الشائعات والحروب.. الجيل الرابع.. (المفهوم – التأثير- المواجهة)

بقلم : لواء طيار دكتور/ **هشام الحلبى**
مستشار بأكاديمية ناصر العسكرية العليا

تغير شكل الحرب فى هذا العصر ليأخذ نمطا جديدا يعتمد على إستراتيجية هدم الدولة من الداخل مستهدفا كل مكونات القطاعات المدنية كهدف رئيس بدلا من القوات المسلحة، وعرف هذا الشكل بحروب الجيل الرابع، والتى تستخدم العمليات النفسية بشكل كبير، وتنفذها من خلال أفراد وجماعات مدربة لإحداث قلاقل واضطرابات، ومحاولات الغزو الثقافى وغير ذلك من أنشطة تؤدى إلى التأثير السلبى على مواطنى الدولة المستهدفة لتدمير الروح المعنوية.

الفرق بين العمليات النفسية والحرب النفسية:

يختلط على البعض الفرق بين مصطلحى الحرب النفسية والعمليات النفسية، العمليات النفسية هى «التخطيط لعمليات نشر المعلومات بالأساليب المختارة للمجتمعات المستهدفة للتأثير على عواطفهم ودوافعهم ومنطقهم الموضوعى، بهدف تغيير سلوك هذه المجتمعات، وأيضًا المنظمات والحكومات المستهدفة»، وهى استخدام مخطط مُمنهج للدعاية ومختلف الأساليب النفسية للتأثير على آراء ومشاعر وسلوكيات الهدف المخاطب، وتُشن فى وقت السلم والحرب على السواء، بينما الحرب النفسية توجه إلى القوات المسلحة للدول المعادية وقت الحرب فقط فى ميدان القتال، وتهتم الحرب النفسية بالتركيز على مهاجمة عقل وقلب مقاتلى الخصم بشكل مباشر ليصلوا إلى حالة من اليأس والاستسلام والاقتناع بعدم جدوى القتال نتيجة عدم إدراكهم أو فهمهم لما يدور من أحداث متلاحقة وضغوط نفسية تسبق مستوى التفكير مما يفقدهم إرادة القتال.

ومن حيث الهدف، فالعمليات النفسية تهدف إلى التأثير على آراء وانفعالات وسلوك الأفراد والجماعات (سياسيا – اقتصاديا – اجتماعيا – عسكريا)، بينما هدف الحرب النفسية الرئيس هو تحطيم القوة المعنوية للقوات المسلحة المعادية لخفض قدرتها على القتال، ومن حيث الاستمرار، فالعمليات النفسية مستمرة فى جميع الأوقات فى السلم والتوتر والحرب، بينما تقتصر الحرب النفسية على أوقات التوتر والصراع المسلح فقط، وبالتالى فإن العمليات النفسية لم تعد مجرد وسيلة تستخدم أثناء الحرب فقط، بل أصبحت العمليات النفسية مستقلة عن الصراع العسكرى حتى أصبح هذا الأخير عنصرًا من عناصرها.

وفر التقدم التكنولوجى للعمليات النفسية إمكانيات لم تكن موجودة من قبل، وذلك من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية،

أولها القدرة على إنشاء علاقات شبكية تسمح بسرعة التواصل مع المجتمعات والأفراد.

وثانيها تعدد وسائل النفاذ والتأثير على المجتمعات والإفراد.

وثالثها تطور العلوم الاجتماعية التى تركز على معرفة المؤثرات على السلوك الإنسانى.

وأصبح الإعلام أحد الأدوات الرئيسية فى توصيل رسائل العمليات النفسية إلى المتلقى فى أى مكان وعلى أى مستوى، وتلعب وسائل الإعلام التقليدى وغير التقليدى المتعددة بكافة أشكالها وأنواعها دورًا مؤثرًا فى ظل التطور العلمى والتكنولوجى لتوفرها وإمكانية استقبالها فوريًا وقت وقوع الحدث، حيث تغطى شريحة ضخمة من الأهداف المخاطبة، كما أن العمليات النفسية هى الوسيلة التى تتحدد من خلالها أهداف الرسائل الإعلامية وتوجيه الجماهير إلى تحقيق هدف محدد فى توقيت محدد يخدم مصالح الدولة المعتدية.

العمليات النفسية لم تعد مجرد وسيلة تستخدم أثناء الحرب فقط، بل أصبحت العمليات النفسية مستقلة عن الصراع العسكرى حتى أصبح هذا الأخير عنصرًا من عناصرها

أصبح الإعلام أحد الأدوات الرئيسية فى توصيل رسائل العمليات النفسية إلى المتلقى فى أى مكان وعلى أى مستوى، وتلعب وسائل الإعلام التقليدى وغير التقليدى المتعددة بكافة أشكالها وأنواعها دورًا مؤثرًا فى ظل التطور العلمى والتكنولوجى لتوفرها وإمكانية استقبالها فوريًا وقت وقوع الحدث

الشائعات أهم أساليب العمليات النفسية:

الشائعة هى مصطلح يطلق على رأى معين أو عبارة قابلة للتصديق، وهى تنقل عادة من شخص إلى آخر شفهيا أو من خلال أى وسيلة من وسائل الاتصال الالكترونية وغير الالكترونية، وعادة تتناقلها الناس دون الرجوع إلى مصدر موثوق يؤكد صحتها، وتوجه الشائعات طاقتها نحو التأثير على تفكير الإنسان وخياله بالشكل الذى قد يصل به إلى الدرجة التى يصدق ما ليس موجودًا، وأيضا قد يضيف إليها، مما يجعلها سريعة السريان والذيوع والانتشار.

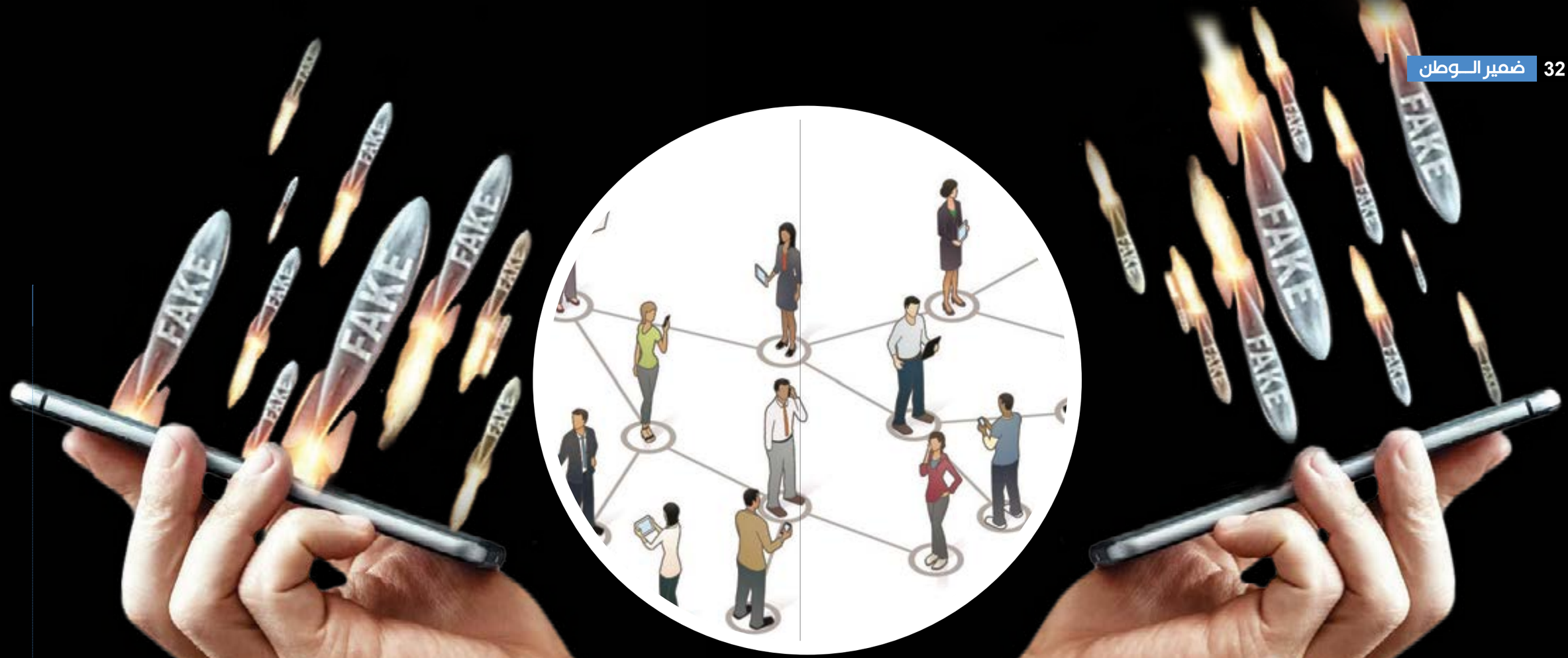
تعد الشائعات من أخطر أساليب العمليات النفسية تأثيرا، لأنها قد ترتكز على مصدر يؤكد صدقها، وبالتالى تنتشر بمعدلات سريعة، لذلك تعتبر من أبرز وأكثر أساليب العمليات النفسية استخداما وتأثيرًا، لما لها من خصائص وقدرات تعمل على إفقاد الأهداف المخاطبة ثقتها فى قيادتها وقوتها، وكذلك ثقتها فى النصر، والقدرة على تخطى المحن والمصاعب، ويتم تخطيط وصياغة الشائعات واختيار وسائل النشر بواسطة أجهزة العمليات النفسية، ويتم نشرها من خلال حملات نفسية للتأثير السلبى العالى على الدولة المستهدفة.

تحتاج الشائعات إلى تربة خصبة تجد فيها مجالا للنمو والاتساع، ولهذا يحرص مخططو الشائعات أن يتحسسوا مراكز الضعف لدى المواطنين لتحديد موضوعات الشائعات، وكلما كان مضمون الشائعات بعيدا عن النقد أو التجريح المباشر حققت الشائعات هدفها بسهولة إذ تلقى رواجا وذيوعا فى المجتمع، وتتضمن المكونات الأساسية للشائعة على الآتى:

- مضمون أو محتوى الشائعة.
- الاتجاهات النفسية للأفراد نحو هذه الشائعة.
- الدوافع المحركة للأفراد لاختلاق وترديد الشائعة.

أهم أهداف الشائعات:

- بث اليأس فى نفوس المواطنين، والتهوين من إمكاناتهم وقدراتهم.
- تضخيم وتهويل أخطاء القيادات على اختلاف مستوياتهم، وذلك بقصد إحداث حالة من فقدان الثقة بين مواطنى الدولة وقياداتهم.
- إضعاف الجبهة الداخلية وإحداث الثغرات بها، وذلك بتشجيع الجماعات والطوائف المناوئة والمعارضة لنظام الحكم على الانشقاق نتيجة تشكيك المواطنين فى نظام الحكم فى الدولة المستهدفة، مما يؤدى إلى تحطيم الروح المعنوية لمواطنى الدولة.
- من أهم أهداف الشائعات التشكيك فى نزاهة مؤسسات الدولة، ومحاولة إظهار ضعف الأجهزة الرقابية والسلطات الإدارية، وأنها غير قادرة على تنفيذ الضوابط القانونية والسلوكية للحد من التجاوزات والممارسات المخالفة للقانون واستغلال النفوذ، الأمر الذى يؤثر سلبا على المناخ العام للاستثمار، والذى بدوره يفرز ضغوطا اجتماعية على المواطنين.



❖ التشكيك المستمر فى البيانات التى تصدر عن مؤسسات الدولة (سياسية – اقتصادية – عسكرية – اجتماعية ...الخ) مما يعمل على فقد ثقة المواطنين فى شفافية هذه المؤسسات ومصداقيتها، مما يخلق بيئة يسودها القلق والريبة داخل الدولة المستهدفة تؤثر سلبا على السلوك الايجابى للمواطنين.

أمثلة لأنواع الشائعات:

❖ الشائعة البطيئة: تروج ببطء وهمسا وبطريقة سرية، وهذا التكتم يجعل المتلقى يعتقد بصدقها، ويتسع انتشارها فى جو من السرية، ومنها على سبيل المثال الشائعات العدائية، أو التى تتناول سمعة الشخصيات الهامة.

❖ الشائعة السريعة: وهى سريعة الانتشار وسريعة الاختفاء أيضا، وغالبا يتم إطلاقها مع الأحداث المفاجئة.

❖ الشائعة المتكررة: هى شائعة تروج ثم تختفى، ثم تظهر من جديد إذا تهيأت لها الظروف، أو فى الأوقات التى يحددها مطلق الشائعة.

❖ الشائعة الهجومية: هى شائعة يتم إطلاقها لاستهداف شخص أو فئة بهدف الحط من مكانتهم.

❖ شائعة الخوف: تستهدف إثارة القلق والخوف والرعب فى المجتمع، وتعتمد فى نشرها على خوف الناس من المستقبل خاصة أثناء الحروب والأزمات الاقتصادية والسياسية.

❖ شائعات الحقد والكراهية: يصدر هذا النوع من الشائعات للتعبير عن مشاعر الكراهية والبغضاء ودوافع الهدم التى تجيش بها نفوس بعض الناس، وليس من الضرورى أن يفطن الشخص الذى يختلق هذا النوع من الشائعات إلى حقيقة ما يقوم به، بل قد تصدر منه بطريقة لا شعورية للتنفيس عن مشاعر سلبية تجاه موقف معين، وهى أخطر أنواع الشائعات لأنها قد تؤدى إلى غرس الفتن بين الناس.

❖ الشائعة الاستطلاعية: يمكن أن تطلق الشائعات بقصد التعرف على درجة تعبئة الرأى العام أو اتجاهاته (بالون اختبار لجس الرأى العام) إزاء موضوع معين، أو محاولة لاستطلاع رد فعل الشارع تجاه حدث معين.

قد تأخذ الشائعات صورا أخرى غير صورة النص المكتوب، أو الأسلوب القصصى المألوف، فتلجأ إلى طرق غير مباشرة كالدعابة والنكتة، وهذا يعد من أخطر أساليب نشر الشائعات، لما له من تأثير كبير على الرأى العام وخاصة فى الأوساط ذات المستوى الثقافى والاجتماعى المنخفض الذى يسهل التأثير عليه عن طريق الدعابة والنكات

❖ تقسم الشائعات من حيث مصادرها إلى أربع:

– الشائعات الشخصية: حيث يهدف مروجها إلى تحقيق مكاسب شخصيه.

– الشائعات المحلية: وهى التى تدور حول قضية خاصة ببلد أو مجتمع معين.

– الشائعات القومية: وهى التى تدور حول القضايا القومية العامة والأزمات التى تواجهها الدولة، وعناصر الضعف أو القوة لمواجهتها.

– الشائعات الدولية: وهى التى تنتشر فى حالة الأزمات الدولية، وأثناء انتشار الأوبئة أو الكوارث.

الأسلوب العلمى لمواجهة الشائعات

تنتشر الشائعات فى موضوع معين طبقا لأهميته، وكذا درجة غموضه، فعندما تكون درجة الغموض لموضوع ما كبيرة ودرجة أهمية عالية فالشائعات فى هذا الموضوع تكون مؤثرة إلى حد كبير، ويلاحظ أن الغموض قد ينتج عن ضعف وسائل الاتصال والإعلام أو فقدان الأخبار الموثوق بها، ولذلك فإن درجة شدة الشائعة تعتمد على أهمية الموضوع ودرجة غموضه.

أثناء الحرب العالمية الثانية لاحظ عالما النفس (GORDON W. ALLPORT) و(LEO POSTMAN) تأثير الشائعات على معنويات الناس وأفكارهم واتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكهم، فلاحظا أن الشائعات تنتشر أكثر فى وقت الظروف الضاغطة، أو المثيرة للقلق كالحوادث والحروب والمصائب والأزمات على اختلاف أنواعها، ولاحظا أنها تنتشر أكثر حين يكون هناك تعتيمًا إعلاميًا أو غموضًا، وقاما بعمل الكثير من التجارب عام ١٩٤٥، ثم كللا جهودهما العلمية بإصدار كتاب (علم نفس الشائعة- Psychology of Rumor)، ووضعا فى هذا الكتاب المعادلة التالية:

شدة الشائعة = أهمية الموضوع × درجة غموضه

فى ضوء هذه المعادلة فإن وصول الغموض أو الأهمية إلى الصفر يؤدى إلى أن تكون حصيلة الشدة صفر، لذلك فإن أفضل أسلوب لمحاربة الشائعات هو الإسراع بنشر المعلومات الصحيحة تجاه الموضوع الذى تدور حوله الشائعات، ويمكن أيضا توقع موضوعات الشائعات بمعرفة اهتمامات الناس المستقبلية.

قد تأخذ الشائعات صورًا أخرى غير صورة النص المكتوب، أو الأسلوب القصصى المألوف، فتلجأ إلى طرق غير مباشرة كالدعابة والنكتة، وهذا النوع الأخير يعد من أخطر أساليب نشر الشائعات، لما له من تأثير كبير على الرأى العام وخاصة فى الأوساط ذات المستوى الثقافى والاجتماعى المنخفض الذى يسهل التأثير عليه عن طريق الدعابة والنكات، وقد يستخدم الرسم الكاريكاتيرى كأسلوب لنشر الشائعات لان له قوة جاذبة بعيدة الأثر، ويمكن انتشاره بين المستويات الثقافية المختلفة، وقد يتعدى أثره الإطار المحلى أو القومى إلى إطار أكثر اتساعًا يتعامل أفراده بلغات متعددة لا يصلح معها انتشار الشائعات المكتوبة أو الكلامية، لذلك يجب الوضع فى الاعتبار الأشكال المتعددة للشائعات لكى تكون المواجهة فعالة ومؤثرة.

أهم أهداف الشائعات بث اليأس فى نفوس المواطنين، والتهوين من إمكاناتهم وقدراتهم، وتضخيم وتهويل أخطاء القيادات على اختلاف مستوياتهم بقصد إحداث حالة من فقدان الثقة بين مواطنى الدولة وقياداتهم. وإضعاف الجبهة الداخلية وإحداث الثغرات بها

الخلاصة:

تعتبر العمليات النفسية قتال معنوى وصراع فكرى يدور حول المفاهيم والأفكار يؤدى إلى تحطيم الخصم عن طريق القضاء على التماسك الفكرى، وهى عمليات مرنة ومتطورة تستعمل فيها جميع الوسائل المشروعة وغير المشروعة، وتعتبر الشائعات من أهم أساليب العمليات النفسية لأنها تؤثر بشكل كبير على تواصل الحكومة مع مواطنيها والعلاقة المعنوية والفكرية بينهما، وتؤثر أيضا على القيم المجتمعية والرضا القومى، وتساعد على انتشار الفساد وصعوبة مواجهته، وتنقل المجتمع من حالة التماسك القوى إلى حالة مهلهلة رخوة تفقده القدرة على المقاومة والصمود، ومن ثم يسهل فرض التبعية عليه.

من الأهمية فهم الشائعات فى إطارها الأوسع والأشمل أنها أحد الأساليب المؤثرة للعمليات النفسية، ويجب اتباع الطرق العلمية لمواجهتها ومتابعتها بواسطة متخصصين، وأنسب أسلوب للمواجهة هو إنشاء آليات للرصد وللتوعية ثم إجراء قياسات دورية لمعرفة مدى التأثير النفسى، والوقوف على ما رسخ فى وجدان المتلقين، على أن تكون هذه الآليات فى كل القطاعات المدنية ويشترك فيها الإعلام بكل أنواعه.