

الفصل الرابع الحرب النفسية : نماذج من التاريخ.

تمهيد: أهمية الحرب النفسية.
نماذج من التاريخ حول الحرب النفسية.

تمهيد:

من يتأمل التاريخ البشري يجد أن الحرب كانت موجودة دائماً بين الأفراد والجماعات والعشائر ثم القبائل، و عندما تطور الإنسان في ميدان الارتقاء الاقتصادي والاجتماعي استمرت لا تنطفئ لها جذوة .

و الحرب مهما اختلف تعريفها ليست إلا صراعاً دموياً بين إرادتين تبغي كل منهما التفوق على الأخرى و تحطيم مقمّتها بهدف حملها على التسليم ، ويتخذ هذا الصراع صورة العنف ومظهره القتال بين قوات الخصمين.

و أحسن صور إدارة الحرب هي تلك التي تستطيع الدولة من خلال أطرها إضعاف موقف عدوها دون قتال ، وهذه الصورة من صور إدارة الحرب لا تستخدم فيها المدافع الدبابات ولا القنابل الذرية الأسلحة الكيميائية وإنما هي مستقلة عن مفاهيم الحرب الفعلية و أقوى منها و أشد أثر وتلك هي الحرب السيكلوجية النفسية.

والبحث في النفس البشرية علم قديم ، كما أن محاولة التأثير على النفس والروح البشرية محاولة قديمة قدم البشرية نفسها ، فقد نشأ النزاع بين الناس منذ بدأ الخليقة ، و منذ أن وجدت هذه المنازعات سواء كانت سلمية أم حربية يسعى دائماً كل طرف من أطراف النزاع قبل وأثناء المعركة إلى إضعاف موقف الطرف الآخر عن طريق شن هجوم عنيف على القوة النفسية لدى الطرف الآخر.

و يحدثنا التاريخ المصري القديم عن استخدام الحرب النفسية أيام تحتمس الثالث ورمسيس الثاني في حروبهما، كما يخبرنا بها أيضاً التاريخ الإسلامي فقد استخدمها الرسول محمد عليه الصلاة والسلام في غزواته، و في القرون الوسطى استخدم جنكيز خان أشد أساليب الحرب النفسية فتكاً.

و بالرغم من أن الحرب النفسية عرفت منذ القدم فإن أصولها من الناحيتين العلمية و الفنية لم تتضح إلا إبان الحرب العالمية الأولى خاصة بعد ظهور علم النفس و بدء تطبيق هذا العلم بأبحاثه المنهجية في مضمار حياتنا ، و خلال الحرب العالمية الثانية أستخدمت أساليب الحرب النفسية على أوسع نطاق ، وأنشأت الدول المتحاربة هيئات إستراتيجية و تكتيكية للقيام بتوجيه الحرب النفسية في مختلف الميادين.

و أصبحت الحرب النفسية في العصر الحديث أحد ميادين الصراع بين الدول إلى جانب الميادين العسكرية و السياسية و الاقتصادية ، و اتسع نطاق استخدامها بشكل لم يسبق له مثيل .

ولو تعمقنا في الدوافع الحقيقية لهذا الاهتمام بالحرب النفسية لوجدنا أن الأمر سيكون أعظم فاعلية و أكثر اقتصاداً إذا تم نزع سلاح العدو بدلاً من تدميره بالقتال العنيف ، إذ إن قتل رجل في أدنى مستويات الحرب يعني فقدان جندي واحد من العدو، بينما إفقاد رجل لأعصابه يعني نشر عدوى الخوف بدرجة كبيرة قد تتحول إلى وباء من الذعر. كما أن التأثير الذي يتسلط على قائد الخصم قد يشل مقدرة قواته كلها على القتال؛ لأنه بينما تتمثل القوة الاعتبارية لأية دولة في تعداد سكانها وحجم مواردها، فإن تطور هذه القوة يعتمد على سلامة حالتها الداخلية، وجهازها العصبي و روحها المعنوية ، فإذا تم اتباع الوسائل التي تحقق إخلال توازن الأعضاء الأعضاء سيكولوجياً سيتم حتماً انهيارها .

فالتأثير السيكولوجي يمكن أن يتدخل في الإرادة و العزم والتصميم فيجعل الشخص واهن القوى قليل الجهد ضعيف التصميم، و يمكن أن يتدخل في الإدراك فيجعل الشخص يدرك إدراكاً مشوهاً يرى أشياء لا وجود لها إلا في الخيال، بل ويتعمى عن إدراك أشياء موجودة بالفعل، ويمكن أن يتدخل في التفكير السليم بل قد يجعله عاجز عن التفكير تماماً .

و الحرب النفسية حرب شاملة ، بمعنى أنه لا يمكن أن تنصب فقط على القوات المسلحة في الدولة ، بل تمتد و تشمل جميع أفراد الشعب مدنيين و عسكريين .. كما أنها حرب متصلة و مستمرة في زمن الحرب و السلم على السواء ، و تتغلغل في جميع شئون الدولة و مرافقتها سواء السياسية، أم الاقتصادية، أم الاجتماعية، أم التربوية، بمعنى أن التمهيد السيكولوجي غير محدد لفترة معينة بل هو عمل مستمر متصل و مسرحها نفسية الفرد، لذلك فهي لا تبدأ من فراغ ، بل تحتاج إلى ركائز من الدراسات المختلفة للشعب الذي ستوجه إليه ،طريقة التفكير والآراء والانفعالات و الميول و الهويات و جوانب النبذ و الكره ، و ما يطرأ على نفسية الأفراد من مخاوف و ما يتردد على ألسنة بعضهم من أقوال ، و نقاط الضعف فيهم ، و جوانب النقص التي يشعرون بها ، و الأحوال المعيشية لهم من حيث درجة التعليم و من حيث الأفراد المؤثرين بشخصياتهم في آراء الأغلبية .

و الحرب النفسية هي معلومات، أو أفكار، أو مذاهب، أو نداءات خاصة. تنتشر أو توزع لتؤثر في آراء ومعتقدات وانفعالات واتجاهات وسلوك فرد، أو جماعة، أو شعب بأكمله دون استعمال العنف لكي يستفيد الجانب الذي يوجهها بشكل مباشر، أو غير مباشر.

و الحرب النفسية لا تعتمد على أسلحة مادية ، فهي تلعب دورها أمام الجميع ، ووسائلها هي الدعاية والأخبار الكاذبة والشائعات والفكاهات، وتنقل من خلال وسائل معروفة هي الإذاعة و المطبوعات المختلفة من صحف وكتيبات ونشرات والأفلام السينمائية والتلفزيونية وحملات الشائعات المدبرة .

ومهام الحرب النفسية هي النقاط الأساسية التي تنظم عليها جميع عمليات هذه الحرب، وهذه المهام هي :

١- إنتاج تأثيرات مترابطة في آراء وإنفعالات و اتجاهات و سلوك الأفراد .

٢- تفتيت وحدة الدولة .

٣- الإساءة إلى سمعة الدولة في المجالات الدولية.

٤- التأثير على الروح المعنوية للشعب عن طريق :

أ- زعزعة ثقة الشعب في زعمائه و قاداته بالتشكيك في مقدرتهم و إخلاصهم .

ب- بذر الشقاق و التفرقة بين طوائف الشعب و فئاته المختلفة بقصد الوقيعة بينهم.

ج- إثارت الأقليات و دفعها للتمرد .

د- تحريض الحركات و المذاهب و العقائد لمقمة السلطة.

هـ- زعزعة ثقة الشعب في الجيش وبإمكانية تحقيق النصر الصمود أمام الأعداء.

٥- التأثير على الروح المعنوية للجيش عن طريق :

أ- إنقاص كفاءة القتال لدى أفراد القوات المسلحة .

ب- إضعاف معنويات الجنود و التأثير على مقدرتهم القتالية عن طريق بث روح الهزيمة و التخاذل ، و تشجيعهم على الهرب والتمارض.

ج- التأثير على تفكير الجنود ومعنوياته للوصول بهم إلى حالة تؤثر بطريقة مباشرة على سير المعركة كالفتنة والتمرد.

د- تشكيك الجنود في شرعية القتال ، و إضعاف حماسهم له.

هـ - المبالغة في تصوير قوة العدو وإمكانيته و تسليحهم .

و-تشكيك الجنود في قاداتهم و تسليحهم و تدريبهم .
و من المعروف أن القوى الاستعمارية و الصهيونية إستخدمة كل وسائل الحرب النفسية.

و بعد عدوان يونيو ١٩٦٧ نشطت هذه القوى للتأثير على الشعب و التقليل من قدرته على خوض حرب جديدة ،حتى تتمكن إسرائيل – ومن هم وراءها - من تحقيق أهدافهم من الحرب النفسية .
وفيما يلي نماذج مختلفة من التاريخ لأساليب الحرب النفسية:

نماذج من التاريخ لأساليب الحرب النفسية

١-شائعة تقديم لحوم الموتى كطعام للناس

كانت مدينة برلين بعد الحرب العالمية الثانية كما كان الحال في ألمانيا تعاني أزمة غذائية عنيفة بسبب النقص الفادح في المواد التموينية، وكان سكانها يعيشون حالة عميقة من التوتر النفسي و القلق نظراً للتصدع الذي أصاب الحياة الاقتصادية و الاجتماعية في برلين نتيجة لسلسلة من الكوارث لم يسبق لها مثيل من أعمال التعذيب الوحشية التي مارسها رجال الجستابو، وضرب العاصمة الألمانية بقنابل طائرات الحلفاء بقسوة ، و أخيراً المجاعة و الهزيمة التي مزقت كيان الشعب، وجعلته دائم التفكير طوال الوقت في الطعام .

في وسط هذا الوسط المشحون أطلقت شائعات تروي أن رجلاً كفيفاً كان يسير، ويتحسس الطريق . و بينما كان ينتظر عبور الطريق عرضت عليه سيدة أن تساعدته فشكر لها مساعدتها ، و سألها إن كان بإمكانها أن تحمل رسالة إلى أحد أصدقائه الذين يقطنون بجوار المكان الذي يسيرون فيه .
وافقت السيدة على ذلك و سارت في طريقها ، و لكنها التفت خلفها مصادفة فكتشفت أن الرجل الأعمى الذي كان يتحسس طريقه منذ لحظة راح يجري بسرعة مذهلة دون أن يحمل اللافتة التي تبين أنه كفيف ، وهنا ثار الشك في نفس السيدة ، فذهبت إلى قسم الشرطة، وأبلغت عما حدث . وقد وجد رجال الشرطة في المنزل الذي أعطى عنوانه ((جثة آدمي أعدت للبيع على أنها لحم عادي)) .

وبفض الرسالة التي أعطاها الرجل للسيدة وجد رجال الشرطة بداخلها هذه الكلمات: ((هذه آخر جثة اليوم)).

وذلك يعني أن اللحم الآدمي كان يؤكل في ألمانيا في ذلك الحين ، و انتشرت الشائعة فأثارت ضجة كبيرة داخل المجتمع الألماني و خارجه، وأثرت في السلوك العام تأثير بالغاً !!

و الشائعة بطبيعتها تعتمد في انتشارها على عملية الإيحاء النفسي الذي يكسر مقمة متقبل الشائعة و يسهل عليه مأمورية تصديقها و إذاعتها .

و هناك نوع أساسي من الإيحاء هو إيحاء الأغلبية ، فكل فرد يميل إلى تصديق ما تجمع عليه أغلبية أفراد مجتمعه .. و قد دلت بحوث كثيرة على أثر هذا النوع من الإيحاء ، و لعل في انتشار الشائعة بين عدد كبير من الأفراد ما يدعمها ويزيد من قابلية انتشارها بدرجة كبيرة .

و تنتشر الشائعات بنوع خاص في أوقات الأزمات حينما يختل الاتزان الانفعالي للفرد ، وحين يدفعه هذا الاختلال إلى عدم التمييز بين ما يتردد ليفرق بين المعقول وغير المعقول .

وكل ذلك ينطبق على واقعة الأعمى و اللحم ، فالشعب الألماني في هذا الوقت كان قد ذاق الأمرين من مظاهر الخوف و اليأس والجوع والحرمان ، و لذلك كان نقص المواد الغذائية مناخاً ملائماً لمثل هذه الشائعة.

٢- الرعب قبل الحرب

كان جنكيز خان يستخدم جواسيس عدوه كوسيلة لإرهاب جنود العدو أنفسهم ، فما أن يقع واحد من هؤلاء الجواسيس في أيدي رجاله حتى يعرض عليه صورة مذهلة لقوة جيشه من حيث العدد و العدة و الشراسة في الحرب ثم يطلق سراجه بعد ذلك ليعود إلى بلده فيروي لقادته بنفسه و كان كل جاسوس يذيع عند عودته ما يشبه البيان الرسمي الذي يلقيه إياه رجال جنكيز خان ، فيقول هذا النص المروي في كل كتب التاريخ :

((إن رجال جنكيز خان كاملوا الرجولة و الشجاعة ، لهم مظهر المصارعين لا يستشقون إلا رائحة الحرب و الدماء و يظهرون تشوقاً إلى القتال ، و يصعب على قادتهم السيطرة عليهم . و مع هذه الوحشية فأنهم يجيدون الضبط و النظام و يطيعون قاداتهم طاعة عمياء ، و يقنعون بما يصل إليهم من الطعام ، و ليس من المدهش أن يفضلوا الوحوش ليأكلوها . أما عن عدد هذه القوات فإنه من المستحيل حصرها أو إحصائها)) .

ثم يختتم الجواسيس كلماتهم بقولهم ((و كل جندي في جيش عدونا جنكيز خان يدين بالولاء لأمرهم إلى آخر حدود الولاة)).

وقد استطاع جنكيز خان بهذه الوسيلة أن يضعف مسبقاً معنويات كثير من الجيوش التي دخل معها في حروب مسلحة . ولما كانت الدعاية التي تأتي من الخارج تلقى بطبيعتها مقمة من أفراد الجماعة ، فإن الدعاية التي تتردد من أفواه الشعب نفسه الشائعات التي يروجها لا بد أن تقل المقاومة لها مهما تضمنت من مغالطات و مفارقات.

وفي هذه القصة جعل جنكيز خان الدعاة من نفس جنود العدو الذي أخضعهم لتأثير دعايته ، و بعد ذلك يجعلهم يقومون بالترويج لمشاهداتهم بما فيها من تهويل بين أفراد شعبهم .

ولو كان جنكيز خان يلحق جواسيس أعدائه البيان دون أن يعرض عليهم نماذج حية عن شراسة الجند ، و عينات مما يدل على قوتهم لما سهل عليهم امتصاص هذه الدعاية ، و لما سهل عليهم ترديدها ، و من ناحية أخرى لو لم تأت هذه الدعاية من نفس جنود أعداء جنكيز خان لاكتشفوا ما بها من مغالطات واضحة يمكن إكتشافها بقدر ضئيل من التفكير فبينما يقول النص إنه من النادر أن يستطيع القادة السيطرة على جنودهم ، إذا به يقول إنهم يجيدون الضبط و النظام ، و بينما يذكر أنهم يقتعون بما يصل إليهم من طعام فإذا به يذكر أنهم يفضلون أكل الوحوش .

ولكن الجواسيس كانوا يتكلمون عن ثقة و كان زملاؤهم متأكدين أنهم لا يضلونهم ولا يضيفون شيئاً من خيالهم و أنهم إنما يصفون الواقع .

٣- تدمير محطة برلين

في عام ١٩٤١م كانت الحرب العالمية الثانية على أشدها بذلت القوات البريطانية جهوداً متكررة لتدمير محطة السكة الحديدية الرئيسية في برلين باعتبارها مركزاً حيوياً للموصلات ، وكان تدميرها يعني إشاعة الفوضى في كل مكان في هذه المدينة الكبيرة ، و لكن المحلات التي قامت بها القوات البريطانية لتحقيق هذا الهدف باءت كلها بالفشل . وكان الألمان يدركون هذه الحقيقة فأرادوا استغلالها ، ولذلك سارعوا بنشر تقارير غير مؤكدة توحى بأن الإنجليز قد نجحوا فعلاً في محاولاتهم لتدمير المحطة ، وعندما وصلت هذه الأخبار إلى بريطانيا. اعتبرها الإنجليز تأكيداً وإثباتاً لنجاح محلاتهم ، فأذاعوا

هذا الخبر من إذاعتهم ، وحينئذ سارعت وزارة الدعاية الألمانية فدعت مراسلي الصحف الأجانب لزيارة محطة السكة الحديدية التي ادّعت الإذاعة البريطانية أن القوات الإنجليزية قد دمرتها ، ولم تكن المحطة قد أصيبت بأي سوء فقد بادر مراسلو الصحف يكتبون إلى جرائدهم مكذبين واقعة التدمير التي أذاعتها محطة الإذاعة البريطانية .

وكان هدف وزارة الدعاية الألمانية من هذه الحيلة الذكية كشف كذب الإذاعة البريطانية أمام الرأي العام العالمي فتفقد هذه الإذاعة ثقة المستمعين في كل ما تقدمه لهم .

وفي هذه القصة ناحيتان مختلفتان هما محاولة تدمير محطة السكة الحديدية الرئيسية في برلين ، و الناحية الأهم استغلال الألمان لفشل الإنجليز في هذه المحاولات في تشكيك الرأي العام العالمي في مصادر أخبار بريطانيا بوجه عام ثم التشكيك أيضا في مقدرتها بوجه خاص.

كانت ألمانيا أكثر براعة في الرد على فشل محطة نسف المحطة ، فأصدرت تقارير غير مؤكدة بنجاح هذه المحاولة ، و تعتبر هذه التقارير شبيهة بالشائعات التي تسمى الشائعات الكاذبة التي تنتشر بسرعة ، ذلك النوع من الشائعات التي تسمى شائعات الأمل و التي فيها يصدف الفرد ما يتفق مع آماله و أمانيه من أخبار كاذبة ، و لهذا سرعان ما صدقتها بريطانيا ، فهي تساعدها على تأكيد ذاتها على قوتها و تزيد من ثقتها بنفسها .

وقد بلغ من شدة امتصاص بريطانيا لهذا الخبر الكاذب أنها أصبحت تردد هذا النبأ على أنه صادر منها وهو ما يحدث في الشائعة تمامًا حيث يقبلها المستمع ويبدأ في ترديدها و كأنه هو مصدرها، بل و يؤكد صدقها.

٤- حقيقة الخسائر

حدث أثناء الحرب العالمية الثانية أن أخذت أجهزة الدعاية و الإعلام اليابانية تروج أخباراً مبالغاً فيها عن خسائر الأمريكيين في الاشتباكات البحرية. و أحست الحكومة الأمريكية بأن إذاعة هذه الأنباء خلقت موقفاً معقداً داخل الولايات المتحدة و أحدثت تأثيراً سيئاً في معنويات الشعب الأمريكي ، فلم يسع الحكومة الأمريكية أمام هذا الموقف الخطير إلا أن تطمئن جماهيرها و ترفع من روحهم المعنوية ، فتصورت أن نشر الحقائق عن خسائرها هو العمل المضاد الوحيد لإفساد هذه الخطة اليابانية المدمرة.

و كان هذا بالضبط ما أراده اليابانيون للوصول إليه، فلقد كانوا حتى ذلك الوقت لا يعرفون حقيقة خسائر أعدائهم الأمريكيين .
و ما إن نشرت السلطات الأمريكية هذه الحقائق حتى استطاع اليابانيون أن يعرفوها .

و الخدعة في هذه القصة من أنجح الأساليب المستخدمة في الحرب النفسية بوجه عام .

فمن العوامل التي تساعد أفراد الشعب على مقاومة الشائعات و تحصنهم ضد الحرب النفسية هي إيقافهم على الأخبار و المعلومات الأساسية في حينها ، و عدم ترك الأمور غامضة غير محددة في أذهانهم حتى تتكون لديهم الثقة دائماً فيما يذاع من أخبار وحتى لا يجد العدو الفجوة الناتجة عن الجهل و التي يتطوع أن ينفذ منها بأساليبه المختلفة .

غير أن كثيراً من الأخبار تعتبر إذاعتها إفشاءً لأسرار يتلهم العدو لسماعها و معرفة الكثير عنها ، و لهذا ينبغي أن تكون الأخبار التي تذاع على أفراد الشعب من النوع الذي لا ينتج ضرر من إذاعته .

و العدو لا ينتظر حتى ينتظر حتى يتلقى أخبار الطرف الآخر ، بل يذيع أخباراً كاذبة مهولة تدعو إلى انخفاض الروح المعنوية للشعب المعادي له ، و يضمنها جزءاً بسيطاً من الحقيقة حتى يصدقها الشعب ، و في هذه الحالة قد ينزلق المسؤولون في الفخ الذي نصبه العدو ، فرغبة منهم في رفع الروح المعنوية من جديد يضطرون إلى ذكر الحقائق التي تحسن موقفهم أمام أفراد شعبهم، فيحقق العدو بذلك هدفه في معرفة أخبار حقيقية لم يستطع الوصول إليها بالطرق العادية .

فالعُدو دائماً في لهفة لمعرفة أي خبر مهما كان صغيراً .. والشيء الذي نظنه تافهاً لا يفيد ، قد يستفيد العدو منه فائدة لم نعمل لها حساباً .

٥-جواز مرور شرعي

كان بعض قادة جبهة الحلفاء في أوروبا خلال الحرب العالمية الثانية لا يتفقون مع الجنرال أيزنهاور على أن الحرب النفسية لها كل هذه الأهمية التي يضيفها هو عليها و حدث ذات مرة أن سأله أحد قادته في تهكم :

— سيدي الجنرال : هل تقتل الحرب النفسية جنود الأعداء !!؟

وكان الجنرال أيزنهاور مشغولاً مع بعض معاونيه في صياغة منشور يعده لإلقائه على معسكرات الجنود الإيطاليين و الألمان في شمال إفريقيا وقد جاء في هذا المنشور :

(- هذا جواز مرور شرعي يسمح لحامله أيًا كانت جنسيته بالمرور في خطوط الحلفاء و يعطيه الحق في الأمان و كل ما تفعله هو أن تبرزه لمن يطلب من ذلك)

وكان هذا المنشور مطبوع على ورق مقوى حتى يستطيع صاحبه أن يحتفظ به أطول مدة ممكنة .

وبعد إلقاء هذا المنشور بثلاثة أيام تقاطر على معسكرات الحلفاء عدد من الجنود الألمان و الإيطاليين يطلبون السماح لهم بالإقامة بينهم بعد أن سلموهم أسلحتهم ، فأخذتهم قيادة الحلفاء و اعتبرتهم أسرى حرب .

وعندئذ التفت أيزنهاور إلى القائد الذي سأله في تهكم عن أهمية الحرب النفسية قائلاً : **— صديقي الضابط .. أليس الجندي الذي يستسلم مثل الذي يُقتل تماماً؟!!**

تبين هذه القصة الأثر البالغ الذي يمكن أن تحدثه الحرب النفسية . فالذين كانوا يلومون الجنرال أيزنهاور لاهتمامه البالغ بأساليب الحرب النفسية وما تستنفذه من وقت و جهد و نفقات ، والذين كانوا يرون أن من الأوفق توجيه هذا كله للحرب العادية ، إنما كانوا يجهلون دون شك أثر الحالة النفسية على السلوك والإدراك والتفكير.

فقد بينت التجارب أن التأثير السيكولوجي يمكن أن يتدخل في الإرادة و العزم والتصميم فيجعل الشخص واهن القوى، قليل الجهد، ضعيف التصميم، و يمكن أن يتدخل في الإدراك فيجعل الشخص يدرك إدراكاً مشوهاً ويرى أشياء لا وجود لها إلا في خياله، بل و تعامى عن إدراك أشياء موجودة بالفعل، ويمكن أن يتدخل في التفكير فيشله و يجعل الشخص غير قادر على التفكير السليم ، بل قد يجعله عاجزاً عن التفكير تماماً ، كما بينت البحوث أن الآثار النفسية في كثير من الأحيان قد ينتج عنها أمراض عضوية خطيرة.

وقد جاء هذا المنشور بعد دراسة الحالة النفسية للضباط والجنود الألمان والإيطاليين وما تبين من ضعف الروح المعنوية بينهم بدرجة تجعلهم أكثر تقبلاً و إستجابة لأساليب الحرب النفسية فأحدث منشور أيزنهاور أثره المطلوب.

٦- أمهر الرماة

جاءت الأنباء إلى ((بهرام جور بن يزددرد)) ملك فارس بأن جيشاً من جيوش الأعداء قد استولى على إحدى المقاطعات التابعة له، فسكت ولم يُعر الأمر اهتماماً كبيراً فغضب وزراؤه و تذمر الشعب كله لأنهم أحسوا أن في موقفه تهاوناً في حماية البلاد ، و لكن الملك سارع فطمأنهم إلى أنه يعرف متى و كيف يحارب هؤلاء الغزاة .

وبعد أيام دعا إليه ثلاثة من أمهر الرماة في جيشه لمقابلتهم سرّاً في قصره ، و طلب منهم أن يقوموا بتنفيذ خطة تهدف إلى إثارة الفزع و قتل الروح المعنوية في نفوس جنود الأعداء ، فأمرهم بأن يذهبوا إلى ناحية قريبة من المنطقة التي احتلها جنود الأعداء بعد أن يرتدوا ملابس صيادي الريف الفقراء و ألا يتركوا طيراً ولا حيواناً إلا أوقعوا به.

وتمت الخطة و حدث ما كان متوقعاً ، فبينما كان الرماة يقومون بمهمتهم رآهم جنود الأعداء، فاقتربوا منهم دون أن يطلقوا عليهم سهمًا ، لأنهم كانوا ينظرون إليهم على أنهم صيادون يرتزقون من عملهم وليسوا محاربين ، و لمّا سألوهم عن سبب تقاعس جيش الملك بهرام عن الخروج إليهم بعد أن احتلوا هذا الجزء المهم من بلاده أجاب الصيادون:

((إن بهرام يمتلك جيشاً كبيراً من أمهر رماة فارس .. فسألهم الجنود: (و هل في فارس من هو أمهر منكم في الرماية .. ؟ لقد شاهدناكم و أنتم ترمون الطير والحيوان فما رأيناكم تخطئون الهدف مرة واحدة) فقال الصيادون لو كنا في مستوى رماة جيش بهرام لما تحملنا كل هذه المشاق في سبيل الحصول على طعامنا يوماً بيوم)) .

وما إن سمع الجنود هذا الكلام حتى أسقط في أيديهم و أمتلأت قلوبهم بالفزع والرعب فطلبوا إلى قائدهم أن يسرع بالعودة بهم فوراً وإلا انسحبوا جميعاً وتركوه بمفرده .

في هذه القصة يتضح أمران:

أولهما : أن الدعاية لكي تنجح لابد أن تبتعد عن هدفها الأساسي حتى لا يسهل اكتشافها، وعندما تأتي بطريق غير مباشر تكون أقوى تأثيراً و أكثر فاعلية ويمكن تصديقها لأنها تبدو بعيدة عن الأهداف الواضحة للعدو.

أما الأمر الثاني : فهو التوقيت فإن توجيه الدعاية ينبغي أن يكون في الوقت المناسب وإلا ضاع تأثيرها و قلت فاعليتها .

فضّل ملك فارس اتباع أساليب الحرب النفسية على أساليب الحرب العادية، وترك من الوقت ما يقلل الحماس لهذه الحادثة من الجانبين ، ثم عمد بعد ذلك

إلى خطة مخادعة، تجعل عدوه يعتقد بأنه لا بد أن يقهر على أيدي الأبطال من جيش فارس كما صورهم هو بدعايته غير المباشرة.

٧- هربوا من قراهم

حاول الألمان في بداية الحرب العالمية الثانية ترويح كل شائعة لبلبلة عقول الفرنسيين ، وتهيئتها لتصديق كل شيء.

و طوال الاضطراب الذي سببه الهجوم الألماني على فرنسا كان كثير من الفرنسيين يتأرجحون بين القلق واليأس ، وسرعان ما وصلوا إلى درجة من الحيرة و القلق أصبحوا لا يستطيعون معها أن يميزوا بين ماهو صادق و ما هو كاذب .

و انتشرت الشائعات في طول البلاد و عرضها تزعم أن الألمان قادمون ، و بدأ سكان القرى يهربون من قراهم على غير هدى و في كل اتجاه ، معرقلين تقدم وحدات الجيش الفرنسي التي كانت تسعى إلى مواجهة الجيش الألماني.

والعدو خلال الحرب يحاول تفتيت الجبهة الداخلية التي تحمي ظهر القوات المسلحة حتى يسهل عليه تحقيق ما يريد ، إذ إن أية دولة تنهار الروح المعنوية للمدنيين فيها تخسر الحرب .

فالشائعات التي هي إحدى أسلحة الحرب لها دائماً أثر فعال سواء كان ذلك في وقت الحرب أم في وقت السلم إلا أن أثرها في وقت الحرب يكون مزدوجاً ، لأن الشائعة قد يوجهها العدو عن قصد لأهداف مختلفه ، وقد تنتشر تلقائياً يبدأها أحد أفراد الشعب نفسه فلا تلبث أن تذاع و تنتشر و تعطي تأثيرها في نفسية الشعب وما ينتابه من أمل و يأس، ففي الحرب العالمية الثانية تأثر الشعب الفرنسي بانتصارات ألمانيا السريعة المتتالية.

كما تتأرجح بين الأمل و اليأس ، تارة يثق في قوة الحلفاء وتارة أخرى يتخيل القوة الهائلة التي توحى بها انتصارات ألمانيا ووقع الشعب في شرك الخوف من المجهول ، والمجهول هنا هو مصير الحلفاء لو انتصرت ألمانيا على العالم في الحرب العالمية الثانية .

وقد ساعدت الألمان هذه الفوضى لأنها أعاققت تقدم وحدات الجيش الفرنسي .
إن حركة تهجير المدنيين لازمة دوماً في ظروف الحرب ، و لكن الأهم هو ضرورة الالتجاء إلى التخطيط والتنظيم في حركات التهجير .

٨- البرنامج المفضل

في الحرب العالمية الثانية لجأت محطة الإذاعة البريطانية إلى وسيلة غاية في الدهاء و التستر ، فقد خصصت برنامجاً موجهاً إلى الشعب الألماني باللغة الألمانية مدة إرساله اليومي ساعتان ، و تعمدت أن تكون المواد المقدمة في هذا البرنامج من التي يفضل الشعب الألماني سماعها دون ملل ، مثل الأغاني الشعبية و التمثيليات الكلاسيكية و برامج الترفيه الخفيفه.....إلخ ، وكان مقدم البرامج يذيع أسماء مواطنين بريطانيين على أنهم من عشاق هذه المواد الألمانية و أنهم يلحون في طلب سماعها حتى يتصور الألمان أن الشعب الإنجليزي لا يضمم كراهية لهم بدليل أنه يحب فنونهم.

وحرصت الإذاعة البريطانية خلال هذا البرنامج ألا تقحم أية مواد سياسية إخبارية ، بل تكتفي بإجراء حوار سريع لمدة دقيقة مرة واحدة و أحياناً مرتين أثناء تقديم البرنامج مع مستمع إنجليزي تسأله رأيه في هذه الفقرة، فيبدي إعجابه الشديد من حيث التأليف و الموضوع و الأداء ، و يتمنى في النهاية أن تنتهي الحرب ليسافر إلى ألمانيا و يستمتع هناك بأوجه النشاط الفني المختلفة.

و الأفراد لديهم ميل للتعاطف و التجاذب مع من يتبادل معهم نفس و جهات النظر ، نفس الميول و الهوايات ، نفس الانفعالات و الأحاسيس .

و أدركت محطة الإذاعة البريطانية هذه الحقيقة ، و لم تشأ أن تلجأ إلى أساليب معروفة من الحرب النفسية ، كان من براعتها و مهارتها أنها لم توجه دعاية على وجه الإطلاق .

وقد أجرت الإذاعة البريطانية دراسة علمية لنفسية الشعب الألماني فدرست طريقة التفكير والآراء و الانفعال و الميول و الهوايات و جوانب النبذ و الكره ، و إستغلت ذلك كله في إذاعة كل ما ينجذب إليه هؤلاء الأفراد ، و لم تكتف بذلك بل أذاعت هذه الأشياء و كأنها قد طلبت من أفراد إنجليز و تستطلع رأيهم فيها ، و كأنها تريد أن تقول لهم ، إننا إخوة لكم لنا نفس الأحاسيس و المشاعر و يجذبنا و يستهويننا كل ما يتفق مع ميولكم و أهوائكم ،

وفي هذا استنتاج ضمني أننا بطبيعة الحال لا نضمم الشر لكم ولا نريد لكم إلا ما يريده الأخ لأخيه ، ذلك استنتاج ضمني غير صريح ولو ذكرته الإذاعة البريطانية صراحة لكان ضعيف الأثر قليل الجدوى و إنما تركت الألمان ليصلوا إلى هذه الحقيقة بأنفسهم .

٩- صحف مزيفة

كان الحلفاء يوزعون على الجنود الإيطاليين ألواناً من الصحف التي تشبه الصحف الإيطالية تماماً من حيث التحرير و الإخراج و الإعلان و الطباعة ، و هي صحف زائفة ، تتضمن أخباراً كاذبة عن انهيار الحلفاء في الجبهة الغربية ولكنها تتضمن أيضاً أخباراً صحيحة عن إضرابات العمال و إضرابهم عن العمل في مدن إيطاليا الصناعية الكبرى ، و كانت لهذه المطبوعات الزائفة أثر كبير على الجنود، فقد أخذوا يفرون من الميدان بالآلاف؛ مما أصاب صفوف الإيطاليين بتصدعات هائلة.

وقد اعتمدت الدعاية على فكرة اساسية و هي أن الأخبار التي تصدر عن نفس الجماعة تكون أكثر قابلية للتصديق من الأخبار الصادرة عن العدو مهما كانت درجة الثقة في أخباره ، فالجماعة الواحدة لها نفس الأهداف والآمال و تواجه نفس الظروف، و هناك دائماً تعاطفاً و مشاركة وجدانية بين أفراد الفريق الواحد .

استغل الحلفاء هذه الخاصية في الإنسان و قاموا بتوزيع صحف تشبه الإيطالية تماماً لضمان تلهف الإيطاليين على قراءتها و اهتمامهم بها و خاصة أن مثل هذه الصحف لم يكن يوفرها لهم الجيش الإيطالي ، و ملأوها بالأخبار الزائفة ، و من أهم ما يقلق الجندي في ساحة القتال شعوره بأن الأمن الداخلي غير مستتب، و أن هناك تمرداً داخلياً في أي قطاع من القطاعات .

وكان هذا ما فعله الحلفاء ، فكانوا يضمنون هذه الصحف نوعين من الأخبار : أخبار زائفة عن انهيار الحلفاء في الجبهة الغربية مما يبعث اليأس في نفوس الجنود و يجعلهم يدركون أنهم يحاربون لهدف قد انتهى الأمل في تحقيقه ، و أخبار أخرى صادقة قد اختاروها خصيصاً لتكمل الأثر النفسي للأخبار الأولى ، وبذلك يحققون القاعدة الأساسية لنجاح الدعاية و هي احتواؤها على بذرة من الواقع.

١٠- بلاط الشهداء

من معارك التاريخ المشهورة التي وقف بعدها تقدم المسلمين في أوروبا معركة ((تور)) معركة ((بلاط الشهداء)) ، فقد استشهد فيها القائد المسلم الشجاع البطل ((عبد الرحمن الغافقي)) و قد دارت هذه المعركة في جنوب غربي فرنسا بين المسلمين والفرنسيين .

بدأت بوادر الهزيمة عندما فزع المسلمون لإشارة ترددت بينهم تقول إن بعض الفرنسيين قد تسللوا إلى مؤخرتهم وأخذوا ينهبون خيامهم و يعتدون

على من فيها من النساء ، فكان أن ترك الفرسان المسلمون الميدان ليحموا خيامهم ، وظن بقية الجيش أنه توجد رغبة في التقهقر فاقتدت بالفرسان ، وبذلك خسر المسلمون تلك المعركة بعد أن كانت لصالحهم في البداية .
في هذه القصة استخدم الفرنسيون الحرب النفسية على هيئة خدعة تنشر في صورة شائعة بين مسلمي الأندلس .
و اعتمد الفرنسيون في نشرها على دراسة الخصائص النفسية للمسلمين ، فقد عرفوا عنهم الاهتمام بالكرامة و الشهامة و الاندفاع لمساعدة الغير وعدم قبولهم الاعتداء بأي صورة كانت على أفراد العشيرة .
وبالفعل لاقت هذه الشائعة استعداداً لدى المسلمين للتحمس لها و نشرها و التأثير بها ، و ترك فرسان المسلمين مواقعهم للدفاع عن الخيام ، ومن تركوهم فيها فاختلفت صفوفهم واقتدى بهم باقي الجنود، و أحدثت الشائعة المدروسة أثرها المطلوب.

١١- صور ملونة

أثناء الحرب العالمية الثانية كانت القوات اليابانية منتشرة في أكثر من موقع من المواقع الإستراتيجية ، وكان خطرهما يأتي من ارتفاع روحها المعنوية التي كانت تتسلح بها أثناء القتال .

فرأت قيادة الحلفاء ضرورة استخدام أسلوب حاسم من أساليب الحرب النفسية تنجح به في تحطيم الروح المعنوية العالية لدى الجنود اليابانيين ، فكان أن عملت إلى إلقاء صور ملونة عن الأغذية الشهية على الجنود اليابانيين الذين كانوا يحاربون في جبهة شمال بورما وهم يعانون من نقص كبير في مؤنتهم من الطعام، كما ألقت كذلك - وفي نفس الوقت - على الفرقة اليابانية التي كانت تحارب في ميدان جنوب غرب الباسيفك رسوماً كاريكاتيرية تصور الجندي الياباني وهو يعاني آلام الغربة والحرمان و أخطار الحرب ، و تصور قاداته يستمتعون بأرقى أنواع الخمور و أفخر وجبات الطعام.

وكانت قيادة الحلفاء تسجل في نهاية كل منشور من هذه المنشورات عبارة موجهة إلى الجندي الياباني تقول فيها :
((مسكين انت أيها الجندي الياباني لأنك تضحي بنفسك في سبيل قضية خاسرة)) .

و قد درست قوات الحلفاء حالة الجيوش اليابانية ، فوجدت أنها تتمتع بروح معنوية عالية و بقدرة عالية على التماسك لا تتوفر في جيوش الحلفاء

أنفسهم ، و لكنها درست أيضا الحاجات النفسية و الحاجات البيولوجية فوفقت على ما يعانيه الجيش الياباني من حرمان ، حرمان في الغذاء وحرمان في الراحة ، ومشاعر الغربة ، وقد وجدت دعاية الحلفاء في جوانب النقص هذه ضالتها المنشودة ، فركزت عليها لإضعاف الروح المعنوية للقوات اليابانية .

وقد لجأ الحلفاء إلى الرسوم الكاريكاتيرية التي تجسم الأفكار و تقريبها إلى أذهان الجميع و كأنها تعطي أفراد الجيش الياباني حالات حية تجعلها أقرب للتصديق فيحدثون الجندي الياباني حديث الحريص على راحته و مستقبله ، و يؤكدون له أنه يحارب و يضحى بحياته و راحته في سبيل قضية خاسرة ، و بذلك يحولون دعايتهم المصورة إلى حديث إلى قلبه، معتمدين في هذا الحديث على استثارة انفعالاته و حرصت على حياته .

١٢- لجنة هدنة

أذاعت وحدة الدعاية الألمانية على الفرنسيين عام ١٩٤٠ نبأ يقول: ((إن لجنة هدنة فرنسية في طريقها الآن لتوقيع الهدنة مع السلطات الألمانية)) وكان لهذه الإذاعة أثر هدام للروح المعنوية للفرنسيين ، فقد ناقش الجنود الفرنسيون الأمر على أساس:

((لماذا نحارب اليوم فنتعرض للموت إذا كانت الحرب ستنتهي غداً)) ولذا تحطمت المقاومة و أمكن للألمان في النهاية هزيمة الفرنسيين.

من أهم أهداف الحرب النفسية إشعار الجنود دائماً بأن الهدف الذين يحاربون من أجله أصبح مستحيلاً، فدونه عقبات لا يمكن تخطيها إلى جانب تسخيف الهدف في نظر الجنود عن طريق المغالطات المنطقية فتناقش الدعاية مشروعية القتال وتبين للجنود أنهم إنما يبذلون أرواحهم لفكرة غير شرعية صعبة التنفيذ .

الأسلوب هنا قد يختلف قليلاً، فالألمان يذيعون عن هدنة فرنسية في طريقها للتنفيذ ، وقد يكون في ذلك جزء ولو بسيط من الحقيقة ، ولكن الهدف الأساسي في هذه الدعاية هو التسخيف من فكرة التضحية في الساعات الأيام الباقية إذا كان الفرد يستطيع أن يحتفظ لمدة قصيرة بحياته لينعم بحياة السلم بعد ذلك.

بل قد يستخدم العدو في بعض الأحيان أسلوباً مشابهاً حينما يذيع على بعض وحدات الجيش بأن وحدات غيرهما استسلمت وانتهت حالة الحرب معها .

ففي كل هذه الأساليب كسر لاستمرار الحالة العقلية و تهدئة للانفعالات الثائرة و هما عدة المحارب ، فالجندي يحارب ما دام في ذهنه مبررات لمواصلة

القتال وما دامت حالته الانفعالية من الشدة و التوقد بحيث تثير الجوانب العدوانية في نفسه ضد أعداء بلاده .
و هناك فكرة أخرى يمكن إضافتها، وهي أن الجندي الذي يعرف أن ولاية الأمور في جيشه يفكرون في الهدنة إنما يوحى إليه ذلك بتفوق العدو ، لأن هؤلاء القادة الذين يعرفون جيدًا قوة جيشهم و قوة جيش عدوهم لا يريدون مواصلة الحرب ،
والإيحاء هنا يدفعه إلى عدم التضحية و الفداء.

١٣- ليسوا محاربين

استعان التتار في غزو بلاد المسلمين بطريقتين كانتا أشد أثرًا على المسلمين من الجيوش المحاربة وهما:
الطريقة الأولى : كانت إرسال مجموعة كبيرة من العملاء تدخل البلد التي يريدون غزوها وتشيع بين الناس قصصًا مخيفة عن التتار وعن المصير المرعب الذي يلاقيه كل من يفكر في مقاومتهم، و كانت هذه القصص تفعل فعلها ببطء في النفوس فلا يكادون يسمعون باقترابهم حتى يرحل أكثرهم عن البلاد ويتركونها للقلّة التي لم تتأثر بما سمعت من القصص و صممت على القتال حتى النهاية .
أما الطريقة الثانية:

فتتلخص في حشد عشرات الألوف من الناس غير المحاربين و إظهارهم بمظهر الفرسان المحاربين و إذا كانت القوة الحقيقية للجيش المغولي هي خمسة آلاف مقاتل فإن ما يراه أعداؤهم لا يقل عن مائة ألف أو مائتي ألف يحسبونهم جميعًا مقاتلين، و عندئذ يفكر المدافعون عن المدينة مرتين قبل أن يقاتلوا هذا الحشد الهائل ، بل إنهم غالبًا ما كانوا يسرعون بالفرار قبل المعركة.

و لكن جند الإسلام في مصر كانوا قد عرفوا هذه الأساليب فلم يتأثروا بها، حتى مكّنهم الله تعالى ونصر جند الإسلام على التتار في عين جالوت.
و في هذه القصة يتضح الأثر الفعال للعوامل النفسية في الحروب، و يبين أن أهمية هذه العوامل تفوق بكثير قيمة الأسلحة العادية ، فقد لجأ التتار إلى إثارة انفعال الخوف و الرعب في نفوس أعدائهم، والإيحاء بأن قوتهم لا تقهر شأنهم في ذلك شأن الجيوش الضعيفة التي تريد الظهور بمظهر الجيوش القوية، أو شأن الجيوش التي تريد إحراز نصر خاطف يعلقون بعد ذلك عليه خططهم الطويلة.

و الجزء الأخير من خطة التتار عن تضخيم عدد قواتهم المحاربة يوضح لنا ما تفعله العقيدة و الإيمان بالرسالة ، ذلك لأن الخدعة لم تتطل على جند الإسلام من أهل مصر الذين كان لهم هدف واضح وكانوا يحاربون بعقيدة راسخة فحقق الله تعالى لهم النصر على التتار في عين جالوت .

١٤ - الانتقام

في الحرب العالمية الثانية شنت الطائرات الإنجليزية غارات على ليوبك و روستك من مدن ألمانيا فأحدثت فيهما تدميراً ضخماً وخسائر فادحة، و في اليوم التالي ألقت الطائرات الألمانية منشورات على المدن الإنجليزية، فيها صور للتدمير الذي أحدثته الغارات الإنجليزية في ليوبك و روستك وتحتها تصريح الفوهر في حديثه إلى الرشتاغ بأن الغارات الانتقامية ستأتي فكان لهذه المنشورات فعل كبير لدى الشعب الإنجليزي ، و أصبح حديث الناس في الأماكن الخاصة و العامة والجميع و الجميع في ذعر يتوقعون الغارات الانتقامية بين لحظة و أخرى.

وفي هذه القصة مثال رائع على قدرة الألمان في اتخاذ الخطوات العملية السريعة في دعايتهم.

و كان من الممكن أن تقتصر دعاية الألمان على التنديد بأثر الغارات الإنجليزية ، ولكن الدعاية الألمانية تضمنت صور الغارات الإنجليزية و آثارها حتى يجد الإنجليز للألمان مبرراً للغارات الانتقامية ، و كأنهم يقولون لهم هذا ما فعله جيشكم بنا و لعلمكم تجدون لنا الحق في الانتقام مهما كان الانتقام شديداً .

وهناك ميزة أخرى من نشر هذه الصور ، وهي أن يوضح الألمان ما يمكن أن تفعله مثل هذه الغارات من تدمير وتلف في الأرواح و الممتلكات العامة وكانت أهداف الألمان تتلخص فيما يلي :

- إظهار قسوة الجيش الإنجليزي أمام الشعب الإنجليزي نفسه .
- إظهار نتائج هذه الغارات بصورة مجسمة واضحة .
- الإيحاء بما سيلقاه الإنجليز على يد الألمان في الغارات الانتقامية .

وقد ساعد على انتشار هذه الدعاية حالة التوتر النفسي التي كان يعاني منها الإنجليزي والإيضاح المجسم الذي أحدثته هذه المنشورات و إنتصارات الجيش الألماني مما ساعد على تقبل الدعاية و امتصاصها ، وكان لها في نفسية الشعب الإنجليزي أثرها البالغ .

١٥- جثث الموتى

في إبريل ١٩١٧ نشرت جريدة التايمز البريطانية نبأ يقول : إن الألمان يستخدمون جثث القتلى من أعدائهم من الجنود و المدنيين لإطعام الحيوانات ، و ليصنعوا منها سماداً للأرض !!

و قد أثار هذا النبأ ضجة كبرى في أوروبا، خاصة في الأوساط الدينية ، كما كان بداية لنشاط حركة تطوعية ضخمة في الجيوش التي تحارب ألمانيا ، كما أثار حركة النقمة و شجعها لأن الناس ضاقوا بما يقوم به الألمان من التنكيل بجثث الموتى .

ولم تعرف حقيقة هذا النبأ إلا في ٢١ أكتوبر ١٩٢٥ عندما أذيع أصل الحكاية وهي أن مراسلاً لصحيفة بلجيكا المستقلة وهي جريدة سرية عرف أن الألمان يستغلون جثث الموتى من الحيوانات في صنع السماد فبدلاً من أن ينشر النبأ على حقيقته حُرِفَ ليقول إن الألمان يستغلون جثث الموتى من البشر.

و كان الألمان يذيعون عن أنفسهم دائماً أنهم شعب يمتاز في نوعه على باقي الشعوب الأخرى ، و كان هذا الشعار مرارة في نفوس هذه الشعوب الأخرى، وربطت بينها وبين التنكيل بالموتى والقتلى منهم ، وبذلك استطاعت هذه الشائعة الناجحة أن تستثير اشمئزاز الرأي العام العالمي و التأثير عليه بقوة فهي تتضمن الحقائق الآتية :

- * أن الألمان لا يراعون التقاليد ولا الشرف في معاملة الأعداء.
- أن الألمان يُحَقِّرون الشعوب الأخرى.
- أن الألمان قوم انتهازيون ويستغلون كل شيء لفائدتهم مهما كانت طبيعة الموقف.
- أن الألمان يتصفون بالقسوة وبيتعدون تماماً عن النظرة الإنسانية.

١٦- الرغبة الطراز

في السابع من ديسمبر ١٩٤١م قامت القوات الجوية اليابانية بغارة تاريخية على الأسطول الأمريكي الراسي في ميناء بيرل هاربور بالمحيط الهندي ، ولم

يحدث أن حطم طيران دولة أسطول دولة معادية بأكمله كما حدث في بيرل هاربور للدرجة التي أصبح هذا اليوم - في أوروبا- يعرف بـ اسم يوم العار . وفي يناير ١٩٤٢م اجتاحت الولايات المتحدة شائعات الويل والهلع. وكان مضمونها أن خسائر بيرل هاربور أعظم بكثير مما صرّحت به السلطات الرسمية؛ الأمر الذي كان يُقوّض معنويات الشعب الأمريكي بأسره.

ومن بين الشائعات الساخرة التي راحت في ذلك الحين أنه وجد في جيب أحد الطيارين اليابانيين الذين أسقطوا يوم الإغارة على بيرل هاربور رغيف طازج و قد لف في راق أحد مخابز جزيرة هونولولو التي بها قاعدة بيرل هاربور الأمريكية !!

إن موقعة بيرل هاربور موقعة تاريخية تعتبر من معارك تاريخ اليابان و أمريكا فقد استطاع الطيران الياباني أن يحطم الأسطول الأمريكي. وقد كان هول نتيجة هذه المعركة سبباً في إذاعة شائعات كثيرة تزيد من ضخامة ما حدث و تسبب للشعب الأمريكي من الرعب و الفزع ما يجعله يستجيب لأية دعاية شائعة تضخم من قوة اليابانيين و تقلل صورة القوة الأمريكية في نظرهم .

ومن الطبيعي أن تعتمد هذه الدعايات و الشائعات على ما حدث كجزء من الشائعات التي تذاغ ومن طبيعة الدعاية أن تعتمد إلى التهويل فتضخم من وصف ما حدث و تزيد من تقدير الخسارة و من الطبيعي كذلك ألا تلقي الدعاية الشائعات مقاومة ما دامت تتفق مع جزء من حقيقة ما حدث .

وانتشار الشائعات الساخرة أمر طبيعي في مثل هذا الموقف ، وعنصر الطرافة فيها يزيد من قابليتها للانتقال و الانتشار ، فهي تجذب الأسماع لطرافتها وإن كانت تتضمن غالباً عنصراً أشد من عناصر التهويل لا يمكن تصديقه، أو نشره إذا لم يتوفر عنصر الطرافة .

١٧-إذاعة سوان

في صباح اليوم الثامن عشر من شهر إبريل عام ١٩٦١ فوجئ أهالي كوبا ببيان ترسله إذاعة تستخدم الموجة القصيرة معلنة أنها إذاعة جيش التحرير الكوبي ، وكان هذا البيان نداء إلى جيش كاسترو و قد جاء هذا البيان :

((لقد حانت الساعة التي يجب فيها عليكم أن تحتلوا مواقعكم الإستراتيجية المشرفة على الطرق و السكك الحديدية ، اسجنوا من يرفضون إطاعة أمركم، أطلقوا النار عليهم ، يا رفاق الحرية هذه فرصتكم لتقديم الدليل على إخلاصكم، يجب أن تظل كل الطائرات جاثمة على الأرض ، اعملوا على ألا تقلع طائرة واحدة من طائرات كاسترو ، حطموا أجهزتها اللاسلكية ، حطموا ذيولها حطموا آلاتها))

و بعد إذاعة هذا البيان بثلاث ساعات ، أذاعت نفس المحطة بيانًا آخر جاء فيه :

((يا أهالي هافانا انتبهوا لما نقول ، عاونوا جنود جيش التحرير الشجعان ، يجب أن تتوقف محطات توليد الكهرباء عن مد المصانع بالكهرباء ، فالיום في الساعة السابعة و الدقيقة الخامسة و الأربعين حينما تصدر الإشارة من هذه المحطة أضيئوا كل الأنوار الموجودة بمنازلكم ، ولا تقلقوا ف قوات التحرير سوف تستأنف العمل بهذه المصانع قريبًا)) .

و أمام هذه البيانات المتلاحقة كادت الفوضى أن تنتشر بين جيوش الثورة من أتباع كاسترو لولا أن تحرك القياديون من رجالها وكشفوا للجماهير حقيقة هذه الإذاعة المعادية .

لقد كانت إذاعة ((سوان)) تابعة لوكالة المخابرات المركزية الأمريكية !!C.I.A

في هذا البيان الذي أذيع من كوبا استخدام قاعدة أساسية في الحرب النفسية وهي أن الأقوال و الأفكار التي تصدر من أحد أفكار الجماعة نفسها، أو فريق منهم تكون أقوى تأثيرًا من الأفكار التي تنقل لهم من الخارج بواسطة شعب آخر جماعة أخرى ، فإن الدعاية التي تصدر من فريق من الجماعة تكون أقل عرضة للمقاومة .

و إذا فحصنا القطعة الدعائية نفسيًا وجدنا أنها ترسم خطة محكمة و قد بدأت بفقرة هامة أن الساعة قد حانت لتنفيذ ذلك . أي أن هذه الفرصة موقوته ينبغي ألا تضيع في حينها ، كما تتخللها عبارات مثيرة مثل (هذه فرصتكم لتقديم الدليل على إخلاصكم) و الإخلاص هو السمة الأساسية التي كان يتسم بها جيش كاسترو .

ولم تترك الدعاية أثرها على جيش كاسترو فحسب ، بل وجهت لأفراد الشعب . فقد طلبت الدعاية مساعدة جيش التحرير . و هو هدف أساسي من أهداف الشعب .

و تحت هذا الإطار فصلّ البيان أعمالاً يجب عليهم أن يقوموا بها تحقيقاً لهذا التعاون ، مثل إيقاف محطات الكهرباء عن مد المصانع بالكهرباء ، والهدف هنا بطبيعة الحال إشاعة الارتباك والفوضى و تعطيل المصالح الهامة وإيجاد الفجوة بين الشعب والجيش ، و انقسام الجيش على نفسه ، وفي هذا كله تحقيق لأهداف المخابرات المركزية الأمريكية و هي أهداف تتكرر من كل زمان ومكان.

١٨- لا يأكلون اللحم

في الحرب العالمية الأولى لجأت بريطانيا إلى أسلوب بارع في الحرب النفسية ، إذ كانت تعمل على نشر بعض القصص في صحف البلاد المحايدة، بحيث تبدو هذه القصص في الظاهر كأنها ضد الحلفاء في حين أنها تحمل بين طياتها ما يفيد في المعركة .

من ذلك مثلاً أن بريطانيا كانت تعلم أن الحكومة الألمانية قد منعت بيع اللحوم ثلاثة أيام في الأسبوع . فعمدت إلى إحدى الصحف البلجيكية وطلبت إليها أن تنشر قصة التذمر بين الجماهير البريطانية ، لأن حكومتها أصدرت قراراً بمنع بيع اللحوم يوماً واحداً في كل أسبوع ، وتصورت الصحافة الألمانية أن نشر أخبار هذا التذمر سيرفع معنويات الشعب الألماني، لأنه سيدرك أن الجماهير الغاضبة في بريطانيا لن تقف إلى جانب حكومتها ، وكان هذا تصور خاطئاً؛ لأن هذه الأخبار لم تكذب تنشر في الصحف الألمانية حتى ازداد تذمر الشعب الألماني من حكومته التي تحرّمه من تناول اللحوم ثلاثة أيام في الأسبوع، بينما لا يحرم منها الشعب البريطاني إلا يوماً واحداً فقط ورغم هذا فهو ساخط أيضاً .

في هذا المثال نوع جديد من الحرب النفسية يحتاج إلى براعة في تنفيذه و إخراجة . فالداعي قد يوجه الدعاية لتظهر وكأنها موجهة ضده ، و لكنها تحمل بين جنباتها الكثير من الدعاية المضادة لعدوه ، و تعمل على إثارة الحماس في الاتجاه الذي يريده هو .

فقد عرف الإنجليز أن الألمان قد نظموا بيع اللحوم في ألمانيا، بحيث منعت بيعها ثلاثة أيام شأنها في ذلك شأن الكثير من الدول الأخرى في أوقات كهذه ، ولم يكن يشعر الألمان تجاه هذا التصرف بشيء من الامتناع، أو التذمر لولا استغلال الإنجليز لهذه الحالة العادية في أوقات الحرب في نشر دعاية مضادة إلى الألمان لتثير الاضطراب و الشغب ، فقد أخرجت قطعة دعائية وكأنها

موجهة ضد الحكومة الإنجليزية و خاصة أنها نشرتها في إحدى الصحف غير البريطانية .

فإذا رأى الألمان أن الشعب الإنجليزي و هو ما يُعرَف عنه من التضحية و التحمل يثور من أجل الحرمان من اللحوم يوماً واحداً في الأسبوع و هم يحرمون منها ثلاثة أيام فإن ذلك يخلق في نفوسهم مرارة لا تلبث أن تظهر في صورة من صور التمرد علماً بأن إنجلترا كانت تدخل اللحوم ضمن مواد التموين . وقد انطلت هذه الخديعة على الصحف الألمانية و راحوا ينقلون هذه الصورة المموهة عن الشعب الإنجليزي للشعب الألماني ، وقد وقعوا بذلك في الفخ الذي نصبته لهم الحكومة الإنجليزية .

ومن ذلك نرى أن كثيراً من الأخبار التي تبدو طبيعية وعادية ، قد تحمل بين طياتها دعاية تسري دون التحقق من هدفها ويتبقى لنا تأملها تماماً قبل تصديقها و نقلها.

١٩- خداع

أثناء غزوة الخندق التي حاصر فيها المشركون جموع المسلمين داخل المدينة. ذهب الصحابي الجليل **نُعَيْم بن مسعود** رضي الله عنه إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم و أخبره أنه حديث عهد بالإسلام و لم يعلم قومه بإسلامه بعد و أنه يستطيع أن يقوم بعمل يضعف به معنويات الأعداء . فقال له الرسول صلى الله عليه وسلم :

((إنما أنت رجل واحد فخذل عنا ما استطعت فإن الحرب خدعة))

فخرج نعيم حتى أتى بني قريظة وكان نديماً لهم في الجاهلية فأفهمهم بأن قريشاً لو انتصرت فستكون كل المكاسب من نصيبها ولو انهزمت فستتركهم يواجهون مصيرهم السيئ مع المسلمين ، ونصحهم نعيم بأن يأخذوا عندهم رهائن من أشرف قريش !! .

ثم ذهب نعيم بعد ذلك إلى قريش فأخبرهم بأن بني قريظة ندموا على نقضهم العهد مع المسلمين و أنهم اتفقوا مع محمد (صلى الله عليه و سلم) على أن يسلموه عدداً من أشرفكم ليضرب أعناقهم فإياكم أن تبعثوا إليهم بأحد منكم !! و قبيل المعركة أرسلت قريش إلى بني قريظة تطلب منهم أن يستعدوا لخوض المعركة مع المسلمين فأصر بنو قريظة على عدم الاشتراك في الحرب إلا بعد أن تسلمهم قريش عدداً من أشرفهم ليكونوا رهائن عندهم. وهنا حدثت الفتنة

بين الفريقين، وضاعت الثقة التي كانت متوفرة بينهم من قبل وكان ذلك بفضل الله ثم بفضل الحرب النفسية الي شنها ابن مسعود في ذكاء بارع .
فمن أهداف الحرب النفسية الإيقاع بين الدول الصديقة حتى لا يواجهوا عدوهم كفرد واحد .

لقد كان إسلام نعيم بن مسعود رضي الله عنه سرًا فرصة ذهبية للعمل مع صفوف المسلمين دون أن يثير شبهة المشركين . فقد استطاع بحكم علاقته الوطيدة مع كل من قريش و بني قريظة أن يوقع بالفريقين لصالح المسلمين . ولعل رد النبي صلى الله عليه وسلم دليل على إيمانه بالحرب النفسية و أهميتها وفائدتها . و بأن الحرب خدعة. فمن استطاع أن يخدع عدوه استطاع الفوز عليه .

لجأ نعيم بن مسعود رضي الله عنه إلى الخداع وإلى الوقعة بين الفريقين، واستطاع أن يشكك بني قريظة في نوايا قريش ، وزعزعة الثقة بين الحلفاء والأنصار هدف شائع من أهداف الحرب النفسية حين يوجه الفريق جهده للتفرقة بين جماعتين متحالفتين ضده .

٢٠- سنوافيكم بالأنباء

في الثامن عشر من شهر يوليو عام ١٩٤١ كان تشرشل يخطب في إجتماع عام في مدينة مانشستر ، وحدث أن قاطعه أحد الحاضرين أثناء خطبته فسارعت الإذاعة الألمانية لتعلن أنه وقع شغب في الاجتماع أدى إلى فضه . و لكي تبرهن على ما أعلنته راحت تذيع أكثر من مرة تسجيلًا صوتيًا للمقاطعة، بحيث لاحت وكأنها مظاهرة في الاجتماع .

و كان تشرشل رمزًا للكفاح الوطني البطولي ، و لكن تصويره على النحو الذي قدمته الإذاعة الألمانية إلى مستمعيها جعلت الرأي العام العالمي وقطاعًا كبيرًا من الرأي العام الإنجليزي نفسه يتصور أن تشرشل فقد مكانته السياسية البارزة لدى مواطنيه، ولم يعد له ذلك البريق الوطني الذي كان يتمتع به من قبل .

و لكي تؤكد الإذاعة الألمانية حقيقة ما أعلنته عن تشرشل أذاعت في اليوم التالي أنها ستوافي مستمعيها بآراء بعض المواطنين الإنجليز وهي آراء يفهم المرء من مضمونها أن الشعب الإنجليزي ليس راضيًا عن وجود هذا الرجل على رأس جهاز السلطة التنفيذية في بريطانيا .

كان تشرشل في الحرب العالمية الثانية رمزًا للحلفاء جميعًا ، ولم يكن قاصرًا على إنجلترا وحدها ، فقد كان الرجل يتمتع بثقة شعوب كثيرة ، وكانت ألمانيا تهدف دائما إلى تحطيم هذا الرمز و خلخلة الصورة التي اكتسبها تشرشل بين

الحلفاء ، ولم تكن الطرق المباشرة لتنجح في ذلك بطبيعة الحال ، و لذلك كان على ألمانيا أن تلجأ لأساليب الحرب النفسية في مهاجمة تشرشل . وقد إستغلت ألمانيا فرصة مقاطعة خطابه في مانشستر و التي قام بها أحد أفراد شعبه و قد كان هدف هذه المقاطعة بعيداً كل البعد عن الهدف الذي كانت تريد ألمانيا أن تضيفه عليه ، ولكن براعة ألمانيا تكمن في انتهاء الفرصة المناسبة فأذاعتها و رددتها عدداً من المرات لتضيفي على المقاطعة صورة التمرد و العصيان و عدم الرضا لتقتنع الرأي العام العالمي بأن تشرشل لم تعد له المكانة التي كان يتمتع بها من قبل و أن تصرفاته أصبحت مجالاً للطعن و المواقظة .

و أرادت ألمانيا أن تحبك هذه الخدعة من الحرب النفسية فأذاعت بعد ذلك بأنها ستوافي مستمعيها بآراء الإنجليز أنفسهم عن تشرشل لتكون أقوى أثراً على الرأي العام .

و هذا يبين بوضوح أن كثيراً من أساليب الدعاية المضادة يوجه إلى رمز القوة في الشعب لزعزعة الثقة في الصورة التي تتكون لديهم عن هذا الرمز ، فتكون هذه اللحظة هي الفرصة الذهبية لتحقيق الأهداف الهدامة .

٢١- أبشروا بالنصر

في يوم السبت الخامس عشر من شوال من السنة الثالثة من الهجرة احتدم القتال في (أحد) بين جيش المسلمين و جيش المشركين الذي كان يقوده أبو سفيان بن حرب . وكان النبي صلى الله عليه وسلم قد أمر خمسين من أمهر الرماة و على رأسهم الصحابي الجليل عبد الله بن جبير رضي الله عنه بحماية ظهور المسلمين على جبل أحد و أمرهم بعدم ترك أماكنهم مهما كان الأمر .

و تمكّن المسلمون في بداية الأمر من هزيمة المشركين الذين تبعثرت صفوفهم وأخذوا في الانسحاب دون نظام . و ظن رماة المسلمين أن المعركة قد انتهت و أرادوا أن يشاركوا إخوانهم في الغنائم فخالفوا أمر النبي (صلى الله عليه و سلم) و انطلقوا إلى إخوانهم يغمون معهم غنائم المشركين ، ولم يبق في مكانه سوى عبد الله بن جبير في نفر دون العشرة من الصحابة رضوان الله عليهم . و انتهز خالد بن الوليد قائد فرسان المشركين هذه الفرصة فاكتمسح بفرسانه موقع الرماة ، و اندفع إلى ظهر جيش المسلمين الذي شغلته الغنائم ، و سرعان ما تبعثرت صفوف المسلمين في الوقت الذي تجمع فيه جيش قريش و عاود الهجوم في شدة و عنف من كل اتجاه .

وثبت رسول الله (صلى الله عليه و سلم) في قلة من أصحابه رضوان الله عليهم ، وكانت السهام تأتيه من كل ناحية و وقع في حفرة حفرها أحد المشركين ، وانتهب المشركون فرصة اضطراب صفوف المسلمين فقفزوه- صلى الله عليه وسلم- بالحجارة و أخذ الدم ينزف من الجراح التي أصابت وجهه الشريف . واستغل المشركون هذا الموقف السيئ الذي واجهه الرسول (صلى الله عليه وسلم) فأطلقوا بين الناس شائعة خبيثة تقول: ((ألا إن محمداً قد قُتِل ..)) فكان لها أسوأ الأثر في نفوس المسلمين الذين اعتقدوا أن قائدهم قد قُتل وأن الله قد تخلى عنهم فتزلزلت روحهم المعنوية ، و انقسم المسلمون على أثر هذه الشائعة إلى طوائف مختلفة ففريق منهم ألقى ما بيده من السلاح و عاد إلى المدينة منهزماً ، و فريق آخر وضع نفاقه في هذه المحنة فقالوا للناس ((حيث قتل رسول الله ارجعوا إلى قومكم يؤمنوكم)) وبعضهم قال: ((لو كان نبياً ما قتل ، فارجعوا إلى دينكم الأول)) .

وطائفة ثالثة ثبتت مع رسول الله (صلى الله عليه و سلم) فبايعوه على الموت واصطفوا حوله يصدون سهام المشركين بصدورهم ومضوا يشقون الطريق وسط صفوف قريش متجهين إلى ((جبل أحد)) حتى وصل الرسول صلى الله عليه وسلم بسلام .

وفي وسط هذه المحنة التي واجهها المسلمون وهذه الحيرة التي انتابتهم ، ارتفع فجأة صوت كعب بن مالك رضي الله عنه يقول ((يا معشر المسلمين أبشروا هذا رسول الله صلى الله عليه وسلم)) .

فأقبل المسلمون على ندائه و قد تجددت عزائمهم بعد أن علموا بحياة قائدهم العظيم صلى الله عليه و سلم ، و أيقنوا أن شائعة مقتل النبي صلى الله عليه وسلم إنما كانت إرجافاً من المشركين لتثبيط عزائمهم ، و غلت مراحل الحقد في صدور المشركين بعد أن أخفقت شائعتهم الخبيثة فاندفعوا إليه ليقتلوه ، ولكن صفوف المؤمنين كانت تحيط به يفدونه بأرواحهم ، و حفظ الله رسوله صلى الله عليه وسلم ، وباءت محاولات المشركين بالفشل .

وتجمعت صفوف المسلمين مرة أخرى حول الرسول وبايعه الجميع على الموت ، وما إن أدرك المشركون ذلك حتى انصرفوا بخيلهم و رجالهم إلى مكة وخشوا من خوض معركة أخرى يفقدون فيها النصر الذي حازوه .

في هذه القصة اعتمد المشركون على الشائعة كوسيلة من وسائل الحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية للمسلمين وهم مدركون في هذا مدى الأثر البالغ لمثل هذه الشائعة في تماسك الجند و الثقافات حول رمز واحد لتحقيق هدف واحد ، و إدخال فكرة أساسية في أذهانهم و هي أنهم لن يستطيعوا بذلك تحقيق النصر .

والدعاية الحربية تهدف إلى أمور كثيرة أهمها العمل على إضعاف الروح المعنوية و محاولة تفكك وحدة القوة المحاربة و التشكيك في الهدف و إمكان الوصول إليه، ثم التشكيك في مقدرة الزعماء على قيادة العركة ، في إخلاصهم في هذه العملية ، ولم يكن الرسول (صلى الله عليه وسلم) في هذه الواقعة يمثل قائداً فحسب ، و إنما كان يمثل رسالة وهدفاً وإيماناً، كان المسلمون يضعون ثقتهم الكاملة فيه، يأخذون عنه إيمانهم بالوحدة والقوة، ويتلقون منه تعليماتهم وتوجيهاتهم . و لهذا اعتمدت الشائعة على فكرة نبوته وأن النبوة تتعارض مع الهزيمة بقولهم ((لو كان نبياً ما قتل ، فارجعوا إلى دينكم)) أي أن النبي الذي يساعده الله لنشر رسالته كان يجدر به ألا يقتل في حرب تهدف إلى نشر الرسالة وفي هذا بطبيعة الحال مغالطات منطقية كثيرة ، ولكنها أثرت على النفوس التي اعتقدت أن الدين الجديد (الإسلام) لن يؤمنهم وأنه من الأفضل أن يرجعوا إلى دينهم الأول .

أما النفوس التي لم تؤثر فيها الشائعة ، فقد التفوا حول الرسول صلى الله عليه وسلم لحمايته و مثل هذه الفئة كعب بن مالك رضي الله عنه الذي كان لندائه ((يا معشر المسلمين أبشروا هذا رسول الله صلى الله عليه وسلم)) . أبلغ الأثر في نفوس المسلمين فقد أعاد هذا النداء إليهم الثقة وأدركوا أن رواية مقتله – صلى الله عليه وسلم – كانت شائعة كاذبة كان هدفها إضعاف الروح المعنوية.

٢٢ - الكتيب

في عام ١٩٤٤م أصدرت قيادة الحلفاء كتيباً ألفت بالآلاف منه بالطائرات على معسكرات الألمان جنوب إيطاليا . و كان هذا الكتيب مطبوعاً باللغة الألمانية ويتضمن نقداً لثلاثة من كبار القادة الألمان تمس موضوعات شخصية تقلل من مكانتهم في نظر جنودهم و تجعلهم يفقدون الثقة بهم . وما إن قرأ الجنود هذه الكتيبات حتى شعروا بالاشمئزاز من سلوك قادتهم الثلاثة و ساد المعسكر كله جو من التذمر و السخط .

وهنا اجتمع القادة الثلاثة وأصدروا كتيباً باللغة الإنجليزية أنكروا فيه كل التهم التي وجهت إليهم و وزعوه على جنود الحلفاء . وحين قرأ جنود الحلفاء هذا الرد و لم يكونوا قد عرفوا من قبل عن الكتيب الذي أصدرته قيادتهم عرفوا أن القادة الألمان ليسوا فوق مستوى الشبهات في سلوكهم ، ولهذا فهم أضعف من أن يكونوا قادة يُخشى بأسهم.

كانت قيادة الحلفاء تتوقع أن هذا الموقف سيحدث و أنه لو حدث فستكون نتيجته فقدان ثقة الجندي الألماني في قادته و كشف جوانب ضعف هؤلاء القادة أمام جنود الحلفاء .

إن الهالة التي أحاطت بها ألمانيا قادتها جعلتهم يظهرون في مركز ممتاز ، و فوق الشبهات لدى جنود الحلفاء والجنود الألمان أنفسهم ، و لكن الكتيب الذي طبعه الحلفاء باللغة الألمانية قد أضعف من قوة هذه الهالة في نفوس الجنود الألمان أنفسهم ذلك لأن الكتيب قد تضمن طعنًا في ثلاثة من القادة الأساسيين في الجيش الألماني .

ولو انتهت الدعاية إلى هذا الحد لكانت دعاية عادية إلا أن الحلفاء كان لهم هدف أبعد بكثير ، فقد كانوا يتوقعون أن يجتمع القادة الثلاثة و يصدرون تكذيبًا لهذه الطعنات الموجهة في الكتيب الذي وزع في صفوف الجنود الألمان .

لقد وقع هؤلاء القادة في خطأ جسيم حين طبعوا التكذيب باللغة الإنجليزية ، ووزع على الجنود الإنجليز، فلم يكن هؤلاء الجنود على علم بما احتواه الكتيب الأول ، و بذلك أصبح الكتيب الثاني دعاية موجهة ضد الألمان ، ذلك لأن التكذيب قد فتح أذهان الجنود الإنجليز للطعنات التي وجهت ضد القادة الألمان وبذلك أصبحت دعاية الألمان مكملة لدعاية الحلفاء من تأكيد الطعن الذي لحق بمسلك القادة الألمان الثلاثة.

٢٣- حرب الكراهية

حاولت ألمانيا في بداية سنوات الحرب العالمية الثانية أن توقع العداوة و الكراهية بين شعوب الحلفاء ، فأخذت تذيب عبر إذاعتها الموجهة لبريطانيا أن الشعب الفرنسي شعب منحل لا يعير أدنى اهتمام للقيم الأخلاقية ، و أن الاعتماد عليه ضرب من الخطأ و سوء التقدير ، ثم أخذت تروج من ناحية أخرى بين الشعب الفرنسي عن طريق إذاعتها الموجهة إلى فرنسا أن بريطانيا لن تحاول التضحية بجنودها من أجل مساعدة حليفها فرنسا في حربها مع الألمان و أن المسؤولين الإنجليز يرفعون شعار ((على بريطانيا أن تحارب إلى آخر جندي فرنسي.))

ثم راحت تذيب على الشعب الأمريكي عن طريق إذاعتها الموجهة إلى غرب المحيط أن ضعف بريطانيا و عدم قدرتها على استمرار الحرب أمام القوة الألمانية سيلقي بالمسؤولية على الشعب الأمريكي ، وعلى أمريكا أن تدرك أنها قد أقدمت على أخطر خطوة حين أقدمت على التحالف مع دولة ضعيفة مثل

بريطانيا دون أن تكون لها مصلحة واضحة في هذه الحرب . وتختتم الإذاعة الألمانية حديثها للأمريكيين قائلة: ((أيها الشعب الأمريكي لا زالت الفرصة أمامك لإنقاذ مستقبلك من الدمار)) وكانت ألمانيا في الحرب العالمية الثانية تدرك بحق أن قوة الحلفاء في تكتلهم و اتحادهم . فبالرغم من قوة ألمانيا التي بدأت بها الحرب العالمية الثانية إلا أن تكتل الحلفاء وحدة واحدة تتكون من أمريكا و إنجلترا وفرنسا ثم روسيا كان يقض مضجع الألمان و يخيفهم . و كان من الطبيعي أن يركن الألمان إلى تفتيت هذه الوحدة ، و لا يكون ذلك إلا عن طريق إيجاد تضارب بين القوى المتحدة في صفوف الحلفاء .

وقد بنت ألمانيا جهودها في ذلك على دراسة لنفسية الشعوب في هذه الدول الثلاثة، كما درست ما يطرأ على نفوسهم من مخاوف وما يتردد على ألسنة بعضهم من اقوال و أرادت أن تنفذ من هذه الفجوات لتحديث تأثيرها في إيقاع هذه الأقطار بعضها ببعض . و معنى هذا أن الحرب النفسية لا تبدأ من فراغ بل تحتاج إلى جهود متصلة . وقد إنتهت من دراستها لنفسية هذه الشعوب إلى أن الشعب الإنجليزي يهتم بالتقاليد والمبادئ ، و استطاعت أن تنفذ من ذلك لتوقع بين الشعب الإنجليزي و الفرنسي، لأن الشعب الفرنسي وما يعرف عنه يصلح لأن يكون طعمًا يُستغل فيه هذا الأسلوب . فأشاعت على الشعب الإنجليزي بأن الشعب الفرنسي شعب منحل الخلق و المبادئ ، ومن ثمّ فهو غير جدير بالمساعدة والتضحية . و أرادت أن توجه دعاية مضادة على الشعب الفرنسي لينفض يده من يد إنجلترا فلم تجد أوفق من فكرة الاستغلال ، فأذاعت بأن الجيش الإنجليزي يستغل الجيش الفرنسي و أنه يضحي به في سبيل حصوله على النصر الذي يريده .

وقد بذلت نفس هذا الجهد للإيقاع بين الجيش الإنجليزي والأمريكي فاستخدمت فكرة ضعف إنجلترا ، و أشعرهم بأنهم قد أقدموا على معركة خاسرة حين تحالفوا مع الإنجليز .

٢٤- بَرادوك

خلال الحرب العالمية الثانية أسقط الحلفاء بالطائرات من أربعة إلى خمسة ملايين لفافة من المتفجرات الحارقة الزمنية القوية ذات الحجم الصغير على مناطق في ألمانيا و النمسا حيث كان يتجمع العمال الأجانب ، و كانت كل رابطة من المواد المتفجرة تتضمن كارت تعليمات يصف طريقة الاستعمال ومكتوبًا بتسع لغات . و سميت هذه العملية ((برادوك)) وكان هدف الحلفاء :

* الاستفادة بأكبر قدر ممكن من أعمال التخريب الفعلية التي يقوم بها العمال الأجانب.

* زيادة خطر ملايين العمال الأجانب في ألمانيا على أجهزة الأمن الداخلي الألماني

* تحطيم أعصاب قوى الأمن الألماني إلى أقصى درجة ممكنة:

و في هذه العملية يتضح كيف يستطيع العدو أن يستغل نقطة الضعف في عدوه، و ينفذ من خلال الفجوات و المناطق ضعيفة المقاومة. فوطنية الألمان أنفسهم سواء في قطاع العمال أم في غيره من القطاعات كانت مشهوداً لها بالقوة، وولائهم لزعمائهم كان أمراً مفروغاً منه، ولم يجد الحلفاء جانباً من الضعف يمكن استغلاله إلا العمال الأجانب، ولم تكن تربطهم بألمانيا تلك العاطفة القوية التي يشعر بها الألمان لألمانيا، وكان الحلفاء يدركون ما بنفوس هؤلاء العمال من ضعف وإكراه، وما يحملون في أنفسهم من ميل للتمرد والمقاومة للألمان، كما كانوا يدركون أن هؤلاء العمال كانت تنقصهم أدوات العدوان و التخريب التي لم تكن بطبيعة الحال تصل إلى أيديهم. كل هذه الحقائق أدركها الحلفاء و كان هذا الإدراك جزءاً هاماً في هذه الحرب النفسية، لأنهم استغلوا خير استغلال.

فإلقاء عدة ملايين من اللقائف المحتوية على المتفجرات الحارقة الزمنية ذات الحجم الصغير يتيح لمن لديه الرغبة في العدوان فرصة تحقيقها، فصغر الحجم يساعد على الاختفاء و هذا يجعل من الصعب اكتشافها، كما أن المتفجرات الزمنية يسهل استخدامها! و لكن الحلفاء لم يتركوا أمر استخدامها للصدف، بل كتبوا طريقة استخدامها بأغلب لغات العالم لأنهم يدركون أن هؤلاء العمال يتكلمون خليطاً من اللغات.

وواقع أن الحلفاء قد لمسوا بذلك سلاحاً جباراً من أسلحة الحرب النفسية و هو استخدام هذا العدد الهائل ممن لا يدينون بالولاء والوطنية، شأنهم في ذلك شأن الجنود المرتزقة الذين يسهل التأثير عليهم و توجيههم الوجهة التي يريدونها العدو.

٢٥- مواطن الضعف

في اليوم الخامس من شهر ديسمبر عام ١٩٤٢ طبعت الحكومة الألمانية سرّاً صورة طبق الأصل من صحيفة ((واشنطن بوست)) الأمريكية واسعة الانتشار، زيّقتها بطريقة محكمة و دقيقة لدرجة يصعب معها على أي أمريكي يواظب على قراءة هذه الصحيفة أن يكتشف هذا التزييف والتقليد. ثم هربت

الآلاف منها إلى معسكرات جنود الحلفاء داخل القواعد الحربية بطريقة غاية في الترميم عن طريق جواسيسهم . وفي هذا العدد نشرت الحكومة الألمانية إلى جانب المواد العادية مقالاً ذيلته بتوقيع كاتب أمريكي معروف ، يتضمن نقدًا للشعب الألماني يجعل شعوب الحلفاء يتعاطفون معه لأنه يجعلهم في صورة الشعب المغلوب على أمره . ثم تناول المقال بعد ذلك مواطن الضعف في قوات الحلفاء و بالغ فيها . وهذا هو جانب الخطورة في المقال ، لأنه تحدث عن هذه الجوانب و كأنها خلل لا يمكن تداوله ، الأمر الذي كاد أن يشيع اليأس في نفوس الجنود الذين كانوا يحاربون حتى ذلك الوقت بروح معنوية عالية ، والذين لم تكن لديهم فكرة حول مواطن الضعف التي تحدث عنها المقال و التي لم تكن أبدًا على هذا المستوى من المبالغة والتهويل التي صورها به .

يستخدم هذا الأسلوب كثيرًا في الحرب النفسية . فالألمان حين يطبعون سرًا مجلة أمريكية شهيرة هي ((واشنطن بوست)) ، ويقلدونها تقليدًا محكمًا إنما يريدون بذلك أن يجعلوا دعايتهم تأتي من أفواه الأمريكيين أنفسهم ، و بذلك تكون أقرب للتصديق ، و أقل مقاومة . ذلك لأن كلاً منا لا يقاوم الأخبار أو الأفكار التي يقرؤها في مجلات بلاده بقدر ما يقاوم الأخبار الأفكار التي يقرؤها في مجلة عادية .

و قد نجح الألمان في عملية التقليد هذه إلى حد بعيد لدرجة جعلت من الصعب على الأمريكيين تمييزها . كما أن النجاح الثاني يتمثل في تهريب هذه المجلة بأعداد ضخمة إلى المعسكرات الأمريكية ؛ لأن هذا النجاح يضيف على السلطات الألمانية براعة أخربالي براعة تقليد المجلة ذاتها .

و بذلك استطاع الألمان بهذه الخطة المحكمة البارعة إضعاف الروح المعنوية في نفوس الحلفاء بطريقة فنية ماهرة .

٢٦ - البالونات

ابتداء من آخر أبريل حتى أوائل خريف ١٩٥٤م أسقطت على الأراضي التشيكية ما يزيد على مائة ألف بالونة مصنوعة من مطاط النيوبرين المملوء بالهيدروجين ويستطيع كل منها حمل ثقل وزنه ٣ أرطال وبذلك أسقط بين الشعب التشيكوسلوفاكي حوالي خمسين مليون من النشرات والإعلانات و بطاقات الانتخابات والصحف المضادة لنظام الحكم .

و في نفس الوقت ، أذاعت أجهزة راديو روبا الحرة القائمة في ميونخ بيانات تفسيرية لشعب تشيكوسلوفاكيا عن هذه النشرات و البطاقات ، وقد دل ذلك على بداية جهد مستمر يستهدف التأثير على الأوضاع الداخلية في تشيكوسلوفاكيا .

كانت النشرات و البطاقات عبارة عن إعلانات صغيرة الحجم يمكن إخفاؤها في راحة اليد ، و هي تتناول ما أسموه بالمطالب العشرة للمعارضة الشعبية ، وجاء فيها:

((إن البطاقة الانتخابية للمعارضة الشعبية في تشيكوسلوفاكيا لا تخص صناديق الانتخابات الحكومية، بل تخص أيدي المواطنين الذين سيستخدمونها كل بحسب إمكانياته كدليل على تضامن الشعب ، و كجزء أول من البرنامج التدريبي ضد النظام و أن تحقيق هذه المطالب العشرة سوف يشكل مرحلة تاريخية على الطريق نحو تشيكوسلوفاكيا الحرة في أوروبا المتحدة.))
وقد أدرك مخطوطو هذه الدعاية أولاً أثر الكلمة المطبوعة على المعتقدات وعلى تغيير الرأي العام والتأثير عليه ..

والكلمة المقروءة لها أثر يفوق أثر الكلمة المسموعة لدوام أثرها . فالورقة التي تحوي أفكاراً معينة مطبوعة تكون أطول بقاءً، و يمكن ترديدتها و تبادلها بسرعة محققة أكبر الأثر في إتجاه التفكير المُعتَقَد .
و لهذا أستخدمت البالونات مع تعزيزها بإذاعات راديو أوروبا الحرة حتى يكون لها أثر مضاعف .

و بفحص هذه النشرات و البطاقات نجدها إعلانات صغيرة الحجم يمكن إخفاؤها في راحة اليد؛ مما يساعد على سهولة الإخفاء و قراءة الإعلان في أمان . كما أن وضعها في البالونات عامل يثير الدهشة ، و يجذب الانتباه و الحماس في الاستحواذ على الإعلانات الصغيرة . و بالنسبة لمضمون هذه النشرات و البطاقات نجد أنها تمس مشكلات أساسية في حياة أفراد الشعوب

٢٧- الهزيمة قبل المعركة

بعد سلسلة طويلة من المعارك بين المسلمين والفرس تأهب الجيشان للمعركة الفاصلة التي قدر لها أن تدور في ساحة القادسية وهي مدينة تقع جنوبي العراق .

كان الجيش المسلم بقيادة **سعد بن أبي وقاص** الصحابي الجليل و البطل القرشي رضي الله عنه، الذي طالما جاهد مع النبي (صلى الله عنه وسلم) في غزواته وقاتل دونه قتال الأبطال ، و كان واثقاً في قوة جيشه و في النصر الذي وعد الله به عباده المؤمنين .

أما الفرس فقد دعا عاهلهم ((يزدجرد)) أعظم قادته ((رستم)) لتولي قيادة الجيش الكبير الذي كان يحتشد في **المدائن** و قبل رستم هذا التعيين على مضض فقد هزته إنتصارات المسلمين و ملأ قلبه خوفاً ما سمعه عن إيمانهم و تكالبهم على الموت ، و خشى من هزيمة يكون فيها القضاء على سمعته الحربية . فأخذ يلتمس المعاذير للتهرب من هذا المنصب و البقاء في المدائن ، و لمّا أصر يزيدجرد على توليته قبل على مضض ، و تقدم أخيراً بجيشه الذي بلغ مائة و عشرين ألف مقاتل ليواجه الجيش المسلم الذي لم يزد على الثلاثين ألف مقاتل إلا قليلاً.

و بالرغم من تفوق الجيش الفارسي بنسبة ٤ إلى ١ على جيش المسلمين ، و بالرغم من تفوق الفرس في المعدات و احتواء الجيش على عدد كبير من الأفيال ، فقد ظل قائده رستم مخلوعاً يحاول عبثاً إقناع يزيدجرد لإعفائه من منصبه ، فلما أدركه اليأس ، أخذ يتلأأ في التقدم عسى أن يمل المسلمون من وقفتهم فينصرفون دون قتال .

قال المارشال نوش:

((إن المعركة التي ينتصر فيها القائد هي المعركة التي لا يعترف فيها لنفسه أنه قد هزم))

و إذا طبقنا الرأي على معركة القادسية لأدركنا أن هزيمة الفرس حدثت قبل أن تبدأ المعركة، لأن قائدهم رستم أدرك في قرارة نفسه أنه سائر نحو الهزيمة .

و أخيراً سار رستم متباطئاً و متخاذلاً إلى الحيرة ومنها إلى **النجف** تجاه **القادسية** ، حيث ضرب معسكره ، وزاد الطين بلة أن رستم بدأ يرى أحلاماً مزعجة في منامه، فتارة يرى الملائكة تقاتله، و تارة يراها تختطف أسلحة الفرس وتختتم عليها في أعماق المخازن ، ولم يكد يصل تجاه القادسية، ويرى خلال استطلاع معسكر المسلمين، وما هم عليه من قوة و بأس حتى انهارت شجاعته ، و بدلاً من اشتباكه في الحال بمقدمة المسلمين التي كانت سراياها تجول وتصول أمام معسكره ، إذا به يكتب إلى سعد بن أبي وقاص ليبعث له بعض أصحابه ليتحدث في الصلح . ولمّا فشلت محاولات الصلح بعد أن حل رستم عبثاً إقناع المسلمين بالتنازل عن مطالبهم ، أدركه اليأس ولم يجد رستم

مفرًا من القتال ، فهُزم شر هزيمة في معركة القادسية، وأصبح الطريق من بعدها مفتوحًا أمام المسلمين إلى المدائن عاصمة الفرس .
وانتصرت قصة الصراع بين الإيمان بالرسالة و بين الاعتماد على القوة المادية فقط ، فقاد الجيش المسلم سعد بن أبي وقاص يقاتل بدافع الإيمان بالرسالة ، وبثقة كبيره بأن النصر حليفه لأنه يجاهد في سبيل الله و أن الله وعد النصر عباده المؤمنين . بينما كان الدافع ضعيفًا يكاد يكون منعدمًا لدى قائد الفرس الذي كان يدرك إفتقارجنوده إلى مثل هذه القوة الداخلية عند المسلمين .
وكان رستم حكيماً في إدراكه بأن الإيمان بالهدف يتفوق كثيراً على الخبرة الحربية والقوة المادية ، و لهذا طلب الصلح و لم ينجح ، وكانت النتيجة هزيمة الفرس .

٢٨ - احتلال جزيرة كريسما

في أوائل عام ١٩٤٢م كانت قيادة الحلفاء تدرك عدم أهمية جزيرة كريسما . وتركت اليابانيين يحتلونها ضناً بجهد يجب أن يتوفر إلى معركة حاسمة أخرى . وقد نجحوا في ذلك إلى حد بعيد .
ولكن اليابانيين استغلوا الفرصة وأخذت الإذاعة اليابانية تذيع أخباراً و تعليقات عديدة عن جزيرة كريسما باللغتين اليابانية و الإنجليزية باعتبارها جزيرة ذات أهمية هائلة من حيث الموقع الاستراتيجي البحري . ولم تكن هذه الجزيرة في الواقع على هذه الدرجة من الأهمية الإستراتيجية كما صورتها الإذاعة اليابانية يومذاك ، و لكن المسؤولين اليابانيين أرادوا بهذا الأسلوب من التركيز على أهمية الجزيرة إشاعة الفرع أولاً في نفوس جنود الحلفاء و إشعارهم بأن الجيش الياباني قادر في أي وقت على احتلال أي جزء تابع لعدوه، كما أن المسؤولين اليابانيين ثانياً كانوا يهدفون من وراء هذه العملية إلى إدخال الثقة في نفوس أبناء الشعب الياباني بمقدرة جيشهم على تحدي قوات أعدائهم و الاستيلاء على أي موقع يريدون الاستيلاء عليها .

و للحرب النفسية هدفان أساسيان هما : رفع الروح المعنوية للشعب و إضعاف الروح المعنوية للعدو بما في ذلك قواته المسلحة .
ومن هذه الأساليب القيام بأعمال صغيرة لا تكلف كثيراً من الجهد، أو الأرواح، أو الوقت ، ولكنها تظهر الجيش بمظهر من أحرز نصراً كبيراً له أهمية

خاصة ، فتموه بذلك على أفراد الشعب و الشعوب الموالية و تضع نفسها في موقف المنتصر الذي يستطيع أن يحقق أهدافه بسهولة ، و يستولي على ما يستطيع إذا أراد . كما يموه على أفراد الجيش المعادي فيقلل من روحهم المعنوية و يزعزع ثقتهم بقواتهم وبقدراتهم على النصر و تحقيق الهدف و الرسالة التي يحاربون من أجلها ، و قد استخدمت القوات اليابانية هذا الأسلوب البارع بتوجيه دعاية كافية لهذه الجزيرة التافهة ، و استطاعت بهذا العمل الضئيل رفع الروح المعنوية لدى اليابانيين ، وخفضها لدى شعوب الحلفاء ، و استطاعت بدعايتها أن تضيف على هذا العمل مسحة البطولة و القوة .

و لو راجعنا أساليب التلفيق و الخداع التي يقوم بها الإسرائيليون في الوقت الحاضر لشاهدنا نماذج من هذا القبيل ، فمحاولة القوات الإسرائيلية الاستيلاء على الجزيرة الخضراء التي باءت بالفشل الذريع تشبه إلى حد كبير هذا الأسلوب من الخداع الذي دأبت إسرائيل على التأثير به على الإسرائيليين ، ولكنها لم تنجح به في التأثير على الشعب المسلم بحكم ما لديه من وعي و إيمان.

٢٩ - الجنرال مينو

وجد الجنرال جاك مينو أن أفضل طريقة يَأْمَنُ بها مقاومة المصريين للاحتلال الفرنسي هي أن يعتنق الإسلام فعلاً و يتزوج بسيدة مصرية ، ووقع اختياره على واحد من العلماء ليصاخره و هو الشيخ الجارم ولكن الشيخ لم يرض بأن يكون أداة يستغلها المستعمر لتخدير الشعب ، و كانت له ابنتان فأُسرع بتزويجهما باثنتين من المصريين قبل أن يفتاحه الجنرال رسمياً . وواصل الجنرال خطته حتى استطاع أن يتزوج بسيدة مطلقة اسمها ((زبيدة)) من أهالي رشيد . و في ٢ مارس سنة ١٧٩٩م أشهر إسلامه رسمياً ((بحضور كل من نقيب الأشراف و مفتي الشافعية و مفتي المالكية و مفتي المذهب الحنبلي في رشيد)) و تسمى منذ هذه اللحظة بـ اسم عبدالله باشا مينو .

و بعد فترة اغتال البطل الشجاع سليمان الحلبي الجنرال كليبر قائد الحملة الفرنسية ، و عين الجنرال مينو بدلاً منه . و بالغ في خداع المصريين فسمى ابنه من زوجته زبيدة بـ اسم سليمان ، وكان يصلي التراويح في رمضان في المساجد . ولكن كل هذا لم يؤثر على المقاومة التي استمرت مشتتة في كل مكان ، حتى انتهت بخروج الفرنسيين من مصر . و لقد دفعت السيدة زبيدة ثمنًا غاليًا لزوجها من مينو فقد هجرها في إحدى مواني إيطاليا بعد خروجه من مصر و تركها هناك فريسة للفقر و المرض حتى ماتت .

و كثير من أساليب الحرب النفسية تعتمد على تكوين علاقات انفعالية حميمة بين العدو و أفراد الشعب المعادي ، و يلجأ العدو إلى التظاهر بالتعاطف و الاهتمام باتجاهات الشعب المعادي ، واحترام مبادئهم و عاداتهم و تقاليدهم . و العدو في هذه الحالات من التظاهر يعتمد على خاصية لدى الإنسان . وهي المشاركة الوجدانية ، و هي طبيعة لم تكتسب . فنحن نميل لإظهار الود لمن نشعر أنهم يكونون لنا نفس المشاعر و يظهرون لنا نفس الانفعالات . و في التاريخ أمثلة كثيرة على ذلك فلقد أعلن هتلر في الحرب العالمية الثانية أن اسمه هو الحاج محمد هتلمر ، و كأنه قد اعتنق الإسلام و أكمل أركانه إلى آخرها ، وفي ذلك تظاهر باحترام الدين الإسلامي والشعوب التي تعتنقه تقريباً لهم و تعاطفاً معهم ، و الهدف من ذلك أن تذوب مقاومة الشعوب الإسلامية له ويتقبلونه على أنه ناصر لدينهم و مبادئهم .

٣٠ - الكساد

لم يكد المهاجرون المسلمون يستقرون في يثرب تسودهم روح الإخاء و المحبة والتعاون مع إخوانهم من الأنصار الذين أسلموا ، حتى تفجرت دوافع الحقد في نفوس اليهود الذين كانوا يستوطنون هذه المدينة ، فراحوا يوغرون صدور أهل يثرب على الرسول و المهاجرين معه باستخدام شائعة خبيثة تعمدوا فيها أن تكون ذات أثر على جانب حيوي في حياتهم .

ذلك أن كثيراً من أهل يثرب يشتغل بالتجارة ، وكانت لهم علاقات اقتصادية قوية مع تجار مكة ، بل إنهم كانوا يستفيدون كثيراً من حماية قوافل قريش أثناء مرورها بصحراء يثرب ، وهي في طريقها إلى الشام عائدة منها .

و رأى اليهود في التلويح بخطورة الأوضاع الاقتصادية التي ستواجه تجار يثرب فرصة لتأليبهم على الرسول و المهاجرين ، وكان هذا موقفاً تم الاتفاق عليه سرّاً بين زعماء قريش و قادة اليهود في المدينة ، وتحرك اليهود يروجون لهذه الشائعة الخطيرة :

((إن قريشاً ستلجأ إلى أسلوب المقاطعة الاقتصادية مع المدينة ، ومن ثم تتعرض تجارتها للكساد ، و ستعدل قريش أيضاً عن الطريق الذي كانت تسلكه ؛ لأنها لم تعد تأمن على قوافلها من اعتداء محمد و أتباعه عليها منذ أن حل بالمدينة))

وكاد كثير من تجار المدينة يتأثر بهذه الشائعة و يقع فريسة لها خاصة أن منهم من لم يدخل في الإسلام بعد ، لولا أن بعض العقلاء من تجار المدينة

أنفسهم تنبه إلى هذا الأسلوب الخبيث من الشائعات المغرضة التي كان اليهود يهدفون من ورائها إلى تأليب أهل المدينة على الإسلام و المسلمين .
في هذه القصة نلاحظ استخدام الحرب النفسية بأساليب مختلفة . فقد استخدم اليهود وسيلة الشائعات بهدف تقسيم وحدة المسلمين في المدينة، بل تأليب غير المسلمين على المهاجرين من المسلمين .
و قد استخدم اليهود الجانب الاقتصادي مادة للشائعة ، وهو جانب له أثره وأهميته لأهالي المدينة التي يعيش كثير من أهلها على التجارة .
و بذلك كان للشائعة قوتها التي تساعد على انتشارها و تساعد على الاهتمام بها لولا يقظة المسلمين و إيمانهم و تعرفهم على أساليب أعدائهم من اليهود والمشركين .

٣١ - معركة نهر المارن

في عام ١٩١٤م توغل الألمان في فرنسا ولم يتمكن الحلفاء من إيقاف تقدمهم إلا عند نهر (المارن) بالقرب من باريس و كانت المعركة محتدمة بينهم و بين الحلفاء الذين تقهقروا مسافات طويلة أو هنت قواهم .

و قبل المعركة الحاسمة بأسبوعين وصلت إلى سمع الألمان شائعة مفادها أن جنوداً روساً شوهدوا في إنجلترا ، فخاف الألمان أن يكون ذلك مقدمة لنزولهم في بلجيكا ليقطعوا خطوط مواصلات الجيش الألماني فيصاب بكارثة و لذلك خصصوا فرقتين لحراسة الساحل البلجيكي .
وكان هذا أحد العوامل التي ساعدت الحلفاء على كسب المعركة و هزيمة الجيش الألماني الذي كان يتوقع اشتراك الجيش الروسي مع الجيش الإنجليزي ضدهم .

و حقيقة الشائعة هي أن قطاراً مليئاً بجنود (الهيلاندرز) وقف في محطة بجنوب إنجلترا فدهش أحد الحمّالين و سألهم عن المكان الذي جاءوا منه فأجاب أحدهم جنناً من (روسشاير) . فالتبس الأمر على الحمّال و ظنه يقصد روسيا و روج الشائعة حتى وصلت إلى سمع الألمان فكان أن اتخذت قيادة الجيش الألماني قرارها بتخصيص فرقتين لحراسة الساحل البلجيكي و بذلك خسرت المعركة.

وفي هذه القصة يتضح لنا كيف تنتقل الشائعة من فم إلى فم ، ومدى ما يحدث بها من تحريف يبعدها تدريجياً عن الحقيقة . فجنود الهيلاندرز عندما وقف بهم القطار جنوب إنجلترا لم يسمع الحمّال عن مكان مجيئهم جيداً ربما اختلط عليه

الأمر حين ظن أنه روسيا بدلاً من روسشاير ، وسواء كان هذا أم ذاك فإنه ناتج عن حالة التوتر النفسي التي كان يعانيتها الشعب الإنجليزي في ذلك الوقت .
كما أن الحمال وجد في هذا التحريف ما يتمشى مع رغبة الشعب الإنجليزي في المعاونة ، كما وجد فيها أيضاً ما يضيف على الخبر الذي سمعه ورددته أهمية تجعله موضع الاهتمام من كل من يسمع الخبر .
و لذلك انتشرت الشائعة حتى وصلت إلى الألمان فصدقوها ، واتخذوا قرارهم بتخصيص فرقتين لحراسة الساحل البلجيكي مما أضعف قوتهم .

٣٢ - كوبون للغداء

في الحرب العالمية أستخدمت القوات الأمريكية وسيلة تجعل الجنود الألمان ينقصون الأوامر و يحتفظون بالنشرات التي يسقطونها . فقاموا بوضع كوبون داخل النشرات ، وكان هذا الكوبون بمثابة جواز مرور عبر خطوط القتال للجندي الذي يعتزم الاستسلام ، كما تضمن أيضاً بياناً عن وجبات الغداء التي تصرف للجندي الأمريكي، و وعد لأسرى الحرب بنفس مقادير الغداء . و لمّا كان معظم الجنود الألمان في ذلك الوقت مجاهدين و يقاسون الجوع لقلة الأغذية فقد احتفظوا بهذه الكوبونات بأمل استخدامها .
و تظهر مهارة الحرب النفسية الأمريكية الموجهة ضد الألمان أن الأمريكيين لم يكتفوا بإلقاء النشرات المثبطة لهمم الجنود الألمان و إضعاف فكرة التضحية والفداء في نفوسهم فحسب ، و لكنهم درسوا أيضاً نفسيات الجنود الألمان في هذه الفترة و انتهزوا فرصة الوقت الذي بدأ فيه الجيش الألماني يضيق ذرعاً بالحرب ، وقاموا بتمهيد السبيل لهم للتخلص من كل ذلك وفي هذا الإجراء أمران هامان:

أولهما : دراسة شاملة لنفسية جنود العدو.

والأخرى : توقيت دقيق لتوجيه الدعاية و الحرب النفسية .

هذا الإجراء لو تم قبل ذلك لما وجد نجاحاً ، ولكنه أتى في الوقت المناسب كما أن وضع الكوبون داخل النشرات يساعد على الرواج والتداول ، لأنه منح كل جندي شعوراً بأنه يستطيع أن يتخلص من جميع ما يلقاه من مضايقات و ضغوط إذا حصل على منشور داخله كوبون .

و كأن الدعاية الأمريكية تريد أن تقول للجندي الألماني :

((أنت سيئ الحظ ما دمت في جانب الألمان ، وستلقى الخير العميم إذا انتقلت إلى حالة أسرى حرب)) .

٣٣ - وسيلة سهلة

((إننا نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعًا واحدًا في يد جندي ، أليس الأرخص من ذلك أن نبحث عن وسيلة تسبب اضطراب الأصابع التي تضغط على زناد المدفع في يد هذا الجندي؟!)) .

في هذا التعبير يتعجب القائد من هذا الجهد و الوقت والنفقات التي تبذل في تدمير مدفع واحد في يد جندي واحد ، و يتساءل عما إذا كان من الأجدى والأسرع أن نؤثر على نفسية الجنود و إشاعة القلق بين صفوفهم و نشر حالة اليأس و تثبيط الهمم بينهم، و قد عبر عن ذلك تعبيرًا مختصرًا و بليغًا حين قال: ((أليس الأرخص من ذلك أن نبحث عن وسيلة تسبب اضطراب الأصابع التي تضغط على زناد المدفع في يد الجندي، وذلك لن يتم الا بمحاولة التحكم في حالة الجندي النفسية)) .

فلو تصورنا جيشًا على جانب كبير من التدريب و الإمكانيات و لكنه يحارب دون أن يكون له هدف واضح، إنه يحارب و هو في حالة معنوية سيئة ، فلا يمكن أن ينتصر و لا تستطيع خبرته و تدريبه وإمكاناته أن تسد وجه النقص في روحه المعنوية .

فإضعاف الروح لها تأثيرها البالغ في الدافع و الحماس و المثابرة و التحمل ، وهذه هي العمد الأولى التي عليها قوة الجيش .

و لو تصورنا عكس ذلك جيشًا آخر أقل في إمكاناته، و لكنه يحارب بهدف واضح يقتنع به، و من أجل تحقيق رسالة يعتنقها، و يحارب في حالة أمن و اطمئنان . واثقًا في قادته و في قدراتهم على قيادة المعركة .

مثل هذا الجيش لا بد أن ينتصر ، وإذا توفر للجيش الجانبان معًا فكان مزودًا بالإمكانات و في حالة أمن واستقرار ومؤمن بالرسالة التي يقاتل من أجلها فإن انتصاره يكون مؤكدًا و كاملاً بإذن الله.