

الفصل الأول

الإعلام والعمليات النفسية

المبحث الأول:

مفاهيم الإعلام ووظائفه.

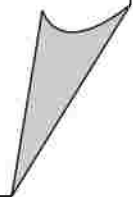
المبحث الثاني:

العمليات النفسية وتأثيرها على الإعلام.

المبحث الثالث:

طرق وأساليب العمليات النفسية.

* * *



الفصل الأول

الإعلام والعمليات النفسية

احتلت وسائل الإعلام في الآونة الأخيرة موقعاً مهماً بين المقاييس التي تشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العالم، وإلى مدى الديمقراطية في هذا المجتمع، وأثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي، وكذلك في نطاق علم السياسة أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تلعب أدواراً أساسية على الصعيد السياسي من خلال ما تقدمه من مواد اتصالية، وفي عملية صنع القرار السياسي؛ إذ تتعدد الأدوار التي تقوم بها في الحياة السياسية المعاصرة؛ فوسائل الإعلام تتدخل في تشكيل ومفاهيم الناس وتصوراتهم للحقيقة في كافة مسالك الحياة.

كما أنها تقوم بتزويد وعي الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمعات المحلية والدولية، ولا شك أن المجتمعات المعاصرة أصبحت تعتمد اعتماداً يكاد يكون كلياً على وسائل الاتصال الجماهيري في نقل الرسائل الاتصالية التي يراد توصيلها للجماهير، ويقوم بهذا الدور مؤسسات حكومية وغير حكومية مستعينة بأجهزة متطورة على رأسها الصحافة والإذاعة والتلفزيون وأفلام السينما.

كما أن العمليات النفسية أصبحت فناً وعلماً تلجأ إليه الدول والمؤسسات والمنظمات على كافة أنواعها ومستوياتها لإقناع وفرض الإرادة على الجمهور المستهدف، وبالتالي لم يعد مقصوراً على قوى معينة أو هدف أو زمن محدد.

وقد أصبحت العمليات النفسية منذ بدايات القرن الماضي قوى مهمة وسلاحاً رئيسياً ذا تأثير جاد وبارز على تطور نتائج الحروب والأزمات بكافة أنواعها ومستوياتها؛ عالمية، وإقليمية، واقتصادية، وسياسية، واجتماعية، ومحلية، حيث تطورت أساليبها ووسائلها، واتسعت رقعة انتشارها، ولم تعد تشن فقط على الخصم وفي ساحة القتال، بل امتدت للدول الصديقة والحليفة والمحايدة وقت السلم والصراع، وتساعد الأزمات، وعلى كافة المستويات السياسية والاقتصادية، وأخطرها الاجتماعية والنفسية. من هنا تأتي أهمية الربط بين الإعلام والعمليات النفسية.

* * *

المبحث الأول

مفاهيم الإعلام ووظائفه

مفهوم الإعلام:

أ- أصبح الإعلام من العلوم الحديثة، وله قواعد وأصول وفلسفة ونظرية، وأصبح في الآونة الأخيرة علماً مستقلاً بذاته وليس تابعاً. يعرف الإعلام بأنه: «كافة أوجه الأنشطة الخاصة التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات المثارة والمطروحة»^(١).

ب- ومن وجهة النظر التاريخية، فإن الدراسات الإعلامية وجدت صعوبة شديدة في محاولة وضع مفاهيم وتعريفات أساسية له، خاصة أنه بدأت تبرز بعض المسميات منذ الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨)، وأخذت في التزايد، خاصة خلال فترة الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥)، ثم تطورت هذه المسميات حتى يومنا هذا، ومن أبرزها (الإعلام - الاتصال بالجمهور - الاتصال التقليدي - الدعاية - النشاط الدعائي - الإعلام الدولي) هذا بخلاف مصطلحات الإعلام والعلاقات العامة والرأي العام، وهي مصطلحات متداولة منذ فترة ليست بقصيرة^(٢).

ج - كانت أواخر الستينات - من القرن العشرين - هي فترة بدء تعاظم التطور في مجال الاتصال والإعلام، حيث زاد الاهتمام بعلوم المعلومات، ونظريات الإعلام، ونظم الاتصال ووسائله، وظهرت مجالات جديدة، مثل: الاتصال بين المنظمات والجماعات، والاتصال السياسي، والاتصال العالمي، ومع تطور الأحداث ظهرت نظريات جديدة في الاتصال بحيث أصبحت أكثر ترابطاً وتكاملاً، ومن أمثلة هذه النماذج نموذج (روجرز وكنكيد) Rogers and Kincaid، حيث ركزا على أهمية المعلومات، كما وصفا الاتصال

(١) سمير محمد حسين: «الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام»، عالم الكتاب، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٢٢.

(٢) سمير فرج: «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع»، رسالة دكتوراه غير منشورة، أكاديمية ناصر العسكرية العليا، القاهرة ١٩٩٨، ص ٣.

بأنه: «العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا بذلك إلى فهم مشترك»^(١).

د - وفي الربع الأخير من القرن العشرين - السبعينات - بدأ يحدث العديد من التغيرات الجذرية لفهم الاتصال والإعلام، وبدأت تسود صيغة «المصدر - الرسالة - المستقبل» وبدأ يحدث تحول في المفهوم الذي يركز على المرسل إلى فكرة أخرى يكون محورها المستقبل والمعنى^(٢).

تعاريف الإعلام عند بعض المفكرين:

اختلف المفكرون في وضع تعريف دقيق لمفهوم الإعلام، كما اختلفت الدول - حسب أنظمة الحكم بها - في فهم الإعلام وتفسيره طبقاً لفلسفة المجتمع، ونظرته لمختلف الشئون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والإعلام مثل الأشكال الأخرى للاتصال، ويقصد بالإعلام: «نقل الأخبار والمعلومات الجديدة التي تهم الجمهور في وقت معين، فإذا لم يكن الخبر مكتملاً بعناصره الفنية من حيث الدقة والأهمية، فإنه يفقد قيمته الإعلامية»^(٣).

تعاريف الإعلام عند علماء المدرسة الغربية:

أ - واربن وإدوين وأولت "Warren and Edwin and Ault":

إن الإعلام: «هو عملية إلقاء أو نقل المعلومات والأفكار والتوجهات لجمهور كبير ومتنوع، وذلك عبر وسائل متطورة لهذا الغرض، والإعلام فن أصعب بكثير من المناقشات التي تدور وجهًا لوجه؛ فالإعلام وسيلة تنقل الرسائل الإعلامية الكبيرة من خلالها لجمهور كبير العدد ومجهول الهوية، متنوع الأجناس والأعراق»^(٤). وهذا المفهوم يعني أن الإعلام هو فن نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لآخرين.

ب - ولبور شرام "Wilbur Schram":

إن الإعلام: «يقوم بإحداث التغيير في المجتمع، وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة، فيجعل كل إقليم ملئاً بشئون الأقاليم الأخرى من فنون وتقاليد وعادات، ويجعل القادة

(1) Everett M. Rogers and D.Lawrence Kincaid, communicotine Networks, copyright 1981, the fress, A Division of Macmillonco I.N.C Newyork,1981, pp 81-83.

(٢) محمد عبد الحميد: «نظريات الإعلام واتجاهات التأثير»، عالم الكتاب، القاهرة ١٩٩٧، ص ٢٠.

(٣) سمير فرج، مرجع سبق ذكره، ص ٥.

(4) Warren Agee, Edwin Emery and Philip Ault, Introduction To mass communication, Haper and Row publisher Newyork, 1985 P.19.

الوطنيين يحدثون الشعب، كما يجعل الأهداف والمنجزات الوطنية ماثلة في أذهان العامة»^(١). وهذا المفهوم وسع قاعدة تعريف الإعلام ليشمل المستوى الوطني، بحيث يجعل الأمة الواحدة بتقاليدها وعاداتها تتجه نحو فكر واحد من أجل توثيق وتقوية وحدتها.

ج - وليام ريفرز "William Rivers":

إن الإعلام: «يشتمل كل طرق التعبير التي تصلح للتفاعل، أي أنه شكل من أشكال التفاعل الذي يفضل استعمال الرموز، وهذه الرموز قد تكون على شكل إشارات، أو حركات، أو رسوم، أو نحت، أو كلمات، أو أي رمز آخر يمكن أن يدفع إلى سلوك، ولم يكن هذا السلوك لياشر بالرمز وحده بعيداً عن الظروف المحيطة بالشخص المستجيب أو المتلقي»^(٢).

د - أوتوجروث "Ottogroth":

الإعلام هو: «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في شتى الأزمان... فالإعلام بتعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب الإعلامي؛ سواء كان صحفياً أو مذيعة»^(٣).

تعريف الإعلام عند كتاب المدرسة العربية:

أ - الدكتور سمير حسين:

إن الإعلام هو: «كل أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق، والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات، ومجريات الأمور بطريقة موضوعية ودون تحريف، بما يؤدي إلى إيجاد أكبر قدر من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكل الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحفية عن هذه القضايا، وبما يساهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة»^(٤).

(1) Wilbur, Schram The Process and Effect of Mass Communication urbana, Chicago, University of Illionois press, 1971,P.9

(2) William Rivers, mass Media and Modern society, London, Delhi, universal Book, 1966, PP 104 - 105.

(٣) عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات - دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٤، ص ٤٨.

(٤) سمير محمد حسين: «الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام»، مرجع سبق ذكره، ص ٢٢.

ب - الدكتور عبد العزيز شرف:

إن الإعلام: «شكل من أشكال الاتصال بال جماهير، التي تضم الدعاية والإعلان والتعليم والعلاقات العامة والإقناع الفني، إلى جانب الإعلام؛ وللإعلام عدة وسائل يصل من خلالها إلى الجمهور، ومنها: الصحافة، والمطبوعات، والإذاعة، والتلفزيون، والسينما، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها ومميزاتها».

ج - الدكتور إبراهيم إمام:

إن الإعلام «يقتصر على التعبير عن ظاهرة الاتصال بال جماهير، بمعنى أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز، كما يقوم على التقرير والتنقيب ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة، التي تناسب عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشد تعاونهم من أجل المصلحة العامة»^(١).

ترى الباحثة ومن خلال تعاريف الإعلام عبر المدارس المختلفة أن الإعلام حقائق ثابتة يتم تزويد الجماهير بها، وكذلك تزويدهم بالمعلومات الدقيقة التي تساعدهم في تكوين آرائهم والتعبير عن عقليتهم وثقافتهم واتجاهاتهم وميولهم، وهنا تتضح الغاية من الإعلام؛ ألا وهي الإقناع وتوجيه الرأي العام عن طريق إطلاعه على الأمور المهمة التي تمس حياة الجماهير العريضة بعد تفسيرها وتحليلها بأمانة وصدق، ودون انحراف أو تحيز، وبعيداً عن الميول والأهواء، وقد اتفق المفكرون الغربيون والعرب على أن الإعلام هو: العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه، كما اتفقوا على أهمية أن يتمتع الإعلام بالصدق ونقل المعلومات الصحيحة، حتى يكون إعلاماً مقنعاً، كما أنه يعد النواة لخلق رأي عام؛ سواء على الصعيد الداخلي المحلي، أو الصعيد الخارجي الإقليمي العربي، هذا بالإضافة لدوره التثقيفي.

وظائف الإعلام:

أ - الواقع أن هناك اختلافاً بين الباحثين في هذا المجال حول وظائف الإعلام في المجتمع، وذلك في ضوء التطور الهائل لوسائل الإعلام بكافة أنواعها، ويشبه الدكتور إبراهيم إمام تدفق الإعلام في المجتمع بتدفق الدم في الشرايين، فعندما يتوقف الإعلام، يجف الدم في شرايين المجتمع، بمعنى أن للإعلام دوراً رئيسياً في دفع عملية التنمية، وفي

(١) إبراهيم إمام «العلاقات العامة والمجتمع» الأنجلو المصرية ط ٢، القاهرة ٦٨، ص ص ٢٣١ - ٢٤٠.

نشر الأفكار العصرية، والمعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة، وخلق الشخصية الجديدة^(١).

وظائف الإعلام من وجهة نظر بعض المدارس:

أ - المدرسة الوضعية^(٢):

ترى أن وظائف الإعلام هي: توصيل الخبر إلى الناس، والترفيه عنهم وتثقيفهم، وأداء بعض الخدمات لهم. وحين ترتقي هذه الوسائل يكون من بين وظائفها إدارة الرأي العام حول القضايا المهمة، وعندما تبلغ مكانة مرموقة يكون أهم وظائفها تحقيق الشرعية العليا، وترسيخ قيم المجتمع، ودفع ألوان الغزو الفكري عنه.

ب - المدرسة الليبرالية^(٣):

يعتمد عليها الإعلام الغربي، ويرى أصحاب هذه المدرسة أن للإعلام وظيفتين في المجتمعات الليبرالية؛ الوظيفة الأولى هي: الإعلام، والثانية هي: الترفيه، ثم ظهرت وظيفة ثالثة وهي: الإعلان.

كما ترى النظرية الليبرالية أن للإعلام ست وظائف اجتماعية هي: «التنوير العام - خدمة النظام الاقتصادي - خدمة النظام السياسي - المحافظة على الحقوق المدنية - الحصول على الربح - توفير الترفيه»، وتؤكد هذه النظرية أنه لا توجد وسيلة واحدة مسئولة عن كل تلك الوظائف، ولكنها مسئولة جميع وسائل الإعلام.

ج - المدرسة الاشتراكية:

تشكل الفلسفة الماركسية الإطار الفكري للإعلام في هذه المدرسة، وهناك نظريتان في هذا الإطار^(٤):

١ - النظرية الشيوعية: وهي أقرب إلى الصورة التقليدية للإعلام، والتي تهتم بالوظيفة الإعلامية أكثر من اهتمامها بمدى صدقها.

(١) عبد اللطيف حمزة: «أزمة الضمير الصحفي»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٠، ص ٦.

(٢) علي جريشة: «نحو إعلام إسلامي»، مكتبة وهبة، القاهرة ١٩٨٩، ص ٣٦.

(٣) وليام. ل. ريفرز وتودور بترسون: «وسائل الإعلام والمجتمع الحديث»، ترجمة الدكتور إبراهيم إمام، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٧٥، ص ٩٣.

(٤) سمير فرج: «دور الإعلام في إعداد الدولة للدفاع»، مرجع سبق ذكره، ص ٢٤.

٢- النظرية التسلطية: التي تقوم على أساس النظام السياسي الذي يسيطر سيطرة مركزية على كل أمور الدولة، والذي يقوم على وضع المجتمع في قالب أيديولوجي معين دون أن يقدم له هامشا من حرية الاختيار.

وتقوم هاتان النظريتان على أساس فرض الممارسات السياسية على الإعلام من خلال التدخل في حريته، وتحريض وتنظيم الجماهير، وفي مقدمتهم العمال والفلاحون، وأن إدارة الإعلام هي القادرة على التأثير في الجماهير.

مفهوم الباحثة لوظائف الإعلام في ضوء المدارس السابقة :

في ضوء النظريات والمدارس السابقة، نرى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن قضايا ومشكلات المجتمع، وأن الإعلام يقوم -بصفة أساسية- بدور التنوير الثقافي وخدمة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، إضافة إلى مهمة الترفيه وتحقيق الربح، ويجب أن تطلق الحرية للإعلام في ممارسة دوره بعيداً عن أي قيود من النظم الحاكمة.

ومن ثم فإن المفاهيم الأساسية للإعلام هي: تثقيف وتغيير إدراك، وتهيئة الرأي العام، وتعديل سلوك واتجاهات، ومخاطبة الجماهير بكافة أنواعهم ومستوياتهم.

الدور الوظيفي للإعلام^(١) :

١- إشباع رغبة الجمهور في التعلم: وهو من الوظائف المهمة التي تقع على عاتق الإعلام من خلال وسائله المختلفة، ويؤكد على ذلك ليبين أن وسائل الإعلام هي: مصدر رئيسي للمعرفة يزود الناس بالمعلومات عن عالم الشؤون العامة.

٢- تعبئة الجماهير وإلهامها بالفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي^(٢) :

وهو الأمر الذي يدفع بالمجتمع الإنساني نحو التطور والإبداع، وخاصة من خلال جمهور المثقفين بما لهم من شخصية وإرادة واتجاهات ومواقف اجتماعية.

٣- دفع ودعم التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية:

فقد توصل «إيفرت روجرز» في دراساته وأبحاثه التي أجراها عام ١٩٦٢، ١٩٧٣، ١٩٧٦ إلى أن وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغيير في

(١) سمير فرج، مرجع سابق ذكره، ص ٢٢.

(٢) عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام، مرجع سابق ذكره، ص ٦٣.

المجتمع، كما أنها يمكن أن تقوم بمهمة كبيرة عند إحداث التنمية، وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات^(١).

٤ - التنمية السياسية:

من خلال أفراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الإعلامية للتثقيف السياسي، والتنشئة السياسية، والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي الإقليمي والعالمي^(٢) كذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية في إطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الإعلامي وبنيان المجتمع، وتطوره من خلال تعميق الشعور بالمسئولية لدى الأفراد والجماعات، وتجسيد أهمية تواجدهم على الساحة السياسية حرصاً على المشاركة في صنع القرار السياسي، وتحقيقاً للتلاحم بين الحكام والمحكومين.

٥ - التوعية الوطنية:

قيام الإعلام بدور يعتد به^(٣) في تعميق روح الانتفاء وإذكاء مشاعر الانتفاء الوطني والإيمان بوحدة الأمة ورسالتها الحضارية.

٦ - إحداث التحول وتغيير الاتجاهات:

وذلك يعني أن محاولات الإقناع المتتالية من أجل تغيير الاتجاهات من المهام الإعلامية البارزة التي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها عند اللزوم، من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة عن طريق تحقيق الانفتاح بين القادة والشعب وترسيخ القيم الأصيلة الطيبة وتهذيبها وصلبها، ومحاربة المفاهيم والمعتقدات العقيمة الضارة ورفضها ونقل الأفكار والمعلومات وتوصيلها بالشكل المناسب والوسيلة المناسبة (صحافة - إذاعة - تليفزيون) كي تتحقق من خلالها الاستجابة المرجوة.

٧ - التنشئة والتوعية الاجتماعية للفرد:

يقوم الإعلام بدور كبير في عملية التربية الفكرية السليمة للأفراد وتدريبهم العقلي على إصدار الأحكام السليمة، من خلال عرض مواقف مماثلة تستلهم حلولاً مثالية،

(١) المرجع السابق، ص ٦٤.

(٢) محيي الدين عبد الحلیم: «الاتصال بالجمهور والرأي العام والأصول والفنون» القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٣ ص ٢٣.

(٣) محمد علي العوينی، الإعلام السياسي العربي المعاصر (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥)، ص ٢٥.

فستدعي دائماً نشاطهم الذهني على هذا النحو الجيد من التفكير العقلي، وكذلك التنشئة الاجتماعية الصحيحة للأفراد، من خلال إرساء قيم ومثل تعمل هذه الوسائل الإعلامية على تسكينها بعقلية الفرد.. الأمر الذي يحقق تنمية الإنسان، فتثري تجاربه وتنمي خبراته. وتهيئته فكرياً ونفسياً وإيجابياً للتفاعل والمشاركة في بناء مجتمعه دون الإحساس بالملل.

٨- دفع التطور الإنساني وتنمية الأمم:

الإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع يؤدي دوراً كبيراً في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمله من قيم مختلفة: علمية وعملية تعمل على توصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير، والنفوذ بذلك إلى العقل والوجدان العام والتأثير فيه^(١)؛ فالإنسان هو محور الرسالة الإعلامية في كل زمان ومكان، ومن خلال هذه الوسائل الإعلامية جاء الاهتمام في المجتمعات النامية بتطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة، ومن التبعية إلى التقدمية، ومن التواكل إلى الإقدام، ومن الخوف إلى المغامرة. ولقد ذهب فردريك هاربيسون إلى أن تقدم أي أمة يتوقف أولاً وأساساً على تقدم أفرادها. وما لم تهتم الأمم بتنمية معنويات وقدرات أفرادها فلن تتقدم كثيراً مادياً أو اقتصادياً أو ثقافياً؛ لذلك فالمشكلة الأساسية لأغلب الدول النامية ليست فقر الموارد الطبيعية، ولكن إهمال تنمية الموارد البشرية أي رأسها البشري^(٢).

٩ - صياغة المجتمعات:

حتى يبرز المجتمع الجماهيري كقوة لها وزنها في تسيير الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وحيث تلعب وسائل الإعلام الجماهيري دورها في صياغة هذه المجتمعات، وبلورة قيمها واتجاهاتها وأيديولوجيتها، وإذا كان هذا هو دور وسائل الإعلام في الدول المتقدمة، فإن أهمية الإعلام تزداد وضوحاً في الدول النامية التي تعمل جاهدة على تسخير كافة مواردها لدفع عجلة التنمية بما يمكنها من اللحاق في وقت قصير بركب الدول المتقدمة.

١٠ - خلق رأي عام:

وذلك بعرض كافة الحقائق الثابتة أمام الجمهور، وإمداده بكافة المعلومات والأخبار

(١) السياسة الإعلامية دراسات وتوصيات الجزء الأول (سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة)، (٢٩)، ص ٩.

(٢) أحمد النكلاوي: «المدخل السيولوجي للإعلام» مكتبة نهضة الشرق: القاهرة ١٩٧٤، ص ١٨٣.

الصحيحة والدقيقة التي تساعد على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث التي يعايشها أو في موضوع بعينه.. فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الجمهور، وبالتالي قدرته على تكوين رأي عام صائب.

١١ - خلق الشخصية الإيجابية: وهي تلك الشخصية النشطة في التفاعل الإنساني والتي تتقبل بسهولة تفهم حضارات الأمم الأخرى وتعمل على اللحاق بركب التطور في مرونة ورغبة صادقة.

١٢ - نقل حضارات الأمم الأخرى: من خلال التكنولوجيا المبهرة القائمة على الصوت والصورة والحركة السريعة في نقل كافة مشاهد التطور والإنجاز في مختلف المجالات.. وهذا يعني الانفتاح على الأمم، وهو الأمر الذي يسحب معه الشعوب الراكدة والأمم المتخلفة إلى ركب الحضارة.

١٣ - دعم القيم الروحية والأيدولوجية:

في إطار تعبئة الجماهير وإلهامها بالمثل والأفكار والمبادئ وروح العمل الجماعي وتغذية العقل والوجدان بالمبادئ الروحية التي تنزع بالإنسان إلى الاستقامة والجد وحب الدين.

١٤ - الضبط الاجتماعي^(١):

يرى جوزيف كلابر أن عملية الضبط الاجتماعي هي نفسها اصطلاح: «هندسة الرضا»، أما بول لازرسفيلد وروبرت ميرتون فهما من العلماء الذين أكدوا أن الإرغام قد أخذ يتوارى ليحل محله الإقناع الحاذق عن طريق وسائل الإعلام، ولقد أضافت وسائل الإعلام السرعة والشمول والانتشار إلى الدور التقليدي للاتصالات، ولذلك فإنه ينظر إلى وسائل الإعلام أحياناً على أنها تغلف الإنسان الحديث بنوع من الواقع البديل.. ومن ناحية أخرى ينظر إلى أجهزة الإعلام عموماً باعتبارها إحدى الوسائل التي تمارس عن طريقها المؤسسات الحاكمة الضبط الاجتماعي^(٢).

(١) المرجع السابق، ص ٧٠.

(٢) عزيز عبده، مرجع سبق ذكره، ص ٦٩.

١٥ - خلق الثقة:

فوسائل الإعلام بما تتبناه من القيم والتعليقات الأخلاقية والمثل العليا، وبما تنتهجه من بث لقواعد التنشئة الاجتماعية للأفراد تتمكن من غرس عادات صالحة تنزع بالأفراد إلى المشاركة والايجابية والطموح الفاعل وتولد الثقة في النفس وفي الآخرين، كأن تخلق الثقة بين الحاكم وأفراد الشعب.

١٦ - التحديث Modernization:

من خلال المساهمة في إيجاد بنيات تلاحق التطور وتستجيب له، بالإضافة إلى التطور في القيم والمعتقدات، ويرتبط التحديث ببناء الأمة Nation building كهدف للسياسة العامة. هذا البناء جزء من عملية التغير للوصول للمجتمع الحديث - نجد أن وسائل الإعلام تعد محركات movers للتنمية، بالإضافة لمساهمتها في تعميق الشعور الوطني والديني^(١).

اللغة والإعلام:

تنظر نظرية الإعلام إلى اللغة على اعتبار أنها: نظام من العلاقات الصوتية ينشأ ويتطور، مرتبطا بتاريخ الناطقين بهذه اللغة، ويستخدم وسيلة للتواصل، ومبسطة للتفكير، ومجالا للتعبير عن الأفكار والعواطف والمشاعر، والمقصود باستخدام اللغة في التواصل هو: عملية تبادل المعلومات بين الأفراد والجماعات، ويظهر هذا التواصل اللغوي على شكل عبارات، أو تعبيرات شفوية، أو كتابية، تتبادلها الأطراف في موقف لغرض معين عن واقعة معينة^(٢).

ينبغي التفرقة بين مصطلحي (اتصال واتصالات):

فكلمة اتصال Communication تمتاز بالتعبير عن الغرضية والتفاعل معاً، بمعنى أنها تنطوي على معنى القصد أو التدبير، وكذلك تعني التفاعل أو المشاركة؛ فاللفظ الأوروبي مشتق من الأصل اللاتيني للفعل Communicane بمعنى يذيع أو يشيع^(٣).

(١) محمد علي العويني: «الإعلام السياسي العربي المعاصر»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، عام ٨٥، ص ٢٥.

(٢) عبد العزيز شرف: «المدخل إلى وسائل الإعلام دار الكتاب المصري» - بيروت ١٩٨٩، الطبعة الثانية، ص ٧٢.

(٣) إبراهيم إمام: «الإعلام والاتصال بالجمهير»، مكتبة الأنجلو المصرية - القاهرة ٧٥، ص ٧٣.

بينما الجمع اتصالات يقصد به الرسائل التكنولوجية المستخدمة لتنفيذ عملية الاتصال؛ فالفرد في رأيه يعني ما يسميه بالعمليات الأولية، أي السلوك الشعوري واللاشعوري الذي يقوم به الاتصال وعنده العمليات الأربع... وهي: «اللغة والإيحاء بأوسع المعاني - الكلمة - تقليد السلوك الظاهري للآخرين» وعلينا أن نتبع مقولة الفيلسوف الفرنسي «فولتير» عندما قال: قبل أن أناقش أي شيء معك عليك أن تحدد ألفاظك.

عملية الاتصال بال جماهير:

يعد نموذج شرام (Schram) من أشهر النماذج التي تصور عملية الاتصال بال جماهير، وهناك خمسة عناصر أساسية هي: المصدر المباشر أو المرسل، والثاني هو صياغة الفكرة في رموز معينة، والثالث تفسير هذه الرموز وفهمها.... وعلى هذا الأساس يأتي العنصر الرابع وهو استجابة المستقبل، أما الخامس فيتمثل في الردود أو الأصداء الراجعة من المستقبل إلى المرسل^(١).

وسائل الإعلام وقدرة التأثير السياسي:

تقوم بدور حارس البوابة الناقل للأفكار والقضايا ذات الصلة الشرعية؛ فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة، وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعوق مسيرة التنمية الأساسية؛ فوسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية أو مرآة للأحداث والصراعات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي، وبدون وجود وسائل الإعلام واتصالها بال جماهير، لا يستطيع أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية^(٢)، وقد جاءت الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام كما حددها جانوتس Ganowitz على أنها: إضفاء صفة الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد مفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي^(٣)، أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق، واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، فالإعلام أصبح وظيفة سياسية إقناعية بالدرجة الأولى. وقد أكد ماكومبس ويفير في دراسة قاما بها عام ١٩٧٣ أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الإعلام.

(١) المرجع السابق ذكره، ص ٧١.

(٢) عزيز عبده، مرجع سبق ذكره، ص ٧٢.

(٣) المرجع السابق، ص ٧٣.

أنواع وسائل الإعلام:

اختلفت وسائل الإعلام منذ عرفها الإنسان؛ فظهرت الوسائل المقروءة البدائية منذ اختراع يوحنا جوتنبرج المطبعة في القرن الخامس عشر الميلادي، إلى أن تطورت هذه الوسائل، والتي أدت في النهاية إلى الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي، ممثلة في الصحف والراديو والتلفزيون والسينما والإنترنت^(١).

يرى «سي راو» أن وسائل الإعلام عامل ميسر للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية، وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تنقلها وسائل الإعلام تزيد مجالات المعرفة، وبهذا يزداد الفهم والإجماع اللازمان لمجتمع أكثر عصرية.

أ - وسائل الإعلام المطبوعة «المقروءة»:

١ - تطلق صفة المطبوعة على تلك الوسائل التي تستخدم آلات الطباعة، ويجب أن يكون جمهور هذه الوسائل من المتعلمين أو من المتخصصين في المجالات المختلفة التي تقدمها تلك الوسائل.

٢ - تضم هذه الوسائل الصحف الدورية التي يمتد مفهومها ليشمل الجرائد والمجلات التي توزع داخليًا وخارجيًا، والكتاب الذي يضم عددًا من الصفحات المطبوعة داخل غلاف في موضوع واحد، والكتيبات والنشرات الدورية وغير الدورية واللافتات المطبوعة.

٣ - في نهاية القرن التاسع عشر، أصبح واضحًا لرواد علم الاجتماع في ذلك الحين أن وسائل الإعلام المطبوعة كالصحف والكتب والمجلات، وكلها واسعة الانتشار في المجتمع، تقوم بإحداث تغييرات مهمة في الأحوال والظروف الإنسانية^(٢).

ب - وسائل الإعلام المسموعة (الراديو):

يتميز الراديو باتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعي وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير داخليًا وخارجيًا، خاصة في الدول التي تعاني من أزمات

(١) سوزان القليني: «وسائل الإعلام النشأة والتطور»، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٣، ص ٨.

(٢) ملفين ل. ديلفيديو ساند رابول - روكيشن: «نظريات وسائل الإعلام» ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، القاهرة ١٩٩٢، ص ٥٦.

اقتصادية، ويحظى الراديو بمصداقية عالية جدًا لدى جمهوره وخاصة في الدول النامية حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية^(١).

ج - وسائل الإعلام المرئية:

١ - التلفزيون:

يجمع التلفزيون بين الصوت والصورة والحركة والألوان، مما يجعله أكثر جاذبية واستحواذ على انتباه واهتمام المشاهد بطريقة أفضل من غيره من الوسائل الجماهيرية المختلفة، وقد استطاع التلفزيون أن يحول العالم إلى قرية صغيرة تتصل وتتعامل مع بعضها البعض.

٢ - السينما:

صناعة أكثر تكلفة من صناعة التلفزيون، حيث إن صناعة فيلم سينمائي تزيد عشرات المرات عن إنتاج فيلم أو برنامج تلفزيوني، كما أن السينما تتطلب من المشاهد تحمل عناء الانتقال إليها على عكس التلفزيون الذي ينتقل بإمكانياته وبرامجه إلى المشاهد في المنزل، وتنقسم لأفلام سينمائية وروائية وتسجيلية وأفلام الرسوم المتحركة.

٣ - الحاسب الآلي والصحافة الإلكترونية:

صنع عام ١٩٤٦ ويستخدمه الإعلاميون اليوم، مما يجعلهم على صلة بكل أنحاء العالم، وبدأ تسويقه عام ١٩٧٥^(٢). وأضيف إليها كارت معدني "Modem" مما أتاح للمستخدم إمكانية الحصول على كميات هائلة من المعلومات داخل حاسبه الشخصي.

٤ - شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت - NET):

هي وسيلة تواصل إلكترونيًا بين أي شبكة معلومات وأخرى في العالم^(٣)، وتستطيع أي جهة في أي دولة في العالم بث ما تشاء من معلومات مكتوبة أو منطوقة، أو مصورة عن طريق شبكة الإنترنت.

(١) سوزان القليني، وسائل الاعلام النشأة والتطور، مرجع سبق ذكره، ص ٧٩ - ٨٠.

(٢) فاروق أبو زيد: «انهيار النظام الإعلامي الدولي»، مطابع الأخبار، القاهرة، ١٩٩١م، ص ١٠.

(٣) المرجع السابق، ص ٣٩.

أسس الإعلام^(١):

هناك العديد من الأسس التي تجعل الإعلام مميزاً ومنها أنه:

(١) سريع: يجب أن يكون قادراً على نقل الموضوعات والأحداث في أسرع وقت ممكن.

(٢) منظم: في استقبال المعلومات، وفي جمعها، وفي بثها إذاعياً، أو عرضها تليفزيونياً؛ أما على المستوى الصحفي؛ فالعملية التنظيمية تتولى جمعها وصياغتها بعد التأكد من صدق مصدرها وصحتها، ومن ثم توزيعها على الأبواب المتخصصة في إطار العملية التحريرية^(٢).

(٣) مكثف: من خلال الحملات الإعلامية المتعددة في آن واحد بما يحقق ويكفل توجيه الرأي العام.

(٤) شامل ومشارك:

لم يعد الإعلام مجرد ثقل سياسي، بل إنه يشمل جوانب الحياة كلها من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ودينية وأدبية، ومشارك بمعنى أنه يتوجه لكافة القطاعات، أو الشرائح الجماهيرية، سواء أكان القارئ، أو المشاهد، أو المستمع عادياً، أو ذا ثقافة.

وترى الباحثة أن من أهم خصائصه أيضاً أن يكون موقوفاً أي في نفس زمن الحدث وطبقاً لتطور الأحداث، وموضوعياً يتسم بالشفافية والمصداقية دون التدخل من أي طرف خارجي خاصة في ظل التطور الهائل والسريع والمتلاحق لوسائل الاتصال.

ب - ومن حيث نتائجه:

لقد وصلت نتائج الإعلام إلى مستوى من الخطورة يتجسد في قدرته على تغيير المواقف وتكثيف الرأي العام وتحويل الاتجاهات، كل هذا يجعل الإعلام سلاحاً خطيراً، سلماً وإيجاباً فيجب أن يكون:

- إعلامياً: أي ناقلاً للمعلومات من طرف إلى آخر.

- فعالاً ومحركاً: أن يكون محركاً للرأي العام.

(١) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ٥٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٣.

- جماهيرياً: نظراً لاتساع الدور الذي يؤديه على صعيد الرأي العام والوطن الواحد أو العالم كله.

- عنصر تقريب وتوجيه: يقرب بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات.

شروط الإعلام الناجح:

حتى يؤدي الإعلام دوره على أكمل وجه يجب أن تتوفر فيه الشروط الآتية:

أ- أن يكون محايداً وموضوعياً بعيداً عن التحيز والأهواء دون التأثير بشخصية القارئ عليه، وأن ينتهج التبسيط والشرح والتوضيح للوقائع والحقائق.

ب- ألا يكون خاضعاً لأي ضغوط في تمويله وإصداره حتى لا يؤثر ذلك على مضمون رسائله. كأن تكون الصحيفة مثلاً تابعة لهيئة ما أو جهاز له اتجاهات خاصة وسياسات غير معلنة.

ج- أن يتسم بالصدق والدقة والصراحة، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى^(١).

د - أن تقدم الرسالة الإعلامية في إطار من البساطة والوضوح والبعد عن الغموض والتعقيد تجنباً لتشويش عقلية الجمهور أو بلبلة أفكارهم.

هـ- إن الجمهور والرأي العام يتأثران به تأثراً إيجابياً كرجع الصدى للرسالة الإعلامية المنوطة باهتمام إحدى وسائل الإعلام تجاه قضية ما في فترة زمنية معينة^(٢).

و- الوقوف في وجه احتمالات اللبس، أو سوء الفهم لدى الأفراد، وذلك عن طريق تقديم المعلومات الصادقة الواقعية التي تعالج شئونهم وأحوالهم.

ز- التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، أي أنه أداة للتخاطب الجيد الذي يناسب المستويات العقلية على اختلافها، وذلك بالتعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.

(١) عزيزة عبده: «الإعلام السياسي والرأي العام»، مرجع سبق ذكره، ص ٥٨.

(٢) عبد اللطيف حمزة: «الإعلام تاريخه ومذاهبه»، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٨، ص ٢٣.

وسائل الاتصال وتكوين الرأي العام:

يقع على عاتقها مهمة العرض والشرح والتفسير والتوجيه لكافة المجريات والقضايا والأزمات المحلية أو العالمية.

وترى الباحثة:

أن تكوين عملية الرأي العام عملية اجتماعية في الأساس يتجه فيها الأفراد إلى من يثقون فيهم من قادة الرأي، ويعتمدون في الأساس على وسائل الاتصال الجماهيري وإمدادهم بالمعرفة والمعلومات في شتى المجالات، حيث أصبح من أهم الأدوار المنوطة بالإعلام هي: خلق رأي عام تجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية.

تعريف الرأي العام:

يرى شابلن Chaplin في قاموسه Dictionary of Psychology بأنه: «ذلك المنحنى العام لرأي أو اتجاه الغالبية العظمى من الأفراد نحو قضية معينة أو مجموعة من القضايا». بينما يذهب Drever بأنه: «الإجماع العام للرأي في مجتمع معين تجاه أمور اجتماعية أو أخلاقية أو سياسية»، كما شرحه هاريمان ١٩٧٥ بأنه: «الرؤى أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الأفراد، ويمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأي العام باستخدام عينات مماثلة»، ويفرق قاموس English & English بين الرأي والرأي العام فيذهب إلى أن الرأي: هو الذي يعتنقه الشخص بلا انفعالات أو رغبات، والذي يكون على استعداد لتغييره أو إعادة تقييمه مرة أخرى، ويتأثر الرأي بالدوافع أو الرغبات، وعلى الرغم من ذلك فإن الرأي يكون وليد تصور خاص أو هوى شخصي.

أما الرأي العام فهو: تلك المحصلة التي تجمع ما بين الاتجاه والعاطفة، والحكم الذي تعتنقه جماعة اجتماعية كبيرة أو جمهور عام^(١).

الرأي العام:

«هو الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الداعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساساً مباشراً»^(٢).

(١) ناهد رمزي: «الرأي العام وسيكولوجيا السياسة» مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، القاهرة، ص ٩١.

(٢) مختار التهامي: «الرأي العام والحرب النفسية»، دار المعارف، الجزء الأول، القاهرة، ص ١٧، ص ٣٦.

فلقد أصبح وجود الرأي العام والرأي العام العالمي حقيقة ملموسة، ولن تضار هذه الحقيقة بمحاولة بعض الكتاب أو السياسيين إنكارها أو تجاهلها، ومع ذلك يجب ألا نمنع في التفاؤل فتغاضي عن الدور الخطير الذي تقوم به أجهزة الإعلام الاستعمارية لتشويه الرأي العام العالمي أو تضليله.

وترى الباحثة:

أن أجهزة الإعلام قد تاهت في غيبة الإعلام العربي الرشيد لتشويه حقيقة الصراع العربي - الصهيوني مستغلة في ذلك جنوح الرأي العام العالمي للسلام ونفوره من التهديد باستخدام القوة. كما تؤكد على أهمية معرفة مقومات الرأي العام من خلال اختيار شخصيات معينة ومعرفة آرائهم بما يطلق عليه: Self Located Orientation Public Opinions Slop.

أقسام الرأي العام كما قسمها د. عبد اللطيف حمزة ثلاثة أنواع:

رأي عام مسيطر: وهو رأي القادة والزعماء والحكومات.

رأي عام مستنير: وهو رأي الطبقة المثقفة من الجمهور.

رأي عام منقاد: وهو رأي التابعين بغير تفكير أو إرادة^(١).

وترى الباحثة: أننا يجب أن نسعى من خلال وسائل الإعلام المختلفة لتكوين رأي عام مستنير قادر على قيادة المجتمع، ومن ثم تأخذ على عاتقها مسئولية التفكير بعد الإدراك، ومن ثم إدارة الحوار والنقاش والجدل الفكري.

* * *

(١) عزيزة عبده: مرجع سبق ذكره، ص ١٣٦.

المبحث الثاني

العمليات النفسية وتأثيرها على الإعلام

العمليات النفسية بشكلها الراهن تمثل ظاهرة من ظواهر القرن الواحد والعشرين، إلا أن القراءة العلمية لمفهومها وتاريخ تطورها تؤكد على أن جذورها قد ضربت في أعماق التاريخ، حيث شهدت استخدام وتوظيف العديد من أساليب ووسائل مختلفة ومتباينة من طرق العمليات النفسية لتحقيق أهدافها، وتعددت المصطلحات والمرادفات للعمليات النفسية عبر التاريخ الحديث، وكان من أبرزها: حرب الأعصاب - حرب المعنويات، أو الحرب المعنوية، أو حروب الأفكار أو حرب القرائح - حرب الإرادات - حرب الدعاية - حرب الدهاء - الحرب الباردة - حرب الإشاعات - الحرب السياسية.

وترى الباحثة: أن العمليات النفسية تهدف في الأساس إلى دعم وتعديل وتغيير اتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع قبل إضعاف روحهم المعنوية والتأثير في درجة تماسكهم وإنزال الرعب والهلع بهم وإجبارهم على قبول الواقع المفروض عليهم.

نشأة وتطور العمليات النفسية:

مرت العمليات النفسية منذ بدء الخليقة بثلاث مراحل^(١):

أ - مرحلة مزاولة العمليات النفسية دون علم أو دراية:

حيث يلتزم الفرد بلا شعور منه بطاعة قانون طبيعي له جذوره في أعماق النفس البشرية، وهذا القانون يفرض على الإنسان أن يسعى للتأثير في آراء واتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع الذي يعيش فيه، وذلك باستخدام وسائل وأساليب غير نمطية أو غير مألوفة من خلال القريين منهم لإجبارهم، أو التأثير على معنويات الخصم لإثارة فزعه وإرهابه، وقد برز ذلك من خلال (السباب - الشتائم - صيحات القتال - أعمال السحر) وكانت وسائل الاتصال والإعلام خلال هذه المرحلة مقتصرة على استخدام

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية - مركز الشؤون النفسية بالقوات المسلحة، إدارة المطبوعات والنشر ٢٠٠٥، القاهرة، ص ٥.

(الطبول - النسيان - الدخان - النقوش - الأعلام أو البيارق - الرسوم) بينما تركزت أساليب العمل النفسي في نشر (الخرافات - الأساطير - التخويف - التخريب - التهديد).

ب- مرحلة شن العمليات النفسية بناء على خطة فردية (المرحلة الانفرادية)^(١):

هي المرحلة التي حاول فيها بعض القادة العسكريون ممن يتمتعون بالسمات القيادية والكاريزما العالية التأثير على الروح المعنوية للخصم أثناء القتال، وقد ذخرت كتب التاريخ بالعديد من الأسماء وأعمال القادة البارزين من أهمهم الأنبياء والرسل وكذلك القادة (محمد ﷺ - جنكيز خان - هانيبال - نابليون....) والتي امتدت إلى بداية الحرب العالمية الأولى، حيث تحولت الأساليب والوسائل العرضية إلى أساليب ورسائل عسكرية مدروسة، من أبرزها حملات الترغيب والتخويف والتهديد والسخرية، كما توسعت الدول المتصارعة في استخدام (المنشورات - الإذاعة - الموسيقى - الصحافة).

ج- مرحلة شن العمليات النفسية المخططة:

مع قيام الثورة البلشفية عام ١٩١٧ بدأت مرحلة تطوير العمليات النفسية المخططة باستغلال الدعاية كأداة رئيسية وفعالة في تطبيق الماركسية ونشر الشيوعية في العالم، وبقيام الحرب العالمية الثانية تطورت العمليات النفسية تطوراً كبيراً في جميع مجالاتها: من حيث المستوى، والوسيلة، وأسلوب التطبيق. كما ظهرت وسائل قتال نفسية حديثة زادت من فاعليتها مما أعطاها بعداً مهماً من أبعاد الحرب الشاملة، حيث لا يقتصر نطاق التعامل به على العلاقات الفردية فحسب بل تعداها إلى مجال العلاقات الدولية، وبذلك اعتبر العمل النفسي إحدى الركائز الرئيسية في إستراتيجية الدول لتحقيق غاياتها وأهدافها القومية.

التطور التاريخي للعمليات النفسية^(٢):

تشير الأدلة والشواهد التاريخية إلى أن قدماء المصريين الفرعنة والإغريق اليونانيين استخدموا مبادئ الحرب النفسية ضد خصومهم بهدف إدخال الرعب والخوف في

(١) المرجع السابق، ص ٦.

(٢) عماد عبد الرحيم الزغول، علم النفس العسكري، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣، ص ١٥٨.

قلوبهم، وإضعاف الروح المعنوية لديهم، وخلق حالة من الفوضى والإرباك وعدم الثقة في خصومهم، كما استخدم قدماء اليونانيين أساليب التشهير السياسي والسب والشتم ضد أعدائهم كأحد أدوات الحرب النفسية.

ويقال: «إن أحد القادة العسكريين القدماء لجأ إلى أسلوب الحيلة والمكر والدهاء وتمثل في خلق حالة من الفوضى والاضطراب في صفوف قوات العدو من خلال إطفاء الأنوار على نحو مفاجئ ودق الطبول بقوة، مما يتيح من هذا الإجراء اعتقاد أفراد العدو بأن هناك هجوما قد وقع بالفعل وأدى بهم إلى قتال بعضهم بعضاً».

«ويذكر المؤرخ الصيني (سون تزو) أن الصينيين القدماء استخدموا مبادئ الحرب النفسية، مثل: السحر، والعرافين العسكريين، والدعاية، والإشاعة في معاركهم ضد أعدائهم».

«كما استخدم الرسول ﷺ الجانب النفسي في رفع الروح المعنوية وتعزيزها لدى أولئك النفر القليل الذين آمنوا برسالته، وحثهم على الصبر والتحمل مستغلا الدوافع الإنسانية من خلال وصف ما أعد الله لهم في الآخرة من جنات النعيم».

تعريف الحرب النفسية والعمليات النفسية:

أولاً: الحرب النفسية^(١): استخدام أي وسيلة بهدف التأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة، ويرتكز على نقطتين رئيسيتين هما:

أ - اقتصار العمل النفسي على الروح المعنوية، وهي جزء من العمل النفسي الشامل للتأثير على أفكار واتجاهات وسلوكيات الفرد عن قناعة لرفع الروح المعنوية لوقت محدد دون أن تكون هناك قناعة بالدوافع والمؤثرات.

ب- ترتبط بغرض عسكري محدد، أي لا يبين استخدامها إلا وقت الصراع المسلح وضد العدو فقط.

الحرب النفسية هي فن استخدام جميع الوسائل والإجراءات الدعائية أو غير الدعائية المتاحة من قبل طرف معين للتأثير في معنويات طرف آخر، ويتمثل ذلك في التأثير في

(١) المرجع السابق، ص ١٥٦.

إرادته واتجاهاته ومعتقداته وعواطفه وأساليب تفكيره وأنماطه السلوكية المتعددة.

ويمكن اعتبارها إلى حد ما إقناعا بالعنف، إذ لو قام الأمريكيان بقصف جوي بالنابالم وأحرقوا مدينة يابانية، فالإحراق يهدف إلى إجبار اليابانيين على عدم مواصلة الحرب نتيجة لحرمانهم من الوسائل المادية للحرب وإيذائهم لغرض التسليم.

يذكر أن المفكر العسكري الأمريكي الشهير لينار برجر أول من استخدم اصطلاح الحرب النفسية بصورة صريحة وواضحة في عام ٥٤، ومن يومها تلقفه العالم وأصبح من المصطلحات المهمة التي استحدثت على نطاق واسع» وعرفها بأنها: «استخدام الدعاية ضد العدو مع اتخاذ إجراءات عملية أخرى ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو سياسية»^(١).

الحرب النفسية تتوخى إحداث تغيير في السلوك العام للعدو بطريقة تناسب وأهداف مستخدميه مستعملة وسائل يتجاوز تأثيرها النفسي التأثير الجماعي، ويمكن لهذه الوسائل أن تتضمن أدوات عسكرية معروفة مثل الغارات الجوية والقصف المدفعي أيضا فضلا عن إثارة الفوضى والتخريب.

تعرف دائرة المعارف البريطانية الحرب النفسية بأنها: «استخدام الدعاية التي تساندها إجراءات عسكرية أو سياسية أو اقتصادية ضد العدو بهدف إضعاف روحه المعنوية، وتحطيم إرادة القتال والمقاومة لديه، وفي بعض الأحيان لاستدراجه لاتخاذ مواقف تناسبنا»^(٢).

وترى الباحثة: أن الحرب النفسية عرفت منذ عقود طويلة وتطورت تطورا كبيرا في زمن العولمة «وتعد من أهم وأخطر الوسائل التي يستخدمها الأطراف المتحاربة لتحطيم معنويات الخصوم، وتدمير معتقداتهم، وإضعاف قوتهم، والنيل من إيمانهم بقادتهم وعقائدهم الراسخة.... وتعتبر من أشد الأسلحة فتكًا وتدميرًا».

(١) عمرو يوسف: «الحرب النفسية وأثرها على السلم والحرب» - المركز العربي للنشر بالإسكندرية، ص ٢٠.

(٢) سبأ عبد الله باهيري: قراءات واجتهادات في الحرب النفسية، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الطبعة الأولى ١٤٢٢، ص ٣١.

ثانيًا: العمليات النفسية^(١)؛

هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للطرق والوسائل والأساليب النفسية التي توجد أو تشن ضد الدول المعادية أو الحليفة أو الصديقة والمحايدة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق أهداف الدولة أو الدول المستخدمة، وهنا يتضح شمولية التعريف، حيث يحدد مفهومه أن:

أ- التخطيط لا يقتصر على مستوى أجهزة الدولة فقط؛ بل قد يشمل مجموعة الدول الحليفة / الصديقة.

ب- هذه العمليات تقوم على قاعدة سيكولوجية تستهدف السيطرة على أفكار واتجاهات وسلوكيات الأفراد والجماعات، من خلال التأثير على دوافعها وانفعالاتها.

ج- تعدد طرق ووسائل وأساليب العمل النفسي المستخدمة في التخطيط وعدم اقتصرها على طريقة أو أسلوب واحد.

د- استمراريتها قبل وأثناء وبعد مرحلة الصراع المسلح سلمًا وحربًا.

هـ- توجه إلى / تشن على الجماعات والدول (الحليفة - الصديقة - المحايدة - المعادية).

و- تتضمن العمليات النفسية عددًا من الحملات النفسية (إعلامية - دعائية - دعائية مضادة - إعلانية).

* * *

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية: مرجع سبق ذكره، ص ٧.

الفرق بين العمليات النفسية والحرب النفسية^(١) :

م	وجه المقارنة	العمليات النفسية	الحرب النفسية
أ	الهدف الموجه إليه	الأفراد والجماعات المعادية - الحليفة - الصديقة - المحايدة.	أفراد وجماعات الدول المعادية فقط (قوات مسلحة - شعب).
ب	الهدف النفسي	هو التأثير والتغيير في آراء وانفعالات وسلوك الأفراد والجماعات (سياسية - اقتصادية - عسكرية) لإقناعها بوجهة نظر المخطط وفرض الإرادة عليه.	تخطم القوى المعنوية وخفض الكفاءة القتالية للقوات المسلحة وأفراد الشعب المعادي.
ج	التوقيت والاستمرارية	ليس لها توقيتاً محدداً لاستخدامها ولها صفة الاستمرارية سواء وقت السلم أو وقت التوتر والحرب وما بعدها (عدم اقتصارها على وقت معين).	يقتصر استخدامها على التوتر ونشوب الصراع المسلح، وعادة ما تنتهي بانتهاء الصراع المسلح وهو المستوى الميداني.
د	الطرق والوسائل المستخدمة	تستخدم كافة طرق ووسائل وأساليب العمل النفسي بما فيها طرق ووسائل الحرب النفسية.	تستخدم كافة الطرق والوسائل والأساليب ذات الصفة المعادية.
هـ	مستوى الاستخدام	على كافة المستويات (الإستراتيجي التبعوي - التكتيكي والتعزيزي).	يبرز استخدامها على المستوى التبعوي والتكتيكي.

مما سبق يتضح لنا شمولية مصطلح العمليات النفسية بحيث يمكن اعتبار مصطلح الحرب النفسية جزءاً من مشتملات العمليات النفسية على المستوى التبعوي والتكتيكي أثناء الصراع المسلح.

وتؤكد الباحثة: على أن مفهوم العمليات النفسية يختلف تماماً عن مفهوم الحرب

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٨.

النفسية، حيث إنها توجه للصديق قبل العدو، وتهدف لإضعاف الروح المعنوية وبث اليأس والقنوط والخضوع والاستسلام.

الخصائص الرئيسية للعمليات النفسية^(١) :

أ - أحد الأسلحة الفعالة التي تسير جنباً إلى جنب مع الحرب الميكانيكية الميدانية أو قبلها أو بعدها؛ فهي إحدى العناصر المهمة في الحرب الشاملة وتسهم إلى حد كبير في تحقيق أهدافها.

ب - لا تقتصر العمليات النفسية على أوقات الحرب، وإنما تستخدم أيضًا في أوقات السلم، وذلك كما كان سائداً إبان الحرب الباردة بين المعسكر الشيوعي والرأسمالي.

ج - لا تلتزم بقوانين أو أعراف دولية أو دينية أو مبادئ الرقابة المتفق عليها دوليًا، كما هو الحال في الحروب العسكرية التقليدية.

د - تتباين أهدافها حسب الغرض منها وبشكل عام تسعى إلى إضعاف معنويات طرف معين وزعزعة ثقته بنفسه وشل إرادته من أجل فرض إرادة معينة عليه.

هـ - تستخدم جميع الوسائل والإجراءات الدعائية وغير الدعائية المتاحة، مثل: (استعراض القوة - التهديد - الإشاعات - تجسيم الأحداث - الفكاهة والنكات - الخداع والتضليل - الأخبار - الإغراءات - الإذاعة والتلفزيون - مكبرات الصوت - المجلات - الأفلام السينمائية - المنشورات والملصقات - حملات الهمس - التستر وراء الدين والقيم الإنسانية).

و - ترتبط بأنواع أخرى من الحروب مثل الحروب الاقتصادية والسياسية والكيميائية والجراثومية والدبلوماسية غير محددة المصادر؛ فالعديد منها غير معروف أو محدد وقد يكون داخل المجتمع أو خارجه.

ز - تستهدف الجانب النفسي والمعنوي للأفراد للتأثير في اتجاهاتهم وأفكارهم ومعتقداتهم وأساليب تفكيرهم.

ح - تستهدف المدنيين والعسكريين على السواء أي أنها تستهدف الجبهة الداخلية والخارجية للمجتمع.

ط - سريعة التسلل إلى أفكار ووجدان الأفراد دون الوعي إلى الأهداف الكامنة وراءها.

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٥٧.

ك- أكثر دوامًا واستمرارية؛ فهي لا ترتبط بزمن محدد وقد تستمر أثناء الحرب والسلام معا.

أهداف العمليات النفسية^(١) :

تتلخص في بث اليأس والقنوط والرغبة في الاستسلام والكف عن الصراع في نفوس قوات العدو وذلك عن طريق التهويل من إمكانياتهم. ويمكن تقسيمها لثلاثة أهداف رئيسية^(٢):

أ - أهداف سياسية:

ترتبط العمليات النفسية ارتباطًا وثيقًا بسياسات الدولة التخصصية والأهداف والغايات القومية أي تهدف إلى تحقيق أهداف (خلق الانفعالات - الاتجاهات - السلوك) سياسية مختلفة؛ سواء من حيث التخصص (سياسية - اقتصادية - عسكرية... إلخ)، أو من حيث البعد الزمني (أهداف سياسية بعيدة - منظورة - قريبة) إقناع الرأي العام العالمي / الإقليمي / المحلي، بحدث معين، وكذلك عزل العدو عن أصدقائه / حلفائه وكسب التأييد من جانب الحلفاء والأصدقاء.

ب- أهداف داخلية (اجتماعية): توجه أساسا إلى الجبهة الداخلية للعدو وتهدف إلى:

(١) إثارة الفتن والنعرات القبلية والعرفية والنزاعات الطائفية بالمجتمع الداخلي للدولة الهدف.

(٢) العمل على زعزعة ثقة الأفراد والجماعات في نظام الحكم وإثارة الفرقة وافتعال الأزمات بينهم.

(٣) محاولة النيل من ثقة الشعب في قواته المسلحة.

(٤) العمل على إفقاد الشعب الثقة في نظامه الاقتصادي والاجتماعي (الأيديولوجي).

ج- أهداف عسكرية:

تتركز في التعبئة النفسية للقوات المسلحة والشعب، من خلال:

(١) معتز سيد عبد الله: «الحرب النفسية والشائعات» دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ٩٧، ص ١١.

(٢) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٠.

(١) زيادة الاستعداد النفسي لكل من أفراد الشعب والقوات المسلحة، حيث تبدأ قبل وخلال وبعد مرحلة الصراع المسلح لزيادة الثقة وغرس الروح العسكرية لدى أفراد الشعب.

(٢) المحافظة على الروح المعنوية لكل أفراد القوات المسلحة أثناء فترة الصراع المسلح.

د - قهر الدوافع النفسية السلبية لأفراد القوات المسلحة (الصديقة)^(١):

الدوافع المختلفة (اجتماعية - اقتصادية) خاصة الدوافع النفسية (خوف - تعب - دعر - قلق)، تتوالد في أفراد القوات المسلحة نتيجة لتعرضهم للظروف القاسية والتهديد بالموت وأنواع الحرمان النفسي والجنسي مما يستلزم:

(١) التقليل من التأثير الناتج عن تلك الدوافع بتعريف أفراد القوات المسلحة الهدف من القتال وشرعية وعدالة قضية الصراع.

(٢) الإلمام بخصائص وأسلحة العدو وأساليب قتاله المنتظر مواجهتها في ميدان القتال.

(٣) استغلال الوقت بالعمل الجاد، وبالتالي محاربة الخوف والملل.

(٤) اتباع جميع الوسائل التي تؤدي إلى رفع الروح المعنوية مع التأكيد على انتظام (الشئون الإدارية - إخلاء الجرحى والرعاية الطبية - الأجازات).

(٥) العمل على زيادة ثقة الأفراد بقيادتهم وأسلحتهم فضلاً عن الاهتمام بالطب النفسي وتواجد وحداته المتخصصة في الميدان.

هـ- التأثير على دوافع واتجاهات وانفعالات وسلوكيات الأفراد والجماعات المعادية بما يخدم أغراض وأهداف الدول المخططة وتركز في:

(١) تجسيم مشاعر القلق النفسي من ويلات ونتائج الحرب بين فئات المجتمع للتأثير على العلاقة التي تربط بين أفراد وفئاته بنظام الحكم فيه.

(٢) تجسيم التناقضات والخلافات بين الفئات المختلفة في القوات المسلحة المعادية.

(١) المرجع السابق، ص ١١.

أمريكا وإسرائيل والعمليات النفسية :

لقد استخدمت إسرائيل العمليات النفسية على نحو منظم في صراعها مع العالم العربي وابتدعت أساليب الدعاية وحملات التضليل وتزوير الحقائق والتمادي في العنف والإرهاب واختلاق الأزمات والنزاعات وتشويه صورة الشخصية العربية، وكانت تهدف من وراء ذلك تضليل الرأي العام وكسب التأييد العالمي والتعاطف مع إسرائيل بالإضافة إلى خلق حالات من الرعب واليأس والهلع في الصف العربي والعمل على تعزيز عوامل التفرقة بين أجزاء العالم العربي وفرض سياسة الأمر الواقع عليه.

«إسرائيل في أيامنا الحالية تستخدم الحرب النفسية ضد الانتفاضة الفلسطينية خاصة والشعب العربي عامة باللجوء إلى العنف والإرهاب والتدمير وسياسة هدم المنازل والاعتقالات والإبعاد وحملات التشهير والتزوير بهدف خلق حالة من الإرهاب والإعياء النفسي وعدم الثقة بجدوى المقاومة»^(١).

وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١ التي نتج عنها تدمير مبنى التجارة وقتل ما يزيد عن ٣٠٠٠ شخص مما أدى إلى حدوث صدمة نفسية كبيرة رصدت لها بلايين الدولارات مستغلة في ذلك جميع وسائل الإعلام والأفكار الصناعية.

«وتشكل هذه الحملة الدعائية جزءاً من حرب نفسية شاملة تهدف إلى رفع معنويات الشعب الأمريكي وزيادة إيمانه وثقته بقدرة الولايات المتحدة الأمريكية على التصدي للإرهاب العالمي وإقناعه بعدالة التدخل العسكري الأمريكي في مختلف مناطق العالم تحت ستار مكافحة الإرهاب ونشر الديمقراطية.. كما أنها تهدف بالوقت نفسه إلى إرهاب العالم وخلق حالة من الذعر والخوف في مناطق العالم المتعددة من خلال التلويح بالتدخل باستخدام القوة العسكرية أو بقطع المساعدات الاقتصادية أو التستر بغطاء الأهداف الإنسانية النبيلة المتمثلة في مساعدة الشعوب على التحرر وتحقيق العدل والديمقراطية»^(٢).

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٠.

(٢) المرجع السابق، ص ١٦٢.

مستويات العمليات النفسية :

تنقسم لثلاثة مستويات :

أ - العمليات النفسية الإستراتيجية^(١) :

(١) تخطط وتدار على المستوى الإستراتيجي في إطار السياسة النفسية النابعة من الهدف القومي للدولة وفي تعاون مع باقي السياسات التخصصية الأخرى (الخارجية - الداخلية - العسكرية - الاقتصادية).

(٢) توجه إلى الدول الصديقة والمحايدة، وتشن ضد الدول المعادية بهدف التأثير على أفكار وآراء الأفراد بهدف تغييرها بما يحقق الأهداف القومية للدولة.

(٣) تتميز بالشمول والامتداد لأنها توجه إلى جمهور كبير^(٢).

(٤) يتم التخطيط لها على المدى البعيد، وبالتالي فإن نتائجها وتأثيرها يحتاج إلى وقت كبير، وهي تستخدم جميع طرق وسائل العمليات النفسية المتاحة على مستوى الدولة.

ولعل الحرب الإستراتيجية الصهيونية هي أبرز نموذج يمكن الإشارة إليه في هذا الصدد، وقد مارسها مئات السنين ومازالت تمارسها إلى الآن من أجل هدف أساسي هو «امتلاك فلسطين إلى الأبد» ورغم نجاح الصهيونية في تحديد هدفها وفي المحافظة عليه فإنه قد فاتها أنه يفتقد إلى العنصر الذي لا يمكن أن يتحقق له الدوام بدونه ألا وهو عنصر الحق، وقد أثبت التجارب التاريخ أن تحديد الهدف وتحقيقه بالقوة المجردة لا يكفيان لبقائه^(٣).

ب - العمليات النفسية (التعبوية - التكتيكية) :

(١) يطلق عليها العمليات النفسية الميدانية كما تعتبر حاليًا المرادف لمفهوم مصطلح الحرب النفسية، حيث تشن بواسطة تنظيمات العمليات النفسية الميدانية بإمكانياتها ووسائلها وتعاون كامل مع أجهزة وإمكانات العمليات النفسية الإستراتيجية، وتعرف على أنها الإجراءات والتدابير الواردة في خطة العمليات النفسية الإستراتيجية والتي تقوم بتنظيمات العمليات النفسية (كتائب - سرايا - أقسام) بشنها ضد تشكيلات ووحدات

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مركز الشؤون النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٢.

(٢) حميدة مهدي سمس، مرجع سبق ذكره، ص ١٣.

(٣) معتز سيد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ١٥.

العدو والمدنيين في مسرح الحرب بهدف دعم أعمال قتال القوات الصديقة والحليفة في العمليات العسكرية.

(٢) مهام العمليات النفسية التعبوية: تعتبر العمليات النفسية الميدانية سلاح فعال وشديد التأثير في العمليات العسكرية، ويساهم مساهمة كبيرة مع أعمال القتال وغيرها من أساليب الصراع في تحقيق النصر بسرعة وبأقل خسائر في الأرواح والمعدات؛ لذلك يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد وتصميم الحملات النفسية على المستويين (التعبوي / التكتيكي).

ج- العمليات النفسية التعزيزية^(١):

يقصد بها الحملات النفسية التي توجه وتشن لدعم المناطق المحررة والمحتلة، وتوجه أساسًا إلى الأهالي والسكان المحليين بهدف تسهيل تنفيذ مهام العمليات العسكرية لقواتنا وتحقيق أقصى درجة تعاون ممكنة بينهم وبين القوات العسكرية أو بالعكس في المناطق المحتلة من قبل العدو، ويجب أن تعطى المناطق المحررة والمحتلة عناية خاصة من جانب الهيئات والتنظيمات المسؤولة عن تخطيط وإدارة الحملات النفسية؛ سواء على المستوى الإستراتيجي أو الميداني.

أبرز قادة العمليات النفسية عبر التاريخ:

أ - الرسول ﷺ:

كان ﷺ يستخدم في الغزوات الثماني والعشرين التي قادها بنفسه مدرسة عسكرية متقدمة على عصره، سواء في تطبيق مبادئ الحرب الأساسية كما نعرفها اليوم، أو في مجال الحرب النفسية المساندة لهدف الحرب، ولا غرابة في ذلك؛ فقد علمه شديد القوى، فهو ﷺ خريج المدرسة العسكرية الربانية الظاهرة، ولقد مارس الرسول ﷺ مهام الحرب النفسية والدفاعية والهجومية^(٢)، فمثلا استخدم الإجراءات النفسية الدفاعية مثل: إشاعة الأمل والتفاؤل بين المسلمين، والحفاظ على روح التآخي، ومنع أسباب إثارة النعرات، والسماح بالترفيه البريء، والإكثار من الدعاء لتقوية العزائم، والتظاهر بالقوة.

(١) المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٦.

(٢) سبأ عبد الله باهيري، مرجع سبق ذكره، ص ٩٥.

ب- الخلفاء الراشدون:

استخدموا مبادئ الحرب النفسية في معاركهم وفتوحاتهم المختلفة، ومن هؤلاء القادة (خالد بن الوليد - عمرو بن العاص - سعد بن أبي وقاص - طارق بن زياد - يزيد بن أبي سفيان - صلاح الدين الأيوبي - والظاهر بيبرس) حيث استغلوا أساليب المباغلة والتعرض والمفاجأة والدعاية في معاركهم ضد الأعداء للتأثير في معنوياتهم وإضعاف الروح القتالية لديهم^(١).

ج- جنكيز خان:

القائد التتري الشهير كان يستخدم الحرب النفسية لإرهاب أعدائه. إذ كان يستقبل جواسيس أعدائه ويريهم أفضل أسلحته وأقوى جنوده وأخشنهم وأشدهم قوة وضرارة وأشجع قادته، ويبهرهم بانضباط جيشه وطاعته لقادته فيعودون لبلادهم فيصفون ما شاهدوا فيكونون سبباً في إفراغ جيوشهم وإدخال الخوف والوهن إلى قلوبهم^(٢).

د - طاغية ألمانيا وزعيم الرايخ الثالث «هتلر»:

رغم امتلاكه لأقوى جيش في العالم في ذاك الوقت كان يسلط وسائل إعلامه وإذاعاته الموجهة إلى الشعوب التي يحتل أراضيها ويواصل العمل ليل نهار على تخطيط معنوياتها...بالإضافة إلى إلقاء المنشورات من الطائرات لتؤكد الأقوال وتدعيم الحجج للاستسلام والابتعاد عن الحرب^(٣).

هـ- هو لاكو:

من أبرز من استخدم الحرب النفسية في التاريخ فقد كسب الحرب على بغداد قبل أن تبدأ، وكان ذلك بأعداد قليلة من رجاله، وقلة من العملاء أشاعوا بين الناس أساطير عن بسالة الجندي المغولي ووحشيته مما خيل لأهل العراق أنهم سيواجهون جيشاً من المردة.

و- جورباتشوف:

أول من استخدم العمليات النفسية بمعناها الحالي أواخر الثمانينات عام ٨٩، وبوش ٩٠، والأمم المتحدة ٩١، وباختصار يمكن القول بأنه مصطلح لا يحمل في طياته أي

(١) عماد عبد الرحيم الزغلول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٠.

(٢) سبأ عبد الله باهيري، مرجع سبق ذكره.

(٣) الحرب النفسية وأثرها في السلم والحرب، مرجع سبق ذكره، ص ٢٨.

جديد سوى محاولة الأمريكان لاستغلال انهيار الاتحاد السوفيتي في تعديل ميزان الصراع بينهما ، واستثمار التخلخل الحاضر في الوضع الدولي آنذاك لإضافة المزيد من معايير القوة في كنه ميزاتهم في عالم ما بعد الاتحاد السوفيتي^(١).

العلوم الأساسية التي تستند إليها العمليات النفسية^(٢) :

أ - علم النفس:

يدرس محفزات السلوك الإنساني، ويعني أيضا بوضع مناهج علمية لقياس ووصف قدرات وإمكانات واستعدادات الأفراد الكامنة في أعماقهم، وتساعد في فهم سلوك الفرد داخل الجماعة وكيفية التأثير عليه.

ب - علم الاجتماع:

يعنى بدراسة تركيب التنظيمات الاجتماعية فئاتها وطبقاتها، وخصائص الجماعات البشرية وتأثرها بالعوامل السياسية والبيئية.

ج - العلوم العسكرية:

المعرفة بأساليب خوض الحروب والإلمام بأنواع الأسلحة وتأثيراتها وخصائصها ويساعد في إعداد الحملات النفسية القادرة على التأثير في جيش العدو ومواطنيه.

د - الإعلام:

الإعلام المرئي والمسموع والإلكتروني هو عصب إدارة العمليات النفسية خصوصاً على المستوى الإستراتيجي.

هـ - علم السياسة:

نظراً لأن العمليات النفسية تهدف إلى خدمة الأهداف السياسية للدولة في وقت السلم فإنه من الضروري أن يكون القائمون على تنفيذها على دراية بأساسيات العلوم الأساسية والأعراف الدبلوماسية التي تحكم تعامل الدول بعضها مع بعض.

وترى الباحثة: أنه لإدارة العمليات النفسية فإننا نحتاج لفريق من المتخصصين في هذه العلوم جميعها ليكمل بعضهم البعض، مع ضرورة إدراك المعايير الإنسانية المسموح بها وحدود القوانين الدولية.

(١) المرجع السابق، ص ٢٨.

(٢) سبأ عبد الله الزهيري، مرجع سبق ذكره، ص ٤٥.

المبحث الثالث

طرق وأساليب العمليات النفسية

وأهم هذه الطرق ما يلي:

الإعلام - الإعلان - الدعوة - العلاقات العامة - الدعاية - الدعاية المضادة - العمل / الحركة - الخداع.

الإعلام:

هو العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي الصائب في واقعة أو حادثة معينة أو مشكلة، حيث يقوم الإعلام أساساً على:

- أ - التنوير والتثقيف مستخدماً الشرح والجدل المنطقي في عرض موضوع.
- ب - يوجه إلى المستويات المختلفة من النخبة (العلمية - المثقفة - قادة الرأي).
- ج - يخلق الإدراك والوعي لأفراد القوات المسلحة بالأحداث والتطورات الداخلية والتي تتطلب المعرفة التي تكتسب من تكوين اتجاهات إيجابية.

الإعلان^(١):

لم يعد فن الإعلان مقصوراً على الإعلان عن سلعة معينة؛ بل تعداه إلى استخدام العلوم السلوكية والتحليلات لتوليد القناعة والثقة لدى الأفراد نحو بعض الأنشطة أو القرارات، ويستخدم للتعبير عن وجهات النظر السياسية والاجتماعية والترويج للبرامج الحزبية، وكذلك خصائص وإمكانيات الأسلحة والمعدات العسكرية.

الدعوة:

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

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٢٧.

العلاقات العامة:

وظيفة إدارية تساعد على خلق وبناء ودعم الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنشأة و جماهيرها الداخلية والخارجية لمواجهة وحل المشكلات التي قد تنشأ في كافة المجالات.

الدعاية:

تعرف الدعاية على أنها الجهد المنظم لنشر الآراء والعقائد والأفكار والمبادئ من وجهة نظر المخطط بهدف التأثير في آراء وانفعالات واتجاهات وسلوك الأفراد والجماعات (الهدف المخاطب) بما يخدم هدف المخطط سواء عسكرياً أو اقتصادياً أو سياسياً، وتعتبر الدعاية الطريقة الرئيسية للعمليات النفسية بل إنها كانت تعتبر سلفاً إحدى المراتبات لمفهوم العمليات النفسية.

أ- الهدف من استخدام الدعاية^(١):

(١) التأثير في آراء وانفعالات واتجاهات لهدف، وبالتالي سلوك أفراد القوات المعادية باستخدام الرسائل المختلفة (مقروءة - مسموعة - مسموعة مرئية).

(٢) تنقسم الدعاية من حيث النوع إلى دعاية (بيضاء / صريحة - دعاية رمادية - دعاية سوداء) ولهذا فإن مخطط العمليات النفسية إلى جانب استخدامه للدعاية الصريحة خلال المراحل المختلفة للصراع المسلح (قبل - أثناء - بعد) انتهاء الحرب ، فإنه عادة ما يركز على استخدام الدعاية الرمادية والسوداء في تحقيق الآتي:

أ - نشرها ووصولها إلى أعماق ومساحات كبيرة من مسرح الحرب.

ب- سرعة الانتشار والتأثير بين أفراد وقوات الخصم.

ج - استخدام موضوعات وأساليب يصعب استخدامها في الدعاية البيضاء (كإخفاء المصدر والاتجاه - تزييف وثائق - تزوير عملة - تخريب).

(٣) عند استخدام الدعاية كإحدى الطرق المدعمة لخطة العمليات العسكرية يتم التخطيط لتصميم الحملات النفسية لتدار بالتوازي على مستويين كالآتي:

(١) المرجع السابق، ص ٢٩.

أولاً: المستوى الإستراتيجي:

ويأخذ شكل خطط، وتدار الحملات الدعائية لهذا المستوى في تزامن وتنسيق كامل مع باقي أجهزة الدولة على ثلاثة محاور؛ هي:

- حملات توجه للدول محل الاهتمام (صديقة - محايدة) للعمل على إقناع الرأي العام بها بمشروعية الحرب وكسب تأييدها مع عزل العدو عنها، وعادة ما تكون من خلال الدعاية البيضاء.

- حملات توجه للأهالي والسكان المحليين بالمناطق المحررة أو المحتلة تهدف إلى تسهيل تنفيذ مهام العمليات العسكرية لقواتنا وتحقيق أقصى درجة تعاون ممكنة بينهم وبين القوات الصديقة، وتتم من خلال الدعاية البيضاء مع إمكانية استخدام الدعاية الرمادية.

- حملات دعائية معادية تشن ضد أفراد الدول المعادية لخفض الروح المعنوية وإثارة الشك في إمكانية تحقيق قواتها أي نصر عسكري.

ثانياً: المستوى التعبوي:

الحملات الدعائية التي تشن ضد جميع أفراد القوات المعادية وفي التشكيلات والوحدات بمسرح الحرب لخفض كفاءتها القتالية وعرقلة حشد المجهود الحربي للدولة / الدول المعادية.

أنواع الدعاية^(١):

من حيث التقسيم النوعي:

(١) الدعاية الديمقراطية: هي النوع الذي يتم بين الأحزاب السياسية حيث يسعى كل حزب لاكتساب أكبر عدد ممكن من المؤيدين لسياسته ولإثارة الشك في سياسات الأحزاب الأخرى.

(٢) الدعاية الانفعالية:

هي أقوى أنواع الدعاية التي تصمم وتشن بصورة مستمرة ومتلاحقة بما لا تترك

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٠.

فرصة للتأمل أو التفكير المنطقي، وبالتالي لا تدع مجالاً للدعاية المعادية لكي تنفذ إلى فكر وعقول الأفراد، كما أنها لا تهتم بالصدق أو الواقعية أو التابع المنطقي.

وتنقسم الدعاية من حيث المصدر إلى ثلاثة أنواع؛ هي:

(١) الدعاية البيضاء (الصريحة): هي النشاط العلني الذي يعترف به المصدر إلى جانب تحمله كافة المسؤوليات المترتبة عنها مثل محطات الإذاعة (صوت العرب - صوت أمريكا - مونت كارلو) والصحافة القومية والمنشورات والنشرات التي تصدر عن الوزارات والسفارات، أو التي تبثها القوات المسلحة في قوات العدو، ومن أبرز خصائصها:

(أ) معرفة مصدره مع تحمله للمسئولية المترتبة عليها.

(ب) وضوح النية في مضمون الدعاية.

(ج) غالباً ما تتوخى الحذر والدقة في نشر المعلومات.

(د) تجنب المبالغة الجسيمة والتعالي على الهدف المخاطب.

(٢) الدعاية السوداء (السرية - المستترة)^(١):

هي النشاط السري المستتر الذي يتم التخطيط له وإدارته بواسطة أجهزة المخابرات المعادية وتعتبر أكثر طرق العمليات النفسية في المقاومة. ومن خصائصها البارزة:

(أ) عدم معرفة المصدر وقد تتخذ مصدرًا مستعارًا تعمل من خلاله.

(ب) عدم وضوح اتجاهاتها مع ظهور سوء النية في مضمونها.

(ج) تركيزها على التشهير بنظام الحكم والمسؤولين السياسيين والاقتصاديين والعسكريين.

(٣) الدعاية الرمادية: (غير محددة):

هي الدعاية التي لا تفصح عن حقيقة مصدرها أو الجهات التي تمولها أو تخطط لها وتعتمد على إبراز تضارب تصريحات القادة والمسؤولين وعادة ما تبطن بسوء النية وتتميز بالآتي:

(أ) يستمر تأثيرها لفترة طويلة حيث يصعب مقاومتها.

(ب) تعتمد على إظهار تضارب تصريحات القادة والمسؤولين.

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.

(ج) تظهر على أنها نصيحة من مصدر وطني.

(د) تنتشر بوسائل الاتصال السرية (إذاعات - صحف - نشرات - منشورات).

الدعاية المضادة:

أ - هي الحملات النفسية التي تقوم أجهزة العمليات النفسية بتنظيمها وإدارتها لصالح الأهداف المخاطبة (الصدقية - المحايدة - المعادية) بهدف مقاومة والحد من نتائج الحملات النفسية المعادية، ويتم بناؤها وتصميمها على ضوء الدراسة التحليلية للحملات النفسية المعادية حيث يتم من خلال هذه الدراسات تحديد الآتي:

(١) الأهداف المخاطبة.

(٢) الأهداف والمشاعر النفسية للهدف / الأهداف المخاطبة.

(٣) مؤشرات نتائج هذه الحملات.

(٤) المقترحات والتوصيات بتحديد أنسب الطرق والأساليب للرد على مثل هذه

الحملات ووسائل نشرها.

تري الباحثة: أن أمريكا وحليفها الإستراتيجي إسرائيل من أهم الدول التي استخدمت العمليات النفسية قبل وأثناء وبعد صراعها المسلح مع أي دولة في العالم.

وفي العصر الحديث شاع استخدام الحرب النفسية بشكل واسع، ويكاد يكون المحلل العسكري الإنجليزي فوللو أول من أطلق مصطلح الحرب النفسية، حيث دعى إلى إزالة المدافع عن الدبابات وتركيب الأبواق بدلا منها لنقل الدعوات والإشاعات إلى جنود الطرف المعادي بغية التأثير في معنوياتهم وحثهم على الاستسلام، هذا وقد انتشرت الحرب النفسية بشكل كبير ولاسيما أثناء الحريين العالميتين الأولى والثانية، وفيها تم استغلال أدوات متعددة مثل المنشورات، والإشاعات، ووسائل الإعلام، ووسائل القوة لإثارة حالات الرعب والانهيار العصبي والذعر الكامل لدى الأفراد.

ففي الحرب العالمية الثانية^(١)، على سبيل المثال كانت الطائرات تسقط على الجنود والمدن منشورات لخلق حالة من عدم الثقة والإيحاء بعدم الجدوى من المقاومة، ومثل هذا الإجراء تم استخدامه من قبل الأمريكان في حرب فيتنام وكوريا والهجوم على العراق..

(١) عماد عبد الرحيم الزغول، مرجع سابق ذكره، ص ١٦١.

كما أنه أثناء حرب فيتنام عمد الفيتناميون إلى نشر القمل بين الجنود الأمريكيين لخلق حالة من الانهيار العصبي وعدم القدرة على التركيز في صفوفهم.

ب- الأسس الرئيسية التي تبنى عليها الحملات الدعائية الناجحة هي^(١):

(١) التقارب والألفة:

أن تصمم بحيث تخلق جواً من الألفة والتقارب قدر الإمكان مع الهدف المخاطب وذلك بصياغتها / إلقائها باللهجة المحلية.

(٢) التكرار والملاحظة:

تكرار الرسالة واستمرارها مع تنويعها يلعب دوراً بارزاً في ترسيخ مضمونها في عقل وفكر الهدف المخاطب، كما يعمل على جعل العقل في حالة من الإجهاد المستمر مما يدفعه إلى تقبل ما يطرح عليه.

(٣) جذب الانتباه:

من خلال العمل دائماً على تطابق مضمون الدعاية مع رغبات الهدف وآماله وذلك باستغلال المواقف الحادة / الغامضة والمؤثرة في سير العمليات لخلق رد فعل لدى الهدف، بحيث إنها عادة ما تثير حب الاستطلاع وقلق الهدف ورغبته في جلاء واستيضاح الموقف.

(٤) الاقتناع بمضمون الدعاية (قابلية التصديق):

إن المواقف والأحداث الحقيقية / الثابتة تعتبر أكثر إقناعاً وتأثيراً في تغيير اتجاهات وسلوكيات الهدف المخاطب، كما أنها تعني المراقبة والتطوير المستمر لمضمون الدعاية وبما يحقق مبدأ ربط الكلمة (الرسالة) بالعمل الفعلي.

(٥) الثبات وعدم التناقض:

تعني ثبات خط الدعاية وموضوعيته، وعدم التذبذب، أو تناقض الأفكار المطروحة وبما لا يفقد الثقة والمصداقية في مضمون الدعاية.

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.

(٦) الاختيار الأمثل للهدف المخاطب:

تم عرض المراحل الرئيسية لشن العمليات النفسية أثناء إدارة الصراع المسلح ، ووجد أنه في مرحلة تجسيم مشاعر القلق تظهر مجموعة الأغلبية التي تصاب بحالة الذهول الجماعي (الحياديين) وهي التي ينجح العاملون في مجال الدعاية من تحديد العوامل والمشاعر النفسية المؤثرة عليهم ومتابعة تطورها، وبالتالي توجيه الدعاية إليهم.

(٧) البساطة:

تعني استخدام مصمم الدعاية الكلمات الدارجة / العادية والبراقة، كذلك الترتيبات اللغوية التي تثير وتخطب مشاعر الهدف وأحاسيسهم (حب الوطن - الكرامة - الحرية) مما يساعد على سرعة تحويل اتجاهات وسلوكيات الهدف المخاطب.

(٨) إثارة الشك^(١):

يركز مصمم الدعاية على كشف التناقض والشكوك والغموض في الموقف / الحدث الجاري، وذلك من خلال صياغة الرسالة بعبارات لتحطيم روح الفريق والعمل على تصعيده والتنمية الفردية والشعور بالأنانية بين أفراد العدو (الهدف المخاطب).

ج- هناك العديد من القيود التي قد تتسبب في فشل الدعاية في الحرب والتي من أبرزها الآتي:

(١) عدم توفر الكوادر المتخصصة لدراسة وتحليل الأهداف والدوافع والعوامل النفسية والتي يمكن من خلالها اختراق الهدف وإقناعه / تضليله بمضمون الدعاية.

(٢) مدى توفر وسائل إعداد وتوزيع ونشر مواد / موضوعات الدعاية (مطابع - إذاعات - مكبرات صوت - ذخائر - وسائل مبتكرة).

(٣) القيود المفروضة على الهدف / الأهداف المخاطبة (إجراءات أمنية - حظر استماع - عدم توفر أجهزة الراديو).

العمل / الحركة (العنف):

أ - هو إحدى وأكثر طرق العمليات النفسية وأكثرها خطورة وتأثيرا في الأهداف

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٦.

المخاطبة، ويعرف بأنه أحد أشكال الإجبار الفكري والاستخدام المحسوب للعنف / التهديد به لأغراض سياسية بهدف إثارة وإيقاع الاضطراب، وخلخلة التوازن النفسي، وخلق حالة من الخوف أو الرعب للهدف / الأهداف المخاطبة وإجبارها على اتخاذ سلوك محدد (غير مقبول من الهدف المخاطب) يحقق هدف المخطط (فرض إرادة).

ب - يعتبر من أبرز الطرق المستخدمة في هذا المجال^(١):

(١) الإرهاب: يلجأ مخططو العمليات النفسية إلى استخدام الإرهاب بكافة أساليبه / طرقه لدعم خطط العمليات العسكرية؛ وذلك بهدف إثارة أو إيقاع الاضطراب والخلخلة بإلقاء الرعب في صفوف العدو، ويتضمن هدفين: هدف نفسي: بإثارة دوافع القلق والخوف وخلخلة التوازن النفسي لأفراد القوات المسلحة والشعب.

هدف مادي: من خلال نسف وتدمير المنشآت الحيوية، كذلك تهديد في الدول محل الاهتمام بما يؤثر على المجهود الحربي للخصم.

(٢) تتميز هذه الطريقة بمجموعة من الخصائص البارزة أهمها^(٢):

(أ) غالباً ما تقوم أجهزة المخابرات بتخطيطها وتنفيذها، وعادة ما تنشئ داخل كل منظمة / جماعة نواة تمثل هذه الأجهزة (لجمع المعلومات والتخطيط).

(ب) تعدد الدوافع التي تؤدي إلى ظهور المنظمات / الجماعات الإرهابية والتي من أبرزها:

- الدوافع السياسية والقومية.
- الدوافع النفسية والاجتماعية (الشعور بالاضطهاد - طلب التغيير - الرفض).
- الدوافع العقائدية والأيدولوجية.
- دوافع أخرى وتتركز أساساً في تحقيق مطالب شخصية.
- يوجه الإرهاب للأهداف أكثر منه إلى الضحية (اقتل عشرة ترهب عشرة آلاف).

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٨.

(٢) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، ص ٤٠.

(٣) يتم تقسيم المنظمات الإرهابية طبقاً لمسارح عملياتها على النحو التالي:

(أ) منظمات محلية:

عادة ما تقوم بتنفيذ عملياتها داخل أراضي الدولة الأم فقط (مثل: منظمة الباسيك الأسبانية والجيش الجمهوري الأيرلندي).

(ب) منظمات دولية:

هي التي ترتبط بصورة مباشرة ببعض الدول، وتقوم بتنفيذ عملياتها في الخارج لصالح تلك الدول أساساً، مثل: المنظمات الفلسطينية / العقائدية التي تتبناها وتمولها دول الرفض والدول المتطرفة.

(ج) منظمات انتقالية:

هي المنظمات التي تنفذ عملياتها في الخارج والداخل ولا ترتبط بدول معينة رغم أنها قد تتلقى الدعم من إحدى الدول، أو قد ترتبط بها بصفة مؤقتة (مثل منظمة بادرمينيهوف - تنظيم القاعدة - أبو مصعب الزرقاوي).

(٤) أهداف العمليات النفسية في مقاومة الإرهاب ما يلي:

(أ) عزل المنطقة / الجماعة الإرهابية القائمة بتنفيذ العملية عن أي تأييد خارجي أو داخلي لها.

(ب) الكشف عن الطبيعة الغير سوية؛ سواء للإرهابيين أو الهدف من العملية.

(ج) كسب التأييد، وشحذ الهمم للقوات القائمة بتصفية العمل الإرهابي، وخفض الروح المعنوية للإرهابيين، وبث عدم الثقة بينهم وبين القيادة التابعة لهم.

(٥) استخدام القوات الغير نظامية (رجال حرب العصابات):

تلجأ القيادات العسكرية إلى هذه الطريقة عادة لتدعيم وتأيد العناصر المنشقة داخل الأراضي المحتلة (المعادية)، ومن الخصائص المميزة لهذه الطريقة:

(أ) تتطلب إعداد نفسي جيد ومخطط للقوات والمتطوعين للعمل في هذا المجال.

(ب) إيجاد الدوافع النفسية لتنمية روح القتال لدى أفراد المقاومة.

(ج) الاهتمام بخلق وتدريب القادة والموجهين السياسيين وتوفير المعلومات الدقيقة والموقوتة عن الموقف أو بالأول.

(٦) دعم / مقاومة الحركات والثورات المضادة:

يسعى مخططو الحملات النفسية عند التعامل مع هذه المجموعات وبعد إعداد دراسات ميدانية متكاملة عنها إلى عزلها وتشويه صورتها أمام الرأي العام الداخلي والخارجي، أو دعمها ونشر أفكارها داخل الدول المعادية، بما يشوه صورة الحكم به، ويعتبر من أبرزها وأكثرها تأثيراً^(١):

(أ) الشائعات: تعتبر الشائعة بأنواعها من أبرز وأكثر أساليب ووسائل وطرق العنف استخداماً وتأثيراً على الهدف المخاطب بما لها من خصائص وقدرات على إفقاد الهدف / الأهداف المخاطبة ثقتها في قيادتها سلاحها وقوتها.

(ب) افتعال الأزمات: التخطيط والتنبيه لبعض الأحداث / عمليات التخريب المادي التي تؤدي في النهاية إلى ظهور أزمة (سياسية / اقتصادية / اجتماعية) تهدف لخلق حالة من التوتر والقلق تؤدي إلى الخوف، وبالتالي الرضوخ لمطالب المخطط.

(ج) عمليات غسيل المخ (قتل العقل):

يطلق على هذه العملية الإقناع الإجمالي، وتعني: أي محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنساني وتخطيط الشخصية الفردية، بحيث يصير من الممكن التلاعب بها للوصول إلى أداة طيعة في يد المخطط، ويتبع هذا الأسلوب خلال الصراع المسلح ضد أسرى الحرب (عسكريين - مدنيين) ويستخدم في تنفيذه أساليب (العزل - التعذيب - الضغط الجسماني - أعمال العنف والإدلال).

الخداع^(٢):

أ - كان نتيجة دراسة وتحليل الصراعات المسلحة التي نشبت بين الدول على مر العصور استخدامها جميعاً لعمليات الخداع المختلفة، وعلى جميع المستويات، مع استخدامها لكافة الوسائل (الدبلوماسية - الاقتصادية - العسكرية).

ب - تعريف الخداع من وجهة نظر العمليات النفسية:

هو مجموعة الإجراءات والأنشطة المنسقة لإخفاء ومنع الحقائق من الوصول إلى

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سابق ذكره، ص ٤١.

(٢) المرجع السابق ص ٤٤.

أجهزة المخابرات المعادية والمتعاونة معها، وتوجيه ودعم تقديراتها وجهودها إلى اتجاهات زائفة تؤدي إلى قرارات غير مناسبة تخدم هدف المخطط، حيث يعتبر الخداع بمستوياته المختلفة إحدى الطرق الرئيسية للعمليات النفسية خاصة على المستوى الإستراتيجي العسكري.

ج- أساليب الخداع:

(١) الإخفاء: يعتبر من أكثر الأساليب لحجب الحقائق والنوايا المستقبلية والإمكانات والقدرات المعنوية للقوات المسلحة، حيث يمكن تحقيق ذلك من خلال:

(أ) التقيد الصارم بالسرية في كافة التحضيرات الخاصة بالعمليات العسكرية، وكذلك في تداول وحفظ الوثائق السرية.

(ب) تحديد ومتابعة عدد الأفراد المصرح لهم بالاشتراك في إعداد الوثائق الخاصة بالعمليات.

(ج) إعداد الوثائق العملية المهمة من نسخة واحدة (باليده) مع إعطائها أعلى درجات السرية والمحافظة على سلامتها.

(د) اتباع الأساليب العلمية والاستخدام الجيد للأدوات والمواد الخاصة بإخفاء وتمويه القوات (أفراد - أجهزة - معدات).

(هـ) الإعداد الجيد لخطة المخابرات المضادة مع الإصرار على تنفيذ إجراءاتها بكل دقة.

(٢) التقليد:

هو أحد أشكال الإيهام الذي يستخدم خاصة على المستوى العسكري (تعبوي - تكتيكي)، ويتم بتقليد الأهداف المختلفة (أسلحة - مطارات - معدات - منشآت) في مناطق هيكلية، بما يمكن خداع أجهزة ومصادر جمع المعلومات عن فكرة العمليات (مناطق تمرکز - اتجاهات عمل وضربات رئيسية).

(٣) التظاهر:

هو أكثر أساليب الخداع صعوبة وتكلفة، كما أنه يتطلب التخطيط الجيد والسرية

الكاملة بالإضافة إلى وقت أطول عن باقي الأساليب، إلا أن نتائجه الإيجابية لها تأثير حاد على سير العمليات العسكرية، وعادة ما يركز على إخفاء هدف وإظهار هدف آخر أقل أهمية لجذب الانتباه إليه.

(٤) الإعلام المخادع:

يستخدم هذا الأسلوب في اتصال وتنسيق كامل مع باقي أساليب الخداع من خلال الخطة المركزية للخداع الإستراتيجي، حيث تلعب وسائل أجهزة الإعلام دوراً بارزاً في تنفيذ إجراءات الخداع الإستراتيجي، مع مراعاة أن تصمم الرسالة (الخبر المزيف) في وسائل الإعلام بأسلوب علمي دقيق تحسباً للنتائج العكسية، كما يلزم على أجهزة المخابرات المراقبة المستمرة للهدف المخاطب لمعرفة ردود الأفعال.

د - المبادئ التي يجب مراعاتها عند تخطيط وإدارة الخداع تتضمن ما يلي^(١):

(١) الفاعلية والهدف: يتم ذلك باختبار وتنفيذ إجراءات وأنشطة الخداع التي تجذب مصادر جمع المعلومات المعادية وإقناعها بالمعلومات.

(٢) الواقعية: يتم ذلك باختيار وتنفيذ إجراءات وأنشطة الخداع التي تسير الواقع وطبيعة وأسلوب عمل وإمكانيات قواتنا دون مغالاة قد تؤدي إلى كشفها مع تجنب تنفيذ الأعمال الخداعية.

(٣) التجديد: يلزم مراعاة التجديد والابتكار في اختيار وتنفيذ أنشطة الخداع مع إعطاء عناية بالدراسة الدقيقة للأفكار الجديدة.

(٤) الاستمرار: يجب تنفيذ خطة الخداع طبقاً لخطة زمنية وتعليمات واضحة ملزمة تحدد دور ومهام العناصر المنفذة في توقيتات وأماكن محددة في توافق تام مع مراحل خطة العمليات؛ لأن أي توقف أو إخلال في التنفيذ يمكن العدو من اكتشاف خطة الخداع.

(٥) الترابط والتنسيق: يلزم الترابط التام بين مكونات خطة الخداع، ويتم ذلك بأن يكون التخطيط والتنسيق مركزياً على أعلى مستوى.

(٦) الشمول: يجب أن تكون خطة الخداع شاملة لكافة الأنشطة والأعمال التي تقوم بها القوات والعناصر الأخرى.

(١) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٤٦.

(٧) الدقة: مراعاة الدقة التامة في مكونات خطة الخداع حتى تؤدي الغرض منها.

(٨) السهولة والبعد عن التعقيد: استخدام نماذج تمثل الأهداف والمنشآت بأن يتوفر فيها البساطة وسهولة الاستخدام والنقل والتركيب.

(٩) الوصول إلى العدو: يجب أن تحقق إجراءات وأنشطة الخداع إمكانية وصول المعلومات الزائفة إلى العدو في صورة مقبولة ومسيرة للواقع ليقوم العدو ببناء تقديراته الخاطئة.

(١٠) الأمن: يراعى اتخاذ كافة الإجراءات لتأمين خطة الخداع بالتقيد الحازم بالسرية في التخطيط والنظام الصارم في تداول وحفظ الوثائق المتداولة.

(١١) الاقتصاد: يلزم الاقتصاد في تسرب المعلومات الحقيقية ضمن باقي المعلومات الزائفة.

هـ- وينقسم الخداع العسكري من حيث المستوى إلى ثلاثة مستويات هي^(١):

(١) خداع إستراتيجي: ينظم ويدار بواسطة القيادة العامة للقوات المسلحة في إطار خطة الخداع الإستراتيجي العام.

(٢) خداع تعبوي: يقصد به تنفيذ قيادات الأفرع الرئيسية والهيئات والإدارات والتشكيلات التعبوية لمجموعة من الأنشطة والإجراءات الواردة في الخطة الإستراتيجية بإمكانيات ووسائل هذه القيادات.

(٣) خداع تكتيكي: تعتبر قيادات التشكيلات التكتيكية (برية - بحرية - جوية - دفاع جوي) هي المسئولة عن تنفيذ الأنشطة المحددة بالقوات والوسائل المخصصة في التوقيت والمكان المحدد.

و - أساليب الخداع العسكري تتمثل في:

(١) الإخفاء: هو أسلوب رئيسي لحجب الحقائق والنوايا المستقبلية والإمكانات والقدرات المادية والمعنوية.

(٢) الإيحاء: مجموعة الإجراءات والأنشطة المنفذة بهدف إقناع العدو وحلفائه

(١) المرجع السابق، ص ٤٧.

بأسلوب غير مباشر بفكرة معينة ينتج عنها رد فعل خاطئ يتم الاستفادة منه حيث يمثل الشق / الجانب الإيجابي من الخداع.

(٢) الخداع السياسي: إحدى الوسائل السياسية الرئيسية لتنفيذ الإجراءات وأنشطة الخداع الإستراتيجي العام في الدولة ، والتي تخطط وتدار ويتم تطويرها في إطار واحد على المستوى القومي، حيث تتضمن كافة إجراءات وأنشطة الأجهزة (السياسية - الاقتصادية - العسكرية) على مستوى الدولة.

أساليب العمليات النفسية^(١) :

الأساليب المعادية وتمثل في:

الديموجوجية: هي استخدام تصريحات أو معلومات تبدو كأنها تؤيد وتخدم مصالح الدولة / الجماعة المخططة، وإظهارها على أنها تمثل الرأي العام المحلي والإقليمي ، ومن أبرز الأمثلة على ذلك: قيام إسرائيل من خلال المنظمات الصهيونية الداخلية والخارجية بإصدار نشرات وتصريحات وشائعات (الحقد والكراهية).

أنواع أساليب عمليات التخريب النفسي^(٢) :

أ - أساليب الضغط النفسي:

تستغل حملات التخريب النفسي لتوجيه الصدمات المفاجأة واللعب بالعواطف والانفعالات والآراء الزائفة.

ب- أساليب التخويف والردع:

تشمل كافة المجالات (الاقتصادية - السياسية - العسكرية) وتهدف إلى إجبار الدولة / المجموعات المستهدفة إلى اتباع سلوك معين يخدم أهداف الدولة المخططة.

ج- أسلوب التقارب (الصدقة - الحب):

يستخدم هذا الأسلوب لمحاولة التقارب مع كافة الجماعات وأفراد القوات المسلحة في الدولة المستهدفة، بما يحقق لها إمكانية تحييد هؤلاء الأفراد (الأهداف)، وضمان استمرارهم في استقبال الحملات النفسية.

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية ، مرجع سبق ذكره، ص ٧٣.

(٢) المرجع السابق، ص ٧٥.

د - أسلوب التشكيك وعدم الثقة:

يهدف إلى بث الشك وعدم الثقة لدى الأفراد والجماعات داخل الدولة في قدرة وكفاءة القيادة السياسية والعسكرية في تحقيق الأهداف والغايات القومية للدولة.

هـ- أسلوب التهكم والاستهزاء: يهدف إلى النيل من بعض الفئات أو الشخصيات (سياسية - عسكرية - اقتصادية) لتحطيم كبريائهم وتحقيرهم.

و- عمليات غسيل المخ (الإقناع الإجباري)^(١): محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنساني أو العمل ضد رغبة الفرد الحر (ضد إرادة وعقل الفرد)، وتتم من خلال مرحلتين أساسيتين هما:

(١) مرحلة العزل: تتم بعزل الهدف عن باقي الأفراد وصور الحياة العامة (العالم الخارجي) وإجراء عمليات (الضغط الجسماني - التهديد - أعمال التعذيب والإذلال النفسي).

(٢) مرحلة الغرس / التحول: يتم من خلالها تلقين وغرس الأفكار والعقائد الجديدة المطلوب توصيلها من المخطط إلى الهدف مع حمل الهدف وتشجيعه على تعلم معايير سلوكية جديدة (الإقناع بالواقع المزيف).

أساليب مضادة^(٢):

تقوم أجهزة العمليات النفسية على كافة مستوياتها في الدولة بدراسة وتحليل الحملات النفسية المعادية لتحديد أهدافها ونتائجها ومدى تأثيرها على الأفراد والجماعات.

أ - أسلوب التكيف:

يعتبر من أقوى الأساليب المضادة تأثيراً وأصعبها تخطيطاً وتنفيذاً، حيث يتطلب وقتاً طويلاً وإمكانات كبيرة لاعتمادها أساساً على نشر التعليم والثقافة والوعي.

ب- السبق / الإحباط: قيام الأجهزة المعنية بالإعلان والتحليل المسبق لأحد الموضوعات التي قد تستغلها الأجهزة المعادية أو المعارضة.

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٧٦.

(٢) المرجع السابق، ص ٧٧.

ج- التنفيذ المباشر:

تقوم فيه الأجهزة المعنية بالدراسة والتحليل والرد المباشر على الحملات المعادية أولاً بأول، مع استغلال نقاط الضعف في الحملة المعادية.

د - التنفيذ الغير مباشر:

هو عرض لموضوعات مناسبة بهدف تفنيد وتكذيب الحملات المعادية بطريقة التخمين والتلميح لإظهار وجه الحقيقة بطريقة غير مباشرة.

هـ- الأسلوب التحويلي:

يعني جذب انتباه الهدف المخاطب لتحويله إلى موضوعات فرعية بعيداً عن الموضوع الأصلي للحملة النفسية المعادية.

و- التقليل من أهمية الموضوع:

يستخدم هذا الأسلوب في حالة عدم إمكانية المخطط استخدام أي من الأساليب السابقة بنجاح.

ز- أسلوب الصمت: ليس من المفضل أن تتولى الحملات النفسية المضادة الرد على كل ادعاءات الحملات المعادية ذات الموضوعات التافهة، أو التي لم تحقق نجاحاً كبيراً، أو يكون الهدف منها النشر فقط.

ح- أسلوب فرض القيود: هو أصعب الأساليب المضادة إلى جانب تأثيره العكسي على الهدف المخاطب، حيث تلجأ أجهزة الدولة إلى الشوشرة على وسائل العمليات النفسية (الإذاعات) وحظر تداولها واستخدامها، وعادة ما تلجأ إليها الأجهزة في المناطق المحتلة.

وترى الباحثة أن من أهم أساليب العمليات النفسية: الترويع وإثارة الرعب والتهديد بالقوة والتضليل الإعلامي والتبسيط واستغلال الظروف الاقتصادية وخلق تسد وتحطيم الثقة والخداع وطرق الأبواب واستغلال العاطفة الدينية وتشويه وتحسين الصورة واستثارة الجوانب النفسية والاجتماعية والتكرار والإبدال والإسقاط والتعويض والتبديد واستثارة روح الكراهية والسخط، بالإضافة إلى أساليب أخرى كثيرة تستخدم في هذه الحرب منها المبادأة والمناورة وتقديم الرأي على أنه حقيقة - التجاهل المتعمد - الصمت - التعريض - الغمز - الجدل - المبالغة في تعظيم قدرات الخصم والاستهزاء

وإخفاء المصدقية والاحتواء والتقارب والصدقة والسبق والإحباط والتفنيذ المباشر وغير المباشر وفرض القيود^(١).

وأنه مهما تعددت وتتنوع هذه الأساليب فإن المفاضلة بينها تتوقف على عوامل كثيرة كالسياسات الإستراتيجية والعسكرية التي تنطلق من خلالها المرحلة المحددة للحملة النفسية وأهدافها ونوع الجمهور الموجه إليه، بالإضافة للعوامل المؤثرة على نجاح الحملات النفسية والنتائج غير المتوقعة الناجمة عنها، وتعتبر الشائعة من أبرز وأخطر أسلحة أساليب العمليات النفسية استخداما وتأثيرا على الهدف.

تعريف الشائعة:

اصطلاح يطلق على رأي موضوعي أو عبارة قابلة للتصديق دون أن تطلب برهاناً أو دليلاً للتعبير العاطفي والتفسير الإدراكي، وبالتالي التخفيف من حدة التوترات عن طريق التفريغ الانفعالي وتنقل من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية أو من خلال وسيلة من وسائل العمليات النفسية^(٢).

«أما الباحثان «جوردن أولبورت» و«ليو بوستان» فيعرفان الشائعة بأنها قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهي تتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية في العادة دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها».

«ويعرفها د. مختار التهامي بأنها: الترويج لخبر مخلق لا أساس له في الواقع أو لخبر مختلف لا أساس له في الواقع أو لخبر تعمد المبالغة والتهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة لها، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي؛ تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة، أو عدة دول أو على نطاق العالم بأجمعه».

أقسام الشائعة:

أ - ويتم تقسيم الشائعات إلى أنواع عديدة من حيث الدوافع الانفعالية:

(١) شائعات الأمان: عبارة عن تنفيس لهذه الرغبات والحاجات والآمال، وهي

تنتشر بسرعة بين الناس؛ لأنها تشعرهم بشيء من الرضا والسرور، وتشبع فيهم الحاجات

(١) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٨٠.

(٢) المرجع السابق، ص ٧٩.

والرغبات، أو تخفف عنهم بعض الآلام، وهي من أخطر أنواع الشائعات؛ لأنها تؤدي للوقوع في الفخ الذي ينصبه العدو للتراخي وعدم الاهتمام بمقاومتها.

(٢) شائعات الخوف: تنتج عن خوف الإنسان وقلقة كالخوف من الأعداء، أو من انتشار مرض أو وباء، أو من حوادث إرهاب غامضة المصدر، وكما يساعد الخوف على ظهور الشائعات فإنه يضاعف كذلك من تخمينها وسرعة انتشارها، حيث يكون الناس مستعدين لأن يتوهموا أمورًا كثيرة لا أساس لها من الصحة، ويفسروا الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يملئها عليهم الخوف والوهم، ويصدقوا كل ما يقال لهم^(١).

(٣) شائعة الحقد والكراهية: تقوم على أساس بث الكراهية والعداء وعدم الثقة والتعصب بين فئات الشعب وطبقات المجتمع وتعمل على إثارة النعرات الطائفية والعنصرية بين طبقات المجتمع^(٢).

(٤) شائعة العنف: تتصف بالعنف وتنتشر انتشار النار في الهشيم، وهذا النوع من الشائعات يغطي جماعة كبيرة جدًا في وقت بالغ القصر.

(ب) التصنيف من حيث الأساس الزمني:

(١) الشائعة السريعة: هي التي تمثل تيارًا عنيفًا ينتشر بسرعة ليغطي أكبر حجم بشري في أقصر فترة، وتظهر وتندرج عند وقوع الحوادث أو الكوارث أو الهزيمة في زمن الحرب^(٣).

(٢) الشائعة الزاحفة: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية تنتهي في آخر الأمر إلى أن يعرفها الجميع.

(٣) الشائعة الغائصة: وهي التي تروج في أول الأمر ثم تغوص تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تنهياً لها الظروف، ويكثر هذا النوع من الشائعات في القصص المماثلة التي تعاود الظهور في كل حرب مثل الشائعات حول تسميم قوات العدو لآبار المياه^(٤).

وترى الباحثة: أن أهمية الشائعة ترجع إلى طبيعة الأهداف التي تحققها لمروجيها

(١) محمد منير حجاب، الحرب النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ١٩١.

(٢) مركز الشؤون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٨١.

(٣) المرجع السابق، ص ٨١.

(٤) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٢.

وأهمها استخدامها كستار لإخفاء الحقيقة والخط من شأن مصادر الأنباء، وكذلك استخدامها كطعم لإظهار ما يخفيه الخصوم من حقائق.

والشائعات سرعان ما تنتشر في أوقات الأزمات والحروب نظرًا لوجود ميل نفسي لدى الأفراد لتصديق معظم الأخبار والأقاويل وذلك بسبب حالة التوتر النفسي لديهم وثمة عامل آخر يساعد في انتشار الشائعات يتمثل في عدم وجود المعلومات الكافية أو عدم وضوح مثل هذه المعلومات أو بسبب أهمية الأخبار بالنسبة للأفراد مما يتسبب في تصديق أي شائعة أو مقولة^(١).

الفروق الفردية في الحساسية للشائعات:

يرى العالم البورت أن هناك فروقا فردية في الحساسية للشائعات بين مختلف الأفراد والجماعات، ويعني بالحساسية، القابلية للتصديق أو عدم التصديق وتعتمد على:

أ - القابلية للإيحاء^(٢):

ويقصد به مدى انفتاح الشخص على تصديق أو قبول ادعاء أو زعم دون توفر دليل على صحته، وتزداد القابلية للإيحاء بوجود عدد من العوامل؛ منها: الجهد أو نقص المعرفة لدى الأفراد، ووجود أنماط فكرية وتراكيب جامدة غير مرنة لدى الأفراد، وغموض المواقف وعدم وضوحها.

ب- إلحاح الدوافع والحاجات:

تزداد حساسية الأفراد للشائعات بوجود الدوافع والحاجات الملحة التي تتطلب الإشباع، فالفرد يميل إلى تصديق الشائعة إذا كان مضمونها يتعلق بإشباع دوافعه أو حاجاته أو أية ميول شخصية أخرى لديه.

أشهر خداع في التاريخ الحديث:

إسرائيل أولى الدول التي استخدمت الخداع في العالم، فقد استخدمت الشائعات في حروبها لتضليل العالم.

وترى الباحثة أن أكبر شائعة شهدتها التاريخ هي ادعاء إسرائيل بأن فلسطين هي

(١) عماد الزغول، مرجع سبق ذكره، ص ١٦٥.

(٢) المرجع السابق، ص ١٦٦.

مواطنهم، ومن خلال متابعتنا للصراع العربي الإسرائيلي نجد أن إسرائيل قد حاربت العرب عسكريا ونفسيا متسببة في شائعات ترتبط بالفكر أو العقيدة أو المبدأ، وشعرت إسرائيل بأن استخدام الشائعات في هذه الحرب النفسية أكثر وقعا ونفعا وأقل قيمة، واستطاعت إسرائيل أن تجند الصهيونية العالمية ومؤسساتها الإعلامية المختلفة لصالح حربها ضد العرب؛ كدور السينما ودور النشر والإذاعة والتلفزيون. لإدراكها الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه هذه الوسائل في التأثير على الرأي العام لصالحها، وقد استطاعت أن تتلاعب بالمنطقة؛ تزور التاريخ وتجذب المهاجرين إليها عن طريق إشاعة أن فلسطين هي أرض الميعاد لإسرائيل، كأن تجمع اليهود تم بإرادة إلهية، إضافة إلى خداع آخر هو أن ما حدث لليهود على يد هتلر كان لاستدرا عطف العالم وكسب تأييده لحق اليهود في العيش بسلام^(١).

حرب المصطلحات:

أحد أهم الملامح المميزة للعمليات النفسية في الوقت الراهن وأحد أهم الأسلحة التي تروجها القوى المهيمنة في العلاقات الدولية وداخل المجتمع عبر أدواتها الثقافية والإعلامية؛ فهي أحد المفاتيح لتمييز محدد من الوعي في وسائل الإعلام والثقافة بهدف التأثير في الواقع وخلق حالة من التكيف معه، وهي على المدى البعيد إذا تركت دون خطاب بديل تخلق تأثيراً تراكمياً يخترق الوعي المجتمعي العربي ويفجره من الداخل.

الإسرائيليون أساتذة حرب مصطلحات:

نجح الإسرائيليون في إلصاق مصطلح إرهابي بالعربي المسلم في الإعلام الغربي، وفي ترويج مفهوم عرب إسرائيل بدلا من عرب ٤٨ في الأراضي المحتلة، وأعمال العنف والإرهاب بدلا من أعمال المقاومة ضد الاحتلال.

ويأتي مصطلح حرب الأفكار ليعكس مشاريع الصياغة الأمريكية للمنطقة في الجانب الثقافي ومصطلح الشرق الأوسط الكبير لصياغة الجانب السياسي^(٢).

* * *

(١) محمد منير حجاب: «الحرب النفسية»، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٣.

(٢) مركز الشئون النفسية: المرجع الموحد للعمليات النفسية، مرجع سبق ذكره، ص ٩١.

خلاصة الفصل الأول

أصبح لوسائل الإعلام في عصر المعلومات الذي نعيشه اليوم، وفي ظل تكنولوجيا الاتصال تأثيرات قوية على المجتمعات، وأصبح لها دورًا بارزًا لا يمكن إنكاره في قيادة المجتمع والتأثير على أفراد.

في بداية عهد دراسات الإعلام في بدايات القرن الماضي كانت هناك مبالغة في قوة وسائل الإعلام وشدة تأثيرها على جمهورها لدرجة كانت توصف بها تأثيرات وسائل الإعلام الذي كان موجودًا في ذلك الوقت، أي الصحف والراديو والسينما، والتي كانت تستخدم الدعاية أثناء الحرب العالمية الأولى بأنها مثل تأثيرات الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد.

في ظل تقدم تكنولوجيا الاتصال وعصر المعلومات الذي نعيشه الآن أصبح لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الجمهور يقابلها على الجانب الآخر قوة أفراد الجمهور ونشاطهم وقدرتهم على الانتقاء من بين المضامين المختلفة التي تقدمها لهم وسائل الإعلام وفقا لدوافعهم ولاحتياجاتهم، كما أن للإعلام دور جوهري بارز في تكوين الرأي العام من خلال أجهزته العديدة المؤثرة، مثل: الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والسينما، والمسرح، والكتب التي تعتبر من أهم وسائل الاتصال بالجمهور.

«سوف يكون الانتصار ساحقا إذا ما نجحنا في تحطيم مقاومة الأعداء قبل اندلاع القتال الفعلي» مقولة للكاتب الصيني صن تزور، تؤكد على أهمية العمليات النفسية في إلحاق الهزيمة بالعدو.

التخطيط والإدارة الناجحة للعمليات النفسية لإخلال الخصم توازنه النفسي هي المقدمة الحقيقية لكسب الحرب؛ فالقوة السياسية والاقتصادية والوسائل الفنية والتكتيكية والمادية للحرب الحديثة مهما بلغت قوتها وقدرتها لإحراز النصر، أما النصر فيتوقف بالدرجة الأولى على مهارة توظيف واستخدام كل هذه القوى والوسائل بواسطة الأفراد / المؤسسات والجماعات المشتركة في الصراع.

تعتبر العمليات النفسية والحرب النفسية أقل تكلفة وأقلها إراقة للدماء ونشرًا للدمار، ولكنها في نهاية المطاف لا يقل تأثيرها عن الحرب الفعلية في الوصول إلى فرض الإرادة على الخصم، كما أنها أشد خطرًا وتأثيرًا من الحرب الميدانية؛ لأن آثارها ترتبط

بالجوانب النفسية والمعنوية لدى المدنيين والعسكريين في آن واحد؛ فهي تسعى إلى التأثير في الكفاءة العقلية والأدائية والإنتاجية لدى الأفراد.

يرجع خطر العمليات النفسية إلى أنها غير محددة المصادر؛ فالعدو فيها غير معروف وغير محدد حيث تستهدف الجانب النفسي والمعنوي للأفراد للتأثير في اتجاهاتهم وأفكارهم كما تستهدف المدنيين والعسكريين على السواء، أي أنها تستهدف الجبهة الداخلية والخارجية للمجتمع.

مرت العمليات النفسية بثلاثة مراحل:

أ - مرحلة مزاولة العمليات النفسية دون علم أو دراية (التزام الفرد القانون الطبيعي).

ب - مرحلة شن العمليات النفسية بناء على خطة فردية (المرحلة الانفرادية).

ج - مرحلة شن العمليات النفسية المخططة.

ظهرت العديد من المصطلحات للعمليات النفسية: حرب الأعصاب - حرب المعنويات، أو الحرب المعنوية - حرب الأفكار - حرب الإرادات - حرب الدعاية، أو حرب الدهاء - الحرب الباردة - حرب الإشاعات - الحرب السياسية - عمليات حرب الكلمة، أو غسيل المخ، أو المعتقد، أو الحرب الأيديولوجية - حرب القلوب والعقول - حرب المعلومات.

من أهم أهداف العمليات النفسية:

أ - بث روح الهزيمة في الخصم، قناع المجتمع الداخلي بأحقية قضيتهم ومشروعيتها.

ب - تدعيم الروح المعنوية المساندة للجيش والدولة.

ج - تعبئة وإثارة الشعور بالكراهية والحقد والسخط وتوجيه هذه المشاعر نحو العدو.

د - تنمية مشاعر الصداقة والود مع المجتمعات والدول المحايدة.

أهم طرق العمليات النفسية هي: الإعلام - الإعلان - الدعوة - العلاقات العامة - الدعاية - الدعاية المضادة - العمل أو الحركة (العنف) أو الخداع.

الأساليب المستخدمة في الحملات النفسية الموجهة ضد الدول المعادية / الجماعات المعادية وتشمل الديموجوجية - عمليات التخريب النفسي، وتشمل على:

(أساليب الضغط النفسي - التخويف والردع - التقارب (الصداقة والحب) - أساليب التشكيك وعدم الثقة - أسلوب التهكم والاستهزاء - الشائعات بأنواعها - غسيل المخ).

تعد الدعاية أهم طرق العمليات النفسية والتي لا يكاد يخلو منها أي نوع من أنواع الصراعات القديمة أو المعاصرة على السواء، ويهدف إلى تفريق صفوف العدو وزعزعة إيمانه بمبادئه ومعتقداته، وبث الخوف في الجنود وحثهم على الاستسلام والفرار والتقليل من شأن انتصاراتهم لبث روح التذمر والسخط بين الجنود.

العمليات النفسية ليست موضوعاً حديثاً، وإنما هو من قديم الأزل حيث تشير الدلائل إلى استخدام قدماء المصريين الفراعنة والإغريق اليونانيين لهذه العمليات، وكذلك الرسول ﷺ كوسيلة لنشر دعوة الإسلام.

من أهم أهداف العمليات النفسية:

- أ - بث اليأس من النصر في نفوس القوات المعادية وخفض قوة العدو القتالية.
- ب - تغيير الفكر والاتجاه والقيم والمعتقدات تغييراً من شأنه أن يحقق الكسب لمن توجه له العمليات النفسية والخسارة لمن تمارس عليه.
- ج - تشجيع أفراد القوات المعادية على الاستسلام.
- د - زعزعة إيمان العدو بمبادئه وأهدافه.
- هـ - إضعاف الجبهة الداخلية للعدو، وإحداث ثغرات داخلها.
- و - إضعاف المعنويات، أي تحطيم الطاقات المادية والمعنوية للعدو.
- ز - إرباك صانعي السياسة والقيادة العسكرية، وتوجه العمليات النفسية عادة للجماهير عسكريين ومدنيين.
- ح - تفتيت وحدة الأمة وإحداث الفرقة بين صفوفها، وتشجيع بعض أطرافها وأعضائها على الخروج على ما تجمع عليه الغالبية.

ط - حشد الشعب وتوجيه الحقد والكراهية إلى العدو وتعبئة مشاعره.

ى - إقناع الشعب بعدالة القضية وتثبيت فكرة أننا لا شك منتصرون.

ك - تعزيز وتمكين الصداقة مع الشعوب الحليفة.

وسائل الإعلام المختلفة المسموعة والمرئية والمقروءة - وأخطرها تأثيرًا المسموعة (الإذاعة) لسهولة وصولها إلى أي مكان - إذا ما تم توظيفها بطريقة صحيحة فإنها يمكنها تحقيق كل أهداف العمليات النفسية سواء في وقت السلم أو الحرب.

وكان الألمان هم أصحاب الريادة في استخدام الإذاعة في العمليات النفسية؛ فقاموا بإطلاق محطات موجهة لأعدائهم أطلق عليها اسم (الإذاعات السرية) فهي إذاعات غير معلومة المصدر تقوم بتقديم البرامج الموجهة وتبث الدعاية المسمومة بمختلف اللغات.

وما زال اصطلاح «الإذاعة السرية» مستخدماً حتى اليوم للدلالة على الإذاعات الموجهة لأغراض دعائية، وخلال الحرب العالمية الثانية حرمت الكثير من الحكومات الاستماع إلى الإذاعات المعادية واستطاعت التوصل إلى وسائل فعالة للتشويش على تلك الإذاعات.

وأصبح الأسلوب الأمثل للدعاية هو الأسلوب غير المباشر من خلال البرامج الجذابة، ومع وجود القنوات الفضائية والإنترنت أصبح من الصعوبة السيطرة على تدفق سبل المعلومات والمواد الإعلامية، وهناك منافسة شديدة بين الوسائل الإعلامية، فما زال هناك العديد من الإذاعات الموجهة بمختلف اللغات والتي تصل إلى مختلف شعوب الأرض وفق خطط إعلامية واضحة.

* * *