مجلة جامعة بخت الرضا المحكمة، ربع السنوية، العدد (46)، المجلد (1) سبتمبر 2026م
معامل التأثير العربي (1.25)
ISSN:[1858-6139],Online

الإعلام العسكري في العهد النبوي دراسة مقارنة بالإعلام العسكري المعاصر

سيدة النعيم عبد الله[1] السماني أحمد محمد آدم[1]

[1]جامعة سنار، كلية الآداب

تاريخ الاستلام:2026/08/24م تاريخ النشر:2026/09/30م

مستخلص

هدفت هذه الدراسة التخصصية إلى تحليل ومقارنة الإعلام العسكري في العهد النبوي بنظيره المعاصر، من خلال التقصي عن أوجه التشابه والاختلاف بينهما، مع التركيز على استجلاء أبرز الخصائص والسمات التفاضلية للإعلام العسكري في الصدر الأول للإسلام، ومدى إمكانية استثمار هذه المبادئ والأطر التأسيسية في تطوير وتحديث الخطاب العسكري المعاصر .ولتحقيق هذه الأهداف، اعتمدت الدراسة المنهجين التاريخي والوصفي التحليلي لتتبع المفاهيم، والوظائف، وأساليب الاتصال، والوسائل المعتمدة في كلا العصرين. أسفرت النتائج عن أن الإعلام العسكري في العهد النبوي كان نموذجاً متكاملاً اتسم بالشمولية والمصداقية، واستند إلى التخطيط والتنفيذ القائمين على الهدي النبوي، حيث وُظِّفت فيه رسائل اتصال متعددة ومُنظَّمة أسهمت بفاعلية في رفع المعنويات الذاتية وإضعاف الروح المعنوية للخصم .كما أظهرت المقارنة وجود تقارب موضوعي في بعض الوظائف والأهداف الاستراتيجية للإعلام العسكري بين العهدين، مع تباين جوهري في الوسائل والتقنيات الناتجة عن التطور التكنولوجي .وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بضرورة تأصيل وتطبيق القيم والمبادئ النبوية في المنظومات الإعلامية العسكرية بالدول الإسلامية، مع التوصية بإجراء بحوث مستقبلية تتناول جوانب تاريخية أخرى، كالدراسات الشاملة للإعلام العسكري في العهدين الراشدي والأموي.

كلمات مفتاحية :الإعلام العسكري، العهد النبوي، الإعلام المعاصر، أساليب الاتصال، الحرب النفسية، الهدي النبوي.

Abstract

This study aims to conduct a comparative analysis between military media during the Prophetic era and contemporary military media. It explores their similarities and differences, highlights the defining characteristics of early Islamic military media, and assesses how its foundational principles can be leveraged to modernize contemporary military communication. The study employs both historical and descriptive-analytical methodologies to examine the concepts, functions, communication strategies, and media tools utilized across both eras. The findings reveal that military media in the Prophetic era was a comprehensive, integrated, and credible system anchored in Prophetic guidance for strategic planning and execution. It utilized diverse communication channels to boost the morale of Muslims while disarming that of the adversary. Furthermore, the results demonstrate a functional alignment in the core strategic objectives of military media between both periods, despite distinct technological disparities in the mediums used. The study recommends integrating the ethical and strategic principles of Prophetic military media into the military communication frameworks of Islamic nations. Additionally, it calls for further academic research into historical military media, specifically proposing comprehensive studies on military media during the Rashidun and Umayyad Caliphates.

Keywords: Military Media, Prophetic Era, Contemporary Media, Communication Methods, Psychological Warfare, Prophetic Guidanc

مقدمة

تعد الحرب النفسية والرسالة الإعلامية جزءاً أصيلاً من إدارة الأزمات والنزاعات العسكرية عبر التاريخ؛ إذ لم تقتصر المواجهات العسكرية يوماً على أدوات القوة المادية فحسب، بل اقترنت دائماً بالتأثير المعنوي والإعلامي. وفي هذا السياق، قدمت السيرة النبوية نموذجاً فريداً متكاملاً للإعلام العسكري، ارتكز على التخطيط المحكم، والصدق، والشمول، مستهدفاً بناء الروح المعنوية للجيش الإسلامي، وتحصين الجبهة الداخلية، وتفكيك القوة النفسية للعدو. ومع التطور التكنولوجي الهائل وظهور الفضائيات وسائط التواصل الحديثة، شهد الإعلام العسكري المعاصر تحولات جذرية في الوسائل والتقنيات مع ثبات العديد من الغايات الاستراتيجية. وتأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على الإعلام العسكري في العهد النبوي من خلال مقارنته بالممارسات الإعلامية العسكرية المعاصرة؛ بغرض استجلاء أوجه التوافق والاختلاف، واستلهام المبادئ والقيم النبوية الكفيلة بتطوير الخطاب الإعلامي العسكري الحديث ورسم استراتيجياته وفق أسس أخلاقية وفاعلية ميدانية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ابراز دور الإعلام باعتباره سلاحاً موازياً ومؤثراً في إدارة المعارك الحركية، تسليط الضوء على الأهمية الاستراتيجية للإعلام في الحروب والأزمات ومعرفة مدى تأثير الإعلام العسكري في فض النزاعات وإدارة الصراعات بين الأطراف.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1/ تبيان الدور الفعّال الذي يؤديه الإعلام العسكري في الحروب بمختلف أبعادها ومجالاتها .

2/ الكشف عن آليات الإعلام العسكري في رفع الروح المعنوية، والمقارنة بين تجلياته في العهد النبوي وتطبيقاته المعاصرة.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي الوصفي والاستقرائي والذي يقوم على تتبع الأحداث وسردها تاريخياً، ومن ثم استقراء المعطيات وتحليلها علمياً.

مشكلة الدراسة

تتبلور مشكلة الدراسة في الندرة الملحوظة للدراسات الاكاديمية التي تجمع وتؤصل لوسائل الإعلام العسكري في السيرة النبوية ضمن إطار نظري متكامل؛ إذ غالباً ما تسرد القصص والأحداث التاريخية بشكل متفرق دون ربطها بالمفاهيم والمصطلحات المعاصرة للإعلام العسكري.

أسئلة الدراسة

1/ ما هو مفهوم ودور الإعلام العسكري في العهد النبوي؟

2/ ما الفرق بين الإعلام العسكري في العهد النبوي وبين الإعلام العسكري في العصر المعاصر؟

3/ ما الثوابت الإعلامية في الإعلام العسكري في العهد النبوي ، ومدى استمرارها في الإعلام العسكري المعاصر

4/ ما دور الإعلام العسكري في رفع معنويات المسلمين في العهد النبوي؟

5/ ما إسهامات الإعلام العسكري في التأثير النفسي والمعنوي على العدو في العهد النبوي؟

6/ ما الوسائل التي استخدمها النبي صلى الله عليه وسلم في الإعلام العسكري؟

7/ ما دور الإعلام العسكري في إدارة الصراع والتأثير في مواقف الخصوم؟

مفهوم الإعلام العسكري في العهد النبوي:

هو استخدام الخطب والسفراء والرايات والشعارات والنداء والتكبير(وهو ما يعرف في الدراسات المعاصرة بالحرب النفسية أو التأثير المعنوي في العدو) و الكلمة المسموعة والمكتوبة والشعر والرسائل لأغراض الحرب النفسية، ورفع معنويات الجيش، وكسر معنويات العدو، وضبط السلوك الأخلاقي أثناء القتال. ما كان اسمه إعلام عسكري وقتها لكن وظيفته نفسه. وكذلك هو كل نشاط اتصالي موجه من القيادة النبوية للجيش المسلم وللعدو بهدف لتوجيه المعركة نفسها وأخلاقياً قبل وأثناء وبعد القتال.(عبد الكريم زيدان ، 2002م، ص 187) (مهدي رزق الله أحمد، 1992م، ص389)

وظائف الإعلام العسكري في العهد النبوي

الإعلام العسكري جزءاً أصيلاً من التخطيط العسكري في العهد النبوي ، بل كان له وظائف محددة مرتبطة بالمعركة والسياسة والدعوة ، ومن وظائف كسر الروح المعنوية للعدو والحرب النفسية مثلاً قول الشعر الحربي والهجاء المضاد للرد على إعلام قريش، حتى يحث العدو بأن المسلمين أقوياء لا يهابون الموت موحدون في صف وأحد . كذلك رفع الروح المعنوية وتثبيت المقاتلين في ساحات الحرب والشدة والمحنة. فمثلاً كان الرسول صلى الله عليه وسلم يلقي خطباً قبل القتال تذكر بالآخرة، بالنصر، وبالثواب، ليثبت القلوب ويزيل الوهم التردد من قلوب المسلمين . مثلاً خطبته صلى الله عليه وسلم قبل بدر كانت عبارة عن مشورة وبشارة ودعاء، في المشورة عندما أستشار أصحابه فقال:" أشيروا علي أيها الناس" وفي البشارة عندما قال صلى الله عليه

وسلم " سيروا وأبشروا، فإن الله قد وعدني إحدى الطائفتين، والله لكأني الآن أنظر إلى مصارع القوم" وفي الدعاء كان يدعو : " اللهم هذه قريش قد أقبلت بخيلائها وفخرها تحادك وتكذب رسولك، اللهم فنصرك الذي وعدتني، اللهم أحنهم الغداة".(ابن هشام، 1955م، ص261)

وكذلك أنه صلى الله عليه وسلم كان يحث أصحابه ويثبتهم قبل المعركة في قوله قوموا إلى جنةٍ عرضها السموات والأرض) فقال عمير بن الحمام رضي الله عنه، بخ بخ (رواه مسلم1901)، وأيضاً نجد الرسائل التي أرسلها للملوك والقبائل كانت جزءا من الإعلام السياسي والعسكري **ومنها من** قبلت ومنها من رفضت والتي قبلت منها رسالة الملك المنذر بن ساوي والي البحرين أسم سفير المسلمين العلاء بن الحضرمي النتيجة أسلم المنذر وعرض الإسلام على قومه فأسلم بعضهم وبقى الأخرون على يهوديتهم أو مجوسيتهم ففرضت الجزية على اليهود والمجوس. كذلك رسالة الملك النجاشي ملك الحبشة أسم سفير المسلمين عمرو بن أمية الضمري النتيجة كان رد النجاشي جميلاً ورد في بعض الروايات أنه أسلم .من الرسائل التي رفضت رسالة هرقل ملك الروم المبعوث دحية بن خليفة الكلبي وكذلك من الرسائل التي رفضت رسالة المقوقس ملك مصر والإسكندرية الذي حملها حاطب بن أبي بلتعة وايضاً من الرسائل التي لم تجد استجابة رسالة عظيم بصرى من قبل الروم شرحبيل بن عمرو الغساني وكان حامل الرسالة الحارث بن عمير الازدي وهنا الرفض كان لم يكن قبل ذلك ولا بعده وكانت النتيجة لم يسلم وقتل المبعوث . ونجد من الرسائل التي رفضت رسالة كسرى ملك الفرس وكان المبعوث عبدالله بن حذافة السهمي وايضاً من الرسائل التي رفضت رسالة الرسول إلى شجاع بن وهب الأسدي وكان المبعوث الحارث بن أبي شمر الغساني أمير وايضاً ملك عمان سفير المسلمين عمرو بن العاص النتيجة غضب ورد رداً شديدا. .(محمد علي عوض، 2009م، ص287)(محمود شيت خطاب ، 1989، ص226). وخلاصة القول أن الرسائل التي قبلت والتي رفضت كان الرسول صلى الله عليه وسلم قد بلغ دعوته إلى أكثر ملوك الأرض، فمنهم من آمن ومنهم من كفر ، كانت النتيجة شغل فكر هؤلاء الكافرين وعرف لديهم باسمه ودينه .

مفهوم الإعلام العسكري المعاصر

يُعرف الإعلام العسكري بأنه جمع وتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات والصور والحقائق والرسائل والتعليمات من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة، والتأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع، ونشرها محلياً وخارجيا باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة وإحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى إضعاف الروح المعنوية أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش مع التأكيد على الولاء لله ثم الانتماء للوطن.(على عبد الفتاح ، 2016م،ص 141)

كما يُعرف أيضاً وهو فرع من الإعلام الشامل متخصص في مجالات الإعلام العام للدولة وأحد أدواته، يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي العسكري للدولة ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة، وكذلك لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة. وأصبح الإعلام الحربي في ظل التطورات، يمثل ركيزة هامة من ركائز بناء أمن الدولة الوطني، بل وأصبح مرآة المواطن التي يرى فيها قواته المسلحة وما يدور داخلها وبشكل واقعي، ويعرف على الدور الذي تؤديه في حالتي السلم والحرب من أجل دعم التنمية الوطنية وقت السلم، ومن أجل الدفاع عن تراب الوطن وقت الحرب. (حازم الحمداني، 2010م، ص312)

وظائف الإعلام العسكري المعاصر

وظيفة الإعلام العسكري المعاصر تركز على . رفع الروح المعنوية ، وكسب تأييد الداخل والخارج ، المواجهة الإعلامية النفسية التوعية بالتهديدات، ونقل صورة القوات المسلحة بصدق وسرعة، ومن وظائف الإعلام العسكري المعاصر رفع الروح المعنوية يهتم ببرامج رفع معنويات الجنود والمواطنين وإزالة الإحباط وتنمية إرادة القتال، و كسب التأييد دولياً ومحلياً ،و تأييد الشعوب والحكومات لجمع المساعدات سياسياً وعسكرياً ، وغرس الانتماء للوطن. الحرب النفسية والدعاية . التصدي للحرب النفسية وإثارة الفوضى والبلبلة في صفوف العدو عبر أخبار إحباطيه أو منشورات ، وإبراز الصورة السلبية عن العدو . نقل المعلومة بسرعة

ودقة ، نقل المعلومات بسرعة ودقة مع المصداقية وتغطى التوعية والتثقيف . التعريف بالمواقف السياسي للدولة وإبراز الدور الحضاري للقوات المسلحة، والتثقيف العسكري.(علي عبد الفتاح ، (حازم الحمداني، 2015م، ص3).

خلاصة الأمر: الوظيفة ما تغيرت من 1400سنة. تحفيز الصف ،و كسر العدو نفسياً وضبط الروية ، بل الذي تغير هو السرعة والمدى بسبب التقنية، في العهد النبوي الرسالة توصل إلى 1000 مقاتل، اليوم في الدقيقة تصل إلى ملايين من المقاتلين.

مقارنة بين أدوات الإعلام العسكري في العهد النبوي والإعلام العسكري المعاصر:

أدوات الإعلام العسكري في العهد النبوي: من أدوات الإعلام العسكري في العهد النبوي الآتي:

الشعر: كان دوره في الإعلام العسكري في العهد النبوي كان أقرب ، يعتبر الشعر قناة إعلامية جماهرية موجودة، منذ عهد الرسول صلى الله عليه وسلم حيث وقتها كان المجتمع عربي شفهي، فالكلمة الموزونة تثبت في الذهن أسرع من أي خبر، أو خطية. النبي صلى الله عليه وسلم وظيفه رسمياً كسلاح ضمن الحرب النفسية. لدور (الإعلام العسكري) اليوم لأنه كان أسرع وسيلة تأثير جماعي في مجتمع شفهي.

1/ وظائف الشعر الإعلامي في الحرب في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم

تتمثل في رفع معنويات الجيش، كانوا الصحابة الشعراء ينشدون قبل القتال وأثناء المسير والحفر والقتال لكي يكسرون الملل ويحافظوا على إيقاع العمل. رهبة الموت ويشحنون الحماس، أمثلة على ذلك رجز عبد الله بن رواحة يوم مؤتة (8 هجرية) عندما لاحظ كثرة الروم وقتل صاحبيه، فقال

أقسمت يا نفس لتنزلنه طائعة أو لتكرهنه
إن أجلب الناس وشدوا الرنة مالي أراك تكرهين الجنة
يا نفس إلا تقتلي تموتي وهذا حمام الموت قد صليتي
وما تمنيت فقد أعطيتي إن تفعلي هديتي

يمكن القول أن دوره الإعلامي العسكري، هو إعلام داخلي يثبث نفسه أولاً ثم يعطي رسالة للجيش إن القادة يتقدمون وما يتراجعون. ونجده بعد ما قال هذا الشعر تقدم وقاتل حتى أستشهد. وكذلك رجز علي بن أبي طالب كرم الله وجهه يوم الخندق حيث قال: أنا الذي سمتني أمي حيدرة ، ضرغام آجام وليث قسوره، أكيلكم بالسيف كيل السندرة نجد هذا الشعر من نوع الرجز القصير الذي يقال ساعة المبارزة لرفع المعنويات وإرهاب الخصم .(أبن هشام ، 1955م ص، 229)

2/ الحرب النفسية ضد العدو هو الدور الأهم واختاروا رسمياً إلى هذا الجانب حسان بن ثابت لكي يثبت الرواية ويكسر معنويات قريش بعد الهزيمة في موقعة بدر الكبرى حيث قال:

قتلنا القوم في بدر جميعاً فما أبقينا منهم نذيراً
بكينا يوم بدر قتل كسرى ورأس من بني عبد الكبيرا
وعتبة وابنه والمرء شيبة وأبا جهل تركناه صريعا

ألا أبلغ أبا سفيان عني فأنت مجوف نخبا جويرا
أتعدون قتيلكم ببدر فإنا قد قتلنا مثلكم صبر

ولقد كان الهدف من ذكر أسماء القتلى الكبار من قريش عشان يذلهم، حتى يقطع عليهم شماتتهم.(محمد رضوان الداية، 1985م، ص85). وكذلك كعب بن مالك للرد على شعراء قريش خاصة عندما رد على أبن الزبعري لمن هجا المسلمين بعد الخندق قال:

أنشتُمُ سلماً وتُمنيتَه ومنه ورد الموت غير مذمم
فإنك لو رأيت أبا سفيان يوماً وقد علت الرماح على الجماجم
لريت فوارساً منا ليوثاً على الأعداء في يوم عصائم
فإما تقتلونا تستريحوا وإما تستفيقوا تندمونا

هنا كان الرد جاهز يوقف هجاء أبن الزبعرى ويبين إن الرد جاهز (كعب بن مالك الانصاري،1983م، ص89)

3/ توثيق المعركة وصناعة الرمز. بعد المعركة الشعراء يخلدون البطولات والأسماء. وهذا يخدم هدفين:

أ/ داخلياً يثبت قصة النصر في ذاكرة المسلمين ويورثها الأجيال .

ب/ خارجياً يرسل رسالة للعرب كلهم إن الدولة الجديدة لها رجالها وقصها، وليس مجرد م قبيلة.

4/ تفكيك الدعاية المضادة لما قريش والمنافقين كانوا ينشرون شائعات وإحباط الشعر كان أداة رد سريع ما كان فيه بيانات رسمية فالقصيدة كانت الخبر العاجل الذي يوصل لكل خيمة

5/ الضوابط الأخلاقية رغم إنه سلاح الشعر النبوي ما كان فوضي ممنوع هجاء النساء والأعراض، ممنوع الكذب الصريح على المسلمين مسموح الهجاء ضد المقاتلين وذكر مثالبهم الحقيقة في الحرب .

الخطبة في الإعلام العسكري الإسلامي: كانت سلاح معنوي مباشر، أسرع من الشعر وأقوى من البيان العادي، مثلاً: خطب الرسول صلى الله عليه وسلم في الحرب كان النبي يخطب في الجيش قبل المعارك لتثبيتهم ورفع معنوياتهم ، وكانت خطبته قبل غزوة بدر (2هجرية) حيث جمع الصحابة وقال: "قوموا إلى جنة عرضها السموات والأرض؟ قال:" نعم" قال: بخ بخ

التكبير:. كان من أهم أدوات الإعلام العسكري العهد النبوي .قال الله تعالى:(وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمُ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ) (139) سورة العمران ولم يكن مجرد ذكر، بل رسالة صوتية موجهة ولها وظائف منها رفع الروح المعنوية للمسلمين، كان التكبير شعاراً للمسلمين في الحرب، كما كان يبث صوت التكبير الجماعي في قلوب الأعداء ويوحي بقوة المسلمين وكثرتهم، كما كان إشارة لبدء الهجوم والالتحام، مثلاً في غزوة خيبر (الله أكبر خربت خيبر) ، وفي غزوة حنين كان شعار المسلمين (أمت أمت) كما كان الرسول صلى الله عليه وسلم يكبر عند إحراق حصون العدو وعند فتح المدائن.(محمد بن سعيد بن سالم القحطاني، 2006م، ص198)

رسائل التمويه: هي من أقدم صور الحرب النفسية والإعلام المضلل في العهد النبوي، والمقصود بها إرسال معلومات غير صحيحة أو ناقصة عن تحركات المسلمين وعددهم وخططهم بهدف تضليل العدو، وفي قوله تعالى:(وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ (60)الأنفال ورفع معنويات المسلمين وأرباك حسابات العدو مثلاً غزوة بدر أرسل الرسول صلى الله عليه وسلم طلائع لاستطلاع قافلة قريش مع إظهار أن الهدف هو القافلة فقط وليس قتال قريش، حتى لا تستعد قريش بجيش كبير.(على محمد الصلابي، 2005م، ص512)

أدوات الإعلام العسكري في العصر المعاصر: من أدوات الإعلام العسكري المعاصر .

البيانات السوشيال: هي مجموعة المحتويات والنصوص والصور والفيديوهات والتعليقات والتفاعلات التي تنشرها المؤسسة العسكرية أو جمهوريها على منصات التواصل الاجتماعي، بهدف إدارة السردية العسكرية، وكسب التأييد، ومواجهة الحرب النفسية، ورصد معنويات العدو والصديق وقياس أثر العمليات الإعلامية في الزمن الحقيقي، وأهم وظائفها كأداة عسكرية النشر السريع خلال دقائق من الحدث، كذلك مواجهة الشائعات الرد المباشر على رواية العدو ثم الاستخبار الإعلامي في رصد اتجاهات الراي العام وتحليل معنويات العدو.(صلاح حسن عبدالله، 2020م،ص 112)

ميديا: هي مجموعة الوسائل والقنوات الاتصالية المرئية والمسموعة والمقروءة والرقمية التي تستخدمها المؤسسة العسكرية لنقل الرسائل، وتوثيق العمليات، وإدارة الحرب النفسية، وتشكيل الرأي العام الداخلي والخارجي، بهدف تحقيق أهداف استراتيجية وتعبوية في زمن السلم والحرب من وظائفها الاسناد المعنوي رفع روح الجنود والشعب توثيق العمليات والإنجازات والانتهاكات.(صلاح حسن عبدالله، 2020م،ص 89)

الفيديو الميداني: يعد الفيديو الميداني العسكري أحد أهم أدوات الإعلام العسكري الحديث، ويقصد به التسجيل المرئي الذي يتم في مسرح العمليات لإبراز الدور القتالي والإنساني للقوات، وله أثر مباشر في تشكيل الرأي العام الداخلي والخارجي. ومن أهدافه في

الإعلام العسكري رفع الروح المعنوية للجنود والشعب، وكشف الحقائق ودحض الشائعات وكذلك عرض الحقائق بدون مبالغة فيها. (أحمد، يوسف أحمد، ، 2015م،ص132).

أوجه الشبه بين الإعلام العسكري في العهد النبوي والإعلام العسكري المعاصر:

1/ تلتقي الممارستان في الوظيفة إدارة معنويات الجمهور

2/ التأثير في العدو نفسياً واضعاف معنوياته ضمن الضوابط الشرعية.

3/ مواجهة الشائعات ودحضها والرد عليها.

4/ يتفق الإعلام العسكري في العهد النبوي والإعلام العسكري المعاصر في إداء عدد الوظائف، من أهمها إدارة المعلومات ورفع الروح المعنوية للجمهور والقوات المسلحة.

5/ رفح الروح المعنوية.

6/ إدارة المعلومات العسكري.

7/ تعبئة الرأي العام.

8/ الحرب النفسية.

9/ حماية الأمن المعلوماتي.

10/ مواجهة الدعاية الكاذبة.(القحطاني، 2006م، ص25)

أوجه الاختلاف بين الإعلام العسكري في العهد النبوي والإعلام العسكري المعاصر

1/ تختلف الوسائل الإعلامية؛ فقد اعتمد الإعلام العسكري في العهد النبوي على الخطابة والشعر والنداء المباشر، بينما يعتمد الإعلام العسكري المعاصر على القنوات الفضائية والإذاعة والتلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي والانتاج الرقمي.

2/ أسهم التطور التقني في توسيع أدوات التأثير الإعلام. وقد استخدمت هذه الأدوات في بعض النزاعات بصورة تخالف الضوابط الأخلاقية.

3/ الأغاني الوطنية والمونتاج الحماسي المعاصر . الكلمات القصيرة الموزونة تثبت في الذهن.

4/ الضابط الأخلاقي صحيح إن الأدوات تشبه بعضها في الوظيفة، لكن الإعلام العسكري في العهد النبوي كان مقيد بضوابط الوحي. الكذب على العدو جائز في الخدعة الحربية، عن جابر بن عبدالله رضي الله قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (الحربُ خَدعةٌ)(البخاري ، كتاب الجهاد والسير باب الحرب خدعة ، رقم 3030)، لكن الكذب على الجيش المسلم أو بث الإحباط ممنوع. الشعر كان يهجو كذب وافتراء قريش. لكنه ما كان يمس النساء والأعراض.

في يومنا المعاصر الفارق التقني خلق فجوة أخلاقية . سهولة النشر جعلت بعض الجيوش تستخدم الشائعات على المدنيين، والتزييف العميق، واستهداف معنويات المجتمع كامل هو الجيش فقط. في العهد النبوي الهدف كان المقاتل المسلح في الميدان، هو تحطيم المجتمع المدني كله. الأداة في العهد النبوي شفهية ومحدودة .(صلاح، 2020م، ص33).

الإعلام العسكري ودوره في الحروب في العهد النبوي و الحروب المعاصرة:

الإعلام العسكري ودوره في الحروب في العهد النبوي: يُعد الإعلام العسكري في العهد النبوي أحد الأدوات الاستراتيجية التي أسهمت في تحقيق أهداف الدولة الإسلامية، ولم يكن مقتصرًا على نقل الأخبار أو التعبئة المعنوية، بل كان جزءًا أصيلًا من التخطيط العسكري وإدارة الصراع. فقد اعتمد النبي ﷺ على منظومة إعلامية متكاملة ارتكزت على الصدق، والالتزام بالضوابط الشرعية، وحسن توظيف الكلمة في خدمة المقاصد العسكرية، بما يعزز وحدة الصف الإسلامي، ويرفع معنويات المقاتلين، وفي قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمْ فِئَةً فَاثْبُتُوا وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (الآية 45الأنفال) ويؤثر في معنويات العدو دون تجاوز للأخلاق الإسلامية. وأدى الإعلام العسكري في العهد النبوي عدة أدوار، من أبرزها: تعبئة المسلمين نفسيًا قبل المعارك، ترسيخ الثقة بوعد الله تعالى، إبراز قيم الشجاعة والثبات و ودحض الشائعات التي كانت تستهدف زعزعة الصف

الداخلي، والمحافظة على سرية التحركات العسكرية ما كان يعلن عدد العدو ولا تفاصيل الخروج إلا للضرورة عشان ما يحصل فشل أو نزوع مثلاً في غزوة بدر كان كتمان الخروج وفي قوله:(إِذْ يُرِيكَهُمُ اللَّهُ فِي مَنَامِكَ قَلِيلًا وَلَوْ أَرَاكَهُمْ كَثِيرًا لَفَشِلْتُمْ وَلَتَنَازَعْتُمْ فِي الْأَمْرِ وَلَكِنَّ اللَّهَ سَلَّمَ إِنَّهُ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ) الأنفال الآية(43) إلى جانب استخدام الشعر والخطابة والرسائل في الحرب النفسية المشروعية لإضعاف عزيمة الخصوم وتقوية الروح المعنوية للمسلمين، كما سهم الإعلام في توثيق الانتصارات العسكرية، وتعزيز الانتماء للدولة الإسلامية الناشئة. وامتاز الإعلام العسكري النبوي بجملة من الخصائص، أهمها الالتزام بالصدق والأمانة، والبعد عن الاشاعات، واحترام القيم الإنسانية حتى في أوقات الحرب، وهو ما يميزه عن كثير من الممارسات الإعلامية في الحروب المعاصرة التي قد تتجاوز الضوابط الأخلاقية والقانونية.(ابن هشام، السيرة النبوية، ابن القيم، زاد المعاد في هدى خير العباد)

الإعلام العسكري ودوره في الحروب المعاصر

يُعد الإعلام العسكري في الحروب المعاصرة أحد أهم أدوات القوة الشاملة للدول، إذ تجاوز دوره التقليدي المتمثل في نقل الأخبار العسكرية إلى كونه عنصراً فاعلاً في إدارة الصراع، وصناعة الرأي العام، والتأثير في مجريات العمليات العسكرية والسياسية والنفسية. ومع التطور المتسارع في وسائل الاتصال وتقنيات الإعلام الرقمي، أصبح الإعلام العسكري جزءاً من منظومة الأمن القوم، يسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدولة من خلال إدارة المعلومات، والتواصل مع الجمهور، وتعزيز الثقة بالمؤسسات العسكري، والتصدي للحملات الإعلامية المعادية.(حسن عماد مكاوي، الإعلام وقضايا الأمن القومي). ويؤدي الإعلام العسكري في الحروب المعاصرة أدواراً متعددة، من أبرزها رفع الروح المعنوية للقوات المسلحة والمواطنين، وتعزيز التماسك الوطني، وإدارة الأزمات الإعلامية أثناء النزاعات، وتوفير المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب لحد من أنتشار الشائعات والأخبار المضللة، كما يؤدي دوراً محوريا في الحرب النفسية من خلال التأثير في إدراك الخصم وإضعاف معنوياته، إلى الجانب دعم عمليات الخداع العسكري المشروعة، بما يحقق ميزة استراتيجي في ميدان القتال وفقا لقواعد القانون الدولي الإنساني . وقد أسهمت وسائل الإعلام الحديث، ولاسيما القنوات الفضائية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والذكاء الاصطناعي، والطائرات المسيرة المزودة بوسائل البث والتوثيق، في إحداث تحول نوعي في الإعلام العسكري، فأصبحت المعلومة تنتقل لحظة وقوع الحدث، وأصبحت المعركة الإعلامية تسير بالتوازي مع المعركة العسكرية، بل قد تسبقها في بعض الأحيان، مما جعل السيطرة على الفضاء المعلوماتي أحد أهم متطلبات النجاح في الحروب الحديثة.(محمد منير، 2010م، ص56).

النتائج

1/ أن الإعلام العسكري في العهد النبوي كان جزءًا من التخطيط العسكري.اعتمد على وسائل متعددة، مثل الخطابة، والشعر، والرسائل، لتحقيق أهداف نفسية ومعنوية

2/ أن الإعلام العسكري في العهد النبوي كان منظومة متكاملة ومقصودة، لم تكن ارتجالاً عابراً. فقد استخدم النبي صلى الله عليه وسلم الخطبة، والشعر، والرسائل كوسائل مؤثرة في رفع معنويات الجيش وكسر شوكة العدو.

3/ أسهم الإعلام العسكري في رفع الروح المعنوية للمقاتلين وإضعاف معنويات العدو باستخدام وسائل إعلامية متنوعة، ومن أبرزها الشعر مثل شعر حسان بن ثابت يوم الخندق والخطابة.

4/ معرفة الالتزام بالضوابط الشرعية والأخلاقية في الإعلام العسكري، وفي مقدمتها الصدق، واحترام الكرامة الإنسانية، وعدم التحريض على الانتهاكات المخالفة للقانون الدولي الإنساني.

التوصيات

1/ إدراج مقرر مستقل في الإعلام العسكري النبوي ضمن برامج الإعلام والدراسات العسكرية والدراسات الإسلامية.

2/ الاستفادة من مبادئ الإعلام العسكري في العهد النبوي عند وضع استراتيجيات الإعلام العسكري المعاصر، بما يحقق التوازن بين الكفاءة المهنية والالتزام الأخلاقي.

3/ إجراء دراسات مقارنة للإعلام العسكري في العصر النبوي والعصرين العباسي والأموي؛ لبيان تطور أدواته.

4/ أن تكون هنالك دراسة في دور الإعلام العسكري في الحروب في العهد الراشد

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

أبن هشام، السيرة النبوية، تحقيق مصطفى السقا وإبراهيم الإبياري وعبد الحفيظ شلبي، مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي مصر، الطبعة الثانية، 1955م .

أحمد، يوسف أحمد، الإعلام الحربي والإعلام النفسي في الصراعات المعاصرة، دار النشر مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2015م.

حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري ، دار النشر (د.ن) الطبعة الأولى 2010م.

حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، دار النشر دار سامة للنشر والتوزيع، تاريخ 2015م.

الشعر السياسي في صدر الإسلام حسان بن ثابت نموذجا، محمد رضوان الداية، دار الفكر دمشق. 1985م.

صلاح حسن عبدالله، الإعلام العسكري في العصر الحديث، دار النشر دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2020م.

عبد الكريم زيدان، الإعلام النبوي دراسة في وسائل الاتصال في عهد النبي صلى الله عليه وسلم، دار النشر مؤسسة الرسالة، بيروت، الطبعة الأولى، 2002م.

علي عبد الفتاح ، الإعلام الحربي والعسكري، دار النشر (د.ن) 2016م.

علي محمد الصلابي، السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحداث ، دار النشر ، دار المعرفة– بيروت، 2005م.

كعب بن مالك الانصاري، ديوان كعب بن مالك، تحقيق سامي مكي العاني، دار الكتب العلمية بيروت، الطبعة الأولى 1983م.

محمد بن سعيد بن سالم القحطاني، الحرب النفسية في ضوء الكتاب والسنة، دار النشر دار أبن خزيمة، الرياض، 2006م.

محمد رضوان الداية الشعر السياسي في صدر الإسلام حسان بن ثابت نموذجا دار الفكر دمشق 1985م.

محمد علي عوض، الإعلام في السنة النبوية ، دراسة حديثية موضوعية، دار النشر الجامعة الإسلامية غزة، 2009م.

محمد منير حجاب ، الاتصال الاستراتيجي والإعلام الأمني، دار النشر الفجر للنشر والتوزيع،2010م.

محمود شيت خطاب : الرسول القائد، الطبعة الخامسة ، دار الفكر بيروت لبنان، 1989م.

مهدي رزق الله أحمد، السيرة النبوية في ضوء المصادر الأصلية، دار النشر مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، رياض، الطبعة الأولى، 1992م.