الحرب النفسية

بروفيسور محمد أحمد شاهين
أستاذ علم النفس والإرشاد النفسي

في عالم اليوم، لا تعرف أبداً ما قد تراه عندما تشغل التلفزيون، أو تتصفح الإنترنت، أو تقرأ صحيفة ما، فقد تؤدي صور الرعب المزعجة إلى استجابة عميقة بغض النظر عن مدى قرب أو بعد الحدث. وعلى مر التاريخ، اشتمل كل صراع عسكري على حرب نفسية بطريقة أو بأخرى؛ حيث يسعى العدو إلى كسر الروح المعنوية لخصمه. ولكن بفضل التقدم التكنولوجي، وشعبية الإنترنت، وانتشار التغطية الإخبارية، تغيرت قواعد المشاركة في هذا النوع من المعارك النفسية.

تتمثل الحرب النفسية في الاستخدام المخطط للدعاية والعمليات النفسية الأخرى للتأثير على آراء وعواطف ومواقف وسلوك الجهات المعادية أو المستهدفة، وهي تتضمن نوعاً من المعارك العقلية أو العاطفية، بدلاً من ممارسة القتال البدني، وقد تتضمن أيضاً العديد من الآثار المقصودة للحرب النفسية السيطرة على العدو أو الضغط عليه أو إضعافه في العقل والجسد، وهي تستخدم تصميمات محددة، بما في ذلك الدعاية وبيانات التهديد، والتي تهدف إلى التأثير سلباً على منطق الجهات المعادية أو المجموعات المستهدفة وأفعالها، كما تستخدم الحرب النفسية لتخويف العدو، وتشجيع العدو على القيام بعمل من شأنه أن يفيد الخصم، أو لإضعاف معنويات العدو. وتشمل الأنواع المختلفة من الحرب النفسية التلاعب عبر المنشورات، أو البث الإذاعي أو وسائل الإعلام الأخرى، والتخويف المرئي، وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي المزيفة، واستخدام الدعاية لتشجيع العدو على الاستسلام أو الرعب.

وعلى الرغم من أن الحرب النفسية غالباً ما يُنظر إليها على أنها اختراع حديث، إلا أنها ذات أصل قديم، فقد استخدمها كورش الكبير ضد بابل، وزركسيس ضد اليونانيين، وفيليب الثاني المقدوني ضد أثينا، وكانت فتوحات جنكيز خان مدعومة بشائعات تمت زراعتها بخبرة حول وجود أعداد كبيرة من الفرسان المغول الشرسين في جيشه. ولكن مع التقدم العلمي الحديث في مجال وسائل الاتصال، والإعلام، وتكنولوجيا المعلومات، إلى جانب التطورات المهمة في مجالات تحليل الرأي العام والتنبؤ بالسلوك الجماهيري، أصبحت الحرب النفسية أسلوباً أكثر منهجية وانتشاراً في الإستراتيجية والحرب، والتكتيكات، وجزء أكبر من الحرب ككل.

وترتبط العمليات النفسية بالحرب النفسية، وهي تشير إلى الوظائف العسكرية الفعلية التي تُستخدم لتنفيذ

الحرب النفسية، وتستهدف هذه العمليات إكراه المدنيين والجهات المعادية أو المستهدفة بما فيها جنود العدو على التصرف بالطريقة المرغوبة؛ حيث يمكن اعتبار العمليات النفسية نوعاً من غسيل الدماغ، لأنها تسعى إلى استغلال وتشكيل أفكار الناس وأفعالهم.

وعادةً ما تكون الحرب النفسية المُدارة بشكل احترافي مصحوبة بوظائف استخباراتية لتحليل الدعاية ومعلومات الجمهور، ويتكون تحليل الدعاية من فحص طبيعة وفعالية الدعاية الخاصة بالفرد والدعاية المنافسة، إلى جانب دراسة التدفق العام للاتصالات الجماهيرية من خلال الجماهير المخاطبة؛ حيث توفر معلومات الجمهور تفاصيل محددة حول المجموعات المستهدفة التي يتم توجيه الدعاية إليها.

فالحرب النفسية، هي استخدام الدعاية ضد العدو، بدعم من التدابير العسكرية، أو الاقتصادية، أو السياسية التي قد تكون مطلوبة. وتهدف مثل هذه الدعاية عموماً إلى إضعاف معنويات العدو، وكسر إرادته في القتال أو المقاومة، وفي بعض الأحيان جعله يميل إلى موقفه بشكل إيجابي. وتُستخدم الدعاية أيضاً لتعزيز عزيمة الحلفاء أو مقاتلي المقاومة، ويمكن أيضاً اعتبار تحريف الشخصية والتلاعب بمعتقدات الأفراد عن طريق غسل الدماغ والتقنيات ذات الصلة شكلاً من أشكال الحرب النفسية.

وتمثل الدعاية أحد الأمثلة على برنامج العمليات النفسية المرتبطة بالحرب النفسية، وهو نوع من الاتصال أو الإعلان الذي يهدف إلى التأثير على طريقة تفكير المجموعة المستهدفة أو اتخاذ القرار، ويكون الهدف من حملة الدعاية هو إجبار الأفراد على اتخاذ إجراءات تتماشى مع رسالة محددة من خلال تقديم معلومات مؤثرة، وتكون النتيجة دعم مصالح المجموعة التي تقدم الدعاية، وصولاً إلى دفع الحملة الدعائية الناجحة للمستهدفين إلى التصرف بشكل ملموس ضمن أجندتها من أجل تحقيقها، وليس مجرد دعم أو اتفاق شفهي لهذه الأجندة. وعند الحديث عن الجهات المعادية أو المجموعات المستهدفة الجماهير، فإن المقصودة جميع أفراد المجتمع المستهدف، بما فيهم المدنيين من جميع الأعمار، والأفراد العسكريين، ويمكن استخدامها في العديد من المواقف وفي الأوقات المطلوبة.

وتُستخدم تكتيكات وأساليب ووسائل مختلفة للحرب النفسية لنشر الدعاية، منها: المنافذ الإخبارية؛ التي تستخدم محطات التليفزيون والإذاعة كمنافذ لبث الدعاية والوصول إلى جماهير واسعة النطاق في جميع أنحاء المدن وحتى في بعض الأحيان الدول. ووسائل الإعلام؛ التي تنشر الدعاية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كأحد تقنيات الحرب النفسية الحديثة، ويمكن أن يشمل ذلك الملفات الشخصية والحسابات الخادعة، والتي تهدف إلى التأثير على معتقدات المشاهدين، كي يكونوا إما مع أو ضد أفكار معينة. والمنشورات؛ عن طريق إسقاط منشورات من الطائرات على أراضي العدو وبعض التجمعات

المدنية، من أجل نقل المعلومات المتلاعبة أو المضللة؛ حيث كانت هذه وسيلة فعالة لنشر المعلومات الخادعة، لا سيما في المناطق النائية، قبل الاستخدام الواسع النطاق لوسائل الإعلام والإنترنت. استخدام المنشورات. والإشارات الكاذبة؛ وتحدث حملة الإشارات الكاذب عندما يتخذ أحد الأطراف إجراءً معيناً ويلقي باللوم فيه على الطرف الآخر، من خلال وضع الخداع في الاعتبار، حيث إنها تهدف إلى إقناع العدو بأن الحدث قد ارتكب من قبل أعدائه، أو خداع الأفراد للاعتقاد بأن الإجراء قد تم تنفيذه بواسطة طرف صديق.

وترتبط الدعاية بنظام المعتقدات للأفراد؛ بمعنى أن صانعوها يهدفون التأثير على أفكار وآراء المتلقين على أمل أن يتصرف المتلقون وفقاً للأفكار الجديدة، وتهدف هذه الطريقة إلى الاستفادة من مشاعر الأفراد، ففي حالة ارتفاع عواطف السكان المستهدفين، قد يحدث جنون يجبر المجموعة على اتخاذ إجراء، كما أن بعض الدعاية مضللة عن قصد من أجل توضيح وجهة نظرها وخلق النتيجة المرجوة. وهناك فئات من الدعاية التي تستخدم في الحرب النفسية باختلاف أصول المعلومات: فالدعاية البيضاء؛ هي عندما تكون المعلومات التي تُعلن واضحة ومباشرة، ومن المحتمل أن تكون صحيحة نسبياً، وتكون أصولها صريحة وصادقة، ومن المحتمل أن تكون مرئية أو مسموعة. أما الدعاية السوداء؛ فقد تكون المعلومات التي يتم الإعلان عنها إما صحيحة أو مضللة عن قصد، والعامل المحدد للدعاية السوداء هو في أصولها الخادعة، كأن يدعي الأفراد المسؤولون عن توزيعه أنه من صنع العدو، وبالتالي يشيع جو من عدم الثقة أو اللوم تجاه العدو. وهناك الدعاية الرمادية؛ إذ يكون هذا النوع من الدعاية غامضاً فيما يتعلق بأصولها، ما يؤدي إلى أجندة غامضة، باعتبار أن منشأها غير واضح، وبالتالي قد تولد الدعاية الرمادية الارتباك فيما يتعلق بنواياها.

وتمتلك معظم الجيوش الحديثة وحدات متخصصة مدربة ومجهزة للحرب النفسية، فقد كانت هذه الوحدات جزءاً رئيساً من القوات الألمانية وقوات الحلفاء خلال الحرب العالمية الثانية، والقوات المسلحة الأمريكية في حربي كوريا وفيتنام، واستخدمت القوات البريطانية والقوات الحكومية الماليزية على نطاق واسع المنشورات التي أسقطتها الطائرات – ووعدت بالحصانة لأولئك الذين استسلموا – لمحاربة تمرد العصابات في ماليزيا في أوائل الخمسينيات من القرن الماضي. وكانوا جميعاً يعتبرون الحرب النفسية جزءاً لا يتجزأ من فن الحرب، ولا يمكن فصلها عن العمليات العسكرية التقليدية. ضمن هذا الإطار النظري، تصبح "قلوب وعقول" – ليس فقط قلوب وعقول السكان المدنيين في منطقة العمليات، ولكن أيضاً قلوب وعقول العدو والمقاتلين – مركز ثقل رئيس في التخطيط والتنفيذ العملياتي والتكتيكي.

إن آثار الحرب النفسية لا تقتصر على الضرر المادي الذي يحدث، فالهدف من هذه الهجمات هو غرس شعور بالخوف أكبر بكثير من التهديد الفعلي نفسه. لذلك، فإن تأثير الحرب النفسية يعتمد إلى حد كبير على كيفية الإعلان عن الأعمال وتفسيرها، ولكن هذا يعني أيضاً أن هناك طرقاً للدفاع عن نفسك وأحبائك من خلال وضع هذه المخاوف في منظورها الصحيح، وإلا فإنه عندما يتعرض الأفراد للتوتر، يكون هناك إغراء لفقد الاتصال بالواقع وطمس الحدود بين الواقع والخيال.

ويؤكد الخبراء على أن مفتاح التعامل مع الدعاية للحرب النفسية هو إيجاد توازن صحي، وإذا قمت بطمس هذا الخط وبدأت في اتخاذ قرارات بشأن بيانات خاطئة، فسيؤدي ذلك إلى اتخاذ قرار سيء. وعليك أولاً البقاء على أرض الواقع، والبحث عن مصادر موثوقة للأخبار والمعلومات، وعدم التسرع في إصدار أحكام سريعة بناءً على معلومات غير كاملة أو غير دقيقة، وإذا بالغنا في رد فعلنا بطريقة عاطفية، فإننا لا نفكر بشكل منطقي وواضح للغاية، ودائماً يمكننا الاستفادة من التفكير في الأمر بطريقة عقلانية.