

العنوان:	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية تنفذ كامل البرنامج العلمي للخطة الإعلامية العربية السادسة للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة
المصدر:	الأمن والحياة
الناشر:	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
مؤلف:	هيئة التحرير(معد)
المجلد/العدد:	مج37, ع427
محكمة:	لا
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	نوفمبر
الصفحات:	77 - 22
رقم MD:	885913
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	البلاد العربية
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/885913">http://search.mandumah.com/Record/885913</a>

عدد خاص بمناسبة تنفيذ البرنامج العلمي للخطة الإعلامية العربية التي أقرها مجلس وزراء الداخلية العرب

إنفاذاً لقرار مجلس وزراء الداخلية العرب:  
جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية تنفذ  
كامل البرنامج العلمي للخطة الإعلامية  
العربية السادسة للتوعية الأمنية والوقاية من  
الجريمة  
خلال الأعوام ٢٠١٥ إلى ٢٠١٧م

## الجامعة تصدر عدداً خاصاً من «الأمن والحياة» يتضمن تنفيذ البرنامج العلمي للخطة

في دورتهم الثانية والثلاثين التي عقدت في الجزائر بتاريخ الحادي عشر من مارس ٢٠١٥م أقر أصحاب السمو والمعالي وزراء الداخلية العرب الخطة الإعلامية العربية السادسة للتوعية الأمنية والوقائية من الجريمة التي استهدفت عدداً من الأهداف من بينها تنمية الحس الأمني لدى المواطنين والمقيمين بما يساهم في ضبط ومنع الجريمة وبناء جسور من التفاهم والقتاعة معهم لضمان مشاركتهم الإيجابية في مكافحة الجريمة وتعزيز السلوك القويم والتعاون مع الأجهزة الأمنية في دعم جهودها لضبط ومنع الجريمة وتطوير الخطاب الإعلامي في التواصل مع الجماهير من خلال تنمية الكوادر المتخصصة في الإعلام الأمني وإكساب أفراد الأمن ملكات فن التعامل مع الجمهور وذلك أمر حرصت جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية على تحقيقه من خلال انتقاء الموضوعات المناسبة والخبراء وأعضاء الهيئة العلمية ومشاركة أكبر عدد من المشاركين في برامجها العلمية.

ويسر جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية أن تقدم هذا العدد الخاص من «الأمن والحياة» متضمناً التنفيذ الكامل للبرنامج العلمي للخطة.

## في إطار تنفيذ الجامعة للخطة كلية التدريب تنظم دورة تدريبية موضوعها «تنمية مهارات العاملين في مجال الإعلام الأمني»

مئة وستة مشاركين من ست دول عربية شاركوا في هذه الدورة

### الأمن والحياة

نظمت كلية التدريب بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية دورة تدريبية موضوعها «تنمية مهارات العاملين في مجال الإعلام الأمني» وذلك في الفترة من الثاني والعشرين إلى السادس والعشرين من جمادى الأولى ١٤٣٨هـ الموافق للتاسع عشر إلى الثالث والعشرين من فبراير ٢٠١٧م، بمقر الجامعة بالرياض وشارك في أعمال هذه الدورة ١٠٦ مشاركين من ست دول عربية هي المملكة الأردنية الهاشمية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، وجمهورية السودان، ودولة الكويت، والجمهورية اللبنانية.



وحساسة في الآونة الأخيرة على الساحة الإعلامية والسياسية يطلق عليها المتحدث الرسمي، حيث عهدت المؤسسة السياسية أو المنظمات الكبرى إلى هذا المتحدث بمسؤولية التعامل مع وسائل الإعلام، ونقل وجهة نظرها بدقة وموضوعية، ويلاحظ تصاعد حجم ودور الناطق الرسمي في الآونة الأخيرة، وخاصة على المستوى السياسي

من موضوعات الدورة:

### (المتحدث الرسمي ودور الإعلام الأمني) (الوقائي تجاه القضايا الأمنية)

وقدم اللواء الدكتور صالح بن محمد المالك بحثاً بعنوان «دور المتحدث الرسمي ودور الإعلام الأمني الوقائي تجاه القضايا الأمنية» أشار فيه إلى ظهور مهمة جديدة



التواصل الاجتماعي التي قد تساعد على خلق الإشاعات ونشرها، ومن هذا المنطلق صدر قرار مجلس الوزراء بإلزام الوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والأجهزة الحكومية الأخرى، خصوصاً الجهات الخدمية، بتعيين متحدثين رسميين في مقارها الرئيسية، وفي الفروع بحسب الحاجة للتواصل مع وسائل الإعلام وتزويدها بالمعلومات الصحيحة والمستجدات أولاً بأول.

وأشار الباحث إلى أن الناطق الرسمي هو الشخص المكلف بإذاعة ما يراه مناسباً من أخبار ومعلومات واتجاهات وقرارات تتعلق بالحكومات والوزارات والشركات وسياساتها ومواقفها المختلفة إزاء القضايا المختلفة التي تهتم الحكومة أو تهتم الرأي العام ووسائل الإعلام، موضحاً أن مهنة «المتحدث الرسمي» ليست حديثة العهد كما يتصور البعض أو أنها بدعة مستحدثة، ولكنها تعود إلى مطلع القرن السادس عشر الميلادي، حيث دخلت كتعبير لغوي في اللغة الإنجليزية لأول مرة تحت مصطلح

الأعلى في الدولة، ورئاسة الوزراء وكل وزارة على حدة. ولم تعد وظيفة الناطق الرسمي تقتصر على الحكومات أو الحكام، فقد أصبحت هذه الوظيفة في عصرنا الحالي معروفة لكافة الأطر والهيئات السياسية وغير السياسية مثل الأحزاب والجمعيات والأندية الرياضية والفنية وبعض الفنانين المشهورين، بل إن بعض شركات القطاع الخاص الكبرى وظفت ناطقاً رسمياً لها ليكون على صلة بالرأي العام ووسائل الإعلام المختلفة.

وقد شدد عدد من خبراء الاتصال الحكومي على ضرورة تفعيل دور «المتحدث الرسمي»، منوهين إلى أن عليه مهام إعلامية عدة تحقق التوازن بين المسؤولية المهنية الحكومية ونظيرتها الإعلامية، معتبرين أن من المهم أن يكون المتحدث الرسمي مدركاً لدور وسائل الإعلام ومدى تأثيرها في الجمهور.

ويبقى دور المتحدث الرسمي ذا أهمية كبرى في ظل وجود العديد من المنتديات والمواقع الإلكترونية ومواقع

spokes man وكانت تعني في حينها «المترجم» ثم تحولت لتعني «متحدث بلسان فرد أو جماعة»، وأخيراً تغيرت حديثاً وبالتحديد في عام ١٩٧٢ «spokes person» لتعني «متحدث أو متحدثة»، وهكذا فإن مهنة المتحدث الرسمي سبقت فن الإعلام المعاصر سواء المرئي أو المسموع. والحقيقة أن مهنة المتحدث الرسمي حساسة ويجب أن يكون لدى من يمتنها مواصفات خاصة أهمها المهنية الشديدة والثقة بالنفس. الخوف والحذر إن كان من الملاحظ أن المتحدث الرسمي غالباً ما ينظر إلى وسائل الإعلام بحذر وخوف من معركة يرى نفسه فيها الفريسة، حيث عادة ما ينقض عليه الإعلاميون عقب الانتهاء من كلمته محاولين الإيقاع به وكأنه هو السبب في كل ما يحدث.. ففي معظم الأحوال المهمة، أمام هذا الكم من وسائل الإعلام يجد المتحدث الرسمي نفسه أمام مسؤولية كبرى وطرق تواصل مختلفة لإيصال رسالته. صحيح أن المهمة واحدة، ولكن السبل كثيرة وإن كانت مترابطة، وبما أن الإعلام سلطة لا يمكن الاستهانة بها وخاصة في ظل الأنظمة والحكومات الدستورية بسلطاتها الثلاث «التشريعية التنفيذية القضائية» إلا أن الإعلام الذي يمثل السلطة الرابعة فهو غالباً لا يعمل كغيره من السلطات، بل هو الذي يؤثر عادة وعلى المدى الطويل في قرارات السلطات الأخرى وحتى في مصداقيتها وإعطائها الثقة. أيضاً أن الإعلام يمكن أن يكون الأهم ودون منازع في أوقات الأزمات سواء الانتخابات بجميع صورها أو الحروب... وغيرها.

ولذا ما أوجنا إلى مهنة المتحدث الرسمي بشرط أن تكون لديه صلاحية في منح المعلومة وشفافية ومصداقية فيما يصرح به حتى لا نترك «الملعب» لبعض الفضائيات التي تعطي نفسها سلطة فرض أداة ضغط سياسي واجتماعي للتدخل في الشؤون الداخلية للشعوب ومحاولتها تغيير الأنظمة بالقوة باستخدام سلاح الإعلام تارة واتباع أسلوب التشكيك والتخويف تارة أخرى أو مساندة أنظمة أو آراء أو توجهات معينة رغم أن المفروض أن تكون حيادية عارضة للرأي والرأي الآخر دون تدخل أو انحياز، وهنا تأتي أهمية المتحدث الرسمي لكل جهة أو هيئة أو





بعبارات التسويق والوعود التي لا يستطيع المتابع فك رموزها.

كما أن تعجُّل بعض الصحفيين في الحصول على المعلومة من باب الحصول على سبق صحفي لمطبوعته قد يؤدي في بعض الأحيان إلى أن تكون الحقيقة مبتورة، وبالتالي فإن الجهة المعنية لا تحبذ حينها الإفصاح بشيء حتى تكتمل الصورة، داعياً إلى أن ترتقي الصحف المحلية بالعمل الصحفي وأن تراعي أن هذا العمل هو شرف وأمانة، وأن بعض الجهات قد تتخوف من بعض الصحف أو الصحفيين فتري حينها أنهم يبحثون عن الإثارة عبر نشر معلومات تنقصها الحقيقة، الأمر الذي قد يجعلها لا تتعامل بشكل جيد مع جميع الصحف أو الصحفيين.

وفي حديثه عن الإعلام الأمني أشار اللواء الدكتور المالك إلى أن الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي ذاعت وانتشرت وتبوأَت مكائنها بين مختلف 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 المعتمدة.

منظمة أو نظام المهم أن يتمتع بمهنية وثقة في النفس وجرأة في التناول دون تردد أو خوف من رد فعل أو انفعال أو تعليق؟! أما بالنسبة للإعلامي فإن المطلوب منه: الثقة في نقل المعلومة مع ذكر مصدرها. الحياد... بأن يكون علي مسافة واحدة من جميع الأطراف ولا يميل إلى أي جانب بعيداً عن شبهة الدعاية أو محاولة التأثير لحساب الغير واحترام الحياة الخاصة والابتعاد عن العنصرية في اللون والجنس والدين.

وفي تقييمه لتجربة المتحدث الرسمي أوضح اللواء الدكتور صالح المالك أن تجربة كثير من المتحدثين الرسميين في العديد من الوزارات والمؤسسات الحكومية غير واضحة الملامح، ويشوبها العديد من الجوانب السلبية، ومن أهمها قلة التأهيل، وافتقاد بعض مهارات الاتصال والتواصل، إلى جانب التحفظ وحجب بعض المعلومات عن وسائل الإعلام، كذلك عدم اكتراث بعضهم بالرد على وسائل الإعلام أو التفاعل مع ما يشغل الرأي العام من قضايا تخص الجهة التي يتبع لها.

وحتى إن جاءت الردود بعد طول انتظار؛ فإنها قد تأتي في كثير من الأحيان مغلفة بلغة الدفاع عن المنشأة وممزوجة



ويتوقف وجود إعلام أمني فاعل وناجح على مدى اهتمام الأجهزة الأمنية وقناعتها بأهمية هذا النوع من الإعلام، الذي يعتمد في تغذيته على مدى تعاون الأجهزة الأمنية التي تقدم المادة العلمية والحقائق الأمنية إلى وسائل الإعلام، لتقوم هذه الوسائل بإعدادها في الشكل الإعلامي المناسب لعرضها على الجمهور بما يحقق التجاوب الجماهيري مع الأفكار الأمنية المطروحة، بالإضافة إلى جميع البرامج الأمنية الهادفة لاستتباب الأمن في المجتمع.

وعلى الرغم من القوة التي تتمتع بها وسائل الإعلام للعمل على تنمية الوعي الأمني، فإنها تبقى رهينة للمصادر التي تزودها بالمعلومات والتوضيحات والبيانات (وهي الأجهزة الأمنية التي تمتلك المعلومات).

ومن ناحية أخرى يتأثر الأمن تأثيراً خطيراً بما تعرضه أجهزة الإعلام من برامج ومواد إعلامية، فالإعلام يقوم على مخاطبة الشعور، والأمن في حد ذاته شعور يحس من خلاله الفرد بالأمان والاطمئنان، لذلك فإن مخاطبة هذا الشعور من خلال أجهزة الإعلام يؤثر تأثيراً بالغاً وسريعاً، ومن هنا كان للإعلام تأثيره البالغ على الأمن، فقد يكون هذا التأثير إيجابياً على المواطن، يشعره بالأمان والاطمئنان وإضفاء الهيبة والاحترام والتقدير لرجال الأمن، وقد يكون العكس بإحداث تأثير سلبي لا يخدم الأمن بل يؤدي إلى تقليل أهمية الأجهزة الأمنية وإظهارها بغير مظهرها الحقيقي، الأمر الذي يؤدي إلى زعزعة الثقة في مقدرة أجهزة الأمن على تحقيق أهدافها.

وفي حديثه عن النظرة المتبادلة بين الإعلاميين ورجال الأمن أوضح اللواء الدكتور المالك أن اختلاف فلسفة كل من رجل الإعلام ورجل الأمن في النظر إلى الجريمة وأسلوب معالجتها إعلامياً قد أدى في كثير من المواقف إلى أنواع من الصراع بينهما، كما أدى في بعض المواقف الأخرى إلى الإساءة إلى سير التحقيقات الجارية وإلى قضية العدالة ذاتها، غير أن الخدمات الجليلة التي تؤديها وسائل الإعلام المختلفة، والصحافة بصفة خاصة، في مجالات الأمن والعدالة الجنائية تحتم على رجال الأمن ضرورة التوصل إلى صيغة مناسبة لما يجب أن تكون عليه العلاقة الطيبة السليمة بين الإعلام والأمن بحيث يمكن

التغلب على مثل هذه المشاكل. ما يسهم في تقديم إعلام أمني يرقى إلى مستوى طموح الإعلاميين والأمنيين. وقال إن الهوة الشديدة - في العالم كله - بين رجال الأمن من جهة وبين الإعلاميين من جهة أخرى، أوجدت اتهاماً متبادلاً بين الاثنين؛ إذ ينظر الإعلاميون إلى أن رجال الأمن غير مدربين على الاتصال الإعلامي الجيد، وينقصهم الوعي في علاقتهم بوسائل الإعلام، ولذلك يميلون إلى فرض رقابة على الأنباء، وفي الوقت نفسه ينظر رجال الأمن إلى الإعلاميين على أنهم متسرعون ولا يميلون إلى التريث والمضي وراء التحقيق أو التفاصيل بصبر ووعي هادئ وأنهم يبحثون عن الإثارة دون تقدير



ورجال الأمن الكثير من المعوقات التي أوردتها على النحو

التالي:-

- الحرية الإعلامية، مازال الجدل قائماً بين الإعلاميين ورجال الأمن منذ ظهور فكرة الحرية الإعلامية، حيث يؤمن الإعلاميون أن الحرية الإعلامية تساعد على تحقيق العدالة وإخضاع رجل الأمن إلى تحري الدقة وصولاً إلى الهدف الحقيقي وهو إظهار العدل ومحاربة الجريمة، ويرى مسئولو الأمن أن الحرية الإعلامية تساعد على نشر البلبلة وتخويف الأمنيين، ونشر المعلومات المضللة للعدالة، وتلفيق الأقاويل التي تؤدي إلى عرقلة العدالة، إضافة إلى أن حرية الصحافة والإعلام تتشابك مع

المسؤولية، كما يبالغون في نقل الحدث. وقد يضر رجال الإعلام بالإجراءات القانونية .. ويؤثرون على الرأي العام.

ويعتقد رجال الأمن أن الإعلامي لا يهتم إلا ما يقدمه .. ولا يقدر متاعبهم ولا يفهم الفرق بين ما يذاع وينشر وبين ما ينبغي حجه، فهم يطالبون بالكثير، ويريدون التفاصيل التي لم تتبلور بعد .. والتي لا يسمح لرجل الأمن بحكم عمله وواجبه ومسؤوليته أن يميّط اللثام عنها لأسباب أمنية أو نظامية أو اجتماعية أو إنسانية.

وتطرق المالك إلى معوقات إقامة العلاقات بين الإعلاميين ومسئولي الأمن فأكد أن للعلاقات المتبادلة بين الإعلاميين



- صعوبة التعامل إعلامياً مع الحقائق الأمنية، حيث يتم التعامل في العلوم الطبيعية مع الحقائق كما هي قائمة. أما في العلوم الأمنية، فتبرز أهمية قراءة الحقائق، وتفسيرها، وتحليلها. وهذه عمليات تخضع أساساً لمفهوم الأمن، والمرجعية المتبناة لمواجهة الظاهرة الأمنية، وفهم الصحفي الأمني وقناعته.

- تمثل ندرة المعلومات المتعلقة بالحدث أو الظاهرة الأمنية المتعلقة بالبيئة الاجتماعية لهذا الحدث أو لهذه الظاهرة عائقاً حقيقياً في السعي الدائب لتقديم التغطية الإعلامية المناسبة للظاهرة الأمنية، وخاصة في الكثير من الأنظمة التي ما زال مفهوم الأمن فيها محدوداً.

الكثير من الحريات والحقوق الفردية، التي يرى رجال الأمن أنهم مسؤولون عن حمايتها. وتكمن مشكلة الحرية في الإعلام العربي في فهمه لمعنى الحرية، حيث يتصور أن الإعلام الحر هو الإعلام الذي يناصب الحكومات العداء، حيث تكون قاعدته هي الاختلاف مع هذه الحكومات ومصارعتها بأي صورة من الصور.

- اعتقاد البعض من أفراد المجتمع (ومنهم بعض رجال الإعلام) بأن رسالة الإعلام الأمني هي مسؤولية رجال الأمن والقائمين عليه وحدهم، بينما هي في الحقيقة مسؤولية عامة مشتركة يجب أن يقوم بها كافة أفراد المجتمع ومؤسساته.



الثقافة الأمنية العميقة الواسعة، والحس الأمني السليم، والذي يستطيع اعتماداً على ما تقدم تقديم المعالجات المناسبة للأحداث والظواهر والتطورات والموضوعات الأمنية في المجالات المختلفة.

- محدودية الإمكانيات المادية «الميزانيات والاعتمادات والتجهيزات» ومحدودية الإمكانيات الفنية «التقنية». وتواضع الإمكانيات البشرية وتواضع الإنتاج الإعلامي والتوعوي.

- قلة الاعتماد على الأساليب العلمية وقلة البحوث والدراسات، والاستفتاءات، واستطلاعات الرأي وقياسه، والتقييمات في المجال الإعلامي المهني والتوعية الأمنية.

وما زال الإعلام الأمني فيها غير متطور. كما تمثل كثرة المعلومات والبيانات، وتناقضها، وتنوع مصادرها، وتناثر معطياتها ومضامينها، سواء عن الحدث أو الظاهرة أو عن البيئة والمجتمع، عائقاً حقيقياً أمام تقديم تغطية إعلامية واضحة وموضوعية، وخاصة في الأنظمة المتطورة أمنياً وإعلامياً.

- يزيد الطابع الرسمي والسري الغالب على مصادر البيانات والمعلومات والوقائع الضرورية للتغطية الإعلامية الأمنية وطبيعتها من مصاعب هذه التغطية.

- عدم وجود الكادر البشري الإعلامي الأمني القادر على أن يقيم علاقات قوية مع الأجهزة الأمنية، والذي يمتلك



الحادثة أو القضية موضع التحقيق .  
وأضاف أن التحقيق الصحفي يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته مهمة لأكثر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتسم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

و يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:-

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير

إذا كانت هذه هي خلاصة الصعوبات، فإن التعامل معها ومعالجتها، بأمل التغلب عليها أو حتى التخفيف من حدة تأثيراتها، يكون أمراً مطلوباً بإلحاح في هذا التطوير، للوصول إلى التطوير المستهدف.

### [ التحقيقات الصحفية الأمنية ودورها في التثقيف الأمني ]

وقدم الدكتور محمد بن عوض العنزي بحثاً بعنوان «التحقيقات الصحفية الأمنية ودورها في التثقيف الأمني» أوضح فيه أن التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية ، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في أن واحد ، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي ، وهو من أصعب الفنون التحريرية ، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لا بد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة ، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو



وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ب- التحقيق الصحفي المصور:

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول.

ج- تحقيق الخلفية:

وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

د- تحقيق البحث أو التحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

هـ- تحقيق الاستعلام:

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي

الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.

- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.

- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

وهناك نوعان رئيسان للتحقيق الصحفي وهما:

أ- التحقيق الصحفي المفصل:

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية) وتعتمد كمحرر في تحقيقك هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاتك مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكن الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكن الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بالموضوع أو القضية أو الظاهرة أو المشكلة التي تود أن تكتب عنها التحقيق الصحفي، ولا بد لك هنا من أن تستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة،



موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيقي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة، والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجهك في إعداد وتنفيذ تحقيقك. ويتطلب ذلك منك أن تكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حولك في المجتمع من أحداث، وأن تكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعلك تعرف كل شيء عن تخصصك، لذا يمكن أن تبتدع وتبتكر فيه وتلاحق كل تطور يحدث في مجالك.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج لتحقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية لصفح بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار ومن الطبيعي أن لا تحضر الاجتماع كمحرر دون أن تكون لديك أفكاراً عرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاتك، ولا تعتمد على رئيس قسمك أو زملائك لإعطائك الفكرة.

وعليك قبل أن تطرح فكرة التحقيق، أن تدرس هذه الفكرة جيداً وتتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا

العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

و- تحقيق التوقع:

وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

### إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي

وتشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

١- اختيار فكرة التحقيق

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها. ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون



من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة. وهذه الخطوة تتطلب من المحرر أن يكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي حيث إن المعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكن للمحرر المتمكن الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها. وبعد أن يحصل على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، يبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم يشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق وفي النهاية تضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيس أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية.

### كتابة التحقيق الصحفي والقوالب الصحفية

بعد أن أكملنا كل المراحل السابقة للكتابة بشكل جيد،

لم تفعل ذلك، وعرضت فكرة سبق معالجتها، دل ذلك على أنك غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

### ٢- جمع المادة الأولية للتحقيق

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خلفية معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك. ويمكن الحصول على هذه المعلومات من جهتين هما:

أ- أرشيف المعلومات الصحفية.

ب- المكتبة.

### ٣- تنفيذ التحقيق الصحفي

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات مهمة عن الموضوع، سواء



الحدث وتؤكد أهميته وأهمية وجود حلول له، ثم يأتي جسم التحقيق بتفاصيل عن القضية وعناصرها ثم خاتمة تبرز أهم النتائج وخلاصة الآراء والاتجاهات التي جاءت في إطار جسم التحقيق الصحفي مع إبراز الملامح الرئيسية للشخصية أو المكان موضوع التحقيق.

- قالب الاعتراف: ويقوم هذا النوع من التحقيقات على تصريحات من المسؤولين أو من العناصر المشاركة في الحدث وبذلك تأتي المقدمة بجزء من الاعترافات ثم التفاصيل بجسم التحقيق الصحفي وأخيراً خاتمة بما تم التوصل إليه من التحقيق الصحفي مع ملاحظة نقل الألفاظ والتعبيرات كما هي دون تأويل.

- قالب الحديث: وفيه يقوم المحرر بعرض وجهات نظر اطراف القضية ثم التناول التفصيلي لما حدث مع إعطاء مساحة لوجهات النظر الأخرى ثم التفاصيل داخل جسم التحقيق وأخيراً خلاصة القضية ويقوم هذا النوع من القوالب الصحفية على نشر الأسئلة والأجوبة دون تحريف وقد يكون الهدف منه أخذ رأي أو تحديد اتجاه شخصية من الشخصيات أو أحاديث عامة بهدف التسلية أو الإمتاع.

تأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة كتابة التحقيق الصحفي وهناك مجموعة من القوالب الفنية التي يمكن صياغة التحقيق الصحفي عليها وفقاً لمتطلبات الموقف وكذلك نوعية الجمهور المتلقي، ومن هذه القوالب ما يلي:

- قالب العرض: وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة التي يتناولها بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير الموضوع ثم سرد زوايا الموضوع في جسم التحقيق وتأتي الخاتمة لتلخص ما انتهى إليه المحرر من آراء وتصورات حول القضية المطروحة، كما قد تأتي الخاتمة على شكل رفض أو تأييد الآراء التي وردت في التحقيق الصحفي أو قد يتبنى اتجاهاً جديداً وإن كان يفترض في المحرر أن لا يعارض ما أكد عليه غالبية الآراء والشواهد التي جاءت في التحقيق.

- قالب القصة: وفيه يقوم المحرر بعرض القضية في شكل قصة ويسرد تفاصيلها بصورة مشوقة إلا أن الفارق قائم على أن الأعمال الأدبية كثيراً ما تميل إلى الخيال والبعد عن الحقائق بينما التحقيقات القائمة على هذا القالب وإن كانت تتفق على ضرورة السرد القصصي للقضية لكن بمعلومات حقيقية وسرد واقعي لما حدث بالفعل.

- قالب الوصف: ويقوم التحقيق هنا على مقدمة تصف



المتبعة في تحديد الجوانب المتعلقة بالمشكلة أو الظاهرة أو الموضوع المراد معالجته ، وذلك من خلال جمع المعلومات والبيانات الكافية وتحليلها في إطار تحديد الجوانب المختلفة للمشكلة وعلاقتها بالمتغيرات الأخرى أو تلك المعلومات والبيانات الخاصة بمجتمع الحملة أو الجمهور المستهدف والوسائل الإعلامية المناسبة لاستخدامها في الحملة، وكذلك الجهات المشاركة في التنفيذ وتعتمد هذه المرحلة على حجم الإحصائيات المتوفرة عن مجتمع الحملة والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعادات والتقاليد والقوانين والتشريعات المتعلقة بها .  
وتعد هذه الخطوة من أهم الخطوات الأولية التي يجب أن يضعها المسؤولون بعين الاعتبار.

ثانياً : تحديد الأهداف :

تبنى الأهداف عادة على المعلومات التي يتم جمعها في المرحلة الأولى ، والمقصود بالهدف ذلك الشيء المراد تحقيقه من النقاط المستهدفة في الوصول إليها وتحديد الأهداف و الغايات بناء على ما هو متوقع إنجازها من جانب القائمين على الحملة .

ثالثاً : المدى الزمني للأهداف وينقسم إل ثلاثة أنواع :-  
بعيد المدى: أي سلوك متوقع يمكن ملاحظته وقياسه

### [ الخطوات العلمية لتنفيذ الحملات التوعوية ]

وقدم العقيد الدكتور جاسم خليل ميرزا بحثاً بعنوان «الخطوات العلمية لتنفيذ الحملات التوعوية» وقد وصف الحملات التوعوية بأنها واحدة من وسائل وقاية المجتمع وتعديل سلوك البعض في مختلف المجالات سواء أكانت صحية أم اجتماعية أم اقتصادية أم غيرها .

وتتولى أمر هذه التوعية أجهزة الإعلام المختلفة التي تسعى لتكوين اتفاق جماعي في الرأي لدى أفراد المجتمع، من خلال التعرض للأحداث بنفس المعلومات ونفس التأويلات ، لكي يتعلم الناس أن يفكروا في نفس الاتجاه .  
وحتى تحقق هذه الحملات أهدافها المرسومة يجب أن يتبع القائمون عليها مجموعة من الخطوات العلمية التي يعتبرها الخبراء ضرورية لإحداث التأثير المطلوب من هذه الحملات والوصول إلى المستهدفين وتحقيق النجاح المطلوب.. وتتمثل هذه الخطوات في عدد من العناصر والبيانات وهي الخطوات العلمية لتنظيم الحملات التوعوية :

أولاً : جمع المعلومات والبيانات :

وتعد هذه العملية واحدة من أهم الخطوات العلمية





والفعاليات المصاحبة لها ، وهذا يتطلب تحديد المطلوب تنفيذها من برامج مثل مطبوعات الحملة من كتيبات وبروشورات ومطبوعات وإعدادها وتكاليف طباعتها وأيضاً تكاليف إعلانات الحملة سواء في الصحف أو الإذاعات أو التلفزيون وتكلفة كل وسيلة من هذه الوسائل على حدة ، ثم تحديد قيمة الهدايا التي سوف تقدم للمشاركين والجمهور .

ويفضل تحديد قيمة المكافآت التي سوف تقدم سواء أكانت مادية أم معنوية ، إلى الشركاء والمشاركين في تنفيذ الفعاليات ، وفي هذا الجانب نود الإشارة إلى أن بعض المؤسسات تخصص موارد مالية لأنشطتها التوعوية مسبقاً ، من خلال رصد هذه المبالغ في ميزانيتها السنوية .

خامساً : الجمهور المستهدف :

يعتبر تحديد الفئات المستهدفة من الحملة في غاية الأهمية ، نظراً لما يترتب على ذلك من نجاح وتحقيق أهداف أي حملة ، وفي هذا الجانب ينصح أحد خبراء الاتصال بضرورة معرفة الجمهور المستهدف في عبارة (اعرف جمهورك .. تعرف كيف تتعامل معه وتصل إليه) ،

وتحقيقه خلال فترة زمنية بعيدة قد تصل إلى ثلاث أو خمس سنوات أو أكثر متوسط المدى: أي سلوك متوقع يمكن ملاحظته وقياسه وتحقيقه خلال فترة زمنية قصيرة قد تصل إلى سنة أو سنتين .

قصير المدى: أي سلوك متوقع يمكن ملاحظته وقياسه وتحقيقه خلال فترة زمنية قصيرة (أسابيع أو عدة شهور)

ويرى بعض الخبراء في هذا المجال أن ثمة أسئلة مهمة عن مرحلة تحديد الأهداف يجب أن توجه إلى القائمين عن الحملة وهي :

١- ما التأثير المطلوب من الحملة ؟

٢- كيف يمكن تحقيق التأثير المطلوب، وما هي العقبات التي تواجه ذلك ؟

٣- ما المخرجات التي يتعين على الحملة تحقيقها ؟  
رابعاً : الموازنة :

تنفيذ البرامج يحتاج إلى موارد مالية ومخصصات معتمدة في ميزانية المؤسسة بغرض تنفيذ الأنشطة



عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وخاصة المرئية منها تختلف كما وكيفاً عن التواصل مع الجمهور من خلال الوسائل المباشرة كالمحاضرات والمعارض مثلاً : كما أن الخصائص الفنية والإنتاجية للوسائل الإعلامية تختلف من وسيلة إلى أخرى ، فالإنتاج التلفزيوني مثلاً مكلف تماماً مقارنة بالإنتاج الإذاعي أو التحقيق الصحفي ، وكل هذه الأمور يجب أن توضع بعين الاعتبار عند اختيار وتحديد وسائل الاتصال ، فليس كل ما ينشر يقرأ وليس كل ما يذاع يسمع وليس كل ما يبث يشاهد ، خاصة في عصر تعددت فيه الخيارات وكثرت فيه وسائل الاتصال مما خلق سباقاً في تقديم الأفضل وكسب المتلقي إضافة إلى أهمية الأخذ في الاعتبار خصوصية كل وسيلة إعلامية من حيث التغطية الجغرافية والخصائص الفنية والإنتاجية وسرعة انتشارها بين الجمهور وخاصة اليوم في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت .

سابعاً : مضمون الرسائل الإعلامية :

اختيار مضمون الرسائل الإعلامية يعد أمراً في غاية الأهمية، حيث يرتبط ارتباطاً كبيراً بتأثير الرسالة الإعلامية في المتلقي فكلما كان المضمون ملائماً من حيث

فهذه العبارة تشير إلى أسس تقييم الجمهور المستهدف من خلال التعرف على الأسس الديمغرافية مثل عامل السن والنوع والديانة والحالة الاجتماعية والمهنية ومستوى التعليم وكذلك التوزيع الجغرافي من حيث السكن في الريف أو الحضر والأسس الاجتماعية كأن يكون الجمهور مركباً أو ثابتاً أو متغيراً، بالإضافة إلى نوع الجمهور، سواء أكان داخلياً أم خارجياً، وعاداتهم وتقاليدهم وآرائهم وثقافتهم وتقاليدهم، حيث إن كل هذه الأسس يتم دراستها بشكل تفصيلي حتى يتمكن القائمون على الحملة من اختيار وسائل الاتصال المناسبة والبرامج والفعاليات التي تتناسب مع كل فئة من فئات الجمهور المستهدف ومركب من عدة جنسيات وثقافات وطوائف الأمر الذي يصعب معه التواصل مع جميعها ، مثل مجتمع الإمارات .

سادساً : اختيار وتحديد وسائل الاتصال :

يعد الوصول إلى الجمهور المستهدف عملية في غاية الدقة ويحتاج إلى مهارات ووسائل اتصال متعددة لاختيار أنسبها وأفضلها وأكثرها تأثيراً في المتلقي ، بحيث تتناسب هذه الوسائل مع الميزانية المتاحة ، نظراً لأن الاتصال



برنامج ، ولذلك ينصح الخبراء بضرورة أن تكون البداية قوية حتى تلتفت الأنظار، وكذلك التأكيد على نظرية (الانطباع الأول يديم) ، فكلما كان الانطباع الأول قوياً فإنه يترك أثراً قوياً .

عاشراً : تقييم الحملة وتقييمها :

التقييم يقصد به التعديل أو التصحيح ، وتتم هذه العملية أثناء تنفيذ الحملة ، وهي مرحلة مهمة من مراحل تنفيذ الخطة للتعرف على جوانب القصور وأخطاء التنفيذ من قبل فرق العمل أو القائمين على تنفيذ الفعاليات وتتم هذه العملية في كل مرحلة من مراحل إعداد وتنفيذ الحملة وذلك بهدف التأكد من صحة الخطوات المتبعة وتصحيح وتعديل بعضها إلى جانب أهمية التعرف على مدى ملائمة مضمون الرسالة مع المراحل الأخرى من تخطيط الحملة، أما الهدف من التقييم فهو معرفة ما تم تحقيقه من أهداف والتعرف على التغذية الراجعة للحملة والوقوف على الإيجابيات والسلبيات ومعرفة نقاط القوة والضعف ، وهذا يتطلب إجراء تصحيح بعدي لتقييم الحملة بهدف قياس التغيرات التي تطرأ على معرفة اتجاهات الجمهور المستهدف على المدى البعيد .

الصياغة والتلون والتنويع والحدثة ، كان أكثر تأثيراً في النفوس .

كما أن مضمون الرسائل الإعلامية يعتمد بدرجة كبيرة على جذب الانتباه ووضوح الرموز والشعارات ، بحيث تكون غير قابلة للتأويل وأن تكون مقروءة وسهلة الحفظ ومتنوعة الأنشطة والفعاليات خاصة في هذا العصر الذي يتميز بالإبداع والتجديد والابتكار في طريقة تقديم المادة الإعلامية أو المضمون الإعلامي للجمهور الذي أصبح واعياً ومدركاً لما يسمعه أو يشاهده من خلال القنوات الإعلامية المتاحة بشكل كبير..

ثامناً : رسم الخطة :

عند رسم الخطة يؤخذ في الاعتبار مجموعة من العناصر يأتي في مقدمتها تحديد قائد للحملة بهدف إعطاء الحملة قوة من ناحية ، ومن ناحية أخرى تذليل الصعوبات وجذب وسائل الإعلام . فكلما كان قائد الحملة يتمتع بشخصية ومكانة مرموقة في المجتمع كلما أسهم ذلك في نجاح الحملة.

تاسعاً : تنفيذ الخطة :

تعتبر مرحلة التنفيذ واحدة من أهم مراحل نجاح أي



### [ ضوابط نشر المواد الإعلامية ودور الإعلام الأمني في التصدي لظاهرة الشائعات ]

قدم الدكتور سليمان محمد العيدي بحثاً بعنوان «ضوابط نشر المواد الإعلامية ودور الإعلام الأمني في التصدي لظاهرة الشائعات» أوضح فيه أن للإعلام بشتى صورته وتخصصاته دوراً فاعلاً في بناء الأمن الوطني والعمل على وضع استراتيجيات تخدم هذا التوجه وهذا الهدف بل إن له دوراً مؤثراً في مواجهة مشاكل وقضايا أي مجتمع من خلال رسم سياسة تناقش هذه القضايا الحرجة على إيجاد حلول، ولعل في مقدمة هذا الاهتمام الانطلاق عبر ما يطلق عليه ميثاق الشرف لأي مهنة أخلاقية وفي

مقدمتها الوطن والدفاع عن قضية من أهم القضايا وهي تفاعل شرائح المجتمع وزيادة ذلك التفاعل المنضبط بأخلاق مهنة الإعلام الأمني والحرص على تنفيذ ما يخص تناول أي قضية إعلامية تمس هذا اللون من التناول .

ولاحظ الباحث في شؤون الأمن الإعلامي أو الإعلام الأمني أو قوانين الشرفية التي تؤطر كل قضية يتناولها الإعلام ما تواجهه البشرية من تغيرات فرضتها معطيات العصر وثقافته وهذا بالتأكيد ينطلق من حرص الإنسان على مواكبة ركب التطور الصناعي والعلمي واختيار ما يلائم احتياجات الفرد التي هي جزء من احتياجات المجتمع المحيط به ثم إن هذا تحكمه درجة الثقافة والمستوى الذي

إعلامي يلزمه تطبيقها لكل مهتم بالشأن الإعلامي عامة وبالشأن الأمني تحديداً. وعن أهمية الإعلام الأمني في توعية المجتمع أكد العيدي على أهمية الإعلام في حياة الشعوب والدول والحضارات على اختلاف درجاتها وبكافة أنواعه وفي مقدمة ذلك الإعلام الأمني الذي أصبح قضية لا جدال فيها وتوظيف دوره في المجتمع نابع من طبيعة الدور العام والمهم لهذه الوسائل ومما يمكن التنبيه إليه أن الإعلام الأمني أصبح موضوعاً يقدم المعرفة الأمنية إلى الناس بهدف الرفع من درجة الوعي الأمني وخصوصاً في المجتمعات النامية والتعرف على مشاكلها ويزيد في ذات الوقت من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمني والتقريب بما يدعم الجهات الرسمية الداعمة لإنجاح رسالتها.

أما أهداف الإعلام الأمني والغاية منه فقد أوضح الدكتور العيدي أن الإعلام الأمني ضمن رسالته المناطة يستهدف الآتي:

١- توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع ذات الصلة بحياته في الحاضر والمستقبل، وربطه بقضايا المجتمع ومشكلاته.

٢- تفعيل سبل الاتصال بين الأجهزة الأمنية من جانب والجمهور من جانب آخر ليثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق، ويدفع إلى الالتزام بالتعليمات والأنظمة التي تكفل أمن الإنسان وسلامته في شتى المجالات.

٣- نشر المعرفة بين صفوف رجال الأمن وتزويدهم بكل جديد في مجال تخصصاتهم، وإقامة الندوات والمحاضرات وكل ما من شأنه أن يساهم في ترقية اهتماماتهم نحو الأفضل في أداء واجباتهم وخدمة مواطنيهم بكل إخلاص وأمانة.

٤- التصدي للمؤثرات السلبية على الأمن الاجتماعي والعمل على تحصين أفراد المجتمع ضد المؤثرات والثقافات الوافدة بحكمة.

٥- التخفيف من ارتكاب الجريمة من خلال الإعلان عن



يعيشه الفرد من ثقافة علمية وقدرة على التمييز. وفي حديثه عن ضوابط نشر المواد الإعلامية أكد الباحث أن هذا بعد ذاته موضوع لم يأخذ حقه من الدراسة رغم أن الأجهزة الرقابية وخاصة الإعلامية والأمنية منها تنشر هذه الضوابط على فترات متعددة عبر سياستها واستراتيجيتها في منظومة العمل الإداري أو الميداني لكل فصل معني بهذا التخصص.

وأشار إلى صدور عدة قوانين ونظم تحكم نشر المواد الإعلامية في مواد نشرت في نظام المطبوعات والنشر الذي صدر بموجب مرسوم ملكي برقم ١٧ في ١٣/٤/٢٠١٤هـ وحوى عشرين منتجاً تحت ٤٩ مادة نشرت في ذلك الوقت وأصبحت في متناول كل صاحب قلم ومؤلف صحافي أو



والتراخي في الرد على أكاذيبها حتى تنتشر في الكون الفضائي.

وأكد أن الإعلام الحق هو الذي يتصدى بالكلمة الطاهرة لكل الشائعات المغرضة وبالقول الفصل، وباللسان البين، ومن هنا يتبين لنا أن الإعلام الأفضل والأقوى وما يقصده من التهذيب والتقويم والتعليم هو ذلك الذي يتصل بالوقائع اليومية والطارئة ويتصدى لكل طارئٍ وحادثٍ من محدثات الأيام بكل الوضوح والبيان والمنطق والحجة.

ليس واجب الإعلام أن تستفزه الأحداث، فتأتي معالجته للشائعات قراءة لها حرفاً حرفاً، أو الرد عليها وتفنيدها بالكلام المصنوع المديح، وإنما مقارعة الحجة بالحجة وإعلان الحقيقة الناصعة، والخبر اليقين الذي لا يعرف الاختلاف، ولا التأتأة، ولا بهرجة الألفاظ.

مبادرات وإجراءات أمنية جديدة لتعزيز الأمن، وإيقاع العقوبة بالمجرمين، وإبراز أهمية دور المواطن في الحفاظ على الأمن.

٦- تحذير الجمهور من خطورة البلاغات الكيدية، وحجب المعلومات، والتستر على المجرمين.

وعن دور الوسائل الإعلامية في مكافحة الشائعات أكد العيادي أن الشائعة خيراً كانت أو قصة فيها ظل من الحقيقة محيطة مجموعة من الأكاذيب والمعلومة المغلوطة والمشكلة هنا أنها قابلة للتصديق من جانب المتلقي الذي يطير بها فرحاً كخبر أو سياق معلومة ترزق منها الوسيلة الإعلامية، وتنتشر الشائعات عندما تتوفر الظروف المناسبة لانتشارها ومن هذه الأسباب غياب الحقيقة



ووكالات أنباء وغيرها الواجب المهم في دحض الشائعات التي تنتشر في مجتمع ما. فعلى سبيل المثال، على الصحافة مسؤولية التصدي للشائعات التي تتناول السياسة والاقتصاد أو المجتمع في مجالات الفن والشباب والرياضة من خلال نشر التحقيقات الميدانية المصورة لنفي الشائعة التي أثارت البلبلة وشغلت الرأي العام، وعليها أن تتحرك إلى موقع الحدث تغطي كل جوانب الخبر الشائعة بما يدحضه تماما ويفنده تنفيذاً مقنعاً، وذلك بعرض الوقائع والأحداث من مصادرها الحقيقية، بالصور المناسبة التي تقنع القارئ وتبدي كل السحب التي تجمعت في ذهنه وكل الحجب التي غطت فكره وكل التشويش الذي ألم بعقله. وبهذا تؤكد أنها مرآة للحقيقة، وناطقة بالحق، وساعية

وأوضح الباحث أن الإسلام عالج الشائعة بإبانة الحقيقة كما حدث في قصة الإفك، وحارب الشائعة بطلب التثبيت والتبين (إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا) ولم يأخذ الإسلام الناس بالشبهات، وإنما طلب أربعة شهود لإثبات الزنا، وهذا حام وحاجز، وسد منيع أمام الشائعة التي يمكن أن تدمر سمعة الإنسان رجلاً كان أو امرأة، ويمكن أن تدمر الأسرة، ويمكن أن تدمر المجتمع، ويمكن أن تمزق أو اصر العلاقات الإنسانية والصلوات الأسرية التي تقوم على الثقة والاحترام والسمعة الحسنة التي يمكن للشائعة أن تعصف بها وتجعلها سيئة منفرة. وأضاف العيدي أن الإعلام المسئول أو الإعلام الرسمي أو غير الرسمي يواجه مسؤولية التصدي للشائعة، وعلى وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفاز وصحافة وكتاب



الناس أو تويرهم في الإعلام والتوجيه وتحري المصادقية من الأحداث.

كما أن هناك صحافة تلعب الدور النقيض وهي صحافة الإثارة التي تعيش على نشر الشائعات والأخبار المختلقة والوقائع الملفقة، ومثل هذه الصحافة ضارة ومخرية وغير جديرة بأن تكون في الساحة الإعلامية، فهي مثل مصدر الشائعة تعاني من خلل نفسي واضطراب مسلكي وفشل مهني، فرسالة الصحافة رسالة سامية -أو هكذا يجب أن تكون-

إن أهمية الصحافة تنبع من أنها اتصال يومي ومباشر بالناس، وهو اتصال هدفه الرئيسي نقل الخبر والرأي والتحليل والصورة، وعبر هذه الوسيلة المهمة سواء كانت يومية أو أسبوعية أو حتى دورية يقوى الاتصال إلى درجة تصبح ذات تأثير كبير في الرأي العام، لذلك فإن دورها في محاربة الشائعة مهم وحيوي وضروري.

إن الصحافة كغيرها من وسائل الإعلام تلعب دوراً مقدراً في مهمة التوجيه والإعلام وتكوين المواقف والاتجاهات لدى الناس، وإن توجيه المجتمع إلى الصواب هو دور

وراء المصلحة العامة.

والصحافة إن فعلت ذلك فإنها تؤكد أنها في خدمة القارئ وأنها تعمل على مده بالمعلومات الصحيحة ناشرة لواء الإبانة والإفصاح، ناطقة بالصدق وبلسان غير كذوب، وهذا الأمر يجعل القارئ يحترم صحافته ويؤكد مصداقيتها لديه وسيكون لمثل هذا العمل الإيجابي ما بعده في مستقبل الأيام التي هي حبلى بالأحداث، والملاحظ أن الصحف تكتسب احترامها من مصداقيتها، ولذلك فإن الشائعات القادمة ستجد النفي المصدق، إذا كانت الصحافة ذات مصداقية عند القراء أو كانت «جهينة» الذي عنده الخبر اليقين لا الخبر المكذوب .

إن رأسمال الصحافة هو صدقها، ولذلك فإن دورها مهم وضروري وناجح وناجح ومطلوب في التصدي للشائعة، أما إذا كانت الصحافة لا تملك الحيوية والرغبة الصادقة ولا تتحرك لمواقع الشائعة لكشف خطئها وشدّة ضررها وبشاعة تأثيرها ولا تملك الأدوات والوسائل التحريرية والفنية أو المبادرة والمبادأة بالتصدي للشائعات فإنها تصبح صحافة باهتة لا تملك أي مؤهلات لكسب ثقة



الصحافة مع وسائل الإعلام الأخرى ومسؤوليتها التي يجب أن تقوم بها، ولا شك أن دورها في محاربة الشائعة بكتابة المعلومة الصحيحة ونشر الخبر الأكيد وعرض التحليل الموضوعي دور مستمر ومرغوب ومطلوب.

وتطرق الدكتور العيدي إلى دور الإعلام المسموع والمرئي فأوضح أن الصحافة رغم أنها وسيلة إعلام فعالة إلى درجة أنها تعتبر وسيلة رئيسة لدى المجتمعات الحديثة، إلا أنها في بعض المجتمعات النامية والمتخلفة تترك مكانها لوسائل إعلامية تقنية حديثة أيضا هي الإذاعة والتلفاز وغيرهما، وسبب ذلك عائد إلى أن الصحافة تفتقر وجود مستوى ثقافي معين لدى جمهور القراء، أما الإذاعة والتلفاز فوسائل سمعية بصرية بإمكانها التوجه إلى جمهور واسع ليس مهما إذا كان يعرف القراءة والكتابة أم لا، هذا إلى جانب أنهما وسيلتان جذابتان لأنهما وسيلتا ترفيه.

ومن هنا فإن دور الإذاعة والتلفاز كبير ومهم في القضاء على الشائعة، إذا وضعنا في الاعتبار مساحة انتشارهما الواسعة وديناميكية الاستفادة منهما على مدار ساعات البث، فيمكن في حال انتشار شائعة ما تتناول الرجل الأول في البلاد مثلا حدوث كارثة في بلدة ما أو أي حدث مهم قطع الإرسال وظهور الشخص محور الشائعة على الشاشة مباشرة أو سماع صوته عبر أثير الإذاعة في الوقت نفسه ويكون هذا قطعاً لدابر الشائعة وأدائها في مهدها.

كما يمكن استضافة شخصيات متخصصة على الهواء مباشرة تتناول بالشرح والعرض والتحليل الشائعة المطلوب نفيها للناس أو إجراء مقابلات حية من موقع الشائعة تدحض كل ما أثير حولها وتخرس لسان الكذب وترفع راية الحقيقة.

إن ميزة الإذاعة والتلفاز أنهما يتماشيان مع عصر السرعة فالإعلام اليوم إعلام عصر السرعة المذهلة الذي يغطي الأحداث أثناء وقوعها، وينطبق ذلك على النقل الحي لمباريات كرة القدم والمنافسات الرياضية بشكل عام، وعلى المؤتمرات الصحافية وعلى البرامج التي تبث على الهواء ويشارك فيها أناس من خارج الاستوديو بل ومن قارات بعيدة.

## ضمن تنفيذ البرنامج العلمي للخطة كلية التدريب بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية تنظم الدورة التدريبية «دور وسائل الإعلام في برامج الوقاية من المخدرات»

١١٩ متدرباً ومتدربة من سبع دول عربية شاركوا في فعاليات الدورة

### الأمن والحياة

ضمن تنفيذ جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية للبرنامج العلمي للخطة الإعلامية العربية السادسة للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة نظمت كلية التدريب بالجامعة دورة تدريبية موضوعها «دور وسائل الإعلام في برامج الوقاية من المخدرات» وذلك في الفترة من ١٤-١٨ ربيع الثاني ١٤٣٧ هـ الموافق ٢٤-٢٨ يناير ٢٠١٦ م، وشارك في هذه الدورة ١١٩ مشاركاً ومشاركة من سبع دول عربية هي المملكة الأردنية الهاشمية، والجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، والمملكة العربية السعودية، وجمهورية السودان، وسلطنة عمان، ودولة الكويت، والجمهورية اللبنانية. وقدمت هذه الدورة محاضرات علمية وأوراق عمل قدمها عدد من أعضاء الهيئة العلمية.



المعني بالمخدرات والجريمة، أن ما يقرب من ٢٤٦ مليون شخص، ما يزيد قليلاً على الخمسة في المائة من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ - ٦٤ عاماً على مستوى العالم، تعاطوا المخدرات غير المشروعة عام ٢٠١٣ م، ويمثل ذلك زيادة قدرها ثلاثة ملايين شخص

المخدرات ذلك الداء العضال الذي تعاني منه المجتمعات الإنسانية حول العالم تقف خلفها دول وعصابات مجرمة تهدف إلى الربح المادي وإلى تحقيق عدد من الأهداف الخبيثة الأخرى. وقد أظهر تقرير المخدرات العالمي لعام ٢٠١٥ م، والذي صدر عن مكتب الأمم المتحدة



الحصول على العلاج إلا لواحد من كل ستة من متعاطي المخدرات في العالم، لأنّ العديد من البلدان يعاني من نقص كبير في توفير الخدمات. وما زال هناك عدد من متعاطي المخدرات الذين يفقدون أرواحهم نتيجة لتعاطي جرعات مفرطة من المخدرات. ويؤكد التقرير أن أسواق المخدرات غير المشروعة والدروب التي تهرب عن طريقها المخدرات مازالت في حالة متقلبة.

عن السنة السابقة. كما أن احتمال تعاطي الرجال للقنب والكوكايين والمواد الأمفيتامينية أكبر بثلاثة أضعاف من النساء، بينما النساء أكثر عرضة لإساءة استخدام أشباه الأفيون والمهدئات التي تصرف بوصفات طبية . وأضاف التقرير أن ذلك الوضع يفرض عبئاً على نظم الصحة العمومية، من حيث الوقاية، وعلاج المصابين باضطرابات تعاطي المخدرات ورعايتهم. ولا يتاح

وأضاف الباحث أن المملكة العربية السعودية مستهدفة بشكل كبير من عصابات التهريب من مختلف الجهات، اعتماداً على ضخامة الكميات التي يتم اكتشاف تهريبها من المخدرات والمؤثرات العقلية إلى أراضي المملكة خلال السنوات الأخيرة.

فهناك كميات كبيرة وبالأطنان من الحبوب المخدرة والأفيون والحشيش والمواد المخدرة الأخرى كالمسكرات يتم ضبطها في المعابر والمنافذ البحرية والبرية والجوية للمملكة.

وأكد أن الهدف الحقيقي من إدخال تلك الكميات الكبيرة بالإضافة إلى الريح المادي هو تدمير عقول أبنائنا الشباب ومواطنينا، خاصة عندما نعرف أن ٦٠٪ من سكان المملكة هم من فئة الشباب وفقاً لإحصاءات مصلحة الإحصاءات العامة لعام ١٤٣٤هـ، وهنا لا يمكن أن نسيان ما قاله المغفور له، بإذن الله، صاحب السمو الملكي الأمير نايف بن عبدالعزيز عن حجم ونوع الاستهداف الذي تتعرض له المملكة العربية السعودية، فقد قال: نحن مستهدفون في عقيدتنا، نحن مستهدفون في وطننا. أقولها بكل وضوح وصراحة لعلمائنا الأجلاء ولطلبة علمنا ولدعاتنا، وللأميرين بالمعروف والناهيين عن المنكر ولخطباء المساجد، دافعوا عن دينكم وبكل شيء، دافعوا عن وطنكم، دافعوا عن أبنائكم، دافعوا عن الأجيال القادمة، يجب أن نرى عملاً إيجابياً ونستعمل كل وسائل العصر الحديثة، ولنستعمل القنوات التلفزيونية ونستعمل الإنترنت وأنتم في كل وقت تقرأون وترون ما فيه.

وفي حديثه عن أسباب انتشار المخدرات أشار الدكتور الغامدي إلى أسباب مختلفة لتعاطي المخدرات، ويمكن ردها إلى ضعف الوازع الديني لدى الفرد المتعاطي، ومجالسة أو مصاحبة رفاق السوء، والاعتماد بزيادة القدرة الجنسية، والسفر إلى الخارج، والشعور بالفراغ، وحب التقليد، والسهر خارج المنزل وتوفر المال بكثرة، والهموم والمشكلات الاجتماعية، والرغبة في السهر للاستذكار، وانخفاض مستوى التعليم. وفيما يخص أهم الأسباب التي تعود للأسرة وتسهم في زيادة تعاطي المخدرات هي القدوة السيئة من قبل الوالدين، وإدمان أحد الوالدين، واتشغال الوالدين عن الأبناء، وعدم

التكافؤ بين الزوجين من الناحية المادية والاجتماعية والتعليمية، والقسوة الزائدة على الأبناء ، وكثرة تناول الوالدين للأدوية والعقاقير، وضغط الأسرة على الابن من أجل التفوق. كما أن هناك بعض الأسباب التي تعود للمجتمع مثل توفر مواد الإدمان عن طريق المهربين والمروجين ، وكثرة وجود بعض أماكن اللهو في بعض المجتمعات ، وكثرة العمالة الأجنبية والتي لا تتوانى عن الحصول على المال بأي شكل كان، والانفتاح الاقتصادي ، والتساهل في استخدام العقاقير المخدرة وتركها دون رقابة ، وغياب رسالة المدرسة.

وتطرق الباحث إلى الحديث عن وسائل الإعلام وتأثيرها السلبي على المتلقين فأشار إلى أن وظيفة الترفيه والتسلية من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، لأن الإنسان بحاجة إلى التغيير، والتنفيس، والاسترخاء، والاستمتاع، والابتهاج، والتخلص من الملل والمزلة ولذلك نجحت وسائل الإعلام في إشباع هذه الحاجات الإنسانية لترفهه والتسلية، وازداد الطلب عليها من المشاهدين، وقد تفوق التلفزيون على كل وسائل الاتصال والإعلام الأخرى بسبب سطوة الصورة المتحركة، ولأنه يأتي في بيت المتلقي، وفي غرفة نومه، وفي جهاز الكمبيوتر الخاص به، وجهاز الهاتف المتحرك الذي يحمله في جيبه، كما أن الصورة التلفزيونية المتحركة ببهائها وألوانها الزاهية جذابة ومغرية، توحى بالاسترخاء، وتمنح متعة التلقي، وهي بذلك بالغة التأثير، بسبب سرعتها الخاطفة، وتعاقبها الشديد، فلا يجد الذهن وقتاً للتفكير والتعمق والتأمل، ومن أجل ذلك أصبحت الصورة الحية أكثر الوسائل الإعلامية إقناعاً، وقدرة على التأثير. وبناء عليه فقد ازدهر الاتجاه التجاري في صناعة التلفزيون والقنوات الفضائية، وارتبط ذلك بالمعلنين الباحثين عن أكبر نسبة مشاهدة وتوزيع، وكذلك المعلنين الباحثين عن المضمون الإعلامي الذي يدعم القيم الاستهلاكية. ومع كثرة القنوات الفضائية التجارية، واشتداد المنافسة فيما بينها لتحقيق الأرباح، من خلال الإعلانات والرعايات والخدمات التفاعلية وغيرها، أدى ذلك إلى أن تقوم بعض القنوات الفضائية التجارية بالتنافس والتزاحم لتقديم المادة المثيرة المغرية، الخارجة عن المألوف، مهما تكن





المادية، بأساليب متعددة ومتنوعة.

- تحويل الشباب العربي إلى مستهلكين شديدي الولاء للجوانب السلبية في الثقافات الأجنبية، فلا يتم تسويق قيم العمل وأخلاقه، ولا البحث العلمي وأدواته، ولا الالتزام المجتمعي ومؤسسته، ولا الحراك الحضاري وآلياته، وإنما يقوم الإعلام السلبي بتسويق أخلاقيات الشوارع المظلمة، والطبقات السفلى من الثقافات الأجنبية.
- تغيير وتبديل وقلب المفاهيم، وتزييفها أمام المشاهدين، فالإعلام السلبي يجعل للصوصية بطولة، والغدر كياسة، والخيانة فطانة، والاحتيال ذكاء، والعنف هو أقصر الطرق لتحقيق المآرب، وأن عقوق الآباء تحرر، وبر الوالدين ذل، والزواج رق واستعباد، والنشوز حق، والعفة كبت.
- إثارة الغرائز الجنسية، وتشجيع انتشار الرذيلة، والترويج لشرب الخمر، وتناول المسكرات، وتعاطي المخدرات، ولا يكون ذلك بإعلانات مباشرة، ولكن بالتضمين والإدراج والإيحاء، في سياق المحتوى الإعلامي، الذي يجعل من هذه الانحرافات شيئاً شهيئاً مغرياً، يحفز الإنسان لتجربته.

وأضاف أن البرامج والمسلسلات والأفلام التي تعرضها

هابطة وسلبية. كما أن هذا الوضع التنافسي المحموم بين ملاك بعض القنوات الفضائية التجارية أدى إلى اختراق قيم المجتمعات، والتضحية بأخلاقيات الإعلام، وانتهاك معايير المهنية، وسوء استخدام حرية البث، والتجاهل التام للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

هناك عشرات الدراسات وأوراق العمل والأبحاث، ومئات المقالات والتحقيقات الصحفية، التي ناقشت آثار ظاهرة القنوات الهابطة في الفضاء العربي، وهناك ما يشبه الإجماع بأن النتيجة في الجانب الأخلاقي والقيمي هي نتيجة سلبية وخطيرة.

ومن نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي ما يلي:

- خلخلة فكر المجتمعات وقيمتها ونسيجها المترابط، وإعاقة حركة نهوضها وتقدمها وتمييزها البشرية.
- تقليل قدرة الإنسان على أن يبذل جهداً عقلياً منظماً لتطوير نفسه وبناء ذاته، وتطوير مجتمعه.
- استنزاف أوقات الشباب وطاقاته والهاؤهم عن حياتهم، وإغراقهم فيما لا يعود عليهم بالفائدة.
- استغلال الموارد المالية للمشاهدين، واستنزاف قدراتهم



التلفزيونات عادة ما تكون مليئة بحوادث مثيرة كالاختيال، التزوير، السرقة، الإدمان على الكحول والمخدرات والخيانة والنميمة والقتل، تلك المشاهد ترسخ في ذهن المشاهد مجموعة مفاهيم وقيم أسطها أن المحتال والمزور والمجرم هو البطل الناجح بينما الضحية هو إنسان ساذج ويسهل خداعه والنيل منه، ويبدو ذلك حتى في برامج الأطفال وصور الكرتون، حيث تتكرر مثل هذه الصور وهذا ما يسمى بثقافة الجريمة لأن مثل هذه الصور والمشاهد ترسخ في ذهن الأطفال والشباب فنوناً مختلفة من الجريمة والعنف والانحراف.

وتطرق الباحث إلى طرق الوقاية من المخدرات وسبل مكافحتها فأكد أن مشكلة تعاطي المخدرات ذات جوانب متعددة اجتماعية، واقتصادية، وصحية، وتربوية وأخلاقية، ويتطلب التعاطي معها تضافر جهود جهات ومؤسسات عديدة، وتوافر موارد بشرية ومادية، ووجود منظومة متكاملة، كما أن تقديم العلاج والدعم النفسي المجتمعي للشخص المدمن والمتابعة حتى الشفاء الكامل من الضرورات التي لا يمكن إغفالها أو التهاون فيها، الأمر الذي يجعل مواجهة تلك الظاهرة تحدياً كبيراً ويحتاج إلى تكاتف جهود العديد من الجهات الحكومية كالمؤسسات الصحية والاجتماعية والقضائية والتشريعية والأمنية، والدينية والثقافية، بالإضافة إلى الجهود الأهلية وغيرها. كذلك تلعب المنظمات الدولية والإقليمية دوراً كبيراً في هذه الميادين، وتسعى إلى التنسيق في ميادين مختلفة كزراعة وصناعة وتجارة وتهريب المواد المخدرة وغيرها، وهذا يدل على الأبعاد العديدة لمشكلة الإدمان على المخدرات والعوامل الصحية والاجتماعية والقانونية والسياسية والأخلاقية وغيرها من العوامل المؤثرة في انتشار الإدمان وتجارة المخدرات، لذلك سعى المجتمع الدولي لمعالجة هذه المشكلة المتعددة الجوانب واتخذت منظمات الأمم المتحدة وغيرها من المنظمات الدولية العديد من القرارات والتوصيات في هذا المجال.

ومن أجل تفعيل هذه الجهود وإبقاء هذه المشكلة حية في الأذهان كان القرار ٤٢ للجمعية العامة للأمم المتحدة في ١٢/١٢/١٩٨٧م، القاضي باعتبار ٢٦ يونيو من كل عام يوماً عالمياً لمكافحة المخدرات.



### [ كيفية تناول وسائل الإعلام لمشكلة المخدرات ]

وقدم الدكتور خالد إبراهيم حسن الكردي بحثاً عن كيفية تناول وسائل الإعلام لمشكلة المخدرات التي وصف تعاطيها وترويجها بأنها جريمة ضد الفرد والمجتمع، وقد ساهم الإعلام بشكل عام والإعلام الأمني بشكل خاص في تبصير الجمهور بخطورة تعاطي المخدرات على الفرد والمجتمع، والعقوبات التي سوف تطبق على المتعاطي والمروج، من خلال الحملات الإعلامية والتي أسهمت في زيادة وعي الجمهور، وقللت من مغامرات البعض في تهريب المخدرات، إضافة إلى تشجيع الجمهور عبر الحملات الإعلامية المستمرة عبر التلفاز والإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي على التبليغ عن مروجي المخدرات، إضافة إلى مساهمة الإعلام بفعالية في الحد من أضرار المخدرات، كما أن الإعلام أسهم بفعالية أيضاً عبر التوعية بأضرار المخدرات من معدلات التعاطي، إضافة إلى دور الإعلام في الحد من معدلات انتشار تعاطي المخدرات، إضافة إلى دورها الحيوي في تشجيع المتعاطين

ويبرز هنا أهمية الدور المجتمعي بكل مكوناته في مكافحة المخدرات وانتشارها.

كما يبرز بشكل خاص الدور الأمني للمواطن في حماية المجتمع ومكافحة الجريمة، وهو دور لا يمكن أن يتحقق دون تعزيز الوعي المجتمعي بأنه شريك في تحقيق الأمن للمجتمع ككل.

والتأمل في تراثنا وعاداتنا وقيمنا الدينية يجد العديد من عناصر القوة التي يمكن البناء عليها وتعزيزها لبناء ثقافة المشاركة في بناء المجتمع وتميمته وتحصينه في مواجهة تحديات الحاضر والمستقبل، ولاسيما في مواجهة ظاهرة المخدرات.

وكما هو معروف فإن الوقاية من تعاطي المخدرات أو الإدمان ليست بالمشكلة الاجتماعية السهلة التي يمكن حلها دون وضع مخطط شامل تتضامن فيه جميع الهيئات المسؤولة في الدولة حتى لا يفقد العمل قيمته.

ومن هنا فإن الوقاية الهادفة من المخدرات تتعدد أوجه سياستها وتتمثل في التشريعات الوقائية والتوعية الدينية والمسؤولية البيئية الاجتماعية والتوعية الإعلامية.



وأشار إلى أن الإعلام اليوم أصبح ضرورة من ضروريات الحياة في ضوء نتيجة الثورة الإعلامية بفضل التقدم التكنولوجي الهائل الأمر الذي انعكس في أسلوب حياة الفرد لتظهر أنماط سلوكية جديدة. ويمكن أن يقوم الإعلام بدور رائد في مواجهة الجريمة وتحقيق الأمن الاجتماعي والنفسي للفرد من خلال قيامه بالمشاركة الفاعلة في عملية التنشئة الاجتماعية تلك العملية التي تبدأ داخل الأسرة وفيها يتحول الكائن من بيولوجي إلى كائن اجتماعي يكتسب قيم وعادات وأخلاقيات ومثل أسرته، ثم يأتي دور المدرسة التي تهتم بالتربية قبل التعليم فيخرج الفرد إلى عالم أوسع هو عالم المدرسة فيتعرف على الآخرين ويتفاعل داخل الصف وخارجه من خلال الأنشطة اللاصفية، ويأتي دور آخر في غاية الأهمية هو المجتمع الأرحب وفيه تتسع عمليات التفاعل الاجتماعي من تعاون وتنافس وصراع، ولا يمكن إهمال دور الأقران والأصدقاء في هذا المجال ولكن علينا أن نتذكر أن الإعلام اليوم من خلال وسائله المتعددة والذي دخل إلى بيوتنا أصبح له دور مهم في عملية التنشئة الاجتماعية الإيجابية

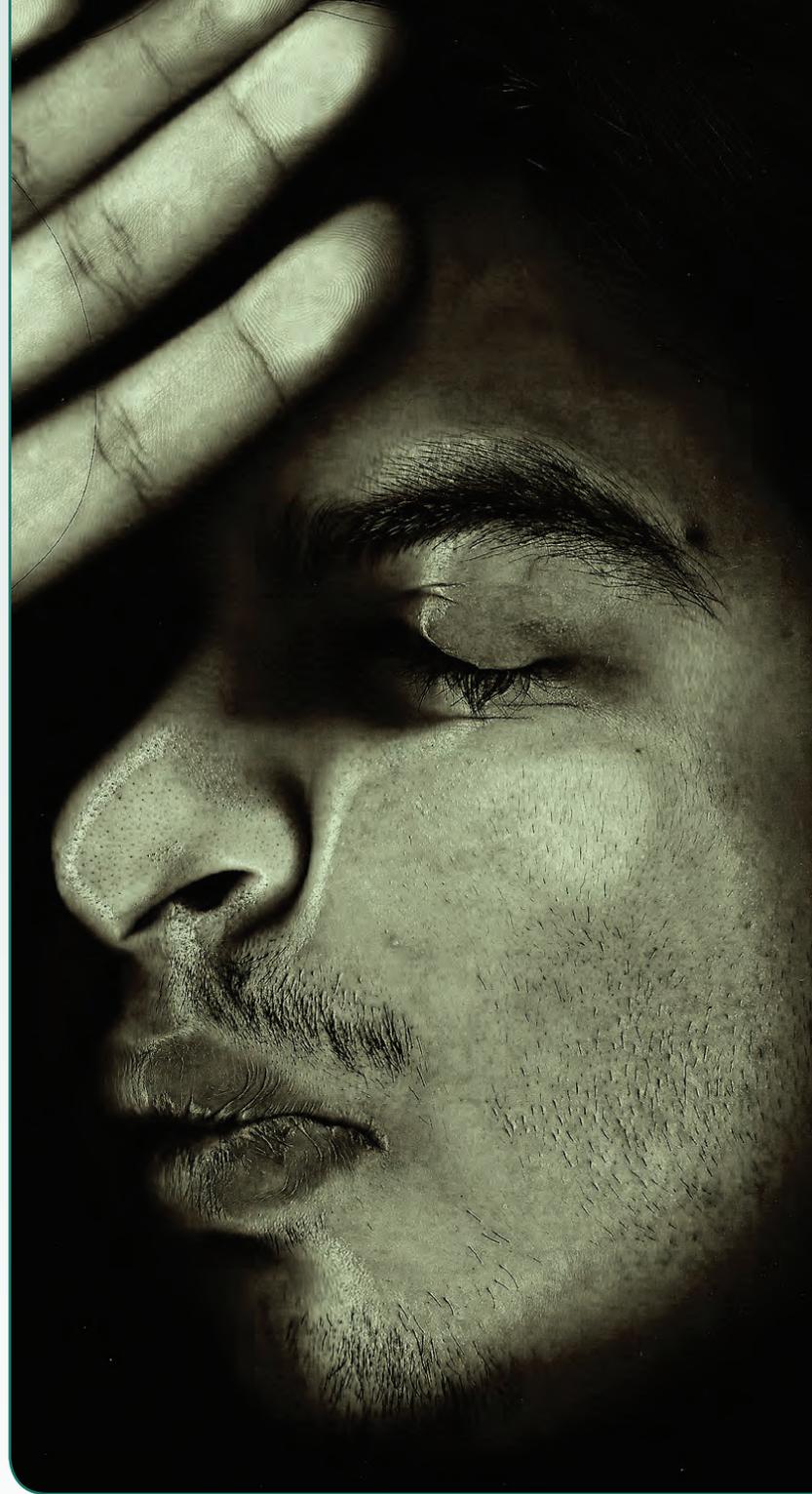
والمدمنين على الالتحاق بمستشفيات علاج الإدمان لتلقي العلاج، وبالتالي فإن الإعلام يؤدي دوراً مهماً في الوقاية من خطر المخدرات، والمساهمة بشكل واضح في تنمية الوازع الديني والأخلاقي، والتبصير بوسائل الوقاية والتوعية بأثار المخدرات السلبية على الصحة العامة والصحة النفسية، وتقديم صورة ذهنية إيجابية عن رجال الأمن، إضافة إلى تكوين رأي عام مساند لأجهزة مكافحة المخدرات.

وأضاف الكردي أن الإعلام أسهم بفعالية في برامج الوقاية من أضرار المخدرات وبشكل خاص في المدارس الثانوية والمعاهد فكما هو معلوم أن طلاب المدارس في هذه السن هم الأكثر عرضة لتعاطي المخدرات بحكم سن المراهقة والتي يبحث فيها المراهق عن هويته، ويجد نفسه أمام أقرانه فيتأثر بهم ويؤثر فيهم، من خلال التعاون عبر الاتصال بين إدارات المدارس والمعاهد التعليمية والأجهزة ذات العلاقة بالوقاية من أضرار المخدرات، وهو أمر مهم ولكنه بحاجة إلى مزيد من المختصين في مجال الإعلام، والإعلام الأمني للوقاية من أضرار العقاقير المخدرة.

الأمر الذي يحقق الوعي للحد من الجريمة والوقاية منها، والعمل على عدم انتشار أفلام العنف التي تعلم وتكسب الأطفال والمراهقين العنف فيتهجون إلى التقليد الأعمى . وأكد الباحث على مسؤولية وسائل الإعلام المختلفة في تنمية الشعور بالوعي الأمني، والانتماء الوطني ولا يمكن الوصول لذلك إلا من خلال تقديم البرامج والأفلام والمسلسلات الجادة التي تهدف إلى إشاعة الثقافة الأمنية بين أفراد المجتمع والتصدي لكل عوامل الجريمة والانحراف، والتوعية بمخاطر السلوكيات المنحرفة في المجتمع، هذه المسؤولية مشتركة بين الأسرة والمدرسة والمجتمع والأمن والإعلام.

إن وسائل الإعلام قامت وتستطيع القيام بلعب دور ملموس وحيوي في نشر الوعي الأمني لدى الجمهور عبر أدواتها المتعددة المتمثلة في الصورة والكلمة المسموعة أو المكتوبة. وعن كيفية تناول وسائل الإعلام المقروءة لمشكلة المخدرات أوضح الدكتور الكردي أن الصحافة ووسائل التواصل المكتوبة تتوجه نحو القارئ المتعلم والمثقف، فهي تتيح المجال لمتابعة النشر والتعليق على الموضوعات بصورة عميقة وشاملة، وتقدم معالجات للأحداث المهمة والقضايا التي تهم القارئ ومنها الجريمة والمخدرات. وهناك من يرى أن الأخبار أو المقالات أو حتى الدراسات التي يتم نشرها عن الجريمة والمخدرات في الصحف اليومية يحتاجها جمهور القراء ولكن دون اللجوء للإثارة وإغفال المعالجات ، فالخبر يأخذ أهميته من عدة اعتبارات مثل مكان حدوث الجريمة وصلتها بأمن المواطن، وأهمية الحدث بالنسبة للأحداث الأخرى.

وتتميز الأخبار والمقالات والدراسات المنشورة بالصحف بغزارة المعلومات، كما تعكس نشاطات وأحداثاً حالية ويومية وبإمكان القارئ إعادة قراءتها مرة أو مرات. وأضاف الباحث أن نشر أخبار الجريمة في مكان معين من الصحف وإبرازه بشكل ملفت للنظر يجعل الفرد يسعى لقراءته والتعرف عليه، مثل هذا النشر من الممكن أن يزود القارئ بأفكار إجرامية جديدة قد تحرك في البعض شغف التجريب ، خاصة عندما تعرض الصحف أساليب جديدة لارتكاب الجريمة خاصة جرائم تهريب المخدرات وترويجها ، إضافة إلى جرائم أخرى كسرقة السيارات





علينا أن نذكر بأهمية أن تقوم الصحف بحملات إخبارية تهدف إلى إيصال المعلومات التوعوية المهمة للجمهور وإبلاغ القارئ بما حدث وبما يمكن أن يحدث مستقبلاً في الموضوعات التي تهمة دون تهويل وإبراز القرارات الحكومية وأنشطة رجال الأمن في التصدي للجريمة.

فالصحفي مطالب ليس بنقل الأخبار حول الجرائم فقط وإنما تغطية الخبر بالتفاصيل المتبعة في التقارير الإخبارية وإجراء المقابلات الصحفية مع المتعاطين والمدمنين ورجال الشرطة والمتضررين من سلوكيات متعاطي المخدرات بهدف توضيح الجوانب السلبية للتعاطي على صحة الفرد النفسية والجسمية، وانعكاس تصرفاته وضررها لأفراد أسرته والمجتمع بشكل عام ، ويمكن دعم هذه الرسائل الإعلامية من خلال الكاريكاتير.

وتقدم الصحافة مقالات وتحقيقات صحفية معمقة حول ظاهرة الإجرام من خلال تحليل عميق وموضوعي تحلل ظاهرة تعاطي المخدرات بكافة أشكالها ووجهات النظر النفسية والطبية القانونية والاجتماعية، وتقديم معالجات لهذه الظاهرة قدر الإمكان.

بأساليب جديدة وكيفية تغيير معالم السيارة المسروقة الأمر الذي يساعد على انتشار ثقافة الجريمة في المجتمع لتصبح الجريمة أمراً أو ظاهرة اعتيادية، ويسعى بعض العاملين في هذا المجال لتغطية أخبار مثيرة مثل جرائم القتل أو السطو أو الاغتصاب ويتم عرضها بأسلوب إثارة واضحة ،وقد يكون ذلك بهدف الربح من خلال التوسع في توزيع الصحيفة .

بل إن هناك صحفاً بعينها أصبحت صحف لمثل هذا النوع من الجرائم ويتم عرضها كأخبار رئيسية في الصفحة الأولى حتى تلفت انتباه القارئ.

وأكد الباحث أن الصحافة تلعب دوراً ملحوظاً ومقدراً في التوعية والوقاية من الوقوع في براثن الجريمة، فهي النافذة التي يرى من خلالها الفرد ما يدور حوله من أحداث وقضايا إضافة إلى أنها تمثل حلقة اتصال مهمة بين أفراد المجتمع بكل فئاته ، وهي وسيلة في غاية الأهمية للحصول على الثقافة والمعرفة والمعلومات والأخبار، وهي تقدم تفسيراً للأحداث والجرائم وأسباب حصولها، ذلك أن الوظيفة الأساسية للصحف نشر الأخبار، ولكن



على الوصول إلى كافة أفراد المجتمع بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية، ومن الممكن أن يتابع برامجها جميع أفراد الأسرة متعلمين أو غير متعلمين. تعد الإذاعة من أكثر وسائل الثقافة ذيوعاً وانتشاراً، ساعد على ذلك سهولة الحصول عليها وتبوع برامجها ومحاولتها إرضاء جميع الأذواق، كما ساعد حجم الراديو انتشاره في أي مكان وسهولة الحصول عليه. وتستطيع الإذاعة تناول قضية الجريمة بشكل عام وجرائم المخدرات بشكل خاص بطريقة متعمقة يتوازن فيها قواسم القانون وحماية المجتمع من الأفعال الشاذة كما تستطيع أن تقدم برامج موجهة للأسرة يتم الإعداد لها بشكل جيد ترفع من التوعية وكيفية التعامل مع ظاهرة المخدرات والبرامج الإذاعية، تتمتع بمرونة جيدة حيث تفتح الباب واسعاً أمام المستمع للمشاركة بآرائه وبالتالي فبإمكانها أن تلعب دوراً حيوياً في الاستماع لكل الأطراف المعنية بمواجهة مشكلة المخدرات من المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى فتح آفاق لرؤى جديدة يتم فيها تبادل الآراء والأفكار، كما أنها تتيح الفرصة لكل طرف أن يعبر عن اتجاهاته. وبإمكان

فالمصاحفة سلاح ضد المخدرات وقائياً وعلاجياً والتصدي للمخدرات من خلال كشف العوامل التي تؤدي للتعاطي والإدمان، وعوامل الغزو الثقالي الفكري، ونشر الوعي المعرفي والثقالي، ونشر ثقافة تلقي العلاج للمتعاطين والمدمنين.

وعن كيفية تناول وسائل الإعلام المسموعة لمشكلة المخدرات أوضح الباحث أن الإذاعات تتميز بسرعة الانتشار والقدرة على جذب المستمع والمتابع، وإمكانية تخطيها الحدود الجغرافية والسياسية، وتعد الإذاعات من أكثر وسائل الثقافة شيوعاً، وتزداد متابعة الإذاعات في أوقات الأزمات والأحداث، ويتابعها الجمهور والأفراد أثناء انتقالهم بواسطة السيارات، كما تتابعها بشكل منتظم ربات البيوت وأصحاب المحلات التجارية، وبعدها البعض من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية أهمية لمساهمتها في تشكيل الرأي العام والاتجاهات حول الموضوعات التي تتناولها، كما تجد هوى لدى الأميين الذين لا يجيدون القراءة والكتابة وأولئك الذين حصلوا على تعليم محدود، إضافة إلى متابعة المثقفين لها، كما تتمتع الإذاعة بقدرتها



إضافة إلى إقامة ندوات إرشادية ولقاءات يتم فيها التأكيد على المثل العليا والقيم الاجتماعية، كما يمكن تقديم برامج درامية فنية والتي عادة تجد قبولا ومتابعة من جمهور واسع إذا ما تمت صياغتها بشكل جيد وواقعي.

### [ مفهوم الوقاية من المخدرات ودور وسائل الإعلام في تحقيقه ]

وقدم الدكتور سامي بن خالد الحمود بحثاً عن مفهوم الوقاية من المخدرات ودور وسائل الإعلام في تحقيقه أوضح في مستهله أن تعاطي المؤثرات العقلية أكبر مشكلة سلوكية تواجهها المجتمعات المعاصرة، تهدد بشكل خاص الصغار والشباب، وتجعل المجتمعات تعيش حالة من القلق نتيجة لما تخلفه من آثار مباشرة مدمرة على مستوى الصحة العقلية والنفسية والجسدية وعلى مستوى الاقتصاد والأمن، ولذلك تنفق الدول مبالغ طائلة في مجال رصد المشكلة وتشخيص عوامل انتشارها، وترصد ميزانية كبيرة للحد من معدل انتشارها ولخفضه. وأشار إلى أن الاستراتيجية العالمية في مجال مكافحة

الإذاعة نقل الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية وغيرها عبر مراسليها، والاستفادة من محتويات هذه الأنشطة وتقديمها للمستمعين واستضافة متخصصين في المجالات التي تقوم بتغطية أنشطتها، وفتح خطوط الهاتف لاستقبال مداخلات المستمعين.

وعن كيفية تناول وسائل الإعلام المرئية لمشكلة المخدرات أشار الباحث إلى أن التلفاز والقنوات الفضائية سريعة الانتشار وما توفره من خدمات جعلت العالم غرفة صغيرة، تقدم بواسطتها المعلومات والأفكار وحتى السلوكيات المفضلة لذلك فإن التلفاز أو الفضائيات تعد من أهم وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات والرأي العام لأن الصغار والكبار يهتمون بمتابعة التلفاز الأمر الذي يتيح الفرصة أمامه للتأثير النفسي والاجتماعي وقد لقي ذلك اهتماماً من قبل المتخصصين لدراسة هذه الآثار في مجالات الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع والقانون، كما أن للتلفاز الفرصة الأكبر لتقديم برامج متعددة ومتنوعة لظاهرة المخدرات منها البرامج الدينية الإرشادية تركز على التعاليم الدينية وأن الالتزام بها كفيل بمواجهة المخدرات ومشكلاتها،

خلال إعادة تأهيلهم الفكري والنفسي والمهني وتزويدهم بالمهارات اللازمة لمعاودة الاندماج في المجتمع والعودة إلى عالم الانتاجية والاعتماد على الذات في مواجهة ظروف الحياة، بعيداً عن تعاطي المخدرات.

وقد ثبت من خلال الدراسات وتجارب الدول أن الوقاية تعتبر أهم عناصر استراتيجية مكافحة المخدرات وتعاطي المؤثرات العقلية.

المصنع محلياً، فضلاً عن استخدام الكولونيا العطرية التي يستخدمها قلة من المتعاطين المستنشقات ويقصد بها المواد الطيارة ذات التأثير العقلي التي توجد عناصرها الفعالة في كثير من المنتجات المنزلية مثل منظفات الفرن والبنزين والدهانات الرشبية وغيرها من المواد النفاثة، وهي تتسبب في حدوث تغييرات عقلية حين استنشاقها.

وفي حديثه عن مفهوم الإدمان والفرق بين التعاطي والإدمان أوضح الباحث أن التعاطي سلوك، أما الإدمان فهو مرض يصيب العقل نتيجة التعاطي ينتج عنه تغيرات حاسمة تلحق بوظائف المخ وتركيبته .

وتعرفه المراجع العلمية المتخصصة على أنه: (مرض مزمن يلزم الإنسان، ينشأ نتيجة للتعرض المكثف لتعاطي المخدرات، ويتطور بشكل متدرج خلال فترة التعرض المتكرر لتعاطي المخدرات).

ويعتبر إدمان المخدرات مرضاً عقلياً لأن المخدرات تغير وظائف وتركيبية المخ - فهي تغير تركيبته والطريقة التي يعمل بها. هذه التغييرات في المخ تستطيع أن تمتد لأمد طويل، وتستطيع أن تقود إلى سلوكيات ضارة يمكن رؤيتها على من يتعاطون المخدرات.

وتطرق الباحث إلى أسس وأهداف برامج الوقاية من المخدرات فأشار إلى أن هناك مجموعة من الأسس التي ينبغي مراعاتها حينما تصمم برامج تثقيف وتوعية موجهة لحماية المجتمع من تعاطي المخدرات، من أهمها: مراعاة عوامل الحماية والخطورة: برامج الوقاية ينبغي أن تعزز عوامل الحماية لوقوع الشباب في المخدرات وتقلل عوامل الخطورة الدافعة للتعاطي.

على أن تأخذ في حسابها الاعتبارات التالية:  
أ- الأثر المحتمل لعوامل الحماية وعوامل الخطورة، يختلف باختلاف العمر.



المخدرات تركز على أربع مناطق أساسية :

منع عرض المخدرات: وذلك من خلال التركيز على منع تهريب المخدرات، وصناعتها، وترويجها، وتبادلها. ويتضمن هذا العمل سن الأنظمة والعقوبات وإيجاد الأجهزة الأمنية والرقابية الكافية والمدربة بشكل متقدم.

منع الإقبال على تعاطي المخدرات: وذلك من خلال تصميم برامج الوقاية والتعليم الملائمة، التي تنشر الوعي الكافي بخطر تعاطي المؤثرات العقلية، وتزيد من معدل الإجراءات والسياسات التي تقي وتحمي الصغار والشباب من عوامل خطورة الإقبال على التعاطي.

خفض الضرر الصحي المرتبط بتعاطي المخدرات: وذلك من خلال مساعدة المبتدئين في التعاطي على وقف تعاطي المؤثرات العقلية، وعلاج المدمنين ومنعهم من مواصلة التعاطي، ومعالجة الأمراض المصاحبة للتعاطي.

إعادة تأهيل المتعافين من تعاطي المخدرات: وذلك من



و ذات فاعلية في إحداث فارق إيجابي في حياة الأفراد. الشمولية: ينبغي أن تصمم برامج الوقاية لمواجهة كل أشكال وخصائص تعاطي المواد المخدرة، سواء بشكل فردي أو بشكل جماعي، وتكون مشتملة على المشكلات المتمثلة في مشكلة التعاطي قبل سن البلوغ (١٤ سنة فأقل)، وتعاطي المخدرات، والمخدرات الطبية، والكحول، والتدخين، والمواد الطيارة.

مناسبة المجتمع المحلي: برامج الوقاية ينبغي أن تكون منسبة على أنماط مشاكل التعاطي في المجتمع المحلي، وعوامل الحماية والخطورة الفاعلة المحددة حسب خصائص المجتمع.

ولتحقيق هذا الأمر يجب أن يكون المخطط لمثل هذه البرامج أحد المتخصصين في مجال ظاهرة المخدرات وله خبرة بحثية طويلة في مجال تخصصه .

ملاءمة خصائص الفئة المستهدفة: ينبغي أن تصمم برامج الحماية من التعاطي لتلائم خصائص الفئة المستهدفة، مثل العمر والجنس والعرق، من أجل تحسين فاعلية البرامج.

التأصيل العلمي وجودة التخطيط: ينبغي أن تحكّم هذه البرامج من قبل مراكز متخصصة في البحث العلمي ورسم

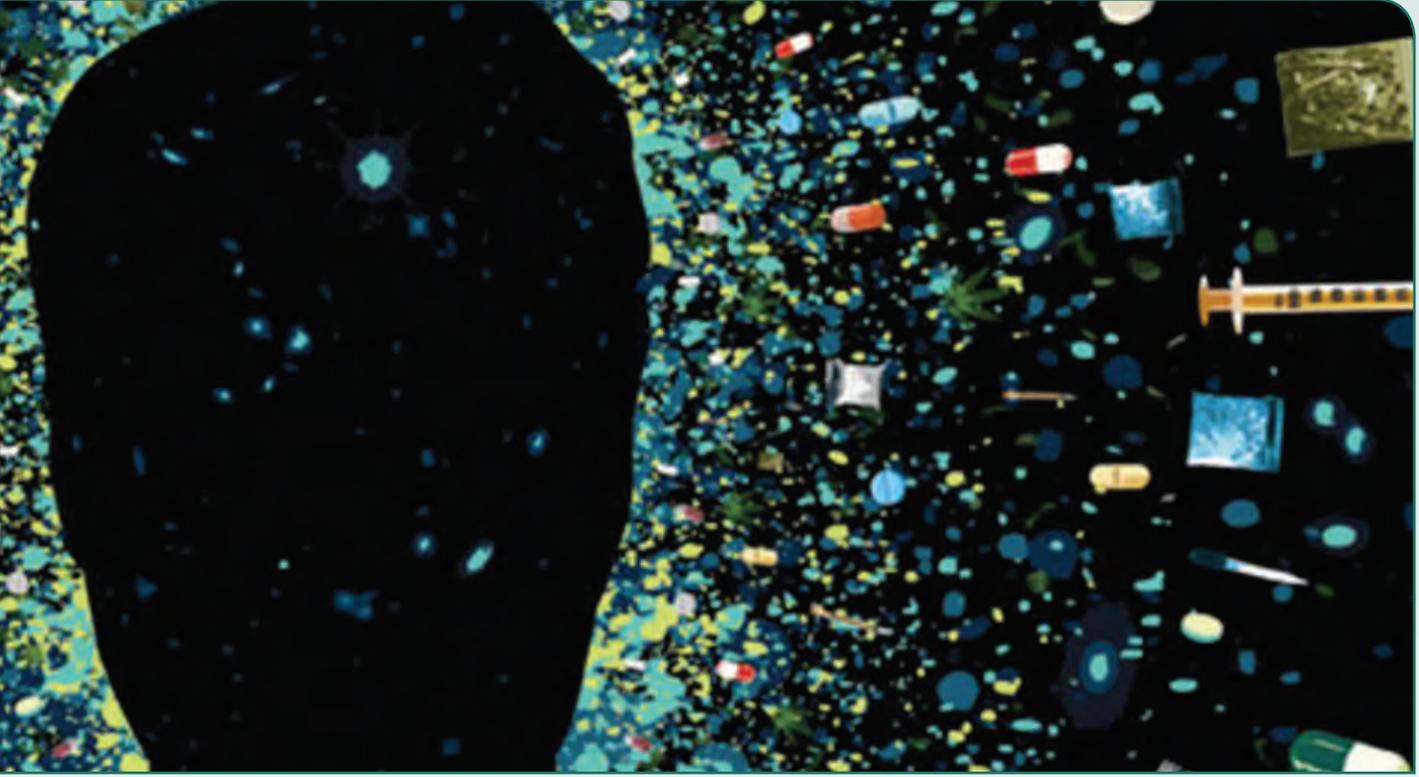
مثال: عوامل الخطورة المرتبطة بالأسرة لها أثر عظيم على الطفل الأصغر، بينما الارتباط بأقران يستخدمون المخدرات ربما يكون أكثر خطورة بالنسبة للمراهق. وحينما تصمم برامج للأطفال يتم التركيز على الأسرة، ولكن حينما يتم تصميم برامج وسياسات للشباب المراهق، على هذه البرامج أن تكون ذات طبيعة متوافقة مع متطلبات الشباب.

ب-التعرض المبكر لعوامل خطورة مثل السلوك العدواني والافتقار لضبط الذات، غالباً يكون لها أثر عظيم فيما بعد على الشاب.

ولذا ينبغي التركيز على وجود برامج وسياسات حاضنة ومحتوية لفئة الأطفال والشباب الذين تعرضوا لمشاكل في الصغر لكي يكونوا في اتجاه متوازن نحو تغيير طريقة الحياة والتفكير بدلاً عن المشكلات تجاه السلوك الإيجابي.

ج-في الوقت الذي تكون فيه عوامل الخطر والحماية تؤثر على الناس باختلاف تصنيفهم، إلا أن هذه العوامل لها أثر مختلف يعتمد على عمر الشخص ونوعه وخلفيته الثقافية والعرقية وبيئته.

ومن هنا على المصمم والمخطط وراسم السياسات أن يطوع هذه البرامج لكي تكون ملائمة لكل هذه المتغيرات



وبرغم ما تقدمه التقارير العلمية من مؤشرات تحذير وخطر محيطة بالشباب، إلا أن المجتمع يعول على المؤسسات الإعلامية وعلى المثقفين الإعلاميين المتخصصين، في تطوير أساليب إعلامية مصممة بطرق فاعلة لتنشيط وتوعية الناس وتعليمهم مهارات حياتية فاعلة في مواجهة الإغراءات والأزمات وعروض المخدرات، وتساعد الأسر في احتواء الأبناء وتوجيههم وتربيتهم، كما تنمي الوعي الصحي والوعي بتقدير الذات وبأهمية تجنب السلوكيات الخطرة. تساعد هذه الأساليب والاستراتيجيات الإعلامية في وقاية الشباب من تعاطي المخدرات، كما تساعد في احتواء المتعاطي قبل تطور عمليات التعاطي لديه.

وهذا التعويل قادم من امتلاك المؤسسات الإعلامية والإعلام عامة فاعلية التأثير على الفئات وتشكيل الاتجاهات، هذا إذا وظف بطريقة مدروسة ومثبتة فاعليتها. نظرا لقدرته العالية في تغيير اتجاهات الأفراد عبر ما يعرف بعمليات الإقناع الجماهيري.

سياسات مواجهة ظاهرة المخدرات. وأن تكون متوافقة مع متطلبات التنفيذ العلمية ومع أسس التخطيط المتخصص في مجال مواجهة الظاهرة الاجتماعية السلبية.

وتطرق الباحث إلى واقع تناول الإعلام لقضايا المخدرات فأوضح أن هذا التناول لم يرق حتى هذه اللحظات إلى مستوى فاعل في حياة بناء الوعي الثقافي والأسري والفردي الكفيل بحماية الشباب من خطر تعاطي المؤثرات العقلية. فالملاحظات العلمية تشهد بأن التوعية الإعلامية بقضية وخطر المخدرات، لا تتطرق وفق رؤية واضحة لواقع المشكلة ولا بناء على فهم علمي بعوامل الخطورة التي تحدث قابلية التعاطي.

في حين تكون الأهداف مصاغة في شكل الرسالة المباشرة المائلة في معنى (لا تتناول المخدرات حسب اختيارك). إنها طريقة غير علمية متوارثة بطريقة لا تتلاءم مع وعي الإعلاميين المعاصرين، كما أن معظم المحتويات الإعلامية الموجهة لظاهرة المخدرات غير متواكبة مع متطلبات التربية والتعليم والتنشئة.



- عدم التركيز على طبيعة الرسائل حسب خصائص الجمهور.
- ضعف جودة العاملين وعدم تخصصهم في المجال.
- عدم وجود خبراء لدى الجهات يقومون بعملية التخطيط لتصميم البرامج بناء على منظور مبني على طبيعة المشكلة المحلية.
- عدم التنبه لعوامل الخطورة المبكرة وعوامل الحماية المبكرة، من قبل مدراء مثل هذه المشاريع والمؤسسات، مع غياب التركيز عليها خلال عملية تصميم البرامج.
- التصميم المباشر للمضمون والتعود على منهجية التقليد والمحاكاة غير المؤسس لها منهجياً.

### [ برامج التوعية الإعلامية للوقاية من المخدرات ]

وقدم الدكتور عادل بن عبدالقادر المكينزي بحثاً بعنوان «برامج التوعية الإعلامية للوقاية من المخدرات» استعرض فيه عدداً من الاستراتيجيات التي يمكن بناء عليها توظيف

- إذ تعتبر الوسائل الإعلامية من أفضل الطرق وصولاً للآباء والأمهات وأرباب العمل والأفراد والشباب ذكوراً كانوا أو إناثاً.
- وأورد الباحث أسباب انخفاض جودة برامج الوقاية من المخدرات في وسائل الإعلام وذلك على النحو التالي:
- ضعف الميزانيات المرصودة لبرامج التثقيف والتوعية بأخطار ومضار تعاطي المؤثرات العقلية.
- غياب مفهوم السياسات الاستراتيجية لنشر المعرفة والثقافة المحصنة لوعي جيل الشباب وأفراد المجتمع ضد تعاطي المخدرات.
- قلة الوعي بأهمية التخطيط العلمي لبرامج الوقاية.
- عدم وجود معايير تحكيم تخضع لها هذه الجهود.
- عدم وجود تغذية راجعة لفائدة الجهود المبذولة.
- غياب التكامل بين جهود الجهة المنفذة والجهات ذات العلاقة.
- غياب الخطة الجغرافية والنوعية وخطة الفئة المستهدفة.



وهذا يعني أن المهنية العالية ينبغي أن تكون من سمات البرامج المتخصصة في الوقاية من المخدرات.. فالغايات النبيلة من مضمون توعوي لن تتحقق بدون مهنية عالية. فالحضور الإعلامي على صفحات الصحف ومحطات الإذاعة وقنوات التلفزيون لا يعني وجوداً حقيقياً للبرنامج ولا تحقيقاً لأهدافه.

وهذا يتطلب وجود سياسات تراعي طرح المواضيع المتعلقة بجرائم المخدرات مع أهمية السياق الزمني والمكاني للرسالة الإعلامية فبعض المناطق ينشط فيها «التهريب» كالمناطق الحدودية.. وهذه لها رسائلها المناسبة.. بينما تختلف عن رسائل المناطق التي يكثر فيها التعاطي.. وهكذا دواليك.

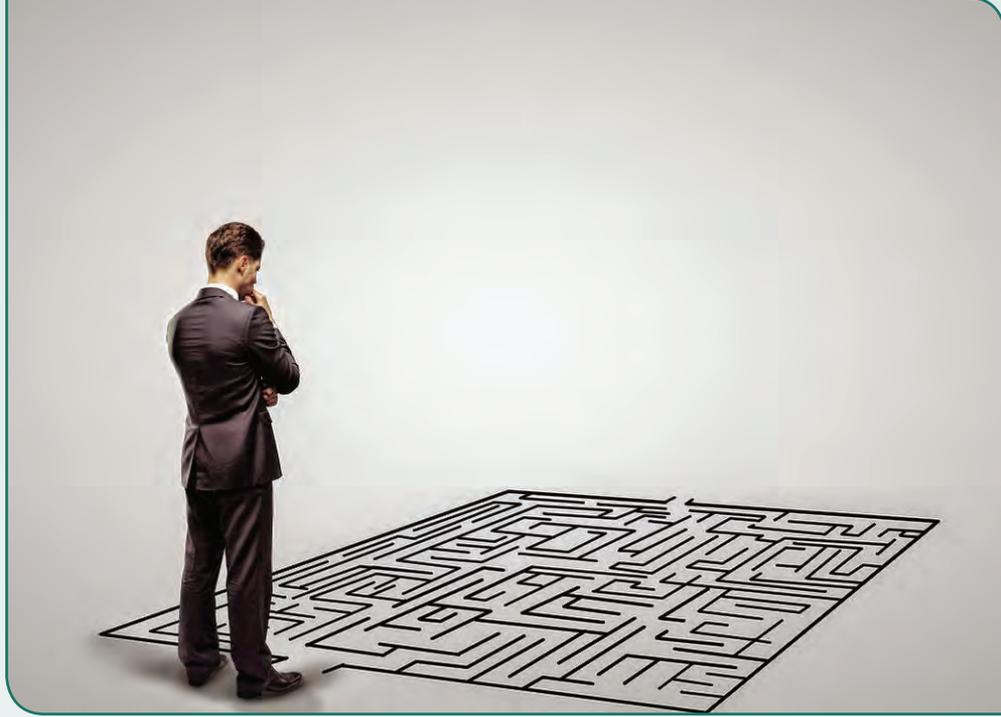
كما أن هناك موسم الإجازة والعطلات الصيفية.. وهذه يكثر فيها التعرض لأنواع الممنوعات ومنها المخدرات بأنواعها.. ما يستدعي القائم بالاتصال توجيه رسائل تتوافق مع طبيعة هذه الظاهرة. وكذلك في الحج حيث يتسرب من بين الحجاج من يريد شرا بالحجيج والبلاد باغتمام هذه الشعيرة وتهريب أو ترويج مختلف الممنوعات

وسائل الإعلام في تجسيد القيم والأخلاق الإسلامية السامية كطريق للخلاص من أي انحراف يسببه تعاطي المخدرات على السلوك والصحة والتكافل الاجتماعي، حيث إن وسائل الإعلام تشكل القنوات الرئيسة لتلقي المعلومة مثل الأخبار ونشر الثقافة والوعي والترفيه. ومن أبرز النظريات التي تقع تحت مظلة هذا المدخل نظرية ترتيب وبناء الأولويات والبناء الثقافي ودوامه الصمت.

وبعد عرض المداخل أو الاستراتيجيات للإقناع فإنه ينبغي الإشارة إلى أنها واجهت أسئلة جادة عما اذا كان ممكناً أن تسفر عن نتائج موثوقة من عدمه، ويبدو أنها تتجح ولكنها لا تحقق النتائج المرجوة في أحيان أخرى.. وهي بحاجة لمزيد من الدراسات والتجارب لتمحيص فرضياتها.

وتناول الباحث طرق إنتاج البرامج الإعلامية للوقاية من أضرار المخدرات فأشار إلى أن الرسالة الإعلامية للوقاية من المخدرات هي مضمون إعلامي يخضع تماماً اليوم لآلية عمل السوق الإعلامية حيث تتنافس السلع الإعلامية على الجمهور وهو وحده من يقرر التعرض أو عدم التعرض لها.

I can't  
do it



والمعالجة هي الطريقة المدعومة بالأدوات المهنية والقواعد العملية والعلمية من أشكال إعلامية متنوعة وقوالب صحفية وإذاعية وبصرية، وكذلك مهارات الصياغة وبلورة الأفكار والإعداد، والتقديم والإخراج لإظهار المحتوى الإعلامي في أفضل صورة يتعامل معها الجمهور ليستطيع الفهم والمشاركة، لتحقيق الأهداف المرجوة من وراء تقديم مضمون ما، وقياس رجع الصدى و بحوث المشاهدين والمستمعين والقراء، وتحليل المضمون، ودراسات الأثر، وغيرها .

والمعالجة الإعلامية اشمل من التغطية الإعلامية، حيث تشكل التغطية مرحلة من المعالجة، وهناك العديد من السمات المهنية للمعالجة الإعلامية تتمثل في المصادقية، والموضوعية، والدقة، والحالية، والعمق والشمول. لذا نجد أن «التغطية» والتي تهدف إلى تزويد المتلقي بالمعارف والمعلومات تضم القوالب التحريرية التالية: الخبر والتقارير والكلمات الإرشادية والمشاهد التوعوية. وفي اطار الوقاية من أضرار المخدرات فإن تواصل واستمرار هذه الرسائل تبني معارف للمتلقي بشكل

ومنها المخدرات.. وهذا يقتضي رسائل متنوعة للحجاج وللمواطنين.

ويقتضي تنوع المواسم أن جدول الرسائل والخطط الإعلامية وفقا للزمان والمكان بما يحقق أعلى فاعلية ممكنة.

وفي اطار استراتيجيات الإقناع فإن البرامج الإعلامية تعد ضمن المفهوم الاتصالي «الرسالة الإعلامية» وتعمل على تحقيق ثلاثة أهداف وهي:

١- تزويد المتلقي بالمعارف والمعلومات

٢- التأثير في اتجاهاته

٣- التأثير في سلوكه تعديلا أو تغييراً أو تعزيزاً.

وعندما نتناول القوالب الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفزيون.. فإنها تجتمع على إنتاج قوالب إعلامية تتفاوت بين التغطية والمعالجة.

وتتضمن عملية المعالجة تتضمن التشخيص والمعرفة، ثم وصف الحلول والعلاج، والمتابعة.. وهكذا ينبغي أن تكون الحال تماماً في مؤسساتنا الإعلامية وكأنها عيادات طبية.



التفصيلي للأحداث، بمعنى أن يأخذ متن النص في كتابته شكل الاعتراف سواء كان المعترف أو المروي على لسانه أو من خلال رواية معد للعرض؛ وغالباً ما يستخدم هذا الأسلوب في الحوارات التي تتناول المصابين الذين أدمنوا المخدرات مثلاً .

وتتكون الرسالة الإعلامية من ثلاثة عناصر محورية هي: مقدمة الرسالة وهي تعد وتهيئ الجمهور للحوار فتقدم للموضوع أو تصف الشخصية في قمة الهرم أو تصف المكان أو الدور الذي أجرى فيه الحدث أو القضية. وجسم الرسالة يتضمن التفاصيل مرتبة حسب الأهمية من حيث ضرورة أن يبدأ من المهم إلى الأقل أهمية وهكذا. وخاتمة الرسالة تحتل قاعدة الهرم المعتدل وتحتوي على تلخيص لأهم المعلومات والآراء والأفكار التي أدلى بها القائم بالاتصال.

ويظل لكل وسيلة إعلامية خصوصيتها التي يجب أن تراعى على أساسها طريقة تناول وعرض المواد الإعلامية بما يحقق هدف الوقاية من المخدرات، فلكل وسيلة إمكاناتها وقدراتها التي تتميز بها عن غيرها.

تراكمي على مدى طويل خاصة اذا امتازت بجودة الصياغة وحسن العرض وامتلاك القائم بالاتصال الرؤية الواضحة وربط الرسالة بأسلوب غير مباشر بآثار المخدرات وأضرارها.. فمثلاً، قد يتطرق المحرر إلى قضية سرقة أو خطف ويتضح من تفاصيل الجريمة أن المجرم متعاط للمخدرات.. هنا يحاول أن يربط الجريمة الأصلية (السرقه، الخطف..) بالتعاطي.. وهو ما يسهم في إيصال رسالة للجمهور بارتباط هذه الآفة بالسلوكيات المنحرفة والجرائم البشعة.

ومن أساليب كتابة الموضوعات المتعلقة بقضايا الوقاية من المخدرات:

أسلوب القصص: يقوم هذا الأسلوب على السرد القصصي في تناول وقائع الموضوع المعروض في متسلسل الأحداث، متماثلاً في ذلك مع البناء الفني للقصص الأدبية، بحيث يكون له بداية وعقدة ونهاية ويختلف عن القصة الأدبية في كونه يقوم على وقائع وأحداث حقيقية وقعت بالفعل.

وكذلك أسلوب الاعتراف الذي يقوم على الوصف



## تنفيذ الدراسات

ضمن تنفيذ جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية للخطة السادسة للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة، نفذت الجامعة دراسات حول: مضمون الخطة، وقد جاء تنفيذ هذه الدراسات على النحو التالي:



واستهدفت الدراسة التعرف على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التفاعلي كمصدر للمعلومات وأسباب انتشار الشائعات من خلالها، واستطلاع أو استكشاف مستقبل انتشار الشائعات عبر وسائل الإعلام التفاعلي وتأثيرها في الأمن.

وقد اعتمدت الدراسة في شقها الوصفي على منهج المسح الإعلامي، أما الدراسة الاستشرافية فاعتمدت أسلوب دلفي بالاستعانة بعينة من الخبراء بلغت ٣١ خبيراً ممارسين وأكاديميين إعلاميين، وخبراء أمنيين، حيث تم

## دراسة استشرافية

### انتشار الشائعات عبر الإعلام التفاعلي وتأثيرها في الأمن

وضمن تنفيذ جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية للخطة السادسة للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة نفذت دراسة استشرافية بعنوان (انتشار الشائعات عبر الإعلام التفاعلي وتأثيرها في الأمن) وقد أعد هذه الدراسة د. يسرا حسني حسان والدكتورة فاطمة الزهراء محمد،

التفاعلي من الجمهور العربي بمختلف فئاته وكذلك الخبراء من ممارسي العمل الإعلامي والأكاديميين والخبراء الأمنيين العرب، حيث تم سحب عينة متاحة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور العربي بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة.

نتائج الدراسة

أولاً: بالنسبة للنتائج الخاصة بالجمهور

١ - أوضحت النتائج أن من أهم العوامل المؤثرة في نمو وانتشار الشائعات بالمجتمع وفقاً لرؤية عينة الدراسة هي غياب المعلومات الواضحة والدقيقة بنسبة ٦١,٢٪ وتعكس هذه النتيجة أهمية المعلومات في العصر الراهن كقوة استراتيجية تؤثر في فاعلية إدارة الدول لاستراتيجياتها

تجميع آرائهم ووضعها في استبيان بعدي مغلق، وتم عرضها مرة أخرى على العينة والذي تم من خلاله استخراج النتائج النهائية التي صمم على أساسها السيناريوهات المتوقعة لمستقبل انتشار الشائعات عبر وسائل الإعلام التفاعلي، كما تم استخدام أسلوب السيناريو وهو عبارة عن وصف للوقائع والأحداث المتوقعة والعوامل المؤدية إليها، إذ اعتمد بناء السيناريوهات على ثلاثة مسارات متمثلة في المسار التفاعلي، والتشاؤمي وبقاء الوضع الحالي، وفي هذه الدراسة تستمد السيناريوهات من رؤى ووجهات نظر مجموعة من الخبراء ذوي الخبرة فيما يتعلق بموضوع الظاهرة.

وقد تكون مجتمع الدراسة من مستخدمي وسائل الإعلام



ثانياً: نتائج الدراسة الاستشرافية الخاصة بتصورات الخبراء  
 ١ - تمثلت آراء الخبراء حول العوامل التي تساعد على انتشار الشائعات عبر الإعلام التفاعلي في الوقت الحالي والتي يمكن أن تؤثر في مستقبل انتشارها (الشائعات) في فضاء الإنترنت بعدة عوامل من أهمها: انعدام وجود رقابة على وسائل الإعلام التفاعلي، وعدم الاهتمام بذكر مصادر المعلومات، وقلة الثقة لدى الجمهور بوسائل الإعلام التقليدية، وعدم وعي الجمهور بخطورة استخدام وسائل الإعلام التفاعلي، وعدم اهتمام الجمهور بالمعلومات التي يتناقلها والبحث والتدقيق حول صحتها، بالإضافة إلى ضعف تفاعل القائمين بالاتصال

الاتصالية في التعامل مع الرأي العام، فالعامل مع الشائعات جزء مهم ورئيس في إدارة الدولة لأمنها القومي، وهو ما يتعين معه تطوير استراتيجية اتصالية تعمل على مد الجمهور بكافة المعلومات والبيانات الصحيحة والدقيقة.

٢ - إن أهم أدوار الأجهزة الرسمية لمكافحة الشائعات هو ضرورة إصدار البيانات الصحفية فور ظهور الشائعات وهو ما يتعين التنسيق بين مؤسسات الدولة المختلفة وبشكل خاص أثناء الأزمات، وكذلك تكوين وتجهيز ردود فورية للأحداث الطارئة ومد وسائل الإعلام بكل المعلومات للحد من انتشار المعلومات المغلوطة، والتي يستغلها بعض الأفراد أو الجهات لزعزعة الاستقرار.



والاعتماد على إرفاق الصور والفيديوهات لمواجهة انتشار المعلومات المغلوطة.

٣ - تباينت آراء الخبراء حول المسارات المتوقعة لانتشار الشائعات في حالة فرض رقابة على وسائل الإعلام التفاعلي واتجه البعض للاعتقاد بأن الشائعات ستحسر حتماً نتيجة تلك الرقابة التي ستضيق الخناق على مروجي الشائعات، وسينعكس ذلك على المجتمع بشكل جيد.

على الجانب الآخر اعتقد البعض أنه من الصعب فرض رقابة رسمية على وسائل الإعلام التفاعلي وذلك بسبب المحتوى الضخم والزخم المعلوماتي المتدفق وأنه من المهم الاهتمام بتعزيز الرقابة الذاتية أو الفردية من الأشخاص أنفسهم.

في صفحات بعض الجهات الرسمية وعدم تقديمها للمعلومات في الوقت المناسب، وتشابك وتعقد الأوضاع الاجتماعية، والاقتصادية والأمنية، وعدم وجود عقوبات رادعة لمروجي الشائعات عبر وسائل الإعلام التفاعلي، وضعف النصوص القانونية في هذا الشأن.

٢ - هناك مجموعة أدوار يغفل عنها القائم بالاتصال يمكن أن تحد من انتشار الشائعات عبر الإعلام التفاعلي منها ضرورة اهتمام القائم بالاتصال في سبيل تحقيق السبق، الاهتمام بنشر التذييبات للمعلومات الخاطئة، وتوضيح الحقائق والمعلومات للجمهور، في حالة تكذيب الشائعة، على القائمين بالاتصال الاعتماد على المصادر الرسمية التي تتمتع بمصداقية عالية لدى الجمهور،



إعلامياً وأمنياً في مجتمع الدراسة. وتكونت الدراسة من ستة فصول، احتوى الفصل الأول على مشكلة الدراسة وأبعادها وإطارها النظري، وفي الفصول الثلاثة، الثاني والثالث والرابع، تم استعراض الحالات الدراسية، فتناول كل فصل منها سياسات الإعلام الأمني في مكافحة المخدرات وأطرها وآلياتها، إضافة إلى تحليل التجارب التطبيقية، أما الفصل الخامس فتم فيه تحليل بيانات الدراسة التطبيقية ومناقشة نتائجها، وفي الفصل السادس تم اقتراح آليات لتطوير الإعلام الأمني العربي. نتائج الدراسة: من أهم أسباب انتشار جرائم المخدرات في دول مجتمع

## دراسة الإعلام الأمني ودوره في مكافحة المخدرات

وضمن البرنامج العلمي للخطة نفذت جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية دراسة بعنوان «الإعلام الأمني ودوره في مكافحة المخدرات» أعدها الأستاذ الدكتور قوي بوجنه. وقد هدفت الدراسة إلى تحديد مدى فاعلية أداء الإعلام الأمني في مكافحة المخدرات بالاعتماد على منهج دراسة الحالة وأيضا المنهج المسحي، فتم دراسة حالة دول المغرب العربي، وتم أخذ عينة عشوائية بلغت «٣٩٧» خبيراً



الأمنية بجرائم المخدرات.  
- عدم وجود فروق جوهرية في اتجاهات آراء عينة الدراسة،  
حيال موضوعات الدراسة تعزى لمتغير الجنس والجنسية.  
- واقع الإعلام الأمني بالدول المغاربية يحتاج للمزيد من  
الدراسة والتمحيص لتحديد نقاط القوة والضعف لمواكبة  
التطور في مجال الاتصال والإعلام خصوصاً ما تعلق منها  
بتوظيف وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة والشبكات  
الافتراضية لمكافحة المخدرات في ظل الوسائط الرقمية.  
- من أهم المعوقات أمام تطوير المنظومة الإعلامية الأمنية  
المغاربية الافتقار إلى كادر بشري متخصص إعلامياً في  
الوقاية من الجريمة وخاصة المخدرات.

الدراسة غياب آليات التعاون والتنسيق بين الجهات  
المختصة إن على مستوى الدول أو على مستوى مؤسسات  
كل دولة، وخاصة ما بين مؤسسات المجتمع المدني،  
الإعلامية خاصة وبين الأجهزة الأمنية، إضافة إلى قصور  
في المنظومة القانونية، والموقع الجغرافي.  
- الأحداث العربية كشفت عن وجود قصور واضح في  
حملات التوعية الإعلامية، وغياب الأنشطة الإعلامية  
والتوعوية في الأيام السنوية العربية والعالمية ذات الصلة.  
- لاتزال المؤسسات الأمنية بعيدة عن تطوير وسائل الإعلام  
الحديثة في مكافحة المخدرات.  
- سكان المناطق الحدودية بحاجة ماسة إلى التوعية



الدول العربية ومحاولة الوقوف على مسببات ذلك الواقع واقتراح حلول تتناسب وذك الواقع. وتكونت الدراسة من عدد من لفصول: احتوت على مشكلة الدراسة وأبعادها، وتناولت الخلفية النظرية للدراسة حيث تضمن وسائل وضع المصطلحات العربية، الأبعاد الأمنية للغة، وعوامل الاضطراب المصطلحي، وخصص أحد فصول الدراسة لواقع المصطلح الأمني في الدول العربية وإشكالية توحيد، حيث تم بحث واقع المصطلحات الأمنية المستخدمة في الدول العربية في مجال المصطلحات الإعلامية وفي مجال الرتب العسكرية وفي مجال الزي الشرطي وفي مجال المصطلحات الأمنية، إضافة إلى أسباب تعدد المصطلح الأمني المستخدم في الدول العربية وأسباب تشتت المصطلح الأمني المستخدم في الدول العربية وإشكاليات المصطلح الأمني العربي، وسبل توحيد

## دراسة

### المصطلحات الأمنية المستخدمة في الدول العربية

وضمن البرنامج العلمي للخطة نفذت جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية دراسة بعنوان (المصطلحات الأمنية المستخدمة في الدول العربية) أعدها الدكتور محمود شاكر سعيد، وتناولت الدراسة مشكلة تعدد المصطلح الأمني المستخدم في الدول العربية وتنشئته وتأثير ذلك على تحقيق الرسالة الأمنية وقدمت عدداً من السبل والإجراءات لمواجهة هذه المشكلة من خلال خطة عمل مقترحة لمواجهتها على مستوى وضع المصطلحات وتوحيدها ونشرها في الدول العربية استناداً إلى برامج بنائية، وأخرى وقائية وثالثة علاجية، واستهدفت هذه الدراسة تسليط الضوء على واقع المصطلحات الأمنية في



- قيام الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب بالتعاون مع الجهات المختصة كالمجامع اللغوية والجامعات للعمل على إيجاد المصطلحات الأمنية المناسبة وتعميمها على الجهات الأمنية المختلفة للالتزام واستخدامها تضييقاً لفجوة تعدد المصطلحات الأمنية المستخدمة في الدول العربية.

- وضع سياسة لغوية عامة على مستوى الوطن العربي يشارك في إعدادها اتحاد المجامع اللغوية وعلماء التربية وعلماء النفس وعلماء الاجتماع وغيرهم للتغلب على المشكلات والتحديات التي تواجه اللغة العربية وأبنائها في هذا العصر.

- إسباغ صفة الإلزام لقرارات المجامع اللغوية ومؤسسات وضع المصطلحات العربية والتعريب لاستعمال المصطلحات البديلة التي تقرها في هذا المجال المصطلحات الأمنية بعد مراجعتها وإقرارها من قبل لجان متخصصة.

المصطلح الأمني العربي ونشره، وأخيراً تضمنت الدراسة في فصلها الأخير النتائج والتوصيات.

وقد توصلت الدراسة إلى التوصيات التالية:

- قيام الجهات الأمنية في الدول العربية بتطبيق خطوات الخطة التي اقترحتها هذه الدراسة باعتبارها خطوات عملية يمكن أن تسهم في مواجهة مشكلة تعدد المصطلحات الأمنية وتشتتها باعتبارها مشكلة علمية حضارية قومية.

- إعداد معجم عربي شامل للمصطلحات الأمنية ونشره على الشبكة العنكبوتية وإلزام الجميع بالاستفادة من محتوياته بعد عرضها بأسلوب علمي مدعم بالنماذج والصور.

- استهداف المعنيين بالأجهزة الأمنية بعدد من المحاضرات والندوات لتحقيق الأمن اللغوي من جانب ونشر الثقافة المصطلحية من جانب آخر.



الدراسة الميدانية، وعرض النتائج ومناقشتها والتوصيات. وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي كون هذا البحث يعتبر من البحوث الوصفية الهادفة إلى جمع الحقائق المتعلقة بأوجه الضعف والقوة في البرامج الإعلامية الأمنية التلفزيونية والصعوبات التي تعترضها للوصول إلى نتائج تسهم في الارتقاء بهذه البرامج.

وأجريت الدراسة على عينة تمثل مختلف أطياف مجتمع الدراسة ومن مختلف الثقافات، ومن ذوي الدخول المتفاوتة، ثم استخدم العينة العرضية أو عينة الصدفة، واستخدم الاستبيان كأسلوب لجمع المعلومات من العينة التي شملت (٢٠٠) مواطن.

وقد جاءت نتائج الدراسة وفقاً لما يلي:

## دراسة

### دور برامج الإعلام الأمني التلفزيوني في الوقاية من الجريمة

وضمن البرنامج العلمي للخطة نفذت جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية دراسة مكتبية بعنوان «دور برامج الإعلام الأمني التلفزيوني في الوقاية من الجريمة»

أعدّها العميد د. عدیل أحمد الشرمّان. وقد جاءت هذه الدراسة في خمسة فصول، تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، وتناول الفصل الثاني الإعلام الأمني، وفي الفصل الثالث وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية، في حين تناول في الفصل الرابع إيجابيات وسلبيات الإعلام عن الجرائم، وفي الفصل الخامس والأخير إجراءات



وعدم مواكبتها للمتغيرات والظروف التي صاحبت ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والمتغيرات والمستجدات المختلفة التي طرأت في العصر الحاضر وخاصة الاجتماعية والأمنية منها.

- وجود كثير من الكوادر البشرية العاملين في مجال الإعلام الأمني غير مؤهلين بما فيه الكفاية لممارسة العمل الإعلامي، ولم يحصلوا على الدورات والتدريب الكافي للتعامل الإعلامي مع الجريمة والقضايا الأمنية.

- حاجة رجال الشرطة والعاملين في وسائل الصحافة والإعلام إلى فهم كل منهم لهموم وحاجات واهتمامات الطرف الآخر، وبما يقود إلى تحسين صورة كل منهما لدى الآخر، وبناء علاقات طيبة بين الطرفين.

- أظهرت الدراسة ضعف العلاقة بين أجهزة الشرطة والأمن من جهة وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى، وتوترها في بعض الأحيان، وضعف التنسيق بينهما لخلق مناخ من التفاهم تجاه القضايا الأمنية المعاصرة.

- بينت الدراسة ضعف التزام العاملين في وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامي والصحفي باعتبارها قواعد ترشد لممارسة المهنة، وتقود إلى الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي والإعلامي.

- عدم فهم بعض العاملين في وسائل الإعلام لمفهوم الحرية الإعلامية بشكل عام، ومفهومها في الإسلام على وجه الخصوص، وعدم وجود معرفة كافية بحدودها وضوابطها القانونية والشرعية والأخلاقية.

- وجود قصور في التشريعات المنظمة لعمل الإعلام،