

المؤسسة السمعية البصرية ونشر المعرفة الأمنية

د. وريدة دالي خيلية، جامعة الجزائر 3

يطرح موضوع المقال، إشكالية مكانة الإعلام السمعي البصري في المنظومة المتكاملة للعمل الأمني وكيفية مساهمته في الحفاظ على أمن واستقرار الوطن، باعتبار أن مفهوم الأمن في عصرنا، قد أصبح من المفاهيم العامة المهمة و ذلك لارتباطه المباشر بحياة الأفراد والجماعات، وبسلامة الحياة المدنية.

و له أبعاد عامة، و مجالات إدراكية واسعة ترتبط مع مجالات عديدة، منها الأمن الاجتماعي، و الأمن الاقتصادي، و الأمن الفكري، و الأمن المعلوماتي والأمن المناخي والأمن الدولي، و الأمن الاقليمي و.... غيرها.

أمام هذا التنوع في المجالات، فلم يعد بإمكان الأجهزة الأمنية، احتكار تلك المجالات من ناحية استخدامها. باعتبار أن الأمن قد أصبح يحتاج إلى العديد من الأدوات و الوسائل، منها وسائل الإعلام الخاصة السمعي البصري الذي - شئنا أم أبينا- قد أصبح له دورا مؤثرا و فعالا، من شأنه أن يدعم الأجهزة الأمنية في نشر المعرفة الأمنية على كافة المستويات. بل و من خلال التغطية الاعلامية، أصبح له الدور الأكبر، في التوعية بأبعاد القضايا الأمنية، و المساهمة في بناء المواطن، و تحصينه من فكر الإعلام العالمي المعادي.

كما يلعب الإعلام السمعي البصري، دورا هاما في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن وتمكينه من استيعاب كل ما يجري في الساحة السياسية للوطن، و ذلك من خلال الشرح والتحليل، للقضايا التي تهم المواطن.

سنناقش ما طرحه إشكالية الموضوع، معتمدين على عدة محاور:

المحور الأول: العلاقة بين المؤسسة السمعية البصرية والجهاز الأمني:

المحور الثاني: مؤسسة السمع البصري والتوعية الأمنية

المحور الثالث: أهمية الإعلام السمع البصري و تأثيره على الأنشطة الأمنية

يسعى الإنسان من خلال عقله، إلى الكشف عن الحقيقة، والإلمام بمختلف المظاهر والظواهر، الأمر الذي دعاها إلى إيجاد وسيلة مثلى، يشبع من خلالها فضوله، ويشفي بها غليله.

لذلك فالإعلام ظاهرة اجتماعية قديمة ارتبطت بوجود الإنسان، و أنشأت تطوراتها مع نشوء وتطور الجماعة البشرية لتتلاءم في النهاية، مع شكل المجتمع واحتياجاته، الأمر الذي تطلب وجود وسائل إعلام تستجيب لحاجات المجتمع، وتحقيق الوظيفة الأزلية للاتصال.

ويؤكد علماء الاجتماع والنفس، بان الإعلام بوسائله المتعددة، هو أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس، وبذلك فإنه الوسيلة الأولى التي تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي تعيشها وتواجهها المجتمعات العالمية، وأصبح الإعلام يستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل، من أجل مصلحة الفرد والمجتمع ككل في شتى مجالات الحياة المعاصرة، سواء في الجوانب الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية، وبالتالي الأمنية على كافة المستويات المتصلة بها.

ومع التطورات الهائلة التي شهدتها العالم، منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن، وخاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، أصبح العالم قرية كونية صغيرة لا يمكن فصلها إعلامياً، فقد أصبحنا نعيش عصر الأقمار الصناعية وما تنقله من معلومات وأخبار، وما أحدثته من تقارب ثقافي ومعرفي، أتاح اطلاع الفرد على أحداث العالم حين حدوثها، مما زاد من تأثير الإعلام و الاتصال ووسائله المختلفة خاصة المؤسسة السمعية البصرية لقدرة على الهيمنة على الأفراد والمجتمعات.

بل وبات الاتصال السمعى البصرى، يعتر من مقومات السيادة الوطنية للدول، باعتباره أداة فاعلة ومنظومة متكاملة تشرح القضايا و تطرحها على الرأى العام، من أجل تهيئة المواطن إعلاميا، تجاه قضاياها اليومية، و منها القضايا المتعلقة بالمنظومة الأمنية بمختلف أشكالها، و إعانتة على معايشة العصر والتفاعل معه. في ظل ما يشهده العالم من ثورة تكنولوجية إعلامية، قلبت كل الموازين ثورة لن تتوقف ما دامت عملية الابتكار والتغير مستمرة.

إذن لابد من تفعيل أداء الإعلام السمعى البصرى لترسيخ بناء الدولة، وترسيخ الثوابت الوطنية لدى مواطنيها .

المحور الأول: العلاقة بين المؤسسة السمعية البصرية والجهاز الأمني:

يعتبر الأمن والاتصال من ألقى المصطلحات بالإنسان فيهما تتحقق إنسانيته. "فالأمن يعطيه الحيثية النفسية والاجتماعية و التواصل يحقق له كينونته، باعتباره مرسلا و متلقيا للمشاعر والخبرات."1

1- المؤسسة السمعية البصرية:

يشمل مصطلح السمعى البصرى جميع الوسائل التي يستخدم فيها الصوت أو الصورة أو الاثنين معاً. و تكمن أهميتها في طريقة استعمالها و تنوعها وأهميتها من حيث المضامين التي تحملها، والتي تبرزها في أشكال فنية وجمالية تعبيرية مختلفة

أما وسيلة السمعى البصرى، فهي كل وسيلة إعلامية مخالفة للإعلام الورقى " الكتاب والجريدة، المجلة وغيرها" أي أنها أي وسيلة إعلام تستخدم جهازا للتواصل مثل التلفزيون السينما والكمبيوتر.

من الأهداف المنوطة بالمؤسسة السمعية البصرية، نشر وزيادة المعرفة، أي إعطاء معلومات جديدة للمتلقى. ورفع المستوى العلمى والثقافى لديه، من خلال البرامج والخصص العلمية

والثقافية، و توفير الوقت والجهد. حيث نجحت هذه الوسيلة في اختصار المسافات والوقت، فقربت المجتمعات في وقت قريب

تعمل المؤسسة السمعية البصرية ضمن المنظومة الإعلامية الاتصالية التي تعتمد على وجود مرسل في طرف، ومستقبل في طرف آخر، و هي كأداة أو وسيلة اتصال سمعية أو بصرية، تنقل رسالة معينة قد يصل المضمون كما أراد المرسل، وقد لا يصل لوجود تشويش مادي أو عائق معنوي.

أما دورها، فهو التبليغ المرفق بالتوجيه والإرشاد، بهدف التحسيس والتوعية والتثقيف، و توجيه رأي عام حول قضية معينة، أو تكوين رأي لدى المجتمع والقضايا التي تواجهه، والتطلع نحو المستقبل، و تهدف المؤسسة السمعية البصرية إلى تطوير أسلوب الحوار والنقاش بين أفراد المجتمع، والمحافظة على التراث الثقافي وإثراء الرصيد المعرفي لدى المجتمع.

2-الجهاز الأمني:

أصبح مفهوم الأمن في عصرنا، من المفاهيم العامة المهمة، وذلك لارتباطه المباشر بحياة وبكرامة الأفراد والجماعات وسلامة الحياة المدنية.

فالأمن مسؤولية عامة في أول الأمر، و هو أيضا وظيفة خاصة يؤديها جهاز أمني، وظيفة تعتبر من أهم واجبات السيادة للأمة، بوصفها صمام الأمان للمجتمع ككل. للأمن أبعادا عامة، و مجالات إدراكية واسعة، تتوسع إلى الكثير من المجالات، منها الأمن الاجتماعي، و الأمن الاقتصادي، و الأمن الفكري، و الأمن المعلوماتي والأمن المناخي، والأمن الدولي، و الأمن الاقليمي و....غيرها. هذا التنوع في المجالات جعل مفهوم الأمن، يحتاج إلى العديد من الأدوات والوسائل. حيث لم يعد بإمكان الأجهزة الأمنية احتكارها من ناحية استخداماتها.

فالأمن هو أيضا وظيفة القائم على الإعلام، وهو حقه كمواطن، لكن الواقع يقول: أن علاقة الإعلام السمعي البصري بفعاليته تتحدد، إذا اقتنعت الأجهزة الأمنية بأهميته، و قدمت له المادة الأمنية.

وهكذا يقوم الإعلام، بإعداد تلك المادة في شكلها الإعلامي المناسب، و من ثم يقوم بعرضها على الجمهور بأسلوب من شأنه أن يحقق تجاوب الجمهور، مع الأفكار الأمنية المطروحة.

وعلى الرغم من القوة التي تتمتع بها وسائل الإعلام كلها بما فيها الإعلام السمعي البصري، إلا أنها تبقى رهينة الأجهزة الأمنية باعتبارها المصدر الوحيد الذي يزودها بالمعلومات والتوضيحات والبيانات.

و الأمن يتأثر -بدوره- تأثيراً كبيراً، بما تعرضه أجهزة الإعلام، من برامج ومواد إعلامية، لأنه يخاطب بالدرجة الأولى شعور المتلقي، لأن الأمن مفهوم يمنح الفرد الإحساس بالأمان والاطمئنان، لذلك يكون التأثير قوياً و سريعاً.

قد يكون هذا التأثير إيجابياً، فيشعر المتلقي بالاطمئنان، و بالتالي يبدي المواطن تقديره واحترامه للقوى الأمنية أو يكون التأثير سلبياً، فيؤدي إلى التقليل من شأنها، ما يؤدي إلى زعزعة الثقة في مقدرة أجهزة الأمن على تحقيق أهدافها. فكما أن رجل الأمن "قد يضر بالسياسة الأمنية الرشيدة، فالقائم على الاتصال يمكن أن يتحول إلى تاجر مصائب، و الباحث الأكاديمي يمكنه أن يخون الأمانة لصالح هيئة أو من أجل مجد أناني.

وإذا كان سوء استخدام السلطة هو أساس عيوب القائمين على الأمن، فإن الباحث و الإعلامي و رجل المال يملكون سلطة ربما تكون أخطر. وصدق الرسول عليه الصلاة و السلام عندما أرسى المبدأ الخالد: كلكم راع"1

ويؤدي الإعلام دوراً بارزاً في تعزيز السلم الأهلي في المجتمعات، حيث يساهم مساهمة فعالة في ارساء دعائم الأمن والاستقرار في أي بلد من البلدان، من خلال الأفكار والرؤى التي يتم تناولها وطرحها في وسائل الاعلام.

فالتفاعل المتبادل بين وظيفة وسائل الإعلام المختلفة والأجهزة الأمنية، يمثل تكاملاً ضرورياً لإحداث الأمن و الاستقرار في المجتمع حيث يرتبط الأمن ارتباطاً وثيقاً بمؤسسات تلك الوسائل، لما لهذه المؤسسات من دور في بناء و استقرار المجتمع.

التحالف الاجتماعي هو الرابط بين كل المؤسسات اتصالية و أمنية و علمية، ضمن ميثاق لا يتعدى على مساحات الخصوصية. و وسائل الإعلام و الاتصال، أوسع الوسائط في المجتمع، كمنتج للوسائل التي تخدم القائم على الأمان و المحرم أو الضحية. وتلعب المؤسسات الإعلامية، "أدواراً تكاملية مع المؤسسات الأمنية، لإحداث الاستقرار في المجتمع. ففي الوقت الذي تنطلق الجهود الأمنية نحو مكافحة السلوك الإجرامي في المجتمع، فإن وسائل الإعلام المفروض، أن تنطلق من محور تعزيز الإرادة الإجرامية لدى الأفراد لممارسة السلوك الإجرامي، مما يجعلهم غير راغبين في ممارسته. وبهذا فالمؤسسات الإعلامية كغيرها من المؤسسات الاجتماعية هي بمثابة كوابح اجتماعية، تهدف إلى تشريب أفراد المجتمع المعايير والقيم التي تحافظ على أمن المجتمع."3

المحور الثاني: مؤسسة السمع البصري والتوعية الأمنية:

ترتبط السياسة الإعلامية بالأوضاع السياسية، والاقتصادية، و الأمنية، والاجتماعية، بمعنى أن الاعلام يرتبط بقوى الدولة الشاملة، ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر، لتحقيق الأمن الوطني من خلال التغطية الاعلامية ومن خلال الاسهام في بناء المواطن، و تحصينه ضد الغزو الإعلامي أو الفكري الأجنبي. لذا تقوم المؤسسة السمعية البصرية بدور مهم، في تنمية الوعي السياسي و الأمني لدى المواطنين.

يعرف "الواء سعد بن علي الشعرائي" التوعية الأمنية بأنها: "الجهود المبذولة من الجهات الأمنية المختصة، و الجهات الأخرى ذات العلاقة-كوسائل الإعلام السمعية البصرية- ضمن خطة عامة، لرفع مستويات الفهم و الإدراك للأبعاد والمفاهيم و المخاطر و السلوكيات المشروعة و غير المشروعة الواجبة المتاحة، و الممنوعة في مجالات الأمن و السلامة العامة و الخاصة، بهدف تقليل المخاطر والمهددات الداخلية و الخارجية التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد و المجتمع و الدولة، و دعم جهود مؤسسات الأمن الوطني الأمنية و الدفاعية، في أداء مهامها و وظائفها، و التعاون معها و التكامل مع جهودها. حيث يتناول القضايا الوطنية التي تؤثر

في قدرات الدولة ، من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا، وتعريف المواطن بأسبابها، و أسلوب التعامل معها"4

والتوعية هي عملية تشير إلى "إكساب الفرد وعيا حول أمر ما أوأمر بعينها، و تبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بماو من هذا المنطق، التوعية تهدف في بؤرة اهتمامها إلى التوجيه و الإرشاد و للتزود بالمعرفة"5

معنى ذلك أن المؤسسة السمعية البصرية، لم تعد فضاء للترفيه فقط، أو شيئاً كمالياً، بل أصبحت واقعاً وضرورة لا يمكن للمواطن أن يستغني عنها. فهذه المكانة التي تميز هذه المؤسسة، جاءت انطلاقاً من طبيعة وظائفها المتداخلة مع جميع طبقات المجتمع، لما تقدمه من معلومات عبر مساحات كبيرة، وعلى مدار الساعة.

وتختلف طرق تأثير المؤسسة السمعية البصرية، فهي قد تؤثر بطريقة مباشرة من خلال برامج ذات اتجاهات واضحةأو يكون تأثيرها بطريقة تراكمية عبر الامتداد الزمني، الذي يسهم بدوره، في رسم صورةعن الأشياء و الأشخاصمن حولنا، و كذلك التأثير في اتجاهاتها و سلوكنا، حيال الواقع المحيط بنا.

لذلك أصبحت - بأشكالها المختلفة- تحتل حيزاً كبيراً من عقل واتباه الإنسان المعاصر، نظرا لتعدد الوسائط وتنوع القنوات وحدة التنافس، مما يسبب حالة من التسابق الشرس بين مختلف مقدمي الخدمات الإعلامية. خاصة بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام، و ما له من أثر كبير على المنظومة الأمنية.

لذا يتبين مما سبق أنه لا بد من التسليم، بأن هناك علاقة ارتباطية بين الأمن ووسائل الإعلام، خاصة مؤسسة السمعي البصري ، التي تلعب دورا مؤثرا و فعلا من شأنه أن يدعم الأجهزة الأمنية على كافة المستويات، في نشر المعرفة الأمنية. بل و من خلال التغطية الاعلامية، أصبح له الدور الأكبر في التوعية بأبعاد القضايا الأمنية، و المساهمة في بناء المواطن، و تحصينه من فكر الاعلام العالمي المعادي. كما يلعب الإعلام السمعي البصري، دورا هاما في تنمية

الوعي السياسي لدى المواطن، لتمكينه من استيعاب كل ما يجري في الساحة السياسية للوطن، و ذلك من خلال الشرح والتحليل، للقضايا التي تم المواطن.

من العلاقة الارتباطية بين الأمن ووسائل الإعلام ظهر- خلال نهايات القرن العشرين- ما يسمى بالإعلام الأمني كمفهوم جديد في حقل الإعلام العام، تماشياً مع ظهور الإعلام المتخصص. و انتشر المفهوم من خلال الفضائيات والقنوات المتخصصة، و الإذاعات والصحف، كل يعمل في مجال محدد ويوجه إلى جمهور محدد.

هناك ثلاث توجهات، بالنسبة لتعريف مفهوم الإعلام الأمني، حددت تبعاً لوجهات نظر ولرؤية الباحثين الذين تناولوه.

التوجه الأول: يرى هذا التوجه أن الاعلام الأمني هو واحد من فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور، أو قطاع معين منه، بموضوعات تخص الأمن. يقوم به رجال الأمن ذاتهم، أو رجال الإعلام.

التوجه الثاني: يرى هذا التوجه أن الاعلام الأمني في الأصل، هو الاستخدام المهني للإعلام من قبل الأجهزة الأمنية يقصد به، كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها، وما يتم إعدادها من رسائل إعلامية، بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود والإنجازات التي تحقّقها وزارة الداخلية، في إطار استراتيجيتها الأمنية الشاملة، من خلال كافة وسائل الإعلام والاتصال المختلفة.

و ضمن نفس التوجه، يتم التركيز على مفهوم الإعلام الأمني، من زاوية أسلوب الاتصال الذي يُتبع في مجال الإعلام الأمني، و من ثم فهو الإعلام الذي يتحقق بمبادرة من رجال الأمن، إما بطريقة مباشرة لإنتاج الرسائل الإعلامية، كالبرامج الأمنية الإذاعية والتلفزيونية، والأفلام السينمائية وغيرها، أو بطريقة غير مباشرة مثل تزويد الصحف بأخبار الأحوال الأمنية ومجرياتهما، بشكل موضوعي يعتمد على المعلومات الموثوق بها.

التوجه الثالث: يرى هذا التوجه أن الإعلام الأمني، نتاج للعلاقة الارتباطية بين مفهوم الامن المعاصر ومفهوم الاعلام المعاصر. حيث أدى التوسع المفاهيمي لكلا المفهومين، إلى إيجاد حقل مشترك له وظائف إخبارية وتعليمية وإرشادية وتوعوية واسترجاعية، من تبادل الرسائل، وفق نمط الاتصالات المتبادلة بين ثلاثة قطاعات هي: الأجهزة الأمنية والأجهزة الإعلامية، والمجتمع "افراد، مؤسسات، جماعات" وهنا تم التركيز على استخدام وظائف الإعلام الأمني ونطاقه كأساس للتعريف وفق هذا المفهوم.

خلاصة القول، أن الإعلام الأمني يقوم بعملية اتصال، لرسائل مباشرة وغير مباشرة مصممة ومنتجة وفقاً لنموذج معين يتناسب والمحتوى الأمني، المراد إيصاله إلى المجتمع، أو نقله من المجتمع إلى الأجهزة الأمنية، والأجهزة الإعلامية وبهذا تشترك الأطراف الثلاثة، في بلورة الأسس الأخلاقية للثقافة الأمنية العامة.

أولاً: عناصر الإعلام الأمني:

تكون الإعلام الأمني من عناصر متفاعلة فيما بينها بشكل مستمر، كما أنها تتفاعل مع البيئة المحيطة بها بمستوياتها المختلفة، انطلاقاً من البيئة الداخلية التي يتم فيها التخطيط و الإعداد للمنتج الإعلامي ثم انتاجه وإطلاقه، ومروراً بالبيئة الداخلية المحلية والوطنية، وصولاً إلى البيئة الخارجية الإقليمية، والدولية والعالمية.

العنصر الأول: القائم بالاتصال

يتمثل القائم بالاتصال في الجهات الأمنية المختصة، سواء تم ذلك بشكل مباشر أم غير مباشر وهذا يتم بإطلاق الرسالة الإعلامية الأمنية، وموضوعها والجمهور المستهدف من خلال ظروف معينة.

فئة ظروف، تتطلب أن يكون القائم بالاتصال ممثلاً في الجهة الأمنية المختصة، في حين تفرض ظروف أخرى، استخدام الشكل غير المباشر يقوم به إعلاميون.

كما أن بعض الموضوعات، يكون من الملائم أن يتم تناولها من جانب رجال الأمن أنفسهم. بينما موضوعات أخرى، يكون من الملائم تناولها بواسطة مؤسسة إعلامية.

خصائص فعالية العملية الإعلامية للقائم بالاتصال:

الخاصية الأولى: تتمثل في درجة الثقة التي يتمتع بها القائم بالاتصال لدى جمهور المتلقين، ومدى قدرته ومهارته في نقل الرسالة، ومدى اقتناعه الذاتي وإيمانه بالرسالة التي يقوم بنقلها، وإلمامه بالجوانب الفنية التي يشتمل عليها محتوى الرسالة، وتزداد أهمية مثل هذه الخصائص بالنسبة للإعلام الأمني، نظرًا لأهمية وحساسية الموضوعات والقضايا التي يتناولها.

الخاصية الثانية:

تتمثل في كون القائم بالاتصال مصدرًا واحدًا محددًا له هذا الاختصاص، بخلاف الأنماط الأخرى من الإعلام المتخصص، الذي يحتمل تعدد المصادر القائمة بالاتصال.

العنصر الثاني: الرسالة

تتمثل الرسالة في الفكرة أو الموضوع، أو الرؤية أو الخبر، أو المعلومة أو الحدث المراد نقله، والرسالة تمثل صلب العملية الإعلامية.

تتكون الرسالة من شكل ومضمون. فالشكل لابد وأن يتناسب مع المضمون، ويتلاءم مع قناة الإعلام التي سيتم استخدامها، لذلك لابد من مراعاة الشروط التالية:

- التوازن بين الشكل والمضمون: من الأمور الأساسية لإطلاق رسالة فعالة. فلا ينبغي أن يتغلب أحدهما على الآخر، لأن هذا يضعف من أثر الرسالة، وقد يوجهها بعيدًا عن الهدف المنشود، فإذا ازداد معدل الإهمار في الرسالة، فإن هذا يجذب المتلقي للاهتمام بالشكل، و يقلل من اهتمامه، وفهمه لمحتوى الرسالة.

فالاهتمام بالمضمون على حساب الشكل الذي تتخذه الرسالة، يعد من العوامل الرئيسة لانصراف المتلقين عن الرسالة وعدم اهتمامهم بها.

بل وقد يؤدي هذا، إلى اضعاف ثقتهم بالقائم بالاتصال، لأن البعض قد يفسر هذا على أنه عدم احترام من جانبه لهم أو على أنه تعبير عن مستوى مهني إعلامي ضعيف.

- التوازن في كم المعلومات التي تحتويها الرسالة: فلا ينبغي أن تحتوي الرسالة، على كم كبير أو مبالغ فيه من المعلومات، بحيث لا يستطيع المتلقي، أن يستوعب هذا الكم، ولا ينبغي أن يكون كم المعلومات محدوداً بحيث لا يفي باحتياجات المتلقي، لأنه في هذه الحالة، سوف يقوم باستكمال المعلومات الناقصة ذاتياً، أو من خلال الآخرين، الأمر الذي يؤدي إلى تشويه الرسالة الإعلامية أو تحريفها، مما يخل بالهدف المراد الوصول إليه من إطلاقها، هذا بالإضافة إلى الدقة والوضوح، وعدم استخدام أي ألفاظ أو جمل تقبل تأويلاً وتفسيرات متعددة.

- التوازن في كم المعلومات التي تحتويها الرسالة: فلا ينبغي أن تحتوي الرسالة، على كم كبير أو مبالغ فيه من المعلومات، بحيث لا يستطيع المتلقي أن يستوعب هذا الكم، ولا ينبغي أن يكون كم المعلومات محدوداً بحيث لا يفي باحتياجات المتلقي، لأنه في هذه الحالة، سوف يقوم باستكمال المعلومات الناقصة ذاتياً، أو من خلال الآخرين، الأمر الذي يؤدي إلى تشويه الرسالة الإعلامية أو تحريفها مما يخل بالهدف المراد الوصول إليه من إطلاقها.

- دقة اللغة ووضوحها: أي تفادي استخدام ألفاظ أو جمل تقبل تأويلاً وتفسيرات متعددة.

العنصر الثالث: القناة الإعلامية

إن العوامل المحددة لتفضيل قناة على قناة أخرى، تتمثل في طبيعة موضوع الرسالة، وخصائص الجمهور المستهدف، والأهداف المراد الوصول إليها من إطلاق الرسالة وتوقيتها، وقد يتطلب الأمر استخدام أكثر من قناة في وقت واحد، إلا أنه في هذه الحالة، لابد من مراعاة طبيعة كل قناة من هذه القنوات عند تصميم وإنتاج الرسالة الإعلامية.

فالرسالة التي تصمم وتنشج لقناة مرئية، تختلف عن الرسائل المصممة للقنوات الأخرى، والأهم أن يأخذ في الاعتبار، عند تصميم الرسالة الإعلامية، المزايا النسبية الخاصة بكل قناة، وذلك لتوظيفها التوظيف الأمثل، الذي يخدم الأهداف المراد الوصول إليها.

من ناحية أخرى تتطلب عملية استخدام أكثر من قناة، لإطلاق الرسالة الإعلامية ضرورة التنسيق فيما بينها، بحيث لا يوجد أي تناقض في جوهر محتوى الرسالة الإعلامية، المراد توصيلها للجمهور المستهدف، ومراعاة التوقيت فيما بينها من حيث النشر والإذاعة.

لإعلام الأمني هو الأقرب إلى استخدام أكثر من قناة لنقل رسالته، وذلك لاتساع نطاق الموضوعات التي يتناولها، وأهميتها النسبية المرتفعة بالنسبة لقطاعات كبيرة من المجتمع. الأمر الذي يعنى اتساع قاعدة الجمهور المستهدف، و تنوع خصائصه وعاداته الاتصالية، هذا فضلاً عن تعدد المستويات النوعية التي يخاطبها الإعلام الأمني، الأمر الذي يتطلب نقل رسائله من خلال عدة قنوات، وعدم الاقتصار على قناة واحدة، إلا إذا كانت هناك ظروف موضوعية تتطلب ذلك.

العنصر الرابع: الجمهور المستهدف

يعد الجمهور المستهدف، أحد العناصر الحاكمة لأية عملية إعلامية، فتبعاً لخصائص هذا الجمهور وعاداته وتقاليد، وقيمته ومفاهيمه ورؤاه، تتشكل العملية الإعلامية. ولا نغنى أن الإعلام يجب أن يكون أداة لترسيخ التقليد، ومقاومة التغيير والتجديد، وإنما على المخطط الإعلامي، أن يضع في الاعتبار خصائص الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية، التي قد تشتمل على بعض الأفكار والرؤى الجديدة، بحيث يقدمه بالشكل وبالصيغة، التي لا ينتج عنها أي شك أو حذر، أو صدام مع الجمهور المتلقي. والواقع أن هذه المسألة، تعد إحدى المعضلات، التي تواجه الإعلام في كافة المجتمعات. هناك عدة استراتيجيات للتغلب عليها، أو على الأقل تجنب آثارها السلبية:

1- الاستراتيجية الأولى: تعتمد على التكرار المنظم للرسالة الإعلامية من خلال

استخدام أشكال مختلفة للرسالة تحمل ذات المضمون حيث يتولد عن التكرار نوع من التآلف بين المتلقي والرسالة الأمر الذي يجعله أكثر استعداداً لقبولها والتسليم بصحتها.

2- الاستراتيجية الثانية: هي استراتيجية بناء اتجاه، لقبول الرسالة الجديدة، دون الدخول في صدام مع الاتجاهات القائمة، لأن الهدف هو توصيل الرسالة، وليس الصدام مع الذين يحملون أفكارًا مضادة لها.

3- الاستراتيجية الثالثة: هي استراتيجية القاطرة، وتقوم على أساس وجود مجموعة في كل جماعة من قادة الرأي، الذين يكون لهم تأثير في باقي أعضاء الجماعة ومن ثم، يمكن البدء بتوجيه الرسالة إليهم ثم يقومون هم بعد ذلك، بنشرها بين قطاعات أوسع، ومن ثم فهم بمثابة القاطرة التي تشد وتحذب باقي الأطراف نحو وجهة معينة.

هناك العديد من الاستراتيجيات الأخرى في هذا المجال، والإعلام الأمني يحتاج إلى معظم هذه الاستراتيجيات. بل لا نغالي إذا ما ذكرنا، أنه يحتاج إلى ابتكار استراتيجيات خاصة به في هذا المجال من خلال توثيق وتحليل الخبرات المتراكمة في هذا الشأن.

العنصر الخامس: التغذية العكسية

تعد التغذية العكسية، أحد العناصر الهامة لأية عملية إعلامية فعالة، لأنها تتضمن ردود أفعال المتلقين على الرسالة الإعلامية، ومن ثم فهي بمثابة اكتمال دورة الاتصال، التي تمهد لدورة جديدة.

وهي تدل على وصول الرسالة إلى الجمهور. ومن خلال تحليلها يمكننا أن نعرف، هل وصلت الرسالة إلى الجمهور المستهدف، أم أنها قد ضلت طريقها. كما أنها توضح رؤية المتلقين الفعليين للرسالة وفهمهم لها، ومدى اقتراب أو ابتعاد ذلك الفهم والإدراك، عن المحتوى أو المعنى المراد توصيله.

كما أن التغذية العكسية، توضح لنا نوعية استجابتهم للرسالة، من حيث مدى القبول أو الرفض، سواء للشكل أو الموضوع أو الاثنين معاً.

وكل هذه الأمور، تمثل مداخل هامة، لتطوير وتحديث العملية الإعلامية وزيادة كفاءتها وفعاليتها باستمرار.

و يتطلب اكتمال دورة الاتصال والإعلام، ضرورة أن يراعى المخطط الإعلامي، توفير كافة الوسائل والسبل، التي تتدفق من خلالها ردود الأفعال الناجمة عن إطلاق رسالته الإعلامية.

والإعلام الأمني بحكم طبيعته وخصائصه النوعية، في أشد الحاجة لذلك فهو بحاجة إلى التأكد من وصول رسائله إلى الجمهور المستهدف، وبحاجة إلى التيقن من مستوى تطابق فهم هذا الجمهور، للمعنى المراد توصيله.

فضلاً عن حاجته إلى التعرف، على نوعية استجابة هذا الجمهور لرسائله الإعلامية.

سمات الإعلام الأمني:

يتمتع الاعلام الامني بعدة سمات، من حيث الموضوع والحدث:

أولاً: من حيث الموضوع

الموضوع الأمني واسع وشامل، تبعاً لما يفرضه المفهوم الحديث للأمن من اهتمامات متعددة، فقد يكون الموضوع حساساً، لما قد يترتب عليه من أثار تطلّ المجتمع وأفراده، وهيئاته المختلفة.

قد تهمّز صورة المجتمع أو النظام، أو إجراءاته التنفيذية، من خلال الحديث مثلاً عن عدم الجدية في مواجهة الانحرافات. أو يكون الموضوع دقيقاً، وذا مزالق خطيرة، وبذلك يفترض توخي أقصى درجات الدقة، في اختيار الموضوع المطروح، وفي تحديد الطرق المناسبة، للمعالجة في المراحل المختلفة، إضافة إلى الدقة في اختيار المعلومات، وفي تحديد المواقف منها، أو الاستنتاجات، أو قد يكون موضوعاً موجهاً، حيث أتى أن غلب الموضوعات الأمنية، تعرض غالباً، لدفع المجتمع لاتخاذ سلوك معين، ضد ما تتناوله، مثل الدعوة لاتخاذ سلوك معين ضد الانحراف والمنحرفين، إضافة إلى تهينة المجتمع، لتقبل ما يتخذ من إجراءات ضد المنحرفين.

الموضوعات الأمنية، توجه نحو المنظومة العاطفية، والانفعالية لدى الجمهور. كما ان المواقف منه معلومة، فالموضوعات الأمنية تقابل بمواقف مؤيدة، لكن من المهم، تحويل الاقتناع إلى تصرف، والتأثير إلى سلوك.

ثانياً: من حيث الحدث

يقصد بالحدث، الواقعة الأمنية التي تمثل مدار الموضوع الأمني، فقد يكون الحدث الأمني حدثاً جماهيرياً، لأنه مثير وجذاب، ومع ذلك لابد من تقديم المعلومات المتعلقة بجهوده.

أو قد يكون حدثاً مفاجئاً لا يمكن توقع حدوثه. أو ربما يكون متغيراً ومتقلباً وملتبساً لتعدد أبعاده وتداخلها أو يكون حدثاً متجدداً ومتسعا، لا يرى منه سوى الجزء الظاهر، والحدث الأمني عبارة عن لحظة في سياق، هذه اللحظة رغم غناها بالوقائع، إلا أنها زائلة مع استمرارية السياق، ولذلك لابد من معالجة الحدث ضمن سياقه العام.

المحور الثالث: أهمية الإعلام السمعي البصري و تأثيره على الأنشطة الأمنية

لاشك أن التطورات الهائلة في عالم السمعي البصري، لها تأثيرها الكبير على الأنشطة الأمنية المختلفة في سائر المجتمعات المعاصرة. فقد أوجدت مجالات جديدة للأنشطة الأمنية، وغيرت من محتوى أنشطة، ووسعت من نطاق أخرى.

و العنصر الأساسي الذي ينبغي أن تقوم عليه الأنشطة الأمنية المعاصرة، يتمثل في المكون العلمي والمعرفي الذي لا يمكن أن يخلو منه أي نشاط في المجتمعات المعاصرة، خاصة النشاط الأمني.

تعود أهمية الإعلام السمعي البصري، إلى تأثير عدد من العوامل، منها تعقد الحياة وتشابكها، وتداخل العديد من العوامل في معطياتها، وتزايد الحاجات الاتصالية للجماهير الحديثة، فضلاً عن سيادة مفهوم اقتصاد السوق بين المتنافسين في الصناعة الإعلامية، وظهور الأبعاد الجديدة التي عرفها الأمن بمعناه الشامل (القومي، الاجتماعي، الفكري، البيئي) وارتباط ذلك بعوامل سياسية واقتصادية وثقافية وإعلامية، تؤدي عبر تفاعلها أدواراً، تسهم في استقرار المجتمع.

إضافة إلى تنامي الإحساس، بالدور الذي يمكن أن يسهم به الإعلام السمعي البصري في المنظومة المتكاملة للعمل الأمني

و تكنولوجيا الاتصال هي التطور الكبير في وسائل الاتصال، التي أصبحت تقوم بوظائفها بسرعة و بكفاءة كبيرتين بأقل تكلفة. أما تكنولوجيا المعلومات، فتتعلق بذلك التطور الهائل، في مجال جمع وتبويب وتخزين وتأمين وتحليل واسترجاع البيانات ونشرها وإنتاج نماذج متعددة لمعلومات، تغطي شتى مجالات الحياة. حيث أصبح من الصعوبة، الحديث عن حجب المعلومات أو التحكم في الإعلان عنها. فإذا قامت السلطات المختصة، بحجب المعلومة لمنعها من الوصول إلى المواطن في داخل الوطن فإن المعلومة ستصل إليه من مكان آخر و بشكل آخر.

ومن ثم، قد يكون من الأفضل في كثير من الأحيان، أن تبادر السلطات بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بمالأمن الإفصاح يساعد على خلق أرضية مشتركة مع مواطنيها تقوم على الثقة، كما أنه يوفر قدرًا ملائمًا من الدقة للحيلولة دون تشويه المعلومة، من قبل أطراف مفرضة على المستوى الداخلي أو الخارجي للوطن، قد تكون لها مصلحة في القيام بعملية تلاعب أو تشويه خاصة للمعلومات المتعلقة بالقضايا

حيث تزداد احتمالات التلاعب والتشويه، بالنسبة للمؤسسات ذات المهام والمسؤوليات الاستراتيجية والحساسة وأبرزها المؤسسات الأمنية الأمر الذي يتطلب من هذه المؤسسات أن تمسك بزمام المبادرة في هذا الشأن بقدر الإمكان.

لذلك يواجه السمعي البصري في الجزائر -و في غيرها من الدول العربية - في معالجته للقضايا الأمنية، يواجه إشكالية الإفصاح عن المعلومة و سريتها. وهي إشكالية يواجهها الإعلام بكل أنواعه، لأنها ترتبط بهدف السعي إلى السبق الإعلامي، الذي يتطلب الإفصاح السريع عن أي حدث، الذي يصطدم بهدف أمن الوطن واستقراره.

حيث يتطلب الموقف الاحتفاظ بقدر من السرية لبعض من المعلومات، لإحداث نوع من التوازن بين ما يمكن الإفصاح عنه و ما يجب حجب.

هناك مجموعة من المعوقات التي تواجه المؤسسة السمعية البصرية، خاصة عند تغطية الأزمات الأمنية من أبرزها:

1- الافتقار إلى فلسفة إعلامية أمنية واضحة ومحددة المعالم، كنقص النظريات والأسس، والاستراتيجيات التي تشكل إطار الفكر الابدولوجي، الذي يقوم عليها الإعلام. فضلا عن ضعف الخطط الإعلامية وتضاربها مع الخطة الأمنية، وعدم وضوحها أثناء الأزمات الأمنية. وعدم مراعاة الخطة الإعلامية، للخطوات الواجب اتخاذها، قبل وبعد و أثناء الأزمات الأمنية، كل ذلك يحول دون تغطية الأزمة الأمنية بنجاح.

2- نقص الموارد المادية والبشرية لأجهزة السمع البصري، يؤدي إلى ضعف تغطية الأحداث للزمة الأمنية، وقلة الخبرة لدى بعض الإعلاميين العاملين في المجال الأمني، مما يؤدي إلى غموض في الأزمات الأمنية، فعلى الرغم من التزايد الواضح في عدد المحطات البث التلفزيوني و الإذاعي في الآونة الأخيرة إلا أن هناك قصور وقلة في عدد البرامج الإعلامية الأمنية التي تستهدف تأمين المواطن ضد التيارات الوافدة.

3- إحجام خبراء الإعلام و مسؤولي الأمن عن التشخيص الحقيقي للزمة، أمر يحول دون تغطية الأزمة إعلاميا بنجاح.

4- عدم وجود إستراتيجية إعلامية واقعية ذات برامج وخطط تتواءم مع الإعلام العالمي، و ضعف التنسيق بين الأجهزة الإعلامية والأمنية خاصة في مجال وضع وتنفيذ الإستراتيجيات ومهددات الأمن القومي .

5- - ضعف الاهتمام بالتوعية الأمنية والتأهيل الإعلامي المتخصص في القضايا الأمنية .

6- صعوبة الحصول على معلومات وبيانات دقيقة وحديثة، من شأنه أن يؤدي إلى عجز الأجهزة الإعلامية عن تقديم صورة متكاملة عن حالة الأمن وجهود الأجهزة الأمنية في دعم الأمن و الاستقرار.

7- ضعف توصيل رسالة الأمن المجتمعي، ومساهمة المواطنين وفي إرساء دعائم الأمن.

8- عدم إطلاع قادة الأجهزة الإعلامية والصحفية على حجم المخاطر الأمنية المحيطة بالبلاد وتحديات الاستقرار الأمني.

لذلك ينبغي أن تدرك أجهزة الأمن ووسائل الإعلام في الجزائر، ضرورة التعاون في مجال التوعية الأمنية، وأن تجرى معالجة موضوعية عميقة للظواهر الأمنية، ويتم ذلك من خلال برامج حوارية مستمرة، تتضمن حوارات فكرية، يشارك فيها كل المتخصصين والخبراء، سواء كانوا حكوميين أو غير حكوميين، لأن القضايا الأمنية تعد قضية مجتمع، ويمكن لأجهزة الأمن أن توفر المعلومات التي لديها، حول كل ما يتعلق بهذه القضايا الأمنية، لأن مثل هذه المعلومات تسهم في توعية المجتمع. لذلك ينبغي التواصل والتعاون بين أجهزة الأمن وأجهزة الإعلام المختلفة من خلال:

1- تنظيم محاضرات وندوات للجمهور (طلبة - هيئات - مؤسسات خاصة -

مراكز تطوعية - جاليات الخ) لتثقيفهم أمنياً، وتوعيتهم من أخطار الجريمة وسبل الوقاية منها .

2- دعم الاتصال المباشر بجميع شرائح المجتمع، من خلال وسائل الاتصال المسموعة والمرئية، والإعلام الإلكتروني كالانترنت وخدمة الرسائل النصية (SMS)

3- تفعيل دور الإعلام في التوعية الأمنية، لأولياء الأمور في المدارس والجامعات عبر رسائل البريد الإلكتروني.

4- رصد وتحليل ما تطرحه وسائل الإعلام المختلفة، ومحاولة التعرف على الاتجاهات السلبية، وسلوكيات أفراد المجتمع وإجراء الاستبيانات وتحليلها .

5- التنسيق مع وسائل الإعلام، والأجهزة المعنية، بشأن تحصين المجتمع بغرس القيم الدينية، واتخاذ التدابير اللازمة للحد من الآثار السلبية للبرامج الإعلامية التي تروج للجريمة .

6- مد وسائل الإعلام بكافة المعلومات اللازمة، حول الظواهر والقضايا الأمنية، ومتطلبات التوعية المناسبة بشأنها .

7- إيجاد آلية دائمة، للتعاون بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام في مجال التوعية الأمنية، من خلال لجان وطنية تضم ممثلين للعديد من الوزارات وأجهزة الدولة مثل وزارات : الداخلية، الإعلام، العدل، الأوقاف التربية والتعليم أساتذة الجامعات وغيرهم .

8- تقديم برامج حوارية، تعتمد على الحوار الفكري، لمناقشة القضايا الأمنية من كافة جوانبها. يشارك فيها خبراء اجتماع، وعلم نفس، وأمن، ورجال دين ،ورياضيين ، ومواطنين عاديين ، وغيرهم، وتداول الأفكار والآراء بشكل واضح، يسهم في التوعية الأمنية .

9- تعميق الشراكة مع الإعلام الديني، وإدارة الدعوة والإرشاد بوزارة الأوقاف والشؤون الدينية، لتحقيق إستراتيجية الأمن الشامل ، وبث روح التعاون، وإذكاء وعي المجتمع ضد أخطار الجريمة .

10- نشر قيم الإسلام الحنيف، التي تنبذ العنف والجريمة بكافة الوسائل ومخصوصاً غير المباشرة، مثل البرامج الحوارية أو الأعمال الدرامية.

11- اضطلاع وسائل الإعلام بدورها، بشأن تنمية الحس الأمني للمواطنين، وتشجيعهم على المشاركة الفعالة في المنظومة الأمنية وإسهامهم في منع ومكافحة الجريمة .

12- تضمين البرامج والمواد الإعلامية المختلفة، قيم الحفاظ على الأمن والسلام الاجتماعي والتماسك الأسري والانتماء والحفاظ على الهوية الوطنية .

13- تضمين بعض الأعمال الدرامية، رسائل غير مباشرة تسهم في التوعية الأمنية للمواطنين، باعتبار الدراما سريعة التأثير على الجمهور لأنها تعتمد على

الصورة التلفزيونية، التي أصبحت من إحدى أهم الأدوات المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية. و الصورة ليست أمراً جديداً في تاريخنا الإنساني، و مع ذلك فقد تأخرت دراسة الصورة- في الجزائر و في الدول العربية- عن دراسة لغتها وقوة تأثيرها.

فقوة الصورة تكمن في اللاشعور، باعتباره مفككا كالصورة، و مبنيا كاللغة، لأن التصوير و المتخيل، يتراطان ببعضهما البعض. تتخلل الصورة الكون كله كلفات مركبة، حيث حولت العالم إلى مساحة كمساحة راحة اليد. و لعل جماهيرتها تسعف في تمثيل منحها الأيديولوجي، الذي تبنهوفق ما تطرحه من رؤى، تتعدد جميعها في سبر أغوار الذهن و العقل و العين.

تكمن قوة الصورة في إيصال الرسالة الإعلامية من حيث:

- 1- البصر: البصر هو أهم و أكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات.
- 2- قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، ولذلك يقال "ليس من رأى كمن سمع" و المثال على ذلك الصور الخاصة بثورات الربيع العربي. حيث بدأ المشاهدون يميلون إلى عدم تصديق الصور الآتية من مناطق الصراع، خاصة وأن المشاهدين الآن، باتوا على علم بأن هذه الصور تُستغل في صناعة القرار السياسي. و من يعاني من هذا الموقف السلبي، هم "الصحافيين المواطنين" 7 في سوريا مثلاً، الذين يخاطرون بحياتهم لتقدم سيل من الصور، ومقاطع من الفيديو توثق المظاهرات للعالم بأسره على الإنترنت، إلا أنها تفتقد إلى المصداقية.

- 3- الصورة تخاطب كل البشر، المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً.

- 4- تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس ومحدد، والكلمة مرتبطة بشيء تجريدي غير ملموس، ويتصف بالتعميم.

5- تختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج جهداً ذهنياً كبيراً لتلقيها .

6- الصورة تختلف عن النص المكتوب، الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بمجهود وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة . من أجل ذلك انتشر المثل المشهور الذي يقول: "إن الصورة تساوي ألف كلمة." لكن الصورة لا يمكنها الاستغناء عن الكلمة، فبينما تحوّل الصور القارئ إلى مُشاهد حائر ومتسائل، تتكفل النصوص بمجعله يتعاطى مع الأحداث التي تحملها.

و أخذت الصورة في التلفزيون بعداً جديداً، يزيد على الصورة الثابتة، فهي صورة حية تتكلم و تتحرك، وهذا أعطاها فعلاً تأثيراً إضافياً، بسبب تكوينها التقني، وبلاغتها التكنولوجية، وإشباعها بالألوان الأصوات والمؤثرات، بحيث تستفز أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية، وتستحوذ عليه.

لقد تفوق التلفزيون على كل وسائل الاتصال والإعلام الأخرى، بسبب سطوة الصورة المتحركة، التي تصل إلى البيت و إلى غرفة النوم، و إلى جهاز الكمبيوتر، وجهاز الهاتف المتحرك.

إن الصورة التلفزيونية المتحركة، ببهائها وألوانها الزاهية جذابة ومغرية، توحي بالاسترخاء، وتمنح متعة التلقي . و هي بالغة التأثير، بسبب سرعتها الخاطفة، وتعاقبها الشديد، فلا يجد الذهن وقتاً للتفكير والتمعن والتأمل . من أجل ذلك أصبحت الصورة الحية، أكثر الوسائل الإعلامية إقناعاً، وقدرةً على التأثير .

فغرض الصورة التلفزيونية هو تبني جزء من الحقيقة يكون أكثر لمعاناً و معالجه، وتكرسه عبر كافة وظائفها، فيعمل القائمين على معالجة الخبر، على الاشتغال على حجم وزوايا الصورة، و على تعميم ذلك الجزء، و يلتفون حول تلقيه بكثافة في العرض تكراره في مواقف مختلفة.

و المثال على ذلك ما يظهر بشكل لافت في المتابعات الإخبارية، فحجم المساحة التي تغطيها الكاميرا والزاوية التي ترصدها خلف المراسل، تشير تماماً إلى حجم الحقيقة، التي تريد هذا الكاميرا نقلها، أو الزاوية التي تريد منها النظر إلى الحقيقة!!.

من هذه الزاوية، نعتبر أن الصورة ما هي إلا مجموعة من الانحرافات عن الحقيقة، لأنها لا تؤكد كل شيء بقدر ما تؤكد موقف وزاوية في الرؤية.

أما النص الذي يرفقه المراسل للصورة، يأتي لمساندة الجزء الذي ركزت عليه الصورة ضمن الحقيقة التي تم اختيارها أو يأتي أيضاً لمنع أي التباس يمكن أن ينشأ حول أهداف الصورة.

كأن تركز الكاميرا على مساحة ضيقة، تبين فقط مشهد الدخان أو العنف أو التعذيب، بحيث لا تتسع الصورة إلى خارج هذا المشهد، حتى لا يظهر المارة و هم يسرون بكل هدوء.

هذا لا ينفي أن تكون هناك محطات تلفزيونية، تعطي للصورة مساحة أكثر اتزاناً، حين تعالج حدث ما. حيث يمكن أن نجد العديد من التعبيرات المتحاور، ودون إفراط، يمكن إيجاد عدد من الزوايا في الصورة.

إن الصورة تتسع للموقعين وإطار منضبط، لا يُفترط في تبني زاوية واحدة بقدر ما يتنقل بينهما، بحيث يمنح خصوصية للصورة، باعتبارها منطقة خلق الدلالات، خاصة في التقارير الإخبارية المصورة. حيث يتركز التلقي بشكل كامل على الصورة، و الصور المتلاحقة التي لا تتيح للمتلقي عملية التفحص، بل تقوم بتصديق قماشه، وتبني جاذبية هائلة تُمحور فيها انفعالات المتلقي حول مجموعة من مقولات الصورة. و التقرير المصور هو تكثيف لفكرة بناء الحقيقة الإعلامية، اعتماداً على عدسة الكاميرا وعمليات مونتاجها.

أما الصوت فيرفع من دلالة الصورة حتى الحد الأقصى، ويعمل على إضافة البلاغة الكفيلة برفع عتبة الانفعال، وإلغاء محاولة التركيز، مما يتيح إمكانية أعلى لنشاط الصور، وبالتالي خلق انحرافات مؤكدة، عن مجموعة حقائق سابقة، باتجاه حقائق جديدة، تقود نحوها الصورة

الذكبة، التي تصنعها العدسة التلفزيونية، ومن يقفون خلف تحديد زواياها ومراميها. فحين يتعلق الأمر بالصورة، يكون الكلام هو الجزء الميت من الحقيقة التي تقولها.

المثال على ذلك، الصور التلفزيونية القوية، التي وظفتها بعض القنوات العربية في تغطية أحداث ثورات الربيع العربي

حيث ركزت على الصورة دون التركيز على المضمون، فكانت النتيجة أن المشاهد العربي اندمج بالمؤثرات والحركات والمشاهد التي تحاكي العاطفة وتخطب الغريزة، وأهمل إعمال الرأي والتحليل والمناقشة، ومنعته من وضع تصور واضح للمستقبل الذي بدا شديد السواد.

و الملاحظ هنا أن تلك القنوات قد قدّمت الصورة على الفكرة، واهتمت بالمظهر وأهملت الجوهر، ونقلت الحدث مترافقاً بالكثير من المؤثرات وبالقليل من الحقيقة. ويوماً بعد يوم بدأ تحدث عملية تضخيم إعلامي، الأمر الذي فرض تكراراً أدى إلى إصابة المشاهد باليأس والملل، والخوف والوجل، من الواقع الذي صورته له هذه القنوات.

ففشلت بالتالي تلك القنوات، في تشكيل رأي عام عربي موحد، تجاه أحداث الربيع العربي، أو أي حدث آخر يقع في الوطن العربي، من شأنه أن يؤثر في مصير شعوب المنطقة.

وفي المحصلة، نرى أن المناخ الذي ترافق مع ظاهرة "الربيع العربي"، قد لعبت فيه قنوات تلفزيونية عربية دوراً سلبياً قد خلق جواً من الفوضى داخل مجتمعات المنطقة العربية، و هيأ الفرصة المثالية، لهدر طاقاتها البدنية والعقلية، لتتحول إلى عملية استنزاف لمواردها المادية والبشرية، ولتؤدي في نهاية المطاف، إلى إغراق مجتمعات المنطقة العربية، في دوامات من الصراع، تقطف ثماره القوى الطامعة بالسيطرة على موقع وخيرات المنطقة العربية.

ولأننا ندرك جيداً حجم المسؤولية الملقاة على عاتق الاعلام، خاصة السمعي البصري، باعتباره يعبر عن آمال وتطلعات أي شعب ، كما و أنه وسيلة من وسائل النضال ، فإنه ينبغي على الاعلام الحر والنزيه، أن تكون الحقيقة غايته، والموضوعية أسلوبه في الأداء.

ولما كان الاعلام بهذه الأهمية، فلا بد أيضاً للحكومات، من مراجعة كاملة، وإصلاح شامل لهذا القطاع، من خلال رسم إستراتيجية إعلامية، تأخذ في الحسبان تطوير المحتوى والمادة الإعلامية، وإدخال وسائل إعلامية حديثة، وكذلك مراعاة التغيرات والمستحدثات الإقليمية والدولية، وإطلاق العنان لحرية التعبير.

وفي دراسة لباحثين بكلية لندن للاقتصاد والعلوم السياسية ، هما جيمس بوتسلويوست ودير زفان، يقول بوتسل: " تنص النظرية التقليدية على أن تأتي عملية إرساء الإعلام المستقل، في مركز جهود تدعيم الأمن وإدارة الحكم والتنمية بعد الأزمات "8

المراجع:

- 1- د سعد بن علي الشعراي. دور الانذية الامنية و العسكرية في التوعية الامنية ضمن كتاب :دور مؤسسات المجتمع المدني في التوعية الامنية. جامعة نايف الرياض. 1431/ 2010
- 2- د. عبد الله بن عبد العزيز اليوسف. لمؤسسات المجتمع والأمنية : رؤي مستقبلية. ندوة المجتمع والأمن المعقدة بكلية الملك فهد الأمنية بالرياض من 2/21 حتى 2/24 من عام 1425هـ 23/2
- 3- عبد المعطي عبد الباسط. الاعلام و تزييف الوعي دار الثقافة الجديدة القاهرة مصر 1979
- 4- جيهان احمد رشدي: الأسس العلمية لنظريات الاعلام دار الفكر العربي للطباعة والنشر، 1978 ابتداء من ص 50 بتصرف.
- 5- مجلة الفكر السياسي، الأمن القومي العربي والتحدّي العلمي، اتحاد الكتاب العرب بدمشق، السنة الثانية، العدد السابع، صيف 1999، ص: 32- 51.
- 6- د. محمد سعد ابوعامود، الاعلام والسياسة في عالم جديد، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.
- الشبكة الدولية لتبادل المعلومات حول حرية التعبير العدد 28 (18 يوليو 2006).

7-COMPRENDRE COMMENT LES MEDIAS COUVRENT LE
CRIME :Centrecanadien de ressources pour les victimes de crimes

8-Mediatiser ou média-attiser le crime :Michaeldentine revue de la faculté
de droit de L'université de liège 2009 p2