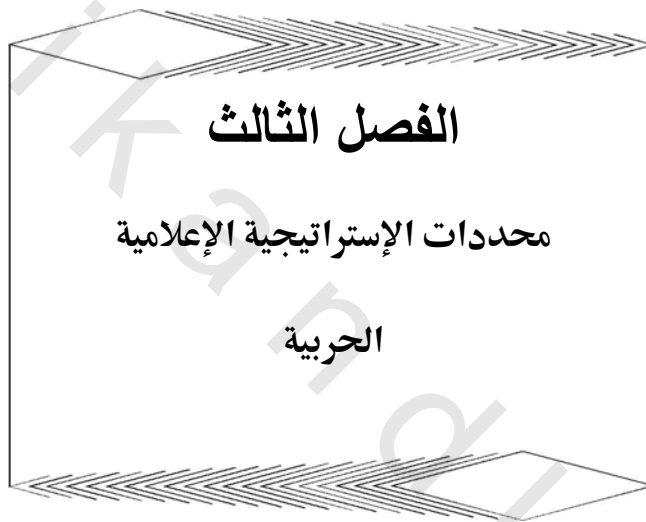




قبل أن نتحدث عن الإستراتيجية الإعلامية الحربية، فمن المفيد أن نتعرض لأبعاد الإستراتيجية الإعلامية بشكل عام، والتي تتحدد في الآتي:

(١) **البعد التشريعي:** ونقصد به القواعد التي لها صفة الالتزام والمتصلة بالنشاط الإعلامي والاتصالي، والتي تتولى تنظيم ممارساته، ووضع المعايير التي تحكم أنشطته. وبعض هذه التشريعات تتصل بالمضمون، وبعضها بالمؤسسات الإعلامية، وبعضها بالمهنة، وهناك عدة مصادر لهذه التشريعات، مثل الدستور، والقانون الجنائي، وقوانين الصحافة أو المطبوعات، كما قد يدخل تحت ذلك مجازاً المواثيق المهنية.

(٢) **البعد الاقتصادي:** إن لصناعة الإعلام اقتصادياتها التي تتميز بها، ولا تقل أهمية عن اقتصاديات صناعات أخرى، وهي صناعة قائمة بذاتها وتحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة، لم يعد في إمكان الفرد أن يقدمها، وتتميز هذه الصناعة أيضاً بعمق المنافسة وشدتها.. وتتطوي المشروعات الإعلامية على نسبة كبيرة من المخاطرة بدرجة أعلى مما تنطوي عليه المشروعات الأخرى، والتي تتطلب مرافق ومعدات وتسهيلات للإنتاج والتوزيع، والتي يحتاجها النشاط الاتصالي في كافة مراحله.

(٣) **البعد التكنولوجي:** شهد الإعلام ومازال تطوراً تكنولوجياً ضخماً يحمل توقعات مذهلة في المستقبل سيكون لها تأثيرها البعيد على نظم الاتصال، حتى تتناسب مع هذا التطور. ورغم أن هذه الثورة التكنولوجية تحمل فرصاً كبيرة، إلا أن هذه الفرص ليست متكافئة، أو متاحة للجميع لأسباب سياسية أو اقتصادية، ومن هنا كان لا بد من استخدام تكنولوجيا غير مكلفة بحيث يمكن من خلالها تحقيق نفس الأهداف.

(٤) **البعد الاجتماعي والذي يتمثل في جانبين:**

الأول: ويهدف إلى تعزيز الثقافات الوطنية دون إغلاق الأبواب أمام الثقافات الأخرى، مع السعي لغرس روح المبادرة، والاعتماد على النفس، وروح الابتكار والإبداع، والتأكيد على بعض القيم مثل روح الجماعة، والتعاون، والمشاركة مع إيجاد نوع من التوازن بين الرسائل التي تهتم بالجوانب الثقافية والتعليمية،

والرسائل التي تعنى بالترفيه والتسلية، على ألا يتعارض ذلك مع القيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان الأساسية.

الثاني: ويعنى بالقيود الاجتماعية، أي العقوبات الخاصة بظروف المجتمع الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري وتؤثر عليها الأوضاع الاجتماعية المتعلقة بظروف عمل الوسائل نفسها، والمطلوب التخلص منها عند رسم الإستراتيجية الإعلامية.

٥) البعد الجماهيري: وهو عنصر مهم في عملية الاتصال، ينبغي أن تهتم به السياسات الإعلامية، بحيث يصبح الفرد شريكاً إيجابياً في عملية الاتصال، وهو ما نطلق عليه "ديمقراطية الاتصال"، مع تشجيع الجمهور على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم لهم من خلال هذه الوسائل، فضلاً عن إتاحة المشاركة في الاتصال ووسائله لكل الأفراد دون قيود ثقافية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، وبهذه الطريقة تكتسب وسائل الاتصال شرعيتها بتعبيرها عن جماهيرها الحقيقية واستجاباتها لاحتياجاتها.

٦) البعد الفكري والثقافي: ويهدف إلى تعزيز الثقافات الوطنية وزيادة الوعي الثقافي لدى المواطنين وتوعيتهم بمستجدات العصر حتى يمكنهم المشاركة والمواكبة الفعلية لواقع العصر.

أهداف الإستراتيجية الإعلامية

تعتبر الإستراتيجية الإعلامية هي عملية اختيار أفضل البدائل والوسائل لتحقيق أهداف محددة لأي مجتمع على المستوى الوطني، فلا يمكن وضع إستراتيجية سليمة لأهداف غير واضحة، وينبغي التأكيد على ضرورة النظر إلى عملية رسم هذه الإستراتيجية بحيث تضع في اعتبارها العلاقات المتداخلة بين المتغيرات المختلفة، والتأثير المتبادل الذي تمارسه كل منها على الأخرى. فهناك علاقة متبادلة بين الأهداف والوسائل، فاختيار هدف معين يعنى أنه قد يؤثر على مجموعة معينة من الوسائل دون غيره واختيار هذه الوسائل قد يؤثر على اختيار الأهداف في مرحلة قادمة، وبذلك نرى أن اختيار الأهداف والوسائل هو عملية مستمرة، فما يعتبر وسيلة في مرحلة ما يمكن أن يكون هدفاً في مرحلة أخرى، ولعل من أهم الشروط الإستراتيجية الإعلامية هو وضوح الأهداف وتكاملها وتناسقها.

إن اختيار أساليب ناجحة للوصول إلى الأهداف المطلوبة يستلزم بدوره أهدافاً واقعية يمكن تحقيقها ولو على مراحل، وعلى هذا فإن أهداف الإستراتيجية الإعلامية يجب أن تواكب تطورات العصر من أجل مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، ويمكن تحديد تلك الأهداف في الآتي:

(١) تأكيد وحدة وتكامل العمل الإعلامي بكافة وسائله المسموعة، والمقروءة، والمرئية في وضوح وقوة، على مستوى الدولة، بل وأن تكون له قاعدة انتشار إقليمية، وعالمية.

(٢) تحقيق الحوار بين أجهزة الدولة وفئات الشعب بما يحقق الإبداع والتواصل، وبالتالي يحقق التآخي والترابط بين أبناء الشعب من أجل إنجاز الأهداف الوطنية عن اقتناع وبصورة مشرفة.

(٣) تعميق وعي المواطن وإثراء شخصيته وإقناعه بالقضايا المثارة والتي تهدف أولاً وأخيراً إلى تحقيق أمن المواطن والأمن الوطني للدولة ككل، والواقع أن تحقيق ذلك لن يأتي من فراغ ولكن من خلال تعاون كامل بين أجهزة الدولة المختلفة، لتحقيق سياسة الدولة وأهدافها الوطنية.

(٤) تقديم الرسالة الإعلامية بصورة تحصن المواطن ضد الغزو الفكري والإعلامي الأجنبي، وترسيخ الشخصية الوطنية، وتحقيق الأمن الثقافي والإعلامي الوطني في مواجهة التيارات الإعلامية الوافدة التي تهدد العادات والسلوك.

(٥) صياغة نظام إعلامي يكون قادراً في إبداعه وعطائه على أن يأخذ مكانه في هذا القرن، وأن يضمن القدرة على مواجهة التحديات والمخاطر التي يمكن أن تواجه الدولة في المستقبل.

(٦) استمرار عملية تحديث أدوات ووسائل الإعلام من خلال الاستفادة من تطورات التقنية التي يشهدها القرن الحادي والعشرون، وفي الوقت نفسه الحفاظ على الأصالة والهوية الوطنية وعدم إدماجها في تيار الفكر والثقافة الأجنبية.

المحتوى الإعلامي لإستراتيجية الدولة

الواقع أنه عند وضع إستراتيجية للإعلام الوطني، فإن الأمر لا يتعلق فقط بمحتوى هذه الإستراتيجية، وإنما يعنى تحديد قواعد وأسس

عامة يجب أن تتقيد بها حتى يمكن للمحتوى الإعلامي أن يواجه تحديات القرن الحالي وأن يكون مقنعاً في عرض قضاياه.

كذلك فإن تحقيق التقدم التقني وتوفير الأجهزة بما في ذلك الأقمار الصناعية، لا يحقق وحده الهدف المطلوب، إن لم يصاحب ذلك تحقيق تقدم في المحتوى الذي تستخدم من أجله هذه الوسائل؛ فالإعلام صار أحد الحاجات الأساسية التي إذا لم تتوفر فسوف يتم البحث عنها لدى الغير، وبالتالي يمكننا القول إن هناك شروطاً أساسية يجب أن تتحقق من أجل إيجاد إستراتيجية ناجحة تفي بحاجة المواطن وهي:

(١) **الحرية:** بمعنى أن يمتلك المواطن حرية استعمال وسائل الإعلام المختلفة في الحصول على المعلومات والأخبار حتى يكون مقنعاً بكل ما تعرضه هذه الوسائل.

(٢) **الموضوعية:** وهي تعنى ألا يكون الإعلام أداة سياسية معيشية، بل تعنى أن الإعلام هو الذي يؤدي إلى سياسة معينة، فإتاحة التعبير مع تعدد المصادر ووجهات النظر في إطار استراتيجية محددة الأهداف يضيق من الذاتية في الإعلام.

(٣) **توافر الصدق:** فليس ثمة ما يقنع أفضل وأدوم من الصدق، لأن من شأنه أن يحقق المصادقية الإعلامية، خاصة إذا علمنا أن تتعدد وجهات النظر يساعد على كشف الحقائق.

(٤) **التوعية والتثقيف:** حيث يقوم الإعلام من خلال رسالته الإعلامية بدور التوعية والتثقيف والإرشاد، وليس بدور أداة الترويح.

(٥) **الإستراتيجية الحربية والتنسيق بين قوى الدولة كأساس لوضع إستراتيجية حربية إعلامية**

الإستراتيجية الحربية للدولة وأهدافها

قبل التعرف على المحتوى الإعلامي للإستراتيجية الحربية، فمن المهم أن نتعرف على الإستراتيجية الحربية للدولة، والتي يمكن من خلالها بناء إستراتيجية حربية إعلامية. ومن الطبيعي أن يكون لأية دولة إستراتيجية حربية من أجل الدفاع الإستراتيجي عنها-أي الدولة- في إطار عدة ركائز أساسية هي:

(١) امتلاك قوة قادرة على الدفاع ومواجهة التهديدات المختلفة، مع امتلاك قدرات ردع مناسبة لمواجهة قوى الردع المعادية.

٢) تدعيم التعاون الإستراتيجي مع الدول الصديقة والشقيقة، باعتبار أن هذه الإستراتيجية هي المنوط بها تحقيق الهدف السياسي، والسياسي العسكري للدولة من أجل تأمين سلامتها، واستقلالها، وحماية ثرواتها في مواجهة التحديات والتهديدات، مع ضمان تحقيق التوازن الإستراتيجي مع القوى الخارجية المعادية لها، ودعم التعاون مع الدول الصديقة والدول العربية.

وتقوم الإستراتيجية الحربية للدولة على عدة أسس منها على سبيل المثال:

١) التمسك بالأهداف الوطنية مع تغيير الأسلوب ليتماشى مع المتغيرات المعاصرة، بجانب العمل على احتواء القوى المعادية حضارياً.

٢) بناء الحجم المناسب من القوات المسلحة بشكل متطور يتواءم والتطور والتحديث العالمي حتى تكون قادرة على مواجهة التهديدات الحربية للأمن الوطني للدولة.

٣) وجود تخطيط إستراتيجي شامل من أجل استخدام هذه القدرات لتأمين أراضي الدولة على اتجاهات التهديد المختلفة.

٤) امتلاك إستراتيجية للردع لمواجهة قدرات الردع لدول العداء المباشر على المستوى الإقليمي، بما يؤدي إلى تأمين وحماية حدود الدولة ويضمن ردع أو مجابهة قوى العدوان.

٥) بناء الدولة دفاعياً بحيث تكون قادرة على استخدام قدراتها المختلفة لمواجهة قوى التهديد من أجل تحقيق الأهداف والغايات الوطنية.

٦) تحقيق التوازن العسكري مع أقوى قوى التهديد من دول الجوار الجغرافي.

التنسيق بين قوى الدولة المختلفة في إطار إعلامي من خلال:

١) الدراسة التفصيلية لطبيعة الأهداف الوطنية، ومن ثم وضع الخطوات التنفيذية الإعلامية والتي يمكنها أن تشارك بشكل إيجابي من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

٢) وجود إدارة إعلامية جماعية، تساعد على بلورة القرار الإعلامي على المستوى الوطني.

٣) اتباع الأساليب الحديثة في تنفيذ البرنامج الإعلامي، بحيث يكون مقنعاً في قدراته ورسائله.

٤) التنسيق مع قوى الدولة المختلفة وتحديد متطلبات كل جهاز، حتى يبرز دور الإعلام بشكل متكامل بعيداً عن عدم الواقعية.

٥) إعداد الدراسات النموذجية للمشاريع الإعلامية التي تستوجب تعاوناً واسعاً وتخطيطاً تفصيلياً مسبقاً بالتعاون بين أجهزة الدولة المختلفة والأجهزة الإعلامية للدول الشقيقة.

٦) تنفيذ مشاريع إعلامية متكاملة على المستوى الوطني، بما يوحد اتجاهاتها ويسمح بتبادل المعلومات تحقيقاً للهدف الوطني المشترك.

٧) التخطيط المتكامل لجميع أجهزة الإعلام بحيث تستطيع أن تقوم في إطار هذا الدور بتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية.

٨) الاستعداد لمواجهة تقنيات القرن الحالي وتطوراتها المنتظرة خلال العقد الحالي والقادم.

الإستراتيجية الإعلامية الحربية

مفهوم الإستراتيجية الإعلامية الحربية:

يقصد بالإستراتيجية الإعلامية الحربية تحديد القواعد والأسس للدور الإعلامي الحربي، والمنوط القيام بها من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية الإعلامية بشكل عام والإستراتيجية الحربية للدولة بشكل خاص، أي أنها مزيج يجمع بينهما من أجل تحقيق الأمن الوطني للدولة.

وبطبيعة الحال هناك عدة محددات لمعالم الإستراتيجية الحربية الإعلامية، تهدف بالأساس إلى تحقيق أهداف وسياسة الدولة الحربية في إطار يحقق أمنها الوطني. والواقع أنه عند تحديد معالم هذه الإستراتيجية، فإن الأمر لا يتعلق بمحتوى هذه الإستراتيجية فقط، إنما يعنى تحديد قواعد وأسس عامة تسيّر عليها، حتى يمكنها مواجهة تحديات الحاضر والمستقبل خاصة فيما يتعلق بمواجهة النشاط

الإعلامي المعادي للدولة، بل ومواجهة التهديدات العسكرية سواء كانت خارجية أو داخلية.

يجب أن تقوم هذه الإستراتيجية على تحقيق المصادقية الإعلامية، والتعبير الحقيقي والموضوعي للرسالة الإعلامية بما يحقق الإقناع لدى المشاهدين، ويوفر لهم وجهاً جديداً قادراً على تقديم ثقافة عالية المستوى تتمشى مع روح العصر.

أهداف الإستراتيجية الإعلامية الحربية:

(١) إقناع الشعب بالأسس التي قامت من أجل تحقيقها والتي تتمثل في:

- أ- أهمية الدور المنوط بالقوات المسلحة وقتي السلم والحرب من أجل حماية ترابه الوطني.
- ب- ضرورة بناء قوات مسلحة قوية قادرة على مواجهة التهديدات العسكرية والمخاطر الموجهة للأمن الوطني.
- ج- أهمية بناء الدولة للدفاع، بحيث يمكن استخدام قوى الدولة الشاملة "عسكرية-سياسية-اقتصادية-بشرية.. الخ" من أجل مواجهة قوى التهديد المختلفة محققة الأهداف والغايات الوطنية للدولة.

(٢) تعريف المواطن بقدرات قواته المسلحة، والمستوى الذي وصلت إليه، والنشاطات المختلفة التي تقوم بها من أجل الارتقاء والارتفاع بمستوى استعدادها القتالي، وكذا دورها المؤثر والمشارك في دفع عملية التنمية على المستوى الوطني تحقيقاً لآمال الشعب وتوفير مطالبه.

(٣) إبراز القضايا المؤثرة على الأمن الوطني للدولة من خلال التعامل مع هذه القضايا باهتمام واضح، وواقع ملموس.

(٤) إبراز قوى التهديد على المستوى الإقليمي، وتوضيح الأسس والمحددات التي يتم من خلالها التعامل مع هذه القوى.

(٥) التأكيد على أن الإستراتيجية الحربية الإعلامية في تحركها على المستوى العربي تضع في اعتبارها أهمية:

أ- التعاون العربي المشترك وبناء قوات مسلحة عربية متطورة قادرة على مواجهة التهديدات المحيطة بها.

ب- التخطيط الحربي المشترك، من أجل تعزيز الأمن الوطني العربي.

ج- التدريب المشترك لتأمين المياه والأجواء الإقليمية.

د- أن تخدم الإستراتيجية الإعلامية الحربية في تحركها السياسة والأهداف الإستراتيجية للدولة، وألا تكون بعيدة عنها، بحيث تستطيع أن تخدم القضايا المختلفة سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية وغيرها.

أهداف السياسة الإعلامية الحربية:

(١) بناء إعلام حربي حديث ومتطور سواء من حيث المنهج أو من حيث الوسائل المستخدمة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مقروءة.

(٢) نقل الصورة الصحيحة عن دور ومهمة القوات المسلحة وقتي السلم والحرب، وتحقيق الترابط بين أفراد الشعب وقواته المسلحة.

(٣) مواجهة وسائل الدعاية النفسية المعادية التي تهدف النيل من تلاحم الدولة مع التخطيط للكشف عن أهدافها وتعرية أغراضها.

(٤) نشر مبادئ العلم العسكري والروح العسكرية لرفع كفاءة وأداء الشباب وجذبه نحو الحياة الحربية، بما يخلق جيلاً يؤمن بأهمية الدفاع عن التراب الوطني وتحقيق الأمن الوطني للدولة.

وسائل الإعلام ودورها في تحقيق السياسة الإعلامية الحربية

أصبح لوسائل الإعلام خاصة بعد انتشار الشبكات الإذاعية والتلفزيونية بعداً هاماً في تحقيق السياسة والإستراتيجية الحربية للدولة من خلال:

(١) تناول القضايا الوطنية التي تؤثر على إعداد الدولة سياسياً وحربياً واقتصادياً واجتماعياً، من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا، وتعريف المواطنين بأسبابها ومسبباتها وأسلوب التغلب على الأزمات، والتي يتم تناولها من خلال حلقات النقاش والندوات أو

من خلال البرامج الموجهة التي تهدف إبراز هذه القضايا وتحليلها وأسلوب التغلب عليها.

(٢) توضيح الدور الذي تلعبه قوى التهديد بالمنطقة، والتي تهدف إلى زعزعة الاستقرار في المنطقة.

(٣) توضيح الأهداف السياسية والإستراتيجية للدولة وطبيعة الصراع المسلح في ضوء التحديات والتهديدات المؤثرة على الأمن الوطني للدولة.

(٤) شرح الدوائر السياسية التي تتحرك الدولة من خلالها من أجل تحقيق التعاون على المستويين الإقليمي والعالمي.

(٥) إعداد الاقتصاد الوطني للدفاع، بما يتماشى مع ظروف الصراع المسلح الحديث، وكذا التوعية بالمطالب اللازمة لإدارة هذا الصراع والإعداد المسبق له، مع الاشتراك في إعداد خطة التعبئة الاقتصادية والتوعية بها، وشرح متطلبات الصراع المسلح، خاصة الأنشطة الرئيسية لإعداد اقتصاد الدولة من الزراعة-الصناعة-النقل^(١).

(٦) توضيح الدور الذي تسهم به القوات المسلحة، في بعض الدول، من أجل تخفيف العبء عن الإنتاج الاستهلاكي للدولة مع شرح أبعاد المشروعات الوطنية فيها من أجل المشاركة في بناء الاقتصاد الوطني.

(٧) تدعيم التلاحم والثقة المتبادلة بين الشعب والقوات المسلحة من خلال توعيته بأهمية بناء قوات مسلحة قوية، تدافع عن التراب الوطني، وشرح أبعاد هذا الدور بكافة مقوماته، مع التوعية بأهمية

(١) إعداد الاقتصاد الوطني للدفاع: هي عملية شديدة التعقيد ومتعددة الجوانب وتتطلب وقتاً ومجهوداً كبيرين، فهي عملية قومية لتحويل النظام الاقتصادي من اقتصاد سلم إلى اقتصاد حرب، وهذا يعني مواجهة المشكلة الاقتصادية للدولة في ظل ظروف غير طبيعية أو غير مألوفة في الحياة العادية. ولمشكلة اقتصاد الحرب = جوانب متعددة أهمها التعبئة الاقتصادية لمرافق الدولة وتوجيهها نحو الإنتاج الوطني الذي يدعم المجهود الحربي.

الإعداد الحربي للشعب من أجل تزويد قواته المسلحة بالعناصر "القوة البشرية" المُعدة والملائمة طبيياً وعسكرياً، وكذا الاستعداد للمشاركة في حماية وتأمين الأهداف الحيوية في عمق الدولة.

(٨) تناول مشكلات المجتمع والتي تؤثر على الأمن الوطني للدولة مثل "الانحراف - الإدمان - التطرف والإرهاب... وغيرها".

(٩) في الجانب الحربي:

أ- تعريف أبناء الشعب على أن كل مجتمع يحتاج لإعداد شريحة منه تحميه وتؤمنه حتى يتفرغ باقي المجتمع للإنتاج والتنمية، وتتمثل هذه الشريحة في بناء قوات مسلحة قوية قادرة على الاضطلاع بمسؤولياتها نحو حماية أراضي الدولة وأهدافها الحيوية، وشعبها ومكاسبها ونظامها ومواردها.

ب- تعريف المواطن بمطالب إعداد القوات المسلحة للوصول بها إلى مستوى عال من القدرة والكفاءة، بحيث تكون قادرة على تنفيذ المهام الموكلة إليها وقتي السلم والحرب، ومن ثم إقناعه بأن الدولة يجب عليها الإسهام بشكل مباشر في هذا الإعداد، والذي يتطلب توفير الوعاء البشري لتنمية هذه القوى، وتوفير مصادر التسليح سواء من الخارج أو بالتصنيع المحلي.

ج- العمل على تنمية الوعي الأمني والانتماء الوطني لدى الفرد لمجابهة أساليب وطرق العملاء، الأمر الذي يؤدي إلى سرعة الكشف والإبلاغ عنهم، وذلك من خلال نشر بعض قضايا التجسس وأساليب تجنيد العملاء.

د- التأكيد على الاعتزاز بالمواطنة والانتماء الوطني لدى أبناء الشعب وتدعيم اقتناع المواطن بأهداف وطنه وبهذا تسهم وسائل الإعلام في خدمة الأماني والمتطلبات الوطنية، والعمل على تكتل الرأي العام المساند للقيادة السياسية في مواجهة التهديدات الخارجية، والتحديات الداخلية.

الإعلام الحربي وأساليبه لتحقيق السياسة الإعلامية الحربية

الإعلام الحربي هو أحد عناصر وأدوات الإعلام العام للدولة، وليس منفصلاً عنه، فالإعلام الحربي من خلال إستراتيجية محددة الأهداف، يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي الحربي للدولة، ودعم الفكر العسكري لدى قوى الشعب وقواته المسلحة ومواجهة الدعاية المضادة.

والقوات المسلحة بكل دولة تنشئ الجهاز المناسب المسئول عن تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية الحربية، وبما يخدم الإستراتيجية الحربية للدولة، وفي إطار تسعى من خلاله إلى وضع إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم، يتم تنفيذها من خلال تخصيص مساحة إعلامية في وسائل الإعلام المختلفة المرئية، والمقروءة، والمسموعة، وقد أدى ذلك إلى أن يصبح الإعلام الحربي نافذة إعلامية تنطلق منها المفاهيم، والأفكار، والأهداف المختلفة للقوات المسلحة.

دور الإعلام في تحقيق الإستراتيجية الإعلامية الحربية من خلال وسائل الإعلام المختلفة:

من خلال التلفزيون: مع انتشار القنوات التلفزيونية المحلية والفضائية على مستوى العالم العربي والأوروبي، بل وفي بعض مناطق آسيا وأفريقيا، أصبح العمل الإعلامي الحربي قادراً على تحقيق أهدافه من خلال انتشاره الحالي داخل القنوات المحلية والفضائية، والتي يمكن من خلالها أن يلعب دوراً هاماً في حشد طاقات المجتمع المعنوية وقتي السلم والحرب من أجل تحقيق الأمن الوطني للدولة من خلال:

(١) تخصيص مساحات إعلانية متميزة في التلفزيون لإبراز دور القوات المسلحة في مواجهة الأزمات الداخلية مثل الكوارث الطبيعية.

(٢) تغطية الأنشطة العسكرية الهامة "مناورات عسكرية خاصة أو مشتركة".

(٣) توضيح الأهداف السياسية والإستراتيجية للدولة، وشرح أبعاد طبيعة الصراع المقبل، والقوى المعادية للدولة وتحركاتها للنيل من استقرارها.

٤) توضيح الدور الذي تشارك به القوات المسلحة في مجالات التنمية بالدولة وقت السلم من خلال الاشتراك في بعض نواحي الخدمة الوطنية "يتم ذلك في بعض الدول العربية مثل مصر".

٥) الاشتراك في توجيه الرأي العام وإعداده معنوياً ونفسياً من أجل خلق جيل قادر على الصمود أمام أي تحديات مادية أو معنوية خلال فترة الإعداد للحرب أو خلال فترة الحرب الفعلية.

٦) التوعية بأهمية التجنيد الإجباري لبناء الجيش القوى.

٧) الاشتراك في زيادة الوعي الثقافي والفكري لدى المواطنين من خلال شبكة المعلومات المرئية، وبعض البرامج الثقافية.

٨) التوعية بأهمية الحفاظ على المعلومات التي تتناول الأوضاع السياسية والحربية والاقتصادية والتي يهدف العدو الحصول عليها للإضرار بأمن وسلامة الوطن.

٩) توعية الشباب بالتهديدات الخارجية التي تهدد أمن الوطن، وشرح أهداف العدو للنيل من الوحدة الوطنية باستخدام أساليب ووسائل مباشرة وغير مباشرة، في إطار حرب نفسيه طويلة الأمد.

من خلال الإذاعة: مع التطور الحالي في مجال الإذاعة، من المهم أن يتطور معها الإعلام العسكري، من خلال بث برامج حربية عبر الشبكات الإذاعية المختلفة، تغطي من خلالها الأنشطة الحربية الهامة، ومن ثم فعند إعداد الخطة الإستراتيجية الإعلامية الحربية في مجال الإذاعة، يجب أن تتم على المبادئ التالية:

١) تأكيد روح الانتماء والوحدة الوطنية، وإذكاء روح التعاون بين أفراد الشعب والجيش.

٢) غرس روح التضحية لدى أفراد القوات المسلحة من أجل الدفاع عن الوطن.

٣) التأكيد أن للقوات المسلحة دوراً حضارياً في السلم والحرب تستطيع أن تقوم به بفضل روح التعاون بين مؤسسات الدولة والقوات المسلحة.

٤) التأكيد على أن بناء قوات مسلحة قوية هو هدف وطني، يجب أن يكون هو الهدف الأسمى لدى كل فرد من أفراد الشعب. وأن

القوات المسلحة من خلال تنفيذها لدورها يمكنها أن تبنى المواطن الصالح المؤمن بوطنه وعرويته و المستعد لتقديم الغالي والنفيس من أجل المحافظة على أمن الوطن.

ومن خلال هذه البرامج يمكن للإعلام العسكري أن يلعب دوراً بارزاً من أجل تغطية الأنشطة العسكرية الهامة، وفي إطار تنفيذه للإستراتيجية الإعلامية العسكرية من خلال الصحافة ووسائل الإعلام المقروءة:

ينفذ الإعلام الحربي دوره لتحقيق، الإستراتيجية الإعلامية من خلال الصحافة عن طريق المطبوعات الخاصة بالإعلام الحربي، وهي إما أن تصدر داخلياً على مستوى القوات المسلحة، أو خارجياً على المستوى المدني والعسكري، إضافة إلى الدوريات المختلفة من صحف، ومجلات، ونشرات سواء وطنية أو حزبية.

وفي إطار خطة العمل الإعلامي الحربي والإستراتيجية الإعلامية الحربية تقوم وسائل الإعلام المقروءة بتحقيق الأهداف التالية:

(١) تقديم أهم الأخبار التي تهم كل فرد داخل القوات المسلحة المصرية، سواء على الصعيد المحلي، أو الوطني، أو داخل نطاق القوات المسلحة.

(٢) مواجهة الشائعات بفكر حديث ومقنع، وكذا الحملات الإعلامية الدعاية النفسية، والتخطيط لمواجهةها.

(٣) تأكيد الدور الحضاري للقوات المسلحة على مر التاريخ من أجل خلق روح الانتماء لدى الشعب وأفراد القوات المسلحة، ويمكن أن يتم ذلك من خلال مطبوعات خاصة، ودوريات توضح هذا الدور.

(٤) إبراز القضايا الوطنية من خلال نشر الخبر وتحليله.

(٥) إبراز دور وسياسة الدولة الخارجية وارتباطها بالمتغيرات السياسية العالمية.

(٦) التأثير على أفراد الشعب بكافة قطاعاته من خلال التأكيد على أهمية التجنيد لبناء قوات مسلحة قوية، وأهمية توفير التسليح الحديث من أجل دعم قدرات وكفاءة القوات المسلحة، وكذا أهمية

التدريب المشترك عربياً وعالمياً تحقيقاً للفائدة والحصول على التكنولوجيا المتقدمة، علاوة على تأكيد أهمية إعداد الشعب للدفاع عن الدولة وكذا إعداد أراضى الدولة للحرب.

(٧) القيام بدور ثقافي يبرز النواحي المتعلقة بالعلم العسكري والتصنيع الحربي، وقضايا التسليح ومخاطر أسلحة الدمار الشامل، والتجارب والدروس المستفادة من الحروب المعاصرة واستخدام الأسلحة الحديثة.