

في عالم سريع التغير

خطر "الحرب الناعمة" صار يُداهم حكومات الأرض كافة

أ.د. كاظم جواد شبر *

أصبح لزاماً علينا أن نفهم ما يكمن وراء التطورات الجيوسياسية و النفسية و التقنية، التي باتت تتحكم في مجريات الأمور العامة على وجه هذا الكوكب. فهذه التطورات صارت تفعل فعلها و تفرض وقعها في بلورة تغييرات تُريدها جهات ذات مصالح سياسية أو إقتصادية أو مالية، إذ قد تكون هذه الجهات حكومات أو منظمات أو مؤسسات أعمال، أو حتى أشخاص ممن يُقال بأن لديهم "دفتر شيكات سمين"!!.

فما أصبح يُدعى بـ "الحرب الناعمة" هو حقيقة واقعة يجب على الفئات الحاكمة (و غير الحاكمة كذلك) في كل بلد أن تفهمه جيداً و على نحو عميق، لاسيما وأن الأمر بات يتشابه على نحو مُعقد مع التغييرات التقنية و النفسية و الإقتصادية، التي لم يعد بالإمكان تحاشيها أو تحييدها أو تجاهلها.

ماهي "الحرب الناعمة"

و لكن لا بد أن نسأل أولاً ماذا نقصد بـ "الحرب الناعمة"؟ ربما يُمكن القول أن هذه الحرب تتحاشى أولاً وقبل كل شيء إستخدام الجيوش النظامية أو الطائرات المُقاتلة أو حتى الدبابات أو المدافع و غيرها من معدات القتال التقليدية. كما إنها تهدف لأن تُوهم الناس بأنها مُعادية للعنف، و أنها تبتعد عن ممارسة العنف بجميع أشكاله و ألوانه، سواءً كانت أدوات العنف عبارة عن سكاكين أو عصي أو بنادق أو مُسدسات كاتمة للصوت أو تلاكم بالأيدي! كما يحرص قادة الحرب الناعمة على التأكيد بأنهم يَحترمون (و يدافعون عن) حقوق الإنسان و القوانين الوضعية.

غير أن الحقيقة الدامغة هي أن ما يُدعى بـ "الحرب الناعمة" غالباً ما تؤدي إلى وقوع ضحايا في الأرواح وسقوط جرحى، إلا أن قادة هذه الحروب لا يكتفون إزاء ذلك طالما أن الأمور تسير نحو بلوغ أهدافهم العليا في إسقاط أنظمة سياسية (أو فئات أو أشخاص) هي في قاموسهم أنظمة سيئة أو يعتبرونها مُعادية لمصالحهم، مع الإدعاء بأنها أنظمة ظالمة أو فاسدة ولا تراعي حقوق الإنسان الأساسية، مع إنطباق الكلام ذاته على الفئات أو الأشخاص المُراد تحييتهم عن كراسيهم.

من هنا، فإن تسمية هذه الحروب بـ "الناعمة" هو ذرّ الرماد في العيون ليس إلا، لأنها تؤدي حتماً ودون شك إلى إصابات ومآسي وأضرار، وقد يكون الأفضل نعتها بـ "الحروب الخفية" أو "الحروب المُقنعة". فهي حروب دون أدنى شك، لكنها من نمط جديد وتعتمد طرقاً عصرية تنطوي على عناصر مُستحدثة، منها التخطيط الدقيق والتقنيات الحديثة والإعلام الهادف وأسلحة التواصل الإجتماعي، إضافة إلى الإحصاءات السكانية بمختلف أنواعها وأشكالها.

فالحرب الناعمة بثوبها الجديد هي علمٌ وفن يتخطى الحدود الفاصلة بين جملة علوم وحقول، منها العلوم الإدارية والإقتصادية والإحصاء وعلم الاجتماع وعلم النفس وتقنية المعلومات. فهذا العلم – الفن مالم يَتطور و يَنصقل على الصعيدين النظري والعملية، وقد برز فيه خبراء وأنشأت لتدريسه كورسات ومعاهد مُتخصصة.

ولابد من القول أن المساعي لإسقاط أنظمة معينة قد لا تنجح دائماً حتى إن كان هناك تخطيط جيد، و حتى لو توفرت الموارد اللازمة من مال وأشخاص وتقنيات. فقد تُقابل أية "خطة جهنمية" بما يُوازيها من المخططات التي قد تكون أكثر حذاقة وبراعة، ويبقى القانون الأزلي هو أن الغلبة للأقوى، إذ ليس المقصود بـ "القوة" هنا هو القوة العسكرية لوحدها، بل يشمل ذلك القوة في المجالات العلمية والنفسية واللياقة الشخصية (كاريزما) والقدرة على توقع المستقبل وإمكان التنبؤ بردود الأفعال.

فكرة قديمة – جديدة

والحقيقة هي أن الحرب الناعمة كما جرى تعريفها آنفاً تُعد فكرة قديمة، مُورست على مرّ العصور، تارة بنجاح وأخرى بفشل. فهناك أمثلة عديدة للثورة الناعمة من تأريخنا الحديث – والقديم أيضاً.

فالحركة الهادفة لتحقيق إستقلال الهند أواسط القرن العشرين بزعامة مهاتما غاندي يُمكن وصفها بأنها ثورة ناعمة، مثلما يُمكن إعتبار حيثيات الثورة الإسلامية في إيران في عقد السبعينات من القرن الفائت. وهكذا قد يُمكن النظر الى الخطة الفائقة الأهمية التي طبقها الغرب – خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي - إزاء الإتحاد السوفياتي المنحلّ وكتلة أوروبا الشرقية الدائرة في فلكه، بل حتى الثورة الفرنسية ذاتها أواخر القرن الثامن عشر، والقائمة ربما تطول.

غير أن الحرب الناعمة كما نراها اليوم أخذت أبعاداً جديدة، وصارت مُتطورة ومُعقدة على نحو غريب. فليس من السهل للشخص العادي أن يفهم خيوطها ومداخلها وتشابكاتها، كونها تستخدم العلوم الحديثة، ويُمكن أن توغل في فنون الخديعة والتزييف. ولم يعد الآن دور يُذكر للأخلاق والعواطف في خضم عالم مُتلاطم يُركز أساساً على المادة ويحتقر الضعيف والفقير، الى حد أن "الغاية صارت تُبرر الوسيلة" حتى إن كانت هذه الوسيلة غير أخلاقية على نحو مُقرف.

ولابد من الإشارة أيضاً الى أن الأعيب ومراوغات الحرب الناعمة يُمكن إستخدامها أيضاً على صعيد الأعمال والشركات. فمن المُمكن جداً إعتقاد سُبُل مؤثرة لتسقيط الإدارة العليا لأية مؤسسة أعمال، من خلال الإزدراء والعبث بمنتجات المؤسسة أو خدماتها، و الإستخفاف إزاء مُدراءها و جعلهم مادة للتندر. كل هذا لغرض التأثير سلباً على إيرادات المؤسسة المالية وأرباحها النهائية، مع تشويه سمعة أشخاص مُحددin . ويدخل في هذا الإطار أيضاً موضوع التجسس الصناعي/التجاري، وهو موضوع كبير بحد ذاته.

ولاشك أن سؤالاً مُهماً لابد أن يُطرح حول كيفية مقارعة خطر الحرب الناعمة وطرق التصدي لها حينما تقع فعلاً. فهذه الورقة تهدف لتناول هذا الأمر في جزئها الأخير، ولكن صمام الأمان يكمن في أمرين متلازمين. الأول هو بناء أنظمة

عصرية ومُنصفة وفاعلة، بينما يتمثل الثاني في الترقب إزاء مؤشرات الخطر والتعامل معها بحكمة وصرامة وعلى نحو عاجل دون تلكوء. وينسحب هذا الكلام على الحكومات والشركات على حد سواء.

المراحل الرئيسية

ولابد الآن من إيضاح المراحل الرئيسية التي تُعتمد في التخطيط لهذه الحروب و في تنفيذها، و هي سبعة مراحل. فتشخيص الجهة أو الحكومة المُراد التخلص منها هي المرحلة الأولى. وليس ضرورياً أن تكون هذه حكومة بلد فيما يسمى ب "العالم الثالث" ، منها شعوبنا العربية والمُسلمة. المهم في الأمر أن النظام المُستهدف يُنظر اليه بأنه معادي لمصالح الكبار وأن هناك بديل يُمكن وضعه محله، وأن النظام الجديد سيُكون نافعاً وخادماً للمصالح ذات العلاقة.

فقد يُراد تنفيذ مشروع كبير أو إبرام صفقة رئيسية يقف أمامها النظام الحالي كحجر عثرة. أو ربما يُراد القيام بتغييرات عسكرية أو إقتصادية أو أمينة أو إجتماعية لايسمح بها النظام القائم في البلد المستهدف.

أما المرحلة الثانية فهي تحديد نقاط الضعف التي يُعاني منها النظام المراد الإنقضاض عليه. فهنا مَطلوب عناية فائقة حتى يكون الضرب على أوتار حساسة تسترعي عناية وأنظار شرائح إجتماعية مؤثرة، منها مثلاً إنقطاع الكهرباء أو غياب الماء النقي أو الإفتقار للوحدات السكنية أو إستشراء الفساد الإداري والمالي أو إنتشار البطالة وقلة توفر الوظائف أو سوء الأوضاع الأمنية. المُهم أن تكون هناك شكوى (أو شكاوي) واضحة ساطعة ربما يعتبرها البعض ك "قميص عثمان" أو "القش الذي يقصمُ ظهر البعير" ، والتي يلتف حولها أعدادٌ غفيرة من الناس اللذين يعتبرون أنفسهم مُتضررين أو مظلومين، أو ممن يرون في هذه المظاهر ظلماً أو تجاوزاً أو إنحرافاً عن المسار السليم أو عن الحقوق الأساسية أو القوانين السائدة.

وتتمثل المرحلة الثالثة – وهي مُرتبطة بالمرحلة الثانية على نحو متشابك – في تشخيص ثغرات صميمية يُعاني منها الناس، أو على الأقل شرائح واسعة من الشعب. فمن الأمثلة على هذا وجود الفقر الواسع أو رداءة السكن أو سوء التغذية أو

إستشرء الأمراض أو الأوبئة أو الأغذية الضارة بالصحة أو كثرة السرقات أو قذارة المُستشفيات أو إنتشار الجريمة بمختلف أشكالها.

وهنا تبذل "الإدارة المُحنكة" للحرب على الربط بين الأمرين الثاني والثالث. فمن المسؤول عن ضعف خدمة الكهرباء غير الحكومة وأجهزتها أو رئيسها؟ ومن يجب ان يُوجه اليه اللوم عن ضعف الرعاية الصحية أو كثرة النفايات في الشوارع أو أزمة السكن (أو غيرها من الظواهر السلبية) غير الحكومة ووزاراتها والمؤسسات الرسمية؟

و هنا تجدر الإشارة الى تطور أساليب علم الإحصاء الحديث، مع البراعة المشهودة لمؤسسات التواصل العصرية ذات التقنيات العالية، من أبرزها "فيس بوك" و "غوغل"، حيث يبلغ الآن أعداد المشتركين لدى الأول نحو مليارين و نصف المليار شخص، يشكلون قرابة ثلث العدد الكلي لسكان العالم! فقد صار بإمكان هذه المؤسسات العملاقة أن توفر إحصاءات عجيبة غريبة حول أعاد السكان في الأقطار و المدن و المناطق المختلفة، مع بيان ميولهم الفكرية و عاداتهم و تقاليدهم، منها مثلاً أنماط النوم و تناول الأشكال المختلفة من الأطعمة، بل و حتى ميولهم الجنسية و آرائهم السياسية و عاداتهم الإجتماعية.

فمثل هذه المعلومات صارت تُباع الى الشركات الإستشارية التي تتخصص في حقل العلاقات العامة، و هي جهات تعمل في مجال التأثير على آراء الناس، أو دفعهم للتصرف بأنماط معينة. و بات واضحاً أن مَعلومات كهذه أصبحت متوفرة على نحو تفصيلي و متنوع، كما أن الجهات المُتخصصة تعرف جيداً كيفية الإستفادة من هذه الإحصاءات الثمينة لغرض التأثير على آراء الناس و سلوكياتهم، بل و حتى التأثير في مجال الإدلاء بأصوات الناخبين في الإنتخابات العامة.

الإعلام والتواصل الإجتماعي

ثم يأتي دور الإعلام والتواصل الإجتماعي لغرض تثوير الجماهير، و حتى يُمكن تسقيط الفئة الحاكمة و رموزها في عيون الجماهير. فهذه هي المرحلة الرابعة

والمهمة جداً، وهي تتطلب تخطيطاً دقيقاً وقادة أصحاب دراية وخبرة، مع رصد ميزانية خاصة لهذه المساعي المفصلية.

فوسائل الإعلام يجب أن تصب إهتمامها هنا على المظاهر السلبية، مع إبراز صوت المُحتجين اللذين يظهرون كأصحاب حق مغلوب على أمرهم، مع وضوح قضيتهم، في حين يتجاهل المسؤولون - هكذا يبدو - هذه المظلوميات والحقوق. وهنا تعتمد وسائل الإعلام لإستخدام أشد النعوت لتسقيط من تريد إسقاطهم، واصفة إياهم بعدم الكفاءة أو الإنتفاع الشخصي (أو الفئوي أو الحزبي أو المناطقي)، أو المحاباة أو تعيين الأقرباء والمقربين، وشتى ألوان الفساد، سواء كان ذلك صحيحاً أم غير صحيح!

فليس المطلوب هنا أن يكون الكلام سليماً أو منطقياً أو أخلاقياً. المهم أن يجري تشويه مكانة الجهة المُستهدفة وسحق سُمعتها نحو الحضيض، مع الضرورة لأن تكون الرسالة واضحة ومُعبرة ومثيرة، وأن يفهمها المُتلقي، ويفضل أن تقترن الرسالة ببعض الصور أو الأرقام أو الأفلام القصيرة التي تخدم الغرض.

أما قنوات التواصل الإجتماعي فقد تصاعد دورها وباتت تحتل مرتبة مُتقدمة ذات شأن خاص في خضم هذا العالم المُضطرب و العجيب. فهذا اللون من الحروب يستدعي تأسيس جيش من "الممارسين الإلكترونيين" اللذين يعملون دون هوادة تحت توجيه إدارة الحرب، التي تعتمد ال "مكيافيلية" كذهنية عملية في السلوك. فكل من هؤلاء الممارسين يتخصص ويُركز أنظاره على فئة مُحددة أو سكان منطقة مُعينة أو أصحاب حرفة معينة. أما الرسائل الإلكترونية فتجري صياغتها بعناية مع إنعام النظر في الثغرات (المرحلة الثانية) وتركيبية كل فئة مُستهدفة وطبيعة شكاويها (المرحلة الثالثة).

أما الأمثلة على مظاهر أو حوادث يُمكن إبرازها فهي عديدة و يصعب حصرها. فقد تغرق شوارع منطقة شعبية جراء هطول الأمطار، أو ربما يظهر أحد المسؤولين أو النواب ليعترف أنه تقاضى الرشوة، أو أن يُعين شخص كوزير أو سفير أو بدرجة خاصة جراء إنتمائه لأحد الأحزاب أو بسبب قرابته لأحد المسؤولين، أو حدوث

السطو المسلح على أحد الفروع المصرفية – المهم أن هناك "فضيحة" يُمكن تسليط الضوء عليها.

فهذه المقاطع الإخبارية أو أشرطة الأفلام لابد أن تكون واضحة و مُعبّرة وموجزة، مع التركيز على القضية أو الحادثة أو المظلومية أو الشكوى. فهي تُبين الحدث الذي يَخدم الهدف الأعلى، ألا وهو الإساءة الى سمعة الحكومة أو مسؤولين مُحددِين، والإيحاء الواضح الى الجميع بأن هناك قصور من قبل جهات رسمية، وأن الضحايا أو المُتضررين هم أبناء الشعب، أو على الأقل أبناء فئة مُحددة من الشعب، دون أن يَكثر أصحاب القرار أو أن ترمش لهم عين – هكذا تُعرض القصة!

التأجيج والتثوير

أما المرحلة الخامسة فهي تأجيج الجماهير وتثويرهم، وهذه مرحلة ذات أهمية قصوى ولا بد أن تُدار بعناية فائقة. فهنا يجب تحديد وقت وتاريخ النزول الى الشارع في كل مرة، مع إعلام كل "فئة مظلومة" بذلك وتعيين الشعارات التي يجب أن تُرفع لغرض تحفيز هذه الفئة للتظاهر.

فهذه أيضاً مرحلة حساسة يتولى إنجازها أشخاص مؤهلين، وهم ليسوا بالضرورة ذات "الممارسين الإلكترونيين" اللذين يتولون تمرير الرسائل الإلكترونية الداعية للثورة. فالأفضل أن يجري إنتقاء هؤلاء "القادة الميدانيين" من بين كل واحدة من الفئات المُستهدفة، كأن يكون أعضاء هذه الفئة المستهدفة هم سكان مدينة معينة أو حي سكني محدد، أو شريحة من الشباب العاطلين، أو مجموعة مُوظفين في دائرة أو وزارة معينة.

وغالباً مايتطلب الأمر تهيئة بعض الخدمات لمن يُراد تثويرهم، منها خدمات النقل أو الأطعمة أو المشروبات أو الهواتف النقالة. أيضاً قد تُعطى لهؤلاء "المنتفضين" مبالغ مالية (تعويضات أو رشاوي) لدفعهم نحو التظاهر بأعلى الأصوات!

والواضح أن إخراج الناس الى الشوارع يتطلب قيادة ومتابعة متواصلة، وهنا تأتي المرحلة السادسة. فلا بد من مواصلة الضغط على الحكومة ومتابعة المتظاهرين، مع

إستمرار الإرساليات الإخبارية عبر قنوات التواصل الإجتماعي وعن طريق وسائل الإعلام المسموعة و المقرؤة والمرئية. فهذا الضخ الإعلامي والإلكتروني والإجتماعي يجب أن يستمر دون توقف، حتى يواصل حماس "المُنتفضين".

أما المرحلة السابعة والأخيرة فهي تحقيق الهدف المطلوب، إذ لا بد من تكريس "الانتصار" عن طريق تبريره عبر وسائل الإعلام والتواصل الإجتماعي والخُطب ومكبرات الصوت وغيرها من الوسائل. فالغاية من هذا كله هو تبرير "الانقلاب" وإبعاد الخطر عن النظام الجديد أو الحاكم الجديد مهما كان نوعه، وحتى يُمكن تحقيق المنافع المُراد بلوغها، سواء كان ذلك عاجلاً أم آجلاً.

العمل المُضاد والتخطيط الإيجابي

ولا بد أن نعي بأن أية حرب ناعمة ليست مضمونة النجاح. فإدارتها قد تتلأأ أو تُخطيء في أحد الجوانب أو في عدة جوانب ذات الوقع المؤثر، منها إنتقاء الثغرات أو النواقص التي يتم إبرازها، أو إختيار قادة ميدانيين غير مؤهلين، أو ضعف التمويل.

أيضاً قد يكون هناك جُهد مُضاد من قبل المسؤولين أو الجهات المطلوب إطاحتها. فقد تُفلح هذه الجهات في إقناع المُحتجّين أن هناك أهداف شريرة من وراء الحملة بكاملها، أو ربما يُمكن تلبية بعض الأمور التي يُطالب بها المُحتجون، و بالتالي تتحقق التهدئة المرجوة. ومن المُمكن إعداد برنامج لتلبية مطالب المُحتجين على عدة مراحل ، بعضها قابل للتحقيق على المدى القريب منها – مثلاً – تخفيض بعض الأسعار أو التعريفات، أو إقامة مشاريع للعمل الجماعي لتشغيل العاطلين عن العمل. ويُمكن لمراحل أخرى من البرنامج أن تُوضع موضع التنفيذ على المديين المتوسط والبعيد.

وهنا يتطلب الأمر إقناع المُحتجين /المتظاهرين وكسبهم بواسطة حملات إعلامية حاذقة، إضافة الى أثر الإتصالات الشخصية المباشرة والعلاقات على مستوى الأحياء السكنية والمدن والكتل السياسية ومنظمات المجتمع المدني. ولاشك أن

الخصائص المؤثرة للقادة في هذا المجال ، ومستوى قدراتهم، ستلعب دورها على جميع المستويات للهَرَمين الرسمي والشعبي.

والآن نأتي الى العبرة الأساسية التي يجب أن تعيها شعوبنا العربية والمسلمة، وهي أن عليها بناء أنظمة عصرية ومُنصفة وفاعلة تخدم المواطنين وتصون كرامتهم وتساعد على تحقيق التنمية والتقدم في المجالات كافة. فهذا هو الضمان الحقيقي لدرء خطر ما يدعى ب "الحروب الناعمة". فما تطلبه الجماهير الواسعة في أي مُجتمع هو حسن الوضع الإقتصادي و توفر الأمن.

فحينما يعي المواطن أن حقه مضمون وأن كرامته مُصانة سيصعب على الغير إقناعه للإنتفاض. فالحقيقة التي باتت جلية وواضحة هي أن الأقطار على أختلاف أحجامها ومواقعها وأوضاعها تُجابه أعداءً لها. فليس هناك من بلد على وجه هذا الكوكب لا يُنصب له العدا من قبل البعض الآخر، الذي قد يرى أن هناك منافعاً جمّة جراء تغيير أوضاع ذلك البلد (المُستهدف) السياسية أو الإقتصادية أو الإجتماعية – أو تبديل الأشخاص اللذين يتولون قيادته.

وبالإضافة الى سلامة النُظم وقدرات القادة وصلاحيه القرارات، هناك مسألة أخرى ربما لاتقل أهمية، ألا وهي توفر قنوات صالحة وواقعية للتظلم والشكوى. ففي عالم اليوم، بات ضرورياً أن يشعر المواطن بأنه يستطيع أن يشتكي عبر قناة واضحة حينما يتعرض للتعسف أو الظلم أو التحقير. وهذه القنوات يجب أن تُمرّر الشكاوي الى الجهات ذات العلاقة، مع متابعة العمل الجاد لمعالجة المظالم وإرضاء الناس قدر الإمكان وضمن الأطر الوضعية السليمة.

ومن الضروري كذلك الإلتفات الى صيانة النظام القائم بجميع جوانبه ومرافقه السياسية والقانونية والإعلامية والإقتصادية والإجتماعية. فنحن نعيش في عالم ديناميكي مُتحرك، وقد يتطلب الأمر إنجاز تعديلات وإصلاحات في مختلف المرافق وعلى صُعد متعددة حينما تستلزم الظروف ذلك، ولكي يرى المواطن أن "العدالة تسود"، مع شهادة الجميع (أو الغالبية على الأقل) بأن العدالة يجري تحقيقها.

*أستاذ جامعي و مستشار في العلوم الإدارية و الإقتصادية