

The Role of the Media in Managing Wars - An Analytical Study

<https://www.doi.org/10.56830/OROR6747>

Osama Ali Zain El Abdin 

Associate Professor of International Relations - Applied Science University - Kingdom of Bahrain

Corresponding author: osama.elabdin@asu.edu.bh

Abstract

Media and war are two words intertwined throughout different historical eras; the media played a vital and pivotal role in managing wars and armed conflicts. The media was employed as a means of mobilization and mobilization, preparation and control of events, organizing the flow of information, mobilizing consensus among the elites, and psychological warfare, and to the extent that techniques and tools have developed Wars throughout the different historical eras, technologies and media have developed to the same extent. At the present time, the importance of the media in managing wars and armed conflicts has increased due to the spread of digital media and social media (new media), and the media in the current era, known as the era of crises, has become the most important tools for managing wars and conflicts. In the era of algorithms, new digital technologies, and the spread of social networks, wars and armed conflicts have become media wars.

keywords: Media - War Department - Second Gulf War - Russian-Ukrainian War

دور الإعلام في إدارة الحروب- دراسة تحليلية

د. اسامه على زين العابدين

أستاذ العلاقات الدولية المشارك - قسم العلوم السياسية - جامعة العلوم التطبيقية - مملكة البحرين

ملخص

الإعلام والحرب، كلمتان متلازمتان عبر الحقب التاريخية المختلفة، لعب الإعلام دوراً حيوياً ومحورياً في إدارة الحروب والصراعات المسلحة، تم توظيف الإعلام كوسيلة للحشد والتعبئة، التمهيد والتحكم بالأحداث، تنظيم تدفق المعلومات، حشد الإجماع لدي النخب، والحرب النفسية، وبالقدر الذي تطورت فيه تقنيات وأدوات الحروب عبر الحقب التاريخية المختلفة، تطورت تقنيات ووسائل الإعلام بذات القدر، في الوقت الراهن زادت أهمية الإعلام في إدارة الحروب والصراعات المسلحة بسبب انتشار الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي (الإعلام الجديد)، وبات الإعلام في العصر الحالي الذي يعرف بعصر الأزمات أهم أدوات إدارة الحروب والصراعات المسلحة والخلافات السياسية بين الدول، وفي عصر الخوارزميات والتقنيات الرقمية الجديدة وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت الحروب والصراعات المسلحة عبارة عن حروب إعلامية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام - إدارة الحروب - حرب الخليج الثانية - الحرب الروسية الأوكرانية

تمهيد:

حُصص البحث لتناول دور الإعلام في إدارة الحروب من خلال تقسيم مادة البحث إلى ثلاث محاور رئيسية، تناول المحور الأول: مفهوم الإعلام من حيث اللغة والاصطلاح إضافة للتطوره، وتمت الإشارة إلى الإعلام السياسي كفرع من فروع الإعلام ومختص بالسياسة والحكم، كذلك تناول المحور مفهوم الحرب، أما المحور الثاني: تناول الإعلام وإدارة الحروب من خلال تناول: الحشد والتعبئة، السيطرة والتحكم بالأحداث، وتنظيم تدفق المعلومات، وتناول المحور الأخير دراسة نموذجين هما: حرب الخليج الثانية (١٩٩٠-١٩٩١م)، والحرب الروسية - الأوكرانية الماثلة، وختم البحث بخاتمة تضمنت أهم نقاط تم تناولها في البحث، إضافة إلى أهم نتائج البحث وأهم توصياته، وذيل البحث بقائمة للمصادر والمراجع.

المحور الأول: الإعلام والحرب:

الإعلام: الإعلام في اللغة: هو العلم بالشيء ويقال استعملت خبر فلان واعلمنيه واستعلمني الخير فاعلمته (المصري)، والإعلام مشتق من (اعلم) يقال علم اعلاما بمعنى اخبر اخبارا ولفظة الإعلام مشتقة من مادة علم، يقال الشيء أي شعر وما علمت بخبر قدومه وانصرافه، أي ما شعرت به، و(اعلم) ومعناها اخبر، واستعمله الخبر أي استخبره إياه، والإعلام مصدر مشتق من الفعل (اعلم) ومعناها وضع علامة على كل شيء أو عبارة مع أظهار هذا المعنى وابراره وتأكيداه وأشهاره امام عامة الناس إبلاغاً أي وصلتهم الشيء المطلوب، والإعلام بمفهومه الحديث يعني الاخبار (زلطة، ٢٠٠١).

الإعلام اصطلاحاً: يُطلق مصطلح الإعلام على جميع الوسائل والتقنيات والمنظمات، إضافةً للمؤسسات سواء التجارية أم غير الربحية، العامة أم الخاصة، الرسمية أم غير الرسمية، التي تكون مهمتها ووظيفتها الأساسية نشر الأخبار والمعلومات المختلفة ونقلها، يعتبر الإعلام المرآة التي تعكس ما يستجد علي حياة الشعوب من تطورات في مجالات مختلفة، ومن تفاعلات تحدث تأثيراتها علي حياة المجتمعات والأفراد.

تطور مفهوم الإعلام من الأنباء أو الأخبار والإبلاغ إلى مفهوم الاتصال أو التواصل وأصبح يتضمن رسالة تحملها الوسيلة الإعلامية من المرسل إلى المتلقي وقد تكون الرسالة على شكل كلمات أو صور أو حركات أو رموز وقد تشمل الرسالة على كافة الأشكال (علامة).



الإعلام السياسي: هو فرع من فروع الإعلام، تعددت تعريفاته بتعدد المنطلقات الإيديولوجية للإعلاميين والباحثين في مجالات الإعلام، وبصورة عامه أنه الإعلام الذي يهتم بالسياسة والحكم، ويحاول عبره النظام السياسي بث رسالته بهدف التأثير في المجتمع (طاهر، ٢٠١١).

الحرب: هي وسيلة من وسائل حلّ النزاعات بين الدول بطريقة القوة، وهي وسيلة عنيفة تستبدل القلم بالسيف على حد تعبير كلاوزوفيتز (رمحي، ١٩٧٤)، ومن المسلم به إن للحرب أهداف ولا تتم إلا في إطار تكتيكي معين واستراتيجية محددة، لذا يعتبر غاستون بوتول (G.Bouthoul) أن الحرب هي شكل من العنف له صفة أساسية هي أنه شكل منهجي ومنظم يتعلق بالجماعات التي تقوم بها والصور التي تديرها بها (بوتول، ١٩٨١)، فالحرب هي عمل عنفي بين طرفين متنازعين، يستعمل كل فريق جميع ما لديه من وسائل الدمار والهلاك للدفاع عن مصالحه وحقوقه أو لفرض إرادته على الغير، والحرب في القانون الدولي لا تكون إلا بين الدول (المجنوب، ١٩٨٣)، وبالتالي الحرب نشاط وعمل بشري له أهداف ونتائج وأثار، تستوجب إدارتها فنون وأدوات، ومن بين أدوات إدارتها الإعلام.

لدي وسائل الإعلام قيمة وأهمية للقادة السياسيين في أوقات السلم والحرب معاً، ولكن أكثر حوجه لها في أوقات الأزمات الوطنية والحروب، حيث يرغب هؤلاء القادة أن يكون الإعلام خادماً مخلص لهم والعمل باستمرار على نشر التصور والاستراتيجية الإعلامية الرسمية من أجل السيطرة على تلك الأزمات الوطنية والحروب التي تخوضها القادة السياسيين باسم الدولة، وعلى أرض الواقع لعبت وسائل الإعلام المختلفة دور الخادم المخلص بكفاءة وإقدار في تلك الأوقات، أي أوقات الأزمات الوطنية والحروب في مراحلها المتعددة، واعتمدت وسائل الإعلام في مثل هذه الحالات بشكل كامل على المصادر الرسمية للحصول على المعلومات حول الأزمات الوطنية أو الحروب الدولية، وفي هذه الظروف عادة ما يكون هنالك علاقات وثيقة بين القادة السياسيين والصحفيين كلاهما يؤازر الآخر في مهمته ووظيفته، وفي هذه الحالات يتجلى المزج بين قيود الحكومة والحس الوطني المرتفع للصحفيين، وفي مثل هذه الظروف يكون لدى الحكومة استراتيجية إعلامية أو تصور إعلامي مسانداً لوجهة نظرها حول الأزمات الوطنية أو حربها الدولية من أجل السيطرة والإدارة الفعالة لمجريات الأحداث المرتبطة بالحرب، وفي ظل الحروب الدولية تصبح وسائل الإعلام الوطنية مجرد وعاء ناقل للمنظور والتصور الرسمي الهادف لبناء مساندة محلية وإقليمية ودولية لمشروعية حربها وعدالتها، وتختلف وظائف وأدوار وسائل الإعلام في الظروف الطبيعية وأوقات السلم، حيث تلعب وسائل الإعلام دور السماسرة أو المتداولين (شبه النزيهين) في فترات الجدل العام والمناظرات السياسية حول القضايا الخلافية المثيرة للجدل (الألوسي، ٢٠١٢)، وفي هذه الأوقات تقوم وسائل الإعلام السياسي المختلفة لاسيما الإخبارية بتحديد وانتقاء اللعبيين الأساسيين في الصراع وتقدم لهم منابر عامه للنقاش والحوار لتوضيح وجهة نظر الحكومة فيما يتعلق بالأحداث الجارية المتعلقة بالأزمات الوطنية أو الحرب التي تخوضها ضد دولة أخرى (حرب دولية)، ومن المحتمل أن يتم سماع نقد للحكومة من قبل بعض المعارضين لتأكيد استقلالية وسائل الإعلام السياسية لاسيما في الدول الديمقراطية.

في ظل الحروب من الصعب عزل تأثير دور وسائل الإعلام السياسي عن العوامل الأخرى المتعلقة بإدارة الحروب، بل العكس هنالك العديد من المبادئ والاستراتيجيات التي تؤكد على مركزية وحيوية دور وسائل الإعلام السياسي لاسيما الإخبارية في إدارة أي حرب قائمة أو محتملة، ويبرز دور الإعلام في إدارة الحروب في مراحلها المختلفة، أثناء مرحلة التخطيط وانتهاءً بمرحلة نهاية الحرب، إضافة إلى النتائج والآثار، حاجة القيادة السياسية لوسائل الإعلام السياسي في إدارة الحرب تكمن في التعبئة (التحريك)، والتحكم السياسي، أي التمهيد والتحكم بالأحداث، تنظيم تدفق المعلومات، والقدرة على تحريك وحشد مساندة الحكومة (الألوسي، ٢٠١٢)، وهو المتغير الأكثر أهمية في تحديد دور الإعلام السياسي في إدارة الحروب، كذلك تعطي الحكومات في أثناء الحروب فرصة لوسائل الإعلام السياسي للتغطية الإخبارية للمواجهات العسكرية تمهيداً للسيطرة والاستحواذ على الأحداث لتهيئة الرأي العام المحلي والعالمي بان الحكومة المعنية هي الطرف القوي والمتحكم فيما سيجري من أحداث مستقبلاً، كذلك تعطي الحكومة درجة أكبر من حرية العمل والاختيار في السيطرة على تدفق المعلومات في الحرب أو

الصراعات المسلحة حتي تتمكن وسائل الإعلام السياسي عن تحقق نوعاً من الاستقلال الذاتي الشكلي والصورى، إضافة لتأكيد حرية الإعلام.

مركزية دور الإعلام في إدارة الحروب تتحقق بجعل وسائل الإعلام السياسي لاسيما الاخبارية مصدرا للمعلومات ومنبرا يطل من خلاله القادة السياسيين لكسب الراي العام المحلي والدولي واقناعهم بشرعية وعدالة قضيتهم و حربهم، وفي حالات الحروب الدولية تحاول القيادة السياسية ضمن استراتيجيتها الإعلامية أن تستخدم وسائل الإعلام الدولية ضمن وسائل إدارة الحرب التي تخوضها، وبالمقابل يحاول الخصوم استخدام ذات الأدوات (وسائل الإعلام الدولية) كوسائل للترويج بعدم شرعية الحرب وعدم عدالتها وضرورة التدخل الخارجي.

المحور الثاني: الإعلام.. وإدارة الحروب:

هناك علاقة عضوية بين الإعلام والحروب (الصراعات المسلحة) بين الدول، ويختلف دور الإعلام من حيث المهام والوظائف باختلاف مراحل تطور الصراعات المسلحة(الحروب)، كذلك تختلف عناصر ومحتوي التخطيط الإعلامي باختلاف مراحل تطور الحروب، أيضاً تختلف الخطط الإعلامية لإدارة الحرب باختلاف طبيعة ونوعية الحروب، وباختلاف طبيعة وتباين قدرات وإمكانيات الدول المتحاربة أو ذات الصلة بالحرب الماثلة(الدائرة) في حينها، ورغم ما ذكر، أتفق الباحثون والمختصون على وجود عناصر مشتركة للإعلام في إدارة الحروب(الصراعات المسلحة) بين الدول، وهي:

١. الحشد والتعبئة:

تبحث القيادة السياسية قبل بدء الحرب عن الدعم والتأييد من قبل جميع شرائح المجتمع بما في ذلك المعارضة السياسية، في المجتمعات الديمقراطية يلعب الإعلام دور حيوي لحشد التأييد لقرار الحرب واستخدام القوة العسكرية، وتلعب وسائل الإعلام المختلفة دور محوري لحشد الدعم والتأييد الشعبي خلف القيادة السياسية والعسكرية أثناء الحرب وسير العمليات العسكرية من أجل مساندة القوات المقاتلة وهي في الميدان، بالمقابل أن تحقيق التوافق الوطني لقرار الحرب له انعكاسات لتعاطي وسائل الإعلام مع فعاليات الحرب المختلفة، وبذلك قد يتحول المنتقدون لقرار الحرب بفضل تعاطي الإعلام إلي داعم رئيسي ومساند لقوات بلاده في حربها وصراعها المسلح، من المستحيل أن تحقق القوات المسلحة الأهداف القومية للحرب أو الصراعات المسلحة دون دعم وسند شعبي، وهنا يأتي دور الإعلام لحشد وتعبئة القدرات والإمكانيات الرسمية والشعبية من أجل إدارة الحرب بصورة حكيمة تحقق أهدافها التي نشبت من أجلها، كذلك التوافق الوطني وحشد التأييد والتعبئة السياسية أمر في غاية الأهمية لإدارة الحرب، ويتحقق ذلك باتصال واتحاد القيادة السياسية والمعارضة معاً مما يوحد قناة الاتصال وحرمان وسائل الإعلام من أي مصادر بديلة، وذلك يسهل علي القيادة العسكرية السيطرة والتحكم في تدفق المعلومات العسكرية علي وسائل الإعلام المختلفة من أجل السيطرة والتحكم في سير العمليات العسكرية ومن ثم الإدارة الحكيمة والفعالة للحرب، وبتلك الإجراءات تستطيع القيادة السياسية أن تسيطر بسهولة على المحيط السياسي وعبرها تستطيع السيطرة على الإعلام بوسائله المختلفة، وبذلك يمكن تحقيق مستوي عال من التنظيم والسيطرة على تدفق المعلومات ومن ثم قطف ثمار التوافق الوطني والدولي حول الحرب، وتسطيع القيادة السياسية أن تصور الحرب كما ترغب مستغلة سيطرتها الإعلامية وحشد وتأييد الجبهة الداخلية، من أجل الحشد والدعم الدولي في مواجهة المواقف الأخرى المعارضة.

٢. السيطرة والتحكم بالأحداث:

القدرة في التحكم والسيطرة في ميدان الحرب تمنح المتقاتلين من الطرفين أو الأطراف المختلفة أفضلية نسبية في التخطيط للحملات الإعلامية، وفي تحديد الأولويات في التغطية الإعلامية بشكل مسبق وواضح مثل: التركيز والتقدم الميداني، تداعيات بعض القارات الجوية علي المدنيين والبنية التحتية المدنية، الأثار البيئية جراء العمليات القتالية، أسرى الحرب، ومبادرة التغطية الإعلامية تأتي من السلطات الحاكمة أو من الجيش، أن القدرة والتفوق العسكري في ساحة القتال إضافة للموارد والتنظيم تسمح للقيادة السياسية والعسكرية بالتمهيد والتحكم بالأحداث الجارية ذات الصلة بالحرب أو الصراعات المسلحة، فالعلاقة بين القدرات والإمكانيات المادية وقوة



السيطرة والتحكم بالأحداث علاقة عضوية لا يمكن فصلها، الهيمنة والسيطرة على ساحة القتال يسمح بالهيمنة والسيطرة الإعلامية والدعائية، بالمقابل ما يقوم بفعله الطرف الآخر أو الأطراف الأخرى في ميدان الإعلام أثناء سير العمليات القتالية لا يخرج من دائرة رد الفعل الإعلامي، وبصورة أدق عدم امتلاك القدرة على رد الفعل إزاء أنشطة وأفعال واقوال الطرف القوى والمهيمن والمسيطر على ساحتي القتال والإعلام معاً، وبذلك يُظهر المعنيين بالإعلام من القادة السياسيين أو العسكريين أثناء الحرب القدرة على التخطيط لفترة زمنية متوسط أو بعيدة الأمد لنوعية الأخبار التي يرغب بنشرها عبر المسارات المتعددة للحملة الإعلامية والدعائية مثل: أعداد طائفة من التقارير تظهر التفوق المادي والتقني والتكنولوجي عن القوات المحتمل مشاركتها في العمليات العسكرية أثناء تجمعها وتأهبها للقتال، وذلك يعطي ضماناً كافية بعدم تعرض الطرف القوي المسيطر والمتحكم بالأحداث وسير العمليات العسكرية للمفاجآت من أي طارئ أثناء القتال، ومن ثم ضماناً عدم تعرضهم للمفاجآت الإعلامية والدعائية ذات الصلة بالحرب.

٣. تنظيم تدفق المعلومات:

فرض القيود والرقابة (القبلية والبعدية) على وسائل الإعلام يسمح للقيادة السياسية والعسكرية بتنظيم وتدقيق المعلومات أثناء سير العمليات العسكرية، في ظل ظروف الحروب وسير العمليات العسكرية لتجاً القيادة السياسية والعسكرية للسيطرة على تدفق المعلومات بصورة مباشرة وحزرة وفعالة في نفس الوقت بفرض القيود والرقابة على وسائل الإعلام المختلفة من خلال عدد من الأنشطة والإجراءات مثل: الاتصال المركزي بين المعنيين من الإعلام والصحفيين من قبل استعلامات القيادة العسكرية بعيداً عن مسرح الحرب في شكل تجمعات ومؤتمرات صحفية (إيجاز صحفي)، فرض رقابة عسكرية قبلية (مسبقة) على كل الأخبار والأحداث والأنشطة العسكرية أثناء الحرب، إجبار الصحفيين على التوقيع على اتفاقية حماية السرية المتعلقة بعدم نشر أي أنشطة عسكرية دون موافقة عسكرية من قبل الجهات الرقابية العسكرية، وتسويق القيادة السياسية والعسكرية عدة مبررات لتلك الإجراءات ذات الصلة بالقيود والرقابة على الإعلام أثناء سير العمليات العسكرية، ولكن تظل الحقيقة الماثلة هي "تنظيم تدفق المعلومات"، لذلك لم تسمح القيادة العسكرية بنشر كل الأخبار والأحداث التي يرغب الجمهور في معرفتها، ومعظم المعلومات أثناء الحرب مصدرها وأحد فقط وهو مقر القيادة العسكرية والإعلامية أو مراسلي وسائل الإعلام المختلفة المعنيين بالتغطية الميدانية أثناء الحرب والذين يعملون بإمرة القيادة العسكرية الميدانية، تلك الإجراءات من المؤكد سوف تفقد لامتعاظ وإثارة حفيظة شريحة واسعة من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، وربما تدفع بعدد من قادة العمل الإعلامي بتحرير رسائل وبيانات احتجاج لادي السلطات المختصة بسبب أحاساسها بخطورتها على حرية العمل الإعلامي بصورة عامة وحرية الصحافة على وجه الخصوص، وأحاساسها بتزايد خطر الرقابة الحكومية على الإعلام، وليس لها مبرر مطلوب لحماية سلامة القوات المقاتلة وأمن العمليات العسكرية، وفي هذه الحالات قد يشككي قادة العمل الإعلامي والصحفيون من التعدي على استقلاليتهم، والتحقق من دقة المعلومات المعطاة لهم، وغالب ما يجبروا على تقبل ما يقال لهم فقط وما يراد لهم معرفته، ولكن لم يكن بوسعهم فعل الكثير تجاه تلك الإجراءات المراد منها السيطرة على تدفق المعلومات أثناء سير العمليات العسكرية من أجل إدارة الحرب بصورة سليمة وحكيمة، ورغم ذلك قد تجد حالات استثنائية أثناء الحرب تتمكن فيها بعض وسائل الإعلام من أحرار نصر لصالح حرية واستقلالية وحيادية الإعلام دون أن يكون لها أثر سلبي عميق على الإدارة الجيدة للحرب.

المحور الثالث: نماذج دراسية:

النموذج الأول: حرب الخليج الثانية (١٩٩٠-١٩٩١م):

هي حرب شنتها قوات التحالف الدولي بقيادة الولايات المتحدة ضد العراق لتحرير الكويت من الاحتلال العراقي في ١٩٩٠م، بعد ساعات من الاجتياح العراقي للكويت في يوم ٣١/يوليو ١٩٩٠م تبني مجلس الأمن الدولي قرار رقم (٦٦٠) شجب فيه الاجتياح وطالب بانسحاب العراق من الكويت دون قيد ولا شرط، بعدها تم تشكيل تحالف عسكري دولي من (٣٤) دولة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية ضد العراق لتنفيذ قرارات مجلس الأمن الدولي الخاص بانسحاب العراق من الكويت، بدأت الحرب وانتهت بنصر مؤزر للتحالف الدولي علي

العراق بعد المعركة البرية التي بدأت في ٢٤/فبراير ١٩٩١م وانتهت في ٢٧/فبراير ١٩٩١م، أي بعد (١٠٠) ساعة.

دور إعلام التحالف الدولي في إدارة حرب الخليج الثانية:

وضع طرفا الحرب (الصراع المسلح) التي عرفت باسم "حرب الخليج الثانية" في ١٩٩٠-١٩٩٩م، استراتيجية إعلامية خاصة بكل منهم لإدارة الحرب، ولكل استراتيجية أهداف وأساليب لتنفيذها، ومنذ البداية وضعت القيادة المشتركة لقوات التحالف الدولية استراتيجية إعلامية قائمة على عدة اعتبارات (الإعلام الحربي العربي والاجنبي وحرب الخليج الثانية، ١٩٩٠-١٩٩١م):

١. القيود المفروضة على أفراد القوات العراقية، مع ضرورة توافر المعلومات الدقيقة عن الموقف الحربي والنفسي العراقي.

٢. مراعاة الدقة في التوقيت واستخدام مختلف أساليب ووسائل الدعاية.

٣. توظيف الأحداث والظروف لخدمة أهداف الدعاية.

تضمنت الاستراتيجية الإعلامية لقوات التحالف الدولية الأهداف التالية:

١. أضعاف الروح المعنوية للقوات العراقية وتدمير قدراتها القتالية والمقاومة.

٢. توضيح عدم شرعية احتلال الكويت.

٣. توسيع فجوة الخلاف داخل القوات العراقية.

٤. العمل على رفع الروح المعنوية لقوات التحالف الدولية المشتركة.

كذلك تضمنت الاستراتيجية الإعلامية لقوات التحالف الدولية الأساليب التالية:

١. التعبئة المعنوية والنفسية للرأي العام.

٢. تدمير القدرات القتالية وخفض الروح المعنوية للقوات العراقية.

٣. مواجهة الدوافع السلبية ورفع الروح المعنوية لقوات التحالف المشتركة.

أضافة للاستراتيجية الإعلامية للقيادة المشتركة لقوات التحالف الدولية، وضعت جميع دول التحالف استراتيجية إعلامية خاصة بها ولكن جميعها لم تخرج من السياق العام للاستراتيجية المشتركة لقوات التحالف الدولية، على سبيل المثال وليس الحصر، وضعت القيادة السعودية استراتيجية إعلامية حددت فيها أربعة محاور يتحرك من خلالها الإعلام السعودي، تمثلت في الاتي (الإعلام الحربي العربي والاجنبي وحرب الخليج الثانية، ١٩٩٠-١٩٩١م):

١. إدانة الاعتداء العراقي على الكويت ورفض كل ما يترتب عليه من إجراءات.

٢. التأكيد على الالتزام بالقرارات الدولية أو القرارات العربية والإسلامية، مع التركيز على الحل السلمي من خلال انسحاب القوات العراقية من الكويت.

٣. المطالبة بالانسحاب الفوري للقوات العراقية من جميع الأراضي الكويتية دون قيد أو شرط وعودة الشرعية إليها.

٤. المطالبة بانسحاب جميع الحشود العراقية المرابطة على حدود المملكة مع ضمان عدم اعتداء العراق على اية دولة عربية خليجية أخرى.

عملياً، قامت سفارة الكويت في أمريكا بتمويل الحملات الإعلامية التي قامت بها منظمة "مواطنون للكويت الحرة" لاستمالة الرأي العام الأمريكي والعالمي للقبول بالإجراءات الحكومية الأمريكية الخاصة بالتدخل الأمريكي في المسألة الكويتية بعد أن برزت أصوات أمريكية تعارض ذلك التدخل، أيضاً قامت السفارة الكويتية بواشنطن برعاية العديد من البرامج الإذاعية والمناسبات الرياضية للتأثير على الرأي العام الأمريكي والعالمي بالقبول والتدخل في القضية الكويتية، أضافة لعدد من الأنشطة لصالح استمالة الرأي العام الأمريكي نحو الإجراءات الرسمية المتعلقة بموافقة مجلسي الشيوخ الأمريكي ومجلس النواب على استخدام القوة العسكرية لتحرير الكويت.

بالمثل قام الإعلام الحربي السعودي بمساندة الكويت بإقامة محطة إذاعية كاملة من أجل شرح القضية الكويتية، وإيجاد حلقة اتصال مع الشعب الكويتي داخل الكويت المحتلة، بالإضافة إلى تنظيم الزيارات الميدانية إلى جبهات القتال وتسهيل مهمة الصحفيين ومراسلي وسائل الإعلام المختلفة، وتقديم الخدمات الإعلامية للوفود العربية والأجنبية.

بمثل ما فعلت المملكة العربية السعودية، فعلت جميع دول التحالف الدولي، فقد وضعت جميعها استراتيجيات إعلامية لإدارة الحرب (حرب الخليج الثانية) التي شاركت فيها وأصبحت جزءاً منها، ومثال آخر لدولة أجنبية يمكن الإشارة إليه، وهو دور الإعلام الأمريكي في إدارة الحرب (حرب الخليج الثانية)، وقد بدأ هذا الدور منذ اليوم الأول لغزو العراق للكويت واستمر ليغطي فترة العمليات العسكرية لتحرير الكويت، نجح الإعلام الأمريكي في تهيئة الرأي العام وإعداده لتأييد الحرب ضد العراق بشكل تدريجي متصاعد مع التأكيد على الاتي (الإعلام الحربي العربي والاجنبي وحرب الخليج الثانية، ١٩٩٠-١٩٩١م):

١. أن وجود القوات الأمريكية على أرض المملكة العربية السعودية بالاشتراك مع القوات الحليفة، أمر له ضرورة قصوى وكان لها ما يبررها.
٢. التأكيد على أن القوات العراقية داخل الكويت هي قوات احتلال، واستمرار وجودها لا مبرر له من وجهة نظر الشرعية الدولية، وأن صدام حسين يتحدى القرارات الدولية ورافض للسلام وراغب في الحرب.
٣. كانت معزوفة الدفاع هي الأساس الذي انطلقت منه موضوعات الإعلام الحربي عند الحديث عن القوات الأمريكية على أرض السعودية من خلال توضيح كلمة الدفاع في كل بيان حرب مثل: الدفاع عن أمن وسلامة المنطقة، الدفاع عن السلام العالمي، الدفاع عن المبادئ والمثل، الدفاع عن القانون الدولي، الدفاع عن أصدقائنا.

كذلك أكدت الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية على محورين مطلوبين هما:

١. تبرير ضرب الآلة الحربية العراقية.
٢. كسب المزيد من التعاطف مع قوات الحلفاء لتدعيمها عسكرياً بالقوات أو السلاح أو المال.
٣. سار الإعلام الأمريكي قبل الحرب في اتجاهين هما:
 ١. العمليات النفسية الموجهة ضد العراقيين.
 ٢. مواجهة الدعاية المضادة.
- كذلك تحرك الإعلام الأمريكي أثناء الحرب ومع بداية العمليات العسكرية نحو عدد من المحاور الرئيسية هي:
 ١. إيجاد المبرر للاستمرار في الحرب.
 ٢. تفنيد الدعاية العراقية وتصويرها للرأي العام على أنها مزيج من المزاعم والأكاذيب.
 ٣. الاستمرار في تكثيف العداء والكراهية ضد صدام حسين.
 ٤. كسب التعاطف والتأييد عربياً وعالمياً وتحقيق الإعجاب للقوات الأمريكية بسلاحها وأدائها المتميز.

ميدانياً، روج إعلام التحالف الدولي لعبارة ثابتة وهي "امتلاك واستخدام العراق للسلاح النووي"، وعمل على شيطنة نظامه ورئيسه صدام حسين، وعمل بحزم على حصر قضية الحرب في قيادة العراق السياسية، وعمل باستمرار علي تعميم صورة الرئيس العراقي المشيطن (دكتاتور - مجرم حرب) علي جميع أفراد القيادة السياسية ونظام حكمه، لذلك طبق الإعلام والساسة الغربيون وإعلام بعض دول الجوار لاسيما العربية قاعدة اتهام الطرف العراقي بامتلاك واستخدام الأسلحة النووية والعديد من الأسلحة المحرمة دولياً، وتم تداول وتعزيز تلك الصورة بعد أن تعمد وزير الخارجية الأمريكي كولن باول عرض أنبوب لمسحوق أبيض علي مجلس الأمن الدولي مدعياً امتلاك صدام حسين لأسلحة كيميائية.

الرئيس العراقي صدام حسين كان النموذج الأوضح في شيطنة الطرف الأخر، فقد جري ذكر اسمه بصورة متواترة على لسان الرئيس الأمريكي جورج بوش الابن ووزيرا خارجيته والدفاع، وكذا الحال في أجهزة الإعلام، مسبقاً بلفظ: الديكتاتور، القاتل، مجرم الحرب، ومن استخدم السلاح الكيماوي، ونحو ذلك، وكان الإعلام

الأمريكي ينشر بصفة يومية تقارير عن جنون العظمة المصاب به صدام حسين حسب زعمهم (خطط الإعلام الغربي بين حربي العراق وأوكرانيا، <https://www.albayan.co.uk>)، إضافة إلي إصاق مفردات مثل: إدمان القتل، سفك الدماء، الإرهاب ونحو ذلك باسمه.

عمد وعمل إعلام التحالف على وصف حرب "الخليج الثانية" بأنها حرب دفاعية، وليست غزواً أو احتلالاً، كذلك عمد وعمل إعلام التحالف على وصف أهداف الحرب بالنبيلة "تحقيق حرية العراق"، أو "تحرير شعب العراق"، أيضاً ظل إعلام التحالف يبرر قتل الجيش الأمريكي للمدنيين العراقيين بأنها جرت بالخطأ نتيجة لالتصاق الجيش العراقي بالمدنيين وتواجد أفرادهم بينهم، بالمقابل أخفي إعلام التحالف قتلي وجرحي وخسائر الجيش الأمريكي جراء الأنشطة العسكرية للجيش والمقاومة العراقية حفاظاً علي الروح المعنوية للجيش الأمريكي والسيطرة على تدفق المعلومات المراد تدفقها للشعب الأمريكي.

حرب الخليج الثانية، هي أول حرب تجري أحداثها مباشرة في وسائل الإعلام المختلفة، وأصبح المشاهد على مستوي العالم يشاهد ويسمع ويتتبع مجرياتها وتفاعلاتها وتداعياتها بصورة مباشرة من خلال شاشات القنوات التلفزيونية والإذاعية، وكانت أول تغطية إعلامية بهذا الحجم وبهذا التركيز على حدث واحد لأسابيع متتابعة حتى وضعت الحرب أوزارها، وصاحبة حرب الخليج الثانية حملة ضخمة من الدعاية والدعاية المضادة والتشويش والتضليل الإعلامي، واثناء الحرب عملت القيادة السياسية والعسكرية الأمريكية علي شيطنة الرئيس العراقي صدام حسين وتشويش صورته كما سبق القول بذلك، وبالمقابل عرض إعلام التحالف بصورة عامه والإعلام الأمريكي بصورة أخص أفعالهم في مسرح العمليات في سياقات مقبولة، أظهر الإعلام الأمريكي بأن القوات العسكرية للتحالف تعمل ما بوسعها لتقليل الإضرار الجانبية ولتحاشي الإضرار بالمدنيين والبنية المدنية.

دور الإعلام العراقي في إدارة حرب الخليج الثانية:

اعدت القيادة السياسية العراقية الطرف الآخر في حرب الخليج الثانية استراتيجية إعلامية لتوظيفها في حربها ضد قوات التحالف الدولي، تضمنت استخدام أساليب الدعاية المعادية والمضادة كالتالي (الإعلام الحربي العربي والاجنبي وحرب الخليج الثانية، ١٩٩٠-١٩٩١م):

١. الدعاية المعادية: الهدف منها أحداث هزة نفسية لدي قوات التحالف المشتركة، وتمت إدارتها على ثلاث محاور هي:

أ. تجاه القوات المشتركة: تهدف إلى التشكيك في نظم الحكم الخليجية، والتشكيك في قدرة قوات التحالف الدولي في الوقوف أمام قوة وقدرات القوات العراقية، إضافة إلى إثارة المشاعر الدينية تجاه تواجد القوات الأجنبية في أرض الحرمين (السعودية).

ب. تجاه الدول العربية: من خلال الإيحاء لحركات المقاومة في السعودية ومصر، وتشجيع قيام ثورات وانتفاضات شعبية في الدول العربية المشاركة في التحالف الدولي، وإثارة المشاعر القومية والوطنية والدينية لدي القوات العربية المشاركة في التحالف ضد الوجود الغربي بالسعودية وبقية دول الخليج.

ت. على المستوي الدولي: سعي العراق لاختراق وتمزيق التحالف الدولي من خلال استنفاد أهداف الضربات الجوية وأطاله أمد الحرب.

٢. الدعاية المضادة: اعتمدت هذه الدعاية على ثلاث مهام رئيسية هي:

أ. التحصين: فرض القيود والإجراءات لتحول دون تعرض الجنود العراقيين للدعاية المعادية.

ب. التلقين: توعية الجنود وتأمينهم ضد الدعاية المعادية.

ت. الخداع: من خلال تقليد بعض أدوات ووسائل الإعلام مثل: إذاعة صوت أمريكا، وبث انباء تسيء لقوات التحالف الدولي.

النموذج الثاني: الحرب الروسية - الأوكرانية (فبراير ٢٠٢٢ - أكتوبر ٢٠٢٢م):

هي عبارة عن غزو روسيا لأوكرانيا في ٢٤ فبراير ٢٠٢٢م على خلفية اتهام روسيا للحكومة الأوكرانية بممارسة الإبادة الجماعية للناطقين باللغة الروسية في أوكرانيا، حيث أتخذ الرئيس الروسي فلاديمير بوتين قرارا

بشن عملية عسكرية ضد أوكرانيا مدعياً دعم شعوب أوكرانيا في تقرير مصيرها، كما صرح أن روسيا تسعى إلى نزع السلاح من أوكرانيا، بالمقابل أعلنت الدول الغربية وعدد من دول العالم الآخر دعم أوكرانيا بالسلاح والمؤن العسكرية اللازمة للدفاع عن شعبها ووحدة أراضيها.

لعب الإعلام بصورة عامه والإعلام الجديد (وسائل التواصل الاجتماعي) الدور البارز في إدارة حرب روسيا- أوكرانيا من قبل الطرفين الروسي- الأوكراني والداعمين لها من الدول الغربية، فقد جسدت هذه الحرب أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام في إدارة الحروب خاصة بعد التطور الهائل للإعلام الرقمي ووسائله الجديدة. إدارة الإعلام الروسي للحرب الروسية- الأوكرانية:

كغيرها من الدول التي تعيش في حالة حرب عملت روسيا علي توظيف أدوات الإعلام المختلفة والمتاحة لها في إدارة حربها مع أوكرانيا والدول الغربية الداعمة لها في هذه الحرب، فقد صور الإعلام الروسي الحرب مع أوكرانيا ومن خلفها الدول الغربية علي أنها "عملية عسكرية خاصة" ، ووصفتها بأنها ضرورية لوقف زحف حلف الناتو نحو المحيط الجغرافي الاستراتيجي الروسي(حرب دفاعية)، وليست هجومية استعمارية، وهدفها الآخر إنهاء حكم النازيين الجدد أو القوميين بقيادة زيلينسكي لأوكرانيا وإنقاذ المواطنين الأوكرانيين الناطقين بالروسية في شرق أوكرانيا، وسارت منصات الإعلام الروسية على قدم وساق مع الخطاب الرسمي للحكومة الروسية لتبرير الحرب والإعتداء الروسي على أوكرانيا.

من أجل السيطرة على الإشاعات ودحض الأخبار المزيفة، والتحكم في تدفق المعلومات أغلقت السلطات الروسية في أوائل فبراير ٢٠٢٢م، وقبل بداية الهجوم الروسي على أوكرانيا مكتب إذاعة صوت ألمانيا "دويتشه فيله" في روسيا ومنعت بث برامجها عبر القمر الصناعي الروسي وكل وسائل البث الأخرى، وعملت السلطات الروسية على فرض رقابة صارمة على وسائل الإعلام في تغطيتها للحرب غير تلك التي توفرها لهم، وعلى الصعيد العملي أقر مجلس النواب الروسي(دوما)، قانون "تجريم التضليل الإعلامي" الذي أقر عقوبات صارمة تصل إلي خمس عشر عاما بالسجن لمن ينشر "أخبار كاذبة" بشأن الجيش الروسي وكشف معاقله بأوكرانيا، وتعتقد روسيا أن صدور ذلك القانون ضروري لمواجهة الحرب الإعلامية غير المسبوقة من قبل الغرب ضد روسيا، على خلفية الحرب الإعلامية (حجب مواقع -قطع إنترنت - التضيق على مواقع التواصل الاجتماعي)الدائرة حجبت روسيا موقع إذاعة " بي بي سي" البريطانية، وصوت أمريكا، ضمن مجموعة من وسائل الإعلام في إطار حرب الحجب والتشويش التي سبقت العمليات العسكرية بين أطراف الحرب الروسية - الأوكرانية، وفي إطار سياسة الحجب بين الطرفين من أجل حماية المتلقين من خطورة المعلومات المضللة والتشويش المتعمد أغلقت الحكومة الروسية أكبر محطة إذاعية في روسيا وهي "صدي موسكو" بسبب تغطيتها للحرب في أوكرانيا.

أيضاً عمل الإعلام الروسي على شيطنة القيادة الأوكرانية، حيث وصفها بـ"النازيين الجدد"، "القيادة القومية"، ووصف الإعلام الروسي الرئيس الأوكراني فولوديمير زيلينسكي بالعمالة لأمريكا، وأنه يقود مجموعة من النازيين الجدد الذين ارتكبوا جرائم حرب في بعض أقاليم أوكرانيا ضد الذين يتحدثون باللغة الروسية، وأن الرئيس الأوكراني ومجموعته قاموا باختطاف الحكم في أوكرانيا بانقلابهم علي رئيس شرعي كان يحكم أوكرانيا "بترو بوروشينكو".

حملت وسائل الإعلام الروسية الغرب مسؤولية إطالة أمد الحرب "العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا" بدعمه غير المحدود لأوكرانيا بالأسلحة والقدرات العسكرية الحديثة والمتطورة لمواجهة كفاءة وفعالية الجيش الروسي وتحقيق توازن القوة معه، كذلك عمل الإعلام الروسي لإظهار جوانب التفوق الروسي في مسيرة العمليات العسكرية وإظهار جوانب الضعف والخسائر الروسية التي ترغب روسيا في إظهارها لوسائل الإعلام المختلفة المحلية والدولية، ووصل الأمر إلي حد قيام السلطات الروسية بالتحذير من حظر اية وسيلة إعلامية روسية مستقلة لا تغطي الحرب بالطريقة التي تريدها موسكو وسلطاتها العسكرية، كما أعلنت موسكو أنها فرضت "قيوداً على الوصول" إلي " فيسبوك" في روسيا، وذلك رداً علي القيود التي فرضتها الشركة علي المحتوى الروسي (الحداد، بلا تاريخ)،

إدارة الإعلام الأوكراني والغربي للحرب الروسية- الأوكرانية:

بمثل ما فعلت روسيا في توظيف وسائل الإعلام المختلفة المحلية والعالمية لأداره حربها ضد أوكرانيا التي أطلقت عليها "عملية عسكرية خاصة"، ووصفتها وسائل إعلامها بأنها "حرب دفاعية" أو "حرب وجودية" فعلت أوكرانيا ومن خلفها الدول الغربية الشيء نفسه، لتؤكد توظيف وسائل الإعلام كوسيلة من وسائل إدارة الحروب، حيث وصفت الحرب بأنها "حرب دفاعية"، فقد عملت منذ البداية على ضرب تماسك الجبهة الداخلية لروسيا بإبراز وتضخيم الأصوات الروسية المعارضة للحرب، وتغطية كل مظاهر الاحتجاج المناهضة للحرب في روسيا، كذلك عملت على محاصرة روسيا في محيطها الإقليمي والدولي معاً.

بدأت الحرب الإعلامية بين روسيا والغرب قبل بداية الهجوم الروسي على الأراضي الأوكرانية، وفي إطار سياسة الحجب لدي طرفي الحرب أوقفت ألمانيا بث قناة "روسيا اليوم" لديها، وأعلن كبير دبلوماسي الاتحاد الأوروبي جوزيف بوريل حجب كل من "روسيا اليوم" و"سبوتنيك" الروسيين في دول الاتحاد، ضمن جهود الاتحاد الأوروبي لمكافحة التضليل الروسي، وأعتبر بوريل "الحجب" خطوة حاسمة لإغلاق صنوبر التلاعب الروسي بالمعلومات في أوروبا (خيري، ٢٠٢٢)، وفي ذات السياق حزت بريطانيا حزو الاتحاد الأوروبي في الإغلاق للقنوات الروسية السابقة الذكر، وقد قالت وزيرة الثقافة البريطانية نادين دوريس "أنها تأمل أن لا تعود آلة بروباغاندا بوتين الملوثة إلي الشاشات البريطانية مجدداً (خيري، ٢٠٢٢)، وأجهت روسيا مشاكل في الوصول إلي فيسبوك ومواقع روسية مستقلة، وقد أعلنت شركة يوتيوب إيقاف بث قناتي "روسيا اليوم" و "سبوتنيك" في أوروبا، وفي سياق متصل أعلنت شركة تويتر وضع علامة خاصة على المحتوى الإعلامي الذي تنشره وسائل الإعلام الروسية والمرتبطة بالحكومة الروسية، وعلى هذا النحو بدأت وتطورت حرب الإعلام كتف بكتف مع العمليات العسكرية الدائرة في الأراضي الأوكرانية.

كذلك عملت وسائل الإعلام الأوكرانية والغربية علي شيطنة وتشويه صورة الرئيس الروسي فلاديمير بوتين كشخصية دكتاتورية هتلرية يرغب في عودة الاتحاد السوفيتي السابق بالاعتداء والتوسع القصري علي حساب جواره الإقليمي لاسيما الغربي "دول أوروبا الشرقية سابقاً" ومن ثم عودة الحرب الباردة وسباق التسلح من جديد، وطبق الإعلام الغربي مبدأ شيطنة القيادة الروسية، فقد أصبحت الحرب في أوكرانيا حرب بوتين أو الكرملين، وهو ما يتطور الآن إلي فكرة محاكمته دولياً على أنه مجرم حرب، إذ تجرى عملية إعلامية - سياسية لحشد العالم كله ضد بوتين تماماً كما حدث ضد صدام حسين (خطط الإعلام الغربي بين حربي العراق وأوكرانيا، <https://www.albayan.co.uk>).

كذلك عملت الإدارة الأمريكية ومن خلفها دول الإتحاد الأوروبي علي أستهداف النخب الروسية، ووسائل الإعلام الروسية التي أطلق عليها من قبل الغرب "وسائل التضليل الإعلامي الروسية" والتي تعمل حسب زعمهم على زعزعة استقرار أوكرانيا، وهذا ما اشار إليه وزير الخارجية الأمريكي أنتوني بلينكن بقوله "أن حكومته تستهدف المتورطين في حملة التضليل والتأثير المزعزعة للاستقرار التي تشنها روسيا، بما في ذلك أفراد وكيانات موجودون في أوكرانيا، وأن وزارته أدرجت علي لائحة العقوبات المسؤول الأكبر عن الدعاية في الإتحاد الروسي والمتحدث بأسم فلاديمير بوتين "ديميتري بيسكوف" (خيري، ٢٠٢٢)، وأكدت الإدارة الأمريكية أن جهودها تستهدف الجهات الروسية التي تعمل علي نشر المعلومات المضللة والتأثير علي الأفكار كجزء من غزوها لأوكرانيا.

وظفت القيادة السياسية الأوكرانية والغربية التواجد الضخم لوسائل إعلامها علي مسرح العمليات العسكرية في أوكرانيا في تضخيم خسائر روسيا العسكرية مثل: عرض الدبابات والأليات العسكرية الروسية المدمرة علي جانبي الطرق، وفي مسرح العمليات العسكرية، وعرض العديد من جثث القتلى الروس داخل الخنادق وعلي جانبي الطرق من لأجل خفض الروح المعنوية الروسية ومن خلفها الدول الداعمة لها، وإصابة الرأي العام الروسي بالإحباط واليأس لأجل تحقيق أهداف الحرب النفسية، بالمقابل عمل الإعلام الأوكراني والغربي علي تضخيم انتصارات وبطولات الجيش الأوكراني من أجل كسب الرأي المحلي والعالمية لأجل السيطرة علي البيئة

السياسية وحشد الدعم لحربها ضد روسيا، وكذلك من أجل تحقيق أهداف الحرب النفسية لصالح أوكرانيا، وفي هذا الإطار عمل الإعلام الأوكراني والغربي على تأكيد هزيمة الجيش الروسي في حربه ضد أوكرانيا من خلال إخفاء آثار التدمير الروسي للبنية العسكرية الأوكرانية وبالمقابل إظهار وتضخيم حجم الدمار الذي طال البنية المدنية الأوكرانية، وصورت وسائل الإعلام الأوكرانية والغربية روسيا كدولة مارقة وغير مسؤولة باعتمادها على دولة ذات سيادة والعمل على ضم جزء من أراضيها بإجراءات صورية شكلية مزيفة مخالفة بذلك أبسط قواعد القانون والنظام الدولي، وفي ذات الإطار أظهرت أدوات الإعلام الأوكرانية ومن خالفها الغربية المقابر الجماعية وسجون التعذيب التي خلفتها القوات الروسية بعد انسحابها من بعض المواقع في مسرح العمليات العسكرية داخل الأراضي الأوكرانية لأجل اظهار صورة روسيا للرأي العام الروسي والعالمى بأنها دولة غير مسؤولة ورئيسها دكتاتور وفسلت الحرب في تحقيق أهدافها القومية، لذا ينبغي الاعتراف الصريح بفشلها وإيقافها.

الخاتمة:

تلازم الإعلام منذ عقود طويلة مع الحروب، وتطورت أدوات وتقنيات كل منهما في الوقت الراهن، فالعلاقة بين الإعلام وإدارة الحروب علاقة عضوية يصعب فصلها، ووصف كريستوف ديوار الحرب في كتابه " Matrice La "، بقوله "كل حرب هي حرب إعلامية"، للإعلام مهام ووظائف مهمة في ظل الحروب، ففي الحرب يصبح الإعلام أهم وسائل الحروب النفسية التي تستهدف العدو، وفي حالات الحروب يتم توظيف الإعلام لتعبئة وحشد الطاقات والقدرات والإمكانات القومية لتحقيق الانتصار، وفي ظل الحروب يتم توظيف الإعلام لصالح إخفاء الخطط العسكرية والخداع والالتفاف وبس الإشاعات، كذلك تُوظف وسائل الإعلام لدعم الروح المعنوية للجيش والمجتمعات معاً، وتساهم وسائل الاتصال في مواجهة الصراعات من خلال زيادة حجم المعلومات حول القضايا والأحداث الهامة التي تتطلب المعرفة (سعود، ٢٠١٠)، وفي الوقت الراهن أصبح الإعلام أهم وسائل وأدوات حوض الحروب الحديثة، للإعلام المقدرة على إظهار الهزيمة بمظهر النصر، والعكس أيضاً صحيح، للإعلام في الوقت الراهن القدرة على نقل ما يدور في مسرح العمليات أول بأول وثانية بثانية للعالم ككل في نفس الوقت، وللإعلام القدرة على تحليل مجريات الحرب ووضع سيناريوهات متعددة لمسارها، لقد أصبح للإعلام دور أصيل في إدارة الحرب وتحديد نتائجها وأثارها، وبناءً على ما سبق توصل الباحث للنتائج التالية:

١. ظل الإعلام طرفاً أصيلاً وفاعلاً في إدارة الحرب.
٢. حدث تطور هائل في تقنيات كل من الإعلام والحرب.
٣. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي لأول مرة جزء رئيسي من الحرب، وفي الوقت نفسه أده من أدوات إدارتها.
٤. جميع الأطراف المشاركة في الحرب تعمل على تشديد الرقابة على وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات بنسب مختلفة حسب طبيعة النظام السياسي السائد.
٥. جميع الأطراف المشاركة في الحرب تعمل على حجب ومنع وسائل الإعلام الطرف الآخر من أجل منع المحتوى الذي تعتبره تلك الأطراف للصالح العام، وتختلف نسب وحجم المنع والحجب حسب طبيعة كل نظام سياسي.
٦. جميع الأطراف المشاركة في الحرب متورطة في ممارسة التشويش، رغم أنه مختلف من حيث المحتوى والأدوات والغايات.
٧. حرب المعلومات المضللة هي سمة حرب الخليج الثانية ١٩٩٠م، والحرب الروسية - الأوكرانية الماثلة. بناءً على ما سبق يوصي الباحث بالتالي:
 ١. توظيف الإعلام في إيقاف الحروب، ومعالجة نداعياتها.
 ٢. السماح لوسائل الإعلام المختلفة للعمل بحرية وشفافية واستقلالية في ظل الحروب من أجل نقل الحقائق عما يدور في مسارح العمليات.

٣. توقف الدول المتحاربة عن ممارسة التشويش وبت المعلومات المضللة، وتمليك مواطني الدول المتحاربة وشعوب العالم الحقائق المتعلقة بالحرب كاملة ودون تزييف للحقائق.

قائمة المصادر والمراجع

- الإعلام الحربي العربي والاجنبي وحرب الخليج الثانية، ١٩٩٠-١٩٩١م (<http://www.moqatel.com>). أمينه خيرى. (٦ مارس ، ٢٠٢٢). الإعلام في زمن الحرب... الرقيب يطلق الرصاص علي الشاشات، *Independent* - عربية، تم الاسترداد من <https://www.independentarabia.com>.
خطط الإعلام الغربي بين حربي العراق وأوكرانيا، <https://www.albayan.co.uk> (مجلة البيان، العدد (٤٢١)).
سعد آل سعود. (٢٠١٠). الاتصال والإعلام السياسي. (الرياض: توزيع دار الكتاب الحديث، ص ٧٩.
شوقي، جلال. سعد، رمحي. (١٩٧٤). ترجمة لكتاب مشكلات الحرب والسلام، ، (القاهرة: دار الثقافة الجديدة)، ص ٥٢-٥٣.
عبد الله زلطة. (٢٠٠١). الإعلام الدولي في العصر الحديث. القاهرة: دار النشر للجامعات، ص ١٥.
عدنان علامة. (بلا تاريخ). دور الإعلام في الحرب، بقية الله، . <https://www.baqiatollah.net> ، السنة الخامسة عشر، العدد (١٧٩).
علام خالد سرور، سؤدد فؤاد الألويسي. (٢٠١٢). وسائل الإعلام والصراعات السياسية، (الأردن: دار اسامه للنشر والتوزيع)، ص ١٢٠.
غاستون بوتول. (١٩٨١). هذه هي الحرب، ترجمة مروان فنواطي، لبنان: منشورات عويدات، ص ٤٣.
محمد المجذوب. (١٩٨٣). محاضرات في القانون الدولي العام، (بيروت: منشورات مؤسسة الحسيني، ١٩٨٢ - ١٩٨٣م)، ص ١٧٧.
محمد بن مكرم بن منظور الأفريقي المصري. (بلا تاريخ). لسان العرب. بيروت: دار صادر، ، ط١، ج ١٢، ص، ٤١٥.
محمد جبريل بن طاهر. (٢٠١١). الإعلام السياسي... الدور - التوجه - الأثر. (ليبيا: جامعة مصراته، مجلة كلية الآداب، العدد ١٠، ص ٢٩٢).
يوسف الحداد. (بلا تاريخ). الإعلام في الحروب متجاوزاً دوره التقليدي، كيوبوست، <https://www.qposts.com>