جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الجوانب الحرفية في إبراز نشاط الإعلام الأمني المهني

أ.أحمد سيف الدين التركستاني

٢٠٠٦

الجوانب الحرفية في إبراز نشاط الإعلام الأمني المهني

د. أحمد سيف الدين التركستاني

الجوانب الحرفية في إبراز نشاط الإعلام الأمني المهني

إن الإعلام الأمني في البلاد العربية يمر بمرحلة نمو ما تزال تتحدد فيها سماته ومجالاته محاولاً أن يكون له حضور عند الدارسين له من الإعلاميين والأمنيين شأنه شأن غيره من مجالات الإعلام المتخصص الأخرى.

وإذا كان الإعلام العربي في عمومه قد نما في السنوات المتأخرة نمواً ملحوظاً تمثل في زيادة عدد أقنيته الإذاعية والتلفازية والصحفية وانتشار محدود لشبكة الإنترنت واهتمام بالإعلام أكاديمياً وفنياً وإنتاجياً فإن الجوانب المهنية لهذا الإعلام ما تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والتنمية.

قد يتشاءم البعض حينما يستعرض علل الإعلام العربي ومشكلاته الكثيرة فيرسم صورة قاتمة يظن المرء معها ألاّخروج من معاناته الشديدة خاصة في ظل المنافسة المحمومة مع الإعلام الوافد الذي يتفوق عليه مهنياً في الإمكانات والقدرات والاستفادة من الطاقات البشرية والتكنولوجية. ولهؤلاء الحق في أن يروا هذه الصورة القاتمة المتمثلة في الإمكانات المتواضعة للإعلام العربي وندرة الموارد المالية والإدارية والقدرات العلمية والفنية المؤهلة، كما أن هذا الإعلام يعاني من نقص القدرات الفكرية ومن الاستعراض اللغوي المبني على التهويل والمبالغة وضعف المشاركة الجماهيرية وقلة الإمتاع خاصة في البرامج الجادة كالأفلام الوثائقية والتحقيقات العميقة التي تسبر أغوار المجتمع وتقدم رؤية فكرية ناضجة مقدمة في قالب مهنيّ راق ومشوّق.

لقد سار الإعلام العربي سنين طويلة وهو مبني على ثنائية المديح والهجاء التقليدية وظل يتلاعب بالألفاظ ويرقص على حبال اللغة متصفاً

بالصبغة المحلية المغرقة أو القومية العاطفية بعيداً عن الواقعية والتعامل مع هموم الناس وآمالهم ومعايشة حياتهم. لقد غلبت عليه الشعارات ردحاً من الزمن وقلة المعلومات وتقديم الرؤية الناضجة التي تعين على ترسم الطريق وبناء الاعتماد على الذات والاستفادة من كل جهد وإعطاء الفرصة لكل مجتهد.

ولكن في مقابل هذا الطرح ـ على واقعيته وصدقه ـ هناك جانب آخر ينم عن بداية خروج عن هذا النمط التقليدي الرسمي حيث بدأ الإعلام يتنسم قدراً من الهواء ويعبِّر ـ ولو مع قدر من التخبط والفوضى ـ عن نفسه ويمارس بعض الشفافية في طرح موضوعات لم يكن يحلم هو أو المواطن العربي أن تكون يوماً من الأيام مجالاً للنقاش.

إن الإعلام العربي اليوم يزخر ببعض الكفاءات التي تفرض نفسها في شتى المجالات الإذاعية والتلفازية والصحفية ووسائل الإعلام الأخرى وبخاصة بعد أن أفسح المجال للإعلام الخاص أن يخوض التجربة ويدخل ميدان المنافسة. إنه يريد أن يأخذ بمبدأ المهنية والحرفية أملاً في الارتقاء بمستوى الأداء وحسن التوجه وخدمة العمل الإعلامي الراقي.

وفي وسط هذا التوجه البطيء المتوجس يظل الإعلام الأمني يعاني من معظم مشكلات الإعلام العربي المزمنة إلى جانب اتسامه بالصفة الرسمية ونشوئه في أحضان المؤسسات العسكرية التي تتصف غالباً بالتسلط البيروقراطي وتسلل الأوامر والتعليمات مما يفقده النشاط والحركة والقدرة على التفاعل مع اهتمامات الجماهير وتطلعاتها.

من هنا يأتي هذا البحث ليحاول تلمس الطريق نحو إعلام أمني مهني

يخدم أهداف الأمن للبلاد والعباد وينشر الوعي الأمني لحفظ الاستقرار ومحاصرة الجريمة والانحراف والأخذ بأسباب السلامة والبعد عن الأخطار المهددة لحياة الإنسان وطمأنينته.

مبدأ الإحسان والإتقان في العمل الإعلامي

إن المهنية المقصودة في الإعلام هي أداء العمل الإعلامي أداءً احترافياً متصفاً بالإحسان والتجويد والإتقان متخذاً كافة الأساليب المؤدية لنجاح الرسالة الإعلامية من اهتمام بالجمهور وإشباع لحاجته، ومده بالمعلومات اللازمة وإمتاعه والسعي لإقناعه دون خداع أو إكراه في حدود إمكانات القائم بالاتصال وبحسب الظروف الاتصالية التي يقع فيها العمل الإعلامي.

إن الإحسان والإتقان المطلوب في العمل الإعلامي مبدأ راسخ في الإسلام دين الشعوب العربية والمسلمة فالله جل وعلا وصف نفسه بأنه أتقن صنع مخلوقاته: ﴿ ... **صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتْقَنَ كُلَّ شَيْءٍ** ... ﴿٨٨﴾ ﴾(سورة النمل)، كما أنه سبحانه يحب من يحسنون العمل ويجيدونه إذا كان صواباً موافقاً للحق فيقول سبحانه: ﴿ ... **وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ** ﴿١٩٥﴾ ﴾ (سورة البقرة). والإحسان هو استشعار المراقبة لله جل وعلا في العبادة والعمل المترجم للإيمان. وإذا كان ذلك مطلوباً في عبادة الرب سبحانه فإنه مطلوب في العمل وشؤون الحياة. ولقد ربط النبي ﷺ بين الإتقان والإحسان في قوله « إن الله كتب الإحسان على كل شيء... الحديث » رواه الترمذي. إن الحياة لا تنمو، ولا الحضارات تتقدم إلا بالإحسان تخطيطاً وتنفيذاً.

يقول الأستاذ الدكتور عباس محجوب : (مجتمعنا يحتاج إلى تغيير جذري في مفاهيم العلم وأهمية الإنتاج ويحتاج إلى تعليم مكثف لأهمية الإتقان لكل عمل يقوم به ، فنحن لا نتعلم من ديننا ولا نتعلم من غيرنا ، وتربيتنا الأسرية والمدرسية والحياتية لا تقوم على أهمية أن نعمل ونكد ونجتهد ونبني في الحياة . .) .

ويقول أيضاً : (والمشكلة أننا نقر هذه المبادئ نظرياً ونتحدث عنها كثيراً ولكننا لا نترجمها في واقع مجتمعنا الذي يتميز بضعف الإنتاج والتهرب من العمل وعدم الإتقان . بل يحمل قيماً فكرية نحو العمل مخالفة لمفهوم الإسلام) . والإتقان والحرص على الجودة النوعية في كافة جوانب الحياة صار أمراً لازماً لأن المشكلات التي تعوق تقدم كثير من المؤسسات العربية ـ بما فيه الأمنية والإعلامية ـ قد جعلتها تقصر عن مواجهة المنافسات والتحديات الإعلامية العالمية . » لذلك أصبحت إدارات العلاقات العامة والاتصال (الإعلام) في المؤسسات الأمنية العربية أحوج ما تكون إلى الارتقاء بالأداء وتحسين الجودة في إنتاجها الاتصالي (الإعلامي) المتمثل في إصدار المجلات الأمنية وإنتاج برامج التوعية الأمنية في الإذاعة والتلفزيون ، والقيام بعمل مطويات ونشرات تعريفية بالمؤسسة ومناسباتها الأمنية بهدف تحسين صورة المؤسسة الأمنية في أعين الناس وتعريفهم بأنشطتها التي تقدمها خدمة للشعب « (إبراهيم بن أحمد الشامسي ، الجودة النوعية لبرامج الإعلام الأمني العربي في كتاب الثقافة الأمنية محاضرات عام ١٤١٩ هـ ـ ١٩٩٩ م ، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، الرياض ، ١٤٢٤هـ ، ص . ١٣٦) .

لا مناص إذن من أن يجوِّد الإعلاميون بعامة والإعلاميون عن الأمن بخاصة عملهم وأن يأخذوا بأسباب الارتقاء تخطيطاً ومضموناً وأسلوباً

وإخراجاً ونشراً لأن الله عز وجل يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه .

الواقع المهني للإعلام الأمني العربي

يعاني الإعلام العربي من مشكلات رئيسة أهمها غياب الاستراتيجية الإعلامية التي تصب فيها كافة الجهود الإعلامية وتنبثق منها أهداف محددة يسعى الإعلاميون لتحقيقها . ومن نتائج هذا الغياب أن الإعلام العربي لم يحظ في جانب كبير من أدائه بالكفاءات الإعلامية التي تحترف الإعلام احترافاً يخدم المعلومة ويبحث عن الحقيقة ويقدمها بلا إضافات أو مبالغات أو تلوين سياسي أو حزبي أو تحريف فكري .

إن الإعلام هو الفن الذي يختص بنقل المعلومات والأفكار والآراء بين الناس ونشرها بقصد الإفهام وتشجيع التفاهم والمشاركة وتوثيق الروابط وتوحيد الجماعات داخل المجتمع بعضها إلى بعض مما يساعد على استمرار الحياة ونمائها وازدهارها . لكنه ليس الدعاية التي تهدف إلى إلغاءا لتفكير المستقل والتوجه الأعمى نحو تبني رأي معين أو سلوك مرغوب .

إن وظيفة الإعلام الرئيسة هي الإقناع لدرجة أن الإعلام بدون إقناع إعلام غير مجد ولا يحقق لأهدافه . وعلى الإعلام أن يمتلك وسائل التأثير في نفوس جمهوره بكفاءة واقتدار . ولنا أن نسأل هل استطاع الإعلام العربي أن يستحوذ على جمهوره وأن يحقق هدفه المنشود في إغنائه عن التلفت إلى مصادر خارجية تغني تطلعه وتشبع حاجته؟ إن الجواب هو ـ في الجملة ـ بالنفي . الدراسات التي قدمها خبراء الإعلام العربي ـ كما أشارت ندوات سابقة لجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ـ تشير إلى أن الإعلام العربي

إعلام تحتل فيه العاطفة مساحة كبيرة، وهو بهذا يبتعد عن العلمية والموضوعية. إنه يبتعد عن الواقع ولا يناقشه بجرأة وحيادية، وبهذا لا يستطيع احتواء المواطنين العرب كافة ، وبالتالي فإن تأثيره فيهم يضعف (انظر عبد المنعم محمد بدر في كتاب تطور الإعلام الأمني العربي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، الرياض، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م).

ويمضي الدكتور عبد المنعم محمد بدر في سرد أقوال عدد من الباحثين والخبراء العرب الذي يتتبعون أداء الإعلام العربي تتركز في مجملها على تبيان عثراته وعدم واقعيته واستيعابه للمستجدات من حوله ونظرته إلى الإعلاميين العرب أنفسهم- فهو لا يراهم شركاء في القرار وإنما هم مجرد منفذين لما يملى عليهم. بل لقد ذهب بعضهم إلى القول بأن المادة الإعلامية المنقولة (عن إعلام خارجي غير عربي) وغير المنقولة ذات محتوى ومضمون يتسم بالسذاجة وعدم الملاءمة متخمة بالحشو والسطحية والإطالة في غير محلها، ولا يتضح له وظيفة، يزيد المتلقي سلبية واسترخاءً بدلاً من أن ينمي عقله وشخصيته على النحو الذي يجعله قادراً على مواجهة تحديات الحياة وتطويرها (انظرعبد المنعم محمد بدر في كتاب تطور الإعلام الأمني العربي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، الرياض، ١٤١٨هـ -١٩٩٧م ، ص٨١).

لعل التوصيف السابق يصدق على جزء من الإعلام العربي وبالذات في برامجه الإذاعية والتلفازية، ولكنه بالطبع لا يصدق على بعض الوسائل والبرامج التي بدأت تشق طريقها بصعوبة خارج هذه الصورة القاتمة، كما أن بعض الصحف قد تطور أداؤها المهني وأصبحت تقدم ما يمكن الاحتفاء به والوثوق بمصداقيته.

لكن ماذا عن الإعلام الأمني؟! الحق أن هذا الإعلام يعاني من مشكلات الإعلام العربي نفسه ويزيد عليها مشكلات أخرى تتعلق بطبيعة العمل الأمني نفسه سواء في البيروقراطية أو نظرة الجهات الأمنية للإعلام الأمني أو علاقة أجهزة الأمن إلى المجتمع والعكس ، وكذلك واقع الكوادر الإعلامية الأمنية نفسها .

لقد لخص الدكتور أديب خضور الإشكالية المهنية للإعلام الأمني العربي بقوله : «ومازال الكثير من الممارسات الإعلامية العربية تدور حول المؤسسات الأمنية العربية ورموزها وأشخاصها وقياداتها ونشاطاتها . وما زالت التغطية الإعلامية الأمنية العربية تنحصر في الغالب في حدود التغطية الأخبارية لهذا النشاط الرسمي الذي تقوم به هذه المؤسسات والتيارات .

يكمن في أعماق وعي وربما لا وعي المؤسسة الإعلامية الأمنية العربية وقياداتها أن الإعلام الأمني هو إحدى ممتلكاتها ، وبالتالي فهو مجرد جهاز تابع لها ، وأداة من أدواتها . ولم تكتف بالإشراف عليه وتوجيهه ، بل قادته إعلامياً وبالمعنى الإداري وليس الفكري للكلمة ، وقدتم ذلك بصورة مباشرة عن طريق تكليف عناصرها بإدارته ، أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدام كادر محترف غير مؤهل ولكنه مطيع ، يقوم بدور تنفيذي سلبي ويقدم خطاباً إعلامياً أمنياً لا حياة فيه ولا إبداع ، وبالتالي لا يجد من يستقبله ويتحول إلى مجرد ضجيج ، لأن المادة الإعلامية لا توجد ولا تستحق هذه التسمية إلا إذا وصلت إلى متلقيها .

مهمة الإعلام تقديم المعلومة والفكرة والتحليل والشرح والتفسير من أجل إيجاد المواطن المطلع والواعي . أما العلاقات العامة ، وخاصة بمعناها المتخلف وبممارساتها غير المتطورة ، فهي معنية أساساً فقط بتمجيد

المؤسسات والأشخاص، وخلق الصور الزاهية والبراقة، والعمل على نشرها وترويجها وترسيخها في أذهان البشر» (أديب حضور، معوقات الإعلام الأمني العربي، في كتاب الإعلام الأمني العربي، قضاياه، ومشكلاته، ص ص ١٦٢-١٦٣، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ١٤٢٢هـ-٢٠٠١م).

أما واقع العلاقة القائمة بين الأجهزة الأمنية والمجتمع فإنها تتسم بقدر كبير من الشك والحساسية والحرج. وما يزال مفهوم الأجهزة الأمنية في وجدان المواطن العربي يتجاوز الضبط إلى الكبت والقمع، وبالرغم من تطور مفهوم الأمن وواجبات الأجهزة الأمنية ووظائفها فإن صورة هذه الأجهزة عن نفسها ما تزال بحاجة كبرى إلى تجسيد مفهوم أنها لخدمة الشعب وليست للضبط والمراقبة والملاحقة فحسب. وعن الكوادر الإعلامية يذكر الدكتور خضور أنها متواضعة كماً ونوعاً، وأن الأجهزة الأمنية لم تستطع حتى الآن - رغم تغير مفهوم الأمن ليصبح شاملاً لكافة أنواع الأمن وما حصل من تطورات عاصفة للحياة الأمنية - أن توجد كادراً إعلامياً جديداً ومتطوراً قادراً على التعامل مع هذه التطورات (انظر المرجع السابق ص ١٦٦).

الحاجة إلى تنمية الجوانب المهنية في الإعلام الأمني

الإعلام سلسلة متصلة الحلقات لا يمكن فصل بعضها عن بعض أو إهمال جزء منها على حساب الأجزاء الأخرى. ومن أهم عناصر الاتصال المرسل والمستقبل. إن رجل الإعلام (المتصل) هو الذي يقوم بالوظيفة الرئيسة في العمل الإعلامي، وهو المسؤول عن مضمون الرسالة وطريقة إعدادها. ولذلك فالإعلاميون يتحملون مسؤوليات عظيمة في تحمل آرائهم وأفكارهم ولاشك أن نظرياتهم عرضة للنقد والتحليل حتى ولو كانوا

يعملون في ظروف صعبة وتحت ضغوط اجتماعية (انظر موريس أديب جهشان ، فن الإعلام، المطبعة العربية ، بيروت ، لبنان ، ١٩٩٠ ، ص ٦١).

ومن ناحية المستقبل (الجمهور) فإنه يلتقي مع المرسل من خلال الرسالة، ولن يتحقق الالتقاء (الاتصال) ما لم يكن هناك معان مشتركة وفهم للرسالة. ويتحدد رد فعل المستقبل بناءً على أمور ثلاثة مهمّة:

- مقدار الاستعداد المهني والتقني لدى المرسل.
- مدى وضوح الرسالة من ناحية الإعداد والفحوى والعرض.
- مدى صلاحية الرسالة وتناسب مضمونها مع احتياجات المستقبل وتطلعاته (المرجع السابق، ص ٦٣).

ويمكن مناقشة كل واحد من هذه الأمور الثلاثة على النحو التالي:

١ ـ أهمية الاستعداد المهني للمرسل

إذا كان للمرسل أن يؤثر على المستقبلين لرسالته وأن يكون فاعلاً، فلابد أن يكون على قدر كبير من المهنية والتدريب المناسب. وكلما كان تدريبه عالياً استطاع الوصول إلى جمهوره بسهولة، كما أن عليه أن يجيد فن تقديم رسالته بحسب تخصصه حتى يقدم رسائل مناسبة ومدروسة للجمهور لتحدث ردة الفعل المناسبة لديهم.

إن مشكلة نقص الإمكانات البشرية المدربة والمؤهلة مع انعدام الدافع القوي للتعلم والبحث والتطور لدى البعض من منسوبي الأجهزة الأمنية والإعلامية على حد سواء في البلاد العربية ما يزال هاجس المهتمين بالإعلام بعامة والإعلام الأمني بخاصة. وقد لاحظ هذا كل من علي الجحني (في

كتاب تحديات البحث العلمي في الميدان الأمني، ب، ت) وعبد الرحمن عسيري (في كتاب العمل الإعلامي الأمني العربي، المشكلات والحلول، ١٤٢٠هـ-٢٠٠٠م).

وقد أشار عسيري إلى بعض الدراسات الحديثة نسبياً (١٩٩٩م) حيث ذكرت أن ٦٤٪ من العاملين في مجال الإعلام الأمني في إحدى الدول العربية ممن شملتهم الدراسة لم تتجاوز خبراتهم في مجال الإعلام الأمني أربع سنوات كما اتضح في الدراسة أن ٧١٪ من عينة الدراسة كانوا يعملون في مواقع بعيدة عن العمل الإعلامي الأمني أو عن العمل الأمني بشكل عام، كما أن قرابة الثلث (٢٧٪) لا تربطهم علاقة بالعمل الإعلامي الأمني (ص١٠٧)، أما مشكلة التواضع في المعلومات لدى شريحة لا يستهان بها من الإعلاميين العرب فهي من أكبر التحديات.

إن معظم العاملين في المجال الإعلامي في الدول العربية يعدون موظفين حكوميين يتعاملون مع العمل الإعلامي بروتين ممل ومع الجمهور بتعال. لهذا لم يعد مستغرباً أن يمل الجمهور العربي من الإعلاميين الذين يخاطِّبونه وكأنه يقدم لهم المعجزات لأن خطابهم مليء بالعجرفة والتعالي.

٢ ـ مدى وضوح الرسالة

إذا كان للرسالة أن تصل إلى جمهورها فيستوعبها ويفهمها ويتفاعل معها فلابد أن تكون واضحة خالية من اللبس والإيهام وأن تكون مباشرة لا تحتاج إلى التفسير والإيضاح. وهذا لن يتأكد إلا بوضوح الهدف من الرسالة لدى المرسل وأن تكون الكلمات فيها واضحة المعاني والتراكيب وتحتوي على معلومات صحيحة سهلة الألفاظ متدرجة الأفكار تشكل وحدة متناسقة ومركزة.

٣ ـ مناسبة الرسالة للجمهور

لقد عانى الإعلام الأمني العربي من الانفصام ـ غالباً ـ عن الجمهور وعدم مباشرة واقعهم ومناقشة قضاياهم اليومية وما يفرحهم أو يتعبهم. ولذلك فإن الحاجة ماسة لأن تصاغ الرسائل الإعلامية في هذا المجال وغيره بحسب احتياجات الجمهور واهتماماتهم ليتفاعل معها ويستجيب لما تثيره من المعلومات والآراء والتأثيرات. إن الرسالة الإعلامية لن تبلغ الجمهور ما لم تثر اهتمامه وتتناول الموضوعات اللصيقة بحياته.

إن طرح الموضوعات التي تخص حياة المستقبل ستثير اهتمامه وتمده بالحلول والاقتراحات التي تعينه للوصول إلى قناعات معينة وتجعله يتخذ قرارات صائبة للتعامل مع مشكلات الحياة وموضوعاتها. وبالمقابل فإن إتاحة الفرصة للتغذية الراجعة من الجمهور إلى صانع القرار الأمني ومسؤولي الجهات الأمنية سيعينهم على اتخاذ القرارات المناسبة والوصول إلى الحلول العامة للمشكلات الأمنية وتسهيل أداء هذه الجهات لمهماتها.

ومن جهة ثالثة تقوم وسائل الإعلام بإثارة القضايا المهمة لدى قادة الرأي الذين يقومون بدورهم بمناقشاتها مع الفئات الاجتماعية التي ينتمون إليها ويتبادلون خلالها الأفكار معهم، وهكذا تعمم الأفكار المرغوبة ويتبناها أفراد الفئات الاجتماعية المختلفة لأنها تلامس جوانب حياتهم وتقع ضمن دائرة اهتماماتهم ويملكون الاستعداد للاستجابة لما يقدم في وسائل الإعلام بخصوصها. وهذا هو المعروف ضمن نظرية التأثير على مرحلتين في مجال الإعلام.

ومن المهم الإشارة إلى ضرورة مخاطبة الجمهور بالأسلوب المناسب واللغة المناسبة والوسيلة المناسبة أيضاً. لقد أشار بعض الباحثين (عسيري،

١٤٢٠هـ مثلاً) إلى أن الأمية المركبة ـ أمية الحرف ، وأمية الحضارة ـ هي إحدى المشكلات التي تعاني منها الغالبية العظمى من المواطنين العرب .

ورغم الجهود الكبيرة التي ما تزال تبذلها الحكومات العربية لمحو الأمية إلا أنها بشقيها ـ أمية الحرف (الأمية الصغرى) و أمية الحضارة (الأمية الكبرى) ـ ما تزال تترك آثارها في حياة المواطن العربي . ولعل من المناسب الإشارة إلى أن القضاء على الأمية يحتاج إلى أجيال إذا ما صح العزم في هذا القضاء واتبع الأسلوب العلمي في محو الأمية .

كل ما سبق من تفشي مستوى الأمية يستلزم صياغة خطاب مناسب ووسائل مناسبة قد تكون أنجع من الوسائل الجماهيرية العمياء (الإذاعة والتلفاز) التي يغيب فيها رجع الصدى ولا يعرف مدى تفاعل الجمهور مع الرسالة ولا مدى تأثره بها ، هذا إذا سلمنا بوصولها إليه وتلقيه لها .

وسائل تنمية الجوانب المهنية في الإعلام الأمني

إذا أردنا أن تتحقق المهنية للإعلام الأمني (المتخصص) الذي يهدف إلى خدمة المؤسسات والأجهزة الأمنية في الحفاظ على أمن المجتمع واستقراره وتجنيبه الفوضى والتقليل من الجريمة والوقاية من الأخطار ونشر الطمأنينة والسلام فإن علينا أن نقوم بعدة أمور في وقت واحد : تفعيل أدوات التربية والتوجيه في المجتمع ، وتطور أداء المؤسسات الأمنية كماً ونوعاً ، وتكوين حملة مستمرة من التوعية الأمنية تتخذ أشكالاً متعددة وتأخذ بوسائل متنوعة تتناسب مع حاجات الناس وتطلعاتهم واهتماماتهم وترضى رغباتهم .

لن أخوض في الحديث عن الجانب التربوي والتوجيهي وضرورة

المحافظة على ثوابت المجتمع العقدية وترسيخ القيم الفاضلة وبناء شخصية إسلامية متزنة معتدلة متسامحة فذلك له مجال آخر رغم ضرورته وكونه أساساً لنجاح أي مشروع أمني في المجتمعات العربية المسلمة. كما لا أتحدث عن تطوير أداء المؤسسات والأجهزة الأمنية المختلفة وضرورة تزويدها بالكفاءات البشرية والإمكانات المادية لمواجهة الجريمة والفساد والانحراف ومواكبة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية المتغيرة في العالم العربي بكفاءة وتخطيط وتنفيذ شامل محكم فذلك أيضاً له مجاله وسياقه رغم أنه ضرورة ملحة لنجاح أعمال التوعية الأمنية والمشاريع الإعلامية الأمنية سواء كانت محددة أو واسعة أو قصيرة المدى أو طويلة الأجل .

لكنني سأتحدث عن الجانب الإعلامي وضرورة الاحتراف المهني في تناوله في عدة نقاط :

١ ـ الاحتراف الإعلامي يختلف عن العمل الأمني التقليدي

إن أول ما ينبغي ملاحظته أن العمل الإعلامي يختلف في مستواه عن العمل الشرطي (الأمني) الذي يهدف إلى وضع الاحتياطات الأمنية للوقاية من الجريمة والأخطار وضبط المجرمين بعد ارتكاب الجريمة أو متابعة آثار الجريمة أو الانحراف وتقليلها وإصلاح ما نتج عنها . وفي هذا السبيل قد تتخذ أساليب القوة والشدة والضبط دون تراخ أو تقصير .

إن الإعلام يعتمد على إيصال المعلومة المناسبة (الصحيحة الدقيقة) والإمتاع الذي يأخذ بالأسباب فيجذب إليه المستمع أو المشاهد أو القارئ وكذلك الإقناع من دون ضغط أو إكراه، بل بمخاطبة العقل والقلب معاً ومحاولة التأثير المبني على الحجج والبراهين والمؤثرات النفسية المشروعة .

إن المعادلة الصعبة في الإعلام هي الجمع بين تقديم المعلومة الثمينة النافعة والإمتاع والإقناع، كل ذلك في وقت واحد وبكفاءة عالية. وهذا لن يتأتى إلا بتوافر شروط في القائم بالاتصال والوسيلة والرسالة.

٢ ـ شروط القائم بالاتصال

للخروج من أزمة الكوادر الإعلامية المؤهلة في الإعلام الأمني (وغيره من أنواع الإعلام العام والمتخصص) نحتاج إلى الاهتمام بشريحتين ممن لهم صلة بالقيام بالاتصال (المرسل):

أ ـ المشرفون على الأجهزة الإعلامية الأمنية

وهؤلاء غالباً هم من العسكريين الذين يتعاملون مع القطاع الإعلامي في مؤسستهم على أنه جزء من منظومتهم العسكرية وعلى العاملين معهم اتباع الأوامر وتنفيذ المطلوب دون أن يكونوا جزءاً من صناعة القرار أو أن يكون لهم القدرة على اتخاذ الخطوات التي تحقق الأهداف الإعلامية السليمة.

ليس هناك قواعد محددة لعمل الإعلام، وإنما يتم التعامل مع كل عمل إعلامي بحسب ظروفه، ولذلك تتطور الفكرة وتخضع للتعديل والتحسين إلى حد كبير، وبها من المرونة ما يكفل لها التحرك في آفاق واسعة. إن هذا لا يعني بالضرورة الفوضى والتسيُّب، ولكنه حافز على البحث عن الإبداع وفق قواعد مهنية تتطور وتترسخ مع الزمن والتجربة. ولذلك يحتاج الأمر إلى عقلية إدارية منفتحة وفسح مجال للحوار والتشاور للوصول إلى أفضل الصيغ لتخطيط المادة الإعلامية وتنفيذها.

إنني اقترح في هذا المجال أن يتولى إدارات الإعلام الأمني في القطاعات الأمنية بعض العسكريين السابقين الذين تركوا الخدمة النظامية

وتقاعدوا ولكنهم أصحاب دراية بالعمل الأمني في جهازهم ويحملون رتباً عالية، وهم غير مقيدين بقيود الخدمة الوظيفية أو البحث عن الترقيات العسكرية، وإنما يتمتعون بحرية القرار ومرونته. ومع ذلك يتمتعون بحس إعلامي راق وتجربة سابقة في هذا الميدان، كما أنهم ممن سبق له التدرب ضمن برامجٍ ودورات إعلامية متخصصة قبل تسلمهم لهذه المواقع.

ب ـ العاملون في الإعلام الأمني

وهؤلاء لا يشترط أن يكونوا من رجال الأمن، ولكن بحكم بقائهم في المؤسسة فإنهم على دراية بسياساتها ويعرفون كيف يتعاملون مع الإعلام والجمهور ومؤسستهم الأمنية. ولابد أن يكون هؤلاء من الكوادر الإعلامية المدربة تدريباً عالياً، والقادرة على التعامل مع الإعلام تخطيطاً وإنتاجاً ونشراً وتقويماً. ولابد أن يمنح هؤلاء الثقة في ممارسة عملهم وأن يكون حسهم الإعلامي عالياً بحيث يتلمسون حاجات جمهورهم ويدرسونه ويخططون للوصول إليه والتعامل معه بمهنية وكفاءة. كما لا يشترط لهؤلاء أن يكونوا من كبار الكتاب أو الصحفيين أو المخرجين أو المنتجين أو المعدين لأشكال المواد الإعلامية فهؤلاء عملة نادرة في الإعلام العربي على كل حال، بل أن يتعاملوا بكفاءة مع وسائل الإعلام سواء مباشرة أو عن طريق الإشراف على إنتاج المواد الإعلامية بأيد محترفة (في القطاع العام أو الخاص) والتأكد من جودة نوعيتها ومطابقتها لأعلى المقاييس المهنية المتبعة ومما يصل إلى حد المنافسة والسباق على استحواذ الجمهور الإعلامي.

لقد أصبح من المهم أن يستثمر الإعلام الأمني في الطاقات البشرية وأن يعدها إعداداً جيداً لأنها رصيد للوطن سواء عملت في القطاع الإعلامي الأمني أو خارجه، وعلينا ألا نبخل في الإنفاق عليها في المعاهد العربية المتخصصة.

إن الطاقات المبدعة المنتجة تحتاج إلى ما يغنيها عن البحث عن أسباب الرزق خارج دائرة عملها، وتحتاج في الوقت نفسه إلى قدر من الحرية المسؤولية لكي تتحرك في إطاره فتصل إلى جعل الإعلام الأمني حقيقة ماثلة للعيان ضاربة أروع الأمثلة في المهنية ورقي الأداء.

٣ ـ شروط الوسيلة

من الأخطاء الشائعة في الممارسات الإعلامية الظن أن بإمكاننا مخاطبة الناس عبر الصحافة أو الإذاعة أو التلفاز لنصل إليهم ونحقق أهداف الإعلام الأمني. إن هذه الوسائل ـ رغم انتشارها وكثرة استخدامها ـ تقل فيها التغذية الراجعة التي هي من أهم مقومات نجاح الرسالة الإعلامية. قلما نتحقق من وصول رسائلنا الإعلامية عبر هذه الوسائل، ويظل قياس ردود الفعل والتغذية الراجعة قياساً علمياً أمراً مكلفاً وصعب التنفيذ.

ولذلك فإن وجود برنامج أمني في التلفاز كبرنامج (العين الساهرة أو العيون الساهرة الذي كانت تقدمه بعض الأجهزة الأمنية في الدول العربية قد ألغي بعد أن اشتكى بعض المشاهدين من البرنامج أو حينما لاحظ بعض المسؤولين في وزارة الداخلية أن الناس لا يشاهدونه (انظر ص ١٦٥ من أديب خضور، معوقات الإعلام الأمني العربي في كتاب الإعلام الأمني العربي، قضاياه ومشكلاته، أكاديمية نايف الغربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٤٢٢ هـ، ٢٠٠١م).

في ظني أنه مازال هناك فجوة شاسعة بين الأجهزة الأمنية والمجتمع، وردمها يحتاج إلى قدر من الجهد والزمن والوسائل غير التقليدية، كما أن ذلك يتطلب جهداً من هذه الأجهزة لتعديل سلوكها مع عامة أفراد المجتمع لتغيير صورة رجل الأمن من الجلاد والحاجب إلى صورة المنقذ والصديق

للجمهور الذي يسعفهم في وقت حاجتهم ويسهر على راحتهم ويوجههم إلى أخطائهم بالطريقة الحسنى (انظر ص ١٥١، عبد الرحمن عسيري، العمل الإعلامي الأمني العربي، المشكلات والحلول، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٠هـ، ٢٠٠٠م).

وربما يكمن الحل في أنواع أخرى من الاتصال أهمها الاتصال الشخصي حيث يقابل رجال الأمن - خارج إطار عملهم - المواطنين والمقيمين ويتجاذبون معهم أطراف الحديث وتتكون صورة ذهنية مختلفة عن الصورة المنطبعة في أذهان الناس عن رجل الأمن سواء من واقع ممارسة رجال الأمن لعملهم أو من خلال الأفلام والمسلسلات التي تصور رجل الأمن بصورة الفظ القاسي الذي يمثل القمع وتنفيذ الأوامر بدون وعي ولا حسن تعامل.

لقد تحدث ولبر شرام أحد رواد الإعلام الأوائل عما سماه (وسائل الإعلام الصغيرة مقابل وسائل الإعلام الكبيرة) ويقصد بذلك أن بعض وسائل الاتصال التقليدية كالاتصال الشخصي والجمعي والمنتديات والأسواق في صورتها القديمة حيث يجتمع الناس للبيع والشراء والحديث والاستئناس بالآخرين قد تكون أكثر فعالية من وسائل الإعلام الحديثة التي تبث إلى جماهير واسعة ولكنها متناثرة ومتباينة ولا يمكن معرفة طبيعة تأثيرها بسبب غياب التغذية الراجعة وربما عدم مناسبتها لكافة فئات المجتمع وخاصة التي لا تعتمد عليها ولا تعول عليها كثيراً في حياتها.

ويمكن لنا في الوقت الحاضر عقد اللقاءات المباشرة واستغلال المناسبات الدينية والوطنية والتجمعات الشعبية لنصب الخيام وتحريك القوافل المتنقلة لمجموعة من ممثلي القطاعات الأمنية المختلفة للاحتكاك بالجمهور وتأسيس علاقة ود وصداقة وشرح لطبيعة عملها كما يمكن عقد حلقات نقاش عفوية

في المدارس والجامعات ومنتديات الشباب والأماكن العامة لمقابلة رجال الأمن مع الجمهور والانتفاع من أطروحات الجمهور وتحسس جوانب القصور أو الفعالية في علاقتهم بالأمن ورجاله ومؤسساته.

٤ ـ شروط الرسالة

الرسالة الإعلامية تعتمد على المعلومة التي هي ركنها الركين، والمعلومة أهم أسباب القوة، إن لم تكن هي القوة البالغة كما يقول الغربيون. وحتى تكون هذه القوة قوة بحق فلابد أن تكون صحيحة ودقيقة وتختار اختياراً مناسباً لعقلية وفهم الجمهور الذي تخاطبه. وتأتي قيمة الرسالة من تقديمها للمعلومات وتوضيح الأمور غير المفهومة حتى تساعد الجمهور على الإحاطة بالقضية المطروحة. أما الرسائل التي تعتمد على رصف الكلمات والطنين من دون فائدة فإنها لن تقدم شيئاً، بل هي سبب لتشويش المتعرض للإعلام والتدليس عليه.

الإعلام الذي يحترم نفسه وجمهوره يسارع إلى تقديم المعلومة المجردة أو الموجهة توجيهاً سليماً مبنياً على ثقافة الأمة العامة ومتسماً بالصدق والأمانة، وبجانب ذلك لابد للإعلام أن يختار الموضوعات المناسبة التي تهم الجمهور وأن تصمم الرسالة بطريقة جذابة مؤثرة دون تهويل أو تهوين وتراعي الذوق والحس المرهف الموافق للقيم الأخلاقية الراقية والفضائل الإنسانية.

ومما يعزز الارتقاء المهني للرسالة أن تمزج بين كافة أنواع الرموز اللفظية وغير اللفظية كالصورة والحركة والألوان والخطوط والرسوم والخلفيات والتظليل وغير ذلك من وسائل العرض وما يعرف بالمؤثرات الصوتية والمرئية.

ويظل من المهم أن تكون الفكرة المطروحة في الرسالة واضحة سهلة الفهم تسعى إلى هدف محدد وألا تكون غريبة عن بيئة الجمهور وثقافته وأن تحترم عقليته وتسعى لاجتذابه وليست مملاةً عليه ، ولكن تطرح بالأسلوب المناسب وفي الوقت والظرف المناسبين ومن خلال الوسيلة المناسبة .

بقى أن نشير إلى أن الرسالة لن تحظى بالقبول ما لم تكن مقنعة باعتمادها على الحجج والبراهين العقلية والاستمالات العاطفية بقدر مناسب لاستعدادات الجمهور ومستواه التعليمي والثقافي واحتياجاته واهتماماته .

الخاتمـــة

في خاتمة هذا الطرح عن المهنية والاحتراف في الإعلام الأمني لابد من الإشارة إلى أن الإعلام الأمني لن يكتب له النجاح ما لم يضع في الاعتبار عدة أمور :

١ ـ إثراء الأدبيات العلمية للإعلام الأمني المتخصص بمزيد من الدراسات الميدانية والنظرية على حد سواء لمعالجة مشكلات الإعلام الأمني وعلاقة الإعلام بالأمن في العالم العربي والخروج بتصور علمي عملي لخطوات العمل المدروسة في المستقبل تتجدد حسب الظروف المتغيرة والتطورات السياسية والأمنية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية .

٢ ـ تطوير استراتيجية أمنية عامة شاملة ومرنة لعلاقة الإعلام بالأمن في العالم العربي تتبناها الدول العربية في خطوطها العامة، مع ضرورة تطوير استراتيجية متشعبة عنها لكل دولة عربية تتناسب مع أوضاعها الخاصة وتلتقي مع الاستراتيجية العامة بحيث تثري كل واحدة منهما الأخرى وتسندها دون تعارض أو تناقض . إن من الضروري وضع استراتيجية لما يجب عمله وما يجب تركه في الإعلام الأمني والميدان الإعلامي بعامة .

٣ ـ أن تنشئ جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية قسماً علمياً باسم قسم الإعلام الأمني للبحث والدراسات والتدريب بكلية الدراسات العليا يمنح الدورات والشهادات الجامعية والعليا لمنسوبي الجهات الأمنية في البلاد العربية وذلك بهدف إيجاد بيئة ثقافية أمنية إعلامية وتقليد علمي بدلاً من انتشار الجامعات والكليات العامة والخاصة في العالم العربي حتى تدرس مادة الإعلام الأمني و علاقة الأمن بالإعلام والإعلاميين

برجال الأمن . ويكون من مهمات هذا القسم تنشيط العمل العلمي والتدريبي وتوثيق العلاقة بالجامعات العربية وتبادل الأساتذة الزائرين والمحاضرين معها وتنشيط التأليف والبحث والنشر والتدريب في هذا التخصص الهام .

٤ـ إرسال مجموعة من المدربين المستقبليين بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية للتدرب في وسائل الإعلام العالمية الكبرى في الغرب والشرق (أمريكا، كندا، بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، اليابان، أستراليا، جنوب أفريقيا، وغيرها) لمعرفة كيفية تعاملها مع المشكلات الأمنية والاستفادة من تجاربها وأخذ ما يتناسب مع بيئتنا العربية المسلمة .

٥ ـ نقل مجموعة من المؤلفات الخاصة بالتعامل مع القضايا الأمنية (إعلامياً) إلى اللغة العربية لإفادة الباحثين والمهتمين بالإعلام الأمني العربي وتطويره .

٦ ـ فتح باب التعاون مع القطاع الخاص للإفادة من إمكاناته في التدريب والإنتاج الخاص والانتقال بالعمل الإعلامي الأمني من العمل التقليدي المنتج في وسائل الإعلام الحكومية إلى العمل الاحترافي المتميز في إنتاج كافة أنواع المواد الإعلامية (المسموعة والمرئية والمطبوعة) وغير الوسائل التقليدية والحديثة (المعارض المتنقلة ، نشر الكتيبات المعدة لمناقشة قضايا أمنية محددة ، إعداد أعمال درامية وكوميدية هادفة ومتضمنة لرسائل أمنية مغلفة ، اللوحات الإلكترونية، الأقراص المدمجة، الإعلانات عبر مواقع الإنترنت، طرح الموضوعات في الأفلام الترفيهية، رسائل عبر شاشات دور السينما، رسائل عبر الهاتف، الجوال، مشاركة في غرف الدردشة، اللوحات الإلكترونية في الشوارع والملاعب الرياضية والأماكن العامة وغيرها) .

٧ـ تطوير صيغ قانونية وقضائية لملاحقة الوسائل الإعلامية التي تحرض على الجريمة والانحراف والفساد ونشر الرعب والفوضى في المجتمع وذلك بعد تطوير اتفاقية أمنية إعلامية مشتركة بين الدول العربية.

٨ـ إيجاد جوائز ولقاءات تكريم بصفة دورية (سنوية أو كل سنتين) للأعمال الإعلامية المميزة على مستوى البلاد العربية والإسلامية مما يخدم الأمن ويحقق أهدافه الكبرى وتشجيع هذه الأعمال ووضع مقاييس مهنية لها تتطور باستمرار.