دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الإعلام الأمني : مفهومه - ضروراته - أسسه
المصدر:	مجلة الأمن والقانون
الناشر:	أكاديمية شرطة دبي
المؤلف الرئيسي:	شعبان، حمدي
المجلد/العدد:	مج7, ع1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	1999
الشهر:	يناير
الصفحات:	125 - 146
رقم MD:	771375
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EcoLink, IslamicInfo
مواضيع:	الإعلام، الإعلام الأمني، الشرطة
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/771375

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

الإعلام الأمني

(مفهومه - ضروراته - أسسه)

حمدي شعبان ●

المقدمة:

أصبح الإعلام أحد سمات العصر الحالي، ووسيلة فعالة في تكوين وجدان الشعوب والمجتمعات. قد استطاع الإعلام - من خلال وسائله المختلفة - أن يقفز بكل شعوب العالم، قفزات هائلة حققت للبشرية خلال المائة عام الأخيرة ركاماً حضارياً وثقافياً يفوق أضعاف مضاعفة مما حققته البشرية منذ أوجد الله الحياة فوق سطح الأرض.

ووسائل الإعلام مدينة للتقنيات التكنولوجية بما حققته من معجزات، حيث أمكن توظيف هذه التقنيات في مجال تطوير وسائل الإعلام وتعظيم إمكاناتها وقدراتها، حتى تمكنت من نقل الأحداث والأخبار بشكل آني أو لحظي بين أقطاب الأرض حتى أصبح العالم قرية إلكترونية صغيرة.

أما في مجال علوم الاتصال والإعلام، فقد استطاعت هذه العلوم، بجانب العلوم التطبيقية في مجال الهندسة والإلكترونيات، أن تضيف للإعلام إمكانات وخصائص أخرى، ساعدت على تعظيم وتطوير قدرات الإعلام ووسائله المختلفة.

وأصبح الإعلام حقاً من حقوق الإنسان الطبيعية بوصفه القادر على نقل ونشر الحقائق وتبصير كل فرد بما يحدث من حوله في كل بقاع الأرض، ولم يعد مقبولاً

● عميد دكتور - مدير المركز الإفريقي لبحوث ودراسات منع الجريمة سابقاً، مركز البحوث، أكاديمية الشرطة، القاهرة - مدرس العلاقات العامة والإنسانية - عضو هيئة التدريس بأكاديمية الشرطة .

الآن حجب أو ستر أي خبر أو معلومة عن الإنسان، سواء في مجال السياسة ونظم الحكم أو المجالات الاجتماعية والاقتصادية والصحية والثقافية والعلمية، وأصبحت المؤسسات والأفراد ملزمة بإمداد وسائل الإعلام بالحقائق،والأحداث أولاً بأول، حتى تستطيع أن تقدم للجماهير حقهم في الإعلام والاتصال.

لقد أصبح للإعلام دور أو مسئولية اجتماعية تلقي على عاتقه ضرورة السعي الدائم وراء كل تطور، وخلف كل جديد، كما أصبح عليه دور كبير في التوعية والتثقيف والتعليم في شتى حالات الحياة.

أهمية الدراسة:

على ضوء ما تقدم، يصبح على إدارات أو أقسام الإعلام والعلاقات العامة في أجهزة الشرطة العربية مسئولية مزدوجة في تبني فكرة إنشاء مراكز للإعلام الأمني بها، هي مسئولية تفرضها طبيعة العالم المتغير سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وتأثيراتها المباشرة على المواطن في أوطاننا العربية، كما تؤكدها الحاجة الملحة والسريعة لنشر الحقائق، والتبصير بالجهود التي تبذلها أجهزة الأمن والشرطة في كل موقع وكل مجال.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في التأكيد على ضرورة تبني الاتجاه الحديث نحو إنشاء مركز للإعلام الأمني في أجهزة الشرطة العربية، وذلك لسببين رئيسيين وهما:

١- السعي نحو تقديم المعلومة الصحيحة والدقيقة إلى الجماهير فيما يتعلق بالأزمات أو المواقف والقرارات الأمنية المختلفة، وبالقدر والسرعة الكافية لتأكيد الثقة لدى أفراد هذه الجمهور في أجهزة الأمن.

٢- المساهمة الفعالة مع أجهزة الشرطة المختلفة في المنظومة الأمنية، لاكتساب أو تكوين أو تأكيد صورة ذهنية طيبة في أذهان الجماهير، من خلال العرض الأمين والمستمر لجهود قوات الأمن في سبيل إقرار الاستقرار والسكينة داخل المجتمع.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تناول مفهوم حديث في مجال الدراسات الأمنية وهو مفهوم «الإعلام الأمني»، والمساهمة بجهد متواضع في تحديد معناه، وأهميته، والأسس التي يجب أن يقوم عليها.

ومن ثم تستهدف هذه الدراسة تحقيق عدد من الأهداف نذكر منها:

– المساهمة العلمية في حسم الجدال الدائر حول مفهوم (الإعلام الأمني)، بتوضيح معناه وضروراته وأسسه، مع تناول للتجربة المصرية، والعربية والدولية في هذا المجال.

– التبصير بأهمية تبني فكرة إنشاء مركز للإعلام الأمني في أجهزة الشرطة العربية.

– التأكيد على المفهوم العلمي لأقسام أو إدارات العلاقات العامة في أجهزة الشرطة، وأهمية دورها في دعم ومساندة أداء أجهزة الأمن المتخصصة في سبيل إقرار الأمن والسكينة في المجتمع.

مشكلة الدراسة:

تدور إشكالية هذه الدراسة حول محاولة حسم النزاع بين وسائل الإعلام الحكومية أو العامة، ودورها في نشر أخبار الأجهزة الحكومية المختلفة، ودور إدارات أو أقسام الإعلام في أجهزة الأمن ومسئولياتها في تبصير المواطنين بجهودها ونشاطاتها في نشر الأمن وإقرار السكينة في المجتمع.

وبعبارة أكثر دقة، البحث في دور متخصص ومركز لوظيفة الإعلام والعلاقات العامة في أجهزة الشرطة.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية الاستكشافية التي تهدف إلى الكشف عن الأفكار والوظائف الجديدة للوحدات الإدارية في المنظمات المختلفة. وفي سبيل تحقيق هذا الهدف تستخدم الدراسة بعض الأدوات البحثية، التي تتمثل في الدراسات السابقة، والملاحظة العلمية، والسوابق التاريخية وغيرها.

خطة الدراسة:

نتناول موضوع الدراسة من خلال ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الأمني
المبحث الثاني: ضرورات الإعلام الأمني
المبحث الثالث: أسس الإعلام الأمني

تمهيد:

الإعلام ظاهرة اجتماعية أساسية، نشأت وتطورت مع نشوء وتطور الجماعة البشرية، لتتلاءم في النهاية مع شكل المجتمع واحتياجاته، الأمر الذي تطلب وجود وسائل إعلام تستجيب

لحاجات المجتمع، وتحقق الوظيفة الأزلية للاتصال.

وقد أدى التطور الهائل لوسائل الإعلام إلى تقريب المسافات وإذابة الحواجز بين الدول، حتى أضحى العالم قرية الكترونية صغيرة، أشبه بكرة من الزجاج، محكوم على كل ما يحدث فيها بالرؤية والعلانية.

وتجد هذه الحالة تفسيرها في قدرة وسائل الاتصال الجماهيري (الصحف، والراديو، والتليفزيون) على الاستفادة من الانجازات التكنولوجية التي حققتها الإنسانية، لتقوم بدورها الهام في نقل الرسالة الإعلامية التي ساعدت على تطور عناصر القوى الاجتماعية المختلفة داخل كل مجتمع. ولخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ودورها الفاعل – مع العناصر الأخرى الوسيطة – سعت الحكومات المختلفة لاستغلالها في مخاطبة الرأي العام، والتأثير عليه ومحاولة استمالته تجاه رسالتها(١).

والأمن في مفهومه العام هو الإجراءات التي تتخذ لحماية الإنسان في نفسه، وماله، وعرضه، وبما يخلق لديه الإحساس بالطمأنينة والثقة والاستقرار. وتلك رسالة تضطلع بها أجهزة الأمن في المجتمعات المعاصرة.

ومن الحقائق المعروفة أن وظيفة تحقيق الأمن تحتاج إلى مساعدة الجماهير ودعمها، الأمر الذي يجعل الحاجة إلى وسائل الإعلام ضرورة تفرضها احتياجات الواقع، وغاية تقرها متطلبات المستقبل.

المبحث الأول

مفهوم الإعلام الأمني:

لعلنا ندرك مدى العلاقة الوثيقة بين أجهزة الأمن، ووسائل الإعلام، فطبيعة عمل كل منهما واحدة وهي الاتصال المباشر بالجماهير، فالشرطة وهي تقدم خدماتها المختلفة، وتؤدي وظيفتها الأساسية في المجتمع إنما ترتبط وتتلاحم بكل أفراده، ومن جهة أخرى فإن وسائل الإعلام، بوصفها أداة معبرة عن الواقع المعاش، وناقل أمين لكل الأحداث الآنية في العالم، إنما تطبع، وتشكل ذهن ووجدان المواطنين.

وهكذا يبدو الإنسان هو غاية كل من أجهزة الأمن ووسائل الإعلام في آن واحد، مع اختلاف السبب والنتيجة.

ولاشك أن لوسائل الإعلام الحديثة قدرتها الهائلة على الوصول إلى الجماهير، واستمالتها، والتأثير فيها.

ومن هنا سعت الحكومات والمؤسسات

والأجهزة المختلفة إلى الاستعانة بها في أدائها لمهامها، ومن ثم كان ذلك هو السبب الحقيقي لوجود التعاون بين أجهزة الأمن ووسائل الإعلام، لدعم عملها، ونجاحها في إرساء دعائم الشرعية والاستقرار.

وهكذا فالإعلام الأمني بصفة عامة، هو الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام، والعمل على تكوين صورة ذهنية طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير.

وقد أثار مفهوم الإعلام الأمني في الفترة الأخيرة لغطاً، ومناقشات طويلة، أثارت جدلاً وخلافاً عميقاً حول المفهوم، والدور الذي يقوم به الإعلام الأمني في أجهزة الشرطة.

ونبادر إلى توضيح بعض الحقائق، التي يمكن أن تسهم في فض هذا الاشتباك، ووضع الأمور في نصابها الصحيح:

١- إن المفهوم الصحيح للإعلام هو «تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولهم(٢).

فالإعلام له غاية محددة هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام ونحو ذلك، وهو يقوم على التنوير والتوعية، ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتسهم في تنمية واقعهم.

وبهذا المفهوم تتخذ الدول والحكومات من وسائل الإعلام أداة لتحقيق الإعلام الواجب مع جماهيرها، سواء في ذلك الإعلام الذي تملكه الدولة، أو الأفراد.

وفي مصر تضطلع وزارة الإعلام بهذه الوظيفة من خلال أجهزتها المختلفة (الإذاعة والتليفزيون، الهيئة العامة للاستعلامات) وكذلك المؤسسات الصحافية التي تملكها الدولة. وجميعها تخدم قطاعات الدولة المختلفة.

٢- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية تهدف إلى تعريف الجمهور الخارجي - بأنواعه المختلفة - بكل أنشطة المنظمة وتكوين السمعة الطيبة، والصورة الذهنية الممتازة لدى مختلف فئات المتعاملين معها، على أساس من المعلومات والحقائق الصادقة، كما تستهدف من جهة أخرى تنمية العلاقات الطيبة بين جماهير العاملين بعضهم البعض من

جهة، وبينهم وبين الإدارة العليا من جهة أخرى.

وعلى هذا الأساس يمكن تركيز وظيفة العلاقات العامة في أنها العامل على تكوين صلات، وعلاقات قوية بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية، بهدف الوصول إلى أقصى درجة من الفهم المتبادل والمعرفة المتكاملة بين الطرفين، بما يؤدي في النهاية إلى رفع الكفاءة الإنتاجية في الداخل، كناتج لنشاط العلاقات العامة في الداخل، وإلى الارتقاء بسمعة المنظمة وشهرتها بين الجمهور الخارجي كناتج نهائي لنشاط العلاقات العامة في الخارج(٣).

كذلك للعلاقات العامة في المنظمات المعاصرة دور في تكوين صورة طيبة عن المنشأة.

والعلاقات العامة في أي منظمة تحقق هذه الوظائف من خلال وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثم يحرص القائمون عليها على دعم وتوثيق علاقاتهم برجال الإعلام في وسائل الإعلام المختلفة.

٣- إن وسائل الإعلام وهي تؤدي وظائفها المختلفة في المجتمع، أضحت مسئولة مسئولية مباشرة في مختلف المجتمعات سواء المتقدم منها أو النامي، عن الإسهام في حركة تطور المجتمع، والإلتزام بغاياته وطموحاته.

ومن ثم فهي تسهم في الجوانب العسكرية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية والسياسية، والزراعية، والرياضية.. الخ. الأمر الذي أطلق - مع التقدم العلمي والتكنولوجي والتوجه نحو التخصص، والتعمق في الجزئيات - العنان إلى ظهور التخصصات الإعلامية المختلفة سواء في نطاق فنيات العمل (النطاق الالكتروني)، أو نطاق مضمونه وصياغاته (النطاق التطبيقي).

وهكذا ظهر ما يعرف بالإعلام العسكري، والإعلام الرياضي، والإعلام السياسي، والإعلام الزراعي.. وأخيراً الإعلام الأمني.

٤- إن الإعلام الأمني.. تخصص فرعي من التخصص الإعلامي العام الذي تضطلع به وسائل الإعلام المختلفة. فالإعلام الأمني هو مسئولية رجال الإعلام في الصحف والإذاعة والتليفزيون، وذلك من منطلق مسئوليتهم القومية والوظيفية.

وبمعنى آخر، أن رجال القوات المسلحة يلجأون إلى وسائل الإعلام، للتعبير عن رسالتهم من خلال هذه الوسائل، وإخبار المواطنين بدورهم في حماية الوطن والزود عنه، والرياضيين، تبرز جهودهم من

خلال وسائل الإعلام، وكذلك السياسيين والاقتصاديين والزراعيين، ورجال الأمن.. الخ.

ويتحدث علماء الاتصال، وأساتذة الإعلام عن ضرورة تدعيم العلاقة بين المنظمة ووسائل الإعلام المختلفة، وأهمية التزام مسئولي العلاقات العامة في هذه المنظمات بإقامة جسور التعاون والثقة فيما بينهم وبين وسائل الإعلام المختلفة، لتوفير الخدمات الإعلامية المختلفة التي تحتاج إليها مؤسساتهم.

وقد كانت - ومازالت - علاقة وسائل الإعلام بأجهزة الأمن، علاقة جيدة منذ القدم، ومن المعلوم أن وسائل الإعلام قد أسهمت بدور هام في دعم رسالة الشرطة في المجتمع، وسعت دائماً إلى إبراز جهود رجال الأمن في جميع المجالات.

٥- إن التطور السريع في حركة الحياة، والطفرات العلمية المذهلة، والاتجاه نحو التخصصية، كل ذلك وغيره أدى إلى تشابك العلاقات وتعقدها، وتداخل المفاهيم وغموضها، مما أدى إلى قصور أجهزة الإعلام عن ملاحقة تغطيتها، وعجزها أحياناً عن القيام بواجباتها على خير ما يرام، أو تغطية كافة المضامين، وتحقيق كل الأهداف.

ومن هنا كانت الحاجة إلى قيام المنظمات والمؤسسات المختلفة، إلى إنشاء (مراكز للإعلام) في داخلها تضطلع بمهمة التواصل مع جماهيرها، وإطلاق الحقائق، ومواجهة الشائعات التي من الممكن أن تؤدي إلى خسارة المنظمة أو فشلها.

ومن هنا فإن إنشاء أو قيام (مركز للإعلام الأمني) في أجهزة الشرطة، ضرورة تفرضها سنة التطور، وتؤكدها طبيعة العمل المتأزم في مجال الأمن. ومن ثم فإن مركز الإعلام الأمني له دوره ومسئولياته، التي لا تتعارض مع دور ومسئوليات الإعلام الرسمي للدولة في مجال خدمة الأمن.

ولمزيد من الإيضاح، ينبغي أن ندرك أن وسائل الإعلام في المجتمع بإمكانياتها الجبارة، وقدراتها الواسعة مسئولة مسئولية مباشرة عن دعم وظيفة الأمن في المجتمع، والوفاء بحق الجماهير - من جهة - في الإحاطة بجهود الأمن واكتساب ثقته، ومن جهة أخرى إبراز النماذج الجيدة لرجال الأمن، وتكوين السمعة الطيبة لهيئة الشرطة.

وبهذا التحديد يمكن أن نفرق بين مفهومين للإعلام الأمني:

أ- الإعلام الأمني: الذي تضطلع به وسائل الإعلام الجماهيري وتؤديه في إطار وظيفتها الاجتماعية والسياسية في

المجتمع شأنه في ذلك شأن الإعلام عن الجهود والإنجازات العسكرية أو الزراعية أو الاقتصادية... الخ.

ب- الإعلام الأمني: الذي تضطلع به إدارة الإعلام والعلاقات العامة في أجهزة الشرطة، بهدف التغطية الصادقة والسريعة لكل المواقف والأزمات الأمنية بهدف اكتساب ثقة الجماهير.

ولنا أن نطلق على النوع الأول: الإعلام الأمني العام، أما النوع الثاني فنطلق عليه الإعلام الأمني المتخصص: بوصف أن الأول يأتي في إطار دور عام وشامل لوسائل الإعلام،بينما الثاني يأتي في إطار دور تخصصي لإدارة العلاقات العامة في الشرطة.

وقد أدى إلى ظهور أوقيام مراكز الإعلام المتخصص في المنظمات والمؤسسات أسباب كثيرة من أهمها نقص الوعي، وعدم وضوح الرؤية- بصورة كافية لقادة الرأي، وقصور وسائل الإعلام عن القيام بواجباتها نتيجة لظروف شتى تجعل مجتمع هذه المنظمات مرتعاً للشائعات.

وهذه التفرقة بين الإعلام الأمني العام، والإعلام الأمني المتخصص، لا تعنى في الواقع سلب أو منع وسائل الإعلام الجماهيري من دورها الأساسي في النشر أو التغطة الإعلامية للأحداث الأمنية، أو حتى تناولها من خلال المعالجات الدرامية أو الفنية الأخرى، ولكنهما مجالان متكاملان، فللإعلام الأمني المتخصص وظيفة محددة داخل الأنشطة الإعلامية لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالأجهزة الشرطية، تهدف إلى تيسير ودقة انتقال المعلومات والأخبار عن المواقف والأحداث الأمنية المختلفة إلى وسائل الإعلام المختلفة، وبمعنى آخر فإنه لا حياة، ولا فعالية للإعلام الأمني المتخصص بدون الإعلام الأمني العام، متمثلاً في وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة.

وقد تأكدت هذه الضرورات، في وزارة الداخلية المصرية، عندما اتجهت إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية إلى إنشاء مركز للإعلام الأمني يحمل على عاتقه تحقيق الأهداف السامية لرسالة الأمن، وترسيخ استراتيجيتها الوطنية والقومية، والتخطيط برؤية مستقبلية لقضايا الأمن والتنمية وفقاً لطبيعة المرحلة، والمتغيرات المصاحبة لها، والتحديات التي تواجهها(٤).

فقد أنشىء مركز الإعلام الأمني عام ١٩٩٤، وتم تجهيزه بأحدث وسائل التقنية، وزود بأشخاص يغطون قطاعات عديدة من العمل الفني، فهناك ضباط

متخصصـــون في المجـــال التقني، لديهم دراية وخبرة واسعـة في استخدام أحـدث التقنيـــات التي يعـــول عليهـا الجهـــاز الإعـلامي في نشاطه، ويستطيعـون بلوغ أعلى مستـويات الإفـــادة الممكنة من هذه الوسائل.

وكما قـدمنا فإن فكـرة إنشـاء مـركـز للإعـــــلام الأمنـي المتخصص في وزارة الداخليـــــة، قـــــد نشـأت في منتصف التسعينات من هذا القرن، عندما تعرضت مصر لهجمـة إرهابيـة شرسـة من بعض القوى المتطرفة، الأمر الذي أدى إلى هجوم من كافة أجهـزة الإعلام في العالم إلى الحد الذي أصبح لا يهدد الاستقـرار السيـاسي فحسب، وإنما امتـــد ليضرب صناعـــة السيـاحة، والاستثمار والنشـاط المصرفي بغـــرض تقـــويض الاقتصـــاد المصري، ووقف كل محاولات الإصـــلاح والنمـو والتقـــدم، ومن ثم نبتت فكـرة أن يكون للمؤسسة الأمنية جهـازاً إعلامياً متكاملاً يواجـــه هذه الظاهرة الخطيرة جنبـاً إلى جنب مع الأجهزة الأمنية التي تولت عملية المواجهة الفعلية(٥).

والجدير بالذكـر أن فكرة إنشاء مـركز إعلامي متخصص ليست فكرة مقصورة على مصر، ولكنهـا اتجاه يوجـد في الدول الغربيـة، سواء في مجال العمل الحكومي، أو العمل الخاص.

وهناك عـــدة أمـور رئيسيـة لابد من وضعها في الاعتبـار عند التخطيط لإنشاء مثل هذه المراكز:

١- أن طبيعـة عمل هـذا المركـز تختلف عن طبيعـة عمل المراكـــز الصحفيـة، لأن العمل مع الصحافة يكون غالباً في الاتجاه من المؤسســـة إلى الخارج، ولكن العمل في مركز الإعلام المتخصص يعمل في الاتجاه العكسي أي من الخارج إلى ا لمؤسسـة، ولا يعني ذلك أن ينفصـلا تمامـاً، بل لابد من حدوث نوع مـن التعاون بينهما، ولكن في إطار مستقـل لكل منهما. وذلـك لأن عمل المركـز في مجال الإعـــلام الأمني لا يعني عـدم قيـــام وسـائل الإعـــلام بتناولها، فالمفـروض أن يكون هناك من يقوم بنقل المعلومـة الأمنيـة الصحيحـــة عن طريق حقائق ووقائع واضحة.

ولذلك فإن مـركـز الإعـلام الأمني من الواجب أن يعمـل في بعض الأحيـــان على مستويين معاً، أي من الخارج للمؤسسة- ثم من المؤسسة للخارج، أي أنه اتصال في اتجاهين، وفي حـــالة عـــدم توافـــر الرد المناسب على أي تسـاؤل خـارجي، يقـوم المركـز بالوعـد بالرد في أقـرب فـرصـة، وعليه أن يفعل وإلا فإنه بذلك يسـاعد على إهدار الثقة فيه، وزوال سبب وجوده.

٢- يتم بعد تجميع الأخبار المختلفة، وعمل تصنيف لها على أسس معينة تتفق مع طبيعة العمل الأمني، فهناك أخبار خاصة بالجرائم الاقتصادية، وأخرى بخصوص انحراف الشباب، وهناك أخبار خاصة بحوادث أو وقائع إجرامية معينة، وشائعات في اتجاه معين تهز الثقة في أداء المؤسسة الأمنية.. وهكذا. ولذلك فإن عمل تصنيف معين لتلك الأخبار يفيد في إمكانية الرد المنظم والدقيق والواضح عليها، كما يمكن أن يفيد في تحديد سبب التركيز، أو احتمال حدوث أزمات من هذا الاتجاه.

٣- إن الخطوة الحاسمة في الاستفادة من هذا المركز تتمثل في تحليل مضمون الأخبار، حيث أن ذلك من شأنه وضع النقاط فوق الحروف بالنسبة للأحداث المتوقعة، فقد تحتوي شائعة ما في مضمونها على آثار أبعد من ظاهرها الأصلي، أو يترتب عليها أمور أخرى لم تكن في الحسبان.

وفي الحالات الحرجة يساعد تحليل المضمون على صياغة الرسائل الإعلامية المناسبة، للرد على الأخبار وتحليلها والاستفادة منها، بطريق غير مباشر سواء على مستوى الجمهور الداخلي أو الخاجي، وبذلك يمكن تفادي الكثير من المشاكل قبل وقوعها، وفي حالة وقوعها فعلاً فإن علاجها يكون أسهل إلى حد ما؛ لأن العلاقات العامة ستكون لديها خلفية عن السبب في حدوثها على أقل تقدير.

٤- استمرارية العمل بكفاءة في هذا المركز أمر مطلوب، إذ يصبح مع الوقت مصدر موثوق للمعلومات على درجة كبيرة من المصداقية بحيث يلجأ إليه كثير من الأفراد والجهات للسؤال عن أي شيء يؤرقهم أو يودون معرفة الحقيقة عنه، ثم يتقبلون المعلومات التي يرد بها المركز عليهم بدون شك فيها، وهو ما يعتبر إنجازاً كبيراً من جانب العلاقات العامة في المنظمة.

٥ - ضرورة إيجاد قنوات واضحة للتعاون بين مراكز الإعلام الأمني، ووسائل الإعلام في المجتمع، بحيث يتكامل دورهما في خدمة الأمن والمجتمع. إن ذلك يعني بالضرورة التأكيد على معنى أساسي، وهو أن إنشاء مثل هذه المراكز المتخصصة، ليس انتقاصاً من دور وسائل الإعلام الرسمية أو الأساسية، وإنما يأتي دورها مكملاً لدور الأولى، ومؤكداً له لاتحادهما في الغاية.

ويقتضي ذلك بطبيعة الحال أن تباشر وسائل الإعلام الجماهيرية دورها الأساسي في الاتصال بوكالات الأنباء

العالمية، والدعوة إلى المؤتمرات الصحفية الدولية، وتوحيد مضامين الرسال الإعلامية الأمنية المختلفة، ودعم وزيادة مساحات المعالجات الإعلامية للموضوعات والمشكلات الأمنية المختلفة من خلال الفنون الإعلامية المختلفة.

وعلى الجانب الآخر يتركز دور مركز الإعلام الأمني في كونه المصدر الأساسي للمعلومات الأمنية، والتغطية الإعلامية للأحداث التي تهدد الأمن العام، والإمداد الصادق والمستمر لوسائل الإعلام الجماهيرية بكافة المعلومات والبيانات المطلوبة، والتي تخدم رسالة الشرطة في المجتمع. ولا يقلل من ذلك، ولا يتعارض معه، استقبال مركز الإعلام الأمني لما تبثه وسائل الإعلام الدولية والمحلية وإخضاعه للدراسة والتحليل، والرد عليها إذا لزم الأمر.

إن الحاجة للتعاون الخلاق في مجالات الإعلام المختلفة فيما بين العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية ممثلة في مركزها الإعلامي ووسائل الإعلام الجماهيري أمر ضروري وحيوي، خدمة للمجتمع والجماهير، وتدعيماً لدور الشرطة في المجتمع.

كذا لا يفوتنا التنويه إلى قيام المكتب العربي للإعلام الأمني - ومقره القاهرة- كأحد الأجهزة التابعة للأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب، ويختص بالعمل على تحقيق التعاون والتنسيق بين الجهود الإعلامية الأمنية في الدول الأعضاء لمواجهة الجرائم. وإعداد خطة عربية شاملة للتوعية الأمنية، وتطويرها في ضوء المستجدات اللاحقة، هذا فضلاً عن دوره في التعريف بأنشطة مجلس وزراء الداخلية العرب، وأمانته العامة، وأجهزته الأخرى. وهذا مثال آخر لأهمية قيام أجهزة متخصصة للإعلام الأمني.

المبحث الثاني
ضرورات الإعلام الأمني

تقوم فلسفة إنشاء مركز للإعلام الأمني في أجهزة الأمن على الكيفية التي تضمن توصيل معلومات عما يجري من أحداث بدرجة عالية من الصدق والموضوعية، والسرعة التي تضمن التفوق على إمكانات المراسلين التكنولوجية، والوصول بالمعلومات الصحيحة إلى مراكز الإعلام (محلياً ودولياً) بما يكفل نقل صورة دقيقة عن الموقف الأمني(٦).

ولوضع هذه الفلسفة أو الضرورة موضع التنفيذ كان لزاماً، أن يكون مركز الإعلام الأمني المتخصص مسايراً

لأدوات العصر، من خلال تزويده بأحدث ما وصل إليه العقل البشري من أجهزة راصدة تلتقط وتتبع الإخبارية من مصادرها، بحيث تتولى مجموعة عمل تسجيلها، وأخرى تصنيفها وتحليلها، وثالثة تهيىء اتخاذ القرار، بحيث يتم عرض حقائق ما يجري من الأمور على الرأي العام أولاً بأول.

وهكذا يمكن تحديد ضرورات الإعلام الأمني المتخصص في أجهزة الأمن فيما يلي:

– التواجد في مواقع الأحداث بأسرع ما يمكن.

– إمداد وسائل الإعلام بالمعلومة الصحيحة، والخبر الصادق حتى تقدم صورة حقيقية للحدث.

– المتابعة الدقيقة لكل ما يذاع أو ينشر حول الأحداث الأمنية أو الأنشطة الشرطية، ومواجهة الأكاذيب أو الشائعات بالحقائق، وإصدار بيان إعلامي بالواقع الفعلي إن لزم الأمر.

– رصد واستقبال كافة ما ينشر عبر وكالات الأنباء الدولية والقنوات الإخبارية محلياً أو عالمياً، وترجمة وتحليل كل ذلك، وإعداد الرد المناسب.

– تغطية المؤتمرات العالمية التي تعقد بالدولة، وتنظيم المؤتمرات الصحفية للقيادات الأمنية، أو للمتحدث الرسمي باسم جهاز الأمن.

– الإعلام عن مخاطر الجريمة وأسبابها ودوافعها، وتنقية السلوك الاجتماعي من أضرارها.

– مواجهة حملات بعض المنظمات أو الجهات التي تستهدف الإساءة إلى الأمن في المجتمع، والإيحاء بعدم الاستقرار لتنفير رؤوس الأموال من الاستثمار فيه.

– العمل – بكافة السبل – على تبديد المسافة الوهمية من عدم الثقة الموجودة بين الشرطة والشعب في أي مجتمع.

وهكذا تفرض ضرورات قيام مركز الإعلام الأمني المتخصص، المشاركة في المنظومة المتكاملة لصناعة الإعلام وسياساته وتوجهاته في المجتمع.

ويبرر وجود مراكز الإعلام الأمني كضرورة في الأجهزة الشرطية، تلك العلاقة الحساسة والدائمة بين وسائل الإعلام المختلفة، والمنظمات الأمنية شأنها في ذلك شأن كافة المنظمات المجتمعية المختلفة. ويأتي دور الإعلام الأمني في مركز الوسط بين منظمته التي ينتمي إليها من ناحية، ووسائل الإعلام من ناحية أخرى. ولكي ينجح الإعلام الأمني في تفعيل هذه العلاقة فلابد للقائمين عليه من كسب ثقة الطرفين. ولا يعتبر هذا أمراً

سهلاً، فمصالحهما غالباً ما تختلف وربما تتعارض. فالمنظمات الأمنية تريد أن تصاغ أخبارها بطريقة تؤدي إلى تحقيق أهدافها، ولا تسبب لها المتاعب، وأن يخصص لها المساحة أو الوقت الكافيين، ووسائل الإعلام تريد الأخبار التي تثير اهتمام القارىء أو المستمع أو المشاهد.

وغالباً ما تشكو المنظمات من أن وسائل الإعلام تلجأ دائماً إلى الإثارة، وأنها نادراً ما تعبر عن المضمون بدقة. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام، تعلن على لسان رجالها أن المنظمات لا تمنحها البيانات الصحيحة، وكل همها أن تكشف عن الجانب المضيء، فقط، ولكن مسئوليتنا هي إعطاء الصورة كاملة، إنهم لا يسمحون لنا برؤية من لديهم الأخبار، وهكذا تبدو لكل طرف أسبابه ومبرراته، وعلى مراكز الإعلام الأمني التي تقع في الوسط، أن تجعل كل طرف يتفهم أهداف ومشاكل الطرف الآخر ووجهات نظره.

ولذلك يقدم أحد المسئولين نصائحه للطرفين، والتي يمكن إيجازها فيما يلي(٧):

١- لا يمكن الفوز بأي مباراة من خارج خطوط الملعب. كن لاعباً ولا تكن مشاهداً.

٢- للجمهور الحق في أن يحاط بكافة المعلومات الواقعية والدقيقة عن كل عملياتك.

٣- إن حق الجمهور في أن يعلم أن مسئوليته أكبر من مسئوليتك كمنظمة أو وسيلة إعلام.

٤- إن الخوف من الجدل أو النقد سمة، لا توجد منظمة في مجتمعنا اليوم تقدر عليها، فالصمت لا يمكن أن يكفي الجماهير، والجبن لا يفوزبأي مباراة.

٥- خذ المبادرة في كل الظروف، وسواء أكانت الأخبار حسنة أو سيئة.

إن تمحيص هذه النصائح يعني باختصار أن الإعلام الأمني ضرورة لتقديم الحقائق إلى الجماهير من خلال وسائل الإعلام المختلفة، شريطة أن يتم ذلك بدقة وحنكة وخبرة تفرضها طبيعة عمل الأجهزة الأمنية المتأزمة بطبيعتها.

ولكي ينجح مركز الإعلام الأمني في أداء رسالته، والتي تتمثل في المواءمة بين طموح وحق وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات والأخبار، ورغبة المنظمة الأمنية في تحقيق أهدافها وكسب ثقة جماهيرها يجب أن تلتزم بالعديد من المبادىء تذكر منها(٨):

١- الاعتدال أو المعقولية:

Shoot Squarely:

لا يعتبر من قبيل الأمور الأكاديمية أو

النصح النظري القـول بأن الأمـانة هي أحسن وسيلة للتعامل مع رجـال الإعلام، وهذا أمـر بسيط وبديهي ويمكن إدراكـه بالحس العـام، فـرجال الإعـلام أذكيـاء، ومحنكين ومع استثناءات نادرة جداً فهم أمناء، وبحكم مهنتهم فإنهم يعرفون كيف يحصلون على الأخبار بطريقة أو بأخرى، ومن يحاول أن يعترض أو يسـد طريقهم عن طريق المناورة أو التهـرب سيـواجـه معـارضة عنيـدة.. وربما تكسب المنظمـة معركة ولكنها ستخسر الحرب.. ووسائل الإعلام هي التي تطلق الرصاصة الأخيرة دائماً، ومـا لم يكسب مسئول الإعـلام الأمني ثقـة المتحكمين في وسائل الإعـلام وشعـورهم الودي فإن قيمتـه ستكون محدودة من وجهـة نظـر منظمتـه وهذه الثقة تقـوم على سجل من الدقة والأمـانة والأداء.

وعلى الرغم من النتائج غير السارة التي لابد وأن تترتب على محاولـة إضفـاء أو تكتم الأخبار السيئـة أو غير السارة، فإن بعض القيادات – بحكم طبيعتهم البشرية – يلجأون إلى ذلـك، فإلى جـانـب أن هذا يخلق مجالاً رجعـاً لانتشـار الشائعـات، فإن الأخبـار لابد وأن تتسرب وتصل في النهاية إلى وسائل الإعلام، وربما بصورة مخالفة للحقيقة، ويجب أن نتذكر دائماً أن الشـائعات أسـوأ من الحقائق المنشـورة حتى ولوكانت سيئة، ومن المبادىء الهامة التي يجب مـراعـاتها – أيضـاً – لتحقيق الاعتدال والمعقـولية عـدم تفضيل وسيلة أو مندوب على حسـاب وسيلة أو مندوب آخـر، ويرتبط بذلك احترام ومـراعـاة مبـادرة أي صحفي بالنسبـة لموضـوع معين، فمثلاً لا ينبغي إعطاء نفس البيانات لوسـائل أخـرى ما لم تطلبهـا صراحـة، ويمكن أن يعلن ذلـك كمنهج أو أسلوب في التعـامل، ولن تستطيـع أي وسيلة أن تشكو منه.

٢- معـاونة رجـال الإعـلام وتقـديم الخدمة لهم: Give service

إن أسرع وأضمن طريقـة لكسب تعاون رجـال الإعـلام هي أن توفـر لهم الموضوعات والصور التي يحتاجون إليها والتي تثير الاهتمام في الوقت المناسب لها والشكل الذي يمكنهم أن يستخدمونها به، فـالصحفيون يرتاحـون ويتعـاونون مع مسئول الإعـلام الأمنـي الذي يستجيب لمكالمة تليفـونيـة ولو عند منتصف الليل ليقدم لهم صـورة أو نبذة عن حيـاة أحد الأشخاص الذي يرتبط أسمه بخبر هام في اليوم التالي، فالأخبار إلى جانب أنها تحدث على مـدى الأربع والعشرين سـاعـة فإنها سلعـة قـابلة للتلف بدرجـة عاليـة جـداً.

ونتيجة لذلك فـإن مسئول الإعلام الأمني يجب أن يساير هذه المتطلبات بأن يكون مستعداً لتقديم الخدمات طوال اليوم.

٣- عدم الاستجداء أو الضغط: Don't beg or Carp :

أن أكثر مـا يسبب ضيق رجـال الإعلام هو لجوء مسئـولي الإعـــلام الأمني إلى الاستجداء أو الضغط، فإن كانت المادة أو الموضوع لا يرقى إلى مستوى الخبر الذي يثير اهتمام القارىء، فإنه من غير المحتمل أن يستحـوذ على المسـاحـة أو الوقت من الوسيلـة، فـالمحـــررون يحصلون على وظائفهـم ويحتفظون بها على أســـاس معرفة اهتمامـات جمهور الوسيلة (قراء، مستمعون، مشاهدون) وإشباعها.

٤- عـــدم طلب حجب (عـــدم نشر) الأخبار: Don't ask for kills

ليس من حـق أي منظمـــة أن تطلب من صـحيفـة أو مجلة أو محطة تليفـزيون أو إذاعة حجب أو عـدم نشر موضوع معين، هذا يعتبر إهانة صريحة، لأنها تعني خيانة الأمانة أو التواطؤ لإخفاء الحقيقة، ونادراً مـا تنجح هذه الطريقـة وغالبـاً مـا تولد انعـدام الثقة، إن الطريقـة، التي تمكن من عدم وصول الأخبار غير المرغوب فيها إلى وسائل الإعلام هي تفادي حدوث المواقف التي تنتج عنها مثـل هذه الأخبار، غير أن هناك حالات يكون فيها من حق المنظمة أن تطلب تـأجيل النشر أو شرح جـــزء منه يكون له تأثير سيىء على المصلحة العامة، فإذا كـانت هنـاك أسبـاب حقيقيـة فإنها يجب أن توضـح، ولابد أن رجـال الإعلام سيتفهمونها ويستجيبون لها.

٥- عـــدم إغـــراق وســـائل الإعـــلام: Don't flood the media:

يتـوصل الممارس مـن خـلال خبرته إلى معرفـة حدود الاهتمام بـالأخبار، ويجب عليه مراعاة هذه الحدود واحترامها، دون محاولة لإمـداد وسائـل الإعلام بأخبـار تافهة، أو سبق نشرهـا، وقد يلجأ البعض إلى هذا الأسلوب على أساس إغراق جميع الوسـائل بالأخبـار حتـى تزيد فـرصـة النشر، ولاشك أن هذا منطق خـاطىء، أنه يدل على أن مسئول الإعـــلام الأمني غير كفء وغير مدرب ويعبر رجال الإعلام عن هذا بقـــولهم: دائماً مـــا تزدحـم مكاتبنا وتشغل تليفـوناتنـا بمكالمات من رجـال العـلاقات العـامـة من الجهات المختلفـة، بحجـة أن لديهم فكرة مـوضـوع عظيم، وهم على حق، فهي فكرة عظيمة من وجهة نظرهم، وليس من وجهـة نظر قـرائنا أو

مستمعينا أو مشاهدينا كما نعرفها نحن.

لذلك فإنه عند تجهيز الموضوعات الإخبارية، يجب تحديد الجمهور المحتمل ومراعاة اهتماماته، واختيار الوسيلة التي تصل إليه والطريقة المناسبة للاتصال بهذه الوسيلة.

٦- الاحتفاظ بقوائم حديثة بأسماء مسئولي الإعلام وعناوينهم:

Keep lists up to date:

هناك قدر معين من معدل الدوران بين العاملين في وسائل الإعلام ويقتضي هذا الاحتفاظ بقوائم حديثة بأسماء هؤلاء العاملين والاستمرار في تجديدها، فلاشك أنه مما يثير ضيق رجل الإعلام استلام أخبار مرسلة باسم الشخص الذي كان يشغل وظيفته قبل سنتين مثلاً، ويتساوى مع هذا استلام أخبار مرسلة على عنوان خطأ أو عنوان لم تعد تشغله الوسيلة الآن.

المبحث الثالث
أسس الإعلام الأمني

يقصد بأسس الإعلام الأمني المتخصص، تحديد أعمدة العمل، التي تقوم عليها استراتيجية الإعلام الأمني في أجهزة الأمن. وفي مصر تم إنشاء مركز للإعلام الأمني المتخصص، يعد تجربة رائدة في هذا المجال. ويقوم هذا المركز على عدد من الأسس يمكن تحديدها فيما يلي(٩):

١- إمداد كافة أجهزة الإعلام المحلية والدولية بالأخبار والمعلومات الضرورية بدقة وسرعة تتناسب والإيقاع اللاهث لطبيعة العمل الإعلامي، وهو الأمر الذي اقتضى إنشاء مركز للإعلام الأمني يعمل على مدار ٢٤ ساعة يومياً.

٢- تسهيل المهام، وتذليل الصعاب التي قد تواجه رجال الإعلام أثناء تأديتهم لأعمالهم في شتى المواقع والظروف وما يترتب على ذلك من توطيد الصلات مع كافة وسائل الإعلام محلياً ودولياً.

٣ - متابعة ما تبثه وكالات الأنباء العربية والأجنبية وشبكة الإنترنت بواسطة فريق مؤهل من أكفأ عناصر الإعلام الأمني.

٤- تتبع شكاوى وآراء المواطنين المنشورة أو المعلن عنها في وسائل الإعلام، وفحصها، ودراسة حلها بالتنسيق مع الأجهزة المعنية، والرد عليها بأسرع ما يمكن.

٥- رصد الظواهر الإجرامية، والأنشطة الإرهابية على الصعيد المحلي

والدولي وتحليل مدلولاتها، واستخلاص النتائج منها بأسلوب التوقع الأمني، والإسهام في تطوير الاستراتيجية الأمنية، ودعم اتخاذ القرار.

٦- قياس اتجاهات الرأي العام تجاه شتى القضايا المطروحة على الساحة سواء على مستوى الجمهور العام، أو في نطاق عينة مقننة من المواطنين، باستخدام الوسائل العلمية في هذا المجال حتى يتسنى التفاعل معه بموضوعية، وحشد قواه وتوجيهه إيجابياً صوب الأهداف القومية.

٧- المشاركة في الاحتفالات والمناسبات القومية، والتي تتطلب تضافر جهود كافة المؤسسات الفاعلة في المجتمع، وكذا إنشاء مراكز إعلامية فرعية لهذا الغرض تقوم بالتنسيق بين الأجهزة الأمنية والإعلامية من جهة، وتتولى إصدار نشرات ومطبوعات يومية لتغطية الأنشطة المرتبطة بالمؤتمر أو المناسبة، من جهة أخرى.

٨- إعداد الحملات الصحفية والإعلامية التي تهدف إلى مواجهة الظواهر الإجرامية، والفكر المتطرف للقضاء عليها ووأدها، وكذا إجهاض محاولات التسلل الفكري من قبل نشطاء الجماعات الإرهابية للمواقع المؤثرة جماهيرياً كالجامعات والمدارس.

٩- تسليط الأضواء على تجارب العائدين من التطرف باعتبارهم أقدر على كشف زيف وهوس جماعات الإرهاب الذين انخرطوا في صفوفها، ثم تراجعوا عن قناعة.

١٠- متابعة ما يصدر عن منظمات حقوق الإنسان من تقارير أو نشرات للرد على ما تتضمنه من ادعاءات غير صحيحة، وافتراءات مدسوسة من جانب من يهمهم الإساءة والتشويه.

١١- الإنتاج الإعلامي للأعمال الفنية الراقية، التي تهدف إلى إبراز جهود الأجهزة الأمنية المختلفة، وكسب ثقة الجماهير، من خلال التأثير الفكري والوجداني في جمهور المتلقين.

١٢- الاهتمام بالجمهور الداخلي بكافة فئاته، من خلال الاتصال المباشر، أو النشرات والدوريات، وتنظيم الندوات والزيارات الميدانية لكافة مواقع العمل بهدف دعم التواصل بين أبناء الجهاز، والوقوف على مشكلاتهم الوظيفية أو الشخصية، لرفع روحهم المعنوية، وتعميق الانتماء لديهم.

تلك هي ملامح التجربة المصرية في الإعلام الأمني المتخصص، وهي تجربة رائدة في المنطقة العربية، الأمر الذي دعا

الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب، التابع للجامعة العربية، إلى تعميمها في كافة الدول العربية، والأخذ بمقومات نجاحها(١٠).

ويرتبط بأسس الإعلام الأمني الفعال، أهمية تسمية أو تحديد (المتحدث الرسمي) باسم المركز، هذا المتحدث يجب اختياره بعناية ودقة، حيث سيتولى مسئولية جسيمة هي مسئولية مواجهة الصحفيين ومندوبي وسائل الإعلام المختلفة. الأمر الذي يفرض أن يتحلى هذا المتحدث بالعديد من السمات التي تؤهله وتمكنه من تقديم الحدث أو المعلومات بدقة وموضوعية وسرعة، والقدرة على الإجابة عن كافة الأسئلة التي يمكن أن توجه إليه، ويمكن أن تحتوي في مضمونها على إحراج أو كشف لمعلومات غير مرغوب في الإعلان عنها.

ويجب أن يكون هذا المتحدث ملماً بفنون العمل الإعلامي المختلفة، لذلك تذهب بعض المنظمات إلى اختيار متحدثها الرسمي ممن سبق لهم الاشتغال بمهنة الصحافة، أو العمل في إحدى مجالات الإعلام، أو المؤهلين إعلامياً.

واليوم - ومن وجهة نظر أحد المتخصصين - فإن المتحدث الرسمي (أو مسئول الإعلام الأمني)، ملزم بأن يواجه الرأي العام، وإذا ما كان له أي تأثير في السياسات العامة بما يفيد عمله، فإن عليه أن يصبح متحدثاً فعالاً ومؤثراً ومشاركاً في الأمور العامة من خلال المواجهة والخطابة، وتقديم الدليل والبينة(١١).

والهدف الأساسي من تحديد متحدث رسمي للمنظمة هو الحرص على الدقة والموضوعية في الأخبار التي تنقل عن المنظمة إلى وسائل الإعلام. ويجب على المتحدث الرسمي أن يراعي أن الأسماء والبيانات والأرقام الإحصائية التي يتم تقديمها إلى وسائل الإعلام، يمكن أن يساء نقلها أو عرضها بما يصفها بعدم الدقة، ومن ثم يجب على المتحدث الرسمي ألا يساهم في الخطأ المحتمل. ومن غير المرغوب للمتحدث الرسمي أن يتناول المسئوليات الأخرى في منظمته، التي لم يسمح له بعرضها(١٢).

وفيما يلي عدد من الإرشادات المحددة، التي يمكن أن تساعد المتحدث الرسمي في أداء واجباته بفعالية(١٣):

١- تحدث من خلال وجهة نظر «مصلحة الجمهور».

٢- تحدث بضمير الجماعة (نحن) كلما كان ذلك ممكناً.

٣- تأكد من أن حد يثك مسجلاً.

٤- ضع كل الحقائق أولاً.

٥- لا تجادل صحفي، ولا تفقد هدوءك.

٦- تجنب - عند الإجابة - كلمات السؤال الاستفزازية التي تريد إنكارها.

٧- أجب مباشرة على الأسئلة المباشرة.

٨- إذا كنت لا تعرف الإجابة.. قل لا أعرف.. وسأعمل على الحصول عليها.

٩- قل الحقيقة ولو كانت مؤلمة.

١٠- لا تغالي في قول الحقائق، لأن المبالغة تفقدها الصدق.

وفي ختام هذه الدراسة ننوه إلى أهمية وضرورة إنشاء مراكز للإعلام الأمني في الأجهزة الشرطية، يمكن تجهيزها بالتقنيات الحديثة في مجالات الاتصال والمعلومات، وتوفير عدد مناسب من العاملين المؤهلين، والذين يمكن تدريبهم على أعمال ومسئوليات واختصاصات مركز الإعلام الأمني.

والجدير بالذكر أن هذه المراكز يجب أن تتبع مباشرة لإدارات الإعلام والعلاقات العامة، حيث تكون إحدى آليات أو وسائل إدارة أو أقسام العلاقات العامة في الاتصال بالجماهير وكسب ثقتها.

الهوامش

(١) د. سعيد سراج، الرأي العام، مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الطبعة الثانية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٦) ص١٠٤

(٢) د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، الطبعة الثالثة، (القاهرة، مكتبة الأنجلو، ١٩٨١) ص١١

(٣) د. سمير حسين، دراسات في العلاقات العامة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٢) ص٣٥

(٤) مبارك وأمن مصر: التجربة المصرية في الإعلام الأمني (القاهرة: مطابع دار الهلال، ١٩٩٧) الطبعة الأولى، ص١٦٥ – ١٦٦

(٥) لواء/ رؤوف المناوي: الإعلام الأمني تخصص ضروري، مجلة روز اليوسف، العدد ٣٥٨٦، ٣ مارس ١٩٩٧، ص٦١

(٦) لواء/رؤوف المناوي، المرجع السابق، ص ٦١

(7) - Scott M. cutlip/Allen H. Center/ Glen M.Broom: Effective public Relations , 6th edition, prentice hall Ine., Englewood Cliffs, New Jersey, 1985,p.428.

(8) OP- Cit, pp. 421 - 435

(٩) مبارك وأمن مصر، التجربة المصرية في الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص١٦٦ – ١٩٨.

(١٠) تقدم وفد مصر بورقة حول التجربة المصرية في الإعلام الأمني في اجتماع مجلس وزراء الداخلية العرب التي عقد في تونس في الفترة من ٤ – ٦ يناير ١٩٩٦.

(11) Robert L. Fegley: When you Chief Exective Goes, Public Relations Quarterly, Vol.24(Summer 1974), P.6

(12) Sam Blach, Practical Public Relations 4 th edition, Pitman Publishing Limited, London, 1976. P.25

(13) Cutlip Center : Effective Public Relation, Op.cit, p.436.

المراجـــع

أولاً: باللغة العربية:

(أ) – الكتب:

(١) – د. إبراهيم إمام: الإعـــلام والاتصـــال بالجماهير، الطبعـة الثـالثـــة، (القـاهرة مكتبـة الأنجلو، ١٩٨١)

(٢)– .سعيـد سراج: الرأي العـام، مقـومـاته وأثره في النظم السيـاسيـــة المعـاصرة، الطبعـة الثانيـة (القاهرة: الهيئة المصرية العامـة للكتاب، ١٩٨٦)

(٣) – د. سمير حسين: دراسات في العـلاقات العامة، (القاهرة: علم الكتب، ١٩٨٢.

(ب) : مجلات ومنشورات تسجيلية:

(١)– مبـارك وأمن مصر: التجـربة المصرية في الإعـلام الأمني، كتـاب تسجيلي، الإدارة العامـة للإعـلام والعلاقـات، وزارة الداخلية جمهـورية مصر العـــربيـــة (القـاهـرة: مطابع دار الهلال، ١٩٩٧)

(٢)– مجلة روز اليـوسـف العـدد ٣٥٨٦ (٣ مارس ١٩٩٧)

(٣) – ورقـة عمل حـــول التجـربة المصرية في الإعلام الأمني، مقـدمة في اجتماع مجلس وزراء الداخلية العرب – تونس، (٤-٦ يناير ١٩٩٦).

ثانياً: باللغة الإنجليزية:

(1) Robert L. Fegley: when your ch Executive Goes, Public Relations Quarterly, Vol. 24 (Summer 1979).

(2) Sam Black, Practical Public Relations 4th edition, Pitman Publishing Limited, London, 1976.

(3) Scott M. Cullip/Allen H. Center/ Golen. M. Broom: Effective Public Relations, 6th edition, Prentice Hall Inc., Engewood cliffs, New Jersey 1985.

ABSTRACT

Security Information (Concept - Necessity - Principles)

By

Brig. Dr. Hamdy shaaban

Member of Police College Teaching Staff, Arab Republic of Egypt

Information have become one of the most Prominet characteristics of the modern age and one of the most effective means that mold the conscience of peoples and communities. They are also considered one of the basic human rights as they serve as means to communicate and spread facts; making the public fully aware of what happens in the world.

Though the security agencies in the Arab countries are fully convinced with the role played by the information and the public relations in cementing and effectuating the security message and in spite of being of a prominet basic status within the administrative structure of these agencies, security information - as a modern concept - has not yet gained the aspired status.

The topic of our present study deals with the mentioned idea as far as its concept, necessity and principles are concerned. The sudy recommends that the information and public relations departments and sections affiliated to the Arab security agencies should adopt that concept geing one of the responsibilties they should shoulder in the contemporary world. It is a must necessitated by the crucial need to spread facts and awareness among the citizens as far as the efforts exerted by Police bodies in every spot and field are concerned.

The study affirms that the function of the specialized security information do not contradict with the role played by the national mass media.They both perform an integrated task and we can even say that the vitality and effect of the security information is mainly based on the role played by the mass media in society.