

تطور الإعلام العسكري في الجزائر وآلياته .. محاولة مسحية استطلاعية

The Development of Military Media in Algeria and its Mechanisms: An Exploratory Survey Attempt

د/ أحمد بن عمار

قسم الآثار/ جامعة 8 ماي 1945 – قالمة

Benomar.Ahmed@outlook.com

تاريخ القبول: 2024/12/23

تاريخ الاستلام: 2024/12/12

ملخص:

سبق الإعلام العسكري الجزائري ما يعرف بـ "إعلام الثورة التحريرية"، وهو ينبع من إدراك قادة الثورة التحريرية منذ اللحظات الأولى، بأن الإعلام هو أحد الأسلحة الفعالة التي تقف إلى جانب الأسلحة في مواجهة العدو لترجيح كفة المعركة، فكان لإعلام الثورة التحريرية دورا هاما في مواجهة وحش الدعاية الفرنسية وكذا إرساء وتعزيز معالم الفكر الوطني المخلص والوحي للقضية الجزائرية، بما يخدم ويضمن تعبئة الأمة.

توالت الأحداث واسترجعت الجزائر سيادتها الوطنية، وهو المرادف للتحويل من إعلام الثورة إلى الإعلام العسكري، وذلك عقب تحقق البناء المؤسسي لمختلف مكونات الدولة الجزائرية. في هذا المقال سيتم تسليط الضوء على منظومة الإعلام العسكري الجزائري ودورها في تمكين الرابطة جيش - أمة، خصوصا خلال المراحل المظلمة التي مرت بها الجزائر، أين وجب صد الحملات التشويهية للمؤسسة العسكرية، التي استطاعت إلى حد ما ضرب مصداقيتها.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام العسكري، الجزائر، آليات، منتوجات اتصالية.

Abstract:

Algerian military media predates what is known as "Revolutionary Liberation Media," stemming from the realization of the leaders of the liberation revolution from its earliest moments that media is one of the effective weapons that stands alongside arms in confronting the enemy and tipping the scales of battle. The media of the liberation revolution played a crucial role in countering the ferocity of French propaganda and in establishing and reinforcing the foundations of national thought dedicated to the Algerian cause, serving to mobilize the nation.

As events unfolded and Algeria regained its national sovereignty, the transition from revolutionary media to military media took place, coinciding with the institutional development of the various components of the Algerian state.

This article sheds light on the Algerian military media system and its role in strengthening the Army-Nation bond, especially during the dark periods Algeria experienced, where it was necessary to repel smear campaigns against the military institution, which to some extent succeeded in undermining its credibility.

Keywords

Military Media, Algeria, Mechanisms, Communication Products.

تمهيد:

شهد الإعلام في العقود الأخيرة تقدماً تقنياً ووظيفياً هائلاً، من حيث الوسائل الإعلامية وكذا من حيث درجة تأثيرها على الشعوب والمجتمعات بفعل التقدم التكنولوجي الكبير خاصة مع ظهور الأقمار الصناعية وصول البث الإذاعي والتلفزيوني إلى أقصى نقاط المعمورة، وتبعه اختراع الأنترنت وما توفره شبكاتها العنكبوتية من تدفق للمعلومات والأخبار، حتى تحول العالم إلى قرية صغيرة، وأصبح الإعلام أحد القوى الأساسية المؤثرة في صنع القرار الوطني والدولي. كما شهد العالم في إطار هذا التطور الذي يعرفه الإعلام بصفة عامة، ظهور ما يسمى بالإعلام المتخصص المرتبط بميادين مختلفة كالإقتصاد، الرياضة، الأسرة، الطفولة وغيرها. وفي إطار المنظومة الشاملة للدولة فإن الإعلام الحربي أو العسكري يأتي في مرتبة متقدمة ضمن فروع الإعلام المتخصص، والذي هو جزء لا يتجزأ من الإعلام الوطني. بل يمكن القول، أن الإعلام الحربي والعسكري أحد أركان الأمن الوطني، وهو المرآة التي يرى فيها المواطن قواته المسلحة، ويقف على الدور الذي تؤديه في تحقيق أمن الوطن والدفاع عنه (1).

ومن الناحية التاريخية، نجد أن الإعلام الحربي والعسكري كان متأصلاً في القوات المسلحة للدول، وإن اختلفت وسائله، وهو لا يقتصر على زمن الحرب بل يمتد إلى زمن السلم. وإذا كان من السهل بناء العلاقة بين الإعلام والعسكري وزمن الحرب على أساس الدور الأساسي والهدف الأسمى لوجود القوات المسلحة في إطار تنظيم الدولة، فإن العلاقات بين مفهوم الإعلام الحربي والعسكري وزمن السلم يشوبها الكثير من الغموض، ويترتب عليها العديد من الإشكاليات، انطلاقاً من الاعتقاد بغياب الدور الأساسي للقوات المسلحة وما يترتب عليه من تغييب الأدوار التابعة للأجهزة الفرعية في زمن السلم ومن بينها الاعلام العسكري. ومن هنا يأتي دور الإعلام في توضيح الصورة وإطلاع وربط المواطن في كل مكان بما تقوم به قواته المسلحة (2).

وعلى مر العصور والأزمنة، فإن الحرب ارتبطت دوماً بالحاجة البشرية إلى الأمن الذي يتصدر الدوافع والحاجات الإنسانية، وبذلك تترى حركتها وتطورها ونتائجها مراكز الاهتمام الجمعي في الدولة بجانب الاهتمام العام، فيدفع ذلك إلى البحث عن أدوات ووسائل المعرفة الخاصة بالاقتراب من حركة القوات وتطور المعارك ويؤدي ذلك إلى إحداث نشاط أجهزة الإعلام في القوات المسلحة وفي وسائل الإعلام المختلفة، أما في أوقات السلم فيتطلب وضع استراتيجية خاصة يعكس الإعلام من خلالها استعداد القوات المسلحة وتدريبها وتجهيزها بالأسلحة والمعدات لكي تكون قادرة على حماية وتأمين الدولة والشعب و السيادة على الاقليم الذي تعيش فيه.

الموضوع سيتم تناوله بناء على ثلاثة محاور أساسية: الأول حول مفهوم الاعلام العسكري، الثاني حول دور ووظائف الإعلام

العسكري، الثالث حول تطور الإعلام العسكري في الجزائر وآلياته.

I. مفهوم الاعلام العسكري

يرى الكثير من المفكرين أن تطور الفكر العسكري لدى الشعوب والدول أسهم كثيرا في ظهور وتطور منتجات التواصل والاتصال، وحتى وإن كانت الفكرة في أساسها لأغراض الاستعمال العسكري، لكنها وبتحولها لأغراض الاستخدام المدني أحدثت ثورة حقيقية في عمليات جمع ونقل وإيصال المعلومات على نطاق دولي، لتؤثر في ملايين البشر وتحدث انقلاب كبير في منظومة القيم والأخلاق ومستويات التعاطي مع الأحداث⁽¹⁾.

عندما أطلق الاتحاد السوفياتي قمره الصناعي الأول "سبوتنيك" في عام، 1957 شعرت الولايات المتحدة الأمريكية بخطورة هذه الخطوة العملاقة، وأحست أنها تحتاج إلى إعادة تخطيط استراتيجياتها بضمان التفوق.

وقد كان الرد متمثلا في إنشاء وكالة لمشروعات الأبحاث المتقدمة (research) (Project agency) كإحدى وكالات وزارة الدفاع الأمريكية، وعهدت إليها بمهمة تحقيق التفوق العلمي والتكنولوجي للقوات المسلحة الأمريكية في مواجهة الاتحاد السوفياتي. في عام 1962 عهدت القوات الجوية الأمريكية لمؤسسة رند (corporation rand)، وهي مؤسسة متخصصة في أنشطة البحوث والتطوير، بتنفيذ الدراسة لتحقيق ضمان استمرار السيطرة على ترسانة الصواريخ و القاذفات، إذا تعرضت الولايات المتحدة الأمريكية، كلها أو جزء منها، لهجوم نووي من جانب الاتحاد السوفياتي.

هذا وقامت الولايات المتحدة الأمريكية بإنشاء شبكة اتصالات عسكرية للسيطرة والتحكم، تعمل على أسس لا مركزية، وبأسلوب يحقق استمرار عمل الشبكة حتى ولو تعرضت بعض العقد الموجودة فيها إلى هجوم نووي، بما يضمن إمكانية الرد على الهجوم. ومن جهة أخرى أطلق جيش الكيان الصهيوني الموقع الرسمي له منذ عدة أعوام، وكان يعرف الأهمية المستقبلية للشبكات الاجتماعية، وأن المسارات تحرك اليوم في فضاء مفتوح على كل الاحتمالات، إذ يكفي أن يتسرب إلى موقع اليوتيوب حتى يصبح هذا الفيلم أداة إعلام فعالة ومؤثرة لصالح مخططاته⁽²⁾.

يُعرّف الإعلام العسكري بأنه: "جمع وتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات، الصور، الحقائق والرسائل والتعليمات من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة وعليه يتم التأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع ونشرها محليا وخارجيا وهذا باستخدام كافة وسائل الإعلام المختلفة من اجل تزويد الشعب ولقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة، وإحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى إضعاف الروح المعنوية أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن"⁽³⁾. والإعلام العسكري يتناول ويعبر عن الدور الكبير التي تقوم به القوات المسلحة من اجل تنفيذ الهدف العسكري والسياسي للدولة بالإضافة إلى دعم الفكر العسكري والوعي به لدى قوى الشعب وقواته المسلحة. ويعرفه اللواء حسن الجريدي: "بأنه تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة والتي تركز على الصدق والصراحة ومحاربة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، بمعنى أن الإعلام الحربي منوط بتقديم المعلومات الدقيقة والصادقة والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري في المجال الحربي وتكوين أراء صائبة في الأمور الهامة المعنية به، وبحيث لا تتعارض تلك الحقائق والمعلومات مع الأهداف العسكرية العليا التي تخدم قضايا القوات المسلحة والدولة في أن واحد"⁽⁴⁾.

هذا ويسعى الإعلام العسكري لتحقيق عدد من الأهداف بالتنسيق مع كافة أجهزة الإعلام بالدولة و" لتحقيق هذه الأهداف يتم تحديد الجهات المستهدفة التي توجه لها رسائل الإعلام العسكري وهي:

- أبناء الشعب في الداخل والخارج؛
- منتسبي القوات المسلحة والأجهزة المدنية التي تتعاون معها القوات المسلحة؛
- الأجهزة والتنظيمات العسكرية في الدول⁵. ولمخاطبة هذه القطاعات يستهدف الإعلام العسكري إظهار قوة القوات المسلحة القتالية كما وكيفا في الدفاع عن الوطن من خلال عرض أحدث الأسلحة والمعدات والمناورات التدريبية وكفاءة الأفراد في التعامل معها، وبيان سياسة القوات المسلحة في مجال التطوير والتحديث، وكذا توعية الشباب بالإقبال على الالتحاق بصفوف القوات المسلحة وأداء الخدمة العسكرية.

ويتّصف الإعلام العسكري بأنه يعمل في جانبين رئيسيين من جوانب الاتصال وهما الجانب العسكري والمدني وكذا أوقات السلم والحرب، لذلك نجده يتميز بالخصائص التالية:

- دقة المعلومات: وهي إحدى النقاط الهامة التي يتميز بها الإعلام العسكري، بحيث تصل المعلومة إلى المتلقي بالاسم والوصف بالإضافة إلى التوقيت الصحيح وهذا ما يجعله متفاعلاً وواثقاً من تلك المعلومة.
- السرعة: وهي إحدى ميزات العمل العسكري والقوات المسلحة وذلك من أجل احترام عقلية المشاهد وتوصيل المعلومة إليه في وقت حدوثها ومن مصدرها الحقيقي وبكل حقائقها قبل أن تشوه من طرف وسائل الإعلام المضادة.
- المرونة: حيث من خلالها يتمكن من مجابهة المتغيرات التي تحدث سواء على المستوى الوطني، الإقليمي أو العالمي أو حتى المواقف المتغيرة داخل القوات المسلحة.
- التكامل: وذلك من خلال التنسيق مع وسائل الإعلام الأخرى سواء المقروءة أو السمعية المرئية وهذا ما يحقق له دوره في إطار منظومة العمل الإعلامي للدولة.
- الأمن والوقاية: "وتعد من أهم ميزات الإعلام العسكري، حيث يخضع لرقابة شديدة في مراحل التخطيط والإعداد والتنفيذ، كما يخضع لتحليل المضمون وقياس الرأي العام"⁶.
- استغلال الإمكانيات المتقدمة: لوصول الوسيلة الإعلامية إلى مكان الأحداث مما يتيح نقل الحقائق بكامل تفاصيلها وهو مطلب جماهيري شديد الحساسية.
- مراعاة مقتضيات الأمن الوطني في نقل الأحداث⁽⁷⁾: وذلك لحساسية أخبار المادة الإعلامية العسكرية حتى لا تضار الدولة من جراء نقل معلومات قد تفيد العدو بشكل مباشر أو غير مباشرة فالإعلام الحربي هو أكفأ جهة للتمييز بين حدود الأمن في هذا المجال لذلك في بعض الحالات أو الأماكن لا يسمح لوسائل الإعلام المدنية بالتواجد أو نقل أحداث بعينها، ومن ثم فإن هذا يعني أن عدم وجود الإعلام الحربي، سيؤدي إلى عدم نقل الأحداث إلى المتلقي.
- مواكبة روح العصر: وذلك من خلال ما يلي القدرة على إقناع المتلقي بما يعرضه دون تكرار أو إجبار، توفر الموضوعية والإقناع ووضوح المفهوم، توفر المصادقية، تحقيق التوعية الشاملة والتثقيف بحيث يستفيد منها المتلقي من مختلف الفئات، والطبقات الاجتماعية.
- التخصص: في النواحي التي تمس الأمن القومي بكل محدداته، خاصة الجانب العسكري.
- الموضوعية: يجب أن يتناسب دور الإعلام العسكري مع واجب وحدات الجيش في مختلف المهام المنوطة بها مع تقدير مستوى الحالة الأمنية التي يجب أن يتعامل بها مع الأخبار والأحداث العسكرية بحيث ينقل الأحداث بموضوعية تامة دون اللجوء إلى الإنارة وتضخيم مجريات الأحداث بما يؤثر سلباً على الحالة العامة للدولة.

- يعتمد الإعلام العسكري على شبكة صحفيين ومراسلين متخصصين بشؤون الحرب وتغطية أخبار ساحات القتال وتحليل هذه الأخبار وإرسالها بعناية وسرية من أجل استخدامها في البث بطريقة تختلف عن الإعلام العادي.
- الإعلام العسكري " بكافة أنواعه وأشكاله ووسائله وأدواته يكون إما مملوكا للدولة أو للقطاع الخاص أو القطاعين معا، أما الإعلام العسكري فنادرا جدا أو مستحيلا أن يكون تابعا لجهات ربحية مدنية في القطاع الخاص وأنه في الغالب يكون مملوكا للدولة وتحت تصرفها وتحت رقابتها"⁽¹⁾.

II. دور ووظائف الإعلام العسكري

- للإعلام العسكري رسالة ممتدة، "طابعها الدوام غايتها توعية الفرد جنديا كان أم مدنيا وتثقيفه عسكريا، وتقوية ثقته في قواته المسلحة وتعميق الشعور لديه بالانتماء والإحساس بالمسؤولية، وللإعلام الحربي والعسكري دور هام في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية للقوات المسلحة وللدولة"⁸، ويتمثل هذا الدور من خلال تنفيذ الآتي:
- غرس عقيدة التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية، ومن ثم يمكنها أن تعمل على تكوين الكيان المعنوي للأمة، وهو ما يعتبر القوة الحقيقية للأمم وللشعوب، باعتبار أن التوعية بمفهومها الشامل تعتبر ركيزة أساسية لتثبيت الروح القتالية.
- خلق صورة ذهنية ايجابية لدى المواطنين عن الأجهزة الأمنية ووظائفها ومهامها باعتبارها في الأساس موجهة لتحقيق الصالح العام المشترك لكافة أبناء المجتمع.
- تنمية روح المشاركة والارتباط بين الأجهزة الأمنية والمجتمع على أساس أن تحقيق الأمن يمثل ضرورة أساسية للجميع وأن تحقيق الأمن والاستقرار يتطلب تكاتف جهود الجميع.
- التصدي إعلامياً لأية هجمة إعلامية لحرب نفسية قد يكون من شأنها التأثير على الروح المعنوية وأداء القوات المسلحة والمواطنين بشكل عام.
- التعريف بمواقف المؤسسة العسكرية وتوجهاتها اتجاه القضايا التي تهم الأمة والمجتمع.
- توعية الشعب من خلال شرح أبعاد ومقتضيات الأمن الوطني وأهمية الدفاع عن الوطن، والإسهام في إعداد الشعب للمعركة من خلال تعريفه بأهداف الحرب وشرح أبعاد قضية الصراع، حتى تكتمل الثقة لدى المواطن. وكذا عرض المعلومات المدنية والعسكرية وتطورات الموقف أول بأول من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

- التعريف بالموقف الحربي والعسكري من خلال تأكيد قدرات المؤسسة العسكرية من حيث التسليح والتدريب والكفاءة القتالية والاستعداد الدائم، وأن القوات المسلحة يجب أن تكون مستعدة لتنفيذ مهامها في أي وقت سواء كان في الظروف العادية وزمن السلم أو في فترات التوتر والأزمات، أو عندما يندلع الصراع.
- التعريف بأهمية إعداد الدولة لاحتمالات الصراع المسلح إلى جانب إعداد القوات، بحيث تصبح الدولة بكل قدراتها السياسية والاقتصادية والشعبية والحربية مستعدة للعمل وفق ظروف الحرب.
- الإعداد النفسي والمعنوي وذلك من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب وقواته المسلحة وتذكير المواطنين بالأجماع التاريخية وأثرها في تاريخ الدولة المعاصر.
- إبراز قيمة وأهمية المشاركة بين المدنيين والعسكريين في التصدي للأعمال المضادة والتقليل من أثارها وتوعيتهم بأساليب العدو الغادرة، وكشف الدعاية المضادة.
- التنويه إلى جهود المؤسسة العسكرية وقت السلم في العديد من المجالات التي تخدم البنية الأساسية للدولة، وكذا دورها في التنمية.
- نقل الصورة الصحيحة لتطور الصراع المسلح والأعمال القتالية عند نشوب المعارك والأزمات بحيث تتصف بالموضوعية والصراحة ونقل الحقائق غير مبتورة وموضوعية لزيادة الثقة بين المواطن والإعلام العسكري.
- التعريف بالموقف السياسي للدولة وتطورات من خلال شرح توجهات الرأي العام الداخلي والخارجي وموقف القوى المختلفة سواء المؤيدة والمساندة لموقف الدولة أو المؤيدة لأعدائها.

هذا ويمكن تقسيم دور الإعلام العسكري كذلك حسب الظروف المحيطة إلى:

- **دور الإعلام العسكري في وقت السلم:** إن وجود حالة السلم لا تعني غياب الدور الأساسي للقوات المسلحة، لأن مهمتها في وقت السلم هو الاستعداد الدائم والحفاظ على الكفاءة القتالية وترقب المخاطر والتهديدات التي يمكن أن تتعرض لها الدولة، فالإعلام العسكري يقوم بدور هام زمن السلم يؤكد من خلاله على أهمية استعداد القوات وقوة انتمائها، " فيحشد طاقات المجتمع المعنوية من أجل تحقيق الأمن القومي للدولة في هذه المرحلة بقيامه بدور إيجابي في إعداد الدولة للدفاع من خلال:
- الإعداد السياسي من خلال التعريف بأهداف الحرب وشرح أبعاد قضية الصراع.

- توعية الشعب من خلال شرح أبعاد ومقتضيات الأمن والسلم الوطنيين بتقديم المعلومات المرتبطة بالموقف.
- التعريف بالموقف الحربي من خلال التأكيد على القدرات القتالية للقوات من حيث التسليح، التدريب، الكفاءة) بما يزرع الثقة لدى المواطنين.
- ترسيخ مبادئ الهوية الوطنية من خلال تذكير المواطنين بأمجاده التاريخية.
- الإعداد النفسي والمعنوي من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب والمؤسسة العسكرية وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية للدولة.
- نشر الثقافة العسكرية وإبراز أهمية هذه الثقافة في تفعيل الروابط بين الشعب والجيش⁽⁹⁾.

دور الإعلام العسكري وقت الحرب: يتعرف المواطن من خلال الإعلام العسكري على حجم التحديات والمخاطر المحيطة بالدولة خاصة في حالة تصاعد التوتر والأزمات التي تستدعي استخدام القوات المسلحة فعندما يتصاعد العمل الحربي يبدأ دور الإعلام الحربي الهام في تعريف الشعب بتطورات الموقف الحربي وما يدور على جبهات القتال من أحداث فمع تطور وسائل وأدوات الصراع المسلح وإتساع رقعته زمنيا ومكانيا أصبح الإعلام العسكري أداة هامة من أدوات الحرب خاصة مع ظهور الأقمار الصناعية والتي تعتبر من أهم أدواته حيث يمكنها نقل صورة مسرح العمليات مباشرة، وفيما يلي أهم أدواره أثناء الحرب:

- المشاركة عند الإنذار بالتعبئة ببث الشفرة الخاصة بها من خلال أجهزة الإذاعة والتلفزيون.
- توجيه بيانات تحذيرية تهدف إلى تهديد العدو وردعه النيل من الروح المعنوية لقواته.
- دعوة المواطنين لإتباع أساليب الدفاع المدني أثناء الغارات، مع توعية المواطنين باحتمالات مواجهة نقص في السلع وترشيد الاستهلاك.

- العمل على رفع الروح المعنوية طوال فترة الحرب بزيادة التحام الشعب بقواته المسلحة وتحصينه ضد الإشاعات المغرضة.
- الإسهام في شن الحرب النفسية ضد العدو، وذلك من خلال خطط الخداع الإستراتيجي وخطط العمليات النفسية.
- حظر نشر أي معلومة حربية إلا من مصادرها المعترف بها من الأجهزة العسكرية المختصة وعند التصريح بنشرها وذلك تحقيقا لمقتضيات الأمن الوطني.

- الالتزام بالمصادقية خلال إذاعة الموقف الفعلي للعمليات والدور الذي تقوم به القوات المسلحة، مع شرح تطورات الموقف العسكري بما لا يخل بالناحية الأمنية.

- المساهمة في إنجاح خطة التعبئة وتحفيز الجماهير للاستجابة لها بالتطوع والتبرع بالدم لزيادة حجم المشاركة وزيادة تلاحم الشعب مع قواته المسلحة.

كما أن للإعلام العسكري وظائف أخرى يؤديها وأهمها:

- تتبع الأحداث والتطورات في زمني السلم والحرب على المستويات الوطني والإقليمي والعالمي وتعريف الشعب والقوات المسلحة بالحقائق المجردة والعمل على رفع المعنويات وتأكيد الانتماء للوطن.
- التصدي إعلاميا للأجهزة المضادة، والحملات النفسية المعادية، التي قد يكون من شأنها التأثير على الروح المعنوية للقوات المسلحة أو الشعب، وتحصين الفرد المقاتل ضد الحرب النفسية المضادة.
- شن الحملات النفسية المدروسة بأسلوب علمي ضد العدو وخفض روحه المعنوية وإنذاره بالفشل، وببطلان قضيته.
- خلق الحافز على تطوير أداء القوات المسلحة تدريباً وتسليحاً وإعداداً لتظل قوية في مواجهة أي خطر أو تهديد.
- المساهمة في تحقيق مبدأ الردع ومنع وقوع الحرب من خلال الإعلام عن قدرة القوات المسلحة على التصدي بمنتهى القوة لأي محاولات للاعتداء على أمن الوطن وسلامته.
- إعداد البيانات والأخبار الإعلامية المتعلقة بالجوانب الأمنية وكذا التغطية الإعلامية لكافة الأحداث المتعلقة بالجوانب الأمنية، وإعداد السيناريوهات اللازمة للتعامل الإعلامي مع الأزمات الأمنية المحتملة.
- التوعية بكل ما هو جديد في نطاق الجريمة خاصة الجرائم الالكترونية وغيرها من أنواع الجرائم الجديدة التي بدأت بالظهور في المجتمعات المعاصرة، وهذا فضلاً عن غرس المفاهيم الأمنية لدى المواطنين وتحصينهم من الوقوع في براثن الجريمة بما يدعم أوجه التعاون بينهم وبين أجهزة الأمن.
- إيجاد الآليات التي تكفل التنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام المختلفة في المجتمع وكذا المتابعة الدقيقة والمستمرة لما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة المحلية والدولية بصدد الموضوعات الأمنية أو ذات الصلة بالأجهزة الأمنية وتوثيقها وتحليلها من زوايا ومنظورات متعددة والاستفادة منها في وضع الاستراتيجيات والخطط الأمنية.
- العمل على انتشار الإعلام العسكري المسموع على مستوى الإذاعات المحلية داخل الدولة بما يتناسب وطبيعة هذه المحليات ومشاكلها.

- زيادة حجم وطبيعة البرامج الإذاعية بحيث يمكن من خلالها نقل النشاطات الرئيسية للقوات المسلحة والمسموح بنشرها، كما يمكن إعداد برامج جديدة تشمل موضوعات عديدة كالثقافة، العلم والفكر العسكري، التاريخ العسكري، النشاطات الرياضية والفكرية العسكرية.

فمن أهداف السياسة الإعلامية العسكرية بناء إعلام عسكري حديث ومتطور سواء من حيث المنهج أو الوسائل المستخدمة مسموعة أو مقروءة أو مرئية تقوم بنقل الصورة الصحيحة عن دور القوات المسلحة، وكذا مواجهة وسائل الدعاية النفسية المعادية التي تهدف للنيل من تلاحم الدولة. كما تقوم أيضا بالعمل على نشر مبادئ العلم العسكري والروح العسكرية لرفع كفاءة الشباب وجذبهم نحو الحياة العسكرية لخلق جيل يؤمن بأهمية الدفاع عن الوطن ومقتنعا بأهداف وطنه بما يعمل على تكتل الرأي العام ومساندته للقيادة السياسية في مواجهة التهديدات والتحديات الداخلية الخارجية بهدف الحفاظ على الأمن الوطني.

III. تطور الإعلام العسكري في الجزائر وآلياته

في كفاحها ضد الاستعمار الفرنسي أولت قيادة الثورة وجيش التحرير الوطني اهتماما كبيرا للجوانب المتعلقة بالإعلام وأعطته أهمية كبرى لإدراكها بأن القضية الجزائرية وإلى جانب الكفاح المسلح والعمل السياسي يجب أن يرافقهما عملا إعلاميا كبير للتعريف بالقضية الجزائرية في المحافل الدولية وضرورة إسماع صوت الثورة التحريرية في الخارج وجلب دعم وإهتمام المجتمع الدولي. فقد لعب المحافظ السياسي أثناء الثورة دورا كبيرا في تكوين أفراد جيش التحرير الوطني سياسيا وعقائديا، وكان المبلغ لأوامر وتعليمات وتوجيهات قيادة جيش التحرير الوطنيين في كل الميادين، إضافة إلى مهام أخرى كتنظيم الشعب وتعبئته، الحرب النفسية، الدعاية وجمع الأخبار والتوجيه.

1) نبذة تاريخية عن الإعلام العسكري في الجزائر

غداة الاستقلال واکب الجيش الوطني الشعبي التطورات المتسارعة الحاصلة في المجتمع لينتقل من هيكلته البسيطة إلى تنظيم يتمشى وفقا لمقتضيات الأوضاع الجديدة التي فرضها استقلال البلاد بالاعتماد على الفصل بين المهام المختلفة إلى جانب قيامه بمراقبة مختلف مؤسسات الدولة في عمليات البناء والتشييد في شتى الميادين.

وقد عملت القيادة العليا على تطوير الجهاز الإعلامي وهيكلته حيث كلفت من أجل ذلك المحافظين السياسيين للإشراف على هذه العملية وإدارتها وفقا لمتطلبات المرحلة، واستمر المحافظ السياسي في تنفيذ هذه المهام في ظل هيكلية مديرية المحافظة السياسية وقد تدعم هذا المنحى بإنشاء المديرية المركزية للمحافظة السياسية سنة 1971 والتي كلفت بصفتها جهازا مركزيا، بالتوجيه السياسي لمستخدمي الجيش الوطني الشعبي، وبذلك سعت هذه المديرية إلى المحافظة على معنويات أفراد الجيش وكذا القيام بالتوعية السياسية للأفراد داخل المؤسسة العسكرية⁽¹⁰⁾.

وبعد "المصادقة على دستور فيفري 1989 الذي أقر التعددية السياسية، وكذا مبدأ الفصل بين السلطات دخلت بلادنا عهدا جديدا بادر فيها الجيش الوطني الشعبي إلى التكيف مع النصوص الدستورية الجديدة، حيث انسحب الجيش الوطني الشعبي من الحياة السياسية بانسحاب العسكريين من المكتب السياسي ومن اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني والعمل السياسي عامة من أجل التفرغ للمهام المحددة له دستوريا"⁽¹¹⁾، وفي شهر سبتمبر 1990 تم تحويل المديرية المركزية للمحافظة السياسية إلى مديرية تُعنى أساساً بالإعلام والاتصال، هذه التحول جاء في إطار تحديث هياكل الجيش الوطني الشعبي وتكييفها لتتوافق مع الواقع الجديد الذي اقتضى طرح رؤية جديدة لتلبية حاجات الفرد العسكري في مجالات الإعلام كل حسب رتبته ودرجة مسؤوليته.

فالإستراتيجية الجديدة للاتصال في الجيش الوطني الشعبي سائرت التحولات التي شهدتها الجزائر على أكثر من صعيد وكان لزاما على الجيش الوطني الشعبي إحداث تغييرات في السياسة الإعلامية المتبعة وتبني إستراتيجية اتصالية تقوم على تعزيز العلاقة بينه وبين الأمة، وكذا ترسيخ الصورة الذهنية الناصعة التي يتمتع بها الجيش الوطني الشعبي لدى فئات الشعب أكثر فأكثر، فعلى صعيد الاتصال الخارجي هدفت هذه الإستراتيجية الاتصالية إلى وضع في متناول الشعب كل المعلومات المتعلقة بالدفاع الوطني من خلال تجسيد عمليات اتصالية ترمي إلى التعريف بالقوات المسلحة وطبيعة أعمالها والمهام الموكلة لها، أما على صعيد الاتصال الداخلي على خلق جو مفعم بالثقة بين أفراد المؤسسة العسكرية فيما بينهم والحصول على تقديم أداء أفضل من خلال إعلام المستخدمين واطلاعهم بكل ما يجري داخل مؤسستهم.

خلال الأزمة الأمنية التي مرت بها البلاد لعبت المديرية التي تُعنى بالإعلام والاتصال من خلال هياكلها، دورا مهما خصوصا في ما يتعلق بالاتصال الداخلي، بهدف تمتين ورض الصفوف أمام حملات تشويه صورة المؤسسة العسكرية التي كانت تروجها بعض القنوات

التلفزيونية وذلك بتكذيب كل ما يروج وكشف نوايا وخلفيات هاته الحملات، ويرتكز هذا الدور على شرح أهداف مكافحة الإرهاب وحماية الوطن والحفاظ على الوحدة الوطنية، مكافحة الإشاعات والدعاية المغرضة التي انتهجتها الجماعات الإرهابية والعمل على رفع معنويات الأفراد، والإشادة بالاستعداد القتالي للقوات المسلحة وحث الأفراد على اليقظة والاستعداد الدائم لمواجهة أعمال الإرهاب، وتوجيه أفكار الأفراد في الاتجاه الصحيح وأيضاً تنوير الرأي العام الداخلي والخارجي بالنتائج الإيجابية المحققة في إطار مكافحة الإرهاب.

كما تمّ استحداث في جويلية 2001 وكمرحلة أولى مكلفين بالاتصال على مستوى مختلف المراكز القيادية لوزارة الدفاع الوطني، على غرار النواحي العسكرية، كانت مؤهلة للتواصل مع وسائل الإعلام والإجابة عن تساؤلاتها ومعالجة القضايا المتعلقة بمجال الاتصال، وأوكل لهؤلاء المكلفين بالاتصال بمهام تحضير وتنظيم المؤتمرات الصحفية وجمع واستغلال ومعالجة بث الأخبار التي تهم الدفاع الوطني لاستغلالها من طرف القيادة، وكذا تجسيد كل عمل من شأنه التعريف بالمؤسسة العسكرية في إطار تتين العلاقة ما بين الجيش وأمتة، كما تعمل على إقامة علاقات مفيدة ودائمة مع مختلف وسائل الإعلام الوطنية، هذا وتقوم المديرية المكلفة بالإعلام والاتصال بإعداد مخطط سنوي للاتصال تحدد فيه أهم المحاور والنشاطات الخاصة بمجال الاتصال سواء الموجهة لأفراد الجيش الوطني الشعبي أو الموجهة للجمهور الخارجي.

وبالموازاة مع ذلك اتخذت المؤسسة العسكرية عدة إجراءات هامة تهدف إلى تطوير وسائل وقنوات الاتصال من خلال:

- المتحف المركزي للجيش الذي يهتم بجمع وعرض التراث المتعلق بالتاريخ الجزائري.
- تحويل المركز المكلف بتقنيات الإعلام والاتصال إلى مؤسسة للإنتاج السمعي البصري منذ سنة 2003 والتي تشرف على التغطية الإعلامية لكل نشاط أو حدث عسكري وكذا إنتاج كل ما هو سمعي وبصري تغطية لنشاطات هيكل الجيش الوطني الشعبي.
- إعادة هيكلة المؤسسة المكلفة بالمشورات العسكرية، لتعرف بذلك من حيث التنظيم والتسيير وتحديد المهام لتصبح بذلك مؤسسة إعلامية ثقافية تعنى بتصميم وإنجاز وتوزيع مجلتي الجيش والجندي، كما تعمل على تطوير ونشر أي مطبوعة أو مادة إعلامية عسكرية تخص هيكل ووحدات الجيش الوطني الشعبي.
- إحداث مركز للأرشيف السمعي البصري: مهمته التكفل التام ببحث وجمع واستلام وتصنيف وحفظ الأرشيف السمعي البصري والفوتوغرافي العسكري، كما يقوم بتحليله ومعالجته ورقمته وفهرسته للحفاظ عليه.

كما تمّ إحداث مراكز إعلام إقليمية لتعزيز رابطة الجيش بأمنه، حيث تحوّلت هذه المراكز إلى أقطاب إعلامية تحتضن مختلف النشاطات العسكرية كالأيام الإعلامية والأبواب المفتوحة وتجلب إليها جمهورا من مختلف الفئات. ونظرا للأهمية التي يكتسبها مجال التكوين في تأهيل إطارات الجيش الوطني الشعبي ورغبة في تطوير قدرات الأفراد في مجال الإعلام والاتصال وتكوين طلبة مختصين في هذا المجال، تمّ إحداث سنة 2018 مدرسة عسكرية للإعلام والاتصال تحت إشراف المديرية المكلفة بالإعلام والاتصال.

(2) آليات الاعلام العسكري في الجزائر

مواكبة للتطور المتسارع في نشر الأخبار المتعلقة بالمؤسسة العسكرية ونظرا للأهمية التي يكتسبها ميدان المعلوماتية تم إنشاء موقع واب رسمي لوزارة الدفاع الوطني "MDN.DZ"، ليكون بمثابة مؤشر على وحدة وتكامل العمل الإعلامي العسكري مع الإعلام المدني والإسهام في تحقيق الحوار بين أجهزة الدولة والشعب بما يحقق الترابط من أجل إنجاز الأهداف الوطنية وكذا تعميق وعي المواطن وإقناعه بالقضايا المثارة التي تهدف إلى تحقيق أمنه والأمن الوطني للدولة.

ولقد تبين من خلال تقصي مسحي لمختلف الوثائق المتاحة أن أهم مؤسستين للانتاج الاعلامي للجيش الوطني الشعبي، تتبعان بالضرورة إلى المديرية المكلفة بالإعلام والاتصال، وهما المركز الوطني للمنشورات العسكرية، من خلال مجلتي الجيش والجندي، والمؤسسة العسكرية المركزية للسمعي البصري، من خلال الحصة التلفزيونية "وعقدنا العزم" والحصة الإذاعية "السليل".

ومن خلال عدة مقاربات مسحية واستقصائية تبين كذلك أن هناك عدة آليات ومنتجات اتصالية تدخل ضمن الأدوات الاتصالية للمؤسسة العسكرية الجزائرية، كلها متاحة على مستوى موقع الأنترنت الرسمي لوزارة الدفاع الوطني "mdn.dz"، نذكر من أهمها:

1-المطبوعات:

هي كل الوسائل ذات الطابع الكتابي التي تقوم المؤسسة العسكرية بنشرها وتعتمد عليها لإيصال المعلومات الى الجمهور بمختلف فئاته بهدف اعلامه بما يتماشى مع رؤية المؤسسة واهدافها. على غرار **مجلة المتحف** الصادرة عن المتحف المركزي للجيش الكائن مقره بمقام الشهيد، **مجلة الدرك الوطني والدركي** (هما مجلتان تتكلمان بلسان قيادة الدرك الوطني، متداولة في بعض مؤسسات الدولة، الجامعات إضافة إلى قطاع الصحافة والاعلام)، **المطويات والمنشورات** (تصدرها خلايا الاتصال من فترة إلى أخرى حسب الحاجة او حسب المناسبة تهدف إلى التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها اضافة إلى المطويات)، **الملصقات** (هي عبارة عن صور ذات دلالات سمبولوجية تهدف الى ايصال رسائل معينة الى الجمهور)،

2- الأبواب مفتوحة:

هي وسيلة اعلامية فعلتها المؤسسة العسكرية سنة 2002 طبقا لتعليمات وتوجيهات قائد أركان الجيش الوطني الشعبي تهدف الى توثيق الاتصال مع الجمهور⁽¹²⁾.

3-المعارض:

تنظم المؤسسة العسكرية سنوياً عدة معارض، وذلك على مستوى مختلف النواحي والوحدات، كمعارض الأسلحة والعتاد

4-الزيارات الميدانية:

هي زيارات لبعض المؤسسات الأخرى من طرف القيادة وضباط الاتصال للمؤسسة العسكرية رفقة بعض الصحفيين قصد إعطاء صورة حية وجيدة عن الجيش الوطني الشعبي، فيكون هؤلاء الوافدين بمثابة سفراء للجمهور الخارجي بالمؤسسات العسكرية.

5-الإعلانات:

يستعمل الجيش الوطني الشعبي بعض المساحات الاعلانية في التلفزيون الجزائري والاذاعة الوطنية بمختلف قنواتها للإعلان عن مختلف نشاطات ورسائل الجيش الوطني الشعبي، ناهيك عن الترويج للتجنيد والتوظيف على مستوى مختلف فروع المؤسسة العسكرية.

6- المتاحف:

تستند إستراتيجية الاتصال والاعلام للمؤسسة العسكرية إلى اعتماد المتاحف كوسيلة إعلامية اتصالية تضمن التفتح على المجتمع المدني ومن هذه المتاحف:

* المتحف المركزي للجيش الوطني الشعبي.

* متحف المقاومة بالأكاديمية العسكرية لشرشال الرئيس الراحل هواري بومدين.

7- مراكز الاعلام الإقليمية:

كان تدشين أول مركز إعلامي إقليمي من قبل قائد الناحية العسكرية الثانية سنة 2001 بعشية الاحتفال بذكرى اندلاع ثورة اول نوفمبر من مدينة وهران (13).

وتهدف مراكز الاعلام الإقليمية إلى تحقيق التواصل بين المؤسسة العسكرية وجمهورها فهي تحتوي على قاعات عرض، مكتبة، جناح التعريف بمدارس التكوين العسكري. كما تتواجد هذه المراكز على مستوى النواحي العسكرية وبعض الولايات كالجلفة، سطيف، باتنة، ام البواقي وسوق اهراس.

خاتمة

لقد مكنتنا هذه المحاولة المسحية الإستطلاعية من المعرفة الجيدة للأهمية البالغة التي يكتسبها الإعلام والاتصال بصفة عامة والإعلام المتخصص أو الإعلام العسكري بصفة خاصة ضمن المنظومة الإعلامية للجزائر، كما استنتجنا من خلالها غايات وأهداف الإعلام العسكري في الجزائر التي يمكن تلخيصها في تدعيم الاتصال الخارجي نحو الشعب لتعزيز الرابطة معه وتعزيز مصداقية الجهود، عن طريق إطلاع المواطن بصفة مستمرة بالنشاطات والفعاليات والمهام المنجزة، وكذا الجهود المبذولة من طرف الجيش الوطني الشعبي على أكثر من صعيد بالنظر للرهانات و المتغيرات الحاصلة في المنطقة.

تهدف العملية الإعلامية والاتصالية للمؤسسة العسكرية الجزائرية إلى تعميق وعي المواطن وإقناعه بالقضايا الوطنية والإقليمية، وإطلاعه على الجهود المبذولة لتجهيز وتسليح وتدريب قواته المسلحة، لتكون جاهزة لرد أي عدوان يمس بالسيادة الوطنية للجزائر، عن طريق مجموعة من الآليات الفعالة والمدروسة من طرف المختصين في ميادين الإعلام والاتصال لتمكين المواطن من المعلومات المتعلقة بالدفاع الوطني وإمكانيات القوات المسلحة.

خصصت المؤسسة العسكرية الجزائرية هيكلًا مركزيًا مدعّمًا بوحدات عضوية إنتاجية وأخرى متخصصة، تأخذ على عاتقها مهمة تنفيذ السياسة الإعلامية بالتنسيق والتعاون مع المؤسسات الإعلامية العمومية وحتى المستقلة منها، في إطار المفهوم الواسع والشامل للدفاع الوطني والأمن الوطني للجزائر. كما يؤكد الإعلام العسكري أن مسألة الدفاع عن الجزائر وصون سيادتها الوطنية هو قضية الجميع، أفرادًا ومؤسسات، وهو ما يستوجب تكثيف الجهود وتوحيدها للتصدي لكافة التهديدات والمخاطر المتتالية.

الهوامش والإحالات:

- ¹ عبد الفتاح علي، الاعلام الحربي والعسكري، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص11
- ² نفس المرجع السابق، ص12
- ¹ علي قاسم الشعيبي، القيادة العامة للقوات المسلحة، الامارات العربية المتحدة، 2013، ص22؛
- ¹ حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015، ص 65.
- ³ - حازم الحمداني، المرجع السابق، ص 65.
- ⁴ - فرهاد حسن عبد اللطيف، الإعلام الحربي والعسكري، الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، عمان الأردن، ص 33-34.
- ⁵ - علي عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 12.
- ⁶ - حازم الحمداني، المرجع السابق ، ص 85.
- ⁷ - فرهاد حسن عبد اللطيف، المرجع السابق ، ص 40.
- ¹ - محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام الحربي والعسكري، مكتبة النور، 2012 ص 31.
- ⁸ - حازم الحمداني، المرجع السابق ، ص 85.
- ⁹ - علي عبد الفتاح، المرجع السابق ، ص 33.
- ¹⁰ - مقال بعنوان: الإعلام و الاتصال في الجيش الوطني الشعبي : النشأة و التطور، مجلة الجيش، سلسلة خاصة، افريل 2013، ص108.
- ¹¹ - نفس المرجع، ص 109.
- ¹² - مقال بعنوان: الإعلام والاتصال في الجيش الوطني الشعبي : مسيرة وإنجازات، مجلة الجيش، سلسلة خاصة، افريل 2013، ص 44.
- ¹³ - نفس المرجع، ص 46.