الهدف: شراكة أجهزة الإعلام العراقية

المقدّم فرانك بي . دي كارفالهو، الجيش الأمريكي؛

الرائد سبرينج كيفيت، الجيش الأمريكي؛ و

النقيب ماثيو ليندساي، الجيش الأمريك

صورة: الإعلام العراقي يستضيف أطباء محليين يعودون إلى العمل في عيادة طبية بسلمان باك، العراق، 23 أكتوبر 2007.
(الجيش الأمريكي، الرقيب إبراهيم مسعود)

منذ بداية العمليات القتالية في العراق في مارس 2003، نشرت أجهزة الإعلام الأخبار والمقالات التي لا تحصي المتعلقة بالحرب، وصولا ليس الي المواطنين الأمريكان والعائلات العسكرية فقط في الولايات المتحدة و لكن أيضا الي المجتمع الدولي المهتم بمتابعة تقدّم التحالف. تتذبذب رغبة الجمهور في المعلومات حول الحرب. لكن الأخبار السيئة تجذب الإنتباه دائما. أجهزة الإعلام الأمريكية ضمّنت بالوحدات العسكرية عناصر لالتقاط وتصوير الأحداث كما تقع. بالرغم من أن الأحداث الحساسة تثير الاهتمام العام، تلك الأقل اثارة، لكن أكثر أهميّة فعلا، تمر بدون ملاحظة في الغالب. مثل هذه القصص المهملة لا تتضمّن الهجمات المتمرّدة الفظيعة، المعاناة الإنسانية، أو تدمير البنية التحتية. طبقا لمراسل السي إن إن نيك روبرتسون، «هناك الكثير مما قد يفسّر علي انه أخبار سيئة هنا (في العراق(, لكنها المعلومات المهيمنة. هي المعلومات السائدة «على أية حال، في العديد من الحالات، «أقل من جدير بالإنتباه» أحداث لها تأثير عميق على التصوّرات، المواقف، السلوك، وولاءات الجمهور المشارك في عملية تحرير العراق (OIF) .الشعب العراقي. المواطنون العراقيون أقرب في الحقيقة الي «رأس الرمح» لكشف الأحداث. في عيونهم، حكومة العراق (GOI) والتحالف إمّا ينجزان التحسينات والتقدّم أو يحطمان القليل الذي يملكه العراقيين.

التأثير على العراقيين هي الركيزة للحصول علي النتيجة المناسبة في هذه الحرب. إن وضع وجه عراقي على الأخبار يساعد في الإحتجاج علي الدعاية المعادية لحكومة العراق أو معاداة التحالف في النهاية سيكون ضروري لإنجاز أفضل النتائج. الحصول علي عراقيين يحررون ويراسلون الأخبار أفضل حل لإزالة حواجز الثقافة واللغة في الإتصال. بذلك تكتسب الأخبار المهمة لتحسين المعنويات العامة مصداقية فورية تلك التي لا تستطيع منحها بيانات وتقارير الحلف. إستعمال مراسلي الأخبار المحليين سيزيد من فرص قبول المواطن العراقي للقصص الموثوقة عن احراز التقدّم والذي يمكن أن يعطي صدي إيجابي خلال المجتمعات. التواصل الإعلامي مع العراقيين بواسطة عراقيين له الإمكانية لذبذبة النقد الأكثر عنادا والمعادي لحكومة العراق أو الحلف.ف يقوي العزيمة والإلتزام بمقاومة الإرهاب.

Reaching Out: Partnering with Iraqi Media

Lieutenant Colonel Frank B. DeCarvalho, U.S. Army; Major Spring Kivett, U.S. Army; and Captain Matthew Lindsey, U.S. Army

Published originally in the July-August 2008 English Edition.

لسوء الحظ، عدا عن إستعمال عمليات التوجيه المعنوي والنفسية المحدودة (PSYOP) و المصادر والامكانيات، الممنوحة من حكومة العراق والتحالف ضئيلة من اهتمام، جهد، ورأسمال للتواصل مع العراقيين. لإحراز التقدّم في حرب المعلومات، يحتاج التحالف الي مشاركة أجهزة الإعلام العراقية. و بهذا الخصوص، هناك قضيتان مركزيتان يجب تبنيهما: توفير رقابة أمنية الى أجهزة الإعلام العراقية، والأكثر أهمية، تسهيل وصولهم إلى التقارير المهمة. إذا واصل التحالف اهمال وغض البصر عن هاتين القضيتين الأساسيتين، فإن المتمردين سيبقون المجموعة الأكثر تأثيرا على إعتقادات وسلوك العراقيين.

كسر النموذج

بالرغم من أن المثقفين يمكن أن يناقشوا اذا كان المراسلون العراقيون لديهم نفس المنزلة كأجهزة إعلام دولية، يفتقر المراسلون المعتمدون في هذه البلاد إلى النفوذ والاحترام الذي يحظي به نظرائهم الدوليين أو الأمريكان. أيضا في أغلب الأحيان، أجهزة الإعلام العراقية دائما متأخرة.

بأكثر أهميةً، أكثر قادة قوات التحالف لا يقدرون المنافع المحتملة من تضمين المراسلين العراقيين في توزيعات ساحة المعركة اليومية. هم أيضا من المحتمل لا يشعرون بالراحة لعمل ذلك. حاجز اللغة والحاجة للمرافقين والمترجمين مع الإعلاميين يجعلان الأمر أكثر سهولة لإستثناء العراقيين عند التخطيط لعمليات إعلامية. هكذا، أجهزة الإعلام العراقية كان عندها فرصة صغيرة للحصول علي الأخبار ذات العلاقة بقوات التحالف وأعمال الحكومة العراقية. يتطلّب تعديل هذه الحالة بتفكر حذر وتغيير الوضع الراهن.

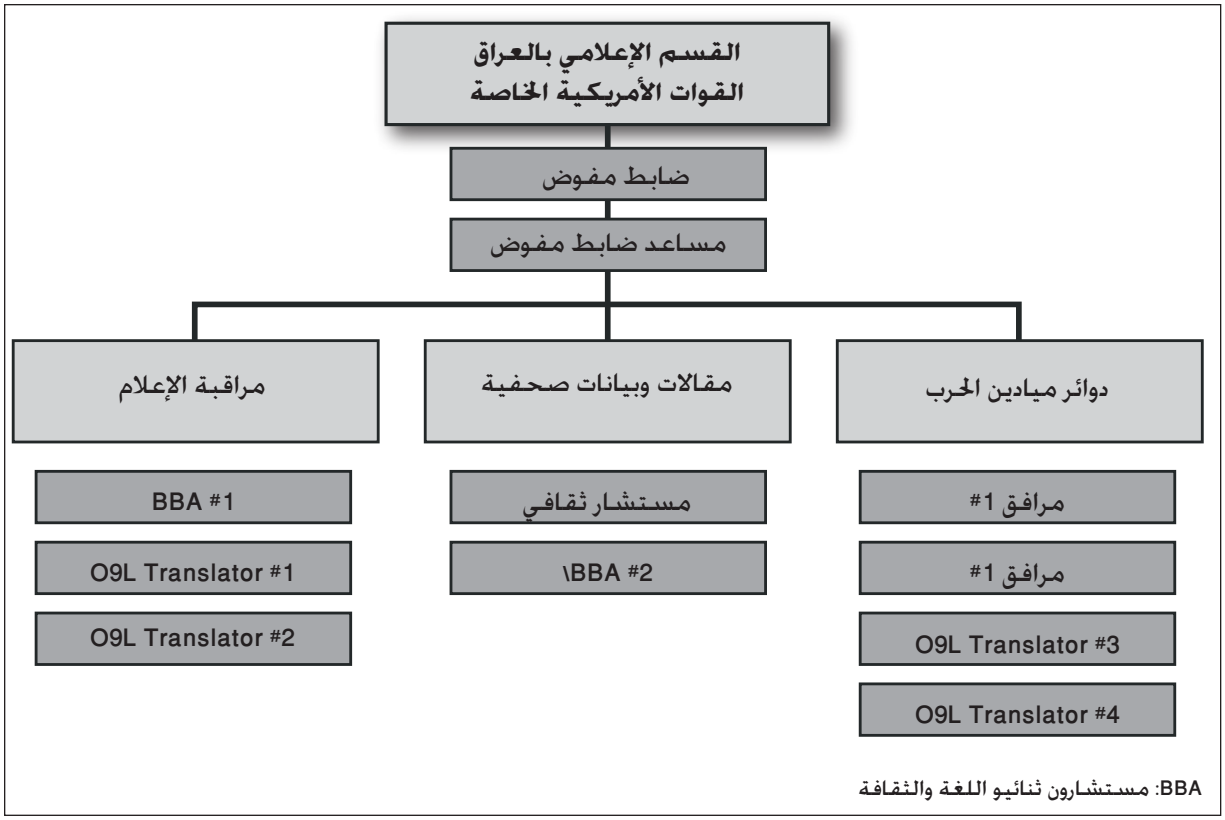
كيف يتصل التحالف مع العراقيين المحليّين؟ غالبا، يستعمل التحالف أصول عملية نفسية لتسليم رسائله؛ على أية حال، توزيع المعلومات محدد، في المدة والمجال. يوزع التحالف وسائل الإعلام المطبوعة في أغلب الأحيان مثل أوراق الإعلانات، الملصقات، النشرات، ولوحات الإعلانات التي تستعمل درجة تكتيك الاتصال بأرتباط وجها لوجه. يستعمل المواد المذاعة أيضا. بالرغم من أن هذه الوسائل كافية لارسال المعلومة للخارج، فإن المواطنين العراقيين يعرفون أصل المعلومات ويستفسرون في أغلب الأحيان عن شرعيتها، مصداقيتها، وهدفها. هذه الشكوك الطبيعية تؤثّر على العراقيين خصوصا المعارضين والمناقضين لسياسة التحالف والحكومة العراقية والذين يشجبون النفوذ الأجنبي، الجيوش الشعبية الطائفية، والمجموعات الأخرى التي تعارض الإحتلال.

إستعمال أصول التوجيه المعنوي للوصول إلى هذا الجمهور الأكثر تشكّكا يرفع مستوي المصداقية. الشؤون العامة (PA) ستكون السبيل الأساسي للوصول

المقدم فرانك بي دي كارفالهو هو رئيس العمليات الإعلامية، مركز الفرق العسكرية متعددة الجنسيات. عمل في السابق كمديرٍ للتدريب والأنشطة، مركز العمليات الإعلامية المشتركة (JIOCk)قاعدة لاكلاند للقوات الجوية، سانت أنطونيو، تكساس. حصل على درجة الماجستير في الإدارة التنظيمية من جامعة فينيكس.

الرائد سبرينج كيفيت يتولى حالياً منصب نائب رئيس الخطط والعمليات الإعلامية ومستشار أول للقسم الإعلامي بالعراق، مركز الفرق العسكرية متعددة الجنسيات. عملت في السابق كرئيسة لعمليات الكتيبة 363d/3 (TS)، لواء المدفعية الميداني 402d، كامب باركس، كاليفورنيا. حصلت على درجة الدكتوراه في علوم الشرطة من جامعة ولاية ويسترن أوريجون.

النقيب ماثيو ليندساي هو نائب رئيس تحديد الأهداف ومستشار للقسم الإعلامي بالعراق، العمليات الإعلامية، مركز الفرق العسكرية متعددة الجنسيات. عمل في السابق كمساعد S3 للكتيبة الأولى، كتيبة المشاة رقم 306، فورت ستيوارت، جورجيا. حصل على بكالوريوس في علم الأحياء من جامعة بوستون.



الشكل 1 منظمة القسم الإعلامي بالعراق.

الي هذا القطاع لأنها تركّز في المقام الأول على إعلام المشاهدين، وليس الاحتيال عليهم. تستعمل الوحدات مواضيع ورسائل توجيه معنوي، من الناحية الأخرى، لتحقيق تأثير معين بلباقة التعبير. يستهدف التوجيه المعنوي جمهور معين بالمعلومات، سواء كان الجمهور من المتمرّدين، المواطنين المحليّون، أو آخرين. على خلاف الشؤون العامة، التوجيه المعنوي عملية إقناع بالتعريف، مصمّم للإقناع أو تعزيز مواقف , سلوك واجراءات معيّنة. هكذا، يعتمد تأثيره على مهارة القائمين عليه وعلى تقبّل الجمهور للرسالة التي يسهل التعرف علي أنها متحيزة. عملية مناورات التوجيه المعنوي، بمرور الوقت، تتناقص فاعليتها. الحافز يتطلّب ليس فقط رسالة مقنعة لكن أيضا مصدر موثوق.

علاوة على ذلك، التحفيز المتكرر يحدّ من تأثير التوجيه النفسي المعنوي على السكان بشكل عام. بعد خمس سنوات من التوجيه المعنوي في العراق، المواطنون العراقيون أصبحوا فاقدي الحس بالنسبة إلى المواضيع والرسائل المتكرّرة التي تدعوا لوحدة الحكومة العراقية، المصالحة، عدم ايواء المتمرّدين، وتقارير الإستخبارات. اليوم، تقارير عملية التوجيه المعنوي أصبحت لا تمتلك أي مصداقية. حتي أنها في وقت معين قد تصبح ذات نتيجة عكسية في الحقيقة.

في هذه الأثناء، العراقيون محبطون بسبب قلة المعلومات المناسبة والدقيقة. انهم يريدون مدخل فوري إلى الأخبار، وليس عمليات ترويجية للتحالف. يجدونه مستفزا أن تبث اليهم معلومات قديمة دسّت عليهم من المصادر الإعلامية العراقية، خصوصا عندما توجز فقط أخباراً أمريكية أو دولية معروفة بالفعل. أفضل طريق لكسر هذا النموذج بدعم التحالف لأجهزة الإعلام العراقية.

التحديات التي تواجه أجهزة الإعلام العراقية

ألأحساس والشعور العام أن عدم تأثير الإعلام العراقي ليس بسبب المهارات الإعلامية السيّئة. ان مشاكله تتعلق أكثر بخصوص منزلته القديمة والحديثة وظروف العمل اليوم. أثناء عهد صدام، بضعة منافذ قليلة للصحف كانت موجودة، وهي تلك التي كانت الحكومة تقرّها، تمولها، وتديرها. الأخبار التي تنشر كانت جميعا تؤيد الحكومة، ومحاولة نشر أي حقائق على نقيض سياسة الحكومة يمكن أن يعني تقاعد مبكّر ونهائي.

بمجرد أن أزال التحالف هذه الموانع , كثرت وسائل الإعلام الحرة التي تنشر معلومات وفيرة، البعض منها غير متحيّزة. أصبحت مكافحة التمرّد البؤرة الوحيدة لوسائل الإعلام المشكّلة حديثا. على أية حال، عندما تدهورت الاحوال الأمنية للعراق، فإن العمل بمجال الإعلام العراقي أصبح واحدا من الوظائف الأكثر خطورة في العالم. تشير التقديرات إلى وفاة 118 إعلامي وأكثر من 300 إصابة لإعلاميين في العراق منذ مارس 2003، الكثير منها نتيجة الإغتيالات.

على الرغم من نجاحات قوات التحالف الأخيرة وقوات الأمن العراقية (ISF) في العمل في أجهزة الإعلام العراقية يظل خطرا. يستهدف الإرهابيون المراسلين الإعلاميين العراقيين فقط لأنهم يبلغون أخبار عن الآمال والانجازات التى تضر بأهداف التمرد. إذا كان هناك مراسل عراقي ممن يدعمون التمرّد، فانه يصنع الأخبار ببساطة في المنطقة التي يقطنها بأمان، لكن أي مراسل يتحدّى الخطر لعمل أخبار تعارض وسائل الإرهاب والتمرّد فانه يكون في الخطر. يموت أكثر المراسلين العراقيين أثناء محاولة تبليغ العالم المعاناة المنتشرة في شعبهم. ينبّه جيري بورك بقناة أخبار فوكس الأخطار المعتادة التي يواجهها كل المراسلين : «أجهزة الإعلام لها دور صعب جدا. يجب أن تغطّي بعض جوانب الأخبار بحيث تغطّي ما تستطيع بدون تعرض مراسليها للتفجير.

بالأضافة إلى الخطر، يواجه العراقيون التمييز في المعاملة من التحالف. في المناقشات مع الصحفيين العراقيين، أدركت لجنة عمل (PAOs) أن الكثير قلقون من خبرتهم في التعامل مع التحالف. يدركون بأنّهم لم يعطوا نفس الفرص كمراسلي الإعلام الامريكي أو الدولي. المراسلون المحليون عندهم صعوبات في الحصول على أوراق الإعتماد الإعلامية. علاوة على ذلك، فان التحالف قليلا جدا ما يشرك أجهزة الإعلام العراقية في إيقاع العمل اليومي. كمية الإنتباه وامكانية الوصول للمعلومات التي يعطيها التحالف لأجهزة الإعلام الأمريكية والدولية تتجاوز كثيرا ما يعطيه للاعلام العراقي يوميا. الصحفيون الأمريكيون والدوليون، مع ذلك أقل في العدد، لديهم تمويل أفضل، امدادات، ودعم امكانية عودتهم الي ديارهم. الأطقم الإعلامية العراقية لا تستطيع التنافس في هذه المناطق.

بالرغم من عدم تقدير المراسلين العراقيين, فان القوة الدوليّة بالعراق (I-MNF) تموّل موظّفين في المنطقة الدولية لإنجاز طلبات التحالف من أجهزة الإعلام العراقية. القسم،عبارة عن فريق الإرتباط الإعلامي العراقي (IMET) الوصلة العاملة بين أجهزة الإعلام العراقية وقوّات التحالف. إن الفريق المكون من ثلاثة أشخاص جزء من (IMET) مركز الاستعلامات الصحفي المشترك، الذي يدعم أجهزة الإعلام الأمريكية والدولية (IMET) يدعم كل وحدة تحت مستوى الهيئة تطلب تضمين أجهزة إعلام عراقية. على أية حال، ينجز مثل هذه الطلبات الصعبة في أغلب الأحيان، حيث أن أولوية الدعم موجه إلى القوة الدوليّة بالعراق والمؤسسات الدولية بالعراق،فان جدولة الأحداث لعملاء القسم الدولي يبقى صعبا.

مبادرات القوات الامريكية الإعلامية

أسّست القوات الامريكية القسم الإعلامي بالعراق (IMS) للإستفادة من الامكانيات الإعلامية العراقية

وإستعمالها. القسم يشمل 11 موظف يعملون في ثلاثة أقسام من مسرح المعركة, المقالات والبيانات الصحفية، والمراقبة الإعلامية (انظر الشكل). بخلاف الوضع الحالي ومذهب الجيش، القسم الإعلامي بالعراق لا يعمل لحساب ضابط الشؤون العامة. بدلا من ذلك، فانه تحت إشراف منسّق الأحداث(ECOORD) . هذا الترتيب الغير مذهبي يسمح بفصل الشؤون العامة للتركيز على الجمهور الداخلي والأمريكي، ويعطي المسؤولين عن التأثير المعنوي أداة توجيه معنوي أخرى. على أية حال، ستكون عليهم مسؤولية تنسيق العلاقات مع أجهزة الإعلام العراقية والتي لا تنطوي علي عملية توجيه معنوي. تخلق هذه العلاقة الإمكانية لتلطيف عملية التوجيه المعنوي بالتنسيق الأفضل وتزامن المواضيع والرسائل. وصلة القسم الإعلامي بالعراق بالتوجيه المعنوي تستند بصرامة الي حقيقة أنه لها نفس الجمهور المنشود. ويجب التأكيد علي أن مهمّة القسم الإعلامي بالعراق الرئيسية هي شؤون الإعلام العامة.

توزيع وتأثير الموظّفين. تركيز التأثيرات وعناصر الشؤون العامة على جماهير منفصلة يركّز على جهود القيادة والإعلام لدعم خطة الإتصالات الإستراتيجية بالإضافة إلى عمليات الإستهداف الغيرالقتالية. أثناء جلسات مجموعة الإستهداف الغيرالقتالية، منسّق الأحداث يزامن جهود القسم العراقي الإعلامي بكل أولئك المساهمين بعمليات الإستهداف الغيرالقتالية، يشمل ذلك عمليات جمع المعلومات، الشؤون العامة، العمليات العسكرية المدنية (الحكم والإقتصاد), لجنة العمل الإستشارية العراقية، وموظّفي ممثلي النيابة العامة (حكم القانون).

أثناء مؤتمر القسم الإستراتيجي للإتصالات، الجنرال المشرف علي القوات الامريكية، اللواء ريك لنتش، لاحظ، «استهداف الجمهور الأمريكي هو مسؤولية الشؤون العامة، واستهدف الجمهور العراقي مسؤولية التأثيرات المعنوية.» بعد أن عمل في القوة الدوليّة بالعراق كمنسّق تأثيرات إستراتيجي للجنرال جورج دبليو كايسي أثناء (IIF IIO), استفاد لنتش من تعاون وحدة التأثيرات المعنوية مع أجهزة الإعلام العراقية. بفصل أجهزة الإعلام العراقية من الشؤون العامة، أسّس لنتش مسارات واضحة للمسؤولية مستندا على تجاربه في العمل مع جماهير مختلفة. علاوة على ذلك، لأن مذهب الجيش الحالي يؤكّد علي أن معركة مكافحة التمرّد الحاسمة هي مع عقول الناس، كون موظفي وحدة التأثيرات هم المسؤولين عن تنسيق الإرتباط بأجهزة الإعلام العراقية, سيدعم عملية التوجيه المعنوي بشدة.

هذه النظرة الغير مذهبية المبتكرة ابلت جيدالصالح القوات الامريكية. إبتداء من هذه الكتابة، أجرى القسم الإعلامي بالعراق 38 توزيع بساحة المعركة مع الأطقم الإعلامية العراقية، وترجم 300 مقالة «أخبار جيدة» إلى العربية وقام بنشرهم. دخول سوق الصحافة بمقالات القسم الإعلامي المترجمة بالعراق تصل الي أكثر من 50 بالمائة. توزيعات ساحة المعركة أكثر من 98 بالمائة.

بالرغم من أن القسم الإعلامي بالعراق منفصل عن الشؤون العامة، الا أن نفس المعايير تنطبق عليهما؛ العلاقات بين القسم الإعلامي بالعراق وأجهزة الإعلام العراقية تعتمد على المهارة، المصداقية، والثقة.

تفاعل ومراقبة ساحة المعركة. بدأ القسم الإعلامي بالعراق عملية مكونة من شخصين ركّزت فقط على المراقبة الإعلامية العربية، أيضا مدعوّة باسم الإستخبارات المصدرية المفتوحة. وهي خاصية عسكرية مهنية حيث يتولي جنودعملية مراقبة أجهزة الإعلام للتعرف على المناخ العام (المعلومات التي تبثها أجهزة الإعلام عن التحالف) لتمييز أي إتجاهات خاصة. من اجل ادراك المشاعر العربية والعراقية الحالية وتصوّراتهم عن قوات التحالف لكي تساعد القادة علي اقرار أو تعديل خطة قسم الاتصالات.

مصدر الصورة: الجيش الأمريكي. الرقيب إبراهيم مسعود

مقابلات مع جنودٍ من الجيش العراقي في نقاط تفتيش بالقرب من مدينة توايثاه، والتي كانت في السابق ملاذاً آمناً لأفراد تنظيم القاعدة،8 أغسطس 2007.

بإضافة اثنين من الموظفين، وسّع القسم الإعلامي بالعراق مهمّته لتضمين التطوير، الترجمة، ونشر الأخبار ذات العلاقة بالحلف إلى وسائل الإعلام العراقية. بادئا بسبعة محطات إذاعة، ثمان محطات تلفزيون، و13 صحيفة، القسم الإعلامي أسّس نفسه بسرعة كمصدر موثوق للمقالات والمعلومات الفورية. كما واصل نشر اخباره إلى إتصالاته بوسائل الإعلام العراقي، أدرك الصحفيون قيمة المعلومات التي يزوّدهم بها القسم الإعلامي بالعراق. اليوم، القسم الإعلامي بالعراق عنده إتصالات ب11 محطة إذاعة، 13 محطة تلفزيون، 27 صحيفة، ومجموعة كبيرة من مواقع الويب الإعلامية. بالإضافة الي ذلك، وقّع القسم الإعلامي عقد خاصّ مع صحيفة الصباح الشعبية. تضمن «بأنّ الأولوية القصوي» هي لاخبار القوات الامريكية التكتيكية واخبار العمليات بحيث تنشر إلى قطاع كبير من الجمهور. يستلم القسم الإعلامي بالعراق الطلبات بإنتظام للمقابلات، المعلومات العسكرية، يحدّث الاخبار المهمة، وملاحظات الشكر في بعض الاحيان. تنشر المقالات المنسوبة الي القوات الامريكية، يؤدّي إلى النصائح الغير مرغوبة من المواطنين القلقين من نشاط التمرد. بالرغم من أن القسم الإعلامي بالعراق حاليا ليس لديه الموظّفين أو الأجهزة لعمل مقابلات التلفزيون والمحاورات الا ان دعم الشؤون العامة يقوم بالمهمة بشكل كافي.

للتفاعل مع أجهزة الإعلام العراقية عمليا، القسم الإعلامي بالعراق كان لا بد أن يفهم الآليات التنظيمية المحليّة. حواجز اللغة والثقافة كانت فقط إثنين من العديد من التحديات. الموظفون الإعلاميون العراقيون مطالبهم ليست أقل من أجهزة الإعلام الأمريكية أو الدولية.

يتوقّعون نفس مستوى الاحتراف، التعاون، المعاملة، والمجاملات. معرفة مخاوفهم ومعالجة مشاكلهم التي تظهر بسرعة يمكن أن يحدث الفرق ويميز الحدث الإعلامي الجيد. لتقليل إمكانية وقوع حوادث أثناء العمل الإعلامي، يستخدم القسم الإعلامي بالعراق مرافقين ومترجمين عسكريين لمرافقة الأطقم الإعلامية العراقية لضمان قيام قوات التحالف بمعاملة الأطقم بانصاف والالتزام بالمواعيد المقررة، التركيز على المهمّة، وتأمينها.

تنسيق تموين توزيعات ساحة المعركة يعتبر تحدي رئيسي آخر لأجهزة الإعلام العراقية. توزيعات ساحة المعركة مصدر مركّز؛ مع ذلك، الانفاق علي الإعلام سخي جدا. حرية الحركة محدودة حاليا في أغلب أنحاء العراق، وتخرج الأطقم الإعلامية العراقية إلى الأخبار التي يحتاج التحالف الي ابرازها ليست بمهمة بسيطة. تأخيرات الطائرات وإجراءات الحراسة الأمنية المشدّدة في المنطقة الدولية، التغييرات في المهمات في آخر دقيقة، والإلغاءات المفاجئة تحبط وتزعج الصحفيين العراقيين والمرافقين من أجهزة الإعلام العراقية. إستعمال المروحيات هو الطريقة المفضّلة والأكثر أمانا لنقل الأطقم الإعلامية في توزيعات ساحة المعركة؛ على أية حال، أحيانا، القوافل الأرضية تكون ضرورية. في كل الحالات، وجود الخطط الإحتياطية يخفّف معظم الاحباط نتيجة التغيير عادة. توزيع ساحة معركة المثالي يستلزم وجود مرافقين ومترجمين مع أجهزة الإعلام العراقية للطيران من معسكر النصر إلى المنطقة الدولية في بغداد للإرتباط مع الطاقم الإعلامي العراقي. من هناك، يواصل الفريق النقل الجوي إلى قاعدة التشغيل الأقرب إلى الحدث. وحدة طلب المناورة ترسل وحدة أمن شخصي لتأمين الحركة الأرضية إلى الحدث. المهمّة ليست كاملة حتى تقوم أجهزة الإعلام العراقية باعادة الطاقم الإعلامي بسلام إلى المنطقة الدولية وهم يعودون لمعسكر النصر.

مصدر الصورة: الجيش الأمريكي، النقيب ماثيو لينسلي

مقابلة مع مواطنين معنيين في مقر جماعتهم الجديدة قرب مدينة الرشيدة، 27 ديسمبر 2007.

على سبيل المثال، أجهزة الإعلام العراقية أجرت توزيع ساحة معركة ناجح في الرشيدة، وهي بلدة صغيرة في المنطقة الجنوبية الغربية من بغداد، التي كانت الملجأ الآمن للقاعدة. السكان السنيين المحليين تعبوا من فدائيي القاعدة الذين يجوبون المنطقة، يهاجمون قوّات التحالف على طول طريق ماليبو، يخيفون المواطنين المسالمين، ويرتكبون الجرائم الشنيعة. سكان المدينة توحّدوا وشكّلوا مجموعة من المواطنين المهتمين لكي يعملوا في نقاط التفتيش في عدة تقاطعات رئيسية وإستمروا في حراسة أحيائهم نهارا وليلا. خلال فترة قصيرة، أجبرت مجموعة المواطنين القاعدة علي الرحيل خارج المنطقة. منذ ذلك الحين، القاعدة لم يعد لها حضور أو نشاط هامّ في الرشيدة أو على طول ذلك الجزء من طريق ماليبو. أجهزة الإعلام العراقية أحسّت باهمية «هذه الأخبار الجيدة» لكي تبرز التأثير الإيجابي لمجموعات المواطنين تلك في منع الإرهاب وتأمين الأحياء السكنية. هدّأ توزيع ساحة المعركة مخاوف الجيران من الشيعة أيضا من أن يكون التحالف يقوم بتسليح مجموعات المواطنين السنّة. شعرت القوات الامريكية أن هذا الخبر أيضا يشجّع السكان الشيعة لتطوير مجموعاتهم الخاصة للمساعدة على محاربة التطرّفية الشيعية. المراسلون العراقيون عندما يروون هذه القصة عن «النجاح» فإن ذلك يؤكد أهمية إمتلاك وجه عراقي على الرسائل المهمة التي تدعم جهود التحالف.

رافقت أجهزة الإعلام العراقية الأطقم التلفزيونية لمحطتي العراقية والفيحاء إلى الموقع، حيث أجروا المقابلات مع الزعماء ومواطني المجموعة. مقاطع الفيديو اذيعت لعدّة أيام على التلفزيون العراقي. صوّرت الأخبار مواطنين عراقيين يتّخذون موقف ضد المجرمين ويؤمنون أحيائهم. توزيع ساحة المعركة كان مؤثار جدا بحيث أنتجت محطة الفيحاء برنامجا خاصا لمدة 15 دقيقة عن مجموعات المواطنين المعنيين، الذي كانو علي الهواء الأسبوع التالي. لإبقاء الحدث في حالة إستمرارية في الصحافة، نشرت أجهزة الإعلام العراقية عدّة مقالات عن الحدث ووزعتها إلى الجهات الإعلامية العراقية. إلتقطت الصحافة العراقية ومواقع الإنترنت الأخبار، مما يشير إلى الاهتمام العام بمثل هذه المجموعات. منذ عرض مقاطع الخاصة الخاصّة، ظهرت مجموعات آخرى من المواطنين حول الرشيدة. الآن، عضوية تلك المجموعات من المواطنين وصلت الي 8.000 عضو. قادة اللواء 2 د، الفرقة الجبلية العاشرة، قرروا بسعادة نقصان مثير في نشاط التمرّد كنتيجة لأعمال المواطنين ضمن بيئة عملهم.

إحدى المنافع الأعظم لتوزيع ساحة المعركة هو وضع وجه عراقي على الخبر؛ المراسل العراقي عندما يتكلّم مع زملائه العراقيين له تأثير أعظم على الروح المعنوية العراقية. من مراسل التحالف اذا أخبر القصّة، حضور الوزراء أو الممثلين الحكوميين المحليّين خلال تخطيط الحدث الإعلامي وأثناء الحدث نفسه يزيد تأثير المقابلة بشكل مثير. لضمان النجاح، تهدف أجهزة الإعلام العراقية أن تؤسّس علاقات الثقة مع أجهزة الإعلام العراقية؛ على أية حال، هذه عملية بطيئة وطويلة المدى. إن الأغلبية الواسعة للصحفيين الإعلاميين العراقيين الجدد لهم خبرة قليلة في التعامل مع قوّات التحالف. العراقيون يشكّلون بشكل ثابت وينقّون آرائهم عن التحالف وتفاعله مع عامة الناس. لهذا السبب، أجهزة الإعلام العراقية ومرافقونها يجب أن ينجزوا كل ماهو ضروري لجعل تجربة التعامل مع الاعلام العراقي إيجابية. مع إبقاء مستوى الطاقم الإعلامي علي نفس القدر من الحماس، التفاؤل، والتأكيد علي أن تقديم الخدمات إلى العراق أساسي لربح حرب الصور.

العامل المهم الآخر أثناء مرحلة التنسيق هو تزويد الأطقم الإعلامية المخصصه بالقدر الكافي من المعلومات حول المهمّة القادمة. بالطبع، إجراءات أمن العمليات (OPSEC) جزء من كل حدث إعلامي لضمان أمان كلا

من الصحفيين العراقيين وجنود التحالف. عندما تُعلِم أجهزة الإعلام العراقية ممثلي الإعلام العراقيين ما يتوقّعون، فانهم سيكونون أقل عرضة للإنزعاج إذا تغيرت معايير المهمّة. المفتاح إلى النجاح هو البقاء متفائلا والمرونة في التواصل وتطوير خطة توزيع ساحة المعركة.

تسجيل مساعدة الخبراء. أجهزة الإعلام العراقية لا تستطيع أن تعمل بدون الدعم المكرّس من الأربعة مترجمين) ليما 9). هؤلاء الجنود هم طاقة العمل للقسم ويدعمون كل أقسام أجهزة الإعلام العراقية الثلاثة. أحيانا، ليما9 تؤدّي العديد من المهام في وقت واحد، في العمل كمترجمين في توزيعات ساحة المعركة في الصباح، فترة العصر يقومون بتنسيق الأحداث بالهاتف مع أجهزة الإعلام العراقية، وترجمة المقالات في المساء. بصائرهم في إنسياب العمليات ساهمت بلا حصر في نجاح أجهزة الإعلام العراقية العام.

بالإضافة الي ذلك، إكتسبت أجهزة الإعلام العراقية مستشار ثقافي عراقي لمساعدة الأعضاء علي فهم الإختلافات العرقية والدينية والثقافية التي تؤثّر على علاقات العمل. يتفاعل المستشار الثقافي مباشرة مع وسائل الإعلام المختلفة، يعمل كوجه أجهزة الإعلام العراقية الأول، ويراجع كلّ القصص والنسخ للترجمة الصحيحة والحساسية الثقافية. إمتلاك مستشار ثقافي عراقي يتّصل مباشرة بأجهزة الإعلام العراقية يؤكد مصداقيتها ويزيد رغبة أجهزة الإعلام للمشاركة في الأحداث المستقبلية.

بالأضافة إلى المستشار الثقافي والأربعة مترجمين (ليما 9)، إستأجرت أجهزة الإعلام العراقية مستشارين ثقافيين لكتابة وترجمة المقالات ويعملان كمحلّلين إعلاميين. يضمن المستشاران بأن اللهجة ومادة المقالات يصلان بشكل مقبول الي جمهور المنشود.

بعض الكلمات الإنجليزية، العبارات، والعناوين ببساطة لا تترجم إلى اللغة العربية. الفشل في تمييز هذه الفروق اللغوية الدقيقة الغير ملحوظة سبّب إحتكاكا وسوء فهم في الماضي. كمثال، التعبير «مقاتلون أجانب» ولّد تعليقات سلبية كبيرة من مجموعة قرّاء أجهزة الإعلام العراقية لأن الأغلبية الواسعة للعراقيين تظن أن التعبير يشير إلى قوات التحالف بالإضافة إلى المتمرّدين الحدوديين. لذلك يحدث الإحتكاك. محرري الاخبار والمستشار الثقافي ساعدا على تحديد مثل هذا الغموض اللغوي وقاموا بتحسين تأثيرات تعابير التحالف.

إن موظّفي أجهزة الإعلام العراقية بارعون أيضا في إعداد المقالات لكي يفهم الجمهور الهدف من الخبر جيداً. بالتأكيد علي أن يجدها العراقيون أكثر اثارة، مما يزيد رواج وقبول أجهزة الإعلام العراقية. بالرغم من أن العديد من عمليات التحالف تدور حول إعادة بناء وتزويد الخدمات الضرورية، فان أجهزة الإعلام العراقية لا تنشر هذه المهام. العراقيون يفهمون كثيرا أن التحالف هنا لكي يساعد حكومة العراق وسكانه، لكنّهم لا يريدون الولايات المتّحدة بالضرورة أن تذكّرهم بهذا مرارا وتكرارا. إن النقطة الدقيقة لهذه العلاقة هي الوظيفة الرئيسية للشئون العامة في تحسين عمليات التوجيه المعنوي الرئيسية للتأثير. حسّاسية أجهزة الإعلام العراقية في نقل الاحداث تساعد بذلك على تلطيف عمليات التوجيه المعنوي. مثل هذه الحسّاسية لا تخفي اليد الثقيلة لعمليات التوجيه المعنوي. بالأحرى، يبذل الجهد الصادق للإعلان عن الحقيقة.

بالإضافة الي ذلك، عندما تذكر مقالات الشؤون العامة الوحدات والجنود بالأسم، ترشّح أجهزة الإعلام العراقية تلك المعلومات للترجمة والبساطة لاعطائها مغزى أكثر. الجمهور المنشود، يمكن تزويده بتفاصيل معيّنة وثيقة الصلة بالجنود وخلفياتهم عن طريق أجهزة الإعلام العراقية. أهداف الجيش الأمريكي أن يصوّر بدقّة جهود التحالف. التفاصيل الغريبة من الممكن أن تشوّش ذلك الجهد.

مصدر الصورة: الجيش الأمريكي، النقيب ماثيو لينساي

استضافة الإعلام العراقي لمواطنين تم طردهم في السابق وهم يعودون إلى منازلهم بالقرب من مدينة اللطيفية .مصدر الصورة الجيش الأمريكي، الرقيب إبراهيم مسعود

فريق العمل والإتصال. أجهزة الإعلام العراقية لا تعمل ذاتيا من ضمن مقر القيادة. يعمل مع فريق اللواء المقاتل (BCT) لتمييز الأحداث التي تستحق التغطية الإعلامية. على أية حال، تخطّط أجهزة الإعلام العراقية الأحداث مستندة على مستوي المصدر أحيانا. تبقى هذه الممارسة إستثناءا، وليست المعيار. يُزامن منسّق الأحداث لفريق اللواء المقاتل جهود التخطيط بكل من كتائب المناورات وترشّح الأحداث للتغطية الإعلامية العراقية. بمجرد اجازته من قبل قائد فريق اللواء المقاتل، منسّق الأحداث يطوّر مفهوما مفصلا لخطة العملية (CONOP) ويقدّمه إلى أجهزة الإعلام العراقية للجدولة. الأحداث المثالية المخطّطة لتغطّيها أجهزة الإعلام العراقية تتضمّن مثلا إفتتاح مدرسة، دمج إرتباطات طبية، إستكمال مشروع مدني، ومقابلة زعيم جالية المنطقة السكنية. إذا استلمت أجهزة الإعلام العراقية أكثر من مفهوم مفصل لخطة عملية في نفس اليوم، تفرز الطلبات مستندة على الأهمية والدعم اللازم. تراجع أجهزة الإعلام العراقية كل طلب توزيع بساحةال معركة مع فريق اللواء المقاتل بعناية لأن عملية توفير أجهزة الإعلام إلى الأحداث المعيّنة معقّدة. بالتنسيق الحذر، الأطقم الإعلامية العراقية قادرة على الإستفادة من الفرص الجديرة بالاخبار الأخرى، مثل مقابلة المواطنين وزعماء العشائر، وتغطّي أحداث الجاليات. حاليا، أجهزة الإعلام العراقية يمكنها أن تدعم توزيعين بساحة المعركة يوميا.

العوامل المحدّدة الثقافية والسياسية. أثناء العمل مباشرة مع فريق الإرتباط الإعلامي العراقي، يجب علي أجهزة الإعلام العراقية أن تأخذ في اعتبارها العوامل الدينية قبل تخصيص الأطقم الإعلامية العراقية. المراسلون السنّة قد لا يشعرون بالراحة عند زيارة جالية شيعية أو تغطية حدث شيعي والعكس بالعكس. متطلبات الأمن لا تسمح بكشف المواقع المضبوطة قبل الأحداث، وتعمل أجهزة الإعلام العراقية بجدّ بفريق الإرتباط لتهدئة الحساسية

والمخاوف الدينية. المراسلون العراقيون ذوي الإنتسابات الدينية يختارون أحيانا الغاء يوم عمل هام إذا كان يتزامن مع عطلة أو طقوس دينية. تمنع هذه العطلة إحتكاكا محتملا. تحدث مثل هذه التغييرات في الجدولة خصوصا أثناء العطلات الدينية الإسلامية، يشمل ذلك شهر رمضان. بالإضافة الى ذلك، يدرك بعض الصحفيين أن بعض المناطق خطرة جدا وسوف لن يدعم بعض المهمات تحت أية ظروف. أمثلة المناطق التي تتخوف منها أجهزة الإعلام العراقية ملاجئ القاعدة السابقة، المناطق ذات المستويات العالية من النشاطات الإجرامية، والمناطق ذات الأعداد الكبيرة من الجيوش الشعبية المتطرّفة.

مواصلة التقدم

يبشر المستقبل بخيرٍ كثير فيما يتعلق بمواصلة تقدم القسم الإعلامي بالعراق. ومع هذا، يعتمد توسع هذا القسم بشكلٍ كبير على عاملين اثنين: تغيير مفاهيم قوات التحالف عن الإعلام العراقي على مستوى السرية ومروراً بالألوية، وزيادة دقة التخطيط الإعلامي المدروس. يجب أن يتبنى القادة حقيقة أن الإعلام العراقي يُعَد أداةً قوية ومؤثرة لأن أفراده يمتلكون مصداقيةً متأصلة بوصفهم عملاء إعلاميين يمتلكون دوافع حقيقية.

يحتاج القادة إلى تجنب مفاهيم الاستهجان او العداء تجاه الإعلام العراقي كأن يعتبروه إعلاماً من الدرجة الثانية أو إعلاماً معادياً أو عديم الفائدة. يمكن أن يمثل الإعلام العراقي قوةً مضاعفة. يجب أن تعامل قوات التحالف طواقم الإعلام العراقي باحترام مقارنةً بنظرائها الأمريكيين والدوليين. بمجرد أن يدرك التحالف قيمة وإمكانيات الإعلام العراقي، سيتمكن القسم الإعلامي بالعراق من استخدام وحشد موارده المحدودة لدعم الأحداث كثيرة النفع.

يدرس القسم الإعلامي بالعراق حالياً تأجير مراسلين عراقيين مستقلين وإنشاء شبكة مستديمة من الصحفيين المطّلعين. سيُقلل استخدام ميسرين إعلاميين غير رسميين نفقات موارد القسم الإعلامي بالعراق على المترجمين والمرافقين كما سيوفر الوقت المطلوب لتوفير تغطية إعلامية في ساحة المعركة من قبل الإعلام العراقي.

يعد إنشاء صفحة ويب خارجية للقسم الإعلامي بالعراق مبادرةً أخرى مستَحقة. يأمل القسم الإعلامي بالعراق في إنشاء موقعٍ ومستودعٍ على الانترنت لكل مقالاته وتنبيهاته الإعلامية مقارنةً بالعديد من المواقع الإعلامية العربية على الانترنت. إن وصول الجمهور إلى المقالات سيتيح لعامة العراقيين قياس القوة الدافعة إلى الأمام في العراق.

كما يخطط القسم الإعلامي في العراق لتقديم برنامج اعتماد إعلامي عن طريق الهاتف المحمول لتسهيل فحص وتسجيل الصحفيين العراقيين المحتملين. ولا تتوفر هذه الخدمة حالياً إلا عن طريق مركز المعلومات الصحفية المشترك مما يُعد في الغالب أمراً صعباً ومُضَيعاً للوقت. سيعمل تولي القسم الإعلامي بالعراق لهذه الوظيفة على تقليل مشاركة مركز المعلومات ويوفر على الصحفيين العراقيين مسافات السفر الطويلة إلى المناطق الدولية. فضلاً عن ذلك، فإن القسم الإعلامي بالعراق سيقوم بنشر المزيد من جهات الاتصال الإعلامية في الجولات التفقدية لساحة المعركة الحرب المستقبلية.

ستحتل الحاجة إلى التعاون مع الإعلام العراقي أهميةً جديدة أثناء تحول تركيز التحالف من الأمن إلى الحكم والاقتصاد. إن وجود آلية قادرة وجديرة بالثقة تقوم بنشر نجاحات الحكومة وقوات التحالف بالإضافة إلى موثوقية الإعلام سيدعم جهود إعادة الإعمار. وقد وضح القسم الإعلامي بالعراق فائدة الاشتراك مع الإعلام العراقي لتحقيق هذا الهدف. إن الوصول إلى العامة من خلال معلوماتٍ موثوقٍ بها أسفر عن نتائج كان من المستحيل تحقيقها عن طريق حملات العمليات النفسية بمفردها.

سيزيد اختراق السوق والنشر المتواصل للروايات الإعلامية من قبل الإعلام العراقي سيزيد من وعي العراقيين بجهود الحكومة وقوات التحالف. إن روايات إعادة الإعمار والشراكة والتقدم تبين للعراقيين بأن هناك ما هو منتشرٌ في العراق أكثر من محاربة المتمردين. من خلال الشراكة المستمرة مع الإعلام العراقي، يزيد القسم الإعلامي بالعراق مستوى التفاؤل خلال منطقة عمليات القوات الأمريكية الخاصة.[24]

الحواشي

1. مارك ميموت، "Reporters in Iraq under fire there, and from critics"، مجلة USA Today،22 مارس 2006.

2. ارجع إلى 3 (JP) Public Affairs ،61-Joint Publication (واشنطن العاصمة: Government Printing Office [GPO]، 9 مايو 2005)، الفصل الثاني"Public Affairs Responsibilities".

3. ارجع إلى 3 (FM) 13-Field Manual، العمليات الإعلامية (واشنطن العاصمة: GPO، 28 نوفمبر 2003)، الفصل الثاني، "Information Operations Elements and Related Activities, Psychological Operations".

4. ارجع إلى 3 JP-13، العمليات الإعلامية (واشنطن العاصمة: GPO، 13 فبراير 2006)، الفصل الثاني، "Core, Supporting, and Related Information Operations, Psychological Operations".

5. للحصول على مزيدٍ من المعلومات عن الخسائر البشرية في صفوف الإعلاميين منذ دخول قوات التحالف في العراق، راجع «الخسائر البشرية لحرب العراق»، http://en.wikipedia.org/wiki/Casualties_of_the_conflict_in_Iraq_since_2003>

6. ميموت

7. للحصول على مزيدٍ من المعلومات عن مركز المعلومات الصحفية المشترك التابع للقوات متعددة الجنسيات في العراق، قم بزيارة <www.mnf-iraq.com>.

8. تقوم مجموعة الدول السبع الكبرى بإدارة فك التباس المنتجات المكتوبة وسمات ورسائل العمليات النفسية الخاصة بقسم الإعلام بالعراق. من أجل الإبقاء على الفصل ما بين جهود القسم الإعلامي بالعراق وجهود العمليات النفسية، تستغل مجموعة الدول السبع العظام عنصر العمليات الحالية لتزامن الأحداث حتى تُعظم الفائدة من التأثيرات المطلوبة على الجمهور المستهدف.

9. لمزيدٍ من المعلومات حول تزامن العمليات الإعلامية بالإضافة إلى كل الخطوط المنطقية للعمليات، ارجع إلى 3 FM-24، Counterinsurgency (واشنطن العاصمة: GPO، 15 ديسمبر 2006)، الفصل الأول، "Some of the best weapons for counterinsurgents do not shoot".

10. يمكن أن تشير المفاهيم السلبية والتقارير الزائفة وغير الصحيحة إلى عيوبٍ في الخطة والحاجة إلى إجراء تعديلات.

11. تبين إحصاءات مراقبة الإعلام التابعة للقسم الإعلامي بالعراق أن 50% من المقالات و100% من التنبيهات الإعلامية وواحدة أو أكثر من نوافذ الإعلام العراقية أو العربية غطت 98% من الجولات التفقدية في ساحة المعركة. قد تكون الأرقام أكبر من ذلك في الحقيقة بالنسبة للمقالات الخاصة بالجولات التفقدية في ساحة المعركة ولكن لا يمكن التثبت منها في ظل قدرات مراقبة الإعلام المحدودة. ولأن الشركات العربية الكبيرة خارج العراق تمتلك العديد من منافذ الإعلام المحلية في العراق، فإن القسم الإعلامي بالعراق يتمتع باختراق واسع النطاق للسوق.

12. جريدة الصباح هي جريدة تابعة بشكلٍ رئيسي للحكومة العراقية وليس لها أي انتماءٍ طائفيٍّ محدد. يتركز مجموع قرائها البالغ عددهم حوالي 60000 قارئ في بغداد والمناطق الشمالية. يتفق كلٌّ من السنة والشيعة على مصداقية الجريدة. يتم نشر الجريدة يومياً ويبلغ ثمنها 35 سنتاً أمريكياً. ويوجد قسم باللغة الإنجليزية على موقع الجريدة. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، قم بزيارة <www.alsabah.com/English.html>.

13. يتم إرسال كل الاستخبارات الموجبة لإقامة دعوى والتي يحصل عليها القسم الإعلامي بالعراق إلى قسم G2 للتحليل واتخاذ القرار بشكلٍ فوري.

14. تحوز دوائر ميادين المعارك على 98% من نسبة اختراق السوق، حيث يقوم واحد أو أكثر من المنافذ الإعلامية ببث الحدث.

15. يزود فريق الارتباط التابع للقسم الإعلامي بالعراق الطواقم الإعلامية بوسائل المواصلات اللازمة لنقلهم من مركز المعلومات الصحفية المشترك إلى منطقة الهبوط في واشنطن.

16. إن النسبة المرتفعة لنفور الصحفيين في العراق تنبع بشكلٍ رئيسيٍّ من التهديدات العديدة وفقدان الأمن في كثيرٍ من المناطق. يكتشف العديد من الصحفيين أن الضغط والساعات يمكن أن يكونا مكلفين ولذلك يبحثون عن مهنةٍ أخرى.

17. يعد أمن العمليات، واحدٌ من العناصر الأساسية في العمليات الإعلامية كما هو مبين في 3 FM-13، عنصراً جوهرياً في تنسيق وتخطيط مراحل دوائر ميادين المعارك. على الرغم من أن الإعلام العراقي يرغب في الحصول على أكبر قدرٍ من المعلومات في بداية وقوع الحدث إلا أن أفراد القسم الإعلامي بالعراق، استناداً إلى خطاب الغرض، لا يقومون بالكشف عن موقع الحدث قبل وصولهم إلى منطقة الهبوط. وهذا يضمن عدم تسرب أي معلومات قد تؤدي ربما إلى هجومٍ من قبل المتمردين.

18. وقد تكون منتجات عمليات العمليات النفسية كذلك مصدراً للتفسيرات الخاطئة من قبل المواطن المحلي. كما يتطلب إنتاج رسائل وسمات العمليات النفسية نفس المستوى من إمعان النظر في المصطلحات المستخدمة في المقالات المكتوبة.

19. يتم كتابة هذه المقالات بأكبر قدرٍ ممكن من الاعتدال وبدون الثناء بشكلٍ مفرط على قوات التحالف وذلك حتى تُلاقي هذه المقالات قبولاً وتأييداً من قبل العراقيين.

20. نادراً ما يتم ترجمة تعريفات و/أو شعارات وحدات قوات التحالف إلى العربية أو أنها غير مناسبةٍ للقراء. ومثالٌ على ذلك سلاح الفرسان الذين يُسمَّون بـ «الاغتياليون» «Assassins». قد تتسبب ترجمة هذه التعريفات إلى العربية ونشرها بين عامة العراقيين في ظهور بعض المخاوف. ومن أجل أغراض القسم الإعلامي بالعراق، سيتم تغيير مصطلح «المغتال» "assassin" إلى «جند التحالف».

21. في حالة وجود طلبات تزيد عن عدد الطواقم الإعلامية المتوفرة، يقوم القسم الإعلامي بالعراق بدعم الأفراد الذين سيقدمون أفضل تأثيرات غير مهلكة.

22. تتطلب توزيعات ساحة المعركة مرافقاً ومترجماً. يمتلك القسم الإعلامي بالعراق حالياً نقيبين واثنان من المترجمين (MOS, O9L) لإدارة توزيعات ساحة المعركة. يمكن أن تقوم قيادة فريق اللواء المقاتل، في الحالات النادرة التي يتولى فيها القسم الإعلامي بالعراق مهاماً إضافية، بتوفير مرافقين ومترجمين لإدارة توزيعات ساحة المعركة.

23. يضمن القسم الإعلامي بالعراق توفير الوجبات التي تتماشى مع الديانات، عند الحاجة، والاحترام المستمر للشعائر الدينية.

24. كما تدل زيادة مستوى حرية المناورة أو «التسهيلات» لقوات التحالف على زيادة الاستقرار.