ولعل اول رد فعل على ذاك الاشكال في إيجاد العلاقة بين القوة الصلبة و القوة الذكية هو إنشاء لجنة القوة الذكية التابعة لمركز الدراسات الاستراتيجية الدولية سنة 2006، بقيادة جوزيف ناي وريتشارد أرميتاج.[2] بهدف توليد مفهوم جديد ضمن السياسة الخارجية وهو القوة الذكية وعلى الرغم من أنه ليس مفهوما وليد لحظة انشاء اللجنة حيث تحدث عنه ناي في كتابه "القوة الناعمة: وسائل النجاح في السياسة العالمية" كمفهوم يمكن توظيفه، وعرفها بانها "هي تعلم افضل طريقة للجميع بين القوتين الصلبة والناعمة"[3]، اما التقرير الذي أعدته لجنة القوة الذكية والمعنون بـ"تطبيق القوة الذكية: وضع جدول أعمال لإصلاح الأمن القومي" فيعرفها بانها : "القوة الذكية ليست صلبة ولا ناعمة – إنها مزيج متقن من كليهما. وتعني القوة الذكية تطوير استراتيجية متكاملة وقاعدة موارد ومجموعة أدوات لتحقيق الأهداف الأمريكية، بالاعتماد على كل من القوة الصلبة والقوة الناعمة. أي انها نهج يؤكد ضرورة وجود جيش قوي، ولكن أيضًا يستثمر بشكل كبير في التحالفات والشراكات والمؤسسات على جميع المستويات لتوسيع النفوذ الأمريكي وإرساء شرعية العمل الأمريكي"[4]

[1]Goldsmith, Benjamin E., and Yusaku Horiuchi. "In search of soft power: Does foreign public opinion matter for US foreign policy?", **World Politics,** Vol. 64, no. 3, 2012, pp. 555-585.

[2] Armitage, Richard L., and Joseph S. Nye. "Implementing Smart Power: Setting an Agenda for National Security Reform." **Statement before the Senate Foreign Relations Committee**, No 24, 2008, p. 2.

[3] جوزيف س. ناي، مرجع سابق، ص. 62.

[4] Armitage, Richard L., and Joseph S. Nye, Ibid, p. 3.

كما يحدد التقرير ثلاثة مبادئ رئيسية للقوة الذكية:

أولاً: إن مكانة أميركا في العالم مهمة لأمنها وازدهارها.

ثانياً: لا يمكن مواجهة تحديات اليوم إلا من خلال حلفاء وشركاء قادرين وراغبين في ذلك.

ثالثاً: يمكن للأدوات المدنية أن تزيد من شرعية وفعالية واستدامة سياسات الحكومة الأميركية.

لكن في مجال العلاقات الدولية يعتبر مفهوم القوة أكثر المفاهيم اثارة للجدل من حيث ارتباطه بمجموع من المفاهيم غير التوافقية كالمصالح وآليات فهمها وهل تتأتى هذه المصالح باعتماد القوة لتحديد المصالح المهمة او الحيوية والغير حيوية باعتماد نموذج القيمة المستخدم للتقييم. كما يرتبط مفهوم القوة بمفهوم السلطة والآليات التنازعية التي تحكمها، خصوصا في الدور الأدائي لمفهوم القوة في الخطاب السياسي وتأثير هذا الخطاب على السياقات السياسية لتحظى بالقبول[1]، ولعل في الانتخابات الأمريكية (انتخابات 2016) تشير بعض الاستطلاعات الى ان من أسباب التي ساعدت ترامب على الفوز بالرئاسة هو ما لي شعار حملته من تأثير "جعل أمريكا قوية"، فالتأثير النفسي لكلمة قوة وما يرتبط بها من مفاهيم له من التأثير ما يساعد على حشد التأييد للسياقات السياسية المرغوبة. وهي السياقات يبرهن بها باحثي السلوك السياسي على اطروحتهم التي تربط بين القوة والنجاح حيث تعني لهم القوة " تسلسل أحداث يمكن ملاحظته"[2] أي أنك إذا كنت قويا فإنك قادر على الفوز. وهو المذهب الأمريكي ابان حكم الرئيس جورج بوش الابن في بداية حملته لمكافحة الإرهاب. ولكن أظهرت هذه الحرب في بدايته المغالطة التي بنيت عليها هذه الاطروحة، فامتلاك القوة لا يعني الفوز دائما وهو ما اثبتته حتى الحروب الامريكية السابقة، وهي الاستراتيجية التي تغيرت مع رئاسة باراك أوباما.

فمن اجل تجاوز هذه المعضلة انتقل التركيز الى مراعاة آليات توظيف القوة وليس امتلاكها، كما تم السعي لإيجاد السبل التي تكفل التوظيف الأمثل لعناصر القوة، ففي جلسة الاستماع لهيلاري كلينتون من قبل الكونغرس، قبل تولها لوزارة الخارجية شددت على أهمية "القوة الذكية" باعتبارها الاستراتيجية الجديدة للسياسة الخارجية الأمريكية وشددت على انه "يجب علينا استخدام ما يسمى بالقوة الذكية، مع المجموعة الكاملة للأدوات المتاحة -الدبلوماسية، الاقتصادية، والعسكرية، السياسية، القانونية، والثقافية- مع التركيز على اختيار الأداة الصحيحة"[3]، وهو ما ذكره ناي في قوله "ان سر القوة الذكية في القرن الواحد والعشرين ليس تعاظم القوة او الاحتفاظ به، بل انه يتعلق بوجود الأساليب التي تجمع الموارد في استراتيجيات ناجحة...

[1] نورمان قيركليف، **اللغة والسلطة**، تر: محمد عناني، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2016)، ص. 122.

[2]

[3] CBS News. 2009. "Clinton: Use 'Smart Power' In Diplomacy." **Cbsnews.com**. January 2009.At: https://cbsn.ws/3IZBF7p

وتتصل الاستراتيجيات بالوسائل التي تؤدي الى الأغراض، وهذا يتطلب الوضوح بشأن الأهداف الفضلى والموارد واساليب الاستخدام".[1]

ويرجع هذا الانتقال والتعديل على السلوك الخارجي للولايات المتحدة الى التصميم السابق له، حيث كان هناك ذاك الجدل والتنازع بين دعاة القوة الذكية والقوة الصلبة، بدون أي فائدة تذكر للمصلحة الوطنية الامريكية، فدعاة القوة الصلبة ضعاف الحجة لكن بقوة مؤسسية من وزارة الدفاع، والقواعد العسكرية، ومستشفيات المحاربين القدامى، وما شابه ذلك، والتي يعتمد عليها آلاف العمال في معيشتهم. يتم توظيف الآلاف من العاملين في القطاع الخاص من قبل مقاولي الدفاع، ويقوم مديروهم التنفيذيون بتوظيف جماعات الضغط ودعم المدافعين عن استمرار الإنفاق المتعلق بالدفاع. وعلى النقيض دعاة القوة الناعمة أصحاب حجة قوية ولكن لهم القليل من هذه الروابط السياسية. حيث تدعو قلة من المنظمات المهنية بانتظام إلى مزيد من الاهتمام بالدبلوماسية، التي يقودها غالبًا دبلوماسيون سابقون. لكن ببساطة لا يوجد نظير للقاعدة السياسية الضخمة لمجتمع القوة الصلبة. وبدلاً من ذلك، فإن المدافعين عن القوة الناعمة وإدخالها على نطاق أوسع في صنع السياسة الخارجية موجودون كمثقفين عامين متناثرين في العديد من مراكز الفكر والجامعات، أو مجموعة استشارية عرضية، ودليل ذلك ان فترة إدارة جورج بوش كان الاعتماد بشكل شبه مطلق على القوة الصلبة واهمالها للدبلوماسية العامة أدى الى تراجع مكانة ومدى القبول الشعبي العالمي للولايات المتحدة، فكانت دعوات هيلاري كلينتون لتوظيف القوة الذكية رد فعلا على عدم قدرة إدارة بوش على تصور القوة وتوظيف في أدوات مختلفة للسلطة الوطنية بما يتلاءم مع المصالح العليا.

حتى وان افترضنا التوافق حول جدوى القوة الذكية لكن الاشكال الذي يقع هنا هو وجوب وجود مؤسسات ذات طابع عملي تسعى لترسيخ وتوظيف هذا المفهوم، فالقوة الصلبة كما سبق واشرنا تتمتع بدعم سياسي ومؤسسي حيث ترتبط بوزارة الدفاع بميزانية تتجاوز 300 مليار دولار في 2001 ووصلت الى 648 مليار دولار سنة 2018[2]، مع اكثر من 1.5 مليون موظف مباشر بالجيش[3] وحوالي 3 مليون موظف عموما، وعلى النقيض فجوهر القوة الناعمة هو الدبلوماسية والذي يخضع لوزارة الخارجية وهي كذلك وكالة فيدرالية لم تتجاوز ميزانيتها 16 مليار سنة 2001، وهي نسبة صغيرة من ميزانية وزارة الدفاع، ولكن في سنة 2010 حدثت الطفرة بوصول الميزانية الى 51 مليار،ولم يحظ برنامج المعلومات الدولية المكلف بالقوة الناعمة الى جزء بسيط من هذه الميزانية حيث لم تتجاوز 3 مليار دولار. وضمن هذه الحقيقة لعدم التماثل المؤسسي لروافد القوة من حيث الحجة والوضع والميزانية والبنية المؤسسية فليست القوة الصلبة حكرا على وزارة الدفاع والجيش كما

[1] جوزيف س. ناي، **مستقبل القوة**، تر: أحمد عبد الحميد نافع، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2006)، ص . 139-140.

[2] "Budget of the United States Government", U.S. Government Information, Govinfo.Gov, 2020. https://bit.ly/348Nzxa .

[3] "U.S. Military Size 1985-2020.". Macrotrends.net. 2020. At: https://bit.ly/35Ddc9u

ان القوة الناعمة ليست حكرا على وزارة الخارجية، لذلك وجب لاستغلال القوة الذكية التعرف على مجموعة متنوعة من الاشكال والعلاقات المؤسسية وتكوينها عبر عديد من الوكالات والادارات القائمة او الواجب انشاؤها. في إطار تكاملي.

حيث تخضع ترتيبات التكامل في الولايات المتحدة لما يسمى ب العمليات المشتركة بين الوكالات، والتي غالبا ما يقودها مجلس الأمن القومي، حيث تتمثل دوره في التوصيات بالخيارات السياسية للرئيس، بما في ذلك مجموع الأدوات الواجب استخدامها وتحديد الجهة المشرفة على ذلك، لذلك تخضع القوة لمنظورات الوكالات الفدرالية، خصوصا منظور وزارة الخارجية لما للقوة الذكية من علاقة مع السياسة الخارجية والدبلوماسية العامة، حيث تعتمد القوة الذكية في السياسة الخارجية على السياسة والسلطة، حيث ان تقديم الفكرة المرجو قبولها وتبنيها يتطلب وجود قيادة وجمهور مستهدف مؤثر،

المبحث الثاني: استراتيجيات إدارة الادراك والتصور في مكافحة الإرهاب والتطرف

هناك ميل في مجال الدراسات الاستراتيجية عموما الى رؤية الحرب النفسية التي تنتجها جماعات متطرفة كالقاعدة وداعش بمختلف آلياتها على انها جهود غير معلنة أي بمعنى سلخها من سياقها التاريخي وتقزيمها لصالح الدعاية المضادة التي تكافحها، لكن مع التطور الذي طرأ على منظومة التواصل والاتصال الاجتماعي والسياسي يمكن اعتبار هذا المنظور ضيق لحصره لهذه الظاهرة في فراغ تاريخي وموضوعي، لذلك يجب ان يتم النظر الى مجال الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب (التي تقع الحرب النفسية ضمنها) بنهج متعدد الأوجه يعالج مشاكل القصور، لان نجاح الاتصال مرتبط بتمايز وتنوع الرسائل التي يبثها كما يرتبط بتنوع الروافد التي يمكن ان توصل هذه الرسائل سواءً وسائل الاتصال الحديثة او التقليدية.

المطلب الاول: فلسفة الحرب النفسية الامريكية بعد 11 سبتمبر

العقيدة الامريكية عموما والعسكرية منها بصفة خاصة، تقوم على فلسفة يحددها مفهوم القيادة لجوهر الحرب، على اعتبارها "صراعا عنيف بين ارادتين متنافستين وغير قابليتين للتوفيق بينهما"[1]، هذه الفلسفة تساعد على توفير قابلية لتشغيل الأصول والموارد وضع الأساس للمناقشات الأخرى المتعلقة بالبيئات التنظيمية والتشغيلية والتكتيكية، هذا المفهوم للحرب يبنى على ثلاث محاور (عدم اليقين، السيولة، التكيف) والتي تتحكم في مسار الاحداث ضمن هذا الصراع.

وعلى نفس النهج تسير فلسفة الحرب النفسية لديها، فهي شكل من أشكال الحرب بينها وبين قوى الشر "التنظيمات الإرهابية والمتطرفة"، وهي كذلك تحتكم الى تلك المحاور:

- عدم اليقين المتعلق باكتمال المعلومات او جدوى المعلومات الموجودة وقابلية استغلالها بالنتائج المرجوة منها..
- السيولة والتي تتعلق بتسارع الاحداث وكثرتها، فكل حدث لكل تنظيم هو متفرد عن الاحداث الأخرى التي يمكن ان توصف بانها متشابهة.
- التكيف المعتمد على الخبرات السابقة وتجارب الجيوش او افرادها والذي يحدد تجاوبهم مع الاحداث

[1] Headquarters, "Marine Corps Combat Development Command, Marine Corps Doctrinal", **Publication 1: Warfighting,** US Marine Corps, 1997.

الفرع الأول: مقاربة الحرب النفسية الامريكية في مكافحة الإرهاب

في مارس 2015 القت القوات الجوية الامريكية اكثر من 60 الف منشور دعائي لدعم عملياتها التي تكافح التجنيد والانضمام لتنظيم الدولة[1]، ولعل ابرز تلك المناشير الذي يصور مكتب التجنيد لتنظيم الدولة كانه مذبح (الملحق ...)، وكان الأثر النفسي المطلوب من هذا المنشور هو زراعة الخوف والترهيب، وان الانضمام لتنظيم الدولة يعني الموت لا محالة، يمكن اعتبار هذا هو النهج العام الذي اتبعته المقاربة الامريكية لمكافحتها للإرهاب سواء ضد القاعدة او تنظيم الدولة او أي تنظيم راديكالي ديني (خصوصا التنظيمات التي تتسمى بالإسلام)، الا ان الملاحظة الأبرز هو ان دعاية هذه الحركات التي تحاول الولايات المتحدة تقويضها، تتدعي صراحة ان الانضمام والقتال في صفوفها يعني الموت ولكن ليس بمعناه اللغوي ولكن بمعناه الاصطلاحي الذي هو الشهادة وباب من أبواب دخول الجنة.

أما في حملة وزارة الخارجية الامريكية لمكافحة تنظيم الدولة عبر الانترنت التي عرفت بـ" Think Again, Turn Away"[2]، والتي كانت بالتنسيق مع مركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب، فقد استعملت منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفايسبوك ويوتيوب للطعن في المنتمين لتنظيم الدولة وإظهار بأنهم لا يمتون بصلة للعقيدة الإسلامية الحقيقية. حيث حدثت كثير من المحادثات بين افراد المركز والمقاتلين الجهاديين او حتى المتعاطفين معهم، في محاولة ثني أولئك المتعاطفين على تبني الفهم المتشدد للإسلام حسب رؤية هذه الحركات، او دحض حجة المقاتلين ومفتي التنظيمات. كما تم استخدام شهادات المقاتلين السابقين -التائبين- على انهم مغرر بهم، بالإضافة الى ذلك فقد استخدم المركز أساليب أخرى حاول من خلالها استغلال المتضررين من تنظيم الدولة سواءً كانوا من سكان المناطق المحررة منه أو عائلات واقارب اشخاص غربيين قتلهم تنظيم الدولة، ومن امثلة ذلك نقل موقع الحملة على تويتر تصريحا لشقيق عامل إغاثة بريطاني قتله تنظيم الدولة في سبتمبر 2014[3] يقول فيه:" على حد علمي ان الإسلام هو دين السلام والحب"، الا استراتيجيات مثل هذه لم تؤدي الدور المأمول منه، لأنه بطبيعة الحال لن ينتظر المتشددون ان يأخذوا مفهوم الإسلام من اشخاص غربيين أو من منشقين عن التنظيم، خصوصا في ظل الاستراتيجية الدعائية للتنظيم في اظهار الأول ككفار والثاني كخائن وبائع لدينه.

والاستراتيجية الأخرى التي استخدمت هي حين اطلاق وزارة الخارجية كذلك مركزا سمي بمركز المشاركة العالمية GEC سنة 2016، والذي كانت مهمته الاساسية حسب ما جاء في بيانه: "توجيه وقيادة

[1] Lamothe, Dan. "How the U.S. Dropped These Gory Propaganda Leaflets over Syria." **The Washington Post**, March 26, 2015. At: https://wapo.st/3ufxG2q

[2] Rita Katz, op. cit

[3] Bird, Rachel. "Mike Haines - the Forgiveness Project." **The Forgiveness Project**, February 25, 2021. At: https://bit.ly/3GhsH3s

ومزامنة ودمج وتنسيق جهود الحكومة الاتحادية للاعتراف بالجهود الدعائية والتضليل الخارجية وغير الحكومية التي تهدف إلى تقويض أو التأثير على سياسات الولايات المتحدة وحلفائها والدول الشريكة أو التأثير عليها وفهمها وكشفها والتصدي لها"[1]، والهدف الأساسي لهذا المركز هو مكافحة الدعاية الإرهابية بشكل خاص، خصوصا فيما تعلق بخفض جاذبية الحركات الإرهابية الراديكالية خصوصا مع ارتفاع عدد المنظمين للتنظيم الدولة من الدول الغربية عموما، وقد كان اغلب نشاط المركز على منصة اليوتيوب بنشر مقاطع يرد بها على الفيديوهات الدعائية للحركات الإرهابية خصوصا دعائية تنظيم الدولة، ففي احدى سلاسله التي نشرها على اليوتيوب والتي ركز فيها على الحياة في المدن والمناطق التي يسيطر عليها التنظيم في العراق وسوريا، والتي صورها التنظيم في دعايته او المسجلة سرا من قبل المدنيين والمراسلين الصحفيين[2] والتي كان يهدف من خلالها الى دحض دعوة الخلافة الطوباوية التي كانت يسوقها التنظيم وان خلافته تضاهي ما كانت عليها الخلافة في العصر الذهبي للإسلام، ورغم ان هذه الادعاءات لم تخفض من جاذبية تنظيم الدولة عموما، الا أن ما يحسب لهذا المركز هو سلسة أخرى والتي ركز فيها على شهادات المنشقين و المأسورين من مقاتلي التنظيم والتركيز على مشاعرهم وانهم انضموا للتنظيم تحت طائلة التلاعب أو الاكراه، وهي السلسلة التي يمكن انها حققت نسبة تأثير نفسي اكبر وادخلت الشكوك لدى متعاطفين وجهاديين داخل صفوف التنظيم[3]، وكلا السلسلتين كانتا تستهدف ايدولوجية التنظيم عموما وهو يحد من هامش تأثيرهما لان التنظيمات الإرهابية في غالبية الأحيان تخضع أيدولوجيتها لكاريزما القائد ومكانته واعتباره مرجعية دينية وعسكرية. بالإضافة الى اغلب الدعاية المضادة كانت تقابل هذه الحملات بانها حملات تستهدف الإسلام وتتبنى "خطاب الإسلاموفوبيا" والعداء للإسلام من قبل اعدائه من الصليبيين.

كما أفادت بعض التقارير ان الولايات المتحدة في مقاربتها اعتمدت مقاربة "الطرف الثالث" حيث تم الاستعانة منظمات أخرى -تعتبر انها غير قانونية- مثل منظمة القرصنة العالمية "Anonymous" للتصدي للدعاية الرقمية لتنظيم الدولة ولقراصنتها، ففي فيديو لاحد أعضاء هذه المنظمة حذر فيها تنظيم الدولة والا ستعلن المنظمة الحرب عليها وانها ستعامل "كفيروس"[4]، واستطاع أعضاء منظمة انونيموس من اغلاق ما

[1] "**Global Engagement Center**" United States Department of State, January 20, 2022. At: https://bit.ly/3Gf4uuP

[2] Makella Brems. "**Islamic State Online Recruitment: Narratives and Counter-Narratives**." ClaremontMc Kenna College, 2017 p.42.

[3] Ibid, p 45.

[4] Christina Schori Liang, op.cit. p. 8.

يقارب 800 حساب على تويتر و12 حساب على فايسبوك تتبع تنظيم الدولة[1]، وهو الحدث الذي خلق حربا رقمية بين اعضاء المنظمة و مختصي المعلوماتية بالتنظيم[2].

وبالرغم من الكم الهائل للهيئات المراكز التي أنشئت في سبيل قيادة حملات الحرب النفسية التي تستهدف القضاء على التنظيمات الإرهابية او حتى الحد من نفوذها، ورغم الميزانيات الكبيرة التي استهلكها، الا ان فعالية الاستراتيجية الامريكية لمكافحة الإرهاب تبقى تثير الاستفهام، خصوصا اذا علمنا ان هذا المجال ليس بمجال جديد بالنسبة لصانع القرار بالولايات المتحدة، الا ما يثير التساؤل حقا بعدم فهم القادة العسكريين والمسؤولين لما يمكن ان يقنع او يحفز أولئك المتطرفين، لذلك لم تحرز كافة استراتيجيات الولايات المتحدة في مكافحة الإرهاب أي تقدم ظاهر في مكافحة أيديولوجيات تلك التنظيمات وعلى راسها تنظيم القاعدة وتنظيم الدولة [3]وهي ليست بنفس فعالية العمليات العسكرية التقليدية.

حيث انه في اوج تمدد تنظيم الدولة في سوريا والعراق ورغم ان الحملات النفسية الامريكية والغربية عموما تزامنت مع ذلك التمدد، الا ذلك لم يؤثر على حملات التجنيد لتنظيم الدولة حيث انه في مقابل كل إرهابي يقتل هناك من يخلفه، ورغم ان الحرب النفسية للولايات المتحدة كانت تركز على فكرة أساسية ان منهج هذه التنظيمات هو "تحريف دين رئيسي، والذي أدى الى زيادة العداء له"[4]، وهذا الخط له جذور ظهرت قبل ظهور تنظيم الدولة ففي اطار إعادة تنسيق الجهود لمكافحة الإرهاب لعبت العمليات الإعلامية[5] (المظلة التي تقع تحتها الحرب النفسية) دورا في تقويض "شرعية ايدولوجية التطرف للتنظيمات الإرهابية" ولا يكون ذلك الا من خلال "تحييد التفسير المتطرف للتعاليم الإسلامية واستخدامها لأغراض الإرهاب وتحقيق الأهداف"، فقد حددت الاستراتيجية الامريكية لمكافحة الإرهاب ان مركز الثقل واساس جاذبية هذه التنظيمات ينبع من استغلال مراجعهم الدينية لتفاسير مغلوطة للشريعة الإسلامية وان أي استراتيجية مواجهة لا تعتمد بالدرجة الأولى لتصحيح هذه المفاهيم لن تكون ذات جدوى، وكما سبق واشرنا ان استغلال شهادة الغربيين وتفسيراتهم لا يمكن استخدامها لأنها ستكون مرفوضة من قبل أعضاء هذه التنظيمات او المتعاطفين معهم، فالأجدر ان يكون مصدر التصحيح من العلماء المسلمين انفسهم، لذا فقد شارك اكثر 126

[1] Ibid.

[2] Ibid.

[3] Clint Watts, "Inside Russia's Fake News Playbook." **The Daily Beast**. 27 April 2017 at. https://www.thedailybeast.com/inside-russias-fake-news-playbook

[4] Michael T. McCaul, "**A National Strategy to Win the War Against Islamist Terro**r" Homeland Security Committee, September 2016, p33.

[5] James Johnson. "A Global Counter-Insurgency Campaign Plan for the War on Terror." **CTC Sentinel ,Combating Terrorism Center**, West Point, June 2008, Vol. 1, no. 7.

عالما وشيخا من جميع العالم الإسلامي في رسالة وجهت للبغدادي تقدم دحضا فقهيا لمعتقدات وممارسات تنظيم الدولة ووضحت ان أيديولوجية التنظيم خالفت الشريعة في 24 نقطة بالدليل من القران والسنة والأثر[1]، وكان الهدف من هذه الرسالة الحد من تأثر الشباب المسلم بتنظيم الدولة، كما كانت تهدف الى إيجاد مرجعية موثوقة يعتمد عليها لدحض المزاعم الأيديولوجية لداعش ممن يمكن اعتبارهم اهلا لهذا الدين.

الفرع الثاني: الاستعارات والمجاز في الرواية السردية للحرب على الإرهاب

ان الرمزية التي تحملها الاستعارة اللفظية أو المجاز اللغوي تعتبر من الأمور الضرورية والعادية في الحياة اليومية، بل قد تدل على وجهات النظر بشكل أوضح وتبين عناصر غائبة في أي خطاب سياسي أو الرواية الرسمية المتعلقة بظاهرة ما فهي: " السمة الأكثر مركزية للخطاب هي اختيار الاستعارات التي تكفل نقل حالة معينة أو لسرد قصة معينة"[2]، وهو الامر الذي يشتمل عليه الخطاب الرسمي لاي دولة او كيان سياسي، خصوصا في تعبيرها على احداث واطراف محددة تحاول ان تربطهم بصفة ومفاهيم تخدم اجندتها، فكثير ما نسمع صفات مثل "محور الشر، العالم القديم، الراديكاليين" او نمذجة لأفكار معينة مثل "الديمقراطية في مواجهة الطغيان" أو "الحرية في مواجهة الاضطهاد"، فهي تحمل ظاهرا من المعاني المقبولة ما تضمر من دوافع سياسية واستراتيجية.

منذ احداث 11 سبتمبر أنشأت الولايات المتحدة رواياتها الرسمية التي تحمل هذه الاستعارات التي تتحدد وفق علاقتها المستقبلية مع الجماهير المستهدفة بها، ومن بين اهم الاستعارات إطلاق وصف ""الجبهة الثانية" على دول جنوب آسيا[3]، ووصف كوريا الشمالية وإيران والعراق بأنهم أعضاء "محور الشر"، وألمانيا وفرنسا بـ"أوروبا القديمة"، ووصفت الصين بانها "صاحب المصلحة المسؤول"، ومن جهة أخرى حملت الرواية استعارات أخرى تحمل في طياتها التبريرات اللازمة للتدخلات الخارجية المرادفة للحرب على الإرهاب مثل "الانظمة الراعية للإرهاب"، ثم الانتقال من وصف الحرب بـ"الحرب على الإرهاب الى انها "مكافحة الإرهاب الداخلي ومنظمات إرهابية محددة"[4] بعد تصاعد الاصوات الرافضة للإسلاموفوبيا التي خلفتها تلك الحرب.

هذه الرمزية حاولت بشكل مجازي بلورة النهج الاستراتيجي للولايات المتحدة الامريكية تجاه مناطق كثيرة من العالم، وبالتالي تشكيل رسالة الدبلوماسية العامة لما بعد 11 سبتمبر وإعادة تعريف الإدارة الامريكية

[1] رسالة مفتوحة الى أبو بكر البغدادي، متوفر على الرابط: http://lettertobaghdadi.com/14/arabic-v14.pdf

[2] Sarbin, T. R. "The Metaphor-to-Myth Transformation with Special Reference to the "War on Terrorism". **Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology**, Vol 9, no. 2, 2003, pp.149–157

[3] Charmaine G. Misalucha. (2014) "The Language of Security in Philippine-us Relations". **African and Asian Studies,** Vol 13, no. 1-2, 2014, pp. 121-146.

[4] عمر الحسان، **الديمقراطية الجديدة**، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، 2015)، ص. 22.

للواقع العالمي وفق منظورها، فهذا المجاز هو ما يشكل الصورة النمطية لدى الجمهور حول الاحداث وما يسلط الضوء عليه دون غيره، فهي "استخدام مفهوم مجرد كهدف ، في حين يتم استخدام مفهوم أكثر واقعية كمصدر له"[1] مثلا اطلاق وصف "محور الشر" لا يعني ان هذه الدول حليفة وتشكلا محورا دوليا، ولكنها ترمز الى "دول المحور" خلال الحرب العالمية الثانية من الأنظمة المستبدة النازية والفاشية، وما سببته من اذى ودمار عالمي، وهو ما يخلق النفور من هذه الأنظمة وفق تجارب الماضي، فالاستعارات باختصار هي انعكاس لاستراتيجية الدفاع القومي الامريكية ضمن عالم ما بعد 11 سبتمبر، وقد كانت سلسلة خطابية متصلة ساعية للتكيف والبحث عن المناصرة والتأييد، فالتعاطف مع ما يسمى محور الشر يضع المتعاطف ضمن هذا المحور ويعتبر طرفا فيه، ويلزم من ذلك محاربته واقصائه، فالتوافق بين الرواية مع الاستراتيجية الكبرى للولايات المتحدة في ترويجها لقيمها المنادية بالديمقراطية والحرية عبر العالم هو الكفيل لتحديد علاقتها بالجماهير المستهدفة، وذلك بسرد الاستعارات التي تحاول تجريد الأعداء بما فيهم الإرهابيين والدول الراعية له من صفات الخير وفق القيم الامريكية: " تتمثل سياسة الولايات المتحدة في السعي وراء الحركات والمؤسسات الديمقراطية ودعمها في كل دولة وثقافة، بهدف نهائي هو إنهاء الاستبداد في عالم اليوم، الطابع الأساسي للأنظمة مهم بقدر أهمية توزيع السلطة فيما بينها. الهدف من فن الحكم لدينا هو المساعدة في خلق عالم من الدول الديمقراطية ذات الحكم الجيد والتي يمكنها تلبية احتياجات مواطنيها والتصرف بمسؤولية في النظام الدولي"[2].

ولعل التمعن في الرواية الرسمية للحرب على الإرهاب التي سردتها الإدارات الامريكية المتعاقبة، يحيلنا الى أربع اشكال من الاستعارات الأساسية هي:

1. **استعارة الحرب:** فهذه الاستعارة هي التي يسعى من خلالها الى حشد القبول الشعبي للعمليات العسكرية وأهدافها الكبرى، دوت الشواغل الأخرى بما في ذلك القيم الإنسانية لحماية المدنيين، وكفالة تجاهل الغضب لدى المجتمعات المحلية من الحرب والدمار، كما انها تكفل القبول السياسي والاقتصادي لاستخدام الموارد ومدة الحرب. بالإضافة الى ان استخدام هذه الاستعارات في الخطابات الحربية يساهم في تقويض قدرات الإرهابيين في الحصول على الملاذات الآمنة والدعم الشعبي او القدرة على التجنيد. هذا العنصر يعتبر مهما في الحرب على الإرهاب، فعناصر التثبيط/التحفيزية التي تحملها الاستعارات ضرورية ضمن الجهود الحربية خصوصا حروب مكافحة التمرد[3]، فالتجنيد هو الضامن لبقاء ونشاط الجماعات الإرهابية.

[1] Sun, Lingli. "A Cognitive Study of War Metaphors in Five Main Areas of Everyday English: Politics, Business, Sport, Disease and Love." (2010). At: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:397473/FULLTEXT01.pdf

[2] "The National Security Strategy". The White House. 2006, At: http://www.whitehouse.gov/nsc/nss/2006

[3] Bell, Colleen. "Hybrid Warfare and Its Metaphors." **Humanity: An International Journal of Human Rights, Humanitarianism, and Development**, Vol. 3, 2012, pp. 225 - 247.

2. **استعارة انفاذ القانون**: وذلك بتحديد واستهداف الجناة وأعضاء هذه التنظيمات بدقة بهدف فصل قمة الهرم (الارهابيون الفعليون) عن قاعدة دعمه (المتعاطفين والقاعدة الشعبية)، فكثير من الخطاب الرسمية تحمل أسماء محددة لإرهابيين محددين وشيطنتهم. بهدف

3. **الاستعارة الوبائية**: وهي توصيف الظاهرة الإرهابية بالمرض وأنها تنتشر بشكل فيروسي، فالأيدولوجية الإرهابية "فيروس"، وسبل تبنيها "بالنواقل"، اما عوامل الضعف في البيئة الاجتماعية "بالمصابين او المعرضين للإصابة"، وهي بذلك تضع جهود مكافحة الإرهاب كجهود محاربة الامراض والاوبئة، سواءً على اعتباره مرض او عدوى تستلزم توفير الاليات التي تكفل الحد من انتشاره او القضاء عليه وعلى حواضنه[1].

4. **استعارات الحد من التحيز:** وترتبط هذه الاستعارة في محاولة تحديد المفاهيم الواجب تصحيحها وذلك بالتركيز عليها في الرواية الرسمية، خصوصا الاستعارات المضللة التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في دعايتها المضادة، وذلك من اجل تقريب وجهات النظر حولها، خصوصا في الرواية الرسمية الموجهة لمكافحة التطرف والإرهاب المحلي، فتصاعد خطابات الكراهية والاقصاء داخليا سيكون لا محالة سببا في التحيزات المؤدية لتبني أيدلوجية التطرف والإرهاب.

[1] Kelly, Matthew. "Terrorism as disease: Beware of misleading metaphors." **American journal of public health**, Vol. 108, no. 3, 2018, p. 293.

المطلب الثاني: مركز الاتصالات الإستراتيجية لمكافحة الإرهاب CSCC

ربما بسبب تلك المفاهيم المغلوطة حول حرب المعلومات والدعاية، يهمل عنصر مهم من مجال الاتصالات الا وهو عنصر الاتصال الاستراتيجي على اعتبار انه عنصر مهم من عناصر الحرب، لكن في عصر تطور التكنولوجيا أصبح هذا العنصر مهما جدا لاي استراتيجية عسكرية لارتباطه بمفاهيم مهمة وذات تأثير واسع على أي جهد عسكري كالعلاقات العامة، وإدارة الاتصالات، والاتصالات الاستراتيجية الحالية.

حيث يعالج مشروع مركز الاتصالات الإستراتيجية لمكافحة الإرهاب الذي انشأه الرئيس الأمريكي باراك اوباما[1] واحدة من أكثر قضايا تهديدا للأمن القومي والعالمي وهي: كيفية مواجهة الجانب التواصلي والرسائل الدعائية للمتطرفين العنيفين (الإرهاب الدولي) مثل تنظيم القاعدة وتنظيم داعش، لان الجهود الدعائية لهذه التنظيمات أصبحت تتمتع بكثير من الجرأة والنجاح في ضم المقاتلين من جميع الجنسيات حتى الغربية منها، بالإضافة الى زيادة عدد المقاتلين المحليين الذين أغرتهم الدعاية. كما أن العنف الممارس من التنظيمات الإرهابية من تفجيرات وهجمات هو شكل من أشكال الاتصال كما في وصف مارتن لوثر كينج "أن أعمال الشغب هي لغة غير مسموعة"، فالعنف في حد ذاته هو شكل من أشكال الاتصال يستعملها من لا يملك أسلوب آخر للاتصال، ذلك ان العنف والدعاية التي يحملها الاتصال الاستراتيجي وجهان لعملة واحدة، لأن "العنف يهدف الى تغيير السلوك عن طريق الإكراه، أما الدعاية فهي تهدف الى تغيير السلوك عن طريق الإقناع"[2].

الفرع الأول: النموذج الاتصالي للتأثير على الرأي العام

يعتبر الاتصال الاستراتيجي عنصر تأثير أساسي في ممارسة السلطة باختلاف اشكالها، ففي وقت سابق كان قياس قوة الدولة عملية كمية تشير الى عناصر مثل حجم السكان والبعد الجغرافي و الاقتصادي والناتج المحلي، وحجم القوة العسكرية، تلك الاشكال من القوة التي تعتبر مهمة لتحقيق اهداف أي استراتيجية وطنية، لكن في القرن 21 اكتسبت القوة المستخدمة اشكالا جديدة حتى وان كانت لا تستغني عن المظاهر التقليدية لكنها أساسية لتكملة أدوات التأثير على السلوكيات او الحصول على أخرى، ففي ظل بيئة امنية معقدة وتتميز بكثير من التغيير، فان الاتصال الاستراتيجي المبني على استراتيجيات سردية تتكيف مع الخصوصيات الثقافية للجمهور المستهدف يمكن اعتباره اهم فعالية لتحقيق اهداف الاستراتيجية الوطنية الداخلية والخارجية.

---

[1] Hamiti, Urtak. "The War of US against ISIS in Psychological Warfare and Internet as the New Frontline.", **European Journal of Interdisciplinary Studies**, Vol. 02, no. 2, 2016, pp. 129-134.

[2] عبد الحليم حمودة، **الإعلام التضليلي: دور الدعاية والإعلان الغربية في تشويه صورة الإسلام**، (بيروت: مركز الدراسات والترجمة، 2010)، ص. 166.

فمثلا إن أي حدث كتفجيرات 09/11 يكسب الفاعلين زخما الإعلامي واهتماما على الصعيدين الأكاديمي والسياسي، حيث أصبحت الحرب على الإرهاب اهم عناصر الرواية السردية للساسة عموما، كما ان الحدث في حد ذاته يعتبر عنصرا رئيسا في تلك الرواية الخاصة بالحرب والتي طالما ساهمت في تشكيل وتنميط الرأي العام الداخلي (الأمريكي) والعالمي، حيث "تعتبر الروايات أساسية لتحليل الوعي الإنساني والفهم–وبالتالي لفهم الفكر والعمل الإنسانيين. ولا يحدث الفكر والعمل الإنسانيان في فراغ عقلي، بل يتشكلان من خلال (وفي المقابل أشكال) عمليات السرد المستمرة (أي صنع الحواس) التي تبدو ضمنية من خلال الوضع"[1]، فالرواية السردية تقع في سياقات حاسمة ضمن جهود أي حرب النفسية، فكثير من الجوانب العلمية والعملية للتفاعلات الإنسانية لن تفهم إلا عن طريق فهم الروايات السردية، ذلك أنها تتضمن في جانبها الأنثروبولوجي مفهوم تحليل الخطاب المهم للاتصالات الاستراتيجية، والجانب النفسي وعلم النفس الاجتماعي في ما يتعلق بالهوية والانتماء المهم لفهم أسباب الالتحاق بالحركات الإرهابية، بالإضافة إلى استغلالها في دراسة الثقافة السياسية وتحليل السياسة العامة والخطابة السياسية.

وبطبيعة الحال -كما سبق وأشرنا- لا يمكن لهذه الحرب العالمية على الإرهاب ان تقع في فراغ سردي كامل، فعرض الصور التاريخية والاستدلال بالأحداث الماضية والراهنة، يسهم في خلق تلك الثقافة المهمة لجهود الحرب ودعمها، ويمكن اختصار أهمية الرواية وتكرارها في ميزتين أساسيتين هما:

- ما تنطوي عليه الجهود العملياتية والعسكرية لأهداف التعبئة. خصوصا حشد الرأي العام كداعم للسياسات الخارجية والعسكرية.
- دائما ما تستدعي حالة الحرب تعبئة الموارد الاقتصادية والاجتماعية فتستغل الرواية لتبرير المصاريف والميزانيات. وما يمكن أن تخلقها من تأثيرات سلبية على السياسة الداخلية.

لذلك أنشأت الولايات المتحدة مركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب CSCC كأداة جديدة في إطار تطوير استراتيجيتها لمكافحة الإرهاب خصوصا في شقها المتعلق بحرب الأفكار التي هي نموذج لحرب القرن 21[2]، وقد كانت مهمة المركز "تحديد اتصالات الجماعة المنتسبة للقاعدة وموجهتها وتقويضها"، وقد قسم هذا المركز إلى ثلاث كيانات هي:

[1]Hamiti, Urtak, op. cit.

[2] Bean, Hamilton. "Strategic communication and US national security affairs: Critical-cultural and rhetorical perspectives." In **Strategic communication**, Edit by: Anthony Dudo, and LeeAnn Kahlor (New York: Routledge, 2016), pp. 115-136.

1. **فريق الاستخبارات والتحليل:** والمسؤول عن تنسيق جهود مختلف وكالات الاستخبارات في إطار معالجة مشكلة التنسيق وتداخل الصلاحيات بين الوكالات التي ذكرناها سابقا، بالإضافة إلى تكفله بتوفير تحليل أفضل للمعلومات التي تقدمها الوكالات الاستخباراتية[1].

2. **فريق الخطط والعمليات:** يقوم بتصميم وتنفيذ جميع أدوات الاتصال غير الرقمية لمكافحة العنف والتطرف[2]، والتي يهدف من خلالها لمواجهة قدرة الجماعات الإرهابية كسب الدعم وتجنيد أعضاء جدد، كما هذه الأدوات متاحة لكل الوكالات الحكومية والفدرالية التي تسعى لنفس الهدف.

3. **فريق التواصل الرقمي:** وهو مسؤول تأليف وتنسيق ونشر جميع الاتصالات الرقمية للمركز، بما ذلك الاتصالات المكتوبة والمرئية وبالخصوص تلك التي يتم نشرها على وسائط التواصل الاجتماعي،[3] ولتحقيق نفس الأهداف فريق الخطط والعمليات لكن في شقها الرقمي.

ولعل اهم مشاكل مكافحة الإرهاب التي كانت يهدف المركز لمكافحتها هي كيفية الحد من قدرة الحركات الإرهابية على التجنيد عناصر جدد، لذلك قام المركز بالتنسيق مع وزارة الخارجية بالإشراف على حملة "فكر مرة أخرى.. در وعد،Turn away ..Think again " وذلك أواخر 2013[4]، وكانت أداة نفسية إضافية لمجابهة الدعاية المتنامية للتنظيمات الإرهابية وعلى رأسها تنظيم الدولة، واستعمل المركز منصاتها على وسائل التواصل الاجتماعية كتويتر وفايسبوك بعديد اللغات، وذلك بنشر مواد الرسائل والتصدي المباشر للحسابات الجهادية، وكان هدف الحملة هو "التصدي للدعاية الإرهابية وكشف المغالطات التي تتضمنها، وذلك عن طريق تسليط الضوء على الاختلاف بين الدعاية الإرهابية وحقيقة أفعال التنظيمات الإرهابية على أرض الواقع"[5] وذلك ببث فيديوهات تبين ما تقوله هذه التنظيمات وما تفعله من فضائع وافتقادها للإنسانية،

[1] "The State Department's Center for Strategic Counterterrorism Communications: Mission, Operations, and Impact", **the Congress Committee on Foreign Affairs: Subcommittee on Terrorism, Nonproliferation, and Trade**, (Washington: U.S. G.P.O., 2012)

[2] Ibid.

[3] Ibid.

[4] Rita Katz, "The State Department's Twitter War with ISIS is Embarrassing," **Time Magazine**. Sept 2014 at: https://bit.ly/34m1Bem

[5] Rita Katz, op.cit.

الفرع الثاني: النموذج الاتصالي الدعائي في حملتي "الحرية الباقية" و"حرية العراق"

وبعد أحداث 09/11 تم تداول هذا الحدث على نطاق واسع على شبكات الإعلام مما ساعد على تعبئة الرأي العام العالمي وإقامة جبهة عالمية لمكافحة الإرهاب، بالإضافة إلى التغيرات التي حصلت على مستوى كتلة السلطة في الولايات المتحدة بإنشاء وزارة الأمن الداخلي ومنصب مدير مجمع الاستخبارات، كما أن الاتصال الاستراتيجي يمكن أن يساهم بفعالية لحل المشاكل العسكرية والسياسية للجماعات الإرهابية في حد ذاتها، ففي مارس 2004 كانت تفجيرات مدريد عشية الانتخابات البرلمانية الإسبانية، وما تلاها من ضجة إعلامية أثرت على سلوك الناخبين لدرجة أن الوضع السياسي في البلاد تغير بشكل كبير، باستقالة حكومة اليمين والذي أدى إلى انسحاب القوات الإسبانية من التحالف الدولي لمكافحة الإرهاب من العراق، لذلك يقوم "الاتصال الاستراتيجي" كمصطلح على الرسائل التي يتم نشرها بهدف إعلام الجمهور المستهدف أو إقناعه بدعم أهداف السياسة الإستراتيجية أو أهداف السياسة العسكرية، وبناء على ذلك كان مشروع الاتصالات الإستراتيجية التابع للجنة مكافحة الإرهاب هو محاولة استكشاف مجموعة من الاستراتيجيات والرسائل التي يتم بثها سواءً تعلق برسائل التنظيمات الإرهابية أو الرسائل التي تهدف إلى مكافحته.

أما من حيث كون الاتصال الاستراتيجي بتمتع بعلاقة بإجراءات دعم وتنفيذ الحرب النفسية هو تلك العلاقة التكاملية التي تجمع بينهما، فالاتصال الإستراتيجي والحرب النفسية كلاهما يتطور استعمالها في الازمات والصراعات من خلال ثلاث عوامل رئيسية:

1. التطور التكنولوجي وآليات الاتصال خصوصا الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية
2. التقدم في التكنولوجيات والاستراتيجيات العسكرية وما يتبع ذلك من جهود أكاديمية وبحثية تساهم في وتدعمه.
3. العلاقات المتغيرة بين النخب السياسية والسكان المحليين والأجانب

وقد دفعت هذه العوامل إلى ظهور مواضيع واتجاهات هامة خلال هذا التطور، ولعل أبرزها هو العامل الثالث المتعلق بالعلاقات بين النخبة والجمهور، خصوصا تلك الرسائل التي يتم بثها من طرف النخب السياسية لاستمالة الجماهير لدعم أهدافهم لتسيير و إدارة الأزمة، أولى الرسائل من هذا النوع بعد تلك الهجمات مباشرة، ففي خطاب جورج بوش حذر مما سماه "نوع جديد من الشر"، وفي خطابه أمام الكونغرس في 20سبتمبر 2001 استعمل مصطلح "الحرب على الإرهاب"[1] الذي اصبح فيما بعد أداة خطابية نموذجية ليس للولايات المتحدة بل لجميع القيادات السياسية والعسكرية العالمية لتبرير التدخلات وإضفاء الشرعية

[1] "President Declares 'Freedom at War with Fear' (Address to a Joint Session of Congress and the American People)." George W bush Whitehouse archives, November 21, 2001. At: https://bit.ly/3uGAYfx

على الخطابات الأمنية والإستراتيجية الوطنية والعالمية، حيث تعزز وفق هذا المصطلح ثنائية قطبية شبيهة بثنائية الحرب الباردة، "فكل دولة في كل منطقة لديها قرار يجب أن تتخذه إما تكون معنا أو تكون مع الإرهاب"[1]، فكان هذا النموذج الخطابي بداية الدعاية السردية المكونة لسيرورة الاتصالات الاستراتيجية في مكافحة الإرهاب العالمي من خلال حشد الأصدقاء والداعمين لهذا المشروع تحت ضغط الخوف معاداة الولايات المتحدة. حيث حاولت الولايات المتحدة استدراك عدم قدرتها قبلا في تكييف قوتها التكنولوجية ومواردها مع كسب الرأي العام والعيوب التي ميزت استراتيجياتها في هذا الشأن، وقد أشار تقرير 09/11 الى ذلك "حذر موظفو مجلس الأمن القومي من أننا تنازلنا بشكل عام عن -محكمة- الرأي العام لصالح تنظيم القاعدة"[2].

حيث أثبت مسرح المعلومات انه نقطة الضعف في استراتيجية مكافحة الإرهاب[3]، وقد ركزت حركة طالبان على تهويل وتعظيم أعمالهم، كما زادت الحركة من رسائلها الدعائية بدعوة مساعدة المواطنين المحللين من الأفغان إبان الغزو الأمريكي لأفغانستان بحكم معرفته وتجذرها في المنطقة وتكريس وجودها الفعال، وهو ما ساهم في تقويض جهود التحالف الدولي الذي تقوده الولايات المتحدة خصوصا في شقه الاستخباراتي، ومن اهم الطرق التي استخدمتها حركة طالبان هي الدعاية لزيادة فاعلية التأثير الإستراتيجي والتي تهدف أساسا لتحييد عناصر قوة العدو حيث كان هدف تحييد قوة التحالف الجوية، حيث أن حركة طالبان عانت من تلك الضربات ولكن هذا لم يمنعها من استغلال ذلك في جهودها الدعائية من خلال تسليط الضوء على الأضرار الجانبية والخسائر خصوصا من المدنيين والتي تعتبر حساسة في العرف الدولي، ما ساهم في زيادة الضغوط على التحالف لمراجعة مدى استخدامه للقوة الجوية[4]، أما التحالف فقد استغل نفس عامل -التأثير الاستراتيجي- في تعاونه مع الحكومة الأفغانية وتحديثات الوضع الراهن وتصوير دعم "الفعالية" التي تتطور بها الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية و السياسية وأخيرا العسكرية، مع التركيز في كثير من الأحيان على جهود الإغاثة الإنسانية والبنى التحتية، بتبيان الجانب الإنساني لجيش التحالف ومساعدته للمحليين وتطويره للبنى التحتية (بناء الجسور و المدارس..)[5]، هذا على المستوى الجزئي.

أما على المستوى الكلي والذي هو الأهداف المعلنة للحرب، فان الموضوع الرئيسي للرواية الغربية هو الحرب بين الخير و الشر من اجل الدفاع عن الديمقراطية والحريات في المنطقة، وان التنظيمات الإرهابية

[1] Ibid.;

[2] Kean, Thomas, and Lee Hamilton, op.cit,

[3] Ibid

[4] ليفيا ناسيوس، مارك لوفين." القتل المستهدف وإغراءات تقنية الطائرة بدون طيار: كارثة سياسية واستراتيجية." في **معضلة أفغانستان: طالبان والولايات المتحدة**، تحرير: عبد العزيز الحيص، (الدوحة: منتدى العلاقات الدولية العربية، 2013)، ص 151-176

[5] Foxley, Tim. "Countering Taliban information operations in Afghanistan**." Prism,** Vol. 01, no. 4, 2010, pp. 79-94.

تناهض هذه القيم العالمية، فهذه القيم تجد صداها عند كافة الشعوب وان كانت محورا لأي حملة فستلقى هذه الحملة القبول في قلوب وعقول الجميع، وابرز تلك المثلة هو الحملة الخطابية الرسمية الأمريكية-البريطانية قبل غزو العراق، منذ سبتمبر 2002 شرعت الولايات المتحدة وبريطانيا ودول أخرى كأستراليا في حملة رسائل مكثفة تهدف لحشد الدعم العالمي للإطاحة بصدام حسين والنظام البعثي، وقد استشهد السرد الرسمي بتقارير استخباراتية تفيد بتخزين العراق لمخزونات كبيرة من الأسلحة البيولوجية و النووية وانه ما زال ينتجها، هذا من جهة ومن جهة أخرى دائما ما طغى الاستدلال الرمزي على الروايات الرسمية في أن النظام البعثي ارتكب فضائع في الماضي وانه سيرتكب غيرها و اكثر منها في المستقبل خصوصا مع حصوله على أسلحة دمار شامل، فقد اعلن جورج بوش قبيل غزو العراق في خطاب حالة الاتحاد[1] في جانفي 2003 بقوله " التاريخ والمنطق والحقائق تؤدي إلى استنتاج واحد: نظام صدام حسين خطر، ان الافتراض بحسن نية هذا النظام هو رهان على حياة الملايين وعلى سلامة العالم وأمنه ومقامرة متهورة، هذه المخاطرة يجب أن لا نجازف بها"، واستمر هذا النمط الاتصالي الرسمي، حيث تم عرض ملف التدخل العسكري في العراق على المجلس الأمن من طرف وزير الخارجية آن ذاك كولن بأول في فيفري 2003، ورغم ان المبررات الرئيسية للحرب غير صحيحة، لعدم إيجاد أي أدلة عن الأسلحة المزعومة لحد الآن، وجعل ذريعة "المعلومات الاستخباراتية الرديئة أو الغير موثوقة" شماعة لذلك، إلى النمط السردي للنموذج الاتصالي الرسمي تحول إلى رواية دعم الديمقراطية والحرية كتبرير للحرب، وهو ما يجسده قول دونالد رامسفيلد "إذا كان العراق قادر على الانتقال إلى طريق الديمقراطية... ثم التأثير في المنطقة والعالم يمكن ان يكون دراماتيكيا. يمكن تصور أن العراق سيصبح نموذجا ودليلا على ان دولة مسلمة معتدلة ستنجح في المعركة ضد الإرهاب والتطرف التي يجري في العالم الإسلامي"[2]، ولم تكن هذه الرسالة جديدة إلا أنها كانت تصلح كذريعة فرعية لتغطية الفشل على عدم وجود أسلحة الدمار الشامل، ومحاولة لتأطير التصورات الشعبية للرأيين العامين الأمريكي والعالمي حول تطور الحرب العالمية على الإرهاب، وتغطية للخسائر المادية والبشرية وللبنى للعراق، وهو أثبتته اغلب استطلاعات الرأي التي حدثت بعد انتهاء العمليات العسكرية المباشرة على العراق، حيث أظهرت استطلاعات الرأي انخفاض الدعم الشعبي لمواطني دول التحالف للحملة العالمية لمكافحة الإرهاب من 2002-2004، في بريطانيا انخفض الدعم (من 69% في عام 2002 إلى 63% في عام 2004)، وفرنسا (من 75% إلى 50%)، وألمانيا (من 70% إلى 55%) الأردن (من 13% إلى 12%) وباكستان (من 20% إلى 16%).[3] حيث أصبحت الحرب على العراق نموذجا للتفاوت الخطابي الغربي (سواءً للخطاب الرسمي أو الرسائل الإعلامية وغيرها..) وبين الفعل العملي، حيث ان الحملة التي

[1] George W. Bush. "President Delivers 'State of the Union'". White House, January 28, 2003, At: https://bit.ly/332UaZq

[2] Rumsfeld, Donald. "Core Principles for a Free Iraq." **Wall Street Journal**, Vol. 27, 2003.

[3] War, A. Year After Iraq. "Mistrust of America in Europe Even Higher, Muslin Anger Persists." **The Pew Research Center for the People & the Press,** 2004, At: https://pewrsr.ch/34vs1KO

استندت للتهديد الوشيك لأسلحة الدمار الشامل العراقية، ثم الحاجة لترسيخ الديمقراطية والحرية، أكدت الأحداث فيما بعد انها خطابات جوفاء، فحتى حلفاء الولايات المتحدة في المنطقة لا تعتبر أنظمة ديمقراطية ولا تتمتع بهامش من الحرية الذي يكفل لها الاقتراب من النموذج الأمريكي للديمقراطية والحرية والذي يخرجها من دائرة الأنظمة الاستبدادية الراعية للإرهاب وفق ذاك المقياس.

ومن جهة أخرى فانه وضمن مقاييس فعالية الحرب النفسية، يتوجب على الرسائل ان تلقى الصدى المطلوب ضمن الجمهور المستهدف، ولا يتحقق ذاك الصدى الا بمراعاة هذه الرسائل للاتساق والتوافق القولي /الفعلي، اي توافق الرسالة مع الحقائق على الأرض، وعدم الاتساق يعني الاستغلال العكسي للدعاية، حيث كانت تلك الفجوة في الرسائل الغربية مصدرا لنفوذ دعاية القاعدة، ففي من كثير من الفيديوهات لزعيم تنظيم القاعدة بن لادن او نائبه فيما بعد الظواهري، كان تسليط الضوء على سموه بـ "نفاق" الغرب التي تصنفهم كتنظيم إرهابي، "أما بالنسبة لاتهاماتهم -بأننا- نرعب الأبرياء والأطفال والنساء، فإن هذه الفئات تندرج في فئة "اتهام الآخرين بشدائدهم من أجل خداع الجماهير". وتُظهر الأدلة أن أمريكا وإسرائيل تقتلان أضعاف الرجال والنساء والأطفال في العالم الإسلامي وأماكن أخرى"، كما كانت مجلة "الهام Inspire " الناطق الرسمي للقاعدة والموجهة للناطقين بالإنجليزية[1]، تركز في دعايتها هي كذلك على نفس النهج حيث حاولت التشكيك في التشريعات الغربية لمكافحة الإرهاب التي اعتبرتها لا تحد من الحريات فقط، بل تطبق بهدف تكريس الإسلاموفوبيا والعداء للإسلام والمسلمين. وهي الادعاءات التي تمتعت بقدر كبير من الاتساق مع الواقع، لذا لقيت قبولا من بعض الجالية المسلمة بالغرب، ولعل أبرز دليل على جدواها هو تنامي ظاهرة "الذئاب الوحيدة" في الدول الغربية عموما وفي الولايات المتحدة بشكل خاص.

الفرع الثالث: النموذج الاتصالي الدعائي في حملة "العزم الصلب"

التحدي الأكبر لنموذج الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب، كان ظهور تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام المعروف اختصارا "داعش" "ISIS or ISIL"، حيث بالتزامن مع تمدده وحملته العسكرية أطلق التنظيم استراتيجية دعائية غير عادية، حيث اتسمت رسائلها بمجموعة متنوعة شاملة وبسيطة من المواضيع والروايات، تتمحور حول ان تنظيم داعش هو بطل المسلمين السنة واملهم في القضاء على المسببين لازمات المسلمين. وفي إطار سعي هذا التنظيم لاستمرار خلافته وديمومة وجوده، كان لابد له من تحقيق أهداف متعددة في وقت واحد:

[1] Vallee, Charles. "Digital Jihad: Al-Qaeda and the Islamic State-Dabiq vs. Inspire." **International Institute for Counter-Terrorism**, Summer 2015.

- محاولة خلق قاعدة تجنيد مستدام لإعادة التزويد بالمقاتلين الذين فقدوا في حملتها العسكرية المستمرة.
- استقطاب العمال والمهنيين للوقوف على البنى التحتية للأقاليم الخاضعة لسيطرتها.
- اغراء النساء بالانضمام والزواج بالمقاتلين، لان الانجاب يضم استدامة المجموعة على المدى الطويل
- الحصول على الأموال لدفع رواتب والامدادات اللازمة لمقاتليه والكيانات الاجتماعية القائمة.
- خلق منظمة الولاء الكاملة، وذلك بإخضاع المعارضين بشكل فعال والحفاظ على ولاء الأعضاء، وتشجيع المؤيدين في جميع انحاء العالم على ان يصبحوا أعضاء نشطين في المجموعة.

في محاولة لتحقيق أهدافه المتعددة، ينفذ داعش حملة تواصل استراتيجية متطورة تضاهي تلك التي تقوم بها العديد من الدول القومية. ويعتمد نهج التنظيم على جهد دعائي متعدد اللغات ومتعدد المنصات، وله تداول في كل مكان عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تسعى دعاية داعش الى تشكيل تصورات والمساهمة في الاستقطاب لدعم جهود استهداف الجماهير (سواءً الصديقة أو العدوة)،و كان سلاح المناشدة هو المرتكز لدعايتها، من خلال اختيار الرسائل التي تعزز الاختيار العقلاني، ومقارنة الاستعداد السياسي والعسكري لها مع نقاط ضعف -اعدائها-، بالإضافة الى اختيار مخاطبة الخيارات الهوياتية لجماهيرها المستهدفة لما لذلك من تأثير قوي على بنية صناعة القرار لدى مؤديها الفاعلية و المحتملين، وهو ما قد يفسره نسبة الاستقطاب والتجنيد لديها وجمعها لجيش كبير في مدة قصيرة، وهم المجندون الذين يختارون إما الانضمام إلى تنظيم الدولة الإسلامية للهروب من أسوأ مصير أو ببساطة تغيير نمط حياتهم الحالي، دون تحديد عدد الذئاب الوحيدة او المتعاطفين معه، وهذا دون اغفال تكتيكات وروافد المراسلة الداخلية لتعزيز القواعد الاجتماعية[1]، كما ان انهيار المنظومات البيروقراطية وتفككها وحالة عدم الاستقرار أو الفراغ الاستراتيجي الذي ميز حالة العراق وسوريا، ساهم في التوسع الكبير لداعش وسيطرته على "مسرح المعلومات" وجعل تطوير ونشر الرسائل بمواضيع متسقة شبه مستحيل.

فقد مثلت هذه الدعاية للولايات المتحدة عدوا اكثر سلاسة وتطورا واكثر انتشارا من دعاية الاتحاد السوفياتي ابان الحرب الباردة، وهو ما عبر عنه المدير السابق لمركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب CSCC التابع لوزارة الخارجية "كانت الجهود الرامية إلى الحد من دعاية داعش مؤقتة وغير فعالة، على الرغم من الجهود الكبيرة التي بذلتها دول مثل المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وحتى

[1] محمد المصري. "من يؤيد داعش؟ ولماذا؟: محاولة في فهم دوافع التعاطف مع داعش"، **سياسات عربية**، ع. 27، جويلية 2017، ص . 115-126.

تنظيم القاعدة"[1]، حيث ان اعتماد الإرث التنظيمي والفكري لمكافحة الدعاية المتطرفة الذي كان مطبقا لمجابهة القاعدة لم يجدي نفعا وكان غير ذي جدوى.

ففي إطار الاستراتيجية الامريكية لمحاربة داعش أو عملية "العزم المتأصل" تم اعتماد نهجين:

- النهج الأول حركي صلب: اعتمد الغارات الجوية فقط على قواعد التنظيم في العراق وسوريا، حيث انه في عهد أوباما تم تبني استراتيجية جديدة سميت ب "مبدأ أوباما"[2]تعتمد هذه الاستراتيجية فكر التيار الغير انغماسي للمدرسة الواقعية تعتمد التجربة المكلفة في العراق مرجعا لهما، أي اعتماد الغارات الجوية دون تدخل عسكري مباشر، لكن ذلك لم يمنع من زيادة تدفق المقاتلين المحليين والأجانب في صفوف التنظيم، وهذا ما استوجب اعتماد نهج ثاني غير حركي.

- نهج ثاني غير حركي: يعتمد مبدأ الاتصالات الاستراتيجية للتصدي للدعاية الداعشية والحد من هذا التدفق والذي كلف مركز المشاركة العالمية (مركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب سابقا) التابع لوزارة الخارجية بتسييره.

حيث حاول المركز جمع وتنظيم وتضخيم دعاية الولايات المتحدة وحلفائها المناهضة لتنظيم الدولة من خلال خلق دعاية مضادة تحد من الدعاية المتنامية للتنظيم "ان السبيل الوحيد للمنافسة هو تجميع المحتوى الحالي وتنظيمه وتضخيمه"[3]، وقد تعرضت جهود المركز للكثير من الانتقادات، خصوصا أن الجهود الدعائية لتنظيم الدولة هي جهود لا مركزية تستخدم كثير من وسائط التواصل كاليوتيوب والتويتر والفايسبوك[4]، ما يجعل استهدافها والحد منها صعبا، لذا حاول المركز اتباع استراتيجيات تعتمد على المنابر العامة لمجابهة هذه الدعاية، خصوصا تمريرها عبر منافذ الأخبار العربية للتأثير على الجمهور الذي يستهدف تنظيم الدولة خصوصا أولئك الناقمين والغير مؤيدين للسياسات الغربية،

الاتصالات الاستراتيجية هي أحد المجالات الحاسمة التي تسعى فيها الولايات المتحدة، وتحديداً مؤتمر الأمن والتعاون في أوروبا التابع لوزارة الخارجية، إلى مواجهة تنظيم «الدولة الإسلامية». ومع ذلك، يستخدم تنظيم الدولة الإسلامية مجموعة واسعة من وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل، بما في ذلك المواقع والتطبيقات العامة والخاصة، مثل يوتيوب وفيسبوك وتويتر وواتساب سنابشات. بالإضافة إلى ذلك أن معظم

[1]Ingram, Haroro J. "How to Beat Back ISIS Propaganda." **The National Interest**, June 2016. At: https://bit.ly/3oqF4Eq

[2]حارث حسن، "السياسة الأميركية تجاه تنظيم داعش"، **سياسات عربية**، ع 16، سبتمبر 2015، ص 28-45

[3] Eric Schmitt, "U.S. Intensifies Effort to Blunt ISIS' Message (Published 2015)," **The New York Times**, February 17, 2015, At: https://nyti.ms/3HAWJ40

[4] Bouzis, Kathleen. "Countering the Islamic State: US counterterrorism measures." **Studies in Conflict & Terrorism,** Vol. 38, no. 10, 2015, pp. 885–897.

جهود الاتصال التي يبذلها تنظيم الدولة لا تختلف عن آليات سلفه كالقاعدة من حيث عدم مركزيتها[1]، مما يجعل استهدافها صعباً للغاية. ومع ذلك، تعرض مؤتمر الأمن والتعاون في أوروبا التابع لوزارة الخارجية الأمريكية لاتهامات مختلفة بعدم الكفاءة والشكاوى.

تستخدم وزارة الخارجية استراتيجيات متعددة، علنية وسرية على حد سواء. وقد حاول المؤتمر الدولي لمكافحة الإرهاب مواجهة تنظيم «الدولة الإسلامية» باستخدام المنابر العامة، وشهد بعض النجاح من حيث اجتذاب أتباعه. فعلى سبيل المثال، كان لصفحتها باللغة العربية على فيسبوك حوالي 146,445 متابعًا.[2] كما استخدمت منشورات عامة مثل إعادة نشر مواد من منافذ الأخبار العربية للتأثير على جمهورها المستهدف في الشرق الأوسط واظهر أقل تأييداً للغرب. ومع ذلك، لا يمكن تقييم استراتيجية الرسائل المضادة فقط على أساس التفاعل من الإعجابات وطرق العرض والمتابعين.

1. **تكتيكات وسائل الإعلام الاجتماعية:** حيث حاول فريق التوعية التابع للمركز تصوير افتقار تنظيم الدولة الى الإنسانية من خلال التطرق الى الفيديوهات الوحشية التي يبثها (خصوصا التي تتعلق بقطع الرؤوس)، غير أن الطريقة التي صاغ بها دعايته لاقت انتقادات من حيث غموضها، ومن أمثلة ذلك أنه في احدى الحملات المضادة يعنوان "ما الفرق بين أعضاء داعش والضباع"، حيث ارفق فيديو لمجموعة ضباع تنهش فريستها ومعها فيديو لأعضاء من داعش يقطعون رؤوس المعارضين، حتى وان كان جانب من الفيديو يحاول تبيان وحشية أعضاء التنظيم الرسالة مختلطة وغير واضحة المعالم لتدحض دعاية داعش المبنية على الرعب حقيقة.

2. **انتقادات الاستعمال:** حيث حاول أعضاء المركز وموظفوه استعمال طريقة التحاور مع المغردين باسم تنظيم الدولة والمتعاطفين معه أو الجهاديين في وسائل التواصل الاجتماعية، وهي الاتصالات التي اعتبرت لا معنى لها وقد تأتي بنتائج عكسية، قد تمنح القوة لدعاية التنظيم وممثليه من الجهاديين وتطعن في قوة المركز وتكتيكاته، بل ان الطريقة التي كان الرد بها كانت تشبه جدلية الأطفال[3]، ولعل ما أثر على جهود المركز بخلاف تكتيكات الاستخدام هو الحج الهائل للرسائل التي ينشرها التنظيم حيث قدرت في أحيان كثيرة انها تتجاوز 90 ألف تغريدة في اليوم الواحد على مختف الحسابات والمنصات[4].

3. **الموارد:** أن ما تعرض للنقد بالمركز ليس سياسته وتكتيكاته فقط، بل حتى ميزانيته حيث ان المركز يقع بين وزارتي الخارجية ووزارة الدفاع وكلاهما بميزانية ضخمة، لكن كثيرا ما كان المركز يعاني من مشكلة

[1] Nicholas B. Pace, "Decentralization: The Future of ISIS", **Small Wars Journal,** May 11 2014, At: https://bit.ly/3GqP6LN

[2] Bouzis, Kathleen, op. cit.

[3] Katz Rita, op.cit.

[4] Eric Schmitt, "U.S. Intensifies Effort to Blunt ISIS' Message", **The New York Times**, Feb. 16, 2015, At: https://nyti.ms/3HAWJ40

التمويل، حيث انه المركز اعتبر أولوية ضمن الاستراتيجية الشاملة لمكافحة تنظيم الدولة دون توفير التمويل اللازم لتسييره، حيث انه المركز يحوي أكثر من مائة موظف بميزانية أقل من 5 ملايين دولار في السنة[1].

4. **السياقات السردية:** حيث كانت دعاية تنظيم الدولة تصور نفسها واتباعها بتفصيل وفق رؤية سردية واضحة للمؤيدين والمتعاطفين، وحتى الأعداء، لكن هل كان المركز يتمتع بهذه الرواية السردية في محاولته الدعائية؟، حيث يشير مدير المركز السابق بقوله "ليس لدينا رواية مضادة... ما لدينا هو نصف رسالة"[2]، حيث تعتبر نصف الرسالة هذه في حد ذاتها رسالة سلبية تؤثر على جهود استراتيجية مجابهة تنظيم الدولة.

5. المقاتلين الأجانب: حيث ان أكثر مشاكل جهود مكافحة تنظيم الدولة هو تدفق المقاتلين عليه، وأشارت تقارير انه كان يحوي أكثر من 20 ألف مقاتل أجنبي في صفوفه سنة 2014[3]، ولعل من أسباب ذلك تلك التصريحات السلبية الصادرة من صانعي القرار الغربيين حيث ساهم زيادة العداء للغرب من استقطاب للتنظيم والاندماج ضمنه،

[1] Favat Pete, and Bryan Price. "The Truth Campaign and the War of Ideas." **CTC Sentinel,** Vol. 8, no. 73, 2015, p. 9.

[2] Simon Cottee, "Why It's So Hard to Stop ISIS Propaganda," **The Atlantic**, March 2, 2015, At: https://bit.ly/35FhT2y

[3] ICSR Team, "Foreign Fighter Total in Syria/Iraq Now Exceeds 20,000; Surpasses Afghanistan Conflict in the 1980s" **International Centre for the Study of Radicalization (ICSR)**, January 2015, At: https://bit.ly/3B1ihUY

المطلب الثالث: الدبلوماسية العامة والحرب على الإرهاب (دبلوماسية الهيمنة)

رغم ان الولايات المتحدة وفي تاريخ صراعها كانت اغلب الوقت تميل الى استخدام القوة العسكرية كأداة مناسبة للرد، والتي استخدمت كذلك بشكل وقائي ضد التهديدات المحتملة، لكن ظهور مخاوف متعددة من هذا الاستخدام -المفرط- للقوة العسكرية كسبيل وحيد:

1. قيود القوة العسكرية، التي يمكن ان يفرضها طبيعة التهديد وشكله، او ما يفرضه القانون الدولي.

2. الاستخدام المفرط للقوة يحفز -الآخرين- على تحديها بأساليب رد أعنف أو غير متوقعة

3. سوء فهم التحديات والتهديدات التي يجب مواجهتها، وبالتالي سوء فهم لطبيعة الاستجابة.[1]

الفرع الأول: العودة للدبلوماسية العامة كأداة للتأثير

ونظرا لهذه المخاوف تم العودة لأداة كانت أساسية من أدوات صراع الحرب الباردة والتي جاء بها قانون سميث-موندت وتم تجاهلها في فترة ما بعد نهاية الحرب الباردة، حيث تشمل استخدام المعلومات للتأثير على الراي العام الأجنبي، فالدمج بين الدبلوماسية واستخدام المعلومات هي جوهر "القوة الناعمة"، على سبيل المثال لا الحصر وفي اطار العسكرية الامريكية المباشرة في العراق وأفغانستان وسوريا في اطار الحرب على الإرهاب لم يكن هناك نتائج واضحة حول نجاحها، لكن الشيء الذي كان واضحا ان الولايات المتحدة كانت تخسر حرب الأفكار وكسب العقول والقلوب، فقضايا مثل سجن أبو غريب في العراق ومعتقل غوانتانامو وغيرها، كان لها تأثير سلبي على السياسة الامريكية في لدى الراي العام الأجنبي اتجاه الحرب الامريكية على الإرهاب، ونتيجة لهذه الحوادث قوضت مصداقية الولايات المتحدة لدى الجماهير المسلمة بشكل خاص، وهو ما استخدمتها الحركات الإرهابية في دعايتها ولتبريرها عملياتها الإرهابية.

وهو ما أدى الى إعادة الاهتمام بالدبلوماسية العامة وتضمينها ضمن استراتيجيات مكافحة الإرهاب، حيث انها تكفل لصانع القرار تعزيز المصلحة الوطنية والامن والقومي من خلال زيادة نسبة الفهم والقبول للسياسات، من خلال استغلال المعلومات للتأثير على الجمهور الأجنبي وتوسيع الحوار بين المواطنين والمؤسسات الامريكية ومع المواطنين والمؤسسات الاجنبية[2]، لذلك فان الدبلوماسية الامريكية اعتمدت نهجين أساسيين هما:

- قصير المدى: وهو النهج الذي يعتمد شرح وتفسير السياسات التي تتضمن في خطابات الرئيس

[1] Shibley Telhami, "Of Power and Compassion", **Metaphilosophy**, Vol. 35, no. 3, April 2004, pp. 303-304.

[2] Peterson, Peter G. "Public Diplomacy and the War on Terrorism." **Foreign Affairs**, Vol. 81, no. 5, 2002, pp 74-94.

والمسؤولين الأمريكيين اتجاه قضايا معينة واستراتيجيات حالية او مستقبلية.

- النهج طويل المدى: والذي يهدف من خلاله الى تطوير العلاقات مع الفاعلين والكتاب والمحريين الأجانب الذين يتبنون القيم الامريكية، من خلال برامج التعاون التبادل الثقافي والأكاديمي والإعلامي.

ولعل النهج الطويل المدى في شقه المتعلق بالجانب الإعلامي هو ما يمكن من الفهم الأفضل لأدوات السياسة العامة، على أساس الجهود المبذولة من طرف حكومة الولايات المتحدة لإعلام الراي العام الأجنبي والتأثير عليه، من اجل تشكيل التصورات حولها، وهو الجهد الذين لا يمكن ملاحظته في فترة ما بعد سقوط الثنائية القطبية، وظهور النظام العالمي الجديد، حيث فتحت الحدود والتجارة والسفر والتبادل..، فلم تعد راديوهات كراديو صوت أمريكا وراديو أوروبا الحرة وغيرها من الإذاعات هي المصدر الوحيد للمعلومة في أوربا الشرقية (الكتلة الشيوعية سابقا)، او لم يعد لهذه الإذاعات وجود اصلا، كما انه تقرر في التسعينات خفض ميزانية الدبلوماسية العامة ، على سبيل المثال في الفترة من 1990 الى 1992 تقرر خفض ميزانية وكالة الاعلام الامريكية بنسبة 30٪، والحقت بوزارة الخارجية بدل وكالة المخابرات المركزية سنة 1998[1]، وبالتالي الحاق وظائفها الثقافية والإعلامية لسلطة البعثات الدبلوماسية، مما جعلها اقل وصولا إعلاميا على المستوى الشعبي، لتكون أداة للدبلوماسية الرسمية فقط.

ورغم الصدمة التي احدثتها احداث 09/11، على المستوى الفدرالي والمؤسسي الا انه لم يتخذ أي اجراء يمس إعادة هيكلة مقدرات الدبلوماسية العامة، بل كان التركيز على التغييرات التنظيمية في الهياكل والسياسات الفيدرالية من حيث الاستخبارات وانفاذ القانون، اما السياسة الخارجية فقد ركزت على هزيمة الإرهاب وليس مكافحته*، ذلك ان تقرير لجنة 11/09 يشير الى مصطلح "الحرب على الإرهاب" أي القضاء على الإرهابيين على الأرض، وهو الامر الذي اثبت عدم جدواها بعد انتهاء المرحلة الأولى من العمليات العسكرية في أفغانستان، نتيجة التنازل عن محكمة الراي العام ضد الإرهاب [2]، لذا وجب إيجاد استراتيجية متوازنة تستخدم كافة عناصر القوة الوطنية "الدبلوماسية، والاستخبارات، والعمل السري، وإنفاذ القانون، والسياسة الاقتصادية، والمساعدات الخارجية، والدبلوماسية العامة".[3]

[1] USIA Official Site, Ibid.,

* الهزيمة هي تحديد العدو (الإرهابي) والقضاء عليه، دون محاولة تحديد أسباب لجوئه للفعل او عواقب افعاله وتداعياتها، أي ان المكافحة هي استباق الظاهرة الإرهابية، والقضاء على جميع الأسباب المباشرة والغير المباشرة المسببة للفعل.

[2] Kean, T., & Hamilton, L. **The 9/11 commission report: Final report of the national commission on terrorist attacks upon the United States** (Washington DC: Government Printing Office, Vol 03, 2004), p. 203.

[3] Ibid.

وقد انطلقت إعادة هيكلة "الدبلوماسية العامة " واستغلالها في مساعي مكافحة الإرهاب، مع ما سمي بحملة "بيع أمريكا للخارج" والتي جاءت بها وكيل الوزارة للدبلوماسية العامة والشؤون العامة شارلوت بيرز Charlotte Beers، سنة 2002، وذلك من خلال انتاج فيديوهات وكتب وملصقات دعائية تبيع أمريكا جديدة للمسلمين حول العالم من خلال اظهار القيم المشتركة والاعتماد "على الصدى العاطفي للرسالة الدعائية"[1]، من خلال اظهار تسامح وتعايش الامريكان مع العرب والمسلمين الذين يعيشون في أمريكا، للتأكيد ان المجتمع الديمقراطي مجتمع متعدد الأعراق والثقافات والتي تتعايش فيما بينها دون أي قيود او مضايقة، وقد انخرط في هذه الحملة المسؤولون بما فيهم الرئيس الأمريكي جورج بوش، الذي قام بزيارات لمساجد أمريكا أو دعوة سفراء الدول الإسلامية للصلاة والافطار في البيت الأبيض. وكان الهدف من هذه الحملة هو اظهار عدم صحة رسالة الدعاية الإرهابية التي تقول بعداء الولايات المتحدة للمسلمين والإسلام.

وقد حاولت الرسالة الدعائية لهذه الدبلوماسية العامة ان توفر عناصر رئيسية جديدة لجهود الحرب النفسية الامريكية لمكافحة الإرهاب:

- دعم قدرة الحكومة الامريكية على التواصل مع الجماهير الأجنبية.
- بناء هيكل فعال لتنسيق الجهود الدعائية المدنية والعسكرية.
- تنسيق سياسات كافة اللجان التابعة لمجلس المن القومي، من اجل تقييم الآثار المحتملة على الراي العام الأجنبي عند وضع وتطوير الخيارات السياسية والأمنية، مع استراتيجيات الاتصال بما يتماشى مع ذلك.
- توجيه موارد والامكانيات لتطوير العلاقات مع المنظمات غير الحكومية والدولية ووسائل الاعلام.

وقد أنشأ البيت الأبيض سنة 2001 وكالة تسمى بمركز معلومات التحالف (CIC)[2]، والتي كان الغرض منها هو اعلام الجماهير بأهداف الحلفاء الغربيين بالحرب على أفغانستان والعراق بعده، وتمكين الدحض السريع دعاية العدو بشأن الخسائر والنجاحات في المعارك، كما ان وزارة الدفاع استغلت جهود الدبلوماسية العامة من خلال اشراك الوكالات الإعلامية والاستشارية المدنية في الحرب الإعلامية والدعائية ضد التنظيمات الإرهابية، مثل مجموعة راندر Rendon Group للاستشارات والاتصالات الاستراتيجية، حيث كانت وظيفتها تحليل وسائل الاعلام الأجنبية ومنتجاتها الإعلامية بهدف استخدمها للتأثير على الرأي العام الأجنبي، خصوصا وسائل الاعلام العربية (كالجزيرة والعربية..)، واوصت كذلك بكسر حاجز الاتصال وتوسيع التفاهم الثقافي

[1] Patrick Lee Plaisance, "The Propaganda War on Terrorism: An Analysis of the United States' "Shared Values" Public-Diplomacy Campaign After September 11, 2001", **Journal of Mass Media Ethics**, Vol. 20, no. 4, pp. 250-268,

[2] David W. Guth, "Black, White, and Shades of Gray: The Sixty-Year Debate Over Propaganda versus Public Diplomacy", **Journal of Promotion Management**, Vol. 14, no. 3-4, 2002, pp. 309-325.

خصوصا بين طلبة الجامعات والمدراس الامريكية-العربية[1]، كما ان وزارة الخارجية حاولت إيجاد طرق لمواجهة -المشاعر المعادية للولايات المتحدة- لدى جماهير الدول العربية والإسلامية عموما، وجماهير الدول التي -صنفتها- كدول راعية للإرهاب بصفة خاصة ، وذلك عن طريق الدبلوماسية العامة ومكافحة الإرهاب بالمعلومات لذلك أنشأت "مجموعة استشارية للدبلوماسية العامة للعالمين العربي والإسلامي"، وهي المجموعة التي نشرت سنة 2003، دراسة بعنوان: " تغيير الفكر وتحقيق السلام: اتجاه استراتيجي جديد للدبلوماسية العامة في العالم العربي والإسلامي"[2]، والتي تضمن عديد التوصيات أهمها:

- تغيير هيكلية إدارة الدبلوماسية العامة باشراك مؤسسات وهيئات أخرى تساهم في زيادة أهميتها.
- توفير الموارد المالية والبشرية المحترفة، خصوصا العالمين بالدين الإسلامي والثقافات الشرق أوسطية.
- زيادة استخدام تكنولوجيات المعلومات والتكنولوجيات الحديثة، في التواصل مع المجتمعات العربية والإسلامية، واستخدامها لقياس نجاح/فشل الجهود
- توسيع برنامج الركن الأمريكي* بخلق مشاريع جديدة سميت "مكتبة المعرفة الأمريكية" بجامعات الدول الإسلامية خصوصا الشرق أوسطية.

ولعل السمة البارزة في هذه التوصيات هو تركيزه على شكل أكثر تخصصا من الدبلوماسية العامة وهو الدبلوماسية العامة الثقافية. ويبنى مفهوم هذه الدبلوماسية" بترسيخ فكرة قوة الشعب الأمريكي وتفّوقه على باقي شعوب العالم ومن ثّم فهو الأولى بالمتابعة والاقتداء (حسب النظرة الامريكية الأحادية)"[3]

[1] Akiner Nurdan. "Propaganda Activity of The Bush Administration on Middle East After the September 11 Attacks." **Istanbul Universitesi Iletisim Fakultesi Dergisi**, no. 23, 2005, pp. 89-97.

[2] Edward Djerejian, "Changing minds, winning peace: A new strategic direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab & Muslim World": **Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim world**, Submitted to the Committee on Appropriations US house of representatives, 2007.

*الركن الأمريكي هي مبادرة تابعة لوزارة الخارجية، تم اطلاقها سنة 2000، والتي هي انشاء مراكز بالهيئات والمؤسسات الأكاديمية والثقافية الأجنبية، من اجل تسليط الضوء على الثقافة والتاريخ والحكومة الامريكية والأحداث الجارية، عن طريق توفير المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية التي تتحدث عن ذلك، او استضافة المؤتمرات والندوات والاجتماعات التي تركز على الثقافة والحياة الأمريكية.

[3] كشان رضا، "دور الدبلوماسية الثقافية في تعزيز الهيمنة الأمريكية"، **مجلة الأبحاث القانونية والسياسية**، مج 03، ع 02، 2021، ص . 25-42.

الفرع الثاني: الدبلوماسية الثقافية ودعاية الاستقطاب

يمكن اعتبار ان الصورة الإيجابية للولايات المتحدة تراجعت في العالم الإسلامي في اعقاب غزو أفغانستان والعراق، ولكن طريقة الغزو ساهمت في تراجع تلك الصورة حتى في الدول الغربية، كما ان سلبية النظرة شملت حتى مكانة المواطنين الامريكان وليست السياسة الامريكية فقط، وحتى ان كانت هناك محاولة لاستغلال الدبلوماسية العامة كرد فعل تكتيكي على ذلك الا انها لم يعطي التأثير المنشود على الراي العام الأجنبي، وقد يعزى هذا الى التغيرات الاجتماعية المرتبطة بالعولمة التي جاهدت للتوسع العالمي وهددت قيم وهويات جماعات رأت نفسها خاسرة في ظل هذا النظام الدولي الجديد الذي قد يشكل تهديدا لقيمهم وهوياتهم، هذه المجموعات حاولت إيجاد شكل من التمايز المحلي بينها وبين "الآخرين" غير المرغوب فيهم أو من يمثلون هذا التهديد، ذلك قد تتصاعد هذه المعارضة الثقافية الى صراع على أساس الدين أو العرق من اجل الحفاظ على الهوية[1]، لذا عند التطرق الى المجتمعات ذات الخصوصية الدينية والقيمية كالمجتمعات الإسلامية فان قيم العولمة مرفوضة فهي تُفهم على أساس مادي مهدد لقيمها، وفي هذه الحالة تظهر الدبلوماسية الثقافية كأداة لإقامة تواصل وتفاهم متبادل، وتهدف أيضا الى بناء تلك الصورة الإيجابية للدولة التي تمارسها وتخفض من حدة العداء.

في الولايات المتحدة غالبا ما يتم ربط الدبلوماسية الثقافية بالتبادل الثقافي والتعليمي، حتى وان استخدمت هي كمصطلح، وتستخدم على انها "قاعدة لدعم وتنفيذ السياسة الخارجية وتحسينها أكثر كونها جزءًا لا يتجزأ من الأنشطة الدبلوماسية للدولة"[2]، وكما تم الاهتمام الأكثر بالدبلوماسية العامة بعد احدث 09/11 كذلك زاد الاهتمام بالدبلوماسية الثقافية، فهي كما سابقتها ظهرت وتطورت ضمن السياسة الأمريكية إبان الحرب الباردة، فقد استغلت أعمال الفنانين والكتاب والموسيقيين لتظهر الوجه الجيد للحلم الأمريكي وكانوا سفراء لدبلوماسيتها الثقافية، وما ساعد على انتشار أفكارهم واعتناقها أنهم ظهروا كالمستقلين عن الحكومة الأمريكية، لإدراك صانع القرار ان هذا الشكل من الدبلوماسية سيكون أكثر نجاحا اذا بعد ربطه عن الطابع الرسمي.

شكلت أزمات الشرق الأوسط والأدنى، كالصراع الفلسطيني-الإسرائيلي والدعم الأمريكي لإسرائيل، وغزوها للعراق وأفغانستان وما صاحب ذلك من فضائح وانتهاكات.. لحظات سيئة في العلاقة بين الولايات المتحدة والعالم العربي والإسلامي، كما ان الحركات الإرهابية حاولت استغلال تلك الأحداث في دعايتها وحربها

[1] ميمونة مناصرية، **هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة: من منظور أساتذة جامعة بسكرة**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم العلوم الاجتماعية، 2012)، ص. 205.

[2] بودردابن منيرة، "الدبلوماسية الثقافية الأمريكية كقوة ناعمة وآلية إيديولوجية للهيمنة الثقافية في العالم العربي"، **المجلة الجزائرية للأمن الإنساني**، مج. 06، ع. 02، 2021، ص . 647-664.

النفسية الهادفة لكسب الشرعية والقبول بناءً على شيطنة الاخر، لذا كان يمكن للدبلوماسية الثقافية ان تظهر كوسيلة اتصال فعالة وموثوقة، لإسقاطات هذه الشرعية والشيطنة، بما يخدم أهدافها واستراتيجيتها الكبرى في مكافحة الإرهاب والتطرف وتعظيم أثرها، ولعل أهم ما توفره الدبلوماسية الثقافية من ميزات[1]:

- يمكن اعتبارها وسيلة اتصال (شارع) باتجاهين تحسن التفاهم بين مختلف الثقافات وبصفة دائمة.
- لا تشرح ولا تعوض السياسات السيئة
- تلفت الانتباه الى جوانب مقصودة من الثقافة الامريكية أي الأمور المقبولة أو المأمولة لدى الجماهير المستهدفة (فرص النجاح والحريات الفردية والجماعية..) من خلال التواصل مع الجميع دون استثناء
- يمكنها ان تكون أبواب خلفية للدبلوماسية التقليدية في حالات التصعيد او العلاقات السيئة بين الولايات المتحدة والدول الأخرى (كما حدث مع إيران وسوريا)
- تغييراتها نوعية وليست كمية في العلاقات الدولية.

اما من حيث المجالات الرئيسية التي تستغلها الولايات المتحدة في دبلوماسيتها الثقافية، نجد ان هناك ثلاث مجالات رئيسية هي:

1. السينما: بقدر ما تتعلق السينما في بالأفلام والمسلسلات، الا أن الأمر يعدوا ذلك الى انه أصبحت صناعة لها وناطقا رسميا لتوجهات الإدارة الامريكية ونظرتها للسياسة الدولية، فشبكات الإنتاج بهوليود تعتبر أهم مراكز صناعة الدبلوماسية الثقافية الأمريكية ومكرسا للهيمنة الأمريكية، انطلاقا مما يحتويها إنتاجها السينمائي من هندسة وتشكيل للوعي الفردي والجمعي بما يتماشى مع السياسة الامريكية، فاهم المقاربات التي تعتمدها هوليود في عملياتها النفسية هي نشر أفكار تصور الولايات المتحدة كمنقذ للعالم والبشرية، فكثير من افلامها التي تأتي في محتوى "مكافحة الإرهاب" تقدم صورة نمطية عن الفرد الأمريكي القوي المظلوم من طرف الإرهابيين والمتطرفين (أعداء الديمقراطية والحرية) ولكنه سينتصر في الأخير عليهم، فالمشاهد السينمائية وتقنيات التصوير والإخراج وسرعة الوصول الى الجميع تساهم في التحكم في آراء وعواطف المشاهدين وتدفعهم لتبني هذه الأفكار على اعتبارهم جماهيرا مستهدفة برسائلها الدعائية والنفسية، فالأفلام التي انتجتها هوليود بعد 11/ 09 مثلا، كانت ترسخ في أذهان مشاهديها صورة نمطية عن المسلمين والعرب كإرهابيين وعنصريين كرسالة واضحة تستهدف كسب تأييد الرأي العام حول غزو أفغانستان والعراق وقبول ما حدث بعد ذلك من فضائح على اعتبارها "أضرار جانبية"[2].

[1] Cynthia P. Schneider: "Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know It If You Saw It", **Brown Journal of World Affairs**, Fall/Winter 2006, Vol. 13, no. 1, pp. 191-203

[2] "خاص: كيف شوهت سينما هوليوود صورة المسلمين بعد "11 سبتمبر"؟"، **موقع سكاي عربية**، 11 سبتمبر 2021، على https://bit.ly/3ifMeb2

أما التطور الكبير الذي شهدته السينما ودور العرض في العالم وفي الدول العربية والإسلامية، أصبح يمثل فرصة لزيادة احتمالات الوصول لهذه البلدان عن طريق الأفلام، ولو كانت هناك قطيعة سياسية ودبلوماسية مع هذه الدول، على سبيل المثال فإن مهرجان الفجر السينمائي الدولي الذي يعقد مطلع فيفري من كل عام بالعاصمة الإيرانية طهران، يعرض الكثير من الأفلام الامريكية، مع تواجد فنانين ومنتجين أمريكيين في لجان تحكيمه، بالإضافة الى ان نقص الإنتاج السينمائي في هذه الدول يجعل الأفلام الامريكية تملأ هذا الفراغ السينمائي، لتوجه المشاهد العربي والمسلم بما يخدم توجهاتها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فان تطور القنوات الفضائية ساهم في ظهور قنوات تختص ببث الأفلام الغربية والهوليودية بصفة خاصة وهو ما يساهم أكثر في زيادة نسبة التأثير وبث الرسالة النفسية الى جمهور أوسع.

"التصوير البطولي لمقاومة الأمريكيين العاديين للإرهابيين، ومنعهم في نهاية المطاف من تحقيق هدفهم، ولو كان الثمن حياتهم"[1]

2. **الموسيقى:** بالإضافة الى السينما كانت الموسيقى هي كذلك أداة لهذه الدبلوماسية الثقافية، فالموسيقى بمكن اعتبرها لغة عالمية يفهمها الجميع، وقد تم استغلالها سواء عن طريق استغلال شعبية الموسيقيين المسلمين مثل سامي يوسف وغيره ممن يمثلون -الإسلام المعتدل-، وترويج صورتهم على ان هذا هو النهج الصحيح للإسلام، او عن طريق جولات الموسيقية للموسيقيين الأمريكيين الى الدول مثل افغانستان والعراق ولبنان، وبذلك يمكن الوصول للجماهير ذات المواقف السلبية تجاه الولايات المتحدة، حيث كانت تلك الجولات الترويجية ناجعة خلال فترة الحرب الباردة لذلك زادت ميزانية دعم هذه الجولات والبرامج الثقافية المشابهة من 900الف الى 10 مليون دولار سنة 2008.[2]

3. **الأدب:** ان كان الفن هو أساس التأثير على العواطف ضمن هذا النوع من الدبلوماسية، يمكن للأدب ان يقدم نفس المهمة من اجل تحسين صورة الولايات المتحدة ضمن حواضن الارهاب، الا ان ما يقف عائقا امام ذلك هو حاجز اللغة، فالكتب الأمريكية المترجمة الى العربية ضئيل جدا، بالمقارنة بإنتاج دور النشر الامريكية، على سبيل المثال السفارة الامريكية بالقاهرة والتي تأتي ضمن اكبر السفارات الامريكية، كانت ميزانيتها لمشاريع الترجمة عام 2006 اقل من 38 الف دولار فقط[3]، وللمصلحة الاستراتيجية للولايات المتحدة في دعم الترجمة من الإنجليزية الى العربية والعكس من اجل سد تلك الفجوة في التفاهم بين الثقافات وهو العنصر المعلن، اما العنصر الأهم هو محاولة غرس الافكار الاكاديمية الغربية عموما والأمريكية بصفة خاصة

[1] جان ميشال فرودون، تر: خديجتو الحماد، "الإرهاب على الشاشات الفضية الغربية: ما مدى اتساع الأطلسي؟"، في: **الإرهاب والسينما: جدلية العلاقة وإمكانات التوظيف**، تحرير: ريما المسمار، (بيروت: دار مدارك للنشر، 2010)، ص. 186.

[2] 20

[3]

لتبينها من طرف الباحثين والاكاديميين المسلمين والعرب، لذلك كانت الإدارة الامريكية تسعى الى دعم برامج الترجمة الخاصة بالجامعات او مراكز الفكر، وذلك عن التمويل المادي او تقديم الإعفاءات وحل خلافات الملكية الفكرية.

وفي سنة 2008 لنفس الغاية ولاستقطاب نفس الجماهير المستهدفة اطلقت وزارة الخارجية مجلة باللغة العربية اسمها هاي Hi Magazine، وهي مجلة شبابية تستهدف الشباب العربي، من أجل إقامة حوار مع الشباب العربي كما جاء في افتتاحية عددها الأول[1]، كما ارفقت المجلة بمقع انترنت تفاعلي، من اجل تقديم الاراء والتعليقات والتوصيات، طرح الأسئلة حول الولايات المتحدة وثقافتها العيش، فهي كانت وسيلة لزرع ونشر القيم الامريكية، وقد كانت المجلة تغطي كافة المواضيع من التعليم والة التكنولوجيا والصحة والموسيقى فهي مجلة "نمط حياة"[2]، لذا حاولت الابتعاد عن المواضيع السياسية وعدم تطرقها الى ذلك عمدا.

ولعل هذا ما تسعى له دعاية الدبلوماسية الثقافية عموما، التي يمكن توصيفها بانها دعاية استقطاب، ذلك ان الدبلوماسية الثقافية الامريكية التي تستهدف الجماهير والراي العام الحامل للايدلوجية المشابهة لايدولوجية التطرف والتنظيمات الإرهابية، تستدعي ان تتحمل بعضا من المقومات التي تحدث القطيعة بين فئات سنية محددة والتي هي أكثر تعرضا لدعاية التنظيمات الإرهابية، لان دفع هذه الفئات لتبني النموذج القيمي الغربي في الحياة والعيش يدفعهم لا محالة الى الابتعاد عن الايدولوجية الإسلامية، وعن مظاهر التدين الذي قد تؤدي الى التطرف، خصوصا في حالات ان كان هذا المتدين ذا اهتمام بالسياسة.

الفرع الثالث: وسائل الاعلام ودعاية التضليل

لا يمكن باي حال من الأحوال للتدابير الأمنية والعسكرية في مناطق التهديد او منابعه ان تفعل شيئا للكشف عن العداء ورفض القيم التي تجعل وجود الولايات المتحدة بها مقبولا جماهيري، فالرفض والعداء لسياستها في هذه المناطق يحد من إمكانيات الدبلوماسية العامة.

لذلك سعت الولايات المتحدة في كافة حروبها بما فيها حربها على الإرهاب الى إضافة أسلحة الاتصال الجماهيري كمرافق للسلاح العسكري، عن طريق الاحتكار وجعل القنوات الموالية لها هي المصدر الوحيد للخبر وفق ما يخدم اهداف حرب المعلومات، او بدعم الاعلام المفتوح الذي يدعو ويكرس الديمقراطية والحرية وفق رؤيتها، فمناطق مثل العراق وأفغانستان او سوريا ابان حكم تنظيم الدولة، تفتقر لوسائل الاعلام الخاصة التي تزود الجمهور بالمعلومات الأجنبية، تعتبر مكانا جيدا للدعاية المعادية للغرب والمشجعة على الإرهاب

[1] Zaharna, R. S. **Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11**, (New Youk: PALGRAVE Macmillan 2010), pp. 34-35.

[2] Ibid.

والتطرف، وهو شكل من اشكال الفراغ الإعلامي[1]، الذي يجب ان تتدخل وزارة الخارجية للتأثير على حكومات هذه البلدان لتبني خطط من شأنها تعزيز المزيد من حرية وسائل الاعلام وخوصصة القطاع.[2]

وهنا يأتي دور مجلس محافظي الإذاعة والبث لتحقيق هذه الاهداف "يجب تعزيز التنمية والحرية والديمقراطية حول العالم من خلال تزويد الجمهور الأجنبي بأخبار دقيقة وموضوعية عن الولايات المتحدة والعالم"[3] ، ولينجز المجلس دوره من خلال المشاركة الجماعية وانشاء شبكة من الإذاعات والقنوات الدولية مثل: راديو سوا وأوربا الحرة وقنوات الحرة وراديو أفغانستان الحرة.. وللحفاظ على عدم التحيز -شكلا- ومصداقية هذه الشبكة والمجلس عموما ولدى الجماهير العربية والمسلمة المستهدفة بالبث مع الحفاظ على جهودها المتوافقة مع توجهات السياسة الخارجية، تم ابتكار ما يشبه "جدار الحماية" بين صانعي السياسة والشبكات الإعلامية الخاضعة للمجلس[4]، ولتحقيق ذلك تم تعيين منسق سياسي بالمجلس والذي يقدم المشورة السياسية العامة المتعلقة بإنشاء وتنفيذ البرامج المتوافقة مع السياسة الدبلوماسية العامة للولايات المتحدة[5].

ومن اجل تعزيز تلك الحملة النفسية، بذلت الكثير من جهود الاتصال ذات الطبيعة الاستراتيجي من قبل المجلس من أجل عكس قيم مواقف الجماهير المستهدف بما يتناسب مع مطالب التأثير، وهي الخطة التي سميت بـ"مبادرة 09/11" ، وكان هدفها انشاء قنوات اتصال ذات مصداقية مع الجماهير الإسلامية والعربية، من خلال تطوير مزيج من البرامج السياسية والثقافية الخاصة بكل بلد مستهدف والتي تبث عبر الراديو والفضائيات وعبر الانترنت ومواقع التواصل، وتتضمن الخطة 23 استراتيجية ل 23 بلدا مستهدفا بها، ولا تقدم هذه المبادرة التصريحات والتفسيرات السياسية الرسمية فقط التي يدلي بها أعضاء الحكومة وكبار الموظفين، بل تتضمن منتديات نقاش للقضايا ذات الأهمية عند تلك الجماهير مثل الديمقراطية والتنمية الاقتصادية والعداء الديني وجهود القضاء على التنظيمات الإرهابية كتنظيم الدولة وتطور الاحداث بمناطق الازمات كسوريا والعراق واليمن وليبيا...[6]

---

[1] Peter Young, Peter Jesser. **The media and the military: from the Crimea to Desert Strike**., (New Youk: PALGRAVE MacMillan 1997), p. 109.

[2] David Hoffman: "Beyond Public Diplomacy", **Foreign Affairs**, Mar/Apr 2002, Vol. 81, no. 02, pp. 1-3.

[3] Congress, U. S. "United States International Broadcasting Act of 1994.", op.cit.,

[4] Youmans, William. "The War on Ideas: Alhurra and US International Broadcasting Law in the 'War on Terror'." **Westminster Papers in Communication & Culture,** Vol. 06, no. 01, 2009, pp. 45-62.

[5] 23

[6] _._, "US Public Diplomacy: Interagency Coordination Efforts Hampered by the Lack of a National Communication Strategy.", **US Government Accountability Office (GAO)**, 2005. At: https://bit.ly/3Ncb2iG

لضمان الوصول لكل تلك الجماهير وبلغاتها الاصلية، وسع المجلس شبكة بثه بإنشاء قنوات واذاعات ناطقة باللغة العربية وخاصة بالمنطقة، ولعل ابرزها راديو سوا الذي اطلق قبيل الحملة على العراق سنة 2003، ليحل محل إذاعة صوت أمريكا، والذي بلغت نسبة وصوله 65٪ من الجماهير المستهدفة[1]، وتختلف برامجها من الموسيقى الغربية والعربية والشعبية والتي تتخللها برامج ثقافية وسياسية تروج دعاية الدبلوماسية الامريكية، كما ان هذه البرامج التي تستهدف الفئة الأبرز هم الجماهير الذي تتراوح أعمارهم بين 17 و 28 عام، وهم الفئة كذلك المستهدفة بالتجنيد ودعاية التنظيمات الإرهابية، كشكل من اشكال الدعاية الاستباقية، كما تم انشاء قناة "الحرة" سنة 2004 والتي تبث من فرجينيا، وهي القناة التي تشبه شبكات الاعلام التجارية الامريكية النموذجية، لكن مع التزام اكبر ببث الاخبار والتحليلات السياسية، والبرامج التعليمية والترفيهية للأطفال، ورغم ان قناة الحرة ليس لها مكاتب في الخارج كما اغلب شبكات الاعلام الأخرى، لكنها تتغلب على ذلك بالتعاون غرفة الاخبار التلفزيونية التابعة لوكالة الانباء الأمريكية APTN، ورغم ان قناة الحرة تحاول ان تنافس شبكات إعلامية عربية مثل الجزيرة والعربية، الا ان هناك اراء متباينة حول مدى قدرتها على ذلك، الا ان الواضح انها من خلال بعض برامجها استطاعت ان تغير ذلك وتكسب جمهور واسع مارست عليه نفوذها.

كما استخدمت وسائل الاعلام الرسمية كالحرة او شبكات الاعلام الامريكية الأخرى الناطقة بالعربية في التأثير على الجماهير المستهدفة، فإنها كذلك وظفت كعنصر مساعد للجهود العسكرية باستخدامها أدوات للدعاية او التضليل الإعلامي، فهي كانت تنشر معلومات كاذبة بشكل متعمد القصد منها الخداع والتشويه واخفاء الحقائق للتأثير على الراي العام والقيادات العسكرية المستهدفة، ولعل ما يبرر ذلك هو النقاشات التي دارت في أروقة الكونغرس بانها "لا يجب ان تعمل كمنبر مستقل، ولكن كمنفذ دعائي صريح، لان كسب قلوب وعقول الجماهير العربية والمسلمة وتحسين صورة الولايات المتحدة لديهم لا يجب ان يكون موضوعيا"[2].

[1] Zaharna, R. S, op.cit, p. 37.

[2] Youmans, William. Op.cit

المبحث الثالث: المستويات العسكرية والأمنية للحرب النفسية

لعل اهم ميزات الحرب النفسية انها لم تتخلى عن طابعها العسكري الحربي، فهي تدين لتطورها وتميزها لاستعمالاتها ضمن الجهود الحربية، وان استعملت في مجالات أخرى بطبيعة الحال، لذلك فقد استعملت بشكل متوزاي في مع العمليات العسكرية الامريكية ضد التنظيمات الإرهابية سواء القاعدة او تنظيم الدولة، أو ضد خلاياهم والمتعاطفين مع هذه التنظيمات، لذلك حاولنا من خلال هذا المبحث دراسة مستويات الاستعمال العسكري والأمني للحرب النفسية في هذه الجهود.

المطلب الأول: المستوى التكتيكي للعمليات النفسية في عمليتي "حرية العراق" و"الحرية الدائمة"

في حين أن الاتصالات الاستراتيجية حققت نتائج متباينة في أحسن الأحوال، فإن استخدام العمليات النفسية على المستوى العملياتي والتكتيكي العسكري كان أكثر نجاحا. ويبدو أن استخدام وسائط الإعلام الجماهيرية مثل الإذاعة والمنشورات ووسائل الإعلام المستهدفة مثل رسائل البريد الإلكتروني ضد صانعي القرار الرئيسيين ومكبرات الصوت أثناء العمليات البرية كان له أثر هام.

وقد تراوحت المستويات التكيتكية للحرب النفسية الامريكية في حملتها لمكافحة الارهاب بين أربع آليات او تقنيات اتصالية رئيسية هي:

- **تقنيات الاتصال البصرية (المنشورات)**: حيث يمكن لهذه تقنية ان تنقل مواد مطبوعة طويلة ومعقدة وتحوي رسوم توضيحية بجانب النصوص ويكثر استخدامها في البيئات التي ترتفع فيها نسب الأمية.

- **وسائل الاتصال السمعية (مكبرات الصوت وأجهزة الراديو)**: حيث تنشر معلومات موجزة وبسيطة وشخصية عن طريق الصوت البشري. كما أنها تتطلب القليل من الجهد من الجمهور المستهدف لفهمها، وعادة ما تكون أكثر جاذبية من وسائل الإعلام المرئية. وعلاوة على ذلك، يمكن لوسائط الإعلام السمعية أن تتغلب بسهولة أكبر على العقبات التي تعترض الأمية مقارنة بوسائط الإعلام المرئية (المواد المطبوعة).

- **وسائط الإعلام السمعية والبصرية:** مثل التلفزيون، والتسجيلات الإلكترونية، والأفلام الصوتية هي الوسيلة الثانية للاتصال الاكثر فاعلية، حيث تقوم فاعليتها على امكانية رؤية وسماع معلومات مقنعة. هذه وسائل الإعلام هي وسيلة ممتازة لنقل رسائل مقنعة فهي تستهدف المشاعر والاحاسيس الانسانية من خلال ترافق الصوت والصورة.

- **الاتصال وجها لوجه:** ويعتبر أنجع وسيلة لنقل رسالة مقنعة. فهي تستخدم في التجمعات، والشائعات، ومناقشات الفرق، والمحاضرات، والعروض، والمنظمات الاجتماعية، والأنشطة الاجتماعية،

والترفيه، والاتصالات الشخصية، والتي توفر تجربة المشاركة الفردية أو الجماعية التي يمكن أن تذكر في وقت لاحق، وتبرز فاعليتها فإنها توضح الاستفهامات وتوفر الاجابات الانية لها.

الفرع الأول: الاتصالات البصرية

تعتبر المنشورات من اهم وأقدم وسائل الحرب النفسية الحديثة، حيث يطلق اسم المنشورات على كافة المواد المطبوعة من منشورات وصحف وملصقات وكتب ومجلات ومطويات. ، فضلا عن والحلي والهدايا المطبوعة عليها، والتي تستعمل لنقل الدعاية والرسائل النفسية، فالوسيلة المطبوعة هي وثيقة دائمة نسبيا ويمكن تمريرها ونقلها بسهولة فيمكن لوثيقة واحدة بما تحويه من رسالة ان تنقل الى أكثر من شخص دون تشويه او تغيير، خصوصا ضمن الحالات التكتيكية التي تتحرك فيها قوات الحرب النفسية بسرعة، بالإضافة لان المنشور يخضع لمجموعة من الشروط من حيث شكله وتصميمه وألوانه وتنسيقه وخصائصه الفيزيائية، بما يتناسب مع التأثير المرجو منها.

وترجع أهمية المنشورات الى ما يمكن للكلمة المطبوعة او الصورة ان تحويه من درجة عالية من القبول والمصداقية والكمية، كما يمكن استعمال الصور والرسومات التوضيحية ان تتجاوز إشكالية امية الجمهور المستهدف لبلاغة الصورة أحيانا، كما يمكن للمطبوعات ان تفسر وتفصل المواد المعقدة، ومن اهم مزايا المواد المطبوعة عموما هو إمكانية طباعتها على الي سطح وباي شكل بالإضافة الى سهولة نشرها حيث في اغلب الاحيان يتم القاؤها جوا عن طريق حاوية المنشورات المتفجرة والتي يمكنها حمل الالاف المنشورات دفعت واحدة. رغم وجود بعض العيوب في استعمال المنشورات منها حالة ارتفاع نسبة الامية في الجمهور المستهدف او لارتفاع تكلفة الطباعة ونقل المواد المطبوعة، الوقت المكلوب لذلك. كما ان الميزات المطلوبة في الافراد المكلفين بإعداد المنشورات وطباعته من حيث التدريب والمعرفة يمكن ان تكون مشكلة أحيانا لعدم توفرهم.

ومع الحرب العالمية على الإرهاب وبداية العمليات العسكرية في أفغانستان كانت أغلب آراء الافغان سلبية اتجاه الولايات المتحدة والعالم الغربي بصفة عامة نتيجة تلك السيطرة المطلقة لتنظيم القاعدة على كافة مناحي الحياة الاجتماعية والإعلامية لأكثر من عقدين من الزمن، حيث ان الخطاب الرسمي للتنظيم ان هدف الولايات المتحدة وحلفائها هو محاربة الفكر الديني من اجل زيادة الاستقطاب والولاء للتنظيم[1]، لذلك كان لزاما على قوات التحالف محاولة تغيير هذه الولاءات وتحويله الى دعاية مثبطة لدعاية القاعدة من خلال الأنشطة الإنسانية ودعم اهداف المؤيدين الحكوميين للتحالف، ومحاولة تعطيل شبكات دعم القاعدة و طالبان خصوصا من خلال المنشورات، وقد تم في العام الاول للحرب اي من سبتمبر 2001 الى سبتمبر 2002 القاء اكثر من 84 مليون منشور على افغانستان، وارتكزت الحملة في بدايته على ان الولايات المتحدة وحلفائها

[1] Burnett Jr, Peter L. **Information Operations**. (Pennsylvania: Army War College, 2002). p. 7.

لا عداء لهم مع الامة الإسلامية او مع الأفغان بل مع الذين يأوون الإرهاب ويدعمونه، وكان من اهم تحديات الحملة النفسية ما يلي:

- السيطرة الطويلة لحركة الطلبان ومن ورائها تنظيم القاعدة على وسائل الاعلام المحلية بالإضافة على الحظر الذي فرضته على استعمال التلفزيون

- اغلب منتسبي الحركة من الشباب الناقم على الغرب والمتشبع بالأفكار المتطرفة التي تعادي الغرب.

- تستعمل الحركة والتنظيم المساعدات الغذائية والمعونات الإنسانية لكسب الولاء وتأييد المنتسبين والسكان المحليين.

- نسبة الأمية المرتفعة سواءً ضمن أعضاء التنظيم او ضمن الأفغان عموما، نتيجة القيود المفروضة على التعليم خصوصا تعليم النساء.

- السيطرة الطويلة لحركة طالبان أعطاها ميزة انها أصبحت المصدر الأساسي للمعلومة ذات المصداقية.

- تعدد اللغات المحلية التي يتحدث بها الأفغان وعلى الرغم من أن اللغتين الأساسيتين هما الداري والباشتو، وما خلقته من مشكلة لدى القوات الامريكية في إيجاد المتحدثين بها ضمن افرادها.

لذلك كان لزاما على المنشورات ان تراعي جميع هذه التحديات خصوصا ما تعلق بنسبة الامية المرتفعة واشكالية تعدد اللغات، وان تحمل المنشورات صور ورسومات توضيحية، وقد كونت فرقة عمل مشتركة للعمليات النفسية من اجل تطوير منتجات العمليات النفسية المختلفة[1] من منشورات وبث للرسائل على ترددات الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة الى وضع الملصقات والكتيبات.

ومع بداية الحملة العسكرية على أفغانستان بدا التجهيز للحملة النفسية المرافقة والتي كانت بعد أسبوع من بداية الحملة العسكرية في 7 أكتوبر 2001، وذلك بتحليل الجمهور المستهدف لتطبيق آليات السيطرة الجماهيرية[2]، وكان هدف الحملة هو محاولة تحويل النقاش من الإسلام الى مكافحة الإرهاب والدول الراعية له بالإضافة الى مكافحة الدعاية العدائية للجماعات الإرهابية وتقويض دعمها، لذلك كان الهدف الأول هو "الحد من فعالية قوات طالبان والقاعدة في أفغانستان" خصوصا في من جانب الاستقطاب

[1] Joseph Cox. **Information Operations in Operations Enduring Freedom and Iraqi Freedom--What Went Wrong**? (Kansas: School of Advanced Military Studies, 2006), p. 8.

[2] FM 3-05.301, op. cit, p. 379.

الاجتماعي، وهو ما يمكن استشرافه من اغلب المنشورات التي ألقيت على أفغانستان، حيث تركزت حول خمس اهداف رئيسية:

1. إن قوات القاعدة ليست أفغانية ولكنهم غزاة أجانب من جنسيات مختلفة. (الملحق رقم 01)
2. إن هدف تنظيمي القاعدة والطالبان هو قمع الشعب الافغاني وترويعه (الملحق رقم 02)
3. محاولة الفصل بين تنظيمي القاعدة وطلبان على اعتبار ان طلبان تحظى ببعض القبول لدى الشعب الافغاني، وهو ما صورته منشورات عدة على ان الملا عمر وغيره من قادة الطالبان ليسوا سوى عملاء وخاضعين لسيطرة القاعدة (الملحق رقم 03)
4. إن قوات التحالف هنا لمساعدة الشعب الأفغاني على إنشاء حكومة أفغانية يديرها الشعب الأفغاني وليس المعتدين الأجانب (الملحق رقم 04)
5. قامت الولايات المتحدة وقوات التحالف بنقل بإلقاء وتوزيع الأطنان من الأغذية والمعونات الانسانية إلى الشعب الأفغاني. وعلى أكياس المعونة كتب ماذا فعلت طالبان والقاعدة لمساعدة الشعب الأفغاني؟ (الملحق رقم 05)

اما من ناحية المنشورات التي استهدفت قوات الطلبان وتنظيم القاعدة فقد تراوحت بين لغة التهديد والتشكيك أو توضيح اليات الاستسلام، مثلا بعض المنشورات اوضحت ان الولايات المتحدة تضم 1200 مسجد ويعيش ويعمل بها أكثر من 7 ملايين مسلم وان كثير من المسلمين ماتوا جراء الهجمات على برجي التجارة (الملحق رقم 06) فهي تظهر انها لا تستهدف الاسلام ولا المسلمين كما تروج القاعدة والطلبان، بل هدفها التنظيمات الإرهابية والتي توعدتها المنشورات التهديدية الأمريكية بالقصف والتدمير وان عليهم الاستسلام لتجنب ذلك (الملحق رقم 07)

كما الاء تلك المنشورات التهديدية التي تتوعد بالقصف وتدمير مناطق تواجد اعضاء الحركة وان عليهم الاستسلام لتجنب ذلك.

في الحرب في افغانستان كانت الحرب اقرب من حرب عصابات منها لأن تكون حرب نظامية، نظرا لطبيعة النظام السياسي والاجتماعي، اما في العراق فهي اقرب لان تكون حربا نظامية بين دولتين كاملتي الاركان، لذلك كان لزاما على قوات الحرب النفسية التكيف مع ذلك، لكن التكتيكات كانت متقاربة مع اختلافات في اللغة المستخدمة في ذلك، ففي العراق ومع بداية فرض منطقة لحظر الطيران نهاية 2002 تم اسقاط ازيد من 120 الف منشور تحذير بعدم قصف طائرات التحالف[1]، واستمر اسقاط منشورات التجهيز للغزو، حيث

[1] John A. Tirpak, "Aerospace World Special: Desert Triumph", **Air Force Magazine**, Vol. 86, no. 4, May 2003, At: https://bit.ly/3opr6Tj

هدفت تلك المنشورات لإقناع اكبر عدد من القوات العراقية للتخلي عن اسلحتهم والاستسلام وعدم المقاومة، كما حملت المنشورات رسائل نفسية تستهدف المواطنين العراقيين لتقليل مقاومة الناس للغزو من خلال الوعد بالحرية والديمقراطية وحياة أفضل، او عدم التعرض لقوات التحالف في حال دخولها للعراق. لان الحرب ضد الحكومة والنظام البعثي وليست ضد الشعب العراقي، كما دعت تلك المنشورات لابتعاد المواطنين عن الارتال العسكرية العراقية ومراكز تجمع تلك القوات للحفاظ على سلامتهم في حالة قصفهم لها. وقد كانت الحرب النفسية على العراق مبنية على ثلاث اهداف رئيسية هي:

1. إضعاف ثقة الجيش العراقي في قدرة النظام البعثي على الحفاظ على النظام في العراق.
2. التقليل من ثقة صدام حسين في قدرته على السيطرة على العراق.
3. منع استخدام أسلحة الدمار الشامل في مناطق الحرب العراقية.[1]

حيث ألقي حوالي 19 مليون منشور يستهدف القوات العراقية، والتي كان الهدف من خلالها التأثير على السلوك الميداني للقوات العراقية بأربع طرق هي:

1. الاستسلام لقوات التحالف مباشرة
2. محاولة دفعهم للتخلي على اسلحتهم مع البقاء في أماكنهم وعدم قتالهم لقوات الائتلاف (الملحق رقم 07-08)
3. العودة الى اسرهم منازلهم (الملحق رقم 09)
4. عدم القيام باي اعمال عدائية ضد قوات او طائرات التحالف الدولي.[2] (الملحق رقم 10)

حيث في المجمل ففي اطار حملة "حرية العراق" القي حوالي 31.8 مليون منشور عبر 158 عملية مختلفة،[3] وكان النصيب الاكبر منها يستهدف المواطنين العراقيين على اكثر من العسكريين والسياسيين على اعتبار انهم الحلقة الاهم في ربح الحرب، وقد تراوحت تلك المنشورات بين الاستعطاف او التهديد او الرد على الدعاية العراقية وتحوير حقيقة نتائج المعارك على الارض، فكان اول المنشورات التي القيت مع بداية الحملة هو محاولة استعطافهم وحثهم على ايواء ومساعدة طياري وجنود التحالف الدولي في حالة اذا ما اسقطت طائراتهم او تقطعت بهم السبل، وذلك عن طريق مخاطبة روح الكرم وحسن الضيافة التي يتميز بها الشعب

[1] Perry, Walter, Richard Darilek, Laurinda Rohn, Jerry Sollinger. **Operation Iraqi Freedom: Decisive War, Elusive Peace**. (Santa Monica: Rand Arroyo Center, 2015), p. 128.

[2] Perry, Walter and ALL, op. cit. p. 227.

[3] Moseley Michael, "**Operation Iraqi Freedom—By the Numbers**", US Central Command Air Forces: Assessment and Analysis Division, 2003. p. 8.

العراقي (الملحق رقم 11) ، او المنشورات التي تحث على عدم مساعدة القادة العسكريين والسياسيين على الهرب (الملحق رقم 12). كما قامت قوات التحالف بإلقاء منشورات تحمل ترددات لراديو التحالف المخصص للحرب على العراق والذي كان يبث من السعودية والكويت وتركيا، ومن البوارج الحربية في البحر، او عن طريق الموجات القصيرة لطائرات B52.

ولعلم السلطة العراقية بتأثيرات تلك المنشورات فقد تم بذل جهد لمحاربتها والحد من تأثيراتها، حيث ان اجهزة الامن التابعة للنظام العراقي قد انشأت لجنة خاصة للعمل النفسي، وظيفتها جمع تلك المنشورات الدعائية التي اسقطتها قوات التحالف، ودراسة النتائج النفسية وتقديم التوصيات، كما عملت تلك القوات على منع توزيعها وحيازتها.[1] كما استخدمت القوات العراقية الحرب النفسية المضادة حيث كان الادعاء ان تلك المنشورات ملوثة وتحمل مواد كيميائية ضارة لذلك كان اعضاء القوات العراقية المكلفين بجمع المنشورات يرتدون بدلات الخاصة بالمواد الكيميائية والتلوث، لإعطاء الانطباع بذلك

الفرع الثاني: وسائل الاتصال السمعية

كانت ثاني اهم التكتيكات المستخدمة ضمن استراتيجية الحرب النفسية الامريكية هو البث الاذاعي واستخدام منظومات مكبرات الصوت الأرضية او المحمولة جوا، حيث يمكن ان يكون البث الاذاعي شكلا فعالا لدعم العمليات العسكرية وجهود الحرب النفسية خصوصا ضمن البيئات التي تكون فيها نسبة الامية مرتفعة او لا يمكن اسقاط المنشورات ضمن نطاقها، ومن مميزات هذا التكتيك:

- السرعة: يمكن للبرامج الاذاعية والرسائل النفسية الصوتية ان تكون جاهزة قبلا، ويتم استخدامها للاستفادة مم الفرص الآنية.
- التغطية الواسعة: فهي تصل لعديد من المستمعين في آن واحد
- التنوع: حيث يمكن بث برامج منوعة دراما موسيقى اخبار ويتم تضمينها الرسائل النفسية.
- التأثير العاطفي الكبير: فالمذيع للأخبار يمكن ان يكسب ود وعقول المستمعين من خلال اذاعته للأخبار او لهجته وصوته.
- الانتشار الكبير للمستقبلات البث في جميع البيئات.
- تلافي اشكالية الأمية التي قد تنتشر ضمن الجمهور المستهدف

[1] Woods, Kevin, "**Iraqi perspectives project: A view of operation Iraqi freedom from Saddam's senior leadership**". United States Joint Forces Command Joint Center for Operational Analysis, 2006.

وقد كان مثال الاستغلال الميداني لهذا مع بداية الحملة العسكرية على افغانستان، فأول بث راديو كان قبل يومين من بداية الحملة العسكرية عن طريق البص الجوي لطائرات (Commando Solo).[1]

حيث كانت اولى المنشورات التي اسقطت تحمل ترددات راديو التحالف "صوت الحرية" الذي انشأتها قيادة الحملة، وقد كان البث يتم اما عن طريق مكبرات الصوت الارضية المحمولة على المركبات او المحمولة جوا في الطائرات، او عن طريق تركيب اجهزة البث على تلك الطائرات عبر ما يسمى بتقنية محطات الراديو التكتيكية TRS والتي كانت تبث عبر تقنية "الراديو في صندوق RIAB" وتتمثل تقنية الراديو في صندوق في تركيب هوائيات داخل مخافر الشرطة والجيش وقواعد الحلفاء والتي تكون قريبة للتجمعات السكانية او الجماهير المستهدفة بالبث عموما[2]، او عن طريق تقنية نظام البث الاذاعي النقال MRBS وهو نظام البث الذي يمكن حمله على السيارات والمدرعات، والذي هو عنصر من نظام العمليات الخاصة للإعلام SOSMS-B الذي يمكن من البث الاذاعي والتلفزيوني، حيث ان هذه التقنيات يمكنها البث المباشر عن طريق التسجيلات او يمكنها استقبل البث الفضائي لمختلف الاذاعات المراد بثها واعادة بثها وفق موجات قصيرة حتى يمكن ايصال الرسائل النفسية الصوتية لأكبر قدر من الجمهور المستهدف، وترجع اهمية هذه الطريقة للطبيعة الجغرافية والتضاريس لأفغانستان او للطبيعة المجتمعية في ظل حكم طالبان فقد كان امتلاك الراديو يعتبر جريمة، وفي ظل نفس الجهود فقد وزعت قوات التحالف اجهزة راديو تعمل بالطاقة الشمسية سواءً بإلقائها جوا او توزيعها يدا بيدا على الافغان والتي كانت اغلبها مقفلة على ترددات الاذاعات التابعة للتحالف فقد قيادة الحملة أن الراديو هو "الوسيلة الرئيسية للاتصال في بيئات التي يكون الصراع فيها يدخل ضمن حالات مكافحة التمرد"[3]، بجانب بثها للأخبار وبعض النشاطات الثقافية فان اغلب الرسائل التي كانت تبث عبرها تشبه الى حد بعيد الرسائل التي حملتها المنشورات والمطبوعات الا ان الاختلاف المهم بينهما هو ان قوات التحالف حاولت جعل هذه الاذاعات محلية واظهارها على انها مستقلة، وذلك من خلال توظيف الافغان لتنشيطها والبث، وبذلك تكون اقرب للأفغان وتبعد شبهت تبعيتها للولايات المتحدة ومن ورائه التحالف الدولي، وهو ما يكسبها مصداقية اكثر لإخبارها. والبرامج النشرات التي كانت تبث تهدف الى "توحيد الافغان وتشجعهم على دعم الحكومة الجديدة وثقتهم بها .....وتضمنت معلومات متعلقة بالإدارة المؤقتة ، وإعادة فتح جامعة كابول ، وتدريب الأفغان

[1] Christopher J. Lamb, **Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience**, (Washington, D.C: National Defense University Press. 2005), p. 46.

[2] Monroe E. Price" 'Radio in a Box': Psyops, Afghanistan and the Aesthetics of the Low-Tech.". **USC Center on Public Diplomacy**. June 23, 2011. At: https://bit.ly/3glodP3

[3] Meffert, Richard, Donald Bolduc. "**Village Stability Operations and Afghan Local Police: Bottom-up Counterinsurgency**." (Bagram Airbase, Afghanistan: Headquarters, Combined Joint Special Operations Task Force, 2011). Pp. 62-63.

على الألعاب الأولمبية لعام 2004 ، والحصول على بطاقات الهوية واللقاحات ضد شلل الأطفال ، والتحذير من الذخائر غير المنفجرة .وبالإضافة إلى ذلك ، أكدت الإذاعة أن الصراع كان حربا على الإرهاب ، وليس على الشعب الأفغاني ، وأوضحت أن الولايات المتحدة كانت هدفا لهجمات إرهابية ، وليس لديها خيار سوى البحث عن المشتبه فيهم الذين اضطهدوا الشعب الأفغاني ، وهم بحاجة إلى جهود متضافرة من المجتمع الدولي والشعب الأفغاني لطردهم من أفغانستان بهدف فصل طلبان والقاعدة عن حاضنتهم الشعبية"[1]، كما ساهمت في توفير معلومات حول المساعدات الانسانية واماكن تقديمها. وقد كان يقدم عبر محطات رئيسية هي راديو اوروبا الحرة وراديو الحرية وراديو أزادي (افغانستان الحرة) وراديو السلام، وكان البث باللغتين الباشتو والداري المنتشرتين بكثرة.

وبالإضافة للراديو كانت هناك فرق مكبرات الصوت المحمولة، المتخصصة بإعادة بث رسائل الراديو للمناطق التي لا تصلها الترددات خصوصا ذات التضاريس الوعرة التي تمنع البث من الوصول، اما الهدف الاساسي من مكبرات الصوت فكان نشر المعلومات ودفع مقاتلي القاعدة بالجبال والتضاريس الوعرة للاستسلام.

وفي المجموع وفي الفترة ما بين أكتوبر 2001 ومارس 2002 تم بث ما مجموعه 6500 ساعة من البرامج الاذاعية، عبر كافة وسائل البث البرية والجوية، وشملت 166 برنامجا اذاعيا مختلفا، و500 سيناريو بلغات الباشتو والداري والعربية في أحيان أخرى -التي تستهدف المقاتلين الأجانب في القاعدة- بالإضافة للموسيقى الأفغانية.[2]

اما في العراق فكانت اهم الاسلحة النفسية المسنخدمة هو الاعلام والبث الاذاعي، حيث كثف الاعلام الامريكي اذاعاته الموجهة للشعب العراقي فبجانب محطته الدولية "صوت امريكا" خصص بث محطة "اذاعة سوا" التي تبث من الاردن لحربه النفسية على العراق، فقد كان يحاول من خلالها خلق ذلك القبول النفسي والعقلي للسياسة الامريكية ببث البرامج الحوارية التي تسمح للمتصلين العرب من سؤال على ضيوف برامجه من صناع القرار الأمريكيين،[3] او بالترويج للقيم الامريكية ومناقشة مواضيع الديمقراطية وحقوق الانسان، وبالإضافة لراديو سوا كان هناك "راديو المعلومات" والذي كان لسان قيادة الحملة، والذي كان يهدف لشرح الاجندة الأمريكية وبث الرسائل النفسية لقيادة الحملة، سواءً فيما تعلق بمستجدات المعارك او الرد على

[1] Carlton-Ford, Steven, and Morten G. Ender, eds. **The Routledge Handbook of War and Society: Iraq and Afghanistan**. (New York: Routledge, 2010). p 151

[2] Taylor, Philip M. "Psychological Operations Media During Enduring Freedom." In **War and the Media: Reporting Conflict 24/7**, Edit by: Audrey Kurth, and James M. Ludes (London: SAGA Publication, 2003), p. 108.

[3] سبأ باهبري، دور الاعلام في حرب العراق، ص

الدعاية العراقية، او كمصدر للمعلومات والاخبار للمناطق التي تسيطر عليها قوات التحالف (الاعمال، فتح المدارس..)، كما قيادة الحملة الدعم للإذاعات الحليفة خصوصا اذاعة "العراق الحر" التابعة للمعارضة العراقية والتي كانت تبث برامجها من العاصمة التشيكية براغ، وهي البرامج التي كانت معددة لمساوئ النظام البعثي ومحرضة للثورة ضده،

ويعتبر البث عن طريق طائرات Commando Solo اهم آلية للبث الاذاعي لتجاوز حجب ترددات اللاسلكية التي قام بها النظام العراقي وكان سابقا للحملة العسكرية فقد بدأ في ديسمبر 2002[1]، حيث بثت رسائل دعائية ضد النظام العراقي تهدف لإضعاف التأييد الشعبي والعسكري، ومن اهم الرسائل التي كانت تبث هذا الصدد تلك الرسالة الصوتية المتكررة "... مستوى معيشة الشعب العراقي في انخفاض من ان جاء صدام للسلطة، اطفال العراق جائعون، يعانون من امراض يمكن لن تعالج في مناطق اخرى بسهولة.. صدام بنى لنفسه قصرا بعد قصر واشترى سيارة بعد سيارة على حساب حاجات الشعب العراقي.. والجنود يتقاضون اجور زهيدة وبالمقابل سيتم التضحية بهم ليبقى هو.. متى يصبح الجيش العراقي جيشا شعبيا شرعيا.. وليس حارسا لنظام صدام؟؟".

الفرع الثالث: وسائط الإعلام السمعية والبصرية

يعتبر البث التلفزيوني ونقل الاخبار السمعية البصرية اهم عناصر اي استراتيجية للحرب النفسية، وقد الولايات المتحدة في اغلب حروبها، ففي حرب الخليج الاولى والثانية وفي إطار جهود الحرب النفسية احتكرت المعلومة وكانت شبكات الاخبار الامريكية (خصوصا CNN) هي المصدر الوحيد للخبر.

بجانب الاعلام الحربي تم استغلال شبكات ووسائل الاعلام للترويج للحرب على الارهاب وذلك بتناول الآثار السياسية والدبلوماسية والامنية للعمليات العسكرية بالتركيز على الجانب الاستباقي الوقائي خصوصا في الحملة على العراق. خصوصا إذا علمنا ان الإعلام الأمريكي لا يوجد بالضرورة فوق الأراضي الأمريكية فقط، ولا ينطق الإنجليزية كلغة وحيدة، إنما هو إعلامٌ يوجد في كل البقاع تدعمه وتموله القيادة الامريكية او الشركات الكبرى، يخضع لتوجهها ويخدم أرباحها، ومن أكثر تلك الشركات هي شركات الصناعة العسكرية بتمويل مؤسسات إعلامية.[2]

في الأيام الأولى للحرب على أفغانستان نقلت اغلب الشبكات الإخبارية العالمية ما يحدث، وهو الامر الذي لم يكن ليساعد في جهود الحرب النفسية الساعية لكسب التأييد و القبول العالمي لهذه الحرب، حيث

[1] Haulman, Daniel L. **USAF Psychological Operations, 1990-200, (**Maxwell AFB: Air Force Historical Research Agency, 2003). p. 13.

[2] التهامي رزوقي.. "الرأي العام والحروب العادلة.. كيف تُصنع 'البروباغندا الأمريكية "، **الجزيرة. نت**، أفريل 2020، في https://bit.ly/3yIUas7

ظهر السعي للتحكم في دفق الصورة والخبر المرافق، عن طريق منع وسائل الاعلام الامريكية من بث مشاهد القتل وصور الدمار والخراب الناتج عن الغارات الأمريكية وعن حجم الدمار الذي تسببه الهجمات الأمريكية على أفغانستان حتى لا يؤدي عرض هذه المعلومات والصور إلى التقليل من التأثير الشعبي للهجوم الأمريكي[1]، وفي نفس الوقت حاولت -تجويع الارهاب- دعائيا وذلك بمحاولة تقليل ظهور قادته على شبكات الاعلام والاخبار بحكم علمهم بتلك العلاقة التكافلية بين الارهاب والدعاية، وهو ما فسر به الكثيرون قصف القوات الامريكية لمكتب الجزيرة في كابول بأفغانستان في نوفمبر 2001، وحتى ان اعتذرت القوات الامريكية واعتبر القصف خطأ، الا ان هذا القصف ارتبط ببث قناة الجزيرة لمقاطع مصورة للظواهري وبن لادن ومحاولتها اجراء لقاءات صحفية معهم، وعلى نفس النهج منع الرئيس الامريكي انا ذاك جورج بوش جميع القنوات وشبكات الاعلام العاملة على التراب الامريكي من بثها لاي تسجيل لقادة القاعدة، بحجة انهم يمكن لهذه التسجيلات ان تحمل رسائل مشفرة للشبكات الإرهابية الخاملة أو ما يعرف بـ"الذئاب الوحيدة".

ومن جهة أخرى كانت هناك جهود كبيرة لتنسيق جهود الحرب النفسية الإعلامية، وذلك بمحاولة ان تكون الاخبار المنقولة متسقة ومترابطة، كما هو معلوم ان ابان حكم طالبان والقاعدة لأفغانستان كان التلفزيون ممنوع ويعتبر من "المحرمات"، لذلك فان اغلب الأفغان لم يشاهدوا الاحداث التي حصلت في 11 سبتمبر، لذلك كان الجهد الإعلامي الأساسي هو تبيان سبب دخول قوات التحالف لأفغانستان وان الهدف من ذلك هو طرد الغزاة الأجانب "المقاتلين" في صفوف القاعدة وتقديمهم للعدالة،[2] وفي نفس السياق سعت مختلف وسائل الاعلام لتصوير المساعدات الإنسانية التي تقدم للشعب الافغاني على اعتبار انها رسائل لحسن النية، وما ساعد اكثر على بث الرسائل هو الطفرة التي حدثت لشبكات الانترنت مع مطلع هذا القرن مما ساهم في زيادة سرعة نقل المعلومة، كما تم استغلالها في بث المنشورات على نطاق أوسع ، تجاوز حدود مناطق العمليات، والقصد من ذلك استهداف المقاتلين والمتعاطفين مع القاعدة في باكستان وباقي دول العالم.

ومن اهم مراحل الحرب النفسية العالمية الامريكية في أفغانستان هو محاولة تعزيز وترسيخ المكتسبات بتجريم طالبان والقاعدة وبناء الولاء للحكومة الأفغانية الجديدة، وتبرير وتفسير إنجازات التحالف، وبالإضافة الى ذلك تم توطين شبكة إذاعية محلية ومنها تم تأسيس شبكة تلفزيون أفغانية سنة 2002، وبإعلاميين محليين تم تدريبهم وتكوينهم بالشراكة مع برامج الأمم المتحدة.

[1] شريف درويش اللبان، سارة أحمد يسين، "حرب الصورة: توظيف الصورة الصحفية في الحروب والثورات"، **المركز العربي للبحوث والدراسات**. سبتمبر 2015، في http://www.acrseg.org/39354

[2] Elizabeth Becker, "A Nation Challenged: Hearts and Minds -- a Special Report.; in the War on Terrorism, a Battle to Shape Opinion", **The New York Times**. Nov.11 2001, At: https://nyti.ms/3AWV5Hk

أما في الحرب العراق كانت الحرب النفسية سابقة للحملة العسكرية بسنوات، تحت غطاء الكشف عن اسلحة الدمار الشامل، حيث استخدمت اليات واساليب عديدة لتسويق الحرب على العراق لدى الجمهور الامريكي والرأي العام العالمي، حيث لعبت دعاية وسائل الاعلام دورا رئيسيا في ذلك، وهذا باستخدام تكتيك "عزل العدو" وتتلخص آليات استخدام هذا التكتيك في:

- استخدام اساليب التضليل والتشويه بادعاء ان العراق حاضنة للإرهاب الذي كان وراء هجمات 11 سبتمبر.

- البث الغير المباشر (ادعاءات اعلامية) او المباشر (تقارير استخباراتية) بان العراق يملك مخزونات كبيرة من اسلحة الدمار الشامل

- انخراط اغلب وسائل الاعلام الامريكية خصوصا الشبكات الكبرى، في الدعاية وتكرار رسائل البيت الابيض دون تمحيص او رقابة

- استخدام تقنيات الاعلان التجاري لتحسين الصورة الخارجية للولايات المتحدة خصوصا في الدول الاسلامية، مع الطعن في صورة النظام العراقي

- الاعتماد الكبير لوزارة الدفاع على شركات العلاقات العامة وجماعات الضغط لخلق معارضة خارجيا وداخليا لكل معارض للحرب على العراق

ومن التكتيكات الأخرى هو تثبيط معنويات الجيش العراقي وتقويض الدعم الشعبي للنظام العراقي، وذلك بالتحدث الدائم عن الترسانة العسكرية لدول التحالف وأحدث أسلحتهم من الصواريخ والقذائف الموجهة بدقة، وان الحرب على العراق لن تدوم سوى أيام، بالإضافة للقصف المكثف بصواريخ كروز والقنابل العنقودية والمدفعية والتي تناقلتها وسائل الاعلام، كما انه اثناء احتلال العراق وبعد استسلام القوات العراقية استخدمت القوات المتحالفة شكلا من التغطية الصحفية وهو "مرافقة الصحفيين"[1] وهم صحفيين مدربين على تغطية الاحداث القتالية ولهم خبرة في تغطية جبهات الفتال، وهذه الطريقة لم توفر فقط للصحفيين وصولا محدودا للمعلومات القتالية فحسب، بل ساعدت على توجيه تدفق المعلومات بشكل فعال للغاية من اجل إرضاء جماهير الدول الداعمة للحرب لمواصلة الجهود القتالية.

[1]

المطلب الثاني: المستوى الاستراتيجي للعمليات النفسية بعملية "العزم الصلب"

انه لمن المسلمات ان صعود تنظيم الدولة ارتبط بالعامل الثقافية-الايدولوجية، فاستغلاله للتراث الفقهي والفكري وتحريفه بما يخدم بنيته منحه الامكانية للتوسع والاستقطاب والوصول، ولكن لم يكن لهذا العامل ان يكفل ذلك لولا استغلال تنظيم الدولة للإمكانات التكنولوجية والرقمية، لنشر آرائه وتوجهاته، ليتجاوز بذلك حدوده الجغرافية ويتغلغل ويصبح مجندوه من كافة دول العالم.

الفرع الأول: استراتيجية الحرب النفسية ضد تنظيم الدولة

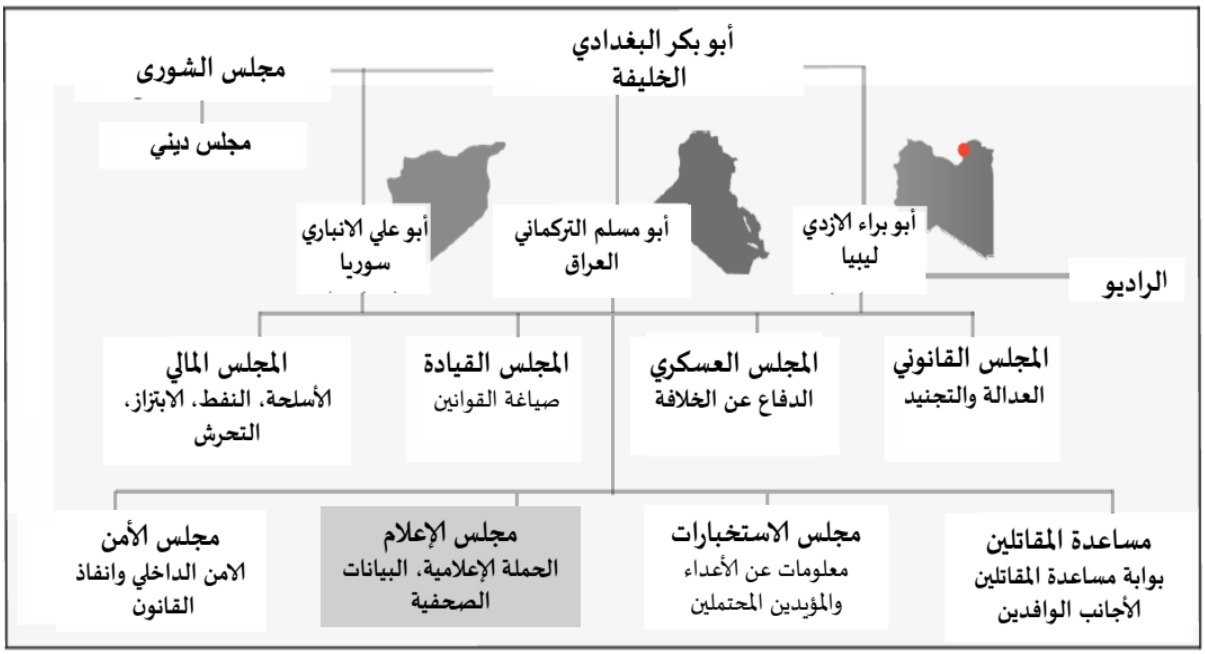
انه لمن المسلمات ان صعود تنظيم الدولة ارتبط بالعامل الثقافية-الايدولوجية، فاستغلاله للتراث الفقهي والفكري وتحريفه بما يخدم بنيته منحه الامكانية للتوسع والاستقطاب والوصول، ولكن لم يكن لهذا العامل ان يكفل ذلك لولا استغلال تنظيم الدولة للإمكانات التكنولوجية والرقمية، لنشر آرائه وتوجهاته، ليتجاوز بذلك حدوده الجغرافية ويتغلغل ويصبح مجندوه من كافة دول العالم.

ففي الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة كان يوجد مجلس إعلامي يختص بالحرب النفسية والتجنيد، والذي هو جزء أساسي ومركزي في هيكلية قيادتها والذي تميز بالانضباط والتدريب الجيد[1]، فالمجلس الاعلامي لتنظيم الدولة او كما يسمى بديوان الاعلام يخضع لسلطة (الخليفة مباشرة) كما يظهره مخطط البنية التنظيمية لتنظيم الدولة (الشكل رقم...)، وهذا المجلس هو ديوان مركزي مسؤول عن التواصل الجماهيري ويتحكم في وسائط الاعلام باختلافها اكانت تقليدية او وسائط حديثة، بالإضافة الى ان انشطته الإعلامية والتي تتماشى مع توجهات واعمال المجالس العسكرية والدينية والسياسية، بما يجعل العلاقة تآزرية ما بين مختلف المجالس المركزية للتنظيم.

[1]Harleen Gambhir, op. cit, p. 21.

الشكل 5: الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة

المصدر: Harleen Gambhir, **The Virtual Caliphate: ISIS's Information Warfare**, (Washington: Institute for the Study of War, December 2016)

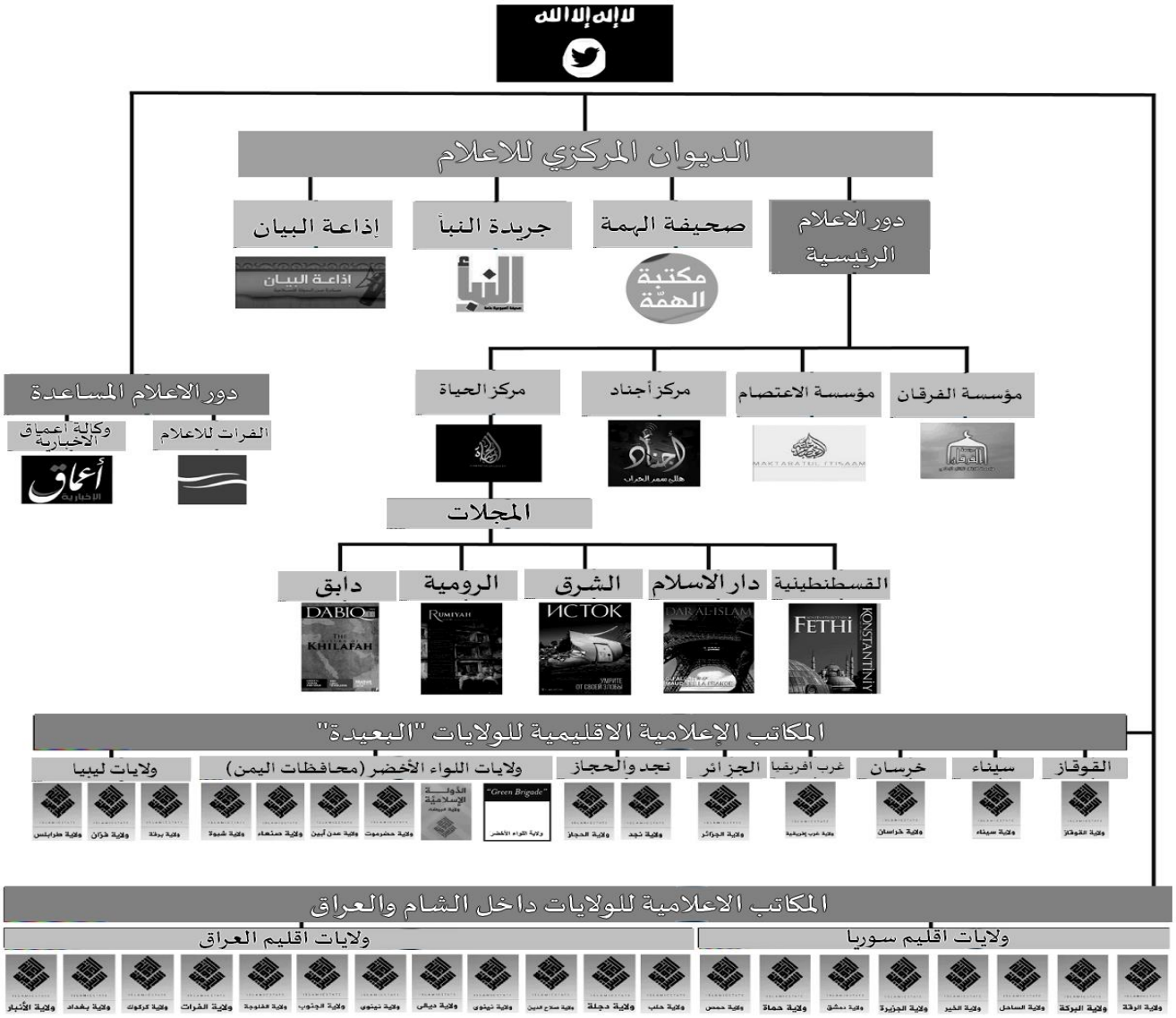


ويتألف المجلس من إدارات هي: معهد الفرقان، مؤسسة التضامن لإعلام، مركز الحياة للإعلام، وراديو بيان، وقسمت هذه المؤسسات الى فروع للولايات والاقاليم الخاضعة للتنظيم أو الموالية له، كما انها قسمت الى وكالات متخصصة سواءً في التسجيلات الصوتية او الفيديو او المجلات والتي تشرح رؤى التنظيم وتنشر دعايته مستغلة التقنيات الحديثة في مجال التصوير والإنتاج والنشر.[1]

[1] "دابق' و"أعماق".. أذرع إعلامية لتنظيم الدولة" **موقع الجزيرة. نت**، ديسمبر 2015، في: https://bit.ly/3gwYfbU

الشكل 6: هيكلية الديوان المركزي للإعلام لتنظيم الدولة

المصدر: Harleen Gambhir, op,cit



بالإضافة للتوحش الذي كانت تمارسه على مواطني المناطق التي سيطرت عليها خصوصا أقليات الديانات والمذاهب الأخرى، ساهم هيئاتها الاعلامية في زيادة عدد مجندي واتباع التنظيم.

كل ذلك التوحش قاد المجتمع الدولي الى تشكيل تحالف دولي لمحاربة داعش في ظل تصنيف العراق وسوريا دولا فاشلة، نتيجة ما تعانيانه من حروب وصراعات، وقد كانت الولايات المتحدة عضوا في هذا التحالف رغم انها لم تتورط مباشرة داخل الأراضي السورية كما حدث في أفغانستان والعراق، وقد حدث اثناء

هذه الحملة نوع من التقارب بين أطراف الخلاف في الازمة السورية لاعتبارات أهمها ان تنظيم الدول هو عدو مشترك للجميع، لذلك كانت الحرب النفسية ضد التنظيم هي عملية تكافلية تعاونية تكاملية.

وعلى مدى سنوات سيطرة تنظيم الدولة على مساحات كبيرة من العراق وسوريا وإقامة خلافته كان هناك توازي ما بين هذا التوسع الجغرافي والتوسع والانتشار عبر الانترنت والمنصات الاجتماعية وتطوير دعايته، حيث تم استخدام جيل من الشباب أصحاب الدراية التقنية لتشغيل وتسيير الاف الحسابات والمنصات لبث تلك الدعاية وفق ثلاث اهداف رئيسية: الترهيب والمعلومة والتجنيد[1]،وقد ارتكزت الحرب النفسية لتنظيم الدولة على متغيرين أساسيين هما:

الأول: التطور الهائل والمتسارع في تكنولوجيات الاعلام والاتصال وما يمثله من رافد مهم وسهل الاستخدام لنشر الدعاية والصراع.

الثاني: تركيز تنظيم الدولة على الجانب النفسي في نشر الذعر والوهم والقلق والفوضى، بين المدنيين أو العسكريين، لاعتباره ان النصر ليس بعدد الذين يقتلون بل بعدد الذين يخافون،[2] او ما يسمى "النصر بالرعب"

وقد تركزت أساليب دعاية تنظيم الدولة على ما يلي:

1. الاستعانة بخبراء ومصورين ومخرجين محترفين لتصوير الأفلام والمؤثرات البصرية وبث وعرض الأفلام على المواقع والمنصات الإلكترونية، بهدف اظهار افراد التنظيم ومعاركهم انها تدور من قبل محترفين وأصحاب خبرة قتالية.
2. الاستغلال الإعلامي والدعائي للشخصيات المشهورة التي انضمت للتنظيم سواءً من الدول العربية والإسلامية والأجنبية، وعرضهم على انهم ابطال يقودون المعارك، بالإضافة لعرض وثائقيات حول أسباب انضمامهم للتنظيم.
3. تضخيم اعداد افراد التنظيم والمنضمين له، خصوصا من الدول الغربية. خصوصا النساء منهم واستعمالهم بمصايد لاستقطاب الشباب.
4. عرض انتصارات التنظيم في المناطق التي سيطر عليها في سوريا والعراق، خصوصا في المناطق التي انسحب منها الجيش العراقي، لإظهار قوة التنظيم وضعف القوات النظامية العسكرية. بالإضافة للعرض السيطرة على المناطق والمؤسسات اللوجستية فالسدود ومصافي البترول.

---

[1] Панцерев, КонстантинАрсеньевич. "Информационно-психологическиеоперации ИГИЛ: некоторыепрактическиеаспекты." Гуманитарныйвектор, Vol. 13, no. 01, 2018. pp. 46-55.

[2] فاضل محمد البدراني، "أساليب تنظيم داعش في الحرب النفسية ضد المجتمع العراقي"، **مجلة جامعة الانبار للعلوم الإنسانية**، ع 01، مارس 2019، ص . 241-255.

5. التركيز على بث استعراض القوة والترسانة العسكرية وانتصارات التنظيم والغنائم المالية والعتاد التي حصل عليها التنظيم، بهدف بث الرعب من جهة ومن جهة أخرى محاولة التجنيد عن طريق الترغيب بالغنائم.

6. بث مقاطع توزيع المساعدات من مواد غذائية ومساعدات مالية على مناطق سيطرة التنظيم لإظهار مدى الإنسانية التنظيم وامتلاكها للقوة الاقتصادية.

7. بث احتفالات المواطنين بالمناطق التي سيطر عليها التنظيم وانهم فاتحين لا غزاة، وما تحويه من رسائل ضمنية للمناطق المجاورة.

8. عرض صور وافلام سيرة ذاتية لقتلى التنظيم والاشادة بهم، حيث كثير ما تم فبركة الصور وإظهارهم مبتسمون واعتبارهم شهداء،

9. التضليل الإعلامي للراي العام عن طريق افتعال الجرائم ونسبها للجيش النظامي او التنظيمات المعادي.

10. النصر بالصدمة كان اهم اليات الحرب النفسية لتنظيم الدولة، سواءً من اختلاق حروب جانبية بالاغتيالات والتفجيرات وتحرير المساجين والتي تصب كلها إرهاب المواطنين والضغط على الدول التي تحتلها او التي تقود الحملة الدولية ضد التنظيم، بالإضافة لعرض المحتويات الصادمة من اغتيالات وقطع الرؤوس والتنكيل بالأسرى من اجل التأثير في اراء وسلوكيات العدو والداعمين له، خصوصا بعد تناقل الاخبار وإعادة بثها ومشاركتها من قبل القنوات الأجنبية ومنصات التواصل وهو ما يوصلها لقاعدة أكبر[1].

وفي العموم فقد تركزت الحرب النفسية لتنظيم الدولة على محاولة خلق السخط الاجتماعي والسياسي وتأجيجه لدى الجمهور المستهدف، سواءً بالإمعان في اذلال وابادة الطوائف الغير سنية (كالازيدية والشيعية...)، والتركيز على ابراز ونفاق وخضوع قادة ورؤساء الدول العربية والإسلامية، وفسادهم وانتهاكات حقوق الإنسان من قبل الحكومات باللغة العربية والكردية والانجليزية وكثير من اللغات،[2] وكل ذلك بالاعتماد على تشويه وتحريف النصوص الدينية سواءً الآيات القرآنية او الاحاديث النبوية بما يتلاءم وتوجهات واهداف التنظيم لإضفاء تلك السلطة الدينية على حكم وتوجهات الخليفة والتبرير الأخلاقي للعنف التوحش المنتهج في سبيل خدمة المشروع السياسي الأكبر،[3] وحتى وان طغى الجانب الديني في اغلب دعاية تنظيم الدولة، الا انها تخدم اهداف سياسية يسعى من خلالها لبناء دولة وفق المفهوم الحديث لها، ويتجلى ذلك في مفاهيم الشرعية السياسية كالمساعدات الإنسانية ورد المظالم التاريخي كسرد سلبيات معاهدة سايكس بيكو. وكل ذلك ضمن

[1] المرجع نفسه.

[2] ألبرتو فرناندیز، **باقية وتتمدد: مواجهة شبكات الدعاية الخاصة بداعش**، (واشنطن: مركز سياسة الشرق الأوسط في معهد بروكنجز، د س ن)، ص. 10.

[3] "Religious Appeals in Daesh's Recruitment Propaganda", **The Carter Center**, Sep 2016, At: https://bit.ly/3n03uVq

دعاية مخططة وأسلوب اقناعي احترافي -ان جاز التعبير- استطاع من خلاله تنظيم الدولة التمدد مكانيا وحتى نفسيا من خلال استقطاب المجندين والمقاتلين الأجانب لصفوفه.

ولمحاولة فهم درجة استقطاب التنظيم، يجب فهم الأساليب التي استخدمها هي تلك الإستمالات الاقناعية (العاطفية) لأولئك الأجانب الذين لديهم تعاطف مع توجهات التنظيم "المقاتلين الأجانب"[1]، وفي نفس السياق ووفق نفس الأساليب حاول التنظيم توسيع قاعدته الشعبية ضمن المناطق التي سيطر عليها حيث اعتمد أساليب الاقناع المباشر عبر الخطب والمنشورات بالإضافة لإعداده لمعسكرات تجنيد وتدريب وتنشئة جيل من الأطفال وفق نهجه سماهم ب "اشبال الخلافة"[2].

كما ان تنظيم الدولة لم يغفل الدعاية المضادة في حربه النفسية كما سبق وأشرنا انه يعتمد على خبراء وفنيين في التصوير والإخراج، فقد كانت مؤسساته الإعلامية كذلك تضم خبراء في تحليل الخطابات والبيانات والتخطيط للحرب النفسية المضادة سواءً دعاية القوات الدولية المتحالفة او دعاية النظامين العراقي والسوري.

كل ذلك أوجب أن تكون المكافحة النفسية لتنظيم الدول استراتيجية متكاملة، لان خطاب التنظيم وتطوره على الصعيدين التقني والانتاجي مثل صدمة لدى الراي العام، بالإضافة لعقيدة الصدمة التي اتخذها التنظيم على الصعيدين النفسي والمجتمعي خصوصا التوحش الذي استخدمه في بث مقاطع الاعدامات للأسرى وقادة العشائر المعارضة بتقنية فنية عالية الأداء[3]، اما اهم عامل ساهم في ذلك هو الخطاب الثقافي-الأيديولوجي للتنظيم في مساعيه للتجنيد الشباب المناطق التي احتلها في العراق وسوريا او من الدول الأجنبية الأخرى.

ولهذه الأسباب بني التصور الأمريكي لمواجهة تنظيم الدولة (وجزء كبير منه مستمد من تجربة قتال تنظيم "القاعدة) على أن العنصر الأهّم في هذه المواجهة هو تفكيك الحاضنة الاجتماعية، وأن المجتمع المحلي هو الوحيد القادر على هزيمة هذا التنظيم، بحسب ما أثبتت التجربة مع "القاعدة"، وذلك عبر خلق مصالح متعارضة بين تنظيم الدولة والمجتمع المحلي،

[1] بكار أمينة. "الأساليب الإقناعية الموظفة من قبل التنظيمات الارهابية لاستقطاب الشباب عبر الميديا الجديدة-تنظيم داعش أنموذجا." **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة سطيف 02، 2018، مج. 15 ع. 27، ص . 225-236.

[2] أحمد عبد المجيد.، "الأساليب الإقناعية لتنظيم داعش في تجنيد الأفراد: مقاربة علمية"، **مجلة الباحث الإعلامي**، مج. 04 ع. 31، 2016، ص . 85-104.

[3] محمد سليمان أبو رمان، **سر الجاذبية: داعش، الدعاية والتجنيد**، (عمان: مؤسسة فريدريش ايبرت، 2014)، ص. 9-10.

الفرع الثاني: المطبوعات والمنشورات

كما في جميع الحملات العسكرية للولايات المتحدة دائما ما تستعمل المنشورات والمطبوعات في اطار جهوده الحربية كمسعى من مساعي الحرب النفسية، وفي عملية العزم الصلب التي استهدفت دحض وهزيمة تنظيم الدولة والتي بدأت في اوت 2016، ركزت القوات الامريكية على الضربات الجوية ضد التنظيم كاستراتيجية عسكرية دون التدخل المباشر، بالإضافة للتنسيق مع القوات المتحالفة لتوحيد جهود الحرب النفسية الساعية للحد من انتشار تنظيم الدولة والقضاء عليه، فقد كانت المنشورات التي القتها القوات العراقية او التركية او الامريكية تحمل نوعا من التكامل والتعاضد، بينما ركزت القوات العراقية على مخاطبة اهل المناطق العراقية التي احتلها تنظيم الدولة كالحويجة والموصل وغيرها سعيها لتأليبهم عليه وخلق جبهة داخلية داعمة لقوات الامن العراقية في حال دخولها (الملحق رقم 13 و 14)، كما ساهمت القوات التركية في القاء كثير من المنشورات داخل الأراضي السورية الخاضعة لتنظيم الدولة وبنفس الرسائل، اما الولايات المتحدة فقد اتخذت من فرقها بقاعدة الوليد الجوية في قطر مركز لطباعة وشحن المنشورات[1]، ورغم الاستغلال الواسع للأنترنت ومنصات التواصل الاجتماعية مع بداية ظهور تنظيم الدولة وتمدده الا ان الكتيبة الحرب النفسية بتلك القاعدة ساهمت في طباعة ونشر اكثر من 23 مليون منشور لـ 200 طلبية، وربما يعود ذلك للقيود التي يفرضها التنظيم على المناطق التي يسيطر عليها سواءً وصولهم للأنترنت او الحصول على المعلومات الخارجية.

وكانت أولى المنشورات التي القتها قوات التحالف تستهدف تجفيف منابع التمويل لتنظيم الدولة خصوصا النفط المهرب الذي كان اهم مصادر الدخل للتنظيم، لذلك كانت كثير من الغارات الجوية تستهدف شاحنات نقل النفط في اطار عملية "المد والجزر"، والقت منشورات تحث على الابتعاد عن الشاحنات او تركها بالنسبة لسائقيها (الملحق رقم 15) ، كما القيت منشورات على مصافي النفط ومحطات التكرير في المناطق التي يسيطر عليها التنظيم والتي كانت كذلك عرضت للغارات الجوية حيث جاء في احد المنشورات ان "عمليات النفط التي تقوم بها داعش تمول الإرهاب وتقمع الناس. وستواصل قوات التحالف مهاجمة جميع مصافي النفط التابعة لداعش إلى أن يهزم التنظيم. يجب على الجميع الابتعاد عن هذه المصافي لأن قوات التحالف تستمر في الهجمات الجوية على داعش ومصافي النفط التابعة له" (الملحق رقم 16)، وفي نفس المسعى القت القوات الامريكية منشورات توضح علمها بطرق تهريب النفط.

وفي نفس السياقات التي استعملتها الولايات المتحدة في كافة حروبها النفسية، القت العديد من المنشورات التي تحث مقاتلي تنظيم الدولة على العصيان وان ينشقوا، كما القي منشور آخر مع هذا المنشور

[1] Jared M. Tracy, "MISTF-C In Operation Inherent Resolve." USASOC History Department, 2017. At: https://bit.ly/3uotKfS

يوضح القوة النارية والتدميرية للقوات الامريكية والمتحالفة بهدف بث الرعب وزرع الهزيمة في نفوس مقاتلي التنظيم (الملحق رقم 17 و 18). أما بالنسبة للعمليات النفسية التي تستهدف السكان المحليين ضمن سيطرة التنظيم فقد أسندت في اغلبها للقوات المتحالفة خصوصا القوات العراقية او التركية بالإضافة الى ان دعاية النظام السوري كذلك ساهمت ضمن مناطق سيطرة التنظيم ضمن الأراضي السورية.

حيث كانت تلك المنشورات تهدف الى خلق عصيان مدني ضد حكم تنظيم الدولة وذلك بالرد على دعايته "المتوحشة" وتبيان توحشه وامعانه في القتل والتهجير والاعدامات المتكررة لزعماء القبائل المناهضة، ففي بداية العمليات كانت المناشير عبارة عن شبه بيانات تحث على التعاون مع القوات العراقية وتسجيل ما يحدث لمعرفة المقاتلين والخونة (الملحق رقم 15)، كما جاءت بعض المنشورات بطابع من التهكم كالمنشور الذي يصف مكاتب توظيف تنظيم الدولة كأنها مذابح (الملحق رقم 19)، والذي يلمح الى العلاقة المؤكدة بين الانضمام لداعش والموت كترهيب من الانضمام.

وعلى نفس النهج استخدمت القوات الامريكية في كافة منشوراتها خصوصا تلك المنشورات التي بثت عن طريق الجيش العراقي، إستمالات اقناعية للحد من انتشار تنظيم الدولة والحد من عدد مجنديه، وذلك باتباع ثلاث فئات من الإستمالات[1]:

1. **الاستمالة العاطفية:** والتي تهدف اثارة عاطفة وانفعالات المتلقي وحاجاته النفسية والاجتماعية، ولعل أبرز اشكال هذه الاستمالة، اثارة عاطفة الانتماء للوطن (الملحق رقم20)، التحذير من الإرهاب وتوابعه (الملحق رقم 21)، الدعوة لحفظ أمن وحياة الناس (الملحق رقم 22)، توظيف الوازع الديني (الملحق رقم23).
2. **الاستمالة العقلانية:** وتستخدم هذا الشكل كثيرا في الحرب النفسية المضادة، حيث يستعمل خطاب العقل والاستدلال بالشواهد والحجج المنطقية لدحض حجة الخصم، او تستخدم عند ابراز مواطن القوة ومواطن ضعف العدو، وأبرز اشكالها ابراز حاجيات الأهالي ورفع المعنويات (الملحق رقم24)، تقديم الأدلة والشواهد على اجرام تنظيم الدولة وعواقبه (الملحق رقم 25).
3. **استمالة التخويف:** تهدف هذه الاستمالة الى تنشيط عاطفة الخوف من اجل تجنب الخطر والتصدي له في بدايته، ومن اشكالها، التحذير من جرائم تنظيم الدولة (الملحق رقم 26)، من اجل تشكيل حافز الاستجابة للإستمالات الأخرى.

[1] سهام الشجيري، "توظيف المنشورات الدعائية في الحرب النفسية دارسة تحليلية لوسائل والاساليب الإستمالات (معارك الموصل نموذجا) "، **جامعة بغداد: مجلة الآداب**، ع. 125، جويلية 2018، ص 439- 468

الفرع الثالث: التأثير النفسي السيبراني في ظل الأصولية الرقمية

ان التطور التكنولوجي وما احدثه من ثورة معلوماتية، والتي أدت الى ظهور "عصر المعلومات" وما حمله هذا العصر من تهديدات تحديات، وضع الجيش الأمريكي امام تحدي لمجابهة التهديدات التي تحملها هذه الثورة وسعيا منه للحفاظ على مكانته الدولية[1]، أدى الى احداث تغييرات وتحديثات في هيكليته ففي سنة 2009 تم انشاء وكالة الأمن المعلوماتي كوكالة امنية تابعة لوكالة الأمن القومي، ومع زيادة التهديدات وتطورها بالإضافة لرغبة إدارة أوباما -آنا ذاك- في تقليل الخسائر البشرية، تم ترقيتها في اوت 2017 الى قيادة مقاتلة باسم القيادة الأمريكية للأمن السيبراني US Cyber Command[2].

ولعل من اهم اسباب هذا التغيير هو الخطر الذي اصبح يشكله تنظيم الدولة، فالتحدي الذي فرضه التنظيم هو تحدي فريد تكتيكيا نظرا لطبيعة عملياتها العسكرية، واستراتيجيا لأنها اصبحت شبكة غامضة تتوسع وتنتشر وتستقطب الاتباع كما انها اصبحت رائدة في اساليبها المتبعة في ذلك، خصوصا في جانب حربها النفسية والاعلامية، ففي فترة بدايتها سيطرة اواخر 2015 كانت تنشر على الانترنت ما معدله 38 مادة جديدة يوميا تتراوح هذه المواد بين الافلام الوثائقية والقصيرة والمقالات والمقاطع الصوتية والكتيبات... بعديد اللغات، فقد كانت اشبه لعلامة تجارية منها إلى تنظيم متطرف[3].

وكان الهدف الأساسي لهذه القيادة هو استخدام قدراتها ضد الهجمات السيبرانية ومكافحة الإرهاب والتطرف دعايةً وتمويلاً، وقد بدأ استغلال شبكة الأسلحة الهجومية Offensive Cyber Weapons، أوائل 2016 ضد تنظيم الدولة واستعمال ما يسمى "القنابل السيبرانية"[*]، والتي كانت كذلك في مستواها التكتيكي دعما للعمليات العسكرية والنفسية عن طريق التنسيق فيما بينها للتأثير في العمل الإعلامي والمعلوماتي لتنظيم الدولة[4]، ومن جهة أخرى محاولة الوصول القبلي للجمهور المستهدف نفسه سواءً المتعاطفين او المحايدين كشكل من اشكال الحرب النفسية الاستباقية. وفي نهاية سنة 2016 أنشأت قيادة العمليات السيبرانية قوة

---

[1] McConville, James "40th Chief of Staff of the Army Initial Message to the Army Team." **US Army**, August 12, 2019.At: https://bit.ly/3voWd3r

[2] Office of the Press Secretary. "Statement by President Donald J. Trump on the Elevation of Cyber Command" Whitehouse Statements & Releases, August 18, 2017, At: https://bit.ly/2XlcXvY

[3] Winter, Charlie. "Documenting the virtual 'caliphate'." **Quilliam Foundation,** Vol. 33, no..1, 2015.

[*] هي حملة إلكترونية تهدف تعطيل تنفيذ المهام اليومية للمستهدفين مثل نشر المعلومات، والتوظيف، وهياكل القيادة والسيطرة، والتحويلات والمدفوعات الإلكترونية

[4] Catherine A. Theohary, "Information Warfare: DOD's Response to the Islamic State Hacking Activities", **Congressional Research Service**, May 10, 2016, At: https://bit.ly/3B6n3An

مهام مشتركة ARES** والتي تبنت عملية السمفونية المتوهجة Operation Glowing Symphony[1] التي تستهدف العمليات الإعلامية والنفسية لتنظيم الدولة على الانترنت. ومحور عملها يتركز حول موضوع استغلال العمليات السيبرانية في التأثير النفسي أو ما يعرف اختصار بإدارة التصور السيبراني cyber perception warfare.

وتتعلق إدارة التصور السيبراني في الاستراتيجية بحتمية محاربة المنظمات المتطرفة العنيفة كتنظيم الدولة واشباهها في الجوانب النفسية (كالإدراك والتصور والتأثير..)، بالإضافة للجوانب الاستخباراتية والتكنولوجية، وتنبع هذه الحتمية من القدرة المتزايدة لهذه التنظيمات في استغلال شيكات التواصل لتجنيد والاستهداف، او استغلالها لمواقع شبكة الانترنت المظلمة او العميقة Deep Web، بالإضافة الى حتمية أخرى تتعلق بضرورة دمج مختلف جوانب الاتصالات الاستراتيجية بشكل عام وآليات الحرب النفسية والإعلامية.

وقد حاولت القوة المشتركة ARESالامر تقويض مصداقية تنظيم الدولة وحربه النفسية عن طريق:

1. تعطيل دعايته عن طريق الطعن في صدقية اخباره ومنشورات الحسابات المحسوبة عليه.
2. فضح نفاق قادة التنظيم وجرائمه من خلال إيصال رسائل استباقية للجماهير المستهدفة
3. اتباع تكتيك "تعبئة خصوم الخصوم" عن طريق استدراج واغراء المناهضين لتنظيم الدولة سواءً من ساكنة الدول المحتلة من طرفه او المنشقين عنه.

ومن امثلة ذلك استغلال شهادات كثير من المنشقين او الاسرى من مقاتلي التنظيم السابقين، وكانت روايتهم تصب في انهم انظموا للتنظيم للمحاربة الكفار والأنظمة الدكتاتورية ولكنهم ودوا أنفسهم في حرب المسلمين.[2]

والى جانب تقويض المصداقية فقد سعت الفرقة أيضا الى محاولة خلق ذاك النوع من القبول للقيم الغربية لدى الجماهير المستهدفة سواءً عن طريق اثارة نظريات المؤامرة او إقامة الحوارات مع او ما بين تلك الجماهير المستهدفة بإثارة نقاط خلافية ومحاولة التحكم في مخرجاتها مع ما يتوافق من الهدف منها، مثل تلك المبادرات التي تطلقها وزارة الامن الداخلي، وتتمثل إحدى هذه المبادرات في مسابقة تشجع الفرق الجامعية الموهوبة على إنشاء حملات إعلامية جديدة تؤكد على رسائل الإيجابية والتسامح. يشارك آلاف الطلاب في جميع أنحاء العالم في هذه المسابقة بما فيها كلية الدول الإسلامية،

** سميت ARES أو ايريس تيمنا باله الحرب عند الاغريق

[1] Temple-Raston, Dina. "How the U.S. Hacked ISIS.", **National Public Radio**, September 26, 2019. At: https://n.pr/3AYU01v

[2] Peter Cary, **The Pentagon and Independent Media—an Update**, (Washington: Center for International Media Assistance, 2015), p. 10.

بالإضافة الى ذلك استغل الجيش الأمريكي منشورات أعضاء تنظيم الدولة بتحليلها واستشفاف الأدلة منها كما حدث سنة 2015 حيث تضمن منشور لاحد أعضاء التنظيم صورا لاحد مقرات التنظيم والذي استهدفه طيران التحالف.[1]

اما على المستوى الداخلي فقد كان هناك تنسيق بين مختلف الإدارات والوكالات الحكومية (وزارة الدفاع والخراجية والامن القومي والامن الداخلي..)، حيث عمل مركز الاتصالات الاستراتيجية لمكافحة الإرهاب حتى سنة 2016 قبل استبداله بمركز المشاركة العالمية GEC، الذي عمل على التنسيق مع قيادة العمليات السيبرانية لنشر رسائل نفسية تهدف الى استباق تجنيد المدنيين في صفوف التنظيم خصوصا لمواطني الولايات المتحدة والدول الحليفة لها (خصوصا الدول الغربية).

وقد كانت تلك الرسائل تحمل نوعين من المعلومات النوع الأول الذي يستهدف تقويض مصداقية داعش لدى الجميع، اما النوع الثاني فهو يستهدف الذي يفكرون في الانضمام الى التنظيم واعتبارهم كمجندين محتملين، فتكون الرسائل التي تستهدفهم تتحدث عن تداعيات الانضمام على اسرهم ومجتمعهم وحياتهم.

[1] "US Air Force Targets and Destroys ISIS HQ Building Using Social Media." **Military official site**. November 28, 2017.At: https://bit.ly/3HwieCH .

المطلب الثالث: المستوى الأمني والاستخباراتي للعمليات النفسية في مواجهة الفاعل المنفرد

أدركت التنظيمات الإرهابية عموما انه من المخاطرة التركيز على العمليات المسيرة بشكل مركزي، وذلك للتهديد الذي قد يمثله غياب القيادة او تحييدها، بالإضافة إلى الإجراءات الأمنية المشددة التي أصبحت تفرضها الدول في إطار مكافحة الإرهاب، وفي ظل تطور المجال الرقمي الذي أصبح يوفر أرضية سهلة الاستخدام لتكثيف الحملات العالمية والدعائية التي تستهدف للتجنيد واستقطاب المتعاطفين او ما يسمى "التجنيد الذاتي للأشخاص"[1]، حيث يمتلك معظم الإرهابيين ايدولوجية منضبطة وهادفة خاضعة للرقابة والتي يدعمها اقرانهم ورفقائهم من المجندين، بينما تنبع حركة أولئك الذين تستهدفهم المبررات الايدولوجية "الدعائية خصوصا" جيلا من المتطرفين ذاتيا والذين يسمون عرفا بالذئاب الوحيدة او المنفردة Lone Wolves او الفاعلين المنفردين Lone Actors، اوما يعرف بالموجة الخامسة للإرهاب.

الفرع الأول: الفاعل المنفرد ملاذ أأمن للتطرف والإرهاب

في ظل التضييق الذي أصبحت تعرفه التنظيمات الإرهابية، سعت الى إيجاد ملاذات أأمن لنشر دعايتها وبقاء صيتها، لذلك حاولت هذه التنظيمات استقطاب وتجنيد الأفراد المتعاطفين مع ايدلوجيتها ومن لديهم القابلية للقيام بالعمل الارهابي من ذوي المهارات العالية، ومن أجل زيادة كفاءة وفعالية هؤلاء الافراد استغلت الشبكات الرقمية لتوفير دورات تدريبية في العمل الإرهابي وصناعة المتفجرات، وكانت أولى المنشورات على الانترنت التي توضح ذلك هو عدد مجلة "إلهام" او Inspire والتي نشرها تنظيم القاعدة سنة 2010 والتي تقدم شرحا مصورا لكيفية القيام بعملية إرهابية بشكل منفرد وعلى خطى القاعدة كثف تنظيم الدولة من حملاته الإعلامية للتجنيد بهذا الشكل. خصوصا عبر مجلته دابق.[2] كما انه كان يمتلك إدارة مركزية والتي تسمى "بإدارة العمليات الخارجية"[3] والتي عرفت بانها تشبه وزارة الخارجية في الدول الا انها كانت تساهم في تجنيد ودعم الذئاب المنفردة للقيام بعملياتهم.

ويعرف مصطلح الفاعل المنفرد بأنه " هو الشخص الذي يرتكب أعمال عنف في دعم مجموعة، حركة، أو أيديولوجيا، ولكن يفعل ذلك وحده، خارج عن هيكل القيادة ودون مساعدة مادية من أي مجموعة. على الرغم من أن الذئب الوحيد يستعد ويعمل وحده، الا انه دائما ما يكون متأثر أو يدافع عن أيديولوجية و معتقدات الجماعة"[4]، وهناك من المنظرين الأمنيين الذي قد يوسع التعريف ليشمل المجموعة التي تعمل

---

[1] عبد المجيد، محمد سيف الدين عبد الرزاق، "استكشاف المحددات التكتيكية بإعلام الجماعات الارهابية في توجيه الذئاب المنفردة: دراسة تحليلية لمجلة إنسباير". **المجلة العربية الدولية للمعلوماتية**، مج 07، ع 12، يناير 2019، ص 45-68

[2] Charles, Vallée, Op, Cit.

[3] أحمد، سلطان. "إرهاب مفتوح المصدر.. أوروبا تواجه قتلاً 'صُنع في المطبخ.'" **موقع ذات مصر**. أفريل 2020، في: https://bit.ly/3cfTv7D

[4]

بمعزل عن التنظيم الأصلي وتعتمد تمويلا ذاتيا لأعمالهم المتطرفة العنيفة [1]، فتوفر الفردية ليس شرطا لديهم لإطلاق المصطلح حتى ان كان العموم ارتباطه بذلك، فهؤلاء المنظرين يربطون التعريف بوجود/غياب العلاقة المباشرة مع التنظيم، والمقصود بالعلاقة هنا هو وجود الاتصال المباشر بين الأعضاء الرسميين للتنظيم الإرهابي والذئاب المنفردة، لان علاقة التبعية والايمان بالأيدولوجية شرطا وجوب.

وعلى ضوء ذلك تختلف تعريفات هذا الظاهرة وتتشعب تفسيراتها، لكن هناك مجموعة محددات يمكن على أساسها تحديد ما هي الذئاب المنفردة:

- **العمل بشكل فردي**: والتي هي السمة الأساسية التي ترتبط بالاسم ويقصد بها العمل فرديا في اختيار الهدف والتخطيط والتنفيذ والتمويل دون وجود أي مؤشرات ظاهرة على وجد المساندة، وهناك من يقصد بالفردية طبيعة العملية أي انها "عملية وحيدة" دون وجود مرحلة او عمليات أخرى بعدها.

الارتباط الأيديولوجي: أي تبعية الذئب المنفرد للتنظيم الإرهابي فكريا وليس تنظيميا، او كما يسمى في عرف التنظيمات الإرهابية "تلبية النداء".

الاعتماد على المتوفر: من الإمكانيات السهل الحصول عليها والمتوفرة ولا يجلب اقتنائها أي شبهات، ووفق هذا فان اغلب عمليات الذئاب المنفردة تستهدف القتل المباشرة. بالإضافة الى الاعتماد على التمويل الذاتي دون اللجوء مصادر خارجية لتمويل العملية.

صعوبة الرصد: لعل اهم مكامن الخطورة في هذه الظاهرة هو صعوبة رصدها، خصوصا أولئك الذين لا يمتلكون أي سوابق إجرامية، والمقصود بهذه بالسوابق هنا هو السوابق المتعلقة بالعمل الإرهابي وفق تعريف الدولة المستهدفة الذئب المنفرد له*.

الإقامة بالبلد المستهدف: يعتبر من اهم محددات تعريف الذئب المنفرد، ذلك انه بإقامته بهذه الدولة يمكنه الحركة بأريحية لاختيار الهدف والسيلة التي يستخدمها لتنفيذ العملية، والإقامة قد تكون دائمة كأن يكون من حاملي جنسيتها او مواطنيها، او قد تكون بصفة مؤقتة كالمهاجرين والطلبة وغيرها.[2]

وللحد من الظاهرة ومحاولة محاربتها يجب على صانع الاستراتيجية ان يفهم الجوانب النفسية والاجتماعية لها، ذلك ان محاربة الإرهاب كتنظيمات وجماعات يتطلب حربا بمعناها التقليدي بالإضافة

[1] Appleton, Catherine. "Lone wolf terrorism in Norway." **The International Journal of Human Rights,** Vol. 18, no. 2, 2014, pp. 127-142.

* قد يختلف تعريف وتفسير العمل الإرهابية من دولة لأخرى نظرا لمجموعة من المسببات والفهوم

[2] "سمات خاصة: كيف تختلف الذئاب المنفردة عن المجموعات الإرهابية؟"، **مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة**، 31 اوت 2016، في: https://bit.ly/3o7JMpw

لاستراتيجية حرب نفسية ومعلوماتية، اما ظاهرة الذئاب المنفردة فهي تتفرد بطبيعتها النفسية والاجتماعية التي تجعل كشفها يحمل من الصعوبة ما يحمل من جوهرها، فمن الصعب فهم الجوانب النفسية والاجتماعية للإرهاب الذي يمارسه ذئب منفرد، على انه يصنف -كمعتل- يعاني من اضطرابات نفسية واجتماعية، فالإرهابي عموما كان يعتقد انه يعاني من تلك الاضطرابات والعوامل المرضية، وهو ما ذهب اليه رواد نظرية التحليل النفسي "الإرهابيين هم عادة افراد مختلين عقليا و يحملون العداء للمجتمع ويستخدمون الخطاب السياسي كتبرير للعدوان"[1]، كما انهم يحاولون الحصول على القبول والاعتراف الذاتي ليس من خلال الانتماء للجماعات ولكن من خلال "الشعور بالقوة والسيطرة والاستقلال الذاتي والقدرة على اتخاذ القرار من جانب فردي، كما ان الدوافع الثقافية والخوف من فقدان الهوية"[2]

يمكننا أن نجد تحولا في الدوافع النفسية للإرهابيين "الذئاب المنفردة"، حيث يتم الحصول على الاعتراف الذاتي ليس من خلال الانتماء الجماعي ، ولكن من خلال الشعور بالقوة ، والسيطرة ، والاستقلال الذاتي ، التي تركز على القدرة على اتخاذ قرارات من جانب واحد .الإرهابيون هم اشخاص عنيفون بدوافع ثقافية، لأن أعمال العنف التي يرتكبها الارهابي تنبع عادة من الخوف من الإبادة الثقافية أو فقدان الهوية الثقافية .والسؤال الأساسي بالنسبة لهم هو : " كيف يمكنني استخدام الإرهاب لردع التهديدات التي تتعرض لها ثقافتي ومعتقداتي وأقاليمي؟ ". بمعنى آخر الإرهاب هو شكل من أشكال المثاقفة Enculturation، والتي هي ان تجربة التعليم التي يتميز به الانسان على غيره من المخلوقات ويصل بها الى معرفة /اكتساب ثقافته[3]، وفي مثال الذئاب المنفردة فالتثقيف أو المثاقفة هو سياق يجري ضمن حدود يرسمها العادات والطبائع الشخصية (نموذج السلوك) بما يتلاءم/يتعارض مع الحياة الاجتماعية المحيطة والتي يحاول الفرد من خلال هذا التثقيف الحصول على الرضا ومن ثم محاولة التعبير الفردي.

وفي القرن الواحد العشرين ومع توسع الظاهرة الإرهابية وانتشارها رفضت بعض هذه الحجج على أسس تجريبية ومنهجية خصوصا، بعدما أثيرت إشكالية التفريق بين القتلة الجماعيين والمتسلسلين الذين يحملون طبائع مرضية ويعانون من مظالم شخصية وبين ذئب منفرد بدوافع أيديولوجية وسياسية؟ وفي المناقشات الاكاديمية ووجد ان هناك اختلاف جوهري بين هاذين القاتلين رغم التشابه في العلة النفسية وهو الأمر المتعلق بوجود/غياب شبكات التفاعل، والتي هي شبكات التفاعل المؤدية للتطرف والعنف والتي تسعى الى استقطاب هؤلاء المتعاطفين مع توجهاتها لتصنع منهم ذئاب منفردة، فالتحليل النفسي الحديث مثلا وجد

[1] Gill, Paul, and Emily Corner. "There and back again: The study of mental disorder and terrorist involvement." **American Psychologist**, Vol 72, No 3, 2017, p. 231.

[2] Borum, Randy. **Psychology of terrorism**. (Florida: University of South Florida Tampa Dept of Mental Health Law and Policy, 2007). p. 61.

[3] كريم ضمد مشير الفتلاوي، "الارهاب والشخصية الثقافية" **مجلة جامعة كربلاء**، مج. 14, ع. 4، 2016، ص . 150-158.

ان أغلب الذئاب المنفردة المرصودة هم اشخاص يظهرون للعيان بانهم طبيعيون واجتماعيون، لكن ميولهم المخفية والمتعطشة للعنف يذكيها انخراطهم في شبكات التجنيد ومتابعتها التي من خلالها يمكنهم اكتساب الشخصية العنيفة وممارسة ذلك التعطش من خلالها.

شبكة الانترنت ومواقع التواصل مثلا أصبحت ساحة اجتماعية هامة للتطرف وتغذيته، فالوصول السهل لها وإمكانية عدم الكشف عن الهوية وتوفر الخصوصية، دون أي عواقب او مخاطر مادية، ومن ثم يشعرون بأنهم يمارسون أيديولوجيتهم بحرية دون إشراف اجتماعي .وهذا يشجع الأفراد الذين لديهم معتقدات متطرفة على التحدث أو العمل على الإنترنت، ومن ثم اشباع رغبات العنف وشحذها وتدريبها[1]، خصوصا مع توجه اغلب التنظيمات الإرهابية بعد تشديد الخناق عليها على الأرض الى محاولة كسب وتجنيد المتعاطفين تحت تصنيف "ذئاب منفردة" ليواصلوا -رسالتها- العنيفة.

الفرع الثاني: إمكانية تحديد الذئاب المنفردة

ان التعامل مع الذئاب المنفردة هو اشكال وتهديد في الوقت نفسه، ذلك ان إيجاد آلية استباقية تمكن من تحديدهم ومن ثم استهدافهم والاطاحة بهم يعتبر أكبر تحدي للمنظومات الأمنية والاستخباراتية، خصوصا في ظل ان اغلب نشاط الذئاب المنفردة يكون في الدول -الديمقراطية- وضمن مجتمعات تتمتع بهامش اكبر من الحرية وتملك المقومات التي تجعلهم يدافعون عن تلك الحرية او ما يعرف بالمجتمعات المفتوحة، لذلك كانت استراتيجيات التصدي لهذه الظاهرة لا ترتبط بإيجاد الذئب المنفرد بقدر ماهي إيجاد مواقع تنفيذ الهجوم، لكن هذا التحدي يخرج العمل من طابعه الاستراتيجي الى طابعه التأميني فقط، فهو لا يقضي على الظاهرة بل يحد منها بشكل هامشي لتوفر البدائل التي يمكن استهدافها منهم.

ان معرفة كيفية صياغة الهجوم من المُسّتهدف يتطلب نظاما للكشف والاستباق يراعي الإشارات التي تمكن من تحديد الذئب المنفرد قبل تنفيذه للعملية، وهذا ما يتطلب دمجا للمعلومات الاستخباراتية والعسكرية واستغلال جوانب التحليل النفسي والاجتماعي، بالإضافة لتحديد القواسم المشتركة التي يتبناها الذئاب المنفردة، لان هناك درجة من الالتزام بأيدولوجية الإرهابية ومحاولة التماهي معها واقعيا او على شبكات الانترنت، بالإضافة الى محاولة كافة الأنظمة الأمنية خلق الرقابة المجتمعية على هذه الظاهرة بإيجاد النفور السلبي والنشط اتجاه العمل الإرهابي عموما ومحاولي ممارسته بشكل خاص سواءً ببغض العمل حتى لا يقع فيه أو التبليغ عن أي سلوك مشبوه.[2] ولعل تغذية "النفور السلبي" يعد من اهم أدوات القضاء على هذه الظاهرة، فالذئاب المنفردة رغم انهم يعملون بمفردهم الا أنهم يستلهمون أعمالهم من متطرفين ومنظرين

[1] Hamm, Mark, and Ramon Spaaij. "Lone wolf terrorism in America: Using knowledge of radicalization pathways to forge prevention strategies.", **U.S. Department of Justice report**, No. 248691, Feb 2015.

[2] "إرهاب 'الذئاب المنفردة'.. تقرير لـ FBI يكشف حقائق جديدة." **موقع قناة الحرة**، 2019، في: https://arbne.ws/3Cf3Dbq .

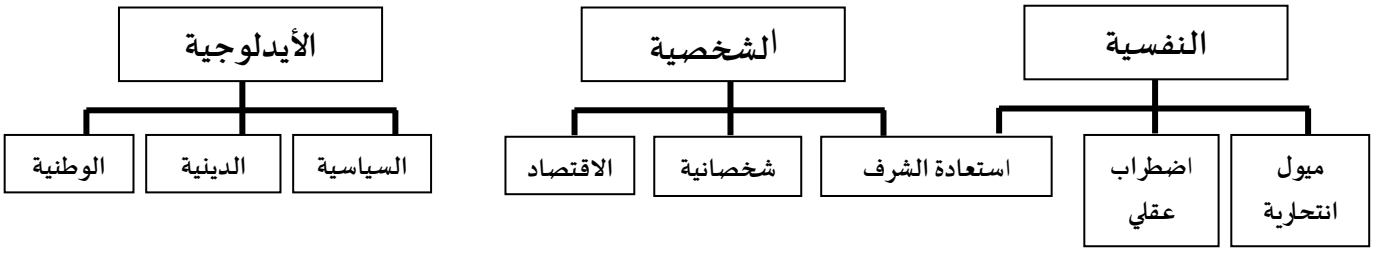
اخرين، لذا كان الواجب توحيد الروايات الرسمية التي تنبذ العنف وتحذر منه، بالإضافة الى محاولة ربط العنف بدوافع وتحليلات نفسية غير مقبولة اجتماعيا وتنزع الشرعية من الجناة واعمالهم وتشكك في أيدولوجيتهم كالشعور بالفشل وعدم الكفاية النفسية،[1] لان مجرد التصور بأن إرهابيا ما يمكن له التحرك لوحده وبمعزل عن محيطه يجعل من عملية تفكيك الارتباط بين العنف وحاضنته الإيديولوجية صعبة ومعقدة[2]،لذلك كان استغلال آليات الحرب النفسية اهم الأساليب الممكن توظيفها لتحديد هذه الفئة استباقيا. ويقع الفعل الأمني الاستباقي في عدة سياقات تتحد وتتكامل لتكون هذه الاستراتيجية التي يمكن عبرها محاربة هذه الظاهرة.

وعلى مستوى السياق النفسي والاجتماعي يجب قبل وضع استراتيجية المواجهة تحديد بعض من مستويات تحليل الدوافع، ففي اغلب الدراسات التي تناولت هذه الظاهرة وجدت ان الدوافع تتراوح بين الانتقام من وصمات العار الوطنية والدينية او حتى الشخصية، والرغبة في الشهادة والكفاح الوطني والرضا الذاتي واثبات النفس او كسب الاحترام المجتمعي والاسري، أي ان دوافع الذئاب المنفردة للهجوم وتنفيذ العمليات هو مزيج فريد من الدوافع النفسية والعقدية والشخصية والتي تختلف أساسية ورئيسية أي دافع من الآخر، وكل دافع يشمل مجموعة من المتغيرات والدوافع الفرعية، تختلف باختلاف مرتكبيها وطبائعهم الا ان محاولة جمعها لا يخرج عن ثلاث فئات رئيسية:

- دوافع أيديولوجية عقدية سياسية او دينية
- دوافع شخصية مالية اقتصادية
- دوافع نفسية كالاضطرابات والميول الانتحارية والاستشهادية

- **الشكل 7: دو افع للذئاب المنفردة**

- المصدر: Ganor, Boaz. "Understanding the Motivations of "Lone Wolf Terrorists: The "Bathtub" Model " **Perspectives on Terrorism**, Vol. 15, no. 02, 2021, pp. 23-32.



[1] Borum, Randy. op. cit.

[2] عبد الباسط الشايب، "الإرهاب الأبيض: استخلاصات ونتائج"، **مركز الدراسات الإستراتيجية والديبلوماسية**، 2019، في: https://bit.ly/3bYcdkd

ولعل من اهم النماذج النظرية التي طرحت آليات تحديد الذئاب المنفردة ومن ثم الحد منها هي "أطروحة نموذج حوض الاستحمام Bathtub Model" [1] لقانور بواز Ganor BOAZ، والتي تنطلق من افتراض رئيسي بان مجموع الدوافع التي توصل هؤلاء الافراد للعنف بالإضافة لوجود محفز/حدث (الزناد Triggers)، يؤدي بالحتمية الى الاقدام على الفعل العنيف أو ما أطلق عليها عتبة التنفيذ Execution Threshold، هذه التراكمية شبهها بواز بحوض الاستحمام في طريق جمعها للمياه ثم تصريفها. وقد لخص هذا النموذج في معادلة:

الهجوم الارهابي= الدو افع (ايدولوجية، شخصية، نفسية) + **الزناد** (التقليد، الصدمة، التحريض)

ووضح بواز ان اغلب الاستراتيجيات لا يمكنها القضاء من عنف الذئاب المنفردة بصفة قطعية، ولكن محاولة بناء الية تساعد على الحد من هذه الظاهرة ولو بصفة جزئية، وذلك عن طريق فهم الدوافع وربطها بمجموعة من المتغيرات تساعد على ذلك. والتي بينها انه يجب توفير وتعظيم الموانع Inhibitions حتى أكبر من هذه الدوافع وتحد من الأفعال التي يمكن ان يسببها الزناد. ومن اهم الموانع الاستقرار النفسي، نظام القيم والمعتقدات، تحليل الكلفة/ الفائدة، فتصبح طريقة المكافحة:

الهجوم الارهابي= [الدو افع (ايدولوجية، شخصية، نفسية) + **الزناد** (التقليد، الصدمة، التحريض)**] > الموانع** (الاستقرار النفسي، نظام القيم والمعتقدات، تحليل الكلفة/ الفائدة)

وبعبارة أخرى فإن قرار الذئب المنفرد بارتكاب الهجوم هو نتاج الموازنة بين مجموع الدوافع المختلفة (الأيديولوجية والنفسية والشخصية) ومجموع المحفزات المختلفة التي تعرض لها (قدوة، حدث صادم، تحريض) ضد الموانع (التي هي نتاج استقراره العقلي وقدرته على احتواء الأزمات، بالإضافة إلى وجود قيم وتمتعه بنظام المعتقد الذي يقيده عن القيام بالفعل العنيف، وكذلك عدم قدرته على تحمل الكلفة او عدم وجود فائدة). لذلك عندما يكون مجموع المحفزات والدوافع أكبر من الموانع، فان الفعل العنيف سيقع لا محالة.

لذا وجب التركيز على جمع ذات الصلة، لأنها ستمكن افراد مكافحة الإرهاب استباق الفعل بحساب مجموع المتغيرات السابقة، كما يمكن للمحللين من دراسة السمات النفسية والشخصية في وقت واحد والتركيز عليها لبناء استراتيجيات مكافحة تكون التي تكون العوامل الاتصالية هي السمة الأبرز فيها.

[1] Ganor, Boaz. Ibid.

الفرع الثالث: التصيد الافتراضي للذئاب المنفردة

وفي مجال الحرب الهجينة الذي أصبح ترافق الظاهرة الإرهابية ليس هناك ربح أو خسارة بطريقة الحرب التقليدية ولن تكون هذه الطريقة حاسمة، بل ان الحسم في كثير من الأحيان لا يتم الا بوسائل هجينة تتراوح بين القوة العسكرية والنفوذ السياسي والاجتماعي، وهنا يأتي دور الحرب النفسية وتكتيكاتها خصوص مع بروز العنصر الرقمي كعنصر رئيسي في ساحة الحرب والصراع، فقبل انتشار الانترنت كان الإرهاب بقوم على التفاعل المباشر (وجها لوجه) بين المجندين او مع القادة والمنظرين، لكن ظهور التكنولوجيات الجديدة ساهم في التأسيس لنوع من الشراكة الافتراضية التي تشبه المجتمعات الخيالية او المتخيلة التي تنمي المشاعر الراديكالية والقومية، ما يمكن شخصا معزولا من إقامة علاقات مع حركة الإرهاب العالمي[1]، حيث تلجأ تلك العناصر الراديكالية التي تستقي أفكارها وتوجهاتها من التنظيم الإرهابي إلى استخدام شبكة الإنترنت للاطلاع على المواد الفكرية والتسجيلات الصوتية والفيديوهات الخاصة بالتنظيم والمنتشرة على شبكة الإنترنت او ما تسميه التنظيمات الإرهابية بـ"الجهاد مفتوح المصدر Open Source Jihad"[2] ، وعبر هذا المسار ينشأ نموذج من التحالف الأيديولوجي الافتراضي دون أن تكون هناك أي صلات رسمية في الواقع. ومن هذا المنطلق تزايد ظهور "الذئاب المنفردة" المسؤولة عن العمليات الإرهابية.

وعلى هذا الأساس فانه من الصعوبة بمكان ان تمنع هجمات الذئاب المنفردة بالكلية ولكن يمكن تبني تدابير وقائية تجعل عمل الذئاب المنفرد صعبا وتحد بذلك من التهديد الذي تمثله، وهذا يمثله التصيد الافتراضي وهو عمل دعائي ونفسي استباقي يقوم على محاولة عزل الذئاب المنفردة عن حاضنتها الاجتماعية والايدولوجية، ومن اهم التدابير التي يمكن القيام بها:

- السعي لعزل الذئاب المنفردة، وذلك باتخاذ إجراءات اجتماعية ونفسية وحتى مالية لمنع تعاونهم مع الجماعات المتطرفة أو الدول المتفقين معها أيديولوجيا. للحد من تمويلهم وتنسيقهم.
- محاولة بناء علاقات ثقة بين النظام السياسي الممثل بالحكومة والجاليات او الأقليات التي يمكن ان تكون حاضنة لهؤلاء الإرهابيين المحتملين كجيرانهم واسرهم لأنهم يمكن ان يكونوا مصدرا مهما للمعلومة الاستخباراتية التي تكفل استباق الفعل.
- السعي لفرض رقابة الكترونية مرنة على الحسابات المشبوهة بما يكفل تحقيق الاستراتيجية الأمنية ولا يحد من الحريات العامة، بخلق برامج التعرف على الإرهابيين الحقيقيين وتتبعهم رقميا.

[1] Sageman, Marc. **Understanding terror networks**. (Philadelphia: University of Pennsylvania press, 2011). pp. 158-161.

[2] Wiskind, Claire. "Lone wolf terrorism and open-source jihad: An explanation and assessment." **International Institute for Counter-Terrorism**, 2016, pp. 1-53.

- واهم العناصر هو بناء استراتيجية دعائية متكاملة لتشويه عقيدة وأيدولوجية الذئاب المنفردة دون المساس بالعقيدة العامة التي ينتسبون لها.

ووفق هذه التدابير وبدراسة الدوافع وآليات التجنيد والبيئة الاجتماعية والاقتصادية والدينية سعت الولايات المتحدة في اغلب استراتيجياتها الأمنية وضع تكتيكات للتعرف على الإرهابيين المنفردين وتعقبهم باستخدام تحليل الخصائص النفسية واعتراض الاتصالات والرصد بوسائط الاعلام الاجتماعية[1]، بالإضافة الى استغلال أنشطة الاستخبارات مفتوحة المصدر مثل مراقبة الأنشطة الإعلامية للشبكات التابعة للتنظيمات الإرهابية، ولأجل ذلك أطلقت وكالة المباحث الفيدرالية عملية استخباراتية باسم عملية النسر اليقظ Operation Vigilant Eagle، كاستجابة لتنامي جهود التنظيمات الإرهابية للتجنيد عبر الأنترنت، وكان من أهداف هذه العملية هو مجابهة تنامي هجمات الذئاب المنفردة -التصيد الرقمي-، من خلال تتبع الاتصالات الرقمية والتعرف على اتجاهات التنفيذ والتعرف على كيفية اختيارهم لأهدافهم المحتملة.[2]

حيث يقوم هذا المشروع الذي تبنته المباحث الفيدرالية على تحليل المحتوى الرقمي وذلك باستخدام أدوات وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك الدراسات السلوكية ودراسات الحالة وأساليب التتبع المرتجلة[3]، وبرغم ان هذه المقاييس لا تعتبر قياسية وذات فاعلية مطلقة، لكن الافتراض الأساسي الذي يحرك هذا المشروع يعتمد على الدراسات السلوكية والتي تفترض أن "الناس أكثر صدقا على الانترنت" لان الأنشطة عبر الانترنت ليس لها حاجز مجتمعي أو أخلاقي في كثير من الاحيان، لذلك فان تتبع المشتبه فيهم عبر منصات الانترنت وجمع المعلومات عنهم يوفر مجموعة كبيرة من النتائج المفيدة من الناحية الأمنية.

فالمراقبة المستمرة لوسائل التواصل الاجتماعي يمكن ان تساعد على اكتشاف المتطرفين المحتملين دون وجود صلة مسبقة لهم مع الجماعات المتطرفة ، فقد ينشر هؤلاء المتطرفون نواياهم عبر الانترنت، وعلى هذا النهج سعت الولايات المتحدة للضغط على شركات التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك وتويتر وغيرها من المنصات من اجل تشديد الرقابة على الحسابات المشبوهة وتعليقها[4]، في اطار القيود التي تفرض شروط الخدمة والتي يدخل فيها المحتوى الغير القانوني والعنيف، وحاولت الولايات المتحدة في كثير الأحيان استعمال الحرب النفسية المضادة على جهود التجنيد التي تمارسها التنظيمات المتطرفة خصوصا محاولتها استقطاب الذئاب المنفردة، وذلك بزرع ونشر معلومات مضللة بهدف التأليب وانعدام الثقة بين والتنظيم والمجندين

[1] Lichtblau, E. and J. Risen. "Bank Data Is Sifted by U.S. in Secret to Block Terror," **New York Times**, June 22, 2006, At: https://nyti.ms/3raED3s

[2] Mark Hamm and Ramon Spaaij, op. cit.

[3] Ibid.

[4] جموسي، جوهر. "التضييق على شبكات التواصل الاجتماعي: السياسات والأهداف"، **مركز الجزيرة للدراسات**, 2019، في: https://bit.ly/3usB8GT

المحتلمين او حتى بين المتعاطفين معه، كما سعت كذلك عن طريق وكالاتها الاستخباراتية والأمنية زرع كثير من المعلومات المضللة وربطها بالتنظيمات الإرهابية على شبكة الانترنت، لعلمهم بان خسارة تنظيم الدولة للأرض في العراق وسوريا ولجوئه للفضاء الرقمي كمنبر للتجنيد، لكن هذا لن يكون بالضرورة سبيل آمن لوجود الثقة بين المجندين وقيادتهم كما كان الحال على الأرض، لذلك تم استغلال انعدام الثقة لتقليص حجم المجندين، بالإضافة لوجود الشكية فاندساس المتسللين ضمن شبكاتها، لذان تستغل حالة الارتياب للتلاعب وخلق الانشقاقات ، كما أوكلت لقيادة الامن السيبراني القيام بعمليات قرصنة وهجمات سيبرانية على المواقع المشتبهة بانتمائها للتنظيمات الإرهابية، واحيانا التغيير الجزئي للمحتوى الرقمي لهذه المواقع بحقن معلومات اتصال كاذبة وتقديم دعاية مشوهة، وزرع البلبلة.. او استخلاص بيانات المؤيدين والداعمين الماديين.

خاتمة

خاتمة عامة

شكل تطور التهديد الذي تمثله الظاهرة الإرهابية أهم تحديات المنظومات الأمنية والعسكرية في كافة انحاء العالم، واعتبرت مكافحتها والقضاء عليها أساسا عند وضع أي من تلك الاستراتيجيات، ومنذ مطلع القرن 21 ظهرت هذه التنظيمات الإرهابية بأشكال جديدة، وبعد ان كانت عملياتها تتميز بالمحدودية ولا تمثل الا تهديدا لبعض المصالح البعيدة، فقد تطورت لتصبح تمثل تهديدا وجوديا للدولة الوطنية، وخير مثال أحداث 11 سبتمبر التي تمكنت بها تنظيم القاعدة ان يضرب أقوى دول العالم في وطنه الأم، وهو الحدث الذي غير مفهوم الإرهاب الى غير رجعة، ثم آتى المنعطف الثاني وهو ظهور تنظيم الدولة والذي استغل وضع العراق وسوريا لإعلان خلافته على أراضيهما التي سيطر عليها، هذا

وفي نهاية المطاف يظهر جليا أن التنظيمات الإرهابية الجديدة من اكثر تمظهرات الاستراتيجية الدعائية المتطرفة تطورا وعبقرية، والتي تعكس باستمرار مدى التعلم والتطور الذي يرافق كل تنظيم متطرف جديد، فالاستراتيجية الدعائية او الدعائية المضادة التي تعاملت بها القاعدة لا يمكن مقارنته بالاستراتيجية الدعائية لتنظيم الدولة، لذلك فان تركيز استراتيجية الحرب النفسية الامريكية على الجهود القصيرة الأمد والأهداف الآنية في كثير من الأحيان، هو مخاطرة كبيرة حول كيفيات التعامل مع التهديدات المستقبلية التي قد تشكلها أشكال أكثر تطرفا وعنفا من هذه التنظيمات الموجودة على الساحة. والذي يقود الى تساؤلات جوهرية ليس عن مكانة الحرب النفسية في الاستراتيجية الأمريكية في حربها ضد الإرهاب والتطرف فحسب، بل عن فعالية ومآزق هذه الاستراتيجية خصوصا في بعدها الأخلاقي، وآثارها وقدرتها على التكيف وتحقيق أهدافها.

لذلك فان أي دراسة للاستراتيجية الامريكية سواءً استراتيجيتها لمكافحة الإرهاب أو غيرها من الاستراتيجيات، لا يمكن باي حال من الأحوال ان تعالج دون ربطها بالقيمة "**الديمقراطية**"، فالعملية الديمقراطية قد تكون قيمة مضافة لعملية الاقناع، كما الأنظمة الديمقراطية تمتاز بنوع من المرونة في تنسيق وسيرورة تدفق البيانات والتعاون ما بين الوكالات، هذه المرونة قد جد ضروري لآنية وسرعة الحملة النفسية، ولكن المفارقة التي قد تقع هو ان نشر رسائل الحرب النفسية بفعالية قد يتعارض في كثير من الأحيان مع القيم والمبادئ الديمقراطية كالحرية والمصداقية. بالإضافة الى التعقيد المتزايد الذي تتميز به الاستراتيجية النفسية للولايات المتحدة والبيروقراطيات المسؤولة عنها، فان الدلالات السلبية المرتبطة بالحرب النفسية والدعاية أدت الى معجم متنوع من الاوصاف التي دلت على هذا الجهد، لذلك تم اعتماد مصطلحين جديدين أحدهما شبه سياسي-مدني "الاتصال الاستراتيجي" وآخر يرتبط بالتعاون العسكري "دعم المعلومات العسكرية". فمشروع الاتصالات الاستراتيجية يستخدم كمصطلح شامل لاي رسائل يتم نشرها بهدف اعلام الجمهور المستهدف او إقناعه بدعم الأهداف السياسية والاستراتيجية والعسكري، ويتم نشر رسائله بهدف

احداث التأثير سواءً كان تكتيكيا او استراتيجيا على هذه الجماهير، في حين أن الاتصال الاستراتيجي يستخدم كمصطلح عام الا انه عند الاقتضاء قد تستخدم مصطلحات أخرى لأنواع معينة من الرسائل التي تقوم بها وكالات محددة مثل "دعم عمليات المعلومات العسكرية".. والتي هي ضرورية وحيوية لضمان مصداقية حملة الاتصالات الاستراتيجية الشاملة. لذلك فان المصطلحات ضرورية في الحرب النفسية لكنها لا يمكن باي حال ان تتعارض او تعيق أهداف الرسائل.

كما ان الحملة النفسية و رسائلها التي تحملها الدعاية أو الاتصالات الاستراتيجية لن تستفيد من الاعتماد على نوع ضيق من الرسائل او المعلومات كحصر الصراع في عدد الجثث، او الاعتماد على آلية واحدة لبث هذه الرسائل كالمؤتمرات او الراديو، او في نشرها كالمنشورات، او التركيز بشكل قصري على السيطرة على تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما يحد من نجاح الحملة لقصورها وتخليها عن مجموعة كبيرة من الخيارات التشغيلية المطروحة، لذلك قد تكون الحملة ناجحة اذا استغلت الآثار التراكمية لاستراتيجية متعددة الابعاد لرسائلها وتكون متزامنة مع إجراءاتها التنفيذية على ارض الواقع:

- ✓ **يجب على الحملة ان تنتج مجموعة واسعة من الرسائل التي تحمل وتستفيد من المناشدات العقلانية واختيارهوية مناسبة لهذه الحملة:**

فالمزيج بين النداءات العقلانية واختيار الهوية قد يمثل طعما مناسبا للجمهور المستهدف، والذي من المرجح ان يتكون من مجموعة متميزة ومتمايزة، تحمل دوافع حسية وتحفيزية مختلفة، لذلك فان مجموعة متنوعة من الرسائل لا تزيد من إمكانية الوصول فقط، بل ان تزامنها قد يضاعف التأثير على عملية اتخاذ قرار العقلاني للمستهدفين، فالتنوع يهدف الى ضمان اتساق الحملة عن طريق مستويين، مستوى دفاعي أي الروايات المضادة التي تستجيب وتدحض الرواية المضادة، ومستوى هجومي أي الروايات والرسائل التي تنشأ للحصول على رواية مضادة من الخصوم.

كما ان هوية الرسالة يجب ان تكون مصممة للاستفادة من العوامل الاستراتيجية والنفسية والسياقية لدى الجماهير المستهدفة، لعل اهم عنصر هو "المصداقية" فهي امر بالغ الأهمية في أي معركة لكسب القلوب والعقول، فالرسائل الكاذبة لها تأثير مدمر على أي حملة، وابسط مثال على ذلك الرواية الرسمية الأمريكية التي سبقت حملة غزو العراق وادعاء امتلاكه أسلحة دمار شامل..، كما ان التضليل والمذب قد يكون أساسا للحملة المضادة للخصوم مثل ما استغل الظواهري وبن لادن والبغدادي سقطات الدعاية الامريكية لتبرير أعمالهم، فالفوز بمكانة أخلاقية عالية في نظر الراي العام هدف أساسي من اهداف أي حملة، بالإضافة الى نجاح الحملة قد يكون في الاستيلاء على مصطلحات وبناء الحملة عليها ك "السلام، الحرية، والديمقراطية، حقوق الانسان..." لكن دون ان تقوض هذه المصطلحات بأفعال تتنافى معها على اعتبار انها قيم.

✓ **تنسيق الرسائل مع مواضيع الحملة الرئيسية ضمن السرد الكبير:**

ان تصميم ونشر مجموع متنوعة من رسائل الحملة دون ان يكون لها مواضيع أساسية تكون السرد الكبير، سيكون مصدرا لتفكك وتصدع الحملة عموما، فالتنوع الاستثنائي قد يضر الحملة اكثر مما ينفعها، فرسائل ودعاية الحرب النفسية الامريكية المناهضة للإرهاب، تتطرق لمجموعة متنوعة ومتمايزة من المواضيع والقضايا، من الديمقراطية الى التعليم الى وحشية واجرام ونفاق هذه التنظيمات لذلك فهي في أحيان كثيرة تبدو غير متماسكة، وفي المقابل فان دعاية التنظيمات الإرهابية خصوصا تنظيم الدولة تتمتع برواية سردية كبرى بسيطة المحتوى، وتحمل منطق استراتيجيا شامل يتخلل كل رسالة تنشرها على الرغم من المواضيع التي تتناولها قد تكون مختلفة.

✓ **الاستخدام المتقن لوسائل الاتصال المختلفة لزيادة سرعة واستهداف الرسائل:**

على الرغم من الاغراء الذي قد توفره تكنولوجيات الاتصال الحديثة، فانه يجب الاعتماد على جميع وسائل الاتصال المتاحة الحديثة منها والتقليدية لكفالة نجاح الحملة النفسية، لان هناك حاجة لتطابق بين الجمهور والرسالة والوسيلة التي يستخدمها هذا الجمهور لضمان وصولها، لان هناك علاقة طردية ما بين تأثير الرسالة (او الحملة عموما) وضمان تعظيم انتشارها (قدرتها على الوصول الى جمهور مستهدف اكثر واكبر) وصداها ضمن هذه الجماهير، كما ان أهمية الرسالة وما تقوله يتعلق بكيفية تسليمها، كما أن الشكل المستخدم (مسموع أو مرئي...) قد يعزز تلك الأهمية كذلك، مثلا لا يمكن باي حال من الأحوال ان تعتمد الحرب النفسية لمكافحة تنظيم القاعدة في أفغانستان على الوسائل التكنولوجية الحديثة او التلفزيون في وسط بيئة ترتفع بها نسبة الامية وتحرم بها القاعدة استعمال التلفزيون. لذلك يجب تطوير مقاييس قائمة على الوصول اي ان كانت الرسالة لاكبر عدد من الجمهور؟

✓ **معايرة الإجراءات السياسية مع الاستراتيجية العسكرية لالغاء اثار الأنشطة الدعائية للخصوم**

لا يمكن لجهود الاتصال وحدها ان تكفل نجاح الحملة، بل يجب ان تتزامن هذه الجهود مع إجراءات سياسية واستراتيجية وعسكرية، لان اغلب الحروب الحديثة خصوصا الحروب الهجينة هي في أساسها تنافس مزدوج لاجل السيطرة السياسية والعسكرية بالتزامن، لذلك فان هناك مطلبا لمعايرة محتوى الرسائل مع الإجراءات العملية لتحقيق الفائدة، لان الإجراءات العملية الفعالة سرعان ما قد تتحول الى شكل من الاتصال القابل للاستغلال ضمن الحملة، كما أن تزامن الرسائل والقرارات المتعلقة بالسياسات الاستراتيجية أمر حيوي لضمان موازنة الآثار المقصودة من أي استراتيجية، ولعل التنظيمات الإرهابية على شاكلة تنظيم الدولة

تستغل هذا المبدأ في حربها النفسية المضادة، كما انها تستغل غيابه في الجهود الدعائية للولايات المتحدة، فالولايات المتحدة كثير ما حاولت استغلال صورة المسلمين الأمريكيين لكن هذا لا يعني عدم تنامي الاسلاموفوبيا والاعمال التخريبية ضدهم.

- ✓ **صعوبة تنفيذ إجراءات رقابية على المعلومات**

فالصعوبة الكبرى التي تواجه أي حملة نفسية هو قدرتها على مراقبة المعلومات، لذلك قد تصبح وسائل الاتصال المختلفة هدفا رئيسيا للحملة، من الإذاعة والتلفزيون الة وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، لذلك ان استراتيجيات الاغلاق والرقابة التقليدية لن تكون فعالة في ظل الطفرة التكنولوجية وسهولة الوصول للمعلومة او لنشر المعلومة، كما ان الرسالة لا تلقى صداها وتاثيرها لوجودها فقط، بل من خلال استفادتها من عوامل استراتيجية ونفسية واجتماعية مهمة لدى الجمهور المستهدف، ولهذا فان محاولة السيطرة على مصادر المعرفة والمعلومة او فرض الراقبة عليها، قد يؤدي الى نتائج عكسية، لذلك فان الحل الأمثل في أحيان كثيرة هو إعاقة توقيت او سرعة الاتصال المعادي، والذي قد يخلق فرصة الاستباق من خلال رسائل فعالة تملأ الفراغ، أي بناء استراتيجية استباقية تقوم على الدعاية الهجومية.

- ✓ **إشكالية تقييم ومأزق الحرب النفسية العادلة**

وان حاولنا من خلال الاطروحة الإحاطة بمكانة الحرب النفسية وجهود الاتصال الاستراتيجي، وإيجاد أشكالها وآليات توظيفها بالإضافة الى بينيتها الهيكلية، الا ان أهم عنصر حاولنا بحثه هو درجة الاقناع الموجودة ضمن الجهود الاتصالية الدعائية، فالتطور التاريخي للحرب النفسية خلال فترات الصراع عبر التاريخ ما هو الا تفاعل مستمر بين ثلاث متغيرات رئيسية:

1. درجة تطور الجهود الاتصالية
2. درجة تطور الاستراتيجيات العسكرية
3. طبيعة العلاقة بين النخب والعامة

ونتيجة لهذه المتغيرات كان هناك تغير دائم في المواضيع والاتجاهات ضمن هذا التاريخ الطويل من الصراع، ويمكن استغلال هاذ التغير لتفسير اشكالية الفعالية الحالي في ميدان الحرب النفسية، خصوصا فيما تعلق بقابلية قياس جهد الحملة النفسية، وهو ما يحيلنا الى مأزق آخر يتعلق باخلاقية الحرب النفسية على اعتبارها جهدا صراعيا.

فالتاريخ محفوف بالامثلة التي تثبت ان الفوز في الحرب هو امر نسبي ان لم يترتبط برواية مبررة، وفي عصر الاعلام الرقمي، قد يؤدي الفشل في تبرير شن الحرب او السلوك الأخلاقي بها، الى فقدان الشرعية بين

الجمهور والراي العام المحلي والعالمي، غزو العراق مثلا بحجة الحرب الأنظمة الداعمة للارهاب والبرنامج النووي العراقي، اثار انتقادات كبيرة للولايات المتحدة ووكالاتها الأمنية والاستخباراتية، لذلك قد يصبح تسويق رواية سردية رسمية مبررة لا يقل أهمية عن كسب الحرب، وقد تكون الرواية هي اهم عامل لحسم هذه الحرب.

لقد أصبحت الرواية التي هي جوهر الحرب النفسية أساسا في الحرب العالمية على الإرهاب، لان كسب القلوب والعقول هو الأولوية الكبرى، فالطابع العابر للحدود الذي يمثله التهديد الإرهابي يتطلب تحالفا وتعاونا دوليا، يحتاج الى الاقتناع بصواب القضاء على هذا التهديد من منظور معنوي أخلاقي قبل المنظور العسكري المصلحي، ولكي تكون هذه الحرب النفسية فعالة ومقنعة للجميع يجب ان تتضمن تبادلا ما بين العمليات النفسية والحرب العمليات الإعلامية والدبلوماسية والدهاية وإدارة الادراك والتصور وان تتماهى مع إدارة الخطاب الرسمي،

وفي الأخير فان الحرب النفسية الامريكية كانت تركيزا لتجاوز مواطن الضعف الحاسمة في استراتيجيتها العسكرية لفترة ما بعد الحرب الباردة، والمتعلقة اساسا بتضخيم اثار التهديد الإرهابي وتداعياته السلبية على المصالح الامريكية ومصالحها الاستراتيجية، وذلك بتشكيل تصورات الجماهير من مجتمعات أو أنظمة حكم بما يتوافق مع استراتيجية الهيمنة والتوسع التي تمثلها العقيدة الامريكية، على سبيل المثال فان دول مثل روسيا والصين يحكم علاقتها مع الولايات المتحدة التنافس والصراع ولم تكن للتحالف معها لولا ايمانها بجدية التهديد الإرهابي الذي قد يقوض مصالحهما كذلك، كما ان التطور الكبير الذي ميز التنظيمات الإرهابية في القرن 21 خصوصا في كيفيات استغلالها للدعاية والتحريض والتضليل ضد الخصوم الأقوى من الدول، قد يحمل تأثيرا لا تحمله النماذج الغير فعالة مثل "الحرب على الإرهاب" والحرب الباردة" والتي تتشبه بعدسات بالغة التبسيط لامر التهديد، والتي لا يمكنها ان تفسر خصوصية التعقيد التي تحملها الظواهر، لذلك فان استراتيجية الولايات المتحدة ورغم انها استراتيجية القوى المهيمنة قد تستفيد وتتعلم من المبادئ التي بنت عليها هذه التنظيمات خصوصا تنظيم الدولة استراتيجية حربها النفسية.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

- آل عمران، الآية 144.
- الأنفال، الاية 60.

الكتب:

باللغة العربية:

1. أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات الإعلام**، (القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985).
2. أحمد عبد الخالق، **الإرهاب ومستقبل النظام العالمي**، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007).
3. احمد نوفل. **الحرب النفسية من منظور اسلامي** ، (عمان: دار الفرقان، ج 02 ، 1987).
4. أحمد نوفل، **الإشاعة**، (عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1987).
5. ألبرتو فرناندیز، **باقية وتتمدد: مواجهة شبكات الدعاية الخاصة بداعش**، (واشنطن: مركز سياسة الشرق الأوسط في معهد بروكنجز، د س ن).
6. أليكس كالينيكوس، **الإستراتيجية الكبرى للإمبراطورية الأمريكية**، (مصر: مركز الدراسات الاشتراكية، بدون سنة نشر).
7. برهان شاوي، **الدعاية و الاتصال الجماهيري عبر التاريخ**،(بيروت: دار الفارابي،ج1، 2012).
8. تاونزند تشارلز، **الإرهاب: مقدمة قصيرة جدًّا**، تر: طنطاوي محمد سعد (القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة, 2014)، ص ص 16-21
9. جان ميشال فرودون، تر: خديجتو الحماد، "الإرهاب على الشاشات الفضية الغربية: ما مدى اتساع الأطلسي؟"، في: **الإرهاب والسينما: جدلية العلاقة وإمكانات التوظيف**، تحرير: ريما المسمار، (بيروت: دار مدارك للنشر، 2010).
10. جمال محمد خليفة المري، **الأمن القومي: الجريمة المنظمة، الإرهاب، التجسس، الاشاعة، التخريب**، (دبي: اكاديمية شرطة دبي، ط 01، 2005).
11. جوزيف س. ناي، **القوة الناعمة - وسيلة النجاح في السياسة الدولية**، تر: محمد توفيق البجريمي، (الرياض: مكتبة العبيكان، 2007).
12. جوزيف س. ناي، **مستقبل القوة**، تر: أحمد عبد الحميد نافع، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2006).
13. حامد عبد السلام زهران، **علم النفس الاجتماعي**،(القاهرة: عالم الكتاب،ط5، 1984).
14. حسن السعيد. **سيكولوجيا الاشاعة: رؤية قرآنية**. (عمان: دار دجلة، 2011).

15. حسين عبد الفتاح الغامدي، **محاضرات مقياس علم نفس النموو الشخصية**، (جدة: قسم علم النفس ، كلية التربية، جامعة أم القرى، 2017).

16. رشيد حمليل، **الحرب و الرأي العام و الدعاية**، (الجزائر: وزارة الثقافة: منشورات الجزائر عاصمة الثقافة العربية، 2007).

17. رفيق السكري، **دراسة في الرأي العام و الاعلام و الدعاية**، (لبنان: جروس برس، 1991).

18. رمزي المنياوي، **الحرب النفسية و الطابور الخامس**، (دمشق: دار الكتاب العربي، 2010).

19. روبرت جيه ماكمان، **الحرب الباردة**، تر: محمد فتحي خضر، (القاهرة: هنداوي للتعليم والثقافة، 2014).

20. سامي عوض، **معجم المصطلحات العسكرية**، (عمان: دار اسامة، 2007).

21. سامية محمد جابر، **الاتصال الجماهيرى و المجتمع الحديث النظرية و التطبيق**. (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1998)، ص. 152.

22. سليمان عبد الواحد إبراهيم، **علم النفس الاجتماعي ومتطلبات الحياة المعاصرة**، (عمان: الوراق للنشر و التوزيع، ط1، 2014).

23. السيد ولد أباه، **عالم ما بعد 11 سبتمبر 2001: الاشكالات الفكرية والإستراتيجية**، (القاهرة: مكتبة مدبولي، ط1، 2004).

24. شيللر هربت. **المتلاعبون بالعقول**. تر: عبد السالم رضوان، ، (الكويت المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، سلسلة عالم المعرفة، مج 243، مارس 1999).

25. صان تزو. **فن الحرب**،تر: ربيع مفتاح،(القاهرة: وكالة الصحافة العربية، 2015).

26. صلاح نصر. **الحرب النفسية**، (القاهرة: دار القاهرة للطباعة و النشر، ط2. ج1، 1967).

27. صمويل بي. هنتنجون، **صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي**. تر: طلعت الشايب (بغداد: دار سطور للنشر والتوزيع، 1999)

28. عاطف عدلي العبد، **الدعاية و الإقناع: الأسس النظرية و النماذج التطبيقية**.(القاهرة: دار الفكر العربي،ط 1، 2007)

29. عبد الحليم حمودة، **الإعلام التضليلي: دور الدعاية والإعلان الغربية في تشويه صورة الإسلام**، (بيروت: مركز الدراسات والترجمة، 2010).

30. عبد الكريم العلوجي، **الإعلام والحرب: العراق نموذجا**، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 2010).

31. عبد الملك بن هشام، **السيرة النبوية لابن هشام**، تحقيق: عمر عبد السلام تدمري، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1990).

32. عبد الوهاب الكيالي،(محررا). **موسوعة السياسة**. (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، ط3. المجلد 2. ، 1997).

33. عطا الله الرمحين، حارث دوهان. **أسس تأثير الدعاية**. (الأردن: اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2017).

34. عطا الله الرمحين، محمد نور صالح العدوان، **الاعلام والنظريات الاجتماعية**، (عمان: الحامد للنشر والتوزريع، 2014).

35. عمر الحسان، **الديمقراطية الجديدة**، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، 2015).

36. عمر هارون الخليفة، **علم النفس والمخابرات**، (عمان: ديبونو للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)،

37. غي دورندان، **الدعاية و الدعاية السياسية**، (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 2002).

38. فخري الدباغ، **الحرب النفسية**، (بغداد: وزارة الثقافة والفنون، 1979).

39. فرانسيس سوندرز، **من دفع للزمار؟ الحرب الباردة الثقافية: المخابرات المركزية وعالم الفنون والأدب**، تر: طلعت الشايب، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2009).

40. فرانسيس فوكوياما، **أمريكا على مفترق الطرق: ما بعد المحافظين الجدد**، تر: محمد محمود التوبة، (الرياض، مكتبة العبيكان، 2007).

41. فهمي النجار، **الحرب النفسية: أضواء إسلامية**، (الرياض: دار الفضيلة، 2005)،

42. فيليب تايلور، **قصف العقول: الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي**. ترجمة: سامي خشبة، (الكويت: المجلس الوطني الثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، مج 256، 2000).

43. كامل محمد عويضة، **علم نفس الاشاعة**. (بيروت: دار الكتب العلمية، 1996).

44. كونداليزا رايس "**إستراتيجية الامن القومي لدى الرئيس**"، في: أرون، ستلزر، المحافظون الجدد، تر: فاضل جتكر، (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 2005).

45. ليفيا ناسيوس، مارك لوفين." القتل المستهدف وإغراءات تقنية الطائرة بدون طيار: كارثة سياسية واستراتيجية." في **معضلة أفغانستان: طالبان والولايات المتحدة**، تحرير: عبد العزيز الحيص، (الدوحة: منتدى العلاقات الدولية العربية، 2013).

46. محمد حسنين هيكل، **الإمبراطورية الأمريكية والإغارة على العراق**، (القاهرة: دار الشروق، ط3، 2004).

47. محمد سليمان أبو رمان، **سر الجاذبية: داعش، الدعاية والتجنيد**، (عمان: مؤسسة فريدريش ايبرت، 2014).

48. محمد عبد الحميد، **نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير**، (القاهرة: عالم الكتاب، ط3، 2004).

49. محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط 3، 2005).

50. محمود عبد الحليم منسي. **المدخل الى علم النفس التربوي**، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2001).

51. مصطفى الدباغ. **المرجع في الحرب النفسية**، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1998)،

52. نشأت الأقطش، **الدعاية الإعلامية**، (فلسطين: منشورات الوطن، 1999).

53. نعوم تشومسكي. **السيطرة على الاعلام: الانجازات الهائلة للبروباغندا**. تر: أميمة عبد اللطيف.(القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2003).

54. نورمان قيركليف، **اللغة والسلطة**، تر: محمد عناني، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2016).

55. يفجيني بريماكوف، **العالم بعد 11 سبتمبروغزو العراق**. تر: عبد الحسن. (الرياض: مكتبة العبيكان، 2004).

باللغة الأجنبية:

1. Acevedo, Dave. **Strategic PSYOP: Coordinating Worldwide Psychological Operations-Is There a National Requirement for a Strategic Psychological Operations Organization.** (Kansas: school of advanced military studies, 2003).

2. Alfred Paddok Jr. **military psychological operations and us strategy**, (Pennsylvania: US Army war college, 1983)

3. Bean, Hamilton. "Strategic communication and US national security affairs: Critical-cultural and rhetorical perspectives." In **Strategic communication**, Edit by: Anthony Dudo, and LeeAnn Kahlor (New York: Routledge, 2016).

4. Borum, Randy. **Psychology of terrorism**. (Florida: University of South Florida Tampa Dept of Mental Health Law and Policy, 2007).

5. Burke, Robert A**. Counter-terrorism for emergency responders**. (New York: CRC Press, 2018. 3rd Ed).

6. Burnett Jr, Peter L. **Information Operations**. (Pennsylvania: Army War College, 2002).

7. Carlton-Ford, Steven, and Morten G. Ender, eds. **The Routledge Handbook of War and Society: Iraq and Afghanistan**. (New York: Routledge, 2010).

8. Christopher J. Lamb, **Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience**, (Washington, D.C: National Defense University Press. 2005).

9. Christopher Lamb, Paris Genalis, **Review of the Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experiences, (**Washington: National Defense University Press, 2005).

10. Clarke, Richard A. **Against all enemies: Inside America's war on terror**. (New York: Simon and Schuster, 2008).

11. Darczewska, Jolanta. **The anatomy of Russian information warfare. The Crimean operation, a case study**. Point of view 42, (Warsaw, poland: Centre for Eastern Studies, , 2014).

12. David H. Sammons, Jr, **Psyop and The Problem of Measures of Effectiveness (Moe) For the Combatant Commander**, (Newport: Naval War College, 2004).

13. David R. Roskos-Ewoldsen, Beverly Roskos-Ewoldsen, and Francesca Dillman Carpentier. " **Media Priming: An Updated Synthesis**." In Media effects: Advances in Theory and Research, Ed: J. Bryant and M.B. Oliver. (LONDON: Routledge, 3rd Edition, 2009)

14. Dubnick, Melvin J., Dorothy F. Olshfskicfh, and Kathe Callahan. "**Aggressive Action: In Search of a Dominant Narrative**.", In **the Impact of 9/11 on the Media, Arts, and Entertainment**, (New York: Palgrave Macmillan, New York, 2009).

15. Ewen, Stuart, **PR! A social history of Spin**. (New York Basic Books, 1996).

16. Fischer, Ronald & Vauclair, Melanie, **Social influence and power**. In: Psicologia Social: Principais temas e vertentes, Ed: C. V. Torres, E. R. Neiva, (Brazile: Artmed, 2011).

17. Fischhoff, Baruch, and Cherie Chauvin. **Intelligence Analysis: Behavioral and Social Scientific Foundations** (Washington: the national academies press, 2011).

18. François Géré, **La guerre psychologique**. (Paris: Economica, 1997).

19. Frank Futrell, **The United States Air Force in Korea: 1950-1953**. (New York: Duell Sloan and Pearce, 1996).

20. Frank Goldstein, and Benjamin Findley, **Psychological operations : principles and case studies**. (Maxwell Air Force Base in Alabama: Air University Press, 1996).

21. George Thomas Kurian (editor), **The Encyclopedia Of Political Science**. (Washington: CQ Press, 2011), " **Propaganda** ".

22. Goldstein, Frank L., and Benjamin F. Findley. **Psychological operations: Principles and case studies**. (Alabama: Air Univesity Press, 1996).

23. Howard Zinn, **Postwar America 1945-1971**, (Boston: South End Press, 2002).

24. Jacques ELLUL. **Propaganda The Formation Of Men's Attitudes**. Translated by: Konard KELLEN and Jean LERNER. (New York: Vintage books a division of random house, 1973).

25. Jim Kuypers, **Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues**. (London: Praeger Publishers, 2002).

26. Joseph Cox. **Information Operations in Operations Enduring Freedom and Iraqi Freedom--What Went Wrong**? (Kansas: School of Advanced Military Studies, 2006).

27. Kean, T., & Hamilton, L. **The 9/11 commission report: Final report of the national commission on terrorist attacks upon the United States** (Washington DC: Government Printing Office, 2004, Vol 03).

28. Keir Giles, , and Anthony Seaboyer. **Russian Reflexive Controle**. (Kingston,Canada: Royal Military College, Oct 2018),

29. Kenneth Alan Osgood, **Total Cold War: Eisenhower's secret propaganda battle at home and abroad**. (Kansas: University Press of Kansas, 2006).

30. Kent, Roach. **"Secret evidence and its alternatives**." In Post 9/11 and the State of Permanent Legal Emergency: Security and Human Rights, Edit by: Aniceto Masferrer,. (New York: Springer, 2012).

31. Ladislas Farago and ALL. **German psychological warfare**. (New York: Committee for national morale, 1941).

32. LaFree Gary, Laura Dugan, and Erin Miller. **Putting terrorism in context: Lessons from the Global Terrorism Database**. (New York: Routledge, 2014).

33. Larson, Eric et al. **Foundations of effective influence operations: A framework for enhancing army capabilities**. (Santa Monica CA: RAND arroyo center, 2009).

34. Lasswell, Harold D. «**The Structure and Function of Communication in Society**.» In the Communication of Ideas, de Lyman Bryson, (New york: Institute for Religious and Social Studies, 1948).

35. Lerner, Daniel, **Propaganda in War and Crisis**. (New York: Stewart Publisher, 1951).

36. Morriss Agnieszka. **The BBC Polish Service during the Second World War**, Unpublished Doctoral thesis, (University of London: City Research Online, 2015).

37. Naom CHOMSKY, and Edward HERMAN. **Manufacturing Consent The Political Economy of the Mass Media**. (New York: Pantheon Books, N.P)

38. Nicholas Cull**, The cold war and the United States Information Agency: American propaganda and public diplomacy 1945-1989**, (Cambridge: Cambridge university press, 2008).

39. Nicholas DiFonzo, and Prashant Bordia**, Rumor Psychology: Social and Organizational Approaches**, (Washington: American Psychological Association, 2007).

40. Paul Linebarger. **Psychological warfare**.(Washington DC: Infantry Journal Press, 1948).

41. Perry, Walter, Richard Darilek, Laurinda Rohn, Jerry Sollinger. **Operation Iraqi Freedom: Decisive War, Elusive Peace**. (Santa Monica: Rand Arroyo Center, 2015).

42. Peter Young, Peter Jesser. **The media and the military: from the Crimea to Desert Strike**., (New Youk: PALGRAVE MacMillan 1997).

43. Petty, Richard E., Pablo Brinol, and Joseph R. Priester. "**Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion**." In Media effects: Advances in Theory and Research, Ed: J. Bryant and M.B. Oliver. (LONDON: Routledge, 3rd Edition, 2009).

44. Priest, Dana, and William M. Arkin, **Top Secret America: The Rise of the New American Security State**. (New York: Little Brown and Company. 2011).

45. Rapoport, David C. "**The four waves of modern terrorism**.", In **Attacking terrorism: Elements of a grand strategy,** Edit by: Audrey Kurth, and James M. Ludes, (Washington, DC: Georgetown University Press 2004).

46. Sageman, Marc. **Understanding terror networks**. (Philadelphia: University of Pennsylvania press, 2011).

47. Schalch, Margaret E. **Intelligence Reform: The" phoenix" of 9/11?** (Barracks: Army War Coll Carlisle, 2003).

48. Schramm, Wilbur, and ALL. **The nature of psychological warfare**., (Maryland: Johns Hopkins University Operations Research Office, 1954).

49. Tamotsu Shibutani, **Improvised news: a sociological study of rumor**, (Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1966).

50. Taylor, Philip M. "Psychological Operations Media During Enduring Freedom." In **War and the Media: Reporting Conflict 24/7**, Edit by: Audrey Kurth, and James M. Ludes (London: SAGA Publication, 2003)

51. Thériault, Maj M.C. **la guerre psychologique en algérie : une fin en soi exercise solo flight JCSP 40**, (Toronto: Canadian Forces College, 2016).

52. Thomas, Timothy. **Dragon bytes : Chinese information-war theory and practice from 1995-2003**. (Kansas, USA: Foreign Military Studies Office, 2004).

53. Zaharna, R. S. **Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11**, (New Youk: PALGRAVE Macmillan 2010).

54. дмитрий ольшанский, **психология масс**, (санкт-петербург: питер, 2002).

الأطاريح والرسائل:

باللغة العربية:

1. رمضان بركة عزازي، **إستراتيجيات مواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية و علاقاتها ببعض السمات الشخصية لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة الجزائر2: كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، 2010)،

2. محمد بلخادم، **دور العمليات النفسية الأمريكية و أثارها في حربي الخليج**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزائر: قسم علم النفس وعلوم التربية، 2013).

3. مشربط عفيفة، **الإشاعة وطابعها الإجتماعي والنفسي والثقافي**. رسالة ماجستير غير منشورة، (تلمسان: جامعة تلمسان، 1999).

4. ميمونة مناصرية، **هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة: من منظور أساتذة جامعة بسكرة**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم العلوم الاجتماعية، 2012).

5. وناسي لزهر، **الإستراتيجية الامريكية في آسيا الوسطى وانعكاساتها الاقليمية بعد أحداث 11 سبتمبر**، رسالة ماجستير، منشورة (جامعة باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2009).

باللغة الأجنبية:

1. Armin Wolf, **"News kind of comes to me..." Young Audiences, Mass Media, and Political Information**. Unbuplished These Master, (Berlin School of Creative Leadership, 2010).

المجلات والدوريات:

باللغة العربية:

1. أحمد عبد المجيد.، **"**الأساليب الإقناعية لتنظيم داعش في تجنيد الأفراد: مقاربة علمية**"**، **مجلة الباحث الإعلامي**، مج 04 ع31، 2016.

2. بكار أمينة. "الأساليب الإقناعية الموظفة من قبل التنظيمات الارهابية لاستقطاب الشباب عبر الميديا الجديدة-تنظيم داعش أنموذجا." **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة سطيف 02، مج 15 العدد 27، 2018.

3. بوالروايح، إسماعيل. "الإسلاموفوبيا كمحدد للسياسة الخارجية الأمريكية في الساحل الإفريقي**" .المجلة الجزائرية للأمن والتنمية** ..مج. 2012، ع. 2، 2012.

4. بودردابن منيرة، "الدبلوماسية الثقافية الأمريكية كقوة ناعمة وآلية إيديولوجية للهيمنة الثقافية في العالم العربي"، **المجلة الجزائرية للأمن الإنساني**، مج 06، ع 02، 2021.

5. حارث حسن، "السياسة الأميركية تجاه تنظيم داعش"، **سياسات عربية**، ع 16، سبتمبر 2015.

6. حسين محسن هاشم القصير، " أثر الحرب الباردة في نشأة وتطور وكالة المخابرات المركزية الأمريكية (سي آي ايه) حتى عام 1955"، **مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية**، مج.27، ع. 2، 2019.

7. خضير ياسين الغانمي. "**ظاهرة الإرهاب الدولي.. العوامل الدافعة وكيفية معالجتها**." مجلة جامعة أهل البيت، العدد 16، 2014.

8. زهرة تيغرة.. "الضربات الوقائية في الاستراتيجية الأمنية الأمريكية الضربات الوقائية **".دراسات استراتيجية**، مج 08، ع 17، 2020.

9. سالم يحيى الجبوري. "الحرب النفسية في نصوص العصر البابلي القديم: المسوغات والأهداف"، **مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية**، مج. 16، ع. 9، جويلية 2009.

10. سهام الشجيري، "توظيف المنشورات الدعائية في الحرب النفسية دارسة تحليلية لوسائل والاساليب الإستمالات (معارك الموصل نموذجا) "، **جامعة بغداد: مجلة الآداب**، ع125، جويلية 2018.

11. سهام مطشر الكعبي، سيكولوجية التفجيرات الانتحارية منظور المتلازمة مقابل منظور اللاتفرد، **مجلة المفتش العام**، مج 01، ع 22، 2018.

12. سوسن اسماعيل محمد. "إيران في دائرة استراتيجية الضربة الوقائية الامريكية (إيران وتداعيات الحرب الامريكية على العراق." **مجلة دراسات دولية**، مج 31، ع 32، 2006.

13. عبد المجيد، محمد سيف الدين عبد الرزاق، "استكشاف المحددات التكتيكية بإعلام الجماعات الارهابية في توجيه الذئاب المنفردة: دراسة تحليلية لمجلة إنسباير". **المجلة العربية الدولية للمعلوماتية**، مج 07، ع 12، يناير 2019.

14. علي سلطاني، "مفهوم الشائعة بين التنظير الغربي والتأصيل الإسلامي"، **حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية**، ع 19، ديسمبر 2014.

15. فاضل محمد البدراني، "أساليب تنظيم داعش في الحرب النفسية ضد المجتمع العراقي"، **مجلة جامعة الانبار للعلوم الإنسانية**، ع 01، مارس 2019.

16. قهواجي أمينة، "أهمية دراسة السلوك الإنساني داخل المنظمات"، **المجلة الجزائرية للموارد البشرية**، مج. 3، ع. 2، 2018.

17. كريم ضمد مشير الفتلاوي، "الارهاب والشخصية الثقافية" **مجلة جامعة كربلاء**، مج 14, ع 04,، 2016.

18. كشان رضا، "دور الدبلوماسية الثقافية في تعزيز الهيمنة الأمريكية"، **مجلة الأبحاث القانونية والسياسية**، مج 03، ع 02، 2021.

19. مايكل هدسون، "مآزق إمبريالية: إدارة المناطق الجامحة"، **المستقبل العربي** مج. 25، ع. 284، 2002.

20. محمد المصري. "من يؤيد داعش؟ ولماذا؟: محاولة في فهم دوافع التعاطف مع داعش"، **سياسات عربية**، ع 27، جويلية 2017.

21. محمد مصطفى كمال، "أحداث 11 سبتمبر والأمن القومي الأمريكي"، مراجعة للأجهزة والسياسات، **مجلة السياسة الدولية**، ع 147، يناير 2002.

22. مختار مروفل، "الإشاعة الحربية في زمن الإرهاب بالجزائر المفاهيم والنماذج: نحو قراءة أنثروبولوجية تفسيرية"، **الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية**، ع 19، جامعة الشلف، جانفي 2018.

باللغة الأجنبية:

1. _,_, "Efforts to Measure PSYOP Effectiveness Continue," **Special Warfare Magazine,** Vol. 15, no. 3, Sep 2002.
2. _.._, "Measures of effectiveness important in PSYOP," **Special Warfare Magazine**, Vol. 15, no. 2, Jun 2002.
3. Aarts, H., Gollwitzer, P. M., & Hassin, R. R. "Goal contagion: perceiving is for pursuing". **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 87, 2004.
4. Akiner Nurdan. "Propaganda Activity of The Bush Administration on Middle East After the September 11 Attacks." **Istanbul Universitesi Iletisim Fakultesi Dergisi**, no 23, 2005.
5. Appleton, Catherine. "Lone wolf terrorism in Norway." **The International Journal of Human Rights,** Vol. 18, no. 2, 2014.
6. Armitage, Richard L., and Joseph S. Nye. "Implementing Smart Power: Setting an Agenda for National Security Reform." **Statement before the Senate Foreign Relations Committee**, no. 24, 2008.
7. Bell, Colleen. "Hybrid Warfare and Its Metaphors." **Humanity: An International Journal of Human Rights, Humanitarianism, and Development**, Vol 3, 2012.
8. Bloom, Bradley. "Information Operations in Support of Special Operations." **Joint Center for Lessons Learned Quarterly Bulletin**, Vol 07, No 06, 2003.
9. Bouzis, Kathleen. "Countering the Islamic State: US counterterrorism measures." **Studies in Conflict & Terrorism,** Vol 38, No 10, 2015.
10. Bowdish, Randall G. "Information-age psychological operations." **Military Review**, Vol. 78, no. 6, 1998.
11. Charmaine G. Misalucha. (2014) "The Language of Security in Philippine-us Relations". **African and Asian Studies,** Vol 13, No 1-2,2014.
12. Christakis, Nicholas A., and James H. Fowler. "Social contagion theory: examining dynamic social networks and human behavior.", **Statistics in medicine**, Vol. 32, no. 4, 2013..
13. Christopher E. Howard, "Back to Basics: Returning to PSYOP Doctrine to Solve the 'MOE Riddle'", **Special Warfare Magazine**, Vol. 22, no 05, Sep-Oct 2009.

14. Christopher R. Rate, **Can't Count it, Can't Change it: Assessing Influence Operations Effectiveness**, In: Information as Power: An Anthology of Selected United States Army War College Student Papers, Ed: Groh, Jeffrey, (PENNSYLVANIA: Army War College, Vol 06, 2012).

15. Cowan David, Chaveso Cook. "Psychological Operations versus Military Information Support Operations and an Analysis of Organizational Change." **Military Review**, Vol. 01, 2018

16. Cronin, Blaise, and Holly Crawford. "Raising the intelligence stakes: Corporate information warfare and strategic surprise." **Competitive Intelligence Review,** Vol. 10, no. 3, 1999.

17. Cynthia P. Schneider: "Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know It If You Saw It", **Brown Journal of World Affairs**, Vol. 13, no. 1. Fall/Winter 2006.

18. David Hoffman: "Beyond Public Diplomacy", **Foreign Affairs**, Mar/Apr 2002, Vol. 81, no. 02.

19. David W. Guth, "Black, White, and Shades of Gray: The Sixty-Year Debate Over Propaganda versus Public Diplomacy", **Journal of Promotion Management**, Vol 14, no. 3-4, 2002.

20. Donald Searing, **The Psychology of Political Authority: A Causal Mechanism of Political Learning Through Persuasion and Manipulation**, Political Psychology, Vol.16, No. 4, 1995.

21. Favat Pete, and Bryan Price. "The Truth Campaign and the War of Ideas." **CTC Sentinel,** Vol 8, No 73, 2015.

22. Foxley, Tim. "Countering Taliban information operations in Afghanistan**." Prism,** Vol 01, No 04, 2010.

23. Freeman, Linton C. "Centrality in social networks conceptual clarification." **Social networks**, Vol. 01, no. 3, 1978.

24. Gage, Beverly. "Terrorism and the American experience: A state of the field**."** **The Journal of American History**, Vol 98, no. 1, 2011.

25. Gibbs, Jack P. "Norms: The problem of definition and classification." **American Journal of Sociology**, Vol. 70, no. 5, 1965.

26. Gill, Paul, and Emily Corner. "There and back again: The study of mental disorder and terrorist involvement." **American Psychologist**, Vol 72, No 3, 2017.

27. Goldsmith, Benjamin E., and Yusaku Horiuchi. "In search of soft power: Does foreign public opinion matter for US foreign policy?", **World Politics,** Vol 64, No. 3, 2012.

28. Gray, Carrie, and Edwin Howard. "IO MOE Development and Collection: A Paradigm Shift.", **Iformation Operation Sphere**, Spring 2005.

29. Gregory S. Seese, "Measuring Psychological Operations: It's All About the SPO", **Special Warfare Magazine**, Vol. 22, no 05, Sep-Oct 2009.

30. Gregory Seese, Paul N. Smith, "Measuring PSYOP Effectiveness", **Special Warfare Magazine**, Vol. 21, no. 6, Nov-Dec 2008.

31. Haass, Richard N. "Think tanks and US Foreign policy: A policy-maker's perspective." **US Foreign Policy Agenda**, Vol. 07, no. 3, 2002.

32. Hamiti, Urtak. "The War of US against ISIS in Psychological Warfare and Internet as the New Frontline.", **European Journal of Interdisciplinary Studies**, Vol 02, No 02, 2016,

33. Hauser David , Phoebe Ellsworth, Richard Gonzalez. "Are manipulation checks necessary?" **Frontiers in psychology**, Vol 09, 2018.

34. Holden, Robert H. "Securing Central America against communism: The United States and the modernization of surveillance in the cold war." **Journal of Inter-American Studies and World Affairs**, 1999.

35. Institute for Propaganda Analysis. **the Publications of the Institute for Propaganda Analysis**. (New York: Institute for Propaganda Analysis, vol 01, 1938.

36. James Johnson. "**A Global Counter-Insurgency Campaign Plan for the War on Terror**." CTC Sentinel , Combating Terrorism Center at West Point, Vol. 1, Issue 7, June 2008.

37. John A. Tirpak, "Aerospace World Special: Desert Triumph", **Air Force Magazine**, Vol. 86 No. 04, May 2003.

38. Jones, Garrett. "It's a cultural thing: thoughts on a troubled CIA." **Orbis,** Vol 50, No.01, 2006.

39. Kelly, Matthew. "Terrorism as disease: Beware of misleading metaphors**." American journal of public health**, Vol 108, No 3, 2018,

40. Kerchner PM, Deckro RF, Kloeber JM.. "Valuing psychological operations". **Military Operations Research**, Vol. 6, no. 2, 2001.

41. Landau, Susan. "Transactional information is remarkably revelatory." **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Vol113, no. 20, 2016.

42. Leon, Orfelio G. "Value-focused thinking versus alternative-focused thinking: Effects on generation of objectives.", **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 80, no. 3, 1999.

43. Leonard Doob. "The Strategies of Psychological Warfare." **the Public Opinion Quarterly**, Vol. 13, no. 4, 1949.

44. Levitskaya, Anastasia, and Alexander Fedorov. "Typology and mechanisms of media manipulation." **International Journal of Media and Information Literacy** , Vol. 05, no. 1, 2020.

45. Mayo, James M. "Propaganda with Design: Environmental Dramaturgy in the Political Rally**." Journal of Architectural Education,** Vol. 32, no. 2, 1978.

46. Michael Doyle, Richard Deckro, Jack Kloeber Jr. and Jack Jackson, "Measures of Merit for Offensive Information Operations Courses of Action", **Military Operations Research**, Vol. 05, no. 02, 2000.

47. Negroponte, John., Edward Wittenstein. "Urgency, Opportunity, and Frustration: Implementing the Intelligence Reform and Terrorism Prevention Act of 2004." **Yale Law & Policy Review**, Vol. 28, no. 2, 2010.

48. Neumann, Peter R., and Michael LR Smith. "Strategic terrorism: The framework and its fallacies." **Journal of Strategic Studies,** Vol 28, No. 4, 2005.

49. Nicholas DiFonzo, and Prashant Bordia, "When social psychology became less social: Prasad and the history of rumor research", **Asian Journal of Social Psychology**, 2002, Vol 5.

50. Noreddine Hamici, "Rumor In Digital Space: A New Ecology Of Mass Falsehood", **La revue de la Communication et du Journalisme**, Vol 02. Juin 2015.

51. Palmer, Allen W., and Edward L. Carter. "The Smith-Mundt Acts Ban on Domestic Propaganda: An Analysis of the Cold War Statute Limiting Access to Public Diplomacy." **Communication Law and** Policy, Vol. 11, no. 1, 2006.

52. Patrick Lee Plaisance, "The Propaganda War on Terrorism: An Analysis of the United States' "Shared Values" Public-Diplomacy Campaign After September 11, 2001", **Journal of Mass Media Ethics**, Vol 20, No 4._._.

53. Peterson, Peter G. "Public Diplomacy and the War on Terrorism." **Foreign Affairs**, Vol 81, No 5, 2002, pp 74-94.

54. Pierro, Antonio, Lavinia Cicero, Bertram H. Raven. "Motivated compliance with bases of social power." **Journal of applied social psychology**, Vol 38, no. 7, 2008.

55. Poland, James M. "Suicide Bombers: A Global Problem." **Humboldt Journal of Social Relations**, Vol 27, No. 02, 2003.

56. Raven, Bertram H. "Political Applications of the Psychology of Interpersonal Influence and Social Power." **Political Psychology**, Vol. 11, no. 3, 1990.

57. Robert Cialdini and Noah Goldstein,"Social Influence: Compliance And Conformity", **Annual Review of Psychology**, Feb 2004, Vol 55, No 01.

58. Robert H. Kellogg, "Evaluating Psychological Operations: Planning Measures of Effectiveness", **Special Warfare Magazine**, Vol. 16, no. 4, May 2004.

59. Rumsfeld, Donald. "Core Principles for a Free Iraq." **Wall Street Journal**, Vol 27, 2003.

60. Sarbin, T. R. "The Metaphor-to-Myth Transformation with Special Reference to the "War on Terrorism". ***Peace and Conflict: Journal of Peace* Psychology**, vol 9, no. 2, 2003.

61. Shibley Telhami, "Of Power and Compassion", **Metaphilosophy**, Vol. 35, No. 3, April 2004.

62. Siraj, Syed Abdul. "War or Peace Journalism In Elite Us Newspapers: Exploring News Framing In Pakistan-India Conflict." , **Institute of Strategic Studies Islamabad: Strategic Studies**, vol. 28, no. 1, 2008.

63. Soffer, Sarah, Carter Matherly, and Robert Stelmack. "Psychology as a Warfighting Domain." **Global Security & Intelligence Studies**, Vol. 5, no. 1, 2020.

64. Speckhard, Anne. "Understanding suicide terrorism: Countering human bombs and their senders." NATO **Security Through Science Series E Human and Societal Dynamics**, Vol 9, 2006.

65. Stanley Baran, and Dennis Davis. **Mass Communication Theory:Foundations, Ferment, And Future**. (Boston: Wadsworth, Cengage Learning, Vol 06, 2010.

66. Steinberg, James. "Preventive Force in US National Security Strategy." **Survival**, Vol 47, No. 4, 2005.

67. Susser, Daniel, Beate Roessler, and Helen Nissenbaum. "Online manipulation: Hidden influences in a digital world." **Geo. L. Tech**. VOL. 4, 2019.

68. Uttaro, Ralph A. "The Voices of America in International Radio Propaganda." **Law and Contemporary Problems**, Vol. 45, no. 1, 1982.

69. Vallee, Charles. "Digital Jihad: Al-Qaeda and the Islamic State-Dabiq vs. Inspire." **International Institute for Counter-Terrorism**, Summer 2015.

70. Vladimir Lepsky,. "Scientific and Socio-Cultural Role of Reflexive Movement in Russia" **Reflexive Processes and Control**, Russian Academy of Sciences: Institute of Psychology, no. 1, 2002.

71. Winter, Charlie. "Documenting the virtual 'caliphate'." **Quilliam Foundation, Vol** 33, No.01, 2015.

72. Youmans, William. "The War on Ideas: Alhurra and US International Broadcasting Law in the 'War on Terror'." **Westminster Papers in Communication & Culture, Vol** 06, No. 01, 2009.

73. александр сковородников и элина александровна королькова. "тактика речи и лингвистические средства политической информационно-психологической войны в

россии: этически-прагматичный аспект". **политическая лингвистика,** (по материалам "новой газеты"), Vol. 03, 2015.

74. морозов александр владимирович. "психология информационной провокации" ,**казанский педагогический журнал**, Vol. 125, no. 6 , 2017.
75. Панцерев, КонстантинАрсеньевич. "Информационно-психологическиеоперации ИГИЛ: некоторыепрактическиеаспекты." **Гуманитарныйвектор**, Vol. 13, No. 01, 2018.

التقارير الرسمية والأدلة الميدانية:

1. Sammons Jr, David H. "PSYOP and the Problem of Measures of Effectiveness (MOE) for the Combatant Commander". **Joint Military Operations Dept**, Naval War Coll, 2004.
2. Congress, U. S. "United States International Broadcasting Act of 1994.", **Public Law** ,1994.
3. _._."Doctrine for joint psychological operations: joint publication 3-53". **US Special Operations Command**, Sep 2003.
4. _._."Military Information Support Operations joint publication 3-13.2". **US Special Operations Command**, Dec 2011.
5. Defense Science Board, "Report of the Defense Science Board Task Force on The Creation and Dissemination of all forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in time of Military Conflict", **Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology and Logistics,** 2000.
6. Department of Defense Department of the Army, **Field Manual 100-25, Special Forces Operations (FM100-25)**, Washington D.C.: Office of the Chief of Staff of the Army, 1999.
7. Department of Defense, **National Military Strategy, Pre-Decisional Draft**, (Washington D.C.: U.S. Government Printing Office, 2002).
8. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 34-52, Intelligence Interrogation (FM 34-52),** 28 September 1992.
9. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-39.40 INTERNMENT AND RESETTLEMENT OPERATIONS (FM 3-39.40),** February 2010.
10. Haulman, Daniel, "USAF Psychological Operations, 1990-2003". **Air Force Historical Research Agency**, 2003.

11. Woods, Kevin, "**Iraqi perspectives project: A view of operation Iraqi freedom from Saddam's senior leadership**". United States Joint Forces Command Joint Center for Operational Analysis, 2006.

12. "The State Department's Center for Strategic Counterterrorism Communications: Mission, Operations, and Impact", **the Congress Committee on Foreign Affairs: Subcommittee on Terrorism, Nonproliferation, and Trade**, (Washington: U.S. G.P.O., 2012)

13. Bush, George W. "The national security strategy of the United States of America**"**. **Executive Office of The President**, Washington DC, Sep 2002.

14. Chertoff, Michael. "One Team, One Mission, Securing Our Homeland: USUS Department of Homeland Security Strategic Plan 2008-2013", **Department of Homeland Security Washington Dc**, 2008**.**

15. Hamm, Mark, and Ramon Spaaij. "Lone wolf terrorism in America: Using knowledge of radicalization pathways to forge prevention strategies.", **U.S. Department of Justice report**, no. 248691, Feb 2015.

16. Headquarters, Marine Corps Combat Development Command, **Marine Corps Doctrinal Publication Warfighting** (United States Marine Corps, Washington, DC). no.1 1997.

17. Meffert, Richard, Donald Bolduc. "**Village Stability Operations and Afghan Local Police: Bottom-up Counterinsurgency**." (Bagram Airbase, Afghanistan: Headquarters, Combined Joint Special Operations Task Force, 2011).

18. Moseley Michael, "Operation Iraqi Freedom—By the Numbers", **US Central Command Air Forces: Assessment and Analysis**, Division, 2003.

19. North Atlantic Treaty (NATO). "Supreme Headquarters Allied Powers Europe. Allied Joint Publication 9 (AJP 9).", **Civil–Military Cooperation**. June 2003.

20. US Department of State. "**National Strategy for Combating Terrorism**." Washington, Feb 2003.

21. Edward Djerejian, "Changing minds, winning peace: A new strategic direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab & Muslim World": **Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim world**, Submitted to the Committee on Appropriations US house of representatives, 2007

22. Haulman, Daniel L. **USAF Psychological Operations, 1990-200, (**Maxwell AFB: Air Force Historical Research Agency, 2003).

23. Michael T. McCaul, "A National Strategy to Win the War Against Islamist Terror" **Homeland Security Committee,** September 2016.

24. Peter Cary, **The Pentagon and Independent Media—an Update**, (Washington: Center for International Media Assistance, 2015).

25. Department of the Army, **Field Manual 100-6, Information Operations(FM100-6),** USGPO, August 1996.

26. **Pub 3-53 Doctrine for joint psychological operations**. (Carlifona: Join Pub staff, 1996).

27. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-05.301: Psychological Operations (FM 3-05.301),** December 2003.

28. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-13: Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures (FM3-13),** November 2003.

29. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-13: Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures (FM 3-13),** Nov 2003.

30. _,_, "Field Manual 3-24: Insurgencies and Countering Insurgencies (FM 3-24).", **Department of the US Army**, 2014.

31. U.S Department of the Army. **Field Manual No. 3-05.30: Psychological Operations (FM 3-05.30),** April 2005**.**

32. U.S Department of the Army, **Field Manual No. 3-05.30: Psychological Operations (FM 3-05.30),** April 2005.

33. Kean, Thomas, and Lee Hamilton. "The 9/11 commission report: Final report of the national commission on terrorist attacks upon the United States". **Government Printing Office**, Vol. 3, 2004.

34. Kean, Thomas, and Lee Hamilton. "The 9/11 commission report: Final report of the national commission on terrorist attacks upon the United States". **Government Printing Office**, Vol. 3, 2004.

35. "DOD Directive 3600.1 Information Operations", **Department of Defense**, Rev 6, June 2002.

مو اقع الانترنت:

باللغة العربية:

1. _._." إحصاءات :الإعلام الأمريكي"، **معهد الامام الشيرازي الدولي للدراسات بواشنطن**، في: https://bit.ly/3AUIt3i .
2. _._."خاص: كيف شوهت سينما هوليوود صورة المسلمين بعد "11 سبتمبر"؟"، **موقع سكاي عربية**، 11 سبتمبر 2021، على https://bit.ly/3ifMeb2
3. _._، "رسالة مفتوحة الى أبو بكر البغدادي"، متوفر على الرابط: http://lettertobaghdadi.com/14/arabic-v14.pdf

4. _._،"إرهاب 'الذئاب المنفردة'.. تقرير لـ FBI يكشف حقائق جديدة." **موقع قناة الحرة**, 2019، في: https://arbne.ws/3Cf3Dbq .

5. _._،"دابق' و"أعماق".. أذرع إعلامية لتنظيم الدولة" **موقع الجزيرة. نت**، ديسمبر 2015، في: https://bit.ly/3gwYfbU

6. _._،"سمات خاصة: كيف تختلف الذئاب المنفردة عن المجموعات الإرهابية؟"، **مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة**، اوت 2016.

7. أحمد، سلطان. "إرهاب مفتوح المصدر.. أوروبا تواجه قتلاً 'صُنع في المطبخ.'" **موقع ذات مصر**. أفريل 2020، في: https://bit.ly/3cfTv7D

8. التهامي رزوقي.. "الرأي العام والحروب العادلة.. كيف تُصنع 'البروباغندا الأمريكية "، **الجزيرة. نت**، أفريل 2020، في https://bit.ly/3yIUas7

9. جموسي، جوهر. "التضييق على شبكات التواصل الاجتماعي: السياسات والأهداف"، **مركز الجزيرة للدراسات**, 2019، في: https://bit.ly/3usB8GT

10. حسين, محسن. "الكهنة والخونة واليهود تعاونوا مع الغزاة لإحتلال بابل." **جريدة الزمان**2019/04/03 . متوفر على: https://bit.ly/3DhQHC8

11. خالد الحروب، "هجمات أميركا.. التداعيات الداخلية والخارجية"، **الجزيرة. نت**، بتاريخ: فيفري 2015، في: https://bit.ly/3gocxuE

12. خالد بن سلطان بن عبد العزيز. **العمليات النفسية**. موقع مقاتل الصحراء. في http://bit.ly/2OCgmOz

13. خالد داود، "قبل أيام من حلول الذكري السنوية الثانية لهجمات سبتمبر"، **جريدة الأهرام المصرية**،ديسمبر 2014، في: https://bit.ly/3sicFkW

14. شريف درويش اللبان، سارة أحمد يسين، "حرب الصورة: توظيف الصورة الصحفية في الحروب والثورات"، **المركز العربي للبحوث والدراسات**. سبتمبر '2015، في http://www.acrseg.org/39354

15. عبد الباسط الشايب، "الإرهاب الأبيض: استخلاصات ونتائج"، **مركز الدراسات الإستراتيجية والديبلوماسية**، 2019، في: https://bit.ly/3bYcdkd

16. مجد أبو ريا، "تاريخ الدعاية والحرب النفسية.. منذ الإسكندر لدير ياسين". **نون بوست**, أفريل 2019، في: https://bit.ly/3sd3H8M

باللغة الأجنبية:

1. " 4th Military Information Support Operations Group." Military.com, At: https://bit.ly/3upVCjI

2. "Who Joined DHS", DHS official Site, At: https://www.dhs.gov/who-joined-dhs

3. _._, "US Public Diplomacy: Interagency Coordination Efforts Hampered by the Lack of a National Communication Strategy.", **US Government Accountability Office (GAO)**, 2005. At: https://bit.ly/3Ncb2iG
4. _._. "Air Force Doctrine Document 2-5.3, Psychological Operations", **Department of the Air Force,** August 1999. At: https://bit.ly/2XNFyY3
5. _._. "Air Force Instruction 10-702, Operations" **Department of the Air Force**, June 2011. At: https://bit.ly/3ky9uAW .
6. _._."**PSYOP Celebrates Its 100th Birthday**." USAPOVA. Retrieved February 2, 2020. At: https://bit.ly/3shsWqe .
7. _._."US Information Agency: Options for Addressing Possible Budget Reductions," **Government Accountability Office,** Sep 1996, At: https://bit.ly/2UyLLFR.
8. _._."USIA: An Overview, United States Information Agency", **USIA Official Site**, 1998, At: https://bit.ly/3hjtxBd.
9. _._"Psychological Operations Branche In US Army", U.S. Army Center of Military History, 2018, At: https://bit.ly/3D4Ck5W
10. "**A Short History of U.S. Northern Command**." U.S. Northern Command, 2018. At: https://bit.ly/3uozaHz
11. "About USNORTHCOM." North Command, 2013., At: https://bit.ly/3AVRKIo
12. "Air Force Doctrine Document 2-5.5: Psychological Operations", **Department of the Air Force**, Feb 1997. At: https://bit.ly/2XPdxzn.
13. "Budget of the United States Government", U.S. Government Information, Govinfo.Gov, 2020. https://bit.ly/348Nzxa .
14. "Countries Designated as State Sponsors of Terrorism". U.S. Department of State.2007, At: https://bit.ly/3HH8Rk1
15. "**Global Engagement Center**" United States Department of State, January 20, 2022. At: https://bit.ly/3Gf4uuP
16. "President Declares 'Freedom at War with Fear' (Address to a Joint Session of Congress and the American People)." George W bush Whitehouse archives, November 21, 2001. At: https://bit.ly/3uGAYfx
17. "Psychological Operations Proponent, USAJFKSWCS Organization Structure." **Special Warfare Center and School**, At: https://bit.ly/3jFEDlJ.

18. "Religious Appeals in Daesh's Recruitment Propaganda", **The Carter Center**, Sep 2016, At: https://bit.ly/3n03uVq

19. "The National Security Strategy". The White House. 2006, At: http://www.whitehouse.gov/nsc/nss/2006

20. "U.S. Military Size 1985-2020.". Macrotrends.net. 2020. At: https://bit.ly/35Ddc9u

21. "US Air Force Targets and Destroys ISIS HQ Building Using Social Media." **Military official site**. November 28, 2017.At: https://bit.ly/3HwieCH .

22. Adrian, Goldsworthy. "Julius Caesar's Triumph in Gaul." **HistoryNet**. HistoryNet, May 17, 2007. Available at: https://bit.ly/3Dg9E8b

23. Arthur Horn, **Manipulation Dark Psychology to Manipulate and Control People**, 2019, at: https://bit.ly/3u9hZty

24. Bird, Rachel. "Mike Haines - the Forgiveness Project." **The Forgiveness Project**, February 25, 2021. At: https://bit.ly/3GhsH3s

25. Catherine A. Theohary, "Information Warfare: DOD's Response to the Islamic State Hacking Activities", **Congressional Research Service**, May 10, 2016, At: https://bit.ly/3B6n3An

26. CBS News. 2009. "Clinton: Use 'Smart Power' In Diplomacy." **Cbsnews.com**. January 2009.At: https://cbsn.ws/3IZBF7p

27. Clint Watts, "Inside Russia's Fake News Playbook." **The Daily Beast**. 27 April 2017 https://www.thedailybeast.com/inside-russias-fake-news-playbook

28. Course Information, "POLITICAL PSYCHOLOGY FP341", US Naval Academy: Political Science Department, At: https://bit.ly/2XPdljD .

29. Dan Caterinicchia, "Northcom cultures 'need to share", **Federal Computer Week**, Dec 2002, At: https://bit.ly/34dMbZS

30. Designs, Janq. "**Operation JUST CAUSE 1989 – 1990**", Special Operations. At: http://bit.ly/396YjJg .

31. Ed Rouse, "**4th Psychological Operations Group (AIRBORNE)**", psywarrior, At: https://bit.ly/35AOJl9

32. Ed Rouse, Herb A. Friedman "2nd PSYCHOLOGICAL OPERATIONS GROUP", psywarrior, https://bit.ly/3ukCbsF

33. Ed Rouse, Herb A. Friedman "**8th Psychological Operations Group (Airborne)**", psywarrior, At: https://bit.ly/3B9Uxhv

34. Elizabeth Becker, **"**A Nation Challenged: Hearts and Minds -- a Special Report.; in the War on Terrorism, a Battle to Shape Opinion**", The New York Times**. Nov.11 2001, At: https://nyti.ms/3AWV5Hk

35. Eric Schmitt, "U.S. Intensifies Effort to Blunt ISIS' Message", **The New York Times**, Feb. 16, 2015, At: https://nyti.ms/3HAWJ40

36. Fred Burton, Scott Stewart. "The 'Lone Wolf' Disconnect.", Worldview Journal, Jan 2008. At: https://bit.ly/3HDvci0

37. Friedman, Herbert A. "**The First Loudspeaker and Leaflet Company - KOREA 1953**." At: http://bit.ly/2uHdGci .

38. George W. Bush. "President Delivers 'State of the Union'". White House, January 28, 2003, At: https://bit.ly/332UaZq

39. Huening, Timothy D. "Advancing the Art and Science of Psychological Operations Requires a Serious Investment." **Small wars journal** 2009.At: https://bit.ly/3g5tCIa,

40. ICSR Team, "Foreign Fighter Total in Syria/Iraq Now Exceeds 20,000; Surpasses Afghanistan Conflict in the 1980s**" International Centre for the Study of Radicalization (ICSR)**, January 2015, At: https://bit.ly/3B1ihUY

41. Ingram, Haroro J. "How to Beat Back ISIS Propaganda." **The National Interest**, June 2016. At: https://bit.ly/3oqF4Eq

42. James Bovard**." 11/9 and the American Orwellian Nightmare",** Nov 2019, At: https://bit.ly/3GpCp43 .

43. Jared M. Tracy, "MISTF-C In Operation Inherent Resolve." USASOC History Department, 2017. At: https://bit.ly/3uotKfS

44. John Bonazzo, 'Most Worthless' US Government Agency May Become Trump TV". **Observer**. Aug 2018. At: https://bit.ly/3uoBQFo

45. Lamothe, Dan. "How the U.S. Dropped These Gory Propaganda Leaflets over Syria." **The Washington Post**, March 26, 2015. At: https://wapo.st/3ufxG2q

46. Lichtblau, E. and J. Risen. "Bank Data Is Sifted by U.S. in Secret to Block Terror," **New York Times**, June 22, 2006, At: https://nyti.ms/3raED3s

47. Makella Brems. "Islamic State Online Recruitment: Narratives and Counter-Narratives." **Claremont Mc Kenna College**, 2017.

48. MARADMINS: 690/19**, "**solicitation of qualified marines for lateral move into the psychological operations primary MOS 0521 and release of FY 20 schedule for psychological operations screening and assessments", **US marines Web site**, At: https://bit.ly/33O2cmP .

49. McConville, James "40th Chief of Staff of the Army Initial Message to the Army Team." **US Army**, August 12, 2019.At: https://bit.ly/3voWd3r

50. Members of the IC, **Office of the Director of National Intelligence**, At: https://bit.ly/3ooBYka .

51. Monroe E. Price" 'Radio in a Box': Psyops, Afghanistan and the Aesthetics of the Low-Tech.". **USC Center on Public Diplomacy**. June 23, 2011. At: https://bit.ly/3glodP3

52. Nadeem Yaqub, "What's Behind the 'Think Tanks' That Influence US Policy?", **Voice of America**, April 2018, At: https://bit.ly/3uDIisj

53. Nicholas B. Pace, "Decentralization: The Future of ISIS", **Small Wars Journal,** May 11 2014, At: https://bit.ly/3GqP6LN

54. Office of the Press Secretary. "Statement by President Donald J. Trump on the Elevation of Cyber Command" Whitehouse Statements & Releases, August 18, 2017, At: https://bit.ly/2XlcXvY

55. Peter A. Whitenack. "An Analysis of Gulf War Psyops and Their Applicability to Future Operations". 1993, **Global Security Reports**, At: http://bit.ly/2uOx7QK .

56. psychological warfare — APA Dictionary of Psychology. 31/10/2019.at: https://dictionary.apa.org/psychological-warfare.

57. Psychological Warfare | Definition of Psychological Warfare by Merriam-Webster. Oct 10, 2019. at: https://bit.ly/3u7Dr0A

58. **PSYCHOLOGICAL WARFARE** | meaning in the Cambridge English Dictionary. Oct 10, 2019 at: https://bit.ly/3ipgD6I

59. Psychological warfare. **Everipedia.org**, 26/08/2019**, A**t: https://bit.ly/3sefxzd

60. **psychological-warfare noun** - Oxford Advanced American Dictionary. Oct 10, 2019.at: https://bit.ly/3ub1lYX

61. Rita Katz, "The State Department's Twitter War with ISIS is Embarrassing," **Time Magazine**. Sept 2014 at: https://bit.ly/34m1Bem

62. Schanz, Marc V. "The New Way of Psyops." **Air Force Magazine** 2010, At: https://bit.ly/3roKJNa

63. Simon Cottee, "Why It's So Hard to Stop ISIS Propaganda," **The Atlantic**, March 2, 2015, At: https://bit.ly/35FhT2y

64. Sun, Lingli. "A Cognitive Study of War Metaphors in Five Main Areas of Everyday English: Politics, Business, Sport, Disease and Love.",2010, At: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:397473/FULLTEXT01.pdf

65. Temple-Raston, Dina. "How the U.S. Hacked ISIS.", **National Public Radio**, September 26, 2019. At: https://n.pr/3AYU01v

66. War, A. Year After Iraq. "Mistrust of America in Europe Even Higher, Muslin Anger Persists." **The Pew Research Center for the People & the Press,** 2004, At: https://pewrsr.ch/34vs1KO

المؤتمرات والندوات والحلقات النقاشية:

باللغة العربية:

1. حصة رحلة في الذاكرة ، خالد الرشد، ايغور بانارين، **حلقة بعنوان: خبيرفي الحرب النفسية لدى الكي جي بي ومنظرالحرب الهجينية يكشف مفهوم "التاريخ الوهمي"**، قناة روسيا اليوم بالعربية، روسيا، (11 جانفي 2017).

2. دراسة بحثية بعنوان، "عام على تداعيات أحداث 11 سبتمبر"، **أكاديمية ناصر**، 2002.

3. عزت إبراهيم، "دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا"، حلقة نقاشية حول: "**الصورة الدولية للولايات المتحدة الأمريكية بين إدارة بوش وإدارة أوباما**"، جامعة القاهرة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، الإثنين 16 فبراير 2009.

باللغة الأجنبية:

1. Pedahzur, Ami & Martin, Susanne. **Suicide Attacks**. Conference: The Criminology of Terrorism – 2015.

2. Snegovaya, Maria. "**Putin's Information Warfare in Ukraine: Soviet Origins of Russia's**". Russia Report, Washington:, Institute for the Study of War, Sep 2015..

3. United States Special Operations Command, "**Strategic PSYOP Unit Capabilities**" (presented at the annual World Wide PSYOP Conference, Raleigh-Durham, NC, 19 22 November, 2002), **USSOCOM**, SOIO.

4. Vahed Qazvinian, and ALL,"Rumor has it: Identifying Misinformation in Microblogs", **Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing**. Edinburgh, Scotland, 2011.

5. Winter, Charlie. "War by Suicide: A Statistical Analysis of the Islamic State's Martyrdom Industry " **International Centre for Counterterrorism—the Hague**, Feb 2017.

6. Wiskind, Claire. "Lone wolf terrorism and open-source jihad: An explanation and assessment." **International Institute for Counter-Terrorism**, 2016.

7. Wolf, Timo, and All. "**Predicting build failures using social network analysis on developer communication**." In 2009 IEEE 31st International Conference on Software Engineering, pp. 1-11. IEEE, 2009.

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول 01	**أ نواع الحملات النفسية وأهدافها**	**54**
الجدول 02	**المنظمات الرئيسية في مجتمع الاستخبارات بالولايات المتحدة**	**105**
الجدول 03	**موجات تطور الحركات الارهابية حسب منظور ديفيد رابورت**	**168**
الجدول 04	**عدد التفجيرات الإرهابية للفترة ما بين 1982 و2016**	**170**

قائمة الأشكال:

	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل 01	**البنية التنظيمية للكتيبة التكتيكية للعمليات النفسية**	**140**
الشكل 02	**البنية التنظيمية لسرية العمليات النفسية التكتيكية**	**141**
الشكل 03	**البنية التنظيمية لمفرزة تطوير العمليات النفسية التكتيكية**	**142**
الشكل 04	**البنية التنظيمية لمفرزة العمليات النفسية التكتيكية**	**144**
الشكل 05	**الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة**	**235**
الشكل 06	**هيكلية الديوان المركزي للإعلام لتنظيم الدولة**	**236**
الشكل 07	**دو افع للذئاب المنفردة**	**249**

الملاحق



الملحق رقم (01): " طرد الإرهابيين الأجانب "



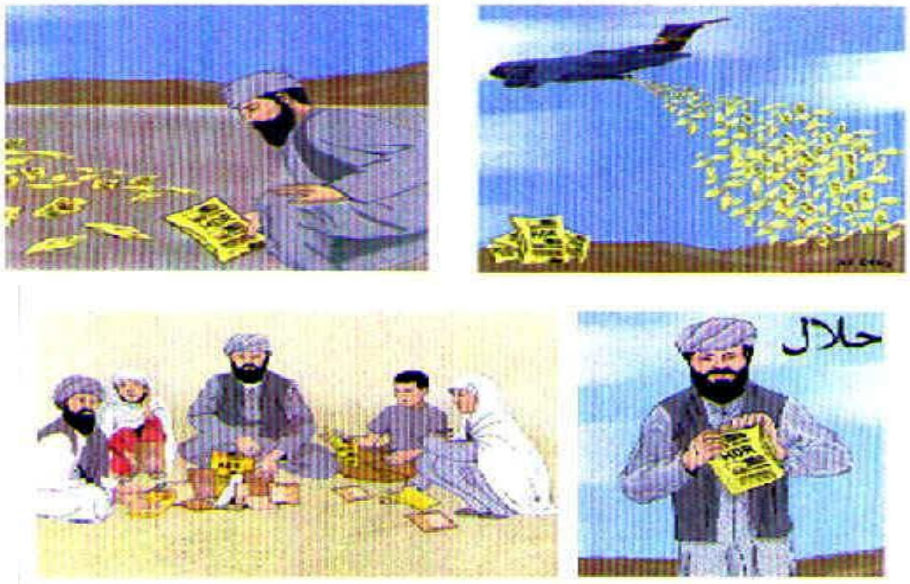
الملحق رقم (02): " هل هذا هو المستقبل الذي تريده؟ "



الملحق رقم (03): " من هو الزعيم الحقيقي لطالبان؟ "



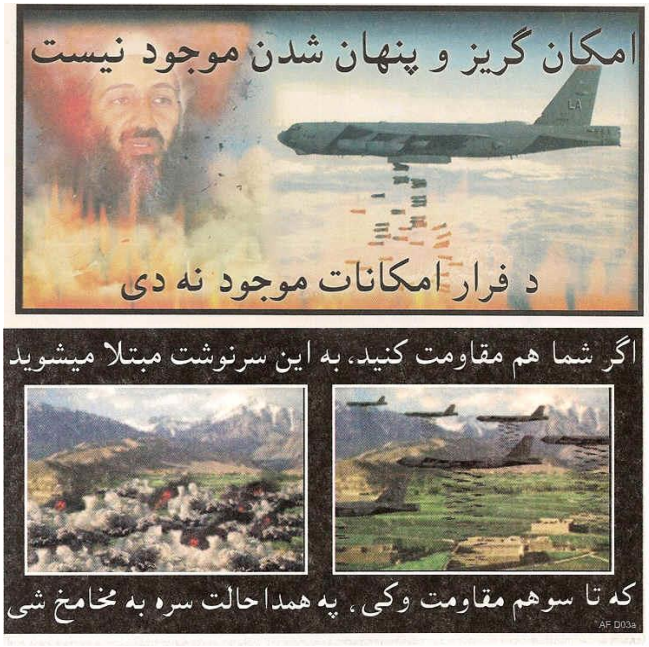
الملحق رقم (04): "يمكنك بناء أفغانستان معا "



الملحق رقم (05): أكياس غذائية مكتوبة عليها من جهة "حلال" ومن الجهة الأخرى "هدية من الشعب الأمريكي"



الملحق رقم (06): منشور باللغتين (الباشتو والداري) يقول إن "هناك أكثر من 7 ملايين مسلم و1200 مسجد في الولايات المتحدة"



الملحق رقم (06): منشور على وجهه مكتوب " لا توجد إمكانية للهروب والاختباء" وعلى الوجه الاخر: "إذا قاومت، سوف تعاني أيضا نفس المصير"



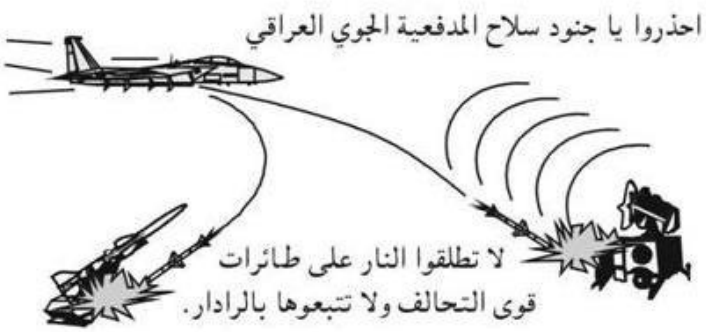
الملحق رقم (07)



الملحق رقم (08)



الملحق رقم (09)



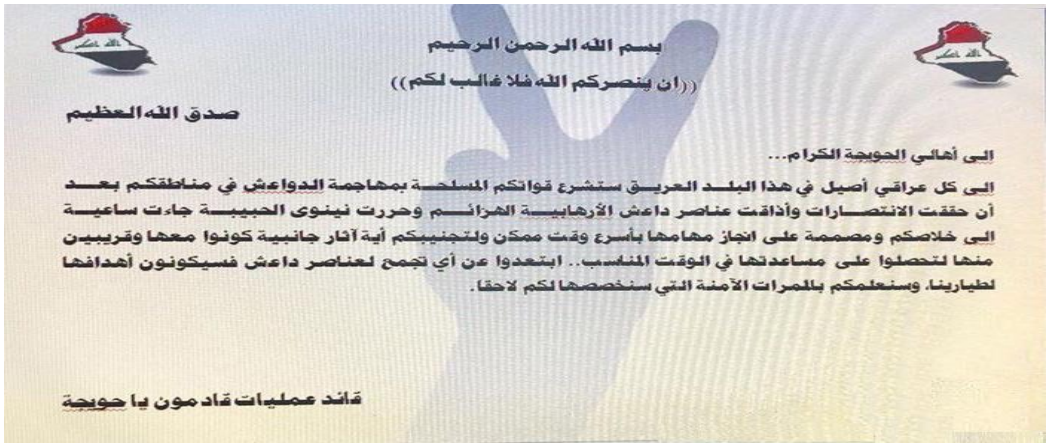
الملحق رقم (10)



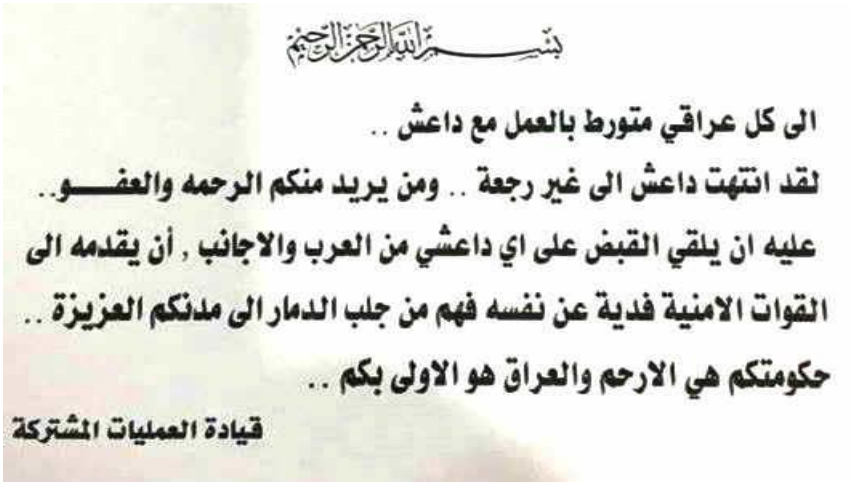
الملحق رقم (11)



الملحق رقم (12)



الملحق رقم (13)


بسم الله الرحمن الرحيم

الى كل عراقي متورط بالعمل مع داعش ..

لقد انتهت داعش الى غير رجعة .. ومن يريد منكم الرحمه والعفـــو..

عليه ان يلقي القبض على اي داعشي من العرب والاجانب , أن يقدمه الى

القوات الامنية فدية عن نفسه فهم من جلب الدمار الى مدنكم العزيزة ..

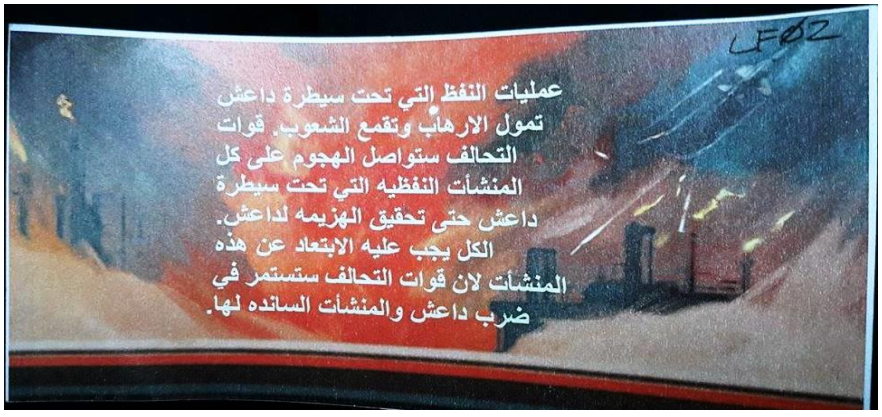
حكومتكم هي الارحم والعراق هو الاولى بكم ..

قيادة العمليات المشتركة

الملحق رقم (14)



الملحق رقم (15)



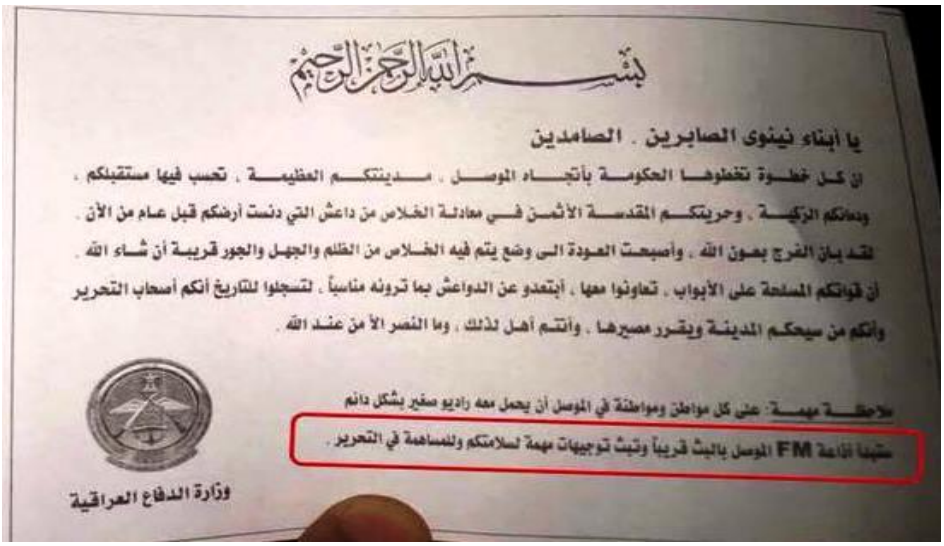
الملحق رقم (16)



الملحق رقم (17)



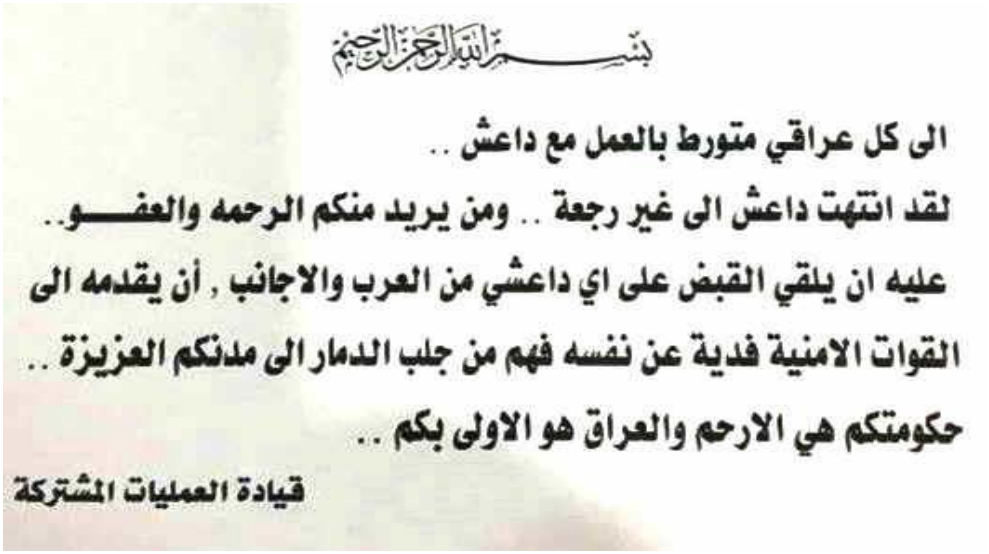
الملحق رقم (18)



الملحق رقم (19)



الملحق رقم (20)


بسم الله الرحمن الرحيم

الى كل عراقي متورط بالعمل مع داعش ..

لقد انتهت داعش الى غير رجعة .. ومن يريد منكم الرحمه والعفـــو..

عليه ان يلقي القبض على اي داعشي من العرب والاجانب , أن يقدمه الى

القوات الامنية فدية عن نفسه فهم من جلب الدمار الى مدنكم العزيزة ..

حكومتكم هي الارحم والعراق هو الاولى بكم ..

قيادة العمليات المشتركة

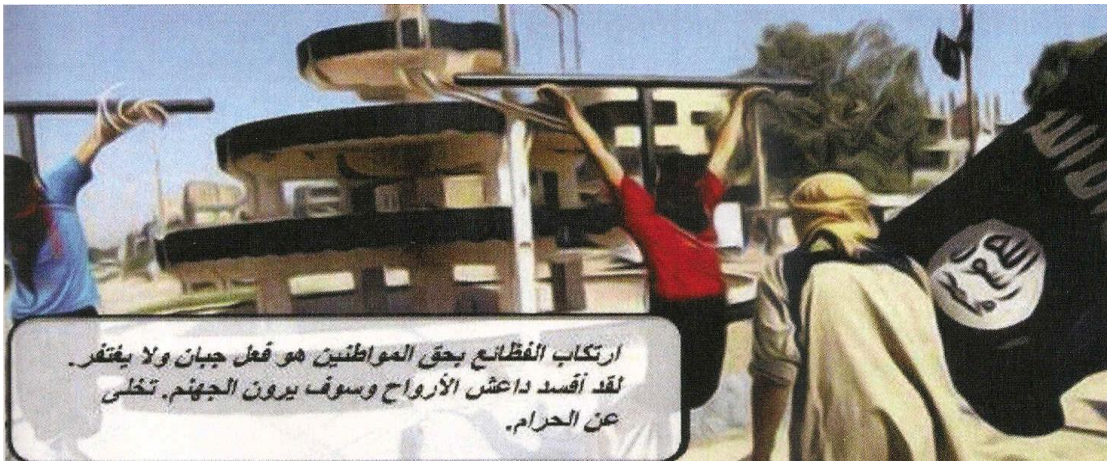
الملحق رقم (21)



الملحق رقم (22)



الملحق رقم (23)



الملحق رقم (24)



الملحق رقم (25)

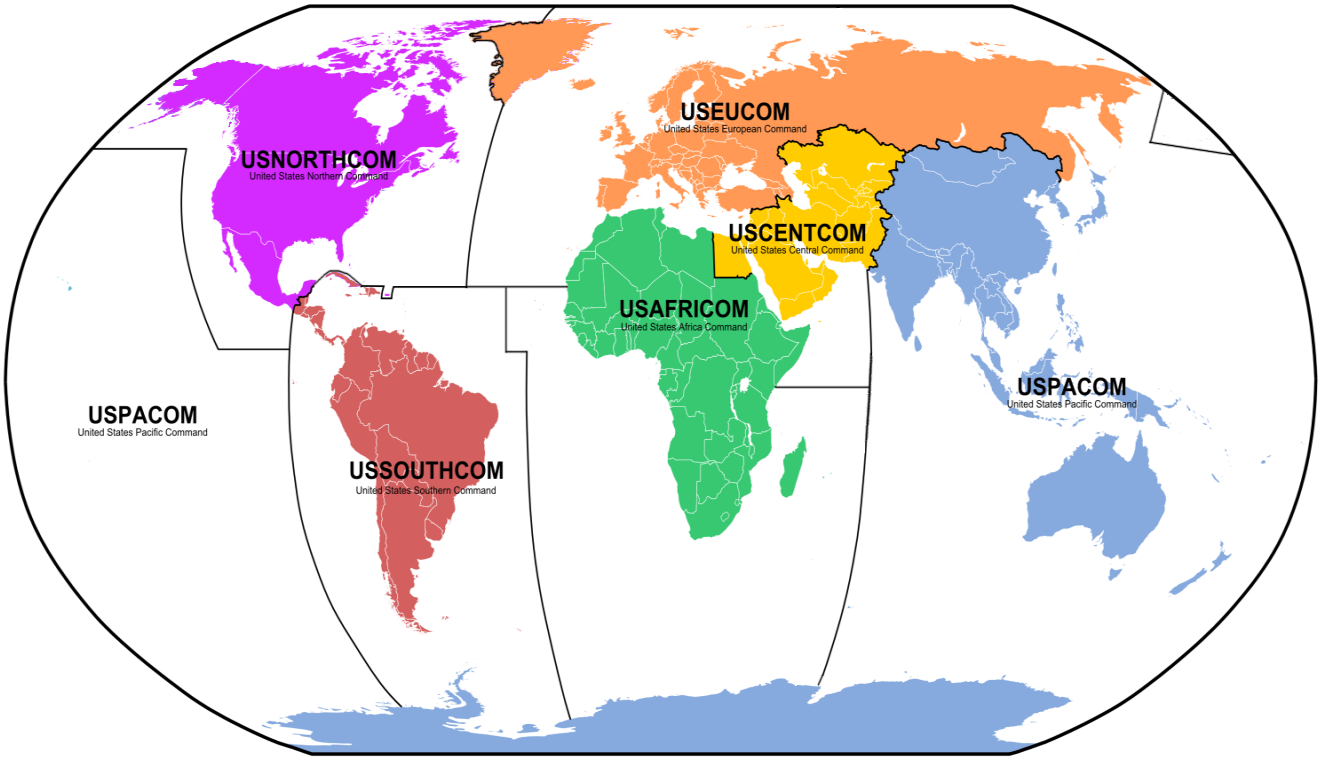


الملحق رقم (26)

ملحق: القيادات المقاتلة الأمريكية

حسب النطاق الجغرافي			
القيادة	الاختصار	سنة التأسيس	المقر الرئيسي
القيادة العسكرية في إفريقيا	USAFRICOM	أكتوبر 2008	شتوتغارت، ألمانيا
القيادة المركزية	USCENTCOM	جانفي 1983	قاعدة ماكديل، فلوريدا
القيادة العسكرية في أوروبا	USEUCOM	أوت 1952	شتوتغارت، ألمانيا
القيادة العسكرية في المحيط الهادي الهندي	USPACOM	جانفي 1947	معسكر هولاند سميث، هاواي
القيادة العسكرية الشمالية	USNORTHCOM	أكتوبر 2002	قاعدة بيترسون، كولورادو
القيادة العسكرية الجنوبية	USSOUTHCOM	جوان 1963	دورال، فلوريدا
حسب النطاق الوظيفي			
القيادة الإلكترونية الأمريكية	USCYBERCOM	ماي 2009	فورت ج ميد، ماريلند
قيادة العمليات الخاصة الأمريكية	USSOCOM	أفريل 1987	قاعدة ماكديل، فلوريدا
القيادة الاستراتيجية الأمريكية	USSTRATCOM	جوان 1992	قاعدة أوفوت، نبراسكا
القيادة الأمريكية للنقل والتموين	USTRANSCOM	جويلية 1987	قاعدة سكوت، إلينوي

النطاق الجغرافي للقيادات المقاتلة



فهرس المحتويات

شكر وتقدير I

الإهداء II

الملخص III

قائمة المختصرات IV

الخطة VIII

المقدمة 1

أهمية الدراسة 3

مبررات اختيار الموضوع 3

إشكالية الدراسة 4

فرضيات الدراسة 4

حدود الدراسة 5

منهجية الدراسة 5

أدبيات الدراسة 6

تبرير الخطة 7

صعوبات الدراسة 8

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحرب النفسية 9

تمهيد 10

المبحث الأول: ايتمولوجيا للحرب النفسية 11

المطلب الأول: السياق التاريخي لتطور الحرب النفسية 11

الفرع الأول: الحرب النفسية في الحضارات القديمة 11

الفرع الثاني: الحرب النفسية في العصور الوسطى 14

الفرع الثالث: الحرب النفسية في الحربين العالميتين 17

المطلب الثاني: حدود مفهوم الحرب النفسية الحديثة 21
الفرع الأول: مسارات صياغة مفهوم الحرب النفسية 21
الفرع الثاني: التعريفات القاموسية الحرب النفسية 23
الفرع الثالث: تعاريف الحرب النفسية في المدارس الفكرية 24
المطلب الثالث: مكانة الحرب النفسية ضمن الاستراتيجيات العسكرية 31
الفرع الأول: أهمية الحرب النفسية ضمن التكتيكات العسكرية 31
الفرع الثاني: الأهداف العسكرية للحرب النفسية 32
المبحث الثاني: الإطار النظري للحرب النفسية 35
المطلب الأول:: استخدامات نظريات الإعلام الجماهيري في الحرب النفسية 35
الفرع الأول: النموذج الخطي للعمليات الاجتماعية الاتصالية 36
الفرع الثاني: أسس القوة الاجتماعية 37
الفرع الثالث: نظرية التضليل 39
الفرع الرابع: النموذج الوظيفي لوسائل الإعلام 41
المطلب الثاني: مدارس علم النفس كرو افد للحرب النفسية 43
الفرع الأول:.استيطان الخبرات الحسية في عملية البناء المعرفي 43
الفرع الثاني: مدرسة فرانكفورت الجشطلتية. بناء العملية الادراكية 44
الفرع الثالث: نظريات التأثير السلوكي 45
المطلب الثالث: نماذج لاستراتيجيات الحرب النفسية 48
الفرع الأول: نموذج السيطرة الانعكاسية 48
الفرع الثاني: نظرية التأطير 51
المبحث الثالث: الآلية التنفيذية للحرب النفسية 53
المطلب الأول: مراحل الحملة النفسية 53
الفرع الأول: موضوع الحملات النفسية 53
الفرع الثاني: التخطيط للحملة النفسية 55
الفرع الثالث: أسس نجاح الحملات النفسية 56
المطلب الثاني: أدوات الحرب النفسية 58

الفرع الأول: الدعاية 58
الفرع الثاني: الإشاعة 63
الفرع الثالث: الألعاب النفسية 71
المطلب الثالث: أسس تقييم نجاح/فشل الحملات النفسية 75
الفرع الأول: التقييم عن طريق مقاييس الفعالية MOE 75
الفرع الثاني: التقييم عن طريق تحليل الشبكات الاجتماعية SNA 78
الفرع الثالث: التقييم عن طريق نموذج القيمة 82
خاتمة 86
الفصل الثاني: عقيدة الحرب النفسية الامريكية: النشأة والتطور 87
تمهيد 88
المبحث الأول: أجهزة ووسائل تنفيذ الحرب النفسية الأمريكية 89
المطلب الأول: أزمة الأسلحة التقليدية والحرب النفسية كبديل 89
الفرع الأول: أسباب اللجوء الى الحرب النفسية 89
الفرع الثاني: الحرب النفسية التغير في العقيدة والتنظيم والممارسة 92
الفرع الثالث: فرع العمليات النفسية العسكرية في الجيش الأمريكي 97
المطلب الثاني: الحرب النفسية الأمريكية على المستوى الاستراتيجي 100
الفرع الأول: الهيئات الإعلامية 100
الفرع الثاني: الهيئات الاستخباراتية 104
الفرع الثالث: التعاون الأكاديمي العسكري 108
المطلب الثالث: الحرب النفسية كآلية دعم لأدوات السلطة الوطنية 110
الفرع الأول: العمليات النفسية كدعم للتدابير الدبلوماسية 111
الفرع الثاني: العمليات النفسية كدعم للتدابير الاقتصادية 112
الفرع الثالث: العمليات النفسية كدعم للتدابير المعلوماتية 112
المبحث الثاني: الحرب النفسية في العقيدة العسكرية الامريكية 114
المطلب الأول: الأهمية الاستراتيجية لقوات العمليات النفسية 114

الفرع الأول: المهام الاستراتيجية لفرع العمليات النفسية: 114
الفرع الثاني: وحدة الحرب النفسية الاستراتيجية SPU 117
المطلب الثاني: بناء وتنفيذ الحملة النفسية في العقيدة الجيش الأمريكي 120
الفرع الأول: التخطيط للعمليات النفسية 120
الفرع الثاني: تحليل الجمهور المستهدف 123
الفرع الثالث: تطوير وتصميم المنتجات 129
الفرع الرابع: الإنتاج والتوزيع والنشر 131
المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي لقوات الحرب النفسية في جيش الولايات المتحدة الامريكية 137
المطلب الأول: أصول العمليات النفسية الأمريكية على المستوى التكتيكي العملياتي 137
الفرع الأول: برامج الدراسات النظرية للقوات العمليات النفسية 137
الفرع الثاني: بنية جهاز العمليات النفسية بالجيش الأمريكي 139
الفرع الثالث: فروع العمليات النفسية ضمن ادارات الجيش الأمريكي 145
المطلب الثاني: قوات العمليات النفسية النشطة 151
الفرع الأول: المجموعة الرابعة لدعم المعلومات العسكرية (المحمولة جوا) 4th MISO Group 151
الفرع الثاني: المجموعة الثامنة لدعم المعلومات العسكرية (المحمولة جوا) 8th MISO Group 154
المطلب الثالث: قوات العمليات النفسية الاحتياطية 156
الفرع الأول: المجموعة الثانية للعمليات النفسية 2nd Psyops Group 156
الفرع الثاني: المجموعة السابعة للعمليات النفسية 7th Psyops Group 158
خاتمة 160
الفصل الثالث: تدابير الحرب النفسية الأمريكية لمكافحة الارهاب 161
تمهيد 162
المبحث الأول: الحرب العالمية-الأمريكية على الارهاب 163
المطلب الأول: أحداث 11 سبتمبر وبداية الحرب على الإرهاب 163
الفرع الأول: سياقات واحداث 11 سبتمبر 2001 163
الفرع الثاني: التنظيمات الإرهابية التغير والتطور 165

الفرع الثالث: سيكولوجيا الإرهاب 169
المطلب الثاني: التحديات الداخلية للاستراتيجية الأمريكية بعد 11 سبتمبر 173
الفرع الأول: على صعيد عقيدة الأمن القومي الأمريكي 173
الفرع الثاني: تطور الاهتمام بالعلاقات المدنية العسكرية CIMIC 176
الفرع الثالث: التغيرات على مستوى البنية المؤسساتية 180
المطلب الثالث: الاستراتيجية العالمية لمكافحة الإرهاب وتأثيراتها على بنية النظام الدولي 184
الفرع الأول: آثار هجمات الحادي عشر من سبتمبر على السياسة الخارجية الأمريكية 184
الفرع الثاني: الحرب الوقائية كإعادة صياغة للسياسة الخارجية 187
الفرع الثالث: التغير في مفهوم استخدام القوة 189
المبحث الثاني: استراتيجيات إدارة الادراك والتصور في مكافحة الإرهاب والتطرف 195
المطلب الاول: فلسفة الحرب النفسية الامريكية بعد 11 سبتمبر 195
الفرع الأول: مقاربة الحرب النفسية الامريكية في مكافحة الإرهاب 196
الفرع الثاني: الاستعارات والمجاز في الرواية السردية للحرب على الإرهاب 199
المطلب الثاني: مركز الاتصالات الإستراتيجية لمكافحة الإرهاب CSCC 202
الفرع الأول: النموذج الاتصالي للتأثير على الرأي العام 202
الفرع الثاني: النموذج الاتصالي الدعائي في حملتي "الحرية الباقية" و"حرية العراق" 205
الفرع الثالث: النموذج الاتصالي الدعائي في حملة "العزم الصلب" 208
المطلب الثالث: الدبلوماسية العامة والحرب على الإرهاب (دبلوماسية الهيمنة) 213
الفرع الأول: العودة للدبلوماسية العامة كأداة للتأثير 213
الفرع الثاني: الدبلوماسية الثقافية ودعاية الاستقطاب 217
الفرع الثالث: وسائل الاعلام ودعاية التضليل 220
المبحث الثالث: المستويات العسكرية والأمنية للحرب النفسية 223
المطلب الأول: المستوى التكتيكي للعمليات النفسية في عمليتي "حرية العراق" و"الحرية الدائمة" 223
الفرع الأول: الاتصالات البصرية 224
الفرع الثاني: وسائل الاتصال السمعية 228
الفرع الثالث: وسائط الإعلام السمعية والبصرية 231

المطلب الثاني: المستوى الاستراتيجي للعمليات النفسية بعملية "العزم الصلب" 234
الفرع الأول: استراتيجية الحرب النفسية ضد تنظيم الدولة 234
الفرع الثاني: المطبوعات والمنشورات 240
الفرع الثالث: التأثير النفسي السيبراني في ظل الأصولية الرقمية 242
المطلب الثالث: المستوى الأمني والاستخباراتي للعمليات النفسية في مواجهة الفاعل المنفرد 245
الفرع الأول: الفاعل المنفرد ملاذ أأمن للتطرف والإرهاب 245
الفرع الثاني: إمكانية تحديد الذئاب المنفردة 248
الفرع الثالث: التصيد الافتراضي للذئاب المنفردة 251
خاتمة 254
خاتمة عامة 255
قائمة المصادر والمراجع 260
قائمة الجداول والأشكال 284
قائمة الملاحق 285
فهرس المحتويات 297