



جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الإعلام الأمني وقت الأزمات

العميد . أحمد صالح العمرات

٢٠٠٥م

الإعلام الأمني وقت الأزمات

العميد. أحمد صالح العمرات

٢ . الإعلام الأمني وقت الأزمات

المقدمة

يلعب الإعلام الأمني دوراً بارزاً في نجاح أجهزة الشرطة والأمن في تحقيق إنجازاتها العملية واليومية الهادفة إلى تحقيق الأمن والاستقرار وبسط سيادة القانون في أي مجتمع في الوقت المعاصر ، فمن خلال الأداء المتميز لهذه الأجهزة تبرز الحاجة إلى توعية المواطنين وتبصيرهم وتعليمهم وإرشادهم إلى الإجراءات المطلوبة منهم ، وكذلك المحظورات التي يجب عليهم الابتعاد عنها ، وما هي الترتيبات التي وضعها القانون والنظام والتعليمات ، لكي تستقيم الحياة البشرية دون اعتداء على حقوق الآخرين وحررياتهم .

وإذا كان الإعلام الأمني مطلوباً في الأوقات العادية التي تمر بها أجهزة الشرطة والأمن ، لغايات الإرشاد والتعليم والتوعية ، فإن هذا الإعلام يصبح أشد ضرورة وأهمية ومطلوباً أكثر في أوقات الشدة والأزمات والكوارث والعمليات الخاصة بمحاربة الإرهاب ، وتبرز هذه الأهمية لأن مثل هذه الأزمات والحالات الخاصة تلفت نظر وسائل الإعلام وقيادات الرأي العام إلى الأوضاع الأمنية السائدة ، التي ربما تؤثر بصورة أو بأخرى على سلامة سير حياة الناس ، وانتظام عمليات إنتاجهم ووظائفهم وأعمالهم الخاصة ، وبذلك يصبح الطلب على المعلومات المتعلقة بالأزمات والكوارث والحالات الخاصة طلباً ملحاً من كافة فئات وشرائح المجتمع ، ومن هنا تبرز أهمية استعداد القائمين على الإعلام الأمني للتصدي لكل جديد وتطور في الأزمة التي تواجهها أجهزة الشرطة والأمن .

وفي ظل الظروف الإعلامية المعاصرة السائدة ، من انتشار الفضائيات وتطور وسائل الاتصالات والمواصلات ، وسرعة الانتقال إلى أماكن الأزمات ، وتوفر تقنيات نقل الحدث لحظة وقوعه بالصوت والصورة ، وتنافس وسائل الإعلام علىسبق الصحفي خدمة للأهداف المهنية للإعلام والأهداف السياسية والاقتصادية للملكي هذه الوسائل ، فإن الإعلام الأمني يجد نفسه في أزمة إذا لم يرتب أوضاعه ويستعد لمواجهة التحديات التي تفرزها ظروف الأزمة وتفرضها وسائل الإعلام الأخرى المنافسة .

إن أكثر التحديات التي تواجه الإعلام الأمني في ظل الأزمة هي السبق الصحفي والإدلاء بالمعلومات في الوقت المناسب ، أي السرعة في كشف الحدث للرأي العام من خلال وسائل الإعلام المتواجدة في أرض الحدث ، وهذا السبق يتطلب المصدقية والشفافية والاعتراف بوقوع الحدث والتفصيل عنه بصورة شافية ومقنعة دون المساس بمقتضيات التحقيق الأولي ، مع الابتعاد عن الاستغراق في التفاصيل التي قد تضر بسمعة وحرية وحقوق أطراف القضية .

ومثل هذه التحديات المهنية والفنية تتطلب من القائمين على الإعلام الأمني الاستعداد والجاهزية العالية ، من حيث الكوادر الفنية ، والأجهزة اللازمة للتصوير التلفزيوني ، والفوتوغرافي ، وتسجيل الصوت ، ووسائل نقل المعدات والأفراد إلى موقع الحدث بسرعة فائقة ، مع توفير الحماية للكوادر العاملة من قبل رجال الشرطة والأمن في الموقع . وعلى العاملين في تحرير الرسائل الإعلامية أن يكونوا مدربين على صياغة هذه الرسائل وبثها عبر وسائل الاتصال التي يجب أن تتوفر لهم بأحدث الأجهزة والمعدات مثل الفاكسات والتلفونات النقالة وغيرها من وسائل نقل الصورة والخبر .

ولمعالجة موضوع هذا البحث فقد تم تناوله على النحو التالي :

- ١ - دور الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن .
- ٢ - موضوع الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٣ - إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٤ - خصائص الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٥ - أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٦ - تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٧ - كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات .
- ٨ - النتائج والتوصيات .

٢ . ١ أثر الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن

لقد تبوأ الإعلام الأمني في العصر الحديث مكانة بارزة وأهمية خاصة في تحقيق أهداف الأمن العام في أي مجتمع كان ، من خلال ما يسهم به في توعية المواطنين بالقضايا الأمنية التي تتعلق بحياتهم وفي تبصيرهم بدورهم في مساعدة رجال الشرطة في تحقيق أهداف الأمن الشامل بالمفهوم المعاصر ، خاصة إذا علمنا أن العلاقة القائمة حالياً بين رجال الأمن والمواطنين تشوبها حالات من الشك والريبة وعدم الثقة المتبادلة ، مما يؤدي بها إلى أن تصبح علاقات سلبية متضاربة .

ويمكن الجزم بأن اتجاهات المواطنين نحو رجال الشرطة ، تكونت نتيجة خبرات المواطنين السابقة عن طبيعة الوظيفة الشرطة وأهدافها في الماضي ، وأن تاريخ الشرطة وارتباطها بالاستعمار والاستبداد والحكم الدكتاتوري ، ما زال يصبغ علاقة المواطنين مع الشرطة بصبغة غير ودية ، وتترسخ هذه

الاتجاهات حالياً نتيجة لتصرفات بعض رجال الشرطة الذين يتعسفون باستعمال السلطة ، غير مقدرين قيمة الوظيفة الاجتماعية التي يؤدونها ، ولا مدركين لأثر الدور الإنساني الموكول إليهم ، في تهيئة البيئة الآمنة ، التي تجعل المواطنين أكثر رخاءاً^(١) .

إن أهم ما يشغل بال القائمين على إدارة الأجهزة الشرطة في جميع أنحاء العالم في الوقت الحاضر ، هو كيفية إقامة علاقات بناءة تقوم على الاحترام المتبادل والتعاون الفعال ، بين هيئة الشرطة وأفراد المجتمع ، وذلك من أجل كسب تأييدهم لجهود الشرطة الرامية إلى تحقيق الأمن والاستقرار العام ، ودفع هؤلاء الأفراد إلى تقديم كل ما من شأنه أن يساهم في تحقيق الأهداف المحددة التي تسعى إليها أجهزة الشرطة^(٢) .

لقد ظهر في الوقت الحاضر مفهوم الشرطة المجتمعية ليعبر عن أهمية العلاقة الحيوية بين أفراد المجتمع وأفراد الشرطة في تحقيق أهداف الأمن والنظام العام في أي مجتمع ، والتي يتمناها أفراد المجتمع الساعون إلى التقدم والازدهار ، والتي لن تتحقق بصورة مثلى دون أن يساهم أفراد المجتمع في معاونة رجال الشرطة في إنجازها بصورة أو بأخرى ، فمهما بلغت إمكانات أي جهاز أمني على الصعيدين المادي والبشري ، ومهما بلغت القدرات الذهنية لدى القائمين عليه ، سوف يلقي صعوبات في أن ينهض

(١) العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة الأردنية) ،

عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨م ، ص ٣٢٩ .

(٢) العطار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع «دورية

الفكر الشرطي» (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦م) ، ص

ص ١٣٧ - ١٥٠ .

بأعباء الرسالة الملقاة على عاتقه ، بالشكل الأمثل والأكمل ، دون أن تكون هناك علاقة وطيدة تربط هيئة الشرطة بالجمهور^(١) .

وفي الواقع العملي ، فقد أثبتت التجارب اليومية أن المواطن الواعي ، يستطيع أن يسهم في تحقيق أهداف الشرطة ، ويساعدها على توفير كثير من الجهود والنفقات في مجالي الضبط الإداري (منع الجريمة قبل وقوعها) والضبط القضائي (ضبط الجريمة وتعقب الجناة بعد وقوعها) .

فالمواطن على سبيل المثال يسهم في ذلك من خلال^(٢) :

- ١ - التزامه بالقوانين والأنظمة والتشريعات المرعية الإجراء .
- ٢ - قيامه باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الجريمة عن نفسه وماله وذويه .
- ٣ - قيامه بإبلاغ رجال الشرطة عن الجرائم التي تصل إلى علمه أو يشاهدها أو يتعرف على مرتكبيها .
- ٤ - تقدمه للشهادة في المحاكم أمام القضاء لتدعيم أدلة وبراهين رجال الشرطة تجاه المجرمين والمشتبه بهم .
- ٥ - قيامه بالمحافظة على مسرح الجريمة لحين حضور رجال الشرطة المحققين والخبراء المختصين برفع الآثار المادية .
- ٦ - قيامه بالمساعدة في إلقاء القبض على المجرمين والفارين في حالة تعرفه عليهم وتسليمهم لرجال الشرطة .

(١) البداينة ، ذياب ، «شرطة المجتمع : أنموذج لعمل الشرطة العربي المستقبلي» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، ديسمبر ١٩٩٧م) ص ص ١٣٣ - ١٢٧ .

(٢) العمرات ، أحمد صالح ، الأمن والتنمية ، عمّان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢م ، ص ٣٣ وما بعدها .

تبين المجالات السابقة أن للمواطنين دوراً إيجابياً في تحقيق أهداف الشرطة ، المتمثلة في إقرار النظام والأمن العام ، وأن هناك مجالات عديدة يمكن لهؤلاء المواطنين أن يسهموا من خلالها في حماية المجتمع من شرور الجريمة والمجرمين . ولكن حتى ينخرط المواطنون في الإسهام الفعّال مع رجال الشرطة في تحقيق الأهداف الأمنية والشرطية ، فيجب أن يدرك المواطنون أهمية دورهم ، وأن يعرفوا حدود هذا الدور وطبيعته ، وهذا لن يتأتى إلا عن طريق الإعلام الأمني المدروس .

٢ . ٢ أهداف الإعلام الأمني

إن إعلام المواطنين بأهداف الشرطة وإجراءاتها ومعطياتها ومبررات ما تقوم به من أجل تحقيق حفظ الأرواح والأعراض والأموال ، وتحقيق حماية النظام العام والبيئة الآمنة المستقرة ، إنما يقصد به كسب تأييد المواطنين لهذه الأهداف وتلك الإجراءات ، وفي نفس الوقت تعويدهم على التعاون مع رجال الشرطة بصورة فعّالة من خلال دفعهم إلى اتباع الإجراءات الأمنية التي تحمي أمنهم وأمن بقية أفراد المجتمع . ويحتاج التعاون المطلوب من المواطنين إلى أن يتعرف كل مواطن على المفهوم المعاصر لأهداف الأجهزة الشرطية والأمنية . ومن الصعب على أي فرد من أفراد المجتمع أن يتفهم هذه الأهداف إلا إذا تم اطلاعه عليها بشكل مفصل ومعتمق من خلال الإعلام الأمني المدروس ، ولعل الأهداف التالية هي أهمها^(١) :

١ - إيجاد شعور لدى المواطنين بأن هيئة الشرطة والأمن قادرة على توفير

(١) العمرات ، أحمد صالح ، «الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني» مجلة الأمن والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد ١٩٩ / ١٤١٩ هـ) .

الأمن العام، وأن عليهم أن ينصرفوا إلى أعمالهم وإنتاجهم لدعم الاقتصاد والازدهار الاجتماعي .

٢- ترسيخ الاعتقاد لدى المواطنين بأن أجهزة الشرطة والأمن جاهزة ومستعدة لتقديم الخدمات الأمنية للجميع دون تمييز وفي أي وقت .

٣- إظهار السياسة الأمنية الوقائية الفعالة أمام المواطنين لكي يقتنع الجميع بأنهم يعيشون في مجتمع آمن تحميه أجهزة شرطية وأمنية مختارة يقظة وأمينة .

٤- إظهار الجدية من قبل رجال الشرطة والأمن في ملاحقة العابثين بالقوانين والأنظمة ، وتقديم كل خارج على القانون إلى القضاء لينال جزاءه العادل .

٥- تفعيل إجراءات الضبط الإداري الهادفة إلى حماية المجتمع والبيئة ، من خلال ما يقوم به رجال الشرطة والأمن من أساليب وإجراءات وطرق وقائية تمنع وقوع الجرائم والانحرافات .

٦- تأمين سلامة الشباب والأطفال وقيام رجال الأمن والشرطة بحمايتهم من الانحراف ومراقبة أماكن إفسادهم وذلك حتى يطمئن الأهالي على أبنائهم .

٧- العمل مع الجهات المختصة لإزالة العوامل المؤدية إلى الانحراف حماية للأخلاق العامة وتوفير الأسباب الأمن والازدهار والاستقرار العام .

٨- بذل المزيد من الجهود لبناء الثقة والاحترام المتبادل بين رجال الشرطة والأمن من جهة وبقية أفراد المجتمع من جهة أخرى .

٩- العمل الفوري والسريع على فض المنازعات والإشكالات البسيطة بين المواطنين لأن تطورها يؤدي إلى تفشي الجرائم والثأر والانتقام إذا لم يتم وأدها في مهدها .

١٠ - تنمية المعرفة العلمية والفنية والقضائية لدى رجال الشرطة والأمن ،
وتجهيزها بأحدث المعدات والأجهزة اللازمة لتقضي الحقائق والأدلة .

٢ . ٣ ماهية طبيعة إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات

يأخذ الإعلام صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت قضية سياسية ،
يكون إعلاماً سياسياً ، وإذا كانت اقتصادية ، يصبح إعلاماً اقتصادياً ،
ويغدو ثقافياً إذا كانت القضية ثقافية . . . واجتماعياً وحضارياً وبيئياً إذا
كانت القضية التي يتصدى لها كذلك ، وهكذا يكون الإعلام أمنياً عندما
تكون القضية التي يواجهها ويقدم عنها أخباراً ومعلومات ، قضية أمنية
تتعلق بحياة البشر وسلامة أعضائهم وأموالهم ومكتسبات وطنهم .

والإعلام الأمني في معظم حالاته ينشط وتبرز أهميته في حالات
الأزمات الأمنية ، التي تواجه الأجهزة المسؤولة عن حفظ الأمن والنظام
في أي مجتمع ، فمن أزمة مكافحة الجريمة الواقعة على أمن الدولة وعلى
الأشخاص أو الأموال إلى أزمة التصدي للجريمة المنظمة وأزمة مكافحة
المخدرات ، إلى أزمة مكافحة الإرهاب بمختلف أشكاله من اختطاف
الطائرات ، واحتجاز الرهائن ، والاعتداء على رجال الأمن والموظفين
العموميين ، وترويع الأهالي والاعتداء على حريات المواطنين وسلب
أموالهم وتخريب ممتلكاتهم ، وتعطيل النظام العام . وكذلك الأمر في
الأزمات الطبيعية الناتجة عن الزلازل والفيضانات والأعاصير والكوارث
الأخرى كالأمراض السارية والمعدية وغيرها من الأزمات التي تستنفر
طاقات أجهزة الدولة عامة والأمن العام خاصة للتصدي لها^(١) .

(١) مصطفى ، أحمد سيد ، «منهج مقترح لإدارة الأزمات» دورية الفكر الشرطي
(الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦م) ، ص ١٩٥ وما بعدها .

فما أن يخرج الإعلام الأمني من التعامل مع أزمة حتى يدخل في أزمة أخرى ، وبالتالي فإن هذا النوع من الإعلام يمكن أن يوصف بأنه إعلام أزمة ، وفي غير حالات الأزمة الأمنية فإن الإعلام يتحول إلى إعلام اجتماعي أو ثقافي أو توعوي أو تنموي بحسب القضية التي يعالجها ، حيث يتوجه إلى أن يصبح إعلاماً هدفة إرشاد المواطنين إلى الإجراءات اللازمة التي يجب عليهم أن يتخذوها لحماية أنفسهم وأموالهم وأعراضهم من الاعتداء ووقاية أبناء مجتمعهم من أن يقعوا فريسة للاحتيال والاعتداء ، وإلى إعلام توعوي بأهمية التزام المواطنين بالقوانين والأنظمة والأخلاق الحميدة ، وكذلك الطلب منهم مساعدة رجال الأمن في تأدية واجباتهم في حماية الممتلكات العامة والخاصة وفرض هيبة النظام العام لكي يستقر المجتمع ويتمتع الجميع بالهدوء والسكينة وقطف ثمار الطمأنينة ، بهدف زيادة الإنتاج والتنمية وتحقيق الرفاه الاجتماعي لجميع أبناء المجتمع^(١) .

إن الإعلام الأمني في الحالات الطبيعية ، إذا سلمنا جدلاً بأن أجهزة الأمن العام يمكن أن يمضي يومها بدون أزمات ، يمكن أن يحمل رسائل تعليم المواطنين وتوعيتهم من أجل زيادة الحس الأمني والوعي لدى مختلف شرائح المجتمع من أطفال ونساء ورجال وشيوخ وأهل حضر وباد وأرياف ، وتلاميذ ومعلمين وتجار وصناع ومزارعين ، بهدف جعلهم جميعاً أعواناً لرجال الأمن العام . ومن ناحية أخرى يمكن أن يستهدف الإعلام الأمني تنبيه المنحرفين وردع المجرمين ، وفي نفس الوقت طمأننة المواطنين الصالحين إلى أن في المجتمع سلطة قوية وأجهزة أمن عام جاهزة ومستعدة

(١) الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠م ، ص ٣٧ .

لإلقاء القبض على كل من تسول له نفسه الاعتداء على حقوق الآخرين ، وذلك من خلال إبراز أنشطة مختلف أجهزة الأمن والشرطة ومدى جاهزيتها للقيام بواجباتها ، وكذلك فإن هذه الأنشطة الإعلامية تسهم في رفع الروح المعنوية لكافة منتسبي الأجهزة الأمنية عندما يطلعون على إمكانيات وطاقات مختلف وحدات الأمن العام من خلال الرسائل الإعلامية التي تبث إليهم .

يقوم الإعلام الأمني على فلسفة ومقاصد مفادها زيادة التأثير والفاعلية لما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام العامة والخاصة بأجهزة الأمن من نشاطات إعلامية ذات صبغة أمنية تقدم من خلال منظومات الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة ، والتي يقصد بها توعية أكبر قدر ممكن من الناس توعية أمنية متوازنة تثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق ، من خلال الالتزام بالأنظمة والتعليمات التي تكفل أمن الإنسان وحرية وسلامة عرضه وماله في شتى مجالات الحياة .

ويعد الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي أخذت مكانها المميز بين أساليب الإعلام النوعي المتخصص الهادف ، وهو بهذا المعنى يعرف بأنه (كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية وتوعوية وتعليمية بهدف المحافظة على أمن الفرد والجماعة وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المعبرة)^(١) .

وحيث إن الإعلام يقدم معلومات وتحليلات ومناقشات ويعرض آراء المختصين والمسؤولين حول قضية معينة من أجل التأثير في اتجاهات الرأي

(١) الجحني ، علي فايز ، «نظرة على الإعلام الأمني» مجلة الأمن (الرياض ، وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) ، ص ١٦١ .

العام لمناهضة توجه ما أو لتأييد قضية أخرى ، فإن من الصعب على القائمين على الإعلام أن يكونوا على الحياد ، فهم مع طرف ضد طرف آخر ، ولو حرصوا على الظهور بمظهر الحياد وعدم التدخل ، وذلك لأن الإعلام عامل حيوي يتأثر بالحدث ويؤثر بالرأي العام الذي سيؤثر بدوره في الحدث في مرحلة ما ، انطلاقاً من طبيعة الإعلام الديناميكية المتحركة في مختلف الاتجاهات . فالإعلام عامل متغير ومغير في نفس الوقت ، أي أنه تابع للحدث ومتبوع من اتجاهات الرأي العام ، وله سطوة قوية في تغيير نتائج الأحداث وتوجيهها في اتجاهات مرغوبة لصانع القرار الذي يمتلك صناعة الإعلام القوي بمختلف وسائلها ورسائلها وكوادرها وأجهزتها المرئية والمسموعة والمقروءة^(١) .

إن الإعلام المعاصر أصبح صناعة ذات تقاليد وأعراف وأسرار ، تحتاج إلى إنفاق هائل من الموارد المادية على تأهيل الكوادر الفنية والموارد البشرية وإجراء الدراسات والأبحاث والاستطلاعات ، وإنتاج المواد الإعلامية ، وبثها عبر وسائل الإعلام المختلفة في أوقات ومناسبات مؤثرة تتلاءم مع طبيعة الحدث والاهتمام العام به من قبل الجمهور المستهدف . ومن هذا المنطلق أصبح الإعلام المعاصر محتكراً في معظم دول العالم من مجموعة محدودة من الشركات العملاقة العابرة للقارات ، والتي تفوق موازاناتها المالية كثيراً من موازانات بعض الدول المتقدمة ومعظم الدول النامية ، ونلاحظ بأن الإعلام العالمي أصبح في خدمة الدول العظمى لترويج ثقافتها

(١) الحويقل ، معجب بن معدي ، «الرأي العام وكيفية تكوينه» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠م) ص ص ١٩٣ - ٢١٥ .

ومنتجاتها ، وفرض سيطرتها وهيمنتها على مقدرات البشرية بأسرها ، في مختلف مناطق العالم ، لابل وتعداها إلى السيطرة على العالم الخارجي .

٢ . ٤ خصائص الإعلام الأمني في الأزمات

والإعلام الأمني لا يخرج عن كونه عملية رشيدة ، لتوصيل المعلومات والأنباء وتوضيح الحقائق ، عن طريق أشخاص ذوي كفاءة عالية ، يستخدمون وسائل اتصال ورسائل إعلامية وفقاً لمعايير الجودة المهنية الشاملة ، بهدف التأثير في الآخرين ، لجعل ذوي الاتجاهات الإيجابية أكثر إيجابية ، وتحويل ذوي الاتجاهات السلبية إلى أشخاص ذوي اتجاهات إيجابية ، أو على الأقل جعلهم أقل سلبية حيال القضايا ذات الصبغة الأمنية .

من خلال المفهوم السابق نستطيع أن نتفق مع الدكتور أديب خضور في تحديد خصائص الإعلام من حيث إن^(١) :

٢ . ٤ . ١ الإعلام الأمني وسائل

وتقسم هذه الوسائل إلى منظومات ثلاث هي :

- منظومة الإعلام المقروء .
- منظومة الإعلام المسموع .
- منظومة الإعلام المرئي .

(١) خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ م ، ص ٣٩ وما بعدها .

ولكل منظومة خصائصها التكنولوجية التي تبرز دورها وتأثيرها في صياغة الرأي العام ، وبالتالي تحدد الطريقة والوقت الذي يجب أن تستخدم فيه ، من أجل خدمة الهدف الإعلامي الأمني في وقت الأزمات ، وفي غيرها من الحالات التي تستهدف الأجهزة الأمنية فيها ، توصيل رسالة معينة إلى الجمهور لخدمة قضاياها الأمنية .

٢ . ٤ . ٢ الإعلام الأمني رسائل

تمارس الوسائل الإعلامية تأثيرها في الجمهور المستهدف من خلال رسائل إعلامية مدروسة ومؤثرة ، بحيث تتناول موضوعاً مهماً ناضجاً وأنيماً ، كما ينبغي أن تكون الرسالة مخرجة في شكل مناسب يبلغ مداه التأثيري على الجمهور ، خدمة للقضية الأمنية المطروحة .

والرسائل الإعلامية في الأزمات تنقسم إلى أربعة أنواع :

- رسائل موجهة إلى داخل البلاد .
- رسائل موجهة إلى خارج البلاد .
- رسائل موجهة إلى أطراف أخرى ذات علاقة .
- رسائل موجهة إلى الخصم مباشرة .

٢ . ٤ . ٣ الإعلام الأمني كوادر بشرية

أكدت الوقائع أن التطور التكنولوجي وتطبيقاته الكثيرة يؤدي إلى تزايد أهمية العنصر البشري في مختلف مراحل العملية الإعلامية ، ويمكن تلمس أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية الأمنية من خلال ما طرأ على المستوى الثقافي والتعليمي لمتلقي الرسائل الإعلامية من ارتفاع ، وعلى تراكم الخبرة

الاتصالية المتنوعة له ، الأمر الذي عزز الموقف النقدي عنده ، وغيرها من تنافس وسائل الإعلام الأخرى للوصول إلى هذا المتلقي في سوق تنافسية حرة بعيداً عن الضغط والضبط الإعلامي الرسمي .

فقد أدت هذه التطورات وغيرها من تغير المفاهيم الإعلامية المعاصرة إلى ازدياد المهام الملقاة على عاتق الكادر الإعلامي الأمني ، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تنمية أساليب ومهارات تأهيل هذا الكادر بحيث يصبح متخصصاً في المواضيع والوسائل والتنوع الصحفي المطلوب .

٢ . ٤ . ٤ . الإعلام الأمني إبداع

يعد الإبداع جوهر العملية الإعلامية ، وذلك لأن الإعلام فعالية فكرية ، تتفاعل مع الواقع الموضوعي بهدف تشخيصه ، وفهم قوانينه ، ومعالجة معطياته وتطورات ، وتوليد أفكار قادرة على أن تصل إلى الجمهور المستهدف والتأثير عليه ، ودفعه إلى السلوك والعمل وفقاً للغايات الأمنية المطلوبة .

وحتى يكون الإعلام إبداعاً لا بد من مراعاة الأمور التالية :

- دورية الإعلام وتقديم مواده بمواعيد محددة .
- مواكبة الأحداث لعكس التطورات وملاحقة التغيرات في الحدث .
- مراعاة نوعية الجمهور المستهدف والتركيز على اهتماماته .
- مراعاة نوعية الوظائف والمهام المطلوبة من الإعلام وصولاً إلى الأهداف المطلوبة .

٢ . ٤ . ٥ . الإعلام الأمني عملية

العملية ليس لها تعريف محدد ، ولكنها مفهوم يقوم على الحركية

والاستمرار، وفي ظل هذا المفهوم ينبغي دراسة كل ظاهرة على حالتها المتحركة وليس الثابتة. والعملية مجموعة عناصر تتفاعل فيما بينها، تربطها علاقات ديناميكية يتحدد من خلالها شكل الظاهرة ونتائجها.

من هنا نجد أن فهم الإعلام الأمني كعلم اتصال يحتاج إلى فهم مجمل الاتجاهات الشاملة للعملية الاتصالية وتأثيراتها المتبادلة بين المرسل والرسالة والمتلقي ونوع الموضوع وأهمية تأثيراته الجانبية على بقية أطراف المجتمع الذين لا تربطهم بالقضية المطروحة علاقات مباشرة، وهذا الأمر يعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل الشاملة.

٢ . ٤ . ٦ . الإعلام الأمني هادف

الإعلام عملية هادفة، تتم من أجل تحقيق أهداف محددة ومفهومة من جانب المشاركين في العملية الإعلامية كافة، ويجب أن تكون تلك الأهداف واقعية ممكنة التحقيق تتناسب مع الموارد والإمكانات المتاحة. وهنا تبرز خطورة تعبئة الجمهور خلف شعارات بعيدة المنال ذات أهداف لا يمكن تحقيقها.

وفي الأزمات، غالباً ما يكون هدف الإعلام الموجه إلى الداخل هو توضيح الموقف وتحصين المواطن، وتمتين الجبهة الداخلية، وتفنيد دعاية الخصم، وإعطاء الثقة بالنصر، أما أهداف الإعلام الموجه إلى الخصم، فغالباً ما تكون: زرع بذور الخلاف في جبهة الخصم، والتشكيك في إمكاناته وقناعاته.

٢ . ٤ . ٧ . الإعلام الأمني جمهور

يشكل الجمهور ركناً أساسياً وجوهرياً في العملية الإعلامية، لأن المادة

الإعلامية لا تكتمل إلا بتلقيها من قبل جمهور مستهدف ، إذ أن نجاح إعلام الأزمات لا يتوقف فقط على التخطيط والتنظيم والتنفيذ السليم ، بل يتوقف أيضاً على كيفية استقبال الجمهور لهذا الإعلام .

وفي هذه الأيام التي انتشرت فيها وسائل الإعلام ورسائله من خلال الفضائيات ، وحرية الصحافة وتداولها عبر الحدود ، وشبكات الإنترنت والإذاعة وغيرها من وسائل الاتصال ، أصبح الجمهور أكثر وعياً واطلاعاً على مختلف جوانب صورة الحدث أينما كان ، الأمر الذي يؤكد على أن الوصول إلى هذا الجمهور أصبح صعب المنال ، كما أن عملية إقناعه والتأثير عليه تزداد صعوبة ، وهذا ما يضع على الرسالة الإعلامية ومنتجها مهاماً جديدة ، ويضيف أعباءً فنية ومادية وفكرية على كوادرات الإعلام ، لكي يستطيعوا الاستحواذ على اهتمام جانب عريض من الجمهور المستهدف خاصة في إدارة الأزمات .

٢ . ٥ أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات

يجب أن يضبط إيقاع الإعلام الأمني مجموعة من الضوابط ذات المضامين الدينية والاجتماعية والسياسية والأمنية وفقاً للأبعاد التالية^(١) :

١- البعد الديني : ويؤكد هذا البعد على الالتزام الكامل بالعتيدة الإسلامية واحترام كل ما له علاقة بالأديان السماوية ، وتمنع قواعد هذا البعد الرقابي منعاً باتاً ، كل ما يتعارض مع الأحكام الشرعية الثابتة أو يتناول على علماء الدين مع منع ظهور ما يسيء إلى الشعائر والطقوس الدينية .

(١) النجعي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ، ١٤١٧ هـ ، ص ١١٥ وما بعدها .

٢- البعد الاجتماعي : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يخرج عن العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السائدة ، ولا تجيز ولا تسمح بإذاعة أو عرض ما من شأنه أن يمس بالآداب العامة للمجتمع ، أو يחדش الحياء سواء بالصوت أو بالصورة .

٣- البعد السياسي : تتمشى هذه الضوابط الرقابية مع الخط السياسي العام للدولة ، فكل هذه القواعد الرقابية تشير صراحة أو ضمناً إلى عدم جواز إذاعة أو عرض ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التي تقوم عليها هذه السياسة .

٤- البعد الأمني : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يسيء إلى أمن المجتمع أو يؤدي إلى بث روح الفرقة والبغضاء بين أفرادها ، كما تمنع مشاهد الحث على الثأر والانتقام ومشاهد الجريمة ، أو مشاهد كل ما يسيء إلى الحكام أو يقلل من كفاءة القوات المسلحة والأجهزة الأمنية ، أو عرض أية معلومات أو تحريض على انتهاك القوانين أو الهجوم على الأنظمة العامة للدولة .

٢ . ٦ تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات

هناك مجموعة من التقنيات التي أثبتت التجارب العملية نجاحها في الميدان ، ويمكن الاسترشاد بها أثناء وقوع الأزمات الأمنية ، مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الأزمة وشدتها والظروف الداخلية والخارجية المحيطة بها ، والخصم المقابل للأجهزة الأمنية ، وغيرها من الاعتبارات التي تفيد في ترشيد العملية الإعلامية للوصول إلى النتائج المرغوبة بأقل الجهود والتكاليف الممكنة .

ومن هذه التقنيات^(١) :

١- التبسيط والخصم الواحد : وهنا يجب تصنيف مقولات الخصم وآرائه تصنيفاً واضحاً ودقيقاً ، ووضع شعار مبسط يلخص ويعبر عن الهدف الاستراتيجي المراد تحقيقه ، على أن يوظف هذا الشعار في وسائل الإعلام مع التركيز على أن الخصم واحد ، مع أهمية شخصنة الخصم وتقديمه كأصل للمشكلة وللخطر ، وتحميله مسؤولية كل ما يترتب على مجابهته والتصدي له .

٢- التشويق والتهويل : ويعني تضخيم كل ما يتصل بالخصم ، وإبراز سلوكه المعادي للإنسانية ولحقوق الإنسان ، مع طمس كل المعطيات الإيجابية المتصلة بهذا الخصم ، وصياغة الأخبار حوله بصورة مشوقة تجذب المتلقي للرسالة الإعلامية .

٣- الإيهام والتناغم : أي صياغة الخطاب الإعلامي بشكل دعائي ، بالارتكاز على الهدف الاستراتيجي ، انطلاقاً من الشعار المبسط للحملة ، وضرورة التنوع في الصياغة ، والتناغم مع الرسائل الإعلامية المختلفة بحيث تستحوذ على اهتمام شرائح الجمهور المتنوعة .

٤- الإجماع : ويقصد بذلك توظيف الشعار المبسط لخلق إجماع كامل ضد الخصم ، مع توظيف قادة الرأي العام والجماعات الضاغطة للإسهام في دعم هذا الإجماع كعنصر قوة ضد الخصم .

٥- مراعاة شروط نجاح الإعلام الدعائي : بحيث تستخدم أساليب الدعاية بمهارة لتفسير السياسات المتبعة ضد الخصم ، وهنا تبرز أهمية تقديم

(١) خضور ، محمد أديب ، «الأمن الإعلامي والأزمات» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) ، ص ٢٨٩ وما بعدها .

المعطيات المضخمة أو المشوهة تحت غطاء الموضوعية والتجرد . ولا بد من اتباع أسلوب المباغته لمنع الخصم من رد الفعل في الوقت المناسب ، مع ضرورة اعتماد عنصر الاستمرار في الزمان والمكان للدعاية^(١) .

٦- مراعاة مراحل تكوين الخطاب الإعلامي : تمر عملية تكوين الخطاب الإعلامي عبر ثلاث مراحل هي :

- أخذ موقع داخل الفضاء الإعلامي .

- تأسيس خطاب إعلامي خاص يقوم على انتقاء المعلومات ذات الدلالة التي تخدم الهدف الاستراتيجي .

- إعادة إنتاج الخطاب الإعلامي حسب الواقع الجديد وعرضه بصورة مكثفة كمنطلق جديد للحالة الراهنة^(٢) .

٧- تطبيق نظريات التأثير والإقناع في المراحل المختلفة للأزمة ، وعبر مختلف وسائل الإعلام ، وبالنسبة لمختلف شرائح الجمهور المستهدف وخاصة فيما يتعلق بالآتي :

- تكوين الصورة .

- إنشاء المعاني .

- تغيير الاتجاهات وتعديلها .

- التأثير في السلوك .

(١) الدرديري ، صلاح الدين ، «قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف ضد العراق» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

(٢) رمضان ، يوسف ، «نحن والآخر والوساطة» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

وعلى الإعلامي الذي يساهم في إدارة الأزمة ، أن يعرف كيف يستفيد من النظريات الاتصالية المختلفة التي تقدم له الإطار العام للمفاهيم ، الأمر الذي يساعده على فهم الواقع ، وعلى رفع مستواه في الأداء الاتصالي من أجل الوصول إلى أقصى درجة من المقدرة الاقناعية . لأن العملية الإعلامية يتوقف نجاحها على مقدرتها في الإقناع والتأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف . وهذا هو الهدف النهائي للإعلام الأمني لتغيير وتعديل السلوك عند مختلف أبناء المجتمع^(١) .

٨- التكرار والتجديد في الشكل والمضمون . لأن المتلقي أصبح واعياً إعلامياً ، ومن هنا فإن أهمية التكرار تقل وتراجع إذا كانت جامدة لا تحتوي في كل مرة على رسالة جديدة ، أو شكل جذاب ، أو تأتي من مصدر آخر وبصورة مدعمة بآراء تبدو محايدة ومقنعة .

٩- مراعاة التغطية الإعلامية لمجموعة من الاعتبارات أهمها :

- أن تكون الأخبار منفصلة عن الآراء والأهواء .
- أن يكون عرض الأحداث مباشرة .
- مراعاة الأهمية في عرض الأحداث ؛ الأهم فالأقل أهمية وبالترتيب .
- الإدلاء بالحجج والأدلة والبراهين .
- أن تعكس العناوين والصور أهمية وطبيعة النوع الصحفي المستخدم .
- الإشارة دائماً إلى المصدر مع الإجابة على أسئلة البحث العلمي .

(١) صفو ، زهير توفيق ، « دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات وتغييرها » دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) ، ص ٢٥٠ وما بعدها .

١٠- هناك الكثير من الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند تصميم الرسالة الإعلامية مثل :

أ- متى يعرض جانب واحد من الموضوع ومتى تعرض أكثر من وجهة نظر حول الموضوع .

ب- متى يستخدم التخويف وأية درجة منه هي الأنجع .

ج- كيفية ترتيب الأدلة والبراهين داخل الرسالة الإعلامية .

د- على أي موضوع يكون التركيز أكبر .

هـ- استخدام أنواع الإستمالات العاطفية والذهنية والسلبية والإيجابية والفردية والجماعية في الوقت المناسب .

و- مراعاة المنافسة التي تحدث بين وسائل الإعلام المختلفة أثناء كثافة وسرعة التغطية الإعلامية .

ز- مراقبة ظاهرة تفاوت وتغير أهمية الرسائل الإعلامية وفق تغير مراحل تطور الأزمة .

ح- جدولة البرامج الإعلامية أثناء الأزمة بحيث تكون هناك :

- جدولة مركزة : وتعني تكثيف تقديم الرسالة الإعلامية لفترة زمنية محددة وتكرارها بحيث تحقق أعلى درجة من التأثير المباشر .

- جدولة مستمرة : التركيز على تقديم مضمون معين طوال فترة الحملة الإعلامية ، ولكن بأساليب وطرق مختلفة ومتنوعة .

- جدولة متقطعة : تقديم المضمون في أوقات زمنية منعزلة على امتداد الفترة الزمنية اللازمة ، مع احتمال التوقف لفترة ثم العودة وهكذا .

٢ . ٧ كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات

تعد الأزمة حدثاً إخبارياً رئيسياً يثير اهتمام الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى ، وتجدر رجال الإعلام يهرعون إلى مسرح العمليات بكثرة ، وهم بذلك قد يشكلون عائقاً هاماً أمام المارة ويعطلون عمل رجال الشرطة ، وقد يعيقون انتظام حياة المدنيين . وإزاء هذا الوضع يجب على رجال الشرطة التعامل مع الصحفيين ومندوبي وسائل الإعلام الأخرى بطريقة تسمح لهم بحرية الحركة ، دون قيود على جهودهم ، وفي نفس الوقت ضمان انتظام الحياة العادية للآخرين ، فالصحفيون والمندوبون الآخرون لهم واجبات إعلامية تجاه رؤسائهم وتجاه الرأي العام يرغبون بإنجازها بمهنية عالية^(١) .

إن التعامل من قبل رجال الشرطة مع وسائل الإعلام يجب أن يخلو من الغموض ، كما ينبغي أن يبدأ في وقت مبكر قبل وقوع الأزمات ، بحيث يكون هناك علاقة تعاونية مبنية على الاحترام والتعاون المتبادل بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المحليين في الأوقات العادية ، وقبل حدوث أية أزمات أو كوارث .

يتمثل جوهر العلاقة بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المختلفة في حاجة كل منهما لجمع المعلومات الدقيقة عن الحدث أو الأزمة ، من أجل فهم أسبابها وتداعياتها ونتائجها المحتملة ، ففي الوقت الذي يجتهد فيه رجال الشرطة في البحث والتحري وجمع المعلومات وتحليلها بغية الوصول إلى الجناة أو المسببين لحدوث الأزمة تمهيداً لإلقاء القبض عليهم

(١) شعبان ، حمدي محمد ، «الحماية القانونية لحرية الإعلام» ، دورية الفكر الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ٢٠٠١م) ، ص ص ٢٤٤-٢١٩ .

وتطويق نتائجها ، فإن مندوبي وسائل الإعلام يحاولون بكل ما أوتوا من قوة جمع هذه المعلومات والوصول قبل رجال الشرطة إلى الأسباب والنتائج والتداعيات ، انطلاقاً من حرصهم على السبق الصحفي وتقديم الحقائق لجمهور الرأي العام الذي يخدمونه ، ومن هذه الصورة التنافسية نجد أن رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام في مأزق حقيقي .

فرجال الشرطة يحاولون تطويق الأزمة دون أن يعطلهم أحد مثل رجال الصحافة والإعلام ، ويسرعون في المضي في نشاطاتهم حفاظاً على الأمن العام والمصلحة العامة ، وهم بذلك بحاجة إلى تعاون رجال الإعلام بأن يعطونهم فرصة لكي يتمكنوا من إنجاز مهامهم الشرطة ، وبعدها يقدمون لهم الأخبار والمعلومات الكاملة . ولكن رجال الإعلام لا يستطيعون الانتظار كثيراً تحت إلحاح رؤسائهم وطلبات الرأي العام لمعرفة حقيقة ما حدث . وفي هذا التنافس لا يجد الفريقان مناصباً من التعاون والتنسيق لأن كل منهما بحاجة إلى الآخر .

وعلى الرغم من أن دور رجال الإعلام يكون في العادة خصماً لرجال الشرطة إلا أنه يعتمد على المعلومات التي يقدمها المسؤولون عن إدارة الأزمة من الشرطيين ، وفي حالة امتناع أي مسؤول في الشرطة عن تقديم أية معلومات حول الأزمة ، فإن رجل الإعلام سوف يبحث بنفسه عن مصادر أخرى عن المعلومات ، وقد تكون هذه المصادر هي المواطنون أنفسهم أو المشتبه بهم أو جهات ذات أجندات خاصة ، وقد يلجأ إلى التحليلات الشخصية والتصورات الخاصة والمعلومات المغرضة من وسائل الإعلام المعادية ، لأن الفراغ الإعلامي دائماً يملؤه الشيطان ، ومن العيب أن يتجاهل رجال الشرطة أو المسؤولون عن إدارة الأزمة أسئلة رجال الإعلام لأن ذلك من شأنه أن يحولهم إلى معادين يحاولون الاتجاه بمعلوماتهم وآرائهم

الصحفية إلى الوجهة التي لا تخدم أنشطة الشرطة وتربك أعمالها . وعليه فإنه يصبح من الضروري والهام لمسؤولي الشرطة أن يبنوا علاقات حميدة بينهم وبين رجال الإعلام من زمن بعيد لكي يجدونهم إلى جانبهم وقت الأزمات .

إن العلاقة الطيبة بين رجال الشرطة ورجال الإعلام تقوم وتعتمد على الثقة المتبادلة ، وعلى قدرة التنبؤ باحتياجاتهم وفهمها وتلبيتها ، وهذه العلاقة لا يمكن أن تبنى بين عشية وضحاها ، ومن هنا تبرز الحاجة إلى إدارة فعالة للعلاقات العامة في أجهزة الأمن والشرطة ، تكون مهمتها كسب ثقة وصدقة رجال الإعلام من خلال تزويدهم بالمعلومات والتصريحات الخاصة باكتشافات الجرائم ونشاطات الأجهزة الأمنية في ملاحقة المجرمين ، والاستعدادات لمواجهة كل طارئ في حينه حتى تكون مثل هذه المعلومات مادة صحفية ثري عملهم وتطلعهم على سير عمليات الشرطة في حفظ الأمن والنظام العام الذي يهتمهم كإعلاميين يشاركون في بناء أمن واستقرار المجتمع الذي ينتمون إليه وفاء لرسالتهم الإعلامية والإنسانية والاجتماعية في خدمة الرأي العام .

وفي سبيل تحسين العلاقات مع وسائل الإعلام لا بد من اختيار متحدثين رسميين من ذوي الاتجاهات الإيجابية حيال الإعلام والصحافة ، ومن ذوي الثقافات المهنية العالية ولهم اهتمامات بالاتصال مع رجال الإعلام ، ممن يتعاملون معهم بارتياح ولا يهابونهم . ومن الجدير بالذكر أن اختيار المتحدث الصحفي يجب أن يكون في وقت مبكر حتى يستطيع أن يتصل بالإعلاميين ويقيم معهم علاقات ودية ، ويبني معهم جسوراً من التفاهم ، وأن يتعرف على المسؤولين عن محطات التلفزيون والإذاعة والصحف ويعرف آليات عملهم ، عندها يتعرف عليهم كشخص حقيقي

وليس مجرد متصل على طرف الهاتف ، الأمر الذي يشجعهم على التعاون البناء في إخراج الرواية التي يقدمها الناطق الرسمي بشكل متوازن وقريب من الحقيقة والواقع^(١) .

على المتحدث الرسمي أن يتذكر دائماً أن رجال الإعلام يحتاجون إلى معلومات جيدة في وقت وقوعها على أن تكون حقيقية وبأسرع وقت ممكن ، وعلى أي متحدث رسمي أن يكون مستعداً للإدلاء بأحاديث صحفية ومقابلات حية في أي وقت ، حتى وبعد ساعات الدوام الرسمي ، لأن رجال الإعلام سوف يتصلون به وقت علمهم بوقوع الحدث ، ولن ينتظروا كثيراً لأنهم في سباق مع الزمن وفي تنافس مع بعضهم بعضاً ، وكل واحد منهم يحاول أن يخدم مؤسسته الإعلامية بالطريقة المثلى وبالسرعة القصوى ، وعندها سوف يلجأون إلى أي مصدر آخر إذا لم يجدوا المتحدث الرسمي باسم الشرطة في الوقت الذي يريدونه .

ومن المهم أن يعرف المتحدث الرسمي أن الصحفيين ورجال الإعلام متنافسون بطبعهم ، ويخشون من فوز المنافسين عليهم ، ولديهم وظيفة يحاولون أدائها ، وهي أن من واجب كل واحد منهم أن يكون أول من يحصل على الخبر ، وأن يكون أفضل من يكتب عنه ، ولذلك يجب على المتحدث الرسمي أن يعاملهم على أساس المساواة والإنصاف ، وعدم تفضيل أي منهم على الآخر لأن مثل هذه المعاملة تتسبب في إغضاب بقية رجال الإعلام ، وسوف تدفعهم إلى التذمر والشكوى ، وعدم الثقة بهذا المتحدث المحابي من وجهة نظرهم .

(١) الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، المؤلف نفسه ، ١٩٩٩م ، ص ١٩٥ وما بعدها .

وهناك ملاحظة أخرى ، وهي أن المتحدث الرسمي يجب أن يعلم أن رجال الإعلام سوف يبحثون عن الحقيقة من أكثر من مصدر من داخل جهاز الشرطة والأمن ، أو من خارجه ، سعياً للحصول على أخبار لا يقولها المتحدث الرسمي أو لتفنيد أقواله إذا كانت تتسم بعدم المعقولية ، ولذلك فإن على المتحدث الرسمي أن يعتمد الصدق في الرواية وعدم المراوغة في تقديم الأدلة والبراهين ، وعليه أن يدعم أقواله بالصور والوثائق إن أمكن ، والأرقام الإحصائية الحقيقية ، لأن ذلك من شأنه أن يجعل القصة التي يرويها أكثر مصداقية وإقناعاً .

مما تقدم يمكن استخلاص بعض قواعد الإعلام والاتصال في الأزمة وهي :

١- يجب أن تجمع كل المعلومات ذات الصلة وتوزع من نقطة مركزية واحدة وفي الحالات التي تتسم بأهمية قصوى يجب أن يكون الشخص المتحدث هو أعلى الأشخاص رتبة .

٢- يجب على المتحدث الرسمي أن يسهل عملية الإتصال به في أي وقت من ليل أو نهار ، بحيث لا يدع أية فرصة للآخرين لكي ينقلوا الخبر عنه .

٣- على المتحدث الرسمي أن يكون مواظباً على مواعيده ، وأن يتصرف بالنزاهة والصراحة ، لأن ذلك من شأنه أن يمنع انتشار المعلومات غير الصحيحة .

٣- يجب على المتحدث الرسمي أن يبلغ رجال الإعلام بالأخبار السيئة حينما يكون ذلك ممكناً ، خوفاً من أن تتهمه الصحافة إذا عرفت بها من تلقاء نفسها بمحاولة التستر أو التغطية عليها .

٥- على المتحدث الرسمي أن لا يدلي بتصريحات ليست للنشر أو غير منسوبة لشخص معين بالإسم .

توصل الباحث في نهاية بحثه إلى مجموعة من النتائج لعل من أهمها :
١- الإعلام الأمني ليس هدفاً بحد ذاته وإنما هو وسيلة تعليم وإرشاد وتوعية للمواطنين توضح الأدوار المطلوبة منهم لمساعدة رجال الشرطة والأمن لحماية الأمن والنظام العام لمصلحة الجميع .

٢- الإعلام الأمني كفرع متخصص من علم الإعلام من السهل على الكثيرين التحدث فيه وانتقاد أداء العاملين فيه ، ولكنه عمل من الصعب على معظم المتقدين له ان يعملوا فيه ، لأنهم لا يعرفون به ولا يجروون على تحمل تبعاته .

٣- الإعلام الأمني الناجح في النهاية هو إعلام المنتصر ، لأن نجاح المهام دائماً يبرر أخطاء العاملين سواءً في العمليات الميدانية أو في العمليات الإعلامية .

٤- يواجه الإعلام الأمني تحديات معاصرة تتمثل في توفير مستلزمات العمل الناجح من كوادر بشرية ، وأجهزة ومعدات فنية ووسائل اتصالات وآليات للمواصلات ، وحرية في التنقل والحركة ، مع فتح قنوات الاتصال مع غرف العمليات ومصادر المعلومات في الميدان .

٥- تأخذ الرواية الأولى عن الأزمة قصب السبق وتدور جميع الروايات اللاحقة حولها ، لذلك تأخذ الرواية الرسمية أهمية كبرى إذا كانت الأولى في النشر .

٦- يواجه الإعلام الأمني منافسة شديدة من وسائل الإعلام الداخلية

والخارجية والدولية ، وهذا يتطلب من القائمين على هذا النوع من الإعلام أن يكونوا مستعدين وجاهزين دائماً مهنيًا وفنيًا .

٧- لا يستطيع العاملون في الإعلام الأمني أداء مهامهم بنجاح دون معاونة هيئة أركان العمليات في القيادة العامة والقادة الميدانيين ورجال الشرطة والأمن في مسرح العمليات .

٢ - التوصيات :

يوصي الباحث بما يلي :

١- على جميع الأجهزة الأمنية والشرطية دعم جهاز الإعلام الأمني لديها من خلال توفير الآتي :

أ- كوادر بشرية مؤهلة أكاديمياً وفنياً ولديها الرغبة الكاملة في هذا العمل مع توفير نظام للحوافز المادية والمعنوية لهم .

ب- وسائط نقل حديثة وكافية وقادرة على العمل في مختلف الظروف الطبيعية والأمنية المختلفة .

ج- أجهزة ومعدات للتصوير وإرسال الأخبار والمعلومات بالصوت والصورة من مكان الحدث إلى وكالات الأنباء ووسائل الإعلام .

د- فتح قنوات الإتصال مع غرف العمليات والقيادات العاملة في الميدان لتزويد العاملين في الإعلام الأمني بكل المعلومات وآخر المستجدات ، حتى يكونوا قادرين على صياغتها بالصورة الملائمة وتمثيلها لوسائل الإعلام المختلفة .

٢- على العاملين بالإعلام الأمني أن يحاولوا تنظيم الإتصال الدائم مع رجال الإعلام ، وبناء الثقة المتبادلة والعلاقة الطيبة معهم قبل حدوث الأزمات وأثناءها لضمان تعاونهم معهم في الأزمات .

٣- على العاملين بالإعلام الأمني أن يكونوا هم أصحاب المبادرة والسبق الصحفي والتحكم في صياغة المعلومات ، لأنهم الأقرب والأسرع في معرفة وقوع الحدث من خلال غرف العمليات والقادة الميدانيين .

٤- يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية التي يقدمها رجال الإعلام الأمني بالمصداقية والشفافية مدعّمة بالأرقام والبراهين ، ولكن بصورة محترفة لا تؤثر سلباً على سير التحقيق ولا تعتدي على حقوق أطراف القضية .

٥- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات أن يحاولوا تنظيم عمل رجال الإعلام بالقرب من موقع الحدث ، مع الحرص على الإتصال بهم بصورة منتظمة وبمواعيد دقيقة ، وتزويدهم بالمعلومات والرد على أسئلتهم واستفساراتهم بكل حيادية وموضوعية ومهنية ، وعدم تركهم في فراغ إعلامي أو في شك وحيرة من أمرهم ، لأن الفراغ سوف يصرار إلى ملئه بالشائعات أو التحليلات الخاصة .

٦- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات تنظيم المؤتمرات الصحفية مع الحكام الإداريين وكبار القادة الميدانيين ، وضبط عملية الإدلاء بالبلاغات الرسمية ، بما يتماشى مع السياسة العامة لمعالجة الأزمة .

٧- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات اتباع جميع وسائل وتقنيات التأثير والإقناع ، لنقل الصورة الإيجابية عن رجال الشرطة والأمن وتبرير إجراءاتهم في معالجة الأزمة ، مع التركيز على إضعاف صورة الخصم وتعظيم سلبياته أمام الرأي العام ، من أجل النجاح إعلامياً في إدارة الأزمة .

٨- على القائمين على الإعلام الأمني بما لديهم من إمكانية الوصول إلى مكان الحدث بسرعة ، وحرية في تصوير وتوثيق الآثار الناجمة عنه ، أن يزودوا وسائل الإعلام الرسمية والمستقلة بالأشرطة التلفزيونية

والصور الفوتوغرافية التي تدعم وجهة نظر إدارة الأزمة ، لنشرها لديها ، وهذا يحقق فوائد عديدة أهمها ضمان تعاون هذه الوسائل مع الأجهزة الأمنية والشرطية ، مع ضمان عدم نشر أية صور أخرى لا ترغبها هذه الأجهزة .

المراجع

المراجع

البدائية ، ذياب ، « شرطة المجتمع : نموذج لعمل الشرطة العربي المستقبلي »
دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ،
ديسمبر ١٩٩٧م) .

الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ،
منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠م .

_____ ، « نظرة على الإعلام الأمني » مجلة الأمن (الرياض ،
وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) .

الحويقل ، معجب بن معدي ، « الرأي العام وكيفية تكوينه » دورية الفكر
الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠م) .

خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية
نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩م .

_____ ، « الأمن الإعلامي والأزمات » دورية الفكر الشرطي
(الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) .

الدرديري ، صلاح الدين ، « قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف
ضد العراق » المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد
١٩ ، ١٩٩١م) .

رمضان ، يوسف ، « نحن والآخر والوساطة » المجلة التونسية لعلوم
الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

شعبان ، حمدي محمد ، « الحماية القانونية لحرية الإعلام » ، دورية الفكر
الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر
٢٠٠١م) .

الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، ١٩٩٩ م .
صفو ، زهير توفيق ، « دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات وتغييرها »
دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر
١٩٩٩ م) .

العتار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع
« دورية الفكر الشرطي » (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ،
مارس ١٩٩٦ م) .

العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة
الأردنية) ، عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨ م .
_____ ، الأمن والتنمية ، عمان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢ م .

_____ ، « الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني » مجلة الأمن
والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد
١٩٩ / ١٤١٩ هـ) .

مصطفى ، أحمد سيد ، « منهج مقترح لإدارة الأزمات » دورية الفكر
الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦ م) .
لنجعي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ،
١٤١٧ هـ .