

تتناول هذه الدراسة دور شركات العلاقات العامة الدولية في إدارة الحروب والصراعات الخارجية التي خاضتها الإدارات الأمريكية المتعاقبة. تُظهر الدراسة أن هذه الشركات لعبت دوراً محورياً منذ الحرب العالمية الأولى، بدءاً من لجنة الإعلام في عهد ويلسون وصولاً إلى الحروب الحديثة. وقد استخدمت هذه الشركات أساليب متنوعة، منها السيطرة على وسائل الإعلام، وإدارة المعلومات، وتشكيل الرأي العام، وحتى التضليل، لتحقيق أهدافها السياسية الداخلية والخارجية قبل، أثناء، وبعد الحروب. تُناقش الدراسة تطور هذه الشركات تاريخياً، بدءاً من تأسيس أول شركة في الولايات المتحدة عام 1900، وصولاً إلى اندماج شركات كبرى وتوسعها عالمياً. كما تُحلل الدراسة خدمات هذه الشركات، وأهدافها على المستوى الدولي، وكيف استخدمتها الحكومات الأمريكية في إدارة الصراع، مع التركيز على أمثلة تاريخية مثل حرب الخليج، وحرب العراق، وكيف تم استخدام الدعاية والتضليل لتبرير الحروب وتوجيه الرأي العام. وتختتم الدراسة بتأكيد أهمية دور شركات العلاقات العامة في "إدارة الفهم والإدراك"، وسيطرتها على تدفق المعلومات في ظل التطور التكنولوجي المتسارع.