

الحرب النفسية في (إسرائيل)

رؤية جديدة

روت شليفر*

المقدمة

تُعتبر التنظيمات الفلسطينية وتنظيم حزب الله تنظيماتٍ قليلة العدد والعدّة بالمقارنة مع (إسرائيل). وقد توصلت إلى إنجازاتٍ عسكرية وسياسيةٍ ملموسة؛ فقد أدّت عمليات حزب الله إلى إخراج (إسرائيل) من جنوب لبنان، وأدّت الانتفاضة الأولى إلى إقامة دولة فلسطين الفعلية؛ ولا زالت الانتفاضة الثانية مستمرة حيث من السابق لأوانه تقدير نتائجها.

لقد أدار الفلسطينيون وحزب الله الحرب ضدّ (إسرائيل) بوتيرةٍ هادئة، وذلك من خلال استخدام وسائل نفسيةٍ كثيرة. وأدّى نجاحهم المبهّر إلى تدريس أساليبهم في الأكاديميات العسكرية في جميع أنحاء العالم. ومن الواضح أنه من غير المناسب تحليل المنجزات بالأدوات الدارجة للحرب التقليدية طالما أنها لم تحصل مثل هذه الحرب، وهذا الفصل ينطلق من زاوية

* محاضر في جامعة «بار-إيلان» في قسم العلوم السياسية. و باحث في مركز بيغن- السادات في مجال الحرب النفسية، حرب المعلومات و علاقاتها بالجيش و بالإعلام.

الاعتقاد أن هذه المنجزات نبتت من تطبيق شريعة الحرب. والتي تربط بين الحرب على وتيرة هادئة وسياسةٍ مخططةٍ ومنسقةٍ من خلال بثّ المعلومات. وباختصار، هي الحرب النفسية.

هذه الدراسة توضح أفكاراً أساسية ومحددة حول موضوع الحرب النفسية، وتعطي عدداً من التطبيقات وعدداً من الوصايا للمستقبل.

الفصل الأول: ما هي الحرب النفسية؟

تحديد ومضمون

إن التعابير اللغوية والأدبية تتخبط حول التعريف الدقيق للحرب النفسية⁽¹⁾، وبصورة عامة، فالمقصود هنا هو استخدام وسائل غير عنيفة (خلال الحرب) لتقريب أهدافها.

وحسب ما سنرى لاحقاً، من الممكن توسيع أو تقليص الفكرة، و تغيير هذا المصطلح حسب الضرورة. والمصدر هو الحرب النفسية التي تشكل قاعدة (حديدية) لا يمكن الخروج عنها. وهذه القاعدة بحاجة للتنسيق الوطيد بين المستويين العسكري والسياسي.

الحرب النفسية لا تحسم الحروب، ولكنها تكون أداة إضافية في جعبة القيادة العسكرية، مثل: سلاح الجو، المدفعية أو المدرعات. مثال ذلك حرب الخليج التي لم تحسم عن طريق وحدات الحرب النفسية، ولكن عن طريق الهجوم الأرضي؛ حيث أدى استسلام عشرات الآلاف من الجنود العراقيين في أعقاب رسائل الحرب النفسية إلى حقن دماء الكثيرين بالنسبة (لقوات التحالف)، إضافة إلى توفير وسائل قتالية كثيرة. وقد استسلم هؤلاء الجنود بسبب الرسائل التي بثت لهم، والتي خففت عنهم وطأة الأسر وعددت

(1) Daugherty & m.janowitz, a psychological warfare casebook (Baltimore, md: johns hopkins university press, 1958); j. ellul, propaganda: the formation of men attitudes (New York: vintage books, 1973); a. george, propaganda analysis: a study of inferences made from nazi propaganda in the second world war (Evanston, il: ron Peterson & co, 1959), h.d. lasswell, propaganda and the promotional activities: an annotated bibliography (Minneapolis of minnestoa press, 1935)

(وهذه بعض من عشرات الكتب المتعلقة بالموضوع.)

لهم خيارات الاستسلام، ثمّ دفعهم إلى التغلّب على شعورهم بحبّ الوطن وخوفهم على مصائر عائلاتهم.

وإنّ ثمن هذا الإنجاز بكلّ بساطةٍ بياناتٍ من الورق ونداءاتٍ عن طريق مكبّرات الصوت، وقنابل تمثيلية (خداعية)، أدّت إلى تصاعد موجة الهروب من الجيش والاستسلام بشكلٍ مضطّرٍ كلّما تزايدت الانتصارات في ساحة المعركة.

التاريخ والمصطلح

موضوع الحرب النفسية معقّدٌ بشكلٍ كبيرٍ وملّيٌّ بالمشاعر. وفي (إسرائيل)، فإنّ عبء الشعور بشفافية هذه المشاكل خلال هذه الحرب له تأثيرات كبيرة بشكلٍ خاصٍ ومختلف.

المسار الأخلاقي

للعوي علاقة بالحرب النفسية، مثل الدعاية وغسل الدماغ وسياسة الإغراء (الغوغائية) وما شابه ذلك، وهذه الأفكار تتعارض مع القيم العالمية التي أعلنت في أعقاب الثورة الفرنسية، وأساسها حقوق الفرد الديمقراطية وحرية التفكير وإقناع الجماهير لأهدافٍ سياسية، مثل وقت الانتخابات الذي يثير الهواجس و التفرير.

المسار المعنوي أو الدلالي

جدّت كلمة (بروباغندا) ، أيّ الدعاية، في القرن السابع عشر؛ وهي

اختصاراً لاسم منظمةٍ أنشئت من أجل مساعدة الكنيسة الكاثوليكية لضمّ المؤمنين لصالحها. وعملت هذه المنظمة على مستوى العالم. وفي أمريكا الجنوبية، كانت هذه المنظمة سبباً في تنصير ملايين الهنود الحمر، وحتى هذا اليوم، فإن تفسير الكلمة هو "الدعاية".

وفي إطار التحضيرات الحربية في بداية الحرب العالمية الأولى، أنشأ الألمان جهازاً إعلامياً لجموع الجماهير المختلفة. وعندما انخرط البريطانيون في الحرب، أنشؤوا جهازاً معقداً وذو فاعلية كافية بعد صراعات بيروقراطية داخلية. حينها، كان من الممكن رؤية الفرق بين النظام الديمقراطي والنظام الدكتاتوري، وكانت أكثر الصحف شهرة تقف على رأس وزارتين مهمتين؛ صحيفة (لوراد بيبر بروك) كانت ناطقة باسم وزارة الحرب الإعلامية، وصحيفة (هولارد نورث كليف) ناطقة باسم دائرة الدعاية المعادية.

بعد عقدين من الزمن، وعلى إثر نشاطات الأجهزة النازية لـ (جوزيف غبلس) وقبول هذا المصطلح (بروباغندا) كان لذلك مغزى سلبياً واضحاً ما زال حتى اليوم. ولقد فهم البريطانيون أهمية استخدام المعلومات بهدف تحقيق النصر في الحرب، وقاموا بإنشاء جهاز لهذا الهدف؛ لكن هذا الاسم سبب مشكلة بسبب استخدام الألمان مصطلح (البروبوجندا)، ولذلك اختار البريطانيون مصطلحاً آخر هو (الحرب السياسية). وعندما دخل الأمريكيون للحرب أنشؤوا قيادة مشتركة مع البريطانيين؛ وسمي هذا المصطلح الدعائي الجديد باسم (الحرب النفسية).

لقد وضعت الحرب الباردة أمام الولايات المتحدة الأميركية مشكلة قديمة

جديدة. فمن ناحية، (البروباغندا) هي أداة لأنظمة دكتاتورية؛ ومن ناحيةٍ أخرى، لا يمكن تجاهل فاعلية هذه الأداة. وكان الحلّ الدلالي للمشكلة يتمثل بتغيير المصطلح ليصبح (العلاقات العامة)، والحل المنظم يجعل هذه الدعاية في الخفاء. وعلى ذلك، تمّ الاستناد إلى وكالة المخابرات المركزية الأمريكية الـ(CIA) والهيئة الجديدة باسم وكالة الإعلام الأمريكية التي أنشئت من أجل نشر المعلومات .

إن انتشار مصطلح (الحرب النفسية) قد تضاعف، وتمّ حصر استعماله للنشاطات العسكرية التقليدية. ففي حرب فيتنام، استعمل هذا المصطلح ضمن نشاطات المسار النفسي، وسمّيت (بالعمليات النفسية)، أو باختصار (psyop)، وربما بسبب الاعتقاد أن لكلمة (عمليات) دلالة لسلسلة عملياتٍ دقيقةٍ وقصيرة. وهذا المصطلح لا يزال مستخدماً حتى اليوم، على الرغم من بذل جهودٍ للبحث عن مصطلحٍ جديد.

دولة (إسرائيل)

في السنوات الأولى لقيام دولة (إسرائيل)، إضطرّ قادتها للتعامل مع مشكلة إيجاد مصطلحٍ للدعاية وبثّ المعلومات والأفكار، وكان هناك تردّد في استخدام مصطلح الدعاية بسبب استخدام هذا المصطلح من قبل النازيين. ورغم ذلك، فمن الواضح أن لهذه المعلومات أهمية واضحة في الحرب؛ والحلّ الوسط لهذا الأمر تمثّل في نقل موضوع الحرب النفسية في المجال العسكري إلى وحدةٍ صغيرةٍ من شعب الاستخبارات والقطاع المدني من الاستخبارات العامة. وضمن الحياة المشتركة، كانت مهمّة تشكيل الرؤيا العالمية من قبل

رجال الدولة؛ وهم أول من فهم أهمية الدعاية والمهمة الموكلة لمن يعمل بها. ولذلك، كانت هناك نزاعاتٍ مستمرةً في موضوع السيطرة على بثّ ونشر المعلومات.

مع بداية حرب الاستقلال، بدأ الصراع على الهيكلية والصلاحيات. وفي هذا المجال، تمّ أيضاً الاتفاق على حلٍ وسطٍ بأن يكون مكتب وزارة الخارجية هو المسؤول عن الدعاية الخارجية، والوكالة اليهودية مسؤولة عن الدعاية لجموع اليهود في جميع أنحاء العالم، وقسم جديد هو (مركز الاستعلامات) المسؤول عن الدعاية لسكان الدولة. وفي هذا القسم، كانت هناك نزاعاتٍ كبيرة⁽²⁾.

إن الاسم الجديد لهذا القسم يعبر عن طريق مأساة استخدام المصطلح. ومنذ حرب الاستقلال، ظلّ استخدام رسائل من الجيش (الإسرائيلي) ضمن مصطلح الدعاية، مثل استخدامات "دعاية التجنيد" إلخ.. ومع بداية عام 1949، بدأ استخدام مصطلح "استعلامات"؛ وهذه الكلمة في لفظها الجديد لا مثيل لها في اللغات الأخرى، ومغزاها هو الدعاية والتوضيح. لكن، ولأسبابٍ استعاريةٍ مجازية، كان من غير الممكن استخدام كلمة "الدعاية" من أجل توضيح التصرّو الذي يضع (إسرائيل) في حالةٍ خاصّة، وذلك انطلاقاً من الاعتقاد بأنه من حقّ (إسرائيل) الوجود بأمانٍ وسط محيطها.

فرضت (إسرائيل) المصطلح على العالم اليهودي وعلى من معها بعلاقاتٍ

(2) على الرغم من أن مركز الاستعلامات يقع في بناية رئيس الحكومة. لكنّه تابعٌ رسمياً لوزارة التربية والتعليم. بعد أن وضعت نصوصه في زمن (زلمان أورن).

دبلوماسية. ووزارة الخارجية عملت في الإعلام الذي سمي باسم "قسم الاستعلامات" ولمدة عقودٍ عدّة وحتى الانتفاضة. وفي اتحاد نقابات العمال "الهستدروت" الصهيونية كان هناك قسم بهذا الاسم حتى تمّ إنهاؤه في نطاق عمليات تنظيمه من جديد في سنة 1997.

ورغم ذلك، فإن كلمة "الإعلام" هي جزءٌ من المعجم الصهيوني العالمي، إضافة إلى كلماتٍ أخرى، مثل "مبعوث" و "هجرة العودة لإسرائيل". وتماماً يزيد صعوبة استخدام المصطلح هو استخدام الاختصارات العسكرية، مما يؤدي إلى إساءة فهم مهمّة الدعاية في الحرب والاختصارات (الإسرائيلية) للكلمات في الحرب النفسية؛ مثل استخدام (ح-ن-أسود)، أي حرب نفسية سوداء؛ و (ح-ن-أبيض)، أي حرب نفسية بيضاء.. وهكذا، فإن هذا المصطلح يساعد على بلبلة وتشويش الأفكار، علاوة على أن هذه التقنية متخصصة للتوقيع على الرسائل الموجهة، مثل (ح-ن-أبيض)، أي بيان موزع في ساحة المعركة بختم قائد ميداني محلي يدعو فيه إلى الاستسلام. وأيضاً فإن (ح-ن-أسود) تعني بيان مختوم ختماً مزوراً.

وعلى النقيض، يوجد في الجانب الآخر في المفردات العسكرية العربية عدّة مصطلحات لها علاقة بالموضوع المعلوماتي⁽³⁾: "وزارة الإعلام" وتفسيرها "الوزارة الحكومية للإعلام"، وفي دول عربية كثيرة تكون جزءاً من الأجهزة الحكومية؛ وفي الستينيات، تعلّم الفلسطينيون كيفية بداية ونشأة حروب الاستقلال لدولٍ مختلفة مثل الجزائر، وكوبا وفيتنام. وقد استفادوا

(3) صلاح نزار - الحرب النفسية. مكتبة ترومن. المكان وسنة النشر غير مذكورين.

من دراسة هذه الحروب والصراعات، وأطلقوا مصطلح " حرب العصابات " و "حرب الأعصاب" على الأبعاد النفسية للحرب. ومن هنا نستنتج أنه وفي المراحل الأولى من الصراع، اختار الفلسطينيون إمكانياتٍ مختلفة سرّية للأبعاد النفسية للحرب.

الخلاصة: من الممكن القول إن "مصطلح الدعاية" يقع الآن في مراحل عدم الثبات في المفهوم، وإن هدفه بثّ المعلومات من أجل الحصول على أهدافٍ سياسية؛ أي المصطلح الدلالي السلبي. ولذلك، يتمّ استخدامه بصورة قليلة. أما في (إسرائيل)، فيستخدمون مصطلح الاستعلام ضمن مصطلح الحرب النفسية، ويستخدمونه لتحديد النشاطات التي لها علاقة بتقريب المصالح ضمن المجالات العسكرية في زمن الحرب. لكنّ التصوّر الأمريكي -حسب ما سيأتي- توسّع بشكلٍ كبيرٍ بعد استخدام مصطلح الحرب النفسية والاستعلامات السياسية. وسيعرض هذا الفصل لاستخدام المعلومات من وجهات النظر العسكرية والسياسية.

من أجل المقارنة في تحليل المنهج الأمريكي لموضوع بثّ المعلومات في الحرب، تمّ في العقدين الأخيرين استثمار جهودٍ منظّمةٍ لبحثٍ علميٍّ واسعٍ نما وكبر ضمن شريعة الحرب. ومن الممكن تطويع هذه المعلومات كي توافق (إسرائيل). وتكمن أهمية التصوّر الأمريكي بتوسيع الحرب النفسية الشاملة لكلّ معلومةٍ من جميع المصادر التي من الممكن أن توصل إلى المصالح الأمريكية فيما بعد مدى هذا التصوّر، وطموحه في السعي لإنشاء جهازٍ متكاملٍ لكلّ أجهزة الدولة التي لها علاقة بالمعلومات العسكرية والمدنية على حدٍ سواء؛

وذلك من أجل أن يكون العمل متلائماً ومنطلقاً من أهدافٍ محدّدةٍ سابقاً، وبشكلٍ يعود بالنفع على مصالح الدولة.

ومثال ذلك أن هناك أجهزة تعمل على نشر الثقافة الأمريكية في جميع أنحاء العالم، وحسب المستويات المقصودة، وذلك من قبل عمالقة الصحافة في البيت الأبيض والحكومة وجهاز "CIA" ووحدات الحرب النفسية وضباط العلاقات العامة في وحدات الجيش. وبذلك، تمّ فهم موضوع الإعلام ونشر المعلومات على أنه وحدة كاملة أو مجموعة كاملة.

وتعتبر الوثيقة الأمريكية المركزية، غير الواضحة بشكلٍ جزئيّ، المرشد العسكري الأمريكي لموضوع أهمية المعلومات (6-100-field-manal)⁽⁴⁾، الذي يتطرق إلى المعلومة على أنها ذات أهمية عليا في الحرب المستقبلية ويتعرّض إلى أساسيات الأفكار لاستخدام المعلومة الاستراتيجية الأمريكية. ويتفرّع استخدام المعلومة إلى عددٍ من المجالات هي: مجال الحرب النفسية الذي يتخصّص بالسيطرة على المعلومة الموجهة لجماهير مختلفة وخاصة إلى عدوّ قائم وموجود أو احتمالية وجود هذا العدو، ومجال علاقات الجيش مع الإعلام⁽⁵⁾ الذي يتعامل أساساً مع الجماهير؛ وهي الهدف المدني العام للولايات المتحدة. ومجال ثالث هو حرب المعلومات، والذي يعمل على إرسال المعلومات إنطلاقاً من وجهة نظر هذه القنوات، مثل الكمبيوتر

(4) fm 100-6 information operations, headquarters department of the army, Washington dc, 24 august 1996 www.fas.org/irp/doddir/army/fm100-6.

(5) fm 46-1 headquarters department of the army, Washington dc, 30 august 1997 www.mega.un:8080/somans.html

وشبكات المعلومات بطرقٍ مختلفةٍ لاستغلال هذه الحرب مع العدو، مثل إرسال الفيروس لأجهزة العدو والتشويش الإلكتروني والمغناطيسي وما شابه ذلك.

وانسجماً مع (6-fm 100)، يوجد كتاب توجيه وإرشاد لموضوع قانون الحرب لموضوع الحرب النفسية (fm 5-1-33)⁽⁶⁾. وهذه هي قوانين الحرب منذ القدم. وقد وضعت النصوص الأولى في بداية الحرب الباردة؛ وتحتوي هذه الوثائق على تجديدٍ للأفكار بعيدة المدى في عقيدة الحرب النفسية الموجودة منذ الحرب العالمية الأولى.

ليس هناك الكثير من التجديد⁽⁷⁾. لكنّ الجديد هو عموميات مواضيع مصنّفة، مثل علاقات الجيش والإعلام وارتباطه بالمجال التخريبي السري في الحرب النفسية. وأمر آخر وُضع في كتاب الإرشاد المذكور سابقاً، وهو فتح وكشف عن المعلومات للحاجة لوجود مدخلٍ معلوماتيٍّ حرّ.

والبرهان على ذلك هو أن جميع هذه الكراسات للإرشادات موجودة على الإنترنت؛ وإن أيّ شخصٍ يستطيع الحصول عليها. ويُحتمل أنه مازال هناك مكانٌ للمناورة بين تدفق المعلومات بصورةٍ حرّةٍ وبين فاعلية هذه المعلومات بهدف تقريب المصالح العسكرية والسياسية، وإن السريّة المخفية تكوّن قيوداً حول الموضوع.

(6) fm 33-1-5 psychological operation techniques and procedures. www.mega.nu:8080 /somans .html

(7) نشر البريطانيون خلال الحرب العالمية الأولى عدّة تقارير مثيرة عن الدعاية.

إستخدام المعلومات الاستراتيجية - درجات متفاوتة

يوزع دليل الحرب النفسية (5-1-fm33) مهام الولايات المتحدة لمستوياتٍ متعدّدة. فالمستوى الاستراتيجي يقع على المقياس الشامل، من ضمن أجهزة الدولة وبإشرافٍ من الرئيس ومندوبيه.

والمستوى الذي يليه هو المستوى العملي والفعال، وهدفه تجهيز السكّان في حالة العمليات الحربية. و الهدف هنا تعريف مناسب لقوّة عظمى، والتي تضع على رأس أولوياتها مصالحها بصورةٍ شاملة .

إن إرسال الجيش إلى مناطق متوتّرة يحتمّ علينا الاستفادة من الخبرات السابقة. لذلك، علينا تجهيز السكّان في المنطقة لمجيء الجيش، كي لا يفسر وجوده بأمورٍ قد تضرّ باحتمالية نجاح وجود هذا الجيش. وفي حالةٍ مثل هذه، فإن بثّ المعلومات في المنطقة في الأساس من مسؤولية الجيش؛ وعلى مستوى عالٍ، يتعاون مع المستوى السياسي.

وهناك المستوى التكتيكي، ويتمّ التعامل من خلاله مع كلّ ما هو مقبول أو معروف في الحرب النفسية في ساحة المعركة، وبشكلٍ منظمٍ حتّى على مستوى الوحدات العسكرية الصغيرة.

وهدف المستوى الأخير هو مرحلة التأسيس (التعزيز والتقوية)، عبر تحضير الوضع العام للجماهير في تلك المنطقة المحتلة للواقع الجديد، وذلك من أجل منع واقع سلبي، مثلما حصل لـ (إسرائيل) في لبنان عندما لم تفلح في تطوير علاقاتها مع المدنيين والأحزاب المختلفة عندما كانت على الأرض اللبنانية.

وفي الجيش الأمريكي، أنشئ جهاز متطور من أجل فحص وتحليل وتشكيل المعلومات واستخلاص الرسائل ونشرها، وذلك من أجل الأهداف المنشودة. هذه الوحدة متحرّكة ومتنقّلة وعلى استعدادٍ للذهاب إلى أيّ مكانٍ في العالم وفي أسرع وقت. ويقع مركزها في قاعدة قيادة القوّات الخاصّة في (فورت براج) fort bragg في شمال كارولينا؛ وتقوم وحدة الحرب النفسية العسكرية بتشغيل مطابع متحرّكة واستوديوهات ومحطّات بثٍ عن طريق الطائرات للراديو والتلفزيون. وهنا يكون الجنود مدرّبين على هذه المهام من تصوير وإعلام وبثّ ورسم، وطباعة.. إلخ. ومهمّة هذه الوحدة تزويد خدمات ومستلزمات حسب الطلب؛ وقد عملت هذه الوحدة كثيراً في (بنما) و (هايتي) في حرب الخليج أيضاً.

وفي حرب الخليج، إصطدمت الوحدة بمعارضةٍ من جانب عدد من القوّاد العسكريين بسبب تحريك الطائرات، وطلب القادة الفائدة من نشاطات الحرب النفسية وحقائق واضحة، دون وجود أية عوائق لعدم إمكانية الفصل بين تركيبة الحرب النفسية خلال الحرب. ومثال ذلك السبب أو العامل الذي يقف وراء هبوط معنويات جيش العدو في ساحة المعركة؛ فهل هي الرسائل، أو القنابل، أو القصف. هذا الوضع تغيّر بشكلٍ كبيرٍ في حرب الخليج، لأن (88000) جندي عراقي قد استسلموا لقوّات التحالف، وجزء من هؤلاء الجنود رفعوا بياناتٍ كان قد وزعها التحالف، وهي (طريق آمن)؛ وفي هذه البيانات، ضمانات بالحماية لكلّ جنديٍّ عراقي، على الرغم من أن احتفاظ الجندي بهذه البيانات يعرّضه للعقاب الشديد.

منذ عام 1991، تطّلع القادة العسكريون بصورةٍ أوسعٍ إلى فكرة إنشاء وحدات الحرب النفسية. وهناك جيوش معروفة ومتعدّدة، لديها وحدات عسكرية كبيرة مخصّصة للحرب النفسية، مثل الجيش البريطاني، والفرنسي، والألماني، والإيطالي.

لا خلاف أن موضوع المعلومات كأداةٍ استراتيجيةٍ قد دخل عليه تحسّن ملموسٌ في "إسرائيل". وفي الألفيّة الثالثة، فإنه من الواجب على الأجهزة الأمنية والسياسية أن تدرس وتمحص من جديد الجهود الفكرية الجماعية والمنظمة التي بذلت في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا، ودراسة تطبيق عناصر جديدة، من بينها العلاقة مع (إسرائيل)، ومن أجل تهيئة وتجهيز نفسها للتحديات الأمنية التي يضعها الفلسطينيون ودول المواجهة أو دول الطوق.

العناصر الأساسية للحرب النفسية

في الحرب النفسية، يوجد ثلاثة عناصر أساسية هي: الجمهور المستهدف، الرسائل، وقنوات البث.

ومن الممكن تقسيم الجمهور المستهدف إلى ثلاثة أقسام: البيت (المواطنون)، العدو، الحياد؛ والجمهور الأكثر أهمية هم المواطنون. فعندما تطلب الدولة تجنيد عناصر سكّانها للحرب، فهي مضطّرة أن تقوم بعملية إقناع لمواطنيها بالموافقة على التضحية خاصّة في الحرب التقليدية. وفي أوقات الحرب الباردة، فإن هناك تجنيداً جزئياً. لكنّ الدولة مضطّرة أن تتعامل وتتأقلم مع صعوبات

أخرى، مثل التدمير والتشكك على توزيع غير عادل لعبء المسؤولية. ويجب إقناع المواطنين أنه عندما يكون الحديث عن خطرٍ يهدد الوجود، فالأمر يتطلب الكثير من التضحيات؛ ويجب أن يتم إقناع الجنود الذين يتم تجنيدهم بضرورة تجسيد أهداف الحرب، وأن احتمالية النصر للدولة التي لا تنجح في اجتياز هذا الأمر ضعيفة. وتشكّل حرب لبنان (1982-2000) مثلاً للفشل في الخطاب الموجه للشعب.

الجمهور الثاني هو العدو. وهذه الجماعة تنقسم إلى قسمين هما: الجيش والمدنيون. ويكمن الهدف هنا في إقناع العدو بأن يُنزع منه الأمل في النصر، وأن هذا هدفاً ضائعاً. وكلّما انتهت الحرب مبكراً أكثر، كان ذلك من الأفضل. ومن أجل هذا، يتم استعراض معطيات القوة والخبرة التاريخية. وهكذا، فإن الجانب الأضعف يعرض موارده البشرية واستعداد رجاله للتضحية كوسيلة مفضّلة.

والجمهور الثالث هو الجمهور الحيادي، والذي ليس له علاقة مباشرة في الصراع. والهدف هنا كسب رأيه؛ أو على الأقلّ منعه من مساندة العدو.

العنصر التالي هو الرسائل. وعلى ضوء تحليل الرسائل في حروب القرن الماضي، من الممكن أن نستخلص عدداً من الرسائل القيّمة الموجهة للجماهير وسكّان المنطقة وللعدوّ، والتي تركّز على قلّة الأمل بالنصر وغرس الخوف في ذاته وبثّ الشعور بالذنب.

ويرمي استهداف مقاتلي العدو إلى التسبّب لهم في الارتباك والتردد

والرضوخ والاستسلام أو الهرب من المهمّات. وعلينا مواجهة جنود العدو من خلال احترام هذا العدو وتقدير شجاعة قلبه وتضحياته. ويجب أن نراعي رغم ذلك ضعف الأمل على نفسيته؛ ويجب أن تهتمّ هذه الرسائل بالإجابة على تخوّف الجنود على مصير عائلاتهم بعد سقوطهم في الأسر⁽⁸⁾. وهذا النوع من الرسائل في الحرب مشهور، وهو " أنه لا يوجد أيّ شيءٍ ضدّكم، ولكن ضدّ القيادة السيئة المسؤولة عنكم. ساعدونا على إسقاطهم، وإن هذه الحرب اللعينة ستنتهي فوراً ". وهذه الرسائل لها أثر في حالة انحراف الناس وتكتلهم حول هذه القيادة الفاسدة في أوقات الحرب.

ولا زالت الرسائل الأكثر شيوعاً بيان " المعبر الآمن " الذي وجد في الحرب العالمية الأولى، ويركّز على إقناع المقاتل بالاستسلام والأسر بصورة خاصّة. وينتج هنا هاجس عدم الثقة عن مثل هذه الرسالة التي تتطلب إسناداً وتوقيعاً بالوثائق الرسمية الموقعة من قبل قائد كبير على هذه البيانات. وهذه البيانات تحرّض على الاستسلام، ومكتوبة بلغة أصحاب هذه المناطق، وذلك من أجل توسيع دائرة الإيمان بها، وهي معدّة ظاهرياً للجنود الذين لديهم القابلية للسقوط في الأسر. وفي حالة أن هذه البيانات لا تؤدّي بصورة مباشرة للسقوط في الأسر، فإنها تؤثر على معنويات جنود الجيش حيث انتشارهم.

تركز الرسالة المركزية في الحرب النفسية على بشاعة الحرب، علاوة على

(8) يرى الكاتب أن السوريين أخطؤوا على المدى البعيد في حرب 73 فيما يتعلّق بالمعاملة البشعة التي تعرّض لها أسرى الجيش الإسرائيلي. وإن هذه الحالة ستعزّز من حوافز الجندي (الإسرائيلي) بأن يقاتل حتى آخر قطرة من دمه على الجبهة السورية. وسيكون من الصعب على السوريون توجيه رسائل بالاستسلام للجنود الإسرائيليين.

أن هذه الحرب تعمل على حصد الأرواح البشرية. وعلى مرّ التاريخ الإنساني، تمّ تطوير أساليب كثيرة تخصصت في التغلّب على الخوف الطبيعي في الحرب، ولتخلق أناساً كانوا رسلاً للسلام ومسخّرين أقلامهم من أجله، قد حولتهم إلى قتلة، يعملون من أجل زعيم أو فكرة. وإن إحدى الطرق للحصول على هذا الهدف هي جعل الجنديّ يعمل على الفطرة العسكرية.

يكمن هدف الحرب النفسية في خلخلة الوضع النفسي داخل صفوف العدو، وحمله على التفكير بالعموميات وبأفكار واقعية بالنسبة إلى كلّ فرد. وفي بعض الأحيان، جعله يشعر بالذنب، وهذا الأسلوب أثبت نجاعته أكثر من غيره؛ وهكذا كان في فيتنام.

تشجيع التفكير الأخلاقي والشعور بالذنب أمورٌ تؤثر على قدرة الجندي في أن يجرّح أو أن يقتل. وعلى هذه الرسائل الموجهة أن تخترق حاجز آلية التفكير التي يرمّز بها العدو؛ علاوة على أنه في الصدمات التقليدية، يكون لهذه الرسائل أثر أكبر، فيتأثر بها المدنيون. وأثر الدعاية في معاناة المدنيين موجودٌ منذ فجر التاريخ، وهو جزءٌ مهمٌ من هذه الحرب.

وتدور الحرب التقليدية في عصر التطوّر التكنولوجي على الأغلب من مسافات بعيدة، حيث لا يكون هناك أيّ مواجهاتٍ جسديةٍ مع العدو. وفي الحرب الباردة، تكون الصدمات عبارة عن أحداثٍ عرضيةٍ قصيرةٍ وزمنٍ طويلٍ وبتصالٍ مباشر. وفي مثل هذه الظروف، من الممكن تنشيط مبدأ الإنسانية والشفقة جرّاء معاناة الناس، ومن الأفضل مهاجمة مكانٍ آخر وفي ساعةٍ أخرى، وهكذا.

وفي النهاية، فإن قنوات البث هي الطرق المستخدمة في نقل الرسائل وطرق الاتصال الجماهيري، والتجمع السهل المقصود هو السكان الأصليين؛ وهؤلاء يتأثرون بواسطة الإعلام، إضافة إلى المحاضرات والموسيقى والإعلانات..

وهناك عددٌ قليلٌ من الجمهور من الصعب الوصول إليه؛ وهؤلاء هم المحايدون ومن أجل الوصول إليهم، يجب استخدام تقنية العلاقات العامة وإجراء استطلاعاتٍ لمواضيعٍ خارجية عبر الإعلام المحلي وشراء مناطق الإعلام وقنوات وزارة الخارجية (الدبلوماسية والتجارة) واتصالات ثقافية. وتعتبر الجماعة الأكثر تصلباً هي العدو، وليس فقط تحديد كل رسالة تصل على أنها معادية ومضرة بأهداف الحرب؛ وهذا ما يدفع العدو إلى وقف قنوات البث المعادي الموجه إلى جيشه ومواطنيه.

الحل الذي وجد في الحرب العالمية الأولى للوصول إلى جمهور المعادي، وما زال استخدامه قائماً كما ذكر سابقاً، هو توزيع البيانات على جيوش العدو بأشكالٍ متعدّدة (من الطائرات أو عن طريق قذائف مدفعية). وهنا لا يستطيع العدو منع هذا البث، بالإضافة إلى بذل جهودٍ للتأثير على الإعلام العالمي، المنتشر بحيادٍ وعلى مستوى عالٍ من الثقة. وفي حال مشاهدة العدو أو السماع به عبر القنوات العالمية والإنترنت، فإنها تُعتبر وسائل بث مؤثرة على العدو. وهناك طريقٌ آخر لنقل الرسائل للعدو هي عن طريق العملاء المعارضين للحكم. أو من يطمحون في أن يكونوا البديل لهذا الحكم ومثال ذلك عمل قسم الاستخبارات البريطاني في الحرب العالمية الثانية بتنظيم بثٍ إذاعي في ألمانيا عن طريق ضابطٍ ألمانيٍّ معارضٍ لهتلر؛ وهو قام بالبث المتحرّك من على

ظهر شاحنة في شارع من شوارع ألمانيا؛ وعلى أرض الواقع، كان بثاً صحافياً بريطانياً تم بثه من بريطانيا.

وهنا، فإن (إسرائيل) متهمّة من قبل الفلسطينيين بنشر بيانات في اللغة العربية يخيل أنها كتبت وطبعت على يد الفلسطينيين. وقد أثارت هذه البيانات نزاعات وخلافات بين الفلسطينيين خلال الانتفاضة الأولى؛ وهذه الخطوة سميت بدعاية سوداء black propaganda. أما في اللغة العسكرية (الإسرائيلية)، فسميت بالحرب النفسية السوداء.

خلال السنة الماضية، تراكمت خبرات كبيرة في نصوص مخاطبة العدو وإنتاج رسائل جذابة. وهكذا تم طباعة بيانات على الوجه الآخر للعملة والنقود، حيث تم طباعة وجه العملة الأول بشكل أوراق نقدية والوجه الآخر صور إباحية. ومثل هذه البيانات تكون بمثابة بطاقة البراءة في حالة إلقاء القبض على هؤلاء الجنود. وفي بعض الدول، فإن حكم من يحتفظ بمثل هذه الرسائل هو الموت.

أساليب العمل - إتجاهات فكرية أخرى

هناك أسلوبان إضافيان للعمل، وهما ابتكار مبادرات الأحداث واستغلال هذه المبادرات والمناسبات. والهدف من هذه المبادرات هو خلق أحداث حقيقية مقنعة من بدايتها وحتى النهاية. ومثال ذلك توقع حدوث المجازر أو الهجوم؛ والتفوق بهذا الأمر يكمن في أن العناصر الدعائية تقع ضمن السيطرة من المبادرة، ومثال ذلك الهجوم الذي جرى على ألمانيا من قبل

الجنود البولنديين، والذي شكّل ذريعة للألمان لغزو بولندا سنة 1939. وخلال الانتفاضة الأولى بادر الفلسطينيون لإرسال سفينةٍ وعلى ظهرها مئات اللاجئين المطرودين من فلسطين في أسلوبٍ مغامرٍ لإدخالهم أرض فلسطين. وهنا، فإن ما كان ينقصهم هو استثمار الجهد الكبير الذي كان عليهم أن يستخدموه في إكمال تنظيم هذه المسيرة.

ومن السهل جداً الأخذ بهذه الأساليب، وذلك من أجل استغلال الفرص في الحرب النفسية، ومثال ذلك ما حدث عام 1915 حيث تمّ إصدار وسامٍ خاصٍ في ألمانيا على شرف سفينة لوزيتانيا الأمريكية التي أغرقها الألمان. و قد استغلّ البريطانيون هذه الحادثة، وجعلوا من هذه الأوسمة أداةً شيطانيةً كبيرة، وقاموا باستنساخ مئات الآلاف من هذه الأوسمة، إضافةً إلى طباعتهم بياناتٍ إعلاميةٍ تعرّف الألمان على أنهم حيواناتٌ مفترسة؛ وهذا الأمر أسهم مساهمةً كبيرةً في دخول أمريكا الحرب. ومثالٌ آخر هو استغلال (إسرائيل) لحادثة مقتل جنديين من الوحدات الخاصة الإسرائيلية (مستعربين) على يد الفلسطينيين المتظاهرين عندما كشف أمر الجنديين في رام الله، وذلك من أجل إبراز وجهٍ شيطانيٍّ لعامة الفلسطينيين.

الفصل الثاني: تطبيق مبادئ الحرب النفسية من قبل الفلسطينيين

وحزب الله

لم يأت موضوع الحرب النفسية في الصراع (العربي-الإسرائيلي) على أيام حرب الخليج، ومن خلال استعراضٍ سريعٍ لاستخدام الحرب النفسية من أيام حرب الاستقلال، نرى أن هناك مفاهيمٍ تمَّ استثمارها بأشكالٍ معيّنةٍ من كلا الطرفين.

فخلال الغزو المصري في مايو 1948، وزّع المصريون بياناتٍ باللغة العبرية على سكّان المستعمرات التي تقع جنوب البلاد: مستعمرة "يد مردخاي" ومستعمرة "نير-عم"، ودعتهم فيها إلى الاستسلام. وهذه البيانات كانت نتيجة جهود عسكرية لأسلوب الحرب النفسية للجيش المصري، لكنّها دلّت على الخطأ في فهم الأمور من قبل هذا الجيش⁽⁹⁾.

وفي البيان الذي ألقِي على مستعمرة (نير-عم)، كان يوجد خطأ أساسي ومهني في هذا البيان الذي كان وزّع من قبل المسؤول عن إدارة الحرب النفسية. فقد كان عليه أن يمتنع عن التطرّق إلى موضوع ثقافة العدو وكان عليه أن يتطرق إلى ثقافته، حيث توجّه القائد المصري إلى المدافعين عن المستعمرات وطلب منهم من خلال هذه الرسائل أموراً استدلّ بها من القرآن، أو حسب ما أوضح أنها من التوراة.

وهذا التوجّه لم ينجح في التأثير على المعنويات العالية للجنود المدافعين.

(9) يُتوقّع أن هذا الأمر نابعٌ من تركة الجيش البريطاني في الحرب العالمية. وحتى لعدّة سنوات بعد اندلاعها.

وكان الخطأ الأكبر يكمن في أن هذه البيانات الموجهة كانت على أساس ديني، وكان معظم سكان هذه المستعمرة من العلمانيين؛ هذا بالإضافة إلى الأخطاء في الكتابة والنص التي جعلت من هذه البيانات أضحوكة.

أما حرب الأيام الستة (1967)، فقد كانت قصيرة بحيث لم تسمح باستعمال أساليب الحرب النفسية بصورة مفيدة. وفي مقابل ذلك، وبعد انتهاء الحرب، نفذت خطوات واسعة في إطار ما يسمّى بالحرب النفسية في أوساط السكان الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث عملت هذه الحرب النفسية على التأكيد على قوّة (إسرائيل)، وأنه من مصلحة الفلسطينيين الحفاظ على الهدوء والأمن.

حرب تشرين عام 1973 تشهد أيضاً على قصّة انهيار أجهزة الجيش والإعلام الحيويتين في الحرب النفسية، وخاصّة التعامل مع الصحافة الأجنبية في (إسرائيل). فخلال الحرب، لم تؤدّ القيادة العامّة أفضلية في بثّ المعلومات واستغلالها لأهداف استراتيجية. وفي معرض الحرب النفسية "التكتيكية" في ساحة المعركة، فإن هناك احتمال وقوع أحداثٍ عرضيةٍ محلّيةٍ متفرّقة، مثل الإعلان عن عمليات الإعدام لقائدٍ سوريٍّ من أصلٍ درزي، في حين أنه قتل في ساحة المعركة. وهنا كان الهدف عبارة عن دقّ إسفينٍ بين النظام السوري ومواطنيه الدروز.

مصطفى طلاس، وزير الدفاع السوري قال إن (إسرائيل) قامت بجهود كبيرة في مجال الحرب النفسية أثناء حرب لبنان⁽¹⁰⁾، حيث وزّعت بياناتٍ

(10) مصطفى طلاس والغزو (الإسرائيلي) للبنان (تل أبيب: وزارة الدفاع 1988)

في مدينة صور تحث سكانها بأن يفسحوا المجال للجيش (الإسرائيلي) بالعبور شمالاً. ووزعت أيضاً بيانات لقيادة الجيش السوري وذلك من أجل إقناعهم بالاستسلام؛ وبث صوت (إسرائيل) باللغة العربية رسائل للمقاتلين الفلسطينيين من أجل تحطيم معنوياتهم؛ وهكذا.

الفلسطينيون من جانبهم قطفوا ثمار العلاقة التي دامت لسنين طويلة مع مراسلي ومندوبي الصحافة الأجنبية، الذين انتشروا في لبنان في هيئة معقدة، حيث استخدم الفلسطينيون العصا والجزرة. وعلى سبيل المثال، كانت الجزرة هنا هي السماح للصحفيين بإجراء اللقاءات الصحفية مع كبار قادة منظمة التحرير والزيارات إلى قواعد المنظمة؛ وكانت العصا عبارة عن عقوبات على الصحفيين تبدأ بالتهديد وتنتهي بالقتل⁽¹¹⁾.

الفلسطينيون والانتفاضة والرد الإسرائيلي

تعتبر الانتفاضة الأولى التي بدأت في كانون ثاني 1987 قصة مثيرة للنجاح، حيث فهم الفلسطينيون في المراحل الأولى من الصراع أن الخيار العسكري في حرب العصابات لن يأتي بالثمار المنشودة. لذلك، استثمروا كثيراً في مجال الإقناع، وكان العمل على مجموعة السكان المحليين الفلسطينيين سهلاً، حيث كان أسلوب العمل بالنسبة لمنظمة التحرير في الجبهة الداخلية أسهل من أي شيء آخر؛ وتمحورت الجهود حول التغلب

(11) تفاصيل عن مجموعة القصص الخالفة هذه. أنظر Chafetz, double vision: how the press distorts هذه. (New York: wiliam morrow and co, 1986). اختلف عليه الكتاب

البريطاني (روبرت فيسك). من الكتاب البارزين المنتقدين ل(إسرائيل)

r.Fisk, pity the nation: Lebanon at war (London: andre deutsch, 1990)

على الصعاب التي كانت تطرأ في أثناء عملية بثّ المعلومات، وكانت الجبهة الداخلية مستعدة لاستقبال المعلومات، وكانت العوائق الأساسية هي القيود التي وضعتها الرقابة (الإسرائيلية) وفقدان الإعلام المستقل. وقد استخدم الفلسطينيون الوسائل المضادة في إطار المواجهة الدائمة مع الرقابة (الإسرائيلية) وتوسيع دائرة الإفصاح في التعبير عن الصراع الذي استمرّ لسنوات، وذلك من خلال تجنيد منظماتٍ دوليةٍ حرّية التعبير عن الرأي. وحول موضوع الإعلام، استخدم الفلسطينيون خدمات الإعلام في الدول العربية، مثل بثّ راديو منظمة التحرير من بغداد خلال الانتفاضة وراديو أحمد جبريل من دمشق، إضافة إلى تطوير وسائل إعلامية كثيرة، مثل بيانات مطبوعة وبثّ الإذاعات.

الأساس الذي تبنّته المنظمات الفلسطينية هو جمع أكبر كم من المعلومات المقبولة والمضبوطة. وقد نشرت وكالات من داخل المجتمع الفلسطيني محسوبة على منظمة التحرير، إضافة إلى وكالاتٍ مستقلةٍ معلومات عن آخر الأحداث المتجدّدة، مكّنت من التقديم لأراء متعدّدة، إضافة إلى خدماتٍ مثل الترجمة إلى المراسلين العالميين. وعملت منظمات معلوماتية صغيرة مثل Palestine press service pps - التابعة لإبراهيم قراين و ريموندا الطويل، اللذين عملا من خلال مكتب صغير؛ ومنذ سنوات السبعينات، أنشأ الفلسطينيون علاقات وطيدة مع مراسلين أجنب، وقاموا بترجمة مواد تخصّ المجتمع الفلسطيني من اللغة العربية إلى الإنجليزية، وربطوا بين مراسلين يتطلّعون إلى المعلومات وبين قصص ذات قيمة إعلامية كبيرة.

وخلال الانتفاضة الأولى، عرض فلسطينيون و(إسرائيليون) خدماتهم على شبكات التلفزة الأجنبية وعلى كل مكان في العالم يهتم بالصراع. إن هؤلاء الأشخاص المحليين الذين يعملون لصالح منظمة إعلام خارجية يعتبرون خلية حيوية في العلاقة بين المراسل الأجنبي والواقع المحلي. والفلسطينيون قاموا بهذه المهمة على خير وجه؛ وقد كان العمل مع وكالات الأنباء يتم بموافقة سياسية من قبل فيصل الحسيني.

لقد جلب هذا الاستثمار نتائج إيجابية للفلسطينيين عبر وسائل الإعلام، وكان التلفزيون الأردني الذي يتم استقبال بثه في (إسرائيل) مفيداً بالنسبة لهم، وذلك من حيث نشرات الأخبار التي أصبحت مصدر معلومات مهماً بالنسبة لفلسطينيي الـ48 الذين بحثوا عن مشاهد في التلفزيون لأحداث الضفة الغربية وقطاع غزة لم تقم نشرات الأخبار (الإسرائيلية) ببثها، وأصبحت هذه المواد مصدراً هاماً للمعلومات المرئية.

وحول توجه الفلسطينيين إلى "المدنيين الأعداء: مواطني (إسرائيل)"، فقد أجرى الفلسطينيون ذلك بواسطة الصحافة (الإسرائيلية)، حيث أنشؤوا علاقات عمل جريئة مع مراسلي الضفة الغربية ومع مراسلين آخرين في الصحافة المركزية (الإسرائيلية). وغير هذا التوجه صحافة المجلات الفلسطينية التي صدرت في اللغة العبرية، مثل (الجسر)، لكنّها لم تنجح في التغلغل إلا داخل قطاع قليل من الناس ومنهم اليسار في المجتمع (الإسرائيلي).

وكانت رسالة الانتفاضة المركزية تجاه العدو والمحايدين: هي أن الاحتلال

(الإسرائيلي) غير شرعي وغير أخلاقي. ولذلك، يجب الاستعجال في مسيرة السلام من أجل حقن الدماء وتوفير المعاناة. ونتج من خلال هذه الرسائل الموجهة رسالة أخرى أكثر أهمية ذكّرت أنفأً، وهي الشعور بالذنب؛ بالإضافة إلى رسالة أن التحوّف (الإسرائيلي) من قيام دولة فلسطينية، تم من خلال تحييد الفلسطينيين نتيجة القوة (الإسرائيلية) الهائلة. وأدّت الرسالة الأخيرة إلى أشياء متناقضة، منها أنها أبرزت الفجوة والفرق بين القويّ أمام الضعيف، ومن ناحيةٍ أخرى قلّلت من التحوّف لدى (الإسرائيليين).

وكمثالٍ على تنظيم مبادرات فلسطينية لمحاولة العودة والدخول إلى أرض فلسطين، نظّمت سفينة النقل المسماة (سول فرين)، والتي سمّيت "بسفينة العودة". وكان من المقرر أن تبحر هذه السفينة من اليونان باتجاه شواطئ فلسطين وعلى متنها اللاجئون الفلسطينيون الذين جرى طردهم من فلسطين؛ وتمّ تشكيل جهاز إعلامي كبير لهذا الأمر. ووصل العشرات من المراسلين إلى أثينا لعدّة أيام. وفي النهاية، أغرقت هذه السفينة على شاطئ قبرص نتيجة لوضع لغم في أرضية السفينة. وألغى هذا التوجّه، وكان من الواضح بالنسبة للصحفيين هوية الجهة التي وقفت وراء هذا العمل.

نشاطات أجهزة الإعلام في (إسرائيل)

على الجانب الآخر من النشاطات الفلسطينية في زمن الانتفاضة، كانت أجهزة الإعلام (الإسرائيلية) متخلّفة، وسرعان ما انهارت في بضع ساعات. ولم تستطع إذاعة الجيش (الإسرائيلي) الوقوف أمام الضغوطات، حيث لم تفهم الحاجة للمعلومة الجاهزة للبتّ مسبقاً، واستخدمت وحدة جهاز

الناطق باسم الجيش (الإسرائيلي) فقط للردود حسب قواعد "اللعبة المناسبة" أو (fair play) الأمريكية، بسبب التأخير وعدم إمكانية الحصول على إجابة فورية. تلخّصت جميع الإجابات بالإيجاز، "الجيش يفحص أسباب الحادث"؛ والإجابة الأكثر وضوحاً جاءت بعد عدّة أيام، ولم تشمل أو تلخّص الأحداث الشاذة. كان عمل الضباط المرافقين والذين من المفترض أن يشكّلوا العمود الفقري للنشاطات الصحفية مع المراسلين أوقات الطوارئ حسب فهمهم فقط، ولم يكن العمل مهنيّاً وحسب ما يتطلّبه أسلوب الرسائل مع المراسلين⁽¹²⁾. وحسب الفلسطينيين، إستخدمت (إسرائيل) أسلوب الحرب النفسية (السوداء) عن طريق نشر بياناتٍ مزيفةٍ وإشاعات، كانت السبب في النزاع داخل المجتمع الفلسطيني⁽¹³⁾، واستخدم الفلسطينيون هذا الأسلوب في بثّ الراديو التابع لأحمد جبريل من دمشق؛ كما استخدم هذا البثّ في رفع معنويات الفلسطينيين وبثّ رسائل مشفّرة حقيقية ووهمية. وقد حاولت (إسرائيل) التشويش على هذا البثّ؛ ولكن، بسبب نقص بعض الأمور، توقّف التشويش.

الوحدات الخاصّة (الإسرائيلية) التي عملت في مناطق الضفة الغربية وقطاع غزة مثل (شمشون، ودفدافان)، عادت بالفائدة النفسية والعملية (من دون قصد)، ودفعت الشهرة التي ظهرت لهذه الوحدات، والتي عرفت في أذهان الناس على أنها وحدات القتل والموت، الكثير من المطلوبين الفلسطينيين إلى تسليم أنفسهم.

(12) j.lederman, battle lines: the American media and the intifada (New York: Henry holt, 1992).p159.

(13) الدكتور جواد عبد الصالح من (جامعة بيرزيت) بحث في هذا الموضوع بحثاً مفصلاً.

وفي النهاية، فإن الهوة في مصادر الطرفين دفعت الفلسطينيين للقيام بمبادرة جديدة ومنظمة في مجال المعلومات. واستخدم (الإسرائيليون) في الأساس مصادر عسكرية فشلت أمام التحديات التي وضعها الفلسطينيون من خلال معلومات منظمة وجوهرية. ولا شك أن تسويق القضية الفلسطينية سهل جداً. ولكن، هذه الأسباب السهلة لا تعطي توضيحاً للفشل (الإسرائيلي)، وقد تغيرت الصورة في الجولة الثانية من الانتفاضة.

أحداث 2000-2002

شكّلت الأحداث التي تلت شهر تشرين الأول من عام 2000 مانعاً إضافياً أمام استغلال نجاحات الحرب النفسية الفلسطينية، حيث يدور الحديث عن دولة فلسطينية فعلية. فمن جهة الحرب النفسية، فإن هناك قيوداً للفلسطينيين في استخدام الأسلحة التي تسبب بوقوع قتلى (إسرائيليين) كثير. وهذا الواقع الجديد أثر على الإنجازات الأساسية التي أنجزت خلال الانتفاضة الأولى.

إن أساس الحرب النفسية في الانتفاضة الثانية هو العمل في اتجاهين: ضربات (الإرهاب) من جانب؛ ومن جانب آخر، وجود نموذج ضعيف "ضحية". ويوجد للفلسطينيين وسائل إعلامية مستقلة سهل الوصول إليها مثل -راديو وتلفزيون- ولكن يحاول هؤلاء استغلال تجنيد السكان الأصليين على الرغم من العوائق من جانب السلطة. وحقاً، فإن الفلسطينيين لم يفقدوا حاسية المبادرة واستغلال الفرص في النزاع، في حين أن (الإسرائيليين) مترددون ومتخبطون بأخلاقيات الدعاية (باستثناء عملية خطف الجنود في رام الله،

حيث لم تشاهد هناك صور مفصّلة؛ ولكن كانت لها دلالات، مثل الدم على كفّ الشاب الفلسطيني). ولا يوجد للفلسطينيين أيّ مانعٍ لعرض أعضاء داخلية لأشخاص نتيجة إصابتهم برصاص الجيش (الإسرائيلي)، حيث تمّ عرض صور تلفزيونية ونشر صورٍ في الصحف.

إن استغلال صور جمجمة الطفلة اليهودية المثقوبة بالرصاص، التي قتلت في الخليل (شلهيفت بس)، كانت مبادرة خاصّة، ولم تكن مبادرة من قبل الحكومة (الإسرائيلية). لقد تمثّلت الرسالة المركزية للفلسطينيين التي استخدموها في الانتفاضة الثانية في (ظلم الاحتلال). وفي هذا الجانب، فإن (إسرائيل) ما زالت متخبّطة حول مسألة تشويه مكانة ياسر عرفات، أو اعتبار هذا الأمر كرسالة هادفة في الحرب النفسية، في حين أن الفلسطينيين يستخدمون موضوع (ظلم الاحتلال) والضرر الأخلاقي، وأن هذه الرسالة تؤدّي إلى محايدة الضرر النابع من عمليات "الانتحاريين".

الصراع مع حزب الله

تنظيم حزب الله مثال للنجاح في مجال الحرب النفسية التي حدثت في لبنان، على الرغم من أنه تنظيم صغير يضمّ عدداً قليلاً من المقاتلين لا يتعدّى المئات، حيث استطاع أن يفرض إرادته على دولة تُعتبر الأقوى عسكرياً في المنطقة، دون الاستناد إلى سلاح المشاة أو سلاح الجوّ أو وجود أسطول بحري. كانت الفئة الأولى المستهدفة في الإعلام من قبل الحزب هم سكّان جنوب لبنان، حيث أثبت حزب الله لهم أن بقاء (إسرائيل) في المنطقة هو قصير، وأن الحزب

قائمٌ ومستقرٌّ أكثر؛ وللتوجيه، وجدت عدّة أذرع؛ فمن جهة، كانت هناك سيطرة على السكّان وحرب على مساندي الجيش (الإسرائيلي) (من جهة الناشطين المعروفين أو المجهولين). ومن جانب آخر، أنشئت مؤسسة لرعاية الشؤن الاجتماعية والثقافية، هدفها الوصول إلى أهدافٍ سياسيةٍ ودعائيةٍ، وهذه من مبادئ الحرب النفسية، التي كانت البديل للمؤسسة (الإسرائيلية). ومورست ضغوطاً كبيرةً على سكّان جنوب لبنان من كلّ الأطراف (بما فيها الحكومة اللبنانية)، من خلال الرسائل التي وجّهت إليهم، والتي أكّدت على أن خيانتهم كانت خيانة للوطن الأمّ.

إن الوعي الثقافي لحزب الله من قبل رجاله في المنطقة ساعده كثيراً على نقل الرسالة بصورةٍ إيجابيةٍ عبر الإعلام، ومن خلال العلاقات الاجتماعية التي أنشأها، إضافة إلى وسائل الاتصال المتعدّدة. والجماعة الثانية في الاستهداف هي (الجيش)، والتي شملت الجيش (الإسرائيلي) وجيش لبنان الجنوبي. لقد تزامن مسار الحرب النفسية مع العمل العسكري، وعرف حزب الله نقطة الضعف العسكرية لجيش لبنان الجنوبي وشنّ عليه حرب عصابات، وقام الجهاز الاستخباراتي التابع لحزب الله بتجنيد أفراد داخل جيش لبنان الجنوبي، وأعطى شعوراً أن كلّ شيء مكشوف داخلياً ممّا ساعد على انهيار معنويات الجيش الجنوبي.

وعندما بدأت أصوات الانسحاب تتعالى في (إسرائيل) من جنوب لبنان، ضاعف حزب الله من رسائله وبتّه في أوساط سكّان جنوب لبنان، وعرض مقاطع من مقابلاتٍ أجريت مع سياسيين مساندين للانسحاب.

أما الرسائل الموجّهة إلى (إسرائيل)، فتعلقت بالتصميم على مواصلة الكفاح والاستعداد اللامتناهي للتضحية بالنفس والممتلكات. ومثال ذلك خطاب نصر الله، والذي سقط ابنه في الحرب ضدّ (إسرائيل)؛ وتحدّثت هذه الرسائل التي بثّت عن "المستنقع اللبناني"؛ وهو تعبيرٌ مجازيٌّ سيطر على الأذهان ومعناه "أخرجوا من لبنان"، ولماذا إطالة عمر المأساة دون فائدة؛ واستغلّ موضوع المستنقع اللبناني كرسالة تاريخية، ويُقصد بذلك أن كلّ غازٍ (معتدي) للبنان قد انهزم، إضافة إلى أن حزب الله عمل كثيراً على توثيق المعاناة لغير المقاتلين.

إن استراتيجية حزب الله هي ممارسة الضغوطات من جانب المواطنين في (إسرائيل) على أصحاب القرار. ومسار عملية "عناقيد الغضب" قبل موعدها هو مثال للعمل العسكري الذي توقّف نتيجة بثّ صور التعرّض للمواطنين المدنيين (مذبحة قانا)، والتي نُشرت في جميع أنحاء العالم؛ وإن هذا الأسلوب الحديث في إدارة المعركة أعطى حزب الله أداة قوية للمواجهة بأشكالها.

وكانت الفئة المستهدفة من حزب الله في الجانب (الإسرائيلي) تجمّع السكّان في منتصف (إسرائيل). و تركّزت العمليات العسكرية في الفترة الأخيرة ضدّ جيش لبنان الجنوبي (لحد) والجيش (الإسرائيلي)، وتوقفت العمليات الهجومية لما بعد الحدود في السنوات الأخيرة، وذلك من أجل تدعيم الهدف الأساسي لتنظيم حزب الله وهو أن الحرب هدفها تحرير أرض لبنان من الاحتلال وأوقف الإعلان عن احتلال القدس مؤقتاً.

أثمرت المعرفة بالثقافة (الإسرائيلية) بعدة أشكال حول تنوع المعلومات.

فقضية الطيار (رون أراذ) والمفقودين بعد الانسحاب (الإسرائيلي) من الجنوب اللبناني، كانت مرحلة صعبة على (إسرائيل). فموضوع تحرير الأسرى يضرب عميقاً في الثقافة اليهودية، وقد أحسن حزب الله استغلال ذلك.

لقد بذلت (إسرائيل) جهوداً كبيرة من أجل خطف مسؤولي حزب الله اللبناني (عبيد والديрани). ولكن، لم تكن هناك أية جهود من قبل (إسرائيل) لاستغلال وجودهما للمجال النفسي ما عدا عدة مقابلات مع (عبيد).

إن بثّ الرسائل للجماعات المستهدفة والمختلفة قد تعاضم وتطور. فأنشأ حزب الله محطة راديو وتلفزيون "المنار"؛ وهو أمرٌ لا يتطلب الاستثمار الكثير. لكنّ نقطة الضعف في هذه الوسائل هي أنه من غير الممكن إجبار السكّان، خاصّة المستهدفين من الأعداء على استقبال هذا البثّ. ولكي يتغلّب حزب الله على هذه الحواجز، عمل على ما تمّ استخدامه بداية في الحرب العالمية الأولى، وهو بثّ مواد يتطلّع إليها العدو باهتمام⁽¹⁴⁾، حيث غرس حزب الله معلوماتٍ مسّت خلال هذه الحرب أوساطاً كثيرة ونالت اهتمام الجميع في (إسرائيل)، وأثارت مواضيع كثيرة. قيادة الجيش (الإسرائيلي) كانت على رأس أهداف هذه الرسائل التي قام حزب الله ببثها، وبعدها جاء دور رجال الصحافة المراسلين، وخاصّة مراسلي الشؤون العربية ومراسلي الضفة الغربية وقطاع غزة والمراسلين العسكريين؛ ولم تكن هناك مشكلة في الرقابة، وذلك لأن هذه الأمور تمّ نشرها في الصحافة الخارجية.

(14) طبع الفرنسيون صحفاً دعائية باللغة الألمانية وألقوها على الجنود في خنادقهم. وذلك من أجل استماله الألمان لطلب السلام. وهناك معلومات عن جنود ألمان وقعوا في الأسر لدى الفرنسيين؛ وهكذا أيضاً حصل من خلال راديو القاهرة الذي كان يبثّ بالعبرية في الفترة (1973- 1974) حتى إعادة الأسرى الإسرائيليين.

إن الأداة الأكثر نجاعة لدى حزب الله كانت من خلال المادة المشاهدة. وهنا أثبت تنظيم حزب الله أنه من الأجدى استخلاص المكاسب الكبيرة بواسطة استغلال الخيال الحصب وإبداع وسائل إضافية بسيطة، إضافة إلى تطوير التنظيم لأسلوب قوانين المعركة للمادة المشاهدة، وهي وجهة النظر القائلة "إن لم تصوّر-لم تقا"؛ إن كاميرا تصوير الفيديو البيتية كوّنت الأداة المركزية، وجرى عرض المواد التي تمّ جلبها من ساحة المعركة عبر محطات التلفزيون بأسلوب خطابي رفيع المستوى؛ كما جرى البث مع تعليق أو بثّ موسيقى النصر. وفي واقع الحال، فإن كاميرا الفيديو تعطي كما هو معروف وصفاً انتقائياً للواقع. وهكذا أصبحت العمليات شعاراً مهماً بالنسبة إلى حزب الله. وفي عملية (دلعال)، فإن صور العلم (علم حزب الله) وهي ترفرف ولو لوقتٍ قصير، تُعتبر شيئاً مهماً بالنسبة لحزب الله، على الرغم من قناعته أنه سينسحب من هذا الموقع بعد قليل.

وبعثت المادة المرئية في (إسرائيل) ذكرى معضلة أمريكية، بدايتها كانت في حرب فيتنام وآخرها في حرب الخليج⁽¹⁵⁾. وإن صور حزب الله التي بثت في التلفزيون (الإسرائيلي)، وعلى الرغم من أنها كانت بجودة بسيطة، لكنّها أمّنت مادة كبيرة للتوثيق الخاصّ (المكشوف) للمنشورات.

(الإسرائيليون) شاهدوا هذه الصور باندماج بين التخوّف والانهيار: وحدات عسكرية تقع في كمين، أو مركبات أصيبت نتيجة انفجار عبوة ناسفة جانبية، خلقت انطباعاً نفسياً تراكمياً من النجاح العسكري لحزب الله.

(15) نالت (جين فوندا) (Hanoi Jane) خلال حرب فيتنام اللقب عندما ذهبت لزيارة مدن الشمال. واتهمت من قبل أوساطٍ معيّنة في الولايات المتحدة الأمريكية بالخيانة، وامتدحت من قبل جهاتٍ أخرى معارضة للحرب.

مصدر آخر لبث الرسائل والمعلومات كان من خلال الإنترنت. فنموذج حزب الله باعتباره مجموعة من القوى الشيعية المترابطة والبدائية قد انتشر من خلال المواقع النشطة⁽¹⁶⁾ التي قام الحزب بتشغيلها؛ ودخل على هذه المواقع (إسرائيليون) وشاهدوا صوراً مفزعة مفصّلة؛ مجموعة من الأصوات خاصّة مجموعة أصواتٍ لعملياتٍ مختلفة. وقد فشلت المحاولات (الإسرائيلية) لإغلاق هذه المواقع من خلال أساليب المعلومات، عندما انضمّ العرب في عملية إيقاف المواقع (الإسرائيلية) وهاجموا مواقع الخدمات (الإسرائيلية)، ممّا دفع السياسيين (الإسرائيليين) للإسراع في طلب وقف عمليات الحرب الإعلامية⁽¹⁷⁾ عبر مواقع الإنترنت.

وفي أعقاب الانسحاب من الجنوب اللبناني، خرجت أصوات في (إسرائيل) تنادي بالعمل ضدّ الحرب النفسية لحزب الله. ولكن، على أرض الواقع لم يتحقّق شيء.

(16) www.hizballah.org.

(17) www.ynet.co.il 26.10.2000 .

الفصل الثالث: الفشل (الإسرائيلي): مفهوم الإعلام ... تحليل

تنظيمي وتصوري

من خلال الفصول السابقة، تمّ استعراض أساسيات مبادئ الحرب النفسية وتطبيقاتها في النزاع (الإسرائيلي)-العربي. وعلينا أن نشير إلى عناصر الفشل المختلفة في تطبيق الحرب النفسية في (إسرائيل) قبل عرض اقتراحات الارتقاء إلى الأفضل.

وإن كان هناك في (إسرائيل) إجماعٌ عامٌ يوحد الشعب بجميع أطيافه من اليمين وحتى اليسار، فهو مجمعٌ على قول (أنه لا يوجد لدينا إعلام ناجع). وفي هذا الفصل، نناقش جذور الفشل (الإسرائيلي) من الناحية (التصورية، والتنظيمية) في استخدام المعلومات بهدف الوصول إلى أهدافٍ سياسية.

شعبٌ منعزل

عناصر متعدّدة كانت وراء فشل الحرب النفسية في (إسرائيل). وكان الفشل الأوّل في المسار الفلسفي. وفي الفصل الأوّل أشرنا إلى العبء السلبي فيما يتعلّق باستخدام الدعاية في (إسرائيل) بعد الكارثة (الهولوكوست).

ويشكّل مفهوم الإعلام وجهة النظر للنفسية (الإسرائيلية)، فينطوي بداخله على مآزقٍ لم يُحلّ حتّى اليوم. وفي رغبة (إسرائيل) غير المتوقّفة في طمعها بالاعتراف الدولي، وإن هذه الرغبة كانت أساس الجهود نحو التطوّر في العالم الثالث في الزراعة و أمورٍ أخرى. وأظهرت الجهود التي انهارت في سنة 1973 خلال ساعات تحت الضغوطات العربية واللجنة الدولية المناهضة

للعنصرية في (ديربن) ، الموضوع مرّة أخرى، وطرحَت المسألة على بساط البحث. وأدرك هذه الصاعقة الشباب (الإسرائيلي) - المراسلون - أعضاء الكنيست والطلبة - بعد اكتشافهم للأسامية التي ظهرت في أروقة الاجتماع أو في شوارع المدينة.

في الماضي، ظهرت من بين السطور إتهامات مفصّلة للصحافة الخارجية بالاسامية. وعلى سبيل المثال موضوع (حادث الاستطلاع لحادثة خطف الجنود في رام الله) كمثال ودافع رئيس لاستعراض النزاع (الإسرائيلي) العربي، وعندما كان المراسلون أو المحرّرون أو مسؤولوهم من اليهود يسعون إلى توضيح الأمور للمواطن (الإسرائيلي)، والتي تدور في أساسها حول إجبار شخصٍ على الاندماج داخل مجتمعٍ جديد.

ومن دون تحديدٍ فيما إذا كان هذا التصوّر صحيحاً أم لا، فهو لا يساعد حسب رأيٍ قليلٍ من الناس في موضوع الدعاية وتطبيقاتها العسكرية (الحرب النفسية)، حيث أدّت الاتهامات اللاسامية إلى نتائج سلبية وقلة الرغبة في الاستثمار.

الفضل الآخر هو التصوّر اليهودي للنظرة التفاضلية حول ما يتعلق بنهاية الزمان، وأن نهاية الصديق هي النصر الذي نسمع به في فكر المسيح، علاوة على أن الصديق سينتصر في المستقبل؛ لكن، في الواقع لا ندري أننا سننتصر خلال الجدل هنا والآن. ويربط هذا التصوّر إلى حدٍ معيّنٍ تصوّر اللاسامية، وكلاهما يساند من يعملون في مهنة الإعلام.

التطرق لاستخدام الدعاية

إلى جانب هذه التصوّرات، فإن هناك حزناً غير مألوفٍ حول كل ما يتعلّق بالدعاية (من الناحية السلبية، مثل الدعاية المفزعة)، لأنها لا تشير إلى الشرح والتوضيح حول ما يتعلّق بذكرى الكارثة (الهولوكوست) على يد النازيين. والمقصود هنا كرة ومقتلٌ لمنط الديمقراطية في أوساط الجماهير في (إسرائيل)؛ ولم يكن هناك استخدام للدعاية على الأقل في وقت الحرب بسبب هذا النمط من الكراهية الموجود في الدول المتقدّمة في الغرب.

يظهر استخدام الإعلام العاطفي من جديد في كلّ موجة (إرهاب) فلسطينية. ومثال ذلك الانتفاضة الأولى التي انحدرت إلى "قتل داخلي بين الفلسطينيين على مستوى كبير"، وقتل خلالها عناصر قضائية لها علاقة بالمستوى الشعبي الأمني، والشرطة قامت بتنفيذ عمليات اعتقال؛ وفي عملية التحقيق عن هذه الأمور، تمّ تنفيذ حكم الإعدام بعددٍ كبيرٍ ممّن تمّ اعتبارهم متعاونين مع الاحتلال. كانت صورة منحرفة ومخيفة، وكانت هناك إمكانية نشرها لأهداف الإعلام؛ لكن، هذه الفكرة تمّ الاحتفاظ بها.

وهنا نشير إلى أن محصّلة هذا الأمر كانت صحيحة، علاوة على أننا ملزمون في البحث عن نقطة توازنٍ في رسائل مفزعة، وذلك من أجل تنفير المشاهد، ويوجد أساليب كتابية مختلفة وجدت من أجل التستر على المواد المشاهدة في التلفزيون، لم ولن يراد نشر مثل هذه المواد. لكنّ هذا الأمر يُعدّ واحداً من أمورٍ كثيرةٍ من أساليب استخدام وسائل مثيرة للعواطف .atrocitiy propaganda

في العقود الأخيرة، وخاصة بعد اتفاق السلام مع مصر، ظهر في (إسرائيل) إتجاه لفهم العالم العربي بأسلوبٍ خياليٍّ مثاليٍّ، ومحاولة تغيير أسلوب التعرّض للعرب بشكلٍ سخيّف. وهناك عدد من العناصر القليلة، خاصة في أوساط اليمين، يعاندون عرض صور كاريكاتير لا سامية في العالم العربي. وهنا، لا يبدو أن تأثيرهم كبير، وإنّ مثل هذا الوضع يصعب من إيجاد رسائل عاطفية أوقات الحرب مثل بشاعة العدو. لكنّ استخدام الفلسطينيين للسلاح و(الإرهاب) و(الانتحاريين)، إعتباراً من شهر أكتوبر (2000)، أدّى إلى هزّة في رأي الجماهير داخل (إسرائيل) لصورة العرب؛ لكن، وكما ذكر سابقاً، فإن قضية "خطف الجنود" في رام الله بقيت كحدثٍ شاذٍ لاستخدام أسلوب ظاهرة العدو.

(الإسرائيليون) والمادّة المشاهدة

بصورةٍ عامّة، نرى أن لرهبة (الإسرائيلي) من المادّة المشاهدة جذورٌ يهودية عميقة. فإنه يوجد لليهود حاجز نفسي عميق من المشاهدة، والتي تُعتبر استثناء. كما هو الراسخ بالنسبة للأمريكيين من الطبقة السفلى في المجتمع؛ والنظرة بين المجتمعين الأمريكي و(الإسرائيلي) هي نظرة تكافئية ثنائية.

وعلى النقيض، تقف حقيقة المشاهدة والتي تصوّر اليوم مركز الصراع الفلسطيني، ويتقدّم الإقناع ونقل المعلومات أكثر فأكثر في تصميم المشاهدة. وأصبح التلفزيون قبل عقدين أداة إخبارية من الدرجة الأولى سحبت إليها الصحافة المطبوعة وأيضاً الإنترنت. وفي نطاق الأدب الكتابي، فإن هناك باباً

لحوادث تمّ الاهتمام بها من قبل CIA لدى شبكة CNN حول إمكانية إنتاج تقارير استخباراتية داخلية بتصميم الفيديو، بما أن المسؤولين لا يقرؤون التقارير.

إن الرسم الكاريكاتوري في الصحافة المطبوعة فيه نوعٌ من التعبير عن الرأي من خلال وسيلة الإعلام المشاهدة الموجودة في الصحافة. وأمام هذا الهدف، فإن (إسرائيل) تردّ إلى حدٍ معينٍ بصورة كلامية وحقيقية منمّقة ومفصّلة. وعلاوة على الأسباب التي ذكّرت سابقاً، فإن لهذا الأمر جذوراً حضارية متجذّرة؛ وقد أظهرت دراسة في موضوع الإعلام والحضارة العلاقة بين التصرّو التاريخي لحضارة ما وبين الاتجاه إلى خلفيّة مفصّلةٍ مثل اللقاءات العملية. العالم العملي الأمريكي " وفيه الخلفيّة المتحرّجة والتقدّم يشكّل فصلاً قصيراً يتصادم مع هذه الخلفيّة للتصرّو الأوروبي (18). وعلى ضوء التاريخ الطويل للشعب اليهودي، لا عجب في أننا نتوجّه لإعطاء استعجالٍ وشرحٍ أساسيٍّ في حين، وكما هو معروف، أنها مسألة غير شعبيةٍ اليوم.

قّلة نشاط وفاعلية

فشلٌ آخر نابع من حقيقة الصراع بين الدولة بمؤسّساتها وبين منظمةٍ سياسيةٍ وعسكرية. فمجال الدعاية والحرب النفسية يفرض علينا الفاعلية والنشاط والإبداع متعدّد الجوانب. ولذلك، فإن هذا الأمر هو من اختصاص الشباب والمهنيين أرباب الخبرة الطويلة؛ فمن السهل أن يتبنّى أيّ تنظيمٍ

(18) e. t hall and m. reed hall , understanding cultural differences(yarmouth ,me :intercultural press ,1999),p.17.

سياسي استراتيجي دعائية لتغيير التوجيه حسب ما هو مطلوب. فالدولة المستقرة تعمل بهدوء وترو؛ والأهمية السياسية موجهة نحو النجاة الشخصية كعاملٍ أولي؛ و فقط بعد ذلك لصالح الموضوع، وجد نظاماً لدراسة شاملة يضع الدولة في مكانة مستقرة أمام منظمة ناشطة وفعالة. وعلى سبيل المثال، أنشأ الفلسطينيون خلال الانتفاضة شبكة معلوماتٍ منتشرة في أنحاء البلاد وشملت أصحاب الأكشاك، وسائقي السيارات العامة ومتطوعين ساهموا في نشر الأخبار خلال دقائق.

في حين أن إذاعة الجيش (الإسرائيلي) عملت من أجل بث معلوماتٍ بعد تمريرها على جميع المسؤولين في ألوية الجيش وقيادة الأركان؛ وبعد الانتهاء من تمرير هذه المعلومات، تصل إلى وكالات الأنباء متأخرة. وقد حدّد البروفيسور (يحيى زقيل درور) الجمود كسببٍ مركزي في تحليله للفشل في أجهزة الإعلام (الإسرائيلية)⁽¹⁹⁾.

داوود وجالوت الفلسطيني

سبب آخر للفشل (الإسرائيلي) نابع من المصادر الأساسية للحرب النفسية، وهو استغلال التضامن الإنساني مع الضعيف. التجمّعات اليهودية بجميع توجهاتها المختلفة تعلّمت بشكلٍ أساسي استخدام هذا المبدأ، خاصّة في فترة الصراع ضدّ الإمبراطورية البريطانية. ولكن، عندما نالت (إسرائيل) استقلالها، أهمل هذا المبدأ تدريجياً (دولة صغيرة محاطة بالأعداء) حتّى حرب الأيام الستة؛ وعندها أهمل نهائياً.

(19) في مقدّمة كتاب المؤلّف (موشي يغر) سنة 1986. نائب المدير العام للمعلومات في وزارة الخارجية سابقاً حول نشأة جهاز الاستعلامات الخارجية لإسرائيل (تل أبيب. لهف 1986). ص 14.

الهدف الاستراتيجي هو أن تعرض نفسك على أنك الضعيف، كما يعبر عنه اصطلاح شائع اليوم. وقد نجحت (إسرائيل) في الحفاظ على هذا النموذج حتى حرب الأيام الستة أو حرب عام 1967. الفلسطينيون طبقوا مبدأ الضعيف بصورة كاملة خلال الانتفاضة الأولى؛ لكن هذا الهدف غير الممكن بالنسبة لـ (إسرائيل) في أعقاب الأمر المشهور لـ (أشكول) على (شمشون الجبار - المسكين)؛ وحسب هذه المقولة، علينا أن نعرض أنفسنا في جانب الضعيف أمام العالم العربي، وفي هذا الموقف يكمن التناقض الكبير.

من جانب آخر، فـ (إسرائيل) مضطرة أن تحتفظ لنفسها على قوة الردع وأن تعلن عن عظم قوتها من جهة؛ وفي مجال المعلومات، فإن على (إسرائيل) أن تخفي قوتها وتظهر قوة أعدائها. وهذه مشكلة صعبة تتطلب حلها إبداعاً خاصاً.

مشكلة أخرى تعاني منها (إسرائيل)، تعود جذورها إلى التخبط في تحديد الهوية (الإسرائيلية)، ومحاولة التغلب على الحواجز النفسية (الإسرائيلية) الصهيونية التي تتعرض للاهتزاز من زمن الشتات.

الفصل الرابع: خطوات عملية

الأسباب التي أخذت في الفصل السابق أدت إلى وضع تدار فيه الدعاية بشكل عام بمبادرات شخصية (لإسرائيليين) أو يهود غيورين من خارج البلاد، عن طريق إعلانات تأييد ذات قيمة ولها احترامها في الصحف العالمية المميّزة، أو بمبادرات حكومية أو عسكرية لهذا الغرض بالذات. النشاطات الرسمية على أحسن الأحوال تعتمد على إعداد المعلومة، أو كراسة أو شريط لأحد عناصر الدعاية.

في هذا الفصل سنعرض نموذج لإعادة تنظيم و معالجة موضوع الإعلام. إذا ما نجحت أحداث مؤتمر (ديربن) وعملية (الدرع الواقي) وهي حملة ضدّ الفلسطينيين) بأن تهزّ قليلاً معتقدات (الإسرائيليين)، من الممكن أن نداءً لإقامة جسم أو هيئة تعالج المعلومة بصورة أكثر نجاحاً سيكون ذات ناتج طيّب. و النموذج المعروض من الممكن أن يكون نموذج لخطوات يجب الأخذ بها.

أساسيات العمل

قبل مناقشة إعادة التنظيم من جديد، من المهم الإشارة لعدد من الأساسيات المهمة التي ستطبق في إطار هيئات ستكون جزءاً من التنظيم الشامل.

مفاهيم الحرب النفسية وجمع المعلومات

في البداية، علينا التغلّب على الصعاب الداخلية مع نقص المفاهيم في موضوع الحرب النفسية. وعلينا التنازل مرّة وللأبد عن هذا المصطلح (المسبّب للشلل)، وهو الدعاية التي تبين وتظهر الضعف العميق حسب ما أشرنا إليه في

الافتتاحية. علينا أن نسوّق الحاجة الماسّة للتعبير مثل " معلومة استراتيجية أو إعلام استراتيجي (كإسمٍ مؤقتٍ بديلٍ عن الدعاية) في داخل المؤسسة الأمنية والسياسية في (إسرائيل). والمسكنة أو الضعف الذي تتظاهر به (إسرائيل) منذ بداية الصراع وحتى الاستقلال ليس في مكانه. وحسب ما عرض في الفصول السابقة، ينتصر (الإسرائيليون) اليوم في المعارك ليس بأقل من مساعدة العلم والمعلومة من طريق فوهة المدافع.

وفي سياق الحديث، سنأتي بنقاشٍ مفصّلٍ عن الهيئات الحكومية وجهاز الأمن. وفي هاتان الهيئتان (الحكومية والأمنية)، الأشخاص مُلزَمون بإقامة استكمالات في جميع المستويات، من أجل إعدادهم وتأهيلهم حول طابع أعمال الدعاية القائمة في الهيئات المختلفة. و يجب تحرير الرسائل بأسلوب دعائي حتى نفهم كيف أن الفلسطينيين والدول المعادية يستخدمون المعلومة من أجل الوصول إلى أهدافهم⁽²⁰⁾. وبعد هذا، يجب تأهيل طواقم قيادة مهمتها توجيه كلّ الهيئات المذكورة أعلاه بما يتعلّق بفنّ الدعاية والترويج في خطواتها وأعمالها.

طريق ممتازة لاستيعاب التغيير هي بواسطة إقامة حلقات نقاش، يناقش المشتركون فيها الحاجة للمعلومة الاستراتيجية وإمكانيات التطبيق في تنظيمهم. وهكذا ستستخدم النقاشات والاجتماعات التي تُعقد وتبادل الآراء التي سيكون مردودها كبيراً وحيوياً، لكن باستثمارٍ غير كبير. ومن الممكن إعداد لعبة حرب، مع التأكيد على عنصر الحرب النفسية.

(20) إعلان كهذا باسم (خطوط الدعاية) نُثبِر من قِبَل وحدة جمع المعلومات من الصحافة المعلنة في شعبة الاستخبارات حتى نهاية السبعينيات.

تحديد رسائل أساسية

المرحلة التالية هي إعداد رسائل استراتيجية. فنحن معنيون بسنّها بين التجمّعات المختلفة. ويجب إقامة هيئةٍ تحاول الوصول إلى إجماعٍ حول رسائل (إسرائيل) الدعائية. فرسالة اليوم مشوّشة وغير واضحة: خاصّة التركيز على رغبة (إسرائيل) بالسلام والاستقرار، ونحتاج بين الحين والآخر قيس وومضات بإثارة الشكّ والاستياء وتوقّع هجوم عدوّ عربي؛ بصورةٍ عامّة بعد حادثٍ عنيفٍ. نحن نحتاج إلى رسالةٍ عليا، تشكّل هدفاً شريفاً نتطلّع إليه، لكنّه خالٍ من المعنى والمغزى ولا تأثير له على صعيد الإقناع. لذلك، يجب صياغة أهداف (إسرائيل) وفي كلّ المجالات حتّى يتمّ فهم كلّ الجهات المستهدفة.

تجهيز الرسائل ليس بالمهمة السهلة قطعاً، كنتيجة التجزئة الأيديولوجية للمجتمع في (إسرائيل). و الصعوبة تنبع من أن مهمة كهذه تمسّ بجذور الهوية (الإسرائيلية) والجمهور (الإسرائيلي)، كما ذكر سابقاً، حيث لم يتبلور أيّ موقفٍ حول ماهيّة العلاقة بين (الإسرائيليين) والعالم غير اليهودي، وحول هوية اليهودي (الإسرائيلي).

الجهة التي تحسم اليوم في اختيار الرسائل هذه هي وزارة الخارجية. وهي منذ القدم مهمة مركّبة بقدرٍ ما من التماسك الأيديولوجي لـ (إسرائيل) ليبرالية علمانية منفتحة ومتقدّمة، ومتقلّبة تقلباً حقيقياً لأنها تعاني من اللاسامية أفراداً أو مؤسسات. ومن الصعب جداً صياغة عدد من الرسائل

القليلة بمستوى استراتيجي. مع هذا الوضع، من الممكن صياغة عدّة رسائل بمستوى عالٍ وعلى المستوى المحلي (مستوى المنطقة) وبشكلٍ تكتيكي، مثل الحقّ بالعمل (ضدّ الإرهاب)، العلاقة التاريخية، البحث عن شريكٍ للسلام. على سبيل المثال، في أعقاب الرسائل العالمية، وداخلياً من (خلال) استشاراتٍ على رجال الجمهور الذين من الممكن الوصول إلى اتفاقٍ حول الطرق لتسويقهم.

الانتقال للمرئيات

خطّ مركزيّ لعمليات الإقناع يجب أن يكون بالانتقال للمادّة المرئية. ولا يوجد جديدٌ بالقول أنه لا تتوافر (لإسرائيل) صورٌ كافية، لكننا ملزمون بأن ننقل للجهاز الأمني الرسالة بشأن أهميتها العليا للإقناع المرئي. والمقولة المعروفة " لم تنشر لم تفعل " يجب أن تكون مترجمة في الجهاز الأمني إلى " لم تصوّر لم تنفّذ "؛ هذا هو انقلابٌ مفسّر. ولكن، من الواجب أن ينفّذ إذا ما كان بنية (إسرائيل) أن تدخل لعصر الحرب في الألفية الثالثة. لهذا، يجب أن تلزم المرئيات بأن تكون، أساسٍ عمليٍّ مركزيٍّ موجّه في طريق العمل بحسب ما يتطلّبه. المرئيات يجب أن تدخل إلى اعتبارات إدارة المعركة. هذه المقولة بالتأكيد ستثير الكثيرين؛ لكن، لا مهرب من ذلك.

القائد في الألفية الثالثة في كلّ الدرجات يجب أن يدخل عنصر المرئيات إلى داخل جهاز الاعتبار وإدارة المعركة. هذا الشيء بدأ ينفذ إلى مبادئ إدارة المعركة في الحرب الأقلّ حدّة (قوة) في (إسرائيل). ومن الأفضل أن لا

ينفذ إلى الحرب التقليدية، الظلم (القسوة) الإضافي الذي سيقع على الضابط والجنود سيكون ثقیلاً، لأنه يمنع أن يكون له تأثيراً أياً كان على الهدف الأول، وهو تنفيذ الأوامر والمهام وثم النصر. الادعاء هو أنه إذا لم تكن هناك تغطية تصويرية نوعية للعملية العسكرية حينها، فإن العملية السياسية المضادة التي ستأتي في أعقاب ذلك من جانب العدو ربما تقلب الانتصار العسكري إلى انتصار يُنتزع بثمنٍ باهظٍ جداً).

تطبيق هذا الأساس ممكن أن ينفذ بعدة أساليب. ويجب تقليد حزب الله الذي يزود المعركة بالوثائق وينشر الصور بسرعةٍ وخصوصاً في حالات الانتصار، حتى وإن كانت محدودة فهذا يعظم الانتصار. يجب أن ندخل للكادر المعركي مصوّر فيديو ومصوّر فوتوغرافي يبدأ من مستوى القسم. كل جندي وقائد بالمعركة عليهم أن يتطوروا فيما يتعلق بتصوير الفيديو، حتى يفهم الجدوى التي يمكن أن تتحقق بمساعدة هذه التصاویر، مثل زوايا مختلفة وإعداد الصور والمصوّر. بالإضافة إلى مهامه العسكرية، عليه أن يصف المعركة بكاميراته⁽²¹⁾. من الممكن تنفيذ تغييراتٍ على هذه الفكرة. وإحدى الامكانات هي تعيين رجل إعلامٍ خاص، عنده خلفية أو لمحة عسكرية؛ رجل كهذا يكون جزءاً من القوة. وبمفهوم العبارة أن يعرف تشغيل قطع السلاح وأجهزة الاتصال ويعرف أن يضمّد الجرحى، لكنّه غير مقاتلٍ بشكلٍ إداري؛ عليه أن يتلقّى تأهيلاً عميقاً بموضوع الصحافة، التصوير الصحفي، بثّ الراديو، تصوير الفيديو؛ عدته

(21) هذه الفكرة مصدرها ليس حزب الله. وقد نَفَذت في أول مرّة من قبل (غوبلز) الذي أنشأ وحداتٍ للدعاية في الجيش pk-propoganda kompaine. وكانت جزءاً من وحدات الجيش المنظم. ودخلت تقاريرها بعد خربها إلى مركز التوجيه السينمائي الأسبوعي. وهذه الطواقم جلبت معها صوراً من خطوط المواجهة؛ وقد قتل وجرح الكثير من العاملين فيها.

يجب أن تكون هاتفاً نقلاً، كاميرا فيديو عالية الجودة وكاميرا رقمية عالية الجودة، مسجّل رقمي، كمبيوتر محمول؛ مهمته العسكرية ستكون في وصف المعركة بالوثائق، والمعلومات التي ستُنقل بسرعة، سيعمل عليها ضباط اتصال سيسوّقونها للحاجات المختلفة حسب الحاجة والواقعة.

إمكانية أخرى هي استخدام جندي معرّكي (حربي) وإعطائه عدّة إضافية لا تزعجه ولا تؤثر على مشاركته في المعركة كباقي الجنود. بمفرده، ستكون له مهمّة إضافية لرجل الاتصال بالوحدة. وعلى الضباط وأصحاب الاختصاص المساهمة في تهيئة هذه المعدات (وهي بالأساس موجودة) لحاجات الجيش؛ كاميرا فيديو موصولة بالحزام أو على الخوذة القابلة للتشغيل والسيطرة عن طريق "ريموت" موجود على عقب البندقية⁽²²⁾.

من المناسب والمعقول أن تكون هذه عملية طويلة من التجربة للتغلب على المحافظين. لن تكون مشكلة في إقناع الجنود للذهاب في هذا الاتجاه الذي يعدّ بإمكانية فتح مجال العمل في المستقبل؛ وجنّديّ الاتصال ممكن أن يكون جندياً نظامياً وثابتاً وليس في صفوف الاحتياط بعد أن أصبح صاحب تجربة في مجاله. وهناك صعوبة متوقّعة، وهي ارتفاع مكانة الجنود في عين القيادة مع اختراق مؤسسة العلاقات العامّة للجمهور والجيش، الذي كان بالأمر من نصيب الضباط الكبار ونزل الآن إلى مستوى الكتائب والأقسام. وهناك حاجة لإبداء الرأي بشأن هذه المشكلة⁽²³⁾.

(22) انظر ملحق سيناريو خيالي للعمل العسكري في زمن العولمة.

(23) نُشرت في الصحافة. وفيها الإعلان عن أن الجيش (الإسرائيلي) قام بتوزيع كاميرات على الجنود. وكان الجيش (الإسرائيلي) قد وُزِع سابقاً مثل هذه الكاميرات؛ لكن لم يتم استخدامها بشكلٍ مناسب. ولم يعلن أيّ

ينقل الجنود المعلومات التي جمعوها إلى مركز المعلومات، الذي من الأفضل أن يكون بدرجة هيئة أركان عامة. الطريق الوحيدة لتطبيق التغييرات التي اتخذت أعلاه في مجال العلم والمعلومة على يد الجيش عن طريق إنتاج فريق مهني حيث يجب أن نستثمر بالأيدي العاملة ذات الجودة والنوعية والعمل على تقديم أوسمة للناجحين⁽²⁴⁾. بالإضافة للتصوير، هناك أيضاً تعابير مرئية أخرى: الكاريكاتير على سبيل مقنع، هو أحد الطرق الفعالة جداً إذا لم تكن الأصعب على الهضم. والكاريكاتير هو الوسيط الذي يستطيع نقل رسالة لاذعة أو سامية بصورة مقنعة؛ وهذا فنٌ بكل ما تحمل الكلمة من معنى.

رسم الكاريكاتير هو صحفيٌّ يعبر عن رأيٍ بشكلٍ مرسوم. ومن الصعب جداً أن تعبر عن فكرة بإضاءات بالكلمات، لأنه يتطلب موهبة كبيرة. وتأثير رسم الكاريكاتير عظيم، لأن العين تستوعب العنصر المرئي بشكلٍ أسرع من كلماتٍ مكتوبة تتطلب جهداً فكرياً وعقلياً⁽²⁵⁾.

(لإسرائيل) مصلحةٌ في أن تطوّر هذه الوسيلة الإعلامية من أجل التقدّم بأهدافها. ولا بدّ من تطوير أفكار ومبادئ القتال ونقل الرسائل التي صيغت مسبقاً بشكلٍ مرئيٍّ بوسيطٍ كاريكاتوري، وتُنشر بأشكالٍ مختلفة⁽²⁶⁾.

تفصيل عن الكمية الموزعة؛ وهذه بالتأكيد خطوة في الاتجاه الصحيح. صحيفة (كل هعبر) 27-9-2001.

(24) الوضع كان مشابهاً في الجيش الأمريكي قبل عشرين سنة. ففي مهمّات ضباط العلاقات العامة public affairs] officers of. وجد ضباط فاشلون في نهاية سيرتهم الذاتية: الرئيس (رونالد ريغن) أمر وزير الدفاع (واينبرغر) بتغيير الوضع؛ وخطوته الأولى كانت إنعاش الحرب النفسية. والخطوة الثانية كانت تخصيص ميزانية جديدة. وإقامة قواعد تدريب وجنيد ضباط متميزين وشراء وتطوير معدّات.

(25) في الولايات المتحدة. توجد مجموعة صغيرة من رسّامي الكاريكاتير مستفيدة من هذه الحالة.

(26) خلال السنوات الماضية. كان من المقبول جمع صور كاريكاتيرية مضادة لإسرائيل ومعادية للسامية.

ويجب أن تمرّ رسائل مختلفة بمرحلة إعدادٍ ودراسةٍ حسب السيناريو الثابت أو المتغيّر فيما يتوافق مع الاحتياجات السياسية، وأن ينشر بشكلٍ مبدعٍ و ملفتٍ للنظر. يستطيع هؤلاء أن يزيّنوا مواقع (إسرائيلية) رسمية أو مواقع غير (إسرائيلية)، وأن تكون منشورة على ظهر البيانات. ويجب أن يؤخذ بعين الاعتبار الثقافات المختلفة لكلّ مجموعاتٍ كاريكاتورية، وخصوصاً الرسائل الموجهة للعالم العربي. يمكن نقل رسالةٍ مقنعةٍ على شكل كاريكاتير للقوّات العسكرية الموجودة في الانتظار في ساحة المعركة، مثلما عمل الأمريكان في حرب الخليج⁽²⁷⁾.

كشف معلومات وجمعها

المعلومة المستخدمة في الحرب (القديمة) تُجمع بكمياتٍ كبيرة، وتهدف في الأساس لأهدافٍ استخبارية. مقابل هذا، في الحرب الجديدة، هناك إلزامٌ بإخراج المعلومة من عالم السرِّ إلى العالم المفتوح. والعلاقات المتبادلة بين الشعب والحكّام المنتجين ووسائل الاتصال التي تنقل المعلومة تقريباً في وقت حدوثها؛ وهذا شيءٌ لم يحدث من قبل في تاريخ الحكم والسلطة.

في إدارة المعارك اليوم، من المهمّ معرفة كيف تؤخذ الحرب؛ وهذا ليس بأقلّ أهميّةٍ من إدارة المعركة نفسها. ولهذه الخطوة إيجابياتٌ وسلبيات: الأفضلية أن المعلومة موجودةٌ في متناول اليد، تجلب الانتباه (جذّابة) لكنّها بحاجةٌ إلى تنسيقٍ بسيطٍ من أجل أن تصبح معلومة إخبارية؛ والجانب السلبي

(27) نظرة سطحية إلى هذه البيانات تؤدّي إلى تبرير الانتقادات التي وجهت إليهم من قبل قادة عسكريين في الظهران. لكنّ رجال الحرب النفسبية اضطروا إلى توضيح الأسلوب بالرسم البياني والمقبول في العراق
r.D. Johnson, seeds of victory psychological warfare and propaganda (atglen, pa: schiffer publishing 1997.

هو الانقلاب النفسي المطلوب من جهاز المخابرات، والذي كان مسؤولاً حتى الآن عن جمع المواد لنشرها للجمهور. هذا انقلابٌ نوعاً ما عظيم، خصوصاً في دولةٍ أحد الثوابت فيها هو (السّر).

يجب التأكيد بأن المعلومة المرئية هي علمٌ قائمٌ بذاته. وهذا منجزٌ عن طريق كاميرا الطائرات والعموديات وطائرات بدون طيار؛ والمطلوب تغييرات فنية بحاجةٍ إلى اختيار زوايا للبث؛ بالإضافة لزوايا الهجوم والغارات.

نموذجٌ جيدٌ للنشر الناجح للمادة من هذا النوع كان التصوير من طائراتٍ عموديةٍ مهاجمةٍ لمحاولة الاعتداء على مسؤول كبير من حزب الله في سيارته. المحاولة فشلت، والنتائج السياسية كانت سلبية في نهاية الأمر؛ لكن التكنولوجيا كانت صحيحة: طائرة عمودية تخرج لسيارة تسير في أحد شوارع قرية.. تتهياً.. تُرسل صاروخاً.. السائق يقفز للخارج ويهرب، حيث توجد هنا كلّ مزايا فيلم عنف أو لعبة كمبيوتر. لكن هذا جزءٌ لا يتجزأ من الحرب النفسية، وهو مهمٌ ولا يقل أهمية عن المجابهة نفسها. وقد تعلم حزب الله هذا منذ مدة. لذلك، علينا أن نعمل جهداً لنجعل طائرات بدون طيار تقوم بأعمال البث، والحصول على معلومات من الأقمار الاصطناعية والغوّاصات والدبابات.

إضافة إلى تجنيد المعلومة العسكرية ونشرها، علينا إقامة مشروع (تنظيم) لجمع المعلومات النفسية الثقافية، حسب ما ذكر في فصل (أ)، حيث لا يمكن نقل رسالةٍ مقنعةٍ للعدو بدون معرفةٍ عميقةٍ بثقافته. وخلال العقود الثلاثة من قيام الدولة، كان (لإسرائيل) تفوقٌ واضحٌ في هذا المجال في أعقاب هجرة

اليهود من البلاد العربية، حيث كان باستطاعة المهاجرين الذين خدموا في المخبرات إعطاء معرفة عميقة عن الثقافات العربية المختلفة في آسيا وإفريقيا. وهذه المعلومة لم تُستغلَّ في معظمها لأهدافٍ استخباراتيةٍ ثقافية. ولكن، كان استغلالها لأهدافٍ استخباراتيةٍ تقليدية. الوضع اليوم هو أسوأ؛ أقلية تتعلم العربية بشكلٍ جيّد؛ ومن يتعلّم يتمّ خطفه في جهاز الاستخبارات التقليدي من أجل التصنّت أو قراءة الصحف. والمتفوّقون بينهم لا يستطيعون الوصول لدرجةٍ معيّنة يفهمون من خلالها الثقافة العربية بشكلٍ عميق، وخصوصاً أنها منقسمةٌ إلى عشرات الثقافات بسبب اختلافها من دولةٍ لأخرى ومن منطقةٍ إلى منطقة.

لهذا، علينا إقامة مشروعٍ يحاول أن يكمل النقص. وهذه عمليةٌ بعيدة المدى، ولكنها حيويةٌ لاحتياجات الاستخبارات في المنطقة، والعلاقات السياسية واحتياجات السلام. فخرّيجي المشروع يجب إلحاقهم بصورةٍ طبيعيةٍ بوزارات الدولة أو الصناعة أو في كلّ جهةٍ عامّةٍ تعمل في العلاقات الخارجية. وهؤلاء سيساهمون في إيجابية هذه العلاقة على المدى القصير؛ وعلى المدى الطويل، سيساهمون في ربط (إسرائيل) بالمنطقة.

وهنا نؤكّد اليوم أنه لا تنفّذ أعمالٌ استخباريّةٌ من هذا النوع. والمعلومات العسكرية الواسعة التي تُشرى من مخازن المعرفة والتجربة للمخبرات تفيد فقط تقريباً في الاستخبارات التقليدية. أما الاستخبارات الثقافية، فتوجد في إطارٍ بين كُلية الجيش والمجتمع. الدولة الأولى التي عملت مشروعاً كهذا هي ألمانيا النازية، حيث أن الألمان أقاموا كُلية خاصة ساعدت كثيراً في نجاح

الدبلوماسية الألمانية عشية الحرب العالمية الثانية⁽²⁸⁾. وحسب ما ذكر أعلاه، يقيم الجيش الأمريكي إطاراً كهذا يطلق رسائل ثلاثم الأمم المختلفة.

تنسيق وربط

ستقوم الهيئات التي يجب إقامتها على العمل في ظروف تشبه عمل هيئة تحرير جريدة أو محطة بث. ولهذا، يجب التزوّد بوسائل تكنولوجيا مناسبة، والعمل على الربط بين الجيش والشبابك والموساد ووزارات الحكومة؛ ويجب إنجاز المعلومة بسرعة لم نعهد لها سابقاً. لذلك، يجب سدّ النقص وإكمال الدراسة بعمق للعمل المكتبي وللضباط المتوسطين فما فوق.

وللإجمال، فإن هذه الخطوات هي بعيدة المدى وخصوصاً في المجال النظري. وهي تبدأ عملياً من لحظة الاعتراف بأهمية موضوع المعلومة في الحرب. وبالتالي، من الممكن أن نوجّه جهداً لصياغة رسائل مرئية، والحصول على معلومة مناسبة في وقت حقيقي من ساحة المعركة. ولتحقيق ذلك، يجب بذل جهد كبير لتغيير ما يمكن تسميته بالسّرّ الأمني و انسجام المعلومة مع الحرب في زمن المعلومة.

المستوى الحكومي: مجلس الإعلام الاستراتيجي

بعد أن عرضنا الأساسيات المركزية، من الممكن أن نتقل إلى نماذج العمل الذي يجب أن يُقسم بين المستويين الحكومي والعسكري، حيث أن لكل واحدٍ منهما اتجاهات عمل مختلفة. وسنعرض هنا خيارين:

(28) - I.farrago, German psychological warfare (New York: putname&sons, 1942

الخيار الأول: خطة استراتيجية، إذا لم يتم تبنيها من الممكن أن تشير إلى اتجاه عام مرضي ومرغوب فيه؛ والثاني أن التدرج المصغر لا يحتاج إلى تغيير تنظيمي انقلابي.

توصي الخطة الاستراتيجية بإقامة مجلس معلوماتي استراتيجي، يكون هيئة عليا تركز على المعالجة في الموضوعية، ويقارن وينسق بين كل الجهات العاملة فيه. والهدف النهائي هو إعطاء خدمات للحكومة ولهيئات أخرى فيما يتعلق بالمعلومة الاستراتيجية⁽²⁹⁾.

الخيار الثاني هي لجنة متابعة تتكون من 3-4 أشخاص، أصحاب صلاحيات واسعة، تتبع مباشرة لرئيس الحكومة وللجنة رؤساء الخدمات. أدناه تفصيل الخطوات الفعالة حسب الخيار الأول.

لجنة رسائل

في إطار المجلس، تشكل لجنة رسائل مهمتها صياغة الرسائل المركزية؛ وهي أن (إسرائيل) تريد أن تنقل أفكارها للجماهير (الشعوب) المختلفة. في المرحلة الأولى، نحن ملزمون بأن ندمج وزارة الخارجية والأمن ومكتب رئيس الوزراء في إطار واحد، خاصة وأنهم أصحاب التأثير الأكبر في دائرة الرسائل الأولى، وليكون اختيار الرسائل وصياغتها أمراً بسيطاً. والمعارضة لإبداء التعاون بين وزارات الحكومة والهيئات المختلفة في اللجنة ستكون كبيرة.

(29) من الممكن أخذ العبرة من التسريب الذي جرى عبر صحيفة (النيويورك تايمز) بتاريخ 19-2-2002، حيث تم الكشف من خلالها عن إنشاء جهاز للمعلومات بميزانية كبيرة باسم (مكتب التأثير الاستراتيجي). ووظيفته متابعة بعض الأمور التخريبية مثل « بث الإشاعات الكاذبة في الإعلام».

ويجب متابعة الدراسة مع المستوى العالمي لكل المتحدّثين (الناطقين) والمدراء العاملين لوزارات الحكومة ومحاولة البحث عن الخطوط المشتركة. وسيؤدّي الخوف العالمي من الإرهاب بأنواعه في أعقاب الهجوم على برججي التجارة العالمي والإرهاب البيولوجي إلى خلق فرصة مناسبة لتأسيس جبهة مشتركة ضدّ (إرهاب) (المتنحرين) في كلّ مكانٍ في العالم الغربي.

جمع معلومات نفسية

يجب أن تتضمّن نشاطات المجلس إقامة وحدة بحث، تجمع بادئ ذي بدء معلومات ثقافية ومعلوماتٍ عن الإنسان، من حيث معتقداته وعاداته وأعرافه ومعلومات تاريخية ونفسية؛ ومن هذا يتمّ تركيب مظاهر أو لمحاتٍ مختلفة لضباط أو جنود. وتنتقل هذه المظاهر للمحات إلى لجنة الرسائل، وستساعدنا في أعمالها.

سترتبط هذه الاستخبارات المدنية في جوهرها، بالاستخبارات العسكرية النفسية؛ وهي تختلف عن الاستخبارات التقليدية، لأن هدف هذه المعلومات من نوع آخر أن تبحث عن الدوافع التي تحرك شعباً أو أمة. بإمكان شخصٍ أو مجموعةٍ أو رسائل أن تتغلغل عبر الأطر الاجتماعية والعسكرية وأن تخترق الحاجز الواقعي لهذه الثقافات. وذلك أن الاستخبارات التقليدية أسهل للتنفيذ نتيجة للاستخدام المباشر لأنظمة الاستخبارات القائمة، والذي سيضمن قوّة عاملة وإجراءاتٍ قائمة؛ ويجب أن نغيّر فقط توجيهات جمع المعلومات؛ وتظهر التجربة من حروب القرن العشرين بأن المصادر الممتازة للمعلومات

في هذه المواضيع هي من أسرى الحرب. لكن، يجب التأكيد بأنهم لا يعطون المعلومة فقط لإرضاء المحققين.

الأجهزة الاستخباراتية: الشباك والموساد

يجب أن يعمل المجلس بتنسيقٍ كاملٍ مع جميع أقسام الاستخبارات العسكرية والأمنية، ويجب تقسيم مجالات الصلاحية في مجال الاستخبارات النفسية والثقافية، مثلما حصل في مجال الاستخبارات التقليدية. ومعنى هذا أن المعلومات يجب أن تذهب في اتجاهين: بين المجلس وهذه الهيئات، وبين هذه الهيئات نفسها.

إنعكاسات دعائية

ستكون إحدى مهام المجلس هي تنسيق استشاراتٍ على المستويات العليا لصانعي القرارات في ساعات الحرب التقليدية، أو في أي شكل نزاعٍ آخر، حول ظروف الانعكاسات الدعائية الموجودة للخطط الموجودة للخطوات العسكرية والسياسية المختلفة. ويجب أن يكون الخبراء على مستوى مهني عالٍ، مثل العاملين مع رئيس الوزراء والضباط الكبار في الجيش والشرطة من أجل أن يستطيعوا إيصال رسالتهم. وهكذا، سيتمنع أي فشلٍ متوقّع، مثل: إرجاع (400) عنصر من حماس الذين أبعدهوا 1992، أو شكل انسحاب الجيش من جنوب لبنان سنة 2000. فهؤلاء الخبراء يمكن لهم أن يمنعوا أو يغيّروا صورة الخطوات المأخوذة بعد التفكير بالخطوات الدعائية المضادة التي سيأخذها الجانب الثاني. كما أنه من الممكن الحصول على المساعدة من

تكنولوجيا الدعاية المضادة والتي ستخرج الشوكة من الرسائل التي يتطلع العدو لاستنتاجها.

تنسيق وربط مع يهود الشتات

يجب إجراء تغيير جذري ومنظم في العلاقات مع يهود العالم. فاليوم، تُعتبر العلاقة متخلّفة جداً. وهناك جهتان رئيسيتان تقوم على هذا الأمر وهما: الوكالة اليهودية ووزارة الخارجية (الإسرائيلية). وهاتان الهيئتان تعانيان من أزمة ثقة في علاقاتهما مع الجمهور، نتيجة سلسلة من التعيينات السياسية، ونقص فهم وحساسية وتعالي وتعجرف، تراكم مع مرور السنين. وتستطيع (إسرائيل) على مستوى العالم أن تقلد الفلسطينيين الذين يستخدمون بشكل كامل شعبهم في الشتات؛ فهم يستغلون القرابة الثقافية لأبناء المنطقة وعلاقاتهم الثقافية والاجتماعية من أجل إحضار الرسالة الفلسطينية للمجتمع المحلي؛ و(إسرائيل) لا تستغل حتى ولا جزءاً صغيراً من الخيارات التي يعرضها يهود العالم؛ ويجب أن يكون هناك قسم خاص لموضوع استغلال يهود الشتات من أجل نقل المعلومات لجماعات مختلفة خارج حدود (إسرائيل). ويجب أن يكون هذا الأمر جزءاً من تنظيم العمل.

هناك استعداد كبير لدى الطوائف اليهودية للعمل من أجل (إسرائيل) في مجال الإعلام. وهناك حاجة إلى تنظيم جديدٍ بيمزانية قليلة جداً من أجل ربط الشعب اليهودي مرة أخرى ببعضه. ومن الممكن استغلال الميل الإيجابي وسط الطلاب في الجامعات وداخل أوساط الجماعات، واستخدام أسلوب التأثير السياسي في الولايات المتحدة بواسطة تجنيد مواطنين من الهامش

لأعمالٍ سياسيةٍ من أجل تحقيق فكرة. وهذا الأسلوب استغلَّ بنجاحٍ كبيرٍ في الماضي، مثل استغلاله في مساواة الحقوق للسود خلال الستينات؛ ونشاطاتٍ كهذه لا تحتاج إلى ميزانياتٍ كبيرة. وحتى اتفاقات أوسلو كانت نشاطاتٍ يهودية كهذه، لكنّها أوقفت لأسبابٍ مختلفةٍ وتفرّق العاملون فيها. والآن، نحن مُلزمون بتجديدها وإعادةتها وأخذ المعلومات من المرشدين والتقارير التي كتبت في تلك الفترة.

يجب أن نشير إلى تطوّر كبيرٍ عند الشعب الأمريكي، وهو جاهزية هذا الشعب وتجنيد نفسه دينياً لأجل (إسرائيل). ويوجد في هذا الجمهور طاقةٌ كبيرةٌ تبحت عن مصدرٍ للعمل، ولا تعرف المؤسسة القائمة الجماهير، و بالتأكيد لا توجد قيمة لتجنيدها. فالجمهور المتدين يتدخّل في السياسة المدنية في عددٍ من المدن الكبيرة في أمريكا وأوروبا، و يقيم علاقاتٍ مع عددٍ من المنظمات العالمية؛ وتكون التركيبة اللاصهيونية أقليةً في تلك الجماهير؛ مع ذلك، من الضروري في عملية تجنيد المنظمات المتديّنة التجديد من جانب المؤسسة الأمنية (الإسرائيلية) والمجلس الجديد، حتّى نستعمل الجهد المدفون في الهيئات وهذه الأجسام.

وإذا كان الأمر كذلك، يجب علينا رسم هيكلٍ تنظيميٍّ لكلّ الهيئات الحكومية والجماهيرية في إسرائيل، خاصّةً صاحبة النشاط والعلاقات العالمية في إطار علاقات عملٍ أو تجارةٍ أو علاقاتٍ أخرى. ويجب إكمال الدراسة من أجل صياغة رسائل هذه الهيئات، والتفكير بدافعٍ مناسبٍ مع هذه الهيئات لتأكيد الصمود تحت ضغط وزارة الخارجية، بالإضافة إلى إمكانية إقامة

حلقاتٍ دراسيةٍ في البلاد وخارجها على أيدي رجالٍ مهنيين في مجال علاقات الجماهير على المستوى العالمي.

إعادة تنظيم للهيئات القائمة

على الصعيد المدني: مكتب الصحافة الحكومي

إحدى مهام المجلس هي العمل على إعادة تنظيم مكتب الصحافة الحكومي، لجعله يتلاءم مع الألفية الثالثة. وهذه الهيئة أسست من أجل أن تُكوّن علاقة مع وسائل الإعلام الأجنبية. لكن، مع مرور الزمن أصبحت أعمالها هامشية؛ لا يمكن التغاضي عن مشكلة أن منزلة هذا التنظيم كهيئة حكومية دعائية؛ لكن، من الممكن التعاطي معها، وبالأخصّ مع قسم التصوير الغنيّ بالوثائق، خاصّة الذي يحتوي على أرشفة تصوير يناسب لكتاباتٍ استردادية. ويجب أن ينتقل التنظيم ليصبح مبادراً إلى مستوى التشغيل مصوّري الفيديو و الفوتوغرافي الذين تلقوا إمتيازاتٍ من جانب النظام الحكومي، بالتقديم لقصصٍ فيها خدمة للمصالح (الإسرائيلية). وعليه أيضاً تقديم خدماتٍ على مستوى تنظيم إعلامي يعمل على مدار الساعة؛ وهكذا يستطيع أن يندمج في إطار رسائل سيتقرّر بشأنها مسبقاً، وسيزوّد بمواد مرئيةٍ أو مكتوبةٍ بصورةٍ تخدم المصالح (الإسرائيلية).

على الصعيد الأمني: إستخبارات وحرب نفسية

من الصحافة (الإسرائيلية) يظهر أنه يوجد عند الجيش (الإسرائيلي) وحدة صغيرة جداً، مع صلاحياتٍ محدودةٍ مسؤولةٍ عن الحرب النفسية في الجيش⁽³⁰⁾؛ لذلك، يبدو أن هذه الوحدة ليس لها وضعٌ محترمٌ في الجيش.

(30) «الغزو الفكري» صحيفة كل هعبر (القدس) 1998.

علينا عمل إصلاحاتٍ على هذه الوحدة، وأن نَمَكَّنْها من أن تستوعب أسلوب الحرب النفسية على أساس المعلومة التي جمعت خلال السنين وماتزال محفوظة على المستوى التنفيذي في الجيش.

الشاباك والموساد:

بالنسبة لهيئات الاستخبارات الأخرى في (إسرائيل)، نرى أن المعلومة الوحيدة الموجودة حول الحرب (النفسية) ملقاة على عاتق الموساد، المهزوز بكل تأكيد. لكن، حسب الجهد الذي عمل لإسكاته، يمكن أن ننسب إليه ثقة معينة؛ المصدر هو كتاب "فكتور أوستروفسكي" عن الموساد⁽³¹⁾، الذي كتب عن وحدة في الموساد مهمتها تتضمّن بث قصصٍ كاذبة في وسائل الإعلام العالمية من أجل التغطية على فشل وأخطاء (إسرائيل). على سبيل المثال، يتحدّث الكتاب عن فشل الموساد في منع محاولة الاعتداء على غولدا مئير في إيطاليا سنة 1973.

ومع أنه لا يمكن الأخذ بأقوال الكاتب على بساطتها، لكن هذه تقريباً الشهادة الوحيدة لوجود هذه الوحدة في الموساد، الذي بدأ بخطواتٍ صغيرةٍ للتعبير، حيث تُعدّ محاولات أولية لتجنيد أناس عن طريق الصحافة وعلاقات مع وسائل الإعلام بصورة غير رسمية وغير مؤسّسة مع صحفيين منفردين، مثل يوسي زلمان من هارتس. وفي الشاباك أيضاً، هناك نقاشات مستمرة مكثفة فيما يتعلّق بتشغيل ناطق مهني.

(31) v.ostrovsky, c. hoy, by way of deception: the making and unmaking of a mossad officer (NY: st.martins press, 1990 p.1999).

المطلوب أن تتغلب كل هذه الهيئات على التقاليد حتى تجهز نفسها لعصر المعلومة. ويجب تقرير مفهوم " السر " وإسهامه في تحقيق الأمن للدولة من جديد. وعلى الشاباك أن يأخذ في الحسبان النتائج النفسية لأعماله التي من الممكن أن تملي طابع الأهداف، أو أن تشكل الأعمال حتى تخفف من تأثيرها. والتفكير بنتائج الحرب النفسية من الممكن أن يساعد أيضاً في وضع التقديرات نحو الهجوم الإعلامي المضاد المتوقع من العدو، حتى يلغي تأثيره. وعلى الموساد إعداد تفكير استراتيجي شامل حتى يتعاطى مع ميراث السرية وتنسيقها وملاءمتها لعصر القمر الصناعي والكمبيوتر المحمول. وكل ذلك بحاجة إلى وسائل كبيرة، ولكن في الأساس أهميته كبيرة.

الناطق باسم الجيش:

يجب أن تمر وحدة الناطق باسم الجيش بتغيير. ذلك أن حالة الوحدة بعد حرب لبنان والانتفاضتان (في فلسطين) سيئة، خاصة أن حجم الوحدة وتطلعاتها يعكس أسلوب عملها السيء على المستوى العسكري. ففي الماضي، كان الناطق كأنه ناطق باسم رئيس الأركان، وهم (الناطقون) من تلقوا جحيم نار الانتقاد حيث عملوا في معظم الأحيان كوحدة رد وإجابة.

كلمة الوصل وهي مدى ترابط المعلومة. فالمعلومة يجب أن تصل خلال دقائق لغرفة الأحداث حيث تحدد الشكل الصحفي والإعلامي لها (إعلان للصحافة، مجموعة فيديو، أوديو..). ومن هناك، ينقل للصحافيين حسب تقدير مهني. يجب على رجال الوحدة أن يحوزوا الوسائل التكتيكية المناسبة من أجل نقل المعلومة. على سبيل المثال، كمبيوتر يدوي أو مجموعة فيديو

أو كمبيوتر محمول؛ ويجب إكمال الدراسات بين الأذرع بشأن عمل نظام المعلومة؛ ومن الممكن ربط الاتصال غير المبرمج بين الوحدات وفي القيادات المتنازعة بين خلاف الصلاحيات والخوف من فقدان السيطرة. رجال الوحدة يجب أن يعبروا إلى مرحلة تأهيل صحفية طويلة في إطار تهيئة أكاديمية، أو أن يأتوا من بين خريجي إذاعة الجيش .

ويجب أن نشير أنه حسب التعاطي مع الحرب في الألفية الثالثة، فإنه من المهم تخيل الصورة وسط الجماهير المستهدفة والتي لا تقل أهميتها عن الإنجازات على أرض الواقع في الساحة، خصوصاً خلال الحرب على وتيرة هادئة. لذلك، لا حاجة لتعيين ضباط لوحدة مختارة قبل دخولهم مرحلة تأهيلية مهنية في مجال صناعة وإدارة الاتصالات ووسائل الإعلام، بدءاً من الجندي ونهاية بضابط الوحدة؛ اليوم، وباستثناء الحالات المنفردة لرجال الإعلام الذين خدموا في وحدة برتبة قيادية، جميع الضباط يتلقون تأهيلاً في إطار العمل، الوحدة يتم تعزيزها برجال احتياط كثيرين من الذين يعملون كضباط مرافقين؛ كثير من المراسلين الأجانب الذين خدموا في (إسرائيل) لديهم انطباع بأن الكاريكاتير للخدمة في الوحدة وهو ليس بتأهيل لغوي أو مهني، بل هو أمر علاقات؛ لذلك، يجب تكبير معمل الأيدي العاملة في الوحدة، ونشرها في أقسام الجيش وإعداد أعضائها، بحيث يستطيعون إعطاء جواب في كل أنحاء البلاد خلال دقائق. و يجب إعطاهم وإسنادهم في الصراع ضد الضباط المحافظين على سرية السر الذي يسبب ضرراً أكبر من نفعه .

و يجب أن يتأهل رجال الوحدة بصورة مكثفة، وأن يساعدوا الضباط على الأرض، مع إعطائهم نصائح عن كيفية عمل لقاءات صحافية (اختيار خلفية، اختيار جمل افتتاحية، الصوت، تدريب قبل المواجهة، مساعدة بالإنجليزية..)؛ أيضاً، هنا يمكن تشغيل ضباط ليسوا من مواليد دولة (إسرائيل)؛ سواء أكانوا في الاحتياط أو في الجيش النظامي. وحدة الناطق باسم الجيش يجب أن تُعدّ لإعادة نشر من جديد في كل أنحاء دولة (إسرائيل)، خصوصاً في الضفة وغزة، ورجالها يجب أن يكونوا أصحاب صلاحية مشابهة لرجال أمن يتمتعون بقبول مباشر وتعاون في كل مكان، بغض النظر عن درجتهم.

شريعة الحرب (الإسرائيلية)

نرى اليوم أن الوضع في المجال النظري شائك جداً. فالتعريف القديم في الجيش (الإسرائيلي) للحرب النفسية يتحدّث عن كونها "مجالاً ثانوياً لحرب الاستخبارات"، وهدفها العمل لتغيير مواقف في وسط آخذي القرار أو جنود في ساحة المعركة. و يجب أن نشير إلى أن المصطلح غير الواضح (الحرب الاستخباراتية) مأخوذ من تركة الجيش البريطاني. وعلى كل حال، فإن التعريف يحتوي على أساس إذا ما فسّرناه تفسيراً واسعاً؛ فهو يعني بأن الحرب النفسية موجّهة أيضاً ضدّ الوسط السياسي.

التعريف الجديد للجيش (الإسرائيلي) يعرف الحرب النفسية كحرب تُستخدم فيها الدعاية من أجل التأثير على مجموعة أشخاص وسط العدو⁽³²⁾.

(32) التعريف الكامل للحرب النفسية أنها حرب دعائية ونفسية. الهدف منها التأثير على الفكر وعلى الشعور أو التصرفات ضدّ الجماعة المستهدفة في صفوف العدو. والهدف من الحرب النفسية أيضاً هو زعزعة الأمن الذاتي لجيش العدو وإيمانهم بالنصر وفي تأدية المهمة والواجب.

وهنا، من الممكن تفسير هذا التعبير "وسط العدو" بمغزى واسع يحتوي على الجانب السياسي. والتعريف مفيد لأنه يفتد التأثير إلى تفاصيل، مثل زعزعة الإيمان بالنصر أو زعزعة الأمن الذاتي. العائق المركزي هو الاستخدام الضبابي لمصطلح مثل "دعاية" من أجل توضيح فكرة معقدة، مثل حرب نفسية. التعريف هذا يذكرنا بمحاولة (ديغرتي) خلال الخمسينيات بإعطاء تقدير مناسب⁽³³⁾؛ التعريف في هذا الشأن مهم جداً، خاصة وأنه يدخل مجال العمل في استخدام رسائل في أرض المعركة. اليوم، المجال العسكري والمدني لنقل الرسائل موجود في أيدي عدة عناصر، لكنهم يفتقرون التعاون بينهم.

لذلك، يجب كتابة نصوص شريعة الحرب بشكل مفصل حسب ما هو قائم لدى سلاح المدرعات أو سلاح الجو من أجل بث وهج الحرب النفسية في كل أذرع القتال. الآن، هناك تحسينات أولية⁽³⁴⁾.

بداية، يجب كتابة نصوص شريعة الحرب للجيش (الإسرائيلي)؛ وبعد ذلك تكون الكتابة بمشاركة كل الأذرع. التنسيق المطلوب مثل عدة النشر الموجودة بأيدي نفس الذراع (ستوديو طائر أو بحري)؛ القوى البشرية التي يشغلها العدو (جنود أو طيارون) والرسائل المقررة من ذلك، والنتيجة التنظيمية التي تتأتى من هذه الخطوة، تتطلب أن نتعاطى بداية مع السؤال: هل يجب إقامة هيئة عليا لتركيز نشاطات كل سلاح (قوة)، أو وحدات

(33) أنظر كتاب:

w.e.Daugherty & m. janowitz, a psychological warfare case book (Baltimore, md: Johns Hopkins university press, 1958)

(34) العقيد المتقاعد (شمونيل نير) يعتبر عن هذا القصور في كتاب (السيطرة على الوعي) عندما تشكل الحرب النفسية شكلاً متميزاً.

منفردة لكلِّ ذراعٍ تأخذُ المساندة من بعضها؟ لكلِّ صورةٍ تنظيميةٍ فوائد ونواقص .

كتابة شريعة الحرب ستأتي بربح إضافي . والعمل بمبدأ شريعة الحرب سيُلزم بتوجيه أسئلةٍ صعبةٍ لعناصر كثيرةٍ في الجيش وفي الأجهزة الأمنية . هذا الشيء من الممكن أن يشجّع على التفكير وإعادة التنظيم من جديدٍ في جهاز الأمن .

أهميّة طواقم العمل

تحاول وزارات الإعلام مواجهة التحديات نتيجة التزوّد بالأفكار الخلاقة والمدهشة بدون توقّف، حيث تمّ تطوير أساليب مختلفة للطموح، بتشغيل أناس عابرة، خاصّة في مجال إجراءات اللقاءات الصحافية . والجيش وأجهزة الأمن بحاجة لإنشاء أجهزةٍ لمهامٍ متشابهة؛ وسيكون تأهيل العناصر المعنية أعقد بكثير لأنهم بحاجةٍ إلى تدريب على جميع فروع وفصول الحرب النفسية في السياسة الشرق أوسطية؛ وستكون مهمّة هؤلاء تزويد هذه الأجهزة بالأفكار بدون تردّدٍ أو توقّف، وذلك من أجل تحقيق الأهداف المركزية للحرب النفسية . والقصد من ذلك أن نجعل العدو في وضع الدفاع وليس المبادرة في الهجوم .

وهذه هي الاستراتيجية التي يتّبعها الفلسطينيون، مثل إعلانهم عن أسماء ضبّاط كبار في الأجهزة الأمنية بأنهم مجرمو حرب . وكانت النتيجة غير المباشرة والمفيدة في خارج البلاد، حيث شغلت الأجهزة القضائية في الجيش

(الإسرائيلي) ووزارة الخارجية. وهذه الطواقم تُستخدم في التكهن لسيناريو الحروب النفسية المختلفة؛ فهم مستخدمون كمندوبي الشيطان، ويتنبؤون بأوضاع لاستغلالها في الحرب النفسية.

هناك مشكلة عملية متوقعة بعد فترة عملٍ معيّنة، حيث يبدأ الضابط حديث العهد في الدخول إلى المرحلة البرجوازية " قبل بدء عملية الإبداع لديه بالتعرض للنقص ". لذلك، يجب تخصيص فترة مناسبة يكون بعدها الصحفي ترك وظيفته، ومن المعلوم أنه بالإمكان وضعه في مهمة أخرى من وحدات الحرب النفسية.

إنشاء تشكيلة عسكرية للاستنتاج والحصول على الرسائل الهادفة

إن المهمة الصعبة والمركزية هي في استخلاص وبتّ الرسائل خلال زمنٍ قصيرٍ من لحظة الحصول عليها من ساحة المعركة، حيث الحاجة والفرصة لإرسال رسالة مهمة إلى العدو. وعلى الأرض، فإن الرسائل (خاصة البيانات) تُلقى على العدو في حالة يتم التخطيط لها مسبقاً، وإن تجهيز البيان يتطلب وقتاً طويلاً. ففي البداية، يجب تحديد الحاجة على الأرض (الأمر الأكثر بساطة هو الدعوة للاستسلام)؛ ويجب التجهيز والربط بين الفكرة المرسلة حسب القواعد العامة والتي تحترم شجاعة العدو، حيث يتم إشغاله في التفكير في نجاته، والإجابة حول الخشية من السقوط في الفخ.

وبعد ذلك يجب بث معلومات متوافرة لدينا عن العدو مثل: أسماء قادة هامشين متوسطي الرتب وأسماء قتلى و أهداف للعدو، وذلك من أجل

مفاجأته بمعرفتها، ومن أجل ذلك يتطلب الأمر الاتصال بأذرع المخابرات، وإن كان توجهاً شخصياً فإنه يتطلب توفيقاً من الضابط الكبير في المنطقة؛ وحينها، من الممكن طباعة هذا البيان على الورق؛ ويمكن بثّ هذا البيان عن طريق الطائرات المروحية. ويجب الاتفاق والتنسيق مع سلاح الجو حول الوقت ومكان التوزيع. وهذا تحدٍ لوجستيّ وعقليّ ليس بالبسيط.

من جانبٍ آخر، فإن المكاسب المتوقعة من هذا البيان تكمن في إضعاف معنويات العدو والرضوخ والاستسلام والهروب من الجيش ونتائج أخرى تؤدّي إلى حقن أرواح البشر⁽³⁵⁾. ولذلك، يجب دراسة الترتيب المقترح للنهوض بحالة ضابط العمل في الحرب النفسية لوحدات المشاة، وإنشاء وحدة عسكرية تقدّم خدماتٍ لكلّ الوحدات في المنطقة. ويُعتبر استخلاص الرسائل في المجال التكتيكي عن طريق مكبّرات الصوت أو عن طريق رسائل مكتوبة. رسائل البثّ عن طريق مكبّرات الصوت هي الأسهل لجهة الحصول عليها واستخلاصها. لذلك، يجب وضع نصوص الهدف حسب القواعد العامّة والمقبولة وحسب الوضع القائم في المنطقة؛ ويجب بثّها بصوتٍ ونطقٍ ولهجةٍ صحيحة. أما البثّ، فيمكن أن يقوم به جنودٌ من الصفوف؛ وإن الرسائل المكتوبة يمكن نقلها للوحدات من خلال البريد الإلكتروني، ويتمّ طباعتها أو تصويرها ويتمّ إلقاؤها من الطائرات أو عن طريق قذائف الهاون.

(35) وزّعت خلال حرب لبنان (1982) بياناتٌ دعت رجال منظمة التحرير الفلسطينية للاستسلام. وهذه البيانات أزعجت كثيراً قادة المنظمة في المنطقة.

تكنولوجيا - النشر والتأهيل

إضافة إلى الأساليب القديمة في نشر الرسائل التي كانت بدايتها الحرب العالمية الأولى، يكمن الهدف في التطور التكنولوجي في إيجاد وسائل جديدة في إرسال وبتّ المعلومات. وليس هناك أدنى شك أن الحروب المستقبلية، وخاصةً (الإسرائيلية)، سيكون فيها الجنود مرتبطين بمواقع الإنترنت⁽³⁶⁾، ومراكز المعلومات، وذلك من أجل جمع المعلومات في الوقت المناسب. وسيستغلّ الجانب الآخر التطور التكنولوجي من أجل تمرير معلوماتٍ تضرّ بالمعنويات أو رسائلٍ مضلّلة. ولذلك، يجب الانتباه لهذا الأمر؛ وقبل أي شيء يجب الاهتمام بمركز المعلومات حيث يستطيع الجنود وأبناء عائلاتهم وبقية المواطنين الحصول على معلوماتٍ واقعيةٍ وصادقة. وفي حالة تطورّ الدول العربية من الناحية التكنولوجية المدنية، ستكون الحاجة لتقديم موادٍ معلوماتيةٍ تستخدم الأهداف، خاصةً في أوساط جنود ومواطني العدو.

وإن كان هناك مواطنون هم معنا على دعوات اتصالٍ وتواصل، فبالإمكان إيجاد طريقةٍ لنقل هذه الرسائل لهؤلاء. وننظر إلى خارطة الإنترنت في جميع الدول العربية التي لها صلة مباشرة في الموضوع من أجل تمرير الرسائل لهم.

إضافة إلى الدول العربية، يجب أن نتوجّه إلى الدول المختلفة ونقوم بتجهيز قوائم البريد الإلكتروني في هذه الدول، خاصةً حول الرأي العام، من أجل إرسال رسائل حول الرأي العام تكون مجهزةً سابقاً؛ و SMS بواسطة

(36) من الممكن الآن استخدام الهاتف الخليوي من نوع communicator وأنواع أخرى من خلالها يمكن الاتصال WAV.

الهاتف الخليوي هي أداة أخرى. فمن الممكن الوصول إلى هذه القوائم بطرق بسيطة. كذلك، هناك واسطة تكنولوجية أخرى، وهي إنتاج أشرطة (كمبيوتر "أسطوانات") برسائل مختلفة، على اعتبار أنه في ساحة المعركة المستقبلية، سيكون للجنود العرب أجهزة كمبيوتر محمولة كما هو لقادة الجيش (الإسرائيلي)، وإن بثّ الرسائل يكون عن طريق شاشاتٍ كبيرةٍ أو عن طريق الليزر، وإن مثل هذه الأجهزة موجود لدى العوام، خاصّة في قاعات الأفرح والنادي الليلية.

نقل الرسائل - بواسطة الإعلام المدني

الراديو والتلفزيون

يُعتبر الراديو وسيلة إعلام ناجعة في نقل الرسائل. وهو وضع تحت الخدمة السياسية في الثلاثينات من القرن الماضي باعتباره وسيلة رخيصة التكاليف وسريعة البثّ والإنتاج، ويمكن من خلاله بثّ رسائل مسجلة مسبقاً؛ ومن أجل ذلك، علينا تحديد الترددات والإعلان عنها. وبإمكان محطة الراديو البثّ لأغراضٍ معيّنة عن طريق المحطّات (الإسرائيلية) الحكومية الرسمية. ومن الممكن إنشاء محطةٍ إضافيةٍ معلوماتيةٍ للدول العربية في زمن الحرب وفي زمن السلام.

أساس العمل مهمّ جداً في الحفاظ على الأمانة. فيُمنع بأيّ شكلٍ من الأشكال بثّ معلوماتٍ غير صحيحة. و ينطبق هذا المبدأ على التلفزيون؛ فليس من السهل على (إسرائيل) أن تحافظ على الصدق والأمانة حول ما

يتعلّق بالدول المعادية، لأن هذه المحطّات سيتمّ مهاجمتها باعتبارها محطّات لبثّ الدعاية المعادية، وأن الهدف الذي تسعى إليه هو أن يتعلّق المشاهد العربي بهذه المحطّة؛ وليقلّ بقلبه أنه يعرف أن هذا البثّ هو للدعاية الإسرائيلية البغيضة، لكنّه مهتمّ أن يتطلّع إلى هذا البثّ وأن يحتفظ به لنفسه، وأن يقتنع بهذا. ولذلك، يجب بثّ برامج على مستوى عالٍ.

وحول ما يتعلّق بالبرامج، فإن الانحراف من جانب أناسٍ غير مهنيّين يؤدّي لإنتاج برامج "إستعلامية" (إسرائيلية) مضرّة لذلك، علينا أن نمتنع عن هذا الأمر. ويجب أن تكون الرسائل بصورةٍ غير مباشرة؛ والمقصود هنا أن لا نقوم بإنتاج أفلام عن الديمقراطية في (إسرائيل)، ولكن دراما تشمل تصويراً للمظاهرات الكبيرة؛ وأن لا نتكلّم بالتفصيل عن مستوى الحياة العالي في (إسرائيل)، لكن يتمّ عرض مشاهد من المطبخ عندما تكون خلفية الصورة للرفوف في المطبخ مليئة بالأشكال والألوان المتعدّدة؛ وإن الوضع البائس اليوم يكمن في أن جميع المحطّات التي لا تبث بالعبرية تصارع بصورةٍ أو بأخرى من أجل البقاء، إن محطّة الراديو "صوت (إسرائيل) بالعربية" تتعرّض لصعوباتٍ ماليةٍ وأزمة موظّفين، على الرّغم من الاستماع الواسع في العالم العربي لهذه الإذاعة. و يضطرّنا وضع كهذا إلى التغيير الجذري. وتبيّن بعد إنشاء محطّة فضائيةٍ عربيةٍ تُدار من قبل (إسرائيل) أنها قد أثارت القلق لدى الفلسطينيين⁽³⁷⁾.

(37) مقابلة مع رضوان أبو عيّاش « الإعلام المعادي ». صحيفة (كل معبر) 24-8-2001 ص7 إلى 76.

شبكة الإنترنت

ليس سراً أن الفلسطينيين وحزب الله تفوّقوا علينا في مجال الإنترنت. إن المواقع (الإسرائيلية) غير مجهزة وغير ثابتة و متميّزة بالاهتزاز، في حين أن المواقع الفلسطينية ومواقع حزب الله متميّزة بالصور والأفلام⁽³⁸⁾.

من الأكيد أن الصور المرئية نابعة من قراءة صحيحة للواقع. والزائرون لمواقع الانترنت لا يبحثون عن المقالات المفصلة، لكنهم يبحثون عن حاجات فورية. فمن خلال استثمار بسيط، تستطيع (إسرائيل) أن تتطور في حضورها على شبكة الإنترنت من خلال بناء مواقع ومن خلال إقامة جهاز مساندة لإقامة مواقع للتعاطف والتزود المستمر بالمواد المرئية.

ويدخل إلى هذه المواقع (الإسرائيلية) طلاب من العالم العربي. كما يدخل إلى المواقع العربية نظراؤهم (الإسرائيليون) إنطلاقاً من هذا التصور، وليس فقط من باب الالتزام الأكاديمي. واليوم، فإن هناك قوة بشرية مدربة على مستوى عالمي تبحث عن عمل بأي ثمن، فيجب استغلال هذا الخيار لتطوير الحضور (الإسرائيلي) في الإنترنت، والإجابة والمبادرة في بث الرسائل التي تسبب القلق الكبير في صفوف العدو.

تأهيل القوى البشرية في مجال وسائل الاتصالات

وفي الختام، فإنه من المعلوم أن النشاطات الإعلامية التي ذكرت آنفاً تتمحور حول التأهيل العام والواسع للطاقة البشرية في مجالات الإعلام

(38) www.moqawama.org/gallery/clip/v_agger.htm

المتعدّدة. وعلى الرّغم من الاعتراف بأهمية ذلك و معرفة مدى تأثير هذه الوسائل خاصّة التلفزيون، فلم يبذل أيّ جهدٍ حقيقيٍّ ومركّز لتأهيل مندوبين إيجابيين .

إنّ أوّل من فهم أهميّة التأهيل المهني لوسائل الإعلام التلفزيوني كان (بنيامين نتنياهو)، ولحق به آخرون. ويبدو أنّ معظم الشخصيات العامّة وضباط الجيش الكبار يطوّرون في أوساط السكّان (الإسرائيليين). ويوجد القليل من بينهم من يستطيع إجراء لقاء صحفيٍّ لجهةٍ أجنبية، وليس فقط بسبب مشكلة امتلاك لغةٍ أجنبية، لأنّ الظهور في التلفزيون يتطلب ملاءمة للتصوير وقدرة على الحديث باختصار ولغة تصويرية وهدوء أعصاب؛ كلّ هذه الأمور، ماعدا (فنّ التصوير)، تتطلّب تدريباً طويلاً.

لذلك، يوجد ضرورة ملحّة للدولة أنّ تستثمر في مجال استغلال تأهيل أناس في تعلّم لغاتٍ متعدّدةٍ أجنبية، وخاصّة اللغة الإنجليزيّة. والعربية لا تقلّ عنها بالأهمية؛ فهذه نقطة حسّاسة تمسّ كبرياء الجماهير؛ لكن، ليس هناك مهربٌ من المواجهة التلفزيونية. الفلسطينيون يعرضون ناطقين سلسين مثل (حنان عشراوي)، في حين أنّ عدداً كبيراً من أصدقاء (إسرائيل) في خارج البلاد تحمّر وجوههم وتكفهرّ عندما يتمّ إجراء مقابلةٍ صحفيةٍ مع (إسرائيلي) رفيع المستوى في التلفزيون المحليّ.

تعتبر المواجهة التلفزيونية وسيلة إعلامٍ مشهورةٍ ومنتشرةٍ ومفيدة، تتطلّب تدريباً مركّزاً. والنجاح في هذا الصراع هو في حكم الواقع حلمٌ بعيد المنال.

الخلاصة

في هذه الدراسة تمّ استعراض المشاكل الهيكلية للحرب النفسية في (إسرائيل)، وإمكانية حلّها، والطرق المناسبة لذلك. ويكمن مصدر المشكلة في الفهم والوعي، ومصدره الابتعاد والنفور اليهودي والديمقراطي من موضوع الدعاية، وإن صفة التصوّر الأمريكي في الوقت الأخير للمعلومات، في المجال الدبلوماسي وفي ساحة المعركة، تُعتبر على درجة عالية من الأهمية؛ وعلى جميع الأجهزة أن تعمل في تنسيق كامل، وتمّ الإفصاح عن عدّة وسائل وأحداثٍ مختلفة لاستخدام المعلومات حول الحاجة في التأثير على الجماهير، وفي نطاق النزاع (الإسرائيلي)-العربي، إستخدم الفلسطينيون وحزب الله هذه الأساليب وحصدوا نجاحاتٍ متعدّدة؛ فهم دمجوا بين التصميم والحزم والاستعداد والاعتراف الحضاري. فمن مبادراتٍ جذابةٍ وبواسطة وسائل بسيطة، نقل ومرّر الفلسطينيون رسائلهم (لإسرائيل) والعالم.

إن السنوات المتتالية من الإهمال ونقص الوعي والإدراك (الإسرائيلي) أسهمت في عدم قدرة الأجهزة على القيام بأيّ إبداعٍ مناسب.

إن البحث يقترح إطارين تنظيميين وتفصيل المهمّات المراد معالجتها، مثل الدراسة الثقافية. وعلى التعاون الاستخباراتي وتأهيل الطاقة البشرية المناسبة، أن يمرّ من خلال تغيير جذري للتصوير والإدراك. ومن زمن حرب الخليج تغيّر أسلوب الحرب؛ في حين أنه من الناحية التكنولوجية، يوجد في (إسرائيل) تفاهمٌ حول ضرورة التجهيز في المعدات، قانون الحرب والطاقة

البشرية. ومن الواضح أنه في مجال استغلال الحرب النفسية لأهدافٍ حربية، يوجد انتكاسٌ متواصل.

جيوشٌ كثيرةٌ على مستوى العالم تستثمر جهوداً لتطوير ودمج قانون الحرب النفسية بعد فوات الأوان. لحقن الدماء ولنكون أخلاقيين أكثر، فمن الأفضل استخدام عملية الإقناع؛ وهذا مجال يتطلب تدريباً وإبداعاً. لكنّ المصادر المالية تُعتبر قليلة نسبياً. إن التجاهل والحداد يعبران عن الرفاهية والرخاء، و(إسرائيل) لا تستطيع أن تسمح لنفسها بهذا الواقع. فيجب العودة لمصادر الاستخدام التي ساعدت حتى الآن في السير نحو الاستقلال، ويجب المواكبة وتنسيق العمل في هذا المجال؛ فالمصادر مكشوفة والمواد موجودةٌ وسهل الوصول إليها. وكلّ ذلك موجودٌ في الأرشيف في المكاتب وعند المتقاعدين من الأجهزة المختلفة في البلاد وخارج البلاد.

إن علينا النهوض والخروج من التصوّر - "السرّ" المحيط والمكتنف حول موضوع كالحرب النفسية والأجهزة الأمنية. ولنبدأ بالتعرّف على حقيقة القوّة وتأثيرها النفسي في تحقيق النصر.

الفلسطينيون الذين لا يملكون الوسائل العسكرية والتكنولوجية المتطورة، فهموا من خلال خبرتهم السابقة ومن خلال تجربة الآخرين كيفية استغلال هذه القوّة جيّداً لصالحهم.

لم يبق لدينا إلا أن نعترف بالحقيقة، وهي أن نتعلّم من الفلسطينيين، وأن نعيد النظر سريعاً في وضعنا والعودة إلى حربٍ محتملة.

ملاحق

ملحق (أ): سيناريو خيالي

هوجمت دورية عسكرية خلال قيامها بمهمة المراقبة على الخط الأخضر بالحجارة والزجاجات الحارقة. وردّ الجنود بإطلاق النار في الهواء، وأطلقت باتجاههم بداية عدّة طلقاتٍ من سلاح خفيف. وخلال العملية، أطلقت نار قنّاص من جانب مدرسة في المكان؛ ردّ الجنود بإطلاق النار وأصيبت طفلة جرّاء الشظايا. قائد القوّة أعاد تنظيم جنوده وهاجم موقع الكمين الذي أطلقت منه النيران، وأصيب خلال العملية اثنين من الجنود؛ وتمّ استدعاء مروحية حامت فوق المكان والجنود المنسحبين؛ وأطلقت الطائرات طلقاتٍ تحذيرية (بالونات حرارية)، وتمّ توجيه نداءاتٍ للجماهير المتواجدة في المكان للتفرّق من خلال مكبّرات الصوت. وشملت الدعوة نداءاتٍ شخصية لقياديين التنظيم المحليين من خلال ذكر أسمائهم والإشارة إلى ألقابهم السرية وأماكن سكنهم.

وقد صوّر أحد أفراد الوحدة الحادث من خلال كاميرا فيديو كانت ملصقة بخوذته العسكرية. وتمكّن من تصوير المنطقة المحيطة من خلال حركات الرأس. وهكذا تمّ تصوير أحد نشطاء التنظيم المحلي، والذي أطلق عدّة طلقاتٍ من الذخيرة من خلال روضة أطفال؛ وأيضاً تمّ التقاط عدّة صور من خلال كاميرا مشبوكة على بندقيّة (جليل) القصيرة المخصّصة لها. وفي الطريق إلى القاعدة، كانت تنتظره طائرة أخذت منه الشريط وطارت به إلى مركز الإعلام اللوائي. وبعد ذلك، قام المصوّر بتوصيل كاميرا (ستيلس) الديقيتال

إلى جهاز كمبيوتر محمول وجهاز البلفون المعدّ لهذه المهمة، وأرسل الصور عبر البريد الإلكتروني، وأرفقه بتقرير قصيرٍ عن الحادث في تلك المنطقة إلى مركز المعلومات للناطق العسكري للجيش (الإسرائيلي).

وخلال عشرين دقيقة، تكّدس المراسلون في (إسرائيل) -أجانب ومحليّون- وتمّ إطلاعهم على الأحداث. قسم الصور لوكالة (رويتر) أخذ حقوقاً كاملة عن هذه الصور الفوتوغرافية، وتمّ منحها (لرويتر) دون مقابل من الناطق العسكري، (رويتر) إستلمت هذه الصور بصورةٍ خصوصيةٍ بسبب أن طاقم المتابعة من قبل مكتب الصحافة الحكومي لاحظ أن الوكالة أوقفت في الأشهر الأخيرة بثّ معلوماتٍ من جانبٍ واحدٍ ومن مصادرٍ معاديةٍ دون أي رد (إسرائيلي).

في اليوم التالي، تمّ نشر هذه الصور في معظم الصحف الغربية. وكالة الأنباء الفرنسية AFD والتي ارتبط بها الفلسطينيون في صراعهم قبل عقد ونصف، لم يكن بإمكانها إلاّ عرض الصور وشريط الفيديو الذي أرسل إلى قناة FOX NEWS خلال ساعةٍ من بدء الحدث؛ وبعد أن سحب عدّة نسخٍ منه، وأرسلت واحدة منها إلى كتيبة وذلك من أجل القيام بعملية التحقيق والفحص، وتمّ بثّ هذه المواد في نشرة الأخبار، واتصل مدير شركة (CNN) ليقدم شكوى بالتصرّف غير المناسب في تزويد المعلومات، قال (أن لا يكون اقتباس) لأن التوجيه جاء من مكتب رئيس الحكومة.

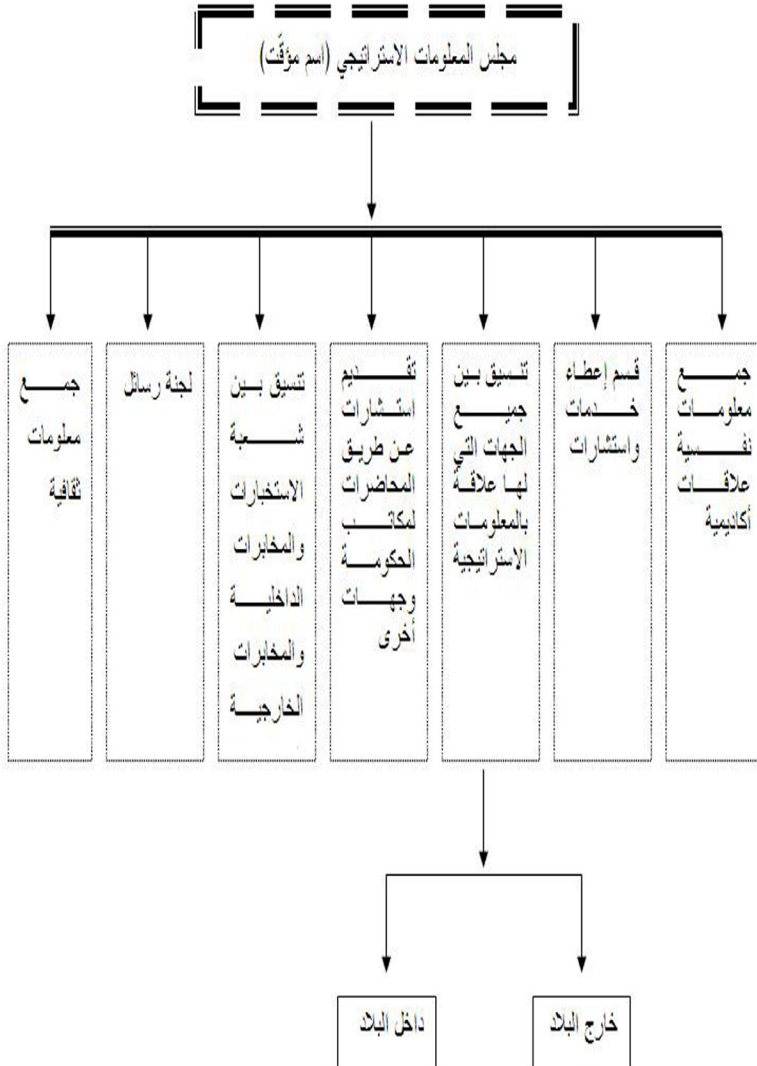
إن الصور الفوتوغرافية وصور الفيديو أرسلت بواسطة تصاميم مناسبة

إلى ثلاث مئة موقع إنترنت وبشمانى لغات بما فيها العربية. وفي الإجمال، فإن معظم المتلقين لهذه الصور لا يتعاطفون مع استخدام الأطفال كرهائن!

وقد توجّهت (إسرائيل) بطلب إلى منظمة اليونيسيف THE CHILDREN SAVE للتحقيق فوراً في الحادث. وادّعت الدكتورة (حنان عشاوي)، سكرتيرة الجامعة العربية للعلاقات العامة، أن هدف (إسرائيل) هو قتل أطفال فلسطين، وأن هذه الصور غير حقيقية، مفبركة ومنحازة، ولم تلق صدًى في العالم.

بعد الحادث، أوضح الجندي الذي قام بعملية التصوير أن المعدات التي زوّد بها قديمة، بالإضافة إلى كاميرا الفيديو الديجيتال؛ وكان بالإمكان تقصير المسيرة (إيصال المعلومات) إلى ساعة. سلاح الجوّ قرّر فوراً تزويد الطائرات المروحية العسكرية بكاميرات فيديو تصلح للبتّ إضافة إلى معدّاتٍ خاصّةٍ للتحقيق.

ملحق (ب): مخطط هيكلية لمجلس المعلومات الاستراتيجي



ملحق (ج): مخطط هيكلي منظم للحرب النفسية في الجيش الإسرائيلي
الحرب النفسية والقياد العامة

