

د. ياسر عثمان أبو عمار

الإعلام الأمني والأمن القومي

بين النظرية والتطبيق

الطبعة الثانية 2020



د. ياسر عثمان أبوعمار

الإعلام الأمني والأمن القومي

بين النظرية والتطبيق

الطبعة الأولى

2018م

تقديم البروفسور علي محمد شمو

الكتاب: الإعلام الأمني والأمن القومي
الكاتب: ياسر عثمان حامد محمود

تاريخ النشر : الطبعة الأولى 2018
رقم الإيداع: 226/2018

تصميم الغلاف والداخلي: الفنان التشكيلي بكري خضر

فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر - السودان
355.342 ياسر عثمان حامد محمود 1972 ي.ا.
الإعلام الأمني والأمن القومي بين النظرية والتطبيق /ياسر عثمان حامد
محمود الخرطوم:ي.ع.حامد محمود 2018
455ص : 24سم
ردمك:1-207-1-99942-978

1. الإعلام-الأمني 2.الأمن القومي. 3. الاستراتيجية أ.العنوان

الناشرون: دار نون والقلم للنشر والتوزيع

الطبعة الثانية : 2020

الخرطوم _ شارع السيد عبد الرحمن مع الحرية مقابل فندق البحرين

00249117770005

00249917047000

الطابعون: مطبعة جي تاون - الخرطوم

حقوق النشر محفوظة للمؤلف







الاستهلال

قال تعالى:

﴿أَفَمَنْ يَمْشِي مُكِبًّا عَلَىٰ وَجْهِهِ أَهْدَىٰ أَمَّنْ يَمْشِي سَوِيًّا عَلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾.

سورة الملك الآية 22

قال تعالى:

﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَٰئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾.

سورة الأنعام الآية 82

ويقول تعالى:

﴿فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطُ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ﴾.

سورة النمل الآية 22

الفهرست

5	الاستهلال
7	الإهداء
9	شكر وعرفان
11	المقدمة
15	تقديم البروفسور علي محمد شمو
16	تقديم البروفسور علي عيسى عبد الرحمن
17	تقديم الدكتور موسى طه تاي الله
21	الفصل الأول: مصطلحات، مفاهيم، ودراسات سابقة
67	الفصل الثاني: الإعلام ووسائله في العصر الحديث
113	الفصل الثالث: السمات العامة لنشأة وتطور الإعلام السوداني
145	الفصل الرابع: أهداف ومجالات الإعلام المتخصص
179	الفصل الخامس: المفاهيم المعاصرة للاستراتيجية
201	الفصل السادس: التخطيط الاستراتيجي للإعلام بالسودان
231	الفصل السابع: الإعلام الأمني والأمن القومي
273	الفصل الثامن: نشأة ومفهوم وخصائص وأهمية الإعلام الأمني
303	الفصل التاسع: التخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني وصناعته
357	الفصل العاشر: الإعلام الأمني الدولي
395	الخاتمة:

الإهداء

- إلى والديّ مع الدعاء الدائم لهما: (ربِّ اغفر لهما وارحمهما كما ربّيتاني صغيراً).
 - إلى إخواني الأماجد وأخواتي الفضليات.
 - إلى زوجتي وأبنائي الأحباب.
 - إلى أساتذتي الأفاضل الذين درّسوني وعلمّوني في جميع مراحل التعليميّة مع جزيل حبي وأكيد امتناني.
 - إلى زملائي العاملين في بلاط صاحبة الجلالة وهم يكابدون رهقها آناء الليل وأطراف النهار.
- إلهم جميعاً أهدي هذا الجهد الأكاديمي وقد كان لهم فيه سهم وافر ونصيب مُقدَّر، سائلاً الله سبحانه وتعالى أن يجعله صدقة خالصة لوجهه الكريم، يُنقلُّ به موازين حسناتنا وينفعنا به يوم لا ينفع مالٌ ولا بنون إلا من أتى الله بقلبٍ سليم.
- مع أكيد حُبِّي وعظيم تقديري.



شكرٌ وعرْفان

الشكر أجزله، والحمد أكمله لله رب العالمين الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم، وأسبغ علينا من أنعمه وهدانا للإسلام.

الشكر المستحق لأساتذتي الأجلء الذين قدّموا لهذا الكتاب، وعلى رأسهم أستاذ الأجيال والعلامة البروفسور علي محمد شمو مفخرة الإعلام السوداني. البروفسور علي عيسى عبد الرحمن نائب مدير معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة أم درمان الإسلامية، والدكتور موسى طه تاي الله (عميد كليّة الإعلام – جامعة إفريقيا العالمية). والشكر موصول إلى الأخ الكريم البروفسور علي أحمد محمد بابكر المدير الأسبق لجامعة أم درمان الإسلامية الذي قدّم لنا الكثير وشجّعنا على التأليف. شكري بحقه لأستاذي الفاضل البروفسور بدر الدين أحمد إبراهيم الذي أشرف على هذا البحث منذ أن كان فكرة ورعاه بالتقويم والتشذيب حتى أتى أكله وهاهو يخرج كتاباً يُضاف بكل الفخر للمكتبة السودانية.

وأخص بالشكر الأساتذة الأجلء بروفسور عبد المحسن بدوي محمد أحمد (عميد الإعلام الأسبق بجامعة الرباط الوطني وأستاذ مادة الإعلام الأمني)، الدكتور محمد حسين سليمان أبو صالح (مدير معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية السابق) وزير الاستراتيجية والمعلومات بولاية الخرطوم، والدكتور عبد المولى موسى محمد عميد كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (الذي أضاف أفكاراً مهمة للكتاب)، الدكتور صالح موسى علي (رئيس قسم الصحافة والنشر بكلية علوم الاتصال)، اللواء الدكتور عمر النور أحمد أستاذ الإعلام بالجامعات السودانية. الشكر والتجلة لأستاذي الجليل فيصل عثمان ميرغني (أبو الزمخشري) الذي قام بالتدقيق اللغوي. وشكري بلا حدود لأسرتي الكبيرة التي آزرته وشجّعتني وأسهمت بالكثير وأخص شقيقي الأكبر المستشار حامد عثمان حامد الذي قدّم الكثير ولم يستبق شيئاً.

ويمتد شكري وتقديري لكل من أسدى لنا نصحاً، أو أعاننا برأي صائب وفكرٍ ثاقب ولم نذكر اسمه.

وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.



المقدمة:

مفهوم الأمن الشامل أصبح واقعاً مُعاشاً في حياة الدول والشعوب، ولم يعد هو ذلك الجزء اليسير جداً المُتعارف عليه -سابقاً- في مفهوم الأمن التقليدي والذي ارتبط بحماية الدولة من العدوان الخارجي ومكافحة الجريمة وتأمين الأنظمة والحكومات بواسطة القوات الأمنية.

اتساع مفهوم الأمن وشموله لكافة أوجه الحياة يقتضي ذلك أن يواكب الإعلام - بأجهزته المختلفة- والأمن- بأجهزته المتعددة- هذا الواقع الجديد والتماشي معه بما يحقق أهداف ومقاصد الطرفين المرتبطة بمفهوم (الأمن الشامل) دون تعديٍّ من أحدهما على الآخر، مع التأكيد التام على أن الإعلام -وسائط مختلفة- والأمن - مؤسسات متعددة- يمثلان مع بعضهما البعض أحد أهم آليات تحقيق الأمن الشامل ويسهمان -بذات القدر- في حماية (الأمن القومي) ولا سيما في ظل صراع الأفكار وحرب الثقافات السائدة، ومحاولات الغزو الفكري المستمرة والمخططة التي يقودها الإعلام الأمني الدولي ويتفنن في أساليبها.

وإن كان مصطلح (الأمن القومي) بمفهومه الشامل ينبع من غايات الدولة الاستراتيجية وأهدافها الوطنية العليا ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرة الأمة وشعبها وحكومتها - المُمثِّلة الشرعية لهذا الشعب- على تطوير جميع القدرات وبناء المقومات التي تعزز المصالح القومية للدولة وفق القيم والمرتكزات الرامية لحماية (كيان الدولة) من الأخطار القائمة والمُحتملة داخلياً وخارجياً، فإن الإعلام هو العنصر الأساس واللبنة الأولى في بناء وإنفاذ الاستراتيجية الشاملة الرامية لإشاعة (الأمن) بالمجتمع وتوفير الشعور بالاطمئنان والاستقرار، وإبعاد كل عوامل (الخوف) عن المجتمع وكشف (مصادره) والتحريض على التعامل معها والتنبه لخطورتها، سواء كانت مخاوف سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية فكرية أو تلك العسكرية والأمنية المباشرة، أو غير المباشرة، وهذا لن يتأتى إلا ب(صناعة) إعلام أمني قوي وفاعل وقادر على تحقيق أهدافه وفق منظومة متكاملة للعمل الداخلي والخارجي على السواء.

اتساع دائرة (الأمن الشامل) وازدياد نطاقه ليشمل الأبعاد الثقافية والسياسية والفكرية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية والصحية، وغيرها، ألقي على عاتق (الإعلام الأمني) - كفرع من فروع الإعلام المتخصص- أعباء جديدة وأدواراً مهمة تقتضي وتتطلب معرفة ومواكبة كل ما له علاقة بهذه المجالات المتعددة وربطه بالمنظور الأمني للدولة واستراتيجياتها القومية الشاملة.

لم تكن للإعلام العام أدوارٌ مباشرة في تعزيز الأمن (التقليدي) وحمايته باعتبار أن تحقيق الأمن مسؤولية القوات المسلحة والأجهزة الأمنية المساندة لها التي أنيط بها استخدام

القوة لمواجهة أيّ تهديدات داخلية أو خارجية للأمن القومي بمفهومه سالف الذكر، ولكن تغيّرات المفهوم وتعميقاته واتساعه وشموله، جميعها عوامل (جديدة) أوجدت مهددات أمنية (غير تقليدية) تختلف في طبيعتها ومصادرها وأنواعها وأحجامها ونطاقها وتأثيرها على الأمن القومي أو الأمن الشامل، مما تطلّب وجود إعلام مُتخصّص في مضمونه - الأمني - شامل في تناوله للقضايا الأمنية، مواكب لتلك التطوّرات آنفة الذكر.

عليه، وبهذا الفهم الشامل لـ (الأمن القومي الشامل) فإنّ الإعلام الأمني لا يعني بحالٍ من الأحوال نقل أخبار وأنشطة المؤسسات الأمنية فحسب، فتلك مهمة العلاقات العامة بهذه المؤسسات، وإن كان يشمل (بعضاً) من أقسام الإعلام الأمني تدرج تحت شعبة الإعلام العسكري أو الإعلام الحربي. والحديث عن الإعلام الأمني بهذه الكيفية هو تضيق مُخل لمفهوم الأمن الشامل وتقزيم ظالم لدور ورسالة وأهداف الإعلام الأمني.

مع أن مُصطلح (الإعلام الأمني) من المُصطلحات الإعلاميّة الحديثة والذي يرجع الفضل فيه لجامعة نايف العربيّة للعلوم الأمنية، إلا أنه وبرغم حداثة استطاع أن يوجد نفسه مكاناً شامخاً بين مُختلف أقسام وأنواع الإعلام المُتخصّص على المستويين النظري والعملي في العالم العربي. ويتوقّف وجود إعلام أمني فاعل وناجح على قُدرة الدولة على التخطيط الاستراتيجي له، وكذلك على مدى اهتمام الأجهزة الأمنية وقناعتها بأهمية هذا النوع من الإعلام ورفده بالكوادر الفاعلة والمؤهّلة والكفوءة، وقدرتها على التنسيق التام مع بعضها البعض من جهة ومع الوسائط الإعلامية المختلفة من جهة ثانية، بهدف المحافظة على أمن الفرد والجماعة، وأمن الوطن ومكتسباته ومصالحه العليا في ظل المقاصد الكلية والمصالح القوميّة التي تحددها الاستراتيجية القومية للدولة.

من ناحية أخرى يتأثر (الأمن القومي) تأثيراً مباشراً وخطيراً بما تعرضه أجهزة الإعلام من (بعض) البرامج والمواد الإعلامية التي قد يبدو مظهرها أنها ذات طبيعة صحية أو اجتماعيّة أو اقتصاديّة، فالإعلام يقوم على مخاطبة الشعور، والأمن في حدّ ذاته شعور يحس من خلاله الفرد بالأمان والاطمئنان، لذلك فإنّ مخاطبة هذا الشعور من خلال أجهزة الإعلام يؤثّر تأثيراً بالغاً وسريعاً، وعليه فـ (المسؤوليّة) الوطنيّة تقتضي أن تعمل وسائل الإعلام في ظل استراتيجية واضحة ومحددة.

والاستراتيجية الإعلامية - من منظور الإعلام الأمني بمفهومه الشامل - من المفترض أن تشمل على الأبعاد الثقافيّة والاجتماعيّة والتعليميّة والاقتصاديّة والتربويّة والعسكرية الأمنيّة والتنمويّة والصحيّة والسياسيّة وحتى الرياضيّة، وغيرها، ولا بد لأية استراتيجية ناجحة أن تتضمن كل هذه المحاور التي بحاجة إلى مُختصين يصيغون برامج خاصة لكل سياسة وآليات واقعيّة وعمليّة للتنفيذ من جهة (ما هو كائن) وآليات ضرورية ولازمة (ما ينبغي أن يكون)، وهذا لن يكون إلا بوجود تخطيط استراتيجي يقوم علي دراسات علميّة، وتحليل

دقيق للبيئة الداخلية والخارجية، ويُحدّد الفرص والمهدّدات. يتبع ذلك تصميم جيد للبرامج والرسائل وفق أحدث أنواع (صناعة الإعلام)، لتبيين وتوضيح أفضل السبل للوصول إلى الجماهير المُستهدفة - داخلية كانت أم خارجية- بما يسهم في توفير الجهد، والوقت، والمال ، ويعزز تحقيق الأمن القومي في السودان.

إنّ صناعة الإعلام- والتي تشمل البنى التحتية والأجهزة والمعلومات بما فيها الأخبار- ومواردها أصبحت من أهمّ الينابيع والموارد للمؤسسات والأفراد على السواء لما له من تأثير مجتمعي محلياً ودولياً ويلاحظ ذلك من خلال التطور السريع في مجال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء فضلاً عن الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي. وهذا يقتضي توظيف التقنيات المتقدمة في هذا المجال، ولاشك أن ذلك يترتب عليه الحاجة الماسّة إلى الكثير من الوظائف والنظرة الأفقيّة والمستقبليّة وعدم الانكفاء على الذات.

والسودان اليوم يُجابه تحديات جسيمة نسبة لمساحته الكبيرة ولموقعه الجغرافي في قلب القارة الإفريقية ولارتباطه الوثيق بالعالم العربي ولثرائه بسكانه وخبراته الظاهرة والباطنة، ولانطلاقه نحو البناء الذاتي وتطلّعه لإحداث التنمية الشاملة من خلال المحاور المختلفة، فإنه أحوج ما يكون للتنسيق الذي يكاد ينعدم تماماً. و إيجاد سياسة إعلامية استراتيجية لصناعة إعلام أمني فاعل وقادر، علماً بأن واقع الإعلام السوداني حالياً ما يزال في بداياته وتكتفه كثير من المشاكل والنقص في الكوادر المؤهلة والخبرات والتمويل وغياب الرؤية. على هذا الأساس يقع هذا الكتاب - عزيزي القارئ- في عشرة فصول تفاصيلها كالآتي:

الفصل الأول: ويشتمل على بعض المفاهيم والمصطلحات التي ترتبط بالمفهوم العام للأمن الشامل والدراسات الإستراتيجيّة والتخطيط الاستراتيجي والأمن القومي، فضلاً عن الإعلانم عموماً والإعلام الأمني بصفة خاصة، مع إيراد مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت أدبيات التخطيط الاستراتيجي والإعلام الأمني.

الفصل الثاني: الإعلام ووسائله في العصر الحديث، جاء متناولاً لأربعة محاور رئيسية تمثلت في الصحافة، الإذاعة والتلفاز، والإنترنت (الإعلام الجديد)، وسعى لربط ذلك بأهداف ومضامين الإعلام الأمني ونماذج تطبيقه عبر هذه الوسائل.

الفصل الثالث: البّيمات العامّة لنشأة وتطوّر الإعلام السوداني، تناول انتشار وسائل الإعلام في الدول النامية عموماً، ثم نشأة وتطوّر الإعلام السوداني وعلاقته بالإعلام الأمني الدولي، والاتصال في الحضارات السودانية القديمة، والتحديات التي لازمت مسيرة الإعلام السوداني، ومميزات هذه الوسائط كوسائل إعلام أمني.

الفصل الرابع: أهداف ومجالات الإعلام المتخصّص، تناول مفهوم وماهيّة وأشكال ووظائف ومجالات الإعلام المتخصّص وأسباب ظهوره، وضرورة وجوده، وما المحددات الأساسية لدور الإعلام المتخصص، وأهميّة الإعلام الأمني كفرعٍ من فروع الإعلام

المتخصص.

الفصل الخامس: المفاهيم المعاصرة للاستراتيجية، تناول الفصل مفهوم الاستراتيجية وانتقالها من الحياة العسكرية إلى الحياة المدنية ومجالات الأعمال وتأثيرات هذا الانتقال، ثم أهميّة ومراحل الاستراتيجية ومستوياتها وأنواعها وأهم العوامل المثرة في تحقيقها، ودلالات مفهوم الفعل الإستراتيجي، ومميزات الفكر الاستراتيجي الأمني، وعلاقة الاستراتيجية بالأمن القومي والإعلام الأمني.

الفصل السادس: التخطيط الاستراتيجي للإعلام بالسودان، تناول هذا الفصل مفهوم التخطيط وضرورته، ثم تطرّق للتخطيط الإعلامي، ثم ضرورة التخطيط الاستراتيجي للإعلام، ثم التخطيط الاستراتيجي للإعلام بالسودان، ثم تناول الاستراتيجية الإعلامية الأمنية العربية.

الفصل السابع: الإعلام الأمني والأمن القومي، تناول مفهوم الأمن القومي وأبعاده ومستوياته، ومدى الارتباط بين الأمن القومي والاستراتيجية والإعلام الأمني، ثم قدرة الإعلام الأمني على إدارة الأزمات، وأهم أزمات الأمن الداخلي، ثم الإعلام الأمني والسياسات الإعلامية.

الفصل الثامن: نشأة ومفهوم وخصائص وأهميّة الإعلام الأمني، تناول نشأة وأهداف وأساليب الإعلام الأمني وخصائصه ووظائفه، وجدليّة الإعلام والأمن وسُبل تعزيز التكامل بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية، وأهميّة الإعلام الأمني في محاربة الجريمة.

الفصل التاسع: التخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني وصناعته، تناول مرتكزات استراتيجية الإعلام الأمني وأهدافها، استراتيجيات الإعلام الأمني على المستوى العربي، أهداف وعناصر الإعلام الاستراتيجي الأمني، صناعة الإعلام الأمني، خصوصية الموضوع الأمني، الإعلام الأمني والعولمة، الإعلام الأمني وتحديات الأمن الإنساني، وواقع ومستقبل صناعة الإعلام الأمني بالسودان.

الفصل العاشر: الإعلام الأمني الدولي، تناول نشأة الإعلام الأمني الدولي وعلاقته بالصهيونية والمخابرات الغربية، ودوره المباشر في تأجيج صراع الحضارات واستخدامه للتضليل الإعلامي، وسماته العامة، وتأثيره على المسلمين، وكيف يمكن أن يكون الإعلام الإسلامي العالمي هو الحل.

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل

الفقير إلى رحمة مولاه

ياسر عثمان حامد محمود- أبحار

الخرطوم في 13/ فبراير / 2017م

الموافق له 17/ جمادى الأول 1438هـ

تقديم برونسور علي محمد شمو

الإعلام الأمني مفهوم جديد أخذ في البلورة والتشكّل في سبيل الوصول إلى مرحلة الثبات والاستقرار، وهو مفهوم حديث في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة ذات الصلة بالعلوم السياسيّة والاستراتيجيّة. وأن هذه المرحلة من معالجة المفهوم هي محاولة جادة للخروج بنظريّة أو مفهوم حول الإعلام الأمني وبذلك يكون قد أسهم في الترويج لهذا الجهد الحديث وهو أيضاً مفهوم يتعلّق بالرسالة أو المضمون أكثر منه بالوسائل التقليديّة والحديثة، وطبيعي أن يكون القائم بالاتصال في هذا النوع من نماذج الاتصال COMMUNICATION MODELS ذو قدرات متميزة ومتخصصة في قضايا الأمن. استطاع د.ياسر عثمان حامد أبوعمار في هذا الكتاب (الإعلام الأمني والأمن القومي)، ومن خلال جهده وبذله وتنقيبه في المراجع والمصادر ذات الصلة بعنوان الكتاب أن يركّز على المفاهيم المختلفة ذات الصلة بالإعلام بصفة عامة والأمني بصفة خاصّة، وقد أورد منها قدراً عظيماً يستحق الدراسة والتأمّل خاصّة وأنه لم يجزم بأن مفهوم الإعلام الأمني قد استقرّ وثبت وأصبح مفهوماً مُعترفٌ به على النطاق الدولي، وأن هذه المرحلة من معالجة المفهوم هي محاولة جادة للخروج بنظريّة أو مفهوم حول الإعلام الأمني وبذلك يكون قد أسهم في الترويج لهذا الجهد الحديث، فالأبواب مفتوحة والاجتهادات تترى.. وفي كل يوم نقرأ أو نسمع أو نرى اجتهادات تتعلّق بهذا النوع من الدراسات والأفكار والمفاهيم الحديثة.

يُحَمَدُ للمؤلّف أنه لم يكن في عجلة من أمره، وأنه بمؤلّفه هذا يسهم بالتحريض والتشجيع على البحث والدراسة، وهي سمة من سمات الباحث المسؤول الذي لا يستعجل الأمور ويجزم بالتوصّل إلى النهايات في مدى قصير.

الكتاب يشمل أبواباً عديدة تناولت الإعلام الأمني وما يتعلّق به من اجتهادات، بالإضافة إلى قضايا إعلاميّة تهم القارئ السوداني وأغلبها يختص بالإعلام السوداني ومسيرته التاريخيّة وتجاربه الثرة وحرصه على تزويد المواطن السوداني بما يحتاج من معلومات ومحتويات تقابل احتياجاته في كل مجالات النشاط الإعلامي، وبهذه المناسبة نحمد للأكاديميّة الأمنيّة اهتمامها بهذا النوع من الدراسات التي أرى أن تكون متاحة بعد إجازتها لجمهور العلماء والباحثين عن المعرفة في مجالات علوم الاتصال والأمن. أرجو أن يجد القارئ في هذا الكتاب ما يضيف إلى حصيلته من المعرفة الأكاديميّة لعلوم الاتصال وخاصّة الأمني منها.

برونسور علي محمد شمو

وزير إعلام سابق - خبير إعلامي

تقديم بروفسور علي عيسى عبد الرحمن

يُشكّل الإعلام الأمني في الراهن، ضرورة لتحقيق الأمن على المستوى الدولي والإقليمي والمحلي والمُجمعي، فالعصر هو عصر معلوماتية وحقيقة العولمة هي صيرورة العالم كالقرية الواحدة بفضل التطوّر الهائل في وسائل الاتصالات. ومن هنا تنبع أهمية الإعلام الأمني، فهو بمثابة توجيه الإعلام لخدمة القضايا الأمنية. تأتي أهمية المحاولة الجريئة من الأخ الدكتور ياسر عثمان حامد لسبر أغوار مفهوم الإعلام الأمني، وهو مصطلح حديث، ضمن تقرّعات الإعلام، ليضيف عليه الدكتور ياسر تعريفاً يتسق فيه المدلول مع التطبيقات الواقعية لمثل هذا النوع من الإعلام كما أوردها المؤلف.

لم يكتف المؤلف بمجرد إيراد المفهوم والتطبيقات للإعلام الأمني بل تجاوزها إلى كيفية صناعة الإعلام الأمني. على الرغم من عدم تبلور مفهوم الإعلام الأمني بالصورة التي يفهمها غير المختصين في هذا المجال إلا أنّ المؤلف اجتهد في تقريب الصورة بتعريفه لهذا الإعلام وأهميته وأهدافه والمبادئ التي يقوم عليها، وفوق ذلك تطرّق المؤلف إلى صناعة الإعلام الأمني عبر التخطيط الاستراتيجي لذلك، فيما يفيد الإنسانية ويُجنبها الويلات بسبب الاضطراب الذي يسببه سوء استخدام الإعلام سواء في مجال القضايا الأمنية أو غيرها من مجالات أخرى يمكن أن يكون لها ارتدادات أمنية. هذه المحاولة الجريئة التي قام بها المؤلف ياسر وهو يُقرب مفهوم الإعلام الأمني واستخداماته وكيفية صناعته، لاشك أنها سوف تعين المختصين في هذا الشأن، كما تفيد القارئ عموماً والذي يريد التزوّد المعرفي بهذا العلم الذي يجمع بين التخصص والعموم. فالإلى المزيد دكتور ياسر في ميادين التأليف النوعي والابتكار.

*نائب مدير معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية
2016/1/30م جامعة أم درمان الإسلامية

تقديم الدكتور موسى طه تاي الله

شهد العالم تطوراً كبيراً في كافة مجالات الحياة في عصر ثورة المعلومات والاتصالات، وتطور مع ذلك مفهوم الإعلام وأصبح يشمل العديد من الجوانب، حيث ظهر ما يُعرف بالإعلام الأمني كتخصصٍ جديد في الإعلام الذي أصبح يمثل أهميةً قصوى للدول في عصر الفضاءات المفتوحة.

يأتي هذا الكتاب لمؤلفه دكتور ياسر عثمان حامد يحمل في طياته عدداً من الموضوعات المهمة التي ترسخ لمفهوم الإعلام الأمني، وهو من الكتابات القليلة في السودان والمتخصصة، حيث لا يوجد مهتمين بصورة كبيرة بهذا المجال لحدثة المفهوم. ذكر دكتور ياسر مصطلح الإعلام الأمني وكيفية صناعته وتطبيقه وربطه بالأمن القومي، وهذا أكثر ما يميّز هذا الكتاب حيث لم يترك شاردة ولا واردة في الإعلام الأمني حتى تناولها، وأيضاً ربط الموضوع بالاستراتيجية وهي من المفاهيم الحديثة أيضاً في هذا المجال وهي التي تؤدي إلى التخطيط السليم للإعلام والأمن في نفس الوقت. في اعتقادي يُعتبر هذا الكتاب جهداً مقدراً وإضافة حقيقية للمهتمين والباحثين والمختصين في مجال الإعلام والأمن، ويمكن أن يكون مرجعيةً في هذا المجال والاستفادة منه في التخطيط لكيفية حماية الأمن القومي السوداني عبر وسائل الإعلام.

* عميد كلية الإعلام سابقاً

نائب مدير جامعة إفريقيا العالمية



الفصل الأول:
مُصطلحات ومفاهيم ودراسات سابقة





الفصل الأول: مُصطلحات ومفاهيم ودراسات سابقة

تمهيد:

إنّ الموضوع الذي تناوله هذا الكتاب (الإعلام الأمني والأمن القومي - بين النظرية والتطبيق) من الموضوعات التي لم تجد حظّها من الكتابة الكافية في الوطن العربي بصورة عامة وفي السودان على وجه الخصوص، مع تقديرنا التام لما ظلّت تقوم به جامعة نايف العربيّة للعلوم الأمنيّة التي نشأ المُصطلح - الإعلام الأمني - في كنفها ورَعته بحوثاً علمية ودراسات نظريّة وأكاديميّة حتى وصل إلى ما صار إليه مع كونه من أحدث أقسام الإعلام المُتخصّص بالعالم العربي ولكنه أوفرها حظاً لارتبطاه بالدراسات الاستراتيجية من جهة و(الأمن) من جهة أخرى سواء كان أمناً شخصياً أو وطنياً أو إقليمياً أو الأمن الدولي، وطبيعة الموضوع الأمني يجد العناية والاهتمام سيما بعد شيوع مفهوم الأمن الإنساني بديلاً للأمن القومي.

وبذات القدر نجد النُدرة في الكتابات التي تتعلّق بالاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي والذي يُمثّل الشق الثاني من الكتاب - الذي يتعلّق باستراتيجية صناعة الإعلام الأمني بمفهومه الشامل الذي تجاوز المفهوم التقليدي للأمن. مع كامل التقدير - أيضاً - لجامعة أم درمان الإسلاميّة التي أنشأت معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية ليمنح درجتي الماجستير والدكتوراه في الدراسات الاستراتيجية والذي يُعدّ إضافة حقيقيّة لهذا المجال الحيوي والمهم جداً في مجال الدراسات الاستشراقية والمستقبلية. ونرجع قلة الكتابات حول هذين الموضوعين لحدّثة «الإعلام الأمني» كفرع مُتخصّص من فروع الإعلام العام، ولدخول الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي مجال الحياة المدنيّة متأخراً أيضاً.

وبما أنّنا قد وجدنا صعوبة وعنت شديدين أثناء الخطوات النظرية للحصول على هذه الأدبيّات والمفاهيم الخاصّة بالإعلام الأمني ومفرداته والاستراتيجية ومشتقاتها، فقد رأى أن يُخصّص هذا الفصل الأول من الكتاب للمفاهيم والمُصطلحات التي تدور حول مُصطلحي «الإعلام الأمني» و«الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي» وترتبط بهما بشكلٍ أو آخر. يُضاف لذلك قدرنا - أيضاً - ضرورة أن تُضاف للكتاب - ضمن هذا الفصل - جملة من الدراسات السابقة حتى تكون في مجملها هادياً للباحثين في هذين المجالين ويتمكنوا من خلال ذلك معرفة والوقوف على الأدبيّات المُتعلّقة بالموضوع وأهم ما كُتب حوله.

مفاهيم ومصطلحات:

التخطيط الإعلامي:

هو: «توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، أو التي يمكن أن تتاح، خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات»⁽¹⁾. ويُعرّف التخطيط الإعلامي بأنه:

(اختيار وربط الحقائق بعضها ببعض، ووضع الفروض أو الافتراضات المتعلقة بالمستقبل فيما يتعلق بتحديد الأنشطة الواجب القيام بها من أجل تحقيق النتائج المرجوة).

إنّ التخطيط الإعلامي الشامل يعمل على تحقيق وحدة العمل الإعلامي بصوره وأشكاله كافة، وفيه تُستغل الفقرات الإعلامية، والاتصالية بما فيه من قوي بشرية ومادية لتخدم الإستراتيجية العليا للمجتمع كافة.

تعريف تخطيط الإعلام:

«أنّه اتخاذ التدابير العلمية للإستفادة المثلى من الإمكانيات والقوى والكفاءات الإعلامية المتاحة، لتحقيق أهداف واضحة مُعيّنة مستقبلاً في (أطر) سياسة إعلامية مُحدّدة، وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجرى تنفيذها تنفيذاً فعّالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة»⁽²⁾.

والتدابير العملية التي ينبغي اتخاذها لضمان تحقيق أهداف الإعلام بأكبر قدر من الفعالية والكفاية والتأثير، وذلك بالوسائل التالية:

أ. تعبئة القدرات والإمكانيات الإعلامية، واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطة الإعلامية.

ب. التنسيق بين القوى الفاعلة المؤثرة في العملية الإعلامية بحيث يكفل هذا التنسيق الوقت والجهد، وحسن الانتفاع بهما.

ج. الإستفادة المثلى من التقدّم الذي تحرزه العلوم والفنون والتقنية الحديثة في مجال العمل الإعلامي.

تعريف الخطة:

«هى المُخرَج الرئيس للنشاط التخطيطي في صورة بيان بالأهداف المطلوب تحقيقها وآليات تحقيق هذه الأهداف من حيث البدائل والموارد والأولويات والتوقيتات اللازمة»⁽³⁾.

(1) حديد الطيب السراج، التخطيط الإعلامي لإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية خاصة، (الخرطوم: مؤسسة أروقة للثقافة والعلوم، رسائل فى الثقافة والإعلام «3»، 2005م)، ص 11.

(2) محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، (القاهرة: دار الوفاء للنشر والتوزيع-المنصورة، 1988م) ص 22.

(3) عباس بلة محمد أحمد، التخطيط (مفاهيمه - مجالاته)، مرجع سابق، ص 19.

تعريف الاستراتيجية:

أصل كلمة استراتيجية (STRATEGY) هي الكلمة اليونانية (STRATEGOS) وتعني فنون الحرب وإدارة المعارك وكيف يستخدم القائد القوى المحيطة به لضمان النصر في الحرب، ولأنها ارتبطت بالحرب والقتال ولم تدخل الحياة المدنية إلا مؤخراً فليس لها تعريف مُحدّد مانع جامع.

ومن تعريفاتها المتداولة والمُنْتَشِرة أنَّها:

الاستراتيجية هي: «خطة موحّدة متكاملة وشاملة».
الاستراتيجية: «هي الوسائل المُستخدمة في تحقيق الأهداف، وتغطّي كل المجالات وتحقق التكامل بين جميع القطاعات».
الاستراتيجية هي: «برنامج عام يحتوى على عدد من المسالك».
الاستراتيجية هي: «فن وتطوير القوة واستخدامها لخلق موقف ملائم واستغلاله نحو تحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف»⁽¹⁾.

الاستراتيجية هي: «علم وفن تطوير واستخدام القوى في دعم الإستراتيجية الكليّة (القومية) لخلق موقف ملائم ومضاعفة نتائجه المطلوبة إلى أقصى درجة يمكن تحقيقها للهدف التخصص».

الاستراتيجية هي: «تصوّر مبدئي للرؤى المُستقبلية للمنظمة ورسم سياساتها وتحديد غاياتها على المدى البعيد، وتحديد أبعاد العلاقات المُتوقّعة بينها وبين بيئتها بما يُسهم في بناء الفرص والمخاطر المحيطة بها ونقاط القوة والضعف المميزة لها، وذلك هدف اتخاذ القرارات الاستراتيجية المؤثرة على المدى البعيد ومراجعتها وتقويمها»⁽²⁾.

تعريف التخطيط الاستراتيجي:

عُرّف التخطيط الاستراتيجي بأنّه:

«عملية اختيار الأهداف المنظمة وتحديد السياسات والاستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف، وتحديد الأساليب الضرورية لضمان تنفيذ السياسات والاستراتيجيات الموضوعية، ويمثّل العملية التخطيطية طويلة المدى التي يتم إعدادها بصورة رسمية لتحقيق الأهداف»⁽³⁾.

عُرّف التخطيط الاستراتيجي بأنه:

عملية متواصلة ونظامية يقوم فيها الأعضاء من القادة في المنظمة باتخاذ القرارات

(1) ياسر عثمان حامد محمود، دور التخطيط الاستراتيجي في تطوير منظمات الأعمال، ورقة بحثية، ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، 2011م.

(2) عبد العزيز عبد الرحمن حسن، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، (الخرطوم: معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، 1432هـ - 2011م)، ص 3.

(3) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط7، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2012م)، ص 23.

المتعلقة بمستقبل تلك المنظمة وتطورها بالإضافة إلى الإجراءات والعمليات المطلوبة لتحقيق ذلك المستقبل المنشود وتحديد الكيفية التي يتم بها قياس مستوى النجاح في تحقيقه.

كما عُرِفَ أيضاً بأنه:

«عملية اختيار أهداف المنظمة وتحديد السياسات والاستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف وتحديد الأساليب الضرورية لضمان تنفيذ السياسات والاستراتيجية الموضوعية ويمثل العملية التخطيط طويلة المدى التي يتم إعدادها بصورة رسمية لتحقيق أهداف المنظمة».

وباختصار، يمكن تعريف التخطيط الاستراتيجي كما يلي:

«التخطيط الاستراتيجي هو عملية نظامية توافق من خلالها إحدى المنظمات - ويلتزم بذلك الشركاء الرئيسيون في المنظمة - على الأولويات التي تعتبر ضرورية لتحقيق هدفها، وفي نفس الوقت تستجيب للبيئة المحيطة بها. ويرشد التخطيط الاستراتيجي إلى امتلاك الموارد وتخصيصها باتجاه تحقيق تلك الأولويات»⁽¹⁾.

«التخطيط الاستراتيجي هو العملية التي يتم من خلالها تنسيق موارد المؤسسة مع الفرص المتاحة لها وذلك على المدى الطويل»⁽²⁾.

ويعرّف التخطيط الاستراتيجي بأنه:

«القدرة على إعمال الفكر الاستراتيجي لتحديد الواقع الحالي للمؤسسة، وتبيان موقعها المنشود مستقبلاً ورسم المسار الاستراتيجي المؤدي لذلك، بعد تحليل أمين وذكي ودقيق للبيئتين الداخليّة والخارجيّة، وحسن اختيار العنصر البشري المؤمن برسالتها وأهدافها، والقادر على تحقيق هذه الأهداف بكفاءة، والتوظيف الأمثل للموارد الماديّة والماليّة المتاحة أو التي يمكن الحصول عليها أثناء الفترة الزمنيّة المحددة لتنفيذ الاستراتيجية».

الصناعة لغة:

صَنَعَهُ يَصْنَعُهُ صُنْعاً، فَهُوَ مَصْنُوعٌ وَصُنْعٌ: عَمَلُهُ⁽³⁾.

ومنها قوله تعالى: صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَنْقَنَ كُلَّ شَيْءٍ، قال أبو إسحق: القراءة بالنصب ويجوز الرفع، فمن نصب فعلى المصدر لأن قوله تعالى: وترى الجبال تحسبها جامدةً وهي تمرّ مرّ السحاب، دليل على الصنعة كأنه قال صنّع الله ذلك صنْعاً، ومن قرأ صُنِعَ اللهُ فعلى معنى ذلك صُنِعَ اللهُ.

واصْطَنَعَهُ: اتَّخَذَهُ. وقوله تعالى: واصْطَنَعْتُكَ لِنَفْسِي، تأويله اخترتك لإقامة حُجَّتِي وجعلتك بيني وبين خَلْقِي حتى صِرْتَ في الخطاب عَنِّي والتبليغ بالمنزلة التي أكون أنا

(1) المرجع السابق، ص24.

(2) بلال خلف السكارنة، التخطيط الاستراتيجي، (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010م-1431هـ)، ص91.

(3) لسان العرب، مادة صنع. الموقع الإلكتروني للمعجم، www.maajim.com

بها لو خاطبتهم واحتجبت عليهم، وقال الأزهري: أي ربيتك لخاصة أمري الذي أردته في فرعون وجنوده.

وفي حديث آدم: قال لموسى، عليهما السلام: أنت كليم الله الذى اضْطَنَعَكَ لنفسه. قال ابن الأثير: هذا تمثيل لما أعطاه الله من منزلة التقريب والتكريم. والاصطناع: افتعال من الصنعة وهي العطيّة والكرامة والإحسان. والصناعة حرفة الصانع، وعمله الصنعة. ورجل صنيعُ اليدين وصنُعُ اليدين، بكسر الصاد، أى صانعٌ حاذقٌ؛ وصنعةُ الفرس: حُسْنُ القيام عليه⁽¹⁾.

الصناعة اصطلاحاً:

في الأصل، مُصطلح الصناعة يرادف **القطاع الاقتصادي الثانوي** الذي يُعنى بالنشاطات الاقتصادية المعقدة كتحويل المواد الخام إلى منتجات وخدمات ذات فائدة. والصناعة هي إجمالي المشاريع المنتجة تقنيا في أي حقل من الحقول، وغالباً ما يلحق اسم هذا الحقل بمصطلح الصناعة «صناعات تحويلية، صناعة محركات، صناعات نسجية، صناعات غذائية»⁽²⁾.

وعليه فإن رؤيتنا أنّ صناعة الإعلام هي استثمار المعرفة في عالم يشهد كل يوم ثورة معلوماتية في شتى المجالات وقد انطلقت سلطة صناعة الإعلام من سلطة رابعة تقوم بدور تابع لسلطات المجتمع التنفيذية والقضائية والتشريعية لتتصدّر المشهد المحلي والدولي، وتصبح سلطة أولى، سلطة توجه وتفرض وتصوغ، سلطة صناعة الرأي العام وتشكيل عناصر الترويج والاقناع.

وقد أصبحت لصناعة الإعلام سلطة توازي في بعض الأحيان سلطات كثير من الدول والحكومات وأصبح القائمون عليها هم قادة العالم الجدد، لاسيما بعد أن تخلّصت هذه الصناعة من قيود المحلية والإقليمية لتصبح صناعة ذات بعد عالمي وإقليمي وهذا مايمكنها من التحليق والتوسع والنمو المتزايد رأسياً وأفقيّاً. وخاصّة الإعلام الاجتماعي مثل الفيس بوك الذي أصبح مؤسسه من أكبر رموز صناعة الإعلام بالعالم ومن أغناهم.

التعريف الإجمالي لصناعة الإعلام كما يراه المؤلف:

هو العملية الإعلامية الشاملة التي تبدأ بالاستراتيجية الإعلامية وتوفير الدعم المالي والمعنوي وإيجاد الوسائط المناسبة وتدريب الأطر الإعلامية الكفوءة والمؤهلة التي تخاطب الآخرين باللغات التي تُوصّل الرسالة والمضمون وتحقق الأهداف الاستراتيجية، ويشمل ذلك قياس الأثر المراد تحقيقه والمتابعة والتقييم والتقييم.

(1) موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(2) موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki>

تعريف الإعلام: أولاً: الإعلام لغة.

يقال لما يُنَى في جَوَادِّ الطريق من المنازل يستدل بها على الطريق: أَعْلَامٌ، واحداً عَلَمٌ. والمَعْلَمُ: ما جُعِلَ عَلَامةً وَعِلْماً لِلطَّرُقِ والحدود مثل أعلام الحَرَمِ ومعالِمِهِ المضروبة عليه.

وفي الحديث: تكون الأرض يوم القيامة كَفَرْصَةِ النَّقِيِّ ليس فيها مَعْلَمٌ لأحد، هو من ذلك، وقيل: المَعْلَمُ الأثر. والعَلَمُ: المَنَارُ. قال ابن سيده: والعَلامةُ والعَلَمُ الفصلُ يكون بين الأَرْضَيْنِ. والعَلامةُ والعَلَمُ: شيء يُنْصَبُ في الفَلَوَاتِ تهتدى به الضالَّةُ. وبين القومِ أَعْلُومةٌ: كَعَلامةٍ؛ عن أبي العَمَيْثَلِ الأعرابي. وقوله تعالى: وله الجَوارِ المُنشآتُ في البحرِ كالأعلامِ، قالوا: الأعلامُ الجبالُ. والعَلَمُ: العَلامةُ. وقد أَعْلَمَهُ: جَعَلَ فيه عَلامَةً وجَعَلَ له عَلاماً.

وأَعْلَمَ الفَصَّارُ الثوبَ، فهو مُعْلِمٌ، والثوبُ مُعْلَمٌ (1).

فالإعلام (لغة) من المصدر أعلمه إعلاماً، مثل أبلغه إبلاغاً، أو أخبره إخباراً. وفي لسان العرب: أعلمت بمعنى أذنت، والتبليغ والإبلاغ بمعنى الإيصال، وبلغت القوم إبلاغاً أي أوصلتهم ما هو مطلوب إيصاله، والبلاغ ما وصل الفرد وبلغه (2). والإعلام لغوياً هو الإبلاغ برسالة معينة بين المرسل والمستقبل أي المتكلم والمخاطب. ثانياً: الإعلام (إصطلاحاً).

هو ما يقوم علي مهارة استخدام قوة الأفكار لخدمة أهداف المجتمع الذي تعمل من أجله وسائل الإعلام المختلفة (3).

ثالثاً: الإعلام (وظيفياً).

«هو العمل من أجل إخبار الناس وتعريفهم بالأحداث المحلية والدولية وتطورها وفق السياسات والمبادئ التي تنتهجها الدولة، والأصل هنا أن يتم ذلك بواقعية وصدق حتى يكون للجمهور رأي صائب أو مواقف واقعية نحو الحدث» (4). وتعرّف اليونسكو (المنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم) الإعلام بأنه: «الإدارة السياسية، والقوة الاقتصادية، والموارد التربوي الكامل، والمحرك الثقافي، والإدارة التكنولوجية» (5).

نرى أن تعريف اليونسكو للإعلام يُعدُّ تعريفاً جامعاً، إذ ربط الإعلام بالإدارة

(1) ابن منظور، لسان العرب، مجلد 12، (بيروت: دار الصياد)، ص416

(2) ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص604.

(3) حمدي شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط3، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م)، ص15.

(4) المرجع السابق، ص15.

(5) UNESCO Documents , SPC Report no.136 April 23,1980,paris, P 65(

السياسية حيث لا إعلام قوي وفاعل ومؤثر بدون إرادة سياسية ذات رؤى وأفكار ورغبة في الوصول للآخر عبر الإعلام وصناعاته، وإعداد الاستراتيجيات اللازمة لذلك، و تأهيل الأطر البشرية التي ستقوم على ذلك، ثم جعلت منه قوى اقتصادية وقد أصبح الإعلام فعلاً قوى اقتصادية حقيقية، ثم جعلته مورداً تربوياً، وهو كذلك المحرك الثقافي، والإدارة التكنولوجية.

ويعرفه علماء آخرون على أنه:

«يعنى تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعْتَبَر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»⁽¹⁾. ويعرفه علماء الاجتماع بأنه:

«هو فرع من فروع علم الاجتماع الذي يهتم بدراسة العملية الإعلامية باعتبارها اتصالاً يقوم بين الأفراد والجماعات الإجتماعية الذين يُمارسون من خلالها الكثير من الأفعال الاجتماعية المُحدَّدة في إطار التنظيم الاجتماعي القائم مع الوضع في الاعتبار مدى التغيُّر الاجتماعي الذي يصيب مثل هذا الكيان في كلياته وفرعياته، سلباً أو إيجاباً، سرعة أو بُطناً، بما تقتضيه الثقافة المرعية ومراعاة العلاقة الحتمية بين كل هذه الأمور والأوضاع الاجتماعية»⁽²⁾. ويعرفه أساتذة الإعلام بأنه:

«تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعَبِّر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»⁽³⁾.

كذلك يعرفونه بأنه: «هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت»⁽⁴⁾.

بعض الباحثين الذين يرون أنّ الإعلام هو «إخبارٌ» يرتبط بـ(أخبار - معلومات - أفكار - آراء - قضايا)، في ظل نظريات ومبادئ وسياسات كل دولة أو نظام. هؤلاء يعرفون الإعلام بأنه: «التعريف بقضايا العصر، وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب

(1) إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، ط2، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م)، ص27
(2) جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، (الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2002م)، ص50.
(3) عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، (بغداد: مطبعة المعارف، 1986م)، ص75.
(4) إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص12

المشروعة أيضاً لدى كل نظام أو دولة»⁽¹⁾.

هذا التعريف من رؤيتنا يتجاوز التعريفات السابقة للإعلام ويتميز عنها، إذ أنه يضيف للإخبار كذلك قيمة (المشروعية)، والمشاركة في معالجة القضايا المطروحة بما يجعل من الإعلام شريكاً رئيساً في طرح القضايا والمشكلات والمساهمة في إيجاد معالجاتها.

الإعلام من منظور إسلامي:

هو أداة الدعوة لبلوغ هدفها، وليس هو الدعوة أو الإعلام الدعوي، وهو يتميز عن الإعلام غير الإسلامي بأنه: «إعلام ذو مبادئ أخلاقية، وأحكام سلوكية وقواعد وضوابط لا يحد منها، مُستمدّة من دين الإسلام، وهو إعلام واضح صريح، عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة، شريف القصد، عنوانه الصدق، وشعاره الصراحة وغايته الحق، لا يضل ولا يضلل، بل يهدى إلى الحق، وإلى التي هي أقوم، ولا يعلن إلا ما بطن، ولا يتبع الأساليب الملتوية ولا سبل التغيير والخداع والميكافيلية»⁽²⁾.

ومن التعريفات التي وردت أيضاً للإعلام الإسلامي، والتي أوردتها بعض العلماء والمختصين في دراسة الإعلام الإسلامي والاتصال:

«بيان الحق وتزيينه للناس، بكل الطرق والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل أو إقامة الحجة عليهم»⁽³⁾. وهذا ما يعنيه قول الله تعالى: ﴿وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾⁽⁴⁾ وقوله تعالى: ﴿وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾⁽⁵⁾.

والإعلام الإسلامي يعني:

«تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المُستمدّة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة، أو من خلال وسيلة إعلامية عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة مُتعمّقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام يعنى بالحقائق الدينية، وترجمتها في سلوكه ومعاملاته»⁽⁶⁾.

وفي الإطار العام لمفهوم الإعلام الإسلامي، يجى تعريفه بأنه:

«هو الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، ويُمارس في مجتمع

(1) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، السياسات الإعلامية، (القاهرة: هبة النيل العربية للنشر والتوزيع، 2010م)، ص 12.

(2) مجلد بحوث اللقاء الثالث عن الإعلام الإسلامي للندوة العالمية للشباب الإسلامي: فيصل حسونة، ص 451-452.

(3) سهيلة زين العابدين حماد، الإعلام في العالم الإسلامي - الواقع ... المستقبل، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1424هـ-2003م)، ص 13.

(4) سورة البقرة، الآية 42.

(5) سورة البقرة، الآية 283.

(6) محي الدين عبد الحليم، مرجع سابق، ص 54.

إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية» (1).

ويُعرفه عبد الوهاب كحيل بأنه:

«استخدام منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم، مُتفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة. مُستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل. للمسلمين ولغير المسلمين من كل زمان ومكان. في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد. لإحداث التأثير المطلوب» (2).

يتفق المؤلف مع هذا التعريف الشامل للإعلام الإسلامي، ويرى أنه تعريف مانع جامع، إذ تناول التعريف المنهج والأسلوب والقائم بالاتصال وخصائصه، والوسائل المُستخدمة، والمضمون، والجمهور المُستهدف، والهدف من العملية الاتصالية.

وهكذا نجد أن الإسلام أمر بإعلام الناس بالحق وبالشهادة لصالح الحق، سواء بالإعلام للوحي، وللرسالات السماوية الصحيحة، بالإضافة إلى الجارى من أخبار التجارب والثقافات البشرية، وكذلك شمول الإعلام لأنواع الاتصال المختلفة، كالاتصال الذاتي، أو بين فردين أو بين فرد وجماعة مما يسمي بالاتصال الجمعي، وكذلك الاتصال عبر وسائطه ووسائله المسموعة والمرئية والمقروءة.

ومما سبق يتضح أن الإعلام الإسلامي «يعتمد على الإعلاميين والخبراء والأخصائيين والفنيين، والكُتّاب والمؤلفين، والقصصيين، والشعراء، والنقاد، وجميع المُبدعين الملتزمين بالإسلام إيماناً وعملاً، ويعيشون الإسلام بقلوبهم اليقظة، وعقولهم المستتيرة، يتفاعل مع مشاعرهم وأفكارهم، وبذلك يفرزون جميعاً إفراناً إعلامياً وعلمياً وأدبياً وفنياً ملتزماً بالإسلام، يوفر المادة الخام التي تصلح للإعلام الإسلامي» (3).

«إن مفهوم الإعلام الإسلامي، أنه إعلام عام في محتواه ووسائله، يلتزم في كل ما ينشره أو ما يذيعه أو ما يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان، والكون، والحياة، المُستمدُّ أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنّة النبوية، وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارهما» (4).

وهناك الكثير من التعريفات التي جاءت للإعلام الإسلامي لكنها لم تؤكد على عملية إعداد رجل الإعلام الإسلامي وتأهيله إعلامياً وإسلامياً، حيث لا بُدَّ أن يكون على

(1) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي - المبادئ - النظرية - التطبيق، ط2، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م)، ص24.

(2) عبد الوهاب كحيل، الأسس العملية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (القاهرة: عالم الكتب، 1406هـ - 1985م)، ص29.

(3) المرجع السابق، ص35.

(4) محمد محمد بونس، وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلي ندوة الإعلام الدولي وقضايا العالم المعاصر، القاهرة 28-29 نوفمبر 1998م.

درجة من الوعي والإدراك بالإعلام وفنونه، والإسلام ومبادئه وقيمه، وأن يكون مُتَحَسِّساً لذلك مؤمناً بها منفذاً له.

«ويبرز الإعلام الإسلامي في مجالات التفكير والوجدان والسلوك العلمي والمقاييس الأخلاقية والآداب والتشريع الإلهي والفقهاء والاجتهاد»⁽¹⁾.

الإعلام والاتصال:

يتضح من التعريفات السابقة، أنّ الإعلام يُمثّل جزءاً من عملية الاتصال وبالتالي فهو أداة أو وسيلة أساسية من وسائل الاتصال، وهذا يعنى أنّ كلمة الاتصال (communication) أشمل وأعم من كلمة الإعلام (information)، وخصوصاً إذا علمنا بأنّ الاتصال يشمل البشر والحيوان، بينما تنحصر الممارسة الإعلامية في محيط البشر فقط.

تجدر الإشارة إلى أنّ مكونات الاتصال تتمثل في ستة عناصر هي: المرسل، الرسالة والوسيلة التي تنقل الرسالة، المستقبل، التأثير ورجع الصدى. أيّ خلل يحدث في عنصر أو أكثر من هذه العناصر الستة يؤثر بطبيعة الحال على العناصر الأخرى، وهذا دليل قاطع يؤكد تعقّد العملية الاتصالية وعدم سهولتها كما يتصوره البعض.

كذلك فإن أهم خصائص وسائل الإعلام تتمثل في حقيقة أنّها توفر قسطاً من الاختيار بالنسبة لمتابعة برامجها، كما أنّ لها القدرة الكبيرة على تغطية مساحات جغرافية واسعة وبالتالي مخاطبة قطاعات كبيرة متنوعة من الجمهور، ويضاف إلى ذلك مقدرتها على جذب أكبر عدد من الناس، وهكذا تستطيع وسائل الإعلام وبقوّة إحداث التغيير داخل المجتمع وخارجه⁽²⁾.

صناعة الإعلام اصطلاحاً:

لم يتفق الباحثون وخبراء الإعلام حتى الآن على (تعريف مُحدّد) لمفهوم الإعلام لحدّاته، فضلاً عن اختلاف المنطلقات والمرجعيات التي ينطلق منها كل باحث، وربما تدخل عوامل أخرى، وإن كان الحال كذلك مع (تعريف الإعلام) فإنّه يكون أكثر غموضاً مع تعريف (الإعلام الأمني) أو (صناعة الإعلام) وإن كانت قد عُقدت العديد من اللقاءات والقمم داخلياً وخارجياً تحت عنوان (صناعة الإعلام) ولعل آخرها قمة أبو ظبي التي جاءت في 2012/10/9م بعنوان (مستقبل صناعة الإعلام في العالم)،

(1) عوض إبراهيم عوض، قيم وأخلاقيات الإعلام وتطبيقاتها على الواقع المعاصر، ورقة بحثية مقدّمة إلى الورشة الوطنية عن الأبعاد القيميّة للإعلام المعاصر، التي نظمتها منظمة الدعوة الإسلامية والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الأييسكو) - الخرطوم .

(2) كوني مور لاي، دور الإعلام في نشر ثقافة السلام، مجلة دراسات المستقبل، العدد الأول، المجلد الأول، السنة الأولى، (الخرطوم: مركز دراسات المستقبل، ربيع الثاني 1426هـ-يونيو 2005م)، ص20.

وبرغم ذلك لم يتم تحديد دقيق لمفهوم (صناعة الإعلام).

تعريف المؤلف لمُصطلح صناعة الإعلام:

يقصد المؤلف - ولأغراض هذا البحث- بصناعة الإعلام: امتلاك الدولة منصات الإطلاق والوسائط الإعلامية القادرة على الوصول للآخرين والتأثير عليهم، ووجود أطر بشرية محترفة ومؤهلة وقادرة على تصميم المحتوى الإعلامي - مضمون الرسالة الإعلامية- بمهنية عالمية واحترافية عالية، وتوصيله للمتلقين في الزمان والمكان المُحدَّدين عبر وسائط إعلامية كفوءة ووفق استراتيجيات تُراعي خصائص المُستقبِل وأهداف المُرسِل وغاياته الاستراتيجية.

الإعلام الهادف:

هو: «إعلام يمتلك رسالة واضحة وهدف مُحدَّد»⁽¹⁾. كي يحصل الإعلام ذو الرسالة على هذا الوصف يجب أن يكون هذا الهدف وهذه الرسالة كي يتم قبولها أن تكون خيرة ومقبولة لدى الجمهور المُستهدف (لاحظ أنَّ إعلاماً قد يكون هادفاً بالنسبة لفئة لكنه ليس كذلك لفئة تختلف معها بالمصالح أو القناعات).

الإعلام المُحايد:

«هو الإعلام الذي ينقل القضية كما هي دون تدخُّل في صياغة الرأي العام لدى الجمهور المُتلقي، ودون ذكر أيِّ معلومة قد تؤدي إلى تشتيت الحقيقة أو تضليل القارئ أو توجيه تفكيره»⁽²⁾. ويُعدُّ إخفاء بعض الحقائق من أجل إرضاء الجمهور بحجة احترام ثقافة المجتمع انحيازاً مَضلياً.

ونرى أنَّ الإعلام المُحايد هو الإعلام الإسلامي الذي يركز على أصول تتبع من الرسالة الخاتمة العظيمة التي جاءت للناس كافة، وجاء رسولها رحمة للعالمين، فبالتالي ليس له مصلحة في استخدام التضليل أو الكذب أو التحريف.

الإعلام الموضوعي:

«هو الإعلام الذي يطرح القضايا والأخبار بأسلوب علمي وبدون تهويل أو مبالغة». فعندما يعرض خبيراً ما يكون على وعي بمصدره ويوضح هذا المصدر للجمهور. كما أنه يتخذ الإجراءات العملية للتحقق من دقة ما يُقدِّمه ويُبدي وجهة نظره المُستندة إلى أدلة كلما كانت هنالك فرصة. ويتجنب -هذا الإعلام - الإثارة المُفتعلة وذكُر الأنبياء أو القضايا دون توضيح مدى دقة المصدر.

(1) محمود عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، (د.ت)، ص7.

(2) المرجع السابق، ص7.

الإعلام المسؤول:

«هو الإعلام الذي يعي أهميته ودوره في المجتمع الذي يُقدّم له المعلومة⁽¹⁾». فلو كان مثلاً - إعلاماً في المجال الفني فإنه يعرف أهمية الخبر الفني الذي ينقله ودوره في تطوير المجتمع من ناحية الذائفة الفنية وعلاقة ما ينشر بالاستراتيجية الفنية أو الثقافية أو الفكرية ومدى ملاءمة ما نشر بأهداف الاستراتيجية المعنية، وغير هذا. وبهذا يعمل الإعلام المسؤول انطلاقاً من وعيه بالمسؤولية من أجل تحقيق أهدافه وتلبية الواجبات التي تملئها عليه مسؤوليته في ظل الإستراتيجية الإعلامية الموضوعية. ومن هنا يتضح أن الإعلام كي يُصنّف كإعلامٍ مسؤول لا بُدَّ أن يكون هادفاً بشكل أساسي.

الإعلام الخُر:

«هو الإعلام الذي يملك قراره بيده»⁽²⁾. فلا يتحكم به لاحكومة ولا مصدر تمويل ولا يوظف خدماته حسب رغبة المعلنين أو حتى المسؤولين في المؤسسة الإعلامية بما يؤثر على حياديته وعرضه للمعلومة الصحيحة.

ولا يعني وجود إعلامٍ خُر وجود إعلام هادف أو محايد أو موضوعي، فالإعلام الخُر كمفهوم يتعلّق فقط بعدم وجود هيئات أو أفراد تتدخّل - بشكل مباشر أو غير مباشر - بطريقة تؤدي إلى تغيير شكل المعلومة المراد تقديمها أو تغيير محتواها.

الإعلام الثقافي:

«هو الإعلام الذي ينطلق ويتم ما بين الطبقة الحاكمة وطبقة المحكومين في مجتمع آخر فيما يتعلّق بعملية التبادل الثقافي في المجتمعات التي تأخذ فيها الجامعات صورة الإمداد الحكومي للنشاط التعليمي»⁽³⁾.

ويُعرّف (أديب خضور) الإعلام الثقافي بقوله: «إنّ الإعلام الثقافي هو الإعلام الذي يُعالج الأحداث والظواهر والتطوّرات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجّه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي، ويظهر الإعلام الثقافي في مرحلة مُعيّنة من تطور الحياة الثقافيّة ويسعى لمواكبة هذه الحالة والتفاعل معها ويعكس مستوى تطوّر ونضج الإعلام الثقافي ومستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها»⁽⁴⁾.

نرى أنّ التعريف الثاني أشمل من الأول، وهذه سمة الدكتور (أديب خضور) في كتاباته ولا سيما التي تتعلّق بالإعلام الأمني حيث تميّز بتوسيع مفهوم الأمن ليجعل من الإعلام الأمني بونقة إعلامية تنصهر فيها كل أقسام وفروع الإعلام المتخصص بما يتوافق مع مفهوم الأمن الشامل حسب الأقسام المختلفة للقضايا التي يُعالجها الفرع

1 (محمود عواد، مرجع سابق ص8.

2) المرجع السابق ص 8.

3) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني بين الواقع والطموح، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص110.

4) المرجع السابق، ص110.

المعني بالإعلام الأمني - مثلاً الإعلام الثقافي يعالج قضية الثقافة - فوق التعريف السابق - من منظور «الأمن الثقافي».

وبالتالي يكون الإعلام الثقافي أحد أفرع الإعلام الأمني المعني بالأمن الثقافي. وهكذا بقية الأفرع الأخرى مثل الإعلام البيئي والإعلام الاقتصادي، وغيرهما.

الإعلام الاقتصادي:

«هو نمط من أنماط الإعلام المُتخصِّص يعد المُحرِّك الأساسي لعمليات التكتُّلات والتجمعات والأحلاف العالمية، وهو المحدد لقوة الدول والأمم والمجموعات الاقتصادية، حيث تمكن من تعزيز المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الاقتصادي، وقد ساهم بدور أساسي في الحياة الاقتصادية والدولية والاجتماعية المحلية»⁽¹⁾.

الإعلام التنموي:

«هو المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية وفق المضمون الذي ينطلق منه مفهوم التنمية والإعلام. والتنمية هي عملية ديناميكية شاملة، معقدة، عميقة، وواعية ومقصودة، ومدروسة تهتم بالإنسان وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع وفي مختلف المجالات. ولذلك فهي عملية ملموسة تأخذ دائماً سمة المجتمع الذي تتم فيه، وهذا ما يؤكد أنها عملية مترابطة ومرتبطة بالظروف الخاصة والإمكانات والموارد المادية والبشرية، وبالتالي لا يمكن استيرادها أو استعارتها جاهزة، بل هي مشروع يجب العمل لإيجاده»⁽²⁾.

الإعلام الزراعي:

هو الإعلام المُتخصِّص بمعالجة الأحداث والظواهر الزراعية الحاصلة في الحياة الزراعية المحلية والإقليمية والدولية. وإنَّ مهمته الرئيسية هي مواكبة معطيات الحياة الزراعية وتغطية جوانبها كافة بحيث يكون انعكاساً لها ومؤثراً فاعلاً في تطويرها في آنٍ معاً⁽³⁾.

الإعلام العلمي:

«هو إعلام متخصص في مادته مبسط في طريقة تناوله وطرحه، يتوجّه لجمهور عام متنوع الاهتمامات، مُتباين في مستوياته العلمية. يهتم بتوصيل المعرفة التي تحقِّق فائدة مباشرة للناس ويساهم رفع المستوى الثقافي من خلال أرضية مناسبة للبرامج الرسمية التي تُحارب التخلف بهدف تحقيق التنمية الشاملة. ومع ذلك فهو يحتاج لأسلوبٍ مُبسِّطٍ وواضح يُوضِّل الأفكار ويعرض النتائج التي تحقِّق فائدة للناس، وهو لا يهتم بالأساليب بل يعرض النتائج بأسلوب سلس، والأهم من ذلك أنه يحافظ على لغة العلم ويعرضها

(1) المرجع السابق، ص 110.

(2) أديب خضور، الإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص 101.

(3) المرجع السابق، ص 101.

في تشويق»⁽¹⁾.

الإعلام الديني:

«هو الإعلام الذي يقوم بنشر المعلومات الدينية بالحكمة والموعظة الحسنة، وعدم المساس بباقي الأديان. مثلما فعل الفاتيكان عندما أساء للإسلام، ولذلك مطلوب منه نشر وتوضيح القيم والفضائل التي يسعى لترسيخها في النفوس من خلال الأفلام والمسلسلات والبرامج»⁽²⁾.

نرى أن التعريف السابق قد ضيق مفهوم الإعلام الديني وحصره في المسلسلات والأفلام والبرامج فقط. ويؤكد على قدرة الإعلام الديني توظيف كافة القوالب الإبداعية والأشكال الفنية المعروفة، وتوظيفها من خلال جميع الوسائط الإعلامية لتحقيق هدف الإعلام الديني. فالرياضة دين والفن دين والصحة دين.. إلخ.

الإعلام الديني هو: «الإعلام الذي يمتدُّ العلاقات الشعبوية بين المسلمين عن طريق الإعلام الديني الموجّه لغير العرب والمسلمين، وهو الإعلام الذي يجب أن يعلن الحرب على الشعوذة والطائفة والإقليمية والبِدَع والخرافات والغنصرية والتعصب والجهل والمرض والإرهاب. وعليه في نفس الوقت أن يُفرّق ما بين مقاومة المحتل والعمليات الإرهابية»⁽³⁾.

تعريف الإعلام الأمني:

هناك تعريفات متعددة للإعلام الأمني نورد منها مايتى:

«الإعلام الأمني هو النشر الصادق للحقائق والثوابت الأمنية والآراء والاتجاهات المتصلة بها والزامية إلى بث مشاعر الطمأنينة والسكينة في نفوس الجمهور من خلال تبصيرهم بالمعارف والعلوم الأمنية وترسيخ قناعاتهم بإبعاد مسؤولياتهم الأمنية، وكسب مساندتهم في مواجهة صنوف الجريمة وكشف مظاهر الانحراف»⁽⁴⁾.

الإعلام الأمني هو:

«فن استخدام الكلمة أو الصورة أو الإشارة في حجب الجريمة بقدر الإمكان، وتوظيف هذا الفن بقدر المستطاع في غرس القيم الفاضلة والسلوكيات القوية وتأهيل الإلتناء الوطني وتكوين الاتجاهات الصحيحة وتعديل الاتجاهات الخاطئة تحقيقاً لأمن واستقرار المجتمع»⁽⁵⁾.

يرى الدكتور علي عجوة أن الإعلام الأمني هو: «المعلومات الكاملة والجديدة

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص112.

(2) المرجع السابق، ص112.

(3) المرجع السابق، ص112.

(4) منصور عثمان محمد زين، الإعلام الأمني وجرائم العنف ضد المرأة والطفل، (الخرطوم: مطبعة جامعة إفريقيا العالمية، 2011م)، ص25.

(5) أديب خضور، أولويات تطوير الإعلام الأمني العربي: واقعه وتطوره، ط1، مطبوعات مركز الدراسات والبحوث، العدد 234، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 1420هـ-1999م) ص 21-22.

والمُهْمَة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق والأوضاع والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره. والتي يُعدُّ إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم الإعلامي. كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها يُعدُّ نوعاً من التأثير المقصود والموجه لخدمة أهداف مُعيَّنة قد تكون في بعض الأحوال نبيلة ومنطلقة من المصلحة العامَّة»⁽¹⁾.

ويرى رؤوف المنيأوي أنَّ الإعلام الأمني يعني: «مُختلفَ الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر من الأجهزة المعنية بوزارة الداخلية، بهدف توجيه الرأي العام نحو تحقيق جوانب الخُطة الأمنية الشاملة باستخدام جميع وسائل الإعلام المُتاحة، لإحداث التأثير المنشود في الجماهير بكل فئاتها. كما يشمل التنسيق مع الهيئات التي يرتبط عملها بجهاز الأمن لإرساء دعائم الأمن والاستقرار. كما يشير إلى أنَّ الإعلام الأمني هو: تلك المساحة الإعلامية المُخصَّصة للعمل الشرطي بوسائل الإعلام المُختلفة، وذلك للإعلام الشامل عن الشرطة كجهاز رسمي مُتكامل»⁽²⁾.

التعريف السابق حصر «مفهوم» الإعلام الأمني في إعلام جهاز الشرطة فقط، وجعل «مفهوم الأمن» المرتبط بالتعريف هو «أمن الفرد» أو «أمن المجتمع» ولم يُشير إلى «الأمن العام» أو القومي بأبعاده الداخلية والخارجية.

ويرى المؤلف أنَّ في ذلك تضيق لمفهوم الإعلام الأمني يُفسِّره أنَّ - مُعظم - الذين كتبوا عن الإعلام الأمني هم من ضباط الشرطة. يُضاف لذلك نشأة المفهوم في كنف جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية وارتباطها الوثيق بمجلس وزراء الداخلية العرب. إن حصر المفهوم في محور العمل الأمني فقط دون إتاحة مساحة لمحاوَر الأمن الإنساني الأخرى قد يضر بالمصطلح ويحجِّمه ويقعد به عن المواكبة والتطوُّر المنشود، وعليه نأمل أن يقوم أساتذتنا الأجلء خبراء الإعلام الأمني بمراجعة المصطلح حتى يواكب المفهوم العام لـ(الأمن) والذي يبدأ بالأمن الشخصي، الأمن الصحي، الأمن البيئي، الأمن الاقتصادي.. إلخ، وسيجعل ذلك من الإعلام الأمني أكثر شمولاً مع كونه إعلاماً متخصصاً وتلك إضافة وليست خصماً على المفهوم.

كما عرَّف العميد هاني القماح الإعلام الأمني بأنَّه: «كافة الأنشطة الخاصة بالاتِّصال بالجماهير النوعية لتوصيل معلومة أمنية صحيحة ومباشرة وبسيطة عن طريق قنوات الاتِّصال المُتمثِّلة في وسائل الإعلام المُختلفة»⁽³⁾.

(1) علي إبراهيم عجوة، الإعلام الأمني: المفهوم و التعريف ، ورقة عمل بالندوة العلمية الخامسة والأربعين التي نظمها مركز الشيخ صالح - جامعة الأزهر - القاهرة، تحت عنوان: (الإعلام الأمني : المشكلات والحلول)، ص 4. (2) رؤوف المنيأوي، التجربة المصرية في الإعلام الأمني، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول للمسؤولين عن الإعلام الأمني، تونس، تحت عنوان: دور الإعلام الأمني في غرس المفاهيم الأمنية لدى المواطن العربي، تونس : 1416/4/11-4-1995/9/6-م، ص 9.

(3) هاني القماح، التخطيط الإعلامي الأمني لتحقيق المشاركة الشعبية لمكافحة الإرهاب، دراسة مقدمة لمؤتمر المشاركة الشعبية لمكافحة الإرهاب، المنعقد باكاديمية الشرطة - مركز بحوث الشرطة ، القاهرة : في الفترة من

إنَّ التعريف الوارد أعلاه قد استوعب كافة الأجهزة الأمنية التي يمكن أن تقدم المعلومة الأمنية ولم يجعل ذلك قاصراً على الشرطة وهو تعريف أكثر شمولاً من التعريفات السابقة إذ أنَّ هنالك أجهزة أمنية مثل جهاز الأمن والاستخبارات وجهاز الأمن والمخابرات الوطني وكذلك القوات المسلحة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل الأمني بمفهومه الواسع ولها من الآليات التي تعمل في محاور الإستراتيجية السبعة وترى أن الأمن أوسع ويبدأ من أمن الفرد وينتهي بالأمن القومي. وما بينهما من أنواع وأقسام الأمن الأخرى سواء الأمن الفكري أو الأمن الثقافي والأمن الاجتماعي والأمن البيئي وغيرها.

إنَّ التعريف الأكثر اتزاناً وشمولاً لمفهوم الإعلام الأمني كما يرى الباحث هو تعريف الجحني للإعلام الأمني بأنَّه : «كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية ودعوية وتوعوية بهدف المحافظة على أمن الفرد الجماعي، وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المُعتبرة»⁽¹⁾.

نرى أنَّ تعريف الجحني هو التعريف الأشمل والأعم للإعلام الأمني إذ إنه ربط فيه بين فلسفته ومقاصده وتأثيره وجمهوره ووسائله وأشار دون غيره إلى ضرورة وضع استراتيجية مُحددة للإعلام الأمني.

وفي تفسيره لذلك يقول الجحني: إن الإعلام الأمني له فلسفته ومقاصده والتي منها زيادة تأثير وفعالية ما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام وعن جهات الأمن من نشاطات إعلامية ذات طابع أمني تُقدِّم خلال الإذاعة والتلفزيون والصحافة . إلى غير ذلك مما يُقصدُ به توعية أكبر قدر ممكن من الناس توعية أمنية متوازنة .. ومثل هذا النوع من الإعلام له دوره، وله أثره، خاصة إذا استُخدم على أسس علمية واضحة الأهداف»⁽²⁾. من خلال جملة التعريفات السابقة لمفهوم الإعلام الأمني والتي نتفق مع بعضها ونختلف مع الآخر منها الذي يخلط بين الإعلام ووظيفة العلاقات العامة بالشرطة. **نُعَرِّفُ الإعلام الأمني بأنه هو:**

كُل المعلومات والحقائق والأخبار المهمّة والحيويّة والمُتجدِّدة المُتعلِّقة بالأمن القومي بمفهومه الشامل، والمُرتبطة بالوطن وإنسانه وبيئته ومصالحه الداخليّة والخارجيّة، المبنوثة عبر كل الوسائط الإعلاميّة المُختلفة والمُتعدِّدة عبر برامج وقوالب متنوعة بغرض حماية الأمن الشامل للدولة ومحيطها والذي يبدأ بالأمن الشخصي للأفراد وينتهي بالأمن السياسي للدولة.

16-1/ يونيو / 1993م، ص15.

(1) علي بن فايز الجحني، نظرة على الإعلام الأمني، مجلة الأمن، وزارة الداخلية بالملكة العربية السعودية، المجلد الأول، العدد الثامن، ص 16.

(2) علي بن فايز الجحني، نظرة على الإعلام الأمني، مجلة الأمن، مرجع سابق، ص16.

الأمن الفكري:

المتبادر لأول وهلة من مصطلح الأمن الفكري أنه مُنصَّب على ما يتعلَّق بالفكر ومكونات الثقافة الخاصة بكل أمة.

ولذلك فإنه يمكن أن يُصاغ تعريفٌ للأمن الفكري فيقال: «هو: أن يعيش الناس في بلدانهم وأوطانهم وبين مجتمعاتهم، آمنين مطمئنين على مكونات أصالتهم، وثقافتهم النوعية ومنظومتهم الفكرية»⁽¹⁾.

وبعضهم يعبر عنه بالأمن الثقافي فيقول: «الأمن الثقافي للمجتمع يعني: وجود قيم وتصورات تفرز ضوابط سلوكية من شأنها أن تشيع الأمن في النفوس وتجافي الجروح في العنف»⁽²⁾.

تعريف الاستلاب الفكري:

«هو وقوع الكائن العاقل، الذي يمتلك حيزاً من التفكير العادي، والمتفاعل مع محيطه بالضرورة، في موقع الأسر الكلي، وشبه المطلق، لفكرة ما، أو لمقدرة أكثر تأثيراً من مثيلاتها، بحيث تكون اللولب الجوهرية الذي تدور في فلكه كلُّ المُسمَّيات الأخرى، وبحيث تكون هذه المقدرة بمثابة الرأس الموجه، والذي يطلق العنان لأنفاسه التي تتلقفها ذوات أخرى ليست بنفس السوية الفكرية، ولكنها بالضرورة متأثرة بما تتلقفه من المحيط الذي وقعت في أسره من كل الجوانب»⁽³⁾.

وسائل الإعلام:

«هي الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال الجماهيري المتميزة بالمقدرة على توصيل الرسائل في نفس اللحظة وبسرعة إلى جمهورٍ عريضٍ مُتباين الاتجاهات والمستويات، ومع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم، والقدرة على خلق رأى عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور، وهذه الوسائل هي الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والإنترنت والكتاب»⁽⁴⁾.

الأمن، مفهومه وتعريفه:

الأمن لغة:

الأمن ضد الخوف والأمنة والأمن، واستامن إليه دخل في أمانه، وقوله تعالى (وهذا البلد الأمين)⁽⁵⁾ يريد البلد الأمن وهو من الأمن ومنه أمن فلاناً تأميناً⁽⁶⁾.

1) عبد الرحمن بن عبد العزيز السديس، الشريعة الإسلامية وأثرها في تعزيز الأمن الفكري، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1426 هـ - 2005م)، ص16.

2) عبد الله الشيخ المحفوظ ولد بيه، خطاب الأمن في الإسلام وثقافة التسامح والوئام، (د ت)، ص34.

3) عماد يوسف، مفهوم الاستلاب العقلي، الفكري والثقافي رؤيا في نهج الاستلاب، مقال منشور على شبكة الإنترنت، www.ahewar.org

4) صالح أبو أصعب، قضايا إعلامية، (القاهرة: دار البيان، 1988م)، ص230.

5) سورة التين، الآية 6.

6) زين الدين أبو عبد الله محمد بن عبد القادر الحنفي الرازي، ط5، ج1، مختار الصحاح: تحقيق يوسف الشيخ محمد،

« طمأنينة النفس وزوال الخوف، وهو نقيضٌ لحالة الخوف، وهو خلاصة لجهود المجتمع لبث الشعور بالطمأنينة بين أفرادِهِ».

«وردت عبارة أمن في اللغة العربية لتدل على معانٍ متقاربة وهي طمأنينة النفس وزول الخوف»

الأمن جاء في القرآن الكريم على معانٍ ثلاثة⁽¹⁾:

1. بمعنى الأمانة:

وهو وفاء الإنسان بما التزم به وهو ضد الخيانة، يقول تعالى: ﴿فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ﴾⁽²⁾. وقوله تعالى: ﴿وَمَنْ أَهْلَ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ وَمِنْهُمْ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بدينارٍ لَّا يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ﴾⁽³⁾.

2. بمعنى الأمن المقابل للخوف:

ومنه قول الله تعالى: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾⁽⁴⁾، وقوله تعالى: ﴿ثُمَّ أَنْزَلَ عَلَيْكُم مِّن بَعْدِ الْغَمِّ أَمْنَةً نُّعَاسًا يَغْشَى طَائِفَةً مِّنْكُمْ﴾⁽⁵⁾.

3. بمعنى المكان الآمن:

قوله تعالى: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْلَمُونَ﴾⁽⁶⁾. وقوله تعالى: ﴿وَإِذْ جَعَلْنَا النُّبَيْتَ مَتَابَةً لِلنَّاسِ وَأَمْنًا﴾⁽⁷⁾.

وهكذا لا يقوم الأمن في المجتمع إلا بعد ضمانة المصالح الحيوية لأفراد المجتمع، وعليه فالأمن يعني الطمأنينة والإحساس أو الشعور بأن النفس والحرية والعرض والقيم والحال في سلام وعدم حدوث أو توقع ما يعرضها للخطر أو نتيجة السلوك الاجتماعي السوي، أو نتيجة ليقظة الجهاز القائم على تحقيق الأمن، ونتيجة للردع الناتج عن ضبط كل خارج على القانون⁽⁸⁾.

(بيروت: المكتبة العصرية- الدار النموذجية، 1420هـ- 1999م)، مادة (أ م ن)، ص 22.

(1) إبراهيم أحمد محمد صادق الكاروري، مرجع سابق، ص 15.

(2) سورة البقرة، الآية 283.

(3) سورة آل عمران، الآية 75.

(4) سورة الأنعام، الآية 82.

(5) سورة آل عمران، الآية 154.

(6) سورة التوبة، الآية 6.

(7) سورة البقرة، الآية 125.

(8) بسام عبد الرحم المشاقبة، الأمن الإعلامي، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص 13.

تعريف الأمن:

كل اجتهادات الباحثين في المجال الأمني وكذا الأدبيات الأمنية خلال نصف القرن الماضي لم تتمكن من وضع تعريف محدد للأمن سواء علي المستوى الدولي أو الإقليمي أو الوطني، ويُرجع أديب خضور: ذلك للأسباب التالية:

1. الغموض، وربما الالتباس، الذي ما زال يحيط بالظاهرة الأمنية الذي يؤدي إلى عدم القدرة نسبياً على إخضاعها لقواعد نظرية المعرفة.

2. الطبيعة الخاصة بالحالة الأمنية، باعتبارها حالة ديناميكية متطورة، وليست إطلاقاً حالة جامدة.

3. اختلاف الموقع العلمي الذي تتم من خلاله النظرة إلي الأمن.

4. عدم وحدة المفاهيم المتعلقة بالأمن. ثمة من ينظر إلي الأمن نظرة جزئية، وهناك من ينظر إليه نظرة شاملة تكاملية، ويُقدّم له تعريفاً مختلفاً عن التعريف الأول.

5. الظاهرة الأمنية (كالظاهرة الاجتماعية عموماً)، غير ملموسة، وغير محسوسة، ومن الصعب السيطرة عليها. (فالأمن إحساس يشمل الفرد والجماعة البشرية، يحتاج إلي الإشباع - كحالة إنسانية - مادياً: بالاطمئنان إلي ما يهدد كل مظاهر الحياة، كالسكينة، الأمن المستقر، والرزق الجاري، والتوافق أو التعايش مع الغير. ومعنوياً: باعتراف المجتمع بالفرد ودوره، أي شعور الفرد بالسكينة العامة حيث تسير وتيرة المجتمع في هدوء نسبي.

ورغم الجدل الكثير حول تعريف ومفهوم الأمن يضع الجحني أربعة مفاهيم للأمن، وهي كالتالي:

1. أمن الفرد:

وهي حالة الشعور بالاستقرار والسكينة ولها مظهران:

الأول: مادي: حيث يعيش الفرد مستقراً سكيناً ورزقاً، ومتوافقاً مع الآخرين دون خوف أو تهديد علي نفسه أو ماله أو ذويه.

والثاني: معنوي: وهو شعور الفرد بأهميته وقيمه داخل مجتمعه (السكينة العامة).

ويطلق البعض علي هذا النوع من الأمن فقط (الأمن الشعوري)، ولاشك أنّ هذا الجانب الشعوري من الأمن ذو طبيعة هلامية، صعب قياسه لصفته المعنوية، وإن كان يمكن ذلك من خلال مؤشرات تحيط به، ومن أبرز وسائل القياس هنا أسلوب قياس اتجاهات الرأي العام.

2. أمن المجتمع:

وهو الجهد المنظم الذي تبذله الجماعة، لإشباع دوافع أفرادها ورد العدوان عنهم أو عن كيان الجماعة، وتضطلع به السلطة في حدود نظامها القانوني. وأمن المجتمع بهذا المفهوم يتجاوز دور أجهزة الشرطة، أو المفهوم الضيق للإجراء الأمني لأنه يمتد إلى كافة مجالات ترشيد وتقويم السلوك الفردي والاجتماعي، ليشمل بالتالي كل ما من شأنه تعميق معاني الانضباط العام علي المستوي الجماهيري والإداري، ومن ثم يمكن اقول إن العديد من أجهزة الخدمات المختلفة في الدولة تلعب دوراً متفاوتاً وأساسياً في خدمة مفهوم أمن المجتمع.

3. الأمن القومي:

تعريف الأمن القومي:

هنالك عدد من التعريفات للأمن القومي، منها⁽¹⁾:

يذهب هيثم الكيلاني إلى أن الأمن القومي هو: «الأُسُس والمبادئ التي تضمن قدرة الدولة على حماية الكيان الذاتي من الأخطار القائمة والمحتملة، وقدرتها على تحقيق الأغراض القوميّة».

أما سمير خيرى فيعتقد أن الأمن القومي هو «تصوّر استراتيجي ينبع من مُتطلّبات حماية المصالح الأساسيّة لأيّ شعب».

ويُعالج علي الدين هلال الأمن القومي من منظور واسع بوصفه: «مفهوماً يتّصفُ بالشمول، فهو ليس مسألة حدود وحسب، ولا قضية إقامة ترسانة من السلاح وحسب، إنّه يتطلّب هذه الأمور وغيرها، فهو قضيةٌ مُجتمعيّة تشمل الكيان الاجتماعي بكافة جوانبه وعلاقاته».

فيما يتصوّر حامد ربيع أن الأمن القومي هو: «مجموعة المبادئ التي تُحدّد قواعد الحركة في التعامل الإقليمي، المُرتبط بضمن وحماية الكيان الذاتي» ثم يعود في موضع آخر ليصفه بأنه (تلك المجموعة من القواعد الحركيّة التي يجب على الدولة أن تحافظ على احترامها، وأن تقترض على الدولة المُتعاملة معها مُراعاتها، لتستطيع أن تضمن لنفسها نوعاً من الحماية الذاتية الوقائيّة الإقليميّة).

ونرى أن الأمن القومي هو:

هو تلك المبادئ والقواعد والأسس الماديّة والمعنويّة المُرتبطة بالوطن إنسانه، أرضه، وبيئته، بحاره، وسمائه، ماضيه، حاضره، ومستقبله وجميع وسائل عزّته وتطوره ورفاهيته، في الحاضر والمستقبل، والتي يجب أن يتم تنشئة الأفراد على تبجيلها، وتكون لديهم بمثابة التقديس، والتي يجب على الأفراد والدولة حمايتها بكافّة السبل المُمكنة، والعمل المخلص الدؤوب على امتلاك القوّة اللازمة لذلك وتطويرها،

(1) محمد علي عبد النبي، الاستراتيجية والأمن القومي، ورقة غير منشورة.

من أجل الأجيال الحالية والقادمة.

مفهوم الأمن القومي:

تطورت فكرة الأمن القومي مع نهايات القرن العشرين الماضي، وتجاوزت المفهوم الضيق للبعد العسكري الذي ركزت عليه الدول قديماً، وأخذ المفهوم يتسع حتى أصبح يشمل تأمين الدولة والمجتمع ضد كل الأخطار التي تهددها داخلياً وخارجياً سواء في المجال الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو الفكري، وبصفة عامة أصبح مفهوم الأمن القومي مرجعية لتبرير أي إجراء تتخذه الدولة لتأكيد حقها في النقاء.

ويرى الخبير الاستراتيجي أبو صالح أنّ مفهوم الأمن القومي يعني: «امتلاك الدولة لعناصر القوة الإستراتيجية أو بعضها، والتي تتيح للدولة امتلاك إرادتها الوطنية وتوفر السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية، فضلاً عن تأمين تلك المصالح». ويتناول المفهوم البنود الرئيسة التالية⁽¹⁾:

- امتلاك الدولة لعناصر القوة الاستراتيجية أو بعضها.

- امتلاك الدولة لإرادتها الوطنية.

- توفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية.

- تأمين المصالح الوطنية الاستراتيجية.

وبالتالي فإنّ الإعلام الاستراتيجي يُمثل أهمّ عناصر القوة الاستراتيجية السبعة والذي عبره وباستغلاله باستراتيجية محددة يمكن أن تمتلك الدولة إرادتها الوطنية، ويوفر السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية في المجالات الأخرى، فضلاً عن تأمين هذه المصالح بتحقيق إجماع حولها من الداخل، كالتفريق بين ماهو معارضة لنظام قائم وبين ماهو معارضة للدولة مما يعزز تماسك (الأمن الداخلي).

4. الأمن الداخلي:

وهو مجموعة الجهود والإجراءات الوقائية والعقابية التي تتخذها السلطة لتأمين المجتمع واستقراره، وبعبارة أخرى فإنّ هذه الجهود ترمي إلى حماية الدولة من الأنشطة الضارة بها داخلياً أو خارجياً، كما تهدف إلى تهيئة العوامل الكفيلة تعميقاً للشعور بالأمن لدى المواطنين والمجتمع.

وأجهزة الشرطة في المجتمع هي المعنية بالأساس بكل هذه الإجراءات وتحقيق الأمن الداخلي للمجتمع، وهي في سبيل ذلك تقوم بوظيفتين أساسيتين، وهما:

(1) محمد حسين سليمان أبو صالح، محاضرات ماجستير التخطيط الاستراتيجي، الدورة الثانية ماجستير، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2011م.

أ. الضبط الإداري:

وهو مجموعة الأنشطة الشرطية التي تُتخذ لمنع الجريمة قبل وقوعها (التدابير الاحترازية).

ب. الضبط القضائي:

وهو مجموعة الأنشطة الشرطية التي تُتخذ لكشف الجريمة بعد وقوعها. وقد تطوّرت الشرطة في السودان تطوراً يواكب ما يحدث في العالم لإيجاد المزيد من الحماية للمجتمع، لا سيما وهي واضحة شعار (الشرطة في خدمة الشعب) وفي هذا الإطار يتم التنسيق بين العديد من الجهات الرسمية والشعبية، كما تم استحداث إدارات متخصصة مثل الشرطة الشعبية والمجتمعية، وشرطة حماية الأسرة والطفل، وبالتالي إضافة وظائف فرعية أضيفت للوظيفتين الرئيسيتين والأساسيتين، وهي وظائف مُتخصّصة للشرطة في المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وغيرها.

الأمن الشامل:

“وهو خلاصة التعريفات السابقة مجتمعة، فهو يعني أن الأمن للمجتمع كلّ متكامل ولا يمكن تجزئته، وأن تحقيق الأمن عملية مرتبطة بعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وإعلامية تلعب منفردة أو مجتمعة دوراً في تحقيق الاستقرار في المجتمع. وبات مؤكداً تعدّد تحقيق الأمن في المجتمع بدون تحقيق الاستقرار في هذه المجالات كافة”⁽¹⁾.

إنّ الحديث عن الأمن التقليدي أو ما يُسمّى بالأمن العام بات غير مقبول في أدبيات الأمن الشامل، وبالتالي فالحديث عن الإعلام الأمني ينبغي أن يكون بذات الشمول الذي يوافق ويواكب مفهوم الأمن الإنساني.

ومن هنا فإنّ المفهوم الجديد للأمن المتعدّد الأبعاد يستدعي ضرورة رصد التحوّلات في كافة المجالات المختلفة، كما يستدعي رسم تحقيق الاستراتيجية الأمنية في المجتمع، والأخذ بعين الاعتبار الظروف الملموسة في المجالات الأساسية ذات الصلة الوثيقة بالأمن بمعناه الشامل، أي أن الأمن أصبح حالة اجتماعية شاملة»⁽²⁾.

تعريف الأمن الإنساني:

من التعريفات التي ركّزت على تعريف مفهوم الأمن الإنساني في سياق علاقته بمفهوم الأمن القومي تعريف بول خينبيكر الذي يعرف المفهوم بأنه: «الأمن الإنساني يركز على الأفراد والمجتمعات بدلاً من الدول، كما أنه يقوم على فكرة أن

(1) بسام عبد الرحم المشاقبة، الأمن الإعلامي، مرجع سابق، ص 64.

(2) المرجع السابق ص 64.

أمن الدول ضروري لكنه ليس كافياً لتحقيق بقاء البشر، والأمن الإنساني يركز على مصادر التهديد العسكرية وغير العسكرية، إذ يُعد أمن وبقاء الأفراد جزءاً مكملاً لتحقيق الأمن العالمي، كما أنه يكمل ولا يحل محل مفهوم الأمن القومي، يُضاف لذلك أن تحقيق الأمن الإنساني يعتمد على أدوات جديدة منها دور المنظمات غير الحكومية⁽¹⁾.

ويطرح كوفي عنان الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة تعريفاً شاملاً لمفهوم الأمن الإنساني ويربطه كذلك بالأمن القومي، حيث يرى أن الأمن الإنساني يتمثل في: «الأمن الإنساني في معناه الشامل، يعني ما هو أبعد من غياب العنف المسلح، فهو يشتمل على حقوق الإنسان، والحكم الرشيد، والحق في الحصول على فرص التعليم والرعاية الصحية، والتأكيد من أن كل فرد لديه الفرصة والقدرة على بلوغ احتياجاته الخاصة. وكل خطوة في هذا الاتجاه هي أيضاً خطوة نحو تقليل الفقر، وتحقيق النمو الاقتصادي، ومنع النزاعات. فتحقيق التحرر من الحاجة والتحرر من الخوف وحرية الأجيال القادمة في أن تترث بيئة طبيعية وصحية، هي هذه الأركان المترابطة لتحقيق الأمن الإنساني ومن ثم الأمن القومي»⁽²⁾.

التوعية الأمنية:

«الوعي في علم النفس يعني الانتباه والإدراك، وهما عمليتان متلازمتان، فإذا كان الانتباه هو تركيز الشعور في شيء فالإدراك هو معرفة الشيء»⁽³⁾. يشير المفهوم أعلاه إلى ضرورة التركيز والانتباه لتعميق التوعية المطلوبة، وعليه فيقتضى الحال في التوعية الأمنية ضرورة مضاعفة التركيز والانتباه، وهنا يكون دور الإعلام الأمني في إحداث التركيز ولفت الانتباه بقوة على الموضوعات الأمنية المراد توصيل أهميتها وضرورتها.

وفي هذا الجانب يجب تركيز الانتباه عند الإعلاميين أثناء تغطياتهم المختلفة للقضايا التي تبدو ظاهرياً أنها صحية أو ثقافية أو اجتماعية بحتة، ولكن يكمن وراءها بُعداً يهدد الأمن القومي بشكل كبير، ولا سيما القضايا الصحية والاجتماعية، ونشير هنا للتغطية التي تمت أثناء خريف العام 2016م في بعض وسائل الإعلام السوداني وبخاصة الإعلام الإلكتروني للإسهالات المائية التي انتشرت في بعض الولايات حيث أطلق عليها البعض (كارثة صحية) وبعضهم وصفها ب(وباء الكوليرا)،

(1) Paul Heinbecker- Peace Them; Human Security” <http://www.cpsindia.org/humansecurity.> (1 htm

(2) خديجة عرفة محمد أمين، الأمن الإنساني- المفهوم والتطبيق في الواقع العربي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1430هـ-2009م، ص39.

(3) أحمد راجح عزت، أصول علم النفس، (القاهرة: المكتب العربي الحديث، 1963م)، ص 150.

وغير ذلك من التسميات التي تضر بالأمن القومي وتهدد الأمن الصحي بصورة مباشرة. هذا بخلاف إيراد أرقام للوفيات مضخمة ولم تصدر من جهات رسمية.

الوعي الأمني يعني:

«الإدراك الحقيقي لكيفية التعامل مع القضايا والأحداث التي تحقق السلامة والاستقرار للإنسان وتحافظ على سلامته، لذا فهو إحساس بروح المسؤولية الخاصة والعامّة نحو الإنسان والمجتمع. وهو يعني المعرفة بالأشياء والأحداث الأمنية في الماضي والحاضر، فهو خبرة عقلية وإدراك للشعور والموضوعات المختلفة»⁽¹⁾. إنّ الوعي الأمني في ظل عصر المعلومات وسرعة تدفّرها يعني ويتطلّب توفير المعلومة الأمنية في الزمن المناسب بالوسيط المناسب للجمهور المُستهدف وعدم إخفائها أو الحيلولة دون توصيلها للرأي العام، وكشف وتوضيح الحقائق كما هي. مع ضرورة الاهتمام والعمل على تقوية الرأي العام الداخلي وتعزيز قيمة المعلومة الأمنية وربطها لدى الجمهور بالأمن القومي والمصالح العليا للبلاد.

إنّ الوعي الأمني لا يعني الإدراك وكيفية التعامل مع القضايا فحسب، بل هو: «عملية مركّبة تتضمّن معرفة الحقائق وإدراك المصالح الماديّة والثقافيّة، وغيرها من المصالح وربطها بالواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي السائد، مع تجنّب المصالح الذاتية والإنحياز إلى مصلحة المجتمع. والمهام الصعبة للإعلام الأمني في عصر العولمة خاصّة عولمة الإعلام - تتطلّب عدم إخفاء المعلومات والالتزام بالحقائق الموضوعيّة المُجرّدة واحترام القانون وأحكام القضاء، وتطوير وتجديد البرامج في مجالات التوعية الأمنية، ولا بُدّ كذلك من التنسيق والتعاون مع كافة الإعلاميين العاملين في الأجهزة الإعلامية الخاصّة والحكوميّة لبثورة برنامج إعلامي يلتف حوله الجميع ويؤدي مهامه في مجال توعية أفراد المجتمع كافة»⁽²⁾.

الوعي الأمني لدى الإعلاميين يعني قُدرة وسائل الإعلام على معرفة المواطن التي تحمي أو تهدد الأمن القومي، والعمل على الابتعاد عنها أو تعزيزها، ونشر تلك التوعية لعامّة الجمهور حتى يكون أكثر إدراكاً لتلك المخاطر والمهدّيات التي قد تكون ذات أبعاد سياسيّة أو اجتماعيّة أو ثقافيّة فكريّة أو اقتصاديّة، وليست بالضرورة أن تكون عسكريّة أو أمنيّة مباشرة.

الأمن الثقافي:

تستمد الثقافة الإنسانية قوتها من تنوعها وبذلك يمكن القول إن المحافظة على الثقافات المختلفة، وتأهيلها وتطويرها تصب في المجرى العام لإغناء وإثراء الثقافة

(1) محي الدين عبد الحليم، الإعلام الأمني العربي قضاياه ومشكلاته، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001م)، ص 17.
(2) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مستقبل الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، (بدون، 2003م)، ص 9.

الإنسانية، والأخيرة تتناقض شكلاً ومضموناً مع تيار الانغلاق والعزلة، وتتمثل فُوة أي ثقافة وتفسير على مدى مساهمتها في رفد الثقافة الإنسانية في أصلاتها وتقديرها، ولذلك فإن مهمة الثقافة المركزية تتمثل في تأهيل الثقافة لتستوعب التجربة التاريخية العميقة للشعب وتطويرها لتعانق مستجدات العصر وتواجه تحولاته⁽¹⁾.

الأمن القانوني:

إذا كان القانون هو مصدر الأمن للأفراد فإنه قد يكون مصدر الخوف والقلق إذا تجرّد من عناصر الاستقرار والثبات أو خرج عن خط العدل وبات وبالأعلى على الناس ومصدراً للقلق والفرع.

إنّ ثبات القانون أو استقراره هو القاعدة التي يستند إليها الفرد في تخطيطه للمستقبل والتي يقوم عليها الإنتاج والبناء ومعاملات الناس وحقوقهم.

فالأمن القانوني هو: «الطمأنينة النابعة من الاعتقاد بأنه لا خطر ومفاجآت يخشاها الإنسان من جانب القانون، ولا يصدق هذا الإحساس عند الناس إلا بثبات القواعد القانونية المنظمة للحقوق»⁽²⁾ لذلك تتوخى السلطة إصدار القانون العادل فلا تزيد من ظلم الأقوياء للضعفاء وإلا حرّضت المجتمع على الثورة.

الهيمنة الاتصاليّة:

«هي العمليّة التي يخضع بموجبها نظام أو نُظْم الاتّصال من حيث المِلْكِيّة والبناء والتوزيع والمضمون لدولة مُعيّنة أو مجموعة من الدُول لِنفوذ وضغط المصالح الاتصاليّة لدولة أو دول أخرى دون تأثير معاكس ومتوازن من الدول التي خضعت للهيمنة»⁽³⁾.

تعريف الشائعة:

التعريف اللغوي للشائعة:

الشائعة هي الشائعة أي الأخبار المنتشرة، وهي جمع شائع، مادة (شيع). جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشائعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتم سرّاً⁽⁴⁾.

وعرّفها الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن تحت مادة (شيع)، الشياح: الانتشار والتقوية، يُقال شاع الخبر أي كثر وقوى، وشاع القوم: انتشروا وكثروا⁽⁵⁾. أما المعجم الوسيط فقد ورد كلمة «الإشاعة» و«الشائعة»، وعرّف الإشاعة

(1) أديب حضور، الإعلام الأمني، (الأردن: المكتبة الإعلامية، 2005م)، ص42.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص60.

(3) معتصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدولية وتشكيل الرأي العام، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2000م)، ص25.

(4) جمال الدين ممد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، ج10، (القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ)، ص56.

(5) معتز سيف عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 1977م)، ص164.

بأنها: الخبر ينتشر غير مثبت منه، أما الشائعة فهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه⁽¹⁾.
ترويج

التعريف الاصطلاحي للشائعة:

«هي رواية تنتقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها أو ترويج لخبر مختلق أو مبالغه أو تحريف لخبر يحتوي على جزء من الحقيقة»⁽²⁾.
«أخبار مشكوك في صحتها يتعذر التحقق من أصلها وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة إليهم، ويؤدي تصديقها أو نشرها إلى إضعاف روحهم المعنوية»⁽³⁾.

الحكومة الإلكترونية:

«هي إعادة ابتكار الأعمال والإجراءات الحكومية بواسطة طرائق جديدة لإدماج المعلومات، وتكاملها، وإمكانية الوصول إليها عن طريق موقع إلكتروني، والمشاركة في أداء الخدمة، وظهور عملية التأثير المتبادل في المسؤولية والمنفعة بين الفرد والدولة»⁽⁴⁾.

البرامج:

«هي الأفكار التي تحتوي على أوجه النشاطات المختلفة والعلاقات والتفاعلات للفرد والجماعة التي توضع بمعرفة الجماعة وبمساعدة المختصين لمقابلة حاجاتهم وإشباع رغباتهم»⁽⁵⁾.

الصورة الذهنية (Image):

«هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكوّن عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص مُعيّن، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معيّنة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان»⁽⁶⁾.

الأمن الإعلامي:

يُمثّل الأمن الإعلامي واحدة من حقائق العصر المتزايدة للحضور والتأثير والفاعلية، فقد أصبح الإعلام رسالة، ومن هنا جاء مصطلح الأمن الإعلامي ليواجه مُستلزمات الصناعة الإعلامية كافة، خاصة مع ازدياد التدفق الإعلامي أو مانسميه

(1) مجمع اللغة العربية، المجمع الوسيط، ج1، (القاهرة: المكتبة العلمية، بدون سنة نشر).
(2) فهمي توفيق مقل، دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات- في الإشاعة والحرب النفسية، (الرياض: منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1410هـ)، ص125.
(3) أحمد نوفل، الإشاعة، ط4 (القاهرة: دار الأمة للطبع والنشر، 1988م)، ص16.
(4) فادي عطا الله، فوائد الحكمة الإلكترونية، (دبي: مؤتمر الحكومة الإلكترونية، 2001م)، ص2.
(5) (الرياض: جامعة الملك سعود، 2004م)، ص12 (1 عبد الله اليوسف، فاعلية البرامج العلاجية والإصلاحية المقدمة للأحداث داخل دور التوجيه الاجتماعي.
(6) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، 1983م)، ص10.

الفوضى الإعلامية. الأمر الذي يستعدى وجوده بسبب ازدياد وتوحُّش وشرهاه
التبعية التكنولوجية والقيميَّة، ومن هنا كثيراً ما يجرى التواطؤ مع الذات لتجاهل
حقيقة أن التكنولوجيا ليست شيئاً مُجرّداً ومُحايداً بل هي مشحونة بقيم المجتمع الذي
أنتجها، وبالتالي يجب أن ينتهي وهم استيراد هذه التكنولوجيا بمعزلٍ عن قيمها»⁽¹⁾.

التبعية الإعلامية:

«هي إخضاع الشعوب ودول العالم الثالث للدول الكُبرى وتحويل أسواقها
ومستودعاتها ومستهلكاتها للإنتاج الصناعي الغربي من تكنولوجيا إعلامية ومُمارسات
مهنية إعلاميَّة، ومواد وبرامج إعلانية لإمعان المزيد من التبعية وزيادة الاعتماد على
العالم المُتقدِّم».

وقد ساهمت التبعية الإعلامية الغربية في إخضاع منظومة دول العالم الثالث
ووضعها ما بين مطرقة التبعية الإعلامية كما يقول إيمانويل وافنشتين، وهي أحد
أوجه التبعية الشاملة التي تشد جميع الأطراف إلى المركز وتجعلها تابعة له أو
عليه»⁽²⁾.

الغزو الإعلامي:

«مجموعة الأنشطة الإعلامية التي توجهها جهة ما أو عدَّة جهات نحو مجتمعات
وشعوب مُعيَّنة، بهدف تكوين اتساق في الاتجاهات السلوكية والقيميَّة وأنماط
وأساليب من التفكير والرؤية والميل لدى تلك المجتمعات والشعوب بما يخدم مصالح
وأهداف الجهة أو الجهات التي تُمارس عمليَّة الغزو»⁽³⁾.

الاستعمار الإعلامي:

عرّفه هيربرت تشلر بأنّه: «جهد منظم وواع تقوم به أمريكا والدول الغربية من
خلال تنظيماتها الاقتصادية والعسكرية والإعلاميَّة من أجل الحفاظ على التفوق
الاقتصادي والسياسي والعسكري، هذا وتُعتبر وسائل الإعلام امتداداً للإمبراطورية
الأمريكية التي أخذت تنتشر عالمياً بعد الحرب العالمية الثانية، حيث وجدت
مجالاً مفتوحاً في الدول حديثة الاستقلال وخاصَّة في دول العالم الثالث لفرض
سيطرتها»⁽⁴⁾.

المفهوم العام للاستراتيجيَّة:

فُدرة الدولة على حشد وامتلاك القوة الشاملة وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق
المصالح الاستراتيجية الوطنيَّة.

وهذا يعني : أنّ التخطيط الاستراتيجي القومي يخلص في منتهاه إلى تحديد

(1) أديب خضور، الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص 42-43.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الأمن الإعلامي، مرجع سابق، ص 15.

(3) سلام خطاب الناصري، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، دت)، ص 84.

(4) سلام خطاب الناصري، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، مرجع سابق، ص 85.

وتحقيق وتأمين المصالح الوطنية الاستراتيجية، وهذا بالضرورة يتضمن بلورة المسار الإستراتيجي للدولة الذي يجعلها تسير بانتظام طوال فترة الاستراتيجية تجاه تلك المصالح.

وهذا يعني : ضعف أو عدم وجود التخطيط الاستراتيجي أو ضعف تنفيذ الاستراتيجية يعني تهديد الأمن الوطني والأمن القومي.

ويقول تعريف مبسط للاستراتيجية أنها:

(إطار يحدد الوجهة التي تتوى الدولة / المنظمة إتباعها في المستقبل، والمجالات التي تسعى للامتياز فيها).

وحديثاً أحدثت هذه الكلمة معنى مختلفاً وصارت مفضلة الإستخدام لدى منظمات الأعمال خاصة الحديثة منها.

الأمن والتخطيط الاستراتيجي والإعلام:

الأمن القومي والاستراتيجية وجهان لعملة واحدة حيث أنّ امتلاك القوة الاستراتيجية الشاملة يتم من خلال التخطيط الاستراتيجي، والعكس صحيح، كما يشير إلى أنّ تهديد الأمن الوطني / القومي لا يتم بالضرورة بقوة السلاح وإنما يمكن أن يتم عبر إخفاق في إحدى العناصر السبعة للقوة الشاملة، والتي في مقدمتها الغاية الإعلامية. وعليه فالإعلام عموماً والإعلام الاستراتيجي هو الآلية والوسيلة الأكثر قدرة على التعريف بالأمن القومي ومخاطره وتحدياته وكذلك إشاعة الوعي الاستراتيجي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية الداخلية والخارجية.

مفهوم المصلحة القومية:

يستخدم مفهوم المصلحة القومية National Interest في كل من التحليل السياسي والحركة السياسية كأداة تحليلية لوصف، شرح وتقويم مصادر السياسة الخارجية للدولة أو الحكم على كفايتها. والمفهوم كسند للقرار السياسي يقوم بوظيفة تبرير، ابتكار أو اقتراح سياسات معينة. وكلا الاستخدامين للمفهوم يتم في إطار البحث عن الأفضل للمجتمع القومي وحماية الأمن القومي للدولة⁽¹⁾.

المفهوم الاستراتيجي للأمن:

يرى الخبير الدولي في مجال الدراسات الاستراتيجية البروفسور أبوصالح أنّ المفهوم الاستراتيجي للأمن يعني: «امتلاك الدولة للقوة الاستراتيجية الشاملة التي تقوم وتستند على تحقيق الأمن الإنساني، والتي تتيح للدولة امتلاك إرادتها الوطنية، وتوفير السند المطلوب لتحقيق وتأمين المصالح الوطنية الاستراتيجية، بما يشمل ذلك من المحافظة على البيئة وتنمية الموارد الطبيعية وحفظ حقوق ومصالح الأجيال القادمة والإسهام في تحقيق الأمن العالمي».

(1) محمد العباس الأمين، التخطيط الإستراتيجي للأمن القومي، مرجع سابق، ص113.

وبجانب ما سبق، يتناول المفهوم الاستراتيجي للأمن، البنود الرئيسة التالية(1):

- تحقيق الأمن الإنساني.
- المحافظة على البيئة وتنمية الموارد الطبيعية.
- حفظ حقوق ومصالح الأجيال القادمة.
- الإسهام في تحقيق السلام العالمي.

تعريف الأمن الوطني:

«الشعور الذي يسود الفرد أو الجماعة بإشباع الدوافع العضوية والنفسيّة واطمئنان المجتمع إلى زوال ما يهدده من مخاطر»(2).

وعرّفه البعض بأنه: «حماية القيم الداخليّة من التهديد الخارجي وحفظ كيان الدولة وحفظها في البقاء، مستندة في ذلك على أسس اقتصادية وحد أدنى من التآلف الأنثروبولوجي، وخلفية حضاريّة قائمة على بناء هرمي للقيم، تبرز القيمة العليا السياسيّة، والتي تستتر خلفها المصلحة الوطنيّة للدولة كهدف أعلى يكمل من خلال الإطار النفسي الذي يميز الجماعة، والإطار الاستراتيجي الدولي الذي يميز الصراع الدولي الحاضر»(3).

يرى المؤلف أن التعريف السابق لمفهوم الأمن الوطني أكثر شمولاً واتساعاً من غيره، وبالرغم من أنه ارتكز على أن القيم الوطنيّة داخلية يُخشى عليها من التهديدات الخارجية كما هو في شأن التعريفات للأمن القومي بمنظوره التقليدي، ولم يتطرق للتهديدات الداخلية كما هو في مفهوم الأمن الإنساني. إلا أنه أشار لذلك بطريقة غير مباشرة فتحدث عن الأبعاد الاقتصادية والحضارية في إشارة خفية للأمن الاقتصادي والثقافي الفكري وهما من مكونات الأمن الشامل، وتميز كذلك بإيراده لذلك في إطار استراتيجي مستصحباً الصراع الدولي الذي يلعب فيه الإعلام الأمني الدولي بعداً مهماً سواء في الجوانب الاقتصادية أو الفكرية الثقافية في ظل التكالب الاقتصادي الغربي على الدول الفقيرة لنهب ثرواتها وكذلك صراع الحضارات الذي نشهده الآن.

القوة الاستراتيجية الإعلامية:

من أهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الأجنبية والتبرير لظاهرة العولمة والنظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، والتي استخدمت في سبيلها الإعلام الأمني الدولي، هو القوة الإعلامية الدوليّة، ومعظم ما تم تنفيذه على خارطة العالم من مخططات-التي تصل أحياناً إلى درجة احتلال

(1) محمد حسين سليمان أبو صالح، محاضرات التخطيط الاستراتيجي، مرجع سابق.

(2) ممدوح شوقي كامل، الأمن الجماعي الدولي، (مصر، دار النهضة العربية)، ص 23.

(3) عبد الله بن سعيد الشهراني، الأمن الوطني - دراسة موضوعية، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1430هـ-

2009م)، ص 29-30.

دولة كالعراق وأفغانستان-، قد استندت على قاعدة متينة من التأييد العالمي يجسدها الرأي العالمي الذي تم تشكيله عبر الاستراتيجيات الإعلامية المُتقنة الصنع تجاه القضايا والأهداف المحددة ونفذاها الإعلام الأمني الدولي، هي مخططات لم يكن من الممكن تنفيذها في ظل غياب التأييد الشعبي العالمي مع انفتاح الحدود والفضاءات، وعدم سيطرة الدولة -أي دولة- على سلطة حركة الفكر والثقافة يعني التعرض للغزو الفكري الأجنبي الذي يعمل على تشكيل ثقافة عالمية جديدة تقوم على الترويج لقيم غربية جديدة ومن ثم تهديد الأمن الاجتماعي - كما هو حاصل في دارفور - الذي يقود لتهديد الأمن القومي، على هذا فإن أي دولة لا تمتلك قوة إعلامية استراتيجية، يعني أنها عرضة للتهديد بأشكاله المختلفة.

مؤشرات وجود القوة الإعلامية الاستراتيجية للدولة:

إن امتلاك القوة الإعلامية الاستراتيجية لكل دولة أصبح ضرورة مُهمّة، إذ إنها وبدون الإعلام الاستراتيجي لن تستطيع تنفيذ محاور استراتيجيتها أو تحقيق أهدافها أو توصيل رسالتها داخلياً أو خارجياً.

وتتضاعف أهميّة الإعلام الاستراتيجي وصناعة الإعلام الأمني عند الحديث حول وضع استراتيجية شاملة أو الرغبة في التخطيط لها أو تنفيذها، حيث يمثل الإعلام الاستراتيجي رأس الرمح في تنفيذ الاستراتيجيات فضلاً عن كونه هو الذي يقوم بإحداث التغيير الاستراتيجي المطلوب. وبالتالي ضعف أو فشل أو إنعدام الإعلام الاستراتيجي يعني ضعف وفشل تنفيذ الاستراتيجية ذات نفسها.

من أبرز مؤشرات وجود القوة الإعلامية الاستراتيجية للدولة، الآتي: (1).

- وجود وفعالية آلية للتخطيط الاستراتيجي الإعلامي، التي تتولّى متابعة تنفيذ الاستراتيجية وترعى خطة الدولة الإعلامية.
- مُلاءمة السياسات والتشريعات المُتعلّقة بالإعلام.
- القُدرة على إدارة التناسق المتعلق بالإعلام.
- حجم الإنتاج الإعلامي للدولة.
- جودة الإنتاج الإعلامي للدولة.
- قُدرة الدولة على تكوين رأي عالمي ورأي وطني داخلي.
- القُدرة على الإرسال الاستراتيجي المبادر.
- قُدرة الدولة على اختيار مداخل إعلامية مناسبة.
- امتلاك الأعمار والمسارات والتقنيات الإعلامية الحديثة.
- وجود كوادر إعلامية استراتيجية تستطيع مخاطبة الجمهور العالمي.
- مدى النطاق الجغرافي العالمي للإرسال الإعلامي الوطني وعدد الجمهور الخارجي

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الإستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص 127.

الذي يشاهده.

- مستوى السند الذي يوفر الإعلام لتنفيذ الاستراتيجية.
 - عدد الكوادر الإعلامية بالمستوى الاستراتيجي.
 - قدرة الدولة على علاج نقاط الضعف الوطنيّة من خلال الدعم الإعلامي.
 - قدرة الدولة على البناء المعلوماتي.
 - امتلاك الدولة للقدرات والمزايا التنافسية العالمية في الإعلام.
 - مدى ملاءمة السياسات والتشريعات والبنية القانونية التي تدعم الإعلام الوطني.
 - مستوى الشراكات والتحالفات والترتيبات الاستراتيجية الدوليّة المتعلقة بالإعلام.
 - عدد الأجهزة الإعلاميّة من إذاعات وتلفزيونات وصحف ومجلات وإعلام إلكتروني.
- تخطيط الإعلام الأمني:**

«هو كفاءة الطاقات الإعلاميّة، البشريّة والماديّة، وكأفة المؤسسات الإعلاميّة الجماهيريّة، والشخصيّة، بدءاً من النشرات الصغيرة أو الملصقات والشعارات إلى المؤسسات الصحفيّة الكُبرى، ومن الإذاعات المحليّة الصغيرة، إلى الشبكات الإذاعيّة والتلفزيونيّة العملاقة»⁽¹⁾.

ويُعرفه محمدين بأنّه: «التخطيط الإعلامي هو المنهج العلمي في التفكير والتنظيم والتنسيق والتوقيت والتنفيذ، لتوظيف الإمكانيات البشريّة و الماديّة المُتاحة حاضراً ومُستقبلاً للقطاع الإعلامي، خلال سقف زمني مُحدّد، واستخدامها بالشكل الأمثل، من أجل تحقيق أهداف السياسة الإعلاميّة بكفاءة عالية»⁽²⁾.

تعريف توازن القوى:

يعرف مورجنتاو توازن القوى بأنه «نظام يهدف إلى الحيلولة دون أي عنصر من تحقيق التفوق على العناصر الأخرى، يحفظ الاستقرار دون تحطيم ظاهرة التعدّد في العناصر التي تؤلّفه، فضمن الاستقرار ليس هو وحده هدف التوازن، فالإستقرار لا يمكن أن يتحقق عن طريق السماح لعنصر واحد بتحطيم العناصر الأخرى والتغلّب عليها والحلول محلها، هدف التوازن هو الاستقرار مُضافٌ إليه المحافظة على العناصر المؤلّفة للنظام»⁽³⁾.

البيانات:

«يُقصدُ بها الحقائق التي تم تجميعها بواسطة الملاحظة أو القياس عن أحداث أو ظواهر أو بيانات حيث يمكن إعادة استخدامها أو تمثيلها في صورة مفردة أو مُجمّعة

(1) إسماعيل عبد الفتاح كافي، السياسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 19.

(2) عثمان عوض الكريم محمدين، تخطيط الإعلام الإسلامي، (السودان: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2007م)، ص 24.

(3) عيسى آدم أكبر يوسف، دراسات أمنية واستراتيجية، (الخرطوم: أكاديمية الأمن العليا، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2009م)، ص 107.

لإنتاج معلومات مفيدة يمكن استخدامها، وهذه المعلومات بصورتها الأصلية قد لا تكون مفيدة وليس لها أي دلالات دون معالجة».

المعلومات:

«هي بيانات تمّت معالجتها بأي من الطُرُق الحسبائية أو المنطقية لُستخدَم في اتخاذ قرارات فعّالة ومؤثّرة ويُمكن استخدامها في مراحل تالية لإنتاج معلومات جديدة، ويرتبط إنتاج المعلومات بطرق نقل وتخزين ومعالجة البيانات».

المعرفة:

«هي تراكمات مُتتوّعة للمعلومات في مجالات وتطبيقات مختلفة بحيث تصبح ذات نفع وفعالية لكل من المُستخدِم والمنتج لهذه التراكمات الجديدة للمعلومات، وعندما يكتسب هذا التنوّع عمقاً تاريخياً تصبح أكثر تأثيراً وفعالية لاستقراء المستقبل والتنبؤ بأحداثه، أي يمكننا أن نتمتع بقدر مناسب من المعرفة نرى بها عبر المستقبل»⁽¹⁾.

مفهوم وتعريف الأمن الاجتماعي:

تتداخل المفاهيم والمصطلحات في تحديد ماهية الأمن الاجتماعي وحدوده. حيث تبرز العديد من التداخلات بين الأمن الوطني (القومي) والأمن الإنساني والأمن الاجتماعي لكنها تلتقى حول مبدأ الضرورة والحاجة، من حيث التكامل وتتنوع في حقول دراسية بين علم الاجتماع والعلوم السياسية لتأخذ طريقها إلى التماس مع الدراسات الاستراتيجية والاقتصادية لارتباطها بحياة الإنسان وتعدد حاجاته.

فالأمن الاجتماعي عند إحسان محمد الحسن يعني: «سلامة الأفراد والجماعات من الأخطار الداخلية والخارجية التي قد تتحدّاهم كالأخطار العسكرية وما يتعرّض له الأفراد والجماعات من القتل والاختطاف والاعتداء على الممتلكات بالتخريب أو السرقة».

في حين يرى فريق من علماء الاجتماع أنّ غياب أو تراجع مُعدّلات الجريمة يُعبّر عن حالة الأمن الاجتماعي، وأنّ تفشّي الجرائم وزيادة عددها يعني حالة غياب الأمن الاجتماعي. فمعيار الأمن منوط بقدرة المؤسسات الحكومية والأهلية في الحد من الجريمة والتصدي لها وأنّ حماية الأفراد والجماعات من مسؤوليات الدولة من خلال فرض النظام، وبسط سيادة القانون بواسطة الأجهزة القضائية والتنفيذية، واستخدام القوة إن تطلب الأمر، ذلك لتحقيق الأمن والشعور بالعدالة التي تعزز الانتماء إلى الدولة بصفقتها الحامي والأمين لحياة الناس وممتلكاتهم وآمالهم بالعيش الكريم.

في حين يؤكد الدكتور مؤيد العبيدي أنّ «الأمن مسؤولية اجتماعية بوصفه ينبع من مسؤولية الفرد تجاه نفسه وأسرته، فنشأت أعراف القبيلة وتقاليدها لتصبح جزءاً من القانون السائد».

(1) عيسى آدم أكر يوسف، مرجع سابق، ص 20.

الأمن الاجتماعي هو:

“الأمن الذي يشمل مختلف الجوانب الحيائية التي تهتم الإنسان المعاصر، فهو يعني الاكتفاء الاقتصادي والاستقرار الحياتي للمواطن، كما يعني تأمين الخدمات الأساسية المادية والمعنوية، وتوفير الخدمات التعليمية والثقافية والتربوية وكل ما من شأنه تأمين رفاهية المجتمع“. وفي ضوء ذلك يمكن تحديد مقومات الأمن الاجتماعي على النحو التالي⁽¹⁾:

1. التماسك بين الأفراد.
 2. الانتماء إلى وطن واحد.
 3. الاتفاق على مبادئ سلوكية وأخلاقية واحدة.
 4. التعاطف بين أبناء الوطن الواحد.
 5. الاستقرار السياسي.
 6. الأمن المعيشي والحياة الاقتصادية الكريمة.
 7. توفر أجهزة الأمن للمؤسسات التربوية والجهاز القضائي القادر والعاقل والمؤسسات العقابية والإصلاحية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية.
- ”ومن هنا نلاحظ أنه إذا توفر الأمن الاجتماعي فإن معظم مقومات ومكونات الأمن تكون قد توفرت وقامت بالدور المطلوب في التوازن الاجتماعي وتحقق أمن المواطن والمجتمع“⁽²⁾.

الأمن البيئي:

”يحتل الأمن البيئي مكانة هامة في أنحاء العالم، ونتيجة للتطورات الصناعية المذهلة نجم عنها تفاقم المشكلات البيئية على جميع الصعد المحلية والإقليمية والدولية، بحيث توارى المفهوم الضيق للبيئة بفضل استخدام المنهج التكاملي في معالجة المشكلة، واتسع هذا المفهوم ليطال جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية كافة“⁽³⁾.

الأمن الغذائي:

نتيجة للاهتمام الغير مبرر للقطاع الصناعي على الزراعي فقد برزت مشكلة الأمن الغذائي، ولذلك لا بد من إعادة التوازن ما بين القطاعين، ومن هنا نرى أن مشكلة الأمن الغذائي جاءت نتيجة لزيادة السكان وندرة المواد الغذائية وارتفاع الأسعار⁽⁴⁾.

الأمن المائي:

”تفاقت مشكلة المياه في الوطن العربي بسبب قلة الموارد المائية نسبياً في الوطن العربي، وبسبب عدم توازن توزيع هذه الموارد وعدم عقلانية وترشيد استخدامها، وتطرح

(1) المرجع السابق، ص 11

(2) الضو خضر أحمد، الأمن الإنساني- الواقع والتحديات، ورقة غير منشورة، ركائز المعرفة للدراسات والبحوث.

(3) محمد ياسر كنفاني، مرجع سابق، ص 39.

(4) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص 63.

مشاكل المياه مسائل سياسية واقتصادية وصحية وغذائية وسلوكية بالغة الخطورة والأهمية⁽¹⁾.

تعريف ومفهوم الأمن الفكري:

”هو إحساس المجتمع بأن نسقه الفكري وتتأسقه الأخلاقي الذي يصنع العلاقة الموحدة بين أفراده غير مهدد من غزو خارجي أو عدوان داخلي“⁽²⁾.
”نقصد بالأمن الفكري، ذلك المنتوج العقلي الهادف إلى حفظ الأمة في أصل وجودها وفي مرتكزات فعلها وفعاليتها الحضارية ضد المهددات الداخليّة والمهددات الخارجية على السواء“⁽³⁾.

من منظور إسلامي يرتبط الأمن الفكري بهويّة الأمة الإسلاميّة وقيم الشعوب وأخلاقياتها المتّصلة بعقيدتها وشريعتها، ويهدف إلى حماية تلك العقيدة من الزّيف والانحراف، وهذا يتطلّب زيادة الوعي الأمني بمخاطر هذه الانحرافات التي قد تكون بمسبّات داخليّة أو بأسباب خارجيّة مخططة يقوم بها أعداء الأمة الإسلاميّة من خلال الإعلام الأمني الدولي لتحقيق هدفه الاستراتيجي عبر الهيمنة الاتصالية وهو الغزو الفكري والثقافي.

ويرى الكاروري أن ”الأمن الفكري ليس هو مسؤوليّة أجهزة بعينها ولا كيانات متخصصة لوحدها وإنما هو مسؤولية الجميع من خلال دوائر متواصلة تشمل الأمن السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي، والتربوي، يضم ذلك مؤسسات الفكر وصروح العلم والمعرفة والعبادة والتواصل الاجتماعي“⁽⁴⁾.

يرتبط الأمن الفكري ارتباطاً وثيقاً بجلق الأمن الأخرى في إطار مفهوم الأمن الإنساني الشامل، وتهديد فرع الأمن الفكري أخطر على الأمن القومي من تهديد فرع الأمن العسكري، ولن تؤتى الأمم والشعوب إلا من خلاله، وبانهيار الأمن الفكري تنهار القيم والمثّل والأخلاق وبعدها تنهار كل مقومات الأمن القومي الأخرى.

تعريف ومفهوم الأمن الصحي:

نُعرّف الأمن الصحي بأنه: أحد أهم مكونات الأمن الإنساني التي ترتبط بصحة الأفراد والمجتمع وقُدرة الدولة على توفيرها للمواطنين بما يحقق الحد الأدنى من الرعاية الصحيّة الأساسيّة وضمان الحد الأدنى للوقاية من الأمراض، ومعالجة أساليب الحياة غير الصحية من خلال زيادة الوعي الصحي.

(1) المرجع السابق، ص 63.

(2) إبراهيم أحمد محمد الصادق الكاروري، الأمن الفكري- إطار مقاصدي، ط3(الخرطوم: مطبعة بخت الرضا العالمية،

1436هـ-2015م)، ص 18.

(3) المرجع السابق، ص 22.

(4) المرجع السابق، ص 18.

يؤثر الأمن الصحي ويتأثر بشكل كبير ومباشر بمكونات المنظومة الأمنية الأخرى في سياق الأمن الإنساني الذي يُعد الأمن الصحي أحد أهم مكوناته. وينعكس غياب الأمن الصحي أو ضعفه على الأمن البيئي، الأمن الاجتماعي، الأمن الاقتصادي، الأمن الثقافي والفكري وكذلك الأمن العسكري.

يجب أن تولي الدولة عناية خاصة ورعاية دائمة لتعزيز الأمن الصحي، من أجل مجتمع صحي آمن، لأن الصحة هي الحياة، وصحة الأفراد تنعكس سلباً أو إيجاباً على صحة الوطن.

الدراسات السابقة:

إن الكتابة والبحوث في مجالي الدراسات الاستراتيجية والأمنية بالسودان قليلة جداً، ولا سيما ما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي للإعلام بصورة عامة، والإعلام الأمني بصفة خاصة، حيث تتعدم تماماً أو تكاد في الجانب الأخير، وقد وقف المؤلف على مجموعة من الدراسات السابقة وفيما يلي استعراض لعدد منها:

الدراسة الأولى:

أحمد الماحي أبوبكر حمد⁽¹⁾:

استخدم الباحث المنهجين (الوصفي والتاريخي) مع مجموعة من الأدوات، الاستبيان المقابلة والملاحظة. ومن أهم أهداف البحث:

بيان أهمية التخطيط الاستراتيجي للتلفزيون واستخداماته. تناول مشكلات ومعوّقات التخطيط التلفزيوني وأولوية الصرف على الأمن والتنمية في العالم الثالث وضعف الاهتمام باحتياجات التدريب الفعلية.

تحدث البحث عن حلول لمشكلات التخطيط التلفزيوني. لكي تؤدي الأجهزة الإعلامية الدور العظيم المنوط بها في إطار المفهوم الاجتماعي والثقافي والحضاري للاتصال لا بد أن تسعى الدولة للتخطيط والعمل على تهيئة الإمكانيات التقنية والبشرية والتنظيمية حتى تؤدي دورها بفعالية وتساهم في إحداث التنمية والتغيير دون إحداث هزات اجتماعية عنيفة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن التخطيط الاستراتيجي يؤدي إلى إنجاز البرامج بالتلفزيون مما يعني أهمية الخطط، وخصوصاً في الجوانب الاستراتيجية المتعلقة بالبرامج التلفزيونية. التخطيط السليم في الجانب الإعلامي يؤدي إلى جذب أعداد كبيرة من المشاهدين، وبالتالي يحقق نجاحات مادية ومعنوية. إمكانية تطبيق الخطط القصيرة والمتوسطة وفق الإمكانيات المتوفرة مع التركيز على الأهداف البعيدة

(1) أحمد الماحي أبوبكر حمد: (التخطيط الاستراتيجي لوسائل الإعلام في السودان - دراسة تطبيقية على التلفزيون القومي) «دكتوراه» 2008م، جامعة أم درمان الإسلامية - كلية الإعلام.

للمؤسسة. من أهمّ عوامل فشل التخطيط بداية كل مدير جديد بالتلفزيون بخُطة جديدة خاصّة به، ويصرف النظر عن الخُطط الموضوعة سلفاً. كما وضعت الدراسة بعض التوصيات منها:

- القيام بعملية التخطيط الاستراتيجي تؤدي إلي نجاح البرامج بالتلفزيون.
 - ضرورة الإهتمام عند وضع الخُطط بدراسة رأي الجمهور المُستهدف - أي دراسة البيئة الخارجيّة المحيطة بالمؤسسة ومعرفة أنواع الخُطط المناسبة.
 - لابد من وجود التنسيق بين وزارة الإعلام والاتصالات والوزارات الأخرى لترجمة الخُطط الاستراتيجية للدولة من خلال التلفزيون للتأكيد علي وحدة الأهداف والرؤي للإدارات العليا للدولة بما ينعكس علي توصيل فلسفة وأهداف الحكم.
 - عدم إحتكار الدولة لمؤسسة التلفزيون والإعتماد علي تنفيذ البرامج الحكوميّة، وضرورة إظهار الرأي الآخر مما يؤدي إلي زيادة القُدرة التنافسيّة للتلفزيون.
- العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحاليّة:**

الدراسة السابقة هدفت إلي إظهار فاعليّة التخطيط الاستراتيجي للتلفزيون ومعرفة وجود خطة إستراتيجية ومدى تطبيقها وأوجه القصور فيها وكيفية معالجتها ،،، عكس هذه الدراسة التي سعت لتحقيق التخطيط الاستراتيجي الشامل لصناعة الإعلام الأمني بالسودان، وليس لوسيط واحد من وسائل الإعلام المختلفة والمتعددة ،، وإنما تخطيط استراتيجي لصناعة إعلام أمني يستهدف كل وسائل الإعلام بما فيها التلفزيوني الرسمي، وغيره من الفضائيات الخاصّة والحكوميّة.

الدراسة الثانية:

كمال محمّد نور: (1)

هدفت الدّراسة إلي معرفة الاستراتيجية الإعلاميّة وتعريف ماهيّة الأمن الوطني وتقسيماته وإحصاء الآثار الإيجابية والسلبية علي كل قسم من أقسام الأمن الوطني، واستنباط توصيات من خلال الدّراسة تلافي أوجه القصور وتعين أهل القرار من التجديد. واتّبع الباحث في هذه الدّراسة المنهج الوصفي.

أهمّ النتائج المُستخلصة من الدراسة: أنّ التطوّرات التّقنيّة التي انتظمت في القرن الماضي قد أضافت بُعداً جديداً لأجهزة الإعلام والاتصال بتنوّعها، الأمر الذي جعلها ذات تأثير كبير علي جميع أوجه الحياة سلباً وإيجاباً. مفهوم الأمن القومي مفهوم قديم لكنّه مُتجدّد يستجيب لكل حادث جديد يؤثّر علي الدّولة في أيّ جانب من جوانبها. الأمن بالغ التأثير بالإعلام سلباً أو إيجاباً.

سياسة الدّولة ترمي إلي أن تحصل علي أكبر قدر من الأداء الإعلامي لأجهزتها

(1) كمال محمّد نور: (الاستراتيجية الإعلاميّة للدولة وأثرها علي الأمن الوطني)، جامعة الزعيم الأزهري، كليّة العلوم السياسيّة، (ماجستير) 2004م

بما يخدم قضية الأمن الوطني والحيوية مع تفادي السلبيات المُضِرّة من خلال الممارسة الإعلامية.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

في الدراسة السابقة سياسات الدولة ترمي إلي أن تحصل علي أكبر قدر من فائدة الأداء الإعلامي لأجهزتها بما تخدم قضية الأمن الوطني وتفادي السلبيات، أمّا الدراسة الحالية فهي تناولت التخطيط الإستراتيجي الشّامل للإعلام الأمني ليكون رائداً وسبقاً في الحاضر، ومعززاً للأمن القومي وداعماً للاستراتيجية القومية بأوجهها المختلفة في المُستقبل، عبر أطر بشرية مُحترفة ومؤهلة قادرة علي صناعة وتوصيل الرسالة الإعلامية للمستهدفين بالجودة المطلوبة وفي الزمن المُحدّد وعبر وسائط نافذة وقادرة علي تحقيق الغايات الكليّة والأهداف الاستراتيجية للدولة. والفائدة من كلا الدراستين تعود بالمنفعة العامّة للفرد والمجتمع والدولة.

الدراسة الثالثة:

إيمان عبد الرحمن أحمد محمود⁽¹⁾:

استخدمت الدراسة السابقة المنهج التكاملي حيث تتكامل عدّة مناهج: منهج الدراسات المسحية، المنهج التاريخي.

وكانت أدوات الدراسة تتمثل في: المقابلة، الإستبانة وتحليل المضمون.

ومن أهداف الدراسة السابقة: دراسة وتحليل المادة الأمنية المُقدّمة بُغية تطويرها وتقييمها. بيان الدور الذي يجب أن تضطلع به الإذاعة المسموعة في تقديم التوعية الأمنية. الوقوف علي أنسب الأساليب التي يجب إتباعها في تقديم البرامج الأمنية. تساؤلات الدراسة السابقة: ما مفهوم الإعلام الأمني وما المقصود بالتوعية الأمنية؟. ما هي مجالات الإعلام الأمني؟. ما الوسائل المُستخدمة في نشر رسائل التوعية الأمنية؟. ما هي عناصر العملية الاتصالية في التوعية الأمنية؟.

إلى أيّ مدى يمكن أن تُسهم وسائل الإعلام في نشر التوعية الأمنية؟.

ما مدى انتشار برامج التوعية الأمنية في خارطة البرامجية؟. ما المشاكل والعقبات التي تعترض الوسائل الإعلامية وتحول دون القيام بدورها تجاه التوعية الأمنية؟.

وقد خلصت الدراسة السابقة إلى النتائج التالية:

- توجيه رسائل توعية أمنية إذاعية تختص وتتعلّق بالتوعية في الجانب الاقتصادي، وكيفية تلافى وقوع الجرائم وغيرها من إجراءات الأمن والسلامة.
- الاستفادة من شريحة خريجي الجامعات والمرحلة الثانوية وتبصيرهم بكيفية بسط الأمن حولهم، ثم حمل رسالة التوعية الأمنية لمجتمعاتهم.

(1) إيمان عبد الرحمن أحمد محمود : (دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية - الإذاعة السودانية نموذجاً) « مجستير - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 1431 هـ - 2010 م

الإهتمام بشريحة الشباب وتزويدهم بالمعلومات التي تدفعهم نحو المشاركة في بسط الأمن ونشر التوعية الأمنية.

- الاستفادة من الراديو كوسيلة إتصال جماهيري لتقديم رسائل التوعية.
- التخطيط الإذاعي لبرامج التوعية الأمنية.

- ضرورة الإهتمام بالتوعية الأمنية كأداة فاعلة في بث الأمن والاستقرار.
- تقديم برامج إذاعية، زيادة الجرعات التثقيفية حول دور الشرطة وإدارتها وما تقدمه من خدمات للجمهور.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

الدراسة السابقة اهتمت بالمادة الإعلامية الأمنية المُقدّمة عبر الإذاعة ودور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية - متخذة من الإذاعة السودانية نموذجاً للدراسة. فيما قامت الدراسة الحالية على معرفة دور التخطيط الاستراتيجي في صناعة الإعلام الأمني ويشمل ذلك التوعية الأمنية سواء عبر الإذاعة أم بقية الوسائط الإعلامية الأخرى. وبالتالي فالدراسة الحالية أشمل و أعم من الدراسة السابقة التي اقتصرت على الإذاعة فقط، فضلاً عن تركيزها على التوعية الأمنية التي تجي كجزء في الرسالة الحالية.

الدراسة الرابعة:

عبد المحسن بدوي محمد أحمد: (1)

من المعلوم أنّ صاحب الرسالة التي وردت أعلاه هو البروفسور عبد المحسن بدوي محمد أحمد الذي يُعدُّ مرجعاً وخبيراً في مجال الإعلام الأمني، وإن شئنا فإِنَّه (أبو الإعلام الأمني بالسودان) تديساً نظرياً أكاديمياً عبر كلية الإعلام بجامعة الرباط الوطني أو عبر الجانب التطبيقي العملي.

وقد هدفت الدراسة إلى الآتي: معرفة الطرائق المُتبعة في نشر أخبار الجريمة في الصحافة السودانية والوصول إلى الطُرق العلمية لنشر أخبار الجريمة في السودان. التعرف على مدى تأثير نشر أخبار الجريمة والصُور المُصاحبة لها على المُتلقي وتحقيق العدالة مع الوصول إلى وسائل لمعالجة هذه الآثار. وقد اتبعت الدراسة السابقة المنهج الوصفي.

وخُصت إلى النتائج الآتية: اهتمام الذكور بالاطلاع على الصُحف الصادرة محلياً بنسبة أعلى من الإناث. حيث تأتي الصُحف السياسيّة في مُقدّمة الصُحف، تليها الصُحف الاجتماعيّة وأخيراً الرياضيّة، أما الاجتماعيّة فنجد الإهتمام بها من النساء. تناول الصُحف السودانية لأخبار الجريمة بصورة مُثيرة، وتكون هذه الإثارة في الصُحف الاجتماعيّة. ضرورة وضع ضوابط لنشر أخبار الجريمة في الصُحف بالاتفاق على هذه

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد: (تناول أخبار الجريمة في الصحف السودانية) «رسالة دكتوراه منشورة»، جامعة الجزيرة 2000م

الضوابط بين الأجهزة العدليّة والصحافة.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحاليّة:

الدراسة السابقة ارتكزت على تناول أخبار الجريمة في الصحف السودانيّة من منظور الإعلام الأمني، فيما قامت الدراسة الحاليّة على دراسة واقع الإعلام الأمني في كل الوسائط، ومعرفة دور التخطيط الاستراتيجي في صناعته وتطويره.

الدراسة الخامسة:

قاسم أمين أحمد كاكتلا⁽¹⁾

وهدف الدراسة إلى:

التعرّف على دور إدارة العلاقات العامّة والإعلام برئاسة قوات الشرطة بالسودان في تحسين علاقات الشرطة بالجمهور. التعريف بأهميّة العمل الشرطي، وأهدافه وواجباته، ونشأته وتطوره. التعريف بدور وسائل الإعلام في التنمية وتحسين العلاقات بين الشرطة والجمهور.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي للتحليل عبر المسح، والمنهج التطبيقي واستعانت بالمناهج الأخرى. قام الباحث في الدراسة بتصميم استمارتين، خرجت الاستمارة الأولى بالنتائج التالية: الإذاعة السودانيّة هي أفضل الوسائل الإعلاميّة لإيصال الرسائل الشرطيّة للجمهور الخارجى، يليها التلفزيون القومي ثم الصُحف والإصدارات اليوميّة. الدراما هي الشكل البرامجي الأمثل لتقديم برامج الشرطة في الإذاعة، يليها الحوار. قياس إتجاهات الرأي العام هي أفضل الطُرق لتقويم أعمال إدارة الإعلام والعلاقات العامّة تليها البحوث العلميّة ثم الإمكانيات اللازمة.

أما الاستمارة الثانية فخلصت إلى النتائج التالية: تعرّف المبحوثون على إدارة الإعلام والعلاقات العامّة بالشرطة عبر برنامج «سأهرون» التلفزيوني ثم برنامج «الشرطة» في الإذاعة السودانيّة. نصف المبحوثين اطّلعوا على الإصدارات الصحفيّة الشرطيّة المُتخصّصة. الصُورة الذهنيّة المُنتبعة عن الشرطة لدى المبحوثين عبر وسائل الإعلام، إنّها جهازٌ ضروري لحماية المجتمع من الجريمة، ثم جهاز خدمي يُطبّق شعار (الشرطة في خدمة الشعب).

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحاليّة:

الدراسة السابقة هدفت إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تنمية علاقات الجمهور بالمؤسسات الأمنيّة، وكأنما تتناول من طرفٍ خفي دور الإعلام الأمني في تحسين الصورة الذهنيّة للجمهور عن المؤسسات الأمنيّة وتهدف إلى تحسين هذه الصورة. فيما تهدف الدراسة الحاليّة إلى معرفة دور التخطيط الاستراتيجي في صناعة الإعلام الأمني

(1) قاسم أمين أحمد كاكتلا: دور وسائل الإعلام في تنمية علاقات الجمهور بالمؤسسات الأمنيّة («رسالة ماجستير غير منشورة»، كُليّة الإعلام - جامعة أم درمان الإسلاميّة 2005م.

والتي تمثل منظومة متكاملة يكون من ضمنها تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور عن المؤسسات الأمنية وزيادة التنسيق من خلال استراتيجية واضحة ومُحدّدة.
الدراسة السادسة:

عصام الدين عثمان زين العابدين: (1)

هدفت الدراسة إلى: توثيق نماذج من القضايا الجنائية المهمة التي شغلت الرأي العام. الوقوف على مضامين الموضوعات الجنائية التي اهتمت بها الصحافة السودانية. إحصاء وتحليل آثار الصحافة الإيجابية والسلبية في التوعية الأمنية. انتهجت الدراسة في الوصول إلى غاياتها المنهج المتكامل الذي يشتمل على المناهج التالية: منهج دراسات العلاقات المُتبادلة: يُعدُّ منهج دراسات العلاقات المتبادلة وهو ما يطلق عليه الدراسات التشخيصية وهي التي يسعى فيها الباحثون إلى دراسة الحقائق التي يتم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى استنتاجات وخلاصة لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة.

منهج الدراسات المسحية: باعتباره أقرب المناهج لهذه الدراسة. المنهج التاريخي: حيث يقوم البحث بمعالجة تناول الصُحف السودانية للقضايا الأمنية والجنائية منذ نشأتها وتطورها. والمنهج المقارن: حيث يقوم الباحث بعملية مقارنة المواقف المتباينة لِصِحيفَتَي «أخبار الساعة» و «الدَّار» وتناولهُما للقضايا الأمنية والجنائية. ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة:

- الصحافة السودانية وسيلة من وسائل الإعلام الأمني ونشر أخبار الجريمة. كثيراً ما تُقرط تلك الصُحف في استخدام الإثارة، خاصة في الأخبار التي تتعلّق بالجريمة وإبرازها بالصفحة الأولى.

- استخدام المانشيتات العريضة الضخمة باللون الأحمر والأزرق أحياناً بشيء من المبالغة والتهويل لاستمالة القارئ لامتلاك الصحيفة حتى ولو أدّى ذلك إلى تحريف الحقيقة.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

هنالك علاقة وثيقة بين الدراستين في جانب الإعلام الأمني وهو القاسم الذي جمع بينهما، تقوم الدراسة السابقة على إحصاء وتحليل آثار الصحافة الإيجابية والسلبية في التوعية الأمنية، وهي تقوم على الشق الصحافي في الإعلام الأمني. بينما قامت الدراسة الحالية على دور التخطيط الاستراتيجي في تطوير وتفعيل الإعلام الأمني عموماً من خلال كل الوسائط بما فيها الصحافة، وبالتالي فالدراسة الحالية أشمل من السابقة.

(1) عصام الدين عثمان زين العابدين، أثر الصحافة السودانية في التوعية الأمنية، «ماجستير غير منشور»، كلية الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية 2004م.

الدراسة السابعة:

فتح الرحمن أحمد محمد الكجم: (1)

من أهداف الدراسة: تقديم دراسة علمية بنتائجها من أجل فائدة القراء والباحثين، الحصول على المعلومات وجمع البيانات للوصول إلى نتائج تؤكد فرضية البحث، إضافة سفر جديد بنتائج العملية الموثقة لمكتبة الإعلام، تضمين الخطة الاستراتيجية في كل وسائل الإعلام لمواكبة التطور والثورة المعلوماتية في خطط وإدارة المؤسسات الصحفية، ألا يقتصر دور المؤسسة الصحفية على نقل الأخبار والأحداث بل يتعداها إلى التحليل ثم المبادرة لتصبح مركزاً بحثياً.

وجاءت أسئلة الدراسة كالآتي: هل التخطيط الاستراتيجي له دور فاعل في إدارة المؤسسات الصحفية؟، هل هنالك صعوبات تواجه تطبيق التخطيط الاستراتيجي الإعلامي؟، هل تتساوى النتائج عند تطبيق مبادئ الإدارة وتطبيق مبادئ الإدارة الإستراتيجية؟، هل يمكن أن تعمل إدارة المؤسسات الصحفية بالمبادرة استراتيجياً أم بردود الأفعال؟، هل يعي القائمون على إدارة المؤسسات الصحفية دور التخطيط الاستراتيجي على الرسالة الإعلامية؟.

وضعت الدراسة جملة من الفروض، منها: التخطيط الاستراتيجي دوره فاعل في إدارة المؤسسات الصحفية، هنالك صعوبات تواجه تطبيق التخطيط الاستراتيجي الإعلامي، لا تتساوى النتائج عند تطبيق مبادئ الإدارة وتطبيق مبادئ الإدارة الاستراتيجية بالمؤسسة الصحفية، يمكن إدارة المؤسسات الصحفية استراتيجياً وليس بردود الأفعال، تتفاوت درجات الوعي بين مديري المؤسسات الصحفية عن دور التخطيط الاستراتيجي الإعلامي.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية: اتضح أن غالبية منسوبي وكالة السودان للأنباء وخاصة الإداريين منهم لا يدركون أهمية التخطيط الاستراتيجي ودوره في إنجاح العمل حيث لا يتم العمل في الوكالة وفق خطط ذات رؤى وأبعاد مستقبلية، هنالك إجماع على حتمية تطبيق منهج وأسلوب التخطيط الاستراتيجي في إدارة وعمل الوكالة. اتضح بأن القوة العاملة بالوكالة أهدرت مواردها على الاستعانة بالحاضر للوصول للمستقبل المنشود وذلك بتطبيق تنفيذ التخطيط الاستراتيجي وبرامجه في عمل الوكالة. وضعت الدراسة عدداً من التوصيات:

- التزام الوكالة الربط والتنفيذ بين المكونات الرئيسية للتخطيط الاستراتيجي وهي الخطط والبرامج متوسطة المدى والميزانيات قصيرة المدى والخطط الإجرائية لإصدار

(1) فتح الرحمن أحمد محمد الكجم، «التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية» - وكالة السودان للأنباء نموذجاً، بحث غير منشور «ماجستير»، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 1433هـ - 2012م.

القرارات الفاعلة ذات النتائج المرجوة.
- لا بُدَّ من معرفة الكادر العامل بالوكالة بأهمية التخطيط الاستراتيجي ولابدَّ من معالجة معوقات التفكير الاستراتيجي.
- ضرورة أن يكون التخطيط الاستراتيجي اتجاهاً وأسلوباً في عمل الوكالة لأداء رسالتها.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

الدراسة السابقة تلقتي مع هذه الدراسة في كونهما يبحثان في مجال التخطيط الاستراتيجي ودوره الإستشرافي، ولكن الدراسة السابقة تهدف من التخطيط الاستراتيجي لإدارة فاعلة للمؤسسات الإعلامية أو ما يُسمى بالإدارة الاستراتيجية، بينما تستخدم هذه الدراسة التخطيط الاستراتيجي لتطوير وصناعة الإعلام الأمني بالسودان ليكون أكثر كفاءة. وتتدرج تحت ذلك الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات الإعلامية.

الدراسة الثامنة:

معتصم عادل علي محسن: (1)

أسئلة الدراسة تركزت حول: ما المقصود بالإعلام الأمني؟ ما هي معوقات تطبيق الإعلام الأمني؟ ما هي مجالات الإعلام الأمني؟ ما دور الإعلام الأمني في التوعية المجتمعية؟ إلى أي مدى يساهم الإعلام الأمني في التوعية المرورية؟
هدفت الدراسة إلى: معرفة الدور التوعوي الذي يلعبه الإعلام الأمني في التحسين من الأمن المروري. التعريف بالدور الإعلامي الذي يُمارَس على مستوى المؤسسات الأمنية وهو الذي يجهله الكثيرون. وقد توصلت الدراسة إلي النتائج التالية: للإعلام الأمني دور في التواصل بين الشرطة والجمهور وتفعيل الرسالة الأمنية. أكثر من 50% من المبحوثين يعتقدون بأن الشرطة تتحصر مهامها فقط بالأمر الأمنية، حيث يغيب عن الكثيرين الدور الإعلامي والتوعوي والإرشادي. الذين تعرّضوا لوسائل الإعلام الأمني من الجمهور ارتفع مستوى ثقافته الأمنية بشكلٍ كبير. دوائر و أقسام الإعلام الأمني بالشرطة تساهم في التوعية المرورية للسائقين.

وقد خلصت الدراسة إلي جملة من التوصيات:

-إعطاء محاضرات وندوات توعوية حول دور الشرطة والتعاون مع رجال الشرطة.
العمل على ترسيخ مفهوم الإعلام الأمني.
-استغلال وسائل الإعلام بكافة أنواعها لنشر الدعاية الأمنية والتوعوية بلغة يستطيع امة الشعب فهمها واستيعابها.

(1) معتصم عادل علي محسن، «الإعلام الأمني ودوره في خدمة المجتمع» -دراسة تطبيقية على الأمن المروري بمدينة رام الله فلسطين،- بحث غير منشور «ماجستير»، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي جامعة أم درمان الإسلامية، 1434هـ- 2013م

- خلق أجواء من التقارب بين رجل الأمن والمواطن من خلال عمل نشاطات تجمع الطرفين بهدف كسر الحواجز وتغيير النظرة التي يراها المواطنون في رجل الأمن من خوفٍ ورهبة.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

الدراسة السابقة اتخذت من الإعلام الأمني للمرور نموذجاً لخدمة المجتمع بينما تقوم الدراسة الحالية على دور التخطيط الاستراتيجي في صناعة الإعلام الأمني باعتبار هذا المجال يحتاج للتطوير من خلال التخطيط الاستراتيجي وتوفير معينات الصناعة له حتى يواكب مايجرى في العالم ويسهم في تحقيق أدواره المرجوة. الدراسة السابقة واللاحقة يبحثان في الإعلام الأمني بأحد جزئياته وهنا تلتقيان.

الدراسة التاسعة:

قنديل محبوب محمد أحمد: (1)

هدفت الدراسة إلي: طرح تصور يتضمّن تطلّعات وطموحات مستقبلية لدور الإعلام الأمني في مواجهة الاختراق الثقافي من شأنه تفعيل دوره تحقيقاً لمزيد من التوعية الأمنية. تحديد المشكلات التي تواجه الإعلام الأمني السوداني. التعرف على فاعلية التنسيق بين المؤسسات التربوية والثقافية والاجتماعية والإعلامية والأمنية. دراسة أثر الاختراق الثقافي على الهوية السودانية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي.

تساؤلات الدراسة: هل هنالك أسس واضحة للتنسيق بين الجهات الثقافية والتربوية والإعلامية والأمنية ذات الصلة للتصدي للإختراق الثقافي؟ هل توجد خطط واضحة لتطوير برامج الإعلام الأمني الخاصة للتصدي للغزو الثقافي؟.

إلى أي مدى يسهم محتوى البرامج الإعلامية الأمنية في التصدي لعمليات الاختراق الثقافي؟.

ما المشكلات التي تعوق مسيرة الإعلام الأمني، وتجعلها قاصرة على التصدي لعمليات الاختراق الثقافي؟.

هل هنالك أثر واضح للاختراق الثقافي على الأمن القومي السوداني؟. التوصيات: ضرورة أن تكون استراتيجيات الإعلام الأمني، قائمة على أسس أخلاقية. وأن تعمل من أجل مصالح المجتمع من خلال تأصيل قيم الخير والفضيلة والصدق والأمانة، وصيانة مصالح الأمة، ودفع عجلة التنمية والتعاون إلى الأمام، وتعميق

(1) قنديل محبوب محمد أحمد، «فاعلية الإعلام الأمني لعمليات الاختراق الثقافي في عصر العولمة» - دراسة حالة إذاعة ساهرون، بحث غير منشور، «دكتوراه»، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي - جامعة أم درمان الإسلامية، 1432هـ - 2013م

الوئام والأمن الاجتماعي، والتصدي لكافة التحدّيات التي تفسدُ على الأُمَّة نقاء فكرها الأصيل، والعمل على تعميق الثوابت والنظام العام.

ضرورة الاهتمام ببرامج التوعية الأمنيّة من أن تعي دورها في الحفاظ على الهويّة الوطنيّة.

التعبير عن أيّدولوجيّة الدولة الثقافيّة والحضاريّة والإسلاميّة وشرح أهدافها، وتوضيح مواقفها على المستويين القومي والدولي.

مطالبة الإعلام الفضائي والمحلي بالبناء الثقافي للمواطن مع ضرورة المحافظة على التقاليد والعادات والانفتاح على الثقافات الأخرى في إطار ما يُعزّز ويدعم الثقافة المحليّة.

العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحاليّة:

الدراسة السابقة تناولت فاعليّة الإعلام الأمنيّ لعمليّات الاختراق الثقافي في عصر العولمة بينما تقوم الدراسة الحاليّة على دور التخطيط الإستراتيجي في صناعة الإعلام الأمنيّ باعتبار هذا المجال يحتاج للتطوير من خلال التخطيط الاستراتيجي وتوفير معينات الصناعة له حتى يواكب ما يجري في العالم ويسهم في تحقيق أدواره المرجوة.

الفصل الثاني:
الإعلام ووسائله في العصر الحديث





الإعلام ووسائله في العصر الحديث

تمهيد:

تناول هذا الفصل أربعة محاور رئيسة تمثلت في الصحافة، الإذاعة المسموعة (الراديو)، الإذاعة المرئية (التلفزيون)، والإنترنت، واختتم بالإعلام الجديد. الصحافة المقروءة نشأتها ووظائفها، وتأثيراتها وجمهورها. ومن ثم مميزات الصحافة كوسيلة إعلام آمني وكيف أن هذه المميزات جعلت الدول العربية تهتم اهتماماً كبيراً بالصحافة، فضلاً عن أن هذه المميزات جعلت من الصحيفة وسيلة مناسبة للتوعية الأمنية.

الإذاعة المسموعة (الراديو)، خصائص الإذاعة المسموعة، أهميتها، ثم الإذاعة المسموعة كوسيلة إعلام آمني. وخاصيتها وانتشارها عبر الهواتف النقّالة والإنترنت الأفقي والرأسي الذي جعل الإذاعة وسيلة إعلام آمني فاعلة ومؤثرة. وتطوّق للاهتمام الدولي بالراديو. الإذاعة المرئية (التلفزيون) تطوّر عبر عدة مراحل حتى وصل للمرحلة التفاعلية المباشرة والآنيّة مع الجمهور الذي لم يعد متلقياً للرسالة فقط وإنما أصبح صانعاً ومشاركاً في المضمون ومرسلاً مع كونه مستقبلاً في آن واحد. حيث باستطاعة كل شخص وفي أيّ بقعة من الأرض وعبر الهاتف الجوال أن يقوم بتصوير أي مشهد وإرسالها ليتم بثها مباشرة من خلال أي قناة فضائية أو من خلال اليوتيوب. هذا التطوّر جعل التلفزيون وسيلة إعلام آمني مؤثرة.

الإنترنت، تطوّر في العشر سنوات الماضية بصورة كبيرة جداً وأصبح حاوياً لكل الوسائل الإعلامية السابق الإشارة إليها ابتداء من الصحافة وحتى التلفزيون من خلال الإعلام الجديد ، مما أكسب الإنترنت أهمية بالغة.

أولاً: الوسائل المقروءة (الصحافة):

تشمل هذه الوسائل الصُحف والمَجَلّات والكُتُب والنشرات والكُتُبَات والمُلصقات، ولكن المؤلف يُركّز على الصُحف باعتبارها نموذجاً لوسائل الاتصال المقروءة، ولدورها الهام جداً والحيوي في تشكيل الرأي العام، وكوسيلة مهمّة من وسائل الاتصال الجماهيري. ومن الوسائل المهمّة في إحداث وقيادة التغيير الثقافي والاجتماعي، فضلاً عن دورها المشهود والكبير جداً في نشر التوعية الأمنية وقدرتها الفائقة على تحقيق أهداف الإعلام الأمني في كل المحاور.

تميّزت الصحافة العربيّة كوسيلة إعلام آمني منذ نشأتها وحتى اليوم عن غيرها من بقية وسائل الإعلام الأخرى وما زالت تقوم أدوارٍ كبيرة في تنمية الوعي الأمني لدى

المواطن العربي، وأتاحت لها طبيعتها إيجاد مساحات متخصصة تدعم وتعزز محاور الأمن المختلفة من خلال هذه التخصصية، سواء صفحات متخصصة داخل الصحف العامة أو صحف ومجلات كاملة التخصص، حيث نجد صفحات متخصصة في الإعلام الاجتماعي (الأمن الاجتماعي)، وصفحات وجرائد متخصصة في الثقافة داعمة لـ (الأمن الثقافي)، وصفحات وجرائد متخصصة في الصحة داعمة ومعززة لـ (الأمن الصحي)، وصفحات وجرائد متخصصة في العمل العسكري المباشر، مساندة للقوات الأمنية وداعمة لـ (الأمن العسكري)، وهكذا.

أما على مستوى الأمن القومي الإسلامي فقد كانت الصحافة الإسلامية أكثر فاعلية ولاسيما في فترة مناهضة المستعمر، وما يزال دورها رائداً في توحيد الجهود الإسلامية وداعية لوحدة الصف الإسلامي والحفاظ على الثقافة الإسلامية الوسطية بعيداً عن الغلو والتطرف. ونلاحظ أن تلك الأعمال انت عبار عن جهودات فردية ومبادرات شخصية ولم تكن عملاً منظماً تسنده مرجعية فكرية أو إرادة سياسية.

«تعتبر الصحافة الورقية من الوسائل القديمة التي أسهمت في الإحياء والتجديد وإحداث النهضة الإسلامية والمنافحة عن الإسلام من خلال العديد من المُجَدِّدين في مسيرة الإعلام الإسلامي، أمثال الشيخ مُحَمَّد عبده، مُحَمَّد رشيد رضا، جمال الدين الأفغاني، عبد الحميد بن باديس، وغيرهم، فكانت صحيفة «العُرْوَة الوثقى»، و«مجلة المنار»، وصحيفة «المسلمون» التي كانت تصدر من لندن و«مجلة المُجْتَمَع» الكويتية، وغيرها من الصحف والمجلات التي كانت تُعمِّق قضايا الأمة الإسلامية وتُعبِّر عنها بصدق وموضوعية»⁽¹⁾.

ولقد كان مفهوم الأمن عند هذه الصحف يعني الأمن الإسلامي الذي لم يعرف الحدود، وينطلق عندهم هذا المفهوم من مقاصد الشريعة ووحدة الصف المسلم. إذ أنَّ (المسلمون في توادهم وتراحمهم كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى). فالأمن القومي الشامل هو أمن المسلم أينما كان وأمن المسلمين في كل زمان ومكان.

فالإسلام هو دين الأمن المادي والمعنوي، بل هو دين الرحمة الشاملة، للناس والمخلوقات على السواء، وتقرر الشريعة الإسلامية السمحاء أن «من بات آمناً في سربه عنده قوت يومه كأنما حيزت له الدنيا». حيث أن (أمن الفرد) هو بداية (أمن المجتمع)، فالفرد الخائف لا أمن له ولا أمان منه، فهو قَلِقٌ متوتّر مزعور ولن يكون قادر على العمل ولا الإنتاج ولا الحركة، وخوف الأفراد هو خوف المجتمع، حيث أن الفرد يؤثر في محيطه ومجتمعه ويتأثر به، ويقرن الخوف بالجوع، لأن الخائف أكثر عرضة للهجرة من نزوح داخلي أو لجوء خارجي بحثاً عن الأمن، وأكثر الناس جوعاً هم اللاجئين والنازحين

(1) محم خليفة صديق، مرجع سابق.

الذين يهربون خوفاً من الموت طلباً للأمان وبحثاً عن الغذاء والمأوى. وفي الواقع العربي نجد الشواهد أكثر من أن تُحصَى بسبب الحروب والخوف، كما هو الحال في كثيرٍ من الحالات الماثلة فلسطين، السودان، جنوب السودان، الصومال، اليمن، العراق، سوريا، وغيرها. فالأمن نعمة جديرة بالشكر والاحتفاء، فضلاً عن أن الخائف وغير الآمن أكثر عرضة لممارسة سلوكيات سلبية تهدد نواح أخرى من الأمن الإنساني، مثل الأمن الصحي، الأمن الغذائي، والأمن الثقافي والفكري وغيرها. إن المطلوب من الصحافة الأمنية بالوطن العربي في ظل النزاعات التي تسود في كثير من بلدان المنطقة، مطلوب منها وعلى وجه السرعة، مخاطبة قضايا الأمن من زوايا مختلفة، تبدأ بالعمل على إشاعة الطمأنينة والدعوة للتكافل والتراحم وحماية الأمن الاجتماعي، ولاتنتهي بالعمل الوقائي الذي ينظر في جذور أسباب المشكلات التي تمخضت عنها الصراعات وإبراز التحديات التي تواجه الحكومات والجماعات المسلحة على السواء، وكذلك دول المنطقة والإقليم للاسهام في معالجة تلك التحديات، باعتبار أن تأثير الخوف وفقدان الأمن لا يقف عند حدود الدولة المعنية أو مواطنيها، وإنما يتجاوزها إلى بقية الدول التي حولها، سواء باللجوء أو الهجرة غير المشروعة أو التأثير الأمني العسكري على حدودها ونقل ثقافة العنف إليها.

ويرى أبو صالح أن حماية الأمن القومي الإسلامي يتم عبر الإعلام القوي⁽¹⁾، إن الإعلام يُعتبر سلاحاً في حرب المصالح الدولية، لذلك فإن العمل على إضعاف الإعلام العربي والإسلامي يعتبر أحد الأهداف الإستراتيجية الغربية، ويتم ذلك عبر الاختراق والتأثير عليه، أو عبر منعه من التمويل، بالمقابل فإن استخدام الإعلام كسلاح يتطلب عدداً من العوامل والظروف، أهمها:

- وضوح رؤية الدولة.

- امتلاك الإرادة وارتفاع الوعي الإعلامي.

- قوة الرسالة مضموناً شكلاً وإخراجاً.

إن الأمن الشامل في الإسلام هو أمن الإنسان الذي كرمه الله سبحانه وتعالى وأوجد له حقوقاً لم تأت بها كل التشريعات الوضعيّة، وهو أمن البيئة التي دعا الإسلام لحمايتها وحض على ذلك في كثير من سور القرآن الكريم والأحاديث الصحيحة، وهو أمن الحيوان الذي أوصت شريعة الإسلام بالرفق به قبل أربعة عشر قرناً وقبل أن تعرف ذلك جمعيات الرفق بالحيوان. هذه هي النظرة الأشمل للإعلام الأمني في إطار الدولة الإسلامية وتحت مظلة الرسالة الخاتمة التي جاءت للناس كافة.

«في مجال استخدامات الصحف فقد أشار المنياوي إلى أن عدد الصحف العربية

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الحكيم- منهج التخطيط في الإسلام، (الخرطوم: مركز أم درمان الثقافي، 2016م)، ص249.

لكل ألف شخص (53) نسخة مقارنة بـ(285) نسخة لكل ألف شخص في الدول الصناعية المتقدمة، ومن السمات البارزة للصحافة العربية هو أن معظمها إما مملوكة للدولة أو أنها خاصة ولكنها تخضع لضوابط قانونية وتشريعية صارمة مما يجعلها غير قادرة لمواجهة التحديات الأمنية التي تُجابه الدول العربية.. ويزداد الأمر فداحة حينما تجد أن تلك الضوابط تُمارس بصرامة في مجال إغلاق الصُحف ومُصادرة المطبوعات وسجن واعتقال الصحفيين الذين لا يلتزمون بنصوص القوانين»⁽¹⁾.

وظائف الصحافة:

للصحافة وظائف تقوم بها، نذكر منها باختصار، ما يلي⁽²⁾:

1. الوفاء بحق الجماهير في المعرفة.
2. إدارة المناقشة الحرة في المُجتمع ونقلها إلى الجمهور.
3. الرقابة على مؤسسات المجتمع من الانحراف والفساد.
4. المساهمة في تحقيق ديمقراطية الاتصال.
5. المساهمة في تنمية المشاركة السياسيّة.
6. المساهمة في تحقيق التنمية الثقافيّة.
7. المساهمة في تحقيق تماسك المجتمع ووحده.
8. حماية الذات الثقافيّة.

مُميّزات الصحافة كوسيلة إعلام أمني:

للصحافة مُميّزات تختص بها دون بقية وسائل الاتصال الجماهيري، وهي مُميّزات كثيرة، نوجز بعضها فيما يلي:

1. قارئ الصحيفة يستطيع قراءتها أكثر من مرّة إذا أراد، وفي كلّ مرّة يزداد تثبيتهاً من الفكرة.
2. تعطي القارئ حُرّيّة كاملة في اختيار الوقت المُناسب لقراءتها، حسب فراغه.
3. الناس يميلون إلى تصديق الكلمة المكتوبة، ويتأثرون بمضمونها تأثيراً عميقاً.
4. لها ميزة اجتماعيّة لأنّها تنشر الحافز على تعلم القراءة والكتابة لدى الأميين، كما تساعد على محو الأميّة الثقافيّة لدى أنصاف المُتعلّمين بما تنشره من أفكار ودراسات.
5. تساعد على التقدّم، لتمييزها بامكانيّة تكرار المقروء والتفكير فيه جُملةً جُملةً، وبرويّة.
6. تُستخدَم بنجاح أكبر مع الجماهير المُتخصّصة، مثل العمّال والأطباء والمهندسين.
7. تتميّر بوضوح المقاصد والأهداف، فالكلمة المكتوبة تتطلب الوضوح.

(1) عبد الرحيم نور الدين حامد، مفهوم الإعلام الأمني في ظل التطوّرات التكنولوجيّة الإعلاميّة، (الرياض : جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، أعمال ندوة الجودة النوعية لبرامج الإعلام الأمني، 1427هـ - 2006م)، ص 33.
(2) محمد فتحي عبد الهادي، المعلومات الصحفيّة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانيّة - 1996م)، ص 161.

8. الضُخْفُ قَلَمًا تَتَعَرَّضُ لِلهَزَائِمِ مِنَ الحُكُومَاتِ.

9. تَمْتَازُ بِالصُّورَةِ وَالكَارِيكَاتِيرِ، فَقَدْ تُغْنِي الصُّورَةُ عَنِ أَلْفِ كَلِمَةٍ، وَهِيَ سِلَاحٌ قَوِيٌّ مِنْ أَسْلِحَةِ الصَّحَافَةِ الْمُعَاصِرَةِ⁽¹⁾.

إِنَّ خَطَرَ الكَلِمَةِ المَقْرُوءَةِ وَدَوْرَهَا أَكْبَرَ بِكَثِيرٍ مِنْ خَطَرِ وَدَوْرِ الأَسْلِحَةِ المَخْتَلِفَةِ، وَلِذَلِكَ فَطَنَتِ الدُّوَلُ الكُبْرَى لِهَذَا البُعْدِ المَهْمِ لِلصَّحَافَةِ فَأَنْشَأْنَ مَثَاتِ الصَّحَفِ الَّتِي تَخَاطَبُ جَمَاهِيرَهَا دَاخِلِيًّا بَلْ وَتَخَاطَبُ الأَخْرِينَ بِلِسَانِهِمْ وَلِغْتَهُمْ. وَفِي كُلِّ الحُرُوبَاتِ وَالمَعَارِكِ كَانَ دَوْرُ الصَّحَافَةِ دَوْرًا مَشْهُودًا، وَتَسْعَى بِذَلِكَ لِحَايَةِ أَمْنِهَا القَوْمِيِّ وَتَحْقِيقِ أَهْدَافِهَا الأَسْتِرَاطِيَّةِ وَمِصَالِحِهَا الخَارِجِيَّةِ مِنْ خِلَالِ الإِعْلَامِ الأَمْنِيِّ الدُّوَلِيِّ خَارِجَ الحُدُودِ. «وَالصَّحَافَةُ بِهَذَا المَفْهُومِ تَسْهَمُ فِي بِنَاءِ الأُمَّةِ، إِذْ إِنَّ الصَّحَافَةَ لَيْسَتْ تِجَارَةً خَالِصَةً، وَلا عِلْمًا خَالِصًا، وَلا مَزَادًا لِبَيْعِ الكَلَامِ، وَلَكِنهَا عَمَلِيَّةٌ بِنَاءٍ لِلْفَرْدِ وَالأُمَّةِ، وَمُؤَسَّسَةٌ قَائِمَةٌ عَلَى بِنِيَاتٍ مِنَ الفَنِّ وَالعِلْمِ وَالصَّنَاعَةِ وَالرِبْحِ المَادِيِّ غَيْرِ المُسْتَعْلِ»⁽²⁾.
إِنَّ الصَّحَافَةَ القَوِيَّةَ الفَاعِلَةَ وَالمُؤَثِّرَةَ أَحَدُ أَهْمِ مُؤَشِّرَاتِ قُوَّةِ الأُمَّمِ، وَأَحَدُ وَسَائِلِ مَقْيَاسِ رَقِيَّتِهَا وَتَطَوُّرِهَا.

وَلِذَلِكَ تَعُدُّ الصَّحَافَةُ مَرْجِعًا تَارِيخِيًّا وَسِجِلًا لِأَحْدَاثٍ يَرْجِعُ إِلَيْهَا الدَّارِسُونَ لِدرَاسَةِ الحَقَبِ المَخْتَلِفَةِ وَذَلِكَ فِي كَافَةِ مَجَالَاتِ الحَيَاةِ الإِقْتِصَادِيَّةِ وَالسِّيَاسِيَّةِ وَالاِجْتِمَاعِيَّةِ عَلَى الصَّعِيدِ المَحَلِيِّ وَالعَالَمِيِّ⁽³⁾.

إِنَّ تِلْكَ المَزَايَا لِلصَّحَافَةِ جَعَلَتِ الدُّوَلِ العَرَبِيَّةَ تَهْتَمُ بِشَأْنِ نَشْرِ التَّوْعِيَةِ الأَمْنِيَّةِ عِبْرَ الكَلِمَةِ المَقْرُوءَةِ لِمَا لَهَا مِنْ قُدْرَةٍ فَائِقَةٍ عَلَى مَعَالِجَةِ كُلِّ القَضَايَا الَّتِي تَهْمُ المَجْتَمَعَ سِوَاءَ كَانَتْ أَمْنِيَّةً مَبَاشِرَةً أَمْ غَيْرَ مَبَاشِرَةٍ كَالَّتِي يَبْدُو ظَاهِرُهَا اجْتِمَاعِيًّا أَوْ ثَقَافِيًّا أَوْ سِيَاسِيًّا. إِنَّ الصَّحَافَةَ قَادِرَةٌ عَلَى أَنْ «تَوْفِّرَ إِمْكَانِيَّةً تَقْدِيمِ مَعْلُومَاتٍ غَزِيرَةٍ وَمُتَوَّعَةٍ، سَرِيعَةٍ وَأَنْيَّةً، كَمَا تَوْفِّرُ إِمْكَانِيَّةً تَقْدِيمِ مَوْضُوعَاتٍ جَادَةٍ وَمَعْقَدَةٍ وَإِمْكَانِيَّةً مَعَالِجَةِ هَذِهِ المَعْلُومَاتِ بِقَدْرِ مِنَ العَمْقِ وَالمُشْمُولِيَّةِ وَقَدْرِ مِنَ التَّفْصِيلِ وَالتَّحْلِيلِ الدَّقِيقِ»⁽⁴⁾.

وَلِذَلِكَ يُمْكِنُ لِلقَائِمِ بِالإِتِّصَالِ فِي الإِعْلَامِ الأَمْنِيِّ عِبْرَ الصَّحِيفَةِ وَمِنْ خِلَالِ الكَلِمَةِ المَقْرُوءَةِ مَخَاطِبَةَ الأَلْفِ بِلِ وَالمِلايِينَ وَتَغْذِيَّتَهُمُ بِالمَعْلُومَةِ المَطْلُوبَةِ فِي الزَّمَانِ المَطْلُوبِ وَبِالسَّرْعَةِ وَالدَّقَّةِ المَطْلُوبَةِ.

«إِنَّ تِلْكَ المِيزَاتِ جَعَلَتِ مِنَ الصَّحِيفَةِ وَسِيلَةً مَنَاسِبَةً لِلتَّوْعِيَةِ الأَمْنِيَّةِ، وَلِذَا يَمَثِّلُ الإِعْلَامُ الأَمْنِيُّ المَقْرُوءُ مَجَالًا خَصَبًا يُمْكِنُ اسْتِثْمَارُهُ لِنَشْرِ الوَعْيِ الأَمْنِيِّ وَمَعَالِجَةِ

(1) محمد الدميري، الصحافة في ضوء الإسلام، (مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، 1988م)، ص 103-105.

(2) إجلال خليفة، الوسائل الصحفية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م)، ص 139.

(3) محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الإتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة لمحدودة، 2009م-1430هـ)، ص 47.

(4) أديب خضور، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكون رأي عام ضد الجريمة، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2000م)، ص 78.

القضايا الأمنية والاجتماعية لتحقيق أهداف الإعلام الأمني»⁽¹⁾.
إن الصحافة الورقية يمكن أن تُسهم بصورة مباشرة في تعزيز الثقافة الأمنية وتصبح أحد أهم وسائل الإعلام الأمني شريطة أن تتوفر لها الخريّات الصحفيّة المطلوبة، ومعرفة الأطر البشريّة لأهميّة وماهيّة الإعلام الأمني بمفهومه الشامل وضبط المصطلح والاتفاق حوله فضلاً عن وجود استراتيجية واضحة للإعلام عموماً وللإعلام الأمني على وجه الخصوص.

«الصحافة الأمنية تُطلق جزافاً على صفحات تغطية أخبار الجرائم والحوادث. وهذه تعاني من ضعف الكوادر المؤهلة والمتخصّصة علمياً فضلاً عن أنّ إدارات الإعلام في الأجهزة الشرطية والأمنية لا تتعاون بشكل كامل في تملك المعلومات وإتاحة خريّة الحركة للصحفي لجمع المعلومات التي يريدونها لأنها تفرض قيوداً إدارية وبيروقراطية على التعامل مع الأجهزة الإعلامية مما يجعل رسائل الإعلام الجنائي إما ضعيفة أو متناقضة أحياناً»⁽²⁾.

لعل من أبرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة ظهور ما يُسمى بالصحافة الإلكترونيّة (الصحيفة اللأورقية) التي يتم نشرها على صفحات الإنترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث بداخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها وطبع ما يرغب طباعته منها.

«الصحيفة الإلكترونيّة نتاج تطور هائل شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي، ويتوقع الباحثون أن تقود المحاولات المُستمرّة لتطوير الصحيفة الإلكترونيّة إلى تقديمها على الصحيفة الورقية. وينقسم هذا النوع من الصحف إلى قسمين أولهما الصحف الإلكترونيّة الكاملة (Online)، وهي التي لا تصدر على نسخ ورقية وإنما تتعامل كل الوقت على موقع الإنترنت، والنوع الثاني هو النسخ الإلكترونيّة من الصحف الورقية، وقد تقدّم الصحيفة الأم كل أو بعض خدماتها للقراء على صفحة الإنترنت»⁽³⁾.

حماية وتعزيز الأمن القومي مسؤولية الجميع، وفق مستويات مختلفة، فللحكومة القائمة على إدارة الدولة مسؤولية كما للصحافة مسؤولية وللجمهور مسؤولية، تتفاوت هذه المسؤوليات وتتباين. ولكن على الحكومة أن تحدد المسار الاستراتيجي للصحافة بما يحقق أهداف الأمن القومي وفق ما هو وارد في الدستور والتشريعات الصحفيّة.

”لكي تنخرط الصحافة في علاقة إيجابية مع الدولة ولتسهم معها بفاعلية في القضايا والتحديات التي تواجهها، لابد من سياسة قاصدة نحو تطوير الصحافة لتغدو صناعة متكاملة ومؤسسات حقيقية، إذ لا بُدّ للدولة من التدخّل لإحداث نوع من الاستقرار في

(1) إيمان عبد الرحمن أحمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية – الإذاعة السودانية نموذجاً، (الرياض : جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1431هـ - 2010م)، ص 46.

(2) عمر صديق البشير، كاتب صحفي وناشر، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ السبت 2015/3/14م الساعة 7 مساءً.

(3) علي منعم القضاة، الكتابة المتقدمة للأخبار والتقارير الصحفيّة، ورقة بحثية، (د.ت).

قطاع الصحافة عبر اعتماد حزمة من الإجراءات التي تخاطب مشكلات القطاع⁽¹⁾. ويمتد دور الصحافة تجاه الأمن الوطني، والأمن القومي للعالم العربي أو الإقليم، بزيادة التوعية الأمنية لدى الجمهور عموماً، وليس الجمهور الداخلي للمؤسسات العسكرية، وترتبط التوعية الأمنية بجميع أنواع الأمن التي يحتاجها الناس والمجتمعات في حياتهم اليومية، بدءاً بالأمن الصحي ونشر التوعية والمعرفة الصحية، مروراً بالأمن الفكري والثقافي وتحصين الشباب من الانحرافات الفكرية والثقافية والانضمام للجماعات الإرهابية والتكفيرية، وكذلك الأمن الاجتماعي الذي يتصل بسابقه سواء انتشار المخدرات وتأثيرها على الصحي (النفسي والبدني) والاقتصادي على الدولة وأمنها الصحي والاقتصادي، أو الجرائم الأخلاقية، ومن الضرورة الاهتمام بصناعة الصحافة المتخصصة (صحافة الطفل والمرأة) حيث أن أطفال اليوم هم رجال الغد الذين ينتظرهم الوطن والأمة على السواء، وبالتالي فإن تنشئتهم على الوسطية وحرص القيم الفاضلة والأخلاق النبيلة يمثل حمايتهم مستقبلاً، والمرأة هي نصف المجتمع وتوعيتها بدورها الفطري وحرصها على القيام بذلك وتحمل مسؤولية الأمومة تجاه الأبناء والوطن من أوجب واجبات الصحافة الأمنية المتخصصة، مع مراعاة اللغات المختلفة التي تخاطب المواطن والزائر والمقيم بلغاتهم ضمناً لوصول الرسائل والمضامين الإعلامية.

لقد تطورت الصحافة تطوراً مذهلاً في الشكل والمضمون، واستطاعت أن تواكب ما استجد على الساحة الإعلامية، بفضل النقلة التقنية الكبيرة التي اجتاحت العالم وفرضت واقعاً جديداً على الاتصال وتقنياته ووسائله.

”الصحافة كغيرها من وسائل الاتصال تستطع أن تعيش بمعزلٍ عن هذه التطورات، ففي مجال تقنيات العمل الصحفي دخلت الحاسبات الإلكترونية متزاوجة مع تطبيقات الإنتاج والعمل الصحفي في مختلف مراحلها، كما أضحت شبكة الإنترنت عبر مواقعها ونوافذها المتعددة من أهم الوسائط المتعددة في مجال الاتصال والعمل الصحفي، حيث اعتمدت عليها في تقديم الخدمات الصحفية عبر كافة مراحلها، بل إن معظم المؤسسات الصحفية لجأت إلى إصدار نسخ إلكترونية من النسخة الورقية لصحفتها اعتماداً على آلية بقاء الصحافة الورقية كوسيلة اتصال جماهيرية مما يحتم عليها مواكبة التطور والمتغيرات“⁽²⁾.

ثانياً: الوسائل المسموعة (الإذاعة):

عَرَفَ النَّاسُ الْوَسَائِلَ الْمَسْمُوعَةَ كَأَدْوَاتٍ وَوَسَائِلِ الْإِتِّصَالِ مُنْذُ قَدِيمِ الزَّمَانِ، مِثْلَ

(1) مخلص جبير أحمد السنوسي، مابين الصحافة والأمن القومي السوداني، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعمله المحدودة، 2015م)، 132ص-133.

(2) صفاء محمد خليل، الممارسة الصحفية في ظل الاندماج الإعلامي- دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية، مجلة كلية الدعوة والإعلام- جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد الثالث -ديسمبر 2015م-1437هـ، ص223.

المُخَاصِرَة والنَّدوة والخُطبة والاتصال المُوَجَّهِي وغيرها حَتَّى الأسطوانات المُدْمَجَة، وظَلَّت تَتَطَوَّر باستمْرَارٍ حَتَّى جَاءَت الإذَاعَة المَسْمُوعَة وَمَا صاحبها من نَقَلاتٍ كَبيرة في جوانب مُختلفة منذ ميلادها وحتى اليوم، ويُرادف لها أيضاً المسموعات الأخرى التي اِعْتَمَدَت على الصَّوت، حيث كانت (أشرطة الكاسيت) في السبعينات والثمانينات تقوم بأدوار كبيرة ومتعاطمة في نشر التوعِيَة الدِينِيَّة وتماسك المجتمعات.

«كسرت الإذاعات الحواجز حتى صار بمقدور أي فرد في أي مكان من العالم أن يلتقط البرامج التي تروق له في أي محطة إذاعيَّة وفي أي وقت يشاء من خلال الموجات القصيرة»⁽¹⁾.

ويَتَنَوَّل المؤلف هنا الإذاعة كنموذج لوسائل الاتصال المسموعة في العصر الحديث، فهي من أهمِّ هذه الوسائل كَأَفَّة في توصيل الرِّسالة الإعلاميَّة، وأوسعها انتشاراً، وأكثرها تأثيراً في جمهور المستمعين، وما تستطيع تحقيقه منفردة يفوق تلك الوسائط مجتمعة كوسيلة إعلام أمني داعمة ومعززة للأمن القومي على كَأَفَّة مستوياته. وقد زاد من تعظم دورها وأثرها الإنترنت الذي - أيضاً - خصم منها وقلل من جمهورها لصالح الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة وسط الشباب والطلاب، وهذا موضوع بحث يحتاج للمزيد من الدراسة.

«اِحْتَلَّت الإذَاعَة منذ نشأتها مركزاً هاماً بين وسائل الاتصال الجماهيريَّة، تجاوز نصف القرن أن تكون في المركز الأوَّل بين غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، من قُوَّة التأثير والثقافة والتوجيه، وأصبح الرّاديو جزءاً من حياة كل فرد تقريباً، خاصَّة بعد انتشار الترانزستور بطريقة مذهلة، ورخص سعره مما جعله في مُتناوُلِ كُلِّ إنسان، بالإضافة إلى عدم اعتماده على الكهرباء، وأصبح الرّاديو أداة هائلة من أدوات التأثير على الملايين، إذ يعتمد على الكلمة المُذَاعَة التي لها سحرها وقُوَّتُها الإيجابيَّة وتأثيرها الخطير، فهي تدور حول العالم سَبْع مرات ونصف المرة في الثانية»⁽²⁾.

إنَّ دور الإذاعة المسموعة ظل يتعاضم باستمرار منذ اكتشاف الراديو وحتى يومنا هذا لما لهذا الجهاز من خاصيَّة تميزه عن غيره من الأجهزة والوسائط الإعلامية الأخرى. وتجاوز دورها الحدود ليخاطب من هم خارج حدود الدولة المعنيَّة للتأثير عليهم واستمالتهم وتوصيل رسائل محددة لهم. عبر ما يعرف بالإذاعات الدولية مثل BBC وغيرها من الإذاعات الدوليَّة التي تنفق المليارات من أجل حماية أمنها القومي. والتأثير على أفكار وقناعات الآخرين من خلال الاستراتيجيَّة الإعلامية للدولة المُرسَلَة في إطار استراتيجيَّتها الشاملة للتغيير والتي يقودها الإعلام الاستراتيجي.

والملاحظ لنشأة وتطوُّر الإذاعات على المستوى العالمي يجد أنها نشأت في كنف

(1) نفيسة الشرفاوي أم أحمد، الإذاعات ودورها في المجتمعات، (القاهرة: دار الكتب المصريَّة، أغسطس 2016م)، ص38.

(2) حسن عماد مكاي، إنتاج البرامج للراديو، (القاهرة: دار الفكر العربيَّة، بدون تاريخ)، ص1.

القوات العسكرية والأجهزة الأمنية والمخابرات لتقوم بدور مباشر في دعم الحرب النفسية والمعنوية التي تقوم بها الدول تجاه بعضها البعض في ظل سياسات واستراتيجيات الإعلام الأمني الدولي لديها، والذي يرتبط بحماية أمنها القومي خارج حدودها الجغرافية. وهنا تأتي أهمية الإذاعات الأمنية ويعظم دورها تجاه نشر النوعية الأمنية، وتحسين الجمهور الداخلي من الغزو الفكري والثقافي.

تُعَدُّ الإذاعة بالراديو الوسيلة المثلى لمخاطبة الجماهير العريضة على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية، (الأميين والمتعلمين)، (الكبار والصغار)، (النساء والرجال)، على حدٍ سواء، فضلاً عما تتمتع به من إمكاناتٍ وفُدراتٍ تُيسِّرُ لها الوصول إلى هذه الجماهير العريضة المتنوعة في أماكن الأرض والبحر مُتخطية طول المسافات، وحواجز الرقابة الأمنية في آنٍ واحد، إضافةً لما تتميز به من خاصيةٍ فريدةٍ في اعتمادها على الصوتِ بـكُلِّ ما ينتج من تأثيراتٍ عقليةٍ ووجدانيةٍ سواء كان الصوت هو الصوت البشري (المُتحدِّث والمُمثِّل والخطيب) أو هو صوت المؤثرات الصوتية، وهي خاصية تميَّزت الإذاعة بها تميَّزاً عن الوسائل المطبوعة مهما كان شكلها ومهما كان محتواها. ناهيك عما أحدثته الترانزستور فيما يمكن أن نطلق عليه (ثورة الترانزستور)، أو ثورة الاستماع، حيث زادت قاعدة المستمعين واتسعت رقعة الاستماع بسبب انتشار ذلك الجهاز الذي يمكن حمله واصطحابه إلى كُلِّ مجلس وكل مكان، والذي يضع الدنيا بين أصابعك في كُلِّ لحظة دون أدنى أعباء مادية أو نقدية أو تقنية تُذكر، فلا زال هو الأرخص تكلفَةً، والأسهل استخداماً، والأقرب إلى الوجدان والأسهل بين كُلِّ وسائل الاتصال بلا مُنازع»⁽¹⁾.

طبيعة تنوع وخصائص جمهور الراديو وما يتسم به من تباينات متعدّدة، واتجاهات مختلفة، يلقي على هذه الوسيلة الإعلامية المهمة عبئاً ثقيلاً في الموازنة بين أمزجة وميول ورغبات هذه الفئات المختلفة والتي لا يجمع رابط بينها إلا الرغبة في الاستماع للراديو وفق أهداف مختلفة أيضاً.

ومعروف أنّ الراديو يخاطب جماهير عريضة من الناس وتلك الجماهير متباينة في السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية والاتجاهات المختلفة، فضلاً عن الجوانب السيكولوجية التي تتحكّم في تصرفات الأفراد، ولهذا فمهمّة الإذاعة شاقة وعسيرة في مخاطبتها لهذه الجماهير من خلال ما يربط بينهم من خصائص مشتركة، إذ يصبح على الراديو إشعار كل فرد بهذه البرامج وتلك الرسائل⁽²⁾.

إنّ الإذاعات المسموعة ظلّت منذ إنشائها تلعب أدواراً كبيرة في العامل الأمني

(1) كرم شلبي، الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب، (القاهرة: مكتبة التراث الثقافي، 1991م)، ص 62.

(2) عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، (أربد: دار الفرقان، 1998م)، ص 7.

العسكري المباشر والاستخباراتي المرتبط بالدعاية والحرب النفسية والإشاعة، ونجد ذلك جلياً في الحربين العالميتين الأولى والثانية، هذا من جهة، ومن جهة ثانية ترتبط ارتباطاً كبيراً ووثيقاً - كذلك - بالعمل الدبلوماسي. ولذلك توجد منفعة متبادلة وعلاقات وثيقة بين هذه الجهات. وتظهر بصورة جلية بين وزارة الخارجية البريطانية وإذاعة الـBBC حيث تعمل الخارجية البريطانية على توظيف الإذاعة في العلاقات الدولية الدبلوماسية الإعلامية، وهكذا الحال بالنسبة لكثير من الدول.

”إنّ الإعلام الدولي لعب دوراً بارزاً في الحرب الباردة التي سعي أطرافها لبسط السيطرة والنفوذ على ربوع العالم خاصة بعد أن اكتشفت القوى المتصارعة أنّ قوة الكلمة لا تقل أثراً عن قوة السلاح“⁽¹⁾.

الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري لها مُمَيَّزَات، أذكر منها مايلي:

1. الإذاعة وسيلة الاتصال التي لا يمكن إيقافها.

2. هي وسيلة الاتصال التي ليس لها حدود.

3. سرعة نقل الحدث.

4. تتناسب الإذاعة للمستويات الثقافية المنخفضة، خاصة الأميين.

5. هي الوسيلة الوحيدة التي يُمكن أن تصل إلى جميع أنحاء العالم في نفس الوقت وتنقل رسالة من دولةٍ إلى أُخرى⁽²⁾.

ومما يَدُل على أهميّة الإذاعة المسموعة هذه الأرقام عن هيئة الإذاعة البريطانية التي تُعدّ من أهمّ الإذاعات الموجهة للخارج وأكبر مؤسسات الإعلام الأمني الدولي، «كانت هيئة الإذاعة البريطانية تستخدم في أوائل الثمانينات - بالإضافة إلى اللغة الإنجليزية - ما يقرب من أربعين لغةً في إذاعاتها الموجهة إلى الخارج، وتبث سبعمئة وخمسين ساعة يومياً، وتوجّه إذاعات بسبع عشرة لغة إلى أوروبا، واثنين وعشرين لغة إلى الدول الأخرى»⁽³⁾.

الإذاعة المسموعة والتوعية الأمنية:

إنّ الإذاعة المسموعة كانت وستظل من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لطبيعتها وخصائصها التي ذكرناها والتي تُؤهلها لأن تلعب الدور الأكبر في نشر التوعية الأمنية وتحقيق رسالة وأهداف الإعلام الأمني في العصر الحديث، مُستصحبين ما طرأ على الرّاديو من تحسيناتٍ وتطوّراتٍ نوعيّة وكميّة في إرساله وأجهزة استقباله وزيادة انتشاره الرّاسي والأفقي، واستفادته من ذلك التطوّر التقني، وتوظيف هذه الخصائص والابتكارات لصالح وجوده ومنافسته، بل لصالح تقدّمه ركب وسائل الاتصال الجماهيري والتقوّق

(1) معتمد بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص 9.

(2) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، (الكويت، دار الكتاب الحديث، 1983م)، ص 17.

(3) جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985م)، ص 369.

عليها، ولا سيما بعد ظهور الرّاديو الرقمي Digital Radio وما أحدثه هذا التطوّر التكنولوجي من انعكاساتٍ على الإذاعة المسموعة حيث أصبحت القنوات الإذاعيّة تُسْمَع عبر الفضائياتِ التلفزيونيّة، فضلاً عن امكانيّة الاستماع لكلّ الإذاعات عبر تردّد FM من خلال الجوّال (الهاتف المحمول) فأصبح بمقدورك التّقلُّ بكلِّ سهولةٍ ويُسرٍ لكل المحطّاتِ الإذاعيّة، وأنت تمارس عملك بلا توقّف، دون التقيّد بِطريقةٍ محددة للاستماع. مُميّزاتٍ وخصائص الإذاعة وانتشار أجهزة الراديو وسهولة استخدامها عبر الهاتف الجوال أو السيارة وغيرها، جعلها أفضل وسيلة لبث محتوى الإعلام الأمني. وقوّة وتأثير الكلمة المُذاعة تساعد على توصيل المعلومة الأمنيّة وترسيخها لدى المستمعين.

«في المواقف التي تتعلق بالأمن القومي التي تؤثر على أمن واستقرار المواطن والدولة تكون الإذاعة خير وسيلة لمخاطبة الجماهير وشحذ هممهم والتأثير عليهم من خلال الرسائل الموجهة إليهم»⁽¹⁾. وهي الأكثر وصولاً للقوات المقاتلة المرابطة في الحدود أو مناطق الجبهات القتاليّة وذلك لطبيعة الراديو وامكانية حمله بسهولة ويسر لصغر حجمه وعدم اعتماده أو ارتباطه بأطباق بث كما هو الحال للتلفزيون، أو سماعها مباشرة عبر أجهزة الهواتف السيارة (الموبايل).

إنّ الإهتمام الدولي بالراديو ما يزال متواصلًا لمُميزاته وقُدراته الفارقة على توصيل الرسالة وتخطّي الحدود. ويظهر هذا الإهتمام الكبير في الولايات المتحدة الأمريكيّة التي أنشأت هيئة الاتصالات الفيدراليّة بإشراف مباشر من الرئيس الأمريكي: «أنشئت هيئة الاتصالات عام 1934م من قِبَل الكونغرس الأمريكي وقد خولّ الكونغرس هيئة الاتّصالات الفيدراليّة سُلطة تنظيم جميع الاتّصالات السلكيّة واللاسلكيّة الداخليّة والخارجيّة للولايات المُتّحدة الأمريكيّة. وقد نصّ قانون الهيئة على أنّها تتألّف من سبعة أعضاء يعينهم رئيس الولايات المُتّحدة بموافقة مجلس الشيوخ»⁽²⁾.

إنّ خاصيّة الإذاعة المسموعة وسهولة حمل الراديو، ووجود إذاعات على الهواتف النقّالة والانتشار الأفقي والرّاسي للراديو ووصوله لكل الناس، جعل الإذاعة وسيلة إعلام أمني فاعلة جداً ومؤثّرة في مخاطبة الجمهور المُستهدف داخل وخارج بلدانهم.

«كان لا بُدّ للكتل العظمي التي خاضت الحرب أن تستقطب تلك الدويلات الصغيرة والمستعمرات لتعضّد مواقفها في ساحات القتال. وكان هذا السبب بالتحديد مدعاة لدخول المحطات الإذاعيّة العديد من تلك الدول. والسبب هو أن تساعد المحطات الإذاعيّة في ربط الدويلات الصغيرة بالعالم الخارجي لاسيما الدول التي تدور في فلكها مثل بريطانيا وفرنسا وألمانيا وهي بدأت بالطبع خوض معارك الأثير منذ بدايات الحرب. وظهر جلياً أن معظم تلك الإذاعات الوليدة كانت بتمويل وتنسيق الدول الأوربيّة ولذلك قد حملت

(1) إيمان عبد الرحمن أحمد محمود ، مرجع سابق، ص 50.

(2) عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، (القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، دت)، ص 29.

نفس فلسفتها»⁽¹⁾.

مع تميّز الإذاعة المسموعة كوسيلة إعلام أمني في التوعية الأمنية لكلّ فئات جمهور المستمعين، إلا أنها أكثر تميّزاً في التوعية الأمنية المرورية وتغيير سلوكيات قادة المركبات والالتزام الصارم بأنظمة وقوانين المرور، حيث الفئة المُخاطبة بالرسائل التوعوية هم شريحة الشباب وهم الأكثر تعرّضاً للحوادث المرورية وتأثراً بها، وهم كذلك أكثر ابتعاداً عن القنوات الفضائية والصّرف وأقربهم للإذاعات - من خلال راديو السيارة-، ومن الأهمية بمكان زيادة البرامج المتصلة بالشباب عند التخطيط البرامجي وكذلك زيادة الإعلان المباشر المجاني من الإذاعات العربية الحكومية والخاصة في إطار دورها الوطني ومسؤوليتها الاجتماعية، حيث أن أرقام الوفيات بسبب حوادث المرور في تزايد مستمر بالعالم العربي حسب الاحصاءات العربية الرسمية. «ارتفع عدد وفيات السعوديين نتيجة حوادث مرورية إلى 10.961 عام 2017م، مقارنة بوفيات عام 2016م الذي بلغت فيه 10.861، وذلك بحسب مسح الخصائص السكانية الصادر عن الهيئة العامة للإحصاء، من جهته عد رئيس الجمعية السعودية للسلامة المرورية الدكتور المهندس عبدالحميد المعجل الأمر بالمخيف مرجعاً السبب الرئيس فيه إلى عدم تنفيذ الاستراتيجية العامة للسلامة المرورية التي أقرت بأمر سام قبل 4 سنوات وقبله استغرقت دراستها 3 سنوات وخُصّصت لها ميزانية بنو 60 مليار ريال»⁽²⁾.

ووفقاً للمركز الإعلامي التابع لمنظمة الصحة العالمية فإن العالم يشهد سنوياً وفاة 1.25 مليون شخص بسبب حوادث المرور، وأبان التقرير أن الشباب يمثلون نسبة 48% من أولئك الذين يموتون في حوادث المرور وأن الذكور هم الأكثر إذ يمثلون نسبة 73% من مجموع وفيات حوادث الطُرق.

«وفي السودان بلغت حوادث المرور للعام الماضي 2017م 1161 حادثاً نجمت عنها 76 حالة وفاة و 2349 إصابة، وإحداث 4607 خالة إعاقة مستديمة، و7210 حالة إصابة خفيفة، وأن 40% من مصابي الحوادث المرورية عرضة للموت بعد فترات متراوحة، وتُعد حوادث المرور في السودان السبب الأول في الوفيات بالبلاد، ويرجع خبراء أسباب الحوادث للسرعة الزائدة، الاستهتار والاهمال، الانشغال بالحوال، تعاطي الخمر والمسكرات والمخدرات، والإرهاق»⁽³⁾.

حوادث المرور - كنموذج للأخطار الأمنية ودور الإذاعات في الحد منها وتقليلها- تتجاوز آثارها وأضرارها الأمن الصحيّ والفردي والمجتمعي إلى الأمن الاقتصادي. «صنّف الأردن بالمرتبة الثالثة عالمياً في عدد حوادث المرور بلغ عدد حوادث المرور

(1) نفيسة الشرفاوي أم أحمد، الإذاعات ودورها في المجتمعات، (القاهرة: دار الكتب المصرية، أغسطس 2016م)، ص39.

(2) صحيفة مكة السعودية، الأربعاء 1 ربيع الثاني 1439هـ - 20 ديسمبر 2017م، WWW.MAKKAHNEWSPAPER.COM

COM

(3) صحيفة الصحافة السودانية، 2017/10/7م، نقلاً عن صحيفة الراكوبة الإلكترونية، www.alrakoba.net

102.441 حادثاً حصدت 688 وفاة، 14.790 جريحاً، ووفق مدير إدارة السير المركزية فإن الخسائر بلغت 216 مليون دينار»⁽¹⁾.

هذا الواقع المؤلم يتطلب من الإذاعات كوسيلة إعلام أمني المزيد من تكثيف برامج التوعية الأمنية للمرور، خاصة وأنها من أكثر الوسائل الاتصالية التي تحقق نتائج إيجابية لدى الجمهور المستهدف على مستوى العالم العربي.

وبحسب إحصائية لدراسة مسحية قام بها المؤلف شملت 500 سائق كعينة عشوائية لسائقي المركبات العامة والخاصة بمحلية الخرطوم بحري بالسودان، فإن 402 من العينة المبحوثة يستمعون للإذاعة عبر راديو السيارة بنسبة تفوق 80%، وأن 386 منهم يفضلون الاستماع في الفترة الصباحية وهم في طريقهم للعمل بنسبة تجاوزت 77% من العينة المبحوثة، وهذا يشير لفاعلية الإذاعة في توصيل رسائل التوعية الأمنية خلال هذه الفترة الصباحية.

ثالثاً: الوسائل المرئية والمسموعة (التلفزيون):

يحتل جهاز التلفزيون أهمية كبرى وخاصة بين وسائل الاتصال الجماهيري، فهو بلا شك من أشهرها على الإطلاق - رغم حداثة مقارنته بها - ويُعد أكثرها تأثيراً، لتمييزه بخاصية نقل الكلمة والصورة، مرئية ومسموعة، والصورة في غالب الأحيان لا تحتاج كثيراً للشرح والتوضيح لأنها تُعرّف عن نفسها، (ونستدل بصورة الطفل الفلسطيني الشهيد محمد الدرة والجندي الصهيوني يُصوّب عليه سلاحه ويطلق النار بدم بارد، ووالد الطفل يحاول أن يفتديه بنفسه) فهي صور ناطقة ومعبرة ولا تحتاج لشرح أو توضيح وربما الشرح يفسد معناها.

فضلاً عن كون التلفزيون يخاطب كل فئات المشاهدين على كافة مستوياتهم التعليمية والثقافية وبلغاتهم المختلفة ولهجاتهم المتعددة، ومن قبله كانت السينما والفيديو والمسرح من أهم وسائل الاتصال المرئية والمسموعة. ويتناول المؤلف التلفزيون كنموذج لوسائل الاتصال المرئية المسموعة.

«يعتبر التلفزيون في نظر الكثيرين وسيلة تسلية ترفيهية، بينما ينظر إليه البعض على أنه جهاز له إمكانات إعلامية وسياسية وتعليمية واسعة كما يمكن أن يؤدي دوراً خطيراً في حياة الأمة، ويتميز التلفزيون عن وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى بأنه يعطي صورة حية أو صامتة مصحوبة بتعليق صوتي يتضمّن في ثناياه معالجة فكرة ما، ذلك هو اللقاء بين التلفزيون والجماهير، ومن أجل الصورة تسعى الجماهير لمشاهدته»⁽²⁾.

بعد التطور التقني الكبير الذي حدث في العالم تزداد في كل يوم جديد أهمية

(1) صحيفة المدينة الإماراتية، 10 مايو 2016م، www.almadenahnews.com

(2) أحمد بدر، الإتصال بالجماهير بين الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار قباء للنشر والطباعة، 1998م)، ص 79.

التلفزيون حيث صار بإمكان أي فرد وبأي بقعة من الأرض أن يقوم بتصوير أي حدث من خلال الجوال وبثه عبر القنوات الفضائية التي اتخذت من البث المباشر وسيلة لكسب المشاهدين، وتؤكد ذلك أحداث سوريا وغيرها من ثورات الربيع العربي التي نتج عنها وتطوّر خلالها البث المباشر للأحداث من خلال كُبريات الفضائيات ويقوم بذلك الجمهور الذي أصبح مُرسلاً بعد أن كان في السابق مُستقبلاً فقط.

«يعد التلفزيون من أقوى وسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين، وله مزايا عديدة يشارك فيها وسائل الاتصال، ويفرد دون هذه الوسائل بمزايا أخرى حيث يُقدِّم لمُشاهديه المعارف والأفكار والخبرات في مشاهدٍ مُتكاملةٍ تعتمد على الصورة الحيّة المُعبِّرة المُقتَرنة بالصوت الدالّ على عُمق المشاعر ومغزى الأصوات والوقائع وبلونها الطبيعي الذي يُضفي عليها مزيداً من الواقعيّة، ويزيد من فعاليتها»⁽¹⁾.

خصائص التلفزيون كوسيلة إعلام أمني تجعله أكثر وصولاً للأسرة، وبالتالي فهو الأقدر على تعزيز وحماية الأمن الاجتماعي والثقافي والصحي من خلال المضامين والرسائل المصمّمة بعناية للأسرة كوحدة أساسية ونواة للمجتمع المتماسك المنشود، وطرح الرسائل والمضامين الاجتماعيّة والثقافية والصحية ستجد النقاش من أفراد الأسرة لكونها تهمهم جميعاً عكس المضامين السياسيّة مثلاً، وهذا يتطلّب من القائمين على أمر الإعلام الأمني أن تكون هذه الرسائل مرتبطة بالقيم والعادات وأن تتنوّع قوالبها وأشكالها البرامجيّة حتى تحقق غاياتها المرجوة.

«إنّ الإرسال التلفزيوني اقتحم الجدار والأسوار وكل الموانع، وتمّ عن طريقه الاتصال بالنّاس في بيوتهم إذ تستطيع الأسرة أن تستمع إلى محاضرة أو تشهد فلماً أو تطلّع على حديث عالمي أو تتابع مناظرة فكريّة دون أن تنتقل من مكانها وهذا تيسير ثقافي لم يحدث في التاريخ البشريّة المكتوب وغير المكتوب وفي التيسير التلفزيوني توفير للوقت واختصار للمتاعب والغناء للامتيازات التي كان الكُهان والنّبلاء يحتكرونها»⁽²⁾.

مما لا شكّ فيه أنّ التلفزيون من أهم الوسائل الإعلاميّة وصولاً للجماهير وتُعتبر رسالته أقدر على الإقناع دون غيره من الوسائط الأخرى سواء كانت الصحافة أو الراديو، ولم ينافس في ذلك وسيط آخر غير الإنترنت وما تبعه من إعلام جديد وصحافة إلكترونية.

«ويتفوّق التلفزيون على كلّ وسائل الإعلام لأنّه يجمع كل امكانياتها ومميّزاتها، وعن طريقه يُمكن تقديم المعلومات التي تعسر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو الصورة، إذا استُعمل كل منها على حدة، ويقترّب التلفزيون من الاتصال الشخصي

(1) محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الإتصال في الدولة الإسلاميّة، مرجع سابق، ص64.

(2) نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير الأسرة الريفيّة والحضاريّة، (القاهرة: المطبعة التجاريّة الحديثة، د.ت)، ص104.

الذي يتميزُ بفاعليته في التأثير على الآراء والمواقف، وقد يتفوق التلفزيون على الاتصال الشخصي لما يتميز به من فُدرّة على تكبير الأشياء المُتناهية الصِغر وتقديم التفاصيل الدقيقة عن طريق اللقطات القريبة وتحريك الأشياء الثابتة بقدره فائقة، والتركيز على أهمّ المُشاهد بصورة لا مثيل لها»⁽¹⁾.

إنّ التلفزيون - وبما يتمتّع به من خصائص - يُعتبر من أقوى وأخطر الوسائل الإعلاميّة في قيادة التغيير وإحداث الاختراق الفكري والاستلاب الثقافي، وبالتالي فهو الأقدر على إحداث التغيير سواء للسالب أم الإيجابي. وهو أكثر الوسائل الإعلاميّة استخداماً في تحقيق رسالة وأهداف الإعلام الأمني، ولاسيما الدولي منه. «أحدث التلفزيون ثورة إعلاميّة واسعة التأثير والأبعاد، وله دوره الخطير في التعليم والتنشئة الاجتماعيّة والتنمية الوطنيّة، لو أحسن استغلاله فإن له من السطوة والسلطان ما يجعل جميع أفراد الأسرة على اختلاف ثقافتهم وتباين أعمارهم يلتقون حوله الساعات الطوال، وللتدليل على أهميّة دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعيّة والتعليم نذكر مقولة شارل ديغول الرئيس الفرنسي الأسبق: اعطني هذه الشاشة الصغيرة وأنا أغيّر الشعب الفرنسي»⁽²⁾.

إذاً لقد وجب على الدول التي تهتم بالإعلام الاستراتيجي الذي يقود التغيير الإيجابي الداخلي ويحصّن الرأي العام من الاستلاب والتغيير السالب أن تهتم بالتلفزيون وتجعله أهم وسائل الإعلام الاستراتيجي لديها ليتكامل دوره مع بقية الأجهزة الإعلاميّة والوسائل الأخرى لصناعة إعلام أمني فاعل وقادر على الحماية والتأثير في آن واحد. «إنّ العالم أصبح يُعوّل كثيراً على ضرورة الاستفادة من التلفزيون لكي يُصبح قوة حضاريّة دوليّة للبناء والتنمية وتوثيق عُرى الصداقة والتفاهم بين الدُول»⁽³⁾.

ومن مُميّزات التلفزيون يُمكنه الإسهام بفاعليّة في تحقيق الكثير من الجوانب التي تخدم كافّة المواطنين سواء داخل القطر الواحد أو الدول الأخرى في المستوى الإقليمي أو الدولي، عبر البرامج الموجّهة والمُتخصّصة ولاسيما الأمنيّة منها. ولكن التلفزيون كوسيلة إعلام أمني يحتاج لأبعادٍ إبداعيّة في الكتابة وقُدرة فائقة على اختيار وتقديم البرامج الجاذبة في ظل تنافس دولي كبير على الجمهور من كل الفضائيات التي يعمل بعضها على هدم الأمن القومي العربي والإسلامي وضرب القيم والأخلاق بذكاء خارق. إنّ إنتاج البرامج في مجال التوعية الأمنيّة لا تخرج عن الإطار العام للإنتاج الإعلاميّ، فهي يمكن أن تأتي في الأشكال والقوالب الفنيّة المختلفة التي تحمل في طياتها مضامين وأهداف التوعية الأمنيّة في رسالة إعلاميّة جيّدة لتُنبث عبر وسيلة ذات

(1) محمد موسى محمد أحمد البر، مرجع سابق، ص 65.

(2) عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونيّة، مرجع سابق، ص 49.

(3) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، ط3، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1984م) ص 30.

مقومات فعالة لتوصيلها إلى جمهور التوعية الأمنية الذي يستقبلها ويتفاعل معها برجع صدى ليثري ساحة العمل التوعوي بواسطة مُرسل متمكّن مدرك لأبعاد وأهداف التوعية الأمنية عبر الوسيلة المُختارة»⁽¹⁾.

مراكز الإنتاج الإعلامي التلفزيونية

إنّ مراكز الإنتاج الإعلامي أسهمت بفاعليّة في تعزيز رسالة الإعلام الأمني بالقنوات الفضائية وخاصّة تلفزيون السودان. وكان لها دورٌ كبيرٌ في التعريف بمفهوم الأمن القومي وضرورة وكيفية حمايته. بالرغم من أن نشأة وعمل تلك المراكز تزامن مع ظروف السودان التي كان يدير خلالها عملاً أمنياً قتالياً مباشراً وقد نجحت بصورة كبيرة في رسالة الإعلام الأمني الشاملة من جهة ورسالة الإعلام الحربي من جهة أخرى. فكان برنامج «في ساحات الفداء» الذي تنتجه مؤسسة الفداء للإنتاج الإعلامي من أعلى البرامج مشاهدةً وتأثيراً في وقته وخاصة على شريحة الشباب واستطاع البرنامج أن يربط المواطن بقواته المسلحة.

«إنّ نجاح مراكز الإنتاج الإعلامي في العمل الإعلامي الأمني المرتبط بصورة مباشرة بالأمن العسكري يصب في خانة نجاح الإعلام الأمني بمفهوم الأمن العام الذي يتجاوز الأمن الشخصي ويهدف لتحقيق محاور الاستراتيجية السبعة التي تُعزّز القوّة العسكريّة وتخدم الأمن الخارجي عبر إعلام إستراتيجي فاعل يهتم ويتفاعل مع قضايا أمن الدولة»⁽²⁾.

لعبت تلك المراكز وما تزال أدواراً كبيرة في مجالات الأمن القومي الأخرى، ولاسيما الأمن الاجتماعي والثقافي ونشير إلى شركة نبتة للإنتاج الإعلامي التي قدّمت عدداً من المبادرات المميّزة في مجال الإنتاج التلفزيوني من خلال سلسلة (أرض السمر) التي تتحدّث عن الإرث السوداني الكبير وتمتّع السودان بموارد ضخمة ومتنوّعة، وكذلك شركة أمواج للإنتاج الإعلامي التي قدّمت كثيراً من الأفلام الوثائقية، وفيما يتّصل بالإنتاج التلفزيوني الإسلامي نجحت بصورة كبيرة وفاعلة شركة الأشراف ميديا في إنتاج تلفزيوني ضخم تمثل في مسلسل (قمر بني هاشم) والذي اشترك بالتمثيل فيه نخبة من ممثلين من دول عربيّة وتم بثه عبر قناة ساهور الفضائية وأكثر من عشرين فضاء فضائية أخرى بلغات مختلفة وهو نموذج مشرق ومشرّف للتعاون الإعلامي العربي في ظل قصور كبير للتبادل البرامجي العربي بين الإذاعات والفضائيات، يُعاب على تلك المراكز والشركات الإعلامية الخاصّة إنتاجها باللغة العربيّة وبث مضامينها وموادها عبر الفضائيات السودانية دون الدخول في مجال الإنتاج لقنوات عالميّة بلغات أخرى.

(1) عمر خالد المسفري، الإتصال الجماهيري والإعلام الأمني، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م)، ص122.
(2) صالح موسى علي، رئيس قسم الصحافة بكلية علوم الإتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2015/10/3م.

ولعل ذلك يُعدّ قصوراً من وزارة الإعلام السودانية التي لم تحدد ماهو المطلوب من إنتاج تلفزيوني وفق استراتيجية واضحة ومحددة.

التلفزيون - ومن خلال خصائصه التي تمت الإشارة إليها - يعتبر من أهم وسائل الاتصال تأثيراً على المتلقين للرسائل الإعلامية، وبصورة خاصة الأطفال وهم الفئة التي يجب أن تتم تنشئتها على هُدي الدين الإسلامي وتعزيز البعد الأمني والتوعية الأمنية لديهم من خلال التوظيف الأمثل والفاعل للسيرة الإسلامية المشرقة عبر القوالب الإبداعية المختلفة.

الحديث عن الإعلام الأمني -سواء عبر الفضائيات أو غيرها- لا ينفصل عن الاستراتيجيات والتخطيط الاستراتيجي القومي والإعلامي، وبغير ذلك يكون الأداء معزولاً عن محيطه، ويعتمد على المبادرات الفردية التي تخطئ وتصيب.

«إنّ السيرة النبوية تقدّم نموذجاً فريداً في الاعتداد برسم السياسات الاستراتيجية والأمنية بما يكفل للرسالة الخالدة ثباتها وذيوعها وعالميتها»⁽¹⁾.

وهذا يقتضي وجود الخبرات الإعلامية ذات الكفاءة العالية والمُستشعرة لمسئوليتها الأخلاقية والوطنية، والمُدرّكة لواجبها المهني، والتي تجعل من العمل الإعلامي الأمني وسيلة لتحقيق الاستراتيجية القومية التي يُراد لها أن تسهم في بناء الدول وتحقيق نهضتها على المستوى الوطني. وتحقيق الأمن العربي والإسلامي لجميع المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها، وحماية الأمة الإسلامية والدفاع عنها حتى لا تتعرّض للاستلاب الفكري، من خلال الغزو الثقافي الذي تمارسه وسائل الإعلام الأمني الدولي. ومما يؤسف له أن كثيراً من القنوات الفضائية العربية والإسلامية تقدم برامجاً ومضامين إعلامية تتخر في جسد الأمة الإسلامية وتهدد إرثها وثقافتها.

وفيما يتعلق ببرامج الإعلام الأمني المباشرة عبر التلفزيون نرى أنّ تصميم الرسالة المُوجّهة عبر هذا الوسيط الهام سواء على مستوى الأمن الوطني أو الإقليمي العربي أو الإسلامي الدولي يجب أن يتم التخطيط لها مسبقاً مستصحبين معنا سؤالاً جوهرياً (ماذا نريد؟)، وتخضع لمقاييس تُحدّد مضمونها بعناية وحُكْمَة، وتُحدّد كذلك اللُغة التي تُخاطبُ بها المُخاطبين وفق مقتضيات الحال، وأن يكون المُرسِل على معرفة كافية بمضمون الرسالة وأهدافها وخصائص جمهورها المُستهدَف «المُرسِل إليه»، لئيلغها بفن وإبداع حتى تُحقّق أغراضها، ويتصدّى لتوضيح محتواها في حال البرامج المباشرة.

إنّ انتشار التلفزيون في كل بقاع المعمورة ووصوله لكل بيت جعله وسيلة مهمة جداً ومناسبة للإعلام الأمني واستغلاله لتحقيق أهداف ورسالة الإعلام الأمني من خلال توظيف وتصميم الكثير من البرامج التي تسهم في حماية الأمن وتعزيزه لدى الجمهور،

(1) دفع الله حسب الرسول البشير، السياسات الإستراتيجية والأمنية في السيرة النبوية، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2009م)، ص 9.

مثل البرامج الصحية، البيئية، الثقافية، العسكرية، الاقتصادية، السياسية، والاجتماعية. «استطاع التلفزيون أن يقدم صورة عن الأحداث والظواهر والتطورات قريبة من الواقع وقادرة على الجذب والتأثير، كما استطاع أن يُقدِّم هذه الصورة بشكل مباشر -أي وقت حدوثها ونجح بذلك وبفضل تطوُّرات البث خاصَّة الفضائي إلى أن يصل إلى حدود بث غير مسبوقه تطل الكرة الأرضيَّة بكاملها»(1).

خصائص ومزايا التلفزيون كوسيلة إعلام أمني:

إنَّ التلفزيون وفي إطار رسالته الإعلامية فإنَّه يقوم بخلق شعور بالانتماء للوطن، وهذا الإهتمام كفيل بتحويل الإهتمام من المجال المحلي إلى الإهتمامات القوميَّة، وذلك عن طريق ما ينشره من قيم ثقافيَّة وفكريَّة وحضاريَّة. وهذا ما تحتاجه الدول العربية لحماية أمنها القومي وتذويب كل الجهويَّات والثقافات وصهرها في بوتقة قوميَّة وطنيَّة وزيادة تقوية تماسك جبهتها الداخليَّة.

في هذا الجانب يتمتَّع التلفزيون كوسيلة إعلام أمني بمزايا أساسيَّة تتمثَّل في الآتي:(2).

1. أنَّه أقرب وسيلة للاتِّصال المواجهي، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون، بل يتفوق على الإعلام المواجهي في أنَّه يستطيع أن يُكَبِّر الأشياء.
2. يُقدِّم التلفزيون المادَّة الإعلامية فور حدوثها، بحيث لا تمرُّ فترة زمنيَّة بين وقوع الحدث وتقديمه.

3. يسمح التلفزيون بأساليب مُتعدِّدة للتقديم.

4. التلفزيون وسيلة قويَّة يمكن عبرها الوصول إلى جميع المواطنين.

ويستطيع التلفزيون مُخاطبة رعايا دولتك خارج الحدود، كما أنَّه يمكن استغلاله في توصيل رسائل لمواطني الدول الأخرى عبر لغاتهم، وهذا يقتضي صناعة إعلام استراتيجي فاعل.

نعتقد أن القنوات الفضائية العربيَّة لم تقدم ما يفيد المواطن العربي على المستويين الوطني الداخلي والعربي الإقليمي، ولعل الإذاعات أكثر فائدة منها حيث هنالك تبادلاً إذاعياً للبرامج، ويرجع ذلك من رؤيتنا لانعدام استراتيجية إعلام عربيَّة موحدة تحدد ما المطلوب من هذه القنوات على المستوى الإقليمي، وضعف الاستراتيجيات الوطنيَّة التي لم تكن فاعلة على المستوى الوطني. بل يسهم بعضها في إنكفاء نار الفتنة بين دول الإقليم ويمثل تهديداً مباشراً للأمن القومي العربي. وبالمقابل نجد أن الإعلام الأُميالدولي عبر قنواته الفضائيَّة الموجهة للعالم العربي والإسلامي تقوم بدورها المرسوم بعناية لتحقيق أهدافها المخططة، وكذلك قنوات الشيعة والرافضة التي تبث سمومها للمنطقة بلسان عربي مبين.

(1) أديب خضور، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكوين رأي عام ضد الجريمة، مرجع سابق، ص 80.

(2) عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونيَّة، مرجع سابق، ص 51.

رابعاً: الإنترنت والإعلام الجديد: نشأة وتطور الإنترنت.

«إبان الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي السابق أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية عام 1957م وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة (Advanced Research PROJECTS Agency) المعروف اختصاراً بـ (ARBA) التي أنيطت بها مهمة إيجاد أفضل التقنيات للدفاع عن الولايات المتحدة. ولتأمين اتصال مُباشِر بين حاسباتها الآلية الموجودة في أماكن مُختلفة، أجرت الوكالة في عام 1965م تجربة ناجحة استطاعت من خلالها ربط حاسبات آليّة في كُلِّ من جامعة بركلي ومعهد (MIT) بواسطة خط هاتفي، وكانت هذه أول شبكة واسعة النطاق (WAN) يتم استخدامها في العالم»⁽¹⁾.

مفهوم الإنترنت:

يصف خبير الإعلام العالمي البروفسور علي مُحَمَّد شَمُو الإنترنت بأنها: «فسحة رُخبة ومُتغيّرة على الدوام .. لا أحد يدّعي أَنَّهُ سَيَدّها.. ولم يستطع أحد أن يغوص في أعماقها ويسبر غورها .. ولا أحد يعرف كل شئ عنها لأنها تتغيّر كل يوم.. ولكنك كالرّيان الماهر تستطيع أن ترسم خريطة للبحار التي اعتدت السفر عليها وتتعلم أيضاً كيف تسافر بسلامة على تلك التي لم تجرب السفر عليها من قبل.. فتعود من رحلتك الجديدة وكل رحلة فيما بعد بالكنوز والمعلومات الجديدة»⁽²⁾. وبناءً على ماسبق، فلا توجد إجابة واضحة ومُحدّدة حول ماهيّة الإنترنت. وجاءت الكثير من التعريفات التي تنطلق من منطلقات مختلفة لتعريف الإنترنت، ومنها⁽³⁾:

1. مجموعة من الحاسبات الآليّة تتحدّث عبر الألياف الضوئيّة وخطوط التلفون ووصلات الأقمار الصناعيّة وغيرها من الوسائل.
2. إنها مكان تستطيع فيه التحدّث إلى أصدقائك وأفراد أسرتك المُنتشرين حول العالم.
3. هي محيط من الثروات في انتظار من ينقب عنها.
4. هي مكانٌ تُقدّم فيه الأبحاث التي تحتاج إليها في رسالتك الجامعيّة أو أعمالك التجاريّة.

(1) عبد الكريم قاسم السبيق، مدى استفادة الأجهزة الأمنيّة من خدمات شبكة الإنترنت، بحث غير منشور «ماجستير» ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنيّة، كلية الدراسات العليا- قسم العلوم الإداريّة، 1424هـ - 2003م، ص 9.
(2) على محمد شمو، الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، (القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، بدون تاريخ)، ص 227.
(3) المرجع السابق.

5. هي فرص تجارية غير محدودة.
6. هي مجموعة دعم عالمية لأي مشكلة أو حاجة.
7. هي منجم من الذهب يضم أصحاب الكفاءات في جميع الميادين وهم يتقاسمون المعلومات عن مجالات عملهم.
8. هي مئات من المكتبات التي تفتح بمجرد لمسك لها.
9. هي مضيعة للوقت.
10. إنها تكنولوجيا المستقبل التي ستجعل حياتنا وحياة أطفالنا أكثر إشراقاً ونصوعاً.

«وبالرغم من عدم وصول العلماء إلى تعريفٍ مُوحَّدٍ للإنترنت، إلا أنها يتم استخدامها على نطاقٍ واسعٍ في العالم، و تقوم بربطه ببعضه البعض بالصورة والصوت للدرجة التي قيل عنها أنها جعلت العالم قرية صغيرة، بل جعلت العالم عُرفاً صغيرة لقدراتها العالية والفائقة على تخطي الحواجز، والنفوذ للآخرين في كل مكان وبدون أدنى تعقيدات، فضلاً عن تميزها عن وسائل الإعلام الأخرى بتقدمها بخاصية المباشرة في التواصل، وتمتعها بخصائص تلك الوسائل مُجمعة، فكأنما تم جمع الصحافة والإذاعة والتلفزيون في وسيط واحد هو الإنترنت»⁽¹⁾.

لقد أسهم الإنترنت بشكل كبير وفعال في تحقيق وظيفة الإعلام، وزيادة الأثر الاتصالي، وقدرة القائم بالاتصال في التواصل المباشر مع جمهوره. «أسهمت شبكة الإنترنت في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية، ولعل مما يزيد من أهمية بعض المواقع الإلكترونية أنها تحدت صفحاتها خلال فترات قصيرة جداً، وهو ما جعلها ذات تأثير اتصالي مباشر على قطاعات واسعة من الجمهور»⁽²⁾.

إن التركيبة التكنولوجية للإنترنت تختلف عن غيرها من تكوينات وسائل الاتصال الإلكترونيّة الأخرى. فالراديو مثلاً وحدة متكاملة تنتج صوتاً يتلقاه المستمع في المكان المقصود.. والتلفزيون وحدة متكاملة أيضاً تنتج صورة وصوتاً يتلقاهما الشخص المُستهدف في الجهة المعنية بالبحث.. وكل واحد من هذين النظامين له تقسيماته الداخلية.. كالاستديوهات.. وأجهزة الإرسال، ووحدات التغطية الخارجية، إلخ.. ولكن المهم أنّ الراديو يقوم على محطة متكاملة وكذلك التلفزيون.. أمّا الإنترنت فهي ليست وحدة متكاملة قائمة بذاتها اسمها (الإنترنت).. وليست وحدة قائمة بذاتها تستطيع أن تنتج المعلومات وتوصلها للمستفيدين، بل إنّ الإنترنت عبارة عن توليفة

(1) علي محمد شمو، الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مرجع سابق، ص228.
(2) جامعة غزة الإسلامية، مذكرة تدريسية، الصحافة الإلكترونية، 2012م.

combination لمجموعة وسائل اتصال⁽¹⁾.

الكثيرون من علماء الاتصال الدولي وحتى وقت قريب يُجمعون على أنّ الدخول في شبكة الإنترنت يتطلب توافر ثلاثة أشياء أساسية هي⁽²⁾:

1. حاسب آلي «جهاز كومبيوتر».

2. مودم Modem، وهي كلمة مركبة من كلمتين: Modulation and Demodulation وهي التي تجري داخلها عملية التغيير من تقانة تماثلية إلى تقانة رقمية وبالعكس.

3. خط يربط بين الحاسب الآلي والجهة المُوقّرة للخدمة أو الحاسب المركزي، وقد يكون الخط بينهما خط تلفون أو كابل ألياف ضوئية أو مايكرويف..إلخ.

ولكن التكنولوجيا الحديثة والتطوّر الرقمي المتزايد يوماً بعد يوم، استطاع في السنوات الخمس الماضية أن يأتي بما يشبه المعجزة في مجال الإنترنت واحتياجات تشغيلها، حيث أضحى بمقدور كل من يحمل هاتفاً جوّالاً (سَيَّار) بمواصفات مُعيّنة الدخول إلى شبكة الإنترنت والتمتع بكافة خدماتها عبر هذا الجهاز الصغير، وقراءة كل الصحف والاستماع إلى كل الإذاعات ومشاهدة البث الحي لكافة قنوات التلفزيون الفضائية، والتحدث مع الآخرين بالصورة والصوت، وإدارة الحوار مع الأفراد والجماعات عبر (الشّات)، من خلال صفحات التواصل الاجتماعي، وإرسال واستلام كافة الملقّات والصور والفيديو، وإنشاء وإدارة البريد الإلكتروني، وتسجيل وبث كل المناسبات والأحداث من خلال البث الحي المباشر عبر (الفيديو بوك) دون كثير عناء، وهذه الخصائص المُتفردة للإنترنت جعلته الوسيلة الأولى بلا مُنافس على جميع وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة والقديمة، وأكثرها انتشاراً وفاعلية واستخداماً لدى الجمهور وبخاصة شريحة الشباب. وبالتالي يمكنها أن تصبح من أهمّها على الإطلاق في نشر رسائل الإعلام الأمني وتبليغها للآخرين.

الخدمات التي يمكن أن يجدها المستخدم لشبكات الإنترنت بصفة عامّة هي⁽³⁾:

1. البريد الإلكتروني مع كل أنحاء العالم.

2. الاستفادة من الرّسائل العلميّة والكتب والمعلومات الخاصّة بالعلوم التي لا يتيسّر للإنسان وجودها في المكتبات العامّة بسهولة.

3. مشاهدة الأفلام والأحداث المُصوّرة السياسيّة والرياضيّة والعلمية والثقافية.

4. متابعة تطورات الأحداث العالميّة فور حدوثها وبتفاصيل أوفى من تلك التي يُقدّمها الرّاديو والتلفزيون والصحف.

(1) المرجع السابق، ص234.

(2) المرجع السابق.

(3) علي محمد شمو، الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مرجع سابق، ص234.

5. قراءة الصُحف اليوميَّة والمجلاَّت الأسبوعيَّة والشهريَّة.
6. الاطِّلاعُ على تقلبات الأسواق الدوليَّة ومتابعة أسواق المال والأسهم.
7. التعاقد على شراء السلع بطريقة فوريَّة عبر الشبكة ومباشرة بدون وسطاء.
8. إنشاء صفحات خاصَّة للدعوة لموضوع مُعيَّن ونشر المعلومات التي تريد أن يطَّلع عليها المُتابعون للأحداث العالميَّة.
9. تصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة عن الدول والمجتمعات والأديان والعادات والنقائيد.

10. نشر التراث والآداب والفنون والآثار.
11. الدعاية للسلع وللمنتجات الوطنيَّة.
12. نقل التكنولوجيا للمجتمعات المُتطلِّعة لمزيد من التطوُّر.
13. التعليم والتعلم عن بعد.
14. الرد على بعض المعلومات الخاطئة التي وجدت طريقها إلى الشبكة.
15. الاستفادة من المُنجزات العلميَّة في مجال الهندسة والعلوم ومعرفة المعلومات التي تساعد الباحث في الحصول على ما يريد من بياناتٍ ومعلومات تدعم بحوثه ودراساته.

16. الاستفادة من بعض التصاميم الهندسيَّة في العمارة والصناعة.
17. كل المجالات التي قد لا يتدكَّرها الإنسان وهو مُقبَّل على الإنترنت سيجدها حتماً إذا أبحر فيها وهام في محيطاتها حتى يرسو على السَّاحل الذي يريد أن يصل إليه.

إنَّ استخدامات الإنترنت يصعب جداً حصرها كما أن محتوياتها من الكثرة والضخامة والتنوع بحيث لا يستطيع المرء أن يحيط بها جميعاً.. فكل ما يمكن أن يخطر على البال موجود في الشبكة، ولكن المُهم هو حُسن الاستخدام ومعرفة الطريقة المثلى للاستفادة من هذا الكنز العظيم.

والمهم كذلك القدرة والمعرفة في توظيف الإنترنت بالطريقة الاحترافية لحماية الأمن القومي وخدمة وتحفيز أهداف ووظائف الإعلام الأمني ونشر التوعية الأمنية، وهذا -بطبيعة الحال- يقتضي تأهيل الكوادر النشطة والمُشَبَّعة بعقيدة الإسلام الصحيحة، والمؤمنة بدورها الوطني، والمُدْرَبَة تدريباً كافياً على الإعلام الإلكتروني باحترافية سواء من خلال الصحف الإلكترونيَّة أو بقية منصات الإعلام الاجتماعي، تسهم في تأمين الأمن القومي من هذا الباب الحيوي والهام جداً، ولاسيما باللغات المختلفة. وتوعية عموم المواطنين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي.

قد أصبح الجمهور يستخدم وسائل الإعلام الاجتماعي كأحد وسائل المشاركة الاجتماعية خاصة عندما تُحقق لهم تلك الوسائل مبتغاهم ونزعتهم للتفاعل مع الآخرين. وهذه المرحلة التي يسود فيها الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي عبر الإنترنت هي مرحلة تحوّل كبيرة ومهمّة في تاريخ العالم العربي والإسلامي ومن الضرورة بمكان تحقيق أكبر الفوائد منها وتقليل مخاطرها وآثارها السالبة. «يُعدّ التحوّل عبر التطوّر التكنولوجي هوّ جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النّظر في أمر ما يسمّيه ماركس ماكلوهان بالحميّة التكنولوجية. اذن مفهوم الاعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل(1).

لقد قدّمت شبكة الإنترنت بيئة مُلائمة لظهور التفاعلية وانتشارها، وأتاحت فرصة أكبر للمشاركة وبالتالي انعكس ذلك على أنّ دور المُتلقي أصبح مُؤثّر في المادّة الإعلامية، وتحقيق التفاعلية والتحكّم في عمليّة الاتصال من جانب الجمهور، فقد وفّرت شبكة الإنترنت مساحات عريضة لتبادل الآراء والمناقشة وهو أمر عجزت عن تحقيقه وسائل الإعلام التقليدية(2).

ومع هذا التطوّر التقني الهائل لم تقف وسائل الإعلام التقليدية مكتوفة الأيدي فقد عملت على تطوير أدائها وزيادة تفاعلها وفعاليتها من خلال الاندماج مع شبكة الإنترنت، فالصُحف مثلاً قامت بإنشاء مواقع إلكترونية على الإنترنت، كما عملت الإذاعة والتلفزيون على تطوير الأداء من خلال مواقعها الإلكترونية، وظهرها على شبكة الإنترنت من خلال المواقع والبث المباشر مع إنشاء صفحات وحساب على مواقع التواصل الاجتماعي.

«عملت الإذاعة والتلفزيون على تخزين برامجها على الصفحة الإلكترونية الخاصة بها، فبالتالي وفّرت على المُستخدم أن يتابع برامجها بطريقة أسهل، أو حتى يتابع جزء مُعيّن داخل البرنامج، بالإضافة إلى المشاركة بها من خلال التعليقات التي توفرها الشبكة للمُستخدمين(3).

وهنا يجب التأكيد على أنه قد أصبح للمُستخدم دور إيجابي يُحدّد شكل المعلومة التي تعرضها شاشة الجهاز عن طريق الإنترنت، بل يمكن لكل فرد أن يتابع كل الإذاعات، ويتصفّح الصُحف اليومية من خلال الهاتف الجوّال، وازدادت مشاركته

(1) بشرى جميل الراوي، مرجع سابق.

(2) عمرو صبري أبو جبر، مرجع سابق، ص13.

(3) المرجع السابق، ص14.

في تقييم البرامج المقدّمة وإضافة مداخلات في الموضوع المطروح على الهواء مباشرة من داخل الاستديو وكذلك المشاركة في ستطلاع الرأي حول حدث ما أو قضية معيّنة تقوم المحطة الإذاعية أو الفضائية بطرحها في الأيام القادمة، فلم يُعدّ الجمهور متلقياً فقط كما كان في السابق وإنما أصبح مشاركاً في العملية الاتصالية، سواء في القطر الواحد أو خارج الحدود الجغرافية للدولة. مما أتاح للمواطن أن يتجاوز قضاياها المحلية ويسهم برأيه في القضايا الإقليمية والدولية التي تؤثر على أمنه واستقراره ومستقبله. «وتسهم وسائل الإعلام في صياغة نمط التفكير وتفسير الأحداث وإصدار الأحكام بشأنها»⁽¹⁾.

«تصوغ تكنولوجيا التواصل الإعلامي الإنسان صياغة تكاملية جديدة ككائن فردي وككائن اجتماعي بل ككائن كوني.. فالإعلام كما يتصوره ماكلوهان: رسالة Message والرسالة هي تدليك Massage أو ترويض Taming للإنسان يصوغه صياغة كونية جديدة، فالقبيلة الإعلامية قبيلة كونية بأبعادها الزمنية والمكانية والكيانية»⁽²⁾.

إستطاع الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت إحداث كثير من التغيرات المنشودة على سلوك الأفراد وإكسابهم القدرة على معرفة الحقوق والمطالبة بها من خلال معاشتهم لآخرين من خارج محيطهم الوطني. وفي هذا التواصل الخارجي بعض الإيجابيات ومثلها من السلبيات التي تتصل بتهديد أمن الأفراد والأمن القومي والدولي.

”ويعترف الباحثون أنّ كلاً من الإعلام والتعليم يهدف إلى تغيير سلوك الفرد، فبينما يرمي التعليم إلى التأثير في سلوك التلاميذ بهدف تغييرهم، فإنّ الإعلام يسعى إلى التأثير في سلوك الجماهير بهدف تغييرها أيضاً”⁽³⁾.

يتميّز الإنترنت عن بقية الوسائل الإعلامية بأنه يحتوي على الصحافة سواء الورقية أو الإلكترونية ويحتوي على الراديو حيث يوجد البث لكل المحطات الإذاعية، ويحتوي على التلفزيون حيث يمكن مشاهدة البث المباشر لكل القنوات من خلال مواقعها على الشبكة العنكبوتية. ويزداد تميّز الإنترنت بأنّه بمقدور أي شخص في أي منطقة نائية أن يقوم بتسجيل كل ما يريده وتضمينه رسالة وبثه خلال دقائق معدودة.

يقول بروفيسور مدثر عبدالرحيم: “لا شك أنّ ما تميّز به وسائل الإعلام الحديثة

(1) ياسر محبوب الحسين، الإعلام العربي.. إشكالية الرأي الإنباطي، (الخرطوم: إصدارات هيئة الخرطوم للصحافة والنشر، 2006م)، ص 20.

(2) حسن صعب، إعجاز التواصل الحضاري الإعلامي، (بيروت: بدون ناشر، أكتوبر، 1984م)، ص 34.

(3) نور الدين بلبل، الإرتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، (الدوحة: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، سلسلة كتاب الأمة، العدد 48، سبتمبر 2001م)، ص 127.

من قُدرة هائلة وغير مسبوقه في التاريخ على نقل المعلومات في أشكال نمطيّة بسرعة فائقة، وعلى أوسع نطاق، من الظواهر البالغة الأهمية التي يُمكن أن تُؤثر سلباً أو إيجاباً- على الثقافات الإنسانية والهويّات الحضاريّة المُميّزة لمُختلف المجتمعات البشريّة في جميع أنحاء الكُرة الأرضيّة(1).

إنّ النفاغيّة تعد سمة طبيعيّة في عملية الاتصال الشخصي بينما هي سمة "افتراضيّة" في عمليّة الاتصال الجماهيري، فمُستخدِمي شبكة الإنترنت يقومون بعمليّتي الإرسال والاستقبال في ذات الوقت، ويتمتّعان بمركز واحد من حيث قوّة المشاركة في عمليّة الاتصال والقدرة على التأثير، و يتحقّق رجوع الصدى في الاتصال الجماهيري عبر ومن خلال الوسائط الإعلاميّة المتعددة ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل واضح ومُحدّد، بينما في الصحيفة الورقية والإذاعة والتلفزيون يكون رجوع الصدى غير واضح، وبطئ أو غير موجود أو لا يمكن قياسه ومعرفته إلا من خلال مواقع أو صفحات تلك الوسائط على الإنترنت أو منصّات التواصل الاجتماعي.

ساهم الإنترنت بشكل كبير في تطوير الصحافة المطبوعة والإلكترونيّة على السواء، "الصحافة لم تبق بعيدة عن التحوّلات والمتغيّرات التكنولوجيّة الشاملة المعاصرة، خاصة مع تنامي الإنترنت بوصفه منظومة تواصلية جديدة، ويتعدّد قراءة تاريخ الصحافة وتطورها ومعالجة وضعها الراهن والتنبؤ بآفاق تطورها بمعزل عن المتغيّرات والتطورات في المجال الإعلامي التي أدت إلى بروز مظاهر إعلامية جديدة وأتاحت قنوات وممارسات ومضامين إعلامية جديدة تسهم بدورها في حراك المتغيّرات المعاصرة وتنتج في ذات الوقت متغيراً إعلامياً مستقلاً من حيث المظهر، جامعاً لآثار تلك المتغيّرات ومتداخلاً معها في علاقة تفاعل وأثر متبادل"(2).

الإنترنت والحكومة الإلكترونيّة:

شهد العالم في السنوات القليلة الماضية ارتفاعاً سريعاً في مُعدّلات استخدام الوسائل الإلكترونيّة بفضل ما تتميز به هذه الوسائل من قُدرة فائقة على الإفادة وتحقيق الأهداف وتوصيل الرسائل الختلفة والمضامين المتنوعة، فضلاً عن سهولة التعامل معها وإتاحتها للجميع، ورخص أسعارها، مما جعل ضرورة الاستفادة منها أمر في غاية الأهمية، للمواكبة و عدم التأخّر عن الركب. فأصبحت الحكومات تتحدّث عن الحكومة الإلكترونيّة التي أصبحت واقعاً معاشاً.

(1) مدثر عبد الرحيم، وسائل الإتصال الحديثة والهوية الثقافية في البلاد العربية: دور صنّاع القرار السياسي، مجلة دراسات إفريقية، جامعة إفريقيا العالمية، (الخرطوم: العدد السادس، فبراير 1990م)، ص 9.
(2) صفاء محمد خليل، مرجع سابق، ص 223.

تعريف الحكومة الإلكترونية:

يُعتقد أنّ أوّل استخدام لمصطلح "الحكومة الإلكترونية" قد ورد في خطاب الرئيس الأمريكي بيل كلينتون عام 1992م. تُعرّف الموسوعة الحرة الحكومة الإلكترونية بأنها: "نظام حديث تتبناه الحكومات باستخدام الشبكة العنكبوتية العالمية والإنترنت في ربط مؤسساتها بعضها ببعض، وربط مختلف خدماتها بالمؤسسات الخاصة والجمهور عموماً، ووضع المعلومة في متناول الأفراد وذلك لخلق علاقة شفافة تتصف بالسرعة والدقة تهدف للارتقاء بجودة الأداء"⁽¹⁾.

ويُعرّف البعض الحكومة الإلكترونية بأنها: "استخدام التقنية لتحسين الوصول للخدمات وتسليمها بما يُحقّق الفائدة للمواطنين، وقطاع الأعمال والموظفين"⁽²⁾. "الحكومة الإلكترونية هي النسخة الافتراضية عن الحكومة الحقيقية الكلاسيكية مع فارق أنّ الأولى تعيش في الشبكات وأنظمة المعلوماتية والتكنولوجيا وتحاكي وظائف الثانية التي تتواجد بشكل مادي في أجهزة الدولة».

وتُعرّفها منظمة البنك الدولي بأنها: «استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لتحسين الكفاءة والفعالية والشفافية والمساءلة في الحكومة»⁽³⁾. بالرغم من عدم وجود تعريف مُحدّد للمصطلح وذلك لحدثه، إلا أنّ المؤلف يرى أنّ تعريف البنك الدولي كان أشمل من التعريفات السابقة إذ أنّه أضاف مفهوميّ المساءلة والشفافية.

فوائد استخدام الإنترنت في تطبيق الحكومة الإلكترونية:

مفهوم الحكومة الإلكترونية تؤكد الدور الكبير الذي يمكن أن يقوم به الإنترنت خلال مسيرة تطوره. وأثر ذلك على رسائل ومضامين الإعلام بصورة عامّة والإعلام الأمني وصناعته بصفة خاصّة.

من خلال الاستخدام المكثّف لتقنيات المعلومات والاتصالات يمكن أن تُحقّق الحكومة الإلكترونية عدد من الفوائد لكل من الحكومة وقطاع الأعمال والموظفين، ومن هذه الفوائد:⁽⁴⁾

1. رفع مستوى الأداء.
2. زيادة دقّة البيانات.
3. تقليص الإجراءات والأعباء الإدارية.
4. الاستخدام الأمثل للطاقات البشرية.

(1) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة ، موقع الموسوعة على شبكة الإنترنت ، <https://ar.wikipedia.org/wiki>
(2) خالد حمد العنقري ، الحكومة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية- الركائز والمنطلقات ، ورقة عمل(د.ت).
(3) عبد الكريم قاسم السبيّ، مرجع سابق، ص 18.
(4) المرجع السابق، ص 19.

قيام حكومة إلكترونية مدعاة لتحقيق الرضا للمواطنين وإتاحة الوصول إلى المعلومات والمعاملات بسهولة ويسر، وهذا الرضا هو أساس الأمن المعنوي للمواطن والمجتمع، وهو غاية الإعلام الأمني.

المبادئ الأساسية للحكومة الإلكترونية:

وضع مجلس التميز الحكومي في الولايات المتحدة الأمريكية عدداً من المبادئ الإرشادية حول الحكومة الإلكترونية، تتلخص فيما يلي⁽¹⁾:

1. سهولة الاستعمال: وذلك بتيسير وصول المُستخدم للجهاز الحكومي إلكترونياً مما يلغي حواجز المكان، والزمان مع مراعاة هذه الأجهزة لاحتياجات المستخدمين واختياراتهم.

2. الوصول من أي مكان: وذلك بتواصل المُستخدم من أي موقع مناسب مع الحكومة الإلكترونية، وهذا يتضمن تعددية وتتوُّع منافذ الخدمات الحكومية الإلكترونية، وسلامة تغطيتها للمحيط الجغرافي.

3. الخصوصية والأمان: توفر الحكومة الإلكترونية السرية المناسبة والأمن المعلوماتي والمصادقية، مما يسهم في بناء الثقة بين مُقدم الخدمة والمواطن المستفيد من تلك الخدمات.

4. التحديث: إن سرعة مواكبة التطورات التقنية يمثل العمود الفقري لتطبيقات الحكومة الإلكترونية، وأيضاً مواكبة التغيرات المتعلقة بظروف الخدمة والتي تتمثل في كافة العوامل البيئية الداخلية والخارجية.

5. التعاون والمشاركة: أن تشارك كل الهيئات الحكومية، والخاصة، والمنظمات غير الحكومية، والبحث في وضع الحلول المتطورة كلاً حسب تجربته وخبرته.

6. تقليل التكاليف: إن استخدام الحكومة الإلكترونية لاستراتيجيات استثمارية تؤدي إلى تحقيق الكفاية مما يؤدي إلى تقليل التكاليف.

7. استمرارية التغيير: تغيير أسلوب عمل الحكومة التقليدية باستخدام التقنية وتفعيلها، وتطبيقها على المستوى الفردي والتنظيمي.

مرحل تطوير الحكومة الإلكترونية:

1. مرحلة الوجود.

2. مرحلة تحسين الوجود.

3. مرحلة التفاعل.

4. مرحلة العمليات.

5. مرحلة التحول.

(1) نورة بنت نار الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1429هـ-2008م)، ص37.

أصبحت شبكة الإنترنت في وقتنا الحاضر ظاهرة امتدت إلى الحياة اليومية للناس جميعاً ولم تُعد مقصورة على الاستخدامات الحكومية أو الأكاديمية. فهاهي وسائل الاتصال الاجتماعي تقوم بأخطر دور في التواصل ويقوم بها حتى الأطفال بالمدارس الأساسيَّة ، وغيرهم من فئات المجتمع الذين يتواصلون وينقلون الأخبار والمعلومات مُدعِّمةً بالصور والوثائق والفيديو.

تطبيق الحكومة الإلكترونيَّة:

قبل الحديث عن تطبيق احكومة الإلكترونيَّة يجب أن نحدد المتطلبات الأساسيَّة التي يجدر أخذها بعين الاعتبار قبل البدء في أحد مشروعات الحكومة الإلكترونيَّة، لأن هذه المتطلبات تشكل الأساس الذي يجب توافره، والذي يهيئ المجال للتطبيق الناجح لذلك النوع من المشروعات. ويمكن تحديد تلك المتطلبات فيما يلي⁽¹⁾:

1. التخطيط الاستراتيجي والذي يتضمن تحديد رؤية واضحة لمشروع الحكومة الإلكترونيَّة من حيث الدور، والأهداف.
2. تكوين البنية التحتيَّة المعلوماتيَّة عن طريق تجهيزات الحاسب الآلي، وأنظمة المعلومات.
3. تحقيق التحوُّل التنظيمي وذلك من خلال التحول من الإدارة التقليدية إلى تطبيقات الحكومة الإلكترونيَّة.
4. تهيئة الأنظمة والتشريعات.
5. تحقيق الأمن والتوثيق المعلوماتي.
6. نشر المعرفة المعلوماتية بين أفراد المجتمع، لتمكينهم من التعامل مع التقنيات الرقمية المعلوماتية الحديثة بما يخدم مصالحهم المتعددة.

معوِّقات الحكومة الإلكترونيَّة:

الحكومة الإلكترونيَّة مثل غيرها من المشروعات الأخرى يمكن أن يواجه تطبيقها تحديات ومعوِّقات عدَّة. لعل من أهمها الآتي⁽²⁾:

1. ارتفاع التكلفة مع نقص الموارد المالية.
2. غياب التشريعات المناسبة.
3. محدودية انتشار الحاسبات الآليَّة بين الأفراد.
4. حرص الموظفين على التثبُّت بالسلطة والانفراد باتخاذ القرار.
5. التدني في مستوى التدريب.
6. احتماليَّة الاختراق وعدم ضمان سرية وأمان المعلومات.
7. صعوبة مواكبة التغير السريع في تقنية المعلومات.

(1) نورة بنت ناصر الهزاني، مرجع سابق، ص40.

(2) نورة بنت ناصر الهزاني، مرجع سابق، ص47.

8. قضية السند القانوني، فإذا لم تحمل توقيعاً إلكترونياً فإن ذلك يوجد مشكلة قانونية في حالة نشوء نزاع بين طرفي الحكومة وطالب الخدمة.

دور شبكة الإنترنت في مجال العمل الأمني:

لقد سارعت الأجهزة الأمنية في كثير من الدول مواكبة التطورات التقنية والاستفادة من تقنيات وخدمات الإنترنت لتطوير أعمالها مثل تسهيل وتحسين الاتصالات، وجمع وتبادل المعلومات، والتدريب والتعليم عن بُعد. كما سعت الأجهزة الأمنية بصفقتها أحد القطاعات الخدمية الحيوية للاستفادة من شبكة الإنترنت لرفع كفاءة أساليب تقديم خدماتها، وتوصيل رسالتها للجمهور المستهدف من خلال المواقع التي أنشأتها على شبكة الإنترنت.

ويمكن تلخيص أهم الفوائد للأجهزة الأمنية من شبكة الإنترنت، في الآتي: (1)

1. التوعية الأمنية والتواصل الفعّال مع المجتمع.
2. تحسين الاتصالات (البريد الإلكتروني).
3. جمع وتبادل المعلومات.
4. التدريب والتعليم عن بُعد.
5. البحث العلمي ومتابعة المستجدات.
6. التواصل وتبادل الخبرات.
7. تأمين المشتريات والإعلان عن المناقصات.
8. تقديم طلبات الخدمات إلكترونياً.
9. تسديد الرسوم والمخالفات.
10. الاستفسار عن السجلات.
11. استقبال البلاغات والشكاوى من الجمهور.

يُعتبر الإنترنت هي أهم وأخطر وسائل الإعلام الأمني على الإطلاق لما تتميز به من مُميّزات تحتوى على كل الوسائط الأخرى، فضلاً عن انتشارها. وبالتالي فهي أكثر الوسائط الإعلامية قاطبة في تحقيق رسالة وأهداف ومضمون الإعلام الأمني على أن يكون القائم بالاتصال على معرفة تامّة ودراية كاملة بأساسيات وأخلاقيات العمل الإعلامي وأهداف الرسالة وكذلك الجمهور المُستهدف بالرسالة واختيار المضمون المرغوب والمناسب. وبغير ذلك يصبح الإنترنت من أخطر مُهدّدات الإعلام الأمني.

سلبيات الإنترنت وتأثيرها على الأمن القومي:

يرى عدد من الباحثين أن هنالك الكثير من السلبيات التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام الإلكتروني وخاصة منصات التواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت

(1) عبد الكريم قاسم السبيّ، مرجع سابق، ص 22.

وتؤثر على الأمن القومي، وفي مقدمة هذه السلبيات الافتقار إلى توثيق المعلومة الصحيحة والفبركة التي قد تحدث بقصد، وكذلك ضعف أو انعدام معايير القيم التي تصاحب النشر أحياناً.

أدى النقص المتعاظم في شبكة الإنترنت وازدياد أنشطتها المعلوماتية والتجارية والترفيهية إلى ظهور نوع جديد من الجرائم الإلكترونية التي تُعتبر السمة البارزة لاستخدامات الإنترنت.⁽¹⁾ ومن أهم هذه السلبيات للإنترنت:

1. قرصنة الملكية الفكرية: وهي التعدي على الطبع والنشر في الملكية الثقافية، وعلى الحقوق المضمونة للمؤلفين والتوزيع غير المشروع مثل الكتب وأشرطة الفيديو.

2. المُقامرة: وتتمثل في ظهور نوادي القمار بشبكة الإنترنت على نحو غير مُرخص به وغير خاضع لضوابط قانونية.

3. إنتهاكات القرصنة: الاتصالات الإلكترونية التي لا يطلبها أحد، إساءة استخدام المعلومات الشخصية في قواعد البيانات الشخصية، الاعتراض غير المُرخص به للاتصالات الشخصية.

4. الجرائم التجارية: النصب والاحتيال بما في ذلك القرصنة في مجال البطاقة الائتمانية.

5. الاتصالات الضارة: المواد غير المشروعة بما في ذلك بغاء الأطفال ومواد العنف والحط من قدر الأجناس أو الأديان أو المطبوعات المشوهة للسمعة.

6. السطو- أو الاقتحام: الدخول غير المشروع في الحواسب الآلية الشخصية أو الحكومية أو سرقة البيانات أو الإضرار بالبيانات عن عمدٍ وسوء نية.

وجميعها تُمثل مُهدداتٍ خطيرة وكبيرة للأمن الشامل، وهي من الموضوعات التي يُعنى بها الإعلام الأمني ويعمل على مُعالجتها من خلال الإعلام الإلكتروني كوسيلة من وسائل الإعلام الأمني أو من خلال الوسائط الأخرى. كذلك نجدها تدرج تفصيلاً تحت أقسام مُتخصصة من أقسام الإعلام الأمني التي تُقابل محاوراً في الأمن القومي بمفهوم (الأمن الإنساني). فقرصنة الملكية الفكرية مثلاً تعتبر مُهدداً للأمن الفكري للدولة، والجرائم التجارية تهدد الأمن الاقتصادي، والمُقامة تهدد الأمن الاجتماعي، والسطو يهدد أمن المعلومات، وهكذا.

ويضيف آخرون عدداً من المُهددات والسلبيات للإنترنت، من أهمها:

1. بناء مواد ذات خطر أمني وتتمثل في نشر بعض المواقع على شبكة الإنترنت مواد تعلم صناعة المُتفجرات من المواد المتوقرة بالمنازل وكيفية تركيبها وتقديرها

(1) عبد الرحيم نور الدين حامد، مرجع سابق، ص 36.

إضافة إلى نشر الإرشادات التفصيلية لكيفية ارتكاب الجرائم وسُبل إخفاء آثارها، بما يمثل دوراً رئيسياً للإرهابيين المبتدئين.

2. إساءة استخدام البريد الإلكتروني.

وينتج عن ذلك استلام رسائل غير مرغوب فيها، سواء كانت خادشة للحياء، أو ذات ارتباط بالجهات الأمنية، أو غيرها من المضار والمخاطر التي يترتب عليها عمل سالب، يفضي إلى تهديد أمني سواء كان تهديداً فكرياً أو ثقافياً أو غير ذلك من أشكال التهديد المباشر أو غير المباشر.

وظائف الإعلام:

وظائف الإعلام تكاد تتشابه من الناحية النظرية والدراسات الأكاديمية البحتة، ولكن التطبيق والممارسة تختلف كثيراً، بحسب الواقع السياسي والاقتصادي لكل دولة، وتتأثر كذلك بسيادة المذاهب الفكرية السائدة، وعليه يمكننا القول أن وظائف الإعلام تختلف مقاصدها وتفسيراتها وفق أهداف النظام السياسي القائم وما يريد إيصاله للجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة وفق السياسة الإعلامية العامة وموجهات الاستراتيجية الإعلامية للدولة.

وبالتالي فإن دراسة هذه الوظائف وتأثيراتها يجب ألا يتم النظر إليها أو قراءتها في غير السياق السياسي والاقتصادي الذي توجد فيه المؤسسات الإعلامية بالدولة المعنية.

يرى صالح خليل إبراهيم أنّ الإعلام يقوم بمجموعة أساسية من الوظائف والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج، سواء على المستوى الفردي أو الجماعة أو المجتمع. وهذه الوظائف هي⁽¹⁾:

أ. وظيفة الإخبار:

وهي وظيفة تتمثل بنقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهما كان نوعها، اقتصادية، سياسية، صحية، اجتماعية أو فنية، وذلك لمُتابعة ما يجري حول المرء من عالمه الصغير والكبير، وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي أو تزويده بما يستجد من أخبار.

في منظور الإعلام الأمني يجب أن تكون الأخبار المنقولة عبر الوسائط الإعلامية الوطنية متجانسة مع السياسات الإعلامية للدولة ومُحققة لاستراتيجيتها الشاملة ولا سيما محور الإعلام بهذه الاستراتيجية.

كما يجب الانتباه التام والحذر الشديد من استخدام المفردات المُفخخة في الأخبار، والتي يكون مردودها سالباً على الأمن القومي الوطني أو الإقليمي أو الإسلامي، حيث

(1) عاصم إدريس جعفر، ماجستير غير منشور «التخطيط الاستراتيجي للإعلام التنموي»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أمدرمان الإسلامية، 2012م، ص 20-ص 21.

أن بعض الفضائيات - لتحقيق رسالتها- تستخدم كلمات مثل (المجاهدون- الشهداء) لوصف الحركات غير الشرعية أو الإرهابية، ومثل هذه الأوصاف يضيف عليها شرعية وتقديس، وهم في حقيقة أمرهم إرهابيون شوّهوا صورة الإسلام وأساءوا للمسلمين. وكذلك يجب الحيطة والحذر من نشر الأخبار التي تدعو للعنصرية أو تثير الكراهية، أو تحض على الخروج على الحاكم، أو تنشر أرقام مغلوبة تهدد الأمن الصحي أو الجماعي أو تثير الفزع.

ومن أكثر الوسائل تجاوزاً في النشر لوظيفة الإخبار وتهديداً للأمن الوطني وتجاوز المسموح به هي وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر- انستغرام- واتس آب.. إلخ)، ويُعزى ذلك لأن القائم بالاتصال فيها أشخاص لهم دوافعهم الشخصية، ولا يملكون القدرة على التفريق بين الحكومة ومعارضتها والوطن وحمائته، ولا يملكون الوعي الكافي لمعرفة آثار ما ينشرون، وبالتالي فهؤلاء هم في حوجة للتوعية الأمنية لزيادة الحس الأمني لديهم.

ب. وظيفة الإعلام والتعليم:

الإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى. فبينما تُقدّم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها وتوفر له أيضاً مادة فكرية واجتماعية، فإن التعليم في حقيقته وظيفة تُقدّم له نوعاً من المعلومات المنهجية التي تُستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو تُقدّم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

ولتحقيق هذه الوظيفة كما هو مطلوب، فيجب -من منظور الإعلام الأمني- أن تكون المؤسسات الإعلامية عاملة بتناسق تام مع بقية الجهات المعنية التي تشملها استراتيجية الدولة في القطاعات المختلفة، ولا يقتصر الحال على القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية التي تُعنى بالتعليم عن بُعد كما هو الحال بالنسبة لبعض الجامعات، فالقطاع الصحي مثلاً تكون وظيفة الإعلام الأمني تجاه زيادة الوعي والتثقيف الصحي للحد من السلوكيات والممارسات الصحية السالبة، وتعزيز الإيجابية وتدعيمها لدى الجمهور بغية الوصول للمجتمع الصحي.

ج. وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه:

إن الاتصال هو السبيل الوحيد إلى ترابط المجتمع، فهو الذي يربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض وهو الذي يربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض الآخر، ويربط الشعب بحكومته، ومن خلال نقل تراث الشعب وقيمه وعاداته وتقاليده ولُغته - يقوم الاتصال بأهم وظيفة له إذا تمكن شعب ما من أن يمتلك خصائصه المميزة، وتجعله كذلك قادراً

على حفظ تماسكِهِ ووحده.. من هذا المُنطلق يجوز لنا القول بأنَّ وسائل الإعلام في المُجتمَع كالجهاز العصبي في الجسم كِلاهُمَا يَعمَلُ عَلى تَماسِكِ الأَعْضاء وتُنسيق حَرَكتها.

دور الإعلام الأمني ووظيفته في هذا المحور العمل على تعزيز الولاء الوطني لدى الأفراد، ويبدأ هذا منذ الطفولة من خلال الإعلام المدرسي، ثم المجالات والبرامج التلفزيونية المتخصصة للأطفال لبناء اللبنة الأولى في التنشئة الثقافية والاجتماعية التي تُعدّ النواة التي تُبنى عليها بقيّة قيم المجتمع وإكساب الطفل عادات مجتمعه وتقاليده، ويستمر في مرحلة الشباب من خلال البرامج الشبابية، حيث أن وظيفة ترابط المُجتمَع ونقل تراثه عمليّة مستمرة يجب التخطيط لها بإحكام وتنفيذها على كل المستويات وتقييمها وتقويمها باستمرار، ولكن من المؤسف أن الإعلام العربي يعاني قصوراً كبيراً في إعلام الطفل والمرأة وهما من الأهمية بمكان.

د. وظيفة الترفيه:

لا تقلُّ وظيفة الترفيه في الإعلام أهميّة عن الوظائف الأخرى وهي من أقدم الوظائف التي عرّفها الإنسان للإعلام.. إنَّ الترفيه وظيفة أساسية لتحقيق بعض الإشباع النفسية والاجتماعية ويُعبّر عنها بالغناء والرّقص والنكتة واللعب.

وحتى تكون هذه الوظيفة ذات عمق ودلالات موجبة يجب أن تكون مُعبّر عنها بما يخدم ويحقق وظائف أخرى مثل وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه، وغيرها من الوظائف الأخرى، حيث أن الغناء يجب أن يكون حاملاً لقيم المجتمع وداعياً لفضائل الأخلاق (بوصيكم على البيت الكبير أبنوه..

وبوصيكم على السيف السنين أسعوه..

وبوصيكم على الجار إن وقع شيلوه..

وبوصيكم على ضيف الهجوع عشوه..

وبوصيكم على الولد اليتيم ربوه

وبوصيكم على الفايث الحدود واسوه).

فهذا النموذج للغناء الوطني والشعبي يحمل قيماً ومضامين تسهم بشكل كبير ومباشر في تربية المجتمع على محاسن الأخلاق، وتحضه على فعل الخيرات، وتعمل على نقل التراث للأجيال الجديدة، حماية لها من التفسخ والاستلاب الفكري والثقافي والركون لعادات وافدة. والمقطع الغنائي المشار إليه أنفاً بالتأمل في مفرداته نجده يحمل كل معرّزات الأمن الاجتماعي من تكافلٍ وتراحمٍ.

كما يجب أن تُراعي النكات وغيرها الأبعاد الإيجابية والتركيز على القيم السمحة للمجتمعات العربية والإسلامية، مثل الكرم والشهامة والمرؤة التي اتّسم بها الفرد المسلم

والتي هي من صميم ديننا الحنيف، وتبتعد عن الإسفاف، والمضامين السالبة، حيث نلاحظ أن كثيراً من النكات التي يتم تداولها تمجّد ذكاء من يتعاطون المخدرات وسرعة بديهتهم وكأنها بذلك تدعو لترويج المخدرات وتجعل من هؤلاء (المساطيل) قدوة وأسوة حسنة، وإنّي لأعجب كيف لمن فقد عقله وغيب وعيه أن يكون كذلك.

هـ. وظيفة الرقابة:

تُمثّل هذه الوظيفة أحد الدروع الأساسيّة لحماية المجتمع ولذا فقد أُطلق على الصحافة اسم السُلطة الرابعة لأنّ تقوم بوظيفة الرقابة والإشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال وتعزيز كل ما هو إيجابي فيها والتنبيه لما هو سالب حماية لأمن الفرد والمجتمع والأمن الوطني، وهي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومة لإنجاحها ... وبهذا تلعب وسائل الإعلام دوراً مُسانداً للحكومة في تأدية واجبها ودورها على أكمل وجه كما أنّها تلعب دوراً أساسياً في الدفاع عن مصالح النّاس وحمايتهم.. إنّ وظيفة الرقيب العمومي وظيفته أساسيّة وخاصّة في دول العالم الثالث لتُساعد على تقدّم المُجتمعات وللتعبير عن الرُّوح الديمقراطيّة البنّاءة.

ما أجمل أن تكون وظيفة الرقابة في الإعلام الأمني من أجل التكامل بينه والحكومة ونصحها بما يفيدها وإبراز مكامن الخلل والقصور التي تحدث ضرراً على الأمن الوطني سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات أو الأسر والمجتمع ككل، وسواء كان ضرراً على الأمن الصحي أو الاجتماعي أو الثقافي أو غيره، وليس من أجل تحقيق أهداف خاصة للمؤسسات الإعلامية أو لحساب جهات تقف من خلفها وتدعمها وتقودها لكشف ما يهدد الأمن الوطني، وهنا البون شاسع بين من يراقب لصالح الوطن وبين من يراقب لتدمير الوطن وتهديد أمنه القومي من حيث لا يحتسب، وليس من الضرورة أن يكون تهديد الأمن الوطني بتناول القضايا التي تمس القوات العسكرية والأمنية فقط، فقد يكون هنالك موضوعاً ظاهره اجتماعياً أو صحياً أو ثقافياً أو غيره، وفي حقيقته أكثر تهديداً للأمن الوطني من موضوعات تتصل بالقوات العسكرية والأمنية، حيث تجاوز المفهوم الحديث للأمن القومي القوات العسكرية ليتصل بالصحة والأمن الفكري والغذائي وغيرها.

و. وظيفة الإعلام والترويج:

يُعتبّر الإعلام من الوظائف الأساسيّة للاتّصال في المُجتمعات الحديثة، والإعلام هو الوسيلة لترويج السلع التي عرفت أشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة بالمقايضة. ويقوم الإعلام بتقديم خدمات على مستوياتٍ عدّة فهو يخدم المُستهلك، ويخدم المُعلن والوسيلة الإعلامية، كما يُقدّم خدمة لتتسيط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية.

أصبحت وظيفة الإعلام والترويج في بعض الوسائل الإعلامية مدخلاً للإعلانات

السالبة التي تناقض قيم وعادات المجتمع وتهدد الأمن الاجتماعي والفكري للمجتمعات، وعلى المؤسسات الإعلامية وهي تقوم بدورها في حماية الأمن الوطني من خلال وظيفة الإعلان والترويج أن تعيد النظر ألف مرة في كل إعلان مدفوع القيمة قبل فحصه والتأكد من موافقته للشريعة الإسلامية وملاءمته لقيم وعادات المجتمع، وألا تحمل - بشكل مباشر أو غير مباشر - ما يدعو لما يتنافى مع تلك القيم الكريمة والعادات النبيلة. "في ظل شح الموارد والامكانات وزيادة كلفة صناعة الإعلام، أصبح الإعلان واحداً من أهم مداخل الإيرادات للوسائل الإعلامية المختلفة، وبما أن الإعلان مدفوع القيمة من الشركات الكبرى أو متعددة الجنسيات فإن هدف هذه الشركات قد يتعارض مع رسالة المؤسسات الإعلامية، ولا يتوافق مع قيم المجتمعات وعاداتها، ولكن في بعض الأحيان تخضع المؤسسات لإغراء الإعلان وتضرب بمهنتها ورسالتها عرض الحائط، مما يفتح باباً كبيراً للابتزاز والتدخل حتى في الجوانب المهنية وإن كان ذلك على حساب رسالة الإعلام وقيم المجتمعات"⁽¹⁾.

ز. وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية، ووظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام إزاء قضايا معينة سياسية أو اجتماعية أو ثقافية، وهنا تدخل الرعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة.

ينطلق الإعلام الأمني لتحقيق وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، من دوره ورسالته المناط تحقيقها للأفراد والشعوب والدول، ويكون تكوين الآراء والاتجاهات العامة حول مجالات الأمن الإنساني المختلفة حافزاً لوسائل الإعلام عموماً والإعلام الأمني على وجه الخصوص، ولا سيما تلك الآراء والاتجاهات التي ترتبط بمجال متخصص، سواء كان مجالاً عسكرياً أمنياً، أو مجالاً اقتصادياً، أو ثقافياً فكرياً، ويرتبط ذلك بالتنشئة والتثقيف وإكساب الأفراد والمجتمعات المناعة والوقاية اللازمة التي تجعلهم يدركون أبعاد هذه القضايا من خلال ما توافر لديهم من معلومات حقيقية ومعارف حولها مما يصعب محالة التشويش عليهم أو تغيير رؤاهم تجاهها، ولا سيما يتم بناء تلك الآراء والاتجاهات من منظور وطني وربطها بالأمن القومي.

وظائف أخرى:

نرى أن هنالك جملة من الوظائف الأخرى، والتي تُعتبر من الأهمية بمكان، ونجملها في وظيفتين، هما:

أ. تبصير الناس وإبلاغهم بالحق، وحضهم على الخير ودعوتهم إليه.

(1) محمد خليفة صديق، أستاذ جامعي، رئيس تحرير صحيفة المحرر، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ 2014/11/3 بالخرطوم.

ب. حماية الأمن القومي للدولة، من خلال جملة برامج وأنشطة داخلية للجمهور الداخلي على المستوى الوطني، وكذلك أنشطة وبرامج تُوجَّه للجمهور الخارجي للتأثير عليه بما يحقق استمالته لصالح الدولة القائمة بالإرسال.

وسيجيُ تفصيل ذلك في الفصل الأخير من هذا الكتاب حول الإعلام الأمني الدولي.

الإعلام الجديد والإعلام الأمني:

إنَّ الحديث حول وسائل الإعلام الحديث وتطوُّرها يقود مباشرة لمعرفة ماهية الإعلام الجديد وكيفية توظيفه وتحقيق الاستفادة القصوى منه لصالح مضمون ورسالة الإعلام الأمني.

تعريف الإعلام الجديد:

”الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مُصطلحٌ يضمُّ كافةً تقنيات الإتِّصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتَّصلة أو غير المتَّصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا“⁽¹⁾.

يرى المؤلف من خلال التعريف للإعلام الجديد أنَّ هذا الإعلام استطاع (رقمنة) كل الوسائط الإعلامية الأخرى، وتميَّز بعددٍ من المُميّزات التي جعلته أقرب للمُتلقي وأسرع وصولاً للجمهور المُستهدف، مع قُدرة هذا الجمهور على التفاعل المباشر مع الرسائل والمضامين.

خصائص الإعلام الجديد:

إنَّ الإعلام الجديد الذي يمثل أحد ثمرات التطوُّر التقني، يتميز عن وسائل الإعلام الأخرى بعدد من الخصائص. يُجملها سعود صالح في النقاط التالية⁽²⁾:

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث طلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.

إنَّ كثيراً من الأبحاث التي تدرُس أنماط سلوك مُستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح أنَّ مُعظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها

(1) بدر الدين أحمد إبراهيم محمد، الإعلام الجديد ودوره في منظومة القيم والأخلاق لدى الشباب المسلم، ورقة علمية مُقدَّمة إلى مؤتمر مكة السادس عشر «الشباب المسلم والإعلام الجديد»، الذي نظَّمته رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة 3-4 ذو الحجة 1436هـ الموافق 16-17 سبتمبر 2015م.

(2) سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع – التحدّيات والفرص، ورقة علمية مُقدَّمة المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 18- 20 محرم 1433هـ.

أو يسمعونها أو يقرأونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدو التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (Passive) بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك. الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

2. تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. فمجلة «نيويورك تايمز» مثلاً أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الإنترنت (www.nytimes.com).

«التلفزيون والإنترنت اندمجا أيضاً بشكل شبه كامل، فجهاز التلفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي نفس الوقت الإبحار في الإنترنت وإرسال واستقبال البريد الإلكتروني كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون والراديو. شركات الكيبل التلفزيوني أصبحت تعتمد على الأقمار الصناعية في بث برامجها. وهكذا نجد أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر»⁽¹⁾.

3. خاصية أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

هذا التدفق الكبير للمعلومات، يمثل مصدر خطورة كبيرة على الأمن القومي، حيث أن بعضاً من هذه المعلومات ليست للنشر والتداول، وبعضها فيه زيادات وتهويل وتضخيم، وبعضها الآخر غير صحيح جملة وتفصيلاً، وهنا يكمن الخطر حيث أن انتشار المعلومة في هذه المواقع لاتحده حدود، وبعد نشر المعلومات أياً كانت صفتها،

(1) المرجع السابق.

يتعدّر على الجهات المعنية تصحيحها أو تكذيبها.

4. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمّن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

5. تقنيت الجماهير (Media Fragmentation) ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مُستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين الكثير من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

6. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المُرسِل والمُتلَق في نفس الوقت، فالمُتلَق بإمكانه الحصول على المُحتوى في أي وقت يريده.

7. الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

8. قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى. إنّ الإعلام الجديد ويفضل الخصائص التي يتمتّع بها وقدرته الفائقة على الوصول لأكبر قدر من الجمهور وبالسّعة المطلوبة، يُعتبر إضافة كبيرة ومُهمّة للإعلام الأمني، وهو الأقدر على مخاطبة الشباب. شريطة أن يكون القائم بالاتصال في الإعلام الأمني على دراية تامة ومعرفة كاملة بتصميم المضامين والرسائل المُراد توصيلها للجمهور المُستهدف.

تري الباحثة في والإعلامية الدكتورة ليلي الضو⁽¹⁾ أن العلاقة وطيدة بين الإنترنت والإعلام في وسائله ورسائله ومحتواه، ويمثل الإنترنت عاملاً مساعداً في نشر وتفعيل المضامين الإعلامية وتوصيلها للجمهور، لكونه أصبح يشكل الآلية التي يتم توظيفها من قبل الإعلاميين للاستفادة من شبكة الإنترنت، عبر المواقع الإلكترونية والتطبيقات، وعموم أشكال الإعلام الجديد التي تعد وسائل إعلام نبعت من شبكة الإنترنت وأصبحت وسائل تساعد على نشر الرسالة الإعلامية بسرعة فائقة أكثر من الوسائل التقليدية مع قدرتها على الوصول أي في نفس الوقت لأ مكان وتخطي حاجز الزمان والمكان. مما أكتسب الإنترنت أهميته القصوى في مجال الاتصال، ويمكن القول أن الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي استفاد من الإنترنت وأفاد بسرعة وصول الرسالة الإعلامية، وكذلك الحصول على المعلومات وإن كانت في بعض الأحيان معلومات غير موثقة ومجودة

(1) ليلي الضو سليمان الضو سليمان، أستاذ الإعلام بالجامعات السودانية وباحث مختص بركائز المعرفة للدراسات والبحوث، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2017/4/20م.

علمياً، مع وجود بعض المواقع ذات مصداقية وعلمية لحرصها على فترة وتنقيح المعلومة قبل رفعها للجمهور، كما تميز بالسرعة في التبليغ والاختصار للزمان والمكان، وقدرته على توصيل المحتوى الإعلامي للمناطق البعيدة والنائية التي يتعذر وصول الإعلام التقليدي إليها».

الإنترنت والإعلام الأمني:

يمثل الإنترنت إضافة كبيرة ومهمة للإعلام عموماً وللإعلام الأمني بصورة خاصة، وذلك لكونه يرتبط بـ(المعلومة) ابتداءً من الحصول عليها والتأكد منها وطريقة توظيفها وتقديمها للناس و ثم تأثيرها المتوقع أو هدفها المرغبي، وهل هي معلومة حقيقية أم أنها مصنوعة، وما مدى تجاوب الآخرين معها سلباً أو إيجاباً، ولا سيما في هذا العصر الذي يُعتبر عصر المعلومات و يشكل فيه الإعلام الإلكتروني من خلال المدونين بُعداً جديداً وأهمية متزايدة.

«يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي، ونحن نعيش فعلاً مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، وتشكل المعلومات أساساً في التنوير والتطوير، ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب فإنه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شيء بعيداً عن العشوائية والارتجالية، ويشير مصطلح تفجر المعلومات Information Explosion إلى اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري، وتشتت الإنتاج الفكري، وتنوع مصادر وأشكال المعلومات كالدرجات والكتب والبحوث والبيانات والندوات والمؤتمرات والرسائل العلمية الجامعية وبراءات الاختراع، والمواصفات القياسية مما يحتاج إليه مجتمع المعلومات Information Society»⁽¹⁾.

من خلال ما تم إيراده من خواص للإنترنت وقدرة على توصيل المعلومة، نستطيع القول أنه يُعد فتحاً جديداً للإعلام الأمني، سواء على مستوى الناحية التوعوية والتثقيفية من خلال المضامين التي تهدف لذلك والتي يتم بثها للجمهور الداخلي، أو على مستويات أخرى تتصل بغايات وأهداف الإعلام الأمني على مستوياته الدولية، ويتطلب ذلك امتلاك القُوّة المهنية والقُدرة على تصميم تلك المضامين بشكل جاذب ومهني احترافي، وبلغات مختلفة حتى تنتشر من خلال محرّكات البحث المتعددة.

«لم تعد الحرب في العصر الحديث عصر التكنولوجيا الحديثة تقتصر على الدبابات والقنابل والصواريخ، بل بات ما يُعرف بالحرب الإلكترونية حرب التكنولوجيا الحديثة بأسلحتها التقنية المتطورة. إنه عصر الحرب المعلوماتية، حرب الاختراقات والتجسس

(1) حسين أبو شنب، الإعلام التفاعلي، محاضرات أكاديمية.

الإلكتروني لأخطر المواقع وأكثرها حساسية، ولم يقتصر الأمر على الدول المتقدمة في مجال التكنولوجيا كأمريكا وبعض دول أوروبا، بل أضحت الدول العربية واحدة بل طرفاً أساسياً في حرب القرصنة الإلكترونية. وقد تحوّل الفضاء الإعلامي والشبكة العنكبوتية إلى ساحة حرب عقول وتقنيات وفنّيات وخبرات في المجال الإلكتروني»⁽¹⁾.

إذاً أصبحت الشبكة العنكبوتية موقعاً جديداً للحرب الحديثة التي يقودها الإعلام الأمني الدولي، ويعمل على تحقيق أجداته وأهدافه من خلالها، وإحداث أكبر قدر من الانتصارات المادية والمعنوية في ظل صراع فكري وثقافي يتوهمه الغرب.

هذا الواقع الجديد يفرض على الإعلام الأمني الوطني، مسؤوليات جسام وهو يتصدى لهذا الغزو المنظم الذي يستهدف محاور الأمن المختلفة عبر الإنترنت، ولاسيما الأمن الثقافي والفكري والاجتماعي وكذلك الأمن العسكري والسياسي وغيرها من مكونات منظومة الأمن الشامل.

«لم تقتصر جرائم الإنترنت على اقتحام الشبكات وتخريبها أو سرقة معلومات منها فقط، بل ظهرت أيضاً الجرائم الأخلاقية مثل الاختطاف والابتزاز والقتل وغيرها. وفي ظل التطورات الهائلة لتكنولوجيا المعلومات، ونظراً للعدد الهائل من الأفراد والمؤسسات الذين يرتادون هذه الشبكة، فقد أصبح من السهل ارتكاب أشنع الجرائم بحق مرتاديه سواء كانوا أفراداً أم مؤسسات أم مجتمعات محافظة بأكملها»⁽²⁾.

من أخطر التهديدات التي تتم عبر الإنترنت للأمن القومي، تلك التي ترتبط بالعمل الفكري مثل الذي تقوده جماعة داعش التي تعتمد على تجنيد الطلاب والشباب عبر التواصل المستمر والدائم معهم بغرض كسب تأييدهم وانضمامهم لأفكارها المشوهة. وكذلك العمل الاستخباري الذي تقوده مخابرات دول معادية في إطار عمل الإعلام الأمني الدولي عبر محور الإعلام الإلكتروني الذي تنشط فيه المخابرات بغرض التضليل الإعلامي أو التشويه أو تجنيد أفراد مؤثرين داخل دول أخرى لتحقيق أهدافها. ونشير هنا لمحاولة تجنيد الكاتب الصحفي السوداني بصحيفة (ألوان) عزمي عبد الرزاق الذي تعرّض لمحاولة تجنيد عبر مخابرات دولة جارة طلبت منه أن يكون مراسلاً لصحيفة إلكترونية مقرها دولة أخرى بمبلغ خرافي، وطلبت منه أن يكتب تقريراً افتراضياً، ثم أرسلت له التقرير الذي أعدته ليوافق عليه ويعيد إرساله وهو لا يقوم على أسانيد واقعية ليطلع عليه ويرسله لهم مرة أخرى بعد موافقته على ذلك، ليتم تحويل القيمة المادية للتقرير التي أخبروه أنها تساوي عشرات أضعاف المبالغ المعروفة للمراسلين، وقد كتب الصحفي هذه المحاولة للتجنيد عبر زاويته اليومية بصحيفة ألوان.

(1) بشرى حسين الحمداني، القرصنة الإلكترونية- أسلحة الحرب الحديثة، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م)، ص9.

(2) المرجع السابق، ص31.

ومن المؤسف أن هنالك عدم اتفاق حول مفهوم (الأمن القومي) عند السودانيين، وعند غيرهم من الدول العربيّة سواء على المستوى الوطني الداخلي أو المستوى الإقليمي (الأمن القومي العربي)، وهنالك خلط كبير بين معارضة (حكومة) ومعارضة (الوطن)، وذلك نجد البعض يقوم بأعمال تهدد الأمن القومي مباشرة بدعوى معارضة الحكومة، ومن غرائب الأشياء أن معارضاً سودانياً لحكومة عمر البشير أيد بشدة ضرب الولايات المتحدة الأمريكية لمصنع الشفاء للأدوية الذي دمّرتة غارة صاروخية أمريكية عام 1998م إبان فترة حكم الرئيس بيل كلنتون، وطالب -هذا المعارض- أمريكا بالمزيد من الغارات على السودان، وبعد عشر سنوات جاء هذا الشخص مساعداً لرئيس الجمهوريّة دون أن تطاله تهمة الخيانة الوطنيّة، ومثله كثيرون وفي دول عربية متعددة.

الإرهاب الإلكتروني ومخاطره على الأمن القومي:

تعريف الإرهاب:

«الإرهاب بالمفهوم العام استخدم في المجتمعات القديمة- مثل اليونانية- ويُقصدُ به كل حركة من الجسد تفرع الآخرين»⁽¹⁾.

أما الإرهابيين في مصطلح اللغويين فهو صفة تُطلق على «الذين يسلكون سبيل العنف لتحقيق أهدافهم»⁽²⁾.

هنالك جدل كثيف ومستمر حول تعريف الإرهاب، إذ أن تعريفه ينطلق من خلفيات أخرى وأيدولوجيات ومذاهب بل وديانات، فالإرهاب في الإسلام يختلف عنه من منظور الغرب، وما يعتبره البعض إرهاباً يراه غيرهم نضالاً وكفاحاً من أجل قضايا، وهكذا. «عدم الاتفاق حول تعريف موحد للإرهاب عرقل كثيراً التوصل لاتفاق في الاجتماع الذي عُقد للمنظمات في فيينا بغرض مكافحة الإرهاب واختتم في يوم الجمعة 2004/3/12م، والذي حضرته منظمة الجامعة العربية من ضمن ستين منظمة أخرى»⁽³⁾.

عرفته وكالة التحقيقات الفيدرالية FBI بأنه: «الاستخدام غير القانوني للقوة ضد الأشخاص أو الممتلكات من أجل إكراه أو ترويع الحكومات والمواطنين أو أي مجموعة من الناس لأغراض سياسية أو اجتماعية»⁽⁴⁾.

وعرفته الإتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب الصادرة في القاهرة عام 1998م بأنه: «كل فعل من أفعال العنف أو التهديد أياً كانت بواعثه وأغراضه يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس، أو ترويعهم بإيذائهم، أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم للخطر أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الأملاك العامة

1) عبد الرحيم صدق، الإرهاب السياسي والقانون الجنائي، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1985م)، ص 81.

2) المعجم الوسيط، 1/ 376.

3) مجلة العلوم الجنائية والاجتماعية، (الخرطوم: معهد البحوث والدراسات الجنائية، جامعة الرباط الوطني، العدد 10،

يونيو 2005م)، ص 9.

4) المرجع السابق، ص 10.

أو الخاصة أو اختلاسها أو الاستيلاء عليها أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر»⁽¹⁾. في التعريفين السابقين نجد أن هنالك كثيراً من الخلط والفوارق الشكلية النظرية عند قياسها بالجوانب العملية، فالأول الأمريكي يرى أن الاستخدام غير القانوني للقوة ضد الأشخاص أو الممتلكات من أجل ترويعهم يُعد إرهاباً في الوقت الذي تصمت أمريكا والغرب عن المجازر الذي يمارسه العدو الصهيوني ضد المواطنين الفلسطينيين بل يعتبر حق الدفاع الفلسطيني عملاً إرهابياً ضد المحتل اليهودي.

أما التعريف العربي الذي يرى أن انتهاك الحرية عملاً إرهابياً، فهو من غرائب الأشياء، إذ أن الحريات العامة والحريات الصحفية تُنتهك آلاف المرات في بعض الدول العربية وبواسطة أجهزتها الأمنية، مما يجعل - وفق التعريف - هذه الحومات في خانة (الإرهابي)، وهي مفارقة لطيفة تستدعي التأمل.

ونرى أن أفضل التعريفات للإرهاب هي التي وردت في القرار الصادر عن مجمع الفقه الإسلامي الدولي في دورته الرابعة عشرة المنعقدة بالدوحة في شهر كانون الثاني من العام 2003م بشأن حقوق الإنسان والعنف الدولي. الذي عرّف الإرهاب بأنه: «العدوان أو التخويف أو التهديد مادياً أو معنوياً الصادر من الدول أو الجماعات أو الأفراد على الإنسان دينه، أو عرضه، أو عقله، أو ماله، بغير حق بشتى صنوفه وصور الإفساد في الأرض»⁽²⁾.

تعريف الإرهاب الإلكتروني:

عرفه جيمس لويس من مركز الدراسات الاستراتيجية والعالمية بأنه: «استخدام معدات الكمبيوتر وشبكاته لتعطيل البروفة التحتية الأساسية (مثل الطاقة والمواصلات والعمليات الحكومية)، أو تسبب الرعب للحكومة والمواطنين أو إكراههم على فعل شيء ما»⁽³⁾. وعرفته وكالة التحقيقات الفيدرالية FBI بأنه: «أي هجوم مدبر بدوافع سياسية ضد المعلومات أو أنظمة الكمبيوتر أو برامج الكمبيوتر أو البيانات، التي ينتج عنها عنف ضد أي أهداف غير عسكريّة بواسطة مجموعات أو عملاء سريين»⁽⁴⁾.

مفهوم الإرهاب الإلكتروني:

«يعد الإرهاب الإلكتروني من أخطر أنواع الإرهاب في العصر الحاضر، نظراً لاتساع نطاق استخدام التكنولوجيا الحديثة في العالم، لذا من الأهمية بمكان دراسة أسبابه، وطرق مكافحته. ومصطلح «الإرهاب الإلكتروني» الذي ظهر وشاع استخدامه عقب الطفرة الكبيرة التي حققتها تكنولوجيا المعلومات واستخدامات الحواسب الآلية والإنترنت تحديداً في إدارة معظم الأنشطة الحياتية، وهو الأمر الذي دعا 30 دولة إلى التوقيع على (الاتفاقية الدولية

1 الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب الصادرة في القاهرة عام 1998م

(2) قرارات وتوصيات الدورة الرابعة عشرة - مجمع الفقه الإسلامي - الدوحة. 11-16 كانون الثاني، 2003م.

(3) مجلة العلوم الجنائية والاجتماعية، مرجع سابق، ص 10.

(4) المرجع السابق، ص 10.

الأولى لمكافحة الإجرام عبر الإنترنت)، في بودابست، عام 2001 م، والذي يُعد وبحق من أخطر أنواع الجرائم التي ترتكب عبر شبكة الإنترنت، ويتضح هذا جلياً من خلال النظر إلى فداحة الخسائر التي يمكن أن تسببها عملية ناجحة واحدة تندرج تحت مفهومه»⁽¹⁾.

لماذا الهجوم الإلكتروني؟.

الإرهاب الإلكتروني قد يكون من أفراد أو من جماعات أو من دول (أجهزة متخصصة في الدول)، بقصد تحقيق أهداف مختلفة ومتنوعة، تتفاوت من المادية إلى المعنوية، فضلاً عن إحداث أضرار بالدولة الأخرى، بعد اختراق أنظمتها الحاسوبية.

وفي كل الحالات يمكن القول أن الهجوم الإلكتروني لأيّ من المستخدمين، أصبح واقعاً معاشاً، ويُمارس بانتظام، ولعل ازدياده يُعزى إلى جملة أسباب. منها⁽²⁾:

1. الهجوم بالوسائل الإلكترونية يمكن أن يتم من أي بقعة في العالم طالما أنها موصولة

بالإنترنت.

2. لا تقف في طريقه حدود جغرافية أو سياسية.

3. لا يحتاج إلى إجراءات سفر واجتياز حواجز أمنية.

4. لا يحتاج إلى مجموعات كبيرة.

5. لا يحتاج إلى أموال كثيرة.

6. يمكن إجراؤه عن بُعد.

7. يمكن للمهاجمين إخفاء شخصياتهم وأماكنهم.

8. من الصعب جداً تتبعه ومعرفة مصدره والتعرّف على فاعله.

9. مثل هذه الهجمات يمكن أن تستهدف أعداداً كبيرة من الأهداف.

يمثل الإرهاب الإلكتروني خطورة بالغة على الدول، ولا سيما تلك التي تعاني من واقع

اقتصادي سيئ يحول دون قدرتها على حماية أنظمتها الحاسوبية والمعلوماتية بأحدث برامج

الحماية التي يتم تطويرها يوماً بعد يوم.

لهذا النوع من الجرائم - التي قد توجه بعناية وتخطيط للدولة - آثاراً كبيرة وخطيرة على

الأمن القومي، سواء من منظور تقليدي يتصل بالقوات المسلحة التي قد تتعطل قدراتها

وتقطع اتصالاتها، أو للأمن الإنساني بمعناه الأشمل، إذ من الممكن إحداث أضرار

سياسية بعد اختراق المواقع الحكومية وتخريبها ونشر أفكار معادية لطبيعة الدولة أو ترويح

نشرات لتوقع بين الدولة ودولاً أخرى مما يشوه صورة الحكومة. وكذلك يمكن ضرب الأمن

الاجتماعي أو الأمن الاقتصادي أو الأمن الصحي وغير ذلك.

(1) الإرهاب الإلكتروني مفهومه ووسائل مكافحته، مقال منشور على شبكة الإنترنت، <http://diae.net/16243> ، تاريخ 2017/6/12م.

(2) (مجلة العلوم الجنائية والاجتماعية، مرجع سابق، ص13).



الفصل الثالث:
نشأة وتطور الإعلام السوداني (السمات العامة)





الفصل الثالث: نشأة وتطور الإعلام السوداني (السِمَات العامّة)

تمهيد:

الإعلام السوداني بدأ بالصحافة التي عُرفت وظهرت في أواخر القرن الثامن عشر، مرتبطة بالاستعمار، ثم ما لبثت أن توالى تطورها حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن، وطوال القرن الماضي -ومع سبقها في المنطقة العربية والإفريقية- إلا أنها ما تزال تعاني من الكثير من المشكلات التي تتجسّد في نظرة السُلطة الحاكمة ورؤيتها لأهداف الصحافة فضلاً عن تحديد مفهوم (الأمن القومي) وأبعاده لدى تلك الحكومات المتعاقبة على الحكم في السودان. كذلك نجد أنّ الإذاعة المسموعة بدأت بالإذاعة القومية (هنا أم درمان) التي تمثل إحدى وسائل الإعلام الأمني الدولي، حيث جاء بها المستعمر لتحقيق أهدافه في بالسودان وفي المنطقة العربية والإفريقية، وبعد خروج المستعمر وطوال فترة الحكم الوطني لم يتم تطوير الإذاعات بما يسهم في تعزيز الأمن القومي وحمايته على المستويين الداخلي والخارجي، وحتى بعد الانفتاح الكبير في تأسيس الإذاعات الخاصّة ما تزال هنالك فجوة كبيرة في (التنسيق) بين أهداف الإذاعات واستراتيجية الدولة الإعلامية. القنوات الفضائية -كذلك- ما تزال تعاني من مشكلة (الهدف المشترك) و(الرؤية الموحدة) وحتى الآن يتم إيقاف بعضها - من القنوات العاملة- بدعوى أنها تعمل «بغير تصديق» وتتم مطالبة الأخرى بالعمل في مجال تخصصها. الإعلام الإلكتروني ما يزال في مرحلة «النمو» مقارنة بالعمل في مجال الصحافة الإلكترونية بالدول التي من حولنا، مع تزايد الانتشار والتغطية بالإنترنت لكل السودان.

يمكن القول إجمالاً أن الإعلام السوداني يعاني -حتى الآن وبرغم الاستراتيجية ربع القرنية- من انعدام الرؤية الاستراتيجية التي تحدد المسار الاستراتيجي والأهداف المطلوب تحقيقها من الإعلام، مع غياب التنسيق التام في هذا الجانب. وهذا من أكبر مهددات الأمن القومي السوداني.

وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعمل فيه، وتتطلق منه ولا تنفصل عنه بحالٍ من الأحوال، فالمجتمع الفقير لن تكون وسائله الإعلامية على درجة عالية من التطور والحدثة. والعكس صحيحاً في حال المجتمع المتقدّم الذي من غير المعقول أن تكون وسائل إعلامه تقليديّة وبدائيّة.

وتطور وسائل الإعلام في كل العالم جزء من التطور الثقافي والسياسي والاجتماعي والاقتصادي، بل هو نتيجة حتمية لهذه التطورات، فضلاً عن كونه أحد أهم العوامل التي تساعد على التطور في تلك المجالات المختلفة.

«إنّ الإعلام والاتصال حقيقة حياتية معاشة تكمن في كل جوانب حياتنا الاجتماعية»

وهو موجود على كل المستويات. بين الجماهير ووسائل الإعلام، ومن الحكومة إلى الجماهير، ومن الجماهير إلى الحكومة وعبر العديد من قنوات الاتصال الشخصي. والأسلوب الذي يستخدم به الإتصال، والوسائل التي تنقل الرسالة وتُحدث التدفق، وبنيات نظم الاتصال الشخصي. والإطار الفكري والنظري الذي تعمل فيه الأجهزة والقرارات التي يتخذها العاملون في هذه الأجهزة، كلها مُحَصِّلة لما يُعْرَف بالسياسات الإعلامية. والسياسات هي المبادئ والقواعد والموجهات التي يقوم عليها النظام الإعلامي. وفي أي مجتمع لا بد أن يتناسب نظام الإعلام مع النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي للأمة كما أنه يجب أن يتوافق مع القيم الثقافية للمجتمع. ومن المسلم به أن هناك قاسماً مشتركاً بين كل نظم الإعلام، إلا أن الأهداف والوظائف والسياسات تختلف بين الدول بسبب التفاوت في الفلسفة السياسية وفي درجات التنمية»⁽¹⁾.

ولعل التنمية في هذا المقام تعني التنمية الشاملة، إذ أن تطوّر الإعلام وازدهار صناعته في مجتمع ما لا تتم إلا إذا كان هذا المجتمع متحضراً وتمدناً وعلى معرفة ودراية تامة بأهمية الإعلام في حياته ومهامه أدواره التي يمكن أن يلعبها، من جهة أخرى فإن الإعلام يسهم بشكل مباشر في تعزيز تلك التنمية سواء كانت فكرية أو اقتصادية أو سياسية أو رياضية واجتماعية وغير ذلك.

وعلى الرغم من الاختلاف الكبير بين فلسفة الإعلام ونظريات الإعلام إلا أنه يمكن القول أن الفلسفة هي التي تركز عليها نظرية الإعلام المحددة وتولد في بيئتها. فنجد أن فلسفة السلطة أو الديكتاتورية التي كانت سائدة في العصور الوسطى هي التي تمخض عنها ميلاد النظام الصحفي السلطوي سواء في السودان أو في دول العالم الثالث والذي يوجد حتى الآن بشكلٍ أو آخر. ولن تكون هنالك صناعة إعلام فاعلة في ظل تخلف فكري أو تردّد اقتصادي مع عدم وجود حُرّيّات كافية للصحافة.

«لقد ارتبط ظهور النظام السلطوي للصحافة بالنشأة الأولى للصحف في نهاية القرن السادس عشر، وقد ارتكزت فلسفة السلطة في جذورها الفكرية على أفكار أفلاطون و ميكافيلي وهيجل وغرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة الحكومة القابضة على زمام الحكم»⁽²⁾.

وبالمقابل نجد نظرية الحرية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالليبرالية، ودافع فلاسفة القرن الثامن عشر من أمثال فولتير وجان جاك روسو ومونتسكيو عن حرية التعبير مستندين إلى القانون الطبيعي ومفهوم العقد الاجتماعي.

وتطورت بعد الثورة الفرنسيّة 1789م وإعلان حقوق الإنسان الفرنسي الذي ينص

(1) علي محمد شمو، وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام، (الخرطوم: دار الأصالة للصحافة والنشر والإنتاج الإعلامي، 1411هـ-1991م)، ص16.

(2) عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، (عمان: دار العالمية للنشر والتوزيع، 2014م)، ص15.

على أن: «الإنسان هو غاية القانون الذي يستهدف ضمان الحُرِّيَّات الفكرية والطبيعية وتشجيعها»⁽¹⁾.

«تطورت هذه النظرية من بعد سيادة مبادئ الحرية التي جاءت من بعد الثورة الفرنسية وتتميز الفلسفة باتجاهها لإعطاء المواطن موضعاً أكثر تميزاً واتجاهاً لاعتبار الحكّام بشراً يخطئون ولابدّ من مراقبتهم وتنبههم إلى الأخطاء عن طريق الصحافة الحرّة التي لها حق النقد والتعبير»⁽²⁾.

أما الفلسفة الإسلامية في الإعلام، وإن كانت تلتقي في بعض النقاط مع هذه النظريات، إلا أنّ لها سمات خاصة تحكم نشاطها، وتحدد أهدافها، وهي تختلف عن فلسفة الإعلام الليبرالي أو الإعلام الماركسي أو الاستبدادي... إلخ، لأنّ مُنطلقاتها وتوجهاتها تتميز بسماتٍ خاصّة تحكم منهاج عملها، فلا يجوز لمن يجتهد في المنهج الإسلامي أن يربط بين هذا أو ذاك وبين المنهج الإسلامي المتميز الذي تحدت ملامحه منذ أكثر من أربعة عشر قرناً، وقبل أن تلوح في الأفق هذه الفلسفات التي وضعها ماركس ولينين وجون لوك وآدم سميث.

«نظراً لاختلاف مراحل تطوّر الدُول النامية تختلف أيضاً درجات تطوّر وخصائص الشبكات الإعلامية فيها، ذلك لأنّ بعض الدُول الجديدة سارت خطوات قليلة في طريق التحضّر بينما البعض الآخر يكون قد سار خطوات واسعة. وبالرغم من هذا، فالشبكات الإعلامية في أغلب تلك الدُول تتشابه في خصائصها الهامة»⁽³⁾.

إنتشار وسائل الإعلام في الدول النامية:

في معظم البلدان النامية «دول العالم الثالث» تواجه وسائل الإعلام الحديثة الكثير من الصعوبات التي تحول دون رسالتها المُفترضة ووظيفتها المُراد تحقيقها، من أهم وأبرز تلك الصعوبات محدوديّة انتشار هذه الوسائل. ويعود ذلك - وضمن أسباب أخرى متداخلة ومتشابكة ومعقّدة - إلى عدم التقدّم التكنولوجي، إذ أن أغلب تلك البلدان لم تصل إلى مرحلة التصنيع التي تجعل من السهل توفير الأجهزة والمعينات الإعلامية وبأسعار مناسبة مما يزيد من انتشارها وتوافرها لدى المواطنين، يضاف لذلك الفقر المدقع الذي تعاني منه تلك الدول، والعامل الأهم هو الفساد السياسي وسوء الإدارة وغياب التخطيط الاستراتيجي وبالتالي ضبابيّة وانعدام الرؤية الإعلامية.

«يمكن أن نقرر بشكلٍ عام أن انتشار وسائل الإعلام في الدول النامية محدود، مما يجعل نسبة كبيرة من سُكّان الدول النامية تعتمد على الاتّصال المباشر ووسائل

(1) زحل محمد الأمين، محاضرات في قانون حقوق الإنسان، معهد دراسات الكوارث واللاجئين - جامعة إفريقيا العالمية، الدفعة 20 ماجستير، 2014م.

(2) المرجع السابق، ص 30.

(3) جيهان أحمد رشتي، نظم الإتصال - الإعلام في الدول النامية، (القاهرة: دار الفكر العربي، بدون تاريخ طباعة)، ص 138.

الاتصال التقليديّة الأخرى، إلا أن أسلوب استخدام الوسائل المتوفرة يوفر أقصى انتفاع ممكن بها»⁽¹⁾.

والملاحظ أنه لم تصل أيّ دولة من الدول النامية في النصف الثاني من القرن العشرين إلى الحد الأدنى لوسائل الإعلام الذي وضعته اليونسكو وهو عشر نُسخ من الجرائد اليومية، وخمسة أجهزة راديو، ومقعدان للسينما، وجهازان للتلفزيون، لكل مائة مواطن»⁽²⁾.

نلاحظ أنّ هذه الإحصائيّة قديمة ولم توجد إحصائيّات جديدة، ولكن الحقيقة الماثلة في دول العالم الثالث أنّ واقع الإعلام ما يزال يحتاج للمزيد من الموارد والدعم الحكومي والحريّة والتدريب والتأهيل للأطُر البشريّة العاملة حتى يرقى لواقع يواكب التحوّلات الكبيرة في شتّى مجالات الحياة المتطوّرة بسُرعة، بل هي أحد سمات العصر الحديث. فضلاً عن كون الإعلام الجديد وما تميّز به من جمع لكل الوسائط، وسهولة معرفة مضمونها والتواصل المباشر معها من خلال «جهاز الموبايل»، فإنه يمكن القول أن الواقع الحالي يختلف كثيراً، إذ أن هنالك عدد من الصُحف والإذاعات والقنوات الفضائيّة في (جيب) كل مواطن، ومع أن هذه محمّدة ونقلة كبيرة في مفهوم (التواصل والاتصال) إلا أنها من جانب آخر تُعد نقطة ضعف تمثل تحدّ كبير للدول وأمنها القومي جراء الاستخدام السالب وغير المهني لهذه الوسائل.

«إنّ نظام الاتّصال لأية دولة هو انعكاس لشخصيّة تلك الدولة، وهو ينبئ عن شكلها وعن لونها السياسي والاجتماعي، إنّ الصُحف والراديو، والتلفزيون، لا تعمل في فراغ ذلك لأن محتواها ومدى انتشارها واتساع دائرة بثّها وحريّتها وجمهورها يحدده الإطار العام الذي تعمل بداخله»⁽³⁾.

التحوّل الأهم والأبرز في عالم اليوم ولا سيما ظل التسارع الإعلامي وتطوّر وسائل الإعلام وصناعة المضمون الإعلامي وزيادة التنافس بين الأجهزة الإعلامية على المعلومة وتوظيفها ودور ذلك في الأمن القومي للدول. يتطلّب ذلك أن تسعى دول العالم الثالث لصناعة الإعلام لارتباطه بالتنمية الاجتماعيّة والسياسيّة والثقافيّة التي تشهدها لشعوبها وتحقيق الرفاه.

ولكن نظرة حكومات دول العالم الثالث لدور ورسالة الإعلام ولاسيما الحكومي منه مازال قاصرة جداً ولا تتجاوز بث ونشر أخبار الحكومات ومدح الرؤساء وتمجيدهم، وهذه المهمة تحتاج لقيادات إعلاميّة ذات مواصفات خاصّة تتعدّم لديها الأفكار الجريئة وعدم القدرة على النقد وإن كان بنّاءً، وعدم السماح للأخريين بقيادة مبادرات، والدوران في فلك

(1) المرجع السابق، ص 139.

(2) جيهان أحمد رشتي، نظم الإتصال - الإعلام في الدول النامية، مرجع سابق، ص 145.

(3) علي محمد شمو، وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام، مرجع سابق، ص 17

ماذا يريد المسؤول الحكومي بدعوى حماية الأمن الذي لا يعني بأية حال أمن المواطن أو الوطن، وبالتالي تكون هذه الأجهزة الإعلامية عبارة عن بوق للحكومة مما يفقدها بريقها ويجعل بينها وبين الجماهير سداً منيعاً، وتكون - من حيث لاحتساب - خصماً على رسالة الإعلام وليست إضافة لها، وبصمتها عن كثير من القضايا التي يجب تمليك الرأي العام الحقائق حولها وتبيينها تفتح بذلك باباً للشائعات وتكون هي أكبر مهدد للأمن القومي.

«إنَّ رسالة الإعلام الأمني باتت جزءاً من الصراع الدولي وأصبحت في دائرة التنافس، لذلك فإن استمرارية هذه الرسالة ونجاحها يعتمد بالدرجة الأولى على العلاقة التي تربط وسائل الإعلام العامّة بأجهزة الإعلام الأمني»⁽¹⁾.
إنَّ أكثر ما يُعيق صناعة الإعلام وتطوّره بدول العالم الثالث الخوف من الخُرَيَّات الصحفيّة و تأثيرها على الرأي العام وقيادة الوعي بالحقوق والمُطالبه بها. وخاصّة الحقوق السياسيّة والديمقراطيّة وإتاحة الخُرَيَّات العامّة ومحاربة الفساد وإشاعة الشفافية في عمل المؤسسات العامة وحماية الأمن الشخصي والقومي.

«إنَّ واقع الإعلام في دول العالم الثالث ما يزال في طور البدايات إذ أنَّ صناعة الإعلام تحتاج لروؤس الأموال الضخمة والاستراتيجيّات التي تُحدّد أهميّة ومسار الإعلام الاستراتيجي. والذي يرتبط بصورة مباشرة بالاستراتيجيات القوميّة للدول. وتستخدم وسائل الإعلام في الدول النامية لتوحيد الشعب في الداخل ولتقوية نفوذ الدولة في الخارج، كما تُستخدم للإسراع بالتطوير والتحصُّر ولشجيع الجماهير على المُساهمة في التطوير القومي والإقلال من القلق الاجتماعي»⁽²⁾.

لوسائل الإعلام دور (وقائي) يجب أن تضطلع به في إطار رسالتها ومسؤوليتها المجتمعيّة الأخلاقيّة، لحماية الأمن الاجتماعي من المظاهر السالبة والسلوكيّات التي تتنافى مع قيم المجتمع وأعرافه. وهذا لن يتأتى إلا باستراتيجية إعلامية واضحة ومحددة.
«إنَّ الإعلام يعتبر مراقباً إزاء البيئة ويقوم برصد كافة الظواهر والمشكلات لكي يتمكن المجتمع من مواجهتها والحد من أخطارها»⁽³⁾.

نشأة و تطوُّر الإعلام السوداني:

تعودُ جذور الحضارة السودانيّة لآلاف السنين قبل الميلاد «وتدلّ الكشوفات الأثريّة أنّ الممالك التي قامت في السودان وكانت أولها مملكة نبتة (725 ق.م - 350 ب.م) بالقرب من جبل البركل بالولاية الشماليّة قد تركت آثاراً ماديّة عظيمة تتمثّل في مجموعة المعابد والقصور والإهرامات ومقابرٍ مزيّنة بالرسومات والكتابات الملوّنة في الكرو

(1) المقدم عدیل الشرمان، العلاقة بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام العربية، ورقة عمل، بدون تاريخ .

(2) جيهان أحمد رشتي، نظم الإتصال، مرجع سابق، ص 103.

(3) تيسير أحمد عرجة، الإتصال وقضايا المجتمع، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2013م- 1430هـ)، ص

ومروي ونوري»⁽¹⁾.

«في القرن السادس قبل الميلاد نقلت كوش عاصمتها من نبتة إلى مروي، وفي مروي نجد الإهرامات الملوكية كما نرى المعابد ومنها معبد الشمس الذي تسامع به الناس في كل ركن من أركان الدنيا. أيضاً عُرفت مروي بالحديد كما تظهر الأكوام العالية حتى اليوم وهي آثار فضلات الحمم التي كانت تخرج من أفران صهر الحديد فقد وُصِفَتْ بأنها «بيرمنجهام إفريقيا القديمة». ومن أهم مواقع حضارة مروي (المصورات الصفراء)، و (النقعة)، و (البحراوية)»⁽²⁾.

«ثم قامت بالسودان عدد من الممالك العظيمة التي مازالت آثارها باقية حتى الآن سواء كانت المسيحية أو النوبية وأخيراً الإسلامية وعرفت الاتصال والتعبير بعدد من اللغات مثل الهيلوغروفيّة واللغة المروية والنوبية واللغات المحليّة المختلفة والتي ماتزال موجودة ثم اللغة العربيّة، وخلال هذه الحضارات سادت وسائل الاتصال التقليديّة، وبدأت الكتابة الورقيّة في الراجح بعد العام 1800م».

«إنّ اتصال السودان بالحضارات الأخرى خاصّة العربيّة والإسلاميّة قديمٌ قَدَم التاريخ، ويقع السودان بين أقاليم لكلٍ منها مميّزاتٍ خاصّة، وسادته سلاطات تميّزه عن غيره، ولكن لكلّ هذه الأقاليم فروعاً تتوغل إلى داخل السودان وتجعل منه ميداناً واسعاً لتمثيل تلك السلاطات»⁽³⁾.

إنّ السودان قد عرف الاتصال بمحيطه العربي الإسلامي والإفريقي منذ أماد بعيدة من خلال عدد من الأشكال والأنماط الاتصالية سواء كان الاتصال ثقافياً أو تجارياً عبر الهجرات إلى مصر واليونان والرومان والاتصال بالعرب من خلال البحر الأحمر «فقد صارت مروي عاصمة جديدة لكوش خمسة قرون قبل ميلاد المسيح عليه السلام وثلاثة بعد ميلاده وهي تنشر النور حولها من عقائد وأفكار وقدرات فنيّة، مقتبسة من كل صوب في العالم المتمدن، إذ تجمعت فيها كل الأفكار الحضاريّة في ذلك العهد وتمددت للقارة الإفريقية في كل صوب»⁽⁴⁾.

«في البلاد العربيّة دخلت المطبعة في لبنان سنة 1733م وفي سوريا سنة 1704م، وفي العراق سنة 1830م، وفي اليمن سنة 1877م، وفي الحجاز سنة 1882م. أما مصر فقد عرفت الطباعة مع نهاية القرن الثامن عشر، إذ دخلتها أول مطبعة مع حملة نابليون سنة 1798م»⁽⁵⁾.

(1) محمد عمر بشير، تاريخ الحركة الوطنية في السودان، - ترجمة هنري رياض، وليم رياض، الجنيد على عمر-

، (الخرطوم: المطبوعات العربية للتأليف والترجمة، 1987م)، ص6.

(2) النور جادين، الإتصال في الحضارات السودانية، (الخرطوم: فارس للنشر، 2013م)، ص39.

(3) المرجع السابق، ص65.

(4) النور جادين، مرجع سابق، ص54.

(5) حديد الطيب السراج، الإعلام الإذاعي ودوره في الوعي القومي في السودان، مرجع سابق، ص67.

«وعندما تولى محمد علي باشا حكم مصر في مطلع القرن التاسع عشر، أنشأ مطبعة بولاق سنة 1821م، وهو نفس العام الذي غزت فيه قواته السودان. وكان من الطبيعي أن يرتبط دخول الطباعة إلى السودان بمصر. وقد كان نصيب السودان مطبعة حجر صغيرة، كان الغرض منها إنجاز أعمال الحكومة، من مطبوعات ودفاتر وتجليد. وعند تحرير الخرطوم على يد المهدي، اهتمت الحكومة الجديدة اهتماماً كبيراً بالمطبعة. وهكذا عرف السودان الطباعة في العهد التركي، واستفاد من المطبعة في عهد الدولة المهديّة»⁽¹⁾.

ويُعتَبَر السودان في العصر الحديث من أوائل الدول الإفريقيّة والعربيّة التي عرفت الإعلام ولأسيما الصحافة على مستوى الممارسة والجانب الأكاديمي حيث تأسس قسم الصحافة بجامعة أم درمان الإسلاميّة عام 1965م كثالث قسم صحافة في الوطن العربي بعد قسم الصحافة بكلّ من جامعتيّ القاهرة والعراق.

وبالرغم من ذلك إلا أنّ مسيرة الإعلام السوداني لازمتها كثيرٌ من الأزمات والإشكالات التي حالت دون تطوره مرتبطة بالظروف الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة وانعكاساتها السالبة على الإعلام وصناعته، ويرتبط ذلك ارتباطاً وثيقاً - مع ما ذكرنا - بالسياسة الإعلاميّة المُتَّبَعَة طوال العقد الماضي والتي لم ولن تتفكّ عن النظام السياسي القائم وتوجهاته الفكريّة، وترتبط كذلك بالدولة وعلاقاتها ووزنها في محيطها الإقليمي والدولي ومستوى دخل الفرد فيها و نوع الحُكم السائد فيها ومدى قُربها أو بعدها عن الديمقراطية وإتاحة الحريّات العامّة لمواطنيها، ويرتبط أيضاً بالتطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وأنواع النظريات الإعلاميّة التي يمارسها القائم بالاتّصال، ومدى تبعيّة وسائل الإعلام للحكومة، وطبيعة الحكومة القائمة هل هي حكومة عسكريّة شموليّة أم حكومة ديمقراطيّة مُنتخبة. وهل هي حكومة يساريّة حمراء أم أنها تميل لليمين.

«من المفارقات التي لازمت الأداء الإعلامي في السودان بشقّيهِ المطبوع والإلكتروني عدم رضی الحكومات على تعاقبها عن أداء الوسائل الإعلاميّة وفي ذات الوقت عدم رضی مُعظم الجمهور المُتلَقّي للرسائل الإعلاميّة التي تبثها وتشرها هذه الوسائل. بل ومِمّا يُستَغْرَب له عدم رضی منسوبي هذا الحقل من مهنيين و أكاديميين عن أداء وسائل الإعلام السُودانيّة رغم أنّ الأداء فيها يقوم عليهم. المُنتَبَع للنقد الذي يُوَجّه إلى هذه المؤسسات الإعلاميّة لا يمكن رده إلى المضمون الذي تحمله هذه الوسائط فقط، وإنّما إلى ما يقابلها من مُشكلاتٍ هيكلية وقانونيّة وتنظيميّة ووظيفيّة والتي بدورها تؤثر بدورها على ناتج ومضمون هذه الوسائل»⁽²⁾.

(1) المرجع السابق، ص 68.

(2) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، (الخرطوم: دار صالح للطباعة، منشورات الخرطوم عاصمة للثقافة العربيّة، 2005م)، ص.

وتُرجع هذه الحيرة وعدم الرضا الذي يكتنف العمليّة الإعلامية بالسودان إلى ضعف التشريعات وغياب التخطيط الاستراتيجي للإعلام حيث جاءت مؤخراً الاستراتيجية الإعلامية والتي لم تجد حظّها من التبشير والتداول وسط الإعلاميين وظلّت حبيسة أدراج مؤسسات الحكومة، والسبب الآخر غياب السياسات الإعلامية الواضحة، وأخيراً اقتصار رؤية الحكومة القائمة لوسائل الإعلام (الحكوميّة والخاصّة) على أنّها ينبغي أن تكون أحد أذرع علاقاتها العامّة. وفي حال محاولة أيّ وسيط إعلامي الخروج عن ذلك يكون مصيره الإيقاف المباشر أو غير المباشر من خلال تجفيف الإعلان الحكومي، وإن كان وسيطاً وطنياً وداعماً للأمن القومي الذي تختنله حكومات دول العالم الثالث في الحكومة على حساب الدولة.

والسودان كواحدٍ من الدول النامية يعاني كغيره من أربع مشاكل مُتّصلة بتطوير وسائل الإعلام، ويجب حلّها:
أولاً: على الدولة أن تقرّر القدر الذي ستخصّصه من مصادرها القليلة للاستثمار في مجال الإعلام.

ثانياً: على تلك الدول أن تقرّر الأدوار أو المهام التي ستكلّف بها القطاعين الخاص والعام على التوالي.

ثالثاً: على الدول النامية أن تُقرّر قدر الحريّة التي ستسمح بها وقدّر السيطرة التي ستقرضها، ومقدار التشابه أو التماثل الذي تطلبه، والتنوّع الذي ستسمح به.

رابعاً: يجب أن تقرّر تلك الدول مستوى المضمون الثقافي لوسائل الإعلام⁽¹⁾. فلسفة كل دولة في المجالات السياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعيّة تحدد حجم وسائل الإعلام ومهمتها ومضمونها، وينعكس ذلك سلباً أو إيجاباً على وظائفها المناط تحقيقها في المجتمع من خلال التخطيط الإعلامي.

وسائل الإعلام تعكس المجتمع الذي تعيش فيه كما تساعد على تحديد ذلك المجتمع. لهذا فاتجاهات الحكومة نحو وسائل الإعلام تعكس جانباً واحداً للنظريّات السائدة عن الإعلام بشكل عام⁽²⁾.

نشأة وتطوّر الصحافة السودانيّة:

«لايهمّ الباحثون في مجال تاريخ الصحافة كثيراً بالمنشورات الرسميّة التي تصدرها الحكومات لأنّها لاينطبق عليها التعريف الاصطلاحي للصحيفة، وفي تاريخ الصحافة السودانيّة شواهد رسميّة تقف عند بداية طريقها وهما نشرتا (حلفا جورنال) و(دنفلا نيوز) 1896م بالإضافة إلى الغازيتة 1899م»⁽³⁾.

(1) جيهان أحمد رشتي، نظم الإتصال، مرجع سابق، ص 101.

(2) المرجع السابق، ص 102.

(3) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 17.

«بعد أربعة أعوام فقط من بداية الحكم الاستعماري للبلاد صدرت أول صحيفة في السودان عام 1903م وهي صحيفة (السودان) عن دار المقطم لأصحابها فارس نمر ويعقوب صروف وشاهين مكاريوس، وكانت تصدر مرتين في الأسبوع، في أربع صفحات من الحجم الكبير»⁽¹⁾.

فالصحافة إذاً ولدت في ظل الحكم الاستعماري الذي جاء ليكرس لبقائه محتلاً للسودان وهذا يقتضي وجود صحافة من صنعه وتعمل لتحقيق أجندته وعلى رأسها تجميل صورته وتمرير أكاذيبه ودعاواه الباطلة، وبالتالي فلن يسمح بوجود صحافة وطنية تتاهض الاستعمار. بل هي صحافة تتسم بسمات الإعلام الأمني الدولي، تعمل جاهدة على تحقيق أهداف المستعمر على حساب الأمن الوطني للدول المستعمرة. «إنَّ الصحافة السودانية نشأت في كنف المستعمر لتحقيق أهدافه الاستعمارية سواء كانت أهداف مادية مباشرة أو أهداف فكرية وثقافية. وبعد خروج المستعمر ظلت تعمل في اتجاهين متناقضين أحدهما يُمثِّل حزب الأمة الذي يرفع شعار السودان للسودانيين والآخر يمثِّل الحزب الاتحادي الذي يدعو للوحدة مع مصر. وبين هذا وذاك قامت الصحافة الحزبية فاقدة للأهداف الوطنية ومنساقاة خلف الأحزاب على حساب الوطن وتابعة للرأي العام الحزبي بدلاً عن المساهمة في بلورة رأي عام قومي. وللأسف الشديد لم يكن هنالك استصحاب لأي نظرة أمنية أو استراتيجية لكيفية بناء ونهضة السودان»⁽²⁾. إذاً الصحافة السودانية في بداية العهد الوطني بدأت يسيطر عليها البعد الحزبي وتعمل لتحقيق أهداف الأحزاب في ظل التنافس المحموم بين الحزبين الكبارين الأمة والاتحادي، هذا من جهة، ومن منظور آخر فإنَّ الصحافة السودانية ولدت في كنف الإعلام الأمني الدولي وكانت أحد أهم وسائل تحقيق أهدافه الاستعمارية. ومما يؤسف له أن الصحافة الحزبية كانت خصماً على الوعي القومي.

أمَّا تقييم الصحافة الحزبية وتحديد علاقتها بالأمن القومي وكذلك بالإعلام الأمني الدولي، ودورها في تحقيق مصالح آخرين تتعارض أو تتكامل مع مصالح الدولة، والمنظور الخاص لديها حول الحزب المعني والوطن، وجدلية إعلاء أحدهما على الآخر، فهذا مجال رحب للبحث نأمل أن نجد متسعاً من الوقت لنكتب حوله، أو أن تُتاح هذه الفرصة للباحثين الشباب لسبر غور هذا الملف المسكوت عنه.

«يرى الأستاذ محبوب محمد صالح أنَّ السودانيين ماكانوا يمتلكون آنذاك المال ولا الخبرة ولا القدرة على إصدار صحيفة تتطوق باسمهم، فما زال عدد المتعلمين قليلاً وخبرتهم في ميدان الصحافة لا تُذكر»⁽³⁾.

(1) محبوب محمد صالح، الصحافة في نصف قرن، (الخرطوم: دار الطباعة - جامعة الخرطوم، دت)، ص 19.
(2) صالح موسى علي، رئيس قسم الصحافة - كلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: الإثنين 2015/11/23م.
(3) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 27.

«صدر العدد الأول من صحيفة الحضارة في 8/فبراير / 1919م والتي أوضح بيان إشهارها أنها جاءت لِتُعَبِّرَ عن آراء البلاد وتبحث في شؤونها، وكانت تصدر أسبوعيّة في يوم السبت من كل أسبوع في ثمان صفحات من الحجم الصغير، ولم تكن صحيفة الحضارة في بدايتها تهتم بالقضايا الاجتماعية والمشاكل المحليّة، وهذا ما يُؤكِّد أنّ الصحيفة لم تُكُنْ تنشأ منذ بدايتها أن تدخل في خلافاتٍ مع الإدارة الإنجليزيّة الحاكمة، لأن أيّ تناول للقضايا السياسيّة سيصطدم بعقبة اختلاف وجهات النظر»⁽¹⁾.

الصحافة السّودانيّة المتخصّصة:

«لقد سجّلت الدراسات الإعلاميّة التاريخيّة أن أول مجلّة متخصصة ظهرت في فرنسا عام 1665م باسم (العلماء)، وذلك في عصر النهضة، ويعني هذا أن ظهور الصحافة المتخصصة جاء مرادفاً لظروف كل عصر ظهرت فيه، بيد أنه يمكن اعتبار القرن التاسع عشر هو المرحلة الحقيقيّة الجديدة لظهور الصحافة المتخصّصة بمعناها الصحيح وأنماطها وأهدافها الجديدة، فظهور الملاحق التي تفرّعت عن الصحف الكبيرة في فرنسا يمثل بداية الصحافة المتخصّصة الحديثة»⁽²⁾.

يتضح مفهوم الصحافة المتخصصة من التسمية التي تحملها، وهي المجلة أو الصحيفة المطبوعة أو الإلكترونيّة التي تصدر بشكل دوري ويكون اهتمامها مُنصباً على مجال تخصصها، وتجيء موضوعاتها جميعاً ابتداءً من الأخبار، التحليلات، المقالات، التقارير، التحقيقات وغيرها متخصصة في المجال المحدد والموضوع المعني من جوانب مختلفة، وتعمل على توفير وتوصيل الرسائل والمضامين لجمهورها المتخصص، وتتميز عن غيرها بتقديم المعرفة المتخصّصة لقراءها في فرع من فروع الإعلام المتخصص، كأن تكون اقتصادية، صحية، رياضية، سياحيّة، وغيرها.

عرّف الحقل الإعلامي بالسودان الصحافة المتخصّصة منذ فترة الاستعمار ولا سيما صحافة الأطفل والصحافة الدينيّة والنسويّة والرياضيّة والأدبيّة «تؤكد بعض الشواهد أنّ الإنجليز لم يشجعوا السّودانيين على إصدار صحف خاصة بهم، إذ عندما تقدم السيد عبد الرحمن أحمد لإصدار صحيفة أدبيّة عام 1927م جاء الرد من السلطات الإنجليزيّة بالرفض»⁽³⁾.

أمضت الصحافة السّودانية أكثر من نصف قرن من الزمان تحت وصاية ورحمة المُستعمر الذي عمل على الحد من تصديق الصحف السياسيّة ويقوم بالتضييق عليها ومتابعة كل ما يُنشر فيها حتى لا تقوم بدورها في مناهضته والعمل على توعية المواطن السّوداني واستنهاضه لطرد المحتل.

(1) المرجع السابق ص 28.

(2) حسنين شفيق، الصحافة المتخصّصة المطبوعة والإلكترونية، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2009م)، ص 10.

(3) هاشم الجاز، الإعلام السّوداني، مرجع سابق، ص 27.

ولم يعد خافياً محاربة المستعمر للصحافة الوطنية التي يرى أنها خطر يهدد بقاؤه وجلبت له لأضرار «كما جاء في مذكرة الحاكم العام بالسودان آنذاك السير جون موفى المؤرخة بتاريخ 1930/5/8م فجر الاستقلال والتي يقول فيها بالحرف: «إن الصحف في البلدان الخاضعة للصياغة (الاستعمار) قد جلبت أضراراً لا حدود لها مما قد يتطلب منّا اتخاذ سياسة صارمة إزاءها قبل أن يفلت الفرس من باب الإسطبل»⁽¹⁾.

وبرغم ذلك التضييق على الصحافة الوطنية جاءت عدد من الصحف في وقتٍ باكر من تاريخ السودان وإن كان غالبها صحافة حزبيةً سياسيةً مثل جريدة (الأمة) لسان حال حزب الأمة، جريدة (العلم) لسان حال الحزب الوطني الإتحادي، جريدة (الجماهير) لسان حال حزب الشعب الديمقراطي، جريدة (الميدان) لسان حال لحزب الشيوعي السوداني، جريدة (الميثاق) لسان حال جبهة الميثاق الإسلامي، THE VIGILANT لسان حال جبهة الجنوب.

وتعتبر صحيفة الميثاق الإسلامي أول صحيفة إسلامية في السودان «جاء في افتتاحية العدد الأول منها تحت عنوان (عهدٌ وميثاقٌ) موضحة لأهدافها وسياساتها في التحرير قائلة: (وستكون هذه الصحيفة رهن إشارة الوطن لتدفع عنه غائلة أعدائه الظاهرين والمستترين والعودة إلى طريق الإسلام الصحيح»⁽²⁾.

نرى أن الصحافة الحزبية بالسودان -من أقصى اليمين لأقصى اليسار- لم تكن من وسائل البناء الوطني بقدر ما أنها كانت خصماً على توحد المجتمع، وعملت على إعلاء الحزب فوق الوطن، ومهدت لممارسة صحفية غير مهنية وغير راشدة، ولم يتسنى لها التفريق بين الوطن والحكومة، والحزب والدولة، فجميعها - وبلا استثناء - وفي كل العهود، كانت معاول هدم للوحدة الوطنية.

أما منظور الإعلام الأمني في الصحافة السودانية فيرى المؤلف أن الأصل في معظم الصحف السودانية تقوم بشكلٍ أو بآخر بخدمة الإعلام الأمني وتحقيق أهدافه بالمفهوم العام للأمن. ونجد أن للصحافة السودانية دور كبير في الحركة الوطنية التي استهدفت الاستقلال الوطني كأكبر غاية للشعب السوداني، ولكنها فشلت لاحقاً في تجميع السودانيين على هدف قومي واحد كما أنها فشلت في نشر الديمقراطية وتعزيز الأمن القومي لديهم، فأصبح كل حزب بما لديهم فرحون، فتكالب الجميع على السلطة السياسية فانقض حزب الأمة عليها عبر انقلاب عسكري والدولة لم تكمل سنتين بعد نيلها استقلالها ففت بذلك باباً للانقلابات العسكرية يستعصي إغلاقه حتى الآن وقد جرّ على الأمن القومي كوارثاً أكثر من أن تُحصى.

(1) هشام محمد عباس زكريا، القائم بالاتصال - رؤية في الواقع السوداني، (الخرطوم: مطبعة الجمهورية، 2004م)، ص 33.

(2) النور دفع الله أحمد، الصحافة الحزبية والوحدة الوطنية في السودان، (الخرطوم: مركز عبد الكريم ميرغني الثقافي، شركة مطابع السودان للعمل المحدودة، أغسطس 2014م)، ص 72.

لقد قادت الصُحف الوطنية خطأً عاماً وهو مناهضة الإستعمار وكانت الوسيلة الجماهيرية الرئيسية في التوعية القوميّة «حتى تبلورت قيام مؤتمر الخريجين 1937م، و قيادته للعمل الوطني القومي، حيث تشكلت في هذه الفترة قاعدة أساسية بُنيت عليها الصحافة السودانية الحديثة»⁽¹⁾.

ويُرجع الباحثون عدم استقرار الصحف لجملة أسباب منها عدم الاستقرار السياسي وقلة التدريب.

«يُعَدُّ التدريب في مجال الصحافة المطبوعة الأقل حظاً وفُرصاً ويُرَدُّ ذلك إلى حالة عدم الإستقرار الذي يشهده العمل الصحافي في السودان، وقلة فاعليّة المؤسسات المهنية والتنظيميّة في هذا المجال التي لم تُوفِّق في الحصول على منح تدريبية أو دورات تشيطيّة داخل أو خارج السودان.. إنَّ التدريب في الصحافة السودانية في ظل الوضع الرَّاهن يتسمُ بالموضوعيّة في الجانب القانوني حيث ألزم الناشر بتوفير مال التدريب إلا أنَّ الممارسة الفعليّة لتطبيق هذه القوانين تعثرها الكثير من العوائق»⁽²⁾. إنَّ أكبر مُعيقات تطوُّر الصحافة السودانية تتمثّلُ تقلُّب الأنظمة السياسيّة وتدخلاتها السافرة والمباشرة في العمل الصحافي سواء بالتأميم كما حدث في الحكومات العسكريّة الانقلابيّة وتأميم الصحف وإيقافها مع البيان الأول للانقلابات، أضّر ذلك بالصحافة السودانية أضراراً كبيرة وأعاقها كثيراً عن تطورها وريادتها بالمنطقة. يضاف لذلك التضيق على الحريّات والمصادرة ومنع الإعلان الحكومي وتوزيعه على الصُحف التي تُعتبر موالية للنظام المعني. وكذلك كثرة التشريعات المتعلّقة بالجانب الصحفي.

وحول كثرة القوانين واللوائح المنظمة للعمل الصحافي بالسودان يقول السفير العبيد أحمد مروح: «يمكن النظر إليها من زاويتين، إحداهما إيجابية كونها تتوسع تدريجياً في منح مساحات أكثر من الحريّة، فكل تشريع يتم سنُّه يتوسّع في مساحة الحريّة الممنوحة للممارسة الصحفيّة أكثر من الذي سبق، وذلك بطبيعة الحال مرتبطاً بطبيعة النظام الحاكم نفسه. أما الزاوية السلبية فإنّها تُعطي مؤشراً بعدم الإستقرار في التشريعات، وبالتالي عدم منح التشريع الفرصة الكافية للتطبيق والرسوخ في أذهان الجهات المعنيّة به»⁽³⁾.

ونستطيع القول إنَّ غياب الاستراتيجية الإعلاميّة الشاملة ولا سيما في جانب الصحافة، و«مزاجيّة» الناشرين وتقاطع رغباتهم وميولهم ومصالحهم الخاصّة مع رؤية الحكومات وأهداف وزارات إعلامها ورغباتهم، وضعف الخط الفاصل بين «الدولة» و«الوطن» و«الحزب»، تمثل أحد أهم مُعيقات تطوُّر الصحافة السودانية.

(1) صلاح عبد اللطيف، الصحافة السودانية - تاريخ وتوثيق، (القاهرة: شركة الإعلانات الشريفة، 1992م)، ص 12.

(2) هشام محمد عباس زكريا، مرجع سابق، ص 97 - ص 98.

(3) السفير العبيد أحمد مروح، الأمين العام للمجلس القومي للصحافة، مقابلة أجراها الباحث يوم 2015/2/19م الساعة 12:ظهراً بالخرطوم.

الصحافة كوسيلة إعلام أمني:

مما لاشك فيه أن الصحافة الورقية ما تزال تمثل أحد أهم الوسائط الإعلامية بالسودان، بالرغم من تراجع صناعتها وقلة توزيع الأعداد المطبوعة منها، مع تزايد أعدادها سواء كانت سياسية أو رياضية أو اجتماعية. وقد تطوّرت الصحافة المتخصصة بشكل كبير.

ونُرجع عدم تطور الصحافة الورقية لعدد من العوامل في مقدمتها التطور التقني الذي أوجد صحافة المجتمع عبر تطبيقات مختلفة وانتشار الإنترنت عبر الهواتف الذكية، مما أغنى عن اقتنائها ولاسيما عند شريحة الشباب.

الصحافة مهنة نبيلة ووظيفتها الوطنية عظيمة، يجب أن تُحاط بسياج من التقديس والتبجيل، لكونها رسالة ذات قيمة معنوية سامية أكثر من كونها مجالاً للتكسب المادي والربح فقط.

«إن الصحافة رسالة سامية ومهنة نبيلة، تقتضي ممارستها باحترافية الأمانة والمسؤولية، وقبل ذلك الصدق مع الذات ومع الجمهور، والابتعاد عن تلوين الأخبار لصالح رأي شخصي أو قناعة فكرية.» إنَّ الغرض الرئيس لجمع وتوزيع الأنباء والآراء هو خدمة الرفاهية العامة، وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر. والصحفيون والصحفيات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتوفرة لديهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها تبعاً لدوافع أنانية أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام»⁽¹⁾.

في الغالب تكون التجاوزات لاستخدام سلطة الصحافة من الصحفيين مرتبطة بقناعات فكرية وأيدلوجيات مبنية على قناعات وتوجهات الأفراد من الصحفيين، وإسقاطها على الواقع السياسي المائل، وفق جدلية مع أو ضد. وبالتالي توظيف العمل الصحفي لصالح واحدة من هاتين الفئتين، دون مراعاة لقداسة هذه المهنة.

«إن الصحافة مهنة ورسالة، تهدف إلى مواكبة بناء المجتمع وتطلعاته ومقاومة التخلف وتبعاته باعتبارها تحمل على عاتقها عبء الإعلام والتنمية والتوعية والتنقيف، وتخوض معركة التتوير بسلاح الكلمة القوي، الذي لايجوز أن يكون أداة هدم بل أداة يقظة وتطور وحرية للعقل والإنسان»⁽²⁾.

تمثل الصحافة -بمفهومها الرسالي- أحد أهم وسائل حماية وتعزيز الأمن القومي بأبعاده المختلفة إن حسن توظيفها لهذا الدور الذي يجب أن يكون هدفها الأول والأسمي وغايتها الكبرى، بغض النظر عن نوع الصحيفة وشكل وطريقة وصول الحكومة القائمة، ومدى رضا الصحافة عنها.

(1) جون ل هاتلنج، أخلاقيات الصحافة- ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، دت)، ص19.

(2) تيسير أحمد أبو عرجة، مرجع سابق، ص113.

«كثيراً ما يواجه المحررون الصحفيون ورؤساء التحرير المكلفين بمراقبة وتتبع أنشطة الحكومة باسم الجماهير خيارات تثير الحيرة، لأنها في منتهى الخطورة. فبعض المعلومات التي لاشك في قيمتها الصحفية قد تلحق الضرر بالأمن القومي إذا تم نشرها. استطاع رؤساء تحرير صحيفة «نيويورك تايمز» أن يعرفوا مقدماً خطط غزو كوبا عام 1961م والمعروفة باسم عملية «خليج الخنازير». ولكن بعد أن طلب الرئيس كينيدي من الصحيفة أن «تقتل» القصة، قام رؤساء التحرير بحذف أية إشارة للغزو على أنه عملية تقوم بها المخابرات المركزية الأمريكية»⁽¹⁾.

ويأتي التهديد أحياناً من التسابق نحو السبق الصحفي من غير تروٍّ وتأكيد من المصدر المخوّل بالتصريح وتأكيد المعلومات. وقد يبدو الخبر في ظاهره اجتماعياً ولكن آثاره السالبة على الأمن القومي أكبر مما يظن المحرر المندفع. ونشير هنا للخبر الذي أوردته الصحف السياسية حول تحرُّش أصحاب بصات ترحيل الطلاب وإيراد (نسب مئوية)، والذي بموجبه قام جهاز الأمن والمخابرات الوطني بمصادرة 14 صحيفة من المطبعة في يوم 2015/2/19م تقيلاً للآثار التي يمكن أن تترتب على النشر الذي يهدد الأمن الاجتماعي بشكل كبير. ومن المؤسف أن التصريح مأخوذ من مصدر غير مخوّل «ناشطة» في مجال حقوق الطفل، وبعد التثبت اتضح أن هذه «الناشطة» ليس لديها أي احصاءات موثقة من مظانها مثل المجلس القومي لرعاية الطفولة، ولا شرطة حماية الأسرة والطفل، وإنما أوردت معلومات مغلوطة وغير حقيقية. وبغض النظر عن هدف الناشطة إلا أن التثبت والدقة في مثل هذه الحالة مطلوب وبشدة، وإلا فإن ذلك يجب أن يحاكم وفق قانون الأمن القومي تحت تهديد الأمن الوطني.

بعض الزملاء من الصحفيين استنكروا مصادرة 14 صحيفة في يوم واحد واستنكروا ما تم دون أن يلقوا باللائمة على الصحف التي أوردت الخبر الكارثي، «لم يكن يتوقع أي مراقب سياسي أو ناشط حقوقي أن تقوم السلطات الأمنية بمصادرة (12) صحيفة يومية سياسية إلى جانب صحيفتين اجتماعيتين في يوم واحد مثل ما حدث في يوم الأثنين السادس عشر من فبراير الجاري في حملة غير مسبوقة في تاريخ الصحافة السودانية، وقد وصفه الناشطون في مجال حقوق الإنسان بـ (مجزرة الصحافة)، ولكن الحكومة السودانية في ردها لتلك الهجمة الشرسة - بحسب المراقبين - توعدت بمزيد من التضيق في حال لم يلتزم الصحفيون (بالخطوط الحمراء وتهديد الأمن القومي للبلاد)»⁽²⁾.

(1) جون ل هاتلنج، أخلاقيات الصحافة- ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، دت)، ص24-25.

(2) الموقع الإلكتروني ، www.sudanjem.org ، تاريخ دخول الموقع: 2015/5/17

وبقراءة متأنية لكثير من ردود الأفعال حول الأمر تجد غالبية من كتبوا تدفعهم مواقف سياسية تجاه الحكومة، وبعضهم يتضامن مع الصحف من باب المناصرة، وكلا الطرفين لم يكن موقفهما مؤسس على هدى من الله وكتاب منير، ولم ينظرا لمهنية الخبر من جهة المصدر، ولم يتبيننا الآثار المباشرة من مثل هذا النشر على الأمن القومي للدولة والتهديد المباشر للأمن الاجتماعي.

بالرغم من أن عمر الصحافة السودانية تجاوز مائة عام وزيادة، إلا أنها وبكل أسف ما تزال قعيدة، ودون الطموح، سواء من ناحية الشكل أو المضمون، وكذلك البيئة الصحفية غير المشجعة داخل كثير من المؤسسات الصحفية، يضاف لذلك معينات العمل اللوجستية، حيث أن بعض الصحف ليس لديها وجبة للمحررين، وليس لها وسيلة ترحيل للتغطيات ولن تكلف نفسها إعطاء المحررين مبلغ مالي لحركتهم للتغطية، وبعض الصحف ليس لها مواقع على الإنترنت، وبعض الصحف لم تقم بتدريب أي محرر لا تدريباً داخلياً ولا خارجياً، فضلاً عن تدخلات بعض الناشرين من رؤساء مجالس الإدارة في العمل المهني التحريري وهم ليسوا بإعلاميين ولا يفقهون أبعاديات الصحافة ونظرتهم تقتصر على مصالحهم الذاتية وحسابات الربح والخسارة المادية فقط⁽¹⁾، يُضاف لذلك أن الصحف العريقة لم تتطور كمؤسسات صحفية بالرغم من أن بعضها عمره أكثر من 70 عاماً مثل صحيفة (الرأي العام) 1945 صاحب الامتياز ورئيس التحرير إسماعيل العتباتي، وبعضها توقفت عن الصدور مثل جريدة (الصحافة) التي تأسست عام 1954م، وقريب من التوقف صحيفة (الأيام) 1953م أصحاب الامتياز شركة الأيام للطباعة والنشر (بشير محمد سعيد، محجوب محمد صالح، ومحجوب عثمان)، مع أن هذه الصحف الثلاث ارتبطت بوجدان أهل السودان ولها أدوارها في الفترة التي سبقت وتلت الاستقلال، ولكن لا بواكي عليها، ويمكن إجمال القول أن الصحافة السودانية ليست بخير.

«تعتبر الأيام والصحافة والرأي العام من أبرز الصحف التي صدرت منتصف الأربعينات والخمسينات واستطاعت مقاومة كل الظروف التي تعرضت لها من ملاحقة وضغوط اقتصادية وتأميم، ومن الملاحظ أن أغلب الصحف السياسية توقفت عن الصدور لأسباب سياسية واقتصادية»⁽²⁾.

نشأة الإذاعة السودانية وتطورها:

«أنشئت الإذاعة السودانية في إبريل سنة 1940م، إبان الحرب العالمية الثانية، من المال المخصص للدعاية للحلفاء في حربهم مع دول المحور، واختيرت لها غرفة صغيرة بمباني البوستان القديمة بأدرمان، وقد وُزعت مكبرات الصوت في بعض ساحات أم

(1) المؤلف عمل رئيساً لتحرير صحيفة المستقلة السياسية اليومية.

(2) الموقع الإلكتروني، WWW.SUDANESEENGINE.COM

دُرْمان الكبيرة، لِيتمكّن أكبر عدد من المُواطنين من الاستماع إلى الإذاعة. وقد نصَّ مشروع تأسيسها على أن تخدم ثلاثة أهداف رئيسيّة، هي(1):

1. نقل أخبار انتصارات الحُلفاء في الحرب.

2. خدمة الإدارة البريطانيّة في السُودان.

3. تكذيب ما تنشره الصُحف الوطنيّة ضد بريطانيا.

يقول الأستاذ الصحفي سليمان كشة في مذكراته: «في السّادسة والنّصف من مساء 16 إبريل 1940م، جُلجَل صوتٌ في الأثير يقول: «هنا أم دُرْمان»، انبعث من غرفة صغيرة، ضمن بناية مكتب بريد أم دُرْمان، بعد إحالتها إلى (أستديو) .. لقد كانت تلك الليلة من الليالي التاريخيّة في سجل تَقَدُّم السُودان، فاستحقت منّا التسجيل .. وقد بدأت الإذاعة باللُغة العربيّة، مرّة واحدة كل أسبوع، ولمُدّة خَمسة عشر دقيقة، ملخّصة أخبار الحرب العالميّة الثانيّة، مُهتَمّةً بصفةٍ خاصّة بأخبار وشؤون السُودان، وقد تطوَّع بعض المُتعلّمين السُودانيّين، لمُتابعة أخبار الإذاعات التي تُسمَع من باريس وبرلين، وتُدوّن ما يخصّ السُودان، ثُمَّ تُقدِّمه (لمكتب الاتّصال العام) الذي كان يُشرف على الإذاعة(2). وهو جهاز إعلام أمني، أنشأه الإنجليز، واستمرّ حتى تكوين الحكومة الوطنيّة الأولى في يناير سنة 1954م.

وبالتالي يمكن القول إنّ الإذاعة السُودانيّة تمّ تأسيسها كوسيلة إعلام أمني باحترافيّة عالية وبصورة مباشرة، كواحدة من آليّات الإعلام الأمني الدولي البريطاني، لتقوم بتعزيز الإعلام الحربي والعسكري بصورة مباشرة، ثم انتقلت إلى تحقيق أهداف أخرى ترتبط بالأمن القومي البريطاني، منها -وفي المقام الأول- تجميل صورة المُستعمر ورسم صورة إيجابيّة عنه.

«ظلّت الإذاعة تيبث على الموجة 1، ولرُبع ساعة، نحو الخمسة أشهر، ثُمَّ تغيّرت إلى الموجة 2 في أغسطس سنة 1940م، وأصبحت تذيع ثلاث مرّات في الأسبوع»(3). وبعد تقرير المصير أُجريت أوّل انتخاباتٍ عامّة في السُودان فكان للإذاعة الدور الأساس والمُميّز في إذاعة أخبار الحملة الانتخابيّة، وما تبعها من تكوين أوّل حكومة وطنيّة.

هكذا دخلت البلاد مرحلة جديدة في تاريخها المُعاصر، تمهيداً للاستقلال التّام. وكان لأبْد أن يستتبع ذلك تغييراتٍ واسعة في كلّ المرافق والأجهزة والمُؤسّسات. وفيما يخصّ أجهزة الإعلام التي كانت قائمة وقتئذٍ كالصحافة والإذاعة، فقد كانت

(1) ماجي الحلواني، الإذاعات العربيّة، دراسة حول الأنظمة والأوضاع العامّة في الخدمات الإذاعيّة الصوتيّة والمرئيّة، (القاهرة، 1980م)، ص13.

(2) عوض إبراهيم عوض، الإذاعة السُودانيّة في نصف قرن، (الخرطوم: شركة بيست للطباعة والنشر، 2001م)، ص182.

(3) أنظر: مجلة (هنا أم درمان) العدد (30)، الخميس 1954/3/25 م.

تحت (مكتب الإتصال العام) الذي كان يتبع للسكرتير الإداري، خلال الحكم الثنائي والذي يغلب عليه الطابع الاستخباري، وهنا تبدو العلاقة الوثيقة بين الأجهزة الأمنية والاستخباريّة ووسائل الإعلام، وسيتم شرح ذلك تفصيلاً في فصل الإعلام الأمني الدولي.

ومع تشكيل الحكومة الوطنيّة الأولى، أنشئت وزارة للشؤون الاجتماعيّة التي أصبح مكتب الاتصال العام يتبع لها، وبالتالي شؤون الصحافة والإذاعة⁽¹⁾.

«قد اهتمّ العهد الوطني اهتماماً كبيراً بالإعلام، إدراكاً لدوره في تلك المرحلة الدقيقة والحاسمة في تاريخ السودان، كعاملٍ أساسي لرفع مستوى التفكير العام لأفراد الشعب، وقد عني بصفة خاصة بعرض الأفلام الإخباريّة والتعليمية والثقافية»⁽²⁾.

«ومما لا شك فيه، أنّ تقدماً ملحوظاً ومُطرداً قد حدث في أداء الإذاعة من جهة، وفي تطوُّرها التقني من جهة أخرى، خلال عامي 1954م و 1955م .. كما أخذت الإذاعة تنقل المناسبات المهمّة السياسيّة منها والقوميّة إلى مُستمعيها من موقع الأحداث، وفي عام 1954م أنشئ جهازٌ جديد، زاد من كفاءة الإذاعة زيادة كبيرة، إذ أصبح يُغطّي بثّها معظم أنحاء البلد.. وقد أضيفت موجة متوسّطة وأخرى قصيرة.. وعندما احتفل السودان، حكومةً وشعباً، بالذكرى الأولى لتوقيع إتفاقية الحكم الذاتي في الثنائي عشر من فبراير سنة 1954م، قامت الإذاعة بنقل وقائع الاحتفال من ميدان وزارة الداخلية، حيث أقيم الحفل الرسمي⁽³⁾.

أهداف الهيئة القوميّة للإذاعة:

لكلّ وسيلة إعلاميّة هدف عام «استراتيجي» وعدد من الأهداف الفرعيّة سواء كانت مُعلنة أو خفيّة. والإذاعات المسموعة في العالم لها الكثير من الأهداف الأمنيّة والسياسيّة. إذ إنّ الراديو يُعتبر من أنجح وأقوى الوسائل الإعلاميّة التي استخدمتها الدول الكُبرى واستطاعت عبرها مخاطبة شعوبها داخلياً وشعوب الدول الأخرى عبر الإرسال المُوجّه لتحقيق الأهداف المُراد تحقيقها من خلال البث، وما زالت.

و من أهمّ أهداف، أو أغراض الهيئة القوميّة للإذاعة، وفق قانونها⁽⁴⁾:

أ. تحقيق رسالة الإعلام الإذاعي، تخطيطاً وتنفيذاً، في إطار السياسة العامّة للدولة، ومُتطلبات المُجتمع، وتقديم أحدث ما تصل إليه تقنيات العلم الحديث، في مجالات الإعلام الإذاعي.

ب. احتكار البث الإذاعي داخل السودان.

(1) حديد الطيب السراج، مرجع سابق، ص 79.

(2) المرجع السابق، ص 79.

(3) حديد الطيب السراج، مرجع سابق، ص 79.

(4) أنظر: قانون الهيئة القوميّة للإذاعة لسنة 1991م بتاريخ 1991/12/30م، تعديل سنة 1994م، بتاريخ 1994/3/6م،

المادة (7)، ص 2، ص 3.

هـ. رفع كفاءة الأداء الإذاعي، وضمان توجيهه لخدمة الشعب والمصلحة القوميّة، في إطار القيم الإسلاميّة والوطنية، والتقاليد الحميدة، ومبادئ الشورى، والأحكام الدستورية والقانونية.

ح. إشاعة قيم التحرر والاستقلال والشورى، والمشاركة، وتأصيلها، والإعلام عن المطالب الشعبيّة، وطرح القضايا العامّة بمسؤولية و تجرّد وموضوعية.

هـ. الاسهام في ترسيخ قيم التوعية والنهضة ومبادئ الوحدة الوطنية، والتماسك القومي، والسلام الاجتماعي.

و. بسط الثقافة الوطنية الجامعة، والمعرفة الإنسانية النافعة، والاسهام في محور الأُميّة الأبجدية والحضارية.

ز. تقديم التوجيه والترشيد لقطاعات الشعب المختلفة، من خلال برامج ومناهج التربية الوطنية التي تُعلي من شأن الانتماء للعقيدة والوطن والأهل، والإنتاج والمشاركة، والتكافل الاجتماعي.

ح. الإعلام الإذاعي عن سياسات الدولة ومبادئها وإنجازاتها، وعن المصالح القوميّة للبلاد.

ط. تطوير الخدمات الإذاعية، إرسالاً، وبرامج، لتغطية كلّ أنحاء القطر، وإيصال صوت السودان ورسالته للعالم الخارجي.

ي. تهيئة المناخ الملائم لتشجيع المَلَكاتِ المُبدعة في كلّ ضروب الفنون والمعرفة.

ك. توثيق الروابط وعزى التعاون مع الأجهزة والهيئات النظرية في الدُولِ الشقيقة والصديقة والمنظمات الدولية.

ل. تنمية قدرات العاملين، من خلال التعليم والتدريب المُستمر، وتبادل الزيارات والخبرات والمعارف.

هذه الأهداف تم وضعها في قانون الهيئة القوميّة للإذاعة لسنة 1991م ويغلب عليها مفردات وأدبيّات ثورة الإنقاذ الوطني التي جاءت في العام 1989م بانقلاب عسكري يقوده العميد- وقتها- عمر حسن أحمد البشير، وهو انقلاب مسنود من الجبهة الإسلاميّة القوميّة (الحركة الإسلاميّة السودانيّة لاحقاً)، أطاح بآخر حكومة ديمقراطية منتخبة- حكومة الإمام الصادق المهدي-، وبالتالي فإنّ شكل وروح القانون يتحدّثان عن أدبيّات الحركة الإسلاميّة ويعمل على تعزيز فكرة مشروعها الحضاري الذي برّرت به قيامها بالانقلاب وطرحتة كمشروعٍ وطني لأهل السودان. ولم يجد المؤلف أيّ قوانين سابقة لتتم مقارنتها.

الإذاعات المُوجّهة:

«في الفترة من 1989م إلى سنة 1996م، اهتم القائمون بأمر الإذاعة، بالإذاعات

المُوجَّهَة التي يقوم عملها على تقديم خدمات برنامجيَّة، تعكس الاستراتيجية الشاملة للإعلام السُّوداني، والتوجُّه الحضاري، باللغات الأوربية، والإفريقية، وقضايا الوحدة الوطنيَّة والسلام، موجهة إلى دول الجوار، ومناطق التماس⁽¹⁾.

الإذاعات الخاصَّة والمتخصِّصة:

إنَّ النظام الإذاعي في كُلِّ دولةٍ يُعَبِّرُ عن شخصيَّتها المُستقلَّة ويعكس فلسفتها السياسية والاقتصاديَّة والثقافيَّة بما يتناسب مع أوضاعها السُّكانيَّة والجغرافيَّة، دُونَ الخروج على قيمها وموروثاتها الاجتماعيَّة، وينطبِّق ذلك على الإذاعات الحكوميَّة العامَّة أو الخاصَّة التي يملكها أفراد أو تلك المُتخصِّصة، وبالرغم من الخصائص المُشتركة التي تجمع بين الخدمات الإذاعيَّة في كُلِّ أنحاء العالم، إلا أنَّ النظام الإذاعي لكلِّ دولة يُعَبِّرُ عن شخصيتها المُستقلة ويعكس فلسفتها السياسيَّة الخاصَّة وهويَّتها الثقافيَّة، حيث يطرِّق كل مجتمع نظامه الإذاعي ليُحقِّق الصُّورة الذهنيَّة التي يتطلَّع إليها، وبما يتناسب مع وضعه السياسي والاقتصادي والاجتماعي والجغرافي⁽²⁾.

في السُّودان نجد أنَّ السنوات العشر الأخيرة قد شهدت ميلاد العشرات من الإذاعات الخاصَّة والمتخصِّصة ولاسيما بعد وضع الاستراتيجية رُبع القرنِيَّة التي أوصت بالتوسُّع في المجال الإعلامي وفك الاحتكار الحكومي للمجال الإعلامي وتشجيع الاستثمار في هذا الجانب المهم والحيوي.

خلال العقد المَاضِي أنشئت الكثير من الإذاعات الخاصَّة والمتخصِّصة مثل راديو الرِّابِعة، الإذاعة الرياضيَّة، إذاعة الفُرْقَان، إذاعة طيبة، إذاعة الكوثر، الإذاعة الطبيَّة، إذاعة البصيرة، الإذاعة الاقتصاديَّة، إذاعة الشباب والرياضة، وإذاعة بلادي، وإذاعة المنال، إذاعة صوت دارفور، وغير ذلك من الإذاعات، وقد كان نصيب الإعلام الأمني وافرًا من هذه الإذاعات المُتخصِّصة التي بها العديد من برامج الإعلام الأمني التي تُضاف لتلك التي كانت موجودة بالإذاعات القائمة سواء الإذاعة القوميَّة أو إذاعة صوت القوات المسلحة أو إذاعة ساهرون، وسواء كانت برامج لفروع من الإعلام الأمني المباشر مثل الإعلام الحربي أو العسكري بعد كذلك تبلور التطبيق العملي لمفهوم الإعلام الأمني - من منظور الأدبيَّات الخاصَّة بذلك - حيث أنشئت إذاعة ساهرون (صوت الشرطة السُّودانيَّة) وإذاعة الجيش (صوت القوات المسلحة). أو الإعلام الأمني التخصصي مثل الأمن الصحي (الإذاعة الطبية)، الأمن الاقتصادي (الإذاعة الاقتصادية) وغيرهما، والإذاعات المُتخصِّصة المسموعة هي الأكثر استقراراً واستمراريَّة من بقيَّة وسائل الإعلام الأخرى سوائ كانت فضائيَّات أو صُحف.

(1) حديد الطيب السراج، مرجع سابق، ص96.

(2) حسن عماد مكاي، وعادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، محرم 1429هـ - 2008م)، ص40.

استخدامات الإذاعة في مجال الإعلام الأمني:

إنّ الإذاعة المسموعة كوسيلة إعلامية متميزة وذات خصائص متعددة يمكن أن تلعب دوراً كبيراً ويكون لها أثر مباشر وفَعَال في جانب الإعلام الأمني ويمكن أن تصبح واحدة من أهم وسائله المختلفة.

«كما يمكن أن تعمل الإذاعة على ترسيخ مفهوم الأمن الشامل في كل مناحي الحياة، وتعريف الجمهور بأساسيات الوقاية وأنظمة السلامة وكيفية استخدامها والاستفادة منها، كما يمكن أن تسهم في توصيل رجال الأمن وعكس مايقومون به من أجل إرساء دعائم الأمن والاستقرار وزيادة ورفع درجة الحس الأمني لدى الجمهور لأخذ الحيطة والحذر والتعامل بفهم ووعي في حال حدوث التداعيات والمشكلات الأمنية وإجراء التدابير الوقائية اللازمة. إنّ ما يمكن أن تقدمه الإذاعة في سبيل نشر التوعية الأمنية لايمكن حصره»⁽¹⁾.

نشأة التلفزيون القومي:

«بدأ التلفزيون السوداني بث إرساله في العام 1962م بأجهزة بدائية تعمل بالصمامات من كاميرات وأجهزة صوت وأجهزة إرسال تلسينما، وكانت محطة التلفزيون عبارة عن هدية قدمتها حكومة جمهورية ألمانيا الاتحادية لحكومة الفريق / إبراهيم عبود التي حكمت السودان في الفترة من 17نوفمبر 1958م إلى 21 أكتوبر 1964م»⁽²⁾.

«كان التلفزيون يبث برامجه من مباني فندق المسرح القومي بأم درمان حتى يوم 13/5/1963م، وانتقل بعد ذلك للاستديو (ج) بالإذاعة السودانية في 23/5/1963م ثم انتقل التلفزيون مر أخرى إلى مباني المسرح بعد موافقة الوفد الفني الألماني الذي جاء إلى السودان لهذه المهمة، وكان المبنى آنذاك أستديو (ب) الذي تبلغ مساحته (13×6) متراً، أي حوالي (78) متراً مَرَبَعاً، وكان يُستخدم للبرامج الترفيهية والأعمال الدارجة كما يوجد الأستديو (أ) الذي كانت مساحته (7×6) متراً وهو مُخصَّص للمقابلات الرسمية وإذاعة الأخبار، وكان عدد الكاميرات التي توجد بالأستديو ثلاث كاميرات ويوجد جهاز تلسينما (16) سم، وآخر (35) ملم».

واستمر إرسال التلفزيون حتى العام 1970م على الهواء ثم تم إدخال أجهزة الفيديو تيب اليابانية 2 بوصة وبدأ منذ ذلك التاريخ تسجيل البرامج حيث كانت البداية بثلاثمائة جهاز بعضها يتبع لإدارة التلفزيون التي قامت بتوزيعها على الميادين العامة ليتمكّن المشاهد من مشاهد البرامج، وهكذا تطوّرت وزاد عدد الأجهزة حتى وصل إلى (10.000) جهاز في عام 1974م»⁽³⁾.

(1) إيمان عبد الرحمن أحمد محمود ، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية، مرجع سابق، ص 77.

(2) أحمد الماحي أبو بكر حمد، التخطيط الاستراتيجي لوسائل الاعلام في السودان (دراسة تطبيقية على التلفزيون القومي)، رسالة دكتوراه، 2008م، جامعة أم درمان الإسلامية.

(3) عثمان عوض الكريم، التخطيط للبرامج التلفزيونية، بحث غير منشور، «دكتوراه»، جامعة أم درمان الإسلامية

وكان الإرسال أول مرة يغطي دائرة قطرها (40) كيلومتراً تشمل العاصمة المُثَلثة (الخرطوم - أم درمان - بحرى) وضواحيها، وتبلغ قُوَّة الصُّورة حوالى (60) واط بذبذبة قدرها (17,75) ميكاسيل وكان يرسل برامجه من المحطة الرئيسيَّة من أمدرمان القناة (5) والموجة (3) ويبلغ عدد الخطوط الأفقيَّة لأجهزة الاستقبال (625) خطأ⁽¹⁾.

انتشار التلفزيون:

إنَّ انتشار التلفزيون في السودان مرَّ بثلاثة مستويات:
أولاً: الأندية والمقاهي والساحات العامَّة، وهي غالباً ما يخرج الناس إليها لقضاء أوقات فراغهم، وخاصَّة في الأمسيات.

ثانياً: اقتنته الأسر الغنيَّة ذات الدخل العالي، لأنَّ السواد الأعظم من الشعب السوداني في تلك الفترة لا يستطيع إقتناء الجهاز لأسبابٍ اقتصاديَّة.

ثالثاً: اقتنته مُعظم الهيئات والأفراد لإقتناع البعض منهم بأهميَّته ودوره في الإعلام والتثقيف والترفيه، ويُعتبره البعض بأنَّه يُعطي الأسر والأفراد مكانة اجتماعيَّة ويُعتبر رمزاً لثراء الأسرة⁽²⁾.

نرى أنَّ فترة السبعينات والثمانينات كانت من الفترات المُهمَّة جداً في تاريخ التلفزيون السوداني مع قِلَّة عدد الأجهزة التلفزيونيَّة إلا أنَّ رسالتها كانت أقوى وكان البث محضوراً بدرجة مُشاهدة عالية مما أسهم كثيراً في تشكيل وجدان الشعب السوداني وتوحده خلف روح قومية غالبة.

ولعل مرد ذلك لما كان عليه البث الأرضي في تلك الفترة حيث أنَّ القناة السودانية كانت وحيدة وتبث بثاً أرضياً قبل دخولها مدار البث الفضائي، مما يجعل الجميع يلتقون حولها وليست لهم خيارات. ومع تيرير ذلك - إن صحَّ هذا التبرير - إلا أنَّ ذلك يحسب سلباً على القنوات السودانية الفضائية المُتعدِّدة ولا سيما الحكومية منها التي فشلت في ما أشرنا إليه آنفاً من جذبٍ للجمهور.

ويُعبأ على الجهات الرسميَّة والحكوميَّة - وقتئذٍ - أنها طرحت شعارات حكوميَّة تمجِّد حكومة مايو أكثر من طرح شعارات للوطن أو الدولة، ناهيك عن تمجيد القيم والعادات السودانيَّة، أو تدعو للعمل والإنتاج وزيادة الإنتاجيَّة، وهذا ديدن الحكومات العسكريَّة الانقلابيَّة.

«مع بداية الثمانينات بدأ إدخال أجهزة (اليوماتيك) لتعمل مع أجهزة (الفيديوتيب) ثمَّ تلتها أجهزة (البتكام) ذات الكفاءة العاليَّة، ولا تُزال أجهزة اليوماتيك والبتكام هي التي تعمل في كُلِّ التسجيلات للبرامج داخل أو خارج الإستديوهات.. بظهور الأطباق

كليَّة الإعلام، 2000م، ص ص 75-76.

(1) أحمد الماحي أبوبكر حمد، مرجع سابق، ص 177.

(2) المرجع السابق، ص 178.

الفضائية - والتي عرفها التلفزيون السوداني 1991م عندما قام التلفزيون المصري بتركيب طبق فضائي لاستقبال الفضائية المصرية هدية منه - صار بالإمكان استقبال برامج التلفزيون السوداني في معظم أنحاء السودان. في سبتمبر 1995م بدأ التلفزيون السوداني بث برامجه خارجياً حيث تم إنشاء المحطة الأرضية والاشتراك في القمر الصناعي العربي، وأصبح من الممكن استقبال برامج التلفزيون في كل الدول العربية وشمال ووسط إفريقيا، كما تم الاشتراك في القمر EUTELSAT لزيادة رقعة التغطية لكل دول أوربا تقريباً⁽¹⁾.

نرى أن هدية التلفزيون المصري للتلفزيون السوداني المتمثلة في تركيب طبق فضائي لاستقبال الفضائية المصرية، - وإن كان قد أحدث نقلة نوعية للتلفزيون السوداني على مستوى البث إلا أنه وبرغم ذلك - يُعتبر عملاً مرتبطاً بخطط وأهداف الإعلام الأمني الدولي وبصورة مباشرة. حيث ظل التلفزيون السوداني يبث على مدار عقود - يوماً مسلسلات المصرية دون إنتاج مسلسلات سودانية. وتعدّر على المؤلف وجود من يخبره بتفاصيل تلك الهدية وأهدافها.

«يعتمد نظام الإرسال التلفزيوني في السودان حالياً على القمر الصناعي العربي (عربسات) ومن خلاله يسري البث إلى داخل السودان وخارجه، واعتماد الإرسال التلفزيوني على مثل هذا النظام فقط فيه مخاطرة وتهديد للأمن الوطني إذا انقطع إرسال عربسات لأي اعتبار من الاعتبارات انقطع بث الصوت القومي للسودان داخلياً وخارجياً⁽²⁾.

نسبة البرامج في التلفزيون السوداني:

تبلغ نسبة البرامج المحلية في تلفزيون أم درمان 70% بينما تبلغ النسبة الموزعة على عدد ساعات الإرسال التلفزيوني الخمس وثلاثون ساعة الأسبوعية، كالآتي:

- برامج ثقافية 4 ساعات وخمس و أربعين دقيقة 14%.
- برامج منوعات 5 ساعات وربع الساعة 15%.
- برامج خاصة ساعة ونصف 4%.
- برامج دينية 3 ساعات ونصف 1%.
- برامج درامية 5 ساعات وخمس وأربعون دقيقة 5%.
- برامج أخبار 7 ساعات وأربعون دقيقة 22%.
- برامج الأطفال ساعة ونصف 4%.
- أفلام ومسلسلات ساعة وخمس وأربعون دقيقة 5%⁽³⁾.

(1) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 181.

(2) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، مرجع سابق، ص 181.

(3) أحمد الماحي أبوبكر حمد، مرجع سابق، ص 182.

بنظرة فاحصة لنسب البرامج في الفضائيات السودانية نجد أن الأخبار تمثل النسبة الأعلى 22% من ساعات البث الإجمالية، وهنا تم التركيز على وظيفة (الإخبار) وإغفال بقية الوظائف الأخرى، ولا سيما وظيفة (التربية الوطنية) و(التنشئة الاجتماعية)، وكلاهما يرتبط بتعميق الوعي الأمني لدى جمهور المشاهدين، ونجد كذلك أن برامج الأطفال لم يتم إنتاجها وطنياً وإنما هي برامج مستوردة لاتحمل القيم التي نريد غرسها في الأطفال وتنشئتهم عليها، وينطبق ذلك على الأفلام والمسلسلات التي لا تخطاب قضايانا ولا تحقق لنا أهدافاً وطنية تعزز لدى جمهورنا قيمة الأمن الوطني.

في الدرجة الثانية تأتي برامج المنوعات بنسبة 15% وعند تحليلها أيضاً نجد أنها بعيدة كل البعد عن قضايا الأمن القومي التي يمكن أن تتم معالجتها بشكل خفيف ومقبول للمشاهد، ويُعزى ذلك لضعف السياسات الإعلامية وعدم ربطها بالتخطيط الاستراتيجي للإعلام.

هنالك برامج تصلح لأن تكون نواة لقنوات فضائية متخصصة مثل برنامج (بيتنا) الذي يُعد أنموذجاً مشرقاً لبرامج (الإعلام الأمني) في محور (الأمن الاجتماعي) من منظور الأمن القومي الشامل.

إن كان الحال كذلك في أجهزة الإعلام الحكومية التي يمثل التلفزيوني الرسمي أحد أهمها، فإن الحال يكون أسوأ في وسائل الإعلام الخاصة.

في السنوات العشر الأخيرة دخل القطاع الخاص مجال الاستثمار في الإعلام فانطلقت جُملة من القنوات الفضائية الخاصة والمُنخَصصة مثل قناة الشروق ذات الطابع الإخباري، وقناة طيبة الإسلامية وهي دعوية، وكذلك باقة قنوات ساهور لتعظيم النبي صلى الله عليه وسلم وهي أيضاً قنوات دعوية، وقناة المنال وقناة البشري وهما من القنوات الاجتماعية الثقافية ويغلب عليهما الإعلام الدعوي، وقناة قوون الفضائية وهي قناة رياضية مُنخَصصة، وقناة أنغام الفضائية وهي مُنخَصصة في الموسيقى والغناء السوداني، وقناة سنابل الفضائية وهي قناة مُنخَصصة في الأطفال، وقناة النيل الأزرق وقناة الخرطوم الفضائية وهي تطوّر لتلفزيون ولاية الخرطوم وتُعتبر أول فضائية ولائية تلتها فضائيات ولائية أخرى مثل قناة البحر الأحمر الحكومية التابعة لولاية البحر الأحمر، وقناة كسلا الفضائية الحكومية التابعة لولاية كسلا وقناة الجزيرة الفضائية وأخيراً قناة الشمالية الفضائية، ثم هنالك عدد من القنوات الفضائية الخاصة التي تعمل في جانب المنوعات مثل قناة أم درمان الفضائية وقناة S24 الفضائية ذات الطبيعة الاقتصادية وإن كانت قد تميزت في جوانب أخرى، وقناة الخضراء الفضائية، وقناة المنال الفضائية، وقناة الأمل الفضائية وقناة هارموني الفضائية وقناة زول الفضائية، وقد توقفت القنوات الثلاث الأخيرة عن البث.

إنَّ ازدياد القنوات الفضائية اللائحة بصورتها ومضمونها الحالي- جاء خصماً على البعد الأمني بمفهومه الشامل أو القومي، حيث كُرست هذه القنوات للمحلية وعزلت مشاهديها عن واقعها القومي بنواحيه المختلفة وأبعاده المتعددة. سواء كانت سياسية، اجتماعية، ثقافية، وغيرها. في حين أنها جميعاً ينبغي أن تمثل ركائز الأمن القومي الذي تُبنى عليها الاستراتيجيات الوطنية القومية، ونعزي ذلك لضعف التخطيط الإعلامي إن لم نقل إنعدامه.

إنَّ واقع الإعلام السوداني لا ينفك بحالٍ من الأحوال عن بيئته السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وهو جزء أصيل من هذا الواقع، ومحاولة دراسته بمنأى عن هذا الجوانب التي تؤثر فيه وتتأثر به، والوقوف كذلك على التشريعات التي على هديها تعمل الوسائط الإعلامية، يضاف لذلك الفلسفات الإعلامية السائدة في البيئة المحددة وما ترجوه من الإعلام أن يقوم به من واقع النظريات الإعلامية المعروفة.

«يظلم المرء أهل الإعلام في السودان إن لم يقرر أنهم أدركوا منذ وقت مبكر نسبياً أهمية الذي يجري في عالم الاتصالات والمعلومات. وسعوا منذ وقت مبكر ألا يتركوا في مؤخرة ركب التطور المتسارع في هذه المجالات. ولذلك سعوا إلى امتلاك التقانة العالية HIGH TECH والمعرفة الفنية KNOW HOW وكانت هنالك رؤى مبكرة لكيفية الاستعداد للإندماج في الموجة الصاعدة الجديدة»⁽¹⁾.

وبالرغم من هذا الولوج الباكر لمجال الإعلام إلا أن هنالك تراجعاً كبيراً وخاصة في جانب الإعلام الحكومي، مع وجود كثير من القيود التي تحد التطور في الإعلام الخاص والمُتخصّص وتحول دون الاستثمار في هذا القطاع المهم.

«وقد سجّل السودان شيئاً من التقدم الملحوظ في مجال الاتصالات والمعلوماتية ودخلت أجهزة الإعلام الإلكتروني الساحة الرقمية منذ وقت باكر نسبياً مقارنة بالعالمين العربي والأفريقي، ولكن هذا الدخول المبكر نسبياً لم يضمن الاحتفاظ بمزّية السبق لأن الذين دخلوا مؤخراً كانت تصحبهم الإمكانيات المادية والإرادة السياسية والإدارية الفاعلة. ولذلك لن يستطيع أحد أن يخفى حقيقة أن الإدراك المبكر والشروع المبكر في إدخال التقانات الرقمية لم يؤمّن الإعلام السوداني من التراجع عربياً إلى موقع بعيد عن المقدمة في راهنه اليوم. خاصة إذا تمّت المقارنة مع المبادرات التي أخذها القطاع الخاص العربي والتي توفّرت لها موارد كثيرة وخبرات مُتخصّصة كثيرة»⁽²⁾.

ولمّا كانت أجهزة الاعلام الوطنية تعمل في ذات الساحة مع أجهزة الإعلام الموجهة عربياً وعربياً للسودان فإنّ ذلك يرفع سقف المطلوب من هذه الأجهزة لتحفظ بالقُدرة التنافسية ولتُحظى بنصيبٍ مناسبٍ من المسموعة والمشاهدة.

(1) الموقع الإلكتروني <http://aminhassanomer.blogspot.com> ، تاريخ دخول الموقع : 2014/7/23 م .

(2) الموقع الإلكتروني <http://aminhassanomer.blogspot.com> ، مرجع سابق .

تُعتبر القنوات الفضائية السودانية من أهمّ وسائل الإعلام الأمني لما لها من قدرة كبيرة وفعّالة في الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور المُستهدف سواء كان جمهوراً داخلياً أم جمهوراً خارجياً. ولكنها تقتصر للتخطيط الاستراتيجي المرتبط بالاستراتيجية القومية ربع القرنية وبخاصة استراتيجية محور الإعلام.

وعليه بدلاً من زيادة القنوات الفضائية - عامّة أو خاصّة - في الكم، وبلا تخطيط وبلا رؤية، يجب أن تكون الزيادة نوعيّة في الكيف، بمعنى إنشاء قنوات فضائية بلغات مختلفة، تخاطب الآخرين بلغاتهم، وتعمل على تغيير الصورة السالبة المرسومة بعناية وبتخطيط من الإعلام الأمني الدولي عن السودان، والتي ارتبطت بمفردات غير صحيحة مثل «الإرهاب» و«انتهاك حقوق الإنسان» و«التطهير العرقي»، وغيرها من الأباطيل والدعاوى الملقّفة في ظل الحرب الإعلامية التي تقودها أمريكا والغرب ومن ورائهما إسرائيل لعزل السودان وجعله دوماً في حالة المدافع، بدلاً عن العمل على التنمية والتخطيط السليم للمستقبل، وإيجاد شركاء دوليين، والتي تصب في عمل الإعلام الأمني الدولي لتسوية الحقائق.

محاولة عزل السودان وتجفيف الاستثمارات الدوليّة عنه ووصمه بهذه الصفات وغيرها، من أهم أهداف الإعلام الأمني الدولي، وبالتالي فهي تحتاج لإعلام أمني فاعل وقادر على الوصول للآخرين لتعديل هذه الصور المقلوبة، ولن يتم ذلك بالصدفة، وإنما بتخطيط حكيم ومنهج علمي، يراعي أولويات الأمن القومي خارج الحدود الجغرافية وكيفية تنفيذ تلك الأولويات. وفي جانب البث الفضائي تحتاج الدولة وبأسرع ما يكون لقنوات فضائية باللغات الإنجليزية والفرنسية والألمانية والصينية.

«لقد نشأ التلفزيون في السودان كرمز لسيادة الدولة، وكسمة من السمات الحضارية، بخلاف الإذاعة والصحافة اللتين ظهرتتا في عهد الاستعمار والهيمنة الأجنبية»⁽¹⁾. يتميز التلفزيون كوسيلة إعلام أمني بكونه الأقدر على التأثير في المواقف والاتجاهات التي تعزز الوحدة الوطنية ويقوّي التواصل الداخلي بين مكونات المجتمع السوداني، وتحصين الشباب من الاختراق الفكري والاستلاب الثقافي.

«التلفزيون في السودان تقع عليه مسؤوليّة كبيرة، ينبغي عليه أن يُعرّف المواطن السوداني بكل المعلومات الأساسية عن وطنه، ويعمل على تأكيد ثقته في شخصيته القومية وامكاناته الحضارية، ليصبح قادراً على مواجهة التيارات الفكرية المعادية، ويقف أمام تحديات الغزو الثقافي أو الاختراق الإعلامي، الذي يعمل على استلاب ثقافة الأمة، ووقوعها في أحضان الثقافة الأجنبية الوافدة، وخاصة بعد الوضع الاتصالي الكوني الذي عمل على تسطيح الحضارة والقضاء تدريجياً على مكونات التنوع فيها،

(1) عثمان عوض الكريم محمد، تخطيط البرامج التلفزيونية، (الخرطوم: مطبوعات الخرطوم عاصمة للثقافة العربية، 2007م)، ص55.

وعمل على طمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية، وردم معالم الذاتية التي تختص بها كل حضارة، وما يترتب على ذلك من اهتزاز ثقة الشباب في حاضره وضعف إيمانه بماضي أمجاده زما يترتب على ذلك من أخطار ماثلة أمام الأجيال وانفصام عرى التضامن بينها»⁽¹⁾.

الإعلان والأمن القومي:

تصبح وسائل الإعلام المختلفة من أكبر تحديات الأمن القومي في حال عدم تفريقها بين ما هو قومي وما هو حزبي أو قبلي، وكذلك عند ركونها للإعلان الذي أصبح واحداً من آليات تحقيق الأجندات الخارجية سواء بشكل مباشر من خلال دعم مادي أو عيني يقدم للوسائط الإعلامية -وخاصة الصحف-، أو غير مباشر، في شكل إعلان من شركات وسيطة ذات صلة بمكونات خارجية تعمل على تنفيذ أهدافها داخل البلد المعني. «للإعلان بدون شك آثاراً سلبية عميقة الأثر على الأمن الشامل المفهوم الذي يتعدى المعنى الضيق لمصطلح الأمن الذي تقوم به الجهات الأمنية. فمفهوم الشامل للأمن يشير إلى الطمأنينة التي هي عكس الخوف. والأمن الشامل يغطي جميع مناحي الحياة ويتمدد ليشمل جميع أنواع الأمن؛ الاقتصادي، والبيئي، والسياسي، والنفسي، والاجتماعي.. إلخ»⁽²⁾.

يرى بعض الباحثين أن خطر الإعلان على الأمن القومي يتجسد في البعد الاجتماعي، ولا سيما على شريحة الأطفال «ويتجلى خطر الإعلان على الأمن الاجتماعي في تأثيره السلبي على عقول الأطفال المعروفون بتعلقهم بمشاهدة الوسائط التي تعرض الإعلانات التجارية عبر التلفاز خاصة في مجال الترويج للأطعمة والوجبات السريعة والمعلبات فيزيد تعلقهم بها. والإعلان نشاط يهدف إلى التأثير على المستهلك أو (الجمهور) لحثه على شراء منتج أو طلب خدمة اعتماداً على معرفة بنفسية المستهلك وعقليته لدفعه دفعاً ربما بدون وعي للقيام بشراء المنتج أو الخدمة»⁽³⁾.

يمثل هذا التنميط واحداً من مخاطر الإعلان الموجه، وهناك دراسات كثيرة أثبتت أن تأثيراً سلبياً قوي يقع على الأطفال بسبب طول فترات مشاهدتهم للتلفاز الأمر الذي ينعكس على نموهم العقلي والبدني حيث هناك صعوبة في تمكن الطفل من استيعاب كل ما يراه من خلال شاشة التلفاز فضلاً عن تقليل طول المشاهدة لفترات النوم الضرورية، وكذلك يسبب في ضعف تحصيلهم الدراسي وضعف قدراتهم العقلية والبدنية والوجدانية وقد يؤدي ذلك إلى الاكتئاب»⁽⁴⁾.

ويهدد الإعلان كذلك منظومة القيم التي تمثل مرتكزاً رئيساً للأمم في سبيل ديمومتها

(1) عثمان عوض الكريم محمد، تخطيط البرامج التلفزيونية، مرجع سابق، ص55-56.

(2) ياسر محبوب الحسين، أستاذ جامعي ورئيس تحرير سابق، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ 2017/12/2م

(3) المرجع السابق.

(4) ياسر محبوب الحسين، مرجع سابق.

والمحافظة عليها للتنشئة المطلوبة، وعند حدوث اختراق في هذا الجانب فهو يهدد الأمن الثقافي لتلك الأمم، ويجعلها كالمُنبت.

«والكثير من تلك الاعلانات تعكس صوراً وثقافات غريبة تختلف عن ثقافة مجتمعنا وتقاليد وقيمه والتأثير السلبي على الأطفال يعني تعرض أهم مقومات ومرتكزات التنمية على الإطلاق للخطر الماحق وهي القوى البشرية. وأثبتت دراسات أخرى أن الكثير من الإعلانات تحمل قيماً سلبية للمشاهد، مثل الشراهة، والتبذير، والتفاخر، والمباهاة، والعنف من خلال إعلانات الأفلام، والتركيز على جذب الجنس الآخر في إعلانات السجائر والعمود، حيث يتم استخدام المرأة في إعلانات سلع الذكور فقط. وينحو معدو ومصممو الإعلانات للأسف الشديد إلى اعتماد المرأة في إعلاناتهم كعنصر جذب تجاري وتسويقي، حتى لو لم تكن المرأة لها علاقة بالإعلان، حيث يكون إظهار مفاتن المرأة هو الأساس الذي يركز عليه الإعلان»⁽¹⁾.

هذا الواقع الذي يمثل محاولات اختراق الأمن القومي عبر الإعلان يقتضي وجود آليات ضبط ورقابة، تقوم بدورها المطلوب لحماية الأمن القومي من أي شكل للاختراق. وقد تميّزت بهذ الرقابة الصارمة الفضائية السودانية.

«ظل الإعلان في القنوات الفضائية، وبالأخص في الفضائية السودانية محل اهتمام ويحظى بضوابط صارمة لاجازته للبث، فكانت ضوابط الإعلان معلومه لأي منتج إعلاني و مع ذلك كانت هناك لجنة مشاهدة خاصة باعتماد الإعلان وفق معايير الأخلاق العامة و ضوابط الشكل في الزي المحتشم للنساء، وأن لا يمثل الإعلان أو يوحي لأي اشارة تخدش الحياء أو تسيء لأي جنس قبلي أو مكان أو شخصيات عامة،، كما أن هناك ضوابط تتمثل في الجودة من حيث الصورة والصوت وجودة الفكرة نفسها كونها ترتقي لمستوى الفضائية السودانية أم لا.. وفي بعض الحالات المرتبطة ببيروتول احتفالي فيه رعاية مسؤول يجب أن يحضر المعلن ما يفيد بذلك، أما المنتجات فيجب أن تكون مطابقة للمواصفات والمقاييس بشهادتها، وكانت اللجنة ترفض أي إعلان لمنهج دوائي أو تجميلي»⁽²⁾.

تزايد القنوات الفضائية وغياب الاستراتيجية الإعلامية الأمنية، وضعف الوعي الأمني، والرغبة في الحصول على الإعلانات لتغطية تكلفة البث والإنتاج، سيجعل من هذه القنوات مدخلاً للتأثير على الأمن القومي في محاوره المختلفة أو في واحدٍ منها وبخاصة الأمن الثقافي والاجتماعي.

بعد ظهور القنوات الفضائية الخاصة ووجتها للتمويل انتهكت هذه الشروط و

(1) المرجع السابق.

(2) شرف الدين محمد الحسن، منتج ومخرج تلفزيوني وباحث في مجال الهوية البصرية، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ:

201 / 12 / 6م.

أصبحت تتجاوز كثيراً في عرض أي إعلان مما أدى لتراجع تلكم القيم في الفضائية السودانية. وبالتالي أصبحت الإعلانات تمثل تهديداً صريحاً للنسيج الاجتماعي والقيم الأخلاقية الفاضلة خاصة بعد دخول النساء كمعلنات يتطلب ظهورهن وقفات وأشكال تغري المشاهد للإعلان عن السلعة، وكانت الانتكاسة الأكبر دخول شركات إنتاج أجنبية للإعلان في السودان بعروضات أجنبيات وأصوات أجنبية وموسيقى وأفكار أجنبية مما أثر على الهوية الثقافية السودانية كون إعلانات الأجنبيات براقة وجميلة وبغير ضوابط كافية، وبعد أن انتبه الناس لذلك كانت الشركات قد عملت إحلال لسودانيات بذات خصائص الأجنبيات، وهكذا تسرّبت العديد من الأفكار والأشكال والمصطلحات الأجنبية للمجتمع لتشكل تهديداً صارخاً لهوية المجتمع السوداني وأمنه الثقافي والاجتماعي»⁽¹⁾.

حرية الإعلام:

يؤثر الاستقرار السياسي ونوع الحكم القائم تأثيراً مباشراً على كافة أنماط الحياة، ولاسيما الجانب الإعلامي، بسياساته وتشريعاته ومساحات الحرية الممنوحة له والمطلوب منه تجاه الحكومة القائمة.

«لقد انعكس عدم الإستقرار السياسي في السودان على جميع مناحي الحياة ونُظُم الدولة، ولارتباط الوثيق بين النظام السياسي والنظام الاتصالي فقد شهد السودان عدم استقرار واضح في سياسات الإتصال نتيج لهذه التقلبات في إدارة البلاد»⁽²⁾.

الحرية المطلوبة للإعلام لا تعني الفوضى بحالٍ من الأحوال، بقدر ما أنها تعني المسؤولية، وإن كان الإعلام بلا مسؤولية تجاه جمهوره فهو غير جدير بالدفاع عن حقوق هذا الجمهور، وهي حق مكفول بالدستور وبالمواثيق والمعاهدات الدولية.

«رغم أنّ حُرّيّة التعبير والإعلام والرأي مُنَبّة في كل مواثيق حقوق الإنسان منذ عقود من الزمان، إلا أن تعريفها ما زال من أكثر حقوق الإنسان ضبابيّة ونسبيّة. وإن توصل جَمْع من القوميّات والمعتقدات شارك في صياغة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في 1948م إلى تثبيت هذا الحق بما يشمل اعتناق الآراء دون أيّ تدخل، والتماس الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة ودون تقيّد بالحدود الجغرافيّة. جاء العهد الخاص بالحقوق المدنية والسياسيّة في 1966م ووضع جدارين حول المادة /19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان»⁽³⁾.

(1) شرف الدين محمد الحسن، مرجع سابق.

(2) هاشم الجاز، الإعلام السوداني، (الخرطوم: منشورات الخرطوم عاصمة للثقافة العربية - دار صالح للطباعة، 2005م)، ص 38.

(3) معادلة الحرية والمسؤولية في الإعلام، مطبوعات المنظمة السودانية للحرية الصحفية، (الخرطوم: مطبعة سينان العالمية، يونيو 2013م)، ص 5.

بقدر ما أننا نؤمن أنه من الضرورة تقييد هذه الحرية يكون بالمسؤولية سواء الأخلاقية أو الجنائية والقانونية. والحق عند الإعلاميين مرتبط بالواجب أو هكذا جب أن يكون، كما أن المطلوب حقوق لتتاح للنشر والتعبير يجب أن تقابل ذلك واجبات من الإعلاميين تجاه ما يُنشر ويُبث، تتمثل في عدم المساس بحرية الآخر أو التعدي على حرمانه أو انتهاك خصوصياته.

فالحرية تنتهي عند حدود حريات الآخرين، والحق مقيّد بعدم المساس بحق الآخر أو التعدي عليه بأية شكل من الأشكال. وهذا معلوم بالضرورة. ولكن تكمن المشكلة في التوظيف السالب من الحكومات عند تفسير المادة /18 من العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية، وهذا التقاطع بين الحرية والمسؤولية تتم معالجته كما نرى - بتعريف الإعلاميين بحدود الأمن القومي والتأكيد على أنه أمن الدولة وليس أمن الحكومة.

«أخضعت حرية الفرد في التعبير للقيود المنصوص عليها في القانون والتي تستوجبها السلامة العامة أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق أو حقوق الآخرين وحرياتهم الأساسية، كذلك حرية الآباء والأمهات والأوصياء القانونيين في التعليم الديني أو الأخلاقي تمشياً مع معتقدات الأهل. والمادة /20 من نفس العهد والتي تمنع بحكم القانون كل دعاية من أجل الحرب، وكل دعوة للكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية من شأنها أن تشكل تحريضاً على التمييز أو المعاداة أو العنف»⁽¹⁾.

وهنا يدخل البعد السياسي والأيدلوجي عند تفسير (السلامة العامة أو النظام العام أو الصحة العامة) وبموجب ذلك يكون للحكومة تفسير وللمعارضة تفسير آخر نقيض للأول. ولكن حتى لا تنتهك الحريات الصحافية ويُمنع النشر والتعبير بتأويلاتٍ سياسية ويتضرر الصحفي جراء ذلك، ينبغي أن يكون التقدير للقانون والذي تمثله المحاكم سواء تلك التي خُصّصت للصفحة أو غيرها، وعلى المتضررين - والذين هم في الغالب الحكومة - أن يلجأوا للقضاء ليفصل في التهم، وهذا يرتبط بتأسيس المحكمة المختصة المنصوص عليها في قانون الصحافة والمطبوعات لسنة 2009م.

«الحديث عن حرية الإعلام ومسؤولياته يكتسب أهمية خاصة، ترتبط بعدد من المتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية تفرض واقعاً جديداً يتطلب مناقشة مفاهيم هذه الحرية وممارستها و ضماناتها ومسؤولياتها، ومن أبرز هذه المتغيرات⁽²⁾ :

1. التزايد المستمر لدور وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة ووصولها لأعداد متزايدة من الجمهور حتى غدا الإعلام اليوم شريكاً رئيسياً في ترتيب أولويات اهتماماتنا مؤثراً

(1) العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية، المادة /20.

(2) ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، (القاهرة: العربي للنشر، 1999م)، ص 1.

على عملية إصدارنا للأحكام في القضايا والأمور المثارة في مختلف دوائر اهتمامنا محلياً وإقليمياً وعالمياً، وأصبح الجانب الأكبر من تصوراتنا عن العالم المحيط بنا من صنع الإعلام ووسائله زادت قدرتها على التأثير في أفكارنا وآرائنا وقيمتنا، إضافة إلى مسؤولتها عن تنمية وعينا أو العكس من ذلك تزييفه وتطوير قدراتنا على الانتقاء والاختيار والحكم السليم أو أن تصبنا في أنماط قوالب جامدة.

2. التطور الهائل والمتلاحق في تكنولوجيا الاتصال بكل ما تثيره من تحديات وما طرحه من طموحات، بما أتاحتها من امكانيات تقنية واسعة وحققته من انتشار ونفوذ لهذه الوسائل.

3. الاتجاه نحو التخصصية وتأثيرات ذلك الحالية والمرتبقة على صناعة الاتصال واقتصاداته، خاصة في عصر أصبحت فيه هذه الصناعة المتعددة الأغراض والأهداف والوسائل تتطلب تمويلاً ضخماً وامكانيات فنية وبشرية عالية المستوى.

4. التطور الديمقراطي الذي يشهده العالم وما صاحبه من اتساع نطاق حرية الرأي والتعبير واهتمام كبير بحقوق الإنسان ومن بينها حقه في الاتصال والإعلام.

5. الاتجاه نحو القبول بمزيد من التعددية والتنوع في وسائل الإعلام مطبوعة ومسموعة ومرئية مما خلق أشكالاً جديدة من هذه الوسائل مختلفة الفكر والهدف باختلاف طبيعة مالكيها وسعيها بالتأكيد لتحقيق مصالح القوى السياسية والاقتصادية التي تعبر عنها.

الحديث عن حرية مطلقة للإعلام هراء ومزايدة غير منطقية وغير مقبولة حتى للذين ينادون بها، وكذلك كبت الوسائل الإعلامية بصورة تعسفية أمر غير مقبول لكونه يحد من دورها ويقعدها عن أداء رسالتها ووظيفتها، وعليه فمن الأفضل وضع السياسات الإعلامية الواضحة المنبثقة عن استراتيجية إعلامية شاملة تحدد حقوق وواجبات وسائل الإعلام وما يجب أن تقوم به وفق المسار الاستراتيجي الإعلامي للدولة، وتحديد المهتدات التي يجب التوقف عندها باعتبارها خطأ أحمرًا للدولة وأمنها القومي، ويستصحب ذلك تعريف دائم ومستمر بمفهوم الأمن القومي وكيفية حمايته والمحافظة عليه وعدم تعريضه للخطر.

الفصل الرابع:
أهداف ومجالات الإعلام المتخصص





الفصل الرابع: أهداف ومجالات الإعلام المتخصص

تمهيد:

يشتمل هذا الفصل على الإعلام المتخصص، حيث أورد التعريفات اللغوية والاصطلاحية للتخصص، وتعريف الإعلام المتخصص حيث أنه هو أحد أقسام الإعلام العام يقع ضمن واحد من مجالات الحياة ويعمل على تحقيق أهداف هذا المجال سواء كانت سياسية أو ثقافية أو تربوية أو اجتماعية أو اقتصادية أو صحية أو عسكرية وأمنية أو رياضية، ويعد الإعلام الأمني أحد أهم فروع الإعلام المتخصص وأكثرها شمولاً لأقسام أخرى تنبثق عن مفهوم الأمن.

هنالك عدد من العوامل أسهمت في تحديد ماهية الإعلام المتخصص ومحدداته و معرفة أشكاله ومجالاته التي تتجدد وتزداد باستمرار مع تطوّر الحياة وتشعباتها وزيادة التخصصات فيها. والإعلام الأمني واحد من أشكال هذا التخصص التي استدعتها الضرورة. وقطعاً لن يكون هو الفرع الأخير من هذه التخصصات.

تتبع أهمية الإعلام المتخصص من كونه يخاطب الجمهور العام بالتركيز على جمهور نوعي محدّد يهتم بنوع المادة المقدّمة عبر الوسيط المعني بالإعلام المتخصص، حيث تُلبّي هذه المادة احتياجه ويجد فيها ما يرجوه وما لن يجده في غيره من الوسائط الأخرى. فالمهتم بالرياضة مثلاً سيبحث عنها في القنوات الرياضية المتخصصة، وأهل السياسة والأخبار يجدون ضالتهم في القنوات الإخبارية، والمهتم بالقضايا الإسلامية سيبحث عنها في قناة اقرأ أو الرسالة، والأطفال سيلجأون مباشرة لقناة طيور الجنة، وهكذا.

إنّ الإعلام الأمني كأحد أفرع الإعلام المتخصص تزداد أهميته باضطراد مع زيادة وتنوّع التحديات الأمنية، وتوسّع مفهوم (الأمن) وارتباطه بمناح كثيرة من الحياة، مما يتطلّب من القائمين التركيز على هدف من شأنه وضع الإستراتيجيات الشاملة للإعلام الأمني لتوظيف مضمون الإعلام الأمني وبث رسائله في جميع وسائط الإعلام العامة والمتخصصة. إنّ تزايد الاهتمامات والحاجات يؤدي لظهور مصالح يعجز الإعلام العام عن الاستجابة لها وخدمتها.

التعريف اللغوي للتخصص:

إنّ الاختصاص أو التخصص والمتخصص والمتخصصة كلّها مشتقة من مادة: خصص العريية. وعندما نقول: خصّه بالشئ خصوصاً وخصوصية بضمّ الخاء وفتحها، وضمّ الخاء أفصح، واختصّه بكذا فمعناه خصّه به. والخاصة ضدّ العامة⁽¹⁾.

وقد وردت مشتقات هذه الكلمة بالقرآن الكريم في آياتٍ مختلفة، منها قوله تعالى:

(1) محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1967م)، ص 177.

﴿مَا يَوَدُّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَلَا الْمُشْرِكِينَ أَنْ يُنَزَّلَ عَلَيْكُمْ مِنْ خَيْرٍ مِمَّنْ رَبِّكُمْ وَاللَّهُ يَخْتَصُّ بِرَحْمَتِهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ﴾⁽¹⁾، وَقَوْلُهُ تَعَالَى: ﴿وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾⁽²⁾.

التعريف الاصطلاحي الوظيفي:

إنَّ كلمة أو مُصطلح مُتخصِّص أو مُتخصِّصة تعني حسب الاصطلاح العلمي الذي يُعرَّف من خلال المعنى العلمي للكلمة، أو في السِّياق الذي وردت فيه وظلَّت تُستخدَم فيه، وقد يكون المعنى الاصطلاحى ظاهراً من خلال التعريف اللُّغوي، كما أنه في معنَاهُ الاصطلاحى يؤكد ذلك المعنى.

فالناس منذ أن خلق الله البسيطة وأجرى فيها أوقاتهم تخصصوا في شتى المهَن، فهناك من امتهن الزراعة وأجادها وتخصَّص فيها، وهناك من عمِل بالرَّعي وأنقَهه، وهناك من تخصص في الطِّب وحَدَّق فيه، وهناك من تميَّز في المعمار وأصبح رقماً كبيراً في مجاله، وغير ذلك من المهن والأعمال والوظائف، فضلاً عن أنه في التخصص الواحد يمكن أن توجد تخصصات دقيقة فرعية وتفصيلية، فالطبيب عموماً هو متخصص في الطِّب وبالتخصصات الأدق يمكن أن يتخصص في الباطنية أو الجراحة أو العظام وغيرها، وكذلك التاجر يمكن أن يتخصص في تجارة المحاصيل أو العقارات أو السيارات وغيرها، وكذلك الحال بالنسبة لمُتَهني مهنة القانون والذين يُمارسون المحاماة فنجد أن أحدهم قد تخصص في القانون التجاري وآخر في القانون الإداري وثالث في القانون الدستوري، وفي مجالنا الإعلامية نجد أن هناك ثلاثة أو أربعة تخصصات لطلاب كلية الإعلام حيث يتم توزيعهم فيما يُسمَّى بـ(التشعب) في العام الدراسي الثاني على أقسام الصحافة والنشر، الإذاعة والتلفاز، العلاقات العامة والإعلان وأضاف بعض الجامعات قسم الإعلام الأمني مثل جامعة الرباط الوطني توطئة لتمليكهم المهارات والمعارف الكافية في مجال التخصص الدقيق ليعينهم لك في حياتهم العملية بعد التخرُّج، وكذلك الحال بالنسبة للإدارة، وغيرها. إذ أن التخصص الدقيق مدعاة لمعرفة التفصيلية والإجادة والإبداع أكثر من الدراسة العامة، وينطبق ذلك على التخصص في مجال الإعلام. ويمثل الإعلام الأمني واحداً من أقسام الإعلام المتخصص لذلك تجئ دراسة الإعلام المتخصص لتوضيحه وربطه بالإعلام الأمني الذي ينقسم إلى أقسام أكثر تخصصية حسب طبيعة ومفهوم كلمة (الأمن) ومن تلك الفروع والأقسام الدقيقة لتخصص الإعلام الأمني (الإعلام الصحي) الذي يرتبط بمحور (الأمن الصحي)، (الإعلام الاقتصادي) الذي يرتبط بمحور (الأمن الاقتصادي)، (الإعلام العسكري) الذي

(1) سورة البقرة، الآية (105).

(2) سورة الأنفال، الآية (25).

يرتبط بمحور (الأمن العسكري)، وهكذا بقية المحاور. مع التأكيد على أن جميع هذه المحاور والأقسام تصب في تعزيز الأمن الفردي للأشخاص والذي يقوم عليه مفهوم (الأمن الإنساني).

تعريف الإعلام المتخصص:

«هو رسالة ما تتخذ أشكالاً ووسائل مختلفة مقروءة مسموعة أو مرئية بهدف التعبير عن موضوع ما، يتَّسَّمُ بالاعتماد على الأبحاث و الدراسات ذات التخصص الدقيق أو موجه لفئة أو جمهور مُحدَّد أو كليهما معاً في إطار أهداف ووظائف مُحدَّدة تتمثَّلُ في الإخبار والتنقيف والتعليم والترفيه»⁽¹⁾.

الإعلام المتخصص هو⁽²⁾: «نمط إعلامي معلوماتي يتَّسَّمُ عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويُعطِي جُلَّ اهتمامه لمجال مُعيَّن من مجالات المعرفة، ويتوجَّه إلى جمهور عام أو خاص مُستخدِماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنيَّة أُخرى، ويقوم مُعتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المُتخصِّصة التي يتمُّ عرضها بطريقة موضوعيَّة».

والإعلام المتخصص كما تُعرِّفه سلوى إمام أنَّه: «الإعلام المُوجَّه إلى فئات أو قطاعات مُعيَّنة (كالفلاحين - والعُمَّال - والنساء - والأطفال - والشباب) ويتميَّز بأنَّه إعلامٌ يُقدِّم مضامين في مجالات مُتعدِّدة (كالسياسة - والاقتصاد - والرياضة - والفن) إلَّا أنَّ مُعالجة هذه المجالات تتأثَّر بطبيعة الجمهور النوعي الذي تتوجَّه إليه ومُستوى ثقافته. ويهتم الإعلام المتخصص بمجالٍ مَعْرِفِيٍّ مُعيَّن أو مُحدَّد ويوجَّه إلى جمهورٍ عام كالفنون الرياضية المفتوحة والمُشْفرة»⁽³⁾.

ماهية الإعلام المتخصص:

«إنَّ الحديث عن ماهيَّة الإعلام المتخصص، هو حديث عن لون من ألوان الإعلام الذي يهدف إلى نشر الثقافة المُتعمِّقة والمُتخصِّصة، مُستغلاً الامكانيات الفنيَّة للمطبعة والإذاعة المسموعة والمرئيَّة وتقنيات الاتصال المُتطوِّرة الأخرى، ليكون أكثر جذباً وانتشاراً وإقناعاً»⁽⁴⁾.

إنَّ الإعلام المُتخصِّص كما أحدث نقلة نوعيَّة مُهمة جداً في مجال الإعلام خاصة بعد الإنفتاح المعلوماتي الكبير والذي جعل الناس يهتمون بالمعلومة التي يرتبطون بها ارتباطاً مباشراً ويبحثون عنها في مظانها.

وهو أحد أقسام الإعلام العام يقع ضمن واحد من مجالات الحياة ويعمل على تحقيق أهداف هذا المجال سواء كانت سياسيَّة أو ثقافية أو ترويية أو

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والوزيع، 2012م)، ص98.

(2) السيد أحمد المصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط2 (الشارقة، 2002م)، ص13.

(3) سلوى إمام، مرجع سابق.

(4) السيد أحمد المصطفى عمر، مرجع سابق، ص38-39.

اجتماعية أو اقتصادية أو صحية أو عسكرية وأمنية أو رياضية. ويقوم بدراسة وتحليل الظواهر والتطورات والدراسات المتعلقة بذلك وتوصيل المعلومة المطلوبة للجمهور النوعي الخاص أو العام المُستهدف بالرسالة عبر وسيط مُحدّد وقائم بالاتّصال مُتخصّص.

عند الحديث حول تحديد ماهية الإعلام المُتخصّص لأبّد من الاستناد إلى ثلاث نقاط أساسية تتمثّل في الآتي(1):

1. الأولى: أنّ اهتمام الباحثين في الإعلام بدراسة الإعلام المُتخصّص، هو في واقع الأمر اهتمام بدراسة كيفية الاستفادة من التقنية والحرفية والخبرة الإعلامية في نشر الثقافة والمعرفة بمختلف فروع العلوم، والفنون والآداب، والاهتمامات الإنسانية، بين أكبر عدد من الناس.

2. الثانية: أنّ دراسة الإعلام المُتخصّص كمنشأ إعلامي معلوماتي هو في واقع الأمر دراسة لأحد أهمّ وظائف الإعلام المُتمثّلة في التنقيف ونشر الأفكار والمعلومات الجديدة.

3. الثالثة: أنّ اهتمام وسائل الإعلام العصرية بالموضوعات المُتخصّصة، هو في الواقع اهتمام بالتطوّرات التي شهدّها العالم من مُختلف مجالات الحياة بعلومها ومعارفها المُختلفة، وذلك تلبية منها لاهتمامات النَّاس، واستجابة لرغباتهم وحاجتهم إلى المعرفة.

نرى أنّ ماهية الإعلام المتخصّص تعني فرع من فروع الإعلام العام، يرتبط هذا الفرع بالتخصّص الذي ينشأ فيه ويعمل على تقديم رسائله ومضامينه المتخصّصة لجمهور متخصّص في المقام الأول مع وجود جمهور إضافي غير متخصّص، فالإعلام الصحي يخاطب الجمهور المتخصّص من جهة والجمهور العام من جهة أخرى، والإعلام الاقتصادي يقوم على توفير المعلومات والمعارف الاقتصادي لجمهور متخصّص وهو العاملين والمشتغلين في قطاع الاقتصاد بالدرجة الأولى ثم يمكن أن يفيد من هذه المعلومات والمضامين الاقتصادية آخرين من الجمهور العام غير مختصين.

أشكال الإعلام المُتخصّص:

أبرز أشكال الإعلام المُتخصّص كما يراها علماء الإعلام تتمثّل في الآتي(2):

1. الإعلام السياسي.

2. الإعلام البرلماني.

3. الإعلام الصحي.

(1) بسام عبدالرحمن المشاقبة، مرجع سابق.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الأمن الإعلامي، (عمان: دار أسامة لنشر والتوزيع، 2011م)، ص 33.

4. الإعلام الثقافي .
5. الإعلام الاقتصادي .
6. الإعلام التربوي .
7. الإعلام البيئي .
8. الإعلام العلمي .
9. الإعلام الزراعي .
10. الإعلام الأمني .
11. الإعلام الديني .

”الإعلام المُتخصِّص ينقسم إلى شقين وهما: التخصُّص في المضمون، والتخصُّص في مخاطبة الجمهور، فالأول يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الدراما والرياضة والسياسة والاقتصاد، والثاني هو وجود صحف وإذاعات بشقيها المرئي والمسموع تخاطب فئة معينة كالطفل والمرأة“⁽¹⁾.

يُعتبر نمو الإعلام المُتخصِّص وازدهاره في أي مجتمع دليلاً قوياً على تقدُّم هذا المجتمع ورفقته، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصُّص الدقيق بين أفرادِه ينجم عنه اتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددِها، وهو ما يمثلُ سِمَةً أساسية للتقدم والتحديث.

ومع تطوُّر الحياة - ولمواكبة هذا التطور المُتسارع يوماً بعد يوم - لابد لوسائل الإعلام أن تتخصَّص بصورة أدق، ولذلك يظهر كل فترة تخصُّص دقيق ليوافقه واقعاً جديداً، وبخلاف التخصصات التي ذكرناها آنفاً هنالك تخصصات أخرى للإعلام، منها:

1. الإعلام الأمني .
2. الإعلام التتموي .
3. الإعلام الأسري .
4. الإعلام السياحي .

وغيرها من التخصصات الحديثة على المستوى النظري في حقل الإعلام. مع وجود اختلاف كبير بين علماء الإعلام في تصنيف وتقسيم بعضها.

مفهوم الإعلام المُتخصِّص:

التخصُّص يعني انقسام الكل المعرفي إلى جُزئياتٍ مُتخصِّصة، حَيْثُ أَخَذَ كُلُّ عِلْمٍ يُحدِّد مَعَالِمَهُ، وَحدوده، وَيتميّز عن غيره من العلوم والمعارف الأخرى⁽²⁾.

(1) عمرو صبري أبو جبر، محاضرات في مساق الإعلام المتخصص، جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2011م، ص 11.

(2) عمرو صبري أبو جبر، المرجع السابق.

ويُقصد بالإعلام المُتخصِّص «كُل إعلام سَوَاءً كان مقرَّوفاً أو مسمُوعاً أو مرئياً (صُخْف، إذاعة، تلفزيون) يهتم ويقوم في الأساس على جانب من جوانب المعرفة الإنسانية، ويَصِلُ إلى جمهور مُتخصِّص تجمعه عدد من الخصائص أو السِّمات المشتركة»⁽¹⁾.

من ناحيةٍ أخرى قد يكون التخصُّص من حيث الجمهور في مخاطبة جمهور محدد تجمعه خصائص وسمات مشتركة كقنوات (الطفل - والمرأة) مثل قناة (MBC3) وقناة (طيور الجنة) وقناة (المرأة العربية) التي تتوجَّه إلى قطاع المرأة من موضة وفنٍّ وأزياء. ويُعرَّف الإعلام المُتخصِّص على أنه نوع من الإعلام: "يهدف إلى إعداد ونشر وإتاحة أنواع مُحدَّدة ومُتعمِّقة ومُتخصِّصة من المادَّة الإعلامية بهدف توجيهها لجمهور مُحدَّد ذي خصائص وسمات واحتياجات وأذواق مُشتركة أو مُتقاربة"⁽²⁾.

فالقائم بالاتصال (المُرسل) - هنا - يَعْرِفُ جمهوره بِدِقَّةٍ ومن خلال هذه المعرفة يعدد القائم بالاتصال مادته الإعلامية، ويضعها في الشكل الملائم أو المناسب لخصائص وسمات الجمهور، فبالتالي احتمالات نجاح الرِّسالة الإعلامية أكثر بكثير جداً من الرسائل أو المواد التي تُوجَّه إلى جمهور عام.

وفي الإعلام القرآني الدعوي باعتباره أحد أهم أنواع الإعلام المتخصص، توجد خمسة أصول أساسية هي⁽³⁾:

1. المُرسل.
2. المُرسل إليه.
3. المضمون.
4. أداة الإرسال.
5. الغرض من الإرسال.
6. الأثر.

ويُعَدُّ الإعلام المُتخصِّص أحد أهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المُتخصِّصة والمُتعمِّقة لدى الجمهور مُستخدماً كُلَّ عناصر الجذب والإبهار والإقناع التي تتميَّز بها كل وسائله المُختلفة.

وظائف الإعلام المُتخصِّص:

إنَّ وظائف الإعلام المُتخصِّص ليست ببعيدةٍ عن الوظائف العامَّة للإعلام ولكنَّها تبدو أكثر ظهوراً وبصُورةٍ مُتخصِّصة في المجال الذي يتخصَّص فيه الوسيط الإعلامي المُحدَّد (صحيفة، إذاعة مسموعة، إذاعة مرئية، إعلام

(1) المرجع السابق.

(2) عمرو صبرى أبو جبر، ورقة بعنوان: محاضرات في مساق الإعلام المتخصص، مرجع سابق.

(3) حديد الطيب السراج، الإعلام الإذاعي ودوره في الوعي القومي في السودان، مرجع سابق، ص 47.

إلكتروني)، ويتم توظيفها في مجال (خاص) بدلاً عن المجال (العام) الذي تظهر فيه عبر الإعلام العام.

وظائف الإعلام المُتخصِّص تُحدّد على النحو التالي⁽¹⁾:

1. **الإعلام:** بمعنى نشر الحقائق والمعلومات والبيانات والأنباء والصُور والآراء والتعليقات حول المجال المُتخصِّص بما يُوفّر المعرفة اللازمة التي تُساعد النَّاس ليُكونوا أكثر وعياً بقضايا مجتمعهم، وبالتالي أكثر تفاعلاً مع الأوضاع فيه، ويُشجّع اختياراتهم وتطلّعاتهم الشخصية.

2. **التربية:** وهي عمليّة نشر المعرفة على نطاقٍ واسعٍ بما يُعزّز التطوُّر والنمو الثقافي، وخلق الشخصية، واكتساب المهارات، والدِّق بالقدّرات والخبرات، وإيقاظ الخيال، وإطلاق الطاقات الإبداعية، وإشباع الحاجات الجماليّة والروحيّة، وتوسيع الآفاق على طريق نشر المعرفة المُتخصِّصة في المجالات المُختلفة.

3. **الإقناع:** عن طريق فهم ما يُحيط بالإنسان من ظواهرٍ وأحداثٍ بتوصيل المعلومات التي تُساعد على اتخاذ القرارات السليمة، والتصرّف بشكلٍ لائقٍ اجتماعياً.

«الإقناع هو عمليّة تغيير أو تعزيز المواقف، أو المعتقدات، أو السلوك»⁽²⁾. وبطبيعة الحال، فإنّ تحقيق الإعلام المُتخصِّص لهذه الوظائف يُمرُّ عبر مراحل.. فعلى سبيل المثال، فإنّ الإقناع كمرحلة نهائية في رحلة العمليّة الاتصاليّة، يُمرُّ بمراحل مُتعدّدة، أهمّها:

الوعي ومعرفة الأفكار الجديدة، ثمّ الرّغبة في الفكرة، وتقييمها عن طريق مُقارنتها بالأفكار السّابقة، ووصولاً إلى مرحلة تطبيق الفكرة أي الإقناع والعمل بها.

وظائف الإعلام المُتخصِّص مشابهة تقريباً لوظائف الإعلام العام وأهمها الإخبار والتنقيف والتوجيه والإرشاد والتربية والترفيه، أما أهم الأهداف التي يسعى الإعلام المُتخصِّص إلى تحقيقها فيمكن إجمالها في النقاط الآتية⁽³⁾:

1. نقل رسالة مُحدّدة، مدعومة بالحقائق العلمية والتاريخية، وعلاقتها بالأمر الحياتية للمستقبل، عن طريق مباشر أو غير مباشر سواء كان إعلاماً داخلياً أو خارجياً، في شكل خبر أو حدث أو فكرة أو ظاهرة لها علاقة باهتمامات المتلقى.

2. تناول القضايا المُتخصِّصة على اختلافها وتقديمها بأسلوب سهل، وبسيط وشامل، لرفع وعي الجماهير المستهدفة بأبعاد القضية وأسبابها وآثارها على كل المستويات.

(1) السيد أحمد المصطفى عمر، مرجع سابق، ص38.

(2) هاري ميلز، فن الإقناع- سيكولوجية جديدة للتأثير، ط11(الرياض: مكتبة جرير، 2009م)، ص1.

(3) عمرو صبري أبو جبر، مرجع سابق.

3. التعريف بالمُستجَدَّات التي تطرأ على موضوع التخصص، محلياً وإقليمياً ودولياً ليواكب الجمهور المستهدف التطور الحادث ولا يتخلف عن الركب الحضاري.
4. استحداث قنوات اتصال حوارية بين كل من الجمهور المستهدف ومتخذي القرار لتعزيز المشاركة في اتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول.
5. تهيئة الجمهور المستهدف لتقبل تغيير مزعم لسلوكيات سلبية وتنمية الوعي وتكوين الاتجاهات الإيجابية الداعية لأهمية تغيير السلوكيات.
6. استمرار الحوار بين جميع فئات الجماهير المستهدفة، وإيضاح الآراء والأفكار والمشكلات ومقترحات المواطنين.
7. التحفيز إلى التغيير للأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة وإنكاء روح التغلب على العقبات.
8. فتح قناة اتصال بين العلماء والخبراء ومراكز البحوث العلمية وبين الجمهور المُستهدف.
10. فتح نافذة على العالم وللعالم ليتعرف الجمهور على كل ما هو جديد وليرى العالم ما وصل إليه المجتمع.
11. تنمية النواحي المعرفية والوجدانية والمهارية والثقافية لدى شرائح محددة لتكون على علم بما يدور حولها من خلال ما تتضمنه الرسالة الإعلامية من حقائق محلية وخارجية.
12. تنمية الوعي الوقائي والعلاجي تجاه القضايا الحياتية.

مجالات الإعلام المتخصص:

تتعدد مجالات الإعلام المتخصص وتتأثر من ناحية تعددها بطبيعة المجتمع الذي تُصدُر أو تُقدِّم منه ولهُ، من ناحية درجة تقدُّمه العلمي والثقافي، ومُستوى تخصُّصه وطبيعة المُستويين الثقافي والاقتصادي للقراء والمُستمعين والمُشاهدين، والامكانات التكنولوجية والبشريَّة والماديَّة المُتاحة.

يجمل باحثون بعض مجالات الإعلام المتخصص، على النحو التالي⁽¹⁾:

1. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالنوع (نساءً - رجال).
2. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالسن (أطفال - شباب - كبار سن).
3. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالدين (إسلامية - مسيحية).
4. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالهوايات (كرة قدم - صيد - شطرنج).
5. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بمهنٍ مُختلفة (مُعلمين - عمال - فلاحين - أطباء).
6. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالعلوم (زراعة - طب - اقتصاد - كيمياء).
7. إعلامٌ مُتخصِّص يتعلَّق بالابداع الأدبي والفني (شعر - مسرح - قصة - نقد).

(1) عمرو صبري أبو جبر، مرجع سابق، ص 11.

8. إعلامٌ مُتخصِّصٌ يتعلَّقُ بالأنشطة الرياضية (كرة قدم - تنس - سلة - سباحة).
9. إعلامٌ مُتخصِّصٌ يتعلَّقُ بالسياحة (آثار - معالم سياحية).
10. إعلامٌ مُتخصِّصٌ يتعلَّقُ بالإعلانات (تجارية - خدمية).

أهمية الإعلام المتخصص:

إنَّ تخصُّص وسائل الإعلام في مجال مُحدَّد يتيح لها تحقيق أعلى مُستوى من الجودة الشاملة في العمل الإعلامي وبالتالي تقديم مادَّة جاذبة تُلبِّي رغبات الجماهير، وتحقق أهداف المؤسسة الإعلامية المُتخصِّصة.

«ظهر الإعلام المتخصص حين عجز الإعلام العام عن الاستجابة المناسبة لمستويات جديدة، نوعياً وكيمياً، من التطوُّر الحاصل، وعن إشباع الحاجات الإعلامية المتزايدة، نوعياً وكيمياً، للشرائح المختلفة من المجتمعات المتطورة»⁽¹⁾.
الإعلام المتخصص إذا بُني على أسس علمية مدروسة ومُوظَّفة، ووفق استراتيجيَّة واضحة، فإنه بذلك يُحقِّق أهدافه المرسومة وغاياته المنشودة بصورة أفضل وأسرع وأجود وبالحدِّ الأدنى من الجُهد والموارد.

وتتضح أهمية الإعلام المتخصص من كونه يعمل على تضيق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المُتخصِّصة التي ظلَّت ولفترة طويلةٍ حِكراً على المُتخصِّصين في مجالها.

«قد استطاع الإعلام المتخصص أن يعمل على تزويد الناس بالمعرفة التي تساعدهم على مسايرة ركب النُقد والتحصُّر في الميادين المُختلفة سواء كان ذلك على المُستوى العالمي أو المحلي، كما نجد أن الإعلام المتخصص يشكِّل علامةً من علامات انتقال المُجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوُّراً، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصريَّة يتَّسم ويحترم التخصُّص في كُلِّ مجال»⁽²⁾.
يرى بعض الباحثين أن أهمية الإعلام المتخصص تنبع من خلال قيامه بمهام عديدة ومفيدة للمجتمع، منها⁽³⁾:

1. يقوم الإعلام المتخصص بإتاحة برامج ومواد متخصصة وأكثر عمقاً في المضمون تلبي احتياجات الجمهور المستهدف بالمواد المختلفة. إذ تعدد مهام الإعلام المتخصص سواء في (الصحافة، الإذاعة، والتلفزيون) والتي تسعى بالأساس إلى توفير خدمات إعلامية تلبي احتياجات ورغبات القراء والمستمعين والمشاهدين كلاً حسب اهتماماتهم بشكل كبير وبجودة عالية. فضلاً عن إتاحة المواد الصحفية والإذاعية والتلفزيونية المتخصصة لتلبي احتياجات الجماهير المستهدفة بما في ذلك النواحي

(1) مراد إبراهيم حسني، الإعلام الصحي والطبي، (عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2016م)، ص3.

(2) عمرو صبري أبو جبر، مرجع سابق، ص16

(3) دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مقال منشور على الموقع الإلكتروني <http://www.rozhamawany.com/?p=1620>، تاريخ دخول الموقع: 2017/6/12م.

الإخبارية والتعليمية والثقافية.

2. يقوم الإعلام المتخصص بإعطاء الدول والحكومات فرصة الاستفادة من وسائل الإعلام المتخصص من خلال العملية التعليمية بمختلف مستوياتها وأنواعها وخدمة سياسات وبرامج محو الأمية.

3. التأكيد على الإنتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهوية القومية.

4. يقوم الإعلام المتخصص بالاهتمام بالمزاج الشخصي والهوايات وأنماط التعرُّض لوسائل الإعلام، تمشياً مع أنه كلما ارتفع مستوى الحياة زادت المطالب وتعددت وأصبحت عناصر الإتاحة والكم والجودة ضرورية في ساحة المنافسة الإعلامية التي تسود في عصر الاتصال عن بعد وعصر ثقافة الصورة، وعصر التلفزيون والاتصال التفاعلي.

5. يقوم بمهمة نشر كافة أنواع المعارف، ولا يقتصر دوره على نشر نوعية محددة من المعارف ولكن كل مطبوعة أو إذاعة بشقيها المسموع والمرئي تتخصص في نوع محدد من هذه الثقافة.

6. التخصص حمل وسائل الإعلام مسؤولية أكبر خاصة على مستوى الإعلام الرسمي فمثلاً عندما يقوم التلفزيون بتقديم برامج تعليمية فإنه في هذه الحالة يقدم دور تعليمي يفترض أن تؤديه المؤسسات التعليمية، وعندما ننشئ إذاعة للقرآن الكريم مثلاً فإنها تقوم بأداء مهمة نشر المعرفة الدينية، وهو دور يناط بالمؤسسات الدينية، ومن المهم أن نعرف أن وسائل الإعلام هنا ليست بديلاً عن المؤسسات المجتمعية ولكن هي مساندة لها.

7. أعطى الإعلام المتخصص أهمية كبيرة لصالح التقدم العلمي والتكنولوجي، ومع التطور الهائل في وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، إذ تزايدت اهتمامات الجمهور ورغبته في التعرف على المستجدات في كافة مناحي الحياة.

8. يقوم الإعلام المتخصص بتلبية الاحتياجات المختلفة للجمهور، فهو لا ينظر إلى الجمهور ككتلة وإنما إلى مجموعات نوعية محددة لكل مجموعة احتياجاتها الاتصالية ورغباتها التي تتحقق من انتقائها لما يستخدمه من وسائل الإعلام، فأن معرفة الجمهور الذي يتوجّه إليه والتعرف على احتياجاته وأذواقه وبالتالي الوصول للجمهور المُستهدف وإرضاء ذوقه، وإشباع حاجاته وإعداد الموضوعات والبرامج التي تتفق مع ماينتظره هذا الجمهور مما يؤدي إلى تفعيل الرسالة الإعلامية.

أهمية من منظور الإعلام الأمني

التخصص في مجال الإعلام أصبح واقعاً معاشاً، وتتبع أهميته من منظور الإعلام الأمني، لكونه يتيح مجالات أكبر -في ظل هذا التخصص- لمخاطبة جماهير متنوعة

ومتعددة، وفق تقسيمات الأمن القومي من بعده الشامل.

المؤسسات الإعلامية الرياضية مثلاً يمكن أن تخاطب الجمهور الرياضي بأهمية الرياضة ودورها في تعزيز الأمن القومي، وكذلك بالنسبة للمؤسسات العاملة في الجانب الاقتصادي حيث يتوجّب عليها التركيز على الأمن الاقتصادي وكيفية تحقيقه وربطه بالأمن الغذائي من جهة وبالأمن القومي من جهة ثانية، وكذلك الحال بالنسبة للمؤسسات الإعلامية التي تقدم مضامين للشباب وما هو الدور المطلوب منهم لحماية أمن البلاد القومي عبرهم، وهكذا لكل القطاعات، الصحة، التعليم، إلخ.

أهداف الإعلام المتخصّص:

تتعدد أهداف الإعلام المتخصّص (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، والصحافة الإلكترونية) والتي تسعى بالأساس إلى توفير خدمات إعلامية متخصصة تلبي احتياجات ورغبات القراء والمستمعين والمُشاهدين كلاً حسب اهتماماته وميوله بجرعات كمية ونوعية وفيرة وبجودة عالية غير موجودة عبر وسائل الإعلام العام، بما يتفق مع نظرية تقنيت الجمهور.

والتقنيت يعني «لامركزية الاتصال» تأسياً لبدء مرحلة جديدة من مراحل تطوّر العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وظهور جماعات مُفككة من الجمهور ذات مصالح خاصة وميول وأهداف مشتركة تسعى وسائل الإعلام المتخصصة إلى مخاطبتها وإشباعها، ولن يتسنى لها تحقيق هذا الإشباع من خلال وسائل الإعلام العامة. مثل مجموعة من الاقتصاديين لن تستطيع تحقيق معارفها وإشباع رغباتها من وسط إعلام عام كما هو الحال مع وسيط إعلام اقتصادي متخصّص.

يسهم الإعلام المتخصّص في إتاحة نشر المواد الصحفية والإذاعية المتخصصة لتلبي احتياجات الجماهير المُستهدفة بما في ذلك النواحي الإخبارية والتعليمية والثقافية، بالإضافة لذلك يُمكن للحكومات الاستفادة من وسائل الإعلام المتخصّص من خلال العملية التعليمية والاستفادة من وسائل الإعلام خاصة التلفزيون في بثّ البرامج المتخصصة بالمقررات الدراسية بكل مستوياتها، كما هو الحال بالنسبة للقناة الفضائية لجامعة السودان المفتوحة مثلاً، وخدمة لسياسة وبرامج محو الأمية الأبجدية والتقنية. هنالك عدد من الأهداف الاستراتيجية للإعلام المتخصّص التي يعمل عبر جميع الوسائل لتحقيقها من خلال الرسائل والمضامين والقوالب المختلفة.

ويُجمل البعض أهداف الإعلام المتخصّص في الآتي⁽¹⁾:

1. تلبية احتياجات ورغبات الجمهور حسب اهتماماته وجرعات كمية وفيرة وبجودة عالية.

2. إتاحة برامج ومواد متخصصة وأكثر عمقاً في المضمون تلبي احتياجات الجمهور

(1) عمرو صبري أبو جبر، مرجع سابق، ص 13.

المُستهدف بالمواد المُختلفة.

3. تعزيز الجهود الحكوميّة في العمليّة التعليميّة بمُختلف مستوياتها وأنواعها وخدمة لسياسات وبرامج محو الأميّة.

4. التأكيد على الانتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهويّة القوميّة.

ويضيف المشاقبة جملة من الأهداف للإعلام المُتخصّص، تندرج فيما يلي: (1)

1. نقل رسالة محدّدة مدعومة بالحقائق العلميّة والتاريخيّة، وعلاقتها بالأمر الحياتيّة المرتبطة بالمستقبل عن طريق مباشر أو غير مباشر، سواء أكان إعلاماً داخلياً أم خارجياً في شكل خبر أو حدث أو فكرة أو ظاهرة لها علاقة باهتمامات المُتلقي.

2. تناول القضايا المُتخصّصة على اختلافها وتقديمها بأسلوب سهل، وبسيط وشامل، لرفع وعي الجماهير المُستهدفة بأبعاد القضيّة وأسبابها وآثارها على كل المستويات.

3. التعريف بالمُستجدّات التي تطرأ على موضوع التخصّص محلّياً أو إقليمياً ودولياً ليؤاكب الجمهور المُستهدف التطوّر الحادث ولا يتخلف عن الركب الحضاري.

4. استخدام قنوات اتصال حواريّة بين كل من الجمهور المُستهدف ومُتخذي القرار لتعزيز المشاركة في اتّخاذ القرار المُناسب وإيجاد الحلول.

5. تهيئة الجمهور المُستهدف لتقبّل تغيير مزعم لسلوكيّاتٍ سلبيةٍ وتنمية الوعي وتكوين الاتجاهات الداعمة لأهميّة تغيير السلوكيات.

6. استمرار الحوار بين جميع الجماهير المُستهدفة وإيضاح الآراء والأفكار والمشكلات ومُقترحات المواطنين.

7. التحفيز إلى التغيير للأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة ومُمكنة وإذكاء روح التغلب على العقبات.

8. فتح قناة اتّصال بين العلماء والخبراء ومراكز البحوث العلميّة وبين الجمهور المُستهدف.

9. فتح نافذة على العالم للتعرف على كل ما هو جديد في مجال التخصّص، وليرى العالم ما وصل إليه المجتمع.

10. تنمية النواحي المعرفيّة والوجدانيّة والثقافيّة لدى شرائح مُحدّدة لتكون على علم بما يدور حولها من خلال ما تتضمنه الرسالة الإعلاميّة من حقائقٍ محلّيّةٍ وخارجيّةٍ.

11. تنمية الوعي الوقائي والعلاجي تجاه القضايا الجانيّة.

وظائف الإعلام المُتخصّص:

يستنبط الإعلام المُتخصّص أهدافه ووظائفه ويستمد تفاصيلها من الأهداف والوظائف العامّة للإعلام العام، ولا يخرج عنها إلا بقدر ما تتيح له الموضوعات المرتبطة بالمجالات التي يرتبط بها، وبقدر ما تستدعي تلك الميادين إضافة تفاصيل لا ترد في

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص 105-106.

- الوظائف والأهداف التي ينشدها الإعلام العام⁽¹⁾.
- وظائف الإعلام المُتخصِّص مشابهة تقريباً لوظائف الإعلام العام وأهمها الإخبار والتثقيف والتوجيه والإرشاد والتربية والترفيه، أما أهم الأهداف التي يسعى الإعلام المتخصص إلى تحقيقها فيمكن إجمالها في النقاط الآتية:
1. نقل رسالة مُحدَّدة، مدعومة بالحقائق العلمية والتاريخية، وعلاقتها بالأمر الحياتية للمستقبل، عن طريق مباشر أو غير مباشر سواء كان إعلاماً داخلياً أو خارجياً، في شكل خبر أو حدث أو فكرة أو ظاهرة لها علاقة باهتمامات المتلقي.
 2. تناول القضايا المُتخصِّصة على اختلافها وتقديمها بأسلوب سهل، وبسيط وشامل، لرفع وعي الجماهير المستهدفة بأبعاد القضية وأسبابها وآثارها على كل المستويات.
 3. التعريف بالمُستجدَّات التي تطرأ على موضوع التخصص، محلياً وإقليمياً ودولياً ليواكب الجمهور المستهدف التطور الحادث ولا يتخلف عن الركب الحضاري.
 4. استحداث قنوات اتصال حوارية بين كل من الجمهور المستهدف ومنتج القرار لتعزيز المشاركة في اتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول.
 5. تهيئة الجمهور المستهدف لتقبل تغيير مزيج لسلوكيات سلبية وتنمية الوعي وتكوين الاتجاهات الإيجابية الداعية لأهمية تغيير السلوكيات.
 6. استمرار الحوار بين جميع فئات الجماهير المستهدفة، وإيضاح الآراء والأفكار والمشكلات ومقترحات المواطنين.
 7. التحفيز إلى التغيير للأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة وإذكاء روح التغلب على العقبات.
 8. فتح قناة اتصال بين العلماء والخبراء ومراكز البحوث العلمية وبين الجمهور المُستهدف.
 10. فتح نافذة على العالم وللعالم ليتعرف الجمهور على كل ما هو جديد وليرى العالم ما وصل إليه المجتمع.
 11. تنمية النواحي المعرفية والوجدانية والمهارية والثقافية لدى شرائح محددة لتكون على علم بما يدور حولها من خلال ما تتضمنه الرسالة الإعلامية من حقائق محلية وخارجية.
 12. تنمية الوعي الوقائي والعلاجي تجاه القضايا الحياتية.
- هنالك عدد من الأهداف الاستراتيجية للإعلام المتخصص التي يعمل عبر جميع الوسائل لتحقيقها من خلال الرسائل والمضامين والقوالب المختلفة.

(1) عبدالله بدران، الإعلام المتخصص ودوره الحضاري، موقع مجلة الكويت على الشبكة العنكبوتية تاريخ دخول الموقع : 2014/11\3م، www.kuwaitmag.com

أسباب ظهور الإعلام المتخصص:

قد أصبح التخصص صفةً مُميّزةً لإعلام هذا العصر، وبصورةٍ يتوازي فيها مع الإعلام العام من حيث الوسيلة (صحافة، إذاعة، تلفاز، موقع إلكتروني) أو من حيث المحتوى (سياسي، فني، ديني) أو من حيث الشكل وال قالب (درامي، وثائقي) أو من حيث الجمهور المُستهدف وشرائحه (أطفال، نساء، شباب)⁽¹⁾.

ويكون الاختلاف بين الإعلام العام والإعلام المتخصص من حيث (المضمون) وكثافة ما يُكتب حوله من تحليلات وتقارير وأخبار ومقالات رأي وتحقيقات، فالصحيفة العامة مثلاً لها مساحات متخصصة حيث نجد أن هنالك صفحة اقتصادية لكن المحتوى في هذا الصفحة لن يكون من الشمول كما هو في حال وجود صحيفة اقتصادية متخصصة، حيث أن الأولى تتناول الموضوع المتخصص في خبر مثلاً بينما تتناوله الثانية في الأخبار والتقارير والمقالات والحوارات وغيرها ويتم شرحه وتناوله من جوانب مختلفة تسهم في تقديم مادة متخصصة لجمهور متخصص لن يتمكن من الحصول عليها وبهذا التحليل الوافر الذي يحقق له الإشباع إلا من خلال الصحيفة الاقتصادية المتخصصة.

يبدو أن جوهر الممارسة الإعلامية، والأداء الإعلامي المُحترف في عالمنا المعاصر بات محكوماً في كثير من جوانبه بفكرة التخصص التي كان وراء بُروزها عدّة أشياء، من أهمها⁽²⁾:

1. ثورة المعلومات والاتصالات التي أدت إلى أمرين، هما:

أ. تنوع أشكال الاتصال ووسائله لحد كبير.

ب. وجود كم معلوماتي هائل.

2. فرضت تكنولوجيا البث الفضائي والتنوع الكبير في شكل المحتوى من جهة فضلاً عن تحولات جمهور وسائل الإعلام وما مرّ به من مراحل تطوّر معروفة (إعلام صفوة، إعلام جماهير، إعلام مُتخصص، إعلام تفاعلي) فرضت هذه التطوّرات من جهةٍ أخرى عبئاً آخر على وسائل الاتصال التي أصبح عليها أن تُلبّي احتياجات الصفوة والجماهير النشطة والجماهير الإيجابية التي باتت تتفاعل بإيجابية أثناء وعقب تلقّي المحتوى الاتصالي. وباتت تتبوأ مواقع جديدة عبر رسالتها العكسية (back feed) التي جعلت تقديم إعلام مُتخصص أمراً حتمياً.

«إن تعاظم دور الإعلام تزوج مع تعقيد مجالات الحياة بعد أن كثرت وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها، لذا أصبح التخصص في كافة المجالات خصوصاً الإعلام

(1) هاشم علي عبد الله محمد عثمان، تخطيط البرامج في الإذاعات المتخصصة السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، ص17.

(2) دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مقال منشور على الموقع الإلكتروني <http://www.rozhamawany.com/?p=1620>، تاريخ دخول الموقع: 2017/6/12م.

أمرأ لا غنى عنه، كجزء من متطلبات السعي نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير آفاقه، والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته. وانطلاقاً من ذلك فإن مجال الإعلام الجماهيري لم يستطع أن يفي بكافة متطلبات الحياة، لذا نشأت الحاجة إلى وجود الإعلام المُتخصِّص في ميادين ومجالات الحياة المختلفة، وبات أمرأ حيوياً لها، وضرورياً لفهم مكوناتها وأقسامها وموضوعاتها وأحداثها فهما بعمق شامل، كالإعلام السياسي والتنموي والبيئي والأمني والاقتصادي والرياضي والعسكري...إلخ. وفي نفس الوقت برزت الحاجة الملحة للمتخصِّص الإعلامي الذي يقوم تخصصه على الدراسة في المقام الأول، فالدراسة المتخصِّصة شرط ضروري لنجاح الإعلامي اليوم، وهي التي تميز الإعلامي عن غيره، فكلما زادت معرفته وخبراته في التخصص الذي يعمل فيه، زادت مقدرته على الإبداع والتميز في عمله»⁽¹⁾.

العناصر المُكوِّنة لظاهرة الإعلام المُتخصِّص:

لقد نشأ الإعلام المُتخصِّص وتطوَّر حتى وصل إلى هذه المرحلة وبهذه الصورة من خلال ما يلي:⁽²⁾.

1. جاء الإعلام المُتخصِّص ليعبِّر عن التقسيم الاجتماعي للعمل وانعكاساً له، فالتقسيم الاجتماعي للعمل ارتبط موضوعياً بمستوى التطوُّر الحضاري العام للمجتمع، وتطوُّر قوى وعلاقات الإنتاج وانعكاس ذلك كله في الحياة الماديَّة والروحيَّة للمجتمع.
2. اتساع مجالات المعرفة بشكلٍ لم تعرفه البشريَّة من قبل، فقد شمل الاتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة، حيث ارتبط ظهور الصحافة في بداية الأمر بالقضايا الاقتصادية والسياسية ثم اتسعت مجالاته لاحقاً.
3. اتساع الإطار الجغرافي الذي تشمله التغطية الإعلامية: يرتبط الإطار الجغرافي بمستوى التطوُّر التكنولوجي وتطبيقاته في مجال الإعلام، ومن هنا فإن حدود هذا المستوى وإمكاناته هي التي تُحدِّد طبيعة التغطية، فقد انحصرت في بداية الأمر بالنطاق الجغرافي الضيق ثم تطوَّرت إلى النطاق القطري ثم الإقليمي ثم الدولي والكوني، وقد حصل ذلك بشكلٍ مواكبٍ لمستوى التطوُّر التكنولوجي وموازي للأهداف والوظائف المطلوب القيام بها وتحقيقها من خلال الإعلام. ومن المؤكَّد أنَّ اتساع الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية يعكس تزايد الاهتمامات والحاجات وظهور مصالح يعجز الإعلام العام عن الاستجابة لها وخدمتها.
4. فقدان الأحداث والظواهر والتطوُّرات بساطتها الأولى، وأصبحت بفعل عوامل ذاتيَّة وموضوعيَّة مُختلفة وأكثر تعقيداً وتنوعاً وتشابكاً، ولم يعد بوسع الإعلام

(1) دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مقال منشور على الموقع الإلكتروني <http://www.rozhamawany.com/?p=1620>، تاريخ دخول الموقع: 2017/6/12م.

(2) أديب خضور، الإعلام المتخصص، (دمشق: المكتبة الإعلامية، 2005م)، ص7.

تقديم المعالجة المطلوبة وفق المستوى المطلوب الأمر الذي دفع باتجاه ظهور إعلام مُتخصِّص يستطيع أن يُقدِّم معالجة نوعيّة تتميَّز بمستوى من الجديّة والعُمق والشموليّة.

5. انتشار التعليم واتّساع مجالاته بصورة غير مسبوقة.

6. ازدياد الحاجات الإعلاميّة للشرائح المُتعلِّمة والمنقّفة المُتعدّدة والمختلفة، وتعتبر خطوات الإعلام العام في تقديم مادة قيّمة على إشباع هذه الحاجات بالصورة المطلوبة.

7. تطوُّر وغنى المُعطيات في مجالات ونشاطات معرفيّة ومُجتمعيّة وعلميّة وتحوّلها إلى حياة كاملة غنيّة، أمر جعل الإعلام العام يرتكز في تقديم المُعالجة الإعلاميّة المُناسبة لها باتجاه ظهور الإعلام المُتخصِّص.

8. الآثار الثقافيّة التي ترتبّت على انتشار التعليم، والمؤكّد أنّ التعليم شيء ومُستوى الثقافة شيء آخر بالرغم من اختلافهما من حيث الشكل والمُستوى، إلا أنّهُ من الثابت وجود علاقة بينهما وغالباً ما يكون التعليم الأساسي الذي تقوم عليه الثقافة أو المُنتقل الذي تنطلق منه. وقد رافق انتشار التعليم انتشار الثقافة وأصبح الإعلام العام عاجزاً عن الاستجابة لانتشار الثقافة في كافّة المجالات.

9. إنّ السمة المُميّزة لعصرنا هي ازدياد فاعليّة الدور الذي يلعبه الإعلام عموماً والصحافة خصوصاً في حياة الفرد والمجتمع، وقد استدعت فاعليّة هذا الدور وخطورته في المجالات المختلفة سعي القوى التي تقف وراء الإعلام وتمتلكه وتوجهه إلى تحقيق تأثير أشمل وأعمق في الواقع الاجتماعي عن طريق الوصول إلى الشرائح الاجتماعيّة المختلفة والعمل بشكلٍ منهجي وتراكمي على الإسهام الفاعل في تكوين أنساقها المعرفيّة والقيميّة والسلوكيّة. وقد وجدت هذه القوى وبفعل العوالم المُشار إليها في الإعلام المُتخصِّص وسيلة فعّالة لزيادة نفوذها ولتقوية تأثيرها في حياة الفرد والمجتمع. وذلك باعتبار أنّ الإعلام المُتخصِّص هو الوسيلة الأنجح لمُخاطبة الجماعات الصغيرة المترابطة والمنسجمة وفق معايير السن أو المهنة أو الاختصاص أو الهوية أو مكان الإقامة. وذلك باعتبار أنّ تخصُّص الإعلام يجعله أكثر مقدرةً على التعلُّل بشكلٍ أعمق في الواقع الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي الذي يزداد تعقيداً، وبالتالي يصبح الإعلام المُتخصِّص أكثر مقدرة على كشف علاقاته الداخليّة المترابطة وقواه المُركبة.

10. يأتي الاعلام المُتخصِّص استجابة لظاهرة عالميّة ومحليّة نتيجة للاستقطاب في الحياة الإعلاميّة، وتشير الدراسات إلى أنّ عمليّة الاستقطاب تتمُّ بشكلٍ عميق ومُتسارع، ويصبحُ بموجبها الإعلام الجدي أكثر جديّة، والإعلام المُثير والجذاب

أكثر خِفةً وإثارةً وجاذبيّةً، يأتي ظهور الإعلام المُتخصِّص وتعاظمت أهميَّته في مختلف المجالات ضمن السياق العام لسعي الإعلام النوعي ليكون أكثر جديّة وعمقاً وشموليّة وبالتالي تزداد قدرته على إشباع الحاجات وتحقيق الأهداف.

11. فرضت المنافسة المُحتدِمة بين وسائل الإعلام المختلفة البحث عن وسائل وأساليب ومجالات عمل إعلامي جديد بهدف الانتصار في معركة الوصول والتأثير، وقد وجدت القوى السياسيّة والاجتماعيّة الفاعلة في الإعلام المُتخصِّص واحدة من الوسائل والأساليب ومجالات العمل الإعلامي القويّة الفاعلة في هذا السِّياق المُعقّد للوصول إلى أذهان البشر والتأثير في معارفهم ومُعتقداتهم وسلوكهم.

مُقومات الإعلام المُتخصِّص:

للإعلام المُتخصِّص مُقومات و مُميّزات معيَّنة مكَّنته من احتلال موقع مُتميِّز وحيّز خاص على الخريطة الإعلاميّة، وهذه المُقومات هي: (1)

1. المجال المُتميِّز.
2. الموضوع المُتميِّز.
3. الحدث المُتميِّز.
4. الجمهور المُتميِّز.
5. الكادر الإعلامي المُتميِّز.
6. أسلوب المعالجة المُتميِّز.

الشروط الواجب توافرها لخلق الإعلامي المتخصص الناجح:

توجد مجموعة من الشروط التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلامي كي يكون إعلامياً متخصصاً ناجحاً، ومنها (2):

1. أن يلتزم بالأمانة العلمية في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، إذ إن الاعلامي المتخصص أقرب ما يكون الى الباحث العلمي، ولذا فإن عليه مراعاة ذلك.

2. أن يكون عالماً بنوعية جمهوره، وملماً بسياسة المؤسسة التي يعمل بها، وأن يكون نظيف اليد لأن اتصاله برجال المال والأعمال قد يعرضه لإغراءات مادية.

3. أن يكون صادقاً مع نفسه ومع الناس وأميناً في معاملاته، دقيقاً في ذكر المعلومات والحقائق فكلمة غير دقيقة في موضوع متخصص في إذاعة او تلفزيون او صحيفة قد تسبب مشكلات هو في غنى عنها.

4. أن يكون جريئاً شجاعاً لا يتردد في كشف المفسدين والمنحرفين في المجالات المختلفة.

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، مرجع، ص112.

(2) دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مقال منشور على الموقع الإلكتروني، مرجع سابق.

5. أن يمتلك القدرة على فهم المصطلحات الإعلامية المتخصصة المختلفة.
6. أن يتسم بالجدية والتعمق وأن يكون هادفاً معتمداً بشكل أساسي على الأساليب العلمية باستخدام البحث والتحليل العميق والتفسير والوصول إلى النتائج بناءً على أسباب علمية وعقلية ومنطقية، وأن يركز على استخدام التحليل والتحقق والتفسير بشكل مدروس وموضوعي، وأن تكون تحليلاته وتفسيراته مبنية على واقع الاحتياجات الفعلية والمتطلبات الحقيقية لاهتمامات الجماهير والمتلقين بمختلف فئاتهم وأنواعهم وطبقاتهم واهتماماتهم، كون الإعلام المتخصص مرناً ومتجدداً.
7. وينبغي أن يعلم الإعلامي المتخصص أن مادته الإعلامية موجهة إلى جماهير نوعية متخصصة، ولذلك فإن ما تحتويه من دراسات وتحليلات تعد مرجعاً يستفاد منه ويتم الرجوع إليه من طرف الجمهور. لهذا يجب أن يكون أميناً وصادقاً ومسؤولاً في تحليلاته ومعالجاته لجميع القضايا.
8. أن يكون قادراً على إغناء المتلقي بالمعرفة بموضوعات محددة تهم فئة معينة من الجمهور. ويجب أن يسعى إلى التميز في التوعية والتربية والتثقيف، وإتاحة الفرصة للجمهور للإحاطة بجميع الأبحاث والدراسات والتعرف على الجديد من خلال مادته الإعلامية المتخصصة.
9. كما يجب عليه أن يكون قادراً على خلق تواصل بين العلماء والمتخصصين والباحثين من جهة، وبين المتلقين من جهة أخرى كأن يستضيف مثلاً عالماً من العلماء أو متخصصاً أو باحثاً في ميدان من الميادين العلمية ويضعه وجهاً لوجه مع الجماهير لبحث وتحليل مادته الإعلامية.
10. يجب أن يكون مطلعاً على الفنون الحديثة والتكنولوجيا المتطورة في ميدان الإعلام كأن يطلع على أحدث ما توصلت إليه تقنيات الإخراج التلفزيوني أو الصحفي والأساليب الحديثة في إخراج الصورة للمتلقي بشكل ترغيب.
11. أن يسعى دائماً إلى تحقيق التنمية الشاملة والتأثير الإيجابي بالارتقاء بالمستوى العلمي والثقافي للمتلقي، إذ تعتبر تلك المهمة الرئيسية للإعلامي المتخصص.

عناصر تحقيق التخصص الإعلامي:

- هناك مجموعة من العوامل الواجب توفرها بين جمهور الوسائل الإعلامية لتحقيق التخصص الإعلامي، ومن ثم التفاعلية، ومن أبرز هذه العوامل⁽¹⁾:
1. إنتشار التعليم.
 2. ارتفاع المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

(1) دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مقال منشور على الموقع الإلكتروني، مرجع سابق.

3. حجم السكان.

4. توفر أوقات الفراغ.

التخصُّص في وسائل الإعلام.

يعرّف جونا ميرل، ورفل لونيشتاين ما يسمّيانها المرحلة التخصّصية في الإعلام بأنها: «المرحلة الثالثة في مُنْحَى الصّفويّة الجماهيريّة، وذلك عندما تمتزج مع عناصر أربعة مع بعضها، وهي»⁽¹⁾:

1. التعليم العالي.

2. الوفرة أو الغنى.

3. وقت الفراغ.

4. حجم السكان.

ويوضّحان ذلك بالقول⁽²⁾: إنّ الأفراد عندما يتخصّصون مهنيّاً وفكريّاً تتكوّن لديهم اهتمامات وأذواق ثقافيّة وفكرية مُتباينة، وأنه عندما تنتقل نسبة كبيرة من الناس إلى التعليم الجامعي فإنّ الأفراد يهجرون خط التعليم العام، ويشرعون في اتباع مساراتٍ جديدة، ويظهر ذلك في غرس ورعاية الاهتمامات المهنية والتعليميّة والأدبيّة المُتخصّصة، وهذه الاهتمامات الفرديّة الجديدة لا تقتصر على أولئك الذين يلتحقون بالجامعات، فالمجتمعات الصناعيّة والحضرية تتطلب التخصّصات المهنيّة. والأشخاص الذين يتخصّصون تبرز لديهم اهتمامات ورغبات محدودة في الإصدارات التي تمنحهم فرص الاستماع والاتصال مع الأشخاص الذين يحملون التخصّصات المهنيّة الوظيفيّة نفسها، أمّا الغنى والوفرة فيتجان امكانيّة الحصول على وسائل الإعلام المُتخصّصة، كأجهزة التلفاز والأطباق الفضائيّة وأجهزة الكمبيوتر. هذا بالنسبة إلى المتلقي لتلك الأجهزة الإعلاميّة ومنّ يَسْتَقْبِلُهَا.

أمّا التخصّص في فرع من فروع الإعلام المُختلفة فيشير الكاتبان جون ميرل، ورفل لونيشتايني إلى أنّ «الكُتُب كانت من الوسائل المُتخصّصة ويضربان المثال بما حدث في أمريكا، حيث استطاع ناشرو الكتب جذب أعداد كبيرة من الزبائن بين شرائح مُنقاة (أطفال، هواة، أخصائيون، تربويون... إلخ) ويشيران إلى تلك المرحلة بالقول: (إنّ عهد الكتاب المُفضّل للجمهور مثل كتاب «ذهب مع الريح» قد ذهب بدوره مع الريح)»⁽³⁾. أمّا المجالات المُوجّهة للعامة كمجلّتي (لايف) LIFE و(لوك) LOOK، فقد عجزت عن الاستمرار ولغظت أنفاسها الأخيرة، وهي بطبيعتها الخاصّة تعتبر أكثر عموميّة لهذا العصر، (عصر التخصّص)⁽⁴⁾.

(1) جون ميرل، ورفل لونيشتايني، الإعلام وسيلة ورسالة، ط2، (الرياض: دار المريخ للنشر، 1989م) ص 68، 65.

(2) جون ميرل و رالف لونيشتايني، مرجع سابق، ص 69.

(3) جون ميرل و رالف لونيشتايني، مرجع سابق، ص 69.

(4) المرجع السابق، ص 69.

إنَّ التخصُّص في مجال الإعلام صار ضرورةً ملحةً يقتضيها ويفرضها الواقع العملي والحياتي، وعدم مواكبة ذلك يعني -بالضرورة- عدم اللحاق بالركب المعلوماتي المنطلق بقوة. وعلى دارسي الإعلام وكذلك كليات الإعلام بالجامعات أن تأخذ ذلك مأخذ الجد وتعد نفسها للمواكبة.

التخصُّص في الإذاعة والتلفاز

تعريف الإذاعة المتخصِّصة:

«هي ذلك النوع من الاذاعات الذي يحصر نفسه في مجال معين من مجالات المعرفة»⁽¹⁾.

إنَّ الإذاعات بشقيها المسموع والمرئي وجدت حظها من هذا التخصُّص الذي هو سمة من سمات الحياة الحديثة، والذي طرأ على وسائل الإعلام الأخرى لمواكبة ما يجري في كافة المناحي والتخصُّصات، ويشير جونا ميرل، ووالف لونيشتاين إلى أنه ولأسباب ذاتها فإنَّ محطات الراديو، تحاول أن ترضي جمهوراً غير متجانس، وأنها تحاول في الوقت نفسه جذب جماهير مُعيَّنة من خلال تقديم نوعيات من البرامج المتخصِّصة. أمَّا التلفاز فيشيران إلى أنَّه يُحقِّق منفعة من التخصُّص الداخلي غالباً في ساعات النهار، ومن ثمَّ فإنَّ فرصة إرضاء الجمهور تتسع كثيراً لتستوعب الأطفال وريبات البيوت، ومُشجعي الألعاب الرياضية أما برامج المساء فإنها تُوجَّه إلى الجمهور شاملة⁽²⁾.

إن مثل هذه البرامج المتخصِّصة التي تجعلها الإذاعات والقنوات الفضائية ضمن بامجها العامَّة إنما هي محاولة لجذب جمهور نوعي مُتخصِّص لهذه المحطات ومن ثم إيجاد إعلانات من المجالات المتخصِّصة التي تغطيها هذه البرامج، ومع أن هذا التنوع البرامجي مطلوب عند الجمهور وعند المؤسسات الإعلامية على السواء، إلا أن الجمهور المتخصِّص أكثر ميولاً لتحقيق رغباته وزيادة معارفه من وسائط إعلامية مُتخصِّصة، فما يجده جمهور الحقل الطبي في الإذاعة الطبيَّة لن يجده في برامج إذاعة عامَّة.

قد عرف العالم الإذاعات المتخصِّصة مُنذ أكثر من سبعة عقود ولا سيما المُوجَّهة للخارج بغرض الدعاية سواء كان ذلك عبر القطاع الخاص أو الحكومات وخاصة فترة الحرب العالميَّة الثانية وما تلاها، مما جعلها من أميز وسائل الإعلام الأمني الولي في تلك الفترة.

«بدأت تلك المرحلة من تاريخ الإذاعات الأمريكيَّة المُوجَّهة في مايو عام 1938م،

(1) مروة عبد الرحمن محمد الطاهر، دور الإذاعات المتخصِّصة في نشر المعلومات، «بحث غير منشور»، تكميلي بكالوريوس، جامعة الخرطوم: كلية الآداب، 2011م.

(2) جون ميرل، ووالف لونيشتاين، مرجع سابق، ص 69.

حينما بذلت الحكومة الأمريكية جهوداً ملموسة لتنظيم الهيئات المعنية بالدعاية المُوجَّهة للخارج بشكل عام والدعاية المُوجَّهة بالراديو بشكل خاص. وأصبحت الدعاية الأمريكية بالراديو تخضع للسيطرة الحكومية، وقد أنشأت الولايات المتحدة خلال تلك الفترة بالإضافة إلى صوت أمريكا، خدمة خاصة للجنود الأمريكيين أينما كانوا»⁽¹⁾.

تفوّقت الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الإعلام الأمني الدولي عبر جميع الوسائط الإعلامية وبشكل خاص الإذاعات الدولية المُوجَّهة خارج حدودها الجغرافية بلغات أجنبية كثيرة لمساندة سياساتها الخارجية، وذلك لكونها ترى أن أمنها القومي ليس داخل حدودها فقط وإنما ينتهي حيث تنتهي مصالحها الاستراتيجية خارج حدودها.

«كان قيام الدراسات المهمة بالأمن القومي متوافقاً مع ظروف عالمية سياسية وعسكرية جديدة أعقبت الحرب العالمية الثانية والتوازنات والتكتلات والمحاور التي نتجت عن الحرب بين القوى الدولية، بالإضافة إلى الانتشار الكثيف للأسلحة والتطوُّر النوعي الذي شهدته هذه الأخيرة، والذي أدى لتعديلات في النظام الدفاعي العالمي وثوابته التقليدية الموروثة، وفرض رؤية جديدة للأمن، وتحديدًا جديداً للمجال الأمني للدول، وقد تحمل المفهوم في نشأته الغربية الأمريكية بأهداف سياسية، حيث برز كمحور للسياسة الخارجية للدول العظمى في فترة الحرب الباردة والاستقطاب الدولي»⁽²⁾.

الإذاعة المُتخصِّصة:

اختلفت تعريفات الإذاعة المُوجَّهة أو المُتخصِّصة باختلاف آراء أصحاب هذه التعريفات، فمنهم من قال: «إنها الإذاعة المُوجَّهة من دولة مُعيَّنة إلى دولةٍ أخرى، كما يُمكن أن يضاف إلى ذلك الإذاعات التي تُسمَع على نطاقٍ معقول في دولةٍ أخرى، وقد تُوجَّه تلك الإذاعات من قبل الحكومة بشكل رسمي أو غير رسمي»⁽³⁾. يرى المؤلف أنّ الإذاعة المُتخصِّصة، هي تلك الإذاعة التي تُحطِّط وتُصمِّم برامجها وتُنفذها لتُخاطب قطاعاً مُعيَّناً أو فئة مُحدَّدة من جمهور المُستمعين المُهتمين بطبيعة وتخصُّص تلك البرامج، وتقدِّم لهم المعلومات والمعارف وتشرح وتحلل الموضوعات المُتخصِّصة التي لن يجدونها في إذاعة عامّة، وذلك لإحداث التغيير المنشود، وتحقيق الأهداف المرجوة.

(1) جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، (دار الفكر العربي، 1986م)، ص 62.

(2) علاء عبد الحفيظ محمد، مفهوم الأمن القومي وتحديد أبعاده، مقال منشور على موقع المركز الأوربي لدراسة مكافحة الإرهاب والاستخبارات، www.europarabct.com

(3) عوض الله محمد عوض الله، مرجع سابق، ص 8.

أهداف الإذاعات المتخصّصة:

جميع الإذاعات متخصّصة وعامة، بل جميع وسائل الإعلام الأخرى، لها أهداف تسعى لتحقيقها، بعضها أهداف استراتيجية طويلة المدى وبعضها أهداف تكتيكية مرحلية، وبعضها أهداف مادية أو معنوية، وكذلك بعضها مُعلنة والآخر خفية، بعضها داخل الدولة وبعضها خارج حدودها.

هنالك عدد من الأهداف التي تسعى الإذاعات المتخصّصة لتحقيقها، ولا سيما الإذاعات الدولية المُوجّهة، التي تعمل في إطار مفهوم الإعلام الأمني الدولي، ومن هذه الأهداف⁽¹⁾:

1. الإبقاء على صلاتٍ مُستمرة مع مُواطنيها عبر البحار وتزويدهم بأنباء الوطن والاحتفاظ معهم بعلاقاتٍ ثقافية.
2. تقديم تغطية إخبارية مُنظمة للأحداث الوطنية والدولية خدمة لهؤلاء الذين قد لاتصلهم ما تعتبره المحطة المُرسلة أنباءً موضوعية.
3. تقديم صورة على الصعيد الدولي للحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بدعم من اهتمام المستمع وتفهّمه.
4. نشر السياسات القومية ومواقف الدولة إزاء الأحداث الجارية والشؤون الدولية.

5. استخدامها كوسيلة للدعاية الصارخة والهجوم على الدول الأخرى.

6. الترويج لعقيدة أو مذهب مُعيّن.

الصحافة المتخصّصة:

الصحافة العربية بدأت (صحافة مُتخصّصة) كوسيلة (إعلام أمني دولي) نشأت في رحاب (الأمن العسكري) الذي يمثل أحد أهم محاور (الأمن القومي) وتهدف لتحقيق أهداف (الأمن القومي الفرنسي) الذي تمّدّد خارج الحدود الجغرافية لفرنسا، ولدعم حملة نابليون على مصر وتوفير السند المعنوي لجنودها - إعلام حربي - من جهة وكسب تأييد وولاء المواطنين المصريين وإخضاعهم للفرنسيين من جهة أخرى - إعلام عسكري - حتى يجد الإحتلال الرضا والقبول عند الشعب المصري والعربي.

”ذكر مؤرّخوا الصحافة العربية، أن مصر عرفت الصحافة في أثناء الإحتلال الفرنسي، المُسمّى بحملة نابليون سنة 1798، وإصداره لجريدتينهما: (كورتيت ويلجبت)، (لاريكار اجبشين)، إلا أن هذه الصحف لم تكن مصرية، وإنما كانت

(1) شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981م)، ص 166.

تعبّر عن لسان حال الحملة⁽¹⁾.

هذا الواقع يؤكد أن الصحافة الأمنية المتخصصة هي الأصل في المنطقة العربية وأنها راسخة وضاربة الجذور في عمق التاريخ، ومنها تفرّعت الصحافة السياسيّة في العهود الوطنيّة، ثم أعيدت الصحافة المتخصصة مرّة أخرى لمواكبة تشعّبات الحياة وزيادة التخصّصات في جميع المجالات المتّصلة بالإعلام عموماً وبالصحافة على وجه الخصوص مما أوجد مضامين متخصصة وجمهوراً متخصّصاً. فبدأ الأمر بصفحات متخصصة في الصحف العامّة، ثم تم تأسيس مجلات وصحف متخصصة بالكامل.

”تُعتبر الصحافة المتخصصة وسيلة لمواجهة المنافسة القويّة من وسائل الإعلام الحديثة خاصّة التلفزيون والإنترنت، فهي تحاول أن تلم بكافة جوانب التخصّص الذي تصدر فيه للمحافظة على القارئ، وقد أصبحت تمثّل فرعاً هاماً من فروع الصحافة، ويشمل مفهوم الصحافة المتخصصة الصحف المتخصصة والصفحات المتخصصة في الصحف العامّة، على اعتبار أن الصفحات المتخصصة في الجرائد اليوميّة العامّة والمجلات الأسبوعيّة العامّة تشكل جوهر الثقافة العامّة التي يحصل عليها المواطن العادي القارئ للصحف“⁽²⁾.

أبرز أنواع الصحافة المتخصصة في العالم العربي:

نرى أن الصحافة المتخصصة في العالم العربي تظهر من خلال الأنواع التالية:

1. الصحافة الرياضيّة.

وهي أكثر رسوخاً من غيرها من الفروع والأنواع الأخرى وهنالك الكثير من المجالات والصحف الاقتصادية التي استطاعت أن توجد لنفسها مكانتها وتكسب جمهورها المتخصص، وما من دولة عربيّة إلا ونجد بها صحف رياضيّة ربما تزيد عن الصحف السياسيّة، وفي جميع أنواع الرياضة وإن كانت المتخصصة في كرة القدم هي الأكثر رواجاً.

2. الصحافة الاقتصاديّة.

تأتي في المرحلة الثانية، وتوجد في كل دولة صحيفة اقتصاديّة، وهنالك روابط للصحفيين الاقتصاديين، وحتى الصحف العامّة بها صفحات اقتصاديّة.

3. الصحافة الطبيّة والصحيّة.

(1) ناجي السباطي، الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية -دراسة مقارنة، دراسة مقدّمة لإتحاد المدونين العرب كجزء من مشروع إصدار كتاب ورقي عن الصحافة الرقمية (صحافة التدوين)، دون تاريخ.
(2) الصحافة المتخصصة- النشأة والتعريف والعناصر والأركان، مقال منشور على شبكة الإنترنت pdf، بدون إسم أو تاريخ.

4. الصحافة الاجتماعيّة.
5. الصحافة العسكريّة.
6. الصحافة السياحيّة، وفي غالبها مجلات.
7. الصحافة الأدبيّة والثقافيّة، وهي أيضاً عبارة عن مجلات أو صفحات متخصصة في صحف يومية عامة.
8. الصحافة النسائيّة.
9. صحافة الأطفال.
10. الصحافة الشبابية.
11. الصحافة البيئية.

عناصر الصحافة المتخصّصة:

تقوم الصحافة المتخصّصة على عدد من العناصر التي تعد الركائز الأساسيّة والمقوّمات الضرورية لها، ومنها⁽¹⁾:

1. الصحيفة المتخصّصة. وتعني وجود مؤسسة صحفية حقيقيّة تحوي أفكاراً وأهدافاً قابلة للتنفيذ من خلال جهاز تحريري محترف يضم محررين متخصصين في المجال المحدد.

2. المضامين أو المواد المتخصصة، وهي مضامين تشمل كافة أنواع العمل الصحفي بدءاً من الأخبار، التقارير، الحوارات، التحقيقات، الكاريكاتير، ومقالات الرأي، يتم تقديمها بصورة جاذبة واحترافيّة تتضمّن تحليلات للموضوع المتخصص.

3. الجمهور المتخصّص. وهو الجمهور الذي تخاطبه الصحيفة وتعمل على إرضائه وتحقيق رغباته وتوفير ما يحتاجه من معلومات متخصصة.

وظائف الصحافة المتخصّصة:

يمكن تحديد وظائف الصحافة المتخصّصة كما يلي⁽²⁾:

1. تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة والتفصيليّة حول موضوعات محددة تهم فئة معيّنة من القراء سواء كانوا متخصصين أو لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلميّة.

2. المساعدة على التربية والتنقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنيّة، وخاصة بالنسبة لصحافة الأطفال والشباب.

3. إحاطة القراء بتطوّرات وظروف العصر الذي يعيشونه في مختلف أنحاء العالم بنشر أحدث الأبحاث والمبتكرات في مجال التخصص.

(1) الصحافة المتخصّصة- النشأة والتعريف والعناصر والأركان، مرجع سابق.

(2) الصحافة المتخصّصة- النشأة والتعريف والعناصر والأركان، مرجع سابق.

4. إعطاء المجال والفرصة للمتخصصين والخبراء للاقتراب من القراء، وتقديم ما لديهم من خبرة بما يحقق فائدة أكبر، وعدم الاقتصار على الصحفيين الذي يلمون إماماً عاماً بالموضوع الذي يكتبون فيه، وهذا لا يلغي دور المحرر بل يصنع صحفيين متخصصين وفقاً لنوع الصحافة وتخصصها الذي تعمل فيه.

5. تجديد فنون الإخراج الصحفي وأساليبه إذ أن كل تخصص يحتاج إلى أسلوب إخراج يلائم نوع التخصص، فإخرج مجلة نسائية يختلف عن إخراج مجلة للأطفال.

ويمكن إجمال وظائف الصحافة المتخصصة في توفير المعلومة المتخصصة للجمهور المعني سواء كان جمهوراً متخصصاً أو عاماً بما يبلي طموحاته ويحقق له الإشباع المعرفي.

التخصص في الإعلام الإلكتروني:

«تعد الصحافة الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت، وأسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة، وتبعاً لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الإنترنت، فإن هذه الصحف تتوفر على عدد من السمات الاتصالية المتميزة من أبرزها سهولة تصفحها، وأتاحت الصحافة الإلكترونية سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلالها وذلك عبر تعدد الروابط أو النصوص التشعبية التي تقوم بنقل المستخدم من موضوع لآخر، أو من ملف لآخر بكل يسر وسهولة وبسرعة فائقة، تمكنه من التعرف على خلفيات الأحداث والمعلومات المتنوعة التي تتوفر فيها»⁽¹⁾.

استطاع الإنترنت أن يضفي بُعداً شاملاً على العمل الصحفي، حيث أضاف الصوت والصورة للنص، فجعل الصحافة الإلكترونية تتفوق على الصحافة الورقية من جهة وتتنافس الإذاعة المسموعة والمرئية من جهة ثانية.

«تتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام، وهذه حقيقة تصبح شبه حتمية في المستقبل. وتحديداً فإن المعركة الأساسية هي مجال الإعلام الإلكتروني، حيث بدأت وسائل الإعلام تتصادم في هذا الموقع، وأصبحت هي منطقة جذب لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن الحدود التي كانت تفصل بين وسائل الإعلام - المقروءة والمسموعة والمرئية - بدأت تنقل إلى درجة الانقفاء تقريباً في المستقبل المنظور،

(1) الصحافة الإلكترونية، مذكرة تدريسية، الجامعة الإسلامية-غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2012م.

وجميعها بدأ يتوجه لساحة معركة واحدة هي المنطقة الإلكترونية الجديدة، التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الإعلامي الجديد»⁽¹⁾.

استطاع الإعلام الإلكتروني في العشر سنوات الماضية أن ينتزع لنفسه جمهوراً عريضاً يفوق جمهور وسائل الإعلام الأخرى مجتمعة، ولا سيما من فئة الشباب. حيث أصبح بمقدور الفرد الوقوف على آخر الأخبار لحظة وقوعها وبتفاصيل مباشرة بالصورة والصوت من مناطق الحدث على مستوى العالم، ومعرفة ما أوردته الصحف من موضوعات ومواد مختلفة ومطالعتها، واختيار المحطة الإذاعية أو الفضائية والاستماع لبرامجها المباشرة أو البحث في مكتبة المواد المسجلة في الإرشيف.

”كانت وسائل الإعلام التقليدية في السابق تكتفي بوسيلتها الاتصالية المتاحة. فالصحيفة كانت تكتفي بالورق، والراديو كان يكتفي بالمدياع، والتلفزيون كان يكتفي بشاشة العرض. وعلى الرغم من محاولات الوسائل الإعلامية التنافس فيما بينها لكسب الجمهور، إلا أن كل واحدة فيها احتفظت بقدرتها وجمهورها دون أن تلغي أي وسيلة منها الأخرى. ولكن، ومع ظهور شبكة الإنترنت وما تمخض عنها من نشوء لشبكة الويب، تغيرت نظرة القائمين على هذه الوسائل بسبب ما فرضته هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة من تحديات. فشبكة الويب مثلت فضاءً لامتناهياً يستطيع أي شخص عبر العالم الولوج إليه، والبحث من خلاله عن أي معلومة يريد الحصول عليها. ومن هنا كان التغيير، فالحواجر الجغرافية التي كانت تعمل ضمن حدودها الوسائل الإعلامية التقليدية قد زالت، ولم يعد الجمهور محدوداً كما كان في السابق بل إتسع ليشمل كل شخص في العالم يمتلك القدرة على الولوج إلى الشبكة العنكبوتية“⁽²⁾.

المُحدِّدات الأساسية لدور الإعلام المتخصِّص:

تتصل هذه المُحدِّدات بالدور المُتوقَّع للإعلام أن يقوم به في التأثير، وهذا يتطلب بدوره - معرفة وخبرة بإمكانات الوسائل الإعلامية وسياستها، والمؤسسات التي تدعمها، واستراتيجياتها وأهدافها العامّة والخاصّة، والكوادر البشرية التي تُصطلح بي التخطيط والتنفيذ للأهداف.

أهم المُحدِّدات التي تواجه الإعلام المتخصِّص⁽³⁾:

1. إن دور الإعلام في التأثير على الجماهير، لم يُعد موضع شك، إلا أنّ درجة

(1) علي بن شويل القرني، الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الشخصية، ورقة غير منشورة، جامعة الملك سعود، دون تاريخ.

(2) الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق.

(3) عبد الله بدران، الإعلام المتخصص ودوره الحضاري، موقع مجلة الكويت على الشبكة العنكبوتية، تاريخ دخول

الموقع : 2014/11/3م <http://www.kuwaitmag.com>

التأثير ترتبط ارتباطاً كبيراً بالفروق الأساسية بين البشر، وإطاراتهم المرجعية، واهتماماتهم التي تُحدّد درجة تقبلهم لما يقرأون ويسمعون ويُشاهدون.

2. إن دور الإعلام في التأثير في النظم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية يتوقّف إلى حدٍ كبير على وضعية وسائل الإعلام من نظام إلى آخر، وهي وضعية تحدد طبيعة ونوع واحتياجات كل مجتمع لوسائل إعلامه، والدور المنتظر منها، وهي مسألة تختلف من مجتمع إلى آخر.

3. إن التحديد الدقيق والواعي لامكانات كل وسيلة من وسائل الإعلام في التوعية بالقضايا وطرح الموضوعات والإقناع بالرؤى الخاصة، ونشر الثقافة والمعرفة يتطلب مُراعاة خصائص كل وسيلة ومدى ملاءمتها لمعالجة قضايا وموضوعات معينة من حيث نوع الرسالة، ومصدرها وخصائص الجمهور المستهدف، وما إلى ذلك.

4. التخطيط العلمي للدور المنتظر إحداه للإعلام في مجالٍ مُعيّن، يختلف من مجالٍ إلى آخر، ومن مرحلة إلى أخرى.

5. ضرورة وجود مؤسسات إعلامية متخصصة بقنواتها وبرامجها وكتبها وصحفها ومجلاتها، وهذا يتطلب إعادة النظر في البناء المؤسسي لوسائل الإعلام بما يتلاءم مع روح التخصص التي تعتبر إحدى السمات الأساسية لهذا العصر.

6. التأكيد من وجود كوادرات إعلامية متخصصة في المجالات المختلفة من حيث الحرفية والخبرة والدراسة والإلمام بالمجالات المعرفية المتخصصة.

7. إنّ تطوير الأداء المهني للإعلاميين العاملين في مجالات الإعلام المُتخصّص، يتطلّب على المدى القريب تدريبهم وتأهيلهم واحتكاكهم بالعلماء والخبراء في المجالات المُتخصّصة من خلال المؤتمرات وورش العمل وحلقات النقاش التي تجمع الإعلاميين بالعلماء في مختلف المجالات، وبذلك تتكون لديهم قاعدة معرفية مُتخصّصة.

أما على المدى البعيد، فإنّ الأمر يتطلب الاهتمام ببرامج التدريس في الكليات والمعاهد الإعلامية المُتخصّصة وعلى مستوى الدراسات العليا، بفتح المجالات أمام الخريجين من مختلف التخصصات للجمع بين تخصصاتهم وفنون الإعلام وجرّياتها.

8. مصادر معلومات عصرية ومتطورة عن المجالات المُتخصّصة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ذلك أن مهام الإعلام والشرح والتفسير والتسليّة والإقناع وغيرها من وظائف الإعلام، تحتاج بالضرورة إلى عرض المعارف والمعلومات على الناس.

أهمية المعلومات في عصر وُصف بأنه عصر (المعلومات) مسألة لا تخفى أهميتها على أحد. ولهذا فإنّ صناعة إعلام مُتخصّص فاعل يحتاج بالضرورة إلى مصادر معلومات عصرية ومتطورة، تزود القائمين بالاتصال في مجالات الإعلام المُتخصّص

بالمعلومات المتجددة في مختلف مجالات العلوم والمعارف.

9. إنَّ رسالة الإعلام المتخصِّص، تحتاج بالضرورة إلى التعرُّف على الفروق الأساسيَّة القائمة بين الوسائل التي تقوم من خلالها، والخصائص الذاتِيَّة الكامنة في كل وسيلة إعلاميَّة.

التحدِّيات التي تواجه الإعلام المتخصِّص

يواجه الإعلام المتخصص عدداً من التحديات التي تعيق تطوره وتحد من قيامه بوظائفه وأدواره المرجوة في المجتمع. ومن أبرز هذه التحديات:

1. قلة الكوادر الإعلاميَّة المتخصِّصة وضعف تدريبها وتأهيلها المهني.
2. زيادة الإغراء المالي والمخصصات والامتيازات المقدَّمة للإعلاميين المتخصصين من وسائل الإعلام العام.

3. قلة وضعف المؤسسات الإعلاميَّة المتخصِّصة.

4. صعوبة الحصول على المعلومات المتخصِّصة من مصادرها.

5. عدم وجود جمهور متخصص يكفي لتأسيس مؤسسات إعلامية متخصصة، ورغبة القراء في وسائل الإعلام العامَّة وعدم ميولهم للمتخصصة.

الإعلام الأمني بين التخصُّص والعموم:

هنالك جدال محتدم بين خبراء الإعلام حول ماهيَّة الإعلام الأمني وتصنيفه هل هو إعلامٌ متخصص.. أم هل هو إعلام عام؟ بحسبانه يشمل كل أنواع الإعلام الأخرى وتندرج تحته كل فروع الإعلام المتخصص الأخرى المرتبة بمفهوم (الأمن)؟.

وأدَّى هذا التناقض إلى ظهور مدارس عدَّة بعضها يرى أن الإعلام الأمني هو فرع من فروع الإعلام المتخصِّص الأخرى من حيث الشكل والمضمون، بينما البعض الآخر أنه إعلام عام.

نر أن الإعلام الأمني - بالمفهوم العام والشامل للأمن - هو إعلام متخصِّص يقوم بوظيفته ويحقق أهدافه من خلال فروع وأقسام متعددة للإعلام، تشمل محاور الأمن الإنساني التالية:

- الإعلام العسكري ويسعى لحماية وتعزيز الأمن العسكري.
- الإعلام الصحي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن الصحي.
- الإعلام الثقافي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن الفكري والثقافي.
- الإعلام البيئي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن البيئي.
- الإعلام الاجتماعي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن الاجتماعي.
- الإعلام السياسي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن السياسي.

- الإعلام الاقتصادي ويسعى لحماية وتعزيز الأمن الاقتصادي.

ليس المقصود بالإعلام الأمني كما قد يتبادر إلى أذهان البعض جعل وسائل الإعلام الحديثة من إذاعة بشقيها المسموع والمرئي، ولا الصحافة الحديثة المتطورة، ولا أية وسيلة إعلامية حديثة، بالبرامج الأمنية المباشرة وجعلها وسيلة علاقات عامة للأجهزة الأمنية، بل على العكس من ذلك، إنّ هذه الوسائل لا بد من استخدامها وفهمها، واستيعابها علماً وممارسة، ولا يقف الاستيعاب الجيد عند حد الجمود والجفاف بل يتعداه إلى فنون الإعلام وعلومه المختلفة من إخراج وتمثيل وديكور، وهذا يحتم صبغ المضمون والمحتوى الإعلامي بالصبغة الأمنية بالمعنى الشامل للأمن العام وفق المحور الذي تتم معالجة موضوعاته إعلامياً.

وحول مفهوم تخصص الإعلام الأمني يقول محمد خليفة صديق: «الإعلام الأمني إعلام مُتخصِّص وهو إعلامٌ شامل في كل القضايا التي يتناولها ويمكن أن توجد برامج اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وإسلامية أو علمية مثل الإعجاز العلمي وعالم البحار وغيرها، وحتى المسلسلات والأفلام والترفيه وكذلك الأخبار التي تستصح معها القيم الوطنية وتنشر الطمأنينة والتكافل والتعاون وتُغلي من قيمة الوطن. وليس القيم الإخبارية الغربية التي تركز على الموت والدمار والشر وكأن العالم يعيش في بركة دماء وعكسها الخبر في الإعلام الأمني يركز على الخير والتعاؤل ونشر الطمأنينة»⁽¹⁾.

وفي السودان كان الإعلام الأمني مبنوياً في الوسائط الإعلامية القائمة حتى الإذاعة في عهد الاستعمار كانت تراعي الجوانب الأمنية للسودان بالمفهوم العام للأمن القومي، بما في ذلك البرامج الأدبية والثقافية والأعمال الفنية مثل قصيدة (عزة في هواك) التي تعزز الأمن الثقافي للمجتمع.

أهمية الإعلام الأمني كفرع من فروع الإعلام المتخصص:

نرى أنّ الإعلام المتخصص استجابة فعلية لسرعة وتوفر المعلومة وبالتالي الاستقطاب الحاد لتوظيفها محلياً وعالمياً في المجال الإعلامي بما يعود بالنفع على الفرد والوطن والإقليم في إطار تحقيق الأمن الإنساني. إنّ وظيفة الإعلام من الناحية النظرية تنحصر في تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق الصحيحة التي تسهم في تشكيل الرأي العام الإيجابي واتخاذ الفعل المناسب الذي يقود لتحقيق الطمأنينة للفرد والاستقرار للمجتمع.

(1) محمد خليفة صديق، أستاذ جامعي، رئيس تحرير صحيفة المحرر، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ 2014/11/3م بالخرطوم.

وبالتالي يصبح الإعلام أحد أهم أدوات الأمن لتحقيق وظيفته في المجتمع وأهدافه المختلفة.

ونرى - كذلك - أن خير فرع أو قسم من أقسام الإعلام يقوم بهذا الدور الوظيفي ويؤدي لتكامل الأدوار هو الإعلام المُتخصِّص الذي يُمثِّل الإعلام الأمني أحد أقسامه.

وبناء على ماسبق فإنَّ أهميَّة الإعلام المُتخصِّص تكمن من خلال المحاور التالية⁽¹⁾:

1. إذا كان هناك اتفاق على أهميَّة الإعلام في حياة الشعوب والدُّول على اختلاف درجات وعيها وتميزها فإنَّ أهميَّة الإعلام المُتخصِّص يصبح قضية لا جدال حولها وتصبح عمليةً توظيف وسائل الإعلام في هذا المجال لا تخرج عن طبيعة الدور العام والمهم لهذه الوسائل.

2. إنَّ الإعلام المُتخصِّص بطبيعة الحال هو إعلامٌ موضوعي دقيق، لأنَّه يُقدِّم المعلومة المُتخصِّصة إلى الناس، وهي مسألة تزيد من درجة الوعي و المعرفة وخاصةً في المجتمعات النامية التي تحتاج شعوبها إلى تحسين واقعها نحو الأفضل.

3. إنَّ الإعلام المُتخصِّص إذا بُني على أُسسٍ علميَّة مدروسة وموظفة فإنَّه بذلك يزيد من قوَّة المشاركة الجماهيريَّة في خدمة قضايا المجتمع ، وذلك من منطلق أنَّ الإعلام يؤدي دوراً مهمّاً في تقارب وجهات النظر وبناء رأي عام موحد تقريباً تجاه هذه القضايا يدعم الجهود الرسميَّة الرامية لمواجهتها.

4. إنَّ أهميَّة الإعلام المُتخصِّص تتَّضح من خلال تعاون وسائل الإعلام مع المُتخصِّص في المجالات المختلفة بتطويع مختلف العلوم لخدمة المجتمع. فالمجتمع البشري يزخر بالمشكلات التي تتطلَّبُ المواجهة والحل باستخدام العلم وتعاون أفراد المجتمع من المُتخصِّصين على أداء دورهم أو أدوارهم لحل هذه المشكلات على أساس معرفتهم بها، وعلى سبيل الفرد العادي الذي يُشكِّلُ السواد الأعظم من الجمهور إلى هذه المعرفة هي وسائل الإعلام المُختلفة.

5. تتَّضح أهميَّة الإعلام المُتخصِّص في الارتباط بين المجالات المعرفيَّة المُختلفة ووسائل الإعلام ذلك أنَّ غياب هذا الارتباط يُفقِّد المجتمع عنصراً أساسياً من العناصر المطلوبة لوعيه وتقدُّمه.

6. يُشكِّلُ الإعلام المُتخصِّص مدخلاً مناسباً إلى ترفيه العقول وبقدْرٍ من البساطة والصدق في أسلوب التناول والعرض لموضوعات الإعلام المُتخصِّص يكون الترحيب والقبول و التفاعل مع ما تطرحه وسائل الإعلام من موضوعات.

(1) المرجع السابق.

7. يعمل الإعلام المتخصص على تضيق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المتخصصة التي ظلت مدة طويلة جُكراً على المتخصصين في مجالها.
8. يُشكّل الإعلام المتخصص علاقة علامات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوراً، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصريّة ويحترم التخصص في مختلف المجالات.
9. يُوفّر الإعلام المتخصص للمتخصصين فرصاً لنشر دراساتهم والتعبير عن أفكارهم وتبسيط الضوء على إبداعاتهم وابتكاراتهم.



الفصل الخامس:
المفاهيم المعاصرة للاستراتيجية.





الفصل الخامس: المفاهيم المعاصرة للاستراتيجية

تمهيد:

ليس من العدل ولا الانصاف أو الموضوعية الحديث عن الأمن القومي والتخطيط للإعلام العام أو الإعلام المتخصص وإغفال الحديث حول الاستراتيجية المعاصرة ودورها في بناء الاستراتيجيات الإعلامية ودور الإعلام في توفير فرص إنجاح الاستراتيجيات التي تعزز الأمن القومي.

الاستراتيجية - كما سيجئ شرحها لاحقاً بالتفصيل - هي العمل الاستشراقي الشامل الذي يدعو لدراسة الماضي، وتحديد وسائل الحاضر وفق رؤى ثاقبة وتفكير استراتيجي لاستشراف المستقبل، وتحقيق أهداف مخططة في المستقبل بوسائل وآليات محددة وكذلك بموارد معروفة أو متوقعة. وصناعة الإعلام عموماً - والإعلام الأمني على وجه الخصوص - لن تتحقق بضربة لازب، وإنما بالتخطيط الاستراتيجي الواضح والمترابط بالاستراتيجيات الكلية للدولة، ومن ثم إيجاد طاقم الإدارة الاستراتيجية الفاعلة والكفوءة التي تعمل بجد واجتهاد لإنفاذ هذه الاستراتيجيات وتحقيقها على أرض الواقع مرتبطة بالأمن القومي الشامل. إن المؤسسات الصغيرة - ناهيك عن الدول - أضحت لاتعمل بغير تحديد رؤيتها واستراتيجيتها المرتبطة بقيمتها وأهدافها، والحديث عن صناعة إعلام أمني فاعل أو حماية أمن قومي بغير استراتيجية إعلامية شاملة هو ضرب من اللعب والأمانى التي لن تتحقق.

الاستراتيجية التي ظهرت في السنوات الأخيرة هي الوجه الآخر لـ (الإعداد) الذي حرّض عليه ودعا له القرآن الكريم في قوله تعالى ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ﴾⁽¹⁾. وهي موجودة في تراثنا الإسلامي في كثير من مواقف السيرة النبوية الشريفة.

المؤكد أنّ الاستراتيجية قادرة على تحقيق الأهداف المخططة، وهي أقدر على صناعة الإعلام الأمني وتعزيز الأمن القومي الشامل من خلال عدد من الوسائل والآليات، وهي الطريق الأنجع لتحقيق وتعزيز الغايات الوطنية، وصدق الله حين يقول ﴿أَفَمَنْ يَمْشِي مُكِبًّا عَلَى وَجْهِهِ أَهْدَىٰ أَمَّنْ يَمْشِي سَوِيًّا عَلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾⁽²⁾.

(1) سورة الأنفال، الآية 60.

(2) سورة الملك، الآية 22.

تعريف الاستراتيجية:

هنالك عدد من التعريفات للاستراتيجية منها⁽¹⁾:
عُرِّفت هذه الكلمة بأنها: «فن التخطيط لحملة ما وتوجيهها، وهي الأسلوب الذي يسعى إليه القائد لجر عدوه إلى المعارك».

وقد عرّفها دليل ضباط أركان القوات المسلحة الأمريكية لعام 1959م بأنها: «فن وعلم استخدام القوات المسلحة للدولة لغرض تحقيق أهداف السياسة العامة عن طريق استخدام القوة أو التهديد باستخدامها».
وكما عرّفها المدرسة المصرية بأنها:

«أعلى مجال في فن الحرب وتدرس طبيعة وتخطيط وإعداد، وإدارة الصراع المسلح وهي أسلوب علمي نظري وعملي يبحث وسائل إعداد القوات المسلحة للدولة واستخدامها في الحرب معتمداً على أسس السياسة العسكرية كما أنها تشمل نشاط القيادة العسكرية العليا بهدف تحقيق المهام الاستراتيجية للصراع المسلح لهزيمة العدو».
هي «مجموعة من الخطط المُعدّة سلفاً لمواجهة كافة الاحتمالات وتحقيق أهداف تنموية بالإستخدام الأمثل للإمكانات والقوى المتاحة. ولهذا أحياناً تترادف مع مصطلح خطة اجتماعية واقتصادية».

والخطة: هي مجموعة من الأنشطة (المشروعات) المرتبة حسب الأولويات والمجازة من قبل سلطتين تنفيذية وتشريعية والهادفة لتحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية وسياسية معينة، في فترة زمنية وموارد محددة، وقد تكون طويلة أو متوسطة أو قصيرة⁽²⁾.

والاستراتيجية هي: «تصوّر مبدئي للرؤى المستقبلية للمنظمة ورسم سياساتها وتحديد غاياتها على المدى البعيد وتحديد أبعاد العلاقات المتوقعة بينها وبين بيئتها بما يسهم في بناء الفرص والمخاطر المحيطة بها ونقاط القوة والضعف المميزة لها، وذلك بهدف اتخاذ القرارات الاستراتيجية المؤثرة على المدى البعيد ومراجعتها وتقويمها⁽³⁾».

تُعرّف الاستراتيجية بأنها: «تُعنى باتخاذ القرارات المتعلقة ببقاء المنظمة وتفوقها أو سقوطها واختفاءها، ومن ثم فهي تحرص على استخدام الموارد المتاحة أفضل استخدام وفق المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية». ويُعرّفها بورتر: «تهتم بالكفاءة التشغيلية التي تركز على الربط ما بين التفكير والنقد بين صياغة الاستراتيجيات وكفاءة التطبيق».

أما توماس فيشير إلي أنها: «الأنشطة والخطط التي تقرّها المنظمة على المدى البعيد بما يضمن النقاء أهداف المنظمة مع رسالتها والبيئة المحيطة بها في نفس

(1) محمد أحمد حسن النورم، ورقة بعنوان: دور التخطيط الاستراتيجي في بناء الأمم، (د.ت)

(2) محمد أحمد داني، السياسة العامة واتخاذ القرار، دط (الخرطوم: جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية - كلية

الدراسات العليا والبحث العلمي-2004م) ص 13.

(3) مؤيد سعيد سالم وعادل حروش صالح، مرجع سابق، ص 4.2

الوقت».

ويضيف روبرت: «تُمثّل عمليّة اتخاذ القرارات المتعلّقة بتخصيص وإدارة موارد المنظمة من خلال تحليل العوامل البيئيّة بما يُعين المنظمة على تحقيق رسالتها والوصول إلى غاياتها وأهدافها».

أما تشاندلر فيُعرّفها بأنها: «تحديد المنظمة لأغراضها وأهدافها الرئيسيّة وغاياتها علي المدى البعيد، وتبين أدوار عمل معيّنة أو تحديد وتخصيص الموارد المطلوبة لتحقيق هذه الأغراض والغايات التي يجب أن تحقّقها».

والاستراتيجيّة هي أيضاً: «وظيفة المدير الاستراتيجي لأن الاستراتيجيّة تبقى دائماً في مقدّمة مهام الإدارة العليا، فمن مهامها صياغة رسالة واضحة ومحددة للمنظمة، وتحديد الأهداف الاستراتيجية لها، وتحليل الخيارات أو البدائل الاستراتيجية المُتاحة واختيار وتطبيق الاستراتيجية المناسبة»⁽¹⁾.

وهي: «النتائج النهائية المرغوبة من ممارسة الأنشطة المُخطّطة أو إتباع الاستراتيجيات المُطبّقة، وتحديد الأهداف وما الذي يجب إنجازه ومتى»⁽²⁾.

تعريفنا للاستراتيجيّة:

هي منظومة العمليات التي تبدأ بالقُدرة على التفكير الاستراتيجي المفصي للتحليل العلمي والموضوعي للبيئات الداخليّة والخارجيّة، والقيام بالتخطيط الاستراتيجي، وتحديد وسائل وآليّات وأزمان تنفيذ المُخطّط من خلال إدارة استراتيجية فعّالة وكفؤة وقادرة على المتابعة والتقييم والتقويم واتخاذ القرار في الوقت المناسب، لمنع أو معالجة الانحرافات عن المسار الاستراتيجي بأقل مجهود مادي ومعنوي وفي أسرع وقت ممكن.

مفهوم كلمة الاستراتيجية:

أصل كلمة استراتيجية (Strategy) وهي كلمة إغريقية (Strategos) وتعني مكتب الجنرال، ثم أصبحت تعني فنون الحرب وإدارة المعارك وكيف يستخدم القائد القوي المحيطة به لضمان النصر في الحرب.

يرى بعض الباحثين أنّ أصل كلمة استراتيجي ظهرت في أثنينا منذ القرن الخامس قبل الميلاد وظيفته ما يمكن أن نسميه المخطّط الاستراتيجي أو الحربي stratege.

«حيث «القبائل» تختار عشر «استراتيجيين» أو مخططين. يؤسسون مدرسة يستطيع أحد من داخلها أن يفرض نفسه على الآخرين المتبقين. لكن جميع الأعضاء في هذه المدرسة لديهم الإمكانية في قيادة الجيش أو جزءا منه، فاستراتيجي من بينهم يقود الجنود المسلحين في المناطق الريفية، وآخر مكلف بالدفاع عن الإقليم أو الدولة، واثان آخران

(1) زيد منير عبوي، الإدارة الإستراتيجية، (عمان: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2006م)، ص 35-36.
(2) بلال خلف السكارنة، التخطيط الإستراتيجي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والنشر، 2010م-1431هـ)، ص 233.

مهمتهما الدفاع عن الشواطئ، أما الخامس يهتم بتسليح الأسطول، والخمسة الآخرون يكون لديهم أعمال مُتعدّدة ومتغيّرة. بعد الاسكندر الأكبر، مدرسة الاستراتيجيين ستتبدل وتتغير في المملكة الهيلينية، ولكن تبدل نحو التوسع على كافة أراضي المملكة مع ضعف في الأهمية لهذه المدرسة. ومع أن وظيفة الاستراتيجي يبدو أنها أصبحت مؤمنة ومضمونة، لكن فكرة الاستراتيجية بقيت غامضة»⁽¹⁾.

«وتطورت لتشمل فن القيادة، أي فن التخطيط لإحراز وتحقيق أكبر عدد من الأغراض عند التنفيذ لحملة عسكرية معينة، ثم تطور المصطلح ليشمل معنى تكتيكي، أي فن نشر وإدارة القوات في مناورات وعمليات صغيرة ترمي في مجملها لتحقيق أهداف أكبر استراتيجية، وانقل المصطلح إلى الساحات الأكاديمية والإدارية والتنفيذية وساحات العلوم الإدارية والسياسية»⁽²⁾.

«إذا انطلقنا من التحليل الكلاسيكي للمصطلحات، نجد أن مفهوم أو مصطلح الاستراتيجية يوجد في مختلف اللغات الأوروبية أو اللغات الإغريقية / اللاتينية. ففي الألمانية نجد *strategie*، وفي الروسية *strategija* وفي الهنغارية *strategi*. وعندما نقول (*stratos agein*) فهو مصطلح الاستراتيجية ذاته مقسّم إلى جزئين ويعني «الجيش الذي ندفع به إلى الأمام». وبوصل طرفي المصطلح *stratos* و *agein* نحصل على *strategos* وهذا يعني «الجنرال»، وفعل *strategō* يعني قاد أو أمر، أما الصفة منها *strategikos* و التي تجمع *strategika* فهي تعني وظائف وأعمال الجنرال بالمفهوم العسكري للكلمة، وتعني الصفات التي يمتلكها الجنرال. الاستراتيجية إذاً هي فن القيادة للجيش أو بشكل أشمل هي فن القيادة»⁽³⁾.

وتطور مفهوم وتعريف كلمة الاستراتيجية عبر مختلف عصور التاريخ وفقاً لاختلاف وتطور التقنية العسكرية في كل عصرٍ عن الآخر، ووفقاً لتباين المدارس الفكرية والسياسية لكل قائد أو مفكر.

ومن هنا تتبع الصعوبة لتقديم تعريف جامع وشامل لكلمة استراتيجية، لأنه لا يوجد تعريف موحد منفق عليه حتى الآن لهذه الكلمة، لأنّ الاستراتيجية تتطور تبعاً لتطور الاقتصاد والسياسة والعلوم، لذلك نجد أنّ لكل دولة خلال فترة معينة استراتيجية عسكرية خاصة بها تتوقف على العوامل الاقتصادية والسياسية والعسكرية والجغرافية، وأنّ أية استراتيجية فعّالة يجب أن تبنى على الخبرة والاستفادة من دروس الماضي وأنّ تُصاغ وتوضع في إطار يناسب المستقبل.

(1) صلاح نيّوف، مرجع سابق، ص 10.

(2) عبد العزيز عبد الرحمن حسن، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، (الخرطوم: معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، 1432هـ-2011م)، ص 3.

(3) صلاح نيّوف، مرجع سابق، ص 9.

وبحسب عبيدات⁽¹⁾ فإن مفهوم الاستراتيجية قد انتقل إلى مجال الأعمال في الثلاثين سنة الأخيرة من القرن العشرين عندما دعا الرئيس الأمريكي ليندون جونسون في عام 1965م إلى تطبيق التخطيط الاستراتيجي في جميع الأجهزة الفيدرالية للحكومة الأمريكية». ومن هنا بدأت مرحلة جديدة لمفهوم الاستراتيجية ومجالات استخدامها.

الاستراتيجية من العسكرية للحياة المدنية:

المُتَّفَق عليه عند كل الباحثين أن كلمة استراتيجية تعود إلى الفقه العسكري، وتعني: (فن توزيع واستخدام الوسائل العسكرية لتحقيق الأهداف السياسية) مما يؤكد أن نشأتها مرتبطة بالدولة، وبهذا المفهوم العسكري تعني وضع القوات ثم فن التكتيك أثناء الحرب لتحقيق النصر العسكري، الذي يدعم السياسة بوسائل أخرى، ويحقق أهدافاً مباشرة أو غير مباشرة للمعارك.

فالاستراتيجية إذاً لم تتفصل عن الواقع السياسي والأمني للدول، بل لن يكون هنالك واقع سياسي أو أمني متطور لدولة تقتصر لأبسط مقومات الإستراتيجية. وترتبط الاستراتيجية ارتباط وثيق بالأمن القومي التقليدي الذي كان حتى مطلع الألفينات يرتبط مفهومه بالقوات المسلحة والأجهزة الأمنية وقدرتها على حماية الدولة من الأعمال العدائية العسكرية الموجهة من الخارج.

إن الصلة أو العلاقة التي وضعت من قبل مُنظري الاستراتيجية في القرن التاسع عشر أو قبل وبعده، بين السياسة والاستراتيجية و الحرب والاستراتيجية، ظلت قائمة لم تتغير حتى من قِبَل كبار مُنظري هذا العلم في القرن العشرين. «ولكن الإشكاليات التي يمكن طرحها في إطار العلاقة بين السياسة والاستراتيجية (بمعنى علم الحرب) هي إشكاليات تتعلق بالسلطة المدنية وعلاقتها بالسلطة العسكرية. فالمدنية وبشكل طبيعي لها نزعة تتجاوز مناخها أو بيئتها من أجل التدخل في قيادة العمليات، بينما الثانية تطعن في محاولة تجاهلها»⁽²⁾.

ويرى عابدين وأحمد إبراهيم⁽³⁾ «أنَّ المفهوم قد تسرَّب إلى مجال الأعمال في النصف الثاني من القرن الماضي، وتطور مع التطورات الاقتصادية، فلسفة ونماء، ويمكن ببسر قراءة وجه الشبه بين مفهوم استراتيجية الأعمال والاستراتيجية العسكرية بوضع (الموارد) مكان (الوسائل العسكرية)».

وتقلب المفهوم على يد الباحثين والدارسين في قطاع الأعمال -الذي أصبح رائداً في المجال- بين عامل التحريك الاستراتيجي الأساسي من (القوة الدافعة) الموروثة من

(1) تركي إبراهيم عبيدات، التخطيط الإستراتيجي: مفهومه وإطاره الإرشادي ومراحله المختلفة، (الأردن: جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية، ص2.

(2) المرجع السابق.

(3) يس الحاج عابدين إبراهيم وأحمد إبراهيم عبد الله، التخطيط الاستراتيجي في السودان (الخرطوم: مطبوعات المركز القومي للإنتاج الإعلامي، إصدار رقم 8، 2005م)، ص 12.

العِلْمِ العسكري، إلى (المنافسة) الحُرّة استجابة للتطورات العالمية المتسارعة في المجال الاقتصادي والاجتماعي وزيادة التنافس واحتدامه مما يستوجب وضع استراتيجيات للتطوير والتجويد.

وحدثاً أحدثت هذه كلمة استراتيجية معنى مختلفاً وصارت مُفضّلة الاستخدام لدى منظمات الأعمال، خاصة الحديثة منها، التي تقوم على أبعادٍ تجارية، وكذلك منظمات المجتمع المدني ولاسيما ذات الصفة الدولية والإقليمية.

ويُعتبر مفهوم الاستراتيجية من المفاهيم المتداولة في العلوم الاجتماعية والسياسية والعسكرية والاقتصادية حيث أنها تُستخدم للدلالة على أكثر من معنى واحد، فكلتا استراتيجية واستراتيجي تستخدمان استخداماً واسعاً من قبل الباحثين والمتخصصين في شتى العلوم. حت أن بعض الجامعات الأوروبية والأمريكية تضم الآن أقساماً مُخصصة لدراسة الاستراتيجية أو مراكز أو معاهد للأبحاث الاستراتيجية ولم ينتقل علم الاستراتيجية إلى الدول المنطقة العربية بدرجة كافية حتى الآن حيث مازالت الدراسات الاستراتيجية ضعيفة وفي كل المجالات وتسير بطريقة بطيئة ومتأنية لا تتوافق مع سرعة تطور الحياة وزيادة إيقاعها وما تحمله من منافسات محلية وإقليمية ودولية.

إنّ الاستراتيجية لم تُدرّس بالجامعات السودانية إلا في السنوات العشر الأخيرة حيث ظلّت أيضاً مُحتكرة لدى العسكريين. مع وجود قلة من مراكز البحوث والدراسات الاستراتيجية، في مقدمتها معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية التابع لجامعة أم درمان الإسلامية الذي يُعد اللبنة الأولى لعلم الاستراتيجية بالسودان ولا سيما في جانب الدراسات العليا، وكذلك جامعة الزعيم الأزهرى.

«يمكننا القول أن علم الاستراتيجية بقي محصوراً في المجتمعات المتطوّرة، والتي كانت في حالة مواجهة مع الحروب، فيها نقاشات مفتوحة ومحكومة بالبحث عن الفائدة والأداة. وعملياً، كما يرى بعض منظري الاستراتيجية، هذه الشروط ليس متوفرة بشكل دائم. فالعصر الوسيط، على سبيل المثال، لم يكن قادراً على إنتاج المرحلة الجنينية لعلم الإستراتيجية، بينما أوصل الفكر اللاهوتي إلى القمة مع saint Bonaventure و saint Thomas d' Aquin وآخرين. مع ذلك يمكننا أن نجد كُتّاباً معزولين هنا وهناك أو أعمال إستراتيجية بأشكال أخرى، ولكنها لم تكفي لبناء فكر إستراتيجية مبني بشكل علمي. وأخيراً نستطيع القول أن الفكر الاستراتيجي تركّز حول ثلاث مدارس إذا صح التعبير: المدرسة الصينية، المدرسة اليونانية القديمة بامتداداتها الرومانية والبيزنطية، ثم أوربا الحديثة والتي صدر عنها الفكر الاستراتيجي المعاصر»⁽¹⁾.

يؤرخ كثير من الباحثين دخول الاستراتيجية للحياة المدنيّة، ولا سيما المجال الأكاديمي، بعد الحرب العالميّة الثانية والصعود القوي للولايات المتحدة الأمريكية. وهذا ما تراقق

(1) صلاح السيوفي، مرجع سابق، ص33.

أيضاً في ميدان التفكير الاستراتيجي النظري. ولكننا نلاحظ أن هنالك تقدماً كبيراً في التفكير والتخطيط الاستراتيجي لمنظمات الأعمال وقطاع الأعمال الخيري والطوعي، عكس الكثير من المؤسسات الحكومية.

يُعبأ كذلك على الأكاديميين والباحثين المختصين عدم الكتابة في هذا المجال المهم والحيوي، حيث تجد صعوبة كبيرة في الحصول على مرجع يتناول الاستراتيجية أو فروعها ومكوناتها من تفكير استراتيجي أو تخطيط استراتيجي أو تحليل استراتيجي أو قيادة/ إدارة استراتيجية، ويحمد للبروفيسور محمد حسين أبوصالح مؤسس معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية ووزير الاستراتيجية والمعلومات بولاية الخرطوم حرصه على إثراء المكتبة السودانية ورفدها بمؤلفاته الاستراتيجية مع مراعاته للجوانب التأصيلية، وهو يعد أبو الاستراتيجية بالسودان.

«خروج الولايات المتحدة منتصرة في الحرب الثانية جعلها تهتم كثيراً بالميدان النظري للعلوم الاستراتيجية ولاقى هذه الاهتمام اتساعاً كبيراً على المستوى العالمي. فقد بدأت الجامعات الأمريكية بوضع البرامج البحثية التي تقرأ وتحلل الفكر الاستراتيجي الأوربي: مثلاً Edward Mead Earle أطلق دراساته حول كبار الإستراتيجيين الأوربيين في كتاب له تحت عنوان "Makers of Strategy" صدر في عام 1943، وترجم للفرنسية في عام 1982، وقد استمر هذا المرجع نصف قرن من الزمان كأحد أهم المراجع في هذا المضمار»⁽¹⁾.

إن الأمة الإسلامية عرفت الإستراتيجية بمفهومها الشامل (تفكيراً وتخطيطاً وتنفيذاً وإدارة) في عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم وفي عهد الخلفاء الراشدين من بعده، لإحداث النتيجة المرجوة و(الهدف الاستراتيجي) المأمول، وهو (التغيير الاستراتيجي) ومن ثم حماية وتعزيز(المصالح الاستراتيجية الإسلامية).

«جوهر الاستراتيجية بوجه عام هو توحيد وحشد القوى الحليفة، وتفكيك وعزل قوى الخصم، وتحييد الأعداء والخصوم المحتملين.. وفي العصر الحديث أصبح مفهوم الاستراتيجية يعني المنهجية العلمية للأداء.. وقد كانت استراتيجية الرسول صلى الله عليه وسلم مبنية لى خطط علمية مدروسة ومحسوبة ضمنت الوصول إلى الأهداف المطلوبة، وهي إعلاء كلمة الله ليسود الأمن والسلام في العالم»⁽²⁾.

ويرى البروفيسور أبوصالح أن المفهوم الإسلامي للاستراتيجية تجاوز النظر المطروحة حالياً للتخطيط الاستراتيجي، ليسبقه بالتخطيط الحكيم،⁽³⁾ والخطة الحكيمة، هي الخطة التي تؤسس لإعمار الأرض وإصلاحها وتشكيل مستقبل أفضل من خلال تحقيق تنمية

(1) صلاح السيوفي، مرجع ساب ، ص58.

(2) دفع الله حسب الرسول البشير، مرجع سابق، ص 114 – 115.

(3) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الحكيم، (الخرطوم: مركز أم درمان الثقافي، 2016م)، ص24.

شاملة روحية ومادية، ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية وعلمية وتقنية، تتضمن امتلاك قوة تستند على قدر عالٍ من الحكمة المطلوبة لتحقيق غايات الدولة والمنع المسبق للاعتداء، تؤسس لأمن الإنسان وأمن المستقبل والإسهام في تحقيق السلام العالمي والعبور بأمان إلى الدار الأخرى».

على عكس ذلك جاءت الاستراتيجية التي ولدت في رحاب الغرب مع أهميتها في كثير من جوانبها-مرتبطة بالعمل العسكري الذي يقوم على الاعتداء والدمار كما حدث في الحربين العالميتين.

مراحل الاستراتيجية:

تمر الاستراتيجية بعدد من المراحل نجملها في الآتي:

1. الفحص والرصد البيئي (التحليل الاستراتيجي): ويتضمن مسح وتحليل البيئة الداخلية والخارجية. وتحديد نقاط القوة والضعف، ومعرفة الفرص والتحديات.
2. صياغة الاستراتيجية (التخطيط الاستراتيجي): أي وضع التصورات الخاصة بالتخطيط الاستراتيجي طويل الأمد، وتتضمن هذه المرحلة تحديد رسالة المنظمة وأهدافها القابلة للتحقيق ووضع الاستراتيجيات وتطويرها ووضع السياسات الكفيلة بتحقيق الأهداف والاستراتيجيات ضمن إطار رسالة المنظمة.
3. التنفيذ أو التطبيق الاستراتيجي (الإدارة الاستراتيجية): أي ترجمة الاستراتيجية المصاغة إلى إجراءات عمل في إطار بناء نظم التخطيط وتخصيص الموارد المادية والبشرية⁽¹⁾.

4. التقييم والسيطرة: أي تحديد الدرجة أو المدى الذي تتمكن المنظمة الوصول إليه في ضوء الأهداف والغايات التي خُطِّط لها سابقاً.
 5. التقويم: أي معالجة أماكن القصور والحد من الانحراف عن المسار الاستراتيجي من خلال الرصد الدائم والمستمر وإدخال السيناريوهات البديلة.
- ### أهمية الاستراتيجية:

من أهم مزايا الاستراتيجية أنها تضع المنظمة موضع المبادرة بدلاً عن موطن الاستجابة عند التخطيط لتشكيل المستقبل، فهي بذلك تمكن من التأثير بفاعلية أكثر نتيجة لعنصر المبادرة، عكس أسلوب ردود الأفعال الذي يتميز بمحدودية الأثر والاستجابة من البيئة. وبالتالي فإنَّ الاستراتيجية وفق هذا المفهوم تصبح وسيلة أساسية لتحقيق السيطرة سواء على مصالح المنظمة في البيئة أو على مصيرها، كما تتميز الاستراتيجية أيضاً بكونها تتيح فرصة أكبر للقيادة لفهم نشاط المنظمة والتزامها⁽²⁾.

(1) مؤيد سعيد سالم، وعادل حرحوش صالح، إدارة الموارد البشرية -مدخل استراتيجي، (عمان: جدارا للكتاب العالمي وعالم الكتب، 2006م)، ص3.

(2) محمد حسين أبو صالح ، التخطيط الاستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص53.

إنَّ أهميَّةَ الاستراتيجيةِّ تنبع من كونها تتيح مجالاً أوسع للمنافسة بقوَّة وتحديد المسارات الاستراتيجية التي تقود لتحقيق الأهداف والغايات الاستراتيجية. وبغيرها ستظل المؤسسة أو الدولة تعمل بغير رؤية وبغير مسار استراتيجي مما يفضي إلى التضارب المستمر، وإهدار الجهود وتضييع الأوقات في أعمال متكررة أو متشابهة أو غير مطلوبة. وتزداد أهميَّة الاستراتيجية في كونها تجيب وبشكل مباشر وصريح على جملة من التساؤلات المطلوبة لتنفيذ الأعمال بجودة واحترافية، وهي: من؟ يقوم بماذا؟ متى؟ كيف؟ ولماذا؟

أنواع الاستراتيجية:

قسّم العلماء والخبراء في المجال الاستراتيجي، الاستراتيجيات عموماً إلى الأنواع التالية⁽¹⁾:

1. الاستراتيجية الهجومية:

هذا النوع من الاستراتيجية يساهم في مواجهة المعوقات والقيود من أجل مقاومتها والتخلص منها حيث أن الإدارة المعاصرة للموارد البشرية الاستراتيجية تقوم بصياغتها عند تواجد المنظمة في بداية نشاطها، فتعتمد على سياسة الاستقطاب من أجل اختيار وتعيين أفراد ذوي مهارات وكفاءات عالية مع التركيز على الفعالية الجمالية وإجراءات توظيف خالية من القيود والتعقيد البيروقراطي كما أن بعض المنظمات تعتمد على هذا النوع من الاستراتيجيات عند تواجدها في مرحلة النمو من أجل تدعيم وتحسين مركزها وموقعها التنافسي، فهي بحاجة إلى أفراد ذوي روح الابتكار والإبداع مع وضع حزمة برامج للحوافز والمكافآت⁽²⁾.

2. الاستراتيجية الدفاعية:

وهي التي تساعد في المحافظة على مكتسبات الإدارة، أي الفرص التي تستثمرها فعلاً وتصد عنها هجوم عوامل التغيير، مثال ذلك أن تعمد إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية إلى تطبيق نظم جديدة وسخية للحوافز لإغراء العاملين المتميزين بالبقاء وحثهم على مقاومة مغريات الانتقال إلى المنظمات المنافسة، إن هذا النوع من الاستراتيجيات يُطبَّق في مرحلة النمو للمؤسسة، حيث أنها تحاول الحفاظ على الإطارات الكفؤة في منشأتها من أجل تعزيز موقعها التنافسي.

3. الاستراتيجية الوسيطة:

وهي عبارة عن الحل الوسيط بالمساومة، ونلجأ إلى هذا النوع من الاستراتيجيات في مواقف التفاوض خاصة مع نقابات العُمال على شروط وعلاقات العمل، إذ يطالب كل

(1) الطيب إمام الشيخ، الاستراتيجية الإعلامية وانعكاسها على الأداء القومي، بحث غير منشور (دكتوراه)، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية- جامعة أم درمان الإسلامية، 2015م.

(2) علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، دت) ص 82.

من الطرفين بمميزات وضمانات ويكون الحل عادة هو في التنازل الجزئي عن بعض الشروط في مقابل الحصول على بعض المنافع.

4. الاستراتيجية الانهزامية:

نستطيع القول أنها تستسلم للقيود بتأثير نقاط الضعف الذاتية والمتغيرات المحيطة التي تُؤثر سلباً على نشاط المنظمة مما يؤدي بها إلى الإنحطاط والتوقف عن العمل لفترات قد تطول مما يؤدي إلى تسريح العمال.

فيما يرى بعض الباحثين هنالك أنواع أخرى من الاستراتيجيات، وفق تقسيمات مغايرة أهمها⁽¹⁾:

1. استراتيجية الدفاع:

وهي استراتيجية تعمل على بناء القدرات التفاوضية والتنافسية ولا تسعى إلى المواجهة المباشرة. وتستخدم في حال الضعف وعدم القدرة على المبادرة وانعدام القوة، أو عدم القدرة على استغلالها.

2. استراتيجية المبادرة أو الهجوم:

وهي تعمل على تحقيق أهداف استراتيجية قد تقود إلى مواجهة صراع مع آخرين، وهي تأتي عقب إكمال النوع الأول من الاستراتيجيات.

وقد تتضمن الاستراتيجية الواحدة النوعين معاً، حيث تُعتبر المرحلة الأولى من الاستراتيجية عن الدفاع فيما تعتبر المرحلة الثانية منها عن الهجوم والمبادرة.

وهذا النوع يكون للدول ذات القوة والقدرة على استغلال هذه القوة واستخدامها بفاعلية.

3. وهناك مستوى ثالث وهو استراتيجية المنطقة الوسطى:

وهي التي تبلغ فيها الدولة مستوى القوة الكافية للدفاع عن مصالحها الاستراتيجية، إلا أنها لاتضعها في موطن المبادرة على الصعيد العالمي أو الهجوم على الآخرين.

4. استراتيجية القوة العظمى:

وهي التي تتيح للدولة امتلاك مستوى مُتفوق من القوة الاستراتيجية الشاملة التي تمكنها من القيام منفردة أو بمشاركة آخرين في تصميم النظام العالمي وإدارته. كما هو الحال بالنسبة للحلفاء عقب الحرب العالمية الثانية، وكذا بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية عقب انهيار الإتحاد السوفيتي في العام 1989م.

مستويات الاستراتيجية.

أولاً: المستوى العالمي:

ويهتم بوضع استراتيجيات تتصل بالمصالح الدولية، ويشمل نطاقها الكرة الأرضية، ومن أمثلتها: «استراتيجيات الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية العمرانية، والتنمية البشرية،

(1) محمد حسين أبوصالح، التخطيط الإستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص65.

والمناخ...»⁽¹⁾.

ثانياً: المستوى الإقليمي:

ويهتم بوضع استراتيجيات تتصل بالمصالح الإقليمية، ومن أمثلتها: «استراتيجيات الإتحاد الأوربي، الإتحاد الإفريقي، جامعة الدول العربية...».

ثالثاً: مستوى الدولة:

ولها عدد من المستويات هي: الاستراتيجية القومية أو العامة أو العليا. استراتيجيات القطاعات:

- السياسي.
- الإعلامي.
- التقني.
- الاجتماعي.
- الاقتصادي.
- العلمي.
- العسكري.

ثم مستوى أكثر تفصيلاً بكل قطاع مثل استراتيجية الزراعة، التعدين، ثم مستوى الإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة.

علاقة الاستراتيجية بحقول المعرفة الأخرى:

نرى أن الاستراتيجية ليست شيئاً معزولاً عن محيطها الذي وجدت فيه و بيئتها التي نشأت فيها، وبالتالي فهي ترتبط بشكل كبير بكل فروع المعرفة الأخرى، وكل فرع من هذه الفروع ينظر للاستراتيجية من منظوره الخاص.

«عندما نحدد الاستراتيجية من خلال إعطاء تعريف لها فإن هذا لا يعني بالضرورة تحديد أو حصر المجال للإستراتيجية كعلم. فالاستراتيجي كمنظّر والاستراتيجي الذي يطبق الخطط الاستراتيجية كلاهما يستطيع استخدام جميع الوسائل. والإستراتيجية تختلف عن جميع العلوم، حيث بإمكانها الاستفادة من جميع العلوم: فهي بحاجة للعلوم التجريبية من أجل تطوير وتقييم قاعدتها التقنية، بحاجة للاقتصاد لتطوير إمكاناتها، للعلوم السياسية بسبب علاقتها الخاصة مع السياسة، لعلم الاجتماع من أجل وضع الصراع على أي مستوى في سياقه العام، للتاريخ للاستفادة من أمثله والمعلومات التي يقدمها»⁽²⁾.

علم السياسة والعلاقات الدولية:

- يستخدم التعبير للدلالة على كيفية مواجهة أو إدارة صراع بين قوتين متضاربتين.

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص 62

(2) صلاح السيوفي، مرجع سابق، ص 29.

- تستخدم كإشارة إلى فهم القوة بمعناها الشامل.

- يستخدم تعبير الاستراتيجية للدلالة على العامل أو العنصر الذي يزيد من قوة الطرف الآخر أو يقلل من الخصم.

إن التعامل مع البيئة الدوليّة بتعقيدها المختلفة يقتضي بالضرورة معرفة تلك البيئة ودراستها وتحليل ما ينطوي عليها من مُهَدِّدات وماتحتويه من فرص وماتشده من تطوُّرات سالبة أو إيجابية. ولن يتأتى ذلك دون وضع استراتيجيات.

وتهتم الاستراتيجية الدولية بتعقيدات البيئة الدولية ونقاطعاتها مع مصالح الدولة القومية ومعرفة قدرة الدولة على التأثير في تلك النقاطعات لصالح أمنها القومي، ومعرفة المخططات الاستراتيجية الأجنبيّة سواء على المستوى الدولي أو الثنائي، وتحديد المصالح الوطنية دولياً وقدرة حمايتها ومدى الصراع الدولي حول هذه المصالح.

«لذا تُعتبر الاستراتيجية السياسية هي العمود الفقري لبناء الإرادة الوطنية وتماسك الجبهة الداخلية، ونجاح التخطيط الاستراتيجي الشامل، وتقوم على عدد من الافتراضات التي تربط امتلاك القوة الاستراتيجية للدولة بعدد من العوامل، أهمها»⁽¹⁾:

1. قوة الإرادة الوطنية والحفاظ عليها.

2. مدى متانة الائتلافات الداخلية والخارجية.

3. مستوى السلوك الاستراتيجي.

4. وجود رؤية وطنية استراتيجية.

5. مدى استجابة النظام السياسي لم يتم تصميمه من خُطَطٍ ورؤى استراتيجية.

6. مدى ارتكاز القرار السياسي على السند المعرفي.

«من الجوانب المهمة التي تسعى استراتيجية العلاقات الدولية لتأسيسها، تهيئة الأوضاع الخارجية بما يتوافق مع المصالح والتوجُّهات الاستراتيجية للدول. ومن هنا فإن التحالفات والتكتُّلات تشكِّل أحد تلك الوسائل المهمة لتحقيق ذلك الغرض»⁽²⁾.

علم الجغرافيا السياسية:

يستخدم للتعبير للدلالة على الذي يقوم أو يتضمن اعتبارات جغرافية، وقد يوصف موقع بأنه استراتيجي، فيقال مثلاً أنّ السودان يتمنُّ بموقع استراتيجي، ومعنى ذلك الخصائص الجغرافية للموقع وارتباطاتها السياسية.

السودان دولة لها مقومات استراتيجية، ومنافذ استراتيجية على البحر الأحمر. «مع بداية الفكر السياسي الحديث نجد أن قوة الدولة تُحدد استناداً إلى العوامل العسكريّة، باعتبارها العامل الرئيس والحاسم في تقدير قوّة الدولة، بالإضافة إلى العنصر

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2009م)، ص284.

(2) المرجع السابق، ص336.

الجغرافي»⁽¹⁾.

علم الاجتماع:

يُعرف علم اجتماع الاستراتيجية بأنها النشاط المرتبط بتحقيق أهداف وغايات مرسومة. وتتنظر الاستراتيجية للأوضاع الاجتماعية من جُملة محاور ابتداءً من متانة النسيج الاجتماعي، ودراسة التعدد الديني والإثني والثقافي والعرقي، وقبول الآخر، ومستوى التعايش، ومدى نقشى العنصرية، وموقف السلام الاجتماعي، ومدى الوعي بقضايا المجتمع، ثقافة المجتمع، والسلوك الشخصي للأفراد.

«ودراسة الأوضاع الاجتماعية على الصعيدين الإقليمي والعالمي وتأثيرها محلياً. أوضاع القوانين والتشريعات الاجتماعية ومدى تلاؤمها مع المصالح الوطنية والتحديات المحلية والعالمية. بيانات عن المؤسسات الاجتماعية العلمية والأكاديمية ذات الصلة بالأوضاع الاجتماعية. الأوضاع الخاصة بآليات تخطيط وتنفيذ وتنسيق ومتابعة وتقويم الاستراتيجية والخطط الاجتماعية»⁽²⁾.

علم الاقتصاد:

يُطلق مفهوم الاستراتيجية في دراسات التنمية الاقتصادية، فشاع استخدام (استراتيجية التنمية) وقد يطلق على بعض المواد والموارد الاقتصادية أنها استراتيجية وانتشر مفهوم بعض السلع بأنه استراتيجي كالبتروول.

والسودان عرف التخطيط الاستراتيجي من خلال التخطيط الاقتصادي الذي تم أول مرة - كما جاء سابقاً- في مطلع الستينات، وارتبطت هذه الاستراتيجية بالجانب الاقتصادي فقط.

وهذا المفهوم من الجانب الاقتصادي «يقوم على بلورة وتحقيق المصالح الاستراتيجية الوطنية الاقتصادية للدولة في ظل التحديات على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي وامتلاك القوة الاستراتيجية الاقتصادية، والاستفادة المثالية من الموارد واستنباط وتنمية موارد جديدة، والمحافظة على البيئة، ويتضمن امتلاك الطاقة وتحقيق التنمية المتوازنة والأمن الغذائي والمائي. كما يتضمن الحصول والمحافظة على حصص استراتيجية في الأسواق العالمية. وإفراز فلسفة تعمل على تأسيس شراكة دولية للدولة مع الأسرة والمصالح الدولية، وتنويع مصادر الدخل القومي، وبناء القدرات التنافسية والمزايا النسبية العالمية، وتعزيز القدرات الأمنية للدولة من خلال الجانب الاقتصادي»⁽³⁾.

علم الإدارة:

ظهرت في علم الإدارة ما يسمى بـ(الإدارة الاستراتيجية)، و(القيادة الاستراتيجية)،

(1) عيسى آدم أبكر يوسف، دراسات أمنية واستراتيجية (مفاهيم..أسس..مرتكزات)، (الخرطوم: مطبعة أكاديمية الأمن العليا، 2009م)، ص79.

(2) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، مرجع سابق، ص92-93.

(3) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، مرجع سابق، ص211.

و(التخطيط الاستراتيجي) و(التفكير الاستراتيجي) و(التحليل الاستراتيجي)، و(التغيير الاستراتيجي). وهي في مجملها تُمَثِّلُ الاستراتيجية. التي يحتاج تنفيذها إلى إدارة استراتيجية.

«والإدارة الحديثة التي تسعى باستمرار إلى البقاء والنمو والنجاح يجب أن تركز اهتمامها على التخطيط، فالمخطط هو الذي يجرى وراء التحسينات ويسعى لتحقيقها باستمرار، والذي يبحث عن الأفكار ويعمل على تطبيقها، والذي يحاول أن يبعد نفسه على الأقل - نظرياً- عن المشكلات التشغيلية اليومية لكي ينظر إلى الأمام حيث احتمالات المستقبل»⁽¹⁾.

فالاستراتيجية ارتبطت بالإدارة الاستراتيجية والقيادة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي لتحقيق النجاح المستقبلي والعمل وفق خطط إستراتيجية مُحددة، ويتبع ذلك التغيير الاستراتيجي والرقابة الاستراتيجية، وجميعها لا تتبع إلا من تفكير استراتيجي.

السياسة العامة والاستراتيجية:

المقصود بالسياسة هنا هي السياسة العامة للدولة والتي تحدد الأهداف وتبقى في حيز التصور والإدراك. والاستراتيجية تحدد الأسلوب والوسائل الموصلة إلى تلك الأهداف والقادرة على تحقيقها كما يجب وفق المنظور الاستراتيجي المخطط.

«اهتم علم الاستراتيجية السياسية بتأسيس الأوضاع التي تؤسس لسيادة النظام الوطني المطلوب لتحقيق المصالح الاستراتيجية الوطنية، ويمنع سيطرة أى أنظمة أو أوضاع أخرى تقود لتحقيق مصالح شخصية أو تنظيمية أو تضعف الإرادة الوطنية في تنفيذ الاستراتيجية القومية»⁽²⁾.

مجالات الاستراتيجية:

تزيد الحاجة للاستراتيجية كلما زادت درجة التعقيد في البيئة التي تتعامل معها، وهذا يعنى أهمية وجود فلسفة ومرتكزات خلف التخطيط الاستراتيجي الذي يُرجى منه المساهمة الفاعلة في تحديد وتحليل تلك التعقيدات والعمل على تذليلها.

إنَّ نجاح الاستراتيجية يعتمد على مدى القدرة على قراءة البيئة ودراستها وتحليلها ومن ثم التوصل لتحديد وصناعة الفرص وتحديد الإمكانيات والوسائل بما يؤدي إلى بلورة الغايات والأهداف الاستراتيجية.

وعليه فيمكن القول أنَّ الاستراتيجية تتناول النقاط التالية⁽³⁾:

1. دور الدولة على المدى البعيد.

2. امتلاك الدولة للقوة الاستراتيجية الشاملة.

(1) بلال خلف السكارنة، التخطيط الإستراتيجي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010م - 1432هـ)، ص 18.

(2) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الإستراتيجي القومي، ط4، مرجع سابق، ص 283.

(3) المرجع السابق، ص 55.

3. علاقة الدولة ومؤسساتها بالبيئة .
 4. عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
 5. عملية صياغة رؤية ورسالة الدولة.
 6. تقييم البيئة الخارجية للدولة.
 7. تحديد البدائل الاستراتيجية المناسبة في ضوء رؤية ورسالة الدولة وغاياتها.
 8. اختيار الغايات والأهداف الاستراتيجية.
 9. تحقيق مستوى متفوق لأداء الدولة.
 10. تحديد الفرص والمهددات.
 11. تحديد نقاط الضعف والقوة.
 12. إجراء تغييرات استراتيجية لمواجهة مُهدِّدات وتحدِّيات أساسية تعترض تحقيق الأهداف الاستراتيجية.
 13. أسلوب ترابط وتناسق قرارات الدولة.
 14. وسيلة لتعريف المجال التنافسي للدولة.
 15. وسيلة لتحقيق القدرات والمزايا التنافسية للدولة.
- الأهداف الاستراتيجية:**

الأهداف هي النتائج المرجوة التي حُطِّط لها مُسبقاً، والمراد تحقيقها بجملة من الوسائل التي تضمنتها الإستراتيجية. وبالتالي لا بد أن تكون أهدافاً استراتيجية تُراعي جملة من الجوانب المهمّة، والتي أجملها الدكتور السكارنة في الآتي⁽¹⁾:

أولاً: مفهوم الأهداف الاستراتيجية:

هي النتائج النهائية المرغوبة من ممارسة الأنشطة المُخطّطة، أو إتّباع الاستراتيجيات المُطبّقة. وتحدد الأهداف ما الذي يجب إنجازه ومتى؟.

كما يجب التعبير عنها في كمية. وتختلف عن الغايات بأن الغاية هي عبارة عامة لما ترغب المنظمة في تحقيقه دون أن يكون محدداً بإطار زمني أو أن يتم التعبير عنه كمياً.

ثانياً: العوامل المؤثرة في تحقيق الأهداف:

- هنالك الكثير من العوامل (داخليّة أو خارجيّة) التي يمكن أن تسهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تحقيق الأهداف المخططة، ومن أهم هذه العوامل التالي⁽²⁾:
1. المؤثرات الخارجية: (القيم الاجتماعية- مجموعات الضغط- التشريعات الحكومية).
 2. طبيعة النشاط: (الموقف السوقي - نوعية المنتجات - التكنولوجيا).

(1) بلال خلف السكارنة ، التخطيط الإستراتيجي، مرجع سابق، ص 233.

(2) محمد أحمد حسن التوم، مرجع سابق.

3. الثقافة التنظيمية: (التاريخ والتطور - النموذج القيادي والإداري - الهيكل والأنظمة).

4. الأفراد والمجموعات: (توقعات أصحاب المصالح مثل العملاء والعاملين والمُلاك -

النقابات - جماعات الائتلاف).

شروط الأهداف الجيدة:

إن وضع الأهداف الجيدة يُعد اللبنة الأولى للاستراتيجية، وللوصول إلى الأهداف وتحقيقها كما هو مخطط لابدّ من توافر جملة من الشروط التي تضع هذه الأهداف في درجة المقبولية وتجعلها أكثر قابلية للتنفيذ، ومن أهم هذه الشروط⁽¹⁾:

1. الارتباط بالرسالة والرؤية المستقبلية.

2. العناية الواقعية.

3. التحدي.

4. القابلية للقياس.

5. الجدولة الزمنية.

6. التوازن.

7. المساءلة الشمولية.

8. التدرُّج.

أنواع الأهداف الاستراتيجية:

للأهداف الاستراتيجية أنواع مختلفة، حسب كل مدرسة تخطيطية، وما يتصل بها من أدبيات وما ارتكزت عليه من منهجية استراتيجية. وبشكل عام يمكن إجمال الأهداف الاستراتيجية في ثلاثة أنواع، وهي⁽²⁾:

1. أهداف استراتيجية (طويلة الأجل).

- تُصاغ بشكل عام وشامل حول النتائج الكلية المطلوب تحقيقها .

- تضعها الإدارة العليا على مستوى المنظمة ككل .

- طويلة الأجل وغير محددة النهاية.

2. أهداف تكتيكية (متوسطة الأجل).

- تُصاغ على مستوى القطاعات / الإدارات.

- مُتوسطة الأجل ولها نهايات محددة.

- أكثر تحديداً من الأهداف الاستراتيجية وتُشتق منها.

- تُمثّل الوسائل التي من خلالها تتحقق الأهداف الاستراتيجية.

3. أهداف تشغيلية (قصيرة الأجل).

- تُصاغ على مستوى الأقسام والوحدات والأفراد.

(1) محمد أحمد حسن التوم، مرجع سابق.

(2) محمد أحمد حسن التوم، مرجع سابق.

- أكثر تفصيلاً وتحديداً من الأهداف التكتيكية وتُشتق منها.
 - قصيرة الأجل وتمثّل وسائل وأساليب تحقيق الأهداف التكتيكية.
- وهناك نوع آخر من الأهداف الاستراتيجية⁽¹⁾:

1. أهداف داخلية:

(تستخدم كمرجع لإدارة الأداء - تستخدم للتنسيق بين الإدارات).

2. أهداف خارجية:

(تستخدم لتحديد ماهي العناصر الخارجية التي تؤيدها وتسعى إليها، وماهي العناصر التي ضدها وتعارضها. وكذلك هي موجهة للأطراف الأخرى ذات المصلحة حيث قد تُستخدم للتوضيح، أو للدعم، أو للرقابة).

3. أهداف مفتوحة:

(توجهات عامة دون تحديد واضح وتلعب دور مجالات الأداء الرئيسية).

4. أهداف مغلقة:

(وصف دقيق للنتائج المطلوبة).

الفكر الاستراتيجي الأمني ومميزاته:

الفكر الاستراتيجي يشكّل الأساس لولادة الاستراتيجية الأمنية القادرة على خلق التصوّر السليم للأهداف والوسائل والقُدرة على اتخاذ القرار المناسب، ومن ثم توفير القيادة الاستراتيجية الفاعلة التي تربط بين أجزاء الاستراتيجية الأمنية الشاملة ووسائل تنفيذها ولا سيما الإعلام الأمني بوسائطه المختلفة والمتنوعة مع توفير ميزانيات التنفيذ والجدولة الزمنية.

يُحقّق الفكر الاستراتيجي الأمني جُملة من الميزات والتي يمكن إجمالها في الآتي:⁽²⁾.

1. القُدرة على استيعاب كافة مقومات السياسة الأمنية وأهدافها ووسائلها وحرية الحركة ضمن قطاعاتها المختلفة الرامية إلى تأمين وتوفير الأمن والسلامة للمواطنين.
2. التعامل السليم مع الأوضاع الاجتماعية القائمة، والقُدرة على وضع تصوّر للمستقبل المرغوب به في الوصول إليه من منطلق واقع تجريبي.
3. القُدرة على التوقُّع.
4. تصوّر الحلول المتناوبة لوضع حل مكان آخر.
5. القُدرة على تحليل المُعطيات والأنظمة والقوى الفاعلة في داخلها.
6. القُدرة على إدارة العمليات الاستراتيجية وقيادة المجموعات المختلفة.
7. القُدرة على مواجهة الذات وإعادة توزيع التصوّرات و تعديل المسار عند الحاجة.
8. توفير المعلومات وتقويمها كمادة علمية يمكن الاستفادة منها للاستراتيجيين.

(1) بلال خلف السكارنة، التخطيط الإستراتيجي، مرجع سابق، ص236- 237

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، (عمان : دار أسامة للنشر والوزيع، 2012م)، ص155.

9. المقدرة على تأمين الاتصال الفكري مع جميع العاملين ضمن إطار الاستراتيجية.

الاستراتيجية والأمن القومي:

لقد نشأت الاستراتيجية في كنف الأمن القومي ببعده العسكري (التقليدي) البحث، ومع تطوّر مفهوم الأمن القومي أصبح للاستراتيجية جناحان: سياسي وعسكري. تضمن الإدارة العامة للحرب وللإلزامات والقيادة العامة للعمليات أو للأعمال العسكرية. في هذا الإطار يعرفها Herbert Rosinski بأنها "المفهوم المركزي الموجه الذي ينظم كل العناصر ويوجهها نحو غاية مُحدّدة سلفاً"⁽¹⁾.

"تتطابق الاستراتيجية، في القيادة العامة للحرب وفي إدارة الأزمات، مع السياسة في الفعل، لا بل تستحوذ على مجمل قيادة العمل حيث في هذه الحالة تندمج السياسة التقليدية في الاستراتيجية العامة، وهنا تتنوع المسميات حسب الدول"⁽²⁾.

"الاستراتيجية الكبرى مفهوم أنجلوسكسوني، أصبح مُتداولاً في منتصف القرن الماضي. يعرفها Liddell Hart في كتابه strategy على أنها سياسة الحرب، هدفها تنظيم وإدارة كل موارد الأمة أو تحالف ما من أجل الوصول إلى هدف سياسي للحرب. بهذا المعنى إن الحرب استمرار للسياسة لكن بوسائل أخرى. يفضل الأمريكيون الحديث عن استراتيجية قومية، والتي قسموها مؤخراً إلى استراتيجية الأمن القومي واستراتيجية الأمن العسكري، الأولى تتعلق بالاستراتيجية الكبرى"⁽³⁾.

إنّ علاقة الاستراتيجية بالإعلام الأمني علاقة وطيدة وراسخة إذ إنّ الاستراتيجية - كما أشرنا - تقوم على بعدين أحدهما سياسي والآخر عسكري، والإعلام الأمني - بمفهومه الشامل - هو الرابط بين هذين البعدين، حيث أن الإعلام الأمني يرتبط بمنظور نشأته ب(المؤسسات الأمنية) العربية، ويتّصل ذلك بشكل مباشر بالبعد السياسي للدول العربية حيث أنه يندرج تحت رؤية وزراء الداخلية العرب ويهدف إلى تحقيق الأمن الإنساني من خلال مضامين متخصصة تتناسب ومحاور الأمن الإنساني وعلى رأسها الأمن السياسي الذي يعني استقرار الدول وتماسك قوتها ووحدتها الداخلية.

وعليه فيمكن القول أنّه لن يوجد إعلام فاعل بدون استراتيجية واضحة تخطط لهذا الإعلام وتحدد أهدافه ووسائله وتكون في محور الإعلام ضمن منظومة الاستراتيجية القوميّة الشاملة للدولة.

وعليه نرى أنّ الاستراتيجية تتكوّن من مجموعة مفاهيم وعناصر أخرى ترتبط ارتباطاً وثيقاً وتعمل مجتمعة وتهدف لتحقيق أهداف ورسالة الاستراتيجية، ولا يتحقق ذلك بالصورة المرجوة في ظل غياب أو إبعاد لعنصر من هذه العناصر التي تتكون منها

(1) محمد أحمد حسن التوم، مرجع سابق.

(2) الضو خضر أحمد، مرجع سابق.

(3) صلاح نيوف، مرجع سابق، ص 21.

الاستراتيجية، وهي:

1. التفكير الاستراتيجي.
2. التحليل الاستراتيجي.
3. التخطيط الاستراتيجي.
4. الإدارة الاستراتيجية.
5. التغيير الاستراتيجي.
6. التقويم الاستراتيجي.



الفصل السادس:
التخطيط الاستراتيجي للإعلام بالسودان





الفصل السادس: التخطيط الاستراتيجي للإعلام بالسودان

تمهيد:

تناول هذا الفصل المفهوم الحديث للاستراتيجية إذ إنَّ التخطيط الاستراتيجي يمثل أحد أهم مكونات الاستراتيجية، ثم تطرَّق للتخطيط الإعلامي، ثم مفهوم التخطيط الاستراتيجي وضرورته في ظل العمل العلمي للإعلام وغيره من القطاعات الأخرى. إنَّ التخطيط الاستراتيجي للإعلام في السودان ظهر - بصورة علمية - لأول مرة مع ظهور الاستراتيجية العشرية 1992م-2002م والتي أفردت حيزاً كبيراً للإعلام الاستراتيجي من الناحية النظرية ولكن فشل التطبيق ونرى أنَّ ذلك يعود لضعف القيادات الاستراتيجية التي تولت تنفيذ تلك الاستراتيجية والتي تتولَّى حالياً تنفيذ الاستراتيجية ربع القرنية فضلاً عن دخول عوامل أخرى بعضها سياسي اجتماعي ثقافي والآخر مالي اقتصادي.

إنَّ الإعلام الاستراتيجي هو المرتكز الأول لتنفيذ الاستراتيجيات ومخاطبة الجماهير المستهدفة (داخلياً وخارجياً) بلغاتهم المختلفة وتوصيل الرسالة الإعلامية الاستراتيجية عبر الوسائط المتعددة التي يكون القائم بالاتصال فيها كفاءةً مؤهلاً و قادراً على التبليغ بمهنية عالية واحترافية.

ولأنَّ السودان ليس جزيرة معزولة عن واقعها الإقليمي تناول الفصل الاستراتيجية الإعلامية للإعلام الأمني العربي التي أُقرَّت في اجتماع مجلس وزراء الداخلية العرب المنعقد بتونس في كانون أول 1996م. والتي تجيء تأكيداً لدور الإعلام الأمني العربي في التوعية الأمنية والوقاية من الجريمة.

المفهوم الحديث للاستراتيجية:

تُعرَّف الاستراتيجية بأنها: «كل الأطروحات والوسائل والأفكار المتناسقة والمتكاملة التي من شأنها تحديد وتحقيق المصالح الوطنية وتحقيق ميزات وقدرات تنافسية من منظور عالمي للدولة تُمكنها من تحقيق غاياتها عبر أحسن استغلال للفرص والموارد، وتستجيب عبرها للمخاطر والتهديدات ونقاط الضعف في البيئة المحلية والدولية، ويتم عبرها تحديد الرؤية والرسالة والغايات والأهداف الاستراتيجية للدولة⁽¹⁾.

وتُعرَّف أيضاً بأنها: «قدرة الدولة على امتلاك القوة الشاملة وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق وتأمين المصالح الاستراتيجية الوطنية، ويمكن تعريفها أيضاً بأنها قُدرة الدولة على تشكيل المستقبل وفق الإرادة الوطنية».

ويعرفها «كين بلان شارد في كتابه: (المهمة الممكنة) بأنها: المنهج الذي يتم إتباعه بهدف تحقيق معنى للمهمة أو الرسالة، فإذا عرفنا أهدافنا الأساسية فهنا يكمن

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص54.

التساؤل حول كيفية الوصول إذاً إلى تحقيقها. وتعرّف الاستراتيجية أحياناً بأنها الطريق الذي تسلكه المؤسسة لإيجاد وضع مفرد لها⁽¹⁾.

وحتى يتم توضيح أبعاد هذا التفسير نُحدِّد ما يلي⁽²⁾:

- الاستراتيجية ما هي إلا وسيلة لتحقيق غاية مُحدَّدة وهي رسالة المؤسسة في المُجتمع، كما أنها قد تصبح غاية تُستخدَم لقياس الأداء في المستويات الإدارية الدنيا داخل المؤسسة، ومعنى ذلك أنه لا يمكن لأيِّ مؤسسة أن تستخدم مفهوم الاستراتيجيات إلا إذا كانت رسالتها في المُجتمع واضحة ومحددة تحديداً دقيقاً.

- الاستراتيجية تهدف إلى توفير درجة من التطابق والتي تتسم بالكفاءة العليا بين عنصرين أساسيين هما:

1. إيجاد درجة من التطابق بين أهداف المؤسسة وبين غاية المؤسسة.
2. إيجاد درجة من التطابق بين رسالة المؤسسة والبيئة التي تعمل فيها المؤسسة، والعمل على وضع دراسة دائمة ومُستمرة في البيئة التي تعمل فيها المؤسسة⁽³⁾.

قوة الإعلام والمعلومات واحدة من محاور القوى السبعة التي تكون الاستراتيجية الشاملة للدولة، ويعتبر الإعلام أهمها على الإطلاق، إذ أن وجود تلك القوى بغير الإعلام تظل منقوصة حيث يمثل الإعلام المُعزِّز لوجودها والداعم لها. من جهة أخرى فإنَّ الإعلام الأمني وبخصائصه المتفردة، هو الأقدر على تحقيق السند الاستراتيجي للأمن القومي داخلياً من خلال قدرة الدولة من التواصل الفاعل والإيجابي مع المواطنين، وقدرتها على التواصل الخارجي مع الجمهور الدولي، والمنافسة على مستوى الإعلام الأمني الدولي، وكذلك في محيطها الإقليمي.

وبهذا الفهم يُعتبر التخطيط الاستراتيجي للإعلام عموماً- والإعلام الأمني على وجه الخصوص- مطلباً عاجلاً ومُلحاً لأي دولة ترغب في تأمين أمنها الداخلي والدفاع عن أمنها القومي الشامل خارج حدودها الجغرافية.

«يرتبط الإعلام بموضوعات غاية في الأهمية، منها دوره تجاه تحقيق غايات الدولة ويشمل عمليات التشكيل الثقافي والسلوكي والبناء النفسي والوجداني للإنسان، والشق الآخر هو التأسيس لسيادة نظام الدولة من خلال مراقبة الأداء

(1) عاصم إدريس جعفر، ماجستير غير منشور «التخطيط الاستراتيجي للإعلام التنموي»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أمدرمان الإسلامية، 2012م، ص 22.

(2) المرجع السابق، ص 34.

(3) عاصم إدريس جعفر، ماجستير غير منشور «التخطيط الاستراتيجي للإعلام التنموي»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أمدرمان الإسلامية، 2012م، ص 21.

العام»⁽¹⁾.

التخطيط الإعلامي:

هو: «توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، أو التي يمكن أن تتاح، خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات»⁽²⁾.

ويُعرّف التخطيط الإعلامي بأنه:

اختيار وربط الحقائق بعضها ببعض، ووضع الفروض أو الافتراضات المتعلقة بالمستقبل فيما يتعلق بتحديد الأنشطة الواجب القيام بها من أجل تحقيق النتائج المرجوة.

إنّ التخطيط الإعلامي الشامل يعمل على تحقيق وحدة العمل الإعلامي بصوره وأشكاله كافة المختلفة، وفيه تُستغل الفقرات الإعلامية، والاتصاليّة بما فيه من قوى بشرية ومادية لتخدم الاستراتيجية العليا للدولة وللمجتمع كافة، ويلعب الإعلام الأمني في ذلك دوراً كبيراً حيث أنه الرابط بين جميع الاستراتيجيات القطاعية ويعمل على تنسيق وتحقيق أهدافها الفرعية حتى تتكامل نتائجها بتحقيق الأهداف الاستراتيجية للدولة، ولن يتسنى ذلك بدون تخطيط إعلامي واضح.

تعريف تخطيط الإعلام:

«أنّه اتخاذ التدابير العلميّة للاستفادة المثلى من الإمكانيات والقوى والكفاءات الإعلامية المتاحة، لتحقيق أهداف واضحة مُعيّنة مستقبلاً في إطار سياسة إعلامية محددة، وباستخدام خُطط إعلامية متكاملة يجرى تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة»⁽³⁾.

والتدابير العملية التي ينبغي اتخاذها هي التي تضمن تحقيق أهداف الإعلام بأكبر قدر من الفعاليّة والكفاية والتأثير، وذلك بالوسائل التالية:

أ. تعبئة القدرات والإمكانيات الإعلامية، واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطة الإعلامية.

ب. التنسيق بين القوى الفاعلة المؤثرة في العملية الإعلامية بحيث يكفل هذا التنسيق الوقت والجهد، وحسن الانتفاع بهما.

ج. الاستفادة المثلى من التقدّم الذي تحرزه العلوم والفنون والتقنية الحديثة في مجال

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الحكيم- منهج التخطيط في الإسلام، مرجع سابق، ص252
(2) حديد الطيب السراج، التخطيط الإعلامي لإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية خاصة، (الخرطوم : مؤسسة أروقة للثقافة والعلوم، رسائل في الثقافة والإعلام «3»، 2005م) ، ص11.
(3) محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، (القاهرة: دار الوفاء للنشر والتوزيع-المنصورة، 1988م) ص22.

العمل الإعلامي.

Strategic Planning مفهوم التخطيط الاستراتيجي :

إنَّ التطوُّرات المتلاحقة والمتغيرة التي يشهدها عالمنا اليوم والتي في مقدمتها ظاهرة العولمة والسيطرة الاقتصادية والسياسية بل والثقافية والاجتماعية، أصبح من الضرورة بمكان اتباع التخطيط الاستراتيجي وجعله أولويةً ومنهج لعمل كل مؤسسة أو شركة دعك عن الدولة.

«لم يعد في الإستطاعة إتخاذ القرارات بمجرد استقراء بسيط للأحداث الجارية ، فلا بد من توفر الرؤية واستطلاع الأحداث المستقبلية عبر التخطيط للأهداف التنظيمية ووضع السياسات وتصميم الاستراتيجية»⁽¹⁾.

التخطيط الاستراتيجي عمليةٌ متكاملة ومُستمرة تقوم بها الدولة أو المؤسسة، ويؤدي إلى أفعالٍ هادفة من خلال إعلان رؤية (Vision) ورسالة (Mission) عامة واضحة حول أسباب وجود الدولة أو المؤسسة حالياً (أين نحن الآن) ؟ وكيف وماذا نريد أن نكون؟، وبالتالي تصميم الخُطط الاستراتيجية وصنع القرارات المُهمَّة المرتبطة بإدارة الموارد الماديَّة و البشرية المتاحة أو التي يمكن توفرها. أى أنه عملية تحديد أو إعادة تقييم الرؤية، والرسالة، والغايات، ثم تحديد الأهداف بحيث تكون قابلة للقياس، ومن ثم تحديد وسائل تحقيق هذه الأهداف. ومتابعة تقويم المسار الاستراتيجي.

«التخطيط الاستراتيجي في مفهومه البسيط يعنى العملية التي بموجبها تتم دراسة تحليل الماضي والحاضر وتوقُّع الأوضاع المستقبلية بما يقود نحو تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها في المستقبل، ويشمل تحديد الوسائل والسياسات والأساليب اللازمة لتحقيق الأهداف بالجودة والتكلفة المطلوبة، كما يشمل تحديد ثقافة وفلسفة النشاط وكذلك الإطار الزمني لإنجاز الأهداف»⁽²⁾.

المرحلة الأولى في التخطيط الاستراتيجي هي وجود الأطر البشرية والكوادر المؤهلة القادرة على التفكير الاستراتيجي وتحديد الاستراتيجية العامة - الإطار الاستراتيجي أو المفاهيم الأساسية لعملية التخطيط «أسس الفاعلية والنجاح» وهي الرؤية والقيم والأهداف، وهي مرحلة تحليل الواقع الراهن، التقييم الداخلي والذي ينقسم إلى تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف، بينما التقييم الخارجي يتضمَّن الفرص والتهديدات.

(1) جمال الدين محمد المرسي وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، (القاهرة: الدار الجامعية، 2007) ص19.

(2) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4 (الخرطوم : مطبعة السودان للعملة ، 2009م) ص 29.

أهمية عملية التخطيط الاستراتيجي:

التخطيط الاستراتيجي هو عملية تخطيطية بعيدة المدى يتم خلالها تنسيق الجهود والموارد مع الفرص المتاحة مع الأخذ في الاعتبار للمتغيرات الداخلية والخارجية للمؤسسة أو الدولة. مع الحرص على تحديد كيفية الاستفادة من الفرص وتوظيفها التوظيف الأمثل، وتجنب المهددات. ولذلك تتبع أهمية التخطيط الاستراتيجي من كونه يُبين ويقود لتحقيق ذلك.

وتتمثل أهمية عملية التخطيط الاستراتيجي للإعلام في الآتي⁽¹⁾:

1. تحديد وتوجيه المسارات الاستراتيجية.
2. صياغة وتطوير رسالة المنظمة و أهدافها.
3. تحديد وتوجيه مسار العمل في المنظمة.
4. تحديد وصياغة الغايات والأهداف الاستراتيجية للمنظمة.
5. تحديد وتوفير مُتطلّبات تحسين الأداء وتحقيق نمو وتقدّم المنظمة.
6. التأكيد من ربط الأهداف الاستراتيجية لطموحات وأهداف أصحاب الأموال والإدارة العليا ومصحة أعضاء المنظمة.
7. توجيه الموارد والإمكانات إلى الاستخدامات الاقتصادية.
8. توجيه الجهود البحثية لتطوير أداء المنظمة وتدعيم موقفها التنافسي.
9. التأكيد من تحقيق الترابط بين رسالة المنظمة وأهدافها وما يتم وضعه من سياسات وقواعد وأنظمة عمل.

أهمية التخطيط الاستراتيجي يختلف تقديرها وضرورتها باختلاف الجهات المُخطّط لها. فالتخطيط للدول تختلف درجة أهميته عن التخطيط للمؤسسات، وكذلك الحال بالنسبة للتخطيط الاستراتيجي الشخصي. وفي كل الحالات يُعتبر التخطيط الاستراتيجي ضروري ومهم جداً.

وتتمثل أهمية التخطيط الاستراتيجي كما يراها علي عيسى عبد الرحمن في الآتي⁽²⁾:

1. يُساعدُ على تحديد الأهداف المراد الوصول إليها.
2. يُساعدُ على تحديد الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الأهداف.
3. يُساعدُ على تنسيق الأعمال على أسسٍ من التعاون والإنسجام.
4. وسيلةٌ فعّالة في تحقيق الرقابة الداخلية.
5. يُحقّقُ الاستثمار الأفضل.
6. تنبئُ منه خطط الإدارات أو قطاعات العمل.

(1) بلال خلف السكرنة، التخطيط الاستراتيجي، مرجع سابق، ص 95.

(2) علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة بالتطبيق على الوسائل الدعوية، مجلة معالم الدعوة الإسلامية، كلية الدعوة، جامعة أم درمان الإسلامية، العدد الثالث، ربيع الأول 1432 هـ - فبراير 2011م، ص 231

7. يجعل كل العاملين يعملون لتحقيق هدف واحد.
8. كما يعمل التخطيط الاستراتيجي على تحديد مسارات العمل في مجالاته المختلفة، ويعمل على اختصار الجهد والوقت في عملية التنفيذ.
9. يختصر الزمن في عملية التطوير.

هنالك إجماع بين كل الباحثين في مجال التخطيط الاستراتيجي على أهميته القُصوى في كل المجالات، وعلى كافة المستويات، وأنه يُمثّل بداية النجاح للجهة المُخطّط لها. سواء أكانت دولة فقيرة أو مؤسسة فاشلة. فهو إذاً الخطوة الصحيحة الأولى في المسار الصحيح الذي تهدف من خلاله إلى معرفة الواقع الحالي وكيفية ووسائل وموارد التغيير الاستراتيجي الإيجابي للتطور للأحسن.

«برزت أهمية التخطيط الاستراتيجي كمحور رئيس من ثورة الإدارة العامة والمدنية، باعتباره المنهج الذي يُمكن من التعامل الفعال مع خضم التغييرات التي تجئ من كل حذب وصوب في البيئة المحيطة، ويُمكن المؤسسات من أن تشق لنفسها مساراً فاعلاً في المستقبل، تحقق به ذاتها، بعد أن تبلورت - أولاً- ماهية هذه الذات وتبلورت الطموحات الممكنة المنبثقة عنها»⁽¹⁾.

التخطيط الاستراتيجي للإعلام في السودان:

لقد راج مفهوم التخطيط طويل المدى في مُنتصف الستينيات من القرن المنصرم، خاصة في الوقت الذي اهتمت فيه الحكومة الأمريكية بعملية التخطيط الاقتصادي وتبني بعض المنظمات لأساليب التخطيط والبرمجة، إلا أنه في أواخر الستينيات تعرّض التخطيط طويل المدى لانتقادات منها تجاهله للوسائل والأدوات اللازمة لتطبيق التخطيط، ومنها ظهر التخطيط الاستراتيجي (Strategic Planning) ليحل محل مفهوم التخطيط طويل المدى.

«يعنى التخطيط الاستراتيجي للإعلام السوداني بإيجاد الترابط والتناسق بين الأهداف الاستراتيجية بإيجاد الترابط والتناسق بين الأهداف الاستراتيجية والمرحلية والأهداف قصيرة الأجل، وكذلك الترابط والتناسق بين الأهداف والتشريعات والسياسات الاستراتيجية، وتحقيق التكامل بين كل منها بما يضمن وضع الجهود المتناثرة تجاه تحقيق الغايات المحددة، بأفضل السبل والتكاليف، وذلك في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمهددات والمخاطر والتطورات العلمية محلياً وإقليمياً ودولياً»⁽²⁾.

من خلال التعريف السابق نجد أنّ استراتيجية الإعلام السوداني تتناول

(1) جون م برايسون، التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات العامة وغير الربحية، ترجمة محمد عزت عبد الموجود، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 2003م)، ص 12.

(2) المرجع السابق، ص 22.

النقاط التالية⁽¹⁾:

1. دور الدولة على المدى البعيد.
2. امتلاك الدولة للقوة الاستراتيجية الشاملة.
3. علاقة الدولة ومؤسساتها ببيئة الإعلام الاستراتيجي.
4. عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
5. عملية صياغة ورؤية الدولة للإعلام الاستراتيجي.
6. تقييم البيئة الخارجية للإعلام.
7. تحديد البدائل الاستراتيجية المناسبة في ضوء رؤية ورسالة الدولة وغاياتها.
8. اختيار الغايات والأهداف الاستراتيجية.
9. تحديد الفرص والمُهددات.
10. تحديد نقاط الضعف والقوة.
11. إجراء تغييرات استراتيجية لمواجهة المُهددات والتحدّيات التي تعترض تحقيق الأهداف الاستراتيجية للإعلام المرئي.

القوة الاستراتيجية الإعلامية:

من أهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الأجنبية والتبرير لظاهرة العولمة والنظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، هو القوة الإعلامية، وبالتالي تتضح أهمية القوة الإعلامية كسلاح استراتيجي، وأي دولة لا تمتلك قوة إعلامية استراتيجية يعني أنها عرضة للتهديد بأشكاله المختلفة، السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والعسكري، ويمكن قياس القوة الاستراتيجية الإعلامية للدولة من خلال البنود التالية⁽²⁾:

1. وجود وفعالية آلية للتخطيط الاستراتيجي الإعلامي، التي تتولي متابعة تنفيذ الاستراتيجية وترعى خطة الدولة الإعلامية.
2. ملاءمة السياسات والتشريعات المتعلقة بالإعلام.
3. القدرة على إدارة التنسيق الإعلامي القومي.
4. حجم الإنتاج الإعلامي للدولة.
5. جودة الإنتاج الإعلامي للدولة.
6. قدرة الدولة على تكوين رأي عالمي ورأي وطني داخلي.
7. القدرة على الإرسال الاستراتيجي المبادر والمتمثل في:
أ. قدرة الدولة على اختيار مداخل إعلامية مناسبة.
ب. امتلاك الأعمار والمسارات والتقنيات الإعلامية الحديثة.

(1) عاصم إدريس جعفر، مرجع سابق، ص 24.

(2) الطيب إمام الشيخ، مرجع سابق، ص 86.

ج. وجود كوادرات إعلامية استراتيجية تستطيع مخاطبة الجمهور العالمي.
د. مدي النطاق الجغرافي العالمي للإرسال الإعلامي وعدد الجمهور الذي يشاهده.

8. مستوى السند الذي يوفره الإعلام لتنفيذ الاستراتيجية⁽¹⁾.
9. عدد الكوادرات الإعلامية بالمستوى الاستراتيجي.
10. قدرة الدولة على علاج نقاط الضعف الوطنية من خلال الدعم الإعلامي.
11. قدرة الدولة على البناء المعلوماتي.
12. امتلاك الدولة للقدرات والمزايا التنافسية العالمية في الإعلام.
13. مدى ملاءمة السياسات والبنية القانونية التي تدعم الإعلام الوطني.
14. مستوى الشراكات والتحالفات والترتيبات الاستراتيجية الدولية المتعلقة بالإعلام.
15. عدد الأجهزة الإعلامية من إذاعات وتلفزيونات وصحف ومجلات وإعلام إلكتروني⁽²⁾.

واقع الإعلام الاستراتيجي بالسودان:

الحديث عن إعلام استراتيجي بالسودان لم يتجاوز العقد الماضي، بُعيد الاستراتيجية العشرية 1992م - 2002م والتي لم يتمكن المؤلف من الحصول عليها. وقد ظهر بصورة واضحة ضمن الإستراتيجية رُبع القرنية . مع أنها لم ترد كإستراتيجية فرعية منفصلة وإنما وردت كمحور ضمن إستراتيجية بناء القدرات والارتقاء بالمجتمعات، مع محاور أخرى على رأسها محور التعليم، التعليم العالي والبحث العلمي، المعلوماتية، العلوم والتقانة، الإرشاد والأوقاف، الشباب والرياضة، مؤسسات المجتمع المدني، النظام الأهلي، ومحور الثقافة.

مفهوم الإعلام الاستراتيجي ينبغي أن يكون نابعا من الاستراتيجية القومية للدولة ومُعَصِّداً لها ومُتجانساً مع الاستراتيجيات القطاعية والفرعية الأخرى وساعياً لتحقيق الغايات والأهداف الاستراتيجية. حيث يتجاوز مفهوم الإعلام التقليدي الذي يعمل وفق رؤية داخلية دون مُراعاة البعد الخارجي ومدى قدرته على التأثير في البيئة الخارجية على المستويين الإقليمي والدولي، ولكل منهما وسائله وآليات التنفيذ المقترحة التي تقوم بدورها في توصيل الرسائل والمضامين المُراد توصيلها.

«من أهم سمات الإعلام التقليدي هو أنه يعمل على نقل المعلومة من المُرسِل إلى

(11) محمد حسين أبو صالح، السودان وصراع المصالح الدولية (مجلة جامعة أم درمان الإسلامية المحكمة، العدد السابع عشر 2009م) ص206، 204

(2) محمد حسين أبو صالح، السودان وصراع المصالح الدولية، مرجع سابق، ص206، 204

المستقبل عبر حوار أو فلم أو مسلسل وما إلى ذلك، إلا أن هذا المفهوم لا ينجح إلا في مجالات معينة حيث يصلح لإحداث تغييرات غير أساسية أو بناء نظام معلوماتي بسيط مثل نقل الأخبار»⁽¹⁾.

وبالتالي فإن مفهوم الإعلام الاستراتيجي كما يراه الكثير من الباحثين يقوم على مفهوم الأمن القومي للدولة. ويخاطب الجمهور العالمي بلغته بقدر مخاطبته للجمهور الداخلي عبر وسائل مختلفة ووفق محاور متنوعة ومتعددة.

مفهوم الإعلام الاستراتيجي بالسودان لا يوجد ولم يتم العمل به حتى الآن، فالأجهزة الإعلامية المختلفة عند وضع برامجها ينبغي أن تراعي الاستراتيجية القومية الشاملة واستراتيجية وزارة الإعلام والاستراتيجية القطاعية للمؤسسة الإعلامية المعنية سواء إذاعة أو صحف أو قناة فضائية أو إعلام إلكتروني، وبالتالي جميع وسائل الإعلام، عام أو خاص. وعند التنفيذ يجب أن يقوم المعدين بوضع أهداف ومحاور البرامج وفق هذه الاستراتيجيات، وعلى كل برنامج أن يحدد - وبدقة شديدة - ما هي أهدافه الصغيرة التي تُصَب - وبصورة مباشرة - في تحقيق الهدف الاستراتيجي للوسيط المعني وبالتالي يُعزَز الهدف الاستراتيجي للإعلام ثم الهدف الاستراتيجي للمحور المحدد في الاستراتيجية القومية ربع القرنية.

بمعنى أن يكون المسار الاستراتيجي للإعلام السوداني مساراً واضحاً في عمومياته وفق تخصص كل وسيط إعلامي بعد تحديد الجمهور المخاطب على المستويين الداخلي والخارجي تحديداً دقيقاً، وأن يكون المحتوى الموثق والمنشور داعماً للمسار الاستراتيجي للقطاع المعني دون خلل في أي مضمون. فما تورده القنوات الفضائية حول قطاع العلاقات الخارجية أو القطاع الاقتصادي -مثلاً- هو ذات المضمون الذي تورده الإذاعات وكذلك الصحف ووسائل الإعلام الإلكتروني، مع ضرورة أن تُبنى السياسات الإعلامية لجميع هذه الوسائل وفق الاستراتيجية الإعلامية وألا تحيد عنها لأي سبب. وهذا الأمر يرتبط بالتنسيق الإعلامي والتقييم المستمر والتقييم لمنع أو تقليل الانحرافات عن المسار الاستراتيجي للإعلام.

ولكن الواقع يؤكد عكس ذلك تماماً، إذ إن الاستراتيجية الربع قرنية التي تسري الآن، واستراتيجية وزارة الإعلام، جميعها لم تصل إلى وسائل الإعلام العامة والخاصة، ولم نجد منها مؤشرات هادية لأي وسيط إعلامي، حيث أن العمل يتم كيفما اتفق، وبحسب الرؤية الخاصة للمؤسسة الإعلامية.

من ناحية نظرية «يقوم مفهوم الإعلام الاستراتيجي على تحقيق السيطرة الإعلامية وتوفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية بما يشمل ذلك من القدرة على التواصل الفاعل مع المواطن، وإحداث تأثير أساسي في الجمهور العالمي والقدرة

(1) محمد حسين أبو صالح ، ورقة بعنوان (التخطيط الاستراتيجي للإعلام).

على بلورة رأي محلي وعالمي، وذلك بغرض مواجهة التحديات على البيئة المحلية والإقليمية والعالمية، ويتضمن تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية العالمية وامتلاك القوة الاستراتيجية الإعلامية»⁽¹⁾.

والقوى الاستراتيجية الإعلامية واحدة من مجموع القوى الاستراتيجية السبعة التي تعنى قدرة الدولة على امتلاك القوة الاستراتيجية الشاملة وتهيئة البيئة الداخلية والخارجية والاستفادة من الفرص وتجنب المخاطر والمُهدّات لتحقيق وتأمين المصالح الاستراتيجية الوطنية.

مرتكزات الإعلام الإستراتيجي ودعائمه الأساسية:

يرى أبو صالح أنّ الإعلام الاستراتيجي يقوم على:

1. مُرسل ذو قدرات استراتيجية وتفكير استراتيجي ينطلق من منظور عالمي وليس محلي.

2. وسيلة تتناسب مع البيئة الدوليّة من حيث مواصفات الإرسال ومن حيث نطاق الإرسال الذي يجب أن يكون عالمياً.

3. رسالة تُراعى التباين في البيئة الدوليّة بما في ذلك مستوى التقنيات والتطوّر الحضاري والقوانين والنظم، بعد أن كانت في المفهوم البسيط تتعامل مع بيئة بسيطة.

4. مُستقبل عالمي متباين من حيث الأديان والثقافات والعادات والتقاليد والأعراف والسلوك الاجتماعي واللغات واللهجات إلخ، بعد أن كان الإرسال موجهاً إلى مُستقبلين موحدين إلى حد كبير من حيث التركيبة الاجتماعية والثقافية والدينية واللغات المُستخدمة وما إلى ذلك.

الإعلام الاستراتيجي واستراتيجية الإعلام:

يتمثل الإعلام الاستراتيجي في رؤية الدولة للدور الذي يجب أن يقوم به الإعلام على المستويين الوطني والدولي، حيث أن المطلوب داخلياً يتمثل في زيادة الولاء الوطني وتعزيز الانتماء للدولة وتقوية البناء الاجتماعي وفق القيم والموروثات الاجتماعية وتحصين المجتمع من الاستلاب الفكري والثقافي، وعلى المستوى الدولي يكون دور الإعلام الاستراتيجي المساهمة الفاعلة ربط أبناء الوطن بالمهجر مع قضايا وطنهم بالداخل، وتحقيق أهداف الدولة في العلاقات الخارجية والتعريف بالفرص المتاحة في الوطن من حيث الاستثمار وجذب المستثمرين، وكذلك القدرة على مخاطبة شعوب وحكومات الدول الأخرى بلغاتهم عبر المنصات والوسائل الإعلامية الأخرى لتسهيل مهمة ودور الدبلوماسية الوطنية في تلك البلدان، وفتح آفاق أوسع للصادرات الوطنية. جاء في استراتيجية الإعلام أنّه: «لأبْدُ للإعلام أن يتكامل دوره في التنقيف والتعليم والترفيه وربط أقاليم البلاد ببعضها، وتضييق الفوارق بين الحضر والرّيف، ولأبْدُ للإعلام

(1) المرجع السابق.

كذلك أن يتسق أداؤه إقليمياً وقومياً لتشكيل وعي وطني مشترك»⁽¹⁾.

الأهداف الاستراتيجية للعمل الإعلامي:

من أهداف العمل الإعلامي التي حدّتها الاستراتيجية القومية الشاملة⁽²⁾:

1. الالتزام بمرجعيتي الشريعة الإسلامية، بما ينعكس على السياسات والبرامج والأطر، لتكتمل أركان الرسالة الإعلامية ووظائفها في توجيه المسيرة صوب مقاصدها.
2. العمل على تعزيز الوحدة الوطنية، والتطلعات القومية، والدعوة إلى السلام وتوحيد الصف.

3. الاضطلاع بدورٍ رائدٍ في مجالات التوعية والتعبئة.

4. الاهتمام ببرامج التحديث والاستخدام الأمثل للتقانة، ومواكبة التطور العلمي العالمي.

بنظرة متأنية للأهداف الاستراتيجية للإعلام نجد أنها في أهدافها ركزت على النُعد الداخلي للإعلام وأغفلت تماماً الجانب الخارجي الذي يُعد مجال صراع دائم ومستمر في مجال الإعلام الأمني الدولي، علماً بأن البيئة الخارجية من الأهمية بمكان تحليلها وتحديد المسار الاستراتيجي الإعلامي للتعامل معها من حيث الأجهزة الإعلامية والمضمون الإعلامي واللغات المستخدمة ونوعية القائم بالاتصال وتدريبه ليعمل باحترافية بما يعزز الأمن القومي ويجعل من وسائل الإعلام أداة فاعلة لحمايته بصورة دائمة. ويتجاوز ذلك لإحداث اختراق إعلامي في الجمهور الدولي المرسل إليه.

أمّا في مجال الإذاعة المسموعة، فالاستراتيجية الإعلامية ترمي إلى بسط السيادة الإعلامية الوطنية على كلّ شبر من أرض الوطن، بتطوير الإرسال الإذاعي وما يتطلّبه من امتداد شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتوفير الطاقة والتمويل. كما تهدف إلى إبلاغ صوت السودان إلى العالم كله، ومُخاطبة الرّأي العالمي، لطرح سياسة السودان وتوجهه الحضاري، وملاحم ثقافته الحافلة بالتعدّد والتنوّع، ولضمان فاعليّة هذا الطرح، لأبّد من توفير أجهزة الإرسال على الموجات القصيرة والمُنوّسطة، وموجات الترددات المُعدّلة، وإنشاء الاستديوهات في كلّ ولايات السودان، وتزويدها بالمُعَدّات المطلوبة، وتوفير وسائل نقل البرامج إلى مناطق إعادة البث.

مع أن العولمة الإعلامية والتطور التقني جعل من الإذاعات وسائل مهمة لمخاطبة الرّأي العام الدولي وتيسّر ذلك كثيراً، إلا أن الإذاعات الوطنية الخاصة والحكومية جميعها تبث باللغة العربية فقط ولم تنشأ أي إذاعة بلغة أخرى، مما يؤكد قصر نظرة الاستراتيجية وعم تنفيذها كما يجب، إما لعدم وجود التمويل اللازم أو لضعف التفكير الاستراتيجي وانعدام الإدارة الاستراتيجية، وهو أمر يجب أن يتم تداركه في

(1) استراتيجية الإعلام - وزارة الإعلام

(2) استراتيجية الإعلام، وزارة الإعلام، مرجع سابق.

التقييم للاستراتيجيات الخمسية ولكنه لم يحدث حتى الآن. وتلك نقطة ضعف كبيرة في الاستراتيجية الإعلامية.

خصائص الأهداف الاستراتيجية:

تتميز الأهداف الاستراتيجية بعدد من الخصائص والسمات، حُدِّت في الآتي⁽¹⁾:

1. مُحدَّدة (Specific).
2. تخضع للقياس (Measurable).
3. يُمكن تقييمها وملاحظتها (Assessable).
4. يُمكن تحقيقها بالإستناد إلى المصادر المتوفرة والنهج الإداري (Achievable).
5. يُمكن تطويعها خاصة في حالات التغيير المفاجئ (Adaptable).
6. مُترابطة مع بعضها البعض (Connected).
7. تدعم رسالة ورؤية المؤسسة (Supportive).
8. مقبولة من ناحية التكلفة و الوقت (Acceptable).
9. مُقاسة بالنسب لوقت ما (Timely).
10. تطوّر قدرات العاملين عليها (Extending Capabilities).
11. واقعية (Realistic).
12. تُكافئ من يعمل على تحقيقها (Rewarding).

يرى المؤلف أن الأهداف التي تتميز بهذه الخصائص هي أهداف ذكية ومرنة وقابلة للتطبيق والقياس وبالتالي التقييم والتقويم لمعالجة الانحرافات إن وجدت منذ البداية مما يُعزز تطبيق الاستراتيجية بكفاءة وفي الزمن المحدد وبالجهد المطلوب.

الاستراتيجيات الإعلامية بالسودان:

يُعنى التخطيط الاستراتيجي للإعلام السوداني بإيجاد الترابط والتناسق بين الأهداف الاستراتيجية والمرحلية والأهداف قصيرة الأجل، وكذلك الترابط والتناسق بين الأهداف والتشريعات والسياسات الاستراتيجية، وتحقيق التكامل بين كل منها بما يضمن وضع الجهود المتناثرة تجاه تحقيق الغايات المحددة، بأفضل السبل والتكاليف وذلك في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمهددات والمخاطر والتطورات العلمية محلياً وإقليمياً ودولياً⁽²⁾.

عليه فإن استراتيجية الإعلام السوداني تتناول النقاط التالية:

1. دور الدولة على المدى البعيد.
2. امتلاك الدولة للقوة الاستراتيجية الشاملة.
3. علاقة الدولة ومؤسساتها ببيئة الإعلام الاستراتيجي.

(1) فارسين أغابكان، محاضرات حول التخطيط الإستراتيجي وإدارة الأعمال، 2008
(2) الطيب إمام الشيخ، الاستراتيجية القومية وانعكاسها على الأداء القومي، مرجع سابق، ص 12.

4. عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
 5. عملية صياغة ورؤية الدولة للإعلام الاستراتيجي.
 6. تقييم البيئة الخارجية للإعلام.
 7. تحديد البدائل الاستراتيجية المناسبة في ضوء رؤية ورسالة الدولة وغاياتها.
 8. اختيار الغايات والأهداف الاستراتيجية.
 9. تحديد الفرص والمهددات.
 10. تحديد نقاط الضعف والقوة.
 11. إجراء تغييرات استراتيجية لمواجهة المهددات والتحديات التي تعترض تحقيق الأهداف الاستراتيجية للإعلام المرئي.
- يرى المؤلف أن الاستراتيجية الإعلامية للسودان - مع ضعفها من حيث التخطيط- إلا أنه أيضاً لم يتم تنفيذها بصورة مثلى، كما أنها أغفلت الدور الكبير للصحافة على المستوى الداخلي وما يمكن أن تقوم به في المحور الداخلي.

ونرجع ذلك لعددٍ من الأسباب، يؤجزها في الآتي:

1. لم تتمتع الاستراتيجية الربع قرنية عموماً بصفة أمرة مما أكسبها ضعفاً كبيراً. حيث يظل تنفيذ الاستراتيجية على كافة المستويات مرتبطاً بـ(مزاج) الشخص الذي يدير القطاع. وهذا يتطلب منح المجلس القومي للتخطيط الاستراتيجي ومجالس التخطيط الاستراتيجي بالولايات صفة مخولة وقوة إلزام ومراقبة بموجب قوانين مجازة من البرلمان والمجلس التشريعي الولائي.
2. لم يتمتع المجلس القومي للتخطيط الاستراتيجي ومجالس التخطيط الاستراتيجي بالولايات بقوة الرقابة والمحاسبة للمؤسسات القطاعية.
3. ضعف الرقابة على المسار الاستراتيجي للإعلام، وعدم تقويم استراتيجية الإعلام الاستراتيجي، رغم قيام مؤتمرات للإعلام.
4. غياب التنسيق بين الأجهزة المختلفة في مستويات الحكم مركزياً وولائياً.

5. كثرة التقاطعات بين الجهات المنفذة للاستراتيجية.
6. عدم تملك الاستراتيجية الإعلامية للوسائط الإعلامية التي أنيط بها تنفيذ هذه الاستراتيجية، وخاصة الوسائط الإعلامية الخاصة، التي تنشر وتبث وفق ما ترى، مما يجعلها تنشر أو تبث ما يضر بالأمن القومي ضرراً بليغاً في واحدة أو أكثر من مستوياته مكوناته، ولا سيما الأمن

- الاجتماعي والأمن الاقتصادي.
7. ضعف الدور الذي تقوم به وزارة الإعلام تجاه الوسائل الإعلامية، وخاصةً الوسائط الخاصة، التي لاتهرع إليها إلا في العمل التكتيكي الذي يرتبط بـ(الحكومة) وليس(الدولة)، وفي غير ذلك تظل علاقتها صفرية تماماً.
8. ضعف التمويل المطلوب.
9. ضعف الإدارة الاستراتيجية، بل عدما في كثير من المؤسسات الإعلامية.
10. ضعف وانعدام الثقافة الاستراتيجية وسط الكثير من المؤسسات الإعلامية.
11. ضعف وانعدام التنسيق الإعلامي الاستراتيجي بين المؤسسات الإعلامية والجهات المناط بها تفعيل استراتيجية الإعلام، ابتداء من كليات الإعلام بالجامعات السودانية مروراً بالاتحادات المتخصصة والمجالس ذات الصلة وحتى لجنة الإعلام بالبرلمان

«لا يمكن إعداد استراتيجية إعلامية في ظل غياب استراتيجية شاملة تتسم برسالة وأهداف محددة وواضحة، إذ إن الإعلام الاستراتيجي يخدم الأهداف الاستراتيجية للدولة»⁽¹⁾.

الاستراتيجية العشرية 1992م-2002م:

تمثل الاستراتيجية العشرية البداية الفعلية والحقيقية للتخطيط الاستراتيجي في السودان، وإن جاءت متأخرة كثيراً بعد الاستقلال إلا أنها أضافت كثيراً للمفهوم الاستراتيجي، وأوجدت نواة طيبة للتفكير الاستراتيجي. وإن كان يُعاب عليها عدم وضعها من مختصين في مجالاتهم وغلبت عليها الرؤية الأحادية من حيث المنظور الفكري حيث لم يشرك في وضعها جميع مكونات المجتمع السوداني بأحزابه المختلفة، ولعل ذلك يرجع لكونها جاءت في أعقاب الانقلاب العسكري في الثلاثين من يونيو عام 1989م، مما جعل القائمين عليها يبعد خبراء الأحزاب الوطنية الأخرى وضعها. فضلاً عن كونها لم يتم تقييمها بصورة علمية تجعل من ذلك إرثاً استراتيجياً للدولة.

يرى الخبير الاستراتيجي الفريق شرطة دكتور عثمان جعفر عثمان ساتي، أمين أمانة شؤون المجلس، بالمجلس القومي للتخطيط الاستراتيجي أن هذه الاستراتيجية تختلف عن البرامج والخطط التي تسبقها من حيث⁽²⁾:

أولاً: خطة أصيلة كبرى لتسخير طاقات المجتمع المبدعة كلها والاعتماد على الذات.

(1) محمد حسين أبو صالح، ورقة بعنوان (التخطيط الاستراتيجي للإعلام).

(2) عثمان جعفر عثمان ساتي، مقال منشور على شبكة الإنترنت <http://ipecs.sudanforums.net>

ثانياً: حركة المجتمع الواسع للتخطيط لنفسه ونسبة حركة الدولة وأجهزتها.
ثالثاً: تهتم لأول مرة بالإنسان بكل أبعاده كمحور إنساني تدور حوله الخطط والبرامج.
رابعاً: حددت أهداف كمية ونوعية واضحة انبنى عليها التخطيط ورسمت إطاراً زمنياً معلوماً يتم فيه الإنجاز.

خامساً: تمتاز عن غيرها من الخطط باتساق برامجها وخططها في القطاعات المختلفة وفق منظومة جامعة واحدة موحدة تربط الأصول الحاضر والمستقبل.
بهذا يُحمد للاستراتيجية العشرية قد وردت بها استراتيجيَّة للإعلام وإن جاءت منضوية تحت استراتيجية قطاع الثقافة والإعلام بصورة مباشرة بالرغم من أنَّ الجانب الإعلامي ينبغي أن يوجد كذلك في كل استراتيجيَّات القطاعات والاستراتيجيَّات الفرعية وبصورة منفصلة عن الثقافة حتى تتكامل كل الجهود الإعلاميَّة لتصب في رؤية ورسالة وأهداف الاستراتيجية الإعلاميَّة المناط بها المساهمة في تحقيق الاستراتيجيَّات القطاعات الأخرى من خلال الإعلام الاستراتيجي.

ملخص تقييم الاستراتيجية القومية الشاملة (1992-2002م):

إنَّ ملخَّص التقييم لم يتحدَّث عن استراتيجية الإعلام بصورة مباشرة وكأنما إرتضى أن يجيئ ذلك ضمن الإنجازات التي تحققت ودور الإعلام في ذلك، وهذا خطأ تاريخي كبير جداً في هذا الجانب.

«ماتم تحقيقه من انجازات واضحة في مجالات الترابط الاجتماعي والتعليم والصحة والمياه والطرق و الاتصالات والطاقة والتصنيع والقطاع الزراعي والحيواني وفي القطاعات الأمنية والخدمية لاتخطئه العين المُجرِّدة والذي تم في ظل أداء اقتصادي تميز بالنظرة الكلية المستقبلية»⁽¹⁾.

بالرغم من أنَّ التقييم الشامل للاستراتيجية ينبغي أن يتم وفق كل محور على حِدا حيث يتم التعرُّف على مواطن وأسباب القصور في كل محور لمعالجته في الإستراتيجيَّات القادمة إلا أنَّ ذلك لم يحدث، حيث تم التقييم بعد إنقضاء فترة الاستراتيجية وكان في عموميَّات وبدون مؤشرات نسب قياس، كما أنَّ التقييم أغفل الإعلام الاستراتيجي تماماً ولم يتطرَّق إليه من قريب أو بعيد.

التحليل بَرر العثرات التي لازمت تنفيذ الاستراتيجية- دون تحديدها تفصيلاً- بالطموح الزائد، وضمور الأهداف الاستراتيجية، والمتغيَّرات التي نتجت عن حرب الجنوب، والاستهداف الخارجي، وهو تقييم غير علمي، وفي هذا التبرير تأكيد على عدم وضع الاستراتيجية من خبراء مختصين في المجال الاستراتيجي.

«إن الاستراتيجية قد لازمتها بعض العثرات والتي تمثلت في ضمور نسبة الأداء في بعض قطاعاتها إلا أنَّ ذلك أمر طبيعي. وقد تكون إحدى أسباب التعثر هو

(1) عثمان جعفر عثمان ساتي، مقال منشور على شبكة الإنترنت <http://ipecs.sudanforums.net> ، مرجع سابق.

الطموح الزائد والرغبة في تجسير الفجوة عند صياغة الأهداف الكمية للاستراتيجية وما لازم إنفاذها من ضمور في الأهداف ومتغيرات ناتجة عن حرب الجنوب والاستهداف الخارجي فضلاً عن مشاكل صاحبت آليات التنفيذ والمتابعة لكونها أول تجربة حقيقية في صياغة استراتيجية عشرية»⁽¹⁾.

أهم المبادئ التي جاءت بها هذه الاستراتيجية العشرية:

وضعت استراتيجية محور الإعلام المنبثقة عن الاستراتيجية العشرية 1992م-2002م جملة من المبادئ التي حددت المسار الاستراتيجي للإعلام من منظور داخلي فقط وبصورة أقرب لأخلاقيات العمل الإعلامي. ومن أهم الصعوبات التي واجهت المؤلف عدم حصوله على نسخة من هذه الاستراتيجية حتى يقف عليها بصورة تفصيلية. ومع حداثة تجربة التخطيط الاستراتيجي إلا أنه من المعلوم أن لكل استراتيجية قيم موجّهة ومبادئ يجب أن تُراعَى عند تطبيق الاستراتيجية.

وأهم مبادئ الاستراتيجية الإعلامية⁽²⁾:

أ. مبدأ المسؤولية الاجتماعية بحيث يكون للإعلام دور هام في التوجيه والتعليم والترفيه.

ب. توفير المعلومات وتوسيع دائرة المشاركة.

ج. تملك الحقائق كاملة للجماهير وتناول الوقائع بالتحليل والشرح والتوضيح.

د. الصدق واستخدام المنهج العلمي لمعرفة حاجات الجمهور واتجاهته.

هـ. التسامي عن العصبية.

و. الالتزام بمبدأ سيادة القانون.

ز. الالتزام بمبادئ الإتصالات الدولية التي قبلها السودان.

ح. الالتزام بالمسؤولية الأدبية.

الاستراتيجية العشرية ومجالات العمل الإعلامي:

بالعودة إلى تقسيم الاستراتيجية الإعلامية وفق مجالات العمل الإعلامي ووسائطه المتعددة، نجد أنها تحدثت بالتفصيل حول مجمل عمل هذه الوسائط، وهو تفصيل ممتاز.

وقد تم تقسيم مجالات العمل الإعلامي، كما يلي⁽³⁾:

1. مجال الصحافة:

سعت الاستراتيجية القومية الشاملة في مجال الصحافة إلى تحقيق الأهداف

التالية:

(1) المرجع السابق.

(2) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مستقبل الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، (الخرطوم: د.ط، 2003م)، ص

أ. من حيث المحتوى والرسالة:

أكدت الاستراتيجية على حرية التفكير والتعبير للعمل الصحفي مع ربط هذه الحرية بضوابط المسؤولية الاجتماعية في تلازم تام بين حرية الصحافة ومسئوليتها. وقد صدر قانون للصحافة تحددت فيه حقوق الصحفيين ومسؤولياتهم، وتم فيه تعريف مهنة الصحافة وشروط الالتحاق بهذه المهنة.

ب. من حيث مقومات الصناعة الصحفية:

أكدت الاستراتيجية على النقاط التالية:

1. توفير المناخ المناسب لجلب رأس المال المُستثمر في الصناعة الصحفية.
2. تطوير شبكة توزيع الصحف وفتح المجال أمام الجهد الخاص في مجال التوزيع.

3. بناء شبكة اتصالات للدور الصحفية.

4. وضع برامج مُستمرّة للتدريب النظري والعملي.

5. إقامة مصانع للورق وتشجيع المستثمرين.

المحتوى أو المضمون الصحفي هو الذي يجب أن يكون داعماً ومعززاً للجوانب المختلفة للاستراتيجية بما يحقق الأهداف الاستراتيجية الرامية لحماية الأمن القومي، في أبعاده الثقافية الفكرية، السياسية، الاجتماعية، الرياضية، الاقتصادية، والعسكرية الأمنية، وغيرها من المحاور الفرعية. ولكن المؤلف -ومن خلال عمله كرئيس تحرير سابق لصحيفة يومية سياسية شاملة - يرى أنّ جميع تلك النقاط لم تتم، ولم تجد من يدعمها ويعمل على تنفيذها ومراقبة كيفية تحقيق ذلك، ومعالجة جوانب القصور وتذليلها. وما تزال صناعة الصحافة بالسودان تعاني كثيراً ولم تتطوّر إن لم تكن قد تراجعت على ما كانت عليه قبل عقود خلت.

2. مجال وكالات الأنباء:

جاءت الاستراتيجية في هذا المجال بالآتي⁽¹⁾:

1. تحقيق التوازن المطلوب في التدفق الإعلامي.

2. ربط السياسة الإعلامية بالتنمية.

3. العمل على إنجاح تجربة تطبيق النظام الاتحادي.

يجدر بالذكر أنّ بالسودان وكالة أنباء حكومية واحدة وهي كالة السودان للأنباء (سونا)، التي تمّ تأسيسها في 1/1/1970م ضمن خطاب الرئيس الأسبق جعفر نميري الذي ألقاه في مدينة الأبيض بمناسبة أعياد الاستقلال و تم افتتاح (سونا) رسمياً في العيد الثاني لثورة مايو في العام 1971م.

نرى أن وكالة السودان للأنباء في هذا الوقت لم يعد لها أي وظيفة ولم تعد

(1) المرجع السابق، ص.25

قائمة بأي أدوار تخدم الإعلام، وهي عبء كبير على وزارة الإعلام ووزارة المالية، حيث توجد بها أعداد كبيرة من العاملين وتشغل مبنى ضخم مؤسس من سبع أو ثماني طوابق، (لم يتسنى للمؤلف معرفة عدد العاملين بالوكالة ولا أدوارهم التي يقومون بها) - وعليه فنأمل أن يتم تسريح هذه الجيوش من الموظفين والإعلاميين وتخصيص المبنى للإعلام الأمني والإبقاء على مجموعة من الإعلاميين لا تزيد عن عشرة أفراد يقومون بالتغطيات وتنسيق جهود مراسلي الوكالة بالولايات.

3. في مجال الإعلام الإلكتروني:

أ. الإذاعة المسموعة:

1. تعميم البث الإذاعي في كل أنحاء السودان.
2. التغطية الإقليمية للإذاعة وخاصة في دول الجوار.
3. إبلاغ صوت السودان إلى العالم الخارجي.

ب. الإذاعة المرئية (التلفزيون):

1. وصول البث التلفزيوني لكل المناطق المأهولة بالسكان بنهاية فترة الاستراتيجية.
2. توفير الاستديوهات الكافية حسب المواصفات الفنية المتعارف عليها دولياً.
3. توفير وسائل نقل البرامج وإعادة البث بما يضمن تغطية كل أنحاء البلاد.
4. استثمار قناة في القمر الصناعي العربي.

فيما يتعلق بالبث الإذاعي (المرئي المسموع)، أحدثت الاستراتيجية خطأ كبيراً بين مفهوم «الإعلام الإلكتروني» الذي أشارت إليه، وبين البث الإذاعي بشقيه المسموع والمرئي، والفرق كبير جداً بين المجالين، حيث أنّ الإعلام الإلكتروني هو نمط جديد من أنماط الإعلام يقوم على الإنترنت، ويشمل جميع الوسائط الأخرى، وبهذا الفهم المتفق عليه دولياً حول مفهوم الإعلام الإلكتروني، نجد أن الاستراتيجية أغفلت هذا الجانب المهم تماماً.

وحتى البث الإذاعي والفضائي لم تقدّم حولهما رؤية ذات مسار استراتيجي واضح، وقد تزايدت وتيرة هذا القطاع من خلال رأس المال الخاص الذي ولج هذا المجال بقوة، ولكن لم يجد مساراً استراتيجياً يحدّد الأهداف الاستراتيجية المطلوب من الإعلام تحقيقها من أجل الأمن القومي الشامل.

ولم تتطرق الاستراتيجية للحديث حول الإعلام الأمني الدولي، وضرورة وجوده لمخاطبة المجتمع الدولي، ولا سيما في ظل التشويه الذي يتعرّض له السودان، ورسم صور مظلمة حوله، فاكتفت وزارة الإعلام بالإعلام المحلي وبلغة محلية لمخاطبة العالم عبر قنواتها الفضائية سواء تلك الحكومية أو الخاصة، ولم يفتح الله عليها بإنشاء قناة فضائية واحدة بلغة أجنبية.

ونجد أن غياب التقييم العلمي للاستراتيجية العشرية أضر كثيراً بالاستراتيجية اللاحقة (ربع القرنية) التي كأنما جاءت بغير معرفة الواقع الإعلامي وفق تحليل الاستراتيجية العشرية السابقة. وبذلك انعدم التواصل بين الاستراتيجية الأولى والثانية. مع إغفالها -كذلك- لتحديد أرقام يمكن قياسها فيما يتصل بصناعة الإعلام.

4. في مجال الإعلام الداخلي والخارجي⁽¹⁾:

أ. الإعلام الداخلي:

1. تطوير التصوير الفوتوغرافي وإنتاج الميكروفيلم باستخدام أحدث الأجهزة.
2. الاهتمام بالفيلم السينمائي الإخباري والوثائقي.
3. تطوير السينما المتجولة.

ب. الإعلام الخارجي:

1. انتقاء العنصر البشري والاهتمام بإعداده وتدريبه.
2. توفير المُعدّات والأجهزة.
3. توفير المعلومات وتصنيفها وحفظها وتسهيل استرجاعها.
4. إعداد إرشيف كامل والحرص على تطويره.
5. توظيف حركة نشر ناشطة تُصدِر النشرات الإعلامية.
6. تشكيل مجلس للإعلام الخارجي.
7. إحكام الصّلة بالمُلتحقّات الإعلامية السودانية بالخارج وكل سفارات السودان.

ت. في مجال الإعلام الإقليمي:

1. العمل على تأصيل الهوية السودانية بتعميق مُعتقدات الأمة.
2. إذكاء الحماس وبت الروح الجهادية في أفراد المجتمع.
3. الاهتمام بقضايا الريف والسعي لإيجاد الحلول لها.
4. ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية.
5. الدعوة إلى الاعتماد على الذات.
6. تمليك المواطنين الحقائق الكاملة.
7. محاربة العادات الضارة.
8. منح الأولوية لقضايا محو الأمية.
9. تحقيق مبدأ المشاركة في مشروعات التنمية.
10. توفير المعلومات اللازمة لمُساعدة المُجتمعات الريفية.

المعالجات الرئيسية التي يُرجى تحقيقها:

1. ترجمة هذه الاستراتيجية لبرنامج عمل ممرجل تعطي الأقاليم اهتماماً واسعاً.
2. استكمال البنيات الأساسية للإعلام الإقليمي واستقطاب الجهد الشعبي.

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مستقبل الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، مرجع سابق، ص. 26

3. توفير الموارد الكافية لتطوير العمل الإعلامي.
4. إفساح مجال أوسع للمادة الإقليمية في وسائل الإعلام القومية.
5. تحديد العلاقة بين إدارات الإعلام الإقليمي وهيئاته ومؤسساته المختلفة.

التدريب الإعلامي:

في هذا المجال جاءت الاستراتيجية بالآتي⁽¹⁾:

1. التنسيق بين أجهزة التدريب الإعلامي في الهيئات والمؤسسات الإعلامية المختلفة.

2. التعاون مع المنظمات الإقليمية والدولية.
3. الاختيار الدقيق لتقانة الاتصال.
4. اختيار نبرة إعلامية مناسبة للأداء الإعلامي.
5. الاهتمام بالبحث العلمي في مجالات الاتصال المختلفة.
6. إنشاء مركز قومي للوثيق والبحث العلمي.

توصيات عامة وختامية:

1. الاهتمام بكل قنوات ووسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى.
2. إنشاء جهاز لقياس الرأي العام حسب الأسس والمواصفات العالمية.
3. معالجة قضايا الإعلام بالولايات.

تقييم برنامج الاستراتيجية العشرية:

بالرجوع إلى كُتِبَ تقييم العشرية وقبل الدخول في الاستراتيجية ربع القرنية نجد الآتى⁽²⁾:

التقييم من حيث الموجهات والأهداف:

- عوّلت الاستراتيجية كثيراً على الدور الإعلامي في تحقيق الأهداف العامة الآتية:
1. الاهتمام بانطلاق الإعلام اتحادياً وولائياً مع توجه البلاد الذى يُعَبَّرُ عن ميثاق أهل السودان ومُوجَّهات الدستور.
 2. الاستمرار في سياسة الملكية الخاصة لوسائل الإعلام المنشورة.
 3. التأمين على ضرورة وصول البث الإعلامي الاتحادي القومي الذى يُعَبَّرُ عن المركزية الإعلامية لكل أطراف السودان وزيادة مدى وصول إذاعة أم درمان خدمة للمغتربين.
 4. الاهتمام بالتطور التقني في مجال ثورة المعلومات الإعلامية وحماية الثقافة السودانية.

5. وضع السياسات اللازمة لمحاربة الوقوف ضد توجه الدولة الحضاري.

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مستقبل الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، مرجع سابق، ص 28.

(2) المرجع سابق، ص 28 - 29 .

6. توزيع مرافق الإعلام الاتحاديّة بشكلٍ يُمكنها من خدمة أغراض الإعلام الاتحادي والولائي معاً.

7. العمل على تجويد الثقافة والفنون في كل جوانبها الفكرية والسلوكية والإبداعية تأصيلاً لقيم التراث الديني والثقافة الوطنية.

بالإضافة لهذه الموجهات فهناك أهداف وردت في البرنامج، أهمها⁽¹⁾:

1. الالتزام بمرجعية الشريعة الإسلامية مما ينعكس على السياسات والبرامج لتكتمل أركان الرسالة الإعلامية.

2. العمل على تعميق مبادئ الوحدة الوطنية والتطلعات القومية والدعوة للسلام.

3. تأكيد مبادئ السماحة والعدالة والخريّة والشورى والمساواة وحفظ التوازن بين صوت الفرد والجماعة.

4. الاهتمام ببرامج التثوير الإداري وتوعية المواطنين بأهمية الانضباط وإصلاح الخدمة والإهتمام بالعمل كقيمة دينية و أخلاقية وإنتاجية.

5. الاهتمام ببرامج التحديث والإستخدام الأمثل للتقانة ومواكبة التطور العلمي العالمي.

6. مواكبة التطور التقني الهائل في مجال صناعة المعلومات وحفظها.

«وتمشياً مع ما جاء في الدستور وقانون الحكم الاتحادي، فقد تمت مراجعة التشريعات التي تنظم العمل الإعلامي والثقافي باعتبار أن الإعلام لم يعد شأناً مُشتركاً مع الولايات حيث تم إلغاء بعض التشريعات لتواكب الدستور وقانون الحكم الاتحادي، وقد تمّت مراجعة قانون رعاية المبدعين وقانون المكتبة الوطنية وقانون تنظيم الثقافة»⁽²⁾.

على الرغم من الفرق الكبير بين التخطيط والتخطيط الاستراتيجي إلا أن الاستراتيجية العشرية 1992م -2002م لم ترق لمستوى الاستراتيجيات بمفهومها الشامل كما أنها ليست خُطة تقليدية. ويُحمدُ للقائمين على أمرها أن جعلوا منها نواة وبداية حقيقية للتعريف بمفهوم الاستراتيجيات والتحليل الاستراتيجي والتقييم والتقويم ونشر ثقافة التفكير الاستراتيجي بالسودان، و في هذا الجانب يمكن القول أنها أسهمت كثيراً.

نرى أنّ الاستراتيجية العشرية لم تبين خارطة المسار الاستراتيجي التي تساعد في المزيد من إحكام التنسيق الرأسي والأفقي في كل المجالات الإعلامية، وتبيين ما هو مطلوب استراتيجياً وينبغي أن يكون، وبين ما هو مرفوض إستراتيجياً وينبغي ألا يكون لأنه سوف يحد من تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

(1) المرجع السابق، ص 29.

(2) المرجع السابق، ص 30.

«إنَّ خارطة المسار الاستراتيجي تحدد المصالح الوطنيَّة الاستراتيجية كما تُحدِّد كافة نقاط الضعف والمهددات التي تعترض تحقيق تلك المصالح، وهذا يعني وضوح المصالح وكذا وضوح القضايا الاستراتيجية، على هذه الخلفيَّة ينطلق الإعلام الاستراتيجي حيث يصبو أهداف استراتيجية مباشرة نحو تلك القضايا الاستراتيجية، بعضها مباشر مثل تحقيق رأي عام عالمي تجاه موضوعات معيَّنة، وبعضها يتعلق بالتغيير الاستراتيجي مثل تغيير السلوك الاجتماعي أو السياسي السلبي»⁽¹⁾.

نرى أن الاستراتيجية العشرية 1992م - 2002م، تمثل نقلة كبيرة ونوعية في مجال (التفكير الاستراتيجي) الذي يمث النواة الرئيسة للاستراتيجيات، وهي أول استراتيجية قومية للدولة، وبرغم ذلك فقد تمت صياغتها على استعجال، ولم تخطط - كما يجب - لكل المحاور المونة لها، ولا سيما المحور الإعلامي، ونرجع ذلك للبيئة المحيطة بالمخططين الذين غلب عليهم البعد السياسي والأمني ولم يكونوا من ذوي الاختصاص.

الاستراتيجية ربع القرنية:

لم تتحدَّث مقدِّمة محور الإعلام بالاستراتيجية ربع القرنية عن مفهوم للإعلام الاستراتيجي، بقدر ما أنها تحدثت بعموميَّات حول الدور الاجتماعي والثقافي للإعلام.

«الإعلام هو أساس تقدُّم المجتمعات البشرية، وإنما خلقت الحضارة الإنسانية يوم خلق الإعلام، ويمكن تلخيص التاريخ الحضاري والواقع الحضاري البشري بأنه انعكاس لمدى تقدم مفهوم الإعلام ووسائلهما. وأن مجال نشاط الإعلام هو الإنسان عقله، وفكره، واتجاهاته، وعقائده، ومثله، وحاجاته النفسية، وحاجاته الاجتماعية وحاجته المادية. فمسؤولية الإعلام مسؤولية كبيرة بحجم النشاط الإنساني كله»⁽²⁾.

ثم دلفت مباشرة للحديث عن ربط السودان من خلال إعلام يراعى الفروقات ويعضد التنقيف والترفيه ويسهم في خلق وعي قومي، دون الإشارة لوعي دولي حول السودان الذي يحتاج إعلام دولي قادر على الوصول للجمهور الخارجي.

«وفي بلد مثل السودان شاسع المساحة، مترامي الأطراف تتداخل فيه القوميات وتتلاقح فيه الثقافات، ويعاني مثل غيره من بلدان العالم الثالث من هُوَّة بين الحضر والريف لابد أن تطور دور الإعلام في التنقيف والترفيه، وربط أقاليم البلاد ببعضها، ولا بد للإعلام الاستراتيجي أن ينسجم قومياً وإقليمياً، بخلق وعي قومي مشترك في هذا العصر»⁽³⁾.

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، مرجع سابق، ص 347.

(2) الاستراتيجية ربع القرنية، استراتيجية محور الإعلام، ص 115.

(3) عاصم إدريس جعفر، مرجع سابق، ص 36.

وفي إطار الاستراتيجية ربع القرنية للإعلام، وُضعت رؤى مستقبلية من خلال مشروعات ذات غايات وأهداف بعيدة المدى، للتحوّل نحو عالم التقنيات الحديثة بالأساليب العلمية المتطورة والمواكبة لما يدور في مجال وسائل الإعلام، في ظل التطور المذهل في عالم صارت العولمة إحدى مميّزاته»⁽¹⁾.

وقد تبلورت هذه الرؤى في:

- أ. وضع الاستراتيجيات والسياسات والخطط والبرامج، في مجال الإعلام لتحقيق أهداف الدولة من حيث أمن المواطن ومعاشه، ووحدة أقاليم الدولة وسلامة أراضيها.
- ب. رفع الوعي الوطني الرسمي والشعبي بمعاني صناعة المعلوماتية وبناء مجتمع المعلومات.
- ج. التعريف بالسودان ومكوناته وتوجهاته الحضارية، وموروثاته الثقافية والتبشير بدوره الحضاري في المنطقة والعالم، وتمليك الحقائق والمعلومات للجماهير.
- د. ربط كل أقاليم السودان بالوسائل التقنية الحديثة.
- هـ. صناعة الأجهزة الإعلامية داخلياً⁽²⁾.

1. الغاية:

إرساء دعائم نظام إعلامي مُقتدر، ومتمكن، ومنفعل، ومنفتح، لأمة سودانية موحدة آمنة، متحضرة، متقدمة ومتطورة.

2. الأهداف:

- أ. أن تكون أجهزة الإعلام شراكة بين الدولة والقطاع الخاص:
1. أن تسعى الدولة لخصخصة مرفق التلفزيون، وفتح باب المنافسة بين شركات الإنتاج المحلية والأجنبية.
2. تطوير قدرات القطاع الخاص لتغذية أجهزة الإعلام.
3. تطوير بنية إعلامية قوية، حتي يكون الإعلام مورداً من موارد الدخل القومي في البلاد.
- ب. الإعلام لكل قطاعات الشعب السوداني وفئاته وتنظيماته المختلفة وفي كل أرجاء السودان:

(1) تغطية الأجواء السودانية إعلامياً، والعمل على تملك الأجهزة الإعلامية لكل المواطنين.

(2) توفير الامكانيات اللازمة الخاصة بنقل المعلومات بالسرعة المطلوبة.

(3) الاهتمام بتدريب الكوادر العاملة بأجهزة الإعلام، حتى تتنافس الأجهزة العالمية.

(4) توفير الأجهزة ومعينات نقل التقانة لكل الأفراد في البلاد.

(1) الاستراتيجية ربع القرنية، استراتيجية محور الإعلام، مرجع سابق، ص 115.

(2) المرجع السابق، ص 116

(5) بث البرامج الهادفة للأطفال حماية لهم من سلبيات البرامج الواردة من القنوات العالمية.

(ج) التعبير عن قيم المجتمع ومعتقداته بكل شرائحه وتعزيز قيم الوحدة الوطنية:

(1) الدعوة للسلام والوحدة الوطنية.

(2) استقطاب الجماهير لتتوحد حول الهدف القومي لتنمية الشعور للانتماء للوطن والأمة.

(3) تحصين الجبهة الداخلية ضد الإشاعة المغرضة والتشكيك، والفكر الهدام والانحراف.

(4) التصدي الواعي للإعلام المضاد، والغزو الثقافي المُستهدف لهويتنا وقيمنا وثقافتنا.

(5) إعلاء القيم الفاضلة والسامية ومحاربة الأدواء الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية وتفجير الطاقات وتشجيع السلوك المنتج.

(6) تبسيط الحقائق العلمية والمعرفة والمعطيات التقنية ومواكبة التطور العلمي والحضاري دون مساس بالتقاليد المرعية والقيم الاجتماعية.

3. السياسات: (1)

أ. وضع الهياكل والنظم وسياسات تشجيع الاستثمار في مجال الإعلام بسن القوانين وتمليك أجهزة الإعلام والاتصالات لقطاعات المجتمع.

ب. كفالة التنافس الحر في مجال الإعلام والمعلوماتية.

ت. اعتماد المسؤولية الاجتماعية كمؤجّه للسياسة الإعلامية والتسامي عن العصبية وتقوية الانتماء القومي، واحترام الأعراف والتقاليد الحسنة.

ث. تعبئة الرأي العام في اتجاه التنمية التقنية والمعلوماتية، رفقاً للوعي القومي بأهمية استخدام المنتجات التقانية، وتطبيقات صناعة المعلوماتية وتبصير المجتمع بالأخطار والآثار السالبة الناتجة عن هذه الاستخدامات والتطبيقات.

ج. انتهاج سياسة الانفتاح الرشيد والإيجابي في التعامل مع الثقافات المغايرة دون إفراط أو تفريط.

ح. حث الشعب على المشاركة الإيجابية في عملية التنمية، وعلى البذل والإنتاج، وإعلاء قيمة العمل.

4. الأولويات:

أ. إعادة الهيكلة وسن القوانين:

(1) إعادة النظر في التشريعات والقوانين التي تحكم العمل الإعلامي وتطويرها.

(2) سن القوانين التي تتيح حرية تداول المعلومات بين جميع المواطنين.

(1) الاستراتيجية ربع القرنية، استراتيجية محور الإعلام، مرجع سابق، ص 118

3) إدخال إصلاحات هيكلية وإدارية للارتقاء بأداء الهيئات والمؤسسات العاملة في الإعلام.

4) التمسك بأسلوب المنجزات التراكمية.

ب. الانتشار⁽¹⁾:

1. أن تُعطي أجهزة الإعلام كل أرجاء السودان.
2. تعبئة الرأي العام الداخلي وتوعية المواطن بالمخاطر الأمنية التي تحيط بالسودان.
3. نشر الفكر السوداني وبث كل الثقافات السودانية من خلال أجهزة الإعلام.
4. الوصول إلى الرأي العالمي وتعريفه بما يجري في السودان.
5. تنشيط الإعلام الخارجي بالتنسيق مع الجهات المعنية.
6. تنشيط العمل الإعلامي بين السودان والدول العربية بصفة خاصة وكافة الدول الصديقة بصفة عامة.

في هذا المحور تحدثت الاستراتيجية - ولأول مرة - عن «مؤشرات» أهداف الإعلام الأمني، وكيفية صناعته، وتحسين الرأي العام الداخلي، ومخاطبة الرأي العام الدولي من خلال الإعلام الأمني الدولي، حيث وردت «تعبئة الرأي العام الداخلي وتوعية المواطن بالمخاطر الأمنية التي تحيط بالسودان»، وهذا من أهم أهداف الإعلام الأمني الشامل، وفيما يتعلّق بالإعلام الأمني الدولي من المنظور الوطني تحدثت حول (الوصول إلي الرأي العالمي وتعريفه بما يجري في السودان)، و(تنشيط الإعلام الخارجي بالتنسيق مع الجهات المعنية)، ولم تغفل كذلك الأمن الإقليمي وضرورة الإعداد لحمايته وتعزيزه عبر الإعلام الأمني، حيث أشارت لذلك (تنشيط العمل الإعلامي بين السودان والدول العربية بصفة خاصة وكافة الدول الصديقة بصفة عامة)، مع تركيزها على الأمن القومي العربي وإغفالها للأمن القومي الإفريقي، وليتها تحدثت بوضوح حول الأمن القومي الإسلامي.

ج. الدعم المالي:

- 1) توفير الموارد المالية لأجهزة الإعلام حتى تقوم بدورها المنوط بها، وذلك برصد الميزانيات والاعتمادات المناسبة والكافية.
- 2) إعادة تأهيل أجهزة الإعلام بالموارد والكوادر والمعدات بحسبان ذلك هو المدخل الطبيعي لتنفيذ الاستراتيجية.

د. التقييم:

إن عملية التقييم تستهدف الكشف عن مواطن الضعف والقوة في الأداء الإعلامي ومدى فاعلية التأثير على من يتجّه إليهم هذا التأثير من الأفراد والجماعات والمجتمعات

(1) الاستراتيجية ربع القرنية، استراتيجية محور الإعلام، مرجع سابق، ص 118

وذلك حرصاً على التحسين والتجويد المستمرين.
وتقوم عملية التقييم على مراحل تتداخل مع بعضها البعض وتتسم بالاستمرارية والشمول وهي كما يلي⁽¹⁾:

- أ- التقييم القَبلي: يتم منذ بداية المشروع أو البرنامج.
 - ب- التقييم الدوري: وهي العملية التي تجرى أثناء التنفيذ.
 - ج- التقييم البُعدي: يتم بعد الانتهاء من البرنامج.
- «وضماماً لفعالية عملية التقييم، ينبغي تحديد آلية أو أجهزة تقوم بإنفاذ هذه العملية وفقاً للمعايير العلمية المطلوبة، وذلك بمراجعة المشروعات الواردة بالاستراتيجية الإعلامية ورصد إيجابياتها وما اعترضها من مُعَوِّقات ومُشكلات، والعمل على تذليلها ورسم السياسات التنفيذية التي تساعد على تطوير المشروعات»⁽²⁾.
- هـ. المتابعة:

أ- تحديد الجهات التي تتولى متابعة التنفيذ والمشاكل المرتبطة بها وذلك على النحو التالي:

- 1) على مستوى القطاع.
- 2) على مستوى التخصص.
- 3) على مستوى القسم.
- 4) على مستوى الوحدة.

ب . انتهاج الأسلوب العلمي في عمليات المتابعة.

الاستراتيجية ربع القرنية حدث بها تطور كبير في مجال التفكير الاستراتيجي، وتوسّع النظرة المستقبلية، ولكنها - أيضاً- غلب عليها البعد الأيدولوجي، وخُطط لها بمنظور أحادي، ومن المفترض أن يتم تعديلها ومراجعتها عند التقويم بعد انفصال الجنوب وزيادة دائرة مشاركة الأحزاب السياسية وتوقيع الحركات المسلحة على اتفاقية الدوحة، وكذلك بعد مخرجات الحوار الوطني.

الاستراتيجية الإعلامية الأمنية العربية:

إنّ التحديات الأمنية التي واجهت الدول العربية في بداية الثمانينات (مع بدايات تطبيق مفهوم الإعلام الأمني الذي أطلقته جامعة نايف) كانت متشابهة لحدٍ ما ولذلك نجح مجلس وزراء الداخلية العرب في وضع استراتيجية على المستوى القطري للإعلام الأمني. ولكن في العشر سنوات الأخيرة وبُعِيد أحداث الحادي عشر من سبتمبر وحرب الخليج وثورات الربيع العربي لم يعد هنالك اتفاقاً عربياً حول مفهوم الإعلام الأمني. وبالرغم من ذلك فقد تضمنت الاستراتيجية الإعلامية العربية

(1) الاستراتيجية ربع القرنية، مرجع سابق، ص 118

(2) المرجع السابق، ص 119.

لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين الأهداف التالية⁽¹⁾:

1. إبراز الهوية الحضارية العربية والتعريف بها وتنميتها والمحافظة عليها وتقديم الصورة الصحيحة للرأي العام العالمي عن العرب وتاريخهم وثقافتهم وجهودهم المتواصلة على طريق التنمية والتقدم.
2. التأكيد على الثوابت في مسيرة الأمة العربية كوحدة مصيرها. ونبذ الصراعات والخلافات والتحصن بالقيم والتراث الروحي والعلمي والفني والحضاري.
3. إغناء شخصية المواطن العربي في إطار متوازن من الأصالة والمعاصرة باعتبارهما قضية محورية في ظل العالم المفتوح.
4. تضيق الفجوة التقنيّة في المجال الإعلامي بين الإعلام العربي وبين الدول المتقدّمة المالكة لتقنيات الاتصال.
5. التعامل مع المواطن العربي من خلال الدقة والصدق والموضوعيّة واحترام حُرّيّة التعبير.

6. توفير البديل الإعلامي العربي في عصر الفضاء المفتوح.

«وأشارت الاستراتيجية -إضافة إلى ذلك- إلى إطلاق قنوات عربية جماعية متخصصة تهتم بتقديم الخدمات والتصدي للمشكلات المشتركة وإنشاء مؤسسة قومية للإنتاج الإعلامي القومي وإنشاء مراكز قومية للحاسب الآلي، والبحوث، والتنمية البشرية»⁽²⁾.

وبتفصيل أكثر حول الجزئية المتعلقة بالإعلام الأمني، فقد أقرّ وزراء الداخلية العرب في دورته الثالثة التي انعقدت بتونس في الفترة من 4-6 يناير 1996م الاستراتيجية الإعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة.

نلاحظ كذلك أن الاستراتيجية الإعلامية العربية، ارتبطت فقط ب(التوعية الأمنية والوقاية من الجريمة)، وفي هذا تقليل كبير من دور ورسالة وأهداف الإعلام الأمني، وحصرها في هاتين الجزئيتين فقط، (التوعية الأمنية) و(الوقاية من الجريمة)، وهي أعمال داخلية يقع عبء العمل على تنفيذها ل(فرع) صغير من فروع الإعلام الأمني الشامل، ومع ضرورة ذلك، إلا أن الأوفق والأوجب للاستراتيجية العربية للإعلام الأمني أن تتوسع في أهداف الإعلام الأمني وربطه ب(الأمن القومي العربي)، كمنظومة متكاملة في إطار وحدة جامعة الدول العربية، مع التأكيد على أن الأمن القومي العربي كلّ لا يتجزأ، ومهدّداته متغيّرة ومتنوّعة، بعضها داخلي - وهذا هو الذي خاطبته الاستراتيجية - وبعضها إقليمي والبعض منها دولي، وبالتالي نأمل إعادة

(1) عبد الرحيم نور الدين حامد، مفهوم الإعلام الأمني في ظل التطورات التكنولوجية الإعلامية، مرجع سابق، ص 49-50

(2) تقرير الخبراء حول ملامح الاستراتيجية الإعلامية العربية: 1996م، ص 98.

النظر في قراءة هذه الاستراتيجية مع استصحاب المهددات الأمنية للدول العربيّة التي تشكل (نقاط ضعف) والتي يجئ على رأسها الإرهاب، البطالة، المخدرات، التكفير والتطرف (الأمن الفكري)، البيئة، الأمن المائي، الأمن الاقتصادي، الأمن الغذائي، حقوق الإنسان وتعزيزها، الحريّات العامة والحريّات الصحفيّة، والأمن الصحي..إلخ. مقرونة مع (نقاط القوة) التي يجب التوحّد حولها وتعزيزها على مستوى العالم العربي وكذلك الدول العربية منفردة.

استراتيجية الإعلام الأمني العربي تمثل المدخل الصحيح لبلورة إعلام أمني عربي فاعل وهادف وقادر على تحقيق غايات الأمن القومي العربي في بيئته الداخليّة الإقليميّة وعلى مستوى الأقطار العربية في عمقها الوطني، لتتكامل تلك الأدور للإسهام الفاعل في تعزيز الأمن الدولي في محاور الاقتصاد، الصحة، البيئة، الفكر والثقافة، الأمن الغذائي، المياه، الأمن السياسي، وكذلك الأمن العسكري الذي يعد المرتكز الرئيس لإشاعة الطمأنينة في الإقليم وفي العالم، وهذا يتطلّب إعادة قراءة الاستراتيجية من منظور أشمل وأعم، ويستوجب ذلك أن تقوم جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بتقديم رؤى ومؤشرات عامة لمجلس وزراء الداخليّة العرب توطئة لرفعها لقمة عربيّة، تستصحب الأبعاد المختلفة للأمن القومي العربي وكيفيّة تعزيز دور الإعلام الأمني في تحقيقه.

**الفصل السابع:
الإعلام الأمني والأمن القومي**





الفصل السابع: الإعلام الأمني والأمن القومي

تمهيد:

برز مفهوم الإعلام الأمني مُرتبطاً بالعمل الشُرطي في ظل الأدوار المطلوبة من وزارات الداخلية تحقيقها على المستويات (الداخلية) للدول العربية. هذه البيئة التي ارتبطت بنشأة الإعلام الأمني والظروف الداخليّة للدول العربية جعلت من الإعلام الأمني- بهذا المفهوم- أقرب للإعلام (التوعوي) الذي يدور في فلك التوعية الجماهيرية والتعريف بمخاطر الجريمة والحوادث المختلفة بما فيها الحوادث المرورية. مع تطوّر المفهوم و-كذلك- زيادة (المخاطر والمهددات) الداخليّة للأمن وشيوع التطرّف الفكري والإرهاب والجرائم الإلكترونيّة، وغيرها من مهددات الأمن القومي، كان لا بُد من إعادة النظر في المفهوم ومراجعته بما يتواءم مع تلك المتغيّرات على ساحة الأمن الداخلي للدول العربية من جهة وربطه بأمن الإقليم من جهة ثانية. يُضاف لذلك تغيّر مفهوم الأمن القومي في العشر سنوات الأخيرة، وتوسّعه حيث لم يعد قاصراً على العمل العسكري فقط. أسهم ذلك في ضرورة إعادة قراءة الإعلام الأمني من منظور أوسع وأشمل للأمن القومي، الذي أصبح يشمل جوانباً مختلفة تدور حول «الإنسان» وترتبط به سلباً أو إيجاباً، ولا غرو فالإنسان هو خليفة الله في الأرض وهو المعني بـ«الأمن».

هذا الواقع الجديد لمفهوم «الأمن القومي» ألقى بظلالٍ كثيفة على العلاقة بين الإعلام الأمني من جهة والأمن القومي من جهة أخرى، وبينهما قواسم مشتركة تستدعي هذه الظلال مراجعتها بصورة شاملة ابتداء من حقوق الإنسان وواجباته والسياسات الإعلامية والعلاقة بين المؤسسات الإعلامية والأجهزة الأمنية، ثم كيفية وضع الاستراتيجيات الإعلامية القادرة على صناعة إعلام أمني فاعل وقادر على حماية وتعزيز الأمن القومي بمفهومه الشامل (الأمن الإنساني).

تعريف الأمن القومي:

حادثة المُصطلح جعلت تعريفاته متفرّقة بحسب المنظور الذي يرد في سياقها التعريف، فالأمن القومي الأمريكي يختلف عن الأمن القومي العربي الذي يختلف بالضرورة عن الأمن القومي الإسلامي، وهكذا. فضلاً عن وجود مُحدّدات أخرى تحول دون التوصل إلى تعريف مُتفق عليه لـ(الأمن)، ولكن من أحدث تعريفات الأمن وأكثرها تداولاً في الأدبيّات الأمنيّة المُتخصّصة والعلوم الاستراتيجية هو تعريف باري بوزان، أحد المختصّين في الدراسات الأمنيّة، حيث يُعرّف الأمن بأنّه: «العمل على التحرّر من التهديد، وفي سياق النظام الدول، فهو قُدرة الدول والمُجتمعات على الحفاظ على كيانها

المُستقل وتماسكها الوظيفي ضد قوى التغيير التي تعتبرها معادية»⁽¹⁾.
الأمن من وجهة نظر دائرة المعارف البريطانية يعني «حماية الأمة من خطر القهر على يد قوة أجنبية».

والأمن من وجهة هنري كسينجر وزير الخارجية الأمريكي الأسبق، يعني «أي تصرفات يسعى المجتمع عن طريقها إلى حفظ حقه في البقاء».
ويُعرّف عيسى آدم أبكر الأمن بأنه: «القدرة التي تتمكن بها الدولة من تأمين انطلاق مصادر قوتها الداخلية والخارجية، الاقتصادية والعسكرية، في شتى المجالات في مواجهة المصادر التي تتهدّدها في الداخل والخارج، في السلم والحرب، مع استمرار الانطلاق المؤمن لتلك القوى في الحاضر والمستقبل تخطيطاً للأهداف المُخططة»⁽²⁾.
يُحدّد مازن الرمضاني ثلاثة أبعاد للأمن هي:

أولاً: ضمان القيم الأساسية للدولة والمصالح التي تُعزّز عنها.
ثانياً: التقويم السليم للأمن بناء على إدراك واقعي لقدرات مصادر التهديد ونياته.
ثالثاً: مُراعاة التغيّرات الداخلية والخارجية.

مفهوم الأمن القومي:

«في الماضي كان جوهر الأمن القومي ينصبُّ على الوجود المادي للدولة وسيادتها الكاملة على أراضيها والتي تسعى للدفاع عنها اعتماداً على قوتها العسكرية والدفاعية الذاتية، لحماية وجودها والدفاع عن سيادة أراضيها، لكن مع تعدّد الدراسات جرى توسيع نطاق هذا المفهوم كثيراً، واتسع مداه ليشمل مفاهيم وآفاق جديدة لم تكن في الماضي مجالاً للدراسات الأمنية، واستُحدثت مسميات جديدة دالة على شمول وترابط العملية الأمنية في الجماعة الإنسانية، كالأمن الاقتصادي والأمن الغذائي وأمن المعلومات إلى جانب الدفاع، وبات يُقصدُ بالأمن القومي صيانة أمن الأفراد والجماعات والدولة والحفاظ على كيانها ووجودها المادي من خلال جهد علمي مدروس لتحقيق هذا الهدف وفي إطار الاستراتيجيات والخُطط والوسائل المُحقّقة لذلك»⁽³⁾.

التطوّر المتسارع في مجالات الحياة المُختلفة - ولا سيما التقيّنة منها - قد أسهم إسهاماً كبيراً في تغيير الكثير من المفاهيم التي لم تُعد كما كانت في السابق، بل إنّ بعضها قد اندثر أو كاد وحلّت محله مفاهيم أخرى. وقد لعبت العولمة دوراً كبيراً في ذلك ولا سيما العولمة الثقافيّة والإعلاميّة التي تغيّرت وظائفها خاصّةً وظيفتيّ الترفيه والإعلان الذي أصبح يحمل رسالة وثقافة المُعلن. وبالتالي يُعتبر الإعلان - الذي أصبح عابراً للحدود- رسالة إعلاميّة قبل أن يكون إعلانيّة.

(1) عيسى آدم أبكر يوسف، دراسات أمنية واستراتيجية، (الخرطوم : مطبعة أكاديمية الأمن العليا 2009م)، ص7.

(2) المرجع السابق، ص8.

(3) عيسى آدم أبكر يوسف، مرجع سابق، ص23.

قد طالت هذه التغييرات جملة من المفاهيم بما فيها مفهوم الدولة ذات نفسها، وحدود السيادة الوطنيّة، ومفهوم الحقوق التي أصبحت ذات صفة عالميّة ومدعاة للتدخل الدولي. بل حتى مفهوم الأمن ذات نفسه شهد تغييراً كبيراً وطرأت عليه تبدلات. وعليه فلم يعد مفهوم الأمن القومي مُقتصرًا على الجوانب العسكريّة والنواحي الأمنيّة المباشرة بمفهومها الحرفي المتعارف عليه في السابق. «بل اتّسع ليشمل حياة المجتمع بكافة مجالاته، حيث يعد الأمن القومي الأساس في وجود الدولة، ولا سيما أنّه يُجسّد تلك القيم والمصالح الحيويّة التي تُشكّل هذا الأساس، والتي تعبر عن حركتها الداخلية والخارجية فضلاً عن أنه يمثل أحد الأهداف الأساسيّة العليا للدولة حيث يمتلك الأولويّة على باقي الأولويّات الأخرى، والأهداف التي يرتهن إنجاز أي منها بتحقيق وإدامة هذه المصالح والقيم»⁽¹⁾.

إنّ العولمة التي طالت كل أوجه الحياة الثقافيّة والفكريّة والسياسيّة والاجتماعية والاقتصادية والصحية وما تبعها من تطوّراتٍ مُتلاحقة تجاوزت مفهوم الأمن القومي بمعناه التقليدي الذي كانت تعتبره الحكومات مُقتصرًا على النواحي العسكريّة والأمنيّة المباشرة، ليتجاوز ذلك ويشمل مجالات الحياة كافة.

«يدور مفهوم الأمن القومي حول مجموعة من الأسس والمبادئ التي تضمن قدرة الدولة على حماية كيانها الذاتي من أية أخطار قائمة أو مُحتملة، وفُدرتها على تحقيق الأغراض القوميّة، ولمّا كان هذا المفهوم يتخطّى الأوضاع الراهنة فإنّ الأمن القومي يدخل في إطار ما ينبغي أن يكون، وعلى هذا يمكن أن يُوصف مفهوم الأمن القومي بأنّه راهن ومُستقبلي معاً»⁽²⁾.

أبرز ما كُتب عن (الأمن) هو ما أوضحه روبرت مكنمارا وزير الدفاع الأمريكي الأسبق وأحد مُفكّري الاستراتيجية البارزين، في كتابه (جوهر الأمن) ..حيث قال: «إنّ الأمن يعني التطوّر والتنمية، سواء منها الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسيّة في ظل حماية مضمونة».. واستطرد قائلاً: «إنّ الأمن الحقيقي للدولة ينبع من معرفتها العميقة للمصادر التي تهدّد مختلف قدراتها ومواجهتها، لإعطاء الفرصة لتنمية تلك القدرات تنمية حقيقيّة في كافة المجالات سواء في الحاضر أو المستقبل»⁽³⁾.

وينطلق ممدوح شوقي في فهمه للأمن القومي من وظائف الدولة التي يُحددها في ثلاثة وظائف رئيسيّة هي: (حماية الاستقلال، وتأكيد سيادة الدولة، وحفظ الأمن الداخلي بمفهومه الواسع).

وتسعى الدول لتحقيق هذه الأهداف من خلال مجموعة من الخطط، يتعلّق كل منها

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الأمن الإعلامي، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص12.
(2) محمد الأمين العباس، التخطيط الاستراتيجي للأمن القومي، (الخرطوم : المركز العالمي للدراسات الإفريقية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، 2011م)، ص84.
(3) جمال محمد غيطاس، أمن المعلومات والأمن القومي، (القاهرة :الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007م)، ص40.

بتحقيق أحد هذه الأهداف، وتحاول أيضاً إحداث التوازن والتكامل بين هذه الأهداف من خلال استراتيجية واحدة تضعها في محاولة لأن يكون هنالك تناسق بين هذه الأهداف وبين مُتطلّبات تحقيقها على المستوى الداخلي والمستوى الخارجي. «هذه السياسة الواحدة هي سياسة الأمن القومي التي تهدف جملة إلى دعم قوة الدولة في مواجهة غيرها من الدول بما يمكنها من المحافظة على كيانها القومي ووحدة أراضيها»⁽¹⁾.

ولن يتم تحقيق الأهداف الداعمة لقوة الدولة على المستويين الداخلي والخارجي ومواجهة التهديدات في هذين المستويين ولا المحافظة على كيان الدولة القومي ووحدة أراضيها في ظل إعلام تائه لا يعرف ما المطلوب منه داخلياً أو خارجياً، وهذا مدعاة لإعادة النظر في مفهوم الإعلام الأمني من جهة ومفهوم الأمن القومي الوطني من جهة واعتماد مبدأ الأمن الإنساني بمحاورة المختلفة، وربط ذلك بالأمن القومي العربي والعمل على وجود استراتيجية واضحة ومحددة بصفة الإلزام من خلال السياسات الإعلامية وإنشاء مؤسسات بصلاحيات واسعة تشرف على تنفيذ وتقييم وتقييم الخطط وفق المسار الاستراتيجي للإعلام الأمني على المستويين الداخلي والخارجي.

ويقتبس عطا محمد صالح زهرة تعريف أحمد فؤاد رسلان للأمن القومي بأنه: «الحالة التي تكون فيها الأمة في كيانها الذاتي وشخصيتها القوميّة، بعيدة عن تسلط أو تهديد أيّ قوة خارجية»، لكنه يضيف أيضاً: أنّ للأمن القومي معانٍ كثيرة تشمل في رأيه⁽²⁾:

1. الهدف الذي تسعى له السياسة الخارجية.
2. القدرة أو القوة.
3. إطار الحركة السياسيّة.
4. المحافظة على كيان الأمة وحمايتها من تسلط أية قوة خارجية، بدفع العدوان عن الدولة، وضمان استقلالها.
5. الإجراءات العسكريّة التي تتخذها الدولة لحماية كيانها.
6. قدرة الدولة على حماية قيمها الداخليّة من التهديد الخارجي.
7. المبادئ المرتبطة بحماية الكيان الذاتي للدولة التي تُمثّل الحد الأدنى لضمان الوجود القومي في النطاق الدولي.

نرى أن تعريف أحمد فؤاد رسلان للأمن القومي، هو الأكثر شمولاً واتساعاً، وقد تجاوز من خلاله التعريفات التقليدية للأمن القومي التي حصرته في حماية الدولة من تهديد عسكري خارجي، وهو أقرب لمفهوم الأمن الإنساني الذي يشتمل على مرتكزات متعددة تجعل الفرد هو أساس الأمن ومهدداته ليس بالضرورة أن تكون خارجية، وليست عسكرية بحتة، ويكون أمنه من أمن المجتمع والدولة، ووضع محاوراً مختلفة لهذا الأمن،

(1) المرجع السابق، ص40.

(2) عيسى آدم أكبر يوسف، مرجع سابق، ص24.

في حمايتها حماية لأمن الفرد وأمن المجتمع والدولة.
بروز مفاهيم أمنية جديدة

«شهدت فترة ما بعد الحرب الباردة بروز مجموعة جديدة من المفاهيم الأمنية المُغايرة للمفاهيم التقليديَّة للأمن التي ظلت حاکمة للعلاقات الدولية لفترة طويلة، وهو ماجاء انعكاساً لمجموعة كبيرة من التحولات التي شهدتها البيئة الأمنية في فترة ما بعد الحرب الباردة وحتى من قبل فترة الحرب الباردة، بحيث انعكست تلك التحولات في بروز مجموعة جديدة من المفاهيم الأمنية التي برزت من خارج نطاق المنظومة المفاهيمية الوستقالية. وفي هذا السياق فقد شهدت فترة ما بعد الحرب الباردة جدلاً أكاديمياً حول طبيعة ومكونات مفهوم الأمن، وهو ما انصبَّ بالأساس على محاولة توسيع وتعميق المفهوم العسكري للأمن. وقد ارتكز تعميق (مفهوم الأمن) إلى إضافة الأفراد، والأقاليم، والنظام الدولي كوحدات للتحليل بدلاً من الدولة، أما (توسيع) مفهوم الأمن، فقد انصب على جعل مفهوم الأمن يتسع ليشمل قضايا الاقتصاد والبيئة والمجتمع بحيث طُرحت مفاهيم الأمن البيئي، والأمن الاقتصادي، والأمن الاجتماعي»⁽¹⁾.

بروز هذه المفاهيم الأمنية الجديدة في تلك السياقات التي أعقبت الحرب الباردة، جعلت من مفهوم الأمن القومي (التقليدي) نقطة تحوُّل كُبْرَى وبداية جديدة للمفهوم بما يواكب ويتماشى مع تلك التغيُّرات على المستوى الوطني للدول، وفي إطار المنظومة الدولية من جهة أخرى.

وفوق ذلك تماهى مفهوم الأمن القومي مع عدد من المفاهيم الجديدة التي أخذت طابعاً دولياً مثل (الأمن الإنساني) و(الأمن البشري) الذي «يرمي إلى كفالة بقاء الأشخاص وسُئِل عيشهم وكرامتهم، تصدياً للتهديدات القائمة والناشئة، وهي تهديدات واسعة الانتشار وشاملة لعدة مجالات. ويشدد الطابع العالمي المترابط لمجموعة من الحريات الأساسية لحياة البشر وهي: التحرُّر من الخوف، والتحرُّر من العَوَز، وحرية العيش بكرامة، ونتيجة لذلك يبرز مفهوم الأمن البشري الترابُّط بين الأمن والتنمية وحقوق الإنسان، ويعتبر هذه العناصر لبنات بناء الأمن البشري، ومن ثم الأمن الوطني»⁽²⁾.
السياقات الجديدة الجديدة للأمن القومي، أكثر شمولاً من المفهوم التقليدي للأمن القومي الذي ارتكز على أن المهددات للدولة هي خارجية فقط، في أن هنالك الكثير من المهددات الداخلية التي يمكن أن تضر به أكثر من تلك الخارجية، وقد تكون تهديدات ناعمة وليست عمل عسكري مباشر، ولا سيما في ظل سيادة (الفرد) التي أضحت تضاهاى سيادة (الدولة) فيما يتصل بالحقوق والواجبات، من جهة وقدرة الدولة على

(1) خديجة عرفة محمد أمين، الأمن الإنساني- المفهوم والتطبيق في الواقع العربي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1430هـ- 2009م)، ص14.

(2) تقرير الأمم المتحدة، الجمعية العامة، الدورة السادسة والستون، متابعة قرار الجمعية العامة 291 /64 المتعلق بالأمن البشري بتاريخ 5 إبريل 2012م.

تحقيها وتلبيتها وعدم انتهاكها من جهة ثانية.

هذه السياقات الجديدة تم إسقاطها على مفردة (الأمن)، التي لم تعد تعني (أمن الدولة) بقدر ما أنها تعني (أمن الفرد)، وأيهما يؤثر ويتأثر بالآخر. وبالتالي فإن نشوء مصطلح (الأمن الإنساني) في ظل هذا التطور، تم ربط (الأمن) بـ(الإنسان) وليس (الدولة)، ولعل محاور الأمن الإنساني جميعها أو معظمها يتركز على حماية الإنسان من الدولة، وليس حماية الدولة من دول أخرى.

الاستراتيجية والأمن القومي والإعلام الأمني:

إنّ نشأة مفهوم الاستراتيجية كعلم عسكري بحت يهتم بظواهر الحروب ومبادئ الفن العسكري القتالي وقيادة الجيوش لتحقيق النصر بدون خسائر، ارتبط استعمالها بالقواعد والأسس العامة التي تتعلق بجميع أوجه وأنواع التخطيط العسكري التي يقوم بها قائد الجيوش لإحراز أهداف في الميدان العملي باستمرار عكس التكتيك الذي يكون لمعركة أو موقعة واحدة، ويقضي ذلك التخطيط معرفة المسرح العملي والجغرافيا للمنطقة وطبيعتها وكافة الشؤون الحربية العسكرية التي تُعزّز الاستراتيجية وتحقق الهدف المنشود.

ثم تطوّرت الاستراتيجية بواسطة المفكرين العسكريين، ثم بدأ التمييز عندهم بين الاستراتيجية القتالية البحتة والتعبئة السياسية مع تحديد العلاقة المتبادلة ما بين العمل العسكري القتالي والنهج السياسي المدني. ومن هن كان خروج الاستراتيجية من العسكرية البحتة إلى الحياة المدنية وانتشارها في كافة القطاعات.

«إنّ الإخفاق في فهم العلاقة بين طبيعة النشاطات والممارسات العسكريّة وعلاقتها بالسياسة يؤدي إلى الإضرار الفادح بمصلحة الدولة بل وربما دمارها. فالاستراتيجية العسكريّة تعتمد أساساً وتتأثر بطبيعة النظام الاجتماعي والسياسي وتستمد قوتها من قدرات الدولة الاقتصادية والثقافية، ولذلك كان أي تغيير في طبيعة أو بنية إحدى تلك المقوّمات سيؤثّر بدوره على البنية العسكريّة»⁽¹⁾.

إنّ محاولات تطوير الاستراتيجية لم تتوقف، وفي كل فترة يظهر مفكر يضيف لها أبعاداً جديدة، حتى ظهر في القرن السادس عشر المفكر الاستراتيجي نيكولو ميكافيلي (1469-1519م) وهو كاتب سياسي وعسكري من أميز مفكري الاستراتيجية في عصر النهضة الذي شدّد على وجود روابط وثيقة بين أسلوبين في التفكير أحدهما عسكري والآخر مدني. وقد قام ميكافلي بتأليف كتاب (فن الحرب) والذي يُعتبّر من أهم الكتابات التي ترتبط بالاستراتيجية سواء ببعدها العسكري أم المدني. وقد استطاع الربط المُحكم بين مقومات الاستراتيجية التي لا تقتصر فقط على الجوانب العسكرية البحتة وإنما تتعداها لأبعاد ثقافية وسياسية واقتصادية واجتماعية وصحية وبيئية.

(1) محمد العباس الأمين، التخطيط الاستراتيجي للأمن القومي، مرجع سابق، ص16.

يقول ميكافيلي في كتابه (فن الحرب): «يعتقد الكثيرون بأنه لا يوجد شيان أكثر تبيناً واختلافاً وأبعد عن الإئتلاف والتناسق في الحياة المدنيّة والحياة العسكريّة. ولكن عندما ننظر إلى طبيعة الحكومة والسُلطة فإننا نجد صلات وثيقة بين هاتين الحالتين والحياتين. وإنما هما يُكَمِّلان بعضهما البعض بل من الضروري أن ترتبطان ارتباطاً وثيقاً وأن تتحدان معاً اتحاداً قوياً»⁽¹⁾.

إنّ التكامل بين الحياتين العسكريّة والمدنيّة، وواقعية وضرورة ذلك أفضى إلى إخراج الاستراتيجية من النظرة العسكريّة الضيقة إلى رحابة الحياة المدنيّة بأبعادها المختلفة المُعزّزة والمُكمّلة للقوة العسكريّة والمُحقّقة للاستراتيجية الشاملة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية وفكرية.

تبرز أهميّة ضرورة هذا التكامل واسقاطه على الإعلام الأمني الذي يجب أن يجد حظه من التطوّر والشمول كما في مفهومَي الاستراتيجية والأمن القومي. نرى أنّ هنالك خيطاً رقيقاً يفصل بين الاستراتيجية القومية والأمن القومي، فالأهداف القوميّة في الاستراتيجية القومية الشاملة هي عبارة عن أهداف الدولة أو مصالحها العليا وغاياتها الوطنيّة الداخليّة والخارجيّة التي تسعى لتحقيقها من خلال هذه الاستراتيجية، ويأتي على رأس هذه الأهداف تحقيق الأمن القومي الشامل.

وبصورة أخرى يمكن القول إنّ الإعلام الأمني هو أحد أهم وسائل الاستراتيجية وأنجعها لتحقيق أهدافها المُتصلة بالأمن القومي، على المُستويين الداخلي والخارجي. ومن أهم هذه الأهداف الاستراتيجية القوميّة⁽²⁾:

1. أهداف اجتماعية.

2. أهداف سياسية.

3. أهداف عسكرية أمنية.

4. أهداف السياسة الخارجية.

5. أهداف اقتصادية.

6. أهداف علمية ثقافية.

نلاحظ أنّ هذه الأهداف العامة للاستراتيجية الشاملة تمثّل الهدف الاستراتيجي الأسمى وهو حماية الأمن القومي للدولة على المُستويات الداخليّة والخارجية في حالتي السّلم والحرب. كما أن هذه الأهداف هي محاور (الأمن الإنساني).

ويرتبط ذلك بصورة مُباشرة وارتباطاً وثيقاً بالإعلام الأمني (بمفهومه الشامل) الذي يعد هو الأقدر على تحقيق ذلك دون غيره من أقسام الإعلام المُتخصّص الأخرى في ظل وجود استراتيجية للإعلام الأمني تنبثق عن الاستراتيجية القوميّة الشاملة وتجعل من

(1) المرجع السابق، ص 16.

(2) الاستراتيجية القوميّة الشاملة، المجلد الأول، مرجع سابق، ص 7.

الأمن القومي هدفاً يعمل الإعلام الأمني على تحقيقه بالوسائل المختلفة، على المستوى الداخلي والصعيد الدولي.

وبناء ما ذُكر فإننا نرى أن الإعلام الأمني بمفهومه الشامل هو الإعلام الاستراتيجي الذي يُمثِّل رأس الرمح في تحقيق الأمن القومي داخلياً وخارجياً فضلاً عن كونه هو الأقدر على إحداث التغيير الاستراتيجي الذي يُعزِّز قدرات الدولة ويحقق مصالحها القومية العليا.

خطوات الإعلام الاستراتيجي:

الاستراتيجية والأمن القومي والإعلام هي ثلاثة أوضاع تتكامل جميعها لتحقيق المصالح العليا للوطن، وإبعاد شبح التهديد عن مواطنيه وبيئته الداخلية والخارجي، وتحقيق الأمن والرفاه لمجتمعه. ولن يتسنى تحقيق ذلك من غير إعلام استراتيجي قادر وفاعل، وهذا يتطلب تخطيط استراتيجي شامل.

وأهم خطوات الإعلام الاستراتيجي كما يراها البروف أبوصالح، تتمثل في الآتي⁽¹⁾:

1. تحليل ودراسة البيئة الداخلية ويشمل ذلك:

أ. دراسة الاستراتيجية القومية للتعرف على المصالح الاستراتيجية الوطنية ونقاط الضعف والقوة والفرص والمهددات والقضايا الاستراتيجية على المستوى العام.

ب. دراسة الاستراتيجية الاقتصادية للتعرف على المصالح الاقتصادية الوطنية المطلوبة توفير السند الإعلامي لها.

ج. دراسة الاستراتيجية السيادية للتعرف على المصالح السياسية الوطنية المطلوبة توفير السند الإعلامي لها.

د. دراسة الاستراتيجية الاجتماعية للتعرف على المصالح الاجتماعية المطلوبة توفير السند الإعلامي لها.

هـ. دراسة الاستراتيجية العلمية والتقنية والعسكرية للتعرف على المصالح الوطنية في هذه الجوانب، المطلوبة توفير السند الإعلامي لها.

2. دراسة الاستراتيجيات الفرعية للتعرف على نقاط الضعف المطلوبة علاجها والمهددات المطلوبة التعامل معها بجانب التعرف على القضايا الاستراتيجية للاستراتيجيات الفرعية.

3. دراسة طبيعة التغيير الاستراتيجي المطلوب إنجازه عبر الإعلام.

4. التعرف على البيئة الخارجية من منظور إعلامي كما يلي:

أ. من منظور الفرص والمهددات، والتحديات والقضايا الاستراتيجية والتطور العلمي والتقني.

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، مرجع سابق، ص 395-396

- ب. من المنظور الاقتصادي: النظام الاقتصادي العالمي، النظم والسياسات والأوضاع الاقتصادية العالمية، الاستراتيجيات الاقتصادية العالمية.
- ج. من المنظور السياسي: النظام السياسي العالمي، الاستراتيجيات الرئيسية، دراسة القوة الاستراتيجية وعناصرها ومرتكزاتها.
- د. من المنظور القانوني: الأوضاع القانونية الدولية والمعاهدات والاتفاقيات.
- هـ. من المنظور السلوكي النفسي.
- و. من المنظور التاريخي.
5. اختيار الاستراتيجيات.
6. تنفيذ الاستراتيجية.
7. التغيير الاستراتيجي.
8. المتابعة والتقييم والتقييم.

القومية والإعلام الأمني:

إنَّ الحديث حول الأمن القومي يجعلنا- قبل ربطه بالإعلام الأمني- نتوقّف قليلاً عند كلمتي (الأمن) و(القومية).

«لقد برز مفهوم الأمن القومي مع ظهور الدولة القومية في أوروبا الحديثة وبصفة خاصّة خلال القرنين السادس والسابع عشر. وعندما برز في أوروبا الحديثة مفهوم القوميات وقد تأكد هذا المفهوم من خلال صراع مُزدوج ضد الكنيسة من جانب، والنظرة الإقطاعيّة من جانبٍ آخر، كان لا بُدَّ وأن يعقب تأكيد المفهوم وترسيب القناعة الجماعيّة بأهميّة إعادة تخطيط للحدود على ضوء مبدأ التجانس من حيث الأصل العنصري. وقد اصطدمت القيادات بحقيقة كان لا بُدَّ أن تسيطر على التطوُّر السياسي في تاريخ أوروبا الحديث وهو أنّ الامتداد الجغرافي لا يتسق مع الانتشار السكاني، بمعنى أنّ الحدود الطبيعية لا تتوافق مع الحدود القومية»⁽¹⁾.

مفهوم القومية:

«القوم هم الجماعة من الناس تجمعهم جامعة يقومون لها، ويُقال: قوم الرجل، أي أقرابه»⁽²⁾.

والقومية حالة عقلية، ونمط للرغبات والاهتمامات، وتشير القومية إلى مرحلة تاريخية وصلت من خلالها شعوب وأمم الأرض إلى تكوين وحدات سياسية، وهي واقع تاريخي له وجود حقيقي وفعال، وتغيرات صارمة تتجلى في جميع مستويات الحياة الاجتماعية واليومية للشعوب⁽³⁾.

(1) محمد العباس الأمين، مرجع سابق، ص 85.

(2) مصطفى حجازي، المعجم الوجيز، ط1، (القاهرة: دار التحرير للطبع والنشر، 2006م).

(3) إبراهيم ناصر، و صفاء شويحات، أسس التربية الوطنية، (عمان: دار الرائد للنشر والتوزيع، 2006م).

وتكون القومية بالإخلاص والولاء لأمةٍ بعينها، ولذا يمكن أن تُعرّف القومية بأنها: «تلك القوى الاجتماعية والنفسية التي تتبع من عوامل ثقافية وتاريخية معينة تؤدي إلى نوع من التقارب أو التضامن ووحدة الأمل لأمةٍ ما. وهالك عدة عوامل لا يُستغنى عنها في بناء القوميات في هذا العصر: العامل اللغوي، والعامل التاريخي، والعامل الاجتماعي، والعامل الجغرافي، والعامل الاقتصادي، والعامل السياسي، والعامل الوطني، والعامل الديني(1).

مستويات الأمن القومي:

شمولية الأمن تعني أنّ له أبعاداً متعدّدة، هي(2):

1. البُعد السياسي:

ويتمثّل في الحفاظ على الكيان السياسي للدولة.

ونجد أنّ للإعلام الأمني القُدح المُعلّى في هذا الدور، وبمزيد من التخطيط والتنسيق يمكن للإعلام الأمني أن يلعب دوراً أكبر مما هو عليه الآن في الجانب السياسي سواء بتعميق الولاء الوطني والتنشئة الوطنية أم بإيجاد تقاربات بين المُكوّنات السياسية المُختلفة.

2. البُعد الاقتصادي:

الذي يرمي إلى توفير المناخ المناسب للوفاء باحتياجات الشعب وتوفير سُبل التقدّم والرفاهية له.

ومن المعلوم أنّ الإعلام الاقتصادي أحد فروع الإعلام المُتخصّص كالإعلام الأمني ولكن شمول الأخير يجعله قادراً على استيعاب الاعلام الاقتصادي ومُتمكناً من تحقيق أهدافه ورسالته المُخططة لزيادة الرفاه وإحداث التنمية الاقتصادية. بما يُحقّق ويعزّز الأمن الاقتصادي.

3. البُعد الاجتماعي:

الذي يرمي إلى توفير الأمن للمواطنين بالقدر الذي يزيد من تنمية الشعور بالانتماء للدولة.

الأمن الاجتماعي يُعتبر أحد أهم أركان الأمن الشامل، ومُصطلح الإعلام الأمني تأسس في كنف الأمن الاجتماعي الذي يعمل على دعم القيم المُجتمعية الأصيلة المُرتبطة بالإسلام ومُحاربة العادات الدخيلة والمظاهر السالبة بالمجتمعات. بما يُعزّز تماسك هذه المجتمعات وتقوية الروابط بينها وحمايتها من الاختراق وتحسينها.

4. البُعد المعنوي أو الأيديولوجي:

الذي يؤمّن الفكر والمُعتقدات ويحافظ على العادات والتقاليد والقيم.

(1) إبراهيم ناصر، التنشئة الاجتماعية، (عمان: دار عمار، 2004م).

(2) عيسى آدم أكبر يوسف، مرجع سابق، ص10.

«الأمن الفكري - أحد أهم مُرتكزات الإعلام الأمني - هو لب الأمن وركيزته الأساسية، لأن الأمم والأمجاد والحضارات إنما تُقاسُ بعقول أبنائها وأفكارهم، لا بأجسادهم وقوالبهم، لذلك حرصت الشريعة الغراء على تعزيز الأمن الفكري لدى الأفراد والمُجتمعات والأمم، وكان لها القدح المعلى في ذلك عن طريق وسائل مُتعدّدة أسهمت في حمايته والحفاظ عليه من كل قرصنة فكريّة أو سمسة ثقافية تهزّ مبادئه أو تخدش قيمه أو تمس ثوابته وعقيدته»⁽¹⁾.

ولقد كان للإعلام الأمني قصب السبق في هذا المضمار من خلال وسائطه المختلفة.
5. البُعد البيئي:

الذي يُوقِرُ التأمين ضد أخطار البيئة خاصّة التخلّص من النفايات ومُسبّبات التلوّث حفاظاً على الأمن الإنساني.

إنّ الأمن البيئي أحد أهم فروع وأقسام الأمن الشامل، وقد تجاوز مفهوم الأمن البيئي الحدود الجغرافيّة للدول وبالتالي تجاوز الأمن القومي ليصبح داخل إطار الأمن الدولي، وموضوع البيئة وحمايتها من الموضوعات الدوليّة التي تُعنى بها الأمم المتحدة. وهي أحد أهم الفروع التي يهتم بها الإعلام الأمني ويعالجها في إطار المفهوم العام للأمن القومي.

«يذهب بعض الدارسين والباحثين إلى أنّ مفهوم الإعلام الأمني يتّسع بقدر كاف ليشمل ترسيخ الأمن الخارجي وحماية الحدود أيضاً، بينما ينحى آخرون إلى قصره على الأمن الداخلي. وإذا كان البعض يقتصر العمل الإعلامي الأمني على الجانب التوعوي ونشر الحقائق الأمنيّة للجمهور وتوعيتهم وتبصيرهم. يرى غيرهم أنّ العمل الإعلامي الأمني يجب أن يتّسع ويشمل العاملين في أجهزة الأمن والإعلام معاً. ويرى فريق أنّ مفهومه شاملاً يشمل كل ما يمكن أن يمس أمن الأمة في جوانبه المختلفة من الحياة الاجتماعيّة والاقتصادية وحتى البيئية»⁽²⁾.

إنّ المؤلّف ينحى المنحى الذي يرى ضرورة شمول المفهوم النظري والتطبيق العملي لمفهوم (الإعلام الأمني) في كل الجوانب ويشمل ذلك التخطيط والاستراتيجيّات والممارسة الفعلية وكذلك الجوانب الأكاديمية والبحثية.

فالحديث عن (الإعلام) لا اختلاف حوله عند الباحثين والمُختصّين مع تطوّر المفهوم بدخول أنماط اتّصاليّة جديدة مثل الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي وغير ذلك من أنماط وأقسام الإعلام وتخصّصاته.

ولكن الاختلاف يجئ بين الباحثين حول مفهوم (الأمن). ولعل المؤلّف قد عمد إلى تبين ضرورة ذلك في ظل إتّساع وشمول مفهوم الأمن وتحوّل من البُعد التقليدي

(1) عبد الرحمن بن عبد العزيز السديس، مرجع سابق.

(2) عمر خالد المسفري، الإتصال الجماهيري والإعلام الأمني، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م)، ص 99.

العسكري ليصبح شاملاً كما بينا ذلك آنفاً، وهذا يقتضي - بطبيعة الحال - عدم تضيق مفهوم الإعلام الأمني وقصره على الإعلام الشرطي أو إعلام الجريمة. وإنما من الأفيء أن يتسع ليواكب التطور في مفهوم الأمن القومي الذي تغير كثيراً وأصبح البعد الإنساني هو الغالب عليه.

وعند المزج بين مفهومَي (الإعلام) و(الأمن) للوقوف على تركيبتهما وهي (الإعلام الأمني) فإن الأمر يستدعي تحليل ومعرفة (الأمن) الذي يجب على الإعلام حمايته وتعزيزه، والذي لا يعني بحال من الأحوال (المؤسسات الأمنية) التي تمثل محوراً واحداً من محاور الأمن المختلفة التي تكون (الأمن الإنساني) والتي لا تقل أهمية عن الأمن العسكري، وهي الأمن الاقتصادي، الفكري الثقافي، البيئي، الصحي، الاجتماعي، والأمن السياسي، وعليه فإن عمل ورسالة ووظيفة الإعلام الأمني وخططه يجب أن تراعي هذه الجوانب المختلفة وتعمل على ربطها بالأمن القومي وتدعيمها.

أبعاد ومهددات الأمن القومي ومقوماته الأساسية أبعاد الأمن القومي:

للأمن القومي عدة أبعاد تختلف قوة كل منها باختلاف خصائص الدولة، وفيما يلي أهمها⁽¹⁾:

1. الأمن الجيوبوليتيكي - الجغرافيا السياسية.

ويُعنى هذا البُعد باستغلال الحقائق الجغرافية من منظور سياسي مع مُراعاة مصالح الآخرين المشاركين في الأهداف السياسية نفسها والمتأثرين من الاستغلال السياسي للوضع الجغرافي، ويتكوّن هذا البُعد من حجم الدولة وشكلها والعلاقة بينهما، ومن المناطق ذات الأهمية الحيوية والمنافذ البرية والبحرية للدولة والعلاقات التاريخية والعرقية والأيدلوجية مع الشعوب المجاورة، وتختلف أهمية الموقع من دولة لأخرى، وكلما ارتفعت نسبة تميّز الموقع أصبحت الدولة محط اهتمام الآخرين وسعيهم لبسط نفوذهم عليها، مما يملّي على الدولة إتباع سياسة محددة تراعي مصالح الدول العظمى، لتجنّب الاصطدام بهذه الدول، مما يفقدها حريتها وانهايار أمنها⁽²⁾.

2. الأمن العسكري:

يمثل البُعد الذي لا يُسمَح بضعفه أبداً، لأن ضعف البُعد العسكري يؤدي إلى الإخلال بأمن الدولة القومي وتعرّضها لأخطار وتهديدات عنيفة قد تصل

(1) خالد عبد العزيز، مقاتل من الصحراء، ط5، (عمان: دار سندباد للنشر، 1995م).
(2) عمر رجب، قوة الدولة - دراسات جيوسراتيجية، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 1992م).

إلى حد وقوعها تحت الاحتلال الأجنبي أو إلغائها تماماً وضمّها لدول أخرى، بينما يؤمّن وجود القوة المسلحة المتفوّقة وإرادة استخدام هذه القوة قدراً من المصادقية تردع الآخرين عن التعرّض لمصالح الدولة. ويرتبط البعد العسكري بباقي أبعاد الأمن القومي ارتباطاً شديداً وضعف أي منها يؤثر على القوة المسلحة، فالضعف السياسي يؤثر على قرار استخدام القوات المسلحة في الوقت المناسب، والضعف في القوة الاقتصادية يحد من امكانية بناء قوة مسلحة كبيرة الحجم مسلحة بأسلحة متطورة، وضعف القوة الاجتماعية يؤدي إلى الحد من حجم القوات وامكانية استيعاب الأسلحة الحديثة⁽¹⁾.

إن وظيفة الإعلام الأمني لتعزيز ودعم محور الأمن العسكري تتمثل في إيجاد إعلام أمني عسكري فاعل من خلال جميع الوسائط الإعلامية، يقوم على استراتيجية واضحة تهدف لتحقيق عدة أهداف من خلال محورين هما الإعلام الحربي ويكون هذا في أوقات الأزمات والحروب لإعلاء الروح المعنوية للجنود وتوفير السند المادي والمعنوي لهم من جهة وتطمين المواطنين بقدرة قواتهم المسلحة على حماية الأرض والعرض من جهة أخرى، فيما يقوم المحور الآخر وهو الإعلام العسكري بالعمل في أوقات السلم لإبراز الأدوار المدنية للقوات المسلحة وربط أفرادها بقياداتهم وبمحيطهم من المجتمعات والجمهور وعكس أنشطة القوات المسلحة، ويقوم بهذا الدور بشكل مباشر الوحدات الإعلامية بالقوات العسكرية النظامية من خلال الصحف والإذاعات المتخصصة مثل صحيفة وإذاعة القوات المسلحة في السودان ومن خلال برامج متخصصة في القنوات الفضائية، وكذلك وسائل الإعلام العام الأخرى. فضلاً عن الإعلام الإلكتروني.

3. الأمن الثقافي:

ويُعنى بالهوية الحضارية التي تصنع خصوصية الذات وتميزها عن غيرها، ويرتبط الأمن الثقافي بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعيشها الدولة، ولقد وصفت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم حالة الثقافة العربية في نهايات القرن العشرين بأنها تعاني من قصور الاستشراف المستقبلي، وتقل القيود على الحريات، وسيادة الإعلام الترفيهي السطحي⁽²⁾.

سيادة هذا الإعلام الترفيهي السطحي أسهمت بشكل كبير في حالة الخواء الفكري والاستلاب الثقافي التي يعاني منها الشباب المسلم عموماً والشباب العربي على وجه الخصوص، والمتمثلة في التقليد الأعمى للغرب ورموزه في

(1)

(2) محمد الجابري، الثقافة العربية اليوم، ط2، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997م.

ظل وجود رموز مسلمين ملأوا الدنيا في كل المجتمعات والمجالات، وهم أساس النهضة التي يتحدث اليوم عنها الغرب. ولذلك فإن صناعة الإعلام الأمني الإسلامي والعربي أصبحت ضرورة يملئها الواقع الفكري والثقافي الذي تعيشه البلدان الإسلامية والعربية، فضلاً عن وجود تهديد مباشر للأمن القومي العربي والإسلامي من قِبَل الشباب العربي والمسلم الذي إما تم التغيير به من جهة يُساق إلى الإرهاب والغلو والتطرف والتكفير أو إلهاؤه وتدمير نخوته و إبعاده عن ماضيه المشرق وحضارته ومعتقداته ليصبح مسخاً مشوهاً.

الأمن القومي على المستوى الوطني والعربي مهدد من باب الأمن الفكري والثقافي، ويستوجب ذلك إيجاد المزيد من الاستراتيجيات الإعلامية وتنفيذها عبر كافة الوسائط لتدعيم هذا المحور الحيوي للدول والشعوب على السواء.

مستويات الأمن القومي:

على الرغم من أنّ موضوع الأمن القومي متشعب، وأبعاده مختلفة ومستوياته متعدّدة، إلا أنه يمكن القول أنّ الأمن القومي يُعنى بدراسة أمرين هما(1):

- درء الأخطار والتهديدات الواقعة والمُحتملة على الدولة بكافة أركانها سواء كانت هذه التهديدات داخلية أو خارجية، والاستعداد لذلك باستخدام وتدعيم كافة عناصر القوة الوطنية المتاحة واستشراف المستقبل لدرء الأخطار المحتملة.

- تحديد المصالح الوطنية الحيوية واستخدام عناصر القوة غير العنيفة (أو ربما العنيفة أحياناً) للدفاع عن هذه المصالح وحسب أهميتها للدولة.

وفيما يتعلّق بمستويات الأمن القومي فإنّ الأمن الفردي وأمن الفئات الاجتماعية يمثلان النواة التي يُبنى عليها هرم الأمن القومي بأبعاده الداخلية والخارجية، والذي يمكن القول إن له ثلاثة مستويات، هي:

المستوى الأول:

هو الأمن الذي يتعلّق بالحياة اليومية للمواطن خصوصاً مايتعلّق بظاهرة الجريمة ومفهومها التقليدي، وقد درج فقهاء الشريعة الإسلامية على التعبير عنه بأمن الضرورات الخمس (النفس والمال والعرض والدين والعقل). إلا أنّ هذا الأمن لا يقف عند الجريمة والتعامل معها بعد وقوعها بل يتعدّاه إلى التعامل مع الظواهر والعوامل التي تؤثر في هذا الأمن والمستويات الأرفع مثل البطالة والفقر والحريّات الأساسية وغيرها.

(1) محمد الحافظ محمد جاد كريم، الصحافة الإلكترونية ودورها في تعزيز الأمن القومي، (دون مكان طباعة، 2015م)، ص63.

المستوى الثاني:

هو المستوى الذي يتعلق بالاستقرار الأمني وبالأمن والسلم الاجتماعي الذي من أهم ما يهدده الحروب الأهلية والظلم بكافة أشكاله والشغب والعصيان والإرهاب والعنف والاضطرابات السياسية والتآمر والخيانة والابتزاز والفساد والجريمة المنظمة وغيرها.

المستوى الثالث:

هو أمن الكيان القومي وضمن المصالح الوطنية أمام الصراعات الدولية، وضد العدوان الخارجي، والتدخل العسكري المباشر أو غير المباشر، وإن مما يرتبط بهذا المستوى من الأمن التعريف الموسع الإيجابي الذي يلزم القيادات السياسية للدولة أن تدافع عن (المصالح الوطنية)، وأن تطوّر وتبني علاقاتها وتستخدم القوة المتاحة لها عند الضرورة لتحقيق وضمن هذه المصالح(1).

مصادر تهديد الأمن القومي:

في العقدين الأخيرين حدث تغيير كبير في (مفهوم) الأمن القومي، ولعل أسباب هذا التغيير ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجملة من العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية والثقافية، وليست (العسكرية) فقط كما كانت في السابق. وتنقسم مَهْدَدَات الأمن القومي لنوعين، هما(2):

أولاً: مصادر تهديد داخلية.

وتتبع هذه المصادر من داخل الدولة، وتكون عناصر غير متوافقة مع نظام الحكم وغير موالية له، وغالباً ما تكون هذه العناصر ذات تأثير قوي على تماسك الشعب وقوة نسيجه الاجتماعي، فهي تولب الطوائف وتثير الأقليات وتهدد الأمن الذاتي للمواطنين، وتتخذ عمليات التخريب للمنشآت والمصالح، أو تتعرض بالأذى للأجانب، وقد تلجأ لمهاجمة الأهداف اللينة كتفجير الفنادق، وقد تتضمن مثيري الشغب والإثارة الذين تلجأ إليهم قيادات العناصر المتمرّدة عندما يكون الهدف إثارة الدُعر وإشعار المواطنين بعدم الأمن. وتكون مصادر التهديد الداخلية رئيسية عندما تمس كيان الدولة ذاته، وثانوية عندما لا يكون هناك إلحاح لمواجهتها ويمكن تأجيلها لفترة قادمة، كما أنّ مصادر التهديد الداخلية قد تتلقى دعماً من مصادر التهديد الخارجية.

يلعب الإعلام الأمني دوراً رئيساً في كشف مصادر التهديد الداخلي للأمن الوطني، والعمل على تقليل آثارها، وقبل ذلك يقوم بأدوار وقائية تسهم في تقوية

(1) فيصل الفحطاني، استراتيجيات الإصلاح والتطوير الإداري ودورها في تعزيز الأمن الوطني، بحث غير منشور، رسالة دكتوراه، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006م).

(2) عادل حسن محمد أحمد، تحديات الأمن القومي السوداني بعد الحرب الباردة واستراتيجية مواجهتها، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2013م)، ص 81-82.

الصف الوطني خلف قيادته وتوحيد الرأي العام الداخلي تجاه الأمن القومي وزيادة التوعية الأمنية وعدم الانسياق الأعمى وراء الأعمال الإرهابية والأفعال المشينة التي تضر أمن البلد بدعاوى واهية ومبررات سخيفة وحجج باطلة.

ثانياً: مصادر التهديد الخارجية.

وهي تعني تدخلاً من قوى خارجية أجنبية، أو جماعات منشقة معارضة تحتضنها دول أجنبية غالباً من دول الجوار الجغرافي. يُعد الاعتداء المسلح على أراضي الدولة ومصالحتها الخارجية أعلى درجات مصادر التهديد الخارجية. وتستخدم النظم السياسية الحاكمة (الضعيفة والديكتاتورية) مصادر التهديد الخارجية كحلٍ لأزماتها أو لإيجاد مبررات لإجراءات البطش التي تقوم بها، وكما في مصادر التهديد الداخلية، فإنّ مصادر التهديد الخارجية يمكن أن تكون رئيسية تستوجب مواجهتها في الحال، أو ثانوية يمكن التريث في مواجهتها أو تأجيل ذلك لحين الانتهاء من المواجهات الأكثر تهديداً.

التهديدات الأمنية الخارجية تحتاج أيضاً للإعلام الأمني لتتوير الجمهور بدرجة خطورتها وأثارها السالبة على الدولة القائمة وليس الحكومة، وتبيان الفرق بين الدولة والحكومة، وأن مجرد تأييد أي عمل أجنبي خارجي يُعد جريمة أخلاقية وحماية وطنية.

ويتم تحديد مصادر التهديد من خلال المستويات التالية⁽¹⁾:

أولاً : مستوى صناعة القرار .

وهو أعلى المستويات الأمنية وتشمل الأجهزة الرسمية العاملة في مجال الأمن القومي، (وزارة الدفاع، وزارة الخارجية، جهاز الأمن والمخابرات، وزارة الداخلية وأجهزتها الأمنية، وقيادة الجيش)، ويُحدد هذا المستوى خطوات العمل اللازمة لكشف مهددات الأمن القومي ويضع السياسات والاستراتيجيات اللازمة للتعامل مع هذه المهددات. ونضيف ضرورة بل إلزامية مشاركة (وزارة الإعلام) لتضع الخطط الموجهات الإعلامية اللازمة في إطار الاستراتيجية الإعلامية للدولة وتحديد استراتيجية الإعلام الأمني، حتى تعمل جميع أجهزة الإعلام الداخلية والقنوات الخارجية عبر الملحقين الإعلاميين في انسجام واحد ولتحقيق هدف واحد دون بروز صوت نشاز.

ثانياً: مستوى النخبة.

وهو يُماثل مستوى صناعة القرار في الأهمية إلا أنه غير رسمي، ويضم مستوى النخبة وقادة الرأي والباحثين والكتّاب، ويعبّر كل منهم عن رؤيته الأمنية ويصف المحاذير من خلال أدوات الثقافة ووسائل الإعلام والاتصال كالصحف والدوريات الأكاديمية

(1) باسم الطويسي، الإدراك السياسي لمصادر تهديد الأمن القومي العربي، (عمان: دار سندباد للنشر، 1997م).

والعامّة، ويعتمد تأثير مستوى النخبة في المستويين الأول والثالث على مدى اتساع دائرة مشاركتهم السياسية وتأثيرهم في اتجاهات الرأي العام. وتختلف رؤية المثقفين وقادة الرأي وفق اتجاهاتهم الفكرية وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية وطبيعة النظام السياسي السائد، ولكن الناظم لتلك الرؤية هو التعبير عنها بمختلف وسائل الاتصال، عبر العمل المؤسسي للجهات التي ينتمي إليها أولئك الأفراد بغية التأثير في الآخرين.

ثالثاً: مستوى الجماهير.

يتأثر مستوى إدراك الجماهير بدرجة الوعي الأمني وهي المسؤولية الأديبة للنخبة والمسؤولية الوظيفية لصانعي القرار، وكما تتأثر الجماهير أيضاً بالمستوى الثقافي العام بالدولة، وبمستوى الانتماء للوطن والولاء للنظام. ويرز هنا مجدداً دور الإعلام الأمني في إحاطة الجماهير بطبيعة المهّدات التي تستهدف الدولة والوطن وليس النظام السياسي الحاكم، وكذلك تبين الفرق الكبير بين الدولة والحكومة.

المقومات الأساسية للأمن القومي:

تتلخّص المقومات الأساسية لدعم الأمن القومي وتنمية مسباته في الآتي⁽¹⁾:

- العقيدة الدينية باعتبار أنّ العقيدة تحت على فعل الخير ومحاربة الشر، والإسلام دين عدالة وأمر بالمعروف ونهي عن المنكر وتآلف ومحبة بين أفراد المجتمع.
- الإحساس بالتماسك والتعاطف والانتماء بين أفراد المجتمع الواحد لأن من شروط المجتمع السليم أن يتوافر بين أفرادها قدر عال من التماسك بحيث يشعر كل منهم بالانتماء إلى وطنه ومجتمعه، انتماء يجعل منه وحدة عضوية تتفاعل معه فتحيى بحياته وتنمو بنموه، فالانتماء ركن أساسي للحياة الاجتماعية بحيث يشعر الفرد أنّه جزء من المجتمع وأنه مسؤول عن سلامته، وله دور يتوجّب عليه القيام به للمحافظة على وطنه وأمتّه مما يحول دون إيذاء الأفراد لبعضهم البعض.

- التوافق على مبادئ سلوكية وأخلاقية ودينية واحدة، فحين يتربى الإنسان تربية سليمة يستقي التقوى ومخافة الله وتنمو معه المسؤولية تجاه نفسه وتجاه غيره، ينشأ محباً للناس، أمراً بالمعروف ناهياً عن المنكر، ومتى ما شبّ المجتمع على أساس سليم ومبادئ سامية يتأقلم الإنسان معها وتترسخ لديه وتصبح التزاماً أساسياً لا ينحاز عنها، فمتى وُجِدَت هذه القواعد الأخلاقية والدينية والسلوكية في إطار المجتمع أمنت معه أحد المقومات الأساسية لتحقيق الأمن.

- الاستقرار السياسي وتوافر الأجهزة المختصة القادرة على تقيق الأمن والعدالة وضمن الحقوق الدستورية للفرد.

- توافر الأمن الاجتماعي والاقتصادي الذي يضمن لكل فرد في المجتمع مستوى

(1) محمد الحافظ محمد جاد كريم، مرجع سابق، ص 69.

معيشي مُعَيَّن يتحقَّق بتوافر فرص العمل والإنتاج وعائد مجزٍ يؤمِّن للفرد الحاجات الضرورية من مأكَل وملبس ومسكن، يُضَاف لذلك خدمات تعليمية وصحية واجتماعية وإنسانية تجعله في مأمن من العوز والمرض.

- ضمان سلامة الأرواح والأعراض والممتلكات من كل خطر، فجوهر الأمن هو التحرُّر من الخوف من أيِّ خطر أو ضرر قد يلحق بالإنسان في نفسه أو عرضه أو ممتلكاته ويكون في مقدوره العيش في وطنه دون الخوف، وأن يكون بإمكانه أن يفكر ويدلي برأيه دون تسلُّط أو إرهاب من قِبَل الآخرين.

ويمكن القول أن أهم مقومات الأمن القومي تتمثل في عمق الانتماء للوطن والعلاقة بين المواطنين وحكوماتهم من جهة وبينهم كمكونات مختلفة من جهة ثانية، ويلعب الإعلام الأمني - من خلال فروعه المختلفة - دوراً رئيساً ومحورياً في جانب تعزيز مقومات الأمن القومي.

المنظور الإسلامي للأمن:

إنَّ الحديث حول الأمن القومي يجعلنا - قبل ربطه بالإعلام الأمني - نتوقَّف قليلاً عند كلمتي (الأمن) و(القومية). فالأمن من المنظور الإسلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بـ(الإيمان) من جهة وبعدم (الظلم) من جهة أخرى، وبـ(الهداية) من جهة ثالثة، كما جاء في قوله تعالى: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَٰئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾⁽¹⁾.

الأمن إذاً من منظور الشريعة الإسلامية الغراء هو تحقيق مصالح العباد في معاشهم ومعادهم وحفظ الضرورات الخمس في دينهم وأنفسهم وعقولهم وأموالهم وأنسابهم. « فإذا اطمأن الناس إلى ما عندهم من أصول وثوابت، وأمنوا على ما لديهم من قيم ومثُل ومبادئ ، فقد تحقق لهم الأمن في أسمى صوره وأجلى معانيه»⁽²⁾.

وهنا يتجلَّى البُعد القيمي والأخلاقي للإعلام الأمني وهو يقوم بدوره الإنساني من منظور إسلامي يرتكز على «كرامة» الإنسان لكونه إنساناً، وهذا التكريم يتطلَّب - بل يقتضي - أن يكون الإعلام قائماً على أصول ترتبط بخالق الإنسان ومُكرِّمه ومُفضِّله على سائر المخلوقات، يقول تعالى: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً﴾⁽³⁾.

«إنَّ المعرفة الثقافية التي نقلها الاتصال بالوحي استهدف صلة الإنسان بربه، وتعريفه بالمسؤولية الملقاة على عاتقه، وتنظيم علائق البشر. فالاتصال بالوحي كان أخطر حدث كوني على الإطلاق، لأنه قرر مصير النوع الإنساني، وبالوحي تمت

(1) سورة الأنعام ، الآية 82.

(2) عبد الرحمن بن عبد العزيز السديس، الشريعة الإسلامية ودورها في تعزيز الأمن الفكري، ورقة مقدمة لملتقى الأمن الفكري - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض ، 1426 هـ - 2005م.

(3) سورة الإسراء، الآية 70.

المعرفة بالله، والتفريق بين الحق والباطل، والخير والشر، ومن ثمّ تمّ بناء العالم على مبادئ تؤمّن الطريق للوصول إلى الله عبادة وكفاحاً، وموتاً وخلوداً إلى مصيره الذي يقرره له»⁽¹⁾.

إنّ منظومة القيم في مفهوم الإعلام الأمني من منظور إسلامي، منظومة واحدة لا تتجزأ، لكونها تتبع من معين واحد، وتهدف إلى غاية واحدة، ويرتبط ذلك، بهدف هذا الإعلام الذي جاء بمضمونه خير البشريّة للناس كافة رحمة بهم، وحماية لهم من أنفسهم.

«ويجب على القائم بصياغة الخطاب الإعلامي الأمني الالتزام بالقيم الدينيّة والاجتماعيّة والقانونيّة، وكذلك مجموعة الأعراف والعادات والتقاليد والتراث الجيد والصحيح منها، وقوة الشخصية، والقدرة على الحضور الفعّال، والبُعد عن مواقف الضعف والتهميش، وكلك الإحساس بقيمة العمل الإعلامي وتأثيراته في أوساط الجماهير، ونكران الذات، والتفاني في الخدمة، واحترام المتلقّي، وإزالة الحواجز النفسيّة والاجتماعيّة التي تفصله عنه، مع التدريب والتأهيل»⁽²⁾.

يعتبر الإسلام (النفوس) هي نواة تحقيق الأمن، ولذلك سعى بكل السبل لتهديبها وتقويمها ووضعها على جادة الطريق، حتى يسهم (الفرد) في تحقيق (الأمن النفسي) الذي يقود النفس للطمأنينة، وزوال الخوف، فجعل صاحب النفس مطمئنة مؤتمناً على أعراض الناس وأموالهم وربط ذلك ب(الإيمان). عن أب هريرة رضي الله عنه أنّ النبي صلى الله عليه وسلم قال: (المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده والمؤمن من أمنه الناس على دمائهم وأموالهم»⁽³⁾).

فالنفس مطمئنة هي الراضية التي تشيع الأمن فيمن حولها ويقودها الإيمان في حركاتها وسكناتها، وتعمل جاهدة لتحقيق الأمن الشامل لصاحبها وللاخرين. النفس الآمنة تملأ جوانح صاحبها بالأمن وتبعد عنه شبح (الخوف) إلا من الله سبحانه وتعالى، وتشيع الأمن في الأسرة الصغيرة نواة المجتمع (الأمن)، ويتدرج ذلك حتي يصل أعلى المستويات، أما النفس المضطربة ضعيفة الإيمان هي التي تقسد حياة صاحبها وتقوده ومن جوله إلى الخوف، وعليه فنرى أن مفهوم الأمن الإنساني هو الأقرب للمنظور الإسلامي للأمن، لشموليّته وارتباطه بالقيم والبيئة في ظل تكريم الله سبحانه وتعالى للإنسان، عكس مفهوم الأمن القومي التقليدي.

(1) سر الختم عثمان الأمين، نظرية الإتصال في الرسالة الإسلاميّة، (الخرطوم: بدون مكان، 2015م)، ص58.
(2) مخلص جبير أحمد، الصحافة السودانية- الخطاب الأمني الصحفي في ظل العولمة، (الخرطوم: مركز قاسم لخدمات المكتبات، 2013م)، ص81.
(3) مسند أحمد، (سنن أبي هريرة)، 499 / 14، والترمذي (كتاب الإيمان) 17 / 5 رقم 2627.

السمات العامة للإعلام الأمني وعلاقتها بالاستراتيجية والأمن القومي

ترتبط سمات الإعلام الأمني المهني ارتباطاً وثيقاً بالوظائف أو الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. ويقتضي هذا الأمر هنا التمييز بين مستويين من الأنشطة التي يقوم بها الإعلام الأمني المهني مع التأكيد على الصلة الوثيقة بينهما: (1)

أولاً: المستوى التجريدي من أهداف الأنشطة الإعلامية Abstraction Ladder التي تتعامل مع الأمن باعتبارها مفهوماً ووظيفة أساسية من وظائف المجتمع وضرورة اجتماعية ملحة. وهي أنشطة تهدف إلى وضع مفهوم الأمن ضمن الأولويات العامة والفردية في المجتمع وما يرتبط به من تحقيق الانتماء والولاء ودعم المشاعر الوطنية والإحساس بأهمية المشاركة في حماية الوطن والدفاع عنه والثقة في الأجهزة الأمنية وكفاءتها وإيجاد صورة ذهنية إيجابية مجتمعية عنها لدى الجمهور العام.

ويمثل هذا المستوى من الأنشطة ما أسماه Marchand بالتعبئة العامة وقت السلم وهذه النوعية من الأنشطة غالباً ما تتسم بما يلي:

أ. إنها تعمل في ظل استراتيجيات التأثير التراكمي الممتد. فهذه النوعية من الأنشطة لها أهداف أكثر تجريداً من الأنشطة الأخرى. فهي لا ترتبط بأفراد أو سياسات أو شخصيات وإنما هي أكثر ارتباطاً بمفاهيم لها أهميتها وقوتها وارتباطها بالأمن النفسي والعاطفي للأفراد والجماعات. فاهتزاز الثقة في أداء المؤسسة الأمنية تجاه قضية ما خلال وقت ما، لا يعني فقدان الثقة في وجود المؤسسة الأمنية ذاتها أو وظيفتها أو أهميتها.

ب. أنها أكثر قابلية للانتشار عبر مضامين إعلامية مختلفة من البرامج الموسيقية وحتى الأعمال الدرامية ومقالات الرأي. فالمفاهيم التي تروج لها هذه النوعية من الأنشطة وثيقة الصلة بنطاق متصل باهتمامات الإنسان ومجالات عمله وحياته، ولذلك كانت قابلة للتشكيل في قوالب إعلامية واتصالية مختلفة.

ج. يمكن أن تدعم أهداف هذه الأنشطة مواد إعلامية خارجية مثل أفلام السينما والدراما الأجنبية والأخبار الخارجية وغيرها من المواد الإعلامية المنتجة خارج حدود الوطن. فغالبية قضايا هذه النوعية من الأنشطة أكثر ارتباطاً بالحاجات الأساسية للإنسان وغرائزه الاجتماعية عبر المجتمعات المختلفة. ومن ثم فإن التجارب أو الخبرات الناجحة تُعزِّز هذه المفاهيم على الصعيد المحلي.

د. أنها أكثر قابلية للتكامل مع الأنشطة غير الإعلامية مثل البرامج التربوية والتنشئة الاجتماعية وهي كذلك أقل قابلية للتناقض مع غيرها من المواد الإعلامية أو السلوكيات السلبية التي تُنسب لبعض أفراد المؤسسة الأمنية أو حتى مسؤوليها.

(1) حمدي حسن أبو العينين، خصائص الإعلام الأمني وسماته، ورقة مقدمة لملتقى الجودة النوعية لبرامج الإعلام الأمني العربي، - (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2007م)، ص 69.

هـ. أن هذه الأنشطة لا تجد في الغالب كثيراً من المقاومة أو التناقض Resistance & Discrepancy من جانب الجمهور المُستهدَف باستثناء ما قد يتعلّق ببعض جوانب الصُّور الذهنيّة السائدة عن مؤسسة أمنيّة في وقتٍ ما.

و. أن التأثيرات القوية لهذه النوعية من الأنشطة تمثل دعماً وتعزيزاً قوياً للأنشطة الأمنيّة الأخرى. فالاهتمام العام بقضايا الأمن وتقدير الدور الذي تقوم به المؤسسة الأمنيّة في المجتمع والتداخل بين القضايا الوطنيّة والأمن يمثل دعماً قوياً وتعزيزاً ملحوظاً لبرامج التوعية الأمنيّة أو تغيير السلوكيّات في أوقات الأزمات والكوارث وغيرها من الأنشطة.

ز. إن تأثير هذا المستوى من الأنشطة أكثر بروزاً لدى المستويات التعليميّة والاجتماعيّة الأعلى في المجتمع.

ثانياً: الأنشطة المرتبطة بقضايا ماديّة ملموسة وهي التي تتعلّق بالمؤسسة الأمنيّة أو فروعها المُختلفة وما يرتبط بها من سياساتٍ أو قراراتٍ أو معلومات.

وتشمل هذه النوعيّة تنمية الوعي الأمني بقضايا مُحدّدة مثل الوقاية من الجريمة والسلوكيّات في أوقات الأزمات والأمن والسلامة والمرور والمعلومات حول الخدمات التي تقوم بها المؤسسات الأمنيّة وكذلك تأكيد الجهود التي تقوم بها الإدارات المُختلفة في أداء مسؤولياتها الأمنيّة.

وهذا المستوى من أنشطة الإعلام الأمني المهني يتعلّق بالأنشطة الحياتيّة اليوميّة والتعامل اليومي مع الأجهزة الأمنيّة أو مجالات عملها. ويستغرقُ هذا المستوى من الأنشطة معظم الجهد والوقت بطبيعة الحال. ويتّسمُ هذا المستوى من نشاط الإعلام الأمني المهني بما يلي:

أ. إنّ القضايا التي تدور حولها معظم أنشطة هذا المستوى تتّسمُ بطابع مادي ملموس أكثر من كونها قضايا تجريديّة. هذه الخاصيّة تتيح للإعلام الأمني فرصة الوصول إلى قطاع واسع من الجمهور والتأثير فيه. فالمستويات التعليميّة والاجتماعيّة لدى الجمهور ليست عاملاً مؤثراً في هذا المجال.

ب. إنّ هذا المستوى من الأنشطة يتعلّق بقضايا تواجه تعزيزاً إيجابياً في بعض الأحيان ومقاومة في أحيان أخرى الأمر الذي يفرض استخدام استراتيجيّات إقناع مختلفة.

ج. تتعرّضُ هذه النوعيّة من الأنشطة الإعلاميّة للتناقض أو التنافر المعرفي Cognitive Dissonance إما في مواجهة أنشطة أخرى أو وقائع في الحياة العامّة. هذا التنافر إن وُجد يحد من تأثير هذه النوعية من الأنشطة. فالخدمات المُيسرة التي يبشر بها الإعلام الأمني في مؤسساته المُختلفة عبر صحيفة معيّنة قد تناقضها شكوى

من سوء المعاملة أو الخدمة منشورة في الصحيفة ذاتها أو قد يكذبها الواقع الحقيقي. د. يمثل هذا المستوى من الأنشطة الإعلامية الأمنية مادة إعلامية جذابة لقطاعات واسعة من الجمهور إذا ما تمّ ربطها مباشرة بمصالح الجمهور واهتماماته. و. إن تأثير هذا المستوى من أنشطة الإعلام الأمني مُرتبطٌ بعواملٍ أخرى ليست مما يقع في إطار مسؤولية الأجهزة الأمنية مثل الأوضاع الاقتصادية أو التوتّر الاجتماعي أو السخط السياسي وغير ذلك. ومثل هذه العوامل يتعيّن أن تُؤخذ في الاعتبار عند تخطيط وتنفيذ برامج الإعلام الأمني.

نلاحظ أنّ الباحث السابق قد أصاب خلطاً كبيراً فيما يتعلّق بهذه الجزئية التي أوردها، وكأن المؤسسات الأمنية لا تعنى بالجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وقد أخطأ في ذلك خطأً شنيعاً - لعله غير مقصود بسبب اللبس الذي ظل مُلازماً لتعريف ومفهوم الإعلام الأمني بسبب الإشكال حول ماهية الأمن المَعْنِي - حيث أنّ الأجهزة الأمنية المُختلفة - بما فيها الشرطة - ووفقاً للمفهوم التقليدي الشّرطي للإعلام الأمني - تُعتبر شريكاً أصيلاً ومسؤولة بصورة مباشرة فيما يتعلق بالجوانب المذكورة إذ لن يكون الأمن مُنبثاً وبعيداً عن بيئته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية. وتقوم المؤسسة الأمنية بأجهزتها المختلفة بحماية الأمن القومي بمفهومه التقليدي والحديث والذي يُعتبر الإعلام الأمني أحد أهم أذرع حمايته وتعزيزه داخل وخارج حدود الدولة.

ز. تؤدي الاتجاهات القائمة أو طبيعة الصور الذهنية السائدة عن رجال الشرطة لدى الرأي العام دوراً مهماً في نوعيّة التأثير الناتج عن أنشطة الإعلام الأمني. الفقرة أعلاه والتي سبقتها تؤكدان أن الباحث السابق قد بنى بحثه على خلفيّة مفهوم الإعلام الأمني هو الإعلام الشّرطي فقط، وهذا ما عمد المؤلف لتصويبه إذ أنّ في ذلك تضيق سالب للمفهوم الواسع للإعلام الأمني الذي يمثل الإعلام العسكري والإعلام الحربي والإعلام الشّرطي أحد أفرعه الكثيرة التي تشمل الجوانب المختلفة لمفهوم الأمن بما فيها الأمن المائي والأمن البيئي والأمن الفكري والثقافي والأمن الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والصحي وغيرها من جوانب الأمن المختلفة التي تشكل في مجملها الأمن القومي. الذي يعمل الإعلام الأمني - بمفهومه الشامل - على تعزيزه وحمايته.

الإعلام الأمني وإدارة الأزمات:

تعريف ومفهوم الأزمة:

«الأزمة في اللغة هي الضيق والشدة وفي الإنجليزية (Crisis) وتعني نقطة التحوّل إلى الأحسن أو الأسوأ، فهي لحظة مصيريّة أو زمن مهم. وفي معنى آخر هي حالة من الاضطراب في العلاقات التي يهدد بتغيير حاسم فيها بالحدوث»⁽¹⁾.

(1) أميمة الدهان، نظريات منظمات الأعمال، (عمان، 1992م)، ص 24.

«الأزمة هي حدث أو موقف عسكري أو سياسي ذو أهمية بالغة تفرض مواجهة سريعة ويحتوي إمكانية التدخل الوطني الكامل ويستلزم إدارة القوة أو الموارد بقصد الحيلولة دون تصعيد ذلك الحدث».

«الأزمة هي تدهور خطير في العلاقات بين دولتين أو أكثر نتيجة تغيير في البيئة الخارجية أو الداخلية، هذا التدهور يخلق لدى صانعي القرار إدراكاً لتهديد خارجي للقيم والأهداف الرئيسية لسياستهم الخارجية ويزيد من إدراكهم لاحتمالات التورط في أعمال العداء العسكري كما يزيد إدراكهم لضغوط الوقت المُحدّد المتاح للاستجابة لذلك التهديد أو الرد عليه»⁽¹⁾.

«مفهوم الأزمة الداخليّة هي حدث ناتج عن موقف مُعيّن صادر عن تهديد داخلي أو خارجي يفرض على القادة وصانعي القرار في الدولة استخدام أحد عناصر قوة الدولة للتعامل مع هذه الأزمة والحيلولة دون تصعيدها، وتزداد خطورة وتهديد الأزمة الداخليّة عند مواكبتها لعناصر التهديد الخارجي، وهذا يفرض على المعنيين في الأجهزة الأمنيّة ذات العلاقة تحديد خطورة هذه الأزمة وتقييمها وإمكانية الاستجابة ورد الفعل والتعامل معها دون تصعيدها واستخدام الحد الأدنى من القوة في إنهائها والسيطرة عليها»⁽²⁾.

أسباب أزمات الأمن الداخلي:

هنالك عدد من الأسباب التي تسبب أزمات الأمن الداخلي، وقد تتطوّر لتصبح كوارث يفاقم حدوثها تهديد الأمن القومي بشكل مباشر. وهنا يأتي دور الإعلام الأمني بمفهومه الشامل في معالجة هذه الأزمات حيث أنّ بعض الوسائط الإعلاميّة تنقترح للحكمة في التعامل مع الأزمات بعكس الإعلام الأمني.

وهذه الأسباب يجمّلها قطيش في ستة عوامل رئيسيّة، يوردها كالاتي:⁽³⁾

1. العوامل السياسيّة:

عندما لا يحقق الساسة رغبات وطموحات غالبية فئات المجتمع ، يمكن استغلال ذلك من قِبَل الفئات المُعارضة في استقطاب الرأي العام لدعم توجهاتها في تحقيق أهدافها مما يؤدي إلى حدوث أزمة سياسيّة داخليّة تهدد الأمن الداخلي.

وهذا يحتاج للتنسيق الإعلامي الفعّال جداً من خلال وزارة الإعلام أو المؤسسة التي أشرنا إليها والتي يجب أن تكون مسؤولاً عن عمل الإعلام الأمني ابتداءً من التخطيط والتنسيق ثم التنفيذ والمتابعة والتقييم، لأن كثيراً من القرارات الحكوميّة التي تنجم عنها كوارث وآثار سلبية يكون في اغالب قد تم تغييب الإعلام عنها، ولو تم التنسيق بشكل إيجابي لقام الإعلام الأمني بتهيئة الرأي العام لقبول هذه القرارات ولما حدثت كوارث.

(1) أمين هويدي، الأمن العربي في مواجهة الأمن الإسرائيلي، (بيروت : دار الطليعة للطباعة، 1975م)، ص 14.

(2) نواف قطيش، الأمن الوطني وإدارة الأزمات، (عمان : دار الراية للنشر والتوزيع، 2011م)، ص 25.

(3) المرجع السابق، ص 31.

2. العوامل الاقتصادية:

شح الموارد الاقتصادية وعدم وفرة الإنتاج وارتفاع المديونية واضطراب الأسواق المالية وزيادة الأسعار للمواد الاستهلاكية والتموينية وازدياد نسبة البطالة وتقشي الفقر وبالتالي عدم تحقيق الاقتصاد الوطني لأهدافه في التنمية يؤدي إلى حدوث أزمة داخلية يمكن استغلالها للتأثير على الأمن الداخلي للدولة. وإذا ما واکب هذا كله فساد إداري مما يؤدي إلى الشك في الفئة الحاكمة وسينتقل هذا إلى الكره ثم الحقد ويُقاس الأزمة عند المُعالجة في كل مرحلة وأُعدّها المرحلة الأخيرة (الحقد).

هنا تبرز مسؤولية الإعلام الاقتصادي كفرع متخصص من الإعلام الأمني يهدف إلى تعزيز الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة الاقتصادية، وفي دول العالم العربي تكون غالبية الكوارث الداخلية مرتبطة بالعوامل الاقتصادية، وعدم إحكام السيطرة على الموارد وزيادة الأسعار وضعف الرقابة الحكومية على التجار، مما يفقد ثقة المواطن في المؤسسات المختصة وهذه من أخطر مراحل مهددات الأمن القومي.

3. العوامل الاجتماعية:

قد تؤدي الاختلافات العرقية والمذهبية والقومية وعدم توفر العدالة الاجتماعية والتفرقة العنصرية وإهمال الحركات الشبابية والنقابية إلى حدوث أزمة داخلية تهدد الأمن الداخلي في حال عدم اتباع آلية وأساليب معالجة فعّال لمنع حدوثها.

نرى أن قوة تماسك المجتمع الداخلي وحسن إدارة تنوعه هو الأساس المتين لحماية الأمن القومي من العوامل الداخلية والمهددات الخارجية على السواء، وبالتالي فيجب أن تراعي استراتيجية الإعلام الأمني هذا الجانب وتوليه العناية الخاصة من برامج داعمة ومقوية للمكونات الداخلية للدولة حتى تمثل حائط الصد الأول ضد الأعمال المهددة للأمن القومي.

4. العوامل البيئية:

النااتجة عن حدوث الكوارث الطبيعية كالفيضانات والبراكين والزلازل أو الاصطناعية كالتلوث البيئي بالغازات السامة أو الإشعاعات النووية وعدم سلامة المنتجات وفسادها وحالات التسمم الجماعية ونتائج الحروب وآثارها السلبية قد تؤدي إلى حدوث أزمة داخلية تهدد أمن الدولة.

بالرغم من أن الأمن البيئي يعد أحد أهم مكونات الأمن الإنساني، وأن البيئة وحمايتها من التهديدات المختلفة تمثل هماً يورق المجتمع الدولي، إلا أن الإعلام البيئي كفرع من فروع الإعلام الأمني مايزال ضعيفاً في صناعته، ولم يجد حظه من الذيوع والانتشار، وهنا يكمن الخطر غير المنظور للدول الوطنية منفردة للإقليم على مستوى العالم العربي أو الإسلامي، وعلى الجهات المخططة للأمن والإعلام والتنمية

أن تجعل ذلك على قائمة أولوياتها، وعلى منظري ومنفذي الإعلام الأمني أن يقودوا خطأ داعماً للإعلام البيئي عبر جميع الوسائط الإعلامية حتى يتسنى له القيام بدوره، ولتبدأ الاستراتيجية بالمؤسسات الإعلامية الحكومية وتسويق الأفكار البيئية للقطاع الخاص حتى يتطور الإعلام البيئي.

5. العامل العقدي:

اختلاف الأديان والمذاهب وتعددها وتناحر أتباع الديانات والمذاهب والتنافس على السلطة يولد أزمات داخلية.

يعاني كثيراً الأمن القومي العربي والأمن الوطني على مستوى الدول من إدخال العوامل العقدية والطائفية والمذهبية بل والدينية في المشكلات السياسية التي تهدد الأمن القومي لتلك الدول، والتي تطورت في بعض البلدان لتنتقل إلى مرحلة التهديد العسكري-كما في الحالة السودانية، الليبية، وغيرها، وجعلها مدخلاً للتدخلات الدولية في الشأن الداخلي للدول تحت أسباب ودواع مختلفة. وهناك بعض الدول العربية يعاني أمنها القومي تهديداً مماثلاً مملكة البحرين مثلاً تعاني تهديداً مذهبياً، جمهورية مصر تعاني تهديداً طائفيًا ودينيًا. وهذا الواقع يتطلب المزيد من البحث حول الأمن القومي العربي وكيفية حمايته من خلال التنسيق وتوسيع مفهوم الإعلام الأمني ليشمل محاور الأمن الإنساني المختلفة.

وبنظرة فاحصة للخارطة الجيوسياسية للعالم العربي نجد أن غالبية الدول التي تأثرت بصراع داخلي بأسباب دينية أو مذهبية أو عقدية، إنما تم ذلك بسبب غياب الحكمة عند الحاكمين، ووجود مكونات وطنية داخلية تمت السيطرة عليها من جهات خارجية - عمل مخابرات- وتبني أزمتهما وتضخيمها وتقديمها للرأي العام العالمي عبر الإعلام الأمني الدولي -وفق خطط محكمة- على أساس مغاير تماماً لحقيقتها، مثل مشكلة جنوب السودان التي تم تسويقها على أساس ديني(مسلمون/ مسيحيون)، ومشكلة دارفور التي تم تسويقها على أساس عنصري (عرب/ زنوج)، وكلاهما ليستا كذلك، ولكن ضعف الإعلام الأمني هو أس البلاء وسبب تفاقم هذه المشكلات، لعدم وجود خطط واضحة وميزانيات محددة، للقيام بعمل خارجي لخلق رأي عام مغاير وتكوين مجموعات ضغط من خلال تمليك المجتمع الدولي الحقيقة المجردة، ولكن بكل أسف نجد أن الإعلام السوداني يخاطب الغرب عبر الفضائية السودانية وباللغة العربية.!!

6. العوامل الطارئة:

الناجمة عن أمور غير متوقعة بسبب أزمات خارجية مثل نزوح اللاجئين والهاربين بأعداد كبيرة من الدول المجاورة تؤدي إلى حدوث أزمة داخلية (إيواء، طعام، شراب، حماية، ضبط.. الخ)، تهدد أمن الدولة وتقرض عليها آلية عمل لمعالجتها.

العوامل الطارئة يمكن التحكّم فيها أو تقليل آثارها من خلال رفع الوعي المجتمعي، وزيادة التنسيق بين دول العالم العربي بإيجاد استراتيجية تدخّل للطوارئ في مثل هذه الحالات تشتمل على الدعم اللوجستي للدولة المتضرّرة، والإحاطة بمخرجات الكارثة وتقليلها.

مُستويات الأزمة:

من المعلوم أن الأزمات وآثارها تتجاوز بيئتها المحليّة لمستوى آخر من خلال تداعياتها وزيادة آثارها، وعليه نجد أن للأزمة عدد من المستويات من الناحية الجغرافيّة، تبدأ بالمستوى الداخلي الوطني، ثم المستوى الإقليمي، والمستوى الدولي.

ويمكن تفصيلها على النحو التالي⁽¹⁾:

1. الأزمة المحليّة:

هي الأزمات الناتجة عن أسباب التحدي الداخلي دون تدخّل خارجي.

2. الأزمة الإقليميّة:

هي الأزمات التي تحدث بسبب التهديد الخارجي مثل إغلاق الحدود وإجراء الحصار والصراع المسلّح تنعكس آثاره على الإقليم بأكمله.

3. الأزمات الدوليّة:

هي الأزمات التي تحدث نتيجة لتهديد المصالح والمواثيق والأعراف الدوليّة من قِبَل دولة ومحاولتها القيام باستخدام القوة العسكرية أو عدم الاعتراف بالشرعيّة الدوليّة بقصد فرض سيطرتها وتعرض الأمن والسلم العالميين للخطر.

يجب التأكيد على أن كثيراً من الأزمات، وفي مستويات مختلفة، يقوم الإعلام الأمني الدولي بخلقها وتسليط الأضواء عليها، لتحقيق أجداته الخاصّة، وهنا يجب التركيز على معرفة مناهج وأساليب الإعلام الأمني الدولي تجاه الأزمات وكيفية معالجته لها. سيتم تفصيل ذلك لاحقاً.

كثيراً ما يتدخّل الإعلام الأمني الدولي بصورة سافرة في بعض الأزمات ليعمل على تأجيجها وتضخيمها وتوسيع دائرة التعاطف معها لتوفير الدعم المعنوي والمادي للمنظمات الدوليّة التي يرتبط بها وفق أجدات (أمنيّة) تخدم مصالح الطرفين. وما أزمة دارفور بالسودان إلا واحدة من تلك النماذج السيئة لتدخّل الإعلام الأمني في الأزمات.

(1) محمد بابكر عباس، العون الإنساني وإدارة الكوارث، ورقة، معهد دراسات الكوارث واللاجئين- جامعة إفريقيا العالمية، الدفعة 20 ماجستير، 2012م.

الإعلام الأمني والشائعات: مفهوم الشائعات:

هنالك عدد من التعريفات حول مفهوم الشائعة، ولكن سنتوقف عند مفهوم ارتبط بموضوع الكتاب، وهو الأمن القومي بمحاورة المختلفة، ودور الإعلام الأمني في التصدي لتلك الشائعات والحد من آثارها، سيما وأن الشائعات أصبحت صناعة للمخابرات تهدف منها لتحقيق أجداتها المختلفة عبر وسائل الإعلام الأمني الدولي. «الشائعة كأحد أسلحة الحرب النفسية والدعائية سلاح مهم من أهم أسلحة هذه الحرب ولانبالغ إذا قلنا إنها أكثر هذه الأساليب أهمية ودلالة في وقت السلم والحرب على السواء»⁽¹⁾.

«الإشاعة هي الترويج لخبر مُختلق لا أساس له من الواقع أو تعمّد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه»⁽²⁾.

تميّز هذا التعريف لمفهوم الشائعة، بأن أوضح التالي:

- هي صناعة مفتعلة وتشويه متعمد.
- تهدف للتأثير النفسي على الرأي العام سواء كان داخلياً أو إقليمياً أو دولياً.
- لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي.

وعليه فيمكن القول أن صناعة الشائعة يتم باحترافية للتأثير على الرأي العام الداخلي للدول بغرض التأثير السالب لدى شعوبها ويُسْتَغَل في ذلك الإعلام الأمني الدولي وأحياناً الإعلام الوطني من حيث لا يحتسب، وهنا مكنم الخطورة وضرورة الانتباه وتمحيص كل ما يُبَث ويُنشر والتأكد من علاقته بالأمن القومي وتأثيره على محاوره المختلفة. كما تهدف أيضاً لتحقيق أهداف خارج حدود الدولة المعنية بالتأثير في الرأي العالمي لتكوين آراء سالبة تجاه تلك الدولة المستهدفة بالشائعة.

«وفي ضوء هذا الواقع الراهن فإن الشائعات التي نتعرض لها لم تبق مجرد فعل تلقائي أو نشاط عفوي، ولكنها وسيلة ونشاط مخطط ومدبّر ومرسوم ومستمر يقوم به خبراء وأخصائيون ينتسبون إلى هيئات ومنظمات ودول كُبرى، ويتوفر لهم كافة المعلومات والدراسات والميزانيات والأجهزة والمعدات التي تساعد على تحقيق

(1) محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م)، ص5.

(2) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ج1، ط4، (القاهرة: دار المعارف، 1979م)، ص114.

الشائعات لأهدافها المرسومة والمحددة بدقة وعناية»⁽¹⁾.

دور الأجهزة الأمنية الوطنية عند حدوث الشائعات يتمثل في رصدها وتحليلها، وتبصير الرأي العام وتمليكه الحقائق الكاملة حولها من خلال الإعلام الأمني، كما حدث بالعاصمة السودانية الخرطوم في يوليو 2017م عندما انتشرت شائعة (اختطاف المواطنين) التي هددت الأمن القومي للدولة ولاسيما الأمن الاجتماعي بصورة مزعجة، مما اضطر وزارة الداخلية لعقد مؤتمر صحفي لتمليك وسائل الإعلام الحقائق الدامغة حول الشائعة.

ودور الإعلام الأمني عند حدوث الشائعات يزداد أهمية لكونها تؤثر تأثيراً سالباً على كل محاور الأمن ابتداء من الأمن الشخصي مروراً بالمستويات والمحاور الأخرى.

وقد يكون مصدر الشائعات جهات وطنية سواء كانت أحزاب معارضة أو غيرها، تهدف للنيل من (الحكومة) - السلطة السياسية- أو الحزب الحاكم، ولاتدري بأنها بذلك تضر (الدولة)، وهنا يجب على الإعلام الأمني التركيز على رفع الوعي الوطني وزيادة التوعية الأمنية.

«وقد تكون الشائعات صناعة مخابراتية يقف وراء بلورتها وتسويقها أخصائيون مدربون لحساب الجهات التي تستخدم الشائعة.. وقد يكون مصدرها جهات أجنبية، حكومات ودول، ومنظمات وشركات احتكارية، أو منظمات المجتمع المدني الدولية لإحداث البلبلة والفرقة داخل المجتمع أو لتشويه صورة ورموز وأفكار ومعتقدات أو لتدمير الروح المعنوية لدى الشعوب»⁽²⁾.

الشائعات هي أحد أهم وسائل (التغيير السالب) - في ظل العولمة والتنميط الشامل- الذي تتشده الدول الغربية في ظل صراعها الفكري والحضاري مع الدول الإسلامية، وهي جزء من الحرب النفسية وحرب المعلومات التي يديرها الإعلام الأمني الدولي للتأثير السالب على الجماهير في الدول المُستهدفة.

«الشائعات هي جزء من النشاطات السياسية والاقتصادية والمعلوماتية التي تمارسها بعض الدول ضد البعض الآخر وتأخذ هذه الشائعات أشكالاً متنوعة تتراوح بين الاتهامات الوحشية للأفراد أو نشر معلومات تسيئ إلى سمعتهم أو الاستقطاب.. وهي سلوك عدواني بكل المقاييس»⁽³⁾.

(1) محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، مرجع سابق، ص7.

(2) المرجع السابق، ص15-16.

(3) هاني الكايد، الإشاعة- المفاهيم والأهداف والآثار، (عمان: دار الرابية للنشر والتوزيع، 2009م-1430هـ)، ص76.

الإعلام الأمني وحقوق الإنسان:

حقوق الإنسان ليس لها تعريفٌ مُحدّد بل هناك العديد من التعريفات التي قد يختلف مفهومها من مجتمع إلى آخر أو من ثقافة إلى أخرى، لأن مفهوم حقوق الإنسان ونوع هذه الحقوق يرتبطان بالأساس بالتصور الذي نتصور به الإنسان. ويرجع ذلك أيضاً لحدثة المفهوم.

«الحق في الشريعة، هو كل مصلحة شرعها الله للعباد فرداً أو جماعة، فالمصالح كلها مشروعة، أما إذا خرج الأمر عن دائرة المشروعية، فإنه ليس بمصلحة. ولكون الأصل الذي خُلق منه الإنسان جميعاً واحداً، فإن التمتع بتلك الحقوق وعدم حرمان البعض من بني الإنسان منها، يكون من الثوابت والبدهيّات التي لا يمكن إنكارها»⁽¹⁾. وبما أن الحق هو المصلحة التي أرادها الله لعباده لخيرهم في دنياهم وأخرتهم، فحريّ بنا القول أن حقوق الإنسان من هذا الجانب هي الأشمل والأعم والأفيد للأفراد والمجتمعات والدول.

ولأن الحديث حول حقوق الإنسان ينطلق من مدارس مختلفة ورؤى متباينة، فسوف نستعرض مجموعة من التعريفات لتحديد هذا المصطلح:

يشير مفهوم حقوق الإنسان والحريات الأساسية إلى «مجموعة الاحتياجات أو المطالب التي يلزم توافرها بالنسبة لعموم الأشخاص، دون أي تمييز بينهم، سواء لاعتبارات الجنس، أو النوع، أو اللون، أو الدين، أو العقيدة السياسية، أو الأصل الوطني، أو لأي اعتبار آخر»⁽²⁾.

وتعرف بأنها: «فرع خاص من الفروع الاجتماعية يختص بدراسة العلاقات بين الناس استناداً إلى كرامة الإنسان وتحديد الحقوق والرخص الضرورية لازدهار شخصية كل كائن إنساني»⁽³⁾.

ويرى البعض أنّ حقوق الإنسان «تمثل رزمة منطقية متضاربة من الحقوق والحقوق المدعاة»⁽⁴⁾. وهذا الإدعاء في الغالب الأعم هو الذي يركز عليه الإعلام الأمني الدولي في تسويقه لانتهاك الحقوق ولاسيما تجاه حكومات الدول العربية والإسلامية والضغط ليها بابرار قضايا قد تكون مُنتهكة في الغرب أكثر منه في الشرق ولكن الإعلام الأمني الدولي من جهة ومجموعات ما يُسمى بالناشطين من جهة أخرى، ومما يؤسف له أن كثيراً من هؤلاء الناشطين الوطنيين هم أدوات تستخدمهم المنظمات الأجنبية للنيل من

(1) جبار صابر طه، النظرية العامة لحقوق الإنسان، (بيروت: منشورات الحلبي القانونية، 2009م)، ص59، ص64.
(2) أحمد الرشدي، «حول بعض إشكاليات حقوق الإنسان»، الديمقراطية (مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بجزيرة الأهرام)، السنة الأولى، العدد الثاني، ربيع 2001م، ص84.
(3) ياسر عثمان حامد، حقوق الإنسان في الفكر الغربي، ورقة بحثية، معهد دراسات الكوارث واللجئين-جامعة إفريقيا العالمية، 2013م.
(4) نفس المرجع.

بلدانهم على طريقة (شهد شاهد من أهلها)، مع العلم أن بعض الحقوق (المدعاة) لا تحكمه معايير واضحة.

«نظراً لتعدد وتنوع الحقوق في نظر سُراح القانون، فقد قسموا الحقوق إلى أقسام عديدة. فبدأوا بتقسيمها إلى حقوق سياسية وغير سياسية، أي مدنيّة، ثم قسموا الحقوق المدنيّة إلى حقوق عامّة وحقوق خاصّة، والحقوق الخاصّة بدورها قُسمت إلى حقوق ماليّة وحقوق غير ماليّة، ثم قسموا الحقوق الماليّة إلى حقوق عينية وحقوق شخصية وحقوق معنوية، أي فكريّة وأدبية. وأخيراً قسموا الحقوق العينية إلى حقوق عينية أصيلة، وحقوق عينية تبعيّة⁽¹⁾».

إنّ تعزيز حقوق الإنسان في ظلّ السماوات المفتوحة أصبحت من أهمّ المتطلبات للحكومات والمؤسسات الحقوقية والأفراد على السواء لما لها من تأثير مجتمعي محلياً ودولياً ويلاحظ ذلك من خلال التطور السريع في مجال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء وتوظيف التقنيات المتقدّمة في هذا المجال، فضلاً عن كونها واجب تلك الحكومات تجاه شعوبها، ولاشك أن ذلك يترتب عليه الحاجة الماسّة إلى الابتعاد عن كبت الحريات وإشاعة الشفافية حتى يتمكن الإعلام الأمني من القيام بدوره الريادي بكل حرية وبلا خوف نشراً لثقافة حقوق الإنسان وتعزيزاً لها وحمايتها ومراقبة تنفيذها. «نجد أن أفضل سبيل لاحترام حقوق الإنسان هو سبيل عبادة وطاعة أوامر ونواهي الخالق للإنسان ومانح الحقوق له»⁽²⁾.

الإعلام الأمني والمبادئ الإنسانية في الإعلان العالمي:

«أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بقرارها (217) بتاريخ 10 ديسمبر 1948م، وذلك في دورة انعقادها العادية الثالثة، وقد تضمن هذا الإعلان العالمي مبادئ إنسانية للحفاظ على كرامة الإنسان وحقه المشروع في الحياة. ولكن هذه المبادئ ظلت حبراً على ورق، ولاتزال الدول التي وقعت عليه تمارس في بلادها وفي البلاد الخاضعة لنفوذها التمييز العنصري، والإجحاف بأدنى مستوى يليق بكرامة الإنسان»⁽³⁾.

الدين الإسلامي عزّز هذه الحقوق، وجعلها ترتبط بالشريعة الغراء، وعمد إلى حماية الكرامة البشريّة المتأصلة في الإنسان، لكونه إنساناً وليس لاعتباراتٍ أخرى، يقول تعالى: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً﴾⁽⁴⁾.

(1) فاضل عبد الواحد عبد الرحمن، أصول الفقه، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 1996م)، ص124.

(2) جبار صابر طه، النظرية العامة لحقوق الإنسان، (بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2009م)، ص132.

(3) مناع خليل القطان، حقوق الإنسان في الشريعة الإسلامية، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، إصدار رقم 283، 2001م)، ص9.

(4) سورة الإسراء، الآية 70.

الغرب يستخدم حقوق الإنسان في كثير من الأحيان استخداماً سياسياً سالباً ويتم توظيف الإدعاء بانتهاكها للنيل من كرامة الشعوب المسلمة وتركيعة الحكومات وابتزازها في ظل الصراع الحضاري والسعي للهيمنة الغربية وتُحشد لذلك المنظمات المتخصصة ويساندها الإعلام الأمني الدولي.

«إن الإنسان حسب المفهوم الإسلامي الشامل، هو ذلك الإنسان الذي تتحقق سعاداته، كما تقتضي به طبيعته، وكما قرره الإسلام، ولا تكتمل إلا باستكمال خطي الروح والجسم معاً. وأن الروحية البحتة، أو المادية البحتة، لا تصلح واحدة منهما سبيلاً للسعادة، أخذاً من واقع الحياة البشرية، فإن الإسلام يرى مع هذا وذاك، أن الروحية المهيمنة أساس للمادة المهيمنة، وأن منها ينبع الروح المهيذب، وبتهذيب الروح المهيذب للمادة تكمل للإنسان سعاداته في دنياه وآخرته، في فرده وفي مجتمعه»⁽¹⁾.

«وهكذا فالمفهوم الإسلامي للإنسان يتسع لكل مقومات الإنسان ومضامينه المعنوية وغير المعنوية، فهو المختص بالعلم والعقل، وهو الجدير بأن يتمتع بالحقوق والحرية والمساواة، ويعيش في كنف عدالة اجتماعية نابعة من سنن الله والكون، كل ذلك بخلاف النظرية المادية، نحو الإنسان، تلك النظرة الأحادية الجانب التي تفهم الإنسان على أنه مادة وجسد، بدون روح، وهي السبيل لقتل المعاني الفاضلة، وتدفع بالإنسان إلى جوان الطغيان المفسدة للحياة»⁽²⁾.

التطوُّر في مجال حقوق الإنسان وزيادة الإهتمام بها دولياً وإقليمياً ومحلياً، من الطبيعي أن يُصاحبه تطوُّر في جانب التخطيط الذي يتوافق ويتواءم مع العالم من حولنا، إذ أنَّ التخطيط الاستراتيجي صار سمة العصر وأحد أهم أدواته الفاعلة جداً في معرفة الوضع الحالي وكيفية وآليات الانتقال للمرحلة المطلوبة وفق أهداف إستراتيجية مُحدَّدة عبر رؤية ورسالة واضحة وبعد تحليل البيئة الداخلية والخارجية ومعرفة نقاط القوة والضعف وأهم الفرص وأخطر المُهدِّدات. وهذا يستوجب تطوُّر دور الإعلام الحقوقي.

الاستراتيجية المنشودة لحقوق الإنسان - من منظور التخطيط الاستراتيجي بمفهومه الشامل - من المفترض أن تشمل السياسات الثقافية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والتربوية والأمنية والتنمية والسياسية وغيرها، ولا بد لأية استراتيجية ناجحة أن تشمل كل هذه المحاور التي بحاجة إلى مختصين يصيغون برامج خاصة لكل سياسة وآليات واقعية وعملية للتنفيذ من جهة (ما هو كائن) وآليات ضرورية ولازمة لما ينبغي أن يكون، مع ضرورة ألا تغفل الاستراتيجية الإعلام الاستراتيجي المنوط به الإسهام في التبشير بتنفيذ الاستراتيجية التي تقوم مرتكزاتها الرئيسة على التوعية والتثقيف.

(1) محمود شلتوت، منهج القرآن في بناء المجتمع، (القاهرة: دار الكتاب العربي، دت)، ص 28.

(2) المرجع السابق، ص 36.

إنّ تعزيز حقوق الإنسان في ظل السماوات المفتوحة أصبح من أهم المتطلبات للحكومات والمؤسسات الحقوقية والأفراد على السواء لما لها من تأثير مجتمعي محلياً ودولياً ويلاحظ ذلك من خلال التطور السريع في مجال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء وتوظيف التقنيات المتقدّمة في هذا المجال، ولاشك أن ذلك يترتب عليه الحاجة الماسّة إلى الابتعاد عن كبت الحريات وإشاعة الشفافية حتى يتمكن الإعلام من القيام بدوره الريادي بكل حرية وبلا خوف نشرًا لتقافة حقوق الإنسان وتعزيزاً لها وحمايتها ومراقبة تنفيذها.

إنّ حقوق الإنسان في الإسلام متاحة بالفطرة في الشريعة الغراء، بل تجاوزت الإنسان - الذي كرمه الله سبحانه وتعالى - لتصل إلى الحيوان والشجر والبيئة بصفة عامة. وهذا هو الهدى النبوي الذي جاء به رسول الرحمة قبل ألف وأربعمائة عام وزيادة رحمة للعالمين.

تمثل جدليّة حقوق الإنسان والعمل على توظيفها ضد حكومات العالم العربي واحداً من مهددات الأمن القومي العربي، ويحتاج الميثاق العربي لحقوق الإنسان مزيداً من المراجعة والدراسة حتى يواكب مايدور في العالم من تطوّرات وليتوافق مع مبدأ الشريعة الإسلامية وفلسفتها ورؤيتها الشاملة لحقوق الإنسان.

«في الوطن العربي فقد جاء ميثاق جامعة الدول العربية الموقع في 22 مارس 1945 خلواً من أي نص عن حقوق الإنسان، غير أن مجلس الجامعة وافق في 1968/9/3 (القرار 48/2443) على إنشاء اللجنة العربية الدائمة لحقوق الإنسان التي عهد إليها إعداد مقترحات وأبحاث وتوصيات ومشروعات اتفاقات يتعين أن تحظى بموافقة مجلس الجامعة. وتتألف هذه اللجنة مندوبي الحكومات العربية وليس من أشخاص أكفاء يؤدون واجبهم بصفتهم الشخصية، لذا ظل دور اللجنة هامشياً، الوطن العربي شهد ويشهد ولادة معاهد ومؤسسات تعنى بحقوق الإنسان العربي فعلاً لا قولاً من دون أن يقترن عملها بتصرف حكومي جماعي عربي.»⁽¹⁾

على الإعلام الأمني أن يقوم بدوره في هذا الجانب باحترافية واتقان، وعدم فتح الثغرات فيما يتصل بذلك وقيادة التوعية الحقوقية والتنقيف بهذه الحقوق وبذل النصح للمرتبطين بمجالات حقوق الإنسان حتى لا يتم انتهاكها بشكلٍ من الأشكال. ولقد أصبحت حقوق الإنسان وصون حرياته العامّة من القضايا التي تشغل الرأي العام الدولي.

ومن منطلق وظيفة الإعلام الأمني وأهدافه يتوجّب عليه التأكيد على أهميّة حماية وتعزيز مبادئ هذه الحقوق في جوانبها المختلفة تكريماً للإنسان لكونه إنساناً.

إدعاء انتهاك حقوق الإنسان في كثير من الأحيان بالعالم العربي يكون حقاً أريد به
(1) عثمان أبو المجد، أكاديمي وأستاذ حقوق الإنسان بعدد من الجامعات، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2015 /23/6م.

باطل، فيتم استخدامه كذريعة سياسية للنيل من الحكومات من قِبَل الجهات المعارضة التي لم يفتح الله إدراكها لتعلم أن نشر مثل هذا الكلام في جنيف أو غيرها إنما يكون على حساب الدولة أكثر من كونه على حساب حكومتها، وهو ادعاء مشين في حقوق الدول العربية والإسلامية والتي ارتبطت - جراء ذلك - بانتهاكات حقوق الإنسان والظلم والبطش وغيره من دعاوى المفتره والأكاذيب الباطلة والملققة، بل أحياناً تقوم بعض المنظمات الأجنبية بالاستعانة بمجموعات من أبناء الوطن ليقوموا بالإدلاء بشهادات زور في حق قيادة حكومتهم الوطنية، مثل الذي تم في دارفور بالسودان.

إن الحديث عن حقوق الإنسان يرتبط بالتنوع الشاملة سواء كانت توعية أمنية أو حقوقية أو سياسية أو ثقافية، للحد من الانتهاكات الحقوقية سواء تلك التي تحدث من الحكومة تجاه المواطنين أو من المواطنين تجاه الحكومة أو من المواطنين تجاه بعضهم البعض، مع إبراز والتأكيد على أن الحقوق تقابلها الواجبات، وعلى الجميع وقبل الحديث عن الحقوق القيام بواجباتهم تجاه بعضهم البعض وتجاه المجتمع، وهذه التوعية الحقوقية هي في حقيقتها ذات أبعاد سياسية تحتاج للإعلام الأمني المتخصص لتنفيذها. إن التناول الدولي لقضية حقوق الإنسان في العالم العربي والإسلامي لا تخلو من تهويل وإثارة، مع ربطها بأبعاد سياسية لا تُخفى على ذي بصيرة.

«يظل ملف حقوق الإنسان في معظم دول العالم مُنتقداً بصورة مستمرة من قبل المنظمات والجماعات التي تبنت مهمة الدفاع عن حقوق الإنسان. إلا أنه من اللافت للنظر أن ملف حقوق الإنسان في دول العالم الإسلامي يبقى الأكثر عرضة للانتقاد اللازم من قبل هذه المنظمات والجماعات والجمعيات»⁽¹⁾.

نرى أن تسييس حقوق الإنسان وراء كل الضجة المثارة حولها على مستوى العالم العربي، وعليه فالمأمول أن يقوم الإعلام الأمني بدوره السياسي والاقتصادي في المزيد من نشر ثقافة حقوق الإنسان والتعريف بها، وهذا يرتبط بمراجعة التشريعات الخاصة بحقوق الإنسان وتأسيس المفوضيات المعنية بذلك.

الإعلام الأمني والأمن القومي:

هنالك علاقة الوطيدة بين الإعلام الأمني والأمن القومي - كما نراها - تنبع من هدف كلاً منهما، المُمثل في (أمن الدولة) وحمايته، وهو الهدف الذي يُحظى بأولوية خاصة ومشاركة بينهما في ظل المفهوم الشامل للأمن الذي يستند على دعامين رئيسيين، وهاتين الركيزتين الأساسيتين إحداهما ركيزة مادية يُعبر عنها تعبيراً (كمياً) يُقاس بمستوى كفاءة الأجهزة الأمنية وحجم قوتها وقدرتها مع القدرة والقوة الاقتصادية والبشرية من حيث عدد السكان وقدرتهم والموقع الجغرافي والانتاجية ودرجة الاستقلال

(1) عبد الفتاح جابر محمد محجوب، جدلية الدولة والمنظمات الدولية. رؤية تأصيلية، (دمشق: مطابع الصالحاني- هيئة رعاية الإبداع العلمي، أغسطس 2010م)، ص18.

عن الخارج، والركيزة الثانية معنوية يكون التعبير عنها (نوعياً) يُقاس بمستوى التماسك الداخلي للمواطنين والروح المعنوية لديهم ورغبتهم وقدرتهم على الإنتاج والعمل على تحقيق الأهداف الوطنية ودرجة ارتباطهم بنظامهم السياسي ومشاركتهم له وإيمانهم بما يقوم به.

فالأمن القومي يسعى لامتلاك (القدرة) و(القوة) المادية والمعنوية، والإعلام الأمني يعمل على تحديد المسار الاستراتيجي الذي يُعزّز الأهداف الوطنية الاستراتيجية ويقود التغيير الاستراتيجي المطلوب لزيادة الكفاءة والفاعلية الانتاجية ويقوم كذلك بتوضيح ضرورة بناء (القوة) المادية والمعنوية و(القدرة) المطلوبة لاستخدام هذه القوة لحماية المصالح القومية وإبعاد التهديدات الداخلية والخارجية.

من ناحية ثانية يقوم الإعلام الأمني بالعمل المعنوي الهادف لزيادة التماسك الداخلي ورفع الروح المعنوية للمواطنين وزيادة ارتباطهم بنظامهم السياسي ونبذ أسباب الفُرقة والشتات وإعلاء القيم الوطنية العليا للدولة.

الإعلام الأمني والسياسات الإعلامية:

مفهوم السياسة الإعلامية من المفاهيم مُتعدّدة المجالات وبالتالي وطبقاً لذلك تنتوَع تعريفاتها ومفاهيمها، فهي إن كانت ظاهرياً ترتبط بالإعلام والاتصال وما يكون عليه واقع ذلك من تشريعات وقوانين وخُطط وممارسات وتطبيق بل ومحتوى أحياناً. إلا أنها أيضاً ترتبط ضمناً وواقعياً بمفاهيم كثيرة متنوّعة ومتعدّدة أيضاً بل متشابكة ومتقاطعة أحياناً مما يقتضي وضع السياسات الإعلامية في ظل الاستراتيجية القومية الشاملة للدولة منعاً للتضارب وللمزيد من التنسيق والتجويد.

إنّ السياسات الإعلامية ترتبط بصورة مباشرة «بالنظام السياسي من حيث الشكل والمضمون، وترتبط بوزن الدولة الدولي، وبالمنطقة الجغرافية التي توجد فيها الدولة، وترتبط بالتطوّر الاقتصادي والاجتماعي للدولة وللشعب، وبالوزن النسبي للدولة»⁽¹⁾. مما سبق يمكن القول إنّ السياسة الإعلامية الناجحة تكون في ظل تخطيط إعلامي متكامل يُراعي واقع الدولة الذي رسمته الاستراتيجية الشاملة من حيث الرؤية والأهداف والسياسات العامّة والفرعيّة.

فالسياسة الإعلامية إذاً هي «السياسة النابعة من الاستراتيجية، وهي تفسير لها إن جاز لنا التعبير، ولهذا ينبثق أيضاً عن تلك السياسة العليا مجموعة من السياسات الأكثر تفصيلاً. ومن هنا يمكن القول إنّ السياسة الإعلامية هي التخليص النوعي المتميز الذي يجسّد الواقع الاجتماعي بصراعاته وتناقضاته وسياقه التاريخي. وهي بالتالي مجموعة القواعد والأسس والضوابط التي تشكل أساساً لبث أو إرسال الرسالة

(1) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، السياسات الإعلامية، (القاهرة: هبة النيل العربية للنشر والتوزيع، 2010م)، ص 11.

الإعلامية بما تتضمنه من مبادئ أو أفكار أو أحكام أو آراء أو معلومات أو أخبار»⁽¹⁾. تُعتبر السياسات الإعلامية (برامج تفصيلية) لتنفيذ الأهداف الاستراتيجية الإعلامية للاستراتيجية القومية للدولة، فلا سياسة إعلامية بغير استراتيجية إعلامية واضحة الأهداف ومحددة الملامح.

إن السياسة الإعلامية ترتبط بعدد من الأبعاد التي تنبثق من طبيعة النظام الحاكم ونظرته الخاصة- سواء كانت فلسفية أو أيولوجية- لوظائف الإعلام ورسالته وأهدافه ودوره في المجتمع وعلاقة ذلك بالأمن القومي وحدوده ومهدداته.

فالنظام الإشتراكي تجيء فلسفته الإعلامية مغايرة للنظام الرأسمالي وتكون مختلفة عنهما الفلسفة الإسلامية وما يتبع لها من سياسات إعلامية.

بالرغم من أن السياسة الإعلامية للدولة في إطار الإعلام الأمني والمنبثقة عن استراتيجية الإعلام، يجب أن تكون ملزمة للمؤسسات والوسائط الإعلامية، وهادياً لوضع سياساتها الخاصة بما يتفق مع السياسة العامة للدولة. ولكن واقع الحال يشير لغير ذلك، حيث أن كثيراً من القضايا والموضوعات المرتبطة بوجهه من وجوه (الأمن القومي) نجد تناولها يختلف بل يتباين تماماً بين وسيط إعلامي وآخر، مما يحدث ربكة كبيرة للجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية، ويخلق لديه حالة (تشويش)، ونرجع ذلك لعدم وجود أو ضعف السياسة الإعلامية وغياب التنسيق الإعلامي.

التنسيق للإعلام الأمني:

واقع الإعلام الأمني بالدول العربية عموماً وبالسودان بصفة خاصة يشير وبجلاء إلى أن السياسة الإعلامية التي وُضع في إطارها ضمن الاستراتيجيات الإعلامية لم تربطه بالأمن القومي وإنما اكتفت بذلك في بعض المفاهيم النظرية ولكن في الممارسة العملية تم إقصاؤه من السياق الأمني الشامل إما ليكون فرعاً من فروع الإعلام الأمني سواء بجعله إعلاماً عسكرياً أو قتالياً أو إعلاماً شُرطياً أو إدارة للعلاقات العامة لوزارات الداخلية والدفاع مع أن معظم الأدبيات تتحدث حول الأجهزة الأمنية أو المؤسسة الأمنية وكأنها هذه المؤسسة أو الأجهزة الأمنية هي جهاز الشرطة دون وضع اعتبارات كافية للأجهزة الأمنية الأخرى سواء كانت القوات المسلحة أو جهاز المخابرات والأمن الوطني الذي نرى أنه -وبحكم تركيبته وطبيعته عمله- يعد هو الأنسب ليقود التنسيق بين بقية الأجهزة الأمنية الأخرى من جهة والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، لكونه الأقدر على مواكبة وتطبيق مفهوم الإعلام الأمني على الجوانب الإعلامية المختلفة سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية والفكرية وغيرها، فضلاً عن وجود إدارات شبيهة مُتخصّصة تقع ضمن اهتمامات نشاط جهاز الأمن والمخابرات الوطني عكس الأجهزة الأمنية الأخرى. التي حققت نجاحات في مجالها وجمهورها،

(1) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سابق، ص 21.

فالشرطة جمهورها ورسالتها إليهم في جانب الإعلام الأمني يغلب عليها (التوعوية)، وقد تميّزت في هذا المضمار، والقوات المسلّحة تفوّقت في فرعين من فروع الإعلام الأمني وهما (الإعلام العسكري) و(الإعلام الحربي) وعلاقة ذلك بالأمن القومي. ولكن جهاز الأمن والمخابرات الوطني زاد عليهما بأبعادٍ أخرى تتمثل في (الأمن الصحي)، (الأمن الاقتصادي)، (الأمن الاجتماعي)، و(الأمن السياسي)، في إطار الأمن القومي للدولة، مما أكسبه ميّزات تفضيليّة لقيادة التنسيق الإعلامي للإعلام الأمني.

إن التنسيق للإعلام الأمني يجب أن يشمل مع المؤسسات الأمنية والإعلامية، الوزارات والجهات الحكوميّة المعنيّة بالأمن الإنساني وحمايته، والتي تهدف لتحقيق رسالتها للجمهور من أحد فروع الإعلام الأمني المتخصصة، مثل وزارة الصحة المناوط بها حماية الأمن الصحي من خلال رسائل الإعلام الصحي، يضاف لذلك زارة الرعاية والضمان الاجتماعي(الأمن الاجتماعي)، وزارة الثقافة (الأمن الثقافي والفكري) ومعها وزارات التربية والتعليم العالي والبحث العلمي والشباب والرياضة، وزارة البيئة (الأمن البيئي)، وهكذا بقية الجهات المعنية، حتى تتكامل حلقات التنسيق ليقوم الإعلام الأمني بدوره كاملاً غير منقوص تجاه حماية وتعزيز الأمن القومي، وإلا سيكون العمل معزولاً والأهداف غير واضحة والنتائج لا يمكن قياسها.

العولمة والأمن القومي:

عقب نهاية الحرب الباردة، وبعد انهيار الاتحاد السوفيتي وبروز الولايات المتحدة الأمريكية كقوة أحادية، حدثت تحولات كثيرة على مستوى العلاقات الدولية في ظل غياب توازن القوى.

وشملت هذه التحولات كافة جوانب الحياة، سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وغيرها، حتى المستوى العسكري والأمني، إذ تبدّل المفهوم التقليدي للأمن وبرز المفهوم الحديث الذي يقوم على جملة محاور تركز على تغيير شامل للمفهوم، وترى أن التهديد للأمن ليس بالضرورة أن يكون من قوى عسكرية خارجية وإنما قد يكون من داخل الدولة أو من الدولة ذات نفسها.

ترتب على تلك التغيّرات الشاملة بروز ظاهرة العولمة Globalization التي ارتبطت بإشاعة التواصل الإنساني وكسر حواجز الزمان والمكان حيث الحدود الجغرافية التقليدية، وتآكلت الفواصل بين ما هو وطني أو إقليمي أو دولي. وتبع ذلك تضيق شديد لمفهوم (سيادة الدولة).

«من خلال ما سبق يتضح أن مفهوم الأمن الوطني للدولة قد تأثر بظاهرة العولمة التي مسّت السياسة والاقتصاد والثقافة والإعلام وعالمية المعلومات وحركة الأفراد، وتدخلها في حياتنا اليومية ومجالات العمل، حيث أصبحت الدولة شريكاً إلى جانب

فاعلين آخرين في سيادتها على شؤونها الداخلية، كما تراجعت أهمية الحدود التي شكّلت جوهر السيادة والأمن التقليديين، وخضعت وظائف الدولة الدبلوماسية والاقتصادية والاجتماعية إلى شروط أو ضغوط جراء الاندماج الدولي، كما قلّصت العولمة من شأن المواطنة وأعلنت من شأن الفدرية التي تتجاوز الوطنية أو الإقليمية»⁽¹⁾.

تعريف العولمة:

حادثة المصطلح، وتعدُّ المدارس الفكرية والمذهبية وإسقاطتها على المفهوم تؤثر عليه تأثيراً مباشراً، حيث تتعدد التعريفات وفق تعدد هاتيك المدارس. عرّف صندوق النقد الدولي العولمة بأنها: «التعاون الاقتصادي المتنامي لمجموع دول العالم والذي يحتمه ازدياد حجم التعامل بالسلع والخدمات وتتوَّعها عبر الحدود إضافة إلى تدفُّق رؤوس الأموال الدوليَّة والانتشار المتسارع للتقنية في أرجاء العالم كله».

مع وجود عدد من التعريفات للعولمة، إلا المؤلف يرى أن التعريف التالي هو الأشمل، لكونه أكد على أن العولمة هي رؤية سياسية ثقافية وتنميط للحياة وفرض ثقافة القوة المهيمنة (أمريكا) على الآخرين، من أجل مصالح اقتصادية وسياسية وأمنية واجتماعية، بمعنى أنها هي احتلال جديد بشكل ناعم.

«أنها نظرة اقتصادية في المنطلق، سياسية اجتماعية ثقافية في النتائج التي تستهدف فتح الأسواق الاقتصادية وتطبيق سياسة السوق فيها بإلغاء الرسوم الجمركية، وإقرار حرية انتقال رأس المال والبضائع والخدمات بين الدول دون أية قيود، وفتح الحدود الوطنية في المجال السياسي والترويج لثقافة نمطية عالمية واحدة هي ثقافة القوة المهيمنة على العالم»⁽²⁾.

وعندما نقوم بتجزئة الكلمة (العولمة) إلى مفردات متنوعة نجد أنها هي عين الاحتلال، فمثلاً العولمة الاقتصادية تعني إغراق أسواق الدول الفقيرة واحتواء خيراتها بواسطة الشركات الدولية عابرة القارات، وحينما نقول عولمة ثقافية فإن ذلك يعني فرض سيادة أنماط ثقافية من جهة واحدة على الآخرين دون مراعاة لجذورهم الثقافية وارتباطاتها بالقيم والعادات بل حتى الأديان.

خصائص العولمة:

هنالك عدداً من الخصائص التي تميّز ظاهر العولمة، منها⁽³⁾:

- أنه نظام يقوم على الهيمنة وتجاوز الخصوصية.
- أنه نظام يحاول احتواء العالم.

(1) محمد سعيد آل عياش الشهراني، أثر العولمة على مفهوم الأمن الوطني، بحث غير منشور «ماجستير»، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م، ص19.

(2) مراد محفوظ، العولمة وضرورة التكامل الاقتصادي العربي، (القاهاة: أعمال ندوة رؤية الشباب للعولمة، 1999م).

(3) محمد سعيد آل عياش الشهراني، مرجع سابق، ص39.

- أنه نظام يترجم طموح وإرادة اختراق وسلب خصوصية الآخرين.
- أنه نظام يسعى إلى تمييع هويات وثقافات الآخرين.
- أنه نظام تستفيد منه الدول حسب قوتها الاقتصادية والتقنية والسياسية والثقافية.
- أها ظاهرة عالميّة نشأت إثر تراكم عوامل عدة منها الاقتصادي والاجتماعي، ومنها الثقافي والسياسي، والعلمي والتقني، فهي ليست محض صدفة.
- أنها تشير إلى مرحلة من مراحل التطور التاريخي للمجتمعات الإنسانية وكانت بدايتها الأولى مع دخول العالم عصر حرب النجوم وسباق التسلح.

تأثير العولمة:

منذ تبلور وظهور مفهوم العولمة في مطلع التسعينات، انقسم الناس حولها إلى فريقين، أولهما يرى أنها قدر أو نظرية حتمية يجب التعامل معها ومجاراتها لصعوبة الوقوف في طريقها لقدرتها على تجاوز من يقف في مكانه، والفريق الآخر يرى ضرورة الإفادة من (فوائدها) وتجنب مساوئها، وعدم تطبيق أبعادها التي ترتبط ب(القيم) والعادات والتقاليد.

إنّ ظاهرة العولمة - في ظل غياب توازن القوى وسيادة النظام القطبي الواحد- أصبحت من أهم وأخطر الظواهر التي تواجه العالم الثالث عموماً والعالم الإسلامي على وجه الخصوص، إذ يرى أساطينها أن (الإسلام) هو القوة الكامنة التي يمكن أن تمثل تهديداً محتملاً في المستقبل للحضارة الغربية بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية بعد زول الشيوعية وانهيار الإشتراكية.

وعليه فإنّ ظاهرة العولمة تمثل أحد أهم التحديات للأمن القومي العربي وللأمن الإسلامي وللأمن الوطني للدول منفردة، وتتجاوز تحدياتها الأبعاد الاقتصادية إلى الجوانب الفكرية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعسكرية والأمنية. والعولمة - بأبعادها- المختلفة أثّرت على الأمن القومي من خلال بروز ثلاثة تحديات أوجدتها وهي: أزمة سيادة الدولة، أزمة السوق المفتوح، وأزمة الفكر.

«هنالك حاجة ماسّة للوقوف أمام ظاهرة العولمة، وتقديم رؤية تحليلية لواقعها ومستقبلها وخاصة فيما يتعلق بتأثيرها على الأمن الوطني، وعلى دور الدولة وسيادتها من خلال التأثير على الأمن القومي التقليدي بأبعاده العسكرية والأمنية للدولة وامتداده ليشمل الأمن الاقتصادي والاجتماعي والثقافي»⁽¹⁾.

وظيفة الإعلام الأمني الرئيسية وهدفه الاستراتيجي هو منع الخوف ومايتصل به من تهديدات وتأثيرات سالبة على الأفراد والمجتمع والدولة، وبما أن تأثيرات العولمة السالبة على الأمن تشمل مناح مختلفة من مكونات الأمن القومي ومستوياته، فإنّ واجب واجبات الإعلام الأمني العمل على الحد من تلك التأثيرات، سواء بالعمل الوقائي

(1) محمد سعيد آل عياش الشهراني، مرجع سابق، ص27.

المستمر أو المعالجات الآنية من خلال البرامج والأنشطة الإعلامية التي تعزز الأمن عبر استراتيجية واضحة يتم تنفيذها عبر كل الوسائط الإعلامية.

العولمة .. ضرورة المواكبة:

إن أبعاد العولمة ومعناها فيما بذلته الجهود في تحرير مفهومها وتعميمها واستمراره في المجالات السياسية والاقتصادية والإعلامية والثقافية بكافة خصائصه وسماته وفي جانب آخر لا يستطيع أحد أن يدعي إمكانية أن يركن إلى الانعزال والانغلاق لأن أواصر التعاون والتآلف أوجبها الله سبحانه وتعالى وهي في الوقت نفسه حاجة بشرية⁽¹⁾. من المُتفق حوله عند الباحثين أن العولمة أصبحت واقعاً مفروضاً في حياة الناس، بخيرها وشرها، وعليه فالتعامل معها، ضرورة يملئها هذا الواقع، وليس من المنطق الإنزواء والركون وعدم المواجهة. ولكن يكون ذلك بتبصُّرٍ ودراية وحكمة، مع استغلال وسائلها المختلفة- وخاصة الإعلام- لصد هجومها، وقيادة مبادرات تعزز قيمنا وتوصل صوتنا للآخرين، فالعولمة إذا هي محنة نستطيع بالحكمة والتؤدة جعلها منحة، لكونها أتاحت فُرصاً - رغم ضيقها وقِلَّتْها- للتواصل مع الآخرين ما كان يتسنى لنا الحصول عليها في أزمنة التدفُّق الإعلام الرأسي من أعلى إلى أسفل وما قام به من اختراقٍ شامل لقيمنا وموروثاتنا.

«الحاجة تستدعي إلى تجديد الثقافة وإغناء الهوية الوطنية ومقاومة الغزو الكاسح الذي يمارس على مستوى عالمي إعلامياً وبالتالي أيديولوجياً وثقافياً من قبل المالكين للعلم والتقانة، وضرورة اكتساب الأسس والأدوات التي لا بد منها لممارسة التحديث ودخول عصر العلم والتقانة، دخول الذوات الفاعلة المستقلة وليس دخول الموضوعات المنفصلة الميسرة»⁽²⁾.

«فالتحديث حاجة ملحة عن طريق الانخراط في عصر العلم والمعرفة ولكن في المقابل ينبغي مقاومة الاختراق لحماية الهوية القومية والثقافة الوطنية من الانحلال والتلاشي تحت تأثير موجات الغزو الذي يمارس على العالم أجمع بوسائل العلم والتقانه»⁽³⁾.

(1) الحريات الصحفية والعولمة، ورقة منشورة على الإنترنت، بدون كاتب ولا تاريخ PDF

(2) المرجع السابق.

(3) عواطف عبد الرحمن، الإعلام والعولمة البديلة(القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2006م)، ص31.



الفصل الثامن:
نشأة ومفهوم وخصائص وأهمية الإعلام الأمني





الفصل الثامن: نشأة ومفهوم وخصائص وأهمية الإعلام الأمني

تمهيد:

ارتبطت نشأة الإعلام الأمني ومفهومه في العالم الإسلامي والمنطقة العربية وتحديداً المملكة العربية السعودية التي تنتشر بكونها أوجدت هذا المفهوم الجديد لنوع من أنواع الإعلام يتماشى مع احتياج المنطقة العربية ويرتبط بأمنها القومي العربي، وطوال العقود الأربعة الماضية لميلاد المفهوم ظل يتطور باستمرار في بحوث جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، وانتشر منها لبقية الدول العربية، ومردّ الفخر أنّ هذه الأمة الخيرة ما كان لها أن تظل حبيسة للمفاهيم الغربية للإعلام دون أن تُعَمَلِ فِكْراً في إيجاد ما يناسبها من مفاهيم إعلامية، وهي المأمورة بإعمال الفكر المكمل للإيمان، ونجدها مخاطبة بكثير من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة التي دعو للتدبّر والتفكير، يقول تعالى: ﴿الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ﴾ (1). وقوله تعالى ﴿أَفَلَمْ يَدَّبَّرُوا الْقَوْلَ أَمْ جَاءَهُمْ مَا لَمْ يَأْتِ آبَاءَهُمُ الْأَوَّلِينَ﴾ (2).

المصطلح يتكوّن من كلمتي (الإعلام) وهو معروف بالضرورة و(الأمن) وهنا لا بُدّ من وقفة لتبيان المقصود بـ(الأمن) الذي نُسب إليه المصطلح وماهيته، ويمكن القول أنّ المفهوم بدأ ذو صلة وثيقة بـ(الأمن الداخلي) مما جعله أقرب لمنظومة (إعلام الشرطة) الذي تعالجه وزارات الداخلية في المنطقة العربية، ويقع ضمن اهتمامات (وزراء الداخلية العرب)، ولكن اتّسع مفهوم (الأمن) ببعده الشامل ومنظوره الأعم (فرض) واقعاً جديداً، حيث أنّ (الأمن) يجب أن يُنظر إليه بشموليّة تُراعي مكُوناته المختلفة ومهدّداته (الداخلية) و(الخارجية) وبالتالي ربط استراتيجيّات ومفهوم وأهداف (الإعلام الأمني) بتلك (المتغيّرات) والعمل على تطوير المفهوم ليصبح أكثر شمولاً واتساعاً ليوكب (الواقع الجديد)، الذي يشمل الأبعاد (الخارجية) للصّراع الدولي والإقليمي ولا يقتصر على العمق الداخلي للدول فحسب. وأهميّة الإعلام الأمني تتمثّل في كونه هو (الأقدر) على مُجَاراة الإعلام الأمني الدولي ومقارنته وكشف أهدافه ودحض افتراءاته، و(تحصين) المجتمع وحمايته من المهددات الداخلية والخارجية وفق منظور الأمن الإنساني.

نشأة الإعلام الأمني:

شهد العالم في العشرية الماضية تطوراً كبيراً على كافة المستويات وفي جميع مجالات الحياة المختلفة ولا سيما في المجال الإعلامي وكذلك الجانب الأمني. وقد تميّز الإعلام في هذا العقد الماضي بالتخصصية التي ظهرت في كافة الوسائط الإعلامية سواء تلك المسموعة أو المرئية أو المقروءة.

(1) سورة آل عمران، الآية 191

(2) سورة المؤمنون، الآية 68.

«في ظل التطور في المجالين (الإعلام) و(الأمن)، لم يُعد الإعلام قادراً على مواكبة التطور العميق والجذري في مفهوم الأمن، وفي درجة غنى وتعدد وتطور الحياة الأمنية، وبالتالي كان لابد من أن ينشأ فرع أو مجال إعلامي جديد يستصحب هذه التطورات ويواكبها ويشبع حاجاتها وهكذا ظهر ما يُسمّى الإعلام الأمني»⁽¹⁾.

والإعلام الأمني هو أحد أفرع الإعلام المُتخصّص الذي اقتضت الضرورة وجوده كما هو الحال بالنسبة لأنواع وفروع الإعلام المُتخصّصة الأخرى. غير أنه أشمل من كل تلك الفروع المُتخصّصة للإعلام وبمقدوره استيعابها جميعاً حسب طبيعته وارتباطه بمفهوم الأمن الشامل الذي لم يعد هو الأمن العسكري فقط وإنما تجاوزه لمحاور أخرى ثقافية واقتصادية واجتماعية وصحية وبيئية.

وعلى سبيل المثال يمكن أن يستوعب الإعلام الأمني بداخله الإعلام الاقتصادي ليصبح قسماً من أقسام الإعلام الأمني يهدف لحماية الأمن الاقتصادي كفرع من فروع الأمن الشامل. ويمكنه كذلك من استيعاب الإعلام الثقافي أو الفكري كقسم من أقسامه ليعمل على تحقيق غايات وأهداف الأمن الفكري والثقافي كفرع من فروع الأمن الشامل أو الأمن القومي، والإعلام الصحي، والبيئي، إلخ.

إذاً مصطلح الإعلام الأمني «من المُصطلحات الحديثة التي ذاعت وانتشرت وتبوّأت مكانتها بين مُختلف أساليب الإعلام النوعي، وهو كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية ودعوية وتوعية بهدف المحافظة على أمن الفرد والجماعة، وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المُعتبرة»⁽²⁾.

ويُرجعُ الخبير في مجال الإعلام الأمني البروفسور عبد المحسن بدوي إطلاق مُصطلح الإعلام الأمني في الوطن العربي للعام 1980م ويقرن ذلك بالدكتور علي بن فائز الجحني الذي يعد هو مؤسس وواضع نظرية الإعلام الأمني وواضع بذرته الأولى التي أستوت على سوقها وأصبحت شجرة أصلها ثابت وفرعها في السماء تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها، وإنه لمن دواعي الفخر أن تشهد المنطقة العربية والإسلامية ميلاد مصطلح وتعهده بالرعاية والتنفيذ حتى يشب عن الطوق ويصبح واقعاً معاشاً في المجالين النظري الأكاديمي والتطبيقي العملي.

«يقول التاريخ أنّ الكتابات الأولى لإطلاق مُصطلح الإعلام الأمني تعود إلى العام 1980م، عندما استحدث الدكتور علي بن فائز الجحني في أطروحته للمجستير هذا المصطلح والذي أسماه (الإعلام الأمني) .وهو من العلماء الذين ساهموا بصورة فعّالة في نشر وتطوير رسالة الإعلام الأمني بالوطن العربي، وعملت جامعة نايف العربية

(1) أمينة حمراني، الإعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره، بحث غير منشور (ماجستير)، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق قسم الإعلام - تخصص إتصال وعلاقات عامة، 2010/2009م، ص .

(2) صالح بن محمد المالک، منقول بتصرف من مقالة بعنوان: (الإعلام الأمني والإعلام (نشأته، أهدافه، تطوره) نظرة عامة)، من الموقع الإلكتروني <http://www.al-jazirah.com/2004> ، تاريخ دخول الموقع : 2014/4/12.

للعولم الأمنيّة على إجراء بحوث ودراسات قيّمة في هذا التخصّص، وساهمت أيضاً في نشر العديد من البحوث والدراسات التي تُعالج بشكلٍ أو بآخر الإعلام الأمني. وبالرغم من مرور أكثر من ربع قرن على مولد هذا المصطلح إلا أنه لا يزال من المصطلحات الحديثة والتي تحتاج للكثير من البحوث والدراسات، خاصّة في عوالم تكنولوجيا المعلومات والإعلام الجديد والجودة والتميز المؤسسي وغيرها»⁽¹⁾.

مصطلح الإعلام الأمني نشأ في بيئة العالم العربي والإسلامي وتطوّر عبر جامعة نايف العربيّة للعولم الأمنيّة التي شجّعت الدراسات في هذا التخصّص من أقسام الإعلام وأفردت له مساحات واسعة من البحث والنشر. بهدف تمتين العلاقة بين المؤسسات الإعلاميّة والأجهزة الأمنيّة لمعالجة النشر الإعلامي للقضايا والموضوعات الأمنيّة بصورة أشمل وأعمق غير التي كانت سائدة لتحقيق غاية الأمن عبر الإعلام.

«مصطلح الإعلام الأمني عربي النشأة إلى حد كبير، فقد كان الجحني أوّل من ذكر هذا المصطلح في أحد مقالاته الصحفيّة، وأفرد له حيّزاً كبيراً في رسالته للماجستير، مؤكداً أنه لم يصل إلى علمه أنّ أحداً في الوطن العربي قد أشار إلى هذا المصطلح من قبل»⁽²⁾.

إنّ تعريفات الإعلام الأمني قد تعدّدت وفقاً لفهم العاملين عليه، وجميع التعريفات تستند إلى ثلاث نقاط، هي⁽³⁾:

1. إنّ اهتمام الباحثين في الإعلام الأمني هو في واقع الأمر اهتمام بكيفيّة الاستفادة من التقنية والحرفية والخبرة الإعلامية في نشر الثقافة والمعرفة الأمنيّة بين أكبر عدد من الناس.

2. دراسة الإعلام الأمني في واقع الأمر دراسة لأهم وظائف الإعلام المتمثّلة في التثقيف ومعرفة الأفكار والمعلومات والأخبار الجديدة.

3. إنّ اهتمام وسائل الإعلام العصريّة بالموضوعات المتخصّصة هو في الواقع اهتمام بالتطوّرات التي شهدتها العالم من مختلف مجالات الحياة بعولمها ومعارفها المختلفة، وذلك تلبية منها لاهتمامات الناس واستجابة لرغباتهم وحاجتهم للمعرفة.

مفهوم الإعلام الأمني:

يقصدُ بالإعلام الأمني: «النشاطات الاتصالية والإعلامية المتخصّصة التي توجهها الأجهزة الأمنيّة لتوعية المواطنين والمقيمين و الزوّار عبر وسائل الإعلام المختلفة،

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد صديق، مسيرة الإعلام الأمني بين الواقع والمأمول، منشورات جامعة نايف العربيّة للعولم الأمنيّة، أبريل 2004م، ص 7-8.

(2) على بن شويل القرني، الإعلام الأمني والتغطيات الإعلامية - نحو نموذج تطويري، (الرياض - مطبوعات مركز الدراسات والبحوث - جامعة نايف لعربيّة للعولم الأمنيّة، رقم (541)، بعنوان: برامج الإعلام الأمني بين الواقع والتطلّعات، 1433هـ-2012م) ص 53-54.

(3) مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربيّة للعولم الأمنيّة، العدد(318)، السنة الثامنة والعشرون - ذو القعدة 1429هـ الموافق (نوفمبر / ديسمبر / 2008م)، ص 34

بالمخالفات والعقوبات التي تترتب على مخالفة الأنظمة والتعليمات المرعية في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى توجيههم لحيثية المشاركة الإيجابية في تلك الجهود الأمنية لضمان بيئة أكثر أمناً واستقراراً»⁽¹⁾.

إنّ التعريف أعلاه يؤكد نشوء مصطلح الإعلام الأمني في كنف المملكة العربية السعودية، ومن ثم تطوره عبر جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ووصوله للبلدان العربية، ولا سيما من خلال ضباط الشرطة الذين يتلقون دورات تدريبية عالية أو دراسات أكاديمية بالجامعة. وقد كان لهم القدح المعلى في نشر المفهوم لدولهم سواء عبر المؤسسات الأمنية أو الأكاديمية.

وهناك عدد من التعريفات للإعلام الأمني، منها:

«فن استخدام الكلمة أو الصورة أو الإشارة في حجب الجريمة بقدر الإمكان، وتوظيف هذا الفن بقدر المستطاع في غرس القيم الفاضلة والسلوكيات القوية وتأهيل الإنتماء الوطني وتكوين الاتجاهات الصحيحة وتعديل الاتجاهات الخاطئة تحقيقاً لأمن واستقرار المجتمع»⁽²⁾.

ويُعرّف شعبان الإعلام الأمني بأنه:

«الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام، والعمل على تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير»⁽³⁾.

ويُعرّف الجحني الإعلام الأمني من حيث تأثيره وطابعه والوسائل التي يستخدمها للتأثير، بأنه: «نوع من الإعلام يهدف إلى زيادة تأثيره وفاعليته ما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام المتخصصة وعن جهات الأمن من نشاطات إعلامية ذات طابع أمني، تُقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون والصحافة لتوعية أكبر قدر من الجمهور توعية أمنية متوازنة بهدف إيجاد وتأسيس وعي أمني لدى المواطنين وتعميق التعاون والتجاوب مع الجهات الأمنية لتحقيق الأمن والاستقرار»⁽⁴⁾.

مع أنّ تعريف الجحني للإعلام الأمني أكثر شمولاً من غيره إلا أنه لم يتجاوز دائرة الرسائل المباشرة للجمهور من تلقاء الأجهزة الأمنية عبر الوسائط المختلفة والمتعددة بغرض التوعية الأمنية، فضلاً عن تضيق مفهوم الأمن وربطه بالأجهزة الأمنية مع أن الأمن بمفهومه العام للأمن أشمل وأعم وفق رؤية ومفهوم الأمن الإنساني.

(1) على بن شويل القرني، الإعلام الأمني والتغطيات الإعلامية - نحو نموذج تطوري، مرجع سابق، ص 53.
(2) حمدي شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط3 (القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م)، ص.
(3) أديب خضور، أولويات تطوير الإعلام الأمني العربي: واقع وتطوره، ط1، مطبوعات مركز الدراسات والبحوث، العدد 234، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 1420هـ-1999م) ص 21-22.
(4) على بن فايز الجحني، «نظرة على الإعلام الأمني: المفاهيم والأسس»، مجلة الأمن، العدد (8)، 1994م.

وعليه فإن مفهوم الإعلام الأمني يعني⁽¹⁾:

- القدرة على تشكيل وإرسال الخبر، والنبأ، والبلاغ الإعلامي الأمني في إطار خطة مُحكَّمة لنقل المعلومات الأمنيَّة للجمهور العريض (والمواطن) في الوقت المُناسب وبالشكل المناسب.

- القُدرة على توصيل المعلومات الأمنيَّة بطريقة وأسلوب تعزز الطمأنينة والأمان، وتعزز الثقة في مختلف الأجهزة الأمنيَّة.

- القدرة على التفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام والإجابة على كافة الاستفسارات بطريقة إحترافية عالية.

- القدرة على جعل الإعلام الأمني دقيقاً وفعالاً في توصيل الفكرة، الغرض، المقاصد، والأهداف التي تريدها الأجهزة الأمنيَّة.

- القدرة على جعل الإعلام الأمني خط الدفاع الأول عن الأمن العام وإنفاذ القانون والحفاظ على الحياة الاجتماعيَّة المنتظمة، والسلم المدني.

- القدرة على ردم الفجوة التي قد تظهر، أو التي ظهرت فعلاً بين الأجهزة الأمنيَّة والمواطن، التي يصعب، أو لا يمكن ردمها إلا من خلال الإعلام الأمني النوعي، أي من خلال الجودة في الإعلام الأمني، بالإضافة إلى لجودة في الخدمات الأمنيَّة بصورة عامَّة. وهو ما يستدعي بدوره القدرة (بل الجرأة) على إعادة النظر، في الطريقة والأسلوب الذي تنتهجه الأجهزة الأمنيَّة في التعامل مع الجمهور العريض، وفي تقديم خدماتها وبخاصَّةٍ خدمات الإعلام الأمني.

- الإعلام الأمني يعتمد على نوعية الرجال القادرين على تحقيق المهام السابقة الذكر، وذلك بدوره يعتمد على نوعية التأهيل والمهارة والاحترافية لديهم، ويعتمد على المفاهيم أو (المفهوم) المُعتمد في مجال الإعلام الأمني، وعلى الأساليب والطرق والمناهج المعتمدة في مجال الإعلام الأمني.

وفي النهاية نشير إلى أنَّ الإعلام الأمني لا يعني أبداً مُجرَّد إصدار بيانات أو بلاغات أو نشرات، كما لا يعني أبداً مُجرَّد الظهور في وسائل الإعلام المختلفة، وأهم من ذلك كله لا يعني الاستخفاف بعقل المتلقي أو الجمهور العريض (والمواطن).

بل يقوم الإعلام الأمني على تحقيق مقصد مهم وهو إشاعة الأمن بمفهومه الشامل الذي يبدأ من الأمن الشخصي ثم الأمن البيئي مروراً بالأمن الثقافي والفكري وصولاً للأمن القومي الشامل بما يُسهم في تحقيق السِّلم والأمن الدوليين.

مرتكزات الإعلام الأمني ومقوماته:

الحديث حول مرتكزات الإعلام الأمني ومقوماته يُقرأ في سياق (المصطلح) وما حواه

(1) حسن مبارك طالب، الجرائم المستحدثة والإعلام الأمني، (الرياض : مطبوعات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، -مركز الدراسات والبحوث، 1433هـ -2012م)، ص 188.

من تباينات في (التعريف) و(المفهوم)، وحتى تتكامل الرؤية أمام القارئ الكريم، لأبد من إيراد تلك التباينات والاختلافات الكثيرة التي بُنيت عليها المرتكزات، ومن ثم نبيّن رؤيتنا لمفهوم وتعريف الإعلام الأمني كما نراها.

من خلال ما ذُكر من المفاهيم والتعريفات السابقة للإعلام الأمني نجده يقوم على ما يلي⁽¹⁾:

1. إعلام هادف يعتمد على وسائل وتقنيات متطورة في ترسيخ الأمن والاستقرار ومحاربة الظواهر.

2. أنشطة دعوية إعلامية وتوعوية تقوم بها الأجهزة الأمنية والأجهزة ذات العلاقة للمحافظة على أمن الفرد والجماعة والمجتمع.

3. إعلام يسعى إلى تغيير الصورة الذهنية السلبية والانطباعات المترسخة في أذهان الجماهير عن رجال الأمن، بهدف زيادة التقارب والتعاون بين المواطن ورجل الأمن في ظل تنامي الظواهر الإجرامية والإرهابية التي تتطلب تضافر الجهود لمواجهتها.

4. يسعى لترسيخ قناعة أفراد المجتمع بأبعاد مسؤولياتهم الأمنية، وأهمية مشاركتهم بوصفهم أعضاء في المجتمع لمقاومة الظواهر الإجرامية.

5. يرمي إلى تحقيق تأثير إيجابي من الاتصال لتحقيق هدف نبيل هو ترسيخ دعائم الأمن والاستقرار ومحاربة الجريمة وتهيئة المناخ المناسب للتنمية.

6. مجموعة عمليّات متكاملة ومخططة تبعد عن العشوائية والارتجال بهدف تحقيق التوازن الاجتماعي بالمحافظة على أمن الفرد والمجتمع.

7. يتضمّن نشر الحقائق والقضاء على الشائعات لضمان الحصول على ثقة و تأييد الجماهير.

السرّاني لم يتجاوز المفهوم (الضيق) للإعلام الأمني المرتبط بالأجهزة الأمنية، ويجعله (أنشطة دعوية إعلامية وتوعوية تقوم بها الأجهزة الأمنية والأجهزة ذات العلاقة للمحافظة على أمن الفرد والجماعة والمجتمع)، فقام بحصره في تلك (الأنشطة) المحدودة لهذه الأجهزة، وفي ذلك تبسيط مُخل وتضييق لواسع.

ويخلص السرّاني إلى أن الإعلام الأمني عبارة عن:

«إعلام متخصص يمكن الأجهزة الأمنية من الوصول إلى جمهورها المستهدف عبر القنوات والوسائل الإعلامية المتعددة، من خلال خطط وبرامج أمنية مدروسة وفق أبعاد استراتيجية تصاغ في قوالب وأشكال نابغة من وجدان المُجتمع وثقافته، لترسيخ رسالتها الإعلامية في المُجتمع، بهدف تعزيز مشاركة المواطن والمقيم في جهودها الأمنية

(1) عبد الله بن سعود السرّاني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، (الرياض: مطبوعات مركز الدراسات والبحوث- جامعة ناف العربية للعلوم الأمنية، رقم(541)، 1433هـ-2012م)، ص 54.

تحقيق الأمن والاستقرار والوقاية من مخاطر الجريمة وآثارها السلبية»⁽¹⁾.
ومن خلال ما أوردناه حول ماهية الإعلام الأمني ونشأته، يجب أن نفرق بين
مفهومين للإعلام الأمني⁽²⁾:

- **الإعلام الأمني**: الذي تضطلع به وسائل الإعلام الجماهيري وتؤديه في إطار
وظائفها الاجتماعية والسياسية في المجتمع شأنه في ذلك شأن الإعلام عن الجهود
والإنجازات العسكرية والزراعية والاقتصادية... إلخ.

الإعلام الأمني: الذي تضطلع به إدارة الإعلام والعلاقات العامة في أجهزة الشرطة
بهدف التغطية الواضحة والسريعة لكل المواقف والأزمات الأمنية بهدف اكتساب ثقة
الجماهير.

إنّ المفهوم الثاني للإعلام الأمني هو الذي ظل سائداً مع تغييب تام للمفهوم الأول
الذي يجب أن يراعي ويستصحب المفهوم العام والشامل للأمن القومي ولعل ذلك
يُعزى لضعف وغياب استراتيجية الإعلام الأمني وضعف التنسيق بين الأجهزة الأمنية
المختلفة سواء على المستوى الوطني أو في إطار الإقليم العربي. وهذا لن يتأتى إلا
باستراتيجية واضحة للإعلام الأمني تشترك في صياغتها وتنفيذها جميع الأجهزة الأمنية
والإعلامية على السواء.

وحول مفهوم الإعلام الأمني يقول عبد المولى موسى: «المصطلح يتكوّن من كلمتي
(الإعلام) وهي معروفة ومفهومها محدّد ومُنقّق حوله بصورة كبيرة، وكلمة (الأمن)، ما
يُشاع حول الأمن- فيما يرتبط بالمصطلح - يقود للجانب العسكري مباشرة، وبرؤية
تأصيلية للكلمة وبالرجوع للقرآن الكريم نجد أنّ كلمة (أمن) جاءت شاملة في قوله تعالى:
﴿الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ﴾⁽³⁾ فهي تشمل الأمن الشخصي والبيئي
والثقافي والفكري والصحي والاجتماعي والسياسي ثم الأمن العسكري ثم الأمن القومي
والأمن الدولي. والآية تحدّثت على ألا يخاف الإنسان ويكون آمناً في كل ما ذكرنا من
مستويات أمن وأقسام ذاتية، داخلية، أو خارجية. وعليه يجب أن يتم ضبط مصطلح
الإعلام الأمني حتى يواكب هذا المفهوم العام والشامل لكلمة أمن ويتماشى مع التطوّر
الكبير في مفهوم الأمن. وأيّ مفهوم غير ذلك يقود إلى تقزيم المفهوم وتحويله إلى أمن
شرطي أو استخباراتي أو أمن لحماية من الجريمة فقط وهذه تمثل أحد الأفرع الصغيرة
جداً للإعلام الأمني»⁽⁴⁾.

(1) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 56.

(2) سعيد أبو عباد، الإعلام الأمني، مقال بصحيفة الرأي الإلكترونية، على الموقع الإلكتروني www.pulpit.alwatanvoice.com/article، تاريخ دخول الموقع: 2014/2/3م.

(3) سورة قريش، الآية 4.

(4) عبد المولى موسى محمد موسى، عميد كلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: الثلاثاء 2015/11/24م الساعة 9 صباحاً.

حتى تتحقق الفائدة المرجوة لابدأ أن يأخذ الإعلام الأمني (مفهومه الواسع) والشامل شمول الأمن، وضرورة أن يتم التفريق لدى الباحثين والإعلاميين والأمنيين والأكاديميين بين الإعلام الأمني كإعلام شامل مع كونه أحد أنواع الإعلام المُتخصِّص وبين أنواع إعلامية أخرى ترتبط به ارتباطاً وثيقاً وتُمثِّلُ أحد أجزائه المُتعدِّدة، وهي (الإعلام الحربي) المُرتبط برسالة المعارك العمليَّة في الميدان مثل ما تقوم به مؤسسة (ساحات الفداء) و(برنامج جيشنا) بالفضائيَّة السودانيَّة، و(الإعلام العسكري) الذي يقوم بعكس أنشطة القوات المسلحة الروتينية غير القتالية، وصحيفة (القوات المسلحة) اليوميَّة (المتخصصة) التي تقوم بدور رسالي تعبوي يرتبط بجمهور متخصص بالدرجة الأولى مع مخاطبة الآخرين كذلك من كل فئات المجتمع، ومثلها إذاعة (صوت القوات المسلحة)، وغيرها من الوسائل التي تتبع لإدارة التوجيه المعنوي التي تعمل لتحقيق أهداف ورسالة الإعلام الأمني بشقيه (الحربي) و(العسكري)، وهي إدارة فاعلة وذات كفاءة عالية.

وكذلك (إعلام الشرطة) الذي يتناول الجريمة وأخبارها والقضايا والحوادث الجنائيَّة كما هو في الضُحْف التي تقوم بتغطية أخبار الجريمة بصفحات تحمل المضمون والاسم نفسه أحياناً وبرنامج (ساهر) سابقاً بالفضائيَّة السودانيَّة، و(إذاعة ساهرون) التي تماثل تخصصيتها ورسالتها وجمهورها إذاعة صوت القوات المسلحة، و(المركز الصحفي) الموحد للشرطة الذي يمثل وسيلة تواصل بين وسائل الإعلام والشرطة. أما جهاز الأمن والمخابرات الوطني، فالإعلام الأمني عندهم أكثر تطوراً وانفتاحاً مع المؤسسات الإعلامية، ومع كونه يحتوي على (الإعلام العسكري) الذي يتناول الأنشطة الطبيعيَّة وغير القتاليَّة التي تتم داخل المؤسسة الأمنيَّة المختلفة لتعزيز العمل المعنوي، فهو كذلك يهتم بـ(الإعلام الحربي) الذي يبين الجوانب القتاليَّة للجهاز فيما يتصل بعمل هيئة العمليَّات التي تشارك مشاركة فاعلة جنباً إلى جنب مع القوات المسلحة في الميدان. يضاف لذلك اهتمامات أخرى مباشرة لإدارة الإعلام بجهاز الأمن والمخابرات الوطني، تجعله وثيق الصلة بالإعلام العام من جهة وفروع الإعلام المتخصصة جميعاً، وعبر كافة الوسائط من جهة أخرى، وبذلك يمكن القول أن مفهوم وممارسة الإعلام الأمني بجهاز الأمن والمخابرات الوطني تطوَّر كثيراً وتجاوز البعد الضيق لـ(الأمن) التقليدي ليتسق مع مفهوم (الأمن الإنساني) أو (الأمن القومي) بمفهومه الشامل.

وحول ضرورة تطوير المفهوم يقول صالح موسى: «مُعظم الأدبيَّات والمراجع العربيَّة المُتخصِّصة والدراسات السابقة تتحدَّث عن الإعلام الأمني باعتباره إعلام جريمة وتربطه رباطاً وثيقاً بالجانب الأمني الشرطي متأثرةً بنشأة الإعلام في جامعة نايف العربيَّة للعلوم الأمنيَّة وارتباطها بوزراء الداخليَّة العرب. وإن كان يُحمد للجامعة إضافة هذا القسم من أقسام الإعلام المُتخصِّص وإعطاؤه حيويَّة وفاعليَّة. إلا أن ذلك لايعني أن يظل

المُصطلح رهيناً لنشأته ومفهوم الأمن يتطوّر باستمرار . وعليه فإنّ تطوير مفهوم الإعلام الأمني يجب أن يشتمل على قوى الدولة الشاملة، ويستصحب الإعلام الاستراتيجي الذي يضم الإعلام السياسي والاقتصادي والثقافي والفكري والاجتماعي وغيرها من محاور الدولة الشاملة المعروفة»⁽¹⁾.

نرى أنّ الإعلام الأمني - وفق مفهومه الشامل- يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب الاستراتيجي للدولة بجوانبها الداخليّة وبيئتها الخارجيّة في إطار منظور أشمل لأمنها القومي بمفهومه الحديث الذي يشتمل على محاور (الأمن الإنساني) المتعددة، سياسية- اجتماعية- اقتصادية- صحية- بيئية- فكريّة- ثقافية- وغيرها من المحاور الفرعيّة. التي تستوجب التعامل معها وفق وظائف الإعلام ودوره الاستراتيجي في حمايتها وتعزيزها مرتبطة بـ(الأمن القومي) وليست معزولة عنه.

أهداف الإعلام الأمني:

«الهدف من الإعلام بصفة عامّة، والإعلام الأمني بصفة خاصّة هو تصحيح الأفكار والمفاهيم الخاطئة، وتغيير الاتجاهات السلبيّة لدى أفراد المجتمع من خلال تبصيرهم بخطورة الآثار السلبية الناجمة من الظواهر والمشكلات الاجتماعية التي تمس أمنهم وسلامتهم، ودعوتهم للمساهمة في علاجها، ومواجهة الظواهر الإجراميّة، والوقاية من الجريمة، وتحسين فكر المجتمع ضد الجريمة ومسبباتها»⁽²⁾.

الإعلام الأمني إذاً هو أحد أنواع الإعلام المُتخصّص الذي نشأ حديثاً بالدول العربيّة يؤدي عدداً مُقدّراً من الأدوار والوظائف ويسعى لتحقيق جملة من الأهداف الوطنيّة التي تُعزّز الأمن بمفهومه الشامل على لمستويين الوطني والإقليمي.

إنّ الإعلام الأمني على صعيد الواقع والتطلّعات حديث النشأة في الدول العربيّة، ومع حداثة نشأته، فقد قطع أشواطاً مُتقدّمة لتحقيق التطلّعات المرجوّة والتي منها⁽³⁾:

- التوعية الأمنيّة في شتى مجالات الأمن بمفهومه الشامل.

- القيام بالحملات التوعويّة المُستمرّة التي توضح أضرار المُخدّرات والإرهاب، والعنف، وسُبل التصدي لها.

- بث مشاعر الطمأنينة والسكينة العامة في نفوس المواطنين والمقيمين.

- التصديّ إعلامياً للظواهر التي تهدد الأمن الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والفكري، مثل البطالة والفقر، والفساد، وضعف روح المواطنة والفُرقة.

(1) صالح موسى علي، مقابلة مع الباحث، مرجع سابق.

(2) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، (برامج الإعلام الأمنيين الواقع والتطلّعات)، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنيّة، مركز الدراسات والبحوث، 1433هـ-2012م)، ص 47.

(3) علي بن فايز الجحني، الإعلام الأمني بين الواقع والتطلّعات، (الرياض: مطبوعات مركز الدراسات والبحوث - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنيّة، 1433هـ-2012م)، ص 100.

- حث الجمهور على مشاركة رجال الأمن في المحافظة على الأمن والاستقرار.
- إبراز الجانب الإيجابي للعمل الشرطي والأمني.
- نشر أضرار الجرائم مع التأكيد الدائم أنّ المجرم لا يمكن أن يُفلت من العقاب.
- التوعية المُستمرة في مجالات الأمن والسلامة، وفي الوقاية من الأخطار والكوارث، بشئى صورها وأشكالها.
- الدعوة لإبراز الدور الحقيقي لرجال الأمن، وما يقومون به من مهام ذات طابع إنساني اجتماعي.
- التوعية من خلال تنظيم عقد المؤتمرات والندوات والدورات والحلقات ذات الطابع الأمني الوقائي.
- الاسهام في تشجيع وتوزيع الكُتب التي تُوضّح أهميّة الأمن والشراكة المُجتمعيّة من أجل مجتمع خالٍ من الجريمة.
- بيان اختصاصات الإعلام الأمني ووظائفه من حينٍ لآخر.
- الحث على التدريب والتعليم، والدراسات العليا في المجالات التي تخدم الأمن بمفهومه الشامل.
- الدعوة إلى تخصيص برامج وأنشطة للإعلام الأمني.
- العمل على توفير الكوادر المؤهّلة في الإعلام الأمني.
- التصدي للحرب النفسية والشائعات المُغرِضة.
- إجراء البحوث والدراسات العلمية في مجالات الأمن بمفهومه الشامل.
- الاهتمام ببحوث الرأي العام وإعداد مقاييس الأداء والاستبانات والتعاون مع مراكز البحوث والجامعات في هذا الشأن.
- التوعية المُسمّرة بالأنظمة واللوائح، وما يدخل في نطاق الوظيفة الإدارية، وما يساعد على دعم رسالة الأمن، ومعاونة أجهزته على أداء وظائفها داخل المجتمع.
- تشجيع وسائل الإعلام لتخصيص جزء مناسب من مساحه برامجها للجانب الوقائي، فالوقاية من الجريمة خيرٌ من العلاج.
- العمل على الاستفادة من مفاهيم وبرامج الجودة الشاملة لإيجاد إعلام أمني مُتخصص يتعامل مع جميع القضايا الأمنية بمصداقية وشمولية وعمق.
- من خلال ماورد من أدبيات حول مفهوم الإعلام الأمني نجد أن المدرسة الأولى التي أسهمت في إيجاد وترسيخ المفهوم أكثر ميلاً لأن يكون الإعلام الأمني حصراً على عمل المؤسسات الأمنية ورسائلها التوعوية تجاه جمهور المواطنين والمقيمين بالدولة، بينما المدرسة الثانية - التي ينتمي المؤلف إليها- ترى ضرورة أن يتطور المفهوم ليشمل كل المهددات الأمنية المتزايدة يوماً بعد يوم والمتنوّعة في أشكالها وأنماطها والتي لايرتبط

بعضها بالمؤسسات الأمنية، وذلك ليواكب التطور المستمر في مفهوم الأمن الشامل.

أساليب الإعلام الأمني:

هنالك عدة أساليب يجب أن تنتهجها أجهزة الإعلام الأمني في توصيل رسالتها ولتحقيق أهدافها وغاياتها المطلوبة بالصورة المثلى.

ومن أهم هذه الأساليب⁽¹⁾:

1. فرض مستوى مناسب من الرقابة على وسائل الإعلام والنشر، لكي لا تتساق وراء الأفكار المتطرفة، أو يندس أصحاب الفكر المتطرف في وسائل الإعلام ويستخدمونها في بث أفكار دينية وسياسية منحرفة لتحقيق أهدافهم.

نختلف مع السراني حول هذا الأسلوب، ونرى من خلال عملنا الاحترافي أن الرقابة المتبعة من الأجهزة الأمنية على الوسائل الإعلامية بالدول العربية قد أسهمت في زيادة الخلاف وتوسعة الشقة بين الأجهزة الأمنية من جهة والوسائل الإعلامية من جهة أخرى والجمهور من جهة ثالثة. فضلاً عن كونها لم تعد ذات جدوى في ظل السماوات المفتوحة، فما يتم حجبها من النشر الصحفي يتم نشره وتداوله عبر الأسافير والترويج له بصورة أكبر مما يجعل صاحبه في مقامات الأبطال.

عليه يجب أن تُتاح الحرية كاملة للإعلام عموماً والإعلام الأمني بصفة خاصة، مع التأكيد على أن الحرية لا تعني الفوضى، وإنما تظل متلازمة مع المسؤولية. وزيادة التنسيق بين هذه الأجهزة وتلك الوسائل ابتداءً من التخطيط الإعلامي.

2. إحكام الرقابة على شبكة الإنترنت باعتبارها من الوسائل المنطوية التي يعتمد عليها أصحاب الفكر المتطرف.

نؤيد ضرورة زيادة إحكام الرقابة على شبكة الإنترنت، وسن تشريعات وقوانين للنشر الإلكتروني، حتى يتم الحد من الجرائم الإلكترونية التي ظلت تزداد بصورة كبيرة ومستمرة. فضلاً عن النشر المشوه للمعلومات المغلوطة وعدم مراعاة أخلاقيات النشر وقد وصل الأمر للإساءة للأموال وعدم تقدير حرمة الموتى. يضاف لذلك زيادة جرعات الوعي الأمني للشباب، حتى لا يتم استدراجهم للتنظيمات الإرهابية، وغيرها من السلبيات التي تتم عبر التواصل الإلكتروني، والتي قد تصل تهديد الأمن القومي. وتحديد آلية للتقييم والتقييم وتحديد جسم رسمي للإعلام الإلكتروني في وزارة الإعلام ومتابعة حكومية ومحاسبية للقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الإلكتروني، والإحاطة التامة بهم، ورفع (الوعي الأمني) لديهم، وتدريبهم على (النشر الآمن) للمعلومات، حتى لا يضر الأمن القومي من هذا الباب.

3. إعادة النظر في بعض الوسائل الإعلامية مثل الشريط الإسلامي، والمطويات، والكتيبات، وما في حكمها، وخاصة تلك التي توزع دون ترخيص في غالبية الأحيان،

(1) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 67-70.

مع الحرص على توظيفها في نشر الدعوة الصحيحة، وإتباع منهج الوسطية القائم على الاعتدال.

وهنا تبرز ضرورة «تأصيل» عمل الإعلام الأمني، وكأن الباحث السابق يشير من طرفٍ خفي لمفهوم «الإعلام الإسلامي» الذي سنتحدثُ حوله في الفصل العاشر من هذا الكتاب كبديل مُعزّز للأمن الإسلامي الداخلي - للأمة الإسلامية - من جهة، وللأمن الدولي من جهة ثانية.

4. الاستخدام الفعّال لكل أدوات النشر والإعلام والاتصال، كأداة رئيسة، وشرط ضروري لنجاح استراتيجية المواجهة في جميع أبعادها وجوانبها الدينية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية والتعليمية والإعلامية والفكرية والتشريعية والقضائية والأمنية وغيرها.

5. مُراعاة التنوع والتماثل المناطقي، والتنوع الثقافي والفني والاجتماعي لمختلف المستويات الاجتماعية والفكرية عبر وسائل الإعلام المختلفة، مع ضرورة توازن حجم المواد الوعظية وبرامج الإعلام الأمني مع بقية المواد المعروضة، والتركيز على البرامج الحوارية والثقافية، والبرامج الموجهة للأسرة والمجتمع والشباب، مع النظر في تطوير قناة شبابية متنوعة.

6. إستغلال المُدسات الدينية بالمملكة العربية السعودية في استعراض سماحة المسلمين وسعيهم للعبادة والدين من كافة أرجاء الأرض، والعمل على إيجاد برامج مكثفة للتبادل الثقافي والفعاليات الثقافية والتظاهرات الإعلامية مع مختلف دول العالم، وفتح المجال واسعاً أمام زيارة المتقنين والإعلاميين والأكاديميين للمملكة.

7. رفع القيود عن وسائل الإعلام المحلية في الفن والمسرحية الهادفة والقلم النظيف.

8. تشجيع إقامة الفعاليات الثقافية والفنية في مختلف مناطق المملكة.

9. النظر في صيغة مناسبة لدور عرض عامة للفعاليات الثقافية والفنية تحت أسماء محلية، وبصفة خاصة في المدن المهيأة اجتماعياً وثقافياً لذلك.

10. تشجيع إنشاء مؤسسات لقياس الرأي العام.

11. النظر في إعادة البث التلفزيوني من المناطق على الأقل لساعات محددة يومياً،

بهدف بث برامج محلية تلائم ثقافة وفن كل منطقة في المملكة، وتعكس خصوصيتها.

12. العمل على تلبية احتياجات الجمهور الفكرية والثقافية.

13. تقديم برامج إعلامية متخصصة لتوعية الجمهور بأخطار الفكر المتطرف.

14. الإنفتاح الرشيد على الآخرين.

15. التوعية الثقافية والتثوير الديني بأسلوب عصري مُتطوّر.

16. التكامل مع مؤسسات المجتمع الأخرى كالأُسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية

والترفيهية لمواجهة أخطار الفكر المتطرف.

17. تكوين رأى عام للتحصين ضد الجريمة والوقاية منها.

18. التعاون مع وسائل الإعلام والجهات الأمنية لعمل مظلة إعلامية وقائية لردع

الجريمة والوقاية منها.

20. تبادل الخبرات الإعلامية فى مجال الوقاية من الجريمة.

جدلية الإعلام والأمن:

«لقد أحدثت الطفرة العلمية الإيجابية الجمّة آثاراً سلبية على علاقة الإنسان بمجتمعه لا تقل أهمية وخطورة عن آثارها الإيجابية وقد صار الإعلام مُحركاً لقضايا الأمن المختلفة ومُوجِّهاً لها بوسائله الساحرة ومُحدِّثاً للتحوّلات التي تصيب البنية الأمنية لأيّ مُجتمع ومحوّلاً لاتجاهات الرأى العام ومن ثم وُجِدَت أو نشأت علاقة تلازم أساسية بين الأمن والإعلام. إنّ الأمن في مفهومه العام هو الإجراءات التي تُتخذ لحماية الإنسان في نفسه وماله وعرضه وبما يخلق لديه الإحساس بالطمأنينة والثقة والاستقرار وهذه هي الرسالة التي يجب أن تضطلع بها أجهزة الأمن في المُجتمعات المُعاصرة»⁽¹⁾.

يُرجعُ بعض الباحثين في مجال الإعلام الأمني العلاقة بين الإعلام والأمن إلى التطورات التي لحقت بالظواهر الأمنية، وغيرها من المتغيرات. إنّ هذه العلاقة تزداد قُرباً وبعُدّاً بين المؤسسات الإعلامية والأجهزة الأمنية بسبب غياب التنسيق ومعرفة أهداف وغايات كل طرف من الحصول على المعلومة وكيفية توظيفها وتوقيت نشرها وآثار هذا النشر على الأمن القومي.

«إزداد اهتمام الأجهزة الأمنية في كل دول العالم بالجوانب الإعلامية لأنشطتها المختلفة خلال العقدين الأخيرين ويرجع ذلك للكثير من العوامل، بعضها يرجع إلى التطوّرات التي لحقت بالظواهر الأمنية ذاتها وهي الظواهر التي تتعامل معها الأجهزة الأمنية الأمر الذي تطلب تحديناً وتطويراً مُستمرّاً للسياسات الأمنية وللأساليب والوسائل والتقنيات التي تستخدمها في تعاملها مع هذه الظواهر، البعض الآخر يرجع إلى مجموعة المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتكنولوجية التي شهدتها وتعيشها المُجتمعات المُعاصرة، هذا فضلاً عن التطورات التي حدثت في تقنيات الاتصال والإعلام الأمر الذى أدّى إلى ازدياد أهميتها النسبية في كافة مجالات الحياة بما في ذلك المجال الأمني»⁽²⁾.

العالم الآن يعيش عصر المعلومة، وبالتالي تقتضى العلاقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية البحث المُشترك عن توفير المعلومة وتوظيفها المناسب بما يخدم (الأمن

(1) سعيد أبو عياد، الإعلام الأمني، مقال بصحيفة الرأى الإلكترونية، على الموقع الإلكتروني www.pulpit.alwatanvoice.com/article ، تاريخ دخول الموقع: 2014/2/3م.

(2) محمد سعد أبو عامود، الإعلام الأمني- المفهوم .. الوظائف والإشكاليات، ورقة بحثية.

الإنساني) ويُعزّز رسالة الإعلام الأمني وأهدافه بما لا يتعارض مع طبيعة عمل الأجهزة الأمنية وهنا يأتي دور التخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني، وتبرز أهمية ضرورة التنسيق.

إنّ التلازم بين العمل الأمني والعمل الإعلامي ضرورة مُلحّة للمؤسسات الإعلامية وللأجهزة الأمنية على السواء. فلا استغناء لأحدهما عن الآخر، وفي مجال الإعلام الأمني يجب أن يكون هنالك تنسيقاً عالياً حتى تستطيع المؤسسات الأمنية والإعلامية أن تؤديان دورهما لصالح أمن الفرد وأمن الوطن، في محاور الأمن المختلفة، ابتداءً من الأمن الشخصي مروراً بالأمن الفكري والثقافي، الاقتصادي، الصحي، وحتى الأمن القومي.

الوظيفة الرئيسة للإعلام هي الإخبار وتزويد الجماهير بالحقائق والأحداث لتكوين رأي عام حقيقي يُسهم في بناء الأمن بمفهومه الشامل، وهنا يصبح الأمن مسئولية الجميع. وتلك هي وظيفة الأجهزة الإعلامية المناط بها تحقيق السلام الاجتماعي وحماية المواطن والوطن من المهدّدات وبسط الأمن حتى يعبد الله الناس وهو آمنون في سرهم، امتثالاً لقول الله تعالى: «فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ* الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ»⁽¹⁾.

الإعلام قائم على الحصول على المعلومة ونشرها في سياق السبق الصحفي والتميز عن الآخرين، والأجهزة الأمنية تقوم كذلك -على جمع المعلومة و(توظيفها) كما يقتضي السياق الذي قد يكون هو (عدم نشرها)، ومن هنا يبدأ (الخلاف)، ولكن جرعات التدريب المستمرة للإعلاميين على مفهوم (الأمن الإعلامي) وعلاقة المعلومة أو الموضوع بأبعاد الأمن القومي المختلفة ستجعل من هذا الخلاف اتفاقاً حول (الغاية) من النشر أو عدمه في إطار (وظيفة) الإعلام عموماً ودور الإعلام الأمني ووظيفته وأهدافه على وجه الخصوص دون تعارض مع دور ورسالة المؤسسات الأمنية.

جدلية امتلاك المعلومة وتوظيفها:

كما أشرنا آنفاً أن مرد الخلاف الكبير بين المؤسسات الأمنية والوسائط الإعلامية في نشر وبث (المعلومة) أو (حجبها)، مع التأكيد على أن الإعلام يهتم بالنشر مطلقاً وبأسرع ما يكون لاعتبارت كثيرة ومقدّرة، والأجهزة الأمنية تهتم بـ(التروي والتثبت) للمزيد من (الفحص الأمني) للمعلومة من جهة، ومنع نشر بعض المعلومات المرتبطة بالأمن القومي بخلاف أخبار القطاع الأمني والعسكري التي ظلت راسخة لدى الإعلاميين بطريقة موروثية، ولكن هذه المحاذير لم تتطوّر عندهم بعد تطور مفهوم (الأمن) وانتقال المصطلح من الأمن القومي المرتبط بالقوات النظامية إلى (الأمن الإنساني) متعدد المكونات.

(1) سورة قريش، الآيات 3-4.

وبالتالي فإن (الأسرار) الممنوعة من النشر لم تعد هي الأسرار العسكرية أو الحربية فقط، وربما تكون أسراراً ثقافية أو صحية أو غيرها من الجوانب المتعلقة بمكونات الأمن الإنساني.

«وتشمل الأسرار اللازمة لحماية الأمن الوطني للدولة، كافة المعلومات المتعلقة بالجوانب السياسية والعسكرية والديبلوماسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمعلوماتية، وكل ما يؤثر في أمن الوطن والمواطن، وكذلك كافة الوثائق، ومثال على ذلك»⁽¹⁾:

- المعلومات السياسية.
- المعلومات العسكرية.
- المعلومات الدبلوماسية.
- المعلومات الاقتصادية.
- المعلومات الصناعية.
- الوثائق والمواد.

ونضيف عليها المعلومات (الاجتماعية) التي ترتبط بالأمن الاجتماعي، ويؤدي نشرها إلى زعزحته، فضلاً عن نشر شائعات بلا تبين، أو إيراد أرقام مضخمة أو مغلوطة، وجميعها تستوجب التأكد أولاً من مصادرها، ثم تغليب المصلحة العليا للأمن القومي والموازنة بين نشرها أو حجبها.

«كما برز مفهوم المسؤولية التضامنية لتحقيق الأمن، بمعنى أنّ تحقيق الأمن الشامل أصبح مسؤولية مختلف الجهات الرسمية والأهلية الفاعلة في المجتمع في المجالات كافة»⁽²⁾.

وبالرغم من العداء الظاهر بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية إلا أن العلاقة بينهما ينبغي أن تكون تكاملية، فكلاهما يجعل الإنسان والأمن محور غايته، وبالتالي يجب زيادة التنسيق وتفعيل التعاون بين أجهزة الأمن ووسائل الإعلام، وحتى يكون التعاون على الوجه الأكمل والتنسيق في أعلى درجاته، ولعله لتحقيق ذلك جاء مفهوم الإعلام الأمني.

«ومما سبق يتضح إمكانية قيام علاقة متلازمة بين كل من العمل الأمني والعمل الإعلامي، فأجهزة الإعلام تُعتبر عملياً من أقوى الأجهزة تأثيراً على مجريات الأمن وفعالية أجهزته، وتأثير الإعلام عموماً على الأمن، إما أن يكون إيجابياً وإما أن يكون سلبياً»⁽³⁾.

(1) عبد الله بن سعيد الشهراني، الأمن الوطني، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1430هـ-2009م)، ص362.
(2) أديب خضور، أولويات تطوير الإعلام الأمني العربي: واقعه وتطوره، مطبوعات مركز الدراسات والبحوث - العدد 234 (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1420هـ-1999م)، ص36.
(3) علي بن فايز الجحني، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، مركز الدراسات والبحوث، العدد 254، (الرياض

نرجع اشكالية العلاقة بين الأجهزة الأمنية والمؤسسات الإعلامية إلى رغبة كلٍ منهما في (تطويع) الآخر وتجاوزه بغير تنسيق، فالأجهزة الأمنية تريد أن تقوم بتوظيف المؤسسات الإعلامية لصالح رؤيتها بدون (تنسيق) ولو بتدخلٍ سافر -أحياناً- فيما يتعلّق بالتحريّر والأشياء الفنيّة البحتة. بينما ترغب المؤسسات الإعلامية في توظيف الأجهزة الأمنية في توفير الأخبار والمعلومات المهمّة-مصادر- لتحقيق السّبق الصحفي دون التقيّد -أحياناً- بحدود (الأمن القومي) ولا بتقدير ومعرفة حجم وآثار الضرر الذي قد ينشأ من النشر أو البث وما يترتّب على ذلك من مخاطر. وهنا يحدث التقاطع.

وبما أنّ وسائل الإعلام هي الأداة الأهم لنجاح كل المؤسسات «تتضح أهميّة الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الجماهيري لدعم وظيفة الشرطة في المجتمع، ومدى ما يمكن أن تسهم به في سبيل إنجاح وظيفتها، وكسب ثقة الجماهير وتأييدها»⁽¹⁾. إن الأجهزة الأمنية تتحدث عن الحرية المضبوطة أو الحرية المسؤولة ولذلك تعمل على الرقابة القبليّة في بعض الأحيان، بينما ترى المؤسسات الإعلامية أن الحرية لا يجب تقييدها لأنها تؤخذ ولا تُمنح. فالحرية عند الإعلام مقيّدة بالقوانين والتشريعات وأخلاقيّات المهنة.

ومع ذلك فالحرية لها سقفوات وحدود لا يمكن تجاؤها، فضلاً عن كونها ليست (مطلقة) كما يظن البعض، وإنما مقيّدة ب(ضوابط) ترتبط بالأمن القومي، وتقابلها كذلك- المسؤوليّة سواء كانت مهنيّة أخلاقية أو إداريّة أو قانونيّة، وهذه المسؤوليّة تحتاج للتبصّر والتعريف وربط ذلك بصورة مباشرة بحدود الأمن القومي، ومخاطر تهديده بالنشر السالب لقضايا وموضوعات قد تبدو في ظاهرها اجتماعية أو صحيّة مثلاً. «إذن لا بدّ أن تربط الرسالة الإعلامية الأمنيّة رجل الأمن بالمجتمع وبالقيم الأخلاقيّة رباطاً مُحكماً ووثيقاً ليساهم رجل الأمن بفكره وخبرته وأخلاقه في حل مشاكل المواطن الإجماعيّة المُعقّدة، فعلاقات رجل الأمن الفعّالة الجيّدة بالمجتمع تمد جسور الثقة والتعاون التي من شأنها بناء صورة ذهنيّة جيّدة عن رجل الأمن تتسع أبعادها ومداهما لتستوعب موجبات العمل الأمني وأهدافه ومهامه المتباينة، وللإعلام الأمني الواعي دور كبير في تطهير هذه الصّورة وجعل المواطن شريك لرجل الأمن في أداء مهامه الجسيمة والعظيمة»⁽²⁾.

من الملاحظ أن العلاقة بين المؤسسات الأمنية والقنوات الفضائية والإذاعات الحكومية والخاصّة لاتشوبها شائبة إلا هنّات هنا أو هناك لاتكاد تذكر، ولكن ذات

: جمعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1421هـ - 2000م)، ص106 .
(1) حمدي شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط3، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م)، ص32.
(2) عبد المحسن بدوي محمد أحمد صديق، مسيرة الإعلام الأمني بين الواقع والمأمول، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، إبريل 2004م، ص5.

العلاقة في غالبها الأعم تتسم بالتعقيد بين تلك المؤسسات الأمنية والضُحف الورقية ووسائل الإعلام الإلكتروني، وأغلب المرّات التي تزداد فيها العلاقة سوءاً وتقييداً يكون حول نشر موضوعات ومضامين (صحية-اجتماعية- ثقافية فكرية أو قضايا تتصل بالعلاقات الخارجية) وليست سياسية أو عسكرية، مما يشير بوضوح إلى أن سوء الفهم الناشئ بين الطرفين مرده إلى عدم معرفة (بعض) الصحف والمواقع الإلكترونية إلى حدود وأبعاد (الأمن الإنساني) الذي مازال تنتظر إليه من باب المفهوم التقليدي للأمن القومي المرتبط بعدم النشر حول (القوات العسكرية)، وهذا يؤكد على أن مفهوم (الأمن) غائب تماماً عند الكثيرين من الإعلاميين، ويرجع ذلك لـ:

1. غياب الاستراتيجية الإعلامية الشاملة وأهدافها.
2. ضعف التنسيق بين المؤسسات المعنية بالأمن القومي ومنها الصحف.
3. عدم وجود سياسة إعلامية مكتوبة للمؤسسة الإعلامية.
4. ضعف التربية الأمنية لدى الإعلاميين.
5. عدم معرفة حدود الأمن القومي ومهدداته.
6. حدة المعالجات الأمنية لقضايا النشر الصحفي.
7. عدم تأسيس المحكمة المختصة بقضايا النشر الصحفي.

سبل تعزيز التكامل بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية:

لكي يتحقق التعاون بين الأجهزة الأمنية والأجهزة الإعلامية فإنّه ينبغي عليه أن يبنى على مفهوم التكامل لا التطابق، وهو مفهوم يتجاوز بالإعلام أن يكون مجرد نشرة صادرة عن الجهات الأمنية، بل يجب أن يكون مُتحرراً من شرط التطابق في الآليات والتصوّرات وأن يكون نابعاً من وعي إعلامي حرّ بالمسألة الأمنية مع التأكيد على أن هذا التحرر وهذه الحرية لا يمكن لها أن تتعارض مع المصلحة الوطنية العليا، على شرط ألا يكون تحديد (مفهوم المصلحة الوطنية العليا) حكراً على (تأويل) الأجهزة الأمنية، وإنما نابعاً من مفهوم الأمن القومي وحدوده.

شروط التكامل بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية

ولكي يتحقّق (التكامل) بين الأجهزة الإعلامية والأجهزة الأمنية لا بدّ من تضافر جملة من الشروط تُمكن كلا الطرفين من أداء دوره على النحو الأمثل وتحقيق هدفه الذي يتوخاه والذي يستمد منه شرعيته والتمثّل في قيام مجتمع آمن مُستقر خالٍ من الجريمة ومن العوامل المؤدية إليها، وبالإمكان إيجاز هذه الشروط في النقاط التالية⁽¹⁾:
أولاً: التزام الإعلام بقوانين النشر وأنظمة المطبوعات في الدول التي يصدر فيها، وهي تلك القوانين التي تستهدف حماية المُقوّمات الأساسية في المجتمع، وعلى رأسها

(1) سعيد بن مصلح السريحي، سبل تطوير العلاقة مهنيًا بين الإعلاميين، ومسئولي الأمن، مركز الدراسات والبحوث (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ-2006م)، ص166.

عدم المساس بالدين والأخلاق وبالآداب العامّة والوطن.
وإذا ما التزم الإعلام بهذه السياسات لم يكن هناك من مُبرّر لاعتباره مصدر إزعاج
لأمن المجتمع أو إرباك يُضاف إلى التحدّيات التي تواجهها الأمة.
ثانياً: التزام الإعلام باحترام الحقيقة والموضوعيّة، وبتربّط على ذلك عدم نشر
الأخبار الكاذبة والمزوّرة وعدم الاستسلام للشائعات والابتعاد عن تضليل الناس والبراءة
من التحيُّز لطرف دون آخر.

ثالثاً: وعي العاملين في الحقل الإعلامي بحقيقة التحديات التي تواجه الأمة وتبنيهم
لحجم تأثيراتها وأضرارها وكذلك معرفتهم الدقيقة بالجهات التي تقف وراءها، والأشخاص
الذين يحزّكونها، وينبني على ذلك وعي الإعلام بدوره في مواجهة هذه التحدّيات
والوقوف إلى جانب الوطن والأمة في صدّها وكشف مكامن الخطر فيها وتوعية
المجتمع بأضرارها، وفضح الجهات التي تقف وراءها وتحذيرهم من الوقوع في براثن
الذين يكيّدون للأمة ويستهدفون الإضرار بأمنها واستقرارها.

رابعاً: ينبغي على العاملين في الحقل الإعلامي إدراك مدى حساسيّة المسائل الأمنيّة
وماتحتاجه عمليّات الكشف والتحقيق من سرّيّة وكتمان وبتّعد عن الإثارة والتشويش، ولذلك
ينبغي أن تعتمد أجهزة الأمن نفسها مصدراً أساسياً للخبر الأمني، وكشف ملبساته على
النحو الذي لا تتعارض فيه مسألة النشر مع آليات العمل الأمني.

خامساً: في مقابل ذلك ينبغي أن تعي الأجهزة الأمنيّة حقيقة دور العمل الإعلامي
ومانبغي أن يتاح له من حرّيّة التعبير، وهو وعي يرتكز على تفهّم أنّ العاملين في حقل
الإعلام هم مواطنون يمتلكون نفس الانتماء للوطن والولاء لقيادته ومؤسساته ويحرصون
نفس الحرص على ضمان سلامته وضمان استقراره وأمنه، ولذلك ينبغي أن تتنزّه النظرة
إليهم من عوامل الشك والريبة وأن يبرأ التعامل معهم من صور التحفّظ والتخوُّف.

سادساً: إنّ العمل الإعلامي عمل قائم على المعلومة، وما لم يتم توفير هذه
المعلومة فإنّ الإعلام عندئذ سوف يتحوّل إلى مُجرّد وعظ وإرشاد، وسوف يُؤدّي ذلك
إلى انصراف المجتمع عن متابعته، وبالتالي إفشال الدور الذي يُمكن أن ينهض به.
كما أنّ المعلومة الصحيحة هي أفضل وسيلة لطرد الشائعات وكشف زيفها ولذلك
ينبغي على الأجهزة الأمنيّة أن تُبادر إلى تقديم المعلومة الصحيحة إلى الأجهزة
الإعلاميّة، وأن يتم توفير هذه المعلومة في وقتٍ مُلائم يُمكن الإعلام من مُتابعَة
الأحداث ونقل الحقائق إلى المواطنين.

وما من سبيل إلى حماية المجتمع والحفاظ على أمنه واستقراره مثل وضعه أمام
الحقائق كاملة بحيث يستبين له حجم المخاطر التي تواجهه من قِبَل هذه الجهة أو تلك،
وبالتالي يتمكّن من إتخاذ الحذر أو الحيطة، ولا يتردد في التعاون مع كافّة الأجهزة

الأمنية والإعلامية على النحو الذي يجعل كل مواطن رجل أمن في موقعه.
سابعاً: على الأجهزة الأمنية والإعلامية أن تتذكر دائماً أننا نعيش عصر الثورة التقنية وتطور وسائل الاتصال، وأن العالم قد صبح قرية كونية وأنه قد أصبح بإمكان المجتمع أن يصل إلى المعلومة في أيّ موقع ومن خلال أيّ قناة، ولذلك كله ينبغي على الأجهزة الأمنية والإعلامية أن تتوخى الدقة في تقديم المعلومة، وأن تعتمد أسلوب الشفافية والمُكاشفة على النحو الذي يؤكد احترام وعي القارئ والمتابع، وبذلك وحده تتكّن من إقناعه وكسب موقفه لصالح ما تتوخاه من تقديم الخبر له، وكذلك حمايته من أن يقع فريسة لأخبارٍ مغلوطة أو ملفقة تستهدف زعزعة أمنه أو النيل من استقرار الوطن.

ثامناً: في ظل الأحداث المتوالية والتحديات المتعددة لا بد من التنسيق المستمر بين الأجهزة الإعلامية والأمنية عن طريق عقد اللقاءات والندوات التي تجمع بين العاملين في كلا الحقلين تتم من خلالها مراجعة الاستراتيجيات واقتراح الخطط والآليات المختلفة والتشاور في السبل المثلى التي تُمكنُ كلا الجهازين من تحقيق الأهداف المرجوة.
«على كلا الجهازين الإعلامي والأمني أن ينظر إلى الهدف الأسمى المشترك لكل منهما والمتعلق بالمصلحة الوطنية العليا باعتباره القاسم المشترك الأعظم لنشاطات العاملين في الجهازين، حتّى وإن اختلفت آليات العمل أو تداخلت صلاحيات الطرفين، وبذلك كله نستطيع أن نضمن التفاهم المشترك الذي يُبنى عليه التكامل المنشود»⁽¹⁾.
خصائص الإعلام الأمني:

الإعلامُ الأمني كأحد أنواع الإعلام المتخصص يتسم بعدة سمات وخصائص يجب أن تتحلى بها الكفاءات والأطر الإعلامية المتخصصة حتى تتمكن من تحقيق الأهداف المرجوة والغايات المطلوبة والمخططة للرسالة الإعلامية للإعلام الأمني.
هذه الخصائص يُجملها السراني في الآتي⁽²⁾:

1. الأمانة:

هي كل ما يجب على الفرد أن يحفظه ويصونه ويؤديه، من خلال شعوره بالمسؤولية عن كل مايوكل إليه من مهام، وأن يبذل ما في وسعه في سبيل القيام به بشكلٍ يُرضى الله ورسوله.

2. الصدق:

الصدق هو موافقة الظاهر للباطن، والقول للعمل، والخبر للواقع، وهو الإخبار عن الشيء على ما هو عليه دون زيادة أو نقصان.

(1) سعيد بن مصلح السريحي، سبل تطوير العلاقة مهنية بين الإعلاميين، ومسئولي الأمن، مرجع سابق، ص 168.
(2) عبد الله بن سعود بن محمد السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، بحث مقدم للمشاركة في الندوة العلمية التي تنظمها جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بعوان (برامج الإعلام الأمني بين الواقع والتطلعات) للفترة من 10/12/1432هـ الموافق 11/13/2011م- بمدينة بيروت.

ولأهمية الصدق في حياة البشر وردت كلمة الصدق ومشتقاتها في الكثير من آيات القرآن الكريم، يقول الله تعالى في محكم التنزيل:

- ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾⁽¹⁾.

- ﴿بَنِيُونِي بَعْلَمَ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾⁽²⁾.

- ﴿فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ﴾⁽³⁾.

والآيات الكريمة ترشدنا إلى الآتي:

أ. التحقق من قيمة الأخبار قبل نشرها وإذاعتها.

ب. إرجاع الأمر لأهل الخبرة والعلم والتخصص.

ج. عدم إذاعة كل ما يُعلم حتى لا يعلم به الأعداء⁽⁴⁾.

3. الإخلاص:

الإخلاص ضد الخيانة والإهمال، ويعني الإخلاص في إتقانه والإتيان به على أكمل

وجه، فلا يكون فيه نفاق أو رياء أو طلب حسن الذكر بين الناس.

4. القدوة الحسنة:

يبلغ الإعلام مداه من خلال القدوة الحسنة، لذلك يجب على الإعلامي الأمني أن يكون قدوة حسنة في كل ما يصدر عنه من أقوال وأفعال، وقد كان رسول الله نعم القدوة الحسنة لأصحابه.

ولكي يكون القائم على الإعلام الأمني قدوة حسنة، يجب أن يلزم نفسه قبل غيره بالالتزام بالسلوك القويم والصبر والأمانة والتضحية وحسن الخلق.

5. مراعاة لغة القوم المخاطبين ومستوى عقولهم:

لا تصل الرسالة الإعلامية إلى مستقبلها ولا تؤثر فيه، إلا إذا كانت بنفس اللغة التي يتحدث بها سكان المناطق المستهدفة، أي بلغتهم.

فالإعلامي الأمني الناجح هو الذي يوجه رسالته الإعلامية إلى مُستقبلي الرسالة والمستفيدين باللغة التي يجيدونها، فاللغة لا تقتصر على اللسان فقط، بل تتعدى ذلك إلى الثقافة وما تحمله من عادات وتقاليد وقيم وطباع وممارسات أفكار.

هذه الخصائص مجتمعة مستمدة من خصائص الإعلام الإسلامي التي ينبغي أن يتمتع بها الإعلامي الأمني وهو يقوم على ثغرة مهمة أو تمن عليها لحماية أمن وطنه وإنسانيته وبيئته، من خلال دوره المناط به كقائم بالاتصال في الإعلام الأمني.

نرى أن هنالك عدداً من الخصائص التي يجب أن تضاف لما ذكر حتى تتكامل

منظومة خصائص الإعلام الأمني المتصلة بقيمتنا العربية وتراثنا الإسلامي، ومنها:

(1) سورة التوبة، الآية 119.

(2) سورة الأنعام، الآية 143.

(3) سورة محمد، الآية 21.

(4) مصطفى الدميري، الصحافة في ضوء الإسلام، (مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، 1988م)، ص 157.

1. الصَّبْر:

الإعلامي الرسالي المؤمن برسالته عموماً، والذي يعمل في مجال الإعلام الأمني بأي من أقسامه المُتخصِّصة وَيَسْعَى بعمله للحد من الخوف وإشاعة الأمن على كافة المستويات، لهو أحق الناس بالصبر، والصبر الجميل، لتبليغ رسالته وتأدية أمانته بمسؤولية، فقد يُقابل بالجحود والاستهزاء من كثيرين وأولهم زملاء المهنة من الذين لا يعرفون شيئاً عن مفهوم الأمن القومي ولا حدوده ولا آثار النشر السالب، وقد يتعرَّض لتشويه سمعته أو وصفه بأنه (إعلام الحكومة) وقد يقدر في نزاهته ومهنيته، ويقتضي كذلك الصبر على إعلام الفتن والضلال والهوى الذي ملأ الساحة، وأضل كثيراً من العباد، وله - بكل أسف - قادة يدافعون عنه بالباطل، ولكن اليقين الكامل بأنه مهما كثرت وسائله وتعددت، واستعلا أهله في الأرض، فهو كالزبد يذهب جفاء ويمكث في الأرض ما ينفع الناس.

ومن أهم الآيات الدالَّة على الصبر، قوله تعالى:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا﴾ (1).
- ﴿وَلئن صَبَرْتُمْ لَهُو خَيْرٌ لِّلصَّابِرِينَ﴾ (2).

- ﴿وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ وَتَوَاصَوْا بِالْمَرْحَمَةِ﴾ (3).

- ﴿وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَاسْتَعِينُوا بِالصَّلَاةِ﴾ (4).

- ﴿وَاصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾ (5).

- ﴿وَلَنَجْزِيَنَ الَّذِينَ صَبَرُوا أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ (6).

2. الحرِّيَّة:

يوفر الإعلام الأمني الحرِّيَّة بشرط ألا يسوء استخدامها، فيؤدِّي إلى إيذاء الآخرين أو الإعتداء على الحرِّيَّات الفرديَّة والجماعيَّة الخاصَّة. إذ أن حرِّيَّة الفرد تنتهي عندما تبدأ حرِّيَّات الآخرين.

وليست هنالك حرِّيَّات مطلقة وإنما مقيدة بالتشريع القانوني وبالشرعية والأعراف الإنسانية وسائر الأخلاق والقيم. فلا حرِّيَّة عند ضرر الآخرين سواء كانوا أفراداً أو جماعات، ولا حرِّيَّة عند ضرر الأمن القومي في أي من محاوره المختلفة، وإن كان دور الإعلام الأمني ووظيفته السامية هي إشاعة الأمن ومحاربة الخوف ودحض الشائعات

(1) سورة آل عمران، الآية 200.

(2) سورة النحل، الآية 126.

(3) سورة البلد، الآية 17.

(4) سورة البقرة، الآية 45.

(5) سورة الأنفال، الآية 46.

(6) سورة النحل، الآية 96.

التي تضر الأفراد والوطن فمن باب أولى أن تكون الحريات الصحفية مساهمة في ذلك وليست خصماً عليه.

«وقبل الخوض في مضامين حرية الصحافة، لا بد من الإشارة إلى أنّ هذه الحرية تتيح تدفقاً حُرّاً للمعلومات وتمكّن المواطن من الوصول إلى وعي تام بحقوقه وواجباته وتنمية حسه الوطني والإنساني عبر تعزيز مبدأ الشفافية، والحوار المسؤول، والموضوعية، واحترام عقله وكرامته⁽¹⁾».

وبالتالي نجد أنّ هذه الأدوار هي وظائف وأدوار الإعلام الأمني التي يجب أن يقوم بها، ومخطئ من يظن أنه عكس ذلك وأن الإعلام الغربي هو الذي يبشر بها ويعمل على تحقيقها.

فالإسلام لا يقرّ الإساءة للآخرين أو تجريحهم حتى وإن كانوا أعداءً لله ورسوله، وطالب صراحة بعدم سبهم حتى لا يسبوا الإسلام أو يسيئوا للمسلمين أو لرسولهم الكريم، يقول تعالى: ﴿وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾⁽²⁾.

واحدة من أهم معارك الإعلام الأمني هي معركة الفكر والثقافي (الأمن الفكري والثقافي)، التي يقودها الإعلام الأمني الدولي بشكل سافر تحت مفهوم (صدام الحضارات) الذي يروج له ويقوده نخبة من مفكري الغرب ويدعمه إعلامهم بلا هوادة ويجاريهم بعض أبناء جلدتنا من حيث لا يحتسبون، وفي هذا الميدان «لايجوز المطالبة بإغلاق محطات الفجور والضلال التي تطفح بكلّ غث، وتمتلئ بالفضائح المشينة والثرثرة، وساقط القول، ولكن يجب مُحاصرتهم دُون سبِّ أو شتم أو إساءة إلى أديان أو معتقدات، لأنّ ذلك ضرره أكبر من نفعه، وتلك هي البيئة التي يثبت فيها صاحب القول الحق»⁽³⁾. وذلك هو الميدان الذي يقاتل فيه فرسان الإعلام الأمني بالحكمة والموعظة الحسنة، حتى ينصرهم الله، يثبتهم بالقول الثابت.

ولأنّ الحق أحق أن يتبع، فلن يفلح أهل إعلام الضلال، وإن كانوا الأكثر عدداً والأعلى صوتاً، وعلى المؤسسات المتخصصة في الإعلام الأمني أن تثبت في الميدان، وأن تعدّ العدة وتأخذ الأمانة بحقها.

3. حسن الخلق:

حسن الخلق هو الاعتدال في قوى النفس وأوصافها والتوسط فيها دون الميل

إلى منحرف أطرافها⁽⁴⁾.

(1) صلاح الدين بشير: المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية، العدد(88)، سبتمبر 1997م، ص12.

(2) سورة النحل، الآية 96.

(3) محمد موسى محمد أحمد البر، الإعلام الإسلامي، دراسة تأصيلية، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2010م).

(4) القاضي عياض بن موسى الأندلسي، الشفا بتعريف حقوق المصطفى، تحقيق محمد أمين قره وآخرون، ج1،

ومن هذا المنطلق يجب على الإعلامي وهو يُؤدّي دوره قائماً بالاتصال عبر كافة الوسائط الإعلامية- ومن خلال المؤسسات المتخصصة في الإعلام الأمني- أن يتحلّى بحُسن الخلق، مع العلم أنّ هُنالك فارقاً كبيراً بين الخُلُق والتخلُّق، فالأخلاق سجايا وطبائع راسخة في الإنسان وهي التي تقوده وتحركه وتظهر مبادخله وتترجمه لأفعال وأقوال، أما التخلُّق فهو تكلف من الإنسان الذي يحاول أن يُظهر من أخلاقه خلاف ما يُبطن، وسينكشف أمره وتبين حقيقته، عند أوّل اختبار من الجمهور الذي يستطيع التمييز بين الأصل والتقليد بسهولة ويسر ودون كبير عناء، ومن السلف من يعدّ الدين هو الأخلاق الكريمة، وبعد الأخلاق الكريمة هي الدين، والله سبحانه وتعالى حينما يمدح رسول الله صلى الله عليه وسلم يصفه بالخُلُق الكريمة العظيمة وهو غاية المدح وقمة الثناء، يقول تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾⁽¹⁾. وتؤكد على ذلك وتدعمه أم المؤمنين السيدة عائشة بنت الصديق- رضي الله عنهما- فتقول عن خُلُق رسول الله صلى الله عليه وسلم: (كان خلقه القرآن).

«الأخلاق التي ينبغي أن تضبط الأداء في وسائل الاتصال في الدول الإسلامية هي عبارة عن المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني التي حددها الوحي لتنظيم حياة الإنسان، وتحديد علاقته بغيره على نحو يحقق الغاية من وجوده في العالم على أكمل وجه، وهي غاية العبادة، والتي خلق لها الإنس والجن. والأخلاق نظامٌ للعمل من أجل الحياة الخيرة وطريقة التعامل الإنساني مع الغير أيّاً كان هذا الغير سواءً هو كائناً حياً، أم بيئته. ومن حيث ما ينبغي أن يكون عليه السلوك نابعاً من الأخلاق الإسلامية ومرتبطة بها كسلوك إنساني خيّر تجاه الآخرين، وذلك بناء على مكانته في الكون ومسؤولياته فيه والتي يجب أن ينهض بها، وبناءً على ما وضع له خالقه من أهداف في هذه الحياة»⁽²⁾.

«والمطلوب من وسائل الاتصال في الدول الإسلامية أن تعمل جادة، وأن تُركّز على تربية المجتمع على الأخلاق الإسلامية، وهذا هو منهج القرآن والوحي.. ونجد أن وسائل الاتصال بمختلف أنواعها تشملها الأخلاق الإسلامية، إذ أنّ الأخلاق في الإسلام لم تدع جانباً من جوانب الحياة الإنسانية - رُوحية أو جسمية، دينية أو دنيوية، عقلية أو عاطفية، فردية أو جماعية - إلا رسمت له المنهج الأمثل للسلوك الرفيع»⁽³⁾.

(القاهرة: مؤسسة علوم القرآن، دار الفحاء، 1986م)، ص268.

1 (سورة القلم، الآية 4.

2) عباس محبوب، أصول الفكر التربوي في الإسلام، (دمشق: دار بن كثير، 1987م)، ص45.

3) محمد موسى محمد أحمد البر، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص133.

وإذا كان الإعلام الغربي يجعل من السبق الصحفي قيمة يحرص عليها ويتباهى بها، فيسرع بنشر الأخبار في عجلة شديدة، ودون رويّة، وبلا تثبّت، جذباً للشهرة، وإثارة القراء والمشاهدين والمستمعين حتّى يُقبل المُعلنون على شراء الأزمنة الإذاعيّة⁽¹⁾. فإنّ الإعلام الأمني يحرص كل الحرص على التأكّد من صحة الأنباء والتثبّت من دقّتها وصدقها، وتأثيرها، مؤثراً إعلاء الجانب الأخلاقي الرسالي على الجوانب الماديّة الأخرى، حتى لا يضار فرد أو مجتمع من النشر الكذوب ناهيك من أن يكون الضرر مرتبط بالوطن وأمنه القومي. يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾⁽²⁾.

4. العدل:

يجب أن يلتزم الإعلام الأمني بالعدل والميزان القسط مهما كانت الظروف والأحوال لكي يكون منبراً أنموذجاً، وقدوة حسنة للآخرين، وجديراً بالاستماع أو المشاهدة أو القراءة، فلا ينحاز إلى شخص أو إلى طبقة أو إلى جنس أو إلى قومية أو إلى مادية، أو إلى حزب أو مذهب أو جماعة، وإنما يكون انحيازه للوطن وأمنه القومي، وتلك أولى عتبات النجاح والتميز الإيجابي المفضي لبناء الثقة وتمتين روابط الاتصال الفعّال بين الوسيط الإعلامي وجمهوره، يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ﴾⁽³⁾.

أهميّة الإعلام الأمني:

تتبع أهميّة الإعلام الأمني من أهميّة الأمن في حياة الأفراد وسلامة الشعوب وأمن الأوطان، حيث أن نظرة الإعلام الأمني لوظيفة الإعلام في المجتمع تختلف عن نظرة أقسام الإعلام الأخرى سواء العامّة أو المتخصّصة، وتزداد هذه الأهميّة بقدر احتياج الأمم والشعوب والأفراد للأمن والسلام والطمانينة وانتفاء الخوف والزرع، ويبدو ذلك واضحاً وجلياً في واقع الدول العربيّة التي تسودها الفوضى ويعمها الخوف وتفتقد لأبجديات الأمن والسكينة.

«تتمثّل أهميّة الإعلام الأمني في موضوعيته وتقديمه للمعرفة الأمنيّة والإنسانيّة إلى كافة المجتمع بهدف رفع درجة الوعي الأمني، ويُعطي الإعلام الأمني قوّة دفع ومشاركة جماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمني، ويُشكّل الإعلام الأمني مدخلاً مناسباً إلى

(1) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص5.

(2) سورة الحجرات، الآية 6.

(3) سورة النساء، الآية 135.

ترقية العقول، ويُشكّل أيضاً علامة من علامات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوراً، ويُوفّر للعاملين في مجال الإعلام الأمني فرصاً مُتعدّدة لنشر دراساتهم والتعبير عن أفكارهم لخدمة المجتمع»⁽¹⁾.

تزداد أهميّة الإعلام الأمني بصورة أكبر لدى الدُول التي تعاني من عدم استقرار أمني، والسودان في هذا الظرف أحوج ما يكون لهذا الفرع المُهم من فروع الإعلام المُتخصّص، وكذلك الحال بالنسبة للكثير من دول العالم العربي والإسلامي. كما كانت المملكة السعودية تحتاجه بشدّة في فترات التطرّف والإرهاب التي اجتاحت المملكة وأثّرت سلباً على استقرارها الاجتماعي والأمني وهي الفترة التي ازدهرت فيها البحوث التي تُعنى بهذا الجانب، وكذلك الحال الآن بالنسبة للعراق، اليمن، ليبيا، ومصر، وغيرها من الدول التي تحتاج لبناء جبهتها الداخلية وتوحيدها خلف قيادتها وحكومتها.

وجدنا أنّ مُعظم أدبيّات هذا الفرع الإعلامي المُتخصّص توجد في البحوث السعودية ولا سيما جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية التي تعد الأساس في دراسات الإعلام الأمني. وواقع الكثير من الدول العربيّة التي تُعاني من حالة سيولة أمنيّة وشبه انعدام للأمن الشخصي يتطلّب واقعا الاهتمام أكثر بالإعلام الأمني، مثل ليبيا، العراق، اليمن وغيرها من الدول العربية، لكون الإعلام الأمني يسهم في تقوية وتمتين الصّف الوطني على المستوى الداخلي ما يجعله عصباً على الاختراق والتقنيت.

«تتمثّل أهمية الإعلام الأمني في توظيف الرسالة الإعلامية بكل أنواعها لتوعية المواطنين باتباع السلوكيات الرشيدة، والحفاظ على أمن المجتمع واستقراره وعدم الانسياق وراء الدعايات المُغرِضة والهدّامة. كما يهدف إلى وضع كيفية التعامل مع العديد من الأخطار الإعلامية الأخرى التي تتمثّل في حماية المجتمع من التهديدات التي تهدد قيمهم ومبادئهم وأصالتهم وأخلاقياتهم، وتؤخّر تقدّمهم مثل الظواهر الدخيلة على المجتمع، مثل انحراف الأحداث وتعاطي المُخدّرات وتفشّي الجرائم، وغيرها من الظواهر التي تهدد أمن المجتمع واستقراره»⁽²⁾.

أهميّة الإعلام الأمني بالنسبة للسودان تتمثّل في التحدّيات الكُبرى التي تُجابهه وفي مقدّماتها انفرط الأمن العسكري في بعض الأجزاء وخاصّة دارفور وجنوب كردفان وجنوب النيل الأزرق، إذ إنّ الإعلام الأمني الدولي أوجد صورة ذهنيّة سلبية لما يدور في تلك المناطق وهذا يقتضي إيجاد إعلام أمني فاعل يُخاطب الآخرين بلغتهم حتى يتمّ تصحيح هذه التشوّهات المصنوعة بعناية فائقة من الإعلام الأمني الدولي، ويستصبح

(1) أبكر السليك أبكر عثمان، دور الإعلام الأمني في إدارة الكوارث الطبيعية، (بحث غير منشور (ماجستير)، معهد الدراسات الإعلامية - جامعة الرباط الوطني، 1430هـ - 2009م)، ص 21.

(2) جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، (الإمارات: مركز الكتاب للنشر، 2006م)، ص 21.

معهُ كذلك إعادة بناء الواقع الأمني والسياسي والاجتماعي والثقافي والرياضي والسياحي والصحي والبيئي والاقتصادي. والعمل على خلق صور (إيجابية) مغايرة لتلك المرسومة بصورة سلبية. وهناك الكثير من المجالات المتخصصة التي يمكن أن يستهدفها الإعلام الأمني.

أهمية الإعلام الأمني للسودان تكون في إدارة التنوع السياسي والثقافي والديني والعِرقي من خلال استراتيجية فاعلة للإعلام الأمني تُصاغ باستصحاب هذه المُعطيات وتُدار بكفاءة وذكاء ومن خلال وسائل فاعلة ومؤثرة. يُضاف لذلك مُهددات البطالة والمخدرات والجرائم العابرة للحدود مثل الاتجار بالبشر وغسيل الأموال والنفايات والقرصنة الإلكترونية.

وبالنسبة لبلدٍ مثل المملكة العربية السعودية لها وزنها الإقليمي والدولي وريادتها على مستوى العالم العربي والإسلامي جديرٌ بها أن تقود مبادرة عبر جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ومن خلال وزراء الداخلية العرب، للتعريف بأهمية الإعلام الأمني، وضرورة رعايته في الدول العربية سواء على المستوى الأكاديمي عبر إلزام وزارات التعليم العالي والجامعات بتدريسه كتخصص إضافي في كليات الإعلام كما هو الحال بالنسبة لجامعة الرباط الوطني، أو من خلال زيادة البحوث والدراسات حوله عبر المراكز البحثية المتخصصة، فضلاً عن عقد ورش إقليمية للتباحث حول تحديث المفهوم والمصطلح ليكون مواكباً للمهددات الأمنية التي تشمل نواح مختلفة ومتعددة. وعمل الاستراتيجيات الشاملة للإعلام الأمني وفق مفهومه الحديث. مع التأكيد على أن لكل عربي تحدياته الأمنية المختلفة عن بقية البلدان الأخرى.

لقد تجاوز المكوّن الأمني الأبعاد والدوائر المعلوماتية البحتة والسياسية فقط، وصار مُتغيراً حاكماً للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والمعرفية والعلمية بل حتى الرياضية، وغيرها.

الإعلام السياحي، كفرع من فروع الإعلام المتخصص يمكن أن يضيف كثيراً للدولة وتفعيل مواردها وتعريف الآخرين بها ورسم صور مشرقة لديهم عنها إن حسن توظيفه بصورة مثلى واحترافية وتم بثه بلغات مختلفة.

هذه الظاهرة الجديدة لواقع الأمن وتحدياته وتعقيداته فرضت على الأجهزة الأمنية البحث عن الأساليب الملائمة للتعامل الفعال مع هذه الأوضاع المُستجدة، وأحد أهم هذه الأساليب تتمثل في الإعلام الأمني.

«من ناحية أخرى فإنّ ازدياد ارتباط الأنشطة الإعلامية بالمُجتمع جماعات وأفراد أوجد الحاجة إلى أساليب جديدة للتعامل الأمني مع المُجتمع بمكوناته المختلفة، بل نستطيع القول بأنّ أحد المُتطلّبات الرئيسة للعمل الأمني المُعاصر تتمثل في إيجاد قنوات

للاتصال المباشر وغير المباشر بالمجتمع بقواه وعناصره وفئاته المختلفة من أجل إيجاد الأرضية المشتركة بين الأجهزة المعنية والمجتمع والمواطنين، وتشكيل الصورة الذهنية الإيجابية عند المواطنين تجاه هذه الأجهزة، استناداً إلى كون الأنشطة التي تقوم بها هذه الأجهزة ذات صلة مباشرة بمصالح المواطنين وحياتهم، وأن قيام هذه الأجهزة بوظائفها بالكفاءة والفعالية المطلوبة يتطلب بناء شراكات مجتمعية قوية وفعالة تؤمن برسالة الأمن ومتطلباته. مما أدى إلى ازدياد الأهمية النسبية للإعلام في المجال الأمني»⁽¹⁾.

أهمية الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة:

يربط بعض الباحثين الإعلام الأمني ربطاً مباشراً بمكافحة الجريمة والوقاية منها، وفي هذا الإطار الضيق للمفهوم - والذي يعارضه الكاتب بشدة - يرى السراني أهمية الإعلام الأمني على اختلاف وسائله له دور أساسي « وأهمية استراتيجية وحيوية تستهدف الجمهور من حيث توعيته بخطورة الجرائم الجرائم وأساليب الوقاية منها، وتبصيرهم بدورهم الأساسي في مكافحة الجرائم وتعبئها والإدلاء بالمعلومات التي تمكن الأجهزة الأمنية من القيام بدورها ورسالتها من خلال الدور الفعال لأجهزة الإعلام الأمني، وفق المحاور التالية»⁽²⁾:

1. إلقاء الضوء على مخاطر الجريمة ونتائجها السلبية وأخطارها المدمرة على المجتمع، بالتعريف بالوسائل والأساليب التي يعمد إليها مرتكبو هذه الجرائم وكيفية مواجهة أساليبها، لمنعها والوقاية منها، ويزداد دور وسائل الإعلام في الوقاية من الجريمة من خلال نشر القيم التي تحض على الخير والفضيلة.
2. تكمن الأهمية البالغة للإعلام الأمني في مواجهته للظواهر الإجرامية في المجتمع بكافة صورها وأشكالها، وما يجب أخذه بعين الاعتبار أن وسائل (الإعلام الأمني) وهي تعمل على مواجهة الظواهر الإجرامية أن تأخذ في حسابها التركيز على الجانب الوقائي المتمثل بتوعية وتنقيف الأفراد في المجتمع من الناحية الأمنية وتسليحهم بالوعي.
- من جهة أخرى فإن المؤسسات الأمنية في المجتمع أن تعمل بالتعاون والتنسيق مع وسائل (الإعلام الأمني) باعتبارها الأداة الهامة في صياغة المضامين الإعلامية القادرة على حماية المجتمع وأفراده من الإفرازات الناتجة عن التطور العالمي المتسارع.
5. تتجلى الأهمية في قيام (الإعلام الأمني) بدوره في القيام بالتوعية بمخاطر الجرائم المستحدثة وسبل تفاديها من خلال إلقاء الضوء على أنماط هذه الجرائم وأوجه خطورتها على الأمن، وأبعاد الملاحقة القانونية التي يتعرض لها مرتكبها، ومضارها الفردية والاجتماعية سواء عبر حلقات النقاش أو التحقيقات الإعلامية مع المختصين.
6. يُعتبر (الإعلام الأمني) أداة فعالة من أدوات الأمن لخلق حلقة من التواصل

(1) محمد سعد أبو عامود، ورقة بعنوان: (الإعلام الأمني المفهوم.. الوظائف.. الاشكاليات)، جامعة حلوان (د.ت).

(2) عبد الله بن سعود بن محمد السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 4-5.

والترابط مع الجماهير، ويعد وظيفة مهمة من وظائف الجهاز الأمني بما يحققه من خلق وعي جماهيري بأنشطته وأدائه لرسالته الأمنية.

7. الإعلام الأمني يوفر للمُختصين في المجال الأمني فرصاً مُتعددة لنشر دراساتهم والتعبير عن أفكارهم وتسليط الضوء على إبداعاتهم وابتكاراتهم وبما يحققونه من إنجازات في مكافحة الجريمة.

أهم وظائف الإعلام الأمني:

- للإعلام الأمني عدد من الوظائف التي يضطلع بها كفرعٍ من الفروع الإعلام العام، وأحد أهم أنواع الإعلام المتخصص. وأهم هذه الوظائف: (1).
1. مواكبة الأحداث وتغطيتها حال وقوعها بمهنية عالية.
 2. تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات والأخبار الأمنية.
 3. المتابعة الدقيقة لما يُنشر حول الأحداث والأنشطة الأمنية.
 4. التصدي للحملات التي تستهدف بلبلة الأمن والإيحاء بعدم الاستقرار.
 5. إيجاد تواصل وعلاقات قوية بين المؤسسات الأمنية والمجتمع.
 6. رفع الوعي والحس الأمني لدى المواطنين وتعريفهم بدور الأجهزة الأمنية.
 7. توعية رجال الأمن بدورهم تجاه المجتمع وطرق وأساليب التعامل مع الجمهور بمهارة ومهنية.
 8. تكوين رأي عام مستنير مُدرك لواجبات المواطن تجاه وطنه.
 9. تكوين حصانة فكرية لدى المواطن ضد الغزو الثقافي.
- وبما أن الأمن ضد الخوف، فإن الغاية العظيمة والهدف الأسمى للإعلام الأمني هو تعزيز الأمن لدى المواطن والمجتمع والدولة، وكشف مصادر الخوف والتهديد لكل مستويات الأمن على المستويين الوطني والإقليمي. وذلك من خلال إعداد الاستراتيجيات المطلوبة، وتوفير الدعم اللوجستي لتنفيذها، وكذلك الكادر البشري المتخصص في فروع الإعلام الأمني المختلفة، وزيادة التنسيق بين المؤسسات المعنية بحماية وتعزيز الأمن القومي، والمتابعة المستمرة لقياس وتقييم وتقويم هذه الخطط والحد من انحرافها عن مسارها الاستراتيجي.

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد صديق، مسيرة الإعلام الأمني بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، ص7.

الفصل التاسع:
التخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني وصناعته





الفصل التاسع: التخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني وصناعته

تمهيد:

إن كانت استراتيجيات الإعلام والتخطيط الاستراتيجي لصناعته وتطويره قد أصبحت ضرورة قصوى، فإن ذلك يصبح واجباً في حال الحديث عن الإعلام الأمني، لما له من أهمية كبرى ترتبط بالأمن القومي للدولة، والعمل على تعزيزه داخلياً وحمايته خارجياً -خارج الحدود الجغرافية- كما سيأتي ذلك بالتفصيل في الفصل العاشر المتعلق بالإعلام الأمني الدولي.

والتخطيط الاستراتيجي للإعلام الأمني وصناعته، مدعاة لتحقيق الترابط الداخلي للدول، وحماية أمنها الإنساني -في كافة المحاور- وعلى كل المستويات من محاولات (الغزو الفكري) المستمرة من قبل الإعلام الأمني الدولي، وحماية شعبها - كذلك - من الاستلاب الثقافي، ولا غرو ففوة الدول تُقاس بمدى تماسك جبهتها الداخلية والتفافها حول رايثها الوطنيّة وقيادتها وحكومتها القائمة ومدى قابليتها للانضمام الفكري والروحي واستجابتها لرسائل الإعلام الأمني الدولي.

تحقيق أهداف الإعلام الأمني وغاياته يحتاج لتخطيط استراتيجي بعيد المدى، ينبع من الغايات الوطنية للدولة ويرتبط بها عبر مساره الاستراتيجي، من خلال جميع الوسائل الإعلامية العامة والخاصة، المسموعة والمرئية والمكتوبة مع الإعلام الجديد، وسيصبح من الصعوبة بمكان تحقيق تلك الأهداف الاستراتيجية في حال عدم تمليك الاستراتيجية للوسائل الإعلامية وتدريب الإعلاميين عليها وربطها لديهم ب(مفهوم الوطن)، حتى يؤمنوا بها جميعاً بلا استثناء ويصبح تنفيذها شغلهم الشاغل وهمهم الأول، مع ضرورة إعلائها فوق الكيانات والقبائل والتنظيمات المختلفة.

وللإعلام الأمني في شقيه (العسكري والحربي) أدوار عظيمة ومقاصد جليلة تؤدي في أوقات السلم بفاعلية، وبالتالي يجب توضيحها للإعلاميين من خلال الاستراتيجية الإعلامية في محور الإعلام الأمني - الإعلام العسكري والحربي - وتلك مهمة قادة الأجهزة الأمنية والمؤسسات العسكرية، التي يجب ألا تعزل الإعلام ووسائله المختلفة عن تلك المؤسسات وتجعل هذه المهمة مرتبطة فقط بإعلامها النظامي وتوجيهها المعنوي، وإنما تشرك في تنفيذها بقية الوسائل الإعلامية العامة والمتخصصة، الحكومية الخاصة، لكون الأمن العسكري للدولة هو نواة الأمن القومي، وأن القوات المسلحة والقوات العسكرية الأخرى هي صمام أمان الدولة.

الإعلام الأمني والتوازن الإعلامي

«الإعلام الأمني هو الذي يصنع التوازن بين الإعلام التجاري، الذي يسعى إلى تحقيق الربح، وبين تحقيق رسالة الإعلام في تحقيق الاستقرار والتنمية المجتمعية، وهو القادر على بث الطاقة الإيجابية في الفرد واستنفار طاقاته ليصبح له دور فاعل في الحفاظ على مكتسبات وطنه»⁽¹⁾.

وبالتالي يقتضي ذلك وضع استراتيجية الإعلام الأمني بما يتوافق ويتواءم مع الاستراتيجية القومية للدولة الرامية لتعزيز قدراتها والتي تستصحب معها الأمن القومي بمفهومه الشامل. والتي لا تتقاطع مع الاستراتيجيات الفرعية لأي مؤسسة أخرى. ويجب أن تكون من الواضح بمكان وكذلك نشرها وتمليكها لكل الوسائط الإعلامية للعمل على دعمها وتطبيقها.

ويرى بعض الباحثين أن أهم مقومات نجاح استراتيجية الإعلام الأمني تتمثل في جملة محاور. «نحاول أن نقدم بعض التوصيات والمقترحات حول تفعيل استراتيجيات الإعلام الأمني حتى يقوم بدوره كاملاً في المجتمع لما يشكله من أهمية لتحقيق الأهداف المنشودة في التنمية والازدهار بكافة جوانبه، فضلاً عن تحقيق السلام الاجتماعي وتعلية المصالح الوطنية والقومية فوق الحزبية والجهوية والقبيلية. ومن أهمها⁽²⁾:

- وضع استراتيجية للإعلام الأمني وتكوين منظومة إعلامية أمنية ذات أسس علمية تُدار من قبل ذوي الاختصاص في هذا المجال.

- تفعيل دور الإعلام الأمني كإعلام متخصص في معالجة القضايا الأمنية أثناء الأزمات والتدريب المستمر للأفراد العاملين في المجال الإعلامي الأمني حول كيفية التعامل مع الأزمات والكوارث.

- إجراء الدراسات والبحوث المستقبلية حول دور الأجهزة الإعلامية الأمنية في متابعة الأزمات الأمنية وتقييم دورها من فترة لآخرى.

- العمل على إزالة المعوقات التي تواجه الأجهزة الإعلامية والعاملين فيها عند تغطية أحداث الأزمات والكوارث، وتنمية روح المسؤولية الكاملة بين وسائل الإعلام وأفراد المجتمع والأجهزة الأمنية، وتحصين المجتمع من الآفات والأخطار الاجتماعية وترسيخ مفاهيم التعاون المجتمعي والمؤسسي والإعلامي بما يُحقق الإزدهار والنجاح والاستقرار.

- تنمية الثقافة الأمنية لدى رجل الأمن والجمهور والإعلاميين وترسيخ مفاهيم المشاركة المجتمعية في الواجبات والمسؤوليات الأمنية.

(1) خالد الخاجة، الإعلام الأمني ركيزة تنموية وضرورة مجتمعية، مقال منشور على الإنترنت.

(2) استراتيجية الاعلام الامني، مقال منشور على الإنترنت، <http://www.c-reporter.com>، تاريخ دخول الموقع:

الإعلاميون أحوج ما يكونون للتوعية الأمنية أكثر من غيرهم، وإكسابهم الثقافة الأمنية الشاملة تجعلهم يدركون الأمور القومية ويوزنون القضايا بميزان الأمن القومي، وليس ميزان الكسب الشخصي أو السبق الصحفي أو الإثارة. بل المؤسف أن بعض الصحفيين المتحزبين يُعلي أدهم برامج وقضايا الحزب على القضايا القومية والوطنية.

- العمل الجاد للحدّ من مخالفة القانون داخل الدولة لجميع المقيمين والمتواجدين على أرضها.

- أهمية التواصل والتعاون بين الأجهزة الأمنية وأجهزة الإعلام المختلفة بشأن عقد وتنظيم محاضرات وندوات للجمهور (طلاب - هيئات - مؤسسات خاصة - مراكز تطوعية - جاليات.. إلخ) لتثقيفهم أمنياً وتوعيتهم ووقايتهم من الأخطار.

- دعم الاتصال المباشر بجميع شرائح المجتمع من خلال وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية والإعلام الإلكتروني كالإنترنت وخدمة الرسائل النصية.

- تفعيل دور الإعلام في التوعية الأمنية لأولياء الأمور ومجالس الآباء في المدارس وطلاب المدارس والجامعات.

- رصد وتحليل ما تطرحه وسائل الإعلام المختلفة، ومحاولة التعرف على الإتجاهات السلبية وسلوكيات أفراد المجتمع وإجراء الاستبيانات تحليلها.

- الحد من الآثار السلبية للبرامج الإعلامية التي تروج للعنف والعدوان والجريمة، والانحلال الأخلاقي.

- مد وسائل الإعلام بكافة المعلومات اللازمة حول الظواهر والقضايا الأمنية ومُتطلبات التوعية المناسبة بشأنها.

- تقديم برامج حوارية تعتمد على الحوار الفكري لمناقشة القضايا الأمنية من كافة جوانبها يشارك فيها خبراء الاجتماع، والسياسة والاقتصاد وعلم النفس، والقانون ورجال الأمن، ومواطنون عاديين،... وغيرهم وتداول الأفكار والآراء بشكل واضح يسهم في التوعية الأمنية.

- تفعيل دور الإعلام في ترسيخ مفاهيم الأمن المجتمعي وتعزيز شعور المواطن بالمسؤولية، وثقته في الأجهزة الأمنية.

- تنمية ونشر الثقافة القانونية والأمنية الرامية لترسيخ احترام النظام العام بالدولة، وأن يعرف المواطن الفرق بين الحكومة والوطن وفي سبيل معارضته للحكومة لا يخل بأمن الوطن.

- تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة قيم الحفاظ على الأمن والسلام الاجتماعي والتماشك العائلي والانتماء والحفاظ على الهوية الوطنية.

مُرتكزات استراتيجية الإعلام الأمني:

إن استراتيجية الإعلام عموماً - والإعلام الأمني بصفة خاصة تمثل جزءاً من الاستراتيجية القومية لكل بلد، وتحدد ذلك أبعاداً سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وفكرية وصحية، بما فيها القيم والعادات وغيرها من الموروثات.

لذلك تختلف مرتكزات كل استراتيجية بحسب طبيعة الدولة وما تعانيها من مهددات أمنية وسياسية واجتماعية. إذ تُعد طبيعة هذه المُهددات وحجمها عاملاً رئيساً في وضع الاستراتيجيات للإعلام الأمني. مع التأكيد على أن المهددات المختلفة تسهم بشكل مباشر في تهديد الأمن القومي.

وبصورة عامة نجمل مرتكزات الإعلام الأمني في عدد من المقومات لعل من أهمها ما يلي⁽¹⁾:

1. العمل بهدي الشريعة الإسلامية، وفي ضوء تعاليمها النيرة وقيمها السمحة الداعية إلى الخير والصلاح والوئام، على تعزيز أوامر التعاون بين المؤسسة الأمنية والمؤسسة الإعلامية وعلى توظيف وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها المرئية والمسموعة والمقروءة لمضامين رسالتها التثقيفية والتوعوية والترفيهية وتكثيف نشاطها، **بهدف:**

أ- تحصين المجتمع ضد الجريمة بالقيم الأخلاقية والتربوية بما يعصمه من الزلل والانحراف، ويحول دون تأثيره بالتيارات الفكرية المشبوهة والأنماط السلوكية المنحرفة الوافدة.

ب- الاسهام في توجيه المواطن نحو السلوك القائم على قيم الأخلاق والاستقامة واحترام القوانين والأنظمة، وحصينه ضد كل أشكال الانحراف والتحلل الاخلاقي والفساد.

2. ترسيخ القناعة بأن الوقاية من الجريمة ليست مسؤولية موكلة إلى الأجهزة الأمنية وغيرها من أجهزة العدالة الجنائية فحسب، بل مسؤولية تتقاسمها مختلف المؤسسات المجتمعية على اختلاف أنواعها، ومن بينها المؤسسات الإعلامية.

3. المساهمة في تكوين رأي عام واسع يتعاون مع الأجهزة المختصة، من أجل الوقاية من الجريمة ومكافحتها على درب تحقيق طموحات المواطنين إلى مزيد من الاستقرار، والنماء والرخاء وحماية المجتمع من شرور الإجرام وتيارات الأفكار الملوثة بالتحلل والفساد ومن مختلف المحاولات العدوانية الإرهابية والتخريبية منها، الموجهة من الداخل والخارج.

4. نشر الوعي الأمني بين المواطنين وتقوية الحس الأمني لديهم بأهمية المشاركة الفعلية والمستمرة في مكافحة الجريمة.

5. توعية الجماهير بوسائل المنع وطرق الوقاية من الجريمة وسبل علاجها، مع تبصيرها بأهمية اتخاذ الإجراءات الوقائية لحماية أنفسها وممتلكاتها من مخاطر الجريمة.

(1) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 66-67.

6. التعاون مع أجهزة الإعلام في وضع ضوابط علمية ثابتة تحكم تناول الإعلام العربي للقضايا والأحداث المختلفة ذات المردود الأمني الذي يضمن الحد من آثاره السالبة.

استراتيجيات الإعلام الأمني على المستوى العربي:

يتجدر مفهوم الإعلام الأمني في مسعى مجلس وزراء الداخلية العرب المثابر منذ إنشائه عام 1982م على إبراز الدور الحيوي الذي يجب أن تضطلع به الرسالة الإعلامية في تحقيق الغايات الأمنية. فقد كان لجهود مجلس وزراء الداخلية العرب في إنشاء المكتب العربي للإعلام الأمني - ومقره القاهرة - في دورته العاشرة التي عُقدت في تونس في الفترة من الرابع وحتى الخامس من يناير عام 1993م دورٌ بارزٌ في تطوير الإعلام الأمني. وكانت أهم اختصاصات المجلس مايلي⁽¹⁾:

1. العمل على تحقيق التعاون والتنسيق بين الجهود الإعلامية الأمنية في الدول الأعضاء لمواجهة الجرائم.
2. إعداد خطط عربية شاملة للتوعية الأمنية تستهدي بها الدول الأعضاء في وضع خطط مُماثلة، وتطوير هذه الخطط في ضوء المستجدات اللاحقة.
3. التعريف بأنشطة مجلس وزراء الداخلية العرب وأمانته العامة وأجهزته الأخرى.

وقد تضمّنت جهود الإعلام الأمني القطري في بواكير تطبيقات المفهوم عدداً من المجالات التي اطلعت بها الدول العربية على المستوى القطري، وأهمها:

- أ. التوعية المرورية.
 - ب. التوعية بأضرار المخدرات.
 - ج. نشر أخبار الجرائم، مع التأكيد بأن الجريمة لا تخفى وأن المجرمين لا يفلتون من يد العدالة. وإن أقلت من العقاب الديني فعذاب الآخرة أشد.
 - د. الإعلام في مجال الأمن والسلامة والوقاية من الأخطار.
- وقد اشتملت الاستراتيجية على عدة منطلقات، منها⁽²⁾:
- تحصين المجتمع العربي ضد الجريمة بالقيم الدينية والأخلاقية.
 - توجيه المواطن للتخلّي بالسلوك السوي، واحترام القوانين والأنظمة.
 - توعية المواطن العربي بطرق الوقاية من الجريمة، وتبصيره بأهمية اتخاذ التدابير الوقائية لحماية نفسه وممتلكاته.
 - الإسهام في تكوين رأي عام واع، بالتعاون مع الأجهزة المتخصصة للوقاية

(1) عبد الرحيم نور الدين حامد، مفهوم الإعلام الأمني في ظل التطورات التكنولوجية الإعلامية، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م)، ص 26-27.

(2) عبد الرحيم نور الدين حامد، مرجع سابق، ص، 50 - 51.

من الجريمة ومكافحتها.

- تطوير المؤسسات الإعلامية للنهوض بمسؤولياتها للوقاية من الجريمة.
- وضع ضوابط علمية وتقنية تحكم التداول الإعلامي للظواهر والوسائل ذات الأبعاد الأمنية.

- إبراز دور الأجهزة الأمنية في الحفاظ على الأمن والاستقرار.
- تطوير التعاون العربي والدولي في مجال التوعية الأمنية والوقاية من الجريمة.
نرى أن استراتيجية الإعلام الأمني على المستوى العربي ما تزال قاصرة، ولم تتجاوز مفهوم «الجريمة» وكيفية الوقاية منها ومحاربتها وكأن الجريمة الجنائية فقط هي التي تهدد «الأمن القومي العربي»، وتلك النظرة «القاصرة» تحتاج لإعادة قراءة متأنية وفاحصة في سياق أشمل يستوعب المتغيرات السياسية والأمنية والثقافية والاجتماعية على مستوى العالم العربي، وكيفية توظيف الإعلام الأمني العربي لمجابهة تلك التحديات، واضعة في الحسبان العوامل الخارجية وتوظيف الإعلام الأمني الدولي من جهة، والعوامل الداخلية وضرورة إعادة بناء إعلام أمني عربي فاعل من جهة أخرى، فضلاً عن متغير ثالث وهو لا يقل أهمية وخطورة وهو البعد «الشيوعي» وإعلامه وتأثيراته على المنطقة السنية. يضاف لذلك مراجعة مفهوم (الأمن) في سياق منظور أشمل يستصحب معه المنظور الإنساني للأمن وتداعياته على الأمن القومي العربي والإسلامي، وسبل تعزيزه، في حدود القواسم المشتركة.

أهداف وعناصر الإعلام الاستراتيجي الأمني:

قبل وضع الاستراتيجيات للإعلام الأمني لكل دولة ينبغي الحرص على تحليل البيئة الداخلية والخارجية ومعرفة الجمهور المُستهدف معرفة تامة. على أن يشمل التحليل الجوانب السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والصحية والبيئية مع مراعاة الأبعاد النفسية والإثنية والسلوكية والروحية للجمهور المُستهدف. وشمل ذلك - بالضرورة - الوسائط الإعلامية التي يمكن أن تُسهم في إنفاذ استراتيجية الإعلام الأمني، وكذلك وجود الكوادر القائمة بالاتصال في الإعلام الأمني، وتحديد الآليات المناط بها تنفيذ استراتيجية الإعلام الأمني هل هي وزارات الإعلام بالدول العربية؟ أم هي وزارات الداخلية؟ أم تنشأ مؤسسات خاصة للإعلام الأمني تقوم بالتخطيط والإشراف على التنفيذ؟. هنالك الكثير من الأهداف المخططة للإعلام الاستراتيجي الأمني، ومن أهم الأهداف الأساسية مايلي⁽¹⁾:

1. امتلاك القوة الاستراتيجية الإعلامية.

(1) محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، مرجع سابق، ص 346.

2. تحقيق قدر من السيطرة الإعلامية.
3. توفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية.
4. إحداث تأثير أساسي في الجمهور.
5. بلورة رأي عام.
6. تحقيق القدرات التنافسية الإعلامية.

الانطلاق على خلفية الاستراتيجية القومية:

لن تكون أية استراتيجية للإعلام الأمني ذات فاعلية ما لم ترتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية الإعلام عموماً وتتطلق على خلفية الاستراتيجية القومية للدولة من ناحية داخلية ومراعاة الأمن القومي الإقليمي من ناحية أخرى. وهذا يعني أهمية إدراك⁽¹⁾:

1. طبيعية المصالح الاستراتيجية الوطنية.
 2. المهددات الوطنية.
 3. نقاط الضعف الوطنية.
 4. محاور التغيير الاستراتيجي وطبيعته.
- وهذا يقتضى بطبيعة الحال مراعاة خمسة عناصر أساسية:
1. تحديد المداخل الإعلامية المناسبة.
 2. التراكمات المعلوماتية المنظمة.
 3. الإرسال الاستراتيجي الذي يصل للجمهور المستهدف.
 4. اللغة المناسبة.
 5. الجودة العالمية.

إن استراتيجية الإعلام الأمني سوف تتمكن من تحقيق أهدافها على المدى البعيد، وبمداخل إعلامية مختلفة ومتنوعة، وهذا يتطلب تحليل البيئة (الداخلية والخارجية) تحليلاً دقيقاً ومعرفة نقاط الضعف بصورة أوضح وتقويتها، وتحديد نقاط القوة وتعزيز استدامتها، حتى تتمكن الاستراتيجية من إحداث التغيير الاستراتيجي المطلوب على المستويين الداخلي والخارجي.

تحديات تنفيذ استراتيجيات الإعلام الأمني العربي:

أمام الإعلام الأمني طريق طويل في ظل المعوقات التي تحد من إقامة علاقات حسنة بين الأجهزة الأمنية والجمهور، وتسهم بشكل أو آخر في عدم نجاح استراتيجية الإعلام الأمني العربي.

ومن أهم تلك المعوقات كما يراها الجحني⁽²⁾:

(1) محمد حسين أبو صالح، مرجع سابق، ص 347.
(2) علي بن فايز الجحني، الإعلام الأمني: بين الواقع والتطلعات، مرجع سابق، ص 102.

- طبيعة عمل الأجهزة الأمنية، ووظائفها في المجتمع العربي.
 - رواسب الماضي من عهود الاحتلال، وما سببه من حواجز نفسية بين المواطن العربي والأجهزة الأمنية.
 - اتساع ميدان عمل الأجهزة الأمنية مع قلة الإمكانيات.
 - ضعف المستوى التعليمي والثقافي.
 - نشر الأخبار المتعلقة بالأمن والجريمة دون مراعاة للبعد الأمني، ولا سيما من خلال الإنترنت.
 - بروز أنماط من الأعمال الإعلامية التي تعمل على الحط من شأن صورة رجل الأمن والعدالة من خلال المسلسلات والمسرحيات والأعمال التي تتفقر من التعاون والشراكة والاحترام بين حَفَظَة الأمن والجمهور .
 وهذا يقتضي تفعيل الاستراتيجيات الخاصة بالإعلام الأمني ومراعاة المتغيرات الدولية والإقليمية والمحلية.
 ونرى أن أهم تحديات تنفيذ استراتيجيات الإعلام الأمني العربي تتمثل في الآتي:

1. عدم الاتفاق حول مفهوم ومصطلح (الأمن) على مستوى العالم العربي.
2. قصور مفهوم الإعلام الأمني وتحجيمه وربطه بالأجهزة الأمنية فقط.
3. قلة الإعلاميين المتخصصين في مجالات وفروع الإعلام الأمني الأخرى، صحية، اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، ..إلخ.
4. عدم تمليك استراتيجيات الإعلام الأمني للوسائط الإعلامية العامة، وجعلها حصراً على الأجهزة الأمنية التي تقتصر لإعلاميين محترفين.
5. ضعف التنسيق الكافي بين الأجهزة الأمنية والمؤسسات الإعلامية.
6. عدم الاتفاق داخلياً على مفهوم (الأمن القومي) وحدوده ومهدداته، ووجود بون شاسع بين الإعلاميين والمؤسسات الأمنية، وربطه بـ(الحكومة) وليس (الدولة).
7. عدم الاتفاق حول مفهوم (الأمن القومي العربي) وتحديد مقوماته ومهدداته. وفي هذا السياق فإنه قد يكون من المناسب التأكيد المستمر على أهمية الخطط الاستراتيجية التي تأخذ بين الاعتبار فى قضايا الإعلام الأمني العربي فيما يأتي⁽¹⁾:

- النهوض بالمستوى الفكري والحضاري والوجداني للإنسان العربي.
- معالجة المشكلات الاجتماعية التي تهدد الأمن والإستقرار.
- مُناهضة التيارات الهدامة والفلسفات المُعادية.
- الارتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية.

(1) علي بن فايز الجحني، الإعلام الأمني: بين الواقع والتطلعات، مرجع سابق، ص 103.

- تصحيح المفاهيم الخاطئة.
- تعزيز الأمن الفكري، والحوار والاعتدال.
- تبصير أفراد المجتمعات بالأخطار المحدقة بهم، والعمل على مساعدتهم على تنمية قدراتهم على اكتساب الحصانة الذاتية.
- تربية المواطن العربي على ثقافة الشورى (الديمقراطية)، وحقوق الإنسان، وثقافة التسامح في إطار الثوابت.
- البُعد عن الإعلام الهابط والقنوات المثيرة التي تتنافى مع قيم المجتمع وتقاليد العريقة.

فيما يرى بعض الباحثين أن المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الأمني تنقسم إلى قسمين، تتراوح بين معوقات بشرية، ومعوقات فنية.

ويمكن إجمالها في المحاور التالي(1):

أولاً: المعوقات البشرية:

1. نقص الامكانيات البشرية: إن تجاهل النقص في الإمكانيات البشريّة يترتب عليه الفشل في تفعيل الدور الأمني لوسائل الإعلام، حيث إن النقص في متخصصي الإعلام الأمني المؤهلين أصحاب الخبرة والدراية يحدّ من قدرة الإعلام الأمني على القيام بدوره في مكافحة الجريمة والوقاية من آثارها.
2. انخفاض الوعي بين أفراد المجتمع بضرورة الاستماع والانصات عند الاستماع لرسائل الإعلام الأمني، فكثيراً ما ينشغل جمهور المشاهدين بالأفلام والمسلسلات، بل إنّ بعضهم يحول إلى قناة أخرى، نتيجة ضعف الثقافة الأمنيّة وانخفاض الوعي الأمني.
3. الاعتماد على غير المتخصصين في الإعلام الأمني.
4. التماس بعض الإعلاميين رضاء الآخرين من الرسالة الإعلامية وتجاهلهم الأمانة التي في أعناقهم.
5. وقوع بعض الإعلاميين في حالة الإعجاب بالنفس وحب الشهرة.
6. عدم اهتمام بعض الإعلاميين بإعداد الرسالة الإعلامية الملائمة والمسايرة للتقلبات والظروف المعاصرة المحيطة بالمجتمع.
7. عدم مراعاة الإعلاميين لحال المستمعين وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.
8. قيام بعض الإعلاميين بعرض المشكلات والحوادث فقط ومسبباتها، دون طرح الحلول المنطقية أو سبل الوقاية المناسبة.
9. جهل بعض الإعلاميين بأبعاد السلوك الخاص بالمُخاطَب (المُرسل إليه)، ومن ثم عدم القدرة على التعبير، والرؤية الذاتية التي تقدمها الرسالة الإعلامية

(1) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 70 - 71 .

(المحتوى) لسلوك المُخاطَب.

ثانياً: المعوقات الفنية:

1. عدم الاهتمام بتزويد أجهزة الإعلام الأمني بالتقنيات الحديثة التي تساعد على إيصال الرسائل الإعلامية بطرق ووسائل متنوعة ومشوّقة.
2. تقادم الأجهزة والمعدات المستخدمة من قِبَل أجهزة الإعلام الأمني في تقديم رسائلها الإعلامية.
3. عدم توافر التدريب المناسب للعاملين في أجهزة الإعلام على الإلقاء الصحيح للرسائل الإعلامية أو إعداد مكوّنها بطريقة صحيحة.
4. ضعف قدرة بعض الإعلاميين على موكبة التطور التقني الحديث.
5. تقديم رسائل الإعلام الأمني بشكل تعليمي موضوعي يقوم على النصّ والإرشاد المباشر دون توضيح مكامن الخطورة.
6. الرسائل المطروحة أحادية الجانب، حيث لا تعرض الجوانب الأخرى للمشكلات الأمنية، لذلك لا تلقى تأييد وإقناع المثقفين، فتفقد جمهوراً كبيراً.
7. اتسام غالبية الرسائل الإعلامية بالعاطفية وبعدها عن الواقعية والعملية ومخاطبة مشكلات المجتمع والظواهر السلبية.
8. الافتقار إلى نظام اتصال مباشر بين الأجهزة الإعلامية والأجهزة الأمنية.
9. ضعف التنسيق بين الأجهزة الأمنيّة ووسائل الإعلام.
10. عدم اهتمام وسائل الإعلام الأمني بحملات الإعلام الأمني كوسيلة لنشر الأمن والاستقرار في ربوع المجتمع.
11. نقص المتخصصين في مجال إعداد حملات الإعلام الأمني الفعالة التي تستطيع توجيه الجماهير وتغيير سلوكياتهم واتجاهاتهم.
12. استخدام بعض الإعلاميين كلمات مبتذلة وركيكة وألفاظ عامية في الرسائل الإعلامية.
13. تكرار بعض الألفاظ غير المهمة في الرسالة الإعلامية دون داعٍ لذلك.
14. عدم تماسك تراكيب الرسالة الإعلامية وجملها وإخفاقها في تصوير المعنى المقصود والمفهوم للمستمعين.
15. عدم توازن التراكيب والجُمَل في ترتيب ألفاظها.
16. التكلف اللفظي في بعض الجُمَل والتراكيب.
17. عدم مراعاة طول التراكيب والجُمَل وقصرها ضمن الرسالة الإعلامية، مما يشّتت ذهن المستمع.
18. عدم وضوح صوت القائم على الإعلام الأمني، وعدم سلامة مخارج

الألفاظ واختلال توازن صوته ولهجته.

مقومات الاستراتيجية الأمنية العربية:

إنطلقت الاستراتيجية الأمنية لتحقيق الأهداف التالية⁽¹⁾:

1. التحديد الدقيق للهدف الاستراتيجي المطلوب تحقيقه والذي يمكن أن يكون وحدة متكاملة أو عدة أهداف فرعية تلتقي عند الهدف الأعلى المرسوم من قِبَل مخططي السياسة العامة والتي تسعى الاستراتيجية الأمنية لتحقيقها.

2. جمع كافة المعلومات الموثوقة والمتعلقة بالهدف وظروفه لتحليلها ومعرفة طبيعتها والإعداد لمواجهتها.

3. المعرفة بالوسائل المتوفرة أو الواجب توفرها كونها تشكل عنصراً أساسياً لوضع استراتيجية العمل وإجراء الاختبار عليها وعلى تقنيات تحقيقها علمياً.

4. المعرفة التامة بالطاقة البشرية المتوفرة وكيفية تأهيلها لتكون قادرة على إدارة العمل وتحديد الأشخاص الذين يتخذون القرارات ويتولون التنفيذ والإشراف عليه. فإدارة العمل الاستراتيجي تتطلب العنصر البشري الكفاء للتصرف في مختلف الظروف والحالات.

5. تصور الأعمال الواجب تنفيذها في سبيل تحقيق الأهداف للوقوف على التفاعلات والنتائج المرتقبة.

6. إيجاد العلاقة التفاعلية بين مخططي الاستراتيجية ومنفذيها والانصهار فيما بينهم وتوحيد الحوافز والرؤى المستقبلية. فالتفاعل عنصر مهم في نجاح الاستراتيجية وبدونه يصعب الانتقال من مرحلة التصور النظرية إلى العملي.

7. تحديد الموازنة الخاصة باستراتيجية العمل المتضمنة نفقات التجهيزات والمصروفات واحتياط الطوارئ.

8. وضع خطة زمنية مرحلية لتحقيق الهدف الأساسي أو الأهداف الفرعية.

9. وضع وسائل التقييم المستمرة للإنجازات المحققة للتقدم نحو الهدف.

10. التأكد الميداني في تنفيذ الإنجازات وقياسها ومدى توافقها مع الأهداف.

أهداف استراتيجية الإعلام الأمني العربي:

إنَّ الاهتمام بالإعلام الأمني لم يعد قاصراً على الدول منفصلة وإنما أصبح هماً إقليمياً استمد أهميته من ضرورة وجوده لترسيخ الوعي الأمني، بل تجاوز الإقليم ليمتد أثره وتأثيره على العالم، إذ أن العالم في حقيقته هو منظومة من الدول المنفردة وما يحدث من خلل أمني في أي دولة لا يقتصر تأثيره عليها وليست بقية الدول بمنأى عنه.

إن الدول العربية كالجسد الواحد، إن اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والوزيع، 2012م)، ص 157.

بالسهر والحمى، وما يحدث من مشكلات أمنية في دولة ما تمتد آثارها السالبة إلى بعض دول الإقليم، ولا سيما الحدودية منها، التي تتأثر تأثيراً مباشراً، فيما تكون الآثار غير المباشرة على بقية الدول.

«وهذا الدور للإعلام الأمني في مكافحة الجريمة ولّد فكرة إنشاء المكتب العربي للإعلام الأمني الذي وضع أول استراتيجيّة عربيّة للتوعية الأمنيّة والوقاية من الجريمة، وتسعى هذه الاستراتيجية إلى تحقيق الكثير من الأهداف تتبلور في الآتي»⁽¹⁾:

1. إبراز دور السلطات الرسميّة وجهودها للحد من الجريمة.
2. التعريف بوسائل الحماية والمكافحة وإبراز مهامها وأدائها.
3. اقتلاع الخوف والرغبة من نفوس الأفراد، مما يشجعهم على الشهادة أمام المحاكم والإبلاغ عن المشتبه فيهم.
4. تحقيق أهداف الخطط الأمنية الخاصة بالتوعية المرورية ومكافحة الجريمة.
5. إبراز الأضرار التي يمكن أن تلحق بالأفراد من جراء سلبيتهم في التعاون مع الأجهزة الأمنيّة.
6. تأكيد دور الفرد كعنصر مهم في العملية الأمنيّة.
7. تعميق الشعور بالمسؤولية لدى المواطن تجاه المواجهة مع الجرمين والمنحرفين.
8. التوضيح الشامل للظاهرة الإجرامية وتناول دوافعها وأسبابها من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
9. التنسيق بين الوسائل الإعلامية حول موضوعات العنف والإرهاب والمخدرات والاعتصاب حتى لا تتضارب وتتعارض أساليب المعالجة، وتقصد وسائل الإعلام مصداقيتها لدى الجماهير.
10. تأكيد القيم الإنسانيّة الأصيلة، والأخلاق الإسلاميّة السمحة، وتقديم التوعية الدينية الصحيحة من خلال التوسّع في إعداد البرامج الدينية والأخلاقية ذات القيمة الاجتماعيّة العامة.
11. تبني وتحقيق شعار (منع الجريمة قبل وقوعها).

المُخرجات المطلوبة من الإعلام الأمني العربي:

«تبرز مسؤوليّة الإعلام الأمني وأهميته، في ظروف تنامي الجريمة المنظمّة والعبارة للحدود، حيث يتطلّب الأمر ربط المواطنين بهموم بلادهم ووطنهم، والكشف الأمين والدائب عن الحالة الأمنيّة فيه، وإطلاعهم على كامل الحقائق، التي تتعلق بأمنهم وسلامتهم، وكذلك توعيتهم بكل المخاطر المحدقة بهم، مع التأكيد على

(1) عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، مرجع سابق، ص 75 - 76.

بيان خطورة الجرم من الناحية الشرعية»⁽¹⁾.

وحتى يتحقق ذلك بالصورة المثلى ينبغي على القائم بالاتصال في الإعلام الأمني أن يدرك ويعمل على رفع وعي الجمهور المستهدف بأهمية الأمن، بمفهومه الشامل، والعمل الجاد والدؤوب لترسيخ صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عن أجهزة ورجال الأمن من جهة، ورفع درجة التوعية الأمنية الشاملة لدى الجمهور العربي من جهة ثانية.

«وفي كل الأحوال، فإنه لا بد من العمل على الربط بين الإعلام الأمني، والإعلام العام، والذي يمكن أن يتم عن طريق الإعداد المشترك، لبرامج تقود إلى⁽²⁾»:

1. بناء الشخصية الاجتماعية السوية.
2. ترسيخ دعائم الفضيلة، والمعرفة العملية بالواجبات والحقوق.
3. دعم تماسك الجبهة الداخلية.
4. المحافظة على أمن الدولة والأمة، وسلامتهما.
5. توضيح أهمية العلاقات الإيجابية بين رجال العدالة الجنائية والمواطنين.
6. حماية المواطنين من الإعلام السلبي الوافد.
7. التصدي للإعلام السلبي (الخارجي).
8. التخلص من التبعية الإعلامية.
9. العمل على تحقيق الاكتفاء الذاتي - إعلامياً وتوعوياً - أو العمل على تصدير الإنتاج الإعلامي - العام والأمني - العربي.

ومن الأهمية بمكان أن يقوم الإعلام الأمني بدوره المأمول تجاه تقوية الصف الوطني وأن يترصّ الناس خلف الحاكم، حتى لا تكون هنالك ثغرات يستغلها الإعلام الدولي لزعزعة الاستقرار وتقويض أركان الدولة، فالإعلام الأمني هو إعلام شامل، إعلام دولة وليس إعلام حكومة، وإعلام دولة وليس فئة أو جماعة، وعليه فدوره في هذا الجانب أكبر وأعظم حتى لا تطل الفتنة برأسها، وتجد من يراها ويدعمها من أبناء الوطن أو من المحسوبين عليه بدعوى ظلم الحكّام، والدعوة إلى الخروج عليهم، وهو أمر يتنافى مع الأمر بوجوب ملازمة جماعة المسلمين في كل حال وتحريم الخروج على الطاعة ومفارقة الجماعة، لأن ذلك باباً من أبواب الفتن نهى عنه الإسلام نهياً صريحاً، يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: «اسمعوا وأطيعوا، فإنما عليهم وما حُمِلُوا وعليكم ما حُمِلْتُمْ»⁽³⁾. وقال رسول الله

(1) علي بن مصلح السريحي، مرجع سابق، ص 233.

(2) عبد المنعم محمد بدر، تطوير الإعلام الأمني العربي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 148هـ - 1997م)، ص 119.

(3) صحيح مسلم، (بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1424هـ - 2004م)، ص 208.

صلى الله عليه وسلم: «تسمع وتطيع للأمر، وإن ضرب ظهرك، وأخذ مالك، فاسمع وأطع»⁽¹⁾.

ترابط الجبهة الداخلية واحدة من أهم الغايات العظمى للإعلام الأمني، وهو أمر حيوي ومهم جداً، لا سيما أن الإعلام الأمني الدولي الذي تقوده أجهزة المخابرات الغربية والموجه بعناية للدول العربية والإسلامية في إطار العمل على تفتيتها وتمزيقها يعمل على التلاعب بمتناقضات الواقع الداخلي لتلك الدول، قبل الانقراض عليها، وسيرد تفصيل ذلك لاحقاً في الباب العاشر والأخير من هذا الكتاب، ومن النماذج الواضحة حالة العراق وأفغانستان، ومحاولة تفتيت السودان عبر أزمة دارفور.

«المنطقة العربية الإسلامية بحكم موقعها الاستراتيجي ومواردها غير المحدودة هي الملعب الخصب للفوى العظمى، وأفضل معمل تجارب لاستعراض عضلاتها حتى تحين لحظة الفرز تلك والتي بموجبها تصعد قوى عظمى جديدة وتخلى قوى سابقة قواعدها، وهي مراحل مفصلية لكل دارس لقاعدة هبوط وصعود القوى العظمى، وهو مايجب الالتفات إليه من كل صانع قرار بهذه المنطقة الممتحنة عبر تاريخها»⁽²⁾.

صناعة الإعلام الأمني:

«يعتبر الإعلام صناعة من الصناعات المهمة والرئيسية في العالم المعاصر، ومع الثورة المعلوماتية المعاصرة فقد انتقلت مهمة الإعلام من كونه مجرد متابع وكاشف للحقائق لمؤسسات المجتمع الأخرى التنفيذية والتشريعية وغيرها فقد تعاظمت أهميته ليصبح في مكانة أعلى من مجرد المتابعة ليصبح أداة فاعلة في تحريك الجماهير وتشكيل الوعي السياسي والاقتصادي والديني، وقادر على تكوين رأي عام وتوجيهه في مختلف الاتجاهات»⁽³⁾.

وإن كان الإعلام -عموماً- بحسب تعريف المنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) هو: «الإدارة السياسيّة، والقوّة الاقتصاديّة، والمورد التربوي الكامل، والمُحرِّك الثقافي، والإدارة التكنولوجيّة»⁽⁴⁾. فإنّه يتحتم على الباحثين في مجال الإعلام عموماً والإعلام الأمني بصفة خاصة التأكيد على أنّه قد أصبح صناعة شأنه شأن الصناعات الأخرى يتطلّب نجاحه وجود رأس المال المادي

(1) المرجع السابق، ص209.

(2) الفاتح كامل، مؤامرة تقسيم السودان، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، 1432هـ - 2011م)، ص31.

(3) موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي على شبكة الإنترنت، <http://www.abahe.co.uk>، تاريخ دخول الموقع: 2015/2/3 م.

(4) حمدي محمد شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط3، (القاهرة: مطابع الشرطة للطباعة والنشر والتوزيع، 2008م)، ص15.

والبشري مع التخطيط المستمر .

«إنَّ الإعلام أصبح صناعة، وصناعة متطوّرة جداً، وتتعدّد مع فجر كل يوم جديد، تُنفق عليها مئات المليارات، وتُرصد لها الميزانيات الضخمة ورؤوس الأموال الكبيرة والطائلة جداً، لكونه يُسهمُ في تحقيق الكثير من استراتيجيات الدول على المستوى الداخلي وعلى مستويات مُتقدّمة تُخاطب من خلاله دولاً أخرى برسائل ومضامين مُخطّط لها بعناية لإحداث تأثيرات مطلوبة في شعوب تلك الدُول. وحتى تجد وسائل الإعلام مساحة في الأثير وفي أعين القُرّاء وأذان المُستمعين أو عبر الصحافة الإلكترونيّة لا بُدَّ أن تكون لديها استراتيجيات واضحة وتوفر لها الميزانيات اللازمة، وقادرة على استنباط الأشكال الجديدة، والملاحقة للقضايا وتحليلها بطريقة جيّدة، وفي ظل محدوديّة الموارد وشح الميزانيات وانعدام التأسيس للبنى التحتيّة للإعلام وعدم وجود الأجهزة المتطوّرة لن تتحقّق صناعة إعلام فعال وقادر على المنافسة في ظل سماوات مفتوحة وصراع محتدم حول الحصول على المعلومة وكيفيّة توصيلها للجمهور المستهدف»⁽¹⁾.

قد أصبح الإعلام مجالاً استثمارياً في المقام الأول بالإضافة لدوره الأساس في تحقيق الهيمنة والسيطرة من خلال استغلال وسائل الاتصال المختلفة وطرق الإقناع في التأثير المباشر على أفكار الشعوب وعواطفهم بل وأصبحت لبعض القنوات الإعلامية جرائد تابعة لها ومواقع إلكترونية ضخمة.

«تتطوّر صناعة الإعلام بشكل مستمر وتقدم عوائد تقدر بالمليارات ويتعاظم دورها بشكل مُستمر وأصبح الكثيرون يطالبون بأن يسود في المستقبل الإعلام الاستثماري القائم على سياسات العرض والطلب من خلال تقديم وبيع الخدمات والترفيه والمعرفة أيضاً باستخدام أشكال غير تقليدية جذباً للمزيد من الجمهور والعوائد أيضاً»⁽²⁾.

ويرتبط بذلك حال كونه استثمارياً ضرورة وجود منظومة قيمية مُحدّدة للتعامل معه وتنظيم موثيق معتمدة للعمل الإعلامي كما يرتبط بذلك غياب مفاهيم الشفافية وتوضيح الحقائق، فكل يقدم الحقيقة من وجهة نظره التي تتوافق مع أهدافه والتي لا تتسق بالضرورة مع مصالح الشعوب أو الدول وبخاصة مع تزايد الدور التفاعلي الهام الذي أصبح مُرتبطاً بالإعلام حيث أصبح المُتلقيّ عاملاً فاعلاً في المنظومة الإعلامية من خلال المشاركة الفكرية وعرض الرأي كذلك يقوم هو نفسه -المتلقيّ أحياناً- بدور المُحرّر أو الصحفي وينقل خبر أو صورة أو معلومة من موقع

(1) عثمان البشير الكباشي، وزير إعلام سابق، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: الأحد 2015/10/5م الساعة 5مساءً.
(2) موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي على شبكة الإنترنت، <http://www.abahe.co.uk>، تاريخ دخول الموقع: 2015/2/3م

الحدث ويقدمها للقنوات ووسائل الإعلام المختلفة وبذلك فقد انتهى عصر المُتلقي السلبي للمعلومة.

عليه يمكن القول أن الإعلام أصبح صناعة مكلفة جداً ومربحة جداً في نفس الوقت، سواء كان ربحاً مادياً أو معنوياً، ويتوقف ذلك على الأهداف المراد تحقيقها عبر الوسيط الإعلامي، وحتى تكون صناعة الإعلام الأمني ذات جدوى وفعالية وأكثر تأثيراً وتحقيقاً لاستراتيجيات الأمن القومي، فإنه يجب أن تُراعى عند المخططين الاستراتيجيين لصناعة الإعلام الأمني النقاط التالية:

1. وضع استراتيجيات للإعلام الأمني وتضمينها بالاستراتيجيات القومية للدول على المستوى الوطني ضمن محور الإعلام.

2. وضع استراتيجية شاملة للإعلام الأمني العربي وربطها بالاستراتيجية الإعلامية العربية من ناحية فنية عبر وزراء الإعلام العرب أو وزراء الداخلية العرب كما هو مُتَّبَع الآن، وتضمينها في خطط المستويات الأعلى للجامعة العربية.

3. مراجعة وربط مفهوم الإعلام الأمني بمستويات الأمن المختلفة، ومحاور الأمن الإنساني لتسهيل العمل التخصصي لفروع الإعلام الأمني الأخرى، كالصحي، والثقافي، والاقتصادي، ..إلخ.

4. زيادة التبادل الإعلامي العربي على مستوى البرامج، والتدريب، وبناء القدرات، في مجال الإعلام الأمني برعاية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

5. زيادة التنسيق الإعلامي الأمني على مستوى جامعة الدول العربية، بين المؤسسات الإعلامية العربية، والإدارات الإعلامية بالأجهزة الأمنية العربية، ويزداد هذا التنسيق على المستوى الوطني.

6. دعم المؤسسات الإعلامية المتخصصة في محاور الأمن الإنساني (صحي- اقتصادي- عسكري- اجتماعي- ثقافي- بيئي- سياسي)، حتى تزدهر وتنتشر وسائل الإعلام المتخصصة.

7. تأهيل الكوادر الإعلامية المتخصصة تأهيلاً على مستويات عالية.

8. تشجيع الدراسات والبحوث في مجال الإعلام الأمني والأمن القومي.

9. إتاحة الاستراتيجيات الإعلامية الوطنية والإقليمية وتمليتها للمؤسسات الإعلامية العامة والمتخصصة، الحكومية والخاصة وضرورة الالتزام برؤيتها وأهدافها.

10. تشجيع رؤوس الأموال الوطنية لإنشاء مؤسسات إعلامية متخصصة وتقديم التسهيلات الحكومية المطلوبة لها.

11. تضمين تخصص الإعلام الأمني والأمن القومي بكليات الإعلام بالجامعات

الحكومية والخاصة أجنبية أو أهلية.

12. إنشاء محطات فضائية وإذاعية موجهة للجمهور الدولي بلغات مختلفة.
13. إنشاء جسم مشرف على الإعلام الأمني على المستوى الوطني، يقوم بالتنسيق على المستوى العربي، يتبع لأعلى سلطات بالدول العربية، ويشرف على التخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقييم والتقويم.
14. المزيد من التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والأمنية، وتحسين العلاقة بين الإعلاميين والأجهزة الأمنية بما يخدم الأمن القومي.
15. تأسيس مراكز إعلامية للجيش والأمن والشرطة، تُعنى بتطوير الإذاعات المتخصصة (ساهران)، (صوت القوات المسلحة)، (بلادي)، وإنشاء قنوات فضائية تلفزيونية، ومواقع إعلام إلكتروني بأكثر من لغة.

خصوصية الموضوع الأمني:

الموضوع الأمني هو (المحتوى) أو الرسالة الإعلامية التي تُعالج الأحداث والظواهر والتطورات الأمنية بجوانبها المختلفة وفي مجالاتها كافة، وتعمل الوسائل الإعلامية على توصيلها للجمهور المُستهدف عبر الوسيط الإعلامي المعني لتحقيق الغاية المرجوة.

«المقصود بالموضوع هنا المادة أو القصة، أو المسألة، أو الأمر، أو الشأن، القائم والمتواجد في مجال معين، يأخذ الموضوع نسق حياته ووجوده من السياق العام الذي يوجد فيه، أي من المجال الذي يقع فيه. والخصائص المميزة لمجال معين هي العامل الحاسم والمحدد لخصائص الموضوع في المجال المعني»⁽¹⁾. يُعد الموضوع الأمني من الموضوعات الحيوية والمهمة والجاذبة لوجوده في السياق الأمني العام، ولا يخفى على أهمية الأمن للأفراد والمجتمعات، وتزداد أهميته بنوعية المصادر النوعية التي تتميز بمستويات عالية من الخبرة في مجال مسؤوليتها أو تخصصها.

يُعالج الموضوع الأمني غالباً الظواهر الأمنية في المجالات المختلفة، ورغم أنَّ العلوم الأمنية تقع ضمن الإطار العام للعلوم الاجتماعية، وبالتالي فإن الظاهرة الأمنية هي بدورها ظاهرة اجتماعية. وبالتالي يمكن القول إنَّ الموضوع الأمني يتميز بكونه»⁽²⁾:

1. واسعٌ وشامل، وذلك نتيجة نتيجة لتَّساع الإطار الأمني وفق المفهوم الحديث والشامل للأمن.

(1) مراد إبراهيم حسني، مرجع سابق، ص 28.

(2) محمد يوسف محمد الإبيشي، بناء الإتصال الشخصي والجماهيري في الإعلام الأمني، (القاهرة: مطابع الشرطة، 2012م)، ص 61-62.

2. موضوع حسّاس، تكمن حساسيّته في النتائج والآثار المترتبة على فعاليته ونشره.

3. موضوع دقيق، تفرض أهميّة الموضوع الأمني، ودرجة حساسيّة نشره، وخطورة الآثار المترتبة على معالجته ونشره ضرورة توجّي أقصى درجات الدقّة في معالجته في المراحل المختلفة.

4. موضوع عام، يرتبط مباشرةً بفردٍ مُعيّنٍ أو بأفرادٍ أو حتى بجماعةٍ ولا ينحصر في إطارٍ ضيقٍ.

5. موضوع تحريضي، يسعى الموضوع الأمني أساساً إلى تحريض المجتمع بشرائحه وأجهزته ومنظّماته المختلفة ضد الانحراف والمنحرفين.

6. موضوع معالجته ذات مزالق كثيرة، إن قوة الجذب والإثارة الذاتية للموضوع الأمني قد تقود الإعلاميين لتقديم مادة يقبل عليها الجمهور المستهدف.

7. موضوع متفق على الموقف منه، يتعذر وجود شخصٍ سوي يُدافع عن الانحراف.

8. موضوع جذاب، يمثل الموضوع الأمني حالة استثنائية تتمتع بقدر كبير من التفرد والغرابة والشذوذ، الأمر الذي يجعله موضوعاً مثيراً أو جذاباً.

9. موضوع جماهيري، ثمة موضوعات إعلامية ذات قدر من التخصص يجعلها موجهة أساساً إلى شرائح معينة من الجمهور الواسع، وثمة موضوعات مهمة تعنى وتهتم وتجذب مختلف الأفراد والشرائح والمستويات.

الإعلام الأمني والعولمة:

إنّ مفهوم الأمن قد تغيّر كثيراً وتطوّر في عصر العولمة بحيث لم يقتصر على أمن الفرد الشخصي وإنما تجاوزه للأمن الإنساني الذي أصبح شأناً دولياً ولا ينحصر داخل الحدود الجغرافيّة للدول.

«الإعلام والعولمة ظاهرتان متلازمتان بحيث لا يمكن أن نفصل أحدهما عن الآخر، كما أننا نجد أن العولمة أثرت كثيراً على كافة الأنشطة الإعلامية. إذن العولمة نشاط إعلامي، وما تحقق عينياً هو عولمة الرسالة الإعلامية بفضل سقوط الحواجز عبر تطوّر تاريخي تمتد جذوره إلى القرن التاسع عشر. وفي الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي كشفت الممارسات المختلفة عن دورين أساسيين قامت بهما وسائل الإعلام في المنظومة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالميّة. وهما الدور الاقتصادي والإعلامي، حيث أصبحت العولمة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية هائلة ومتنامية في ظل اقتصاد المعلومات الذي أصبح السمة الأساسيّة للاقتصاد العالمي»⁽¹⁾.

(1) مخلص جبير أحمد، الصحافة السودانية- الخطاب الصحفي الأمني في ظل العولمة، (الخرطوم: مكتب قاسم

هذا التطور يقتضي أن يصحبه تطوُّر لمفهوم الإعلام عموماً ووظائفه في المجتمع المحلي والعالمي، والإعلام الأمني على وجه الخصوص، وربطه بصورة وثيقة بمفهوم الأمن الإنساني. وبالتالي على القائمين على شأن الإعلام الأمني أن يستصحبوا معهم تحديات الأمن الإنساني ودور الإعلام الأمني في المساهمة في تحقيقها.

«يُستخدم مفهوم العولمة بصفة عامة على نطاق واسع لتوصيف ومحاولة تحليل التحولات المُتسارعة في العالم فيما أعقب انتهاء الحرب الباردة ورصد آثار تلك التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي عملية ذات أبعاد متعددة ومتداخلة، فهي ثورة اجتماعية وتكنولوجية، تمثل في أحد جوانبها انتصاراً للقيم الأمريكية، وهي عملية كلية مندمجة الأبعاد والآليات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية، ومن الصعب تناولها من زاوية واحدة»⁽¹⁾.

وبالتالي نجد أنَّ العولمة الإعلامية هي واحدة من فروع ومكونات العولمة بصورة عامَّة، بل هي أهم تلك الفروع على الإطلاق، لكون الإعلام - ولا سيما الإعلام الأمني الدولي - يمثل حجر الزاوية في ترسيخ ودعم الفروع الأخرى للعولمة.

«وهناك من يرى أن عولمة الإعلام ماهي إلا تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسماليَّة عابرة الجنسيات، التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي، ونجد أنَّ أسلوب الإعلام الغربي ومضمون الإعلام يدفع إلى التوسُّع العالمي لثقافة الاستهلاك عبر إدخال قيم أجنبيَّة تطمس أو تزيل الهويات القومية والوطنية، وهي - أي عولمة الإعلام - نفيًا للتعددية الثقافية وانتصاراً للقيم الاقتصادية الليبرالية النشأة على مبدأ المنافسة والربح والخسارة، وتحويل المضامين إلى سلع تخاطب جمهور الكوكب الأرضي بواسطة الشركات العملاقة»⁽²⁾.

«وهناك ثمة علاقة ربطت بين عولمة النشاط الإعلامي وتصدير الرأسمالية التجارية عبر تطورها التاريخي، وأن تلك العلاقة هي التي تحكم التطورات الراهنة والمستقبلية في صناعة الإعلام من دون أن ينفي ذلك تدخل عوامل أخرى، ويدعم هذا الافتراض المتزامن بين ظهور النشاط الإعلامي خارج الأسواق الوطنية الرأسمالية وتصدير الرأسمالية الصناعية والتمدد التجاري في الأسواق الخارجيّة»⁽³⁾.

لخدمات المكتبات، (2013م)، ص58.

(1) سمير أمين، تحديات العولمة، مجلة شؤون الأوسط، العدد 71، إبريل 1999م، ص51.

(2) محمد شومان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة عالم الفكر، جامعة القاهرة، كلية

الإعلام، 1990م.

(3) مخلص جببير أحمد، الصحافة السودانية: الخطاب الصحفي الأمني في ظل العولمة، (الخرطوم: مركز قاسم

لخدمات المكتبات، (2013م)، ص58.

هذا التمدد الخارجي للإعلام والرساميل التجارية والصناعية، يرتبط بشكل مباشر بالإعلام الأمني الدولي، وكيفية وصوله لجماهير خارج حدود الدول الغربية، وقيامه بأدوار تعزز أهداف المُرسِل سواء كانت أهداف ثقافية أو اقتصادية أو سياسية أو أمنية عسكرية.

«العولمة تسعى إلى فرض النمط الحضاري الواحد، النمط الحضاري الغربي، وعلى الثقافات الأخرى أن تدرك بأن تحقيق الذات وتأكيد الشخصية الحضارية لا يتأتى إلا من خلال العقل الإبداعي الذي يجعل لهم مساهمة فعالة في العالم المعاصر وتحولاته»⁽¹⁾.

إن العلاقة بين الإعلام الأمني في مستواه الدولي أو الوطني يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعولمة وتداعياتها على كافة جوانب الحياة، ويعمل جاهداً للحد من آثارها السالبة في ظل التدافع الثقافي والصراع الحضاري الذي يمتزج العالم ويقوده الإعلام الأمني الدولي، وذلك بتحسين الهوية الوطنية من الغزو الفكري والثقافي.

«هنالك ثمة علاقة وثيقة ربطت بين عولمة النشاط الإعلامي وتصدير الرأسمالية التجارية عبر تطورها التاريخي، وأن تلك العلاقة هي التي تحكم التطورات الراهنة والمستقبلية في صناعة الإعلام من دون أن ينفي ذلك تدخل عوامل أخرى، ويدعم هذا الافتراض المتزامن بين ظهور النشاط الإعلامي خارج الأسواق الوطنية الرأسمالية وتصدير الرأسمالية الصناعية والتمدد التجاري في الأسواق الخارجية»⁽²⁾.

يجب التأكيد على أن العلاقة بين الإعلام الأمني والعولمة يكتنفها الغموض التام وعدم الوضوح في الأهداف والوسائل، فالقائمون على العولمة في كافة جوانبها يرغبون في استغلال وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الظاهرة والخفية والتي لن تتحقق بالقدر الكافي بغير توظيف الإعلام توظيفاً تاماً، وأهل الإعلام الإعلامي يطمحون في حماية شعوبهم من الأفكار المنحرفة والثقافات الوافدة والتنميط الذي تعمد العولمة لفرضه على الآخرين ولا سيما شعوب العالم الإسلامي وعلى النمط الغربي، ولذلك سعت كل الدول الغربية لتأسيس عشرات الأجهزة الإعلامية لخدمة هذه الأهداف.

«فالعولمة الإعلامية بهذا المعنى تشير إلى وحدة المضمون الإعلامي مما يحقق تنوعاً وتعدداً، وجماهيرية أكثر لدى المُتلقيين، وأنها تعمل على تآكل الحدود التقليدية للدول، وتقلل أهمية الهوية والانتماء إلى وطن بعينه»⁽³⁾.
تظل وظيفة الإعلام الأمني هي (حماية) المواطن والمجتمع من (الخوف)

(1) برهان غليون- ترجمة سمير أمين، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، ط2(دمشق: دار الفكر، د.ت)، ص47.

(2) مخلص جبير أحمد، مرجع سابق، ص58.

(3) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م)، ص125.

والمُهددات المختلفة، أياً كان نوع هذه المخاوف ومصادرها سواء كانت مخاوف مادية أو معنوية، وإشاعة (الأمن) وبث الطمأنينة، وبالتالي فإن هذه الوظيفة تجعل من الإعلام الأمني حارساً وداعماً للأمن بمحاورة المختلفة سواء كان أمناً اقتصادياً أو فكرياً أو اقتصادياً.. إلخ، وبما أن العولمة في أنماطها المختلفة تمثل تهديداً مباشراً لهذا الأمن (اجتماعي- صحي- فكري- اقتصادي- بيئي- عسكري- وسياسي)، فإن أوجب واجبات الإعلام الأمني التصدي لها وتقليل أثارها السالبة على الأفراد والمجتمع.

الإسلام دين العولمة:

العولمة ظاهرة أثارت الكثير من الجدل والمناقشات الفكرية والتجاذبات السياسية ونحوها، وتشكلت سماتها في ثقافة معينة هي الثقافة الغربية، وأدى ذلك إلى ظهور قضيتين هما⁽¹⁾:

القضية الأولى:

تتمثل في الملامح الجديدة لعلاقات المركز بالأطراف، وقد اكتسبت هذه العلاقة بُعداً جديداً يختلف اختلافاً جوهرياً عن علاقة المراكز الحضارية القديمة بأطرافها، فهناك مناطق جغرافية شاسعة وبخاصة في إفريقيا تدرجت من العالم الثالث إلى الرابع وأصبحت مصدراً للمواد الخام وسوقاً للإنتاج الرأسمالي.

القضية الثانية:

تتمثل في البُعد الثقافي للعولمة، عندما أدرك الخطاب السياسي الرسمي أنه لا عاصم اليوم من أمر العولمة في المجالات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية، إلتجأ إلى الثقافة متخذاً الخصوصية الثقافية حصان طروادة، وهو يحمل في طياته كثيراً من التناقضات والانفلاتات والأزمات.

«إن عولمة الحضارة الإسلامية ظهرت انطلاقاً من عالمية الرسالة الإسلامية وقومية الرسالات السابقة على الإسلام، فقد قرر القرآن الكريم أول نزوله بمكة عالمية الرسالة الإسلامية، فالقرآن الكريم جاء ذكراً للعالمين، ومحمد صلى الله عليه وسلم جاء مبعوثاً إلى الناس كافة، وبهذا فإن البعض يؤكد على أن الحضارة الإسلامية كانت عولمة بلا جدال»⁽²⁾.

جاء الإسلام منذ أربعة عشر قرناً برسالة عالمية شاملة لكل الناس، وجعل الإنسان خليفة في الأرض ﴿إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً﴾⁽³⁾، وسخر له ما في السماوات والأرض ليستغلها في طاعة الله، وينعم بخيراتها بلا ضرر ولا ضرار،

(1) مخلص جبير أحمد، الصحافة السودانية- الخطاب الصحفي الأمني في ظل العولمة، (الخرطوم: مركز قاسم لخدمات المكتبات، 2013م)، ص 22.

(2) المرجع السابق، ص 25.

(3) المرجع السابق، ص 23.

ولأن الإنسان المسلم يعمل وفق هدي شريعة الإسلام، جاعلاً كل سكناته وحركاته ومحياه ومماته لله رب العالمين، فقد جاء الإسلام بالعولمة بأبعادها الإنسانية في التكافل والتراحم والإيثار، ولا فضل لعربي فيه على عجمي إلا بالتقوى، وجعل الناس سواسية، لهم مالهم وعليهم ما عليهم، وكرّم الإنسان لكونه إنساناً دون أن يربط هذا التكريم بلون أو جنس أو دين، وجاء بالعولمة السياسية حيث كان رسول الله صلى الله عليه وسلم -وما زال وسيظل- هو القائد الأول عبر التاريخ بشهادة كل المُنصفين الذين كتبوا عنه من المسلمين وغيرهم من أهل الملل والنحل الأخرى ولا غرو فهو رحمة للعالمين فجعل منهجه السياسي يقوم على الوسطية والاعتدال والعدل والإحسان، وجاء الإسلام بالعولمة الثقافية والفكرية بلسان عربي مبين مع تقديره التام للغات الآخرين وحثّ أصحابه لتعلّم لغات الآخرين للتواصل الحضاري والثقافي معهم لمتطلبات الخطاب الدعوي الذي تقتضيه عالميّة الإسلام، وفي مجالات الطب والمعمّار كان السبق والتميز لعلماء الإسلام، وجاء بالعولمة البيئية فحثّ على حمايتها (لو قامت الساعة وفي يد أحدكم فسيلة فليغرسها)، وفي حقوق الإنسان جعل حفظ النفس من مقاصد الشريعة الإسلامية فحرّم إزهاقها، «عن أبي هريرة رضي الله عنه، قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: من قتل نفسه بحديدة فحديدته في يده يتوجأ بها في بطنه في نار جهنم خالداً مخلداً فيها أبداً، ومن شرب سماً، فقتل نفسه، فهو يتحسّاه في نار جهنم خالداً مخلداً فيها، ومن تردى من جبل، فقتل نفسه، فهو يتردى في نار جهنم خالداً مخلداً فيها»⁽¹⁾، وغيرها، وفتح آفاقاً واسعة لكل مناحي الحياة، وربطها بالسماء وبالله رب العالمين، فساد الدنيا وملك الأرض بعد أن ملأها رحمة وعدلاً وأماناً.

«الدين الإسلامي عقيدة وشريعة، فهو عقيدة تضع التصوّر، وتجب على التساؤلات النهائية المتعلقة بالإله والإنسان والكون، والتفاعلات الناشئة عن العلاقة بين الإله والإنسان والكون. وهو كذلك شريعة تتبع للعقيدة، وتنبثق من تصوّراتها لتسيغ على الحياة والواقع، فلسفتها الهادية إلى تحقيق مصالح العباد في المعاش والمعاد»⁽²⁾.

هذا إن كان المقصود بـ(العولمة) الانتشار الثقافي والفكري والتواصل الحضاري والسمو الأخلاقي والإنساني مع الآخر بلا إكراه، وبعيداً عن الاستعلاء الفكري والعنصرية والهيمنة الثقافية التي ينتهجها الغرب الآن، في تعامله مع العرب على وجه الخصوص والمسلمين بشكل عام وفرض أنماط حياته الثقافية والاجتماعية،

(1) صحيح مسلم، (بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1424هـ-2004م)، ص 4.
(2) عبد الله محمد الأمين النعيم- وجمال الدين الشريف، مقاصد الشريعة، ط4(الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2006م)، ص162.

من خلال وسائل إعلامه التي تركز على تحقيق أهداف سياسته الخارجية عبر الإعلام الأمني الدولي. الذي يمارس العولمة على أنها⁽¹⁾: «فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات بواسطة استثمار مكتسبات العلوم والثقافة في ميدان الاتصال».

من منظور الإعلام الأمني يجب تفسير العولمة وفق منهجنا الإسلامي القويم بأنها تواصل وتعارف بين الشعوب لخير الإنسانية، للتبشير بالحب والسلام ونبذ العدوان وعصبيّة الحضارات إذ أن الناس جميعاً يرجعون لآدم وآدم خلق من تراب. إذاً يمكن تفسير ظاهرة العولمة على أنها مرحلة حضارية في مراحل التطوّر الإنساني، حدثت نتيجة التفاعلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات البشرية على مر التاريخ الإنساني⁽²⁾.

فالعولمة في الإسلام تكمن في عالميته وهي عولمة متصلة بالرحمة (وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين) الدعوة لسبيل الله بالحكمة والموعظة الحسنة، ومُجَادلة الآخر بالتي هي أحسن (وإذا الذي بينك وبينه عداوة كأنه ولي حميم)، تقوم على التعارف والتعاون على البرّ والتقوى، ونبذ الإثم والعدوان، وتتجلى في أبهى صورها الإنسانية المشرقة حين تقرر أن الناس أحرار (متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحراراً)، حرية مطلقة ما لم يضار منها آخر تبدأ من السوك الشخصي والتنقل والإقامة والحركة وتنتهي بحرية العقيدة (لكم دينكم ولي دين)، وهي عندهم وجه آخر للاستعمار أكثر قُبْحاً وبؤساً، سببه اختلال ميزان القوى، وصراع المصالح، والسَّعي الدائم لتنميط العالم و(أمرَكته) ثقافياً وسياسياً واجتماعياً، وتغيير للسلوك بفرض أنماط جديدة، عبر الإنتاج الموجه بالإعلام الأمني الدولي وغسل الأدمغة بفرض الاتصال من مسار واحد، دون مراعاة لأخلاق وقيم وعادات وأعراف الآخرين.

إن السياسة الأمريكية المبنية على الأحاديّة والغطرسة تحاول تنفيذ هذه السياسة بالوسائل التي تمتلكها .. لتحقيق أهدافها الاستراتيجية في الانفراد بحكم العالم⁽³⁾. هي إذاً إمبراطوريات تدير وتُنظّم شأن العالم لصالح القوى المتفوقة مادياً والمنتصرة بأنماط وبصور جديدة، هذه الأنماط والصور عرفها العالم من خلال وسائل الإعلام وثورة المعلوماتية وصارت القنوات وشركات الإعلام متعددة الجنسيات والشبكات المعلوماتية أدوات وجيوش هذه الإمبراطورية الجديدة التي تسعى إلى الهيمنة على العالم من خلال تشكيل الرأي العام والتأثير عليه وصياغة أفكاره

(1) بركات محمد مراد، العولمة رؤية نقدية، (ب ت)، ص 22.

(2) عيسى إبراهيم الخضر محمد، الإسلام دين العولمة، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2010م)، ص 103.

(3) عيسى إبراهيم الخضر محمد، الإسلام دين العولمة، مرجع سابق، ص 110.

ومعتقداته السياسية والاجتماعية والثقافية والفكرية، وكافة أوجه الحياة». «إن الإسلام كان وسيظل هو دين العولمة والذي سوف يسود العالم - كما كان - لخصائصه الذاتية والعوامل الأخرى التي أودعها الله فيه، وهياً لها ليكون الرسالة الخاتمة الملائمة لكل بني البشر والجن في كل زمان ومكان وإلى قيام الساعة. وهذا يتطلب وجود إعلام إسلامي فاعل وذكي يستطيع أن يقدم إجابات إسلامية علمية نهضوية تُرغّب الآخرين، وتوفر مساحة لمدافعة حضارية وثقافية تُؤمّن المسلمين من مسارب الاستلاب الثقافي والفكري»⁽¹⁾.

الإعلام الأمني وتحديات الأمن الإنساني: مفهوم الأمن الإنساني:

إن أمن الإنسان لا يعني الحفاظ على حياته فقط، وإنما أيضاً الحياة بكرامة وحرية ومساواة وتكافؤ في الفرص وتنمية قدرات البشر، ويعني حماية الحريات الأساسية وحماية الناس من التهديدات والأوضاع القاسية، وتحرر الإنسان من التهديدات الشديدة والمنتشرة والممتدة زمنياً وواسعة النطاق التي تتعرض لها حياته وكرامته.

من الجدير بالذكر أن مفهوم الأمن الإنساني مفهوماً ديناميكياً وليس جامداً، يختلف باختلاف المجتمعات. وفي أدبيات العلاقات الدولية التي تعرف مفهوم «الأمن الإنساني»، نجد اتفاقاً حول تعريف المفهوم من خلال عنصرين أساسيين، وهما⁽²⁾:

1. الحماية: يتعلق بتعرض الأفراد والمجتمعات لأخطار تهددهم تهديداً بالغاً، ولحماية الإنسان من هذه المخاطر يجب الاعتراف بالحقوق الأساسية للإنسان، وتحديد المهددات التي تهدد أمن الإنسان تهديداً خطيراً سواءً كانت هذه التهديدات تقليدية أو غير تقليدية، ثم بعد ذلك بذل مجهود حقيقي من خلال المؤسسات الوطنية حكومية وغير حكومية لحماية هذا الأمن.

2. التمكين: إن دعم تمكين الأفراد يحدث بتوفير التعليم المناسب، ووجود مناخ عام من الديمقراطية واحترام الحريات العامة مثل حرية الصحافة، وحرية الحصول على المعلومات، وحرية التنظيم، وحق المشاركة السياسية، والانتخابات الحرة، حيث إنه من المؤكد أن الناس الممكنون يستطيعون أن يطالبوا باحترام كرامتهم إذا ما تم انتهاكها، والدفاع عن أمنهم إذا ما تم تهديده.

السياق التاريخي لمفهوم الأمن الإنساني:

(1) أنظر: بناء الذات في حقبة العولمة، إصدارات مشروع النهضة، (الخرطوم: الخيول للطباعة، بدون تاريخ)، ص17.

(2) محمد أحمد علي عبد الله، الأمن الإنساني والعولمة، ورقة غير منشورة.

مفهوم الأمن الإنساني Human Security هو أحد أهم المفاهيم الأمنية التي ظهرت بعد نهاية الحرب الباردة وبرزت للسطح مرتبطة بتغيّرات دولية جعلت من الفرد نواة أساسية ورئيسة في التحليل، مقروناً ذلك بأمن الدول الذي يرى المنظور الجديد للأمن أنه ويرغم أهميته لم يعد قادراً على تحقيق أمن الفرد، بل نجد أن بعض الدول تعمل ضد أمن مواطنيها.

«ارتبط بنهاية الحرب الباردة بروز مجموعة جديدة من المفاهيم الأمنية في محاولة لتوسيع وتعميق المفهوم التقليدي للأمن والقائم على الأمن العسكري. ومن بينها مفاهيم الأمن البيئي والأمن الاقتصادي، والأمن التعاوني، والأمن المجتمعي، والأمن الإنساني. ورغم أن بدايات تلك المفاهيم برزت حتى من قبل نهاية الحرب الباردة، إلا أن طبيعة البيئة الأمنيّة في ذلك الوقت حالت دون المناقشة الأكاديمية المتعمقة لتلك المفاهيم، بحيث كان التركيز على المفاهيم العسكرية للأمن»⁽¹⁾.

العوامل التي ساهمت في أنسنة الأمن:

صاحب نهاية الحرب الباردة ظهور العديد من العوامل التي ساهمت في تغيير مفهوم الأمن من أمن الدولة إلى أمن الإنسان، وتظهر أهم هذه العوامل فيما يلي⁽²⁾:

1. تحول مصادر الخطر المتعلقة بالعدوان الخارجي أو التهديد للسلامة الإقليمية للدول إلى عنف داخلي متجسد في الصراعات الداخلية، والتي كانت في معظمها تدور حول المطالبة بالمزيد من الحقوق السياسية وغيرها من الأهداف السياسية العامة التي كانت مقموعة أثناء الحرب الباردة، كما كانت هذه الصراعات أيضاً من أجل الحصول وتوجيه ونهب الموارد الطبيعية، وما زاد من تعقيدها انتشار الأسلحة المدمرة الأمر الذي كان له تأثير مباشر على حياة الناس.

2. توسيع المخاطر الأمنية بدرجة كبيرة وبدون حدود لتشمل مجموعة من الحقوق الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، البيئية والصحية، ولايهم في هذه المخاطر إن كانت صادرة من داخل أو خارج حدود الدولة، أو كانت نتاج أعمال متعمدة أو غير متعمدة، ولكن ما يظهر أكثر أهمية فيها هو أثرها الضار على جوانب حياة الإنسان سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

3. ظهور العولمة وما أضافته من تعقيدات على إدارة الأمن من جانب الدولة، خاصة وأن حركيات العولمة كانت مصاحبة لظهور المخاطر الأمنية الجديدة الأكثر ارتباطاً بالإنسان، الأمر الذي جعلها تلعب دور الوسيط أو الأداة المسهلة في نشر هذه المخاطر وزيادة تعقيدها وتشابكها. وهذا ما زاد من تأثير هذه المخاطر التي أصبحت

1 (خديجة عرفة محمد أمين، الأمن الإنساني- المفهوم والتطبيق في الواقع العربي والدولي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1430هـ-2009م)، ص3.

2 (مريم حسام، الأمن الإنساني وجودة الحق في الحياة، (القاهرة: مكتبة الوفاء القانونية، 2017م) ، ص42.

تشكل القاعدة وليس الاستثناء وبالتالي أصبح أمن الدولة غير كاف لتوفير الحماية للأفراد، وهذا ما أدى إلى طرح نموذج جديد للأمن يتلاءم مع طبيعة هذه التحديات. 4. زيادة التحديات الأمنية المرتبطة بالفرد، والتي أدت إلى زيادة الاهتمام أكثر بحماية الأفراد وبتعزيز حقوقهم وهذا ما أتاح الاهتمام المتزايد بالأمن الإنساني.

أبعاد الأمن الإنساني:

تفسير مصطلح (الإعلام الأمني) وماهيته تعني عند البعض الإعلام الذي يتصل بالمؤسسات الأمنية، فيما نرى أنه يعني الإعلام الذي يتصل بمفهوم (الأمن) مطلقاً، وهو (الأمن الإنساني) الذي حلّ بديلاً لمفهوم الأمن القومي، وهنا تكمن ضرورة الإعلام الأمني وأهميته وقدرته على ملء الفراغات الكبيرة في جدر الإعلام العام بالدول العربية وبالمنطقة الإفريقية سواء على مستوى الأفراد أو الدول أو الإقليم، وذلك من خلال وجود مساحات متعددة، وإن كان ظاهرها - من حيث التخصص - أقرب لفروع إعلام أخرى (مثل الإعلام العسكري - الاقتصادي - الصحي. إلخ)، إلا أنها وفي حقيقتها ووفق مفهوم (الأمن الإنساني) هي من صميم عمل الإعلام الأمني.

بعد نهاية الحرب الباردة عمّت نظرية شمولية للأمن احتوت على الأبعاد العسكرية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية. ويرجع الفضل إلى دراسة (بوزان) التي وسّعت مجال البحث في الدراسات الأمنية إلى أبعاد جديدة اقتصادية، بيئية، وسكانية، إذ ميّز بين خمسة أبعاد أساسية للأمن. تمثّل في الآتي⁽¹⁾:

الأمن العسكري: ويخص القدرات العسكرية.

الأمن السياسي: ويعني الاستقرار التنظيمي للدول، نظم الحكومات والايديولوجيات التي تستمد منها شرعيتها.

الأمن الاقتصادي: ويخص النفاذ أو الوصول إلى الموارد المالية والأسواق الضرورية للحفاظ بشكل دائم على مستويات مقبولة من الرفاه وقوة الدولة.

الأمن الاجتماعي: ويخص قدرة المجتمعات على إعادة إنتاج أنماط خصوصياتها في اللغة، والثقافة، والهوية الوطنية والدينية والعادات والتقاليد، في إطار شروط مقبولة لتطورها وكذا التهديدات التي تؤثر في أنماط هوية المجتمعات وثقافتها.

الأمن البيئي: ويتعلّق بالمحافظة على المحيط الحيوي (الكائنات الحية ومحيطها) المحلي والكوني كعامل أساسي تتوقف عليه كل الأنشطة الإنسانية.

في تقرير صدر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي عام 1999 بعنوان «عولمة ذات وجه إنساني Globalization with a Human Face» أكد التقرير على أنه على الرغم مما تقدمه العولمة من فرص هائلة للتقدم البشري في كافة المجالات نظراً لسرعة انتقال المعرفة وانتقال التكنولوجيا الحديثة وحرية انتقال السلع والخدمات، فإنها

(1) جاسم بن علي الحموي، المنظور الاستراتيجي للأمن الإنساني، ورقة غير منشورة.

في المقابل تفرض مخاطر هائلة على الأمن البشري في القرن الحادي والعشرين، وهذه المخاطر ستصيب الأفراد في الدول الغنية والفقيرة على حد سواء. وقد حدد التقرير سبع تحديات أساسية تهدد الأمن الإنساني في عصر العولمة تتمثل في الآتي⁽¹⁾:

أ. عدم الاستقرار المالي:

والمثال البارز على ذلك الأزمة المالية في جنوب شرقي آسيا منتصف عام 1997. إذ أكد التقرير على أنه في عصر العولمة والتدفق السريع للسلع والخدمات ورأس المال فإن أزمات مالية مماثلة يتوقع لها أن تحدث.

ب. غياب الأمان الوظيفي وعدم استقرار الدخل:

إذ دفعت سياسة المنافسة العالمية بالحكومات والموظفين إلى اتباع سياسات وظيفية أكثر مرونة تتسم بغياب أي عقود أو ضمانات وظيفية؛ وهو ما يترتب عليه غياب الاستقرار الوظيفي.

أ. غياب الأمان الصحي:

فسهولة الانتقال وحرية الحركة ارتبطت بسهولة انتقال وانتشار الأمراض كالإيدز فيشير التقرير إلى أنه في عام 1998 بلغ عدد المصابين بالإيدز في مختلف أنحاء العالم حوالي 33 مليون فرد، منهم 6 ملايين فرد انتقلت إليهم العدوى في عام 1998 وحده.

د. غياب الأمان الثقافي:

إذ تقوم عملية العولمة على امتزاج الثقافات وانتقال الأفكار والمعرفة عبر وسائل الإعلام والأقمار الصناعية. وقد أكد التقرير على أن انتقال المعرفة وامتزاج الثقافات يتم بطريقة غير متكافئة، تقوم على انتقال المعرفة والأفكار من الدول الغنية إلى الدول الفقيرة، وفي أحيان كثيرة تفرض الأفكار والثقافات الوافدة تهديدًا للقيم الثقافية المحلية.

هـ. غياب الأمان الشخصي:

ويتمثل في انتشار الجريمة المنظمة والتي أصبحت تستخدم أحدث التكنولوجيا الحديثة.

و. غياب الأمان البيئي:

وينبع هذا الخطر من الاختراعات الحديثة والتي لها تأثيرات جانبية بالغة الخطورة على البيئة.

(1) خديجة عرفة، مقال بعنوان: (تحولات مفهوم الأمن.. الإنسان أولاً)، منشور على الإنترنت <https://www.google.com/search>

ز. غياب الأمان السياسي والمجتمعي:

حيث أضفت العولمة طابعاً جديداً على النزاعات تمثلت في سهولة انتقال الأسلحة عبر الحدود، وهو ما أضفى عليها تعقيداً وخطورة شديدين، كما انتعش دور شركات الأسلحة والتي أصبحت في بعض الأحيان تقوم بتقديم تدريب للحكومات ذاتها، وهو ما يمثل تهديداً خطيراً للأمن الإنساني.

«المفهوم الموسع للأمن الإنساني الذي أطلقه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في عام 1994م يضع التهديدات الأمنية للإنسان تحت سبعة مجموعات رئيسية هي:

- الأمن الاقتصادي.
- الأمن الغذائي.
- الأمن الصحي.
- الأمن البيئي.
- الأمن الشخصي.
- أمن المجتمع.
- الأمن السياسي⁽¹⁾.

الأمن الإنساني والتنمية المستدامة:

الإنسان هو رأس الرمح في التنمية الشاملة، وبغير المورد البشري يصعب إن لم يستحيل تحقيق التنمية المنشودة لبلد ما، فالإنسان هو الذي يقود التخطيط الاستراتيجي لمحاور التنمية المختلفة على مستوى الأفراد والمؤسسات والدوة على السواء، وهو الذي يُعتمد عليه في تنفيذ ما هو مخطط وفق التخصصات والمحاور المعنية والمحددة في الاستراتيجية الشاملة، وهذا يعتمد على توافر الكم والكيف للمورد البشري الوطني الذي يعمل في إطار منظومة القيم الوطنية التي تحددتها الرؤية والرسالة لبلوغ الغايات الوطنية.

وبما أن الإنسان هو المحور الرئيس في التنمية فيجب أن يكون قادراً على تحمّل تلك الأمانة وتأدية ذلك الواجب المقدّس تجاه بلده، ولن يتم ذلك إن كان هذا الإنسان غير آمن في نفسه أو في ماله أو أهله، وبما أن غاية مايسعى إليه الإعلام الأمني على المستوى الفردي والقومي هو إشاعة الأمن وحمايته وتعزيزه على كافة المستويات فإنه بذلك يمثل الداعم الحقيقي للتنمية التي تبدأ من الفرد ثم الأسرة ثم المجتمع والدولة، ووفق المفهوم الحديث للأمن القومي (الأمن الإنساني) فإن الإنسان وأمنه هما ركيزة الأمن القومي للدولة وللإقليم من حولها حتى مستوى الأمن الدولي.

إن حماية الأمن الإنساني ووجود حياة آمنة مستقرة يقضي أن تعمل الدول ومنظمات المجتمع المدني على إيجاد بيئة ملائمة تراعي الحاضر وتحقيق احتياجات

(1) عدنان ياسين مصطفى، الأمن الإنساني والتنمية، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م)، ص19.

الأفراد حالياً مع النظرة المستقبلية بعدم التأثير على قدرة الأجيال القادمة في بلوغ غاياتها واحتياجاتها الخاصة، ويرتبط ذلك ارتباطاً وثيقاً باستراتيجيات التنمية المستدامة التي تهدف إلى تحقيق الأمن الإنساني من خلال حماية البيئة وتوفير القدر الأكبر من الإنسجام والتعايش بين الإنسان والبيئة بما يحد من الكوارث البيئية وغيرها. وتحقيق التنمية المستدامة يتطلب ما يلي⁽¹⁾:

1. ضرورة إيجاد نظام سياسي يُسهم في تحقيق المشاركة الفعالة للمواطنين في عملية صنع القرار.

2. إيجاد نظام اقتصادي قادر على توفير المعرفة التقنية.

3. العمل على إيجاد نظام اجتماعي يوفر حلولاً للمشكلات والتوترات التي تنبع من البيئة غير المتوازنة.

4. إيجاد نظام إنتاجي يلتزم بالحفاظ على البيئة في عملية التنمية.

5. العمل على نظام دولي يحقق أشكال مستدامة من التجارة.

6. ضرورة إيجاد نظام إدارة مرن لديه القدرة على تصحيح الأخطاء ذاتياً.

بنظرة فاحصة نجد أن متطلبات التنمية المستدامة بوجودها يتحقق الأمن الإنساني وتقل الصراعات والكوارث، ترتبط بأمن الأفراد على كافة المستويات ابتداءً من المجتمع الصغير وحتى المجتمع الدولي، وهذا يبين شمولية الأمن الإنساني وضرورة أن يعمل الجميع وفي كافة المستويات على تحقيقه، وبصفة رئيسة منظمات المجتمع المدني لما لها من قدرة فائقة على نشر الوعي البيئي والتنموي من جهة والعمل على تعزيزه من جهة ثانية عبر (الإعلام البيئي)، الذي يعد أحد فروع الإعلام الأمني ويتصل بشكل مباشر بوظيفة وأهداف الإعلام الأمني في المجتمعات والمتمثلة في حماية وتعزيز محور (الأمن البيئي) وهو أحد أهم مكونات الأمن الإنساني الشامل.

«توسيع خيارات وقدرات الناس سيؤدي إلى جعل التنمية البشرية عامل تعزيز رئيس للأمن الإنساني، كما أن الحد من الفاقة والفقر لاتزال في صميم أهداف الأمن الإنساني، ذلك أن الفقراء هم الفئات الأكثر ضعفاً من حيث انعدام الأمن الوظيفي، وانعدام الأمن الغذائي والصحي، فضلاً عن انعدام الأمن الشخصي والأخطار البيئية»⁽²⁾.

الإعلام الأمني استراتيجيات الأمن الإنساني:

الحديث عن تحقيق أهداف وغايات الأمن الإنساني، يرتبط بعنصري التحرر من الخوف والحاجة. والتحرر من الخوف هو واحدة من أهداف الإعلام الأمني، وعليه فإن الإعلام الأمني هو الوسيلة الأنجع لتحقيق أهداف وغايات الأمن الإنساني.

«ولتحقيق هذين العنصرين يعتمد الأمن الإنساني على استراتيجيتين أساسيتين، هما

(1) المرجع السابق، ص25.

(2) عدنان ياسين مصطفى، مرجع سابق، ص22.

الحماية والتمكين، اللتان تدعمان بصورة مشتركة في تحقيق هدف الأمن الإنساني إذ لا يمكن التعامل مع أي منهما في معزل عن الآخر، يمكن تفصيلهما وتبيين أهميتهما من خلال مايلي(1):

أولاً: استراتيجية الحماية.

الأمن الإنساني هو أمن وقائي، ويعترف بأن الناس والمجتمعات مهددة بالعديد من التهديدات القاتلة، ولهذا فهو يقوم على فكرة التنبؤ بالأخطار الأمنية القادمة واتخاذ جملة من الإجراءات والتدابير الكفيلة بتجنب تلك الأخطار والكوارث الأمنية. وعليه فهو يحث على وجود مؤسسات توفر الحماية وتحقق الاستجابة والوقاية. ويكون الإعلام الأمني بمثابة قرنا استشعار في الجانب الوقائي.

وتتحقق استراتيجية الحماية في الأمن الإنساني من خلال ثلاثة مستويات(2):

أ. **الحماية الذاتية:** وهي الحماية التي يقوم بها الأفراد في المجموعات المختلفة بحماية أنفسهم في حال وجود تهديد لأمنهم، سواء كانت تلك المجموعات الأسرة أو القبيلة أو المجموعات الأتنية المختلفة وغيرها.

ب. **الحماية الأفقية:** وهي الحماية التي تقدمها المنظمات الإنسانية بصورة أوسع للمجموعات كمساهمة في تحقيق التحرر من الحاجة، مثل المساعدات الغذائية والمادية والاتصال بالناس في حالات الحرب والنزاعات وتوفير الأدوية. وتساهم هذه المنظمات في حماية الناس من خلال وضع الاستراتيجيات وتحديد التهديد قبل وقوعه، ومن ثم تسعى لعدم وقوعه أو التخفيف من آثاره.

ج. **الحماية العمودية:** وهي تعتبر من أهم مستويات الحماية في الأمن الإنساني وتظهر الدولة فاعل أول مسؤول من تحقيق الحماية لمواطنيها.

ثانياً: استراتيجية التمكين.

يظهر التمكين على أنه توسيع قدرات مختلف الفاعلون في المجتمع، سواء كانوا أفراداً أو جماعات. ويتطلب هذا توسيع حرية الاختيار.

وهنا يأتي دور الإعلام الأمني بحض منظمات المجتمع المدني واستنهاض همم الأخيار وضرورة العمل وفق استراتيجيات محددة للحد من المخاطر وإدارة الكوارث.

العلاقة بين الأمن الإنساني والأمن القومي:

يرى بعض الباحثين أن العلاقة تكاملية بين المفهومين، فيما يرى البعض الآخر اختلافاً بئناً وجوهرياً بينهما، وفيما يلي إبراز أوجه تلك العلاقة(3):

1. وحدة التحليل:

1 (مريم حسام، مرجع سابق، ص53.

2 (المرجع السابق، ص54.

3 خديجة عرفة محمد أمين، الأمن الإنساني- المفهوم والتطبيق في الواقع العربي والدولي، مرجع سابق، ص123

يركز مفهوم الأمن القومي على (الدولة) كوحدة التحليل الأساسية، في حين أن مفهوم الأمن الإنساني يتخذ (الفرد) وحدته الأساسية في التحليل، انطلاقاً من أنّ أي سياسة أمنية يجب أن يكون هدفها تحقيق أمن الأفراد وأن أيّ اهتمام لصنّاع القرار عند سياستهم الأمنية يجب أن يكون هدفه تحقيق رخاء الأفراد وأمنهم. وعلى هذا الأساس، يركّز مفهوم الأمن التقليدي على أن مسار السياسة الأمنيّة يكون من أعلى إلى أسفل، فالافتراض الأساسي هو أنّ أمن الدولة يسبق أمن الفرد ويحتويه، وما دامت الدولة آمنة، فالأفراد بالضرورة آمنون، وأن حماية الدولة ينصرف إلى حماية مابداخلها. في حين أنّ مفهوم الأمن الإنساني يتبع مساراً أمنياً مختلفاً يقوم على أن أي سياسة أمنية يجب أن يكون محورها (من أسفل إلى أعلى).

2. طبيعة مصادر التهديد:

وفقاً لمفهوم الأمن القومي، فإنّ مصادر تهديد أمن الدولة هي مصادر عسكرية نابعة من خارج حدود الدولة، أما مصادر تهديد الأمن الإنساني فيمكن تقسيمها إلى نوعين من مصادر التهديد، النوع الأول يتمثل في مصادر تهديد تنبّع من داخل الدولة ذاتها ويمكن للدولة في بعض الأحيان مواجهتها أو على الأقل التقليل من آثارها، ومنها النزاعات الداخلية بين الجماعات الاثنية المختلفة، وظروف الفقر والحرمان الاقتصادي. وفي بعض الأحيان تكون الدولة ذاتها مسؤولة عن تهديد أمن مواطنيها، ومن ذلك قيام بعض الدول باتباع سياسات تمييزيّة ضد بعض الفئات في المجتمع لأسباب دينيّة أو عرقيّة أو سياسيّة. أما النوع الثاني من مصادر تهديد أمن الأفراد فهي تلك التي لا تنبّع من داخل الدولة ذاتها، ولا تملك الدولة القدرة على مواجهتها بمفردها ومنها التلوث البيئي، انتشار أسلحة الدمار الشامل، الألغام الأرضية، مشكلات اللاجئين، الإرهاب الدولي، والجريمة المنظمة. وهذا يجعل من قضايا الأمن الإنساني قضايا عالمية أو كونية أكثر منها قضايا داخلية.

ولا تقتصر التفرقة على كون مصادر التهديد نابعة من داخل الدولة أو من خارجها، ولكن هناك شقّ آخر يتعلق بطبيعة مصادر التهديد، فيما تتسم مصادر تهديد أمن الدولة بأنها ذات طبيعة عسكريّة، تتراوح مصادر تهديد الأمن الإنساني بين المصادر العسكريّة والمصادر غير العسكريّة.

3. الهدف من اتباع السياسة الأمنيّة:

على مستوى الدولة أو الأمن القومي فإنّ الهدف النهائي هو حماية أمن الدولة في مواجهة مصادر التهديد الخارجيّة، بينما لا يقتصر الأمر على الحماية فيما يتعلّق بمفهوم الأمن الإنساني، بل ينصرف المفهوم بجانب الحماية إلى التمكين، فالهدف من الأمن الإنساني هو تمكين الأفراد من خلال التعليم بالأساس بما يجعلهم قادرين على

مواجهة التحديات المستقبلية»⁽¹⁾.

إن حداثة مفهوم الأمن الإنساني جعلت الذين نظروا للمفهوم يخطون خطأ كبيراً بين مفهوم الأمن الإنساني والأمن القومي (التقليدي)، وبناء على ذلك وضعوا تفرقة وتمييزاً بين المفهومين، وعليه يمكن القول أن الأمن القومي بمفهومه الشامل أو الحديث أوسع من الأمن الإنساني حتى فيما يتعلق بالإنسان كوحدة تحليل، حيث يركز الأمن القومي على أهمية الإنسان كفرد يُبنى عليه الأمن الشخصي أو الذاتي ليكون أساساً للأمن الأسري ثم المجتمعي والأمن القومي بمستوياته الداخلية والخارجية ثم الأمن الإقليمي والأمن الدولي أو الكوني. وبالتالي يُعد الأمن الإنساني جزءاً من مكونات الأمن القومي والعكس ليس صحيحاً.

لقد كان مفهوم الأمن القومي في السابق مرتبطاً بأمن الدولة وبروز المهددات من خارج حدود الدول، ولكن الواقع الحالي يؤيد ضرورة تغيير المفهوم (التقليدي) للأمن القومي والتأكيد على أن الأمن الإنساني أشمل وأعم من مفهوم الأمن القومي حيث أن الإنسان الفرد هو مرتكز الأمن وهو المعنى بذلك الأمن سواء من ناحية توفيره وإشاعته بين الناس أو تهديده بشكلٍ من الأشكال التي قد لا تكون أشكالاً تقليدية للتهديد.

الإعلام الأمني ومفهوم القوة الاستراتيجية:

تُعرّف قوة الدولة الاستراتيجية بأنها: «الوزن السياسي للدولة بين المجتمع الدولي مما يتيح لها إحداث تأثير في السلوك الدولي يتفاوت حجمه بتفاوت قوتها السياسية والحصول على مكاسب متزايدة في القضايا الدولية المعنية بالدولة، أو تحسين مواقفها في العلاقات الدولية»⁽²⁾.

التعريف أعلاه لمفهوم القوة الاستراتيجية للدولة، قد جعل من الإعلام الاستراتيجي أو الإعلام الأمني بمفهومه الشامل أحد أهم وسائل (إحداث تأثير في السلوك الدولي)، ويؤكد ذلك تعريف آخر للقوة يجعل من الإعلام رأس الرمح في ذلك. «القوة ببساطة هي القدرة على التأثير في الآخرين». والتأثير لن يكون إلا من خلال إعلام فاعل وقادر على الوصول للآخرين بلغاتهم حتى يُحدث فيهم التأثير المطلوب.

إنّ الإعلام يعد مصدر من مصادر القوة السبعة المعروفة (السياسية، الطبيعية، الاقتصادية، العسكرية، المعنوية، الاجتماعية، والإعلامية)، وله الدور الأكبر والنصيب الوافر في حماية وتعزيز بقية المصادر وتوصيل رسالتها وترسيخ رويتها وتحقيق أهدافها سواء كانت مجتمعة أو منفصلة وفق المجالات والمحاور. ويتميز بذلك تقصيلاً للإعلام الأمني كفرع متخصص من فروع الإعلام العام تقوم التخصصية فيه على المصادر.

(1) خديجة عرفة محمد أمين، مرجع سابق، ص 78.

(2) محمد العباس الأمين، التخطيط الاستراتيجي للأمن القومي، مرجع سابق، ص 142.

إسهامات القطاع الخاص في صناعة الإعلام الأمني:

لا شك أن للقطاع الخاص من شركات ومؤسسات إعلامية إسهامات في دعم الإعلام الأمني في مجال التلفاز والإذاعة والنشر، وغير ذلك، إلا أن هذه الإسهامات لا تزال متواضعة، وذلك للأسباب الآتية⁽¹⁾:

1. تعامل القنوات الفضائية والأرضية مع هذه الأعمال المنتجة من القطاع الخاص في المجال التلفازي، على أنها إعلانات للقطاعات الأمنية المختلفة، وترى أن إسهام القناة في دعم هذا القطاع الأمني يكون بعرضها دون مقابل مادي، تدفعه الجهة الأمنية للوقت الذي سوف يشغل ساعات القناة.

وأما الجهة المنتجة فهي تتقاضى المقابل المادي لإنتاج هذه الأعمال من قبل القطاع الأمني، أو من قبل رعاة هذه البرامج، من القطاع الخاص (Sponsor).

2. بناء على ما جاء في البند السابق، فإن المؤسسات الإعلامية، لا تقوم في الغالب بإنتاج أعمال إعلامية توعوية في المجال الأمني، إلا بطلب من جهة معينة تلتزم بدفع مستحقات هذا العمل، لأن القنوات الفضائية والأرضية - في الغالب - لا تشتري هذا النوع من البرامج، وتتعامل معه على أنه إعلان أبيض وليس إعلام.

الإعلام الخاص يقوم - في غالبه - على حسابات الربح والخسارة فضلاً عن ارتباط معظمه - بصورة مباشرة أو غيرها - بقناعات فكرية وأيدلوجيات سياسية ومذاهب مختلفة تحول دون تبنيه استراتيجية الدولة الإعلامية، التي يرى بعض القائمين على أمر هذه المؤسسات الإعلامية أنها استراتيجية حكومية وليست استراتيجية دولة، وهنا مكن الخطورة في الخلط الكبير جداً بين مفهوم الدولة والحكومة. يُضاف لذلك عدم تملك الاستراتيجية القومية الشاملة واستراتيجية الإعلام لهذه الوسائط حتى تعمل وفقها لتتكامل جميع الأدوار الخاصة والعامة لتحقيق رسالة واستراتيجية الإعلام⁽²⁾.

واقع ومستقبل صناعة الإعلام الأمني بالسودان:

البداية العلمية للإعلام الأمني:

ظلّ الإعلام الأمني يُمارس في السودان عبر الأجهزة الإعلامية المختلفة بصورة تقليدية غير علمية، ولعل المؤسسات الأمنية والإعلامية على السواء لاتدريان أنه إعلام أمني، و كان يتم تناول أحد جزئياته سواء إعلام الجريمة عند الشرطة أو الإعلام الحربي عبر برنامج «في ساحات الغداء» بالفضائية السودانية أو برامج الإعلام العسكري سواء عبر إذاعة صوت القوات المسلحة أو صحيفة القوات المسلحة، وهذه جميعها فروع صغيرة وأقسام معزولة ومحدودة لمفهوم ووظيفة الإعلام الأمني.

(1) فواز بن عبد الله المحرج، دور القطاع الخاص في تنمية مهارات الإعلام الأمني، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م)، ص 234

(2) من واقع عمل المؤلف كإعلامي وصحفي مُحترف ورئيس تحرير سابق لصحف مطبوعة والإلكترونية.

لم نجد أي حديث أو أدبيات تتحدث عن الإعلام الأمني بصورة علمية إلا بعد العام 2000م، وبعد حصول البروفسور عبد المحسن بدوي محمد أحمد صديق على درجة الدكتوراه في الإعلام الأمني من جامعة الجزيرة. وهو يُعتبر أول مؤسس لمفهوم الإعلام الأمني وواضع لبنته الأولى بصورة علمية بالسودان، مما جعل بعض الباحثين والإعلاميين يُطلقون عليه لقب «أبو الإعلام الأمني بالسودان»، وقد نهل من معين جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، وعلى المستوى الأكاديمي قام فيما بعد بتأسيس قسم الإعلام الأمني بكلية الإعلام بجامعة الرباط الوطني التي أصبح عميدها.

ونرى أن البروفسور عبد المحسن أوجد نقلة نوعية كبيرة في مجال الإعلام الأمني وأضاف إلي المفهوم والتطبيق إضافات كبيرة ومحسوسة في تجربة الإعلام الأمني بالسودان، وإن كان جنح نحو ربط المفهوم بالبُعد الشرطي ولعل ذلك يجيء من تأثيره بعمله كضابط متميز بقوات الشرطة السودانية.

«وبعد انضمامه لجامعة الرباط الوطني التابعة لوزارة الداخلية حيث أنشأ مركز الرِّباط للمؤتمرات والتدريب الإعلامي في 27/يناير/ 2002م داخل أكاديمية الشرطة العليا وتخصَّص المركز في مجال الإعلام الأمني والتوعية الأمنية تدريباً وتدریساً. وفي العام 2005م وبقرار من مجلس الجامعة تمت الموافقة بترفيح مركز الرباط لمعهد الدراسات الإعلامية وتمت إجازة منهج الإعلام الأمني على مستوى الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراه في الإعلام الأمني وفقاً لخطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالرقم (و ت ع / 4 / أ / ت / ح / 3/5) بتاريخ 9/1/2005م»⁽¹⁾.

مما سبق يمكن القول إنَّ الإعلام الأمني بدأ بصورة علمية وأكاديمية في السودان بجامعة الرباط الوطني التي أسهمت بصورة كبيرة في إضافة أطر بشرية وبتخصَّصاتٍ علمية وأكاديمية عليا في تخصُّص الإعلام الأمني.

وتمضي حُطى التطوُّر في مجال الإعلام الأمني بجامعة الرباط الوطني بصورة متسارعة حيث تمت الموافقة من وزارة التعليم العالي بترفيح المعهد إلى كُلية. «وإجازة برامج البكالوريوس والدبلوم العالي وفق الخطاب بالرقم (21) لسنة 2010م، وفي الثاني والعشرين من مارس للعام 2010م تم ترفيح المعهد إلى كُلية الإعلام التي أفردت قسم خاص بالإعلام الأمني»⁽²⁾.

تميزت جامعة الرباط الوطني بتخصيص قسم للإعلام الأمني على مُستوى البكالوريوس والدبلوم الوسيط، ولقد كانت ومازالت كُليات الإعلام بالجامعات السودانية تقوم بتدريس ثلاثة أقسام هي (الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر - والعلاقات العامة والإعلان).

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، تجربة الإعلام الأمني بالشرطة السودانية، ورقة علمية مُقدَّمة للدورة التدريبية التي أقامتها جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بعنوان: (تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني)، الرياض: 9-13/4/1435هـ الموافق 9/13/2014م.

(2) المرجع السابق.

وهذا التفرّد أضاف للجامعة بُعداً جديداً وأضاف للإعلام الأمني إضافة حقيقية حيث تم تخريج عشرات الطلاب المتخصصين في مجال الإعلام الأمني بما ينبئ عن واقع متميّز لمسيرة الإعلام الأمني بالسودان، ومن خلال عمل المؤلف أستاذاً مساعداً بكلية الإعلام بالجامعة يلحظ أن الإقبال على هذا التخصص متزايد بصورة كبيرة، مما يتطلب المزيد من التنسيق حتى يعمّم تخصص الإعلام الأمني كفرع رابع من تخصصات الإعلام بالجامعات السودانية.

«حتى العام 2013م تخصص (150) طالباً وطالبة على مستوى البكالوريوس في تخصص الإعلام الأمني، وتم تخريج (108) طالب وطالبة على مستوى الدبلوم العالي في مجال الإعلام الأمني، و (55) طالب وطالبة في الماجستير و (7) طلاب في الدكتوراه في تخصص الإعلام الأمني»⁽¹⁾.

واقع الإعلام الأمني:

يُعاني واقع الإعلام الأمني بالسودان كثيراً من المشكلات وأهمها عدم وجود تنسيق فاعل بين الأجهزة الأمنية فيما بينها، وبينها والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى.

استراتيجية الإعلام الأمني بوزارة الداخلية:

لم تتمكن من الوصول إلى مدير إدارة التوجيه والخدمات ولم تُتَح لنا فرصة مقابلته، كما لم تتمكن من الوصول إلى مدير الإعلام برئاسة قوات الشرطة السودانية رغم حرصنا على مقابلتهما، لمعرفة حجم التنسيق مع الأجهزة الأمنية الأخرى ومع المؤسسات الإعلامية، ولمعرفة والإطلاع على استراتيجية الإعلام الأمني بالوزارة، وهذا يكشف ويبين بجلاء المنهجية القائمة في التعامل بين المؤسسات الأمنية والباحثين من الإعلاميين والأكاديميين، وهو - بكل أسف - منهج مؤسف جداً وطريقة عقيمة، لا ترقى لتاريخ الشرطة السودانية.

أهم أهداف الاستراتيجية:

تهدف استراتيجية الإعلام الأمني بوزارة الداخلية إلى الآتي⁽²⁾:

1. تحصين المجتمع ضد الجريمة وغرس القيم الإسلامية الفاضلة بين المواطنين.
2. غرس روح التحلي بالسلوك القويم واحترام القانون.
3. توعية وتوجيه المواطن بأنجع السبل للوقاية من الجريمة وتبصيره بأهمية التدابير الوقائية حماية لنفسه وممتلكاته.
4. تكوين رأي عام واع ومستنير بأخطار الجريمة وضرورة مكافحتها.
5. التنسيق بين الأجهزة الإعلامية للمساعدة في الوقاية من الجريمة.
6. التنسيق مع الأجهزة ذات الصلة لوضع ضوابط علمية وعملية تحكم التداول

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد ، تجربة الإعلام الأمني بالشرطة السودانية ، مرجع سابق .

(2) المرجع السابق.

الإعلامي للجريمة والمهددات الأمنية بالبلاد.

7. إبراز دور الشرطة الطليعي في الحفاظ على الأمن والاستقرار.

8. التعاون العالمي والإقليمي والدولي في مجال التوعية الأمنية ومكافحة الجريمة.

تطوير الرسالة الإعلامية الأمنية يتطلب إجراء دراسة علمية لتقييم المؤسسات الإعلامية الأمنية، وإعادة ضبط وتعريف مفهوم الإعلام الأمني، وتحديد الوسائل الإعلامية الأنسب لمضمون رسائل الإعلام الأمني، وحصر ومعرفة الأطر البشرية الإعلامية العاملة في مؤسسات الإعلام الأمني ومعرفة قدراتها ومؤهلاتها، وبحث سُبل وآليات التنسيق بين المؤسسات الأمنية فيما بينها، ومن ثم بينها وبين الأجهزة الإعلامية المختلفة، وكذلك وضع الاستراتيجية الفاعلة لصناعة الإعلام الأمني بالسودان.

الإعلام الأمني العسكري بالسودان:

هنالك روايتان لبداية صدور أول عدد من صحيفة القوات المسلحة، تقول الأولى أنها صدرت في يوم 8/نوفمبر/1968م، وتقول الثانية في مطلع العام 1970م. «واتفقت الروايتان بأن فكرة إصدار الصحيفة كان باقتراح من فريق الخبراء الروس الذين كانوا يدرسون كيفية إعادة هيكلة الجيش السوداني، وكان الهدف الأساسي من الصحيفة عكس أخبار الجيش السوداني، وكان من أهم توصيات فريق العمل الروسي إنشاء فرع للتوجيه المعنوي تكون مهمته الأساسية توعية الجنود والضباط سياسياً وثقافياً عن طريق وسائل إعلام خاصة بالجيش»⁽¹⁾.

لقد ظلت هذه الصحيفة ومنذ إنشائها تعمل حتى الآن وتصدر اليوم كصحيفة يومية متخصصة عن مطبعة الرائد عثمان عمر في ستة عشر صفحة بالمقاس الاستاندر وتصل لجميع منسوبي القوات المسلحة، وتُباع مع الصُحف اليومية بالمكتبات لعامة الجمهور.

نعتقد أنّ صحيفة القوات المسلحة تمثل نموذجاً ممتازاً للإعلام الأمني المتخصص، تقوم بأحد أقسام الإعلام الأمني العام وهو الإعلام العسكري وقد نجحت في ذلك نجاحاً كبيراً.

«تمثل صحيفة القوات المسلحة نموذجاً رائعاً لعمل الإعلام الأمني وهي تبرز الدور القومي للقوات المسلحة السودانية، وتعكس انجازاتها وعملها الروتيني وترتبط الشعب السوداني بقواته المسلحة، مما يزيد ثقافته حولها كمؤسسة فاعلة في مجال الأمن القومي وحامية لحياض الوطن، وتمثل الصحيفة في مجال الإعلام الأمني محور الإعلام العسكري الذي يهدف لزيادة رفع الروح المعنوية لمنسوبي القوات المسلحة وربط قياداتها بالأفراد والمجتمع على السواء، وهي الصحيفة الوحيدة التي تجد الاجماع والقبول من جميع أفراد الشعب لما تحمله من قيمة كونها لسان حال الجيش السوداني الذي لاخلاف

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، تجربة الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، مرجع سابق، ص30.

حوله»⁽¹⁾.

إذاعة صوت القوات المسلحة:

«بدأت فكرة إنشاء إذاعة للقوات المسلحة عقب اتفاقية أديس أبابا في العام 1972م وتأرجحت الفكرة بين الأخذ والرد حتى العام 1986م ولم تر النور بالرغم من حدوث التمرد في العام 1986م. في العام 1989م حتى صدر قرار من القيادة العامة لقوات الشعب المسلّحة بإنشاء إذاعة باسم (الوحدة الوطنية) التي انطلقت باستديو واحد مكون من أجهزة الريل وكانت البرامج تسجل على أشرطة كاست. تم الاتصال بالهيئة القومية للإذاعة والاتفاق معهم للحل في أحد أستديوهات البث وإلحاق بعض الكوادر الخبيرة منهم لتجويد الأداء وتم إعداد دورة إذاعية جديدة تنادي بالسلام بعدة لهجات. لكن تلك البرمجة بإذاعة الوحدة الوطنية لم تكن تستوفي كل المطلوب لرفع أروح المعنوية وسط أفراد القوات المسلحة مما دعى إدارة التوجيه المعنوي لتأسيس أستديو إذاعي بفرع الإعلام العسكري الذي كُلف بإنتاج برامج عسكرية وبثها عبر إذاعة الوحدة الوطنية. وفي ذات السياق تم إنتاج برامج إذاعية عسكرية وثقافية وتربوية بأستديو فرع الإعلام العسكري وبثها في الإذاعات الولائية في كل أنحاء السودان. في العام 2002م توقفت إذاعة الوحدة الوطنية بموجب قرار توقف كل الإذاعات المتخصصة بالهيئة القومية للإذاعة. فتم تأهيل أستديو فرع الإعلام العسكري ليعمل على النظام الرقمي بدلاً عن التناظري والاتفاق مع الهيئة السودانية للإذاعة التلفزيون للسماح بانطلاقة إذاعة تحمل اسم إذاعة صوت القوات المسلحة تبث برامجها على مدى ساعتين يومياً. وبالفعل انطلق بث إذاعة صوت القوات المسلحة لأول مرة في الأول من أغسطس 2002م واستمر بخارطة برمجية متوازنة لاقت قبولاً رَوَّج للإذاعة بشكل كبير لدى الشعب السوداني»⁽²⁾.

أهداف إذاعة صوت القوات المسلحة:

يقول عبد المولى: «إن نظام الدولة الاتصالي بمثابة الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك المجتمع وتكامل أفرادهِ، لاسيما والحديث عن إذاعة صوت القوات المسلحة ذلك الجسم الذي انتشر في كل بقاع السودان وغطى الخريطة العامة بثاً وملاً الأثير صوتاً إيجابياً خدمة لقيم هذه الأمة فلذلك نسوق بعض المبررات التي أدت إلى قيام إذاعة صوت القُوَّات المُسلَّحة»⁽³⁾:

1. المحافظة على قومية القوات المسلحة، حيث أن مجموع قوة الجيش هو في الواقع تجميع لعناصر بشرية كثيرة من ولايات السودان قاطبة وتمثل سوداناً صغيراً.
2. إعلاء قيمة العمل والتحلي بالأخلاق الفاضلة، إذ أن الدعوة لإعلاء قيمة العمل

(1) محمد خليفة صديق، مقابلة مع المؤلف، مرجع سابق.

(2) عبد المولى محمد موسى، مؤسس إذاعة صوت القوات المسلحة، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2017/7/20م.

(3) المصدر السابق.

والتحلي بالأخلاق الفاضلة والارتباط بالأصالة السودانية كلها قضايا تستهدف فرد القوات المسلحة باعتباره القطاع الأكبر من سكان السودان.

3. الدعوة للوحدة والسلام والاستقرار، حيث أن قضية الوحدة في التنوع، وقضية السلام والاستقرار هي في جوهرها قضايا وهموم تدور رحاها في سوح القوات المسلحة.

4. إبراز أنشطة القوات المسلحة ورفع الروح المعنوية وزيادة قيمة العقيدة القتالية عند أفراد القوات المسلحة.

5. التوثيق لمسيرة القوات للمسلحة التي أسهمت في حماية الوطن وشاركت في أعمال جليلة داخلية وخارجية.

6. التوعية والإرشاد ونشر روح التدين. وأن ميادين الإرشاد والإصلاح الديني والاجتماعي والتوعية ومحو الأمية هي الأوسع نشاطاً في القوات المسلحة وفق ثوابت لاتحيد عنها:

أ. وحدة السودان في إطار التنوع الثقافي والاجتماعي والجغرافي.

ب. التوجه الإسلامي للأمة.

ج. الحكم الإتحادي الذي يضمن وحدة وطنية أكيدة والاعتراف بالآخر.

7. تقوية الرابط الوجداني بين المجتمع وفرد قوات الشعب المسلحة، تعزيزاً للثقة القائمة بين الطرفين والمُعَبَّر عنها بمقولة «شعب واحد.. جيش واحد».

إنَّ الرابط بين الشعب وقواته المسلحة أقل ما يوصف به أنه رابط متين ومبني على أبعاد معنوية ومادية، جعلت رسالة الإعلام الأمني العسكري أكثر قبولاً لدى الجمهور من المدنيين، ولاسيما في ظل الظروف الخاصة التي تقوم بها القوات المسلحة. وقد وقف المؤلف على ذلك حينما عمل متعاوناً لأربعة سنوات مع إذاعة صوت القوات المسلحة بمدينة جوبا. قدم خلالها عدداً من البرامج الحية التي تستهدف المقاتلين من جهة والمواطنين من جهة ثانية. ومن خلال قياس الأثر وجد أن اهتمام المواطنين بأخبار القوات المسلحة لا يقل عن اهتمام أفراد الجيش. وذلك لأن الأمن الشامل يُبنى على وجود الأمن العسكري الذي في ظل غيابهِ يحدث الفزع والخوف وتزول الطمأنينة.

الإعلام الأمني للقوات المسلحة في المجال العسكري:

يقوم الإعلام العسكري للقوات المسلحة في مجال التوعية الأمنية بعدد من المحاور والأهداف التي يعمل على تحقيقها في ظل الاستراتيجية الكلية لدور القوات المسلحة. ومن هذه الأدوار الوطنية للإعلام الأمني بالقوات المسلحة: (1).

1. غرس أسس ومبادئ التضحية والفداء وسط الجمهور السوداني ومنسوبي القوات المسلحة.

2. التوعية في مجال الانتماء للوطن والحفاظ على أمنه.

(1) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، تجربة الإعلام الأمني الشرطي بالسودان، مرجع سابق، ص 33.

3. ترسيخ احترام وتقدير الشعب السوداني للقوات المسلحة.
4. التوعية في مجال تماثك الجبهة الداخلية.
5. مُحاربة الشائعات.
6. تحبيب مهنة الجندي في نفوس الشباب السوداني.
7. تقديم المعارف والعلوم العسكرية بأسلوب مبسَّط.
8. التوعية بالاهتمام بالتوثيق العسكري ومساعدة الجمهور في هذا الجانب.
9. إبراز دور القوات المسلحة في تأمين وحماية الوطن.
10. التوعية بدور القوات المسلحة في مجال التنمية وتحقيق السلام.
11. التعريف بالمتاحف والآثار الحربية.
12. توعية المُجتمع بضرورة التعاون مع القوات المسلحة لضمان حفظ الأمن والاستقرار.

استطاع الإعلام الأمني العسكري تحقيق هذه المحاور الدائمة والمتجددة من خلال صحيفة صوت القوات المسلحة وإذاعة الجيش ويضاف إليهما برامج الإعلام الأمني العسكري ببعض القنوات الفضائية مثل برنامج «في ساحات الفداء» وبرنامج «جيشنا» بالفضائية السودانية.

الإعلام الحربي ودوره في السلم والحرب.

تعريف الإعلام الحربي:

هنالك الكثير من التعريفات التي وردت حول مفهوم الإعلام الحربي، بصفته واحداً من أفرع الإعلام الأمني.

وفيما يلي نورد بعضاً من أهم هذه التعريفات للإعلام الحربي⁽¹⁾:

الإعلام الحربي يعنى:

جمع وتحليل ومعالجة البيانات، والمعلومات، والصُّور، والحقائق، والرسائل، والتعليمات من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة، والتأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المُجتمع ونشرها محلياً وخارجياً، باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة، واحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى إضعاف الروح المعنوية، أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش، مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن.

الإعلام الحربي هو: «تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات

الموسوعة العالمية – ويكيبيديا' الموقع الرسمي علي <https://ar.wikipedia.org/wiki> I، تاريخ دخول الموقع: 2015/11/23م (شبكة الإنترنت،

الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الفرد»⁽¹⁾.

بمعنى أن الإعلام الحربي منوط بتقديم المعلومات الدقيقة والصادقة والحقائق، التي تساعد على إدراك ما يجري في المجال الحربي وتكوين آراء صائبة في الأمور الهامة المعنية به، وبحيث لا تتعارض تلك الحقائق والمعلومات مع الأهداف العسكرية العليا، التي تخدم قضايا القوات المسلحة والدولة في آنٍ واحد.

ومن ثم يمكننا القول بأن الإعلام الحربي، هو: «الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية والتي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة، من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي الوقت نفسه مواجهة الإعلام المعادي»⁽²⁾.

يندرج تحت الإعلام الأمني فرعان من أفرع (التوجيه المعنوي) أحدهما (الإعلام العسكري) الذي يهتم بالأنشطة الروتينية الداخلية للقوات المسلحة، و(الإعلام الحربي) الذي يهتم برفع الروح المعنوية للفرد المقاتل في أوقات السلم والحرب على السواء.

الوظائف الرئيسية للإعلام الحربي:

تختلف وظائف الإعلام بحسب المجال والتخصص، وقد تحدثنا في الفصول الأولى عن وظائف الإعلام عموماً، ثم وظائف الإعلام الأمني، ولأن الإعلام الحربي يُعدُّ أحد أفرع وأقسام الإعلام الأمني، فهناك وظائف أكثر تخصصية لهذا القسم من أقسام الإعلام الأمني. من أهم هذه الوظائف قام الباحثون والمختصون في مجال الإعلام الحربي بوضع خمسة وظائف رئيسية للإعلام الحربي، وهي ⁽³⁾:

1. الوظيفة الأولى:

تتبع الأحداث والتطورات في زمن السلم والحرب، على المستويات الوطني، والإقليمي والعالمي، وتعريف الشعب والقوات المسلحة بالحقائق المجردة، والعمل على رفع المعنويات وتأكيد الإنتماء.

2. الوظيفة الثانية:

التصدي إعلامياً للأجهزة المضادة، والحملة النفسية المعادية، التي قد يكون من شأنها التأثير على الروح المعنوية وأداء القوات المسلحة، وتحصين الفرد المقاتل ضد الحرب النفسية.

(1) المرجع السابق.

(2) حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م)، ص 88

(3) موقع الإعلام المقاتل على شبكة الإنترنت، تاريخ دخول الموقع: 14/11/2015م www.moqatel.com/

3. الوظيفة الثالثة:

شن الحرب النفسية المدروسة، بأسلوب علمي ضد العدو أو (الأعداء)، وإقناعه ببطلان قضيته، وإنذاره بالفشل، وخفض الروح المعنوية.

4. الوظيفة الرابعة:

خلق الحافز على تطوير أداء القوات المسلحة تدريباً، وتسليحاً، وإعداداً لتظل قوية.

5. الوظيفة الخامسة:

المُساهمة 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.

دور الإعلام الحربي:

للإعلام الحربي رسالة ممتدة، طابعها الدوام، وهدفها التنوير، وهي ترتبط بالإنسان أينما كان وكيفما يعيش، وغايتها هي توعية الفرد - جُندياً كان أم مدنياً - وتنقيفه حربياً، وتقوية ثقته في قواته المسلحة، وتعميق الشعور لديه بالانتماء والإحساس بالمسؤولية. وللإعلام الحربي دور هام في تنفيذ الاستراتيجية الإعلامية للقوات المسلحة والدولة، ويتمثل هذا الدور من خلال الآتي⁽¹⁾:

1. غرس عقيدة التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية، ومن ثم يمكنها أن تعمل على تكوين الكيان المعنوي للأمة، وهو ما يعد - بالمقاييس العملية - منبع القومة الحقيقية للأمم والشعوب، باعتبار أن التوعية بمفهومها الشامل، تُعتبر ركيزة أساسية لتثبيت الروح القتالية.
2. الإسهام في إعداد الشعب للمعركة من خلال التعريف بأهداف الحرب، وشرح أبعاد قضية الصراع، حتى تكتمل عناصر الثقة لدى المواطن.
3. التعريف بالموقف السياسي وتطوراتهِ من خلال شرح توجيهات الرأي العام الداخلي و الخارجي، وموقف القوى المختلفة، سواء القوى المؤيدة أو التي تقف في صف العدو، وتتحالف معه، ومن ثم يمكن التعرف على طبيعة الصراع المُقبل ودور القوى المؤثرة فيه.
4. توعية الشعب من خلال شرح أبعاد ومقتضيات الأمن الوطني وأهمية الدفاع عن الوطن، بتقديم وعرض المعلومات المدنية والحربية المرتبطة بالموقف، مع الاستمرار في عرض تطورات الموقف أولاً بأول ومستجداته، من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
5. التعريف بالموقف الحربي من خلال تأكيد قدرة القوات المسلحة من حيث التدريب والتسليح والكفاءة القتالية والاستعداد الدائم، وأن القوات المسلحة

(المرجع السابق. 1

يجب أن تكون مستعدة لتنفيذ مهامها في أي وقت، سواء كان في الظروف العادية وزمن السلم، أو في فترات التوترات والأزمات، أو عندما يندلع الصراع، مع الوضع في الاعتبار أن الصراع يمكن أن يحدث فجأة.

6. التعريف بأهمية إعداد الدولة لاحتمالات الصراع المسلح إلى جانب إعداد القوات، بحيث تصبح الدولة بكل قدراتها السياسية والاقتصادية والشعبية والحربية مستعدة للعمل تحت ظروف الحرب.

7. الإعداد النفسي والمعنوي، وذلك من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب وقواته المسلحة، وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية وأثرها في تاريخ الدولة المعاصر.

8. التهيئة النفسية للمواطنين من أجل إزالة الرهبة من تأثير أعمال العدو المضادة، وتوعيته بالإجراءات التي يجب أن يتخذها لتأمين نفسه، وأسرته، وممتلكاته.

9. إبراز قيمة وأهمية المشاركة بين المدنيين والعسكريين في التصدي للأعمال المضادة والتقليل من آثارها، وتوعيتهم بأساليب العدو الغادرة.

10. التنويه إلى جهود القوات المسلحة وقت السلم في العديد من المجالات التي تخدم البنية الأساسية للدولة، وكذا دورها في التطوير العلمي والتقدم التكنولوجي.

11. نقل الصورة الصحيحة لتطور الصراع المسلح، والأعمال القتالية، عند نشوب المعارك، والأزمات بحيث تتصف بالموضوعية والصرامة، ونقل الحقائق غير مبتورة لتأكيد الثقة بين المواطنين ووسائل الإعلام.

12. بث الحملة النفسية ضد العدو، باستخدام الأساليب العلمية، ومن خلال حقائق يدركها العامة، حتى تؤثر فيهم.

الإعلام الحربي ودوره وقت السلم:

إن وجود حالة السلم لا تعني غياب دور القوات المسلحة، حيث إن وجودها في هذه المرحلة يتمثل في إعداد الدولة للدفاع "الحرب"، وتحديد المهام ومجالات العمل التي تواجه نوايا القوى المعادية وأيدلوجياتها، والتي تُعتبر ركيزة أساسية عند وضع الفكر القتالي للقوات المسلحة والتي لا تتبدل بين زمني السلم والحرب، ولكنها يمكن أن تتطور طبقاً للعديد من الأسس والمعطيات.

"وبطبيعة الحال فإن هذا البناء للفكر الحربي للقوات المسلحة، يتطلب تخطيطاً دقيقاً مبنياً على أسس علمية سليمة توضّح العلاقة بين مفهوم السلم ومفهوم الاستعداد الدائم للقوات المسلحة، وكذا العلاقة بين مفهوم السلام ومفهوم وجود عدو دائم أو

عدو مؤقت أو مصدر تهديد. وما هي درجة الاستعداد لكلٍ منهما، وما هي سوابق التاريخ والخبرات للحروب والأزمات السابقة، وما هي الدروس المُستفادة حتى يتم تلافي سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها“(1).

”إنَّ الإعلام الحربي يقوم بدورٍ هام زمن السلم يؤكد من خلاله على أهمية استعداد القوات المسلحة وقوة انتمائها وتحفزها حتى لا يتحول زمن السلم إلى زمن استرخاء، لذلك يعتبر التركيز على تقريب مفهوم الاستعداد الدائم لتنفيذ مهام القوات المسلحة تجاه حماية وتأمين الدولة واجبٌ أساسي للإعلام الحربي. والذي يجب أن يواكب عصر التطوُّر في وسائل الإعلام“(2).

وفي زمن السلم يلعب الإعلام الحربي دوراً هاماً في حشد طاقات المجتمع المعنوية، من أجل تحقيق الأمن القومي للدولة، والإعلام في هذه المرحلة يقوم بدور إيجابي في إعداد الدولة للدفاع من خلال(3):

1. الإعداد الفكري من خلال غرس روح التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية.

2. الإعداد السياسي من خلال التعريف بأهداف الحرب وشرح أبعاد قضية الصراع.

3. توعية الشعب من خلال شرح أبعاد ومقتضيات الأمن الوطني والدفاع المدني بتقديم بعض المعلومات المدنية والحربية المرتبطة بالموقف.

4. التعريف بالموقف الحربي من خلال التأكيد على القدرات القتالية للقوات المسلحة من حيث- التدريب، التسليح، الكفاءة القتالية، وبما يزرع الثقة في نفوس المواطنين.

5. الإعداد النفسي والمعنوي من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب والقوات المسلحة، وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية للدولة، والعمل على إزالة الرهبة لدى المواطنين.

6. إبراز قيمة مشاركة الشعب وقواته المسلحة داخلياً، والتي تمثل أحد

أهداف الدولة وركائزها السياسيَّة في الدفاع عن الحق وفرض السلام في ظل الشرعية الدولية.

«إنَّ وجود حالة السِّلْم لا تعني غياب دور القوَّات المسلحة، حيث يتمثل وجودها في هذه المرحلة في إعداد الدولة للدفاع (الحرب)، وتحديد المهام ومجالات العمل التي تواجه نوايا القوى المعادية وأيدلوجياتها، والتي تُعتبر من الركائز الأساسيَّة عند وضع الفكر القتالي للقوات المسلَّحة والتي لا تتبدَّل بين زَمَنِي السلم والحرب، هذا البناء للفكر الحربي للقوات المسلحة، يتطلب تخطيطاً

(1) المرجع السابق.

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع السابق.

دقيقاً مبنياً على أسس سليمة توضح العلاقة بين مفهوم السلم ومفهوم الاستعداد الدائم للقوات المسلحة وكذلك العلاقة بين مفهوم السلام ومفهوم وجود عدو دائم أو عدو مؤقت أو مصدر تهديد، وما هي درجة الاستعداد لكل منها، وما هي سوابق التاريخ والخبرات للحروب والأزمات السابقة وما هي الدروس المستفادة حتى يتم تلافي سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها»⁽¹⁾.

إن الإعلام الحربي في فترة السلم ينبغي عليه أن يدفع القوات المسلحة لتعمل على المزيد من الإعداد المأمور به في قول الله تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ﴾⁽²⁾ والأمر بالإعداد في هذه الآية أمر دائم ومستمر، ويكون ذلك بكافة أنواع الإعداد سواء بالمزيد من التدريب ورفع الكفاءة القتالية والجاهزية أو بالمزيد من العمل المعنوي للقوات المسلحة وحفز أفرادها وتعميق العقيدة القتالية لديهم، وكذلك يكون بالسعي لامتلاك وتصنيع أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة في المجال الفني للمعدات والأجهزة القتالية، إظهار هذه القدرات للجمهور الداخلي والخارجي، وربط القوات المسلحة بالشعب الذي يمثل السند المعنوي وزيادة بناء ثقته في قواته وقدرتها القتالية.

«والإعلام الحربي يقوم بدور هام في زمن السلم يؤكد من خلاله على أهمية استعداد القوات وقوة انتمائها وتحفزها حتى لا يتحول زمن السلم إلى زمن استرخاء، لذلك يُعتبر التركيز على تقريب مفهوم الاستعداد الدائم لتنفيذ مهام القوات المسلحة تجاه حماية وتأمين الدولة واجب أساسي للإعلام الحربي، والذي يجب أن يواكب عصر التطور في وسائل الإعلام. ويلعب الإعلام الحربي في زمن السلم دوراً هاماً في حشد طاقات المجتمع المعنوية، من أجل تحقيق الأمن القومي للدولة، ويقوم الإعلام في هذه المرحلة بدور إيجابي في إعداد الدولة للدفاع⁽³⁾

دور الإعلام الحربي خلال الحرب:

تطور مفهوم الأمن القومي واتساعه أسهم في تطور وسائل وأدوات الصراع، فلم يعد المسرح العملياتي مقصوراً على «ميدان القتال» فحسب، بل تجاوز ذلك ليشمل كل أوجه الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية وغيرها من مكونات الأمن القومي.

(1) حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م)، ص 89.

(2) سورة الأنفال، الآية 60.

(3) حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م)، ص 90.

وبالتالي يتوجَّب على الإعلام الحربي عند اندلاع الحرب أن ينقل بالصوت والصورة كل ما يدور في الميدان القتالي من جهة، وما يرتبط بذلك من ميادين أخرى سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، حتى لا يترك للعدو مجالاً ينفذ من خلاله إلى الرأي العام المحلي مما يؤدي لإضعاف الجبهة الداخليَّة، وتلك واحدة من أهم أهداف الإعلام الأمني للعدو، وبالتالي على القائمين على أمر الإعلام الحربي أن يعوا ذلك جيداً ويضعوه في حساباتهم، حيث أن تأمين الجبهة الداخليَّة لا يقل أهمية من العمل العسكري العمليَّاتي المباشر في الميدان القتالي.

«وبالتالي فإنَّ الإعلام الحربي في وقت الحرب يعتبر أداة ضرورية ليس من أجل العمل المعنوي فقط، ولكن من أجل المساعدة في اتخاذ القرار. ويكون دور الإعلام الحربي فاعلاً من خلال: (1).

1. المشاركة عند الإنذار بالتعبئة ببيت الشفرة الخاصة بها من خلال أجهزة الإذاعة والتلفزيون.

2. توجيه بيانات تحذيرية تهدف إلى تهديد العدو وردعه والنيل من الروح المعنوية لقواته.

3. دعوة الشعب لاتباع أساليب الدفاع المدني أثناء الغارات، مع توعية المواطنين باحتمالات مواجهة نقص في بعض السلع وارتفاع أسعار البعض الآخر منها والعمل على ترشيد الاستهلاك.

4. العمل على رفع الروح المعنوية طوال فترة الحرب من خلال زيادة التحام الشعب بالقوات المسلحة، وتحصين الشعب ضد الإشاعات والدعايات المُغرِضة.

5. الاسهام في شن الحرب النفسية ضد العدو، وذلك من خلال حُطط الخداع الاستراتيجي وحُطط العمليات النفسية.

6. حظر نشر أي معلومات حربية إلا من مصادرها المُعترف بها من الأجهزة العسكرية المختصة، وعند التصريح بنشرها، وذلك تحقيقاً لمقتضيات الأمن القومي.

7. الالتزام بالمصادقية خلال إذاعة الموقف الفعلي للعمليات والدور الذي تقوم به القوات المسلحة، مع شرح تطوُّرات الموقف الحربي بما لا يخل بالناحية الأمنية.

8. الدعوة للتطوع والتبرُّع بالدم وتوضيح أهمية ذلك لإنقاذ الجرحى والمصابين.

دور الإعلام الحربي في المرحلة التي تلي توقف القتال (2):

1. الدعوة لاستمرار الاستعداد الدائم للقتال وتعبئة الجهود الشعبية.
2. التأكيد المستمر على ضرورة الفداء والتضحية من أجل حماية الأرض والعرض.
3. الدعوة لتكريم الأبطال والشهداء وتبيان فضلهم عند الله سبحانه وتعالى ليكونوا

(1) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 91.

(2) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 93.

قدوة لغيرهم.

4. التأكيد الدائم والمستمر على أنّ حماية الوطن مهمة كل الشعب ولكن تقوم به القوات المسلحة نيابة عنهم.
5. التأكيد على أنّ دعم القوات المسلحة مادياً ومعنوياً واجب كل فرد من أفراد الشعب.
6. التوعية الدينية والتثقيفية والوطنية كركيزة للروح القتالية، والإحاطة بما يدور حولنا من أحداث تؤثر على واقعنا.
7. التغطية الإعلامية لجهود القوات المسلحة في مجال التنمية القومية، والإسهام في التطور العلمي والتقدم التكنولوجي.
8. إبراز جهود الذين أسهموا مادياً ومعنوياً في دعم القوات المسلحة وتكريمهم كنماذج وطنية يجب أن تُحذَى.
9. التأكيد على وقوف الشعب مع قواته المسلحة ودعمه المستمر لها حتى تقوم بدورها الوطني في حماية الأرض والعرض.
10. التذكير الدائم ببطولات الشعب وأمجاده وتاريخه القتالي والجهادي والحديث عن المعارك الخالدة في وجدان وذاكرة الشعب وقواته المسلحة.
11. التذكير ببطولات القوات المسلحة ومشاركاتها القتالية الخارجية.

وسائل الإعلام الحربي:

أولاً: الصحافة.

تمثل الصحافة بأقسامها المختلفة (قومية- معارضة- عامة- خاصة) أهم أدوات الإعلام العسكري لِمَا لها من عظيم الأثر والنفوذ في وجدان وعقل الفرد مدنياً كان أم عسكرياً، ومن خلال الصحافة يمكن للقوات المسلحة⁽¹⁾:

1. التوعية بدور وواجبات المواطن من أجل المشاركة في إعداد الدولة للدفاع وتبصيره بأهمية إعداد قوات مسلحة قوية، والدور الذي تقوم به للدفاع عن أراضي الدولة.
2. إبراز دور الدولة، وأهمية أن يكون لها قوات مسلحة قادرة على العمل والتحرك في الإطار الوطني والإقليمي.
3. التعريف بوسائل الصراع المسلح وتطورها، وأهمية أن يتوفر للقوات المسلحة تسليح متطور من أجل إحداث التوازن الحربي ضد الأعداء.
4. مناقشة القضايا ذات الاهتمام الوطني ودور القوات المسلحة في تأمين هذه القضايا سواء كانت ذات مدلول اقتصادي أم اجتماعي أم أمني.
5. التعريف بدور ومشاركة القوات المسلحة في بعض مشروعات التنمية القومية

(1) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص93.

من أجل دعم الاقتصاد الوطني للدولة، مثل المشروعات التي تساهم في تحقيق الأمن الغذائي أو في النهوض بالصناعة الوطنية أو في تطوير البنية الأساسية للدولة.

«كما يقوم الإعلام الحربي كذلك بتوفير كافة المعلومات والبيانات مدعومة بالصور عن أنشطة القوات المسلحة من أجل الاستمرار في الارتفاع بمستوى كفاءتها القتالية، وكذلك توفير البيانات التفصيلية عندما تحدث أزمة معينة (كارثة طبيعية أو غيرها) والتطورات الناتجة عنها، وكذلك المعلومات والبيانات عن دور القوات المسلحة لدعم الأمن الوطني سياسياً واقتصادياً، ودورها الخارجي في تحقيق السلام والأمن الدولي من خلال المشاركة في قوات حفظ السلام، أو في إرسال المعونات العاجلة للدول الصديقة التي أصابها التضرر من الكوارث الطبيعية»⁽¹⁾.

في جانب الصحافة وفيما يتعلق بالإعلام الحربي من منظوره الصحفي ينبغي أن يؤخذ في الحسبان ضرورة وقوف جميع الضُخف سندا للقوات المسلحة ودعمها لها وإتاحة مساحات مُقدّرة لنشر موضوعات الإعلام الحربي، وتخصيص ملفات أو صفحات بصورة دورية تعكس رسالة ومضامين وأهداف الإعلام الحربي، وألا يقتصر الجهد الصحفي على ضُخف القوات المسلحة فحسب، وهذا يتطلب المزيد من التنسيق بين المؤسسات الصحفية وإداراتها من جهة وبين الجهات المعنية بالإعلام الحربي من جهة ثانية.

ثانياً: الوسائل المسموعة المرئية (التلفزيون).

يُعتبر التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية على الإطلاق، باعتباره أحد أهم عوامل الجذب الإعلامي الذي ينقل بالصوت والصورة الأحداث الهامة على أرض الواقع، كما أن انتشاره في العالم العربي يُعتبر انتشاراً كاملاً، ونسبة مشاهدته تفوق أي نسبة لوسيلة إعلام أخرى حيث يمكن أن تشاهده كافة طبقات المجتمع وعلى اختلاف اتجاهاتها وميولها.

ويخصص التلفزيون في الكثير من الدول العربية برامج حربية، تتولّى الإدارة المسؤولة إعدادها علمياً وفنياً لكي تُذاع في أوقات ثابتة بمعظم قنواتها، بهدف⁽²⁾:

1. إبراز الأنشطة الهامة للقوات المسلحة على مستوى الدولة بكل أفرعها، وتعريف الشعب بما يجري داخل قواته المسلحة من جهود، من أجل الحفاظ على الاستعداد القتالي الدائم.
2. نقل الأخبار الهامة في المجال الحربي التي تهم المشاهد العادي وتحفزه على تتبعها وتزيد من ثقته في قواته المسلحة، كالمناورات والتدريبات الحربية والتدريبات المشتركة مع القوات الشقيقة والصديقة.

(1) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 94.

(2) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 94.

3. تنمية الوعي الثقافي الحربي والإمام بالعلم العسكري لدى المتلقّي من خلال التعريف بالأنشطة الثقافية والعلمية والرياضية في القوات المسلحة، والتعريف بمجالات التطور في نُظُم التسليح على المستوى العالمي.

4. نقل صورة كاملة للمواطن- في كل دولة- توضح دور القوات المسلحة في تنمية المجتمع ودورها في تقديم الخدمات لأبناء الشعب وإقامة المشروعات التي تخدم البنية الأساسية بالدولة.

كما أنّ البرامج الحربيّة بالتلفزيون توضح للجماهير العريضة من الشعب - في العديد من الدُول- بعض الخدمات التي تقدمها القوات المسلحة في هذه الدول من خلال الآتي:

1. تعريف الشباب في سن التجنيد بالنُظُم والتسهيلات التي تقدمها الأجهزة العسكرية من أجله.
2. إطلاع الشباب الراغب في التقدم للكليات العسكرية المختلفة بالشروط والقواعد التي تسهل عليه إجراءات الالتحاق.
3. إبراز دور العلاج الطبي الحربي لخدمة المواطن في بعض الدول.
4. نقل صورة كاملة للمواطن عن دور القوات المسلحة في تنمية المجتمع ودورها في تقديم الخدمات لأبناء الشعب.

تحقيق دور ووظائف الإعلام الحربي من خلال التلفزيون:

يمكن للإعلام الحربي أن يحقق وظائفه من خلال برامج التلفزيون، بصورة أوسع من أي مجالات إعلام أخرى، وتلك الأهداف مخططة لتساير ركب الإعلام الحربي بمضمونه الواسع والذي تخططه الأجهزة العسكريّة المسؤولة داخل القوات المسلحة بداخل كل دولة.

وتضع هذه الأجهزة عند التخطيط لبرامجها في التلفزيون العديد من المحددات التي تساير التقدم الكبير على المستوى الإعلامي، باعتبار أنّ تلك البرامج لا تقتصر على مشاهدي الدولة وحدها، ولكنها تنتشر عبر قنوات التلفزيون الفضائية في مختلف أنحاء العالم»⁽¹⁾.

وهذا يتطلب إعداد الاستراتيجيات الإعلامية الشاملة التي تركز على صناعة إعلام أمني فاعل وقادر على مخاطبة الآخرين والوصول إليهم بلغاتهم المختلفة من خلال كافة الوسائل لتحقيق الغايات الاستراتيجية للدولة.

ومن هنا يأتي الحرص على أن تصبح تلك البرامج قادرة على منافسة مثيلاتها في الدول الأخرى، بحيث تستطيع إقناع المشاهدين على اختلاف جنسياتهم وانتماءاتهم بتميُّز هذا النوع من الإعلام، ومن هنا فإن العديد من تلك

(1) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 96.

المُحدّثات يُنظَرُ إليها بحيث تستطيع(1):

1. مخاطبة الرأي العام واقناعه بدور قواته المسلحة على مر التاريخ، وربط أواصر الانتماء بين الجيش والشعب.
 2. مخاطبة العقول بصراحة تامّة وعرض جميع الآراء بحرية، على ألا يتنافى مع الحفاظ على الأمن الوطني للدولة، ومن خلال الحوار، حيث تتأكد الثقة بالنفس وانتماء الشباب لوطنه.
 3. التأكيد على قيمة الفرد وأنّ الإنسان هو الأساس وهو الذي يُسخر السلاح والعلم بمختلف مجالاته في سبيل تحقيق النصر وليس العكس، لذلك فإن الاهتمام بالفرد في برامج الإعلام الحربي يأخذ أسبقية متقدمة.
 4. التركيز على القدوة والمثل وتواصل التاريخ والحضارة وتأكيد قيمة الانتماء الوطني وأن لكل جيل قاداته وأبطاله، وكما كان لنا في الماضي رجال نعز بهم فإن المستقبل سيأتي بنظائريهم من أبناء الوطن.
 5. تحديد دور القوات المسلحة ورسالتها في وُقْتَي السلم والحرب، وإذا كانت مهامها في أوقات الحروب معروفة، فإن واجباتها في أوقات السلم أقسى وأشد، حيث تتركز على الاستعداد التام ليوم الحرب الذي يكون غير معلوم للمقاتلين.
 6. استخدام الامكانات الكبيرة للتلفزيون في نقل البرامج بأسلوب مشوّق وفعّال.
- ومن المهم التأكيد على خضوع البرامج الحربية بالتلفزيون لقياس الرأي العام وذلك من أجل(2):
1. تعرف الجماهير على مثل هذه البرامج والأخبار ومدى حرصها على مشاهدتها.
 2. نقاط القوة والضعف في كل برنامج على حدة، ورأي الجماهير في تطوير تلك البرامج والمادة العلمية التي يرون إضافتها أو حذفها.
 3. مدى ملاءمة أوقات العرض للمشاهدين.
 4. معرفة مدى ما تحقق للمشاهد من هذه البرامج خاصة ما يتعلق بالثقافة الحربية والخدمات التي تقدمها القوات المسلحة بالدولة لقاعدة كبيرة من الجماهير.
 5. التصدي للدعاية الضارة من خلال إقناع المشاهد عن خطأ هذه الدعاية واقتناعه بقضايا الوطن.

(1) المرجع السابق، ص 96.

(2) المرجع السابق، ص 97.

ثالثاً: البرامج الحربية بالوسائل المسموعة «الإذاعة»: وتهدف إلى⁽¹⁾:

1. التعريف بدور القوات المسلحة في المجالات المختلفة.
2. تنمية الوعي الثقافي والعلم العسكري لدى الجماهير بصفة عامة والشباب بصفة خاصة.
3. إبراز ما تقدمه القوات المسلحة للشعب من تسهيلات وخدمات من أجل تنمية المجتمع ولخدمة أبناء الشعب.
4. توعية الشعب بمسؤولياته تجاه القوات المسلحة.
5. إبراز الأنشطة التدريبية والبحثية والرياضية للقوات المسلحة.
6. التعريف بأجهزة القوات المسلحة التي يتعامل معها الشباب والتي تقوم بتقديم خدمات للشباب «إدارة التجنيد».
7. نشر الوعي السياحي الحربي من خلال التعريف بالمتاحف والمزارات الحربية.

رابعاً: الإعلام الإلكتروني.

يُعتبر الإعلام الإلكتروني في العصر الحالي من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً ووصولاً للناس داخل وخارج حدود القطر الجغرافي، ويتميز بكونه يمازج بين عمل كافة وسائط الإعلام، فهو يمثل الصحافة من جهة والإذاعة من جهة ثانية والبرث المرئي من جهة ثالثة. ولذلك نجد ازدياد تأثير الإعلام الإلكتروني بصورة كبيرة ولا سيما وسط قطاع الشباب.

هذه الصفات والخصائص للإعلام الإلكتروني تقتضي من الجهات المعنية بالإعلام الأمني عموماً والإعلام الحربي على وجه الخصوص مراعاة هذه الأبعاد واستصحابها عند وضع الاستراتيجيات الشاملة للإعلام الأمني وتفصيل الخطط اللازمة وإعداد القائمين بالاتصال على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي إعداداً جيداً يؤهلهم من إدارة قسم الإعلام الإلكتروني بكفاءة واقتدار. يرى المؤلف أن واقع الإعلام العسكري عموماً، والإعلام الحربي على وجه الخصوص، يعاني ضعفاً كبيراً، ويحتاج المزيد من التخطيط، والبرامج، فضلاً عن زيادة الوسائط الإعلامية كماً وكيفاً، وتأسيس وسائط إعلامية جديدة، مثل (قناة الجيش الفضائية)، وقنوات على اليوتيوب، وصفحات رسمية على منصات التواصل الاجتماعي، يصاحب ذلك إنتاج نوعي وكمي في المواد المُرسلة للجُمهور بعد تصنيفه بعناية وتحديد المضامين التي تحقق الأهداف الاستراتيجية.

(1) حازم الحمداني، مرجع سابق، ص 97.

تحديات صناعة الإعلام الأمني بالسودان:

يمثل ضبط المفهوم أحد أهم تحديات الإعلام الأمني بالسودان كما يقول عمر صديق البشير: «للأجابة على سؤال أهم التحديات التي تواجه الإعلام الأمني بالسودان، تبرز مشكلة المصطلح، وبالتالي لا بد أن نحدد ماهو الإعلام الأمني؟ وهل نعنى بذلك الإعلام الجنائي أو الشرطي كما هو شائع فى معظم الدول العربية؟ أم نعنى به الإعلام الأمنى الذى يتناول تغطية موضوعات الأمن بمفهومه الشامل؟ حيث أن هنالك أمن سياسي واقتصادي وعسكري واجتماعي وثقافي وصحي وغيره.. وبناء على المفهوم الشامل فإن العقبات هى انعدام الوعى الأمنى لدى كثير من شرائح المجتمع مما يجعل ناتج أي رسائل إعلامية أمنية ضعيفاً جداً. ومن ناحية أخرى فإن كثير من الإعلاميين كذلك يقل عندهم الوعى الأمنى مما يجعلهم يتسببون في بث بعض الرسائل الإعلامية الضارة بالأمن القومي. فضلاً عن ضعف الإمكانيات الإعلامية من حيث القدرات الفنية والموارد البشرية والتمويل اللازم لتطوير صناعة الإعلام بالسودان»⁽¹⁾.

مستقبل صناعة الإعلام الأمني بالسودان:

حتى لا يكون الحديث عن مستقبل الإعلام الأمني بالسودان تخرفاً أو رجماً بالغيب، نرى أن التحديّات التي تُعيق تطوّر الإعلام الأمني وتحد من فاعليته وتحول دون صناعة إعلام أمني فاعل هي تحديات كثيرة ومتداخلة. ويتذللها والعمل على تنفيذها وفق استراتيجية متكاملة للإعلام الأمني تحت محور الإعلام ضمن الاستراتيجية الشاملة للدولة يمكن لمستقبل الإعلام الأمني أن يكون مُشرقاً وقادراً على المساهمة الفعّالة في تحقيق غايات الأمن القومي عبر المنظور العام لمفهوم الأمن الشامل.

المُنقّق حوله، والمؤكّد لدى الباحثة والمختصين في مجال الإعلام، أن صناعة الإعلام أصبحت من الصناعات الكبيرة والمهمة لكل دولة، لحماية أمنها القومي، وللتأثير الداخلي والخارجي، وتحتاج هذه الصناعة إلى رساميل وخبرات واستراتيجيات، وما من دولة تعاني من سيولة أمنية أو هشاشة وتصدعات في جدران أمنها القومي إلا وتجد أنها تعاني من من ضعف في قوتها الإعلامية، وما من دولة متماسكة داخلياً وأمنها الاجتماعي والعسكري بخير ولها تأثير على محيطها الإقليمي أو الدولي وتحفظ بموقف متقدم في توازن القوى، إلا وتجد أن قوتها الإعلامية متقدمة ولها نصيب وافر من دعم الاستقرار الداخلي وتحقيق الغايات الوطنية على المستوى الخارجي.

(1) عمر صديق البشير، كاتب صحفي وناشر - نائب رئيس صحيفة المستقلة، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ السبت 2015/3/14 الساعة 7 مساءً.

تحديات الإعلام الأمني:

وهذه التحديات يمكن إجمالها في الآتي:

1. غياب الاستراتيجية الأمنية الشاملة وانعدام الرؤية الموحدة للإعلام الأمني.
2. نقص الأطر البشرية الكفوءة المتخصصة والمؤهلة والقادرة على التخطيط والتحليل وقيادة المبادرات ووضع البدائل وتنفيذها.
3. ضعف التنسيق الفعال بين الأجهزة الأمنية فيما بينها.
4. إنعدام التنسيق الفعال بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام الخاصة والعامه.
5. تذبذب درجات الحرية للفئات بالاتصال، فالإعلامي المُقَيّد والخائف لن يخدم قضية ولن يُقدِّ رأياً عاماً إيجابياً.
6. ضعف الموارد المادية والميزانيات، صناعة الإعلام صارت من أكبر الصناعات وأهمها وأخطرها وتحتاج للميزانيات والموارد المالية الكافية.
7. طبيعة المجتمع السوداني وتركيبته تحتاج للمزيد من التسامح وتقبل الرأي الآخر، إذ ليس من المقبول أن يكون المجتمع مصدر خوف وقلق للصحفي.
8. التربية الأمنية، وتتضح الحاجة إلى التربية الأمنية من كون التربية والأمن يُشكّلان حاجات فطرية أساسية للإنسان، ويتفق العلماء على أن التربية قوة ضابطة لسلوكيات الأفراد، إذ يتخذها المجتمع أداة لضمان استمراره والحفاظ على مقوماته الثقافية وتحقيق تكيف الفرد مع بيئته الاجتماعية.
9. حقوق الإنسان، إنَّ معظم المُشكلات التي تواجه السودان أمنياً على المُستوى الدولي تتمثل في الاتهامات المستمرة بانتهاكات حقوق الإنسان، وهذا يتطلب أن تتاح الحريات الصحفية بشكل تام، وعدم مصادرة الآراء والأفكار وكبت الحريات.
10. التشريعات الأمنية، ضرورة مراجعة هذه التشريعات بما يتماشى ويتوافق مع التطورات الدوليّة في الجوانب المختلفة، وصولاً لتكامل التشريعات المتعددة الداعمة للحريات العامة وتعزيز حقوق الإنسان، التي يقوم الإعلام الأمني بالعمل في مجالها.
11. ضبابية مفهوم (الأمن القومي)، وعدم وضوحه للكثير من الإعلاميين، والعاملين بالمؤسسات الأمنية، والنظر للمفهوم بعين (الرضا المطلق) أو (السخط المطلق)، فعند البعض يعني (أمن الحكومة والحزب الحاكم)، وعند الفئة الأخرى يعني (أمن المعارضة)، مما يتطلب قيادة عمل كبير للتنسيق والتدريب حول المفهوم ببعده الوطني المجرد من ظلال مع _ ضد.
12. إنعدام الثقة بين الأجهزة الأمنية والمؤسسات الإعلامية.

**الفصل العاشر:
الإعلام الأمني الدولي**





الفصل العاشر: الإعلام الأمني الدولي

تمهيد:

يرتبط الإعلام الأمني الدولي ارتباطاً وثيقاً بالتدفقات الإعلامية من الغرب للشرق فقط، ويوجه توجيهاً مباشراً وبصورة أكبر للعالم الإسلامي، من خلال كل الوسائط الإعلامية المعروفة والمتاحة، وبلغت عربية مع وجود لغات أخرى لمناطق مختلفة حول العالم يسعى للهيمنة الإعلامية عليها.

نشأ الإعلام الأمني الدولي في كنف أجهزة المخابرات العالمية التي يقوم بعضها بدور التمويل لإنشاء المحطات الإذاعية والتلفزيونية وبعض الصحف، وتدريب الكوادر العاملة بهذه الوسائط، خدمة للسياسة الخارجية للدول الغربية وأمريكا.

ينطلق الإعلام الأمني الدولي -وبصورة كبيرة جداً- على خلفية صراع الحضارات، ويقود أفكاراً مساندة للحضارة الغربية وداعمة لها، ومؤيدة لكونها هي الحضارة الأبقى والأصلح للبشرية والتي يجب أن تسود، مع الإساءة للحضارة الإسلامية وإظهارها بأنها حضارة بدائية ومتخلفة وإرهابية، مع أنها جاءت رحمة للعالمين.

يستند الإعلام الأمني الدولي في مضامينه على بروتوكولات حكماء صهيون التي تجعل منه الوسيلة الأهم لتحقيق تلك البروتوكولات، سيما وأن غالبية المؤسسات الإعلامية الكبرى يمتلكها اليهود.

وفي ظل هذا الصراع - المُفتعل - بين الحضارات، يكون الحل للأمة الإسلامية في تبني نظرية الإعلام الإسلامي العالمي الذي يقوم على الصدق ويدعو للأمن والطمأنينة ويهدف لإشاعة الخير والمحبة والسلام. عكس الإعلام الأمني الدولي الذي يركز في تحقيق أهدافه وغاياته على الخداع والتضليل الإعلامي، والكذب الصريح، فالغاية عندهم تبرير الوسيلة.

تعريف ومفهوم الإعلام الدولي:

يُعرّفه الدكتور محمد علي العويني بقوله: «إنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي».

الدكتور أحمد بدر يرى أن الإعلام الدولي هو: «تزويد الجماهير في الدول

الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير واقناعها بعدالة قضايا الدولة، وبالتالي تتبنى جماهير تلك الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة».

ويُعرّفه الدكتور محمد سيد محمد بأنه: «الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب لتلقيه رجل الشارع العالمي أي المستمع أو المشاهد أو القارئ بصفة عامة في العالم». هذه التعريفات، وغيرها، للإعلام الدولي، اتفقت على أن الإعلام الدولي (موجّه) من دولة (مُرسل) إلى شعوب دولة أو دول أخرى (مُستقبل). وبما أن ذلك يتطلب اختيار (المضمون) المناسب لإنجاح الرسالة الإعلامية، وتحقيق (أهداف) القائم بالاتصال، فإنه من الأوجب الحديث حول (الغاية) من العملية الاتصالية، مستحبيين الظروف التي نشأت أو صُنعت فيها الرسالة. وبغير ذلك يكون الحديث مبتوراً ومجافياً للحقيقة والواقع.

«لا يمكن دراسة الإعلام في أي بلد بمعزل عن النظام الاجتماعي والسياسي الذي يسود فيه، ويؤثر بالتالي على وسائل الإعلام والعاملين فيها، ويسمّ عملهم ونتائجهم بسمة خاصة، معينة تتبع من ذلك الواقع»⁽¹⁾.

وبما أن الإعلام يرتبط ارتباطاً وثيقاً في الدولة المعنية - أي دولة - ولا يفصل عن واقعها السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي والعسكري وغيرها من مكونات أمنها القومي، يتجلى ذلك أيضاً في (خطابها الداخلي)، وتوظيفه بما يسهم في تحقيق استراتيجيتها الداخلية على مستوى شعبها، فإنه كذلك يكون أكثر ارتباطاً بأمنها القومي في (خطابها الخارجي) من خلال علاقاتها الدولية وسعيها لحماية أمنها القومي من خلال الإعلام الخارجي، وإبراز حضارتها على أساس أنها الحضارة الإنسانية الأفضل والأصلح للبشرية، والسعي للتأثير على ثقافات الآخرين والتشكيك في حضاراتهم من جهة ثانية، وهذا يفسره حرص الكثير من الدول على إنشاء مؤسسات إعلامية ضخمة تخاطب شعوب دول أخرى بلغاتهم المختلفة، ولا سيما بعد نهاية الحرب الباردة وظهور العولمة الفكرية والثقافية وبداية ذيوع مفهوم صراع الحضارات الذي انطلق من الغرب. «إنّ الإعلام بما يمتلك من إمكاناتٍ فنية تستخدم الصورة والصوت، والضوء، واللون، واللباس، إلى جانب التنوّع، والتقنن، بالأوعية والفقرات الإعلامية، التي باتت تغطي كل المساحات، وتملأ كل الأوقات، أصبح من أهم وأخطر وسائل الغزو الفكري والتشكيل الثقافي، حتى لنكاد نقول: إنّ الإنسان بشكلٍ عام

(1) عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط4 (عمان: مكتبة الكناني للنشر والتوزيع، 1997م)، ص78.

بات مرتين اليوم لوسائل الإعلام، وواقعاً تحت رحمتها، في تكوين آرائه، وبناء ثقافته، وتشكيل نظرتة إلى العالم، وقد يكون ميدان الصراع الحضاري الحقيقي اليوم، قد تحوّل إلى ميدان الإعلام، وأصبح التمكن من امتلاك الشوكة الإعلامية، بكل لوازمها ومقتضايتها، يضمن الغلبة الثقافية، التي تُعتبر ركيزة التفوق الحضاري، ذلك أن الإعلام بقدرته على الامتداد، والاختراق، ألغى الحدود الجغرافية والسياسية للدول، وتجاوز كل المعوقات، وامتد بحواس الإنسان حتى أصبح يرى ويسمع العالم من مكانه»⁽¹⁾.

مهام الإعلام الدولي وسماته:

الاتصال الدولي يؤدي عدداً من المهام والوظائف التي تخدم مصالح الدولة خارج حدود أراضيها الجغرافية.

ويجمل بعض الباحثين هذه المهام على النحو الآتي⁽²⁾:

1. نشر المعلومات والأفكار التي تحقق للدولة صورة إيجابية خارج أراضيها.
2. التعبير عن سياسة الدولة وتفسير مواقفها إزاء القضايا والمشكلات الدولية والعمل على الإقناع بسلامة هذه المواقف وأهميتها.
3. التصديّ للدعاية المضادة للدولة خارج أراضيها.
4. بالنسبة للمنظمات والجماعات والمؤسسات فإن عملية الاتصال على المستوى الدولي تختلف باختلاف طبيعة الأنشطة التي تؤديها والأغراض التي تسعى إلى تحقيقها وتنصب الجهود الاتصالية على نشر كل ما يخدم هذه الأغراض ويحققها.

النتائج أو العوامل التي تتحكم في عملية نجاح الإعلام الدولي أو إخفاقه⁽³⁾:

1. ضرورة التخطيط العلمي والمنظم للإعلام الدولي.
2. ضرورة الربط المحكم بين الإعلام الدولي والعمل الدبلوماسي.
3. ضرورة أن ينبع الإعلام الدولي من لغة المصالح وأن يتحرّر أو يبتعد عن لغة العواطف والانفعالات، باعتبار أن الإعلام الدولي يسعى إلى خلق علاقة المنفعة واصطناع أدوات الارتباط بالمصالح.
4. ضرورة الاندماج والارتباط والتنسيق المتكامل بين الإعلام الدولي ومجموعة أدوات أخرى خلفية ومساندة له ومن أهمها:
أ. السياسة الثقافية وعملية التبادل الثقافي.

(1) أحمد عبد الرحيم السايح، في الغزو الفكري، (قطر: كتاب الأمة، إصدار رقم 38، سلسلة فصلية تصدر عن وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، رجب 1414هـ)، ص 1.
(2) محمد علي عبد الرحيم، الإعلام الدولي والعولمة، ورقة بحثية، 2011م.
(3) محمد علي عبد الرحيم، مرجع سابق.

- ب. السياسة السياحية وعملية الانفتاح الحضاري.
ج . سياسة المعونات الاقتصادية وتقديم المعونات الفنية.

مفهوم الإعلام الأمني الدولي:

من الناحية النظرية فإنّ الإعلام الأمني الدولي هو نوع من أنواع الإعلام يجب أن يراعي ذات الضوابط الأخلاقية والأعراف المهنية المتنبّعة في مجال الإعلام، متضمناً قيم وأخلاقيات هذا المجال الرسالي. ولكن الواقع العملي والممارسة الفعلية يؤكدان أن الإعلام الأمني الدولي يجافي ذلك ويتم استخدامه كأحد الوسائل المرجوة والمخطط لها بعناية لتحقيق الأهداف والغايات السياسية والأمنية على المستوى الدولي وإن تجاوز تلك القيم والأعراف.

وعليه نرى أنّ الإعلام الأمني الدولي أحد أهم الوسائل المهمة التي تستخدمها الدولة باحترافية عالية وتخطيط مسبق تجاه الآخر، سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي، ويأتي هذا التوظيف في إطار استراتيجيتها الشاملة التي ترتبط بأمنها القومي خارج أراضيها، إذ أن الدولة بحاجة إلى كل وسائل الإعلام وما يتصل بها من علاقات دولية يمكن من خلالها إبراز الميراث الحضاري والتاريخي والأيدلوجي والإمكانية الاقتصادية والقدرة العسكرية، وتسويق أفكارها وثقافتها في ظل الصراع الحضاري الذي ينتظم العالم، ومن هنا تبرز أهمية صناعة الإعلام الأمني على المستوى الدولي.

أهداف ووظائف الإعلام الأمني الدولي:

يقوم الإعلام الأمني الدولي على خدمة الدول الكبرى - صاحبة القدرة على إحداث التدفق الإعلامي من طرف واحد، وهي الدول الغربية عموماً والولايات المتحدة الأمريكية- في مجالات مختلفة سياسية واجتماعية وثقافية فكرية واقتصادية وعسكرية وصحية، وغير ذلك مما يرتبط بتحقيق أمنها القومي خارج حدودها الجغرافية وتنفيذ استراتيجياتها الشاملة التي تنبثق عن أبعاد فكرية وثقافية قبل الأبعاد العسكرية.

ويمكن أن نشير إلى أهم هذه الأهداف الوظائف:

1. تجزئة وتفنتيت الأسرة المسلمة.
2. تأجيج الصراعات والحروب الداخلية في دول العالم الثالث والعالم العربي.
3. خدمة السياسة الخارجية للدول الكبرى، من خلال فاعلية الإعلام الأمني الدولي يمكن التأثير على الرأي العام للضغط على الحكومة وعن طريق المفاوضات الدبلوماسية يمكن الوصول إلى نتائج ممتازة كما يمكن عن طريق الاتصالات المختلفة تقوية الروابط

التي تخدم أهداف السياسة الخارجية لبلد من البلدان وتزداد أهمية الإعلام الدولي لدى الدول عند نشوب الأزمات والتوترات الدولية.

4. خدمة الاستراتيجية العسكرية للدول الغربية، فعن طريق الإعلام يمكن إضعاف الروح المعنوية للعدو وتجنيب المجتمع الدولي ضده والتأثير على الرأي العام داخل أرض العدو نفسه.

5. تحقيق الأهداف الاقتصادية للاستراتيجية الغربية في توسيع التجارة الخارجية أو في الحصول على التسهيلات المصرفية أو المساعدات، وغير ذلك مما تتطلبه خطط التنمية في البلد المرسل⁽¹⁾.

ويقوم الإعلام الأمني الدولي بدوره في الترويج للسلع والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيماً وأنماطاً للسلوك الاستهلاكي يستهدف تغيير استراتيجياً للثقافة الغذائية والسلوك الاستهلاكي، والدعاية للسلع الأجنبية مما يلحق أضراراً فادحة بالاقتصاديات المحلية علاوة على التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام والصحافة في دول الجنوب⁽²⁾.

وهذا ما تهدف إليه العولمة الاقتصادية التي يمثل فيها الإعلام الأمني الدولي رأس الرمح، وخاصة تجاه الوطن العربي، ودول العالم الثالث.

6. في المجال الاجتماعي والثقافي والصحي يعمل الإعلام الدولي على تنميط الثقافات وتذويبها في الثقافة الغربية في ظل الصراع الحضاري الذي يقوم على إحداث تغييرات ثقافية واجتماعية، وتشويه مُتعمد للحضارة الإسلامية. «بل إنه في ظل تطور الإعلام السمعي بصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وأيديولوجياتها، ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدواره الاجتماعية والتي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل الآخرين للتكيف مع متطلبات العولمة الثقافية والاجتماعية وشروطها»⁽³⁾. دون أدنى مراعاة لموروثاتهم الثقافية ومعتقداتهم، بل ولا دياناتهم.

7. التأثير العقائدي، تعتمد الدول كما يعمد ذوو الأفكار والأيديولوجيات إلى نشر أفكارهم ومذاهبهم على المستوى الدولي ويدخل في ذلك حركات التبشير المسيحي ومحاولة نشر المذاهب والأفكار وترويجها عبر الوسائل المختلفة إلى مختلف البقاع والبلدان.

(1) محمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي، نقلًا عن محمد أحمد عبد الرحمن، الإعلام الدولي وتأثيراته على الدول العربية، (ورقة غير منشورة)، 2013م.

(2) جيهان رشدي، الإعلام الدولي (القاهرة: دار الكتب، 2007م)

(3) وليد الحديثي، الإعلام الدولي (القاهرة: دار الكتب، 2007م)

8. يساهم الإعلام الدولي في التجنيد ضد العدو ضمن إطار الحرب الباردة والتهيئة للحرب الساخنة كما يساهم عن طريق المؤسسات الدولية في الدعوة إلى السلام وفي تعميق التفاهم بين الشعوب وجعل الحوار الوسيلة المثلى لحل المشاكل الدولية⁽¹⁾. وفي هذا الجانب يقوم الإعلام الأمني الدولي بدور كبير في إبراز عدو متوهم والدعوة لمحاربتة بشتى السبل لكونه يمثل تهديداً للأمن الدولي، مثلما حدث للرئيس العراقي الأسبق صدام حسين الذي قاد الإعلام الأمني الدولي ضده حملة شعواء مسنودة بالإعلام الشيوعي.

9. الاتصال بالجماعات المؤثرة: يتولى الإعلام الدولي الاتصال بالجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة كالأحزاب وجماعات الضغط وأعضاء البرلمان ومختلف المؤسسات المؤثرة في صناعة القرار السياسي. من خلال الضغط على متخذ القرار لتبني موقف لصالح الدولة الأخرى.

ولا يخفي أن الاتصال بالجماعات المؤثرة عامل هام في التأثير على موقف الدولة من القضايا المطروحة كما أنها تعد من النخبة التي تؤثر على الجماهير بهدف دفعها للتأثير على موقف الدولة من القضايا المطروحة والتي تتعارض مع دولة أخرى.

10. الاتصال بالجماهير: يتم إعلام الجماهير بالاتصال المباشر أو الاتصال غير المباشر من خلال عدد من الوسائل الإعلامية الدوليّة بين دول الشمال والجنوب. والاتصال الجماهيري الخارجي يعتمد على معدلات التطور الاتصالي بين أجزاء العالم شمالاً وجنوباً .. إلى ذلك تشير الدراسات إلى تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات متعددة الجنسيات في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج القيم الاجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب كما يتسبب في إحداث بلبلة واضطراب شديد في منظومة القيم المُميّزة لثقافات الشعوب التي تتعرض لهذه التأثيرات المدروسة بعناية والمخطط لها، وتمارس هذه الشركات بالتنسيق مع البنك الدولي ضغوطاً متواصلة على دول الجنوب لاستخدام قروض البنك في استيراد التكنولوجيا الاتصالية والمعلوماتية مما يسهم في أحكام الحصار على الإعلام الجنوبي.

«وتشير كذلك بعض الدراسات استفادة العولمة من استمرار النظام الإعلامي الراهن الذي يتسم بالخلل وأوجه التقارب الخطيرة سواء على المستويات المحلية أو العالمية والتي تتمثل في الانسياب غير المتوازن للمعلومات مع رسوخ الاتجاه للرأي الأحادي الجانب للإعلام من الشمال إلى الجنوب من المركزي إلى الأطراف ومن الحكومات إلى الأفراد ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافات التابعة ومن الدول الغنية تكنولوجيا في الشمال إلى

(1) المرجع السابق.

الدول الأفقر في الجنوب»⁽¹⁾.

11. وظائف تمثيلية: وذلك بتمويل الدولة التي ينتمي إليها أو المنظمة التي ينوب عنها.

12. تقوم وسائل الإعلام العالمية باستقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيدولوجياتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والصحة والمؤتمرات والندوات حيث يتم تكثيف الجهود من أجل إيجاد تشكيل الرأي العام العالمي لمناشدة السياسات الاقتصادية التي تقوم بإدارة اقتصاديات العالم (البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، منظمة التجارة العالمية) والدفاع عن المعايير المزدوجة كما يسمى بالشرعية الدولية والإسهام في إعلاء شأن الثقافة الأمريكية وتهميش ثقافات الجنوب والترويج لعالمية السوق متجاهلين التفاوت الحاد بين المستويات الاقتصادية⁽²⁾.

13. تقوم وسائل الإعلام السمع بصرية من خلال البث المباشر بدور مركزي في اختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات الأمريكية خصوصاً في ظل عدم الالتزام بالمواثيق الدولية التي نصت على ضرورة التزام البرامج الموثقة عبر الأقمار الصناعية باحترام الطابع المُميز للثقافات المختلفة وأبرز هذه المواثيق إعلان اليونسكو عام 1978م وقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1982م والذي يتضمن مبادئ وقواعد تنظيم استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني المباشر وقد نجحت أمريكا خلال العقد الأخير من اختراق الأنظمة الثقافية لدول الجنوب وقدمت لشعوبها النموذج الأمريكي كغاية مثلى⁽³⁾.

14. الدعاية الصارخة والهجوم على الدول العربية والإسلامية.

«كان الصراع دوماً على المنطقة العربية / الإسلامية من القوى الكبرى، يقوم على صراع المصالح وصراع الأحقاد. صراع مصالح للسيطرة على المنطقة التي تتوسط العالم والتي حباها الله بمصادر وثروات طبيعي لا حصر لها، وصراع أحقاد يرمي للقضاء على الإسلام للأبد نتيجة خلفيات ترسبت في العقل الباطن الجمعي لدول الغرب في الوقت المعاصر من مخلفات الحروب الصليبية برغم أنهم هم من سعوا لإشغالها وكانوا أول من حمل لواءها»⁽⁴⁾.

15. حجب المعلومات الصحيحة، وبث معلومات مغلوطة.

«لقد أصبح (حجب المعلومات) أكبر أداة للسيطرة والتحكم داخل الحكومة نفسها. يقول جورج ريدي، السكرتير الصحفي السابق للرئيس ليندون جونسون: «من الآن فصاعداً ستجدون أن جانباً كبيراً من النشاط الفعلي للحكومة قد تركز داخل البيت

(1) وليد الحديثي، مرجع سابق.

(2) محمد علي عبد الرحيم، مرجع سابق.

(3) وليد الحديثي، مرجع سابق.

(4) الفاتح كامل، مؤامرة تقسيم السودان، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، 1432هـ - 2011م)، ص128.

الأبيض نفسه حيث يجري حجه من خلال الامتياز التنفيذي». ثم يمضي متحدثاً عن الصعوبات التي تتعين مواجهتها فيما يتعلّق بالحصول على المعلومات الصحيحة⁽¹⁾.
بروتوكولات حكماء صهيون:

«بروتوكولات حكماء صهيون أو قواعد حكماء صهيون هي وثيقة مزيفة تتحدث عن خطة لغزو العالم أنشأت من قِبَل اليهود وهي تتضمن 24 بروتوكولاً. في عام 1901 كتَبَ هذه الوثيقة ماثيو جولوفينسكي مُزَوَّر ومُخْبِر من الشرطة السياسية القيصريّة وكانت مُستوحاه من كتاب حوار في الجحيم بين ميكافيل ومونتسكيو للمؤلف موريس چولى الذي يُشير في كتابه إلى وجود خطة زائفة ومُسبقه لغزو العالم من قِبَل نابليون الثالث وقد تم تطويرها من مجلس حكماء اليهود بهدف تدمير المسيحية والهيمنة على العالم»⁽²⁾.

النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية:

من أهم الكتب التي صدرت حول هذا الأمر الكتاب الذي أعده الباحث فؤاد عبدالرحمن الرفاعي، وصدر تحت عنوان: «النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية»، والذي يوضح من خلاله مدى تغلُّل الأفعى اليهودية في وسائل الإعلام والسياسة، وهي في طريقها للسيطرة على العالم. ولا شك أن نفوذهم في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية لعب - وما زال يلعب - دوراً خطيراً وخبيثاً في الكيد للإسلام والمسلمين.

اليهود السيطرة على وسائل الإعلام الدولية:

وفي مطلع الكتاب يوضح المؤلف كيف خطط اليهود للسيطرة على وسائل الإعلام العالمية، فيؤكد أن اليهود قد خططوا على مدى سنوات طويلة لتحسين صورة اليهودي في أعين الناس، ولم يجدوا وسيلة لذلك إلا السيطرة على وسائل الإعلام العالمية؛ ففي عام 1897م كان المؤتمر الصهيوني الأوّل الذي انعقد برئاسة «تيودور هيرتزل» في مدينة (بازل) بسويسرا - نقطة تحول خطيرة، إذ أبدى المجتمعون أن مخطّطهم لإقامة دولة إسرائيل لن يُكتَب له النجاح إذا لم يتم لهم السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، خاصة الصحافة؛ ولذا فقد جاء في «البروتوكول الثاني عشر» من «بروتوكولات حكماء صهيون» قولهم: «سنعالج قضية الصحافة على النحو التالي»⁽³⁾:

- سنمتطي صهوة الصحافة، ونكبج جماحها.
- يجب ألا يكون لأعدائنا وسائل صحفية يعبرون فيها عن آرائهم.
- لن يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير أن يمر علينا.

(1) التضمين الإعلامي والوعي المقلب، مقال منشور على موقع شبكة الألوكة الإسلامية، www.alukah.net/culture

(2) موقع ويكيبيديا على الإنترنت، <https://ar.wikipedia.org>، 2، تاريخ دخول الموقع: 2016/9/12
(3) موقع شبكة الألوكة، <http://www.alukah.net>، تاريخ دخول الموقع: 2017/2/3م.

- ستكون لنا صحف شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرستقراطية، وجمهورية، وثورية، بل وفوضوية أيضاً.

- يجب أن نكون قادرين على إثارة عقل الشعب عندما نريد، وتهديته عندما نريد. - يجب أن نشجع ذوي السوابق الخلقية على تولي المهام الصحفية الكبرى، وخاصة في الصحف المعارضة لنا، فإذا تبين لنا ظهور أية علامات عصيان من أي منهم سارعنا فوراً إلى الإعلان عن مخازيه الخلقية التي نتستر عليها، وبذلك نقضي عليه ونجعله عبرة لغيره.

اليهود والإعلام الأمني الدولي:

المؤكد أن اليهود يسيطرون على كُبريات مؤسسات الإعلام الأمني الدولي ويوجهونها بمكر وخبت لتحقيق غاياتهم وأهدافهم الشريرة في إطار الاستيلاء على العالم وتقنيته كما أقرت بذلك وثيقة بروتوكولات حكماء صهيون التي اهتمت بالإعلام والسيطرة عليه لتحقيق أهدافهم الدنيئة وأطماعهم القذرة.

وقد جاء في بروتوكولاتهم تجاه السيطرة على الإعلام: «يجب ألا يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير أن يُحظى بموافقتنا، ولذلك لا بد لنا من السيطرة على وكالات الأنباء التي تتركز فيها الأخبار من كل أنحاء العالم، وحينئذ سنضمن أن لا ينشر من الأخبار إلا ما نختاره نحن ونوافق عليه»⁽¹⁾.

سيطرة اليهود وانتشارهم في وسائل الإعلام الدولية، عمل مؤسس ومخطط لتحقيق أهدافهم الشريرة بعناية، من خلال الإعلام الأمني الدولي، ولاسيما في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

«إن الإعلام الأمريكي حين يريد أن يروج لفكرة ما أو وجهة نظر معينة، فإن الصحف ومراسلي وسائل الإعلام يتوجهون صوب (كريستول) لنقل وجهة نظر المحافظين الجُدد.. وبوجود كريستول كناطق مفعوه ومؤثر في الإعلام، وجد المحافظون الجدد داخل حكومة بوش حليفاً قوياً لهم في الإعلام، وفي المقابل يمتلك حلفاؤه في الحكومة موارد ضخمة ونفوذاً وروابط دولية تسانده.. وبينما كان نائب وزير الدفاع بول وولفويتس الشخص المهم الذي يشكل المحور الأساسي للوبي الإسرائيلي داخل حكومة بوش في الدفع باتجاه حرب شاملة على الدول العربية ذات الوزن مثل العراق وسوريا وجدت جهوده تلك دعماً ومؤازرة غير منقطعة من وليام كريستول ومعه شبكة من المحافظين الجدد على الصعيدين السياسي والإعلامي.. وكشف تقرير أجرته (الأمريكان فري برس) عن كريستول أنه يدير شركة ناشيونال أفيرز ومجلتين، ومن أعضاء مجلس إدارة هذه الشركة هنري كيسنجر، والحقيقة أن هذه المؤسسة معروفة بدعمها السخي للحملات

(1) زكريا أبوغنيمة، السيطرة الصهيونية على الصحافة العالمية، (مطبوعات الإتحاد الإسلامي الفلسطيني، رقم 5، دت)، ص 12.

الدعائِيَّة والإعلامِيَّة المضللة والمعادية للعرب والمسلمين. ومن مشروعاتها (مشروع القرن الأمريكي الجديد) وهو عبارة عن مجموعة ضغط تنادي باستخدام القوة الأمريكية في الخارج، وبالتحديد تطبيق إجراءات مصممة لتعزيز مصالح إسرائيل»⁽¹⁾.
اليهود في أمريكا نافذون في المؤسسات الإعلامية والأمنية بشكل كبير، بل لهم امتدادات في الأجهزة السياسيَّة العليا لتحقيق مصالح إسرائيل من خلال السياسة الخارجية الأمريكيَّة.

«في العام 1975م أشار الصحافي اليهودي الأمريكي ستيفن آيزيكس إلى أن بيرل وموريس أميتاي كانا يقودان جيشاً صغيراً من محبي السامية في الكابيتول هيل ويوجهان القوى اليهودية نيابة عن المصالح اليهودية.. وامتد تأثير بيل إلى ما هو أبعد من ردهات الكونغرس، حيث كان لاعباً جوهرياً في اختيار أعضاء الفريق (ب) الذي يعد مجلساً استشارياً مستقلاً بشأن تقديرات الاستخبارات.. وفي الحقيقة كان أعضاء الفريق (ب) عاقدين العزم منذ البداية على توجيه كافة أوجه السياسة الخارجية الأمريكية بما يخدم مصالح إسرائيل»⁽²⁾.

سِمَات الإعلام الأمني الدولي:

نرى أن هنالك جملة من السِمَات العامَّة التي يتَّسم بها الإعلام الأمني الدولي، ونجملها في النقاط التالية:

1. يتم توجيهه من الغرب للشرق وفق تخطيط مُحكم ودقيق. ويستهدف تحديداً دول العالم الثالث عامَّة والأُمَّة الإسلاميَّة على وجه الخصوص.
 2. يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمخابرات والأجهزة الأمنيَّة والحكومات الغربيَّة والأمريكيَّة.
- «كانت المخابرات العسكريَّة الأمريكيَّة مسؤولة عن كل أنواع الدعاية العسكريَّة وبالتالي ظَلَّت تطالب بالإشراف على إذاعة صوت أمريكا، بينما تطالب وزارة الخارجية أيضاً بالإشراف عليها، وتحصل إذاعة صوت أمريكا وحدها على نصف الأموال التي تنفقها الولايات المتحدة على إذاعاتها العالميَّة، ويتم تمويلها عن طريق الكونغرس، وزارة الخارجية، وكالة الاستعلامات الأمريكيَّة، المخابرات الأمريكيَّة، وبعض مصادر التمويل التجاري»⁽³⁾.

أما وكالة الاستخبارات الأمريكيَّة C.I.A فقد دعمت العديد من الإذاعات الموجهة لخدمة أهدافها، ومن أمثلة هذه الإذاعات:

- راديو سوا.

- راديو الحرِّيَّة.

(1) مايكل كولينز بايبر، مرجع سابق، ص74-75.

(2) مايكل كولينز بايبر، كهنة الحرب الكبار- ترجمة عبد اللطيف أبو البصل، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1427هـ-2006م)، ص78-79.

(3) نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993م)، ص72.

- راديو صوت إيران .

«راديو أوروبا الحرة أسسته دعمته وكالة الاستخبارات الأمريكية عام 1949م وكان موجهاً صورة مباشرة نحو بولندا، تشيكو سلوفاكيا، المجر، رومانيا، بلغاريا وجميعها من دول المحور الشرقي خلال فترة ازدهار الشيوعية وكان الهدف الأساسي لهذه الإذاعات هو مقاومة الشيوعية وعكس القيم والثقافة الأمريكية، وكانت تشرف على إعداد برامجها لجنة من الاستخبارات تحت اسم اللجنة القومية لحرية أوروبا. ولم تقتصر المخابرات الأمريكية في شن حربها على الشيوعية على هاتين الإذاعتين فقط بل أيضاً دعمت بعض الإذاعات الناطقة باسم السلام في الشرق الأوسط بالمعدات والأجهزة لمقاومة المد الشيوعي»⁽¹⁾.

وعند اندلاع أزمة الصواريخ التي نشبت بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي السابق والتي كادت أن تؤدي إلى حربٍ شاملة بين الدولتين، أنشأت الاستخبارات الأمريكية إذاعة راديو أسوان في مايو 1960م بجزيرة أسوان (جزيرة بالبحر الكاريبي قرب كوبا) وجّهتها نحو كوبا خلال الأزمة، وكان هدف هذه الإذاعة هو مقاومة الدعاية الروسية على الكوبيين، وبعد انتهاء الأزمة تحوّلت هذه الإذاعة إلى محطة تقوية لراديو صوت أمريكا. أما راديو صوت إيران فأقامته المخابرات الأمريكية C.I.A في مصر عام 1980م وأسمته صوت إيران الحرّة، وكان هدفه مقاومة الدولة الإسلامية الوليدة في إيران وإسقاط نظام الإمام الراحل آية الله الخميني»⁽²⁾.

«استخدمت أجهزة المخابرات البريطانية والأمريكية الإذاعات الموجهة في تحقيق الكثير من أهدافها، فالإستخبارات البريطانية كانت تخفي داخل البرامج الإذاعية خلال الحرب العالمية الثانية رسائل إلى عملائها داخل ميدان القتال»⁽³⁾.

3. يستخدم التضليل الإعلامي بكافة أشكاله وأنواعه.

«إذا تأملنا مجمل الأحداث الإقليمية والدولية القريبة وخصوصاً الحرب الأمريكية على العراق لوجدنا أن وسائل (الميديا) هي المتورّط الأول في هذه الحرب، ولذلك تم فبركة أكاذيب عديدة شملت أسباب الحرب ونتائجها على السواء بهدف خدمة الفكر الإمبراطوري الأمريكي الذي يريد أن يسيطر على العالم من أقصاه إلى أدناه امتثالاً لمقولة مادلين أولبرايت وزيرة الخارجية السابقة: (العالم لنا..العالم للأمريكان)»⁽⁴⁾.

يقول الأمريكي هزبرت شيللر، الذي كان أستاذاً لمادة (وسائل الاتصال) بجامعة كاليفورنيا، وغيرها من الجامعات، في الفصل الأول من كتابه المثير للجدل (المتلاعبون

(1) معتصم بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص 84.

(2) معتصم بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص 26-27.

(3) المرجع السابق، ص 81.

(4) سعيد اللاوندي، الخداع الإعلامي، (القاهرة: مكتبة جزيرة الورد، 2015م)، ص 28.

بالعقول)،⁽¹⁾ «يقوم مديرو أجهزة الإعلام في أمريكا بوضع أسسٍ لعملية تداول (الصور والمعلومات)، ويشرفون على معالجتها، وتفتيحها، وإحكام السيطرة عليها. تلك الصور والمعلومات التي تُحدّد معتقداتنا، ومواقفنا، بل وتحدّد سلوكنا في النهاية. وعندما يعمد مديرو أجهزة الإعلام إلى طرح أفكارٍ وتوجّهاتٍ لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي فإنهم يتحوّلون إلى (سائسي عقول)... إن تضليل عقول البشر هو - على حدّ قول باولو فريير - (أداة للقهر). إنه يمثل إحدى الأدوات التي تسعى (النخبة) من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة. إن امتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها متاحٌ لمن يملكون رأس المال. والنتيجة الحتمية لذلك هي أن تُصبح محطات الإذاعة، وشبكات التلفزيون، والصحف، والمجلات، وصناعة السينما، ودور النشر مملوكةً جميعاً لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية. وهكذا يصبح الجهاز الإعلامي جاهزاً تماماً للاضطلاع بدور فعّال وحاسم في العملية التضليلية.

«وفي هذا الإطار، يجب أن نتذكّر أن أمريكا في تعاملها مع الرأي العام الدولي، تنطلق من قناعة مؤداها أن (الموجود الوحيد) على الساحة الدوليّة هو الإرادة الأمريكيّة، وإذا حدث تعارض مع الكتل البشرية (التي تعتبر قوام الرأي العام) فلا بُد من تعديلها والتلاعب في عقولها لكي تكون سلسة القيادة»⁽²⁾.

4. يرتبط بالحروب والصراع المسلح سواء كان بين دولتين أو داخلياً ولاسيما في العالم الثالث والمنطقة العربية والإسلامية.

«لم يغيب عن بال أمريكا أن الهدف الأسمى وهو احتلال العراق، يحتاج إلى جيش من الإعلاميين تكون مهمته التمهيد لهذا العمل بنشر الأكاذيب وتزييف الحقائق.. وكما يقول دونالد رامسفيلد وزير الدفاع الأمريكي آنذاك (بات يتعين على الصحافة ألا تكون لها مهمة أخرى غير ترويح الكذب)، ويُذكر أنّ هناك مكتباً مُلحقاً بالبنتاجون يشرف عليه بنفسه مهمته الأساسية بث الأكاذيب المختلفة على الكوكب الأرضي قاطبة»⁽³⁾. بدأ الاهتمام بالإعلام الأمني الدولي أثناء وعقب اندلاع الحرب العالمية الأولى، ثم جاءت بدايات القرن العشرين تحمل معها مزيداً من الاهتمام بالإعلام الدولي في شتى المجالات، ومع اندلاع الحرب العالميّة الأولى حَقَّق الإعلام الدولي قفزة كُبرى بسبب تعدد أطراف الحرب العالميّة واتّساع رقعة الصراع»⁽⁴⁾.

«أما في الحرب العالميّة الثانية فقد استخدمت وسائل الإعلام الدوليّة على نطاقٍ

(1) هيربرت أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، (الكويت: سلسلة كتب عالم المعرفة، إصدار رقم «106»، مارس 1999م)، ص 5.

(2) سعيد اللاوندي، الخداع الإعلامي، مرجع سابق ص 60.

(3) المرجع السابق، ص 30.

(4) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991م)، ص 168.

واسع، بهدف التأثير على شعوب الدول الأخرى»⁽¹⁾.

«إنّ الحرب تبدأ في عقول البشر ولذلك فإن وسائل الإعلام قد أصبحت مسؤولة عن إشعال نار الحرب في الكثير من مناطق العالم نتيجة إخفاء الكثير من الحقائق عن الجمهور، كما أن الإعلام الأمني الدولي أصبح يوفر الآن مناخاً لتزايد الحروب عن طريق تجهيل الشعوب وتضليلها وانتزاع استجابات عاطفية سريعة منها لخدمة أهدافه الظاهرة والمستترة، لذلك تقوم وسائل الإعلام الأمني الدولي بإعداد الشعب في الداخل وتهيئته للحرب باتباع استراتيجية تقوم على أربع مراحل⁽²⁾:

المرحلة الأولى: صناعة الأزمة

حيث تقوم وسائل الإعلام الأمني الدولي بتوضيح حتمية الحرب من خلال فشل المساعي الدبلوماسية وأن الحرب ضرورية لمجابهة الخطر القادم باعتبارها آخر الحلول (حالة العراق - أفغانستان.. إلخ).

وخلال الحرب الباردة قامت أمريكا بالتركيز على خطر الإتحاد السوفييتي وأنه يشكل تهديداً للحياة في الغرب والديمقراطية وقامت وسائل الإعلام الأمريكية بالترويج لمجموعة من الخرافات، منها: نحن طيبون وهم أشرار - إن عدونا يقوم بقيادة مؤامرة دولية ضدنا - مشكلات العلاقات الخارجية يسببها عدونا - الاستجابة الوحيدة المناسبة للمشكلات الخارجية هي العمل العسكري - المواطنون لابد أن يؤيدوا قرارات السياسة الخارجية للسلطة.

المرحلة الثانية: تشويه صورة العدو

وتركز وسائل الإعلام الأمني الدولي في بداية هذه المرحلة على شخص قائد العدو أو الزعيم. وتكشف حرب الخليج كيف حولت وسائل الإعلام الأمريكية صدام حسين إلى شيطان وذلك بتشبيهه بهتلر وكان هذا التصوير محاولة لاستغلال الرعب الذي يثيره هتلر في نفوس الغربيين وكانت محاولة لاقتناع الأمريكيين بأن أمريكا تذهب لهذه الحرب بنفس المبررات التي ذهبت بها للحرب العالمية الثانية. والآن يقوم الإعلام الأمني الدولي بتشويه صورة السودان أمام الرأي العام العالمي بحجة انتهاك حقوق الإنسان - الدولة الفاشلة - الإبادة الجماعية - الاغتصاب إلخ..

المرحلة الثالثة: تبرير الحرب

وفي هذه المرحلة تقوم وسائل الإعلام بالتأكيد على مشروعية الحرب وعدالتها وأنه البديل الوحيد بعد فشل كل جهود التواصل لحلول سلمية. ويتم رسم صورة إيجابية للذات بهدف تبرير الحرب ضد العدو ويكشف تحليل تغطية وسائل الإعلام الأمريكية والغربية للحرب في هذه المرحلة أنها حرب المتحضرين والديمقراطيين ضد أعداء

(1) معتصم بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص22.

(2) عبد المولى محمد موسى، مصدر سابق.

المرحلة الرابعة: تغطية الحرب

في مرحلة تغطية الحرب نفسها فيكشف تحليل تغطية وسائل الإعلام لحَرْبِي الخليج وأفغانستان أن الإدارة الأمريكية قد حرصت على تكرار ما حدث في فيتنام ولذلك تحكمت في تغطية وسائل الإعلام وقد تعرض مراسل CNN في بغداد للهجوم لأنه قام بعرض مشهد لمذبحة مخبأ العامرية في بغداد خلال حرب الخليج راح ضحيتها 400 من المدنيين حيث قال متحدث باسم وزارة الدفاع الأمريكية أن الجمهور لا يريد رؤية مثل هذه الأشياء وأن هذا يحقق أجندة صدام التي تقوم على استغلال القلق العام برؤية الضحايا المدنيين على شاشات التلفزيون.

5. الغاية عند القائمين عليه تبرُّر الوسيلة.

ونجد أن مبدأ (الغاية تبرِّر الوسيلة)، ينبع من الغرب ويدعو له ويسوّقه أحد المفكرين الغربيين، وهو (نيقولا ميكافيلي) صاحب المدرسة الميكافيلية، الذي ولد في فلورنسا عام 1469، واختير سكرتيراً للمستشارية الثانية لجمهورية فلورنسا وهي تشرف على الشؤون الخارجية والعسكرية. وقد دعا لذلك في كتابه الأشهر (الأمير) الذي قام بتأليفه في النصف الثاني من سنة 1513 و صدرت منه الطبعة الأولى سنة 1532م. وبهذا المفهوم الشيطاني مايزال الإعلام الأمني الدولي يكذب ويتحرى الكذب، والغاية عنده تبرِّر ذلك.

6. يستهدف القيم الإسلامية والعادات والتقاليد العربية الراسخة والأصيلة.

يقول الدكتور عبد الوهاب المسيري المفكر العربي البارز: «أغانى الفيديو كليب وما تقدمه القنوات الفضائية تركز على الجانب الجنسي والغريزي فقط، ولأن هذه القنوات أصبحت موجودة بكل بيت عربي، أصبحت هذه القيم الغريزية جزءاً من صميم حياتنا العادية اليومية، وذلك يؤثر على نسيج المجتمع وعلى بناء الأسرة، في الوقت ذاته يتم إعلاء القيم الجنسية وتجاهل كافة القيم الإنسانية الأخرى، وذلك يهدد أخلاق الشباب العربي خاصة أن المجتمعات العربية تعاني من أزمات الزواج والعنوسة، وبسبب هدم القيم الأخلاقية بهذه المواد الإعلامية ينفصل الفرد العربي عن مجتمعه وأسرته وعن أي منظومة قيمية اجتماعية، بل تتحول أهداف الشباب وقيمه إلى تحقيق المتعة الفردية والمنفعة الشخصية والتي تترجم نفسها في عادة استهلاك السلع والمزيد من السلع في مجتمع تعيش غالبية تحت خط الفقر، أي أن ولاء الفرد لمجتمعه ولأسرته يتآكل بالتدريج كما أن انتماءه لوطنه يصبح ضعيفاً للغاية إن لم يكن منعماً. إنَّ ما تقدمه القنوات الفضائية هو إحدى أدوات العولمة لتنميط العالم بأسره لوحدة متشابهة هي

في جوهرها وحدات اقتصادية تم ترشيدها وإخضاعها لقوانين مادية عامة مثل قوانين العرض والطلب، ولذلك تختفى الخصوصية من المجتمع ولا يصبح لأبنائه أي انتماء واضح لأن ذاكرته التاريخية قد تم محوها لفتح الحدود لتتحرك السلع ورأس المال بلا حدود أو قيود»⁽¹⁾.

7. يتناول القضايا الخلاقية عند المسلمين ويعمل على تضخيمها، ويدعم بقوة الإسلام الشيعي على حساب الإسلام السني، حيث يرى أن الشيعة أقرب له من السنة. 8. يعمل على تزوير الرأي العام العالمي الحقيقي وتشكيل رأي عام مغاير ذو اتجاهات مصنوعة ترتبط بقيم الغرب وعاداته وتقاليده.

«هنالك عوامل ساهمت في تزايد النشاط الاتصالي الدولي منها ظهور مفهوم الرأي العام في الدول الأوربية الكبرى حيث ظهرت معه الحركات الجماهيرية التي أصبحت لها نشاطات ذات صلة بعلم الاتصال»⁽²⁾.

إن الإعلام الأمني الدولي وفي تحقيق رسالته وأهدافه بكافة السبل والوسائل، أصبح قادراً على (صناعة) رأي عام دولي حول قضية معينة، وتتم هذه الصناعة باحترافية عالية تُستخدم فيها كل الحقائق والأرقام (المزورة).

«لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة وتزويد الناس بالخبر أو الحدث، أو حتى مجرد وسيلة للترفيه والتسلية، بل أصبح الإعلام أيضاً أداة فاعلة في صناعة الرأي العام الذي لم يعد مستقبلاً للمعلومة أو الخبر فقط، بل أصبح يتفاعل ويتأثر عقلياً وفكرياً وسلوكياً مع ما يتابعه من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والإعلام بوسائله الحديثة وبرامجه المتنوعة إنما يصدر عن (تصورات وأفكار ومبادئ) تعمل على إحداث تغيير مقصود في المجتمع المُستهدف ليس في دائرة محددة أو مجتمع بعينه، بل يحدث ذلك على المستوى العالمي»⁽³⁾.

9. يستخدم الحرب النفسية.

«الحرب الأمريكية في العراق هي - في الواقع - كوكتيل حروب: حرب عسكرية، وحرب إعلامية، وحرب نفسية يديرها البنتاغون خصوصاً عبر (وحدة التأثير الاستراتيجي) التي يقودها دونالد رامسفيلد وزير الدفاع بنفسه ومهمتها تزييف الحقائق وتسريب المعلومات الكاذبة لكي تبتلعها الصحف الأمريكية والعالمية»⁽⁴⁾.

10. له عداء استراتيجي للمسلمين والعرب.

(1) مقال بعنوان، الفضائيات العربية أداة أمريكا الجديدة لغزو العقول العربية وتدمير القيم الأخلاقية، منشور على الإنترنت، <http://www.startimes.com>

(2) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991م)، ص168.

(3) محمد علي عبد الرحيم، مرجع سابق.

(4) سعيد اللاندي، الخداع الإعلامي، مرجع سابق.

الإعلام الأمني الدولي ينطلق من مبادئ سياسية وفكرية تستند على (صراع الحضارات)، الذي يَبْنِيه صمويل هانتغتون وهو أحد أبرز المفكرين الغربيين، وهذا الصراع (المُتَوَهَّم) لديهم مايزال وسيبقى بين الغرب والإسلام، مع أنَّ الإسلام منهجاً وسلوكاً لا يعرف العداة المطلق للأخر، ولذلك نجد أن الإعلام الغربي سبب رئيسي في تنامي ظاهرة العداة للإسلام والمُسلمين من خلال ما يَبْنِيه من حملات كراهية مخططة وما يقدمه من معلومات مغلوبة ومُضَلَّلة، ودمغ المسلمين بالتطرُّف والإرهاب.

10. إبراز الحضارة الغربية على أنها هي النموذج الأمثل للحياة.

11. يكثر الحديث حول الديمقراطية الغربية.

«يجب الإشارة إلى الفضيحة التي فجرتها لوس أنجلوس تايمز حول قيام الجيش الأمريكي في العراق بدفع أموال سرية إلى صُخف عراقية مقابل نشر مقالات كتبها عسكريون لتلميع صورة الاحتلال وإظهار الإيجابيات والتحويلات الديمقراطية التي أحدثها في الساحة العراقية.. وبعد واقعة الإحتلال بدأت الميديا الأمريكية تتحدث عن (جنة الديمقراطية) الموجودة في العراق، وإجراءات الانتخابات التشريعية والرئاسة.. وقبلها تحدّثت -كذباً- عن مسرحية نقل السُلطة وانتهاء الإحتلال بتغيير المُسمّى من قوات الإحتلال إلى قوات متعددة الجنسية»⁽¹⁾.

الديمقراطية عند الغرب ومفهومها لدى إعلامه الأمني الدولي، حق يُراد به باطل، والشواهد الكثيرة في عالمنا العربي والإسلامي وفي إفريقيا تؤكد وبجلاء أنَّ الغرب وأمريكا ظلوا يقومون بالحماية الكاملة والدعم المستمر لأنظمة ديكتاتورية وفاسدة ولا علاقة لها بديمقراطية من قريب أو بعيد، وتجد هذه الأنظمة الباطشة الرضاء التام. 12. يكثر الحديث حول الحريات وحقوق الإنسان وانتهاكاتها، وربط ذلك بالمسلمين بصورة خاصة ودول العالم الثالث والعرب عموماً بذلك.

الحريات العامة وحقوق الإنسان تمثل جزءاً من التراث الحضاري الإسلامي، وإن حدثت انتهاكات داخلية فيما بين المسلمين، فهي كذلك في الدول الغربية، والعبرة تكون في هل هي انتهاكات مُمنهجة ومتعمدة أم أنها أحداث طارئة ومنعزلة؟. والإجابة على هذا السؤال تبيّن أنها بجلاء النظرة الفاحصة لطبيعة الانتهاكات في فلسطين وأفغانستان والعراق والشيشان والصومال وبورما وغيرها، وجميعها انتهاكات تتم بصورة بشعة ومُمنهجة ومتعمدة، ولا يستطيع الإعلام الغربي الحديث حولها وتجاهلها.

إذاً ما يقوم به الإعلام الأمني الدولي من حديث حول الحريات وحقوق الإنسان في الدول العربية والإسلامية إنما هو مزيداً من الكذب والتضليل والتضخيم المتعمد والمُستخدم كواحدة من وسائل التشويه لصورة الإسلام والمسلمين.

13. يكثر الحديث حول الإرهاب، ويعمل جاهداً على ربطه بالمسلمين.

(1) سعيد اللاوندي، مرجع سابق، 53-59.

«من الآثار التي نجمت عن أحداث 11 سبتمبر وصم العرب والمسلمين بأنهم إرهابيون، يجب محاسبتهم، واتهامهم بأنهم مُدبرو الحادث ومنفذهوه.. وفي إطار المحاولات الأمريكية لمواجهة ومحاربة الإرهاب تمّ تضليل الرأي العام عندما خطت الإدارة الأمريكية بين الإرهاب المزعوم وبين الجهاد المشروع، وبين حق الشعب في المقاومة والدِّفاع عن عرضها وأرضها ومقدساتها وبين سلب ونهب الحقوق واغتصاب الأرض والعرض من قِبَل المحتلين المُستعمرين والغاصبين المجرمين»⁽¹⁾.

14. يُعتبر الدين أحد أهم معالمه. «بدأ الإعلام الدولي سياسياً وفيما بعد أصبح الدين أحد أهم معالمه، وتُعتبر الكنيسة الكاثوليكية أول من قام بعمليات الدعاية وذلك ابتداء من العام 1622م وذلك أثناء حرب الثلاثين عاماً (1618م - 1648م) حينما طور البروتستانت مجموعة من النشاطات الإعلامية طبقت خلالها أشكالاً مختلفة من الدعاية السياسية والدينية تركت أثرها في أقطار عديدة»⁽²⁾.

15. يغلب عليه البعد الدعائي.

أشار الدليل الأمريكي القياسي لوسائل الإعلام الإلكترونية الصادر في العام 1987م، إلى أن إذاعة صوت أمريكا - التي تمثل نموذجاً لوسائل الإعلام الأمني الدولي - تم استغلالها استغلالاً سالباً من قِبَل الحكومة الأمريكية لتعمل عملاً دعائياً «حين تقلد الجمهوريون الرئاسة في واشنطن دعت الإدارة إلى استغلال إذاعة صوت أمريكا استغلالاً قوياً كأحد أجهزة الدعاية الأمريكية، وقد تسبب تنفيذ هذه السياسة في إثارة الشقاق، إذ شعر بعض العاملين بأن هذه التوجيهات الجديدة سوف تقوّض مصداقية صوت أمريكا كمصدر موثوق به للمعلومات وخدمة خارجية تتّصف بالتأثير والفاعلية»⁽³⁾.

إذاعة (صوت أمريكا) التي تم تأسيسها في 4 فبراير 1942م، تمثل نموذجاً لإحدى وسائل الإعلام الأمني الدولي «بدأت كخدمة تابعة لوكالة الاستعلامات الأمريكية، وهي وكالة تعمل كجهاز دعاية للولايات المتحدة وتبرير سياستها الخارجية، وتقوم بوضع خطط دعائية لكل بلد حيث تحاول الوصول إلى قطاعات معينة، وتنتشر أخبارها عبر المؤسسات الإعلامية المختلفة والبالغة 5.000 محطة، معدل إرسالها 15 ألف ساعة كما تدير 59 محطة إرسال في الخارج»⁽⁴⁾.

16. صناعة وبث الشائعات وتضخيمها.

17. يستخدم لغات الشعوب خارج دولته، ونحن في العالم الإسلامي يغزونا باللغة العربية بدرجة أكبر، ثم بقية اللغات الأخرى الموجهة لأفريقيا ودول العالم الثالث.

(1) شعيب الغباشي، الخطاب الإعلامية والقضايا المعاصرة، (القاهرة: عالم الكتب، 2013م)، ص 118 - 119.
(2) معتصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدوائية وتشكيل الرأي العام، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعلبة المحدودة، أكتوبر 2000م)، ص 21.
(3) معتصم بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص 71..
(4) المرجع السابق، ص 67.

«هيئة الإذاعة البريطانية BBC توسعت في خدماتها وظلت تبث برامجها بأربع وثلاثين لغة طوال اليوم، إذاعة صوت أمريكا Voice of America تبث برامجها لمختلف قارات العالم بست وثلاثين لغة. إذاعة فرنسا Radio France تبث برامجها بأربع وثلاثين لغة. إذاعة موسكو Radio Mosco تبث برامجها باثنتين وثمانين لغة»⁽¹⁾.

«ومن خلال هذه اللغات العديدة قدمت الإذاعات برامجها على مدى سنوات عمرها، ورغم أن ديناميكية السياسة اللغوية في كل إذاعة واختلافها من دولة إلى أخرى إلا أن الدافع الأساسي لها ظل في كل الأحوال استقطاب أعداد أكبر من الجماعات البشرية التي لا تستوعب البرمجة بغير هذه اللغة أو تلك. كما أن الغرض السياسي قد لعب دوراً هاماً أيضاً في تحديد نوع اللغة التي تستخدمها الإذاعات وشكل البرامج التي تقدم من خلالها. وفي كثير من الأحيان كان الدين هدفاً رئيساً أيضاً لفرض هذه اللغة أو تلك للبرمجة الإذاعية»⁽²⁾.

مجملاً يمكن القول أن الإعلام الأمني الدولي يسعى لفرض هيمنة الثقافة الغربية على الدول العربية والإسلامية وتمدد النفوذ الأمريكي خارج الحدود لحماية ما يروونه مصالحهم خارج حدود أراضيهم والتي يقرّون أنها تمثل عمقاً مهماً لأنهم القومي، ويأتي على رأس ذلك صراع الحضارات وصراع المصالح المرتبطة بالموارد الطبيعية في العالم العربي والإسلامي ودول العالم الثالث.

«الموارد الطبيعية في كل العالم تقريباً تواجه نضوباً وشيكاً نتيجة الاستنزاف غير المسؤول والذي مارسته الدول الغربية عموماً بإفريقيا، وغيرها من بقية دول العالم. مما يهدد بفساد الموارد. والولايات المتحدة التي تعرف حقيقة ما يجري من إهلاك مُتعمد في بعض الأحيان لهذه الموارد، تريد الاستئثار بالبقية الباقية منها، حتى على حساب الدول الحليفة لها من دول الغرب إن دعت الحاجة لذلك.. وأنا أزعّم أن شركة شيفرون الأمريكية قامت بإغلاق آبار النفط السودانية المكتشفة في تلك الفترة (السبعينات) لأن الاستراتيجية الأمريكية لمرحلة السودان النفطي لم تكن واضحة بعد وقيّد التشكل»⁽³⁾.

نماذج عمل الإعلام الأمني الدولي بالعالم العربي:

يمثل الإعلام الأمني الدولي أحد أقوى آليات تنفيذ السياسة الخارجية الدولية، للغرب عموماً وأمريكا تحديداً تجاه العالم الثالث ولاسيما العالم العربي والإسلامي، في ظل الهيمنة الاتصالية الغربية، وضعف الإعلام الإسلامي والعربي، وتفرّق كلمة المسلمين والعرب، يعاونه في ذلك الدبلوماسية والمنظمات العالمية والدولية وصناديق النقد.

(1) جبهان أحمد رشدي، الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م)، ص 43.

(2) نفيسة الشرفاوي، مرجع سابق، ص 52.

(3) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص 24- 28.

أولاً: نموذج العراق:

لعب الإعلام الأمني الدولي دوراً كبيراً في تهيئة الرأي العام العراقي والغربي لقبول الغزو الأمريكي البريطاني للعراق، وعمد إلى الكذب والتضليل وتشويه صورة الرئيس صدام حسين في شخصه وتصويره كإرهابي وتشويه صورة العراق كبلد عربي مسلم، وهذا تؤكد الشواهد ويؤيده أهل الغرب أنفسهم، كتب جون برادي كيسلنج، الدبلوماسي المخضرم الذي عمل 20 عاماً في الخارجية الأمريكية في رسالة الاستقالة التي قدمها لوزير الخارجية كولين باول قبل اندلاع الحرب: «لم نشهد مثل هذا التشويه المنظم للكفاء، هذا التلاعب المنظم بالشعب الأمريكي، منذ حرب فيتنام. ولم يستطع الدبلوماسي أن يقنع الآخرين ولا أن يقتنع هو نفسه بما تخطط له بلاده، ولا بالصورة التي ساهمت وسائل الاعلام في إيصالها إلى الشعب الأمريكي»⁽¹⁾.

«استطاعت آلة الإعلام الغربي الضخمة جر الإعلام العربي برمته لمنطقها الذي تريد أو بمعنى أصح لمنطقها متعدد الأغراض»⁽²⁾.

إن الغرب وإسرائيل كانوا وما يزالون ضد وجود أي قوة عسكرية عربية أو إسلامية تهدد مصالحهم الحقيقية والمتوهمة في الشرق الأوسط (نظرية العدو المحتمل)، يسانداهم هذا المنطق المعوج إيران الشيعة التي ترى في وجود قوة عسكرية سنّية بالمنطقة أكبر مهدد لنفوذها، وبعد خروج العراق من حربه مع إيران 1988م، ووجود قوته العسكرية الضخمة كان لا بُد من العمل على تدميرها وبالتالي لا بُد من إعلام أمني دولي موجه تجاه العراق لتهيئته من خلال الرأي العام الداخلي وتقنيك وحدته الوطنية واختراقها.

«يذكر الجنرال نورمان شوارزكوف قائد القوات المركزية الأمريكية الذي قاد قاد عاصفة الصحراء ضد العراق عام 1991م في مذكراته ما نصه (إنه ومنذ مقابلته لوزير الدفاع الأمريكي فرانك كارلوتشي عام 1988م، أثار الاهتمام الأمريكي بقوة العراق العسكرية، وتغيير ميزان القوى في الخليج العربي مع خروج العراق منتصراً ورعاية الأمم المتحدة لوقف إطلاق النار بين العراق وإيران، ولدى العراق مليون جندي مع اقتصاد ضعيف جداً لاستيعاب الجنود في الحياة المدنية.. فتم التأكيد على أن الذي يهدد المصالح الأمريكية في الشرق الأوسط هو العراق المبادئ بالعدوان كرابع جيش في العالم من حيث الحجم ويقف شمالي حقول النفط الأساسية والحيوية للعالم الصناعي، وهكذا بات العراق هو العدو في مخططات تدريبات القيادة المركزية الأمريكية)»⁽³⁾

(صحيفة اليوم السعودية، الخميس الموافق 17 إبريل 2003 العدد 10898 1

(2) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص103.

(3) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص 104.

«وأدان لويس لابهام، رئيس تحرير مجلة هاربر، في حديث مع تورونتو ستار في فبراير تغطية وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسية للأزمة العراقية. وقال لابهام: «يواصلون الترويج لفكرة حتمية (الحرب) وهي الفكرة التي يقدمها البنتاجون والبيت الأبيض»⁽¹⁾. وبالنسبة للمحلل ستيف ريندل، من منظمة فيرنس أند اكيوراسي إن ريبورتينج (العدل والدقة في نقل الاخبار) المعنية بوسائل الاعلام ومقرها نيويورك، فإنه يرى أن وسائل الإعلام الأمريكية فشلت في التصرف بشكل متوازن في موضوع العراق. ووصف ذلك بأنه (مخرج). وفي حديث مع وكالة الأنباء الألمانية قال ريندل: «إن نصف الأمريكيين الذين استطلعت آراءهم في الفترة السابقة للحرب، أعربوا عن اعتقادهم أن العراق يمثل تهديداً وشيكاً للولايات المتحدة. وتساءل: من أين حصلوا على هذه الفكرة؟ من وسائل الاعلام. وقال ان الثقافة المشتركة لوسائل الاعلام الرئيسية وعلاقات الصحفيين بالمسؤولين الحكوميين تعني أن الأخبار غالباً ما تأتي من أفواه المسكين بالسلطة. وأضاف أن المعتقدات المشتركة بين الصحفيين والمسؤولين الحكوميين تضعف البروتوكول الصحفي. وقال: في البحث الذي قمت به، هناك أدلة بالتأكيد على انحياز لجانب طبقات في نقل الأخبار. أصبح الصحفيون منحازين بصورة أكثر إلى نخبة المجتمع وقادة العمل السياسي»⁽²⁾.

ويقول ريندل: «إنهم مذعورون وقلقون من اتهامهم ليبراليون ويفتقرون للوطنية. وألمح إلى أن دراسة لمنظمة فيرنس أظهرت أن 76 بالمائة من المعلقين الذين استضافتهم محطات التلفزيون في وسائل الإعلام الأمريكية لمناقشة الحرب المقترحة كانوا إما مسؤولين حكوميين حاليين أو سابقين. ويرى ريندل أن هذا يترك مجالاً صغيراً للنقاد الحقيقيين»⁽³⁾.

هذه الشهادات الموثقة والمهنية وغير المجروحة تؤكد ضلوع الإعلام الأمني الدولي والمخابراتي الأمريكي في رسم صورة حتمية الحرب بل وضرورتها وتعهد في ذات الوقت لرسم صورة شائنة ومزورة وغير حقيقية للرئيس صدام حسين، وهذا يمثل نموذج فقط لأدوار الإعلام الأمني الدولي في المنطقة العربية والعالم الإسلامي، يسانده في ذلك الشيعة بالمنطقة سواء في إيران أو العراق وساندوا ذلك بإعلامهم المسموم.

يقول يسري فوده: «مضى الأميركيون في حرب دعائية مدروسة استخدموا فيها المسموح وغير المسموح، في قرصنة إذاعية استولوا على أثير الإذاعة العراقية وخاطبوا الشعب العراقي مباشرة تحت أنف الرئيس العراقي، اخترقوا سيادة دولة مستقلة وألقوا على رؤوس أهلها منشورات تدعو إلى العصيان وتأكدوا من وصول بث إذاعتهم الموجهة

(1) صحيفة اليوم السعودية، المرجع السابق.

(2) صحيفة اليوم السعودية، مرجع سابق.

(3) المرجع السابق.

(سوا) إلى كل منزل عراقي»⁽¹⁾.

فيليب نايتلي (مؤرخ في شؤون الدعاية): «يبدأ الأمر بادعاء من الحكومة بأن شيئاً شريراً قد حدث، أمة شريرة وزعيم شرير قاما بعمل علينا التصدي له، ثم تبدأ في شيطنة الشعب لماذا يؤيدون هذا الزعيم الشرير؟ تشيطنهم بادعاء أنهم لا يوثق بهم، وأنهم مختلفون»⁽²⁾.

مارتن بل (صحفي وعضو البرلمان البريطاني سابقاً): «أعتقد بأن (جورج دبليو بوش) يريد الحرب انتقاماً لما حدث في الحادي عشر من سبتمبر، لكنه لم يفلح في إقامة العلاقة مع القاعدة، قالوا أيضاً إنهم سيجربون بسبب أسلحة الدمار الشامل، لكن وجودها لم يثبت، ومن ثم يقولون سنحارب على أيّة حال لأن صدام شرير ونريد تحرير شعبه»⁽³⁾.

فيليب نايتلي: «بدأ الحديث عن الإرهاب وتهديد الأمن الدولي، ثم يأتي دور الإعلام ليتحدث عن حتمية الحرب، والعبارة الأكثر رواجاً الآن هي العد التنازلي إحياءً بألا أحد يستطيع وقف الحرب، وبأن الناس إزاءها لا حول لهم ولا قوة، الحرب حتمية»⁽⁴⁾.
”عندما دعا الرئيس الفرنسي إلى قليل من التريث وصفوه بالدودة بل إنهم ساووا بينه والرئيس العراقي على الصفحة الأولى، (فتش عن الفارق). ونداء إلى القوات البريطانية على صفحتين (هاتوا صدام)، إلى جانبه خبر قد لا تبدو له علاقة، الحكم على أحد المتهمين في قضية الحادي عشر من سبتمبر، قد لا تبدو له علاقة، حيلة تكررت كل يوم تقريباً عبر ما نعلم الآن أنه كان عدداً تنازلياً نحو الحرب”⁽⁵⁾.

”يجب ألا يغيب عن بالنا محاولات شيطنة النظام العراقي قبل سقوطه، ومنذ أن نفذ حكم الإعدام بحق الصحفي البريطاني فرزاد بازوف والذي وصفت إعدامه مارقرت تاتشر رئيسة وزراء بريطانيا، بأنه بربري. ثم استمر مسلسل شيطنة النظام عبر محاولات تضخيم حجم السلاح العراقي الذي تابع العالم كافة حلقاته والتي ثبت فيما بعد مدى الأكاذيب البشعة التي نجح العالم الغربي في نسجها حول رقاب النظام العراقي السابق”⁽⁶⁾.

«وفي حرب الخليج الثانية كانت إذاعة صوت أمريكا ضمن وسائل إعلامية أخرى

(1) موقع الجزيرة نت على الإنترنت، <http://www.aljazeera.net/programs/topsecret/2005/1/10>

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع السابق.

(4) المرجع السابق.

(5) المرجع السابق.

(6) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص 106.

تعمل على تحقيق الاستراتيجية الإعلامية التي وضعتها الولايات المتحدة لإدارة الأزمة والتي تعمل في اتجاهين:

الأول: كسب التأييد والتعاطف إلى جانب الحلفاء.

الثاني: تأجيج الحقد والكراهية ضد صدام حسين⁽¹⁾.

وهذه ما كنت تتم كما يريدون لولا تفتت الجبهة الداخلية وعدم تماسكها، ولا سيما الشيعة وحقدهم الدفين تجاه السنة، والذي أظهرته الأيام لاحقاً بعد سقوط نظام صدام حسين.

وعلى هذا الأساس تحددت المرتكزات الأساسية التي استند إليها الإعلام -الأممي الدولي- وانطلق منها والتي جاءت على النحو التالي⁽²⁾:

1. الحديث عن وجود القوات الأمريكية، على أنه ضرورة قصوى كان لها ما يبررها.
2. الحديث عن القوات العراقية في الكويت، لماذا- وما الذي تفعله اليوم هناك، وما الذي يمكن أن تفعله غداً؟.
3. إبراز كيف يتحدى صدام حسين القانون الدولي رفضاً للسلام ورغبة في الحرب.
4. التأكيد على رغبة أمريكا والحلفاء إلى دعم مادي وتأييد معنوي لكي تتمكن من الصمود، ولكي تصبح قادرة على المواجهة.
5. الانتهاء إلى حتمية الحرب.
6. وقعت الحرب التي لم نكن نريدها، والتي لم نستطع تجنبها.
7. الحرب ساحة للدعاية والرجال والسلاح.

ثانياً: نموذج دارفور بالسودان:

«التدخل الدولي في الأزمات السودانية اتخذ أشكالاً متعددة، عبر رعاية رعاية بعض اتفاقيات السلام الموقعة. ثم استقل في المشكلة الدارفورية عبر مجموعات الضغط الإفريقية بأمريكا ثم عبر ما يسمى بمجموعة النزاعات الدولية ثم تشابكات ما تسمى بمحكمة الجنايات الدولية، وقد تم التخطيط لتدوير الأزمة السودانية بمراحل تكتيكية واستراتيجية شديدة التنظيم والدقة»⁽³⁾.

تُعد أزمة دارفور واحدة من أسوأ النماذج في مجال عمل الإعلام الأممي الدولي، وتخطيطه المُحكّم مع الدبلوماسية الغربية والمنظمات الدولية التي تمثل واجهات للمخابرات الغربية عموماً والأمريكية على وجه الخصوص. «الولايات المتحدة تريد تطبيق النموذج العراقي في دارفور - الفوضى الخلاقة- دون أن تدفع أي ثمن جراء هذا التطبيق الجائر حيث يضرب الكل الكل»⁽⁴⁾.

(1) معتصم بابكر مصطفى، مرجع سابق، ص85.

(2) كرم شلبي، الدعاية والإعلام في حرب الخليج، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي، 1992م)، ص71.

(3) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص108.

(4) الفاتح كامل، مرجع سابق، ص108.

«لقد اقترنت الحركة الدبلوماسية بالخطاب الإعلامي وكانت جزءاً من أدوات تسليط الضوء على ما يجري في السودان، وهو نمط جديد في الرسالة الإعلامية وبناء الحملات ضد الدول والمجموعات حيث تنقل الوفود دائرة اهتمام الجمهور إلى مواقع الأحداث عبر هذه الحركة الدبلوماسية المتعددة الجوانب والاتجاهات وهو ضغط قوي وشديد التأثير»⁽¹⁾.

نشطت الحركة الدبلوماسية الغربية في تلك الفترة من بداية أزمة دارفور لتعمل على استصدار قرارات من الأمم المتحدة ضد حكومة السودان من جهة، ولتثبيت صور ذهنية سلبية لدى جمهورها الداخلي من جهة أخرى، يتزامن مع ذلك إبراز القصور في الجوانب الإنسانية وممارسة ضغوطات لإدخال المنظمات الإنسانية التي تقوم بأدوار أخرى سلبية، ومن ثم يعمل الإعلام الأمني الدولي على تأكيد تلك التصريحات سواء كانت دبلوماسية أو تقارير منظمات مجتمع مدني للمزيد من الضغط على السودان، لتحقيق أجنداث معلنة وخفية.

«تطور التناول الإعلامي من الإشارة للحالة الإنسانية للنازحين وتوفير الإغاثة إلى حمايتهم في ظل حديث عن عنف وتهجير قسري للأفارقة، ثم تطور التناول إلى جرائم حرب وجرائم ضد الإنسانية، وقضايا ثانوية مرتبطة بالأمر وهو العنف الجنسي ضد النساء والأطفال»⁽²⁾.

هذا التصعيد الإعلامي واختلاق الأكاذيب وإطلاق الدعاوى الباطلة، عمل مخطط في أصابير المخابرات ودور الإعلام الأمني الدولي هو التكثيف من التناول وزيادة النشر عبر كافة الوسائط لتحقيق المزيد من الأهداف بالتعاون والتنسيق مع المنظمات. «قد دفعت منظمات إنسانية ولوبي يهودي وجماعات السود في اتجاه تأزيم الوضع حيث أعلنت الولايات المتحدة أن ما يجري هو إبادة جماعية. فالأمر في كلياته مرتبط بأهداف وأجندة تتبين من خلال المراجعة والفحص للمواقف والتصريحات والأقوال. وأجهزة الإعلام الأجنبية عندما ركزت على أزمة دارفور بشكل كبير وأعطتها حيزاً لم يكن متوقعاً، فإن هذا الفعل لم يتم بصورة عفوية أو بدوافع مهنية بحتة، وإنما كان عملاً مخططاً بدقة من قبل جهات لها أجندة خاصة تريد تحقيقها من خلال ثغرة دارفور»⁽³⁾.

الأمن القومي العربي.. الواقع والتحديات:

يمثل الإعلام الأمني الدولي تهديداً مباشراً للأمن القومي العربي، سواء على المستوى الوطني/ الدولة، أو على مستوى الإقليم/ المنطقة العربية، ولمعرفة والحد من هذا التهديد يجب الوقوف على مفهوم الأمن القومي العربي ومعرفة التحديات التي تواجهه بشكل

(1) إبراهيم الصديق علي عطية، أثر الهيمنة الاتصالية العالمية على السودان- دراسة التناول الإعلامي لقضية دارفور

2004م-2005م، (الخرطوم: هيئة الأعمال الفكرية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2006م)، ص 75.

(2) إبراهيم الصديق علي عطية، مرجع سابق، ص 72.

(3) المرجع السابق، ص 72.

عام.

ظهر الحديث عن الأمن القومي العربي في فترة الستينات من القرن الماضي مرتبطاً بـ(القومية العربية)، التي حملت عناصر فنائها بين جنبيها، لكونها جعلت المنهج الفكري الاشتراكي قدوة لها وأسوة لمنظريها، فضجت الفكرة بالمتناقضات، التي لم تراعي قيم مواطن العالم العربي وتركيبه شعبه واتصالهم بالإسلام السنّي، فكانت فكرة القومية العربية ذات أبعاد تماذج بين الليبرالية والإشترائية والبعث، ولذلك لم يكتب النجاح للفكرة التي قامت على شفاء جرف هار فانهار بها لكونها عكس واقع وتركيبه المجتمعات العربية.

شهدت فترة نهاية الستينات وبداية السبعينات صراعاً عنيفاً بالعالم العربي حول محوري البعث العربي (سوريا، العراق)، والإشترائية (السودان، مصر، ليبيا)، فكانت النظرة قاصرة تجاه رؤية كُلية للأمن القومي العربي تخرج من عباءة هذين التيارين (القطرية العربية، والإشترائية العروبية) دون وجود قواسم مشتركة مع بقية بلدان الإقليم، وخلافاً لما هو عليه الإقليم من ثقافة إسلامية رافضة في عمقها الجماهيري - بعيداً عن النخب- للواقع المفروض عليها من حكومات تلك الفترة.

بعد انهيار منظومة تلك الحكومات (اليسارية) ومن ثم سقوط الاتحاد السوفيتي وبروز قوى عربية ذات عمق استراتيجي وقيم إسلامية أصيلة وعربية راسخة وبروز القطبية الأحادية (أمريكا) أصبح الأمن القومي العربي يرتبط بتحديات إقليمية ودولية تستدعي ضرورة وجود فلسفة ورؤية جديدة للأمن القومي العربي تتماشى مع الواقع الدولي وتستوجب قراءة المشهد بتأن لماكب مايدور في العالم والتأثير عليه دون التأثير به فقط. «الأمن القومي العربي ما زال في مخاضه الأول بحثاً عن طرق ومناهج خاصة حول البحث عن الذات تبعاً لمفهوم الدولة القطرية العربية الفتية وأصول الإدارة والاقتصاد الريعي بحيث لم يعرف حتى الآن تطوراً وتقدماً في خضم النزاعات الإقليمية والدولية. وذلك بناء على مفهوم الدولة وغلبة النظام عليها، الأمر الذي عطل في المقابل من اتاذ القرارات والتدابير اللازمة للنهوض بواقع البلدان العربية»⁽¹⁾.

مفهوم الأمن القومي العربي:

إن الأمن القومي العربي كما نرى هو قدرة الدول العربية على حماية قيمها، موروثاتها، تماسكها، عقيدتها، والدفاع عن أراضيها، وحدودها، في حالتها السلم والحرب، وتنمية مواردها المختلفة والمحافظة عليها للأجيال القادمة، وانتقاء أسباب الخوف والكرهية، بما يحقق الأمن الشامل لشعوبها وأفرادها، وشعور المجتمعات بالرضا التام والتكافل والتكاتف داخلياً، وتحقيق المصالح الحيوية الوطنية خارجياً ومنع التهديدات.

(1) ميلود عامر حاج، الأمن القومي العربي وتحدياته المستقبلية، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، دار جامعة نايف للنشر، 1438هـ - 2016م)، ص9.

ركائز الأمن القومي العربي:

هنالك عدد من الركائز التي يقوم عليها الأمن في مستوياته المختلفة بدءاً من الأمن الشخصي، مروراً بالأمن القومي الوطني، ثم الأمن الإقليمي انتهاءً بالأمن الدولي.

ومن أهم الركائز الأساسية التي يقوم عليها الأمن الإقليمي مايلي⁽¹⁾:

1. وضع حد للصراعات والنزاعات في الإقليم، وحلها بطرق سلمية، لضمان الاستقرار الداخلي لدول الإقليم، والوقوف في وجه التدخل الخارجي الذي يهدد كيان وسلامة الإقليم.

2. التنازل عن جزء من السيادة الوطنية، من أجل التمتع ببعض ميزات الأمن الجماعي كالدفاع المشترك.

3. العمل على الرفع من وتيرة التعاون والتكامل.

4. احترام حقوق الإنسان، وتفعيل دور المجتمع المدني، بما في ذلك المشاركة أو إبداء الرأي في إدارة مؤسسات النظام الأمني الإقليمي.

5. اعتبار الأمن الإقليمي جزءاً لا يتجزأ من الأمن الدولي.

تحديات الأمن القومي العربي

يُعدّ الأمن القومي العربي نموذجاً للأمن القومي الإقليمي الذي يكون في المستوى قبل الأخير من مستويات الأمن التي تبدأ بأمن الفرد وتنتهي بالأمن الدولي، حيث أن العالم العربي يمثل إقليماً متجانساً بانضوائه تحت مظلة جامعة الدول العربية، مع وجود بعض لدول في قارة آسيا وأخرى في القارة الإفريقية، ومع فرص التوحد الأمني والاقتصادي والسياسي والعسكري بالإقليم إلا أن هنالك عوائق تحول ذلك.

«اختلاف رؤى الأمن وتباين سياساته لدى الدول هو الذي قلص في المقابل من مفهوم الأمن الإقليمي الواحد، خاصة في منطقة الشرق الأوسط التي يُعدّ الأمن بها من أصعب وأقعد ما يكون، كونه يخضع لمتغيرات قومية وإقليمية ودولية بحسب الفواعل والآليات التي تشترك فيها الدول المحيطة بها»⁽²⁾.

أهم تحديات الأمن القومي العربي

يواجه الأمن القومي العربي مجموعة من التحديات التي نرى أنها تتمثل في الآتي:

1. تزايد المد الشيعي وإعلامه:

يمثل المد الشيعي بالعالم العربي واحداً من أهم تحديات الأمن القومي العربي، حيث أصبح هذا الوجود واقعاً بكل من العراق، اليمن، سوريا، لبنان، البحرين، ويتنامى من خلال الوسائل الناعمة الممثلة في البرامج والأنشطة الثقافية التي يديرها عبر المراكز الثقافية التي تمددت بالسودان (دولة سنّية) بشكلٍ مخيف مما اضطر الحكومة السودانية

(1) ميلودي عمر حاج، مرجع سابق، ص 37.

(2) ميلودي عمر حاج، مرجع سابق، ص 42.

-التي كانت تعد حليفاً رئيسياً لإيران- لإغلاق الحسينيات وقطع علاقاتها مع إيران بعد تحركات مجتمعية وإعلامية كشفت حجم التشييع وسط الشباب السوداني، وهنا لأبد من الإشادة بالإعلام الأمني السوداني الذي قاد حملة شعواء على المراكز الثقافية الإيرانية وما يسمى بالحسينيات وعلى رأسها صحيفة المحرّر ورئيس تحريرها الدكتور محمد خليفة صديق.

2. الإسلام السياسي:

هنالك تباين كبير في مواقف حكومات الدول العربية من الإسلام السياسي الذي تقوده جماعة الإخوان المسلمين التي تم تصنيفها في بعض الدول العربية كتنظيم إرهابي، ومحاولة التضييق عليها في دول أخرى، مع فوزها بانتخابات حرة ونزيهة وشفافة في بعض الدول العربية مثل، (الجزائر - حماس في فلسطين - تونس، مصر)، ورغم أن ذلك أفضلت تلك التجارب رغماً عن الديمقراطية، من ناحية أخرى نجد أن هنالك تمهداً شعبياً كبيراً وقبولاً اجتماعياً للإسلاميين عند مقارنتهم بالعلمانيين الذي لالم يقدموا مشروعاً تنموياً وتتنحصر رؤاهم فقط في ما هو عكس فطرة شعوب المنطقة العربية والإسلامية.

وبروز إعلام مساند وداعم للتيارات الإسلامية وآخر داعم لليساريين والليبراليين، وبين هؤلاء وأولئك تنعدم المنطقة الوسطى الداعمة للبعد القومي العربي.

3. غياب المرجعية الفكرية الموحدة.

4. ضعف دور جامعة الدول العربية.

5. اختلاف التقديرات السياسية حول مصادر التهديدات الخارجية للإقليم.

6. الاختلاف حول مفهوم الإرهاب والحركات الإرهابية.

7. غياب الاستراتيجية العربية الموحدة، وضعف التنسيق الأمني والعسكري.

8. تنامي العنف وزيادة الجماعات الإرهابية، وزيادة جماعة الغلو والتطرف والتكفير.

9. عدم التوافق حول مفهوم الأمن الاقتصادي العربي، وكيفية تنفيذ برامجه.

10. الإعلام الأمني الدولي الموجه وتأثيراته الاجتماعية والثقافية والفكرية السالبة.

11. الخلاف حول مفهوم حقوق الإنسان والحريات العامة، بما فيها الحريات السياسية

والصحفية.

وهنالك من يرى أن التحديات والعراقيل التي تواجه الأمن القومي العربي تتمثل في

الآتي⁽¹⁾:

1. الخلاف والتناقض في الرؤى والمصالح، بين دول الإقليم، خاصة فيما يتعلق

بالأمن والدفاع.

(1) ميلودي عمر حاج، مرجع سابق، ص42.

2. التنافس من أجل الزعامة أو محاولة السيطرة على نظام الأمن الإقليمي.
3. التباين في مدركات التهديد بين دول الإقليم.
4. غياب جهاز أمني مشترك لصنع القرار على مستوى النظام.
5. وجود قواعد عسكريّة أجنبيّة في إحدى دول الإقليم، وتأثير ذلك على استقلالية صنع القرار الأمني العسكري.

الأمن القومي العربي.. ما المطلوب؟.

واقع العالم العربي- في ظل أمنه القومي- يتطلب المزيد من إشاعة الحريات والحكم الراشد والديمقراطية وتحقيق التصالحات بين المكونات المتقاتلة داخل كل دولة، وبناء علاقات قوية بين الدول المختلفة تحت مظلة جامعة الدول العربيّة، وبسط (الأمن العسكري) في الإقليم كخطوة أولى، تتبعها خطوات أخرى لتعزيز الأمن الوطني داخل الدول ومن ثم الأمن القومي العربي. «يساعد بسط الأمن في توفير الضمانات التي تحقق التقدم على عدة جبهات، منها⁽¹⁾:

- النمو القوي والاستدامة والمساواة في توزيع الثروة.
- التنمية في مجالات الصحة والتعليم.
- مكافحة الفقر.
- توفير فرص عمل لائقة.
- دعم فرص النهوض بالمرأة والمساواة بين الجنسين.
- العناية بالبيئة.
- تعزيز الحكم الرشيد في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

العالم الإسلامي وأزمة الإعلام الأمني:

قبل الحديث حول الإعلام الإسلامي الدولي وضرورته يجب التأكيد على أنّ الإعلام الأمني الدولي في حقيقته ومضمونه هو إعلام يقوم على تحقيق أهداف اليهود وأطماع الغرب، ويتم توجيهه تحديداً للأمة الإسلاميّة في ظل الصراع الذي وصفوه بـ(صراع الحضارات).

وبما أنّ طبيعة المعركة كشفت بجلاء أن الإعلام هو السلاح الأقوى والأسمى لتحقيق الفوز والغلبة، فإنّه يتوجّب على المسلمين في كل بقاع الأرض أن يدركوا طبيعة وغايات هذا الصراع الذي هو بين (حضارتين)، هما حضارة الغرب التي تتدثر ببروتوكولات بني صهيون صاحبة الحظ الأكبر والقذح المعلى في الإعلام الغربي ومؤسساته، وبين حضارة الإسلام.

ويجب التنبيه إلى أن الحديث عن بعدٍ (عربي) في صراع الحضارات، هو اختلاق وافتراء وانعدام بصر وطمس بصيرة، فالإسلام أشمل من قومية العرب،

(1) عدنان يسين مصطفي، مرجع سابق، ص 20.

فها هو سلمان الفارسي وبلال الحبشي، وغيرهما. وأي حديث عن (إعلام عربي) فهو إقصاء للمسلمين من غير العرب، وما أكثرهم وأصدقهم.

وعليه فيجب أن يكون الحديث -في هذا الشأن- حديثاً واضحاً حول (الإعلام الإسلامي) وفق (نظرية الإعلام الإسلامي الدولي) الذي يضع ضمن أولوياته حماية الأمن القومي الإسلامي الذي يكون الأمن القومي العربي أحد مكوناته، وقد برز مفهوم الأمن الإسلامي في جانبه العسكري (محور الأمن العسكري) من خلال تكوين (التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب) وهو «حلف عسكري إسلامي أعلن عنه في 3 ربيع الأول 1437هـ الموافق 15 ديسمبر 2015م بقيادة المملكة العربية السعودية، يهدف إلى محاربة الإرهاب بجميع أشكاله ومظاهره أيضاً كان مذهباً وتسميته ويضم 40 دولة مسلمة، يعمل على محاربة الفكر المتطرف، وينسق كافة الجهود لمجابهة التوجهات الإرهابية، من خلال مبادرات فكرية وإعلامية ومالية وعسكرية، ويرتكز جهود التحالف على القيم الشرعية والاستقلالية والتنسيق والمشاركة»⁽¹⁾.

يُحمد للملكة العربية السعودية إطلاق مبادرتها بقيام التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب والذي يُعد نواة لحماية الأمن القومي الإسلامي، وقد وضع الحلف في أهدافه الإعلامية⁽²⁾:

1. تحصين الشباب المسلم من خلال التنسيق بين دول التحالف لإطلاق مبادرات فكرية وإعلامية.

2. تطوير الآليات للتعامل الإعلامي مع الفكر الإرهابي المتطرف ودحره إعلامياً.

3. وضع خطط عملية للتصدي للحسابات والمواقع الإلكترونية التابعة للإرهاب.

نرى أن الأهداف العامة للإعلام المنبثقة عن الرؤية الكلية للتحالف، تصب في تعزيز عدد من محاور الإعلام الأمني برؤيته الشاملة ممثلة في (الأمن العسكري - الأمن الفكري والثقافي - الأمن الاجتماعي وربما تتصل بشكل أو آخر بمحوري الأمن السياسي والأمن الاقتصادي)، فهي إذاً من محاور عمل الإعلام الأمني الذي أسست له وأطلقتها المملكة العربية السعودية، كما أسست من قبل في العام 1976م لمفهوم الإعلام الإسلامي، وبما أن أدبيات التحالف تنطلق من بُعد إسلامي فإنه من الأوفق إحياء مفهوم الإعلام الإسلامي حتى يتماشى مع تسمية الحلف، وهو مفهوم أشمل بكثير من الإعلام الأمني.

ومن عجب أننا نجد ونقوم باعتماد نظريات الإعلام الغربية التي كُتبت وفق رؤاهم الفكرية (الرأسمالية والشيوعية) ونغفل أو نتغافل عن نظرية الإعلام الإسلامي

(1) ويكيبيديا، www.wikipedia.org، تاريخ زيارة الموقع: 2017/7/12م.

(2) المرجع السابق.

وتطبيقاتها لأمة ذات حضارة باذخة وراسخة، وفيها الخير لكل الناس. وإن كان تغيب المرجعية الإسلامية أو غيابها عن صناعة القرار في غالبية ميادين الحياة والحكم في البلدان الإسلامية، فإنها أكثر أذى للأمة الإسلامية في جانب الإعلام الإسلامي. ولقد آن الأوان أن يقوم الإعلام الإسلامي الدولي بدوره وفق مرجعيات إسلامية سنّية. ليمثل روح هذه الأمة الخالدة.

مدلول كلمة إعلام من منظور إسلامي:

بالعودة إلى قواميس اللغة العربية بحثاً عن معنى كلمة (الإعلام) بهذا التركيب اللفظي المستعمل الشائع لمدلول خاص معاصر نجد عناءً شديداً في الحصول على ذلك خاصة في مادة (ع، ل، م) فهو مصطلح جديد دخل لغتنا العربية دون أن نعرفه معاجمها وقواميسها بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية، وهو مستحدث تماماً، أشتق لغة من (العلم) ومن إيصال المعلومة الصحيحة للناس. شريطة أن يرتبط الإعلام بـ(قيم).

ونجد هذه (القيم) عندما نبحث في تراثنا الإسلامي وفي القرآن الكريم عن (مترادفات) كلمة (إعلام) والتي نجدها كالاتي:

أولاً: أذن: يقال أذن فلان تأذينا، وأذانا: أكثر الإعلام بالشيء، وأذن بالصلاة: أي ناد بالأذان، وهو الإعلام بها وبوقتها. قال تعالى: ﴿فَلَمَّا جَهَّزَهُم بِجَهَّازِهِمْ جَعَلَ السَّقَايَةَ فِي رَحْلِ أَخِيهِ ثُمَّ أَذَّنَ مُؤَذِّنٌ أَيَّتُهَا الْعِيرُ إِنَّكُمْ لَسَارِقُونَ﴾ (1). كما قال تعالى: ﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ﴾ (2)، وكلاهما بمعنى ناد وأعلم.

ثانياً: اصدع: وأصلها صدع، يقال: صدع النبات الأرض صدعاً: شققها وظهر منها، وصدع الأمر وبه: بيّنه وجهر به، وفي التنزيل العزيز قوله تعالى: ﴿فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ﴾ (3) والصدع بالحق متضمنة معنى الإعلام بمفهومه الإسلامي، وفيه إعلام الناس بالحق الذي يجب أن يلتزموا به، وإعلام بالباطل الذي يجب أن يبتعدوا عنه.

ثالثاً: بلغ: أدرك، وبلغ الأمر وصل إلى غايته، وبلغ بلاغة: فصّح وحسن بيانه، وأبلغ الشيء أوصله إلى المطلوب، والبلاغ: التبليغ وبيان يذاع في رسالة ونحوها، والبلاغة حُسن البيان وقوة التأثير، وعند علماء البلاغة: مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته، وقد ورد بهذا المعنى في قوله تعالى: ﴿هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ﴾ (4).

(1) سورة يوسف، الآية 70.

(2) سورة الحج، الآية 27.

(3) سورة الحجر، الآية 94.

(4) سورة إبراهيم، الآية 52.

رابعاً: نبأ ومشتقاتها والتي وردت في القرآن الكريم في مرات عدة ومنها قوله تعالى: ﴿قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ﴾⁽¹⁾. فالإنباء هو الإخبار لا سيما فيما كان فيه فائدة عظيمة، والإنباء والإعلام والإخبار واحد، والنبأ: الخبر، والإنباء بمعنى الإعلام.

ما أشرنا إليه يؤكد العلاقة الوثيقة بين الإعلام ك(قيمة) وبين الإسلام ك(رسالة)، وعلى الأمة الإسلامية- في ظل الصراع الحضاري ومحاولات الغزو الفكري المستمرة- أن تقوم بتوظيف (الإعلام) للتعبير عن حضارتها الراسخة، وألا تكون في مقام (المدافع)، بل يجب أن تكون لها الريادة في هذا الجانب الذي يرتبط بالإعداد المأمور به كل مسلم وفق وسعه.

«بدل أن تمارس وسائل الإعلام في دول العالم الإسلامي رسالتها في التحصين الثقافي والوعي الحضاري، وتقدم النماذج التي تبني الشخصية وتحمل الرسالة، وتثير الاقتداء، وأداء التعامل مع الإعلام الغازي، وتشعر الأمة بالاستفزاز والتحدي الذي يجمع طاقاتها ويبصرها بطريقها ويساهم بصمودها، تحوّلت إلى وسائل هدم تساهم بتكسير أسلحة الأمة وإلغاء حدودها الفكرية والثقافية لتمكن لمرور (الأخر) وقد يتجاوز أكثر من ذلك حيث تصبح أداة (الأخر) فتبرز العمالة الإعلامية اليوم كحال العمالة الثقافية والسياسية والاقتصادية في مراحل تطوّر الدولة التاريخي»⁽²⁾. واقع العالم الإسلامي يؤكد على تمكّن الإعلام الأمني الدولي من السيطرة التامة عليه بفضل الدهاء والتخطيط الاستعماري الدولي من جهة مع وجود قابلية إسلامية لهذا الاستعمار، ولا سيما وسط الشباب، وهذا الواقع المأزوم ليس نهاية المطاف، ولكن سيوجد حل، إن تم التفكير الإسلامي بصورة «جماعية» تعتبر أنّ «الأمن القومي الإسلامي» لا يتجزأ، والمسلمون في توأهم وتراحهم كالجسد الواحد إن اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى، حينها سيسود الإسلام عبر إعلام إسلامي رسالي، يقوم على وسطية ترتكز على خيرية هذه الأمة الخيرة، الأمرة بالمعروف والناهية عن المنكر.

الإعلام الإسلامي هو الحل:

والإعلام الإسلامي كما بينه الأستاذ الدكتور زين العابدين الركابي أن المقصود به رؤية الأحداث والقضايا والأخبار والعلاقات من منظور إسلامي إعلامي، وعرفه بقوله: «نقل المبادئ وشرحها شرحاً واضحاً وصحياً وثابتاً، ومستهدفاً تنوير الناس

(1) سورة البقرة، الآية 33.

(2) عمر عبيد حسنة، تقديم لمحي الدين عبد الحليم، إشكاليات العم الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، (قطر: كتاب الأمة، سلسلة دورية تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ربيع الأول 1419هـ، السنة (18)، ص22.

وتتقيهم ومدّهم بالمعلومات الصحيحة بموضوعية أيضاً، مُعبراً عن عقلية الجماهير، ومراعاة الأسلوب واللغة التي تخاطب الجماهير»⁽¹⁾.

مفهوم الإعلام الإسلامي:

«إنّ مفهوم الإعلام الإسلامي، إعلام عام في محتواه ووسائله، يلتزم كل في ما ينشره، أو يذيعه أو ما يعرضه على الناس بالتصوّر الإسلامي للإنسان، ولكون الحياة المُستمدّة أساساً من القرآن الكريم، وصحيح السّنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها»⁽²⁾.

إنّ الإعلام الإسلامي يستمد أهدافه وغاياته وخصائصه من الدين الإسلامي ويعمل لعكس الروح والقيم والمبادئ والأخلاق الإسلاميّة من خلال وسائط إعلاميّة وعبر قائم بالاتصال موقنّ برسالته ويسعى لتحقيقها عبادة وتقرباً لله رب العالمين، ويتناول الأخبار والحقائق والمعلومات والقضايا المتعلقة بكافة جوانب الحياة.

فيما يذهب الدكتور عبد الوهاب كحيل إلى تعريفه بأنه: «استخدام منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإسلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة. مُستخدمون تلك الوسائل المتطوّرة لنشر الأفكار المُتخصّرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقيّة والمبادئ والمثُل. للمسلمين ولغير المسلمين من كل زمان ومكان. في إطار الموضوعيّة التامّة. بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد. لإحداث التغيير المطلوب»⁽³⁾.

ويرى محمود كرم سليمان أن الإعلام الإسلامي هو: «عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المُثلى، الإخبارية والارشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي والإقليمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة»⁽⁴⁾.

أهمية الإعلام الإسلامي:

نرى أنّ أهمية الإعلام الإسلامي تنبع من أهمية القيم الإسلامية التي جاء بها الإسلام رحمة للعالمين، وترتبط هذه الأهمية ارتباطاً وثيقاً بالوظائف التي يجب أن يقوم بها الإعلام الإسلامي في المجتمع المسلم وغير المسلم على السواء، وتزداد

(1) محمد خير رمضان يوسف، مقال بعنوان: (الإعلام الإسلامي .. تعريفه وأهدافه والغاية منه)

(2) محمد خير رمضان يوسف، مرجع سابق.

(3) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (بيروت: عالم الكتب، مكتبة القدسي، 1406 هـ -

1985م)، ص 29.

(4) محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، (القاهرة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 1988م)،

ص 62.

هذه الأمية الآن في ظل صراع الحضارات الي يقوده الإعلام الأمني الدولي .
«الوظيفة المثلى لوسائل الإعلام تتمثل في تقديم المواد الإعلامية النافعة المفيدة التي ترتقي بأذواق القراء والمستمعين والمشاهدين. والتي تحقق قدراً من الإخبار بالأشياء المهمة لا المثيرة، وتحقق قدراً من المعلومات النافعة ذات الطابع التعليمي والتثقيفي، كما تحقق قدراً من التوجيه والإرشاد، هذا إلى جانب التسلية والإمتاع النافع والمفيد، الذي يغلب عليه الذوق الراقي والطابع الجاد»⁽¹⁾.
وهذا يتعارض كثيراً مع طوائف الجماهير في كثير من المجتمعات، حيث تميل بعض الطوائف إلى الأخبار المثيرة، والمعلومات التافهة، والتسلية الخليعة المبتذلة. وقد أوقع هذا التناقض الغريب بين طوائف المجتمع وطبقاته بوسائل الإعلام في حرج أيضاً. فبعض الوسائل يهتما أن تتمسك بالوسائل والمثُل وتبتغي الهدف من قيامها.

كما أن بعض وسائل الإعلام الأخرى لا يهتما إلا الكسب المادي ، لذا فهي تجرى وراء إرضاء أذواق الجماهير دون النظر إلى المبادئ والمثُل⁽²⁾.

«من هنا كانت أهمية الإعلام الإسلامي، فبدراستنا للإعلام الإسلامي، نجد أن الإسلام قد وضع نظاماً للإعلام يتَّسم بالأهمية في أخباره، والمنفعة في ثقافته وتعليمه، والجدية في تسليته وإمتاعه، هذا من جهة المُرسِل. أمّا من جهة المُستَقْبِل، فقد وضع الإسلام للجمهور نظاماً يرقى به إلى مُستوى النُضج في التفكير حيث بَعَّض له سفاسف الأمور، ونهاه عن الابتذال والترخص والتميع، وأمره بالجديّة في الأمور كلّها، حتّى في التسلية والإمتاع والترفيه»⁽³⁾.

«نظام الإعلام الإسلامي بخلاف أيّ إعلام وعلى وجه الخصوص الإعلام الدولي المعاصر. هو إعلام إيجابي يصل بين الإنسان وخالقه ويوضح حقائق الهداية ويوجه الإنسان إلى البناء من أجل الحياة الدنيا والآخرة»⁽⁴⁾.

وظائف الإعلام الإسلامي:

في ظل التحديات الكُبرى التي تتعرض لها الأمة الإسلامية، والتي يقودها ويعمل على تنفيذها الإعلام الأمني الدولي وفق تخطيط مدروس وأهداف واضحة، لا بُدّ من العمل على حماية الأمن الإسلامي، عبر إعلام إسلامي فاعل وقادر على التأثير.

هنالك وظائف للإعلام الإسلامي نجملها في الآتي⁽⁵⁾:

- 1 (المرجع السابق، ص60.
- 2 عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (القاهرة: عالم الكتب، 1406هـ-1985م)، ص10-11.
- 3 عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، المرجع السابق، ص 12
- 4 عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص139.
- 5 المرجع السابق، ص 91 - 92 .

1. الإسهام فى تأصيل القيم الإسلامية والمنهج الإسلامي فى الحياة الاجتماعية من خلال التزام المادة الإعلامية بالفكر الإسلامي.
2. الإعلام عن الإسلام بالأساليب والوسائل المتطورة الفعالة التي تضمن تزويد أفراد المجتمع على اختلاف فئاتهم وأعمارهم ومستوياتهم الفكرية بالقدر المناسب من الثقافة الإسلامية وعلوم الدين.
3. التصدي للحملات الإعلامية المُعرضة التي يبثها أعداء الإسلام والجاهلون به - والعمل على إبراز حقيقة الإسلام من خلال منهج إعلامي مُتطور يتم إعداده ودراسته والتنسيق له بين مختلف أجهزة ومؤسسات الإعلام الخارجي.
4. العناية بتطوير الرسائل الإعلامية المُوجهة إلى الأقليات المسلمة في المجتمعات غير الإسلامية- بحيث تفوق في تأثيرها ومستواها الإعلامي - مستوى الإعلام في تلك المجتمعات، وخاصة فى مجال المطبوعات والإذاعات المُوجهة. «الإعلام الإسلامي يشق وظيفته من وظيفة المجتمع الإسلامي نفسه كما أراده الله تعالى، وهي وظيفة الشهادة على الناس من خلال نشر عقيدة التوحيد. يقول تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾⁽¹⁾.

فالإعلام الإسلامي إعلامٌ ملتزم بعقيدة الإسلام في كل شأنٍ من شؤون الحياة، وهو يعمل على نشر تلك العقيدة وتعميق الوعي بها والتحاكم إليها في كل شئ⁽²⁾. «قد نجح الإسلام نجاحاً باهراً ومُدْهشاً ومثيراً لغير المسلمين الذين حاولوا بالمناهج الوضعية والدراسات الاجتماعية أن يصلوا إلى ما وصل إليه الإسلام ولكن ذهبت جهودهم أدراج الرياح. وبما أن الإسلام قد أقام تشريعاته على أساس الإيمان بالله ورسوله واليوم الآخر. فإنّ الالتزام به يأتى طوعاً واختياراً. فالسر في قوة الإعلام الإسلامي أنه يستمد نفوذه من قاعدة إيمانية واضحة ينطلق منها ويصدر عنها في كل توجيه وإرشاد. وهنالك فرق هائل بين الانصياع للشرائع الوضعية والانصياع للشرائع الإلهية»⁽³⁾.

ضرورة تطبيق نظرية الإعلام الإسلامي

إن غياب أو تغييب نظرية أو نموذج اتصالي إسلامي يعود في الأساس لواقع الحكومات السياسي بالمنطقة العربية والإسلامية في المقام الأول ولاختلاف المذاهب الفكرية والتيارات الأيدلوجية، وهذا لا يعني قلة المُفكرين الإعلاميين الإسلاميين ولا قدرة الفكر الإسلامي على استنباط نموذج إسلامي يصلح تطبيقه عالمياً ويقدم للأخريين ما هو

(1) سورة البقرة، الآية 143.

(2) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، (القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت)، ص 48.

(3) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي المرجع السابق، ص 8.

مفيد وخير. وتكمن المشكلة - كذلك - في عدم احتمال البيئة الإسلامية - بتناقضاتها المختلفة- لهذا النموذج وهذه النظرية.

«إنَّ البناء النظري للإعلام وفق المنظور الإسلامي من شأنه - ضمن أهداف أخرى- أن يزيل الاضطراب في المفاهيم في هذا المجال. والحديث عن نظرية إسلامية للإعلام يعنى الاتفاق على وضع أسس وصياغة مبادئ تقوم على التصوُّر الإسلامي ليسترشد بها الإعلام الإسلامي على المستوى النظري والعملي. وهذا ينطوي على تحديد المرتكزات التي يقوم عليها المنظور الإسلامي للإعلام. وهذا بدوره يقوم على نسقٍ معرفي توحيدي. وهذا يعني أن يتسق البناء النظري للإعلام الإسلامي مع شمولية الرسالة وربانية التكليف وقدسيتها الأمانة»⁽¹⁾.

بدايات فلسفة النظرية الإعلامية الإسلامية:

كما نشأ مفهوم الإعلام الأمني في المملكة العربية السعودية فقد أطلقت أيضاً مصطلح ومفهوم الإعلام الإسلامي، وجدير بالمملكة العربية السعودية أن تقوم بهذا الجهد ورعايته وتطويره من خلال ريادتها في العالم العربي والإسلامي، حيث وجدنا أنَّ أول عمل جماعي بمنهج فكري إسلامي للنظرية الإسلامية للإعلام، كان في اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في مدينة الرياض بتاريخ 23 من شوال 1396م -الموافق 16 من أكتوبر عام 1976م والذي جاء بعنوان: (الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية - النظرية والتطبيق). وقد شهد هذا اللقاء عدد كبير من المختصين في حقل الإعلام الإسلامي والعاملين في مجال «الدعوة الإسلامية أو المتصلين بها بشكلٍ أو آخر، فيهم أعلامٌ كبار، وأساتذة ومرّبون، وكُتّابٌ وصحفيّون .. وهو خطوة على الطريق في أمر شديد الأهمية وبالغ الخطورة وأن يكون حافزاً إلى مزيدٍ من الدراسة المُتعمّقة باعتبار أنَّ هيمنة الإسلام على كافة وسائل الإعلام والإستعانة بها مطلب حيوي لصالح الإسلام والمسلمين وباعتبار أنَّ العمل على التفوُّق في هذا المجال من جانب المسلمين يرقى إلى مرتبة الواجب في حق المسلمين عامة والدُّعاة منهم والعاملين في حقل الإعلام خاصة»⁽²⁾.

يرى العالم السوداني في مجال الإعلام الإسلامي وأحد رواده، الدكتور زين العابدين الركابي أن أهمية النظرية الإعلامية الإسلامية تنبع من أهمية الفكر الإسلامي والشريعة الإسلامية. وأن معضلة غياب نظرية إعلام إسلامية تعتبر معضلة منهجية تتمثل في المدخل المناسب إلى الناس والتكليف السريع مع وسائل العصر وتسخيرها ثم الوسيلة والقائم بالاتصال. ويؤكد الركابي أن: «للإسلام نظرية كاملة في الإعلام والعلاقات

(1) عبده مختار موسى، رؤية تأصيلية للإعلام في عصر العولمة، مرجع سابق، ص 15.

(2) الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية - النظرية والتطبيق، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في مدينة الرياض بتاريخ 23 من شوال 1396م -الموافق 16 من أكتوبر عام 1976م، ط2(الرياض : شركة البيكان للطباعة والنشر، بدون تاريخ نشر)، ص 6-7.

الإنسانية، لهما مضمونها الكلي، وخصائصها المفصلة»⁽¹⁾.
أهداف الإعلام الإسلامي:

يقوم الإعلام الإسلامي على مرتكز رئيس وهو حماية وتعزيز الأمن الإسلامي على مستوياته المختلفة، بدءاً من الفرد الذي كرمه الله سبحانه وتعالى، والأسرة المسلمة، وصولاً لأمن المجتمع المسلم ببيئته وانعكاس ذلك على الأمن العالمي، فالإسلام ليس ديناً لأمة محددة، وإنما هو رحمة للعالمين.

أهم أهداف الإعلام الإسلامي، تتمثل في الآتي⁽²⁾:

1. أهداف عقائدية:

لتعليم العقيدة الصافية النقية، وترسيخها في نفوس المدعويين، وردّ الشبهات المعروضة من قبل المناوئين وصد الآخرين عن الوصول إليها.

«أصل العقيدة في اللغة مأخوذ من الفعل (عقد)، نقول عقد البيع واليمين والعهد كده ووثقه، وعقد حكمه على شيء لزمه. ومنه الفعل اعتقد بمعنى صدّق. ويُفهم من هذا أن العقيدة في اللغة تأتي بمعنيين، الأول: العقيدة بمعنى الاعتقاد، فهي التصديق والجزم دون شك، أي الإيمان. والثاني: العقيدة ما يجب الاعتقاد به. ومن هنا يقولون أن الإيمان بالملائكة من العقيدة. أي مما يجب الاعتقاد به. وتعلم العقيدة فرض عين على كل مسلم.

أما العقيدة اصطلاحاً هي: التصور الإسلامي الكلي اليقيني عن الله الخالق، وعن الكون والإنسان والحياة، وعمّا قبل الحياة الدنيا وعمّا بعدها، والعلاقة بين ما قبلها وما بعدها، فالعقيدة الصحيحة هي الأساس الذي يقوم عليه الدين وتصح معه الأعمال»⁽³⁾. دور ووظيفة الإعلام الإسلامي ترسيخ العقيدة الصحيحة للأمة الإسلامية وغرس هذه القيم لدى الناشئة حماية لهم من التطرّف والغلو والإرهاب، وهذه الوظيفة تعزز حماية الأمن الفكري بشكل مباشر وكذلك حماية الأمن الاجتماعي.

«اعلم أن ما ذكرناه في ترجمة العقيدة ينبغي أن يقدم للصبّي في أوّل نشوئه ليحفظه حفظاً ثم لا يزال ينكشف له معناه في كبره شيئاً فشيئاً، فابتدأه الحفظ ثم الفهم ثم الاعتقاد والإيقان والتصديق به، وذلك مما يحصل في الصبّي بغير برهان»⁽⁴⁾.

وهنا تكمن أهميّة وخطورة إعلام الطفل، وما يجب الانتباه له من ما يُقدّم من برامج عبر القنوات الفضائية المتخصصة لأطفال العالم الإسلامي، الذين يمثلون حُرّاس العقيدة غداً. فمن هو الذي يقوم بتصميم مضامين ورسائل تلك القنوات؟ وما هي أهدافه؟ علماً بأن لكل وسيلة إعلامية أهداف مُعلنة وأخرى مستترة، يضاف لذلك دور الإعلام

(1) المرجع السابق، ص 298.

(2) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، مرجع سابق.

(3) ويكيبيديا، عقيدة إسلامية، www.ar.m.wikipedia.com

(4) أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1429 هـ - 2008 م)، ص 120.

المدرسي وما يمكن أن يلعبه من دور كبير في التنشئة.
2. أهداف ثقافية:

لتعميم الوعي والفهم، والتعليمية للتقنه والمعرفة، والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي.

«عالمنا الإسلامي مواجه بتحديات صراع الثقافات المتعددة في مجال التربية والتعليم والإعلام والنوادي والكتب والمجلات والقصص، وهذا بلا شك يعرقل عملية انتشار الثقافة الإسلامية إن لم يحدها، وأن المخاطر التي تواجه شباب اليوم، وتحطم القيم النفسية والفطرية والحضارية ذلك الخواء والفرغ الذي يتمثل في ضعف الوعي الإسلامي، وأن الوسط الذي يخضع لتأثيرات وإيحاءات خالياً إلى حد كبير من التأثير الثقافي الإسلامي»⁽¹⁾.

الأهداف الثقافية للإعلام الإسلامي تسعى لبناء العقل الإنساني بناء سويماً وفق منهج الإسلام الوسطي وذلك بقصد حمايته وحفظه من الانقياد وراء الانحرافات الفاسدة والعقائد الضالة التي تهدد الفرد والأسرة والمجتمع ويمتد تأثيرها السالب على العالم أجمع. هذا الهدف يحقق حماية (الأمن الثقافي والفكري) للأمة الإسلامية، ومنوط به الإعلام الثقافي الذي يعي حقيقة دوره ووظيفته في المجتمع.

3. أهداف اجتماعية:

رامية إلى تماسك المجتمع وترابطه، وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار فيه، وغرس روح التعاون على البر والتقوى فيما بينه.

قدمت النظريات والدراسات الإعلامية كثيراً من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام الاجتماعي ودائرة التأثير، ومنها نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها»⁽²⁾. الوظيفة الاجتماعية للإعلام الإسلامي تتجلى في قدرته على حماية وترسيخ منظومة القيم الاجتماعية من الاستلاب، وقيادة التغيير الاجتماعي لمنشود وفق ضوابط تلك القيم المرتبطة بشريعة الإسلام، وهي وظيفة يقوم بتحقيقها من أجل حماية (الأمن الاجتماعي) الذي يعني ويخص «قُدرة المجتمعات على إعادة إنتاج أنماط خصوصياتها في اللغة، والثقافة، والهوية الوطنية والدينية والعادات والتقاليد، في إطار شروط مقبولة لتطورها وكذا التهديدات التي تؤثر في أنماط هوية المجتمعات وثقافتها»⁽³⁾.

يكمن النظر للتغيير الاجتماعي برؤية «حتمية» التحول في ثلاثة مسارات. أولهما، ما يعرف «بالحتمية التقنية» Technological Determinism. وثانيهما، ما يعرف

(1) إبراهيم علي مصطفى محمد، الثقافة الإسلامية المرتكز والغاية، ط2، (دون مكان طباعة، 2014م-2015م)، ص6.

(2) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير - مدخل نظري، مقال على شبكة الإنترنت.

(3) محمد علي الشيخ، الأمن الإنساني منظور اجتماعي،

«بالحتمية الاجتماعية» Social Determinism، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين «في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال»، مع احتمال «حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي»، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة⁽¹⁾.

4. أهداف اقتصادية:

رامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق وترشيدها في الأخذ والعطاء، والحماية من الغش والاحتكار، والمحاربة للربا وأكل الحرام، وعرض أفضل الطرق وأيسرها للتجارة وإدارة الأموال.

تُعدّ الأهداف الاقتصادية للإعلام الإسلامي لحماية وتعزيز (الأمن الاقتصادي) للأفراد والدول على السواء، من خلال عمل الإعلام الاقتصادي. وتخص هذه الأهداف «النفاز أو الوصول إلى الموارد المالية والأسواق الضرورية للحفاظ بشكلٍ دائم على مستويات مقبولة من الرفاه وقوة الدولة الاقتصادية»⁽²⁾.

5. أهداف سياسية:

للتوجيه والإرشاد، والنصح والمشورة، والتسديد والإصلاح، وتوثيق العلاقة وتميئتها بين الحاكم والأمة على أساس من العدل والطاعة والالتزام.

يسعى الإعلام الإسلامي من خلال هذه الأهداف لتعزيز (الأمن السياسي) الرامي «لتحقيق الاستقرار التنظيمي للدول، نظم الحكومات والأيديولوجيات التي تستمد منها شرعيتها»⁽³⁾. ويمثل الأمن السياسي ركيزة أساسية في الدولة ومن بعده تحقق بقية مكونات ومحاور الأمن الأخرى.

6. أهداف عسكرية:

للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المقاتلين، وللحرب النفسية في الأعداء المحاربين، ثم لكشف المخططات وفضح المؤامرات.

تهتم الأهداف العسكرية للإعلام الإسلامي بالقدرات المادية والبشرية للقوات العسكرية والأمنية سواء التي تتبع لوزارة الدفاع الوطني أو تلك التي تتبع لوزارة الداخلية من جميع فئات الشرطة وقوى الأمن الداخلي، بهدف تعزيز وحماية (الأمن العسكري)، عبر الإعلام العسكري بشقيه (الإعلام الحربي) أو (الإعلام العسكري)، ويتبدى ذلك في قيام مؤسسات إعلامية خاصة بالقوات العسكرية والأمنية، ففي الحالة السودانية نجد

(1) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م)، ص75.

(2) محمد علي الشيخ، مرجع سابق.

(3) المرجع السابق.

منها) صحيفة القوات المسلحة وهي صحيفة يومية متخصصة- إذاعة صوت القوات المسلحة المتخصصة للجيش- إذاعة ساهرون المتخصصة للشرطة، وكذلك الإعلام الإلكتروني)، وكذلك يعمل الإعلام العسكري من خلال برامج مختلفة ومتنوعة تُبث أو تُذاع أو تُنشر من خلال وسائط الإعلام العام لتحقيق أهداف الإعلام العسكري، مثل برنامج (جيشنا) بالفضائية السودانية.

7. أهداف ترفيهية:

للتسلية والترفيه، ولتجديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات، كما أنها أيضاً للتدريب على معاني القوة والإيثار، ويمكن أن تتخلل برامج الترفيه رسائل مصممة بعناية وذكاء في قوالب كوميدية لتحقيق أهداف واحد من المحاور الأخرى.

بنظرة فاحصة لأهداف الإعلام الإسلامي نجد أنها، أعمق كثيراً وأشمل من أهداف ووظائف الإعلام العام، التي تنحصر في الوظائف والأهداف التقليدية، التي تجعل من الإعلام وسيلة لاغاية لها، وليس هنالك أنبل وأسمى من غاية الإعلام الإسلامي المرتبطة بالله سبحانه وتعالى وشريعته الغراء التي جعلت من استخلاف الإنسان في الأرض وعمارته غاية كبرى وهدف سام ونبيل، يتصل بالعبادة التي وُجد الإنس والجن من أجلها.

وتتميز وظائف الإعلام الإسلامي عن غيره -كذلك- بكونه يعمل وبصورة واضحة ومباشرة على حماية مقاصد الشريعة التي تربط بالأمن في جوانبه المختلفة ابتداءً من الأمن النفسي وحتى أمن الدولة الداخلي وأمنها الخارجي.

الأمن والإيمان والعدل:

الأمن في الإسلام يرتبط بالإيمان وبالعدل وعدم ظلم الآخرين، يقول تعالى: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾⁽¹⁾ وتلك هي المرتكزات التي يجب أن يقوم عليها الإعلام الإسلامي، حيث أن إشاعة (الأمن) واحدة من أهم غاياته النبيلة.

(1) سورة الأنعام، الآية 82.

الخاتمة:

من المعلوم أنّ الإعلام والاتصال أصبحا اليوم في عدد من المجتمعات الصناعية المتقدمة النشاط الرئيسي الذي يمثل الجانب الأكبر من الناتج القومي، وأضحّت صناعات الاتصال والإعلام تكتسب الآن في بعض البلدان وزناً اقتصادياً يصل إلى حد أن تصبح الصناعات الغالبة وأن تحل محل الصناعات الثقيلة والتحويلية الضخمة، حتى أنّ البعض يرى إن اقتصاد القرن الحالي سيكون اقتصاداً قائماً أساساً على المعلومات، وأن هذه المعلومات في سبيلها إلى أن تصبح المورد الرئيس الذي ينتظر أن يؤدي دوراً أكثر حسماً من دور المواد الأولية التي يوجد معظمها في الدول النامية، وهو مورد لا ينضب ومعين لا يجف.

إنّ صناعة الإعلام- والتي تشمل البنى التحتية والأجهزة والمعلومات بما فيها الأخبار- ومواردها أصبحت من أهمّ الينابيع والموارد للمؤسسات والأفراد على السواء لما له من تأثير مجتمعي محلياً ودولياً ويلاحظ ذلك من خلال التطور السريع في مجال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء فضلاً عن الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي. وهذا يقتضي توظيف التقنيات المتقدمة في هذا المجال، ولاشك أن ذلك يترتب عليه الحاجة الماسّة إلى الكثير من الوظائف والنظرة الأفقية والمستقبلية وعدم الانكفاء على الذات والعمل الدؤوب على تطوير المفاهيم والوسائل والاستراتيجيات وآليات التنفيذ. والسودان اليوم يُجابه تحديات جسيمة نسبة لمساحته الكبيرة ولموقعه الجغرافي في قلب القارة الإفريقية ولارتباطه الوثيق بالعالم العربي ولثرائه بسكانه وخيراته الظاهرة والباطنة، ولانطلاقه نحو البناء الذاتي وتطلعه لإحداث التنمية الشاملة من خلال المحاور المختلفة.

إنّ واقع السودان الحالي يقتضي إيجاد سياسة إعلامية استراتيجية لصناعة إعلام أمّني فاعل وقادر، علماً بأن واقع الإعلام السوداني ما يزال في بداياته من حيث الصناعة الإعلامية وإن كان له تاريخ ضارب في القَدَم- وتكتفه كثير من المشاكل والنقص في الأطر المؤهلة والخبرات والتمويل وغيرها من التحديات.

والاستراتيجية الإعلامية - من منظور الإعلام الأمني بمفهومه الشامل- من المفترض أن تشتمل السياسات الثقافية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والتربوية والأمنية والتنمية والسياسية وغيرها، ولا بد لأية استراتيجية ناجحة أن تشتمل كل هذه المحاور التي بحاجة إلى مُختصين يصيغون برامج خاصة لكل سياسة وآليات واقعية وعملية للتنفيذ من جهة (ما هو كائن) وآليات ضرورية ولازمة من جهة (ما ينبغي أن يكون)، وهذا لن يكون إلا بوجود تخطيط استراتيجي يقوم على دراسات علمية، وتحليل دقيق للبيئة الداخلية والخارجية، ويُحدّد الفرص والمهددات. يتبع ذلك تصميم

حيد للبرامج والرسائل وفق أحدث أنواع صناعة للإعلام، لتبيين وتوضيح أفضل السبل للوصول إلي الجماهير المُستهدفة - داخلية كانت أم خارجية-، بما يسهم في توفير الجهد، والوقت، والمال، ويعزز تحقيق الأمن القومي في السودان. ويتوقّف وجود إعلام أمني فاعل وناجح على قدرة هذه الأجهزة على التخطيط الاستراتيجي له، وكذلك على مدى اهتمام الأجهزة الأمنية وقناعتها بأهمية هذا النوع من الإعلام ورفده بالكوادر الفاعلة والمؤهلة والكفوءة.

إن الإعلام الأمني الذي شبّ عن الطوق وقدم رسائل وقام بأدوار كبيرة في الأربعين عاماً الماضية من ميلاده، لهو جدير بأن يتطور ليواكب ما يطرأ من تطورات مستمرة على المفاهيم والمصطلحات ولا سيما مصطلح (الأمن) الذي انتقلت رؤية الباحثين والمختصين فيه من مصادر التهديد الخارجية إلى مصادر تهديد داخلية، وتضمنها في سبع محاور تمثل مجتمعة المفهوم الحديث (الأمن الإنساني).

مثلما تطورت وظائف الإعلام، وزادت تخصصاته وفق مقتضيات تشغبات الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وغيرها، تغيّر كذلك مفهوم الأمن القومي واتسع بحيث لم يُعد يعني الأمن العسكري فقط، كما كان سائداً قبل الحرب الباردة، وإنما اشتمل على مكونات الأمن الإنساني، هذا التطور في المفهوم يجب أن تواكبه نظرة أشمل وتخطيط أكبر لكيفية توظيف الإعلام الأمني ليسهم بفاعلية في حماية وتعزيز الأمن القومي.

وبعد أن تمّ هذا الكتاب بحمد الله وتوفيقه، توصلنا إلى عدد من النتائج والتوصيات التي أردنا إيرادها حتى تعطي الصورة المكتملة لموضوع الكتاب إذ أنّها سنتّج الباب للباحثين في هذه المجالات المتطورة والمتجددة يوماً بعد يوم (الإعلام - الأمن - الاستراتيجية) وهي مجالات مرتبطة ومتصلة مع بعضها البعض اتصالاً لافكاك منه ولاغنى عنه.

وقد جاءت هذه النتائج من خلال ملاحظات المؤلف والمقابلات التي أجريناها مع الخبراء والمختصين في مجالات الدراسة بشقيها في جوانب الإعلام الأمني والدراسات الاستراتيجية والأمن القومي.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج.

نتائج عامة تتصل بجامعة الدول العربية:

1. بعد أكثر من ثلاثة عقود يمكن التأكيد على رسوخ مصطلح الإعلام الأمني وتجذره في الأدبيات الإعلامية والبحثية على المستويين النظري والعملي (في الوسائل الإعلامية والمؤسسات الأكاديمية)، وبعد التطبيق الفعلي بتدريسه في مرحلة البكالوريوس

بكثير من الجامعات الوطنية بالدول العربية كواحدٍ من تخصصات الإعلام التقليدية وزيادة الإقبال عليه كتخصصٍ جديد، وحصول المئات من الدارسين على درجات علمية عليا غي الماجستير والدكتوراه في هذا التخصص.

2. مفهوم الإعلام الأمني الذي نشأ قبل ثلاثة عقود، لم يعد يواكب لمفهوم (الأمن) الي طرأت عليه تغييرات كبيرة في هذه الفترة الزمنية وانتقل من (الأمن القومي) إلى (الأمن الإنساني).

3. لا يوجد تحديد واضح لمفهوم الأمن القومي العربي ومصادر تهديده.

4. هنالك ضعف في التنسيق بين المؤسسات الإعلامية العربية، سواء من ناحية التدريب أو التبادل البرمجي بين الوسائط الإعلامية المختلفة.

5. استراتيجية الإعلام الأمني العربي ليست معروفة لكثير من المؤسسات الإعلامية وإنما هي متاحة فقط للأجهزة الأمنية.

نتائج خاصة تتصل بجمهورية السودان:

1. يمثل ضعف التمويل أهم مشكلات صناعة الإعلام الأمني.

2. المحاذير الأمنية أحد أهم مشكلات الإعلام الأمني.

3. ترى كثير من الإدارات المعنية بالإعلام لدى الأجهزة الأمنية أن الإعلام الأمني مهمة خاصة وواجب تختص به لوحدها دون الآخرين، وبما يتوفر لديها من وسائل وأطر بشرية وميزانيات.

4. ترى أجهزة الإعلام المختلفة أن رسالة الإعلام الأمني محاولة لتدخل الأجهزة الأمنية في مضامين الوسيط الإعلامي دون مُراعاة لطبيعة عمله وخارطة برامجه.

5. انعدام سترراتيجية شاملة للإعلام الأمني تُحدد مستقبله وكيفية توصيل مضامينه وآليات تنفيذ ذلك، وإنما هنالك خطط متفرقة ومعزولة عن بعضها البعض.

6. التضيق على الحريات الصحفية والتدخل الأمني من خلال جميع أنواع الرقابة يحول دون صناعة إعلام أمني فاعل.

7. هنالك خلط كبير بين مفاهيم الإعلام الأمني والإعلام الحربي والإعلام العسكري.

8. هنالك ضعف كبير في التنسيق بين الأجهزة الأمنية تجاه مضامين رسائل الإعلام الأمني وكيفية نشرها للجمهور.

9. القائم بالاتصال في بض وسائل الإعلام يلتبس عليه مفهوم الدولة والحكومة.

10. هجرة الأطر البشرية وضعف التدريب الإعلامي أثرت تأثيراً سالباً ومباشراً على تنفيذ الاستراتيجية الإعلامية.

11. الاستراتيجية الإعلامية لم تهتم بتأهيل الكادر النوعي المُقتدر والفاعل.

12. الاستراتيجية الإعلامية لم تتحدث عن صناعة الإعلام الاستراتيجي.

13. طبيعة العلاقة بين الإعلام والأمن تتميز بضعف التنسيق وسوء الظن.
14. غياب التفكير الاستراتيجي وضعف الادارة الاستراتيجية يمثلان أهم العقبات التي تواجه التخطيط الاستراتيجي لصناعة الإعلام الأمني بالسودان.
15. الإعلام الأمني غير مواكب ويعتمد على الأساليب التقليدية.
16. هنالك ضعف في التنسيق للإعلام الأمني بين الجهات المعنية بهذا الدور.
17. مفهوم الإعلام الأمني لدى القائمين على الاتصال ما يزال مرتبطاً بالأجهزة الأمنية.
18. الاستراتيجية الإعلامية محدودة الطموح ودون المطلوب والمأمول، وغير متاحة لكثير من المؤسسات الإعلامية المناط بها تحقيق هذه الاستراتيجية.
19. الوعي الأمني، بالمفهوم الشامل للأمن (الأمن الإنساني)، ما يزال ضعيفاً عند كثيرين من القائمين بالاتصال، الذين لم يتجاوزوا محطة الأمن التقليدي المرتبط فقط بالقوات النظامية.
20. جهاز الأمن والمخابرات الوطني لديه انفتاح إعلامي وتنسيق فعال مع المؤسسات الإعلامية أكثر من رصفائه في الدفاع والداخلية.
21. القوات المسلحة نجحت كثيراً في مخاطبة جمهورها (الخاص) فيما يتصل بالإعلام العسكري، وكذلك الجمهور (العام) من خلال الإعلام الحربي، سواء كان عبر صحيفة صوت القوات المسلحة أو إذاعة صوت القوات المسلحة أو من خلال برامج مختلفة في وسائل إعلامية أخرى.
22. الاستراتيجية الإعلامية أغفلت الجانب الخارجي (الجمهور الدولي)، وترغب في مخاطبته بوسائلنا التقليدية ولغتنا التي لا يفهمها، دون أن تشير إلى تأسيس وسائل تتناسب معه ولا تحديد اللغة التي يجب أن تخاطبه بها.
23. وسائل الإعلام الخاصة لا تحتكم إلى أي سياسة إعلامية، ولاتنطلق في عملها من استراتيجية الإعلام الداعمة والمعززة للاستراتيجية الشاملة.
24. ضعف ثقافة التفكير والتحليل والتخطيط الاستراتيجي لدى المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة.
25. التدريب الإعلامي لدى طلاب كليات الإعلام بالجامعات السودانية ما يزال نظرياً، وتفتقر لمعامل المهارات العملية، من استديوهات وإذاعات وصالات تحرير أو صُحف خاصة بالتدريب.
26. ضعف اللغة العربية لدى طلاب وخريجي الإعلام، وعدم معرفتهم للغات أخرى تسهم في قدرتهم على التواصل الفعال مع الآخرين (الجمهور الخارجي).
27. بعض المضامين الإعلامية تحمل (رسائل) سالبة تهدد الأمن القومي (الإنساني)

بصورة مباشرة، ولاسيما النشر الإلكتروني، ويعود ذلك لقلة المعرفة بمحاور الأمن الإنساني، وما يتصل به من جوانب مختلفة، أو لعدم التفريق بين (الحكومة) و(الدولة). 28. بعض الصحف الورقية ليس لديها نسخ إلكترونية، بل نجد أن بعضها ليست لديها مواقع إلكترونية.

29. بعض الناشرين تعوذهم المعرفة بأبجديات العمل الإعلامي.

ثانياً: التوصيات.

توصيات عامة تتصل بجامعة الدول العربية:

1. ضرورة وضع استراتيجية عربية للإعلام الأمني، تتم متابعتها تنفيذها وتقييمها لجان مشتركة.
2. ضرورة تحديد مفهوم الأمن القومي العربي ومصادر تهديده.
3. ضرورة إعادة قراءة مفهوم الإعلام الأمني في ظل المتغيرات الدولية التي طرأت على مفهوم الأمن وتحوّله من أمن قومي إلى أمن إنساني.
4. رعاية التدريب والتنسيق الإعلامي بين المؤسسات الإعلامية العربية.
5. تحفيز ودعم إنشاء مؤسسات إعلامية عربية خاصة ومتخصصة في الإعلام الأمني (الصحة - البيئة - الاقتصاد - الاجتماعية - الثقافية - السياسية - العسكرية) شريطة أن تعمل وفق الاستراتيجية العربية للإعلام الأمني.
6. تشجيع وتحفيز ودعم القنوات الفضائية المتخصصة والتي تبث بلغات غير العربية.

نتائج خاصة تتصل بجمهورية السودان:

1. ضرورة مراجعة محور الإعلام في الاستراتيجية ربع القرنية وتحديد نقاط الضعف والقصور فيها، وصياغة استراتيجية إعلامية بجميع أبعادها وجوانبها الدينية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية والتعليمية والإعلامية والفكرية والتشريعية والقضائية والأمنية وغيرها، مع تملكها للوسائل الإعلامية المختلفة.
2. ضرورة أن تعي الأجهزة الأمنية حقيقة دور العمل الإعلامي وما ينبغي أن يتحقق له من حرية التعبير، وهو وعي يركز على تفهم أنّ العاملين في حقل الإعلام هم مواطنون يمتلكون نفس الانتماء للوطن والولاء لقيادته ومؤسساته ويحرصون نفس الحرص على ضمان سلامته وضمان استقراره و أمنه، ولذلك ينبغي أن تنتزّه النظرة إليهم من عوامل الشك والريبة و أنّ يبرأ التعامل معهم من صور التخطّط والتخوين.
3. التنسيق المستمر بين الأجهزة الإعلامية والأمنية عن طريق عقد اللقاءات والندوات التي تجمع بين العاملين في كلا الحقلين تتم من خلالها مراجعة الاستراتيجيات واقتراح الخطط والآليات المختلفة والتشاور في السبل المثلى التي تمكن كلا الجهازين من تحقيق

الأهداف المرجوة.

4. بيان اختصاصات الإعلام الأمني ووظائفه من حينٍ لآخر للإعلاميين المحترفين والعاملين في الحقل، وكذلك لطلاب الإعلام بالجامعات المختلفة.
5. العمل على توفير الكوادر المؤهلة في الإعلام الأمني بالوزارات والأجهزة العسكرية، ورعايتها وتعهدها بالتدريب المستمر.
6. التوعية المستمرة بالأنظمة واللوائح، وما يدخل في نطاق الوظيفة الإدارية، وما يساعد على دعم رسالة الأمن الوطني، ومعاونة أجهزته على أداء وظائفها داخل المجتمع، من خلال مساحات برمجية في القنوات والإذاعات وصفحات في الصحف المختلفة.
7. تشجيع وسائل الإعلام لتخصيص جزء مناسب من مساحة برامجها للجانب الوقائي، فالوقاية من الجريمة خير من العلاج، لتعزيز الأمن الاجتماعي.
8. الاستفادة من مفاهيم وبرامج الجودة الشاملة لإيجاد إعلام أمني متخصص يتعامل مع جميع القضايا الأمنية بمصداقية وشمولية وعمق.
9. العمل على جعل الإعلام الأمني دقيقاً وفعالاً في توصيل الفكرة، الغرض، المقاصد، والأهداف التي تريدها الأجهزة الأمنية، بما يتناسب مع وظائف وخصائص كل جهاز إعلامي.
10. العمل على جعل الإعلام الأمني خط الدفاع الأول عن الأمن القومي وإنفاذ القانون والحفاظ على الحياة الاجتماعية المنتظمة، والسلم المدني.
11. ضرورة إعادة صياغة الاستراتيجية الإعلامية وربطها بالإعلام الأمني، وإزالة كافة العقبات التي تعترض تنفيذها.
12. معالجة التضارب بين التشريعات والقوانين التي تحكم العمل الإعلامي، وإعطاء الأولوية لموازنة الإعلام الأمني عند إجازة الموازنة العامة للدولة.
13. زيادة التنسيق بين الأجهزة الأمنية المختلفة والمؤسسات الإعلامية، بتأسيس جسم مركزي تنسيقي يتبع لرئاسة الجمهورية وإشراف لوزارة الإعلام مكون من المؤسسات الإعلامية والأمنية (المجلس الأعلى للتنسيق الإعلامي الاستراتيجي).
14. تغذية الإدارات الإعلامية بالجيش والشرطة والأمن بكوادر إعلامية محترفة ولو من غير العسكريين النظاميين.
15. إنشاء مركز قومي للإعلام الأمني تُبنى استراتيجيته على المفهوم الشامل للأمن، وتطبق فيه جميع برامج ومعايير الجودة الشاملة، ويراعي ضرورة وجود إعلام أمني دولي، ويتم رفده بكوادر وخبرات إعلامية واستراتيجية متخصصة.
16. تعزيز التلازم بين مفهومَي الحرية والمسؤولية لدى الإعلاميين.

17. استحداث برامج اتصالية إعلامية جديدة تتماشى مع سرعة تطوُّر الحياة وأفكار الجمهور ورغباته وميوله، وتصميم رسائل إعلامية ذات مضمون أمني شامل تخاطب جميع الفئات العمرية والقويّة المختلفة، الأطفال - الطلاب، المرأة، الشباب، الرُّعاة، العمّال،..إلخ.

18. زيادة التدريب الخارجي في مجال الإعلام الأمني للإعلاميين من مختلف الوسائل الإعلاميّة، ولا سيما الصحفيين.

19. زيادة التدريب الداخلي ليشمل جميع طلاب الإعلام بالجامعات السودانية (دورات قصيرة شهر - ثلاثة أشهر، متوسطة 6-9 شهور، طويلة لمدة عام) في مجال الإعلام الأمني، وعلاقته بالأمن القومي، وتعزيز مفهوم الأمن الشامل لديهم، و التأكيد على تأثير الإعلام علي الأمن الوطني سلباً أو إيجاباً. (بالتنسيق مع أكاديمية الأمن العليا).

20. إنشاء قنوات فضائية تتبع الجيش والأمن والشرطة، خاصة بالأمن القومي، ونشر الموضوعات المتعلقة بذلك، في جميع القوالب الفنية والأشكال البرمجية التي تتناول المعالجات في قوالب فنية شيقة.

21. إعادة الإعلام المدرسي (التربوي) بالمدارس الأساسية والثانوية (إجبارياً بالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم العام)، لتعزيز مفهوم (التربية الوطنية) وزيادة التوعية الأمنية.

22. ضرورة إدراج تخصص الإعلام الأمني ضمن مادة الإعلام بكلّيات الإعلام بالجامعات السودانية (إجبارياً بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي).

23. تشجيع الدراسات والبحوث المتخصصة في هذا الجانب، ومنح درجات علمية أكاديمية دبلوم عالي - ماجستير - دكتوراه، وبصفة خاصة للإعلاميين بالتعاون مع الإتحاد العام للصحفيين السودانيين.

24. أن يتبع المجلس القومي للتخطيط الاستراتيجي لرئاسة الجمهورية بدلاً عن تبعيته لمجلس الوزراء.

25. إنشاء وزارة للاستراتيجية والمعلومات في كل الولايات أسوة بما تم في ولاية الخرطوم، وتأسيس إدارات عامة للاستراتيجية بالمحليات وعلى مستوى الوحدات الإدارية.

26. زيادة التنسيق الرأسي والأفقي بين مستويات الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي.

27. التقييم والتقويم المستمر للمسار الاستراتيجي للإعلام منعاً للانحرافات الاستراتيجية وتقليلها للحد الأدنى.

28. مراجعة استراتيجية الإعلام، وتمليتها للوسائط الإعلامية المختلفة، بعد تنوير الجميع بها في مؤتمر عام يبين ضرورة الالتزام بها، وعدم الخروج عليها.

29. إلزامية وسائل الإعلام المختلفة بوضع استراتيجيات تنبثق عن الاستراتيجية القومية وتعزز استراتيجية محور الإعلام، ومتابعة ذلك. وتقييمه وتقويمه باستمرار.

30. التأكيد على إلزامية تنفيذ الاستراتيجيات المختلفة وعلى رأسها استراتيجية الإعلام وفق ما هو مخطط، وعدم ترك الأمر للتقديرات الشخصية للأفراد.
31. إلزام كليات الإعلام بالجامعات السودانية بتدريس مواد الإعلام الأمني والأمن القومي والتخطيط الاستراتيجي لطلاب البكالوريوس والدبلومات الوسيطة، وتوفير معامل مهارات تدريبية للجوانب العملية ورفع القدرات فيما يتصل بالتطبيقات والممارسة أثناء الدراسة.
32. زيادة تدريس مقرر مادة اللغة الإنجليزية كحد أدنى من اللغات الإضافية لطلاب الإعلام بالجامعات.
33. تأسيس قنوات فضائية حكومية بلغات مختلفة (إنجليزي - فرنسي - صيني - تركي - سواحيلي)، تخاطب الجمهور الخارجي (الدولي) للإسهام في تغيير الصورة الشائنة المرسومة عن السودان من خلال الإعلام الأمني الدولي.
34. تشجيع رؤوس الأموال الوطنية وتقديم التسهيلات المطلوبة للمستثمرين ورجال الأعمال للدخول في صناعة الإعلام، وفق ضوابط ومعايير تتصل بالاستراتيجية الشاملة، واستراتيجية الإعلام.
35. إلزام المؤسسات الحكومية ووسائل الإعلام المختلفة بتأسيس مواقع إلكترونية باللغتين العربية والإنجليزية كحد أدنى، للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، لتعزيز مفهوم الإعلام الإلكتروني.
36. رسم مسار استراتيجي للتدريب الإعلامي، لصنع كفاءات إعلامية وطنية بمواصفات ومعايير دولية، في مجالات الإعلام المختلفة، يتم ابتعاثهم لكبريات المؤسسات الإعلامية الأكاديمية، ليقودوا مسيرة الإعلام الاستراتيجي، ويستطيعوا المنافسة على مستوى الإعلام الدولي.
37. تأسيس جسم حكومي يرفع الإعلام الإلكتروني، ويحدد مساره الاستراتيجي ويهتم بتطويره بما يتوافق مع السياسة الإعلامية والاستراتيجية الإعلامية المنبثقة عن الاستراتيجية ربع القرنية ويدعم أهدافها.
38. التدقيق في منح التصديق للشركات الإعلامية، وألا يسمح بترخيصها، إلا بوجود عدد من الإعلاميين ضمن مجالس إدارتها.
39. مراجعة مناهج التدريس بكليات الإعلام، والتأكيد على أن الوظيفة الأولى والأهم للإعلام هي حماية الأمن القومي للدولة.
40. إلزام المؤسسات الإعلامية (العامة والخاصة) بتدريب دائم ومستمر لمنسوبيها (بنسب وأرقام محددة)، لزيادة كفاءتهم ورفع قدراتهم، ومواكبة ما يتم من تطوّر في الحقل الإعلامي على المستوى الدولي.

41. التأكيد الدائم للإعلاميين ومنسوبي الأجهزة الأمنية بأن الدولة ليست هي الحكومة.

في الختام نسأل الله سبحانه وتعالى أن يعلمنا ما ينفعنا، وينفعنا بما علمنا، وصل اللهم وبارك وسلم على المبعوث رحمة للعالمين، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.
د. ياسر عثمان حامد (أبوعمار)
الخرطوم في 2017/1/1م

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الكتب:

1. ابن منظور، لسان العرب، مجلد 12، بيروت: دار الصياد.
2. أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1429هـ - 2008م).
3. أديب خضور، الإعلام الأمني، (الأردن: المكتبة الإعلامية، 2005م).
4. أديب خضور، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكون رأي عام ضد الجريمة، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2000م).
5. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط(3)، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1977م).
6. أحمد بدر، الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار قباء للنشر والطباعة، 1998م).
7. أحمد فهمي جلال، إدارة التغيير والصراع، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية التجارة، 2007م).
8. أحمد راجح عزت، أصول علم النفس، (القاهرة: المكتب العربي الحديث، 1963م).
9. أحمد الرسيوني، الكليات الأساسية للشريعة الإسلامية، (د ت ، 1428هـ).
10. أحمد نوفل، الإشاعة، ط4 (القاهرة: دار الأمة للطبع والنشر، 1988م).
11. إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، ط2، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م).
12. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، ط3، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1984م).
13. إبراهيم ناصر، و صفاء شويحات، أسس التربية الوطنية، (عمان: دار الرائد للنشر والتوزيع، 2006م).
14. إبراهيم ناصر، التنشئة الاجتماعية، (عمان: دار عمار، 2004م).
15. إبراهيم الصديق علي عطية، أثر الهيمنة الاتصالية العالمية على السودان - دراسة التناول الإعلامي لقضية دارفور 2004م-2005م، (الخرطوم: هيئة الأعمال الفكرية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2006م).
16. إبراهيم أحمد محمد الصادق الكاروري، الأمن الفكري - إطار مقاصدي، ط3 (الخرطوم: مطبعة بخت الرضا العالمية، 1436هـ - 2015م).
17. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، السياسات الإعلامية، (القاهرة: هبة النيل العربية

- للنشر والتوزيع، (2010م).
18. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية - مفاهيم وحالات تطبيقية-، (القاهرة: الدار الجامعية، 2000م).
19. أميمة الدهان، نظريات منظمات الأعمال، (عمان: 1992م).
20. أمين هويدي، الأمن العربي في مواجهة الأمن الإسرائيلي، (بيروت: دار الطليعة للطباعة، 1975م).
21. إجلال خليفة، الوسائل الصحفية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م).
22. إيمان عبد الرحمن أحمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية - الإذاعة السودانية نموذجاً، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1431هـ - 2010م).
23. النور دفع الله أحمد، الصحافة الحزبية والوحدة الوطنية في السودان، (الخرطوم: مركز عبد الكريم ميرغني الثقافي، شركة مطابع السودان للعمل المحدودة، أغسطس 2014م).
24. النور جادين، الاتصال في الحضارات السودانية، (الخرطوم: فارس للنشر، 2013م).
25. السيد أحمد المصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط2، (الشارقة، 2002م).
26. الأغبري عبد الصمد، الإدارة المدرسية البعد التخطيطي والتنظيمي المعاصر (دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006م).
27. الفاتح كامل، مؤامرة تقسيم السودان، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، 1432هـ - 2011م).
28. القاضي عياض بن موسى الأندلسي، الشفا بتعريف حقوق المصطفى، تحقيق محمد أمين قره وآخرون، ج1، (القاهرة: مؤسسة علوم القرآن، دار الفيحاء، 1986م).
29. باسم الطويسي، الإدراك السياسي لمصادر تهديد الأمن القومي العربي، (عمان: دار سندباد للنشر، 1997م).
30. بلال خلف السكارنة، التخطيط الاستراتيجي، (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010م-1431هـ).
31. بكري الطيب موسى، إدارة الأفراد (د.ط)، (الخرطوم: شركة جى تاون للطباعة، 2001م).
32. بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م).
33. بشرى حسين الحمداني، القرصنة الإلكترونية- أسلحة الحرب الحديثة، (عمان: دار

- أسامة للنشر والتوزيع، 2014م).
34. بركات محمد مراد، العولمة رؤية نقدية، (ب ت).
35. تيسير أحمد عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2013م - 1430هـ).
36. جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، 2002م).
37. جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمنى بين النظرية والتطبيق، (الإمارات: مركز الكتاب للنشر، 2006م).
38. جبار صابر طه، النظرية العامة لحقوق الإنسان، (بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2009م).
39. جون ميرل، ورالف لونيشتاني، الإعلام وسيلة ورسالة، ط2، (الرياض: دار المريخ للنشر، 1989م).
40. جون ل. هاتلنج، أخلاقيات الصحافة - ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ت).
41. جمال الدين محمد المرسي وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، (القاهرة: الدار الجامعية، 2007).
42. جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985م).
43. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م).
44. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، (دار الفكر العربي، 1986م).
45. جون م برايسون، التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات العامة وغير الربحية، ترجمة محمد عزت عبد الموجود، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 2003م).
46. دفع الله حسب الرسول البشير، السياسات الإستراتيجية والأمنية في السيرة النبوية، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، 2009م).
47. هاشم الجاز، الإعلام السوداني، (الخرطوم: دار صالح للطباعة، منشورات الخرطوم عاصمة للثقافة العربية، 2005م).
48. هشام محمد عباس زكريا، القائم بالاتصال - رؤية في الواقع السوداني، (الخرطوم: مطبعة الجمهورية، 2004م).
49. هاري ميلز، فن الإقناع - سيكولوجية جديدة للتأثير، ط11 (الرياض: مكتبة جرير، 2009م).

50. زيد منير عبوي، الإدارة الاستراتيجية، (عمان: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2006م).
51. حسن عماد مكايي، إنتاج البرامج للراديو، (القاهرة: دار الفكر العربيّة، بدون تاريخ).
52. حسن عماد مكايي، وعادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، محرم 1429هـ-2008م).
53. حسن صعب، إعجاز التواصل الحضاري الإعلامي، (بيروت: بدون ناشر، أكتوبر، 1984م).
54. حسن مبارك طالب، الجرائم المستحدثة والإعلام الأمني، (الرياض: مطبوعات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، -مركز الدراسات والبحوث، 1433هـ-2012م).
55. حديد الطيب السراج، الإعلام الإذاعي ودوره في الوعي القومي في السودان، (السودان: شركة مطابع السودان للعملة، 2011م).
56. حديد الطيب السراج، التخطيط الإعلامي لإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية خاصة، (الخرطوم: مؤسسة أروقة للثقافة والعلوم، رسائل في الثقافة والإعلام «3»، 2005م).
57. حمدي شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط3، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م).
58. حمدي محمد شعبان وآخرون، الإعلام والاتصال بال جماهير -رجال الأمن (القاهرة: كلية الشرطة، 2002م).
59. حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2009م).
60. خديجة عرفة محمد أمين، الأمن الإنساني - المفهوم والتطبيق في الواقع العربي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1430هـ-2009م).
61. ياسر محجوب الحسين، الإعلام العربي - إشكاليّة الرأي الانطباعي، (الخرطوم: إصدارات هيئة الخرطوم للصحافة والنشر، 2006م).
62. يس الحاج عابدين إبراهيم، وأحمد إبراهيم عبد الله، التخطيط الاستراتيجي في السودان، مطبوعات المركز القومي للإنتاج الإعلامي، إصدار رقم 8، 2005م.
63. كرم شلبي، الإذاعات التصيريّة الموجهة إلى المسلمين العرب، (القاهرة: مكتبة التراث الثقافي، 1991م).
64. مايكل كولينز بايبر، كهنة الحرب الكبار - ترجمة عبد اللطيف أبو البصل، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1427هـ-2006م).
65. محمد العباس الأمين، التخطيط الاستراتيجي للأمن القومي، (الخرطوم: المركز

- العالمي للدراسات الإفريقية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، (2011م).
66. محمد يوسف محمد الإبيهي، بناء الاتصال الشخصي والجماهيري في الإعلام الأمني، (القاهرة: مطابع الشرطة، 2012م).
67. محمد شومان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة عالم الفكر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1990م.
68. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م).
69. مصطفى محمود أبوبكر، المدير المعاصر وإدارة الأعمال في بيئة العولمة المعاصرة، (القاهرة: الدار الجامعية 2003م).
70. مؤيد سعيد سالم، وعادل حرحوش صالح، إدارة الموارد البشرية -مدخل استراتيجي، (عمان: جدارا للكتاب العالمي وعالم الكتب، 2006م).
71. محبوب محمد صالح، الصحافة في نصف قرن، (الخرطوم: دار الطباعة - جامعة الخرطوم، د ت).
72. ممدوح شوقي كامل، الأمن الجماعي الدولي، (مصر، دار النهضة العربية).
73. محمد علي الهاشمي، المجتمع المسلم كما بينه الإسلام في الكتاب والسنة (بيروت:، دار البشائر الإسلامية، 2002م).
74. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الأمني العربي قضاياه ومشكلاته، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001م).
75. محمد أحمد داني، السياسة العامة واتخاذ القرار، د ط (الخرطوم: جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية - كلية الدراسات العليا والبحث العلمي -2004م).
76. محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2009م -1430هـ).
77. محمد موسى محمد أحمد البر، الإعلام الإسلامي، دراسة تأصيلية، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2010م).
78. معتصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدولية وتشكيل الرأي العام، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2000م).
79. محمد حسين أبوصالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط7، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2012م).
80. محمد حسين أبوصالح، التخطيط الحكيم، (الخرطوم: مركز أم درمان الثقافي، 2016م).

81. محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، (مصر، دار الوفاء للنشر والتوزيع-المنصورة، 1988م).
82. مخلص جبير أحمد، الصحافة السودانية- الخطاب الأمني الصحفي في ظل العولمة، (الخرطوم: مركز قاسم لخدمات المكتبات، 2013م).
83. مخلص جبير أحمد السنوسي، مابين الصحافة والأمن القومي السوداني، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2015م).
84. منصور عثمان محمد زين، الإعلام الأمني وجرائم العنف ضد المرأة والطفل، (الخرطوم: مطبعة جامعة إفريقيا العالمية، 2011م).
85. مناع خليل القطان، حقوق الإنسان في الشريعة الإسلامية، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، إصدار رقم 283، 2001م).
86. محمد فتحي عبد الهادي، المعلومات الصحفية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية - 1996م).
87. محمد الدميري، الصحافة في ضوء الإسلام، (مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، 1988م).
88. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1967م).
89. محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، ط4، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2009م).
90. محمد نعمة الله جبريل، مسألة استراتيجية، ط2 (الخرطوم: مطبعة جي تاون، 2013م).
91. محمد عمر بشير، تاريخ الحركة الوطنية في السودان، - ترجمة هنري رياض، وليم رياض، الجنيد على عمر-، (الخرطوم: المطبوعات العربية للتأليف والترجمة، 1987م).
92. محمود شلتوت، منهج القرآن في بناء المجتمع، (القاهرة: دار الكتاب العربي، د.ت).
93. مريم حسام، الأمن الإنساني وجودة الحق في الحياة، (القاهرة: مكتبة الوفاء القانونية، 2017م).
94. مراد إبراهيم حسني، الإعلام الصحي والطبي، (عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2016م).
95. ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، (الكويت: دار الكتاب الحديث، 1983م).

96. ماجي الحلواني، الإذاعات العربية، دراسة حول الأنظمة والأوضاع العامة في الخدمات الإذاعية الصوتية والمرئية، (القاهرة: 1980م).
97. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ج1، ط4، (القاهرة: دار المعارف، 1979م).
98. معتز سيف عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 1977م).
99. معادلة الحرية والمسئولية في الإعلام، مطبوعات المنظمة السودانية للحرية الصحفية، (الخرطوم: مطبعة سينان العالمية، يونيو 2013م).
100. نور الدين بلبل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، (الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، سلسلة كتاب الأمة، العدد 48، سبتمبر 2001م).
101. نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير الأسرة الريفية والحضارية، (القاهرة، المطبعة التجارية الحديثة، بدون تاريخ).
102. نواف قطيش، الأمن الوطني وإدارة الأزمات، (عمان: دار الياقوت للنشر والتوزيع، 2011م).
103. نفيسة الشراوي أم أحمد، الإذاعات ودورها في المجتمعات، (القاهرة: دار الكتب المصرية، أغسطس 2016م).
104. نورة بنت نار الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1429هـ - 2008م).
105. سمير حنفي، التخطيط الاستراتيجي باستخدام بطاقات قياس الأداء المتوازن، بدون مكان طباعة (مارس 2004م).
106. سعيد بن مصلح السريحي، سبل تطوير العلاقة مهنيًا بين الإعلاميين ومسؤولي الأمن، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، 1427هـ - 2006م).
107. سلام خطاب الناصري، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، دت).
108. سلام الحاج عبد الله باب الله، الاستراتيجية - مدخل متكامل لدراسة وفهم علم وفن الاستراتيجية، (الخرطوم: دت، 2007م).
109. سر الختم عثمان الأمين، نظرية الاتصال في الرسالة الإسلامية، (الخرطوم: بدون مكان، 2015م).
110. صحيح مسلم، (بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1424هـ - 2004م).
111. عادل حسن محمد أحمد، تحديات الأمن القومي السوداني بعد الحرب الباردة

- واستراتيجية مواجهتها، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2013م).
112. عبد الفتاح جابر محمد محجوب، جدلية الدولة والمنظمات الدولية - رؤية تأصيلية، (دمشق: مطابع الصالحاني - هيئة رعاية الإبداع العلمي، أغسطس 2010م).
113. عيسى آدم أبكر يوسف، دراسات أمنية واستراتيجية (مفاهيم ..أسس ..مرتكزات)، (الخرطوم: مطبعة أكاديمية الأمن العليا، 2009م).
114. عيسى إبراهيم الخضر محمد، الإسلام دين العولمة، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2010م).
115. علي بن شويل القرني، الإعلام الأمني والتغطيات الإعلامية - نحو نموذج تطويري، (الرياض - مطبوعات مركز الدراسات والبحوث - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، رقم (541)، بعنوان: برامج الإعلام الأمني بين الواقع والتطلعات، 1433هـ - 2012م).
116. عمر خالد المسفري، الاتصال الجماهيري والإعلام الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م).
117. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، دت).
118. علي عيسى عبدالرحمن، عناصر القوة الاستراتيجية في الإسلام وأثرها في تبليغ الدعوة، (الخرطوم: مركز السودان للبحوث والدراسات الإستراتيجية، الخرطوم، مطبعة الخيول، 2009م).
119. عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، (القاهرة: دار الإيمان، 2007م).
120. عوض إبراهيم عوض، الإذاعة السودانية في نصف قرن، (الخرطوم: شركة بيست للطباعة والنشر، 2001م).
121. عواطف عبد الرحمن، الإعلام والعولمة البديلة (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2006م).
122. عبدالرحيم نور الدين حامد، مفهوم الإعلام الأمني في ظل التطورات التكنولوجية الإعلامية، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م).
123. علي بن مصلح السريحي، سبل تطوير العلاقة مهنيًا بين الإعلاميين ومسؤولي الأمن، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م).
124. عبد المنعم محمد بدر، تطوير الإعلام الأمني العربي، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 148هـ - 1997م).

125. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، (بغداد: مطبعة المعارف، 1986م).
126. عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، (القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، د.ت).
127. عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، (أربد: دار الفرقان، 1998م).
128. عبد العزيز عبد الرحمن حسن، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، (الخرطوم: معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، 1432هـ-2011م).
129. عبد المحسن بدوي محمد أحمد صديق، مسيرة الإعلام الأمني بين الواقع والمأمول، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية إبريل 2004م).
130. عباس بلة محمد أحمد، التخطيط (مفاهيمه - مجالاته)، (الخرطوم: دار جامعة السودان المفتوحة للطباعة والنشر، 2012م).
131. عباس محبوب، أصول الفكر التربوي في الإسلام، (دمشق: دار بن كثير، 1987م).
132. عثمان عوض الكريم محمدين، تخطيط الإعلام الإسلامي، (السودان: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2007م).
133. عبد القادر أحمد الشيخ الغادني، منهج البحث العلمي، ط3، (بدون مكان طباعة، 2004م).
134. عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني: الأمن والمجتمع (الإسكندرية - دار المعرفة الجامعية، 2001).
135. عبد الله بن سعود السراني، دور الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، (الرياض: مطبوعات مركز الدراسات والبحوث - جامعة ناف العربية للعلوم الأمنية، رقم (541)، 1433هـ-2012م).
136. عبدالله محمد الأمين النعيم - وجمال الدين الشريف، مقاصد الشريعة، ط4 (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2006م).
137. عبد الله بن سعيد الشهراني، الأمن الوطني - دراسة موضوعية، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1430هـ-2009م).
138. عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، (عمان: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014م).
139. علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، (القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، بدون تاريخ).
140. علي محمد شمو، وثائق مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام، (الخرطوم: دار

- الأصالة للصحافة والنشر والإنتاج الإعلامي، (1411هـ-1991م).
141. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م).
142. عدنان أحمد سالم بلخيور، التخطيط الاستراتيجي (د، 1431هـ- 2010م).
143. عدنان ياسين مصطفى، الأمن الإنساني والتنمية، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م).
144. عبد الرحمن بن عبد العزيز السديس، الشريعة الإسلامية وأثرها في تعزيز الأمن الفكري، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1426هـ- 2005م).
145. عبدالرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، (الكويت: وكالة المطبوعات بالكويت، د.ت).
146. عبد الرحيم صدق، الإرهاب السياسي والقانون الجنائي، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1985م).
147. عبدالله الشيخ المحفوظ ولد بيه، خطاب الأمن في الإسلام وثقافة التسامح والوئام، (د.ت).
148. عبدالرحمن أحمد عثمان، مناهج البحث العلمي وطرق كتابة الرسائل الجامعية، (الخرطوم: دار جامعة إفريقيا العالمية للنشر، 1995م).
149. صلاح عبد اللطيف، الصحافة السودانية - تأريخ وتوثيق، (القاهرة: شركة الإعلانات الشرقية، 1992م).
150. صالح أبو أصعب، قضايا إعلامية، (القاهرة: دار البيان، 1988م).
151. فاضل عبد الواحد عبد الرحمن، أصول الفقه، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 1996م).
152. فواز بن عبد الله المحرج، دور القطاع الخاص في تنمية مهارات الإعلام الأمني، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م).
153. فهمي توفيق مقبل، دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات - في الإشاعة والحرب النفسية، (الرياض: منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1410هـ).
154. فادي عطا الله، فوائد الحكمة الإلكترونية، (دبي: مؤتمر الحكومة الإلكترونية، 2001م).
155. شريف أحمد الدشوني، مقدمة في نظرية المعرفة والبحث العلمي، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2010م).
156. شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر: الشركة الوطنية

- للنشر والتوزيع، (1981م).
157. تركي إبراهيم عبيدات، التخطيط الاستراتيجي: مفهومه وإطاره الإرشادي ومراحله المختلفة، (الأردن: جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية، د.ت).
158. صبحي جبر العتيبي، تطور الفكر والأساليب في الإدارة، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2005م).
159. ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، (القاهرة: العربي للنشر، 1999م).
160. هاني الكايد، الإشاعة- المفاهيم والأهداف والآثار، (عمان: دار الريبة للنشر والتوزيع، 2009م - 1430هـ).
- ثالثاً: الدراسات العلمية والبحوث الأكاديمية.**
1. أحمد الماحي أبوبكر حمد، (التخطيط الاستراتيجي لوسائل الإعلام في السودان -دراسة تطبيقية على التلفزيون القومي)، «دكتوراه» 2008م، جامعة أم درمان الإسلامية - كلية الإعلام.
 2. إبراهيم المكي رحيمة، استراتيجية تحقيق الأمن القومي، بحث غير منشور «ماجستير»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2012م.
 3. أبكر السليك أبكر عثمان، دور الإعلام الأمني في إدارة الكوارث الطبيعية، (بحث غير منشور (ماجستير)، معهد الدراسات الإعلامية - جامعة الرباط الوطني، 1430هـ - 2009م).
 4. أمينة حمزاني، الإعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره، بحث غير منشور (ماجستير)، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق قسم الإعلام - تخصص إتصال وعلاقات عامة، 2010/2009م.
 5. إيمان عبد الرحمن أحمد محمود: (دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية - الإذاعة السودانية نموذجاً) «ماجستير» - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 1431هـ - 2010م.
 6. الطيب إمام الشيخ، الاستراتيجية القومية وانعكاسها على الأداء القومي، بحث غير منشور «دكتوراه»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2015م).
 7. المقدم عدیل الشرمان، العلاقة بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام العربية، ورقة عمل، بدون تاريخ.
 8. هاشم علي عبد الله محمد عثمان، تخطيط البرامج في الإذاعات المتخصصة

- السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام.
9. ياسر عثمان حامد محمود، دور الإعلام المُتخصِّص في زيادة فاعلية منظمات المجتمع المدني، ورقة غير منشورة، 2011م.
10. ياسر عثمان حامد محمود، التخطيط الاستراتيجي لمنظمات المجتمع المدني، بحث غير منشور «ماجستير»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2011م.
11. كمال محمّد نور، الاستراتيجية الإعلامية للدولة وأثرها علي الأمن الوطني، جامعة الزعيم الأزهري، كلية العلوم السياسية، (ماجستير) 2004م
12. مروة عبد الرحمن محمد الطاهر، دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات، «بحث غير منشور»، تكميلي بكالوريوس، جامعة الخرطوم: كلية الآداب، 2011م.
13. معتصم عادل علي محسن، «الإعلام الأمني ودوره في خدمة المجتمع» - دراسة تطبيقية على الأمن المروري بمدينة رام الله فلسطين، بحث غير منشور «ماجستير»، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي - جامعة أم درمان الإسلامية، 1434هـ - 2013م.
14. محمد سعيد آل عياش الشهراني، أثر العولمة على مفهوم الأمن الوطني، بحث غير منشور «ماجستير»، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1427هـ - 2006م.
15. ميلود عامر حاج، الأمن القومي العربي وتحدياته المستقبلية، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، دار جامعة نايف للنشر، 1438هـ - 2016م).
16. عبد المحسن بدوي محمد أحمد: (تناول أخبار الجريمة فى الصحف السودانية) «رسالة دكتوراه غير منشورة»، جامعة الجزيرة 2000م.
17. عبد المحسن بدوي محمد أحمد، تجربة الإعلام الأمني بالشرطة السودانية، ورقة علمية مُقدّمة للدورة التدريبية التي أقامتها جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بعنوان: (تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني)، الرياض: 9-13/4/1435هـ - الموافق 9/13/2014م.
18. عاصم إدريس جعفر، ماجستير غير منشور «التخطيط الاستراتيجي للإعلام التتموي»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2012م.
19. عثمان عوض الكريم، التخطيط للبرامج التلفزيونية، بحث غير منشور، «دكتوراه»، جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام، 2000م.
20. عبد الكريم قاسم السبيق، مدى استفادة الأجهزة الأمنية من خدمات شبكة الإنترنت، بحث غير منشور «ماجستير»، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية

- الدراسات العليا- قسم العلوم الإدارية، 1424هـ- 2003م.
21. عصام الدين عثمان زين العابدين، أثر الصحافة السودانية في التوعية الأمنية، «ماجستير غير منشور»، كلية الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية 2004م
22. قاسم أمين أحمد كاكيتلا: دور وسائل الإعلام في تنمية علاقات الجمهور بالمؤسسات الأمنية) «رسالة ماجستير غير منشورة»، كُليّة الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية 2005م.
23. فتح الرحمن أحمد محمد الكجم، «التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية»- وكالة السودان للأنباء نموذجاً-، بحث غير منشور «ماجستير»، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 1433هـ- 2012م.
24. فيصل القحطاني، استراتيجيات الإصلاح والتطوير الإداري ودورها في تعزيز الأمن الوطني، بحث غير منشور«رسالة دكتوراه»، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006م).
25. قنديل محبوب محمد أحمد، «فاعليّة الإعلام الأمني لعمليات الاختراق الثقافي في عصر العولمة» - دراسة حالة إذاعة ساهرون-، بحث غير منشور«دكتوراه»، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي - جامعة أم درمان الإسلامية، 1432هـ - 2013م.

رابعاً: المجالات والدوريات والأوراق العلمية والمحاضرات.

1. أديب خضور، أولويات تطوير الإعلام الأمني العربي: واقعه وتطوره، ط1، مطبوعات مركز الدراسات والبحوث، العدد 234، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 1420هـ-1999م).
2. الصحافة الإلكترونية، مذكرة تدريسية، الجامعة الإسلامية-غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2012م.
3. آسيا علي العماس، ورقة بعنوان: «الدراسات الاستراتيجية الإسلامية - معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، 2010م.
4. بدر الدين أحمد إبراهيم محمد، الإعلام الجديد ودوره في منظومة القيم والأخلاق لدى الشباب المسلم، ورقة علمية مُقدّمة إلى مؤتمر مكة السادس عشر «الشباب المسلم والإعلام الجديد»، الذي نظّمته رابطة العالم الإسلامي، مَكّة المُكرّمة 3-4 ذو الحجة 1436هـ- الموافق 16-17 سبتمبر 2015م.
5. بدر الدين ميرغني عبد الله، محاضرات في مفهوم الاستراتيجية وأبعادها التطبيقية في السودان، جامعة الرباط الوطني، 2012م.
6. سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع - التحدّيات والفرص، ورقة

- علمية مُقدّمة المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 18- 20 محرم 1433هـ.
7. سمير أمين، تحديات العولمة، مجلة شؤون الأوسط، العدد 71، إبريل 1999م
8. صفاء محمد خليل، الممارسة الصحفية في ظل الاندماج الإعلامي - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية، مجلة كلية الدعوة والإعلام - جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد الثالث - ديسمبر 2015م - 1437هـ، ص223.
9. هاني القماح، التخطيط الإعلامي الأمني لتحقيق المشاركة الشعبية لمكافحة الإرهاب، دراسة مقدمة لمؤتمر المشاركة الشعبية لمكافحة الإرهاب، المنعقد بأكاديمية الشرطة - مركز بحوث الشرطة، القاهرة: في الفترة من 14-16/ يونيو / 1993م.
10. زحل محمد الأمين، محاضرات في قانون حقوق الإنسان، معهد دراسات الكوارث واللاجئين - جامعة إفريقيا العالمية، الدفعة 20 ماجستير، 2014م.
11. حسن أمين محمد، مذكرات في التخطيط التتموي، 2011م.
12. ياسر عثمان حامد محمود، دور التخطيط الاستراتيجي في تطوير منظمات الأعمال، ورقة بحثية، ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، 2011م.
13. كوني مور لاي، دور الإعلام في نشر ثقافة السلام، مجلة دراسات المستقبل، العدد الأول، المجلد الأول، السنة الأولى، (الخرطوم :مركز دراسات المستقبل، ربيع الثاني 1426هـ-يونيو 2005م).
14. مجلة (هنا أم درمان) العدد (30)، الخميس 25/3/1954م.
15. مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد(318)، السنة الثامنة والعشرون - ذو القعدة 1429هـ- الموافق (نوفمبر/ ديسمبر / 2008م).
16. مجموعة محاضرات للدكتور جاسم سلطان.
17. محمد أحمد حسن التوم، ورقة بحثية بعنوان: دور التخطيط الاستراتيجي في بناء الأمم، (د.ت).
18. محمد بابكر عباس، العون الإنساني وإدارة الكوارث، ورقة، معهد دراسات الكوارث واللاجئين - جامعة إفريقيا العالمية، الدفعة 20 ماجستير، 2012م.
19. محمد سعد أبوعماد، ورقة بعنوان: (الإعلام الأمني المفهوم ..الوظائف.. الاشكاليات)، جامعة حلوان (د.ت).
20. محمد حسين أبوصالح، مجموعة محاضرات حول التخطيط الاستراتيجي، طلاب الدفعة الثانية، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 2011م .
21. مدثر عبد الرحيم، وسائل الاتصال الحديثة والهوية الثقافية في البلاد العربية: دور

- صنّاع القرار السياسي، مجلة دراسات إفريقية، جامعة إفريقيا العالمية، (الخرطوم: العدد السادس، فبراير 1990م).
22. عايض الحربي، ورقة علمية بعنوان: مفاهيم إعلامية.
23. عبد الرحمن أحمد أبو دوم، ورقة عمل بعنوان: (منظمات المجتمع المدني في السودان والاستراتيجيات القومية) مركز التنوير المعرفي، ورشة عمل دور مؤسسات المجتمع المدني، أغسطس 2008م.
24. عباس كورينا محمد العوض، التجربة السودانية في التخطيط الاستراتيجي، مجلة دراسات المستقبل، العدد الأول - المجلد السادس، السنة العاشرة، شوال 1435هـ - أغسطس 2014م.
25. عمرو صبري أبو جبر، محاضرات في مساق الإعلام المتخصص، جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2011م.
26. علي عيسى عبد الرحمن، التخطيط الاستراتيجي للدعوة بالتطبيق على الوسائل الدعوية، مجلة معالم الدعوة الإسلامية، كلية الدعوة، جامعة أم درمان الإسلامية، العدد الثالث، ربيع الأول 1432هـ - فبراير 2011م.
27. علي بن فايز الجحني، نظرة على الإعلام الأمني، مجلة الأمن: وزارة الداخلية بالمملكة العربية السعودية، المجلد الأول، العدد الثامن.
28. علي منعم القضاة، الكتابة المتقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، ورقة بحثية، (د.ت).
29. علي إبراهيم عوجة، الإعلام الأمني: المفهوم والتعريف، ورقة عمل بالندوة العلمية الخامسة والأربعين التي نظمها مركز الشيخ صالح - جامعة الأزهر - القاهرة، تحت عنوان: (الإعلام الأمني: المشكلات والحلول).
30. علي بن شويل القرني، الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الشخصية، ورقة غير منشورة، جامعة الملك سعود، دون تاريخ.
31. خالد حمد العنقري، الحكومة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية - الركائز والمنطلقات، ورقة عمل (د.ت).
32. رؤوف المنياوي، التجربة المصرية في الإعلام الأمني، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول للمسؤولين عن الإعلام الأمني، تونس، تحت عنوان: دور الإعلام الأمني في غرس المفاهيم الأمنية لدى المواطن العربي، تونس: 9-11/4/1416هـ - 4-6/9/1995م.
33. فارسين أغابيكان، محاضرات حول التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأعمال،

2008م

34. مراد محفوظ، العولمة وضرورة التكامل الاقتصادي العربي، (القاهرة: أعمال ندوة رؤية الشباب للعولمة، 1999م).

35. صحيفة مكة السعودية، الأربعاء 1 ربيع الثاني 1439هـ - 20 ديسمبر 2017م، WWW.MAKKAHNEWSPAPER.COM.

36. ناجي السنباطي، الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية - دراسة مقارنة، دراسة مقدّمة لإتحاد المدونين العرب كجزء من مشروع إصدار كتاب ورقي عن الصحافة الرقمية (صحافة التدوين)، دون تاريخ.

خامساً: المقابلات.

1. السفير العبيد أحمد مروح، الأمين العام للمجلس القومي للصحافة، مقابلة أجراها المؤلف يوم 2015/2/19م الساعة 12: ظهراً بالخرطوم.
2. محمد خليفة صديق، أستاذ جامعي، رئيس تحرير صحيفة المحرر، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ 2014/11/3م بالخرطوم.
3. عبد المولى موسى محمد موسى، عميد كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ: الثلاثاء 2015/11/24م الساعة 9 صباحاً.
4. عثمان أبو المجد، أكاديمي وأستاذ حقوق الإنسان بعدد من الجامعات، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2015 /6/23م.
5. عثمان البشير الكباشي، وزير إعلام سابق، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ: الأحد 2015/10/5م الساعة 5 مساءً.
6. عثمان ميرغني، ناشر ورئيس تحرير صحيفة التيار السودانية، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ: الثلاثاء 2015/4/7م الساعة 4 عصراً بالخرطوم.
7. عمر صديق البشير، كاتب صحفي وناشر، نائب رئيس تحرير صحيفة المستقلة السودانية، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ السبت 2015/3/14م الساعة 7 مساءً.
8. صالح موسى علي، رئيس قسم الصحافة بكلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2015/10/3م.
9. شرف الدين محمد الحسن، منتج و مخرج تلفزيوني وباحث في مجال الهوية البصرية، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ: 201 /12 /6م.
10. ليلي الضو سليمان الضو سليمان، أستاذ الإعلام بالجامعات السودانية وباحث مختص بركائز المعرفة للدراسات والبحوث، مقابلة أجراها الباحث بتاريخ: 2017/4/20م.

11. ياسر محبوب الحسين، أستاذ جامعي ورئيس تحرير سابق، مقابلة أجراها المؤلف بتاريخ: 2 / 12 / 2017م.
سادساً: الإنترنت.
1. تحولات مفهوم الأمن.. الإنسان أولاً، مقال منشور على الإنترنت، <http://www.islamonline.net/arabic/mafaheem> تاريخ دخول الموقع: 2/3/2015م.
2. موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي على شبكة الإنترنت، <http://www.abahe.co.uk> ، تاريخ دخول الموقع: 2015/2/3م
3. موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
4. لسان العرب، مادة صنع.الموقع الإلكتروني للمعجم، www.maajim.com
5. الموقع الإلكتروني <http://aminhassanomer.blogspot.com> ، تاريخ دخول الموقع : 2014/7/23 م .
6. سعيد أبو عباه، الإعلام الأمني، مقال بصحيفة الرأي الإلكترونية، على الموقع الإلكتروني www.pulpit.alwatanvoice.com ، تاريخ دخول الموقع: 2014/2/3م.
7. هشام الطالب، معهد الفكر الإسلام، من موقع www.ibtesama.com ، تاريخ دخول الموقع : 2014/11/9م.
8. علي بن عيسى، مقال بعنوان: «التفكير الإستراتيجي للمخططين الإستراتيجيين»، موقع تاريخ زيارة الموقع 2014/3/11م. www.ksa.edu.sa
9. صحيفة المدينة الإماراتية، 10 مايو 2016م، www.almadenahnews.com ، تاريخ دخول الموقع: 2017 /9/3م.
10. عبد الله بدران، الإعلام المتخصص ودوره الحضاري، موقع مجلة الكويت على الشبكة العنكبوتية تاريخ دخول الموقع: 2014/11/3م، www.kuwaitmag.com
11. www.manhal.net موقع منهل للثقافة والتربية- نشر بتاريخ 2008/6/17م.
12. الموقع الإلكتروني، <http://shifa.ahlamontada.com> ، تاريخ دخول الموقع 2014/8/20 م .
13. عثمان جعفر عثمان ساتي، مقال منشور على شبكة الإنترنت <http://ipecs.sudanforums.net>
14. الموقع الإلكتروني www.tge.gov.sa على شبكة الإنترنت، تاريخ دخول الموقع 2014/6/21 م .
15. صالح بن محمد المالك، منقول بتصريف من مقالة بعنوان: (الإعلام الأمني

والإعلام (نشأته، أهدافه، تطوره) نظرة عامة)، من الموقع الإلكتروني <http://www.al-jazirah.com/2004>، تاريخ دخول الموقع : 2014/4/12م.
16. خالد الخاجة، الإعلام الأمني ركيزة تنموية وضرورة مجتمعية، مقال منشور على الإنترنت.

17. استراتيجية الإعلام الأمني، مقال منشور على الإنترنت، <http://www.creporter.com>، تاريخ دخول الموقع : 2015/2/3م.

18. علاء عبد الحفيظ محمد، مفهوم الأمن القومي وتحديد أبعاده، مقال منشور على موقع المركز الأوربي لدراسة مكافحة الإرهاب والاستخبارات، www.europarabct.com، تاريخ دخول الموقع: 2017/3/12م.

سابعاً: القوانين والتقارير

1. دستور جمهورية السودان الانتقالي لسنة 2005م.
2. الاستراتيجية ربع القرنية.
3. قانون الهيئة القوميّة للإذاعة لسنة 1991م بتاريخ 1991/12/30م، تعديل سنة 1994م، بتاريخ 1994/3/6م، المادة (7).
4. تقرير الخبراء حول ملامح الاستراتيجية الإعلامية العربية: 1996م.
5. تقرير الأمم المتحدة، الجمعية العامة، الدورة السادسة والستون، متابعة قرار الجمعية العامة 64/291 المتعلق بالأمن البشري بتاريخ 5 إبريل 2012م.
6. العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية.



سيرة ذاتية مختصرة للمؤلف

أولاً: المعلومات الشخصية

- الإسم: ياسر عثمان حامد محمود
- الدرجة العلمية: أستاذ الإعلام المساعد – جامعة الرباط الوطني (سابقاً)
- مكان وتاريخ الميلاد: نهر النيل – شندي- قرية الشخاب في 14 / 10 / 1972م.
- الحالة الاجتماعية: متزوج وأب

جوال: 00249917047000-0024911777005

-الإيميل: abumehera777@gmail.com

ثانياً: المؤهلات التعليمية

- دكتوراه التخطيط الاستراتيجي- جامعة أم درمان الإسلامية- 2016م.
- ماجستير الإعلام- جامعة أم درمان الإسلامية- 2015م
- ماجستير- التخطيط الاستراتيجي - جامعة أم درمان الإسلامية- 2012م.
- بكالوريوس الإعلام - جامعة أم رمان الإسلامية- 2004م.

ثالثاً: الوظائف الأكاديمية

- أستاذ الإعلام المساعد- جامعة الرباط الوطني- 2016م – 2018م(متعاون).
- أستاذ الثقافة الإسلامية والدراسات السودانية المساعد- أكاديمية العلوم الصحية- 2015م- 2018م(متعاون).

رابعاً: المواقع والوظائف

- رئيس تحرير نشرة الأخبار قناة 22 الفضائية- السعودية- 2018م – 2021م.
- باحث مختص- ركانز المعرفة للدراسات والبحوث- 2009م- 2018م.
- مؤسس ورئيس تحرير صحيفة (السودان الجديد الإلكترونية) 2017م- 2018م.
- رئيس تحرير صحيفة المستقلة اليومية السودانية- 2016م- 2017م.

- أمين أمانة العلاقات العامة والإعلام- أكاديمية العلوم الصحية- 2014م- 2018م.
- مستشار إعلامي الأكاديمية القومية للعلوم الجمركية والتكنولوجيا- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي- 2016م- 2017م.
- مدير إدارة التخطيط- الجمعية الإفريقية الخيرية- 2007م – 2014م.
- مساعد مدير العلاقات العامة- قناة الاقتصادية الفضائية- السعودية- 2004م – 2007م.
- معد ومقدم برامج بعدد من القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية- 2000م- 2014م.
- محرر وكاتب بعدد من الصحف السودانية- 1997م- 2003م.

رقم الإيداع:
226/2018

هذا الكتاب

الإعلام الأمني مفهوم جديد أخذ في التلور أو التشكل في سبيل الوصول إلى مرحلة النضج والاستقرار، وهو مفهوم حديث في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة ذات الصلة بالعلوم السياسية والاستراتيجية. وهذه المرحلة من معالجة المفهوم في محاولة جديدة للتفويض بطريقة أو مفهوم حصول الإعلام الأمني وبذلك يكون هذا الكتاب قد أسهم في الترويج لهذا النوع الحديث.

د. د. منصور عيسى محمد شعور

أعلن المؤلف من عدم تلور مفهوم الإعلام الأمني بالمعنى الذي يفهمها غير المختصين في هذا المجال إلا أن الكتاب اجتهد في الترويج بصورة تعريفية لهذا الإعلام والهيئة والثقافة والوسائل التي يقوم عليها، وفوق ذلك تطرق إلى صناعة الإعلام الأمني غير المتخصصين الذين لا بد لهم من معرفة الإعلام والترويجيات التي لا بد من إتقانها في أي مهنة سواء استخدم الإعلام سواء في مجال القضايا الأمنية أو غيرها من مجالات أخرى يمكن أن يكون لها ارتدادات أمنية.

د. د. منصور عيسى عيسى عبد الرحمن

نائب مدير معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية

يعتبر هذا الكتاب جهداً نظرياً وإضافة علمية للمختصين والعامين والمتخصصين في مجال الإعلام والأمن، ويأمل أن يكون منوعة في هذا المجال والاستفادة منه في التطبيق العملية لحماية الأمن القومي الوطني غير وسائل الإعلام.

د. موسى عبد الله عبد

مدير كلية الإعلام جامعة الزقيا العلمية

