دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	دبلوماسية الإعلام
المصدر:	مجلة الدبلوماسي
الناشر:	وزارة الخارجية - معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية
المؤلف الرئيسي:	صلواتي، فؤاد بن جمال
المجلد/العدد:	ع 45
محكمة:	لا
التاريخ الميلادي:	2009
الشهر:	رجب - يوليو
الصفحات:	46 - 47
رقم MD:	336114
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	الإعلام السياسي ، دبلوماسية الإعلام ، التقنية الحديثة ، وسائل الإعلام ، الاتصال الجماهيري
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/336114

© 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.

قرأت قبل فترة في صحيفة الاقتصادية بتاريخ ٢٣ مارس ٢٠٠٩ مقالة بعنوان: «فرصة استثمارية تاريخية» للكاتب الصحفي فواز حمد الفواز، تطرق فيها إلى أنه التقى بوفد مالي ياباني زائر للمملكة، وكان الهدف الرئيسي من زيارة الوفد التعرف على الوسط المالي السعودي بغرض جذب رؤوس الأموال السعودية للاستثمار واستكتشاف فرص التعاون. وعرض الكاتب في نهاية المقالة أن هدف اليابانيين هو جذب رؤوس الأموال والأسواق، ولن تكون المباحثات سهلة. ولعلنا – والعبارة للكاتب – نبدأ من السفارة السعودية في اليابان بفهم البيئة النظامية والقانونية في اليابان.

لا تزال أقل من المأمول:

دبلوماسية الإعلام

فؤاد صلواتي

الرياض

ومن خلال متابعتي للموضوع في الصحيفة نفسها فقد بعث سعادة السفير السعودي في اليابان الأستاذ فيصل بن حسن طراد، بتعقيب على مقال الفواز، اشتمل على تسع نقاط، استعرض فيها سعادته بداية العلاقات السعودية مع اليابان، ودور السفارة الفاعل في تنمية العلاقات الثنائية وتطويرها بين البلدين في كل المجالات ومن أهمها (السياسية والاقتصادية والثقافية والطاقة). وختم السفير تعقيبه على الكاتب بقوله: "هل مازلتم تعتقدون أن هناك غيابا للسفارة السعودية في اليابان عن دورها الذي ترونه أنتم، أتمنى أن يكون فيما قدمته لكم ما يكفي. والسفارة، وأنا شخصيا، على استعداد دائم لكل ما يحقق مصلحة المواطن ورفاهته وعزه وتقدمه".

لقد اخترت تقديم هذا المثال الموثق لأثبت أن بعض ممثلياتنا بالخارج لديها إمكانية التواصل والرد والتعقيب على ما يكتب وينشر في صحفنا المحلية، وهي جهود طيبة ومحمودة من قبل السفارة، لكنها غير كافية للتفاعل مع قضايا الوطن الداخلية الأخرى، ما لم يتول ذلك مكتب إعلامي متفرغ في السفارة، يعمل ضمن خطة مهنية مبرمجة.

وقد أشرت في مقالي السابق – بمجلة الدبلوماسي – تحت عنوان : "الإعلام الخارجي والعمل الدبلوماسي" بالدعوة إلى ضرورة تفعيل دور الإعلام الخارجي لتغيير الصورة المجحفة والظالمة التي يراها الغرب عن المملكة، لأن بعض السفارات في الخارج، مغيب تماما عن آلية النشاط الإعلامي الداخلي والخارجي.

فالإعلام الخارجي يعد جزءا لا يتجزأ من الإعلام الداخلي، بل هو انعكاس له، ولابد من تضافر الجهود في سبيل إنجاح العملية الإعلامية لمواجهة التحديات، ومعالجة أوجه القصور والمعوقات والسلبيات التي تواجه العمل الدبلوماسي في الخارج، والبحث عن الآلية المناسبة للتعاون والتنسيق مع إعلامنا الداخلي.

ولعل من أهم تلك المعوقات هو عدم توافر الكوادر الإعلامية المتخصصة والمؤهلة علميا، القادرة على وضع الخطط الإستراتيجية المدروسة، قصيرة وطويلة المدى. لمواجهة الأزمات الطارئة لتنفيذ مضامين السياسة وأساليب العمل، وعدم الاستفادة من الثورة المعلوماتية وتقنية الاتصال، لتحقيق إيصال الرسالة الإعلامية الهادفة، التي تهم الوطن والمواطن داخليا وخارجيا، كما أن ضعف النشاط السياسي والاقتصادي والإعلامي والثقافي للبعثة، ونقص المعلومات، وتدني مستوى الثقافة واللغة، والتركيز على العمل المكتبي الروتيني للموظف، والاعتمادية، أثرت كلها سلبا في العمل الإعلامي للسفارة . فالمواد الإعلامية التي تبث عن طريق السفارة تكون غير مواكبة – في أغلب الأحيان – الأحداث الجارية، وتقتصر على المناسبات وإن كان يتعزز بها.

ولعل الاهتمام ببناء الصورة الذهنية الجيدة عن المملكة، يتطلب تدارك ما فات، وإصلاح الأخطاء، والانطلاق بقوة من جديد، نحو صورة عقلانية مميزة تعتمد على المصداقية والشفافية، وتتجنب صيغ المبالغات الإنشائية. فمن هذا المنطلق لا بد من إيجاد حلول مناسبة وسريعة من قبل الجهات المعنية، تعتمد على عدد من النقاط، منها ما يلي:

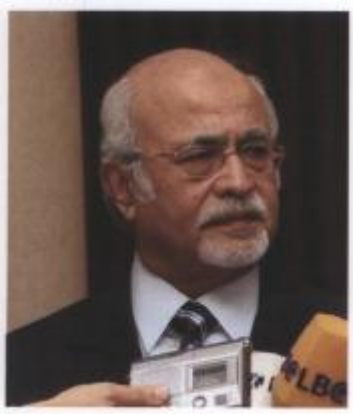
اقتراح إستراتيجية إعلامية سريعة ومختصرة تشارك فيها وزارات "الخارجية، والثقافة والإعلام، والتعليم العالي، والجهات الأخرى ذات العلاقة" لإعادة صياغة الخارطة الإعلامية، ومحاولة النهوض بقطاع الإعلام الداخلي والخارجي ضمن نهج إعلامي متوازن ملتزم بالثوابت.

ربط السفارات في الخارج مع وزارة الثقافة والإعلام (وكالة الأنباء السعودية، والمتحدثين الإعلاميين الرسميين للجهات الحكومية)، لتزويدها بالمادة الإعلامية من مصادرها الداخلية، والاستفادة من وسائل التقنية الحديثة والإنترنت لضمان إيصال الرسالة بكل شفافية ودقة، والتنسيق بين تلك الأجهزة الإعلامية الداخلية المختلفة، لتوحيد الخطاب الإعلامي الخارجي.

تعيين ملحقين إعلاميين مؤهلين ومتخصصين في السفارات، يمكنهم الاضطلاع بمهام الربط الطبيعي بين الإعلام المقروء والمسموع والمرئي والعمل الدبلوماسي، الذي يتجسد بعكس السياسة الخارجية، والتعبير عن السياسة الداخلية، وتقوية الروابط والمصالح المشتركة مع الدول الأخرى .

فتح مكاتب إعلامية في أهم العواصم العربية والعالمية واعتماد مراسلين في بعضها الآخر، لكل مكتب منها إستراتيجيته الخاصة التي تمليها خصائص البلد المضيف ومنطقة العمل بشكل عام، غير أنها – حتى مع اختلاف – طرق عملها تخدم قضية واحدة.

الاستفادة من المعاهد المتخصصة داخليا وخارجياً لتأهيل من هم على رأس العمل، ولعل معهد الدراسات الدبلوماسية بالرياض، تتوافر لديه الإمكانيات والخبرة في تنظيم ورش عمل متخصصة، أو دورات تدريبية مكثفة، تتمحور حول مفهوم الإعلام المعاصر وأدواته ونقاط القوة والضعف، وكيفية التعامل مع الإعلام في البلدان التي يتم تعيينهم فيها، وربط العمل الدبلوماسي بالإعلام الخارجي والمحلي. ويمكن الاستعانة بنخبة من الأكاديميين والخبراء والدبلوماسيين ومسئولي الإعلام، لتدريبهم. كما يمكن الاستفادة أيضاً بإصدارات المعهد المتمثلة في مجلة الدبلوماسي التي تصدر باللغة العربية والإنجليزية لنشر ما تقوم به السفارات من مهام وأعمال مناطة بها تهم الوطن والمواطن، وإيصال رسالتها للخارج، خاصة أن مجلة الدبلوماسي تعد المطبوعة المتخصصة والوحيدة في هذا المجال، كما أنها توزع داخل المملكة وخارجها.



ربط السفارات فى الخارج مع وزارة الثقافة والإعلام ووكالة الأنباء السعودية والمتحدثين الإعلاميين الرسميين للجهات الحكومية

ومما لاشك فيه، أن المسئولين المعنيين وعلى رأسهم عميد الدبلوماسية صاحب السمو الملكي الأمير سعود الفيصل وزير الخارجية الذي حمل على عاتقه هموم الدبلوماسية بحنكته المعهودة وخبرته الطويلة، لن يدخر جهداً في سبيل إنجاح العمل الدبلوماسي وتطويره، بما يليق بمكانة المملكة الإقليمية والدولية.

ثم يأتي دور رجل الإعلام المثقف، والدبلوماسي المتزن معالي الدكتور عبدالعزيز بن محيي الدين خوجة وزير الثقافة والإعلام، الذي استوعب من خلال عمله سفيراً لبلاده في عدد من العواصم العالمية والعربية، والتي كان آخرها سفيرا لخادم الحرمين الشريفين في لبنان، أهمية دور الإعلام الخارجي وقوته في التأثير في الصورة الذهنية، من خلال ما ينشر وما يطرح وما يبث وأهمية تفعيل هذا الدور بما يخدم قضايانا.

كلمة أخيرة .. في موقع Facebook، وفي الصفحة الشخصية لمعالي الدكتور عبد العزيز خوجة، وضع شعاراً أو توقيعاً يقول: "ليس للحرية سقف نصطدم به، إنما فضاء نتقدم فيه، وأمانة نتحملها".