

الفصل الخامس

سمات الإعلام الحربي مع

بداية القرن الحادي والعشرين

أفرزت بدايات القرن الحادي والعشرين طفرة كبيرة في مجالات الإعلام، وانعكس ذلك على الإعلام الحربي كأحد الأفرع المتخصصة في هذا المجال. ومن الواضح أن الإعلام في القرن الحالي لن يكون إعلاماً تقليدياً أو خطاباً يوجه من مرسل إلى متلق سلبي، بل إعلام تفاعلي يرسل إلى متلق مشارك، يرسل من أماكن متعددة إلى كل أنحاء العالم، يعتمد على الحاسبات الإلكترونية، والتكنولوجيا الرقمية، والوسائط المتعددة، والقنوات المتخصصة، وصحافة شبكة الإنترنت، والنشر الإلكتروني، الذي سيؤكد جميعه على ديمقراطية الإعلام، وحرية تداول المعلومات وحق المواطن في الاتصال.

سمات الإعلام الحربي في القرن الحادي والعشرين

قبل أن نستعرض سمات الإعلام الحربي في القرن الحادي والعشرين، من المهم أن نشير إلى مجموعة من الحقائق تكون موجهاً لنا ونحن في بداية هذا القرن، والتي يمكن أن تتمثل في الآتي:

(١) أن ديمقراطية الإعلام والاتصال تتناول كل الأنشطة السياسية، والعسكرية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية محلياً وقومياً ودولياً.

(٢) أننا لا نريد للبشرية بمرور القرن الماضي أن تعتبر هذا الانتقال مجرد تاريخ بل نريد أن يصبح ذلك تحليلاً وتقييماً وفكراً مستنيراً لكي نترك لأولادنا من بعدنا مستقبلاً نرضاه.

(٣) أن للديمقراطية مقوماتها التي تؤكد على روح الاحترام والمناقشات الجادة، والحوار الموضوعي الهادف، والمحافظة على كرامة وحقوق الإنسان.

(٤) لقد أثبت واقع الإعلام والاتصال، أن الوسائل يمكن أن تستخدم في الخير أو الشر، والمسؤول عن سياسة استخدام وسائل الإعلام، تقع عليه مسؤولية توجيه تلك الوسائل لتحقيق أهداف الدولة.

والواقع أن العالم يعيش اليوم مرحلة جديدة، تنوعت فيها مظاهر الإعلام وأوجه تطوره التي تتسارع خطواتها يوماً بعد يوم. وهناك الجديد باستمرار، وخصوصاً فيما نتج عن التزاوج المثير بين

تكنولوجيا الاتصال، وتكنولوجيا المعلومات، فأسفر عن سماءات مفتوحة، وإرسال فضائي، تلاشت أمامه الحدود والمسافات، ولم يعد أحد يملك له دفعا، بل وأسفر عن طرق سريعة لتوصيل المعلومات بوسائط متعددة، ونظم رقمية وتفاعلية، وأشكال حديثة متطورة من الخدمة التليفزيونية. لعل أبرزها ذلك التفاعل المذهل بين أنظمة التليفزيون وأنظمة الكمبيوتر، بحيث أصبح من الممكن استقبال خدمات كل منهما على أنظمة الآخر من خلال إعداد بعض من التجهيزات الفنية المحدودة، الأمر الذي دفع إلى إعادة النظر في مستقبل صناعات وأنظمة الإعلام، خاصة مع التحول الكبير في مجتمع المعلومات.

كانت أمام الإعلام العام والمتخصص العديد من الحقائق التي صاغت الرؤية، والتفاعل مع هذا القرن الجديد، مع استعدادنا لهذا التطور خاصة وأنها أمة ذات رسالة حضارية وإنسانية فرضها الموقع الإستراتيجي في قلب حضارات العالم، وأنها أمة تمتلك رصيذاً زاهراً من القيم السامية، والخصوصيات الثقافية، والهوية المتميزة التي علينا أن نصونها وأن نحافظ عليها وننميتها من أجل الأجيال القادمة.

محددات تطور الإعلام الحربي مع بداية القرن الحادي والعشرين

لاشك أن التطور في المجال الإعلامي بصورة عامة، لا بد أن يشمل معه تطوراً موازياً في مجال الإعلام الحربي، وفي الوقت نفسه لا بد أن يأخذ الإعلام الحربي مجال الريادة بالبداية في التطور الجذري، حتى يواكب عصر العولمة والفضائيات، وحتى يستمر في تأدية مهامه حاضراً ومستقبلاً والتي تتمثل في:

(١) التعريف بإستراتيجية الدولة من وجهة النظر الحربية وأهدافها: من خلال توضيح المبادئ والركائز التي يقوم عليها الفكر الحربي، والتي تتمثل في ضرورة امتلاك القوة القادرة على مجابهة التهديدات، مع امتلاك قوة ردع مناسبة، مع تدعيم التعاون الإستراتيجي مع الدول الصديقة والشقيقة، باعتبار أن هذه الإستراتيجية هي المنوط بها تحقيق الهدف السياسي والسياسي الحربي للدولة من أجل تأمين سلامتها واستقلالها وحماية ثرواتها في مواجهة التحديات المختلفة.

٢) الاستمرار في نشر الثقافة الحربية وتطورها، مع إبراز أهمية هذه الثقافة في تفعيل الترابط بين الشعب والجيش، والتعريف بمعنى الحرب والقتال، وأهمية الاستعداد لمواجهة متطلبات هذه الحرب حالة حدوثها، وفي الوقت نفسه التعريف بالأحداث السياسية الهامة، مع إلقاء الضوء على المخاطر المحيطة بالأمن الوطني، والأزمات المرتقبة وسبل مواجهتها.

٣) تأكيد التلاحم بين الشعب والجيش من خلال إبراز الجهود التي تقدمها القوات المسلحة من أجل الشعب، سواء من خلال الاستعداد الدائم للقتال من أجل الدفاع عن الوطن، أو من خلال إلقاء الضوء على الخدمات التي تقوم بها القوات المسلحة لصالح الوطن، والتأكيد على هوية القوات المسلحة، وأنها أحد مكونات الشعب والتي تتفاعل معه وتقوى بقوته.

٤) التأكيد على أهمية إعداد الدولة للدفاع واستمرار تطوير هذا الإعداد على المديين القريب والمتوسط من أجل:

أ- توفير الضمانات والإمكانيات للتحرك الفوري لمواجهة الأزمات، واتخاذ الإجراءات الضرورية والسريعة التي تكفل حسن إدارة الأزمة.

ب- تحقيق القدرة على إدارة حرب طويلة الأمد، باستخدام كافة الإمكانيات المتاحة سواء كانت "بشرية أم مادية أم معنوية".

ج- توفير نظم الدفاع القادرة على مواجهة الهجمات الصاروخية والجوية المعادية ضد عمق الدولة.

د- الحفاظ على الروح المعنوية العالية للشعب وقواته المسلحة.

٥) استمرار إعداد الشعب من الناحية الحربية من خلال:

أ- تشجيع الشباب على الانضمام للتدريبات الحربية في سن مبكرة من خلال الالتحاق بالدفاع الشعبي، أو المدارس الرياضية العسكرية، حتى يكتسبوا غريزة الانضباط ويتأكد فيهم الولاء والانتماء للوطن.

ب- التشجيع على الانضمام للكليات والمعاهد الحربية من أجل خلق جيل من الضباط الأكفاء المؤمنين برسالة الوطن والانتماء إليه.

ج- إعداد الشعب لتنفيذ مهام الدفاع المدني وتأمين الجبهة الداخلية، وأسلوب التحرك لمواجهة الكوارث الطبيعية والأزمات.

٦) الإسهام في إعداد الشعب سياسياً ومعنوياً من خلال التأكيد على أهمية دور الدولة على الصعيدين العربي والدولي، مع توضيح اتجاهات التهديد المباشر وغير مباشر على المدى المنظور والإسهامات التي يجب أن يتحملها الشعب من أجل إعداد الدولة للدفاع، تحقيقاً للأمن الوطني.

٧) التعريف بأهمية القوى الشاملة للدولة: وتأثير هذه القوى المختلفة سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم عسكرية في دعم قدرة الدولة على مواجهة التحديات المعادية مع إبراز كيفية تنمية هذه القوى وتفعيلها على المديين القريب والمتوسط.

الإعلام الحربي مع بداية القرن الحادي والعشرين مناهج الإعلام الحربي:

من الطبيعي أن يتم تطوير مناهج الإعلام الحربي ودراساته الأكاديمية المتخصصة داخل المعاهد، والكليات المدنية والعسكرية، بالحجم والإمكانيات التي يمكن من خلالها أداء الرسالة الإعلامية بأسلوب راقٍ يتناسب مع القرن الجديد ومتطلباته، بحيث يستطيع أن يستأثر بعقول المشاهدين، والارتقاء بالبرامج الحربية، بحيث تستطيع مواكبة نظم التطور في الإعلام العام لمواكبة الثورة الإعلامية على مستوى العالم، من خلال إدخال الأفكار الجديدة، التي تتعامل مع المعلوماتية والثورة الرقمية والنشر الإلكتروني، والكمبيوتر جرافيكس، وأنظمة الاتصال التفاعلي، والتسويق الإلكتروني، وشبكة الإنترنت. وفي الوقت نفسه يجب أن يشمل هذا التطوير المعاهد والمدارس المتخصصة في مجال الإعلام الحربي، وذلك من أجل خلق جيل من العاملين في مجال الإعلام الحربي، يكون قادراً على العمل طبقاً لمقتضيات الإعلام ومتطلبات القرن الحادي والعشرين.

والإعلام الحربي مثله مثل الإعلام المتخصص يستطيع أن يستفيد من الإمكانيات التي توفرها له الدولة، خاصة في مجال تأهيل الكوادر المختلفة، وهذا الأمر له متطلباته التي يمكن أن ترتقى بالإعلام الحربي وبرامجه، ومن هذه المتطلبات:

١) توفير مطالب الأجهزة الحربية من الكوادر المختلفة والمتخصصة في الإعلام الحربي.

٢) تطوير مدارس الشئون المعنوية القائمة بتدريس منهج الإعلام الحربي، بحيث تكون قادرة على مواكبة التطور الكبير في مجال الإعلام.

٣) التوسع في تأهيل الدرجات العلمية في مجال الإعلام الحربي، على المستويين المدني والحربي.

الإعلام الحربي في مجال التلفزيون

لا شك أن التطور في المجال الإعلامي العام، لابد أن يشمل الإعلام الحربي، حتى يواكب عصر العولمة والفضائيات، على أن يشمل هذا التطور البرامج الحربية في مجال التلفزيون لتشمل ما يلي:

١) إنشاء قناة تلفزيونية فضائية حربية متخصصة: والواقع أن من أهم الاتجاهات التي يجب أن يشملها تطور الإعلام الحربي هو وجود قناة فضائية متخصصة طبقاً لإمكانيات الدولة-تبث برامجها على مدى الـ ٢٤ ساعة، تتميز برامجها بالتنوع الجاذب للمشاهدين، ويتم من خلالها توجيه الحملات النفسية والحملات النفسية المضادة، على أن تُستخدم في مجالات مثل: التعبئة، واستدعاء الاحتياط "على نمط إذاعة جيش الدفاع الإسرائيلي" ويمكن أن يتركز دورها لتحقيق الآتي:

أ- تأكيد الانتماء الوطني بالتركيز على الرمز والقوة سواء بالنسبة لأفراد الشعب أو أفراد القوات المسلحة.

ب- أن تكون مرآة واضحة لجهود ونشاطات القوات المسلحة وقتي السلم والحرب، وتنقيف الشعب عسكرياً من الناحية الحربية.

ج- ج. التوعية بأهمية القوات المسلحة ودورها في تحقيق الأمن الوطني للدولة.

د- التعريف بدور القوات المسلحة وأنشطتها المختلفة في التنمية الوطنية على أن تقوم بعرض مجموعة من البرامج المتنوعة تشمل: الأخبار-الثقافة-التعليم-الرياضة-التنمية-العلم الحربي-التاريخ الحربي والترفيه.

٢) توسيع قاعدة مشاركة الإعلام الحربي في قنوات التليفزيون المحلية

من خلال تقديم برامج حربية بالقنوات المحلية على مستوى الدولة، بحيث تتناسب والذوق العام لطوائف الشعب وتساهل طبيعة حياتهم ومشاكلهم الاجتماعية وعاداتهم وتقاليدهم.

٣) زيادة حجم وساعات الإرسال في القنوات التي يتم فيها بث برامج الإعلام الحربي من خلال:

من مضاعفة ساعات البرامج الحربية، وتخصيص برنامج حربي على القنوات الفضائية المتخصصة، بحيث يأخذ طابع التخصص في المجال الحربي، بهدف نشر الوعي الثقافي الحربي على المستوى العربي، وإبراز طبيعة التعاون الحربي العربي، من خلال عرض نشاطات التدريب المشترك، أو في مجال التصنيع والإنتاج الحربي المشترك، أو أي أنشطة مشتركة أخرى، والتعريف بنشاط القوات المسلحة من أجل الارتقاء بمستوى الاستعداد القتالي.

٤) تطوير نوعية البرامج الحربية بحيث تتناول بشكل أوسع ما يلي:

أ- شرح القضايا الوطنية التي تؤثر على إعداد الدولة للدفاع سياسياً-عسكرياً-اقتصادياً واجتماعياً".

ب- توضيح الأهداف السياسية والاستراتيجية للدولة، وطبيعة وشكل الصراع المسلح المقبل.

ج- تناول مشكلات المجتمع التي تؤثر على الأمن الوطني للدولة.

د- التأكيد على الدور الذي تقوم به القوات المسلحة للدفاع عن التراب الوطني.

هـ- زيادة حجم المساحة الإعلامية المخصصة لتغطية المناورات الحربية والتدريبات المشتركة.

تطوير طبيعة ودور البرامج الحربية بما يؤدي إلى:

١) التخصص المطلق في النواحي التي تمس الأمن الوطني بكافة محدداته.

٢) السرعة، وهي الخاصية التي تميز البرامج التليفزيونية في الوقت الحالي.

٣) التنوع، بحيث يتلقى المشاهد كل ما هو جديد في كل برنامج.

٤) الشخصية المستقلة، بحيث تخصص كل قناة في برنامج محدد، تتناسب مع البيئة، ومع نوعية البرامج التي تبث عبر هذه القناة.

٥) استخدام التكنولوجيا المتقدمة حتى يشعر المشاهد بالفرق بين البرامج الحربية والبرامج الأخرى وينجذب لمشاهدة هذه البرامج.

٦) مواكبة روح العصر بحيث تحقق الهدف من الاستراتيجية الإعلامية وروح العصر في التخطيط الإعلامي على أن تشمل الآتي:

أ- الموضوعية، بمعنى أن تؤدي البرامج إلى مفهوم محدد مقنع، وحتى لا يضيق المشاهد بمشاهدته والتحول عنه فوراً.

ب- الصدق، لأن ذلك سيؤدي إلى تحقيق المصداقية الإعلامية، مع الأخذ في الاعتبار أن تعدد وجهات النظر سوف تساعد على كشف الحقيقة، وأن المعلومة يمكن أن تصل إليها من خلال العديد من وسائل الإعلام.

ج- التوعية والتثقيف خاصة في مجال العلم، والتاريخ الحربي، والتعريف بدور القوات المسلحة على مر التاريخ من أجل الدفاع عن التراب الوطني ودعم أمنه.

الإعلام الحربي في مجال الإذاعة

بالرغم من انتشار الإعلام الحربي من خلال الشبكات الرئيسية للإذاعة على مستوى الدولة، إلا أن هناك حاجة ماسة لمزيد من التطوير في برامج الإعلام الحربي المسموعة بحيث تحقق:

١) انتشار الإعلام الحربي المسموع على مستوى الإذاعات المحلية داخل الدولة بما يتناسب وطبيعة هذه المحليات ومشاكلها.

٢) زيادة حجم وطبيعة البرامج بحيث يمكننا من خلالها نقل النشاطات الرئيسية للقوات المسلحة والمسموح بنشرها مثل "الندوات-حلقات النقاش-مناقشة الرسائل العلمية في المجال

الوطني"، بما يؤدي إلى زيادة الوعي الثقافي الحربي لدى أبناء الشعب.

(٣) إعداد برامج جديدة مثل برنامج "نافذة على الفكر الحربي" بحيث يتضمن صفحات من الإصدارات العالمية الجديدة نطل عبرها مع المستمع على أبرز ما طرحته منابر النشر الحربي العالمية من معلومات وإحصاءات وآراء وموضوعات، حتى يصبح المستمع العربي متخصصاً كان أو محباً للاطلاع متفاعلاً مع المعلومة الحربية وعلى دراية بالجديد في الفكر الحربي الحديث واتجاهاته وتطوراتها. وبرنامج آخر عنوانه "الرياضة العسكرية" من أجل التعريف بالأنشطة الرياضية العسكرية، والمسابقات، والعروض الرياضية العسكرية، سواء كانت على المستوى المحلي أو المستوى الوطني. وكذلك عرض كل ما هو جديد في مجال الأنشطة الرياضية العسكرية العالمية. مع إمكان استحداث برنامج جماهيري تحت عنوان "خواطر عسكرية" يذاع في المناسبات والأعياد الوطنية، وفي المناسبات الهامة بحيث تشارك فيه الجماهير من خلال إجراء الحوار معهم أو من خلال عقد الندوات والاجتماعات والمناقشات.

(٤) إعداد وتدريب كوادر شابة من الإعلاميين على أسلوب تقديم وتغطية البرامج الحربية، على أن يشرف على هذه البرامج ويقوم بالتخطيط لها الجهاز المسؤول عن الإعلام العسكري داخل الدولة.

(٥) زيادة حجم مساحة التغطية لبرامج الإعلام الحربي، بحيث تشمل على موضوعات عديدة: ثقافة-رياضة-علم عسكري-تاريخ عسكري-وآخر المعلومات عن التطور في مجال التكنولوجيا الحربية أو في استخدام القدرات العسكرية على المستوى العالمي، وأيضاً البرامج الترفيهية، باعتبار أن المستمع يريد التنوع والتعرف على كل ما هو جديد حتى تتمشى هذه البرامج مع روح العصر الذي يتطلب السرعة، والتنوع، والموضوعية.