

قلق البنتاغون بشأن 'حرب المعلومات'!

17-12-2004

في معركة الدعاية المستمرة، فإن الضرر الأعظم، الذي أصاب الولايات المتحدة، أن الأهداف المقصودة - الجماهير في العالم الإسلامي - أصبحت أكثر وعياً وإدراكاً، بالإضافة إلى أن الشعوب تتأثر بالصناعة الإعلامية من الجانب الإسلامي أكثر من الدعاية الأمريكية. ومع كل هذه المتغيرات، فإن الولايات المتحدة تواصل مواجهة معركة صعبة في العالم الإسلامي، بالرغم من تطورها التقني وإستراتيجياتها المتجددة وتقنيات الحرب النفسية الجديدة.

في ظل عصر ثورة المعلومات، فإن الاحتلال الأمريكي للعراق يقف وجهاً لوجه أمام حقيقة فظيعة: قدرة المقاومة في إدارة حرب المعلومات المضادة، والتي تتضمن "إدارة الوعي" من خلال التشويش، الدعاية، كما عليه حال الجيش الأمريكي في المعركة المستمرة لكسب قلوب وعقول العراقيين والعرب والمسلمين.

ويفتخر الجيش الأمريكي بأنه متطور جداً، من ناحية التقنيات والوسائل الجديدة، في حرب المعلومات، لكن سرعان ما تختفي مثل هذه الامتيازات ويتراجع تأثيرها أمام قدرة المقاومة العراقية على إدارة حرب المعلومات بما يشكل تهديداً لفعالية الإستراتيجية الدعائية الأمريكية. وتعكف وزارة الدفاع الأمريكية حالياً على تصميم إستراتيجية جديدة لتحسين أدائها وتأثيرها الدعائي، تعتمد أساساً في جوهرها على دمج نشاطات الشؤون العسكرية العامة بتلك المرتبطة بحرب المعلومات.

في حين أن أحد جوانب الإشكال في حرب المعلومات بالنسبة للجيش الأمريكي، هو كيف يستمر في فصل معلومات الشؤون العسكرية العامة، الذي من المفترض أن تستند على الحقائق ولغة الأرقام، وبين الحرب النفسية، التي تركز أساساً على الحملات الدعائية. وهنا يبرز أحد جوانب التخطيط والتناقض الذي يحيط بإدارة البنتاغون للحرب على العراق. ولعله يمكننا في هذا الصدد أن نستشهد بالتضارب بين ما أكده الجنرال جورج كيسبي، قائد العمليات في العراق، من دمج الشؤون العسكرية العامة اليومية مع حرب الدعاية النفسية والمعلومات الحربية في "مكتب اتصال واحد"، وبين القلق الذي أبداه الجنرال ريتشارد مايرز، رئيس هيئة الأركان المشتركة، بشأن "أخطار خلط الشؤون العامة العسكرية بحرب المعلومات".

وتسبب حالة "الخلط" هذه، قلقاً مشوباً بإحساس بالتقصير في واشنطن، ذلك أنه بالنسبة للجيش الأمريكي، فإنه لم يكن مفترضاً أن تُجرى عمليات معالجة المعلومات، إذا كانت (أي المعلومات) متاحة للشعب الأمريكي، حيث إن القاعدة الأساسية في لعبة حرب المعلومات أنها تستهدف فقط المتابعين الأجانب في سياق "صراع الأفكار" و"إدارة الوعي". ولا يخفي السياسيون الأمريكيون انزعاجهم من طريقة إدارة الجيش الأمريكي للحملات الدعائية، خاصة وأنها قد تؤثر حتى على تفكير الشعب الأمريكي بشكل خاطئ. ويتزايد القلق داخل واشنطن في كيفية تسويق حربها وبقاء صورتها مقبولة في الداخل والخارج في آن واحد، وهنا يبرز تناقض بين متطلبات القبول في أوساط المتابعين المحليين والأجانب، لوجود فوارق جوهرية.

وتُجري وزارة الدفاع الأمريكية حالياً نقاشاً عالي المستوى حول: إلى مدى يمكن أو يجب الاعتماد على "إدارة" أو "معالجة" المعلومات للتشويش على الرأي العام في الخارج وتضليله.

وأيا كان القرار والرأي الذي سينبثق عن هذه النقاشات، فإن الحقيقة، هي أن هذا التطوير يعكس بشكل واضح اهتزاز مصداقية الحكومة الأمريكية. في معركة الدعاية المستمرة، فإن الضرر الأعظم، الذي أصاب الولايات المتحدة، أن الأهداف المقصودة - الجماهير في العالم الإسلامي- أصبحت أكثر وعيا وإدراكا، بالإضافة إلى أن الشعوب تتأثر بالصناعة الإعلامية من الجانب الإسلامي أكثر من الدعاية الأمريكية. ومع كل هذه المتغيرات، فإن الولايات المتحدة تواصل مواجهة معركة صعبة في العالم الإسلامي، بالرغم من تطورها التقني وإستراتيجياتها المتجددة وتقنيات الحرب النفسية الجديدة.

[↑ للعودة لأعلى](#)

