

■ الفصل الأول ■

الإعلام

(قضايا عامة)

ـ البداية* ـ

ما كنت أحسب أني سأعود للكتابة الصحفية مرة أخرى بعد أن توقفت عنها منذ نحو عشرين عاماً، حيث كتبت مقالات عدة في صحيفة الرياض كانت في غالبها تدور حول قضايا إعلامية مطروحة على الساحة آنذاك. ما صرفني عن الكتابة كان انشغالي الكبير في العمل اليومي بعد أن أوكلت إليّ مهام الإدارة العامة للأخبار في التلفزيون. كانت الساحتان العربية والدولية في ذلك الوقت تشهدان العديد من الأحداث والتطورات المتلاحقة التي كانت تستوجب المتابعة الدقيقة، والمتواصلة، ما أجبرني على التوقف عن الكتابة

(*) جريدة عكاظ (٢٩٥٦) ٧/٢٨ / ١٤٣٠هـ - ٧/٢١ / ٢٠٠٩م.

الصحفية، والتفرغ للعمل اليومي المنهك ليل نهار في إدارة الأخبار. منذ ذلك الوقت وإلى اليوم، والأفكار تراودني في العودة إلى الكتابة الصحفية، ولكنها كانت تصطمم في النهاية بثقل المهام الإعلامية الموكلة إليّ بدءاً بإدارة القناة الأولى، ثم وكالة التلفزيون، وبعدها وكالة الإذاعة، والآن وكالة الإعلام الداخلي والمتحدث الرسمي.

الزميل والصحفي المشاغب (محمد التونسي) تربطني به علاقة صداقة وعمل منذ أن كان رئيساً لتحرير صحيفة الاقتصادية، وقد توطدت عرى هذه العلاقة بعد انضمامه إلينا في التلفزيون مديراً عاماً لقناة الإخبارية، وكنت وقتها وكيلاً مساعداً للتلفزيون. كنا نلتقي بين فترة وأخرى ونتبادل هموم العمل الإعلامي في عدد من الجوانب مع التركيز بشكل أكبر على ما يخص التلفزيون الذي هو مجال عملنا معاً. عاد أبو عبد الإله لمعشوقته الأولى (الصحافة) وتركنا في التلفزيون، ولكن علاقتي به استمرت والتقينا في مناسبات كثيرة داخل المملكة وخارجها، وبدأ يحاول إقناعي بضرورة الكتابة في عكاظ، ولو بمقال أسبوعي.

في بداية الأمر لم آخذ عرضه مأخذ الجد، وقلت: ربما يكون الأمر من باب المجاملة، ولكنه كرر طلبه وبإلحاح عجيب أخجلني. حاولت الاعتذار أكثر من مرة متذرعاً بكثرة مشاغلي ولكنه، والحق يقال، أغلق أمامي كل أبواب الاعتذار، وألح على ضرورة مشاركتي. في كل مرة أتصل به لأمر يخص مطبوعته كان يبادرني بالسؤال عن: متى سأرسل له المقال الأول؟ اليوم أجدني سعيداً بتلبية رغبتك يا محمد (حاف)، ورغبتي القديمة المتجددة

في الكتابة الصحفية بمقالي هذا، ولا أدري في الحقيقة عن ماذا سأكتب في الأسبوع القادم، ولكني، والله أعلم، أتوقع أن تكون كتاباتي "إعلامية" في غالبها بعد أكثر من خمسة وثلاثين عاماً قضيتها في رحاب وزارة الإعلام، ثم وزارة الثقافة والإعلام.

أتمنى من الله التوفيق والسداد في أن أكتب ما يزيد، ويضيف الجديد لعكاظ التي ليست في حاجة إلى ما يدفع القارئ لمتابعة ما يكتب فيها.

أشكرك عزيزي (أبو عبد الإله) وآمل أن تتحمل تبعات ما سأكتبه لقرائك الأفاضل، ولنا لقاء.



الملك عبدالله

رؤية إعلامية ثاقبة *

اليوم نتذكر بكل فخر واعتزاز إضاءة مشرقة في تاريخ بلادنا، إضاءة امتد أثرها، واتسع إشعاعها لتتير لنا الطريق في مناحي حياتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، والإعلامية أيضاً. اليوم يصادف الذكرى السادسة لتولي خام الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز آل سعود مقاليد الحكم في البلاد بعد أن تمت له البيعة ملكاً للملكة العربية السعودية. ست

(*) جريدة الرياض (١٥٦٧٩) ٢٦/٦/١٤٣٢هـ - ٢٩/٥/٢٠١١م.

سنوات تمكن خلالها حفظه الله من الثبات على نهج البلاد، وقاد مسيرتها بكل اقتدار، وأصبح يشار إليها بالبنان في كل ملتقى ومحفل عربي أو عالمي.

الإعلام، صوت الوطن، ونبض المواطن ووسيلته الفاعلة لقول الحقيقة، وتقويم الاعوجاج، لقي من لدن الملك عبدالله ما يستحقه من دعم وتطوير في الشكل والمضمون، إدراكاً وإيماناً منه بأهمية الكلمة ودورها في التأثير، وتحديد المواقف، وبناء الوطن، وفي لقاءاته المتعددة مع المثقفين والإعلاميين يلحظ الجميع ما يوجه به من ضرورة أن يقوم كل بعمله على أكمل وجه، وأن تكون الحقيقة والصدق منهاجاً وأساساً للعمل.

هذه الرؤية الثاقبة اتضحت معالمها في لقاء القائد برؤساء تحرير الصحف والمجلات في ٢٦/٦/١٤٢٩هـ حين قال: "يا إخوان، أنتم من هذا البلد وإليه، ومهما عملتم يطلب منكم المزيد لخدمة دينكم ووطنكم، وهذا أهم شيء ... لا بد أن تراعوا هذا الشيء، تراعوا مصلحة الدين والوطن لا مصلحة أشخاص ... كلكم رجال فيكم الخير، وهدفكم ليس فيه شك، أنا لا أشك فيه ولا أحد يشك فيه، إن الوطن فوق كل شيء، وشعبكم لا يريد أن يبدر منكم إلا كل كلمة طيبة". وبرز التلاحم والرؤية المشتركة بين القائد ورجالات الإعلام، والإحساس بالمسؤولية المشتركة في قوله خلال اللقاء مخاطباً رؤساء التحرير: "يا إخوان، أنا منكم وإيكم، لكن تهمني مصلحة ديني ووطنني فوق كل شيء، وهذه لا أساوم فيها، ولا أنظر فيها ولا في الحلم، هذه ما فيها شك وهي في اعتقادي فيكم جميعاً ...".

رؤية إعلامية ثاقبة أخرى من لدن الملك عبدالله بن عبدالعزيز كان محورها (الكلمة) بمعناها الشامل التي هي أساس ما يكتب ويسمع ويشاهد. هذه الأهمية للكلمة أكدها لدى افتتاحه أعمال السنة الثانية من الدورة الخامسة لمجلس الشورى في ٢١/٣/١٤٣١هـ حين خاطب الحضور قائلاً: "إنكم تعلمون جميعاً أن الكلمة أشبه بحد السيف، بل أشد وقعاً منه، لذلك فإنني أهيب بالجميع أن يدركوا ذلك، فالكلمة إذاً أصبحت أداة لتصفية الحسابات، والغمز واللمز، وإطلاق الاتهامات جزافاً كانت معول هدم لا يستفيد منه غير الشامتين بأممتنا، وهذا لا يعني مصادرة النقد الهادف البناء...".

الإعلام الناجح الفعال، يحتاج إلى حيز واسع من الحرية ليقوم بالدور المطلوب منه، وهذه الحرية لا بد لها من إطار عام تتحرك فيه، بحيث لا تؤدي إلى انتقاص الآخرين والنيل منهم دون حق. وقد جاءت الإشارة إلى ذلك واضحة في الأمر الملكي الأخير القاضي بتعديل بعض مواد نظام المطبوعات والنشر، حيث ورد في مقدمته ما نصه: "فحرية الرأي المنطقية والمسؤولة التي تهدف إلى تحقيق الصالح العام محل اعتبارنا وتقديرنا"^(١) هذا التأكيد على الحرية المسؤولة سبق أن أوضحه خادم الحرمين الشريفين في كلمته أمام المؤتمر الإعلامي الدولي الأول حين قال: "إن الحرية المسؤولة ومراعاة المصالح الدينية والاجتماعية والأخلاقية والحرص على احترام ثقافات الشعوب وتقاليدها والتنظيمات المهنية صفات يجب أن يتحلّى بها الإعلام النزيه مع المحافظة على الحقوق المادية والمعنوية للأفراد والمؤسسات ومكاسب الأوطان ومقدراتها".

(١) الأمر الملكي رقم أ / ٩٣ في ٢٥/٥/١٤٣٢ (أنظر نص الأمر في المرفقات).

بهذه الكلمات والإيضاحات المحددة لكثير من السياسات الإعلامية يدرك الجميع ما يوليه خادم الحرمين الشريفين من اهتمام ورعاية للإعلام بمختلف مناشطه ووسائله. ونحن إذ نتذكر اليوم مرور ست سنوات على توليه مهام الحكم نجد الطريق أمامنا واضح المعالم لطرح إعلامي متزن، وتعامل مع كل المستجدات في إطار حرية واسعة المدى تحكمها المسؤولية والحرص على الإصلاح والنقد البناء بعيداً عن أي مصالح خاصة أو نقد شخصي ينتقص من حقوق الآخرين، ويتدخل في خصوصياتهم.



ـ الأمير ـ

الذي قال للصحفي:

«أسف أن يكون هذا مفهومك»*

إنه نايف بن عبدالعزيز آل سعود الذي اختاره خادم الحرمين الشريفين ليكون ولياً للعهد ونائباً لرئيس مجلس الوزراء ووزيراً للداخلية. الأمير نايف رجل دولة وإعلام من الطراز الأول عايش الإعلام السعودي منذ عشرات السنين، وكان لتوجيهاته وآرائه الأثر الكبير في تحديد الرؤية لوسائل الإعلام ووضع خارطة طريق واضحة لها رسمت وفق أسس الشريعة الإسلامية، والاهتمام بكل ما فيه رفعة الوطن وخدمة الملك والمواطن.

(*) جريدة الرياض (١٥٨٣٣) ٤/١٢/١٤٢٢هـ - ٣٠/١٠/٢٠١١م.

الأمير نايف، من خلال استعراضنا القصير لمسيرة سموه الإعلامية والبصمات التي وضعها، يمكن لنا أن نشير، بفخر واعتزاز، إلى عدد من الوقفات التي تستوجب الاستفادة منها والتدبر في مضامينها:

الوقفة الأولى: كان الأمير نايف عارفاً ومتعمقاً بكل شؤون الوطن، ولديه إلمام بكل القطاعات وأنشطتها، ولم تكن حدود معرفته مقصورة على النواحي الأمنية فقط. هذه المعرفة جعلته يقيم على أسس ثابتة كل ما يرد في وسائل الإعلام، ويتعامل معها بمهنية عالية لا تترك لمن تجاوز فرصة للتمادي في تجاوزه. وكثيراً ما كان سموه يسوق الملاحظات لرجال الإعلام في مواقع الأحداث والمناسبات.

الوقفة الثانية: في المؤتمرات الصحفية، حين يحيط بسموه العشرات من الصحفيين، يبرز لنا الأمير نايف بن عبدالعزيز متحدثاً حصيماً، ومحاوراً قوياً شفافاً في إجاباته على الرغم من جرأة بعض الأسئلة المطروحة، ولا يتردد سموه أن يقول لمن تجاوز الحد من الصحفيين: «أسف أن يكون هذا مفهوماً». كما أن سموه لا يتوانى في أن يلفت الانتباه إلى أي صحيفة، ويذكرها بالاسم أمام حشد كبير متى ما لاحظ عليها كثرة خروجها عن المسار الصحيح.

الوقفة الثالثة: من واقع خبرة سمو الأمير نايف في كل ما يقال وينشر، وما تتركه الرسالة الإعلامية من أثر بالغ نجده يؤكد في أكثر من مرة على عدم خوض الصحفي في قضايا تحتاج إلى معرفة وإلمام المتخصص،

وفي قائمة ذلك القضايا الشرعية التي يطالب سموه الصحفيين فيها بسؤال المختصين في علوم الشريعة لكي لا تنسب الأمور إلى غير أصحابها، ويصبح المواطن في حيرة من أمره.

الوقفه الرابعة : كان سمو الأمير نايف يحرص ويؤكد على ألا تكون وسائل إعلامنا أداة للإساءة إلى الدول الأخرى، وعندما شنت الصحافة في إحدى الدول الصديقة حملة على المملكة بسبب ما يعتقد أنه إساءة إلى مواطني تلك الدول، كان توجيه سموه واضحاً بالأ نجاري الصحف الأخرى في حملاتها التي تشنها على المملكة، وأن نكتفي بإيضاح الحقيقة ونترك الحكم للعقلاء ممن يدرك أبعاد الأمور. مثل هذا التوجيه يأتي في أرقى درجات الدبلوماسية السياسية والإعلامية التي تحرص على الوحدة وعدم إثارة الفتن واشتعالها بين الدول الصديقة.

الوقفه الخامسة : القناعة التامة لسمو الأمير نايف بأن يكون كل ما ينشر ويقال مستنداً إلى معلومة صحيحة ومرجعية نظامية، ومن هنا جاءت وزارة الداخلية رائدة في تعيين متحدثين رسميين لكل قطاع، بل في كل منطقة. والكل يدرك حجم وأهمية القضايا الأمنية وحرص المواطنين على تتبع أخبارها، ومتى ما كانت تلك الأخبار من مصادر غير موثوقة فتحنا المجال واسعاً للإشاعة والقبل والقال.

الوقفه السادسة : إدراك سمو الأمير نايف بن عبدالعزيز لأهمية الرسالة الإعلامية والأ يترك المجال مفتوحاً لوسائل إعلام يمكن أن يكون

وسيلة لإثارة الفرقة والعصبية وإضاعة أوقات الشباب في قضايا لا تهم مستقبلهم وتعمي أبصارهم عن الواقع المشرق الذي تعيشه بلادهم. من هنا كان رأي سموه واضحاً في التأكيد على ضرورة أن يكون نقل الدوري السعودي حصرياً على قنوات التلفزيون السعودي بعيداً عن أي اعتبارات ومزايا مادية، يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى. وكانت عبارات سموه تؤكد على أنه لا خير في مردود مادي يجلب أخطاراً تمس وحدة وأمن الوطن وتلاحم أبنائه.

الوقفات كثيرة في مسيرة حياة رجل الإعلام الأول، صاحب السمو الملكي الأمير نايف بن عبدالعزيز آل سعود، وهي أكثر من أن يحتويها مقال، ولكن لعل فيما ذكرته دليلاً واضحاً يبرز مدى إلمام ومعايشة سموه لهموم هذا الوطن وتطلعاته، ومن بينها الهم الإعلامي، وتطلعنا جميعاً إلى الرقي بإعلامنا وتسخيره في سبيل خدمة الدين والمليك والوطن.



ـ الأمير سلمان ـ حقاً أمير الصحافة*

في خضمّ اهتماماته وأعماله اليومية الشاقة في إدارة شؤون إمارة منطقة الرياض واستقباله لشرائح متعددة من المواطنين وطالبي الحاجات صباح كل يوم، لا يدخر جهداً في توفير وقت كافٍ للاطلاع على أنشطة وتفاعلات أخرى من بينها الصحافة.

إنه، بكل المعايير والمقاييس، أمير الصحافة، صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبد العزيز آل سعود الذي جسّد في كلمته التي ألقاها مساء يوم

(*) جريدة عكاظ (٣٤٨١) ٢١/١/١٤٣٢هـ - ٢٨/١٢/٢٠١٠م.

الأحد في الحفل الذي أقامته صحيفة الرياض بمناسبة حصولها على الجائزة الدولية لأفضل صحيفة عربية في عام ٢٠١٠م، أسس ومرتكزات العمل الصحفي، وكيف يجب على المسؤول في أي قطاع أن يتعامل مع ما تنشره الصحف.

في حديثه عن التواصل بين الكاتب والمسؤول كشف سموه عن شفافية عالية المستوى، وتعامل راقٍ بين الطرفين أساسه الحوار والتفاهم. فعلى كل طرف أن يقنع الآخر بوجهة نظره، مشيراً سموه في الوقت نفسه إلى أن من واجب المسؤول شكر الكاتب أو الصحفي على كل نقد هادف يعطي الحقيقة، وتصحيح أي أخطاء قد يكون الكاتب أوردها في مقاله أو تحقيقه.

من ناحية أخرى يحث سمو الأمير سلمان جميع المسؤولين على تقوية صلتهم بالصحافة، والاستفادة من قدرتها على إيصال المعلومة لطالبيها، واستشعار المسؤولية الاجتماعية تجاه المواطن الذي من حقه أن يكون على علم بكل ما يتعلق بأمور حياته، وإيضاح الحقيقة تجاهها.

في صحافتنا نجد بعض التناقضات التي تعود الى عدم المتابعة لكل ما ينشر أو يقال. وقد وضع سمو الأمير سلمان يده على الجرح مبيناً ما يقرؤه سموه في بعض صحفنا عن مطالبة بعض الكتاب بتنفيذ مشروعات، أو تقديم خدمات سبق للصحيفة، أو صحيفة أخرى أن كتبت عن توافرها قبل أيام عدة. وهذه دعوة لتوسيع دائرة الاطلاع والقراءة والمتابعة لكل من امتهن الصحافة؛ سعياً وراء عمل صحفي مميز.

مبدأ النقد، مطلوب العمل به في العمل الإعلامي بجميع وسائله، ولكن هذا النقد له أسس وحدود متى ما تجاوزها الكاتب أو الصحفي وصل إلى مرحلة التجريح أو التشكيك في الثوابت. وعبارة مختصرة أوضه سموه هذه الأسس والحدود حين قال: "نحن نرحب بالنقد الهادف، ونؤيده، ونستفيد منه".

هذا الوعي وهذا الإدراك من سمو أمير منطقة الرياض للعمل الصحفي وشجونه لم يأت من فراغ، فهو الأمير الذي يقرأ في الغالب كل المقالات في الصحف التي لها علاقة بعمله أو العمل العام. وكثيراً ما حدثني الزملاء رؤساء تحرير الصحف عن اتصالات مباشرة من سموه بهم في الصباح الباكر طالباً الإيضاح، ومستفسراً عن معلومة نشرتها صحفهم.

في الوقت الذي أتامل فيه خارطة الطريق الواضحة للعمل الصحفي الصحيح التي حدد معالمها أمير الصحافة الأمير سلمان بن عبد العزيز يحدوني أمل كبير في أن يسير على نهجها، ويتبنى معطياتها كل راغب في عمل صحفي مميز سعياً وراء تحقيق الهدف الأسمى للصحافة ومعطياتها.



ـ الاعتداء على الأمير محمد ـ

والشفافية المطلوبة*

فُجعت كما فجع الملايين غيري من محاولة الاعتداء الغاشم الذي استهدف صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن نايف بن عبدالعزيز مساعد وزير الداخلية للشؤون الأمنية في منزله في محافظة جدة، ونجا منه بحمد الله وفضله، وانتهت المحاولة بهلاك المعتدي وفشل مخطط الفئة الضالة.

تعاملنا الإعلامي مع هذا الحدث كان مثاليًا إلى درجة كبيرة، فما كادت تمر فترة قصيرة على الحادث إلا والصورة تعرض على قنواتنا، وفيها زيارة

(*) جريدة عكاظ (٣٠٠٠) ١٣/٩/١٤٣٠هـ - ٣/٩/٢٠٠٩م.

خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز لسمو الأمير محمد في المستشفى، وحواره الأبوي مع سموه وهو في كامل صحته وعافيته. وما هي إلا لحظات أخرى والقنوات العربية والعالمية تنقل عن قنواتنا ما عرضته من صور وما دار من حوار بين خادم الحرمين الشريفين وسمو مساعد وزير الداخلية، مرده البيان الصادر من الديوان الملكي، الذي أوضح تفاصيل حادث الاعتداء ووقت حدوثه. وقد انبرى بعض رؤساء تحرير صحفنا المحلية وكتابنا ليؤكدوا في الحوارات الحية التي أجريت معهم إلى أي مدى بلغت قوته وصلابة المملكة وحرصها وإصرارها على اجتثاث الفئة الضالة من جذورها إلى ما لا نهاية، في حرب على الإرهاب لا تعرف الهوادة ولا التساهل. كما أكدت هذه الحوارات ما أشار إليه قائد مسيرتنا من حرصه على سلامة أبناء الوطن، والوقوف معهم في كل الظروف، موجهاً رسالة واضحة إلى كل من يحاول النيل من أمن المملكة واستقرارها بأن الفشل باذن الله سيكون مصيره.

أعود مرة أخرى للحديث عن الشفافية الإعلامية المطلوبة في مثل هذه الحوارات، وأقول: تخيلوا معي لو أن عرض الصور، وقراءة البيان لم تتم إلا في اليوم الثاني، أو في وقت متأخر من نفس الليلة ماذا سيكون الحال؟ من المؤكد أن خفافيش الظلام، والمتربصين شرّاً بهذه البلاد سيجدونها فرصة للتهويل وابتداع ملابسات غير حقيقية، والانتقاص من قدراتنا الأمنية، بل قد يصل الحال ببعض المغرضين إلى الإعلان عن حدوث وفيات وأضرار كبيرة. بعض وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية سيتردد ما يقوله

هؤلاء المغرضون، ويزيدون عليه، وهكذا تضع الحقيقة وسط ضباب عدم الشفافية، وزخم إعلامي إخباري كل يدعي فيه أنه يقول الحقيقة، لا غيرها.

ومع كل هذه الشفافية في التغطية الإعلامية شكك بعض المغرضين في حادث الاعتداء ووصفوه بأنه مضربك لأغراض يريدونها، ولكن جاءت الضربة الثانية لهم عندما صدر بيان وزارة الداخلية الإيضاحي وبثته وسائل إعلامنا، وقد تضمن تسجيلاً صوتياً للحديث الهاتفي بين سمو الأمير محمد والمنتمي للفئة الضالة. وقد عرضت بعد الحديث مشاهد التفجير وجثة المفجر، وقد تناثرت إلى أشلاء عديدة. قد يقول قائل لماذا تأخر عرض الحوار الهاتفي والصور المصاحبة له. والإجابة واضحة وهي أن التأخير في الإفصاح عن مثل هذه الأمور ضرورة يقتضيها التأكد من ملابسات الحادث، وما يتطلبه من تحقيقات جنائية ومخبرية تأخذ بعض الوقت لظهور نتائجها، والإسراع في الإعلان عنها قد يضر بسير التحقيق.

المواقع الإخبارية، والمنتديات، والقنوات التلفزيونية جميعها أوردت بيان الديوان الملكي، ونشرت حديث خادم الحرمين الشريفين خلال زيارته لسموه في المستشفى، وبث بيان وزارة الداخلية الإيضاحي ما يؤكد أن الشفافية في الإفصاح حققت هدفها، وتم قفل باب الاجتهاد والاكتفاء بما صدر رسمياً عبر قنوات وسائل إعلامنا الرسمية.

مثل هذا التعامل النموذجي، ومثل هذه الشفافية في إذاعة الأخبار وسرعة نقلها يرسم لنا طريقاً واضحاً لكل أجهزة الدولة وقطاعاتها بضرورة

الإسراع في إيضاح كل ما يحصل، وإتاحة المعلومة للجميع في أقصر وقت،
وبذلك نقطع الطريق على كل من يحاول أن يزايد على الحقيقة، أو يصطاد
في الماء العكر، ويشكك في صدق التوجه، وسلامة النهج الذي تعيشه بلادنا،
ولله الحمد.



ـ إعلام .. لأجل الوطن* ـ

في كل عام، وفي الأول من الميزان تحتفل المملكة العربية السعودية بذكرى
غالية على الجميع... إنها ذكرى اليوم الوطني. في كل عام نستعيد الذكريات،
ونسجل بأحرف من ذهب أعظم وأجمل الإنجازات. كل مدينة، وكل قرية. كل
قطاع، وكل جهة حكومية، أو خاصة لديها ما تقدمه من شواهد حية على
ما تحقق من إنجاز. كل مؤتمر، أو ملتقى، أو محفل دولي لا تخلو ردهاته
من ترديد الإشادة بمواقف المملكة المتزنة الداعية إلى السلام، ونبذ الفرقة،
وتحقيق الأمن والرخاء الدوليين. حربنا على الإرهاب مستمرة، والنتائج
إيجابية، وتتبع فلول الإرهابيين، واجتثاثهم لن يتوقف حتى النهاية.

(*) مجلة الإعلام والاتصال (١٤٦) شوال ١٤٣١هـ - سبتمبر ٢٠١٠م.

وطن هذه صورته، ووطن حقق كل هذه الإنجازات، وحظي بالثناء والإطراء ألا يستحق إعلاماً ناضجاً قادراً على نقل صورة صادقة معبرة عن حجم الإنجاز، وإبراز ذلك للآخرين. وطن منذ وحد كيانه جلالة الملك عبدالعزيز طيب الله ثراه إلى اليوم، وهو يرتقي سلم النجاح والريادة بثبات ألا يستحق إعلاماً يقف في وجه الحاقدين والمعرضين ويدحض حججهم وافتراءاتهم.

بعيداً عن الإعلام الرسمي، لدينا سوق إعلامية رائجة... لدينا عشرات القنوات ممن يملكها سعوديون، ولدينا أيضاً عشرات الصحف والمجلات، ناهيك عن محطات الإذاعة والصحف الإلكترونية، والمنتديات، وغيرها كثير. من أراد معلومة عنا، أو عن وطننا أول ما يفكر فيه الرجوع إلى وسائل إعلامنا، ومن ثم نحن مطالبون بأن تكون رسالتنا عبر هذه الوسائل تحكي واقعنا المشرق، وتقدم الصورة الإيجابية لما تحقق من إنجازات.

الأعداء والحساد كثيرون، وهم يتحينون الفرصة للإساءة للمملكة في كل لحظة، ويتسابقون لنشر وبث كل ما يعتقدون أن فيه خطأ من قدرها معتمدين، مع الأسف، في بعض ما ينشرون ويقولون على ما تقدمه لهم وسائلنا. نريد أن نردم هذه الفجوة، ونفوت الفرصة على كل من يحاول الاصطياد في الماء العكر. لا نريد لقنواتنا التي يملكها أبناءنا، ممن نعم بخير هذا الوطن، أن تتسابق في بث كل ما يسيء، ولا نريد لبرامجها أن تكون ميداناً يتنافس فيه أصحاب الفكر المنحرف لتقديم أفكار مغلوطة، وترويج مفاهيم مضللة بحجة ما يعتقدون أنه (الإصلاح). لا نريد لهذه

القنوات، ولا المطبوعات أن تكون مصدراً لإثارة النعرات القبلية والنخر في جسد اللحمة الوطنية عبر مساجلات شعرية ومحاورات، ورسائل نصية ما أنزل الله بها من سلطان.

صحافتنا هي الأخرى محط اهتمام ومتابعة من الكثيرين، ومثلها مثل غيرها من الوسائل مطالبة بأن تتحدث باسم الوطن في موضوعات تعتمد على المصادقية، وتحري الدقة في طرح متزن يراعي أخلاقيات المهنة. كل مادة سلبية تنشر أو تداع، وفيها إساءة لكيان هذا الوطن سوف يتلقفها الأعداء والمغرضون ويجعلونها في صدارة نشراتهم ومطبوعاتهم. لماذا نعمل على أن تكون وسائل إعلامنا مصدراً لما يسيء إلى وطننا ومواطنينا، ويقدم صورة سلبية عنا في الخارج. نحن لا ندعو إلى (عصارقيب) غليظة يلوح بها في وجه كل من كتب أو قال، ولكننا نأمل في إعلام واع يتلمس الاحتياجات، بموضوعية متكاملة لا تقدم نصف الحقيقة، وتدع النصف الآخر.

استخدامنا للنشر الإلكتروني يزداد لحظة بلحظة، وهناك كم هائل من المعلومات يستقيها المتصفحون مما ينشر في هذه الوسيلة. ومن يكتب فيها تحتم عليه أخلاقيات المهنة أن يكون صادقاً وواعياً لحقيقة كل ما يكتب. كم، وكم من أخبار وقضايا مغلوطة نشرت في الشبكة العنكبوتية عن المملكة، ثم سرت سريان النار في الهشيم في كل مكان، وبإدخالك كلمة أو كلمات في محركات البحث ستعتريك الدهشة من سرعة الانتشار والمزايدات والإضافات التي تكتب حيث تصبح القضية أو الخبر مثل كرة الثلج وهي تتدحرج في البداية صغيرة من مكان مرتفع لتصل إلى القاع وقد تضاعف حجمها مرات عدة.

أعود لأذكر مرة أخرى أننا في كل عام نحتفل فيه بيومنا الوطني نكون فخورين بما حققنا من إنجازات، وفي انتظار يومنا الوطني القادم تبقى الآمال معلقة بنتاج إعلامي يبرز الحقيقة، ويتعد عن الإساءة، والمعلومة المغلوطة. نتاج يقف في وجه كل من حاول الانتقاص من قدر المملكة، وما حققته من إنجازات على الصعيدين المحلي والخارجي.



– LBC –

لا مساومة*

من لا يعرف المملكة العربية السعودية عليه أن يكون على يقين تام بأن سياستها قائمة على أن لا مجال للمساومة على الدين والقيم والأخلاق والوطن. هذه السياسة ليست وليدة اليوم، وإنما اختطها ورسم معالمها الملك المؤسس عبدالعزيز طيب الله ثراه، وسار عليها أبناؤه من بعده. أقول هذا الكلام على خلفية ما نشر وقيل عن قضية المجاهر بالرديلة في قناة LBC مازن عبدالجواد الذي أساء لسمعة وطنه ومجتمعه بما قال وفعل، وتساؤل البعض عن مشروعية ما تم بهذا الشأن. الأمر بإغلاق مكاتب LBC في المملكة

(*) جريدة عكاظ (٢٩٧٧) ١٩/٨/١٤٣٠ هـ - ١١/٨/٢٠٠٩ م.

قرار لم يأت من فراغ، وإنما جاء ليؤكد أن المملكة في كل مواقفها لا تقبل التساهل في كل ما يسيء إلى الدين والوطن والمواطن. التعامل مع هذه القضية سواء مع القناة، أو المدعو مازن جاء ليؤكد أن لا مساومة، وهو في الوقت نفسه يوجه رسالة واضحة لكل فرد، ولكل قناة تحاول العبث ويقول لهما: إن الثوابت لا تمس. المجاهر بالرديلة تولت الجهات المختصة إيقافه والتحقيق معه من منطلق شرعي ونظامي، وسينال جزاءه، وليس للاجتهاد هنا أي مجال. والقناة هي الأخرى جاء الأمر بإغلاق مكاتبها جراء ما ارتكبت.

سياسة المملكة الإعلامية تم تجاهلها من قبل القناة، وهذه السياسة لم تغفل مثل هذه الجوانب، حيث جاء في المادة الثالثة والعشرين منها ما نصه: "تعمل المؤسسات الإعلامية السعودية مع نظيراتها في العالم الإسلامي عامة والعربي خاصة على تبني منهج إعلامي موحد يخدم مصالح المسلمين الدينية والدنيوية، ويمثل وحدتهم الفكرية الحضارية، ويؤلف بين قلوبهم"، كما أن نظام المطبوعات والنشر في المادة التاسعة والعشرين من لائحته التنفيذية فقرة (٣) جاء فيه ما نصه: "أن يلتزم كل من المكتب أو المراسل الإعلامي بأن تكون الأخبار التي تصدر عنه موضوعية وموثقة، وأن يراعى عدم الإضرار بالأمن الوطني للمملكة، أو التسبب فيما يسيء إلى علاقات المملكة بالدول الأخرى أو الهيئات أو المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية أو بالأفراد ..".

هناك من سألني عن منظمات حقوق الإنسان، وهناك من سألني عن انتهاك حرية الإعلام وحق التعبير، وهي أسئلة ما كان من المفترض أن

تسأل لو أدرك السائل أنه لا يمكن قبول التعامل مع الشأن السعودي بأسلوب الإثارة والبحث عن الشاذ ومحاولة نشره وتعميمه، وكأنه يمثل أخلاق المجتمع السعودي. كلي يقين بأن ما ذكر لا مجال معه لأحد أن يسأل أو يشك في صدق التوجه، أو أن يقول: لماذا تعاملت الجهات المختصة مع هذه القضية بهذا الشكل؟ الأمور واضحة والنتيجة معلومة مسبقاً، وهناك عيون ساهرة ترعى هذه البلاد المباركة.



_ الخاهمات _

والاصءى الإعلامى*

مئات الآلاف من العاملات المنزليات تفس بهن بيوتنا، وندفع الملايين لاستقءامهن، وندفع أكثر من ذلك رواتب ومصاريف أخرى طوال فترة إقامتهن، بعضهن يبقين لءى الأسر سنوات، والأخرىا قد يهربن خلال أيام بلا حسيب ولا رقيب.

هذه ليست القضية الآن، وإنما القضية هي الخاءمة الإءونىسية التي تعرضت للتعذيب في المءىنة المنورة، وما حظيت به هذه الحاءة من اهءام وءابعة وسائل الإعلام السعوءية والإءونىسية، ما اسءعى الرئىس

(*) جريدة عكاظ (٣٤٦٧) ١/٧/١٤٣٢هـ. ١٤/١٢/٢٠١٠م.

الإندونيسي إلى التدخل وإرسال أحد مسؤوليه للمملكة؛ للاطمئنان على مواطنته، بما يظهر حرصه على متابعة شؤون رعاياه في الخارج.

نحن لا نقر التعذيب، ولا سوء المعاملة في حق الخادמות، ونطالب بمعاينة من ينتهج هذا السلوك، فلننا بشر ولنا حقوق وعلينا واجبات، ولكن وسائل إعلامنا لم تكن على قدر كافٍ من مهنية التعامل، بحيث تظهر للآخرين في الخارج أن مثل هذه الحوادث ليست الصورة الحقيقية لمجتمعنا الإسلامي المحافظ وإنما هي حالات فردية لا تستوجب التعميم.

شاهدت على اليوتيوب التقرير الذي عرضته إحدى القنوات الإندونيسية عن خادمة المدينة المنورة، والذي اشتمل على صورة مشوهة لوجهها، وعلى لقاءات مع إندونيسيين قالوا كلاماً أعتقد أن فيه الكثير من الإساءة للمملكة وللسعوديين. كما اشتمل التقرير على لقاء هاتفي مع الخادمة، وهي تئن من الألم، وأظهر لنا أيضاً صورتها قبل أن يشوهها الضرب، للتأكيد على فداحة ما حصل لها. وجاء في نهاية التقرير الآية الكريمة: ﴿يَأْتِيهَا النَّاسُ أَتْفُؤًا رَبِّكُمْ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَأَتْفُؤًا اللَّهُ الَّذِي نَسَّأَ لُونِ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾، مثل هذا التقرير كفيلاً بتأليب الرأي العام الإندونيسي ضد المملكة وإظهارها بصورة البلد المتخلف الذي لا يحسن مواطنوه التعامل مع بني البشر.

في الطرف المقابل أتساءل: أين إعلامنا من التصدي لمثل هذه الحملات المغرضة؟ لا نريد أن يكون الإيضاح لمواطنينا ولكن لمن تهمة مثل هذه الأمور ويسعى لتشويهه صورة المملكة. نريد (اختراقاً) مهنيّاً لإعلام الآخرين برسائل

تبرز كيف نحن، وما سلوكياتنا وتعاملاتنا مع من يعمل في منازلنا. نريد أن نوضح أن هذه الخادمة التي صورها إعلام بلادها ضحية، هناك العديد من بنات جنسها ارتكبن أفظع الجرائم وأقساها ضد من أحسن إليهن من الأسر السعودية. هل نسينا الطفلة (مها) ذات الشهرين التي هربت بها خادمة المنزل، وحلقت شعرها وشوهت حواجبها؛ تمهيداً لنوايا أخرى قبل أن يتمكن رجال الأمن بفضل الله من القبض عليها. هل نسينا الطفل (مشاري) ذا الثلاثة أشهر الذي لفظ أنفاسه في مستشفى القوات المسلحة في الرياض متأثراً بسم الفئران الذي وضعته له الخادمة في الحليب. أم هل نسينا الخادمة التي سحرت (ولاء) وعائلتها، إلى غير ذلك من الحوادث التي تقشعر لها الأبدان.

نريد من إعلامنا أن يصل إلى الجمهور المستهدف. نريد أن نستكتب الأقلام القادرة على تخطي الحدود والكتابة في مطبوعات، ولا سيما العالمية منها. نريد تصاريح صحفية مدروسة بدقة توزع على وسائل الإعلام كافة وخاصة الدولية منها؛ لبيان الحقيقة تجاه ما يحدث عندنا دون المبالغة. نريد متابعة أكثر من سفاراتنا في الخارج لكل ما يكتب ويناد عن بلادنا، ويقف وراءه أقلام مسمومة؛ كي نصح الصورة بطريقة مناسبة. نريد استخداماً أفضل لوسائل النشر الإلكتروني، خاصة المصورة منها، لعرض مشاهد تعبر الآفاق لتوضح الحقيقة. وبغير هذه الآليات سنبقى دائماً في وضع المقصر، وتبقى أصابع الاتهام موجهة إلينا، ولعل ما حصل في قضية خادمة المدينة المنورة، والحملة المنظمة ضد المملكة ما يكفي لتغيير الرؤية المستقبلية، ويلقي مزيداً من المسؤولية على وسائل إعلامنا بأشكالها كافة.



ـ الزهايمر ـ

رؤى إعلامية*

أقصوصة "الزهايمر" لمعالي الدكتور غازي القصيبي (رحمه الله) كانت رفيق دربي في إحدى رحلاتي، وعندما تناولتها، وأنا على مقعد الطائرة كنت أود تصفحها، مثل غيرها من الكتب التي معي، لأحدد ماذا سأقرأ، ولكنني مع قراءة أول صفحة لم أتوقف، وأعقبته صفحات وصفحات إلى النهاية، ووجدت نفسي منجذباً لا إرادياً مع إبداعات القصيبي... ومن يملك ألا ينجذب؟

خلال قراءتي لهذه "الأقصوصة"، كما يحلو لكاتبها أن يصفها، تنقلت بين رسائل تتنوع في طرحها لتقدم المعلومة الطبية والتاريخية، وأساليب اجتماعية راقية في التعامل مع الأسرة، إلى جانب إشارات سياسية عن أشخاص ودول لا

(*) مجلة الإعلام والاتصال (١٤٩) محرم ١٤٢٢هـ - ديسمبر ٢٠١٠م.

يخضى على كل متابع أن يدرك كنهها. وبما أن (شيطان الإعلام)، إن صحت التسمية، لا يفارقني قياساً على الشعراء مع شياطينهم، فقد استوقفتني في هذه الأقصوصة بعض الرؤى الإعلامية التي يمكن الحديث عنها، وإن رأى البعض أن في ذلك بعض المبالغة في النظرة أو الاستنتاج.

في الرسالة الثالثة يقول المؤلف في حديثه عن كتابة السيرة الذاتية: "حتى، ولو كانت سيرة ذاتية هناك أشياء لا يجوز أن يطلع عليها أحد ...". بهذه العبارات يضع اليد على الجرح؛ فكثيراً مما يكتب ويقال عن الحوادث والأشخاص يتجاوز الكتاب والصحفيون فيه حدود المهنية إلى المبالغة والتهويل، وسرد تفاصيل وأحداث ليست ذات قيمة أو مدلول خبري؛ فيكشفون الأسرار ويدخلون في خصوصيات كان من الأولى الحفاظ على سريتها. وفي كل يوم تطالعنا الصحف والبرامج بنماذج من هذا الطرح الذي قد يؤدي في نهايته إلى شكاوى ترفع ومطالبات بعدم الحديث عن أسرار الناس وخصوصياتهم.

في الرسالة الخامسة يرسم لنا الكاتب الصورة المثلى لمن أراد أن يؤثر في جمهوره من المتلقين؛ فهو لا يمكن أن يكون مؤثراً إذا كان يقرأ من ورقة، أو يتكلم وهو ينظر أمامه فقط، أو يتحدث وهو يرفع رأسه إلى السقف. كلنا يدرك أهمية الوضع الذي يظهر به من أراد أن يوجه رسالة إلى أي جمهور من المتلقين، وأن هذا الوضع، أو الهيئة يؤدي دوراً أساسياً في قبول الرسالة الموجهة، والإيمان بما فيها وتبنيها. هذا يندرج بطبيعة الحال على رجال الإعلام، وخاصة في الوسائل المرئية حيث يتحتم عليهم الظهور على نحو يضمن لهم الحد الأدنى من التجاوب والقبول لكل من شاهدتهم. ولعل

في وسائل إعلامنا شواهد كثيرة على مصداقية ما رمز إليه الكاتب حيث يتفاوت قبولنا ورغبتنا في متابعة ما نرى من شخص لآخر، وفقاً لشخصيته والهيئة التي يظهر بها حين تقديم مادته المرئية.

وفي الرسالة نفسها يصنف الدكتور القصيبي "المذيعون" من بين أساتذة الجامعة، والساسة، والدبلوماسيين الذين يتقنون الكلام الحلو المنمق الذي لا يعني أي شيء على الإطلاق. هذا الوصف للمذيعين فيه جزء من الحقيقة؛ فبعضهم، وخاصة في البرامج الحوارية، يستحوذ على النصيب الأكبر من وقت البرنامج في كلام عام لا يضيف جديداً، ولا يزيد على كونه استعراضاً لمهارات فردية محدودة على حساب الوقت المخصص للضيف للحديث عن موضوعه أو مداخلاته مع متصل أو محاور آخر.

مساحيق الجمال التي تحرص المرأة العادية على وضعها والعناية بها لا تغير كثيراً من واقعها الجمالي بعد إزالة هذه المساحيق. أما مع "النجمات"، كما يصفهن المؤلف في رسالته الثامنة، وهذا في رأبي قد يشمل بعض المذيعات، فالأمر مختلف تماماً؛ فهي قد تظهر بصورة تختلف عن واقعها، وعلينا ألا نندفع ونصدر الأحكام المستعجلة على ما نرى على الشاشة، وهذه دعوة ضمنية على أن الأصل في الجمال طبيعته، وهو ما يجب أن يعرف الناس الإنسان به، وجمال المساحيق المصطنع زائل لا محالة.

رحمك الله معالي الدكتور غازي، فقد كنت رائعاً في كل ما كتبت ورويت شعراً كان أم نثراً، وسيبقى ذكرك خالداً تتناقله الأجيال واحداً تلو الآخر.



ـ انهزم المنتخب ـ

وافقدنا إعلام الأزمات*

انهزم المنتخب في قطر، وضاعت فرصة التأهل لدور الثمانية. لست بكاتب ولا محلل رياضي، ولذلك لن أخوض في مسببات هذه الهزيمة وضياع التأهل. ما يعنيني هو أسلوب الطرح والتعامل الإعلامي مع منتخبنا والرياضة السعودية بشكل كامل. من واقع متابعتي المحدودة لما يكتب ورقياً وإلكترونياً لاحظت أن هناك حملة شرسة موجهة ضد منتخبنا بدأت مع بطولة كأس الخليج في اليمن التي لم نحقق البطولة فيها. تارة نلقي باللوم على المدرب، وتارة أخرى على اللاعبين، وثالثة على التخطيط والإعداد. استمرت الحملة في ازدياد مع قرب تصفيات كأس آسيا، وبلغت أوجها عندما فقدنا التأهل.

(*) جريدة عكاظ عدد (٣٥٠٢) ١٢/٢/١٤٣٢ هـ - ١٨/١/٢٠١١ م.

طرحنا الإعلامي اتسم بالعاطفة، وردة الفعل الآنية التي كانت تتحرك في إطار محدود. افتقدنا الكثير من التحليل الصائب للفترة التي كانت تمر بها كرة القدم السعودية. افتقدنا الطرح الموضوعي الذي يقدم النصح والتوجيه للاعب والمدرب. لوم، وتهجم، وتهكم على المنتخب، وتشكيك في النوايا، وإقلال من شأن كل تخطيط أو توجيه لتحسين المستوى.

عندما فقدنا الأمل في التأهل لكأس آسيا كان الجرح عميقاً، ومن هنا انبرت الصحف الورقية والإلكترونية والمنتديات تصب جام غضبها، بلا موضوعية على ما حصل، فتألبت الجماهير الرياضية، وازداد نقدها اللاموضوعي للمنتخب، بل إن البعض بدأ يلامس الثوابت الوطنية، ويشكك في المنهجية الإدارية والحكومية في التعامل مع الأحداث ومن بينها الرياضية.

الإعلام في الأزمان له منهجيات وأساليب غابت عنها الكثير من وسائل الإعلام في بلادنا. كنا نعيش أزمة كروية متأججة، وكان إعلامنا يزيد النار اشتعالاً ويهيج الجماهير، وينتقد المسؤولين، في الوقت الذي كنا نبحث فيه عن طرح موضوعي ومنطقي لواقعنا الكروي، وإرساء قواعد الثقافة الكروية المتميزة التي تنمي لدى المواطن فكراً نيراً يمكنه من فهم ما يدور حوالبه، ويعرف أن لكل بطولة ظروفها، وأن كبار المنتخبات الدولية سبق لها أن ودعت بطولات في مراحلها التمهيديّة.

تصوروا معي وضع لاعبيننا، وهم يقلبون بين أيديهم الصفحات الرياضية في صحفنا ومجلاتنا، أو يتنقلون من منتدى رياضي لآخر. تصوروا، وهم يواجهون هذا السيل العارم من الانتقاص والتشكيك في قدراتهم ومهاراتهم

وتمثيلهم للوطن. كيف يمكن لآمالهم أن تقوى، وطموحاتهم أن تسمو، والآخرون بنقدهم الجائر يرسمون لهم مستقبلاً مظلماً بعيداً عن منصات التتويج في البطولة. كنا نبحت عن إعلام أزمات رياضية يعرف كيف يتعامل مع الجمهور، ويقنعهم بتقبل أي نتيجة يمكن أن تحصل خارج الإرادة مع التقدير لما يبذله المسؤولون واللاعبون من جهد في سبيل تحقيق أي بطولة. كنا نبحت أيضاً عن إعلام أزمات يبث روح الأمل ويساند اللاعبين ويشجعهم على تحقيق الأفضل بدلاً من كيل الانتقادات والانتقاص من القدرات، وتكون النهاية زيادة الجرح وهزيمة يتحدث عنها القاصي والداني.



ـ رجع الصدى* ـ

كم هو جميل أن تسمع أو ترى رجع الصدى لأي رسالة تصدر منك، مرئية كانت، أم مسموعة، أم مقروءة. قد لا يكون هذا الرجع للصدى إيجابياً في كل الأحوال، ولكنه يشكل المؤشر نحو القبول أو الرفض لمضمون الرسالة. في المحافل الكبيرة، وحلقات النقاش، والمحاضرات يلحظ كل من يخاطب الحضور ردة فعلهم الآنية هتافاً كانت، أو تصفيقاً، أو صمتاً مطبقاً كي لا تفوت كلمة مما يقال.

في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة تتسع الدائرة، خاصة في البرامج المباشرة وتنهال المكالمات، والرسائل القصيرة بين مداخلة، وإبداء ملاحظة،

أو انتقاد ومعارضة لما يقال. هذا التواصل المباشر ووسائل رد الفعل المتاحة نسجت جداراً من الحذر والتحسب حول المتحدث. هناك من يسمعه، أو يشاهده، ومن ثمَّ هناك من سيتحدث، ويبدى الرأي ولو بعد حين، ولا مجال لترك الحبل على الغارب. هنا لا فرق بين من يعرض فكراً أو يروج لنظرية، أو يتناول قضية أو مشروعاً بالشرح والتحليل.

صحافتنا اليوم، ورقية كانت، أو إلكترونية كرسست مفهوم رجع الصدى عندما أتاحت التعليق على كل عمود يكتب أو تقرير ينشر، أو وجهة نظر تطرح. بعض هذه التعليقات تصل إلى المئات وهي، إن كانت لا تعكس عدد من قرأ، أو لاحظ إلا أنها تؤصل لعلاقة تفاعلية بين الكاتب وجمهور المتلقين. بعض المطبوعات تحدد وقتاً لكتابة التعليقات، وبعضها يترك المجال مفتوحاً، ولكل وجهة نظر يتبعها. فالنوع الأول يهدف إلى حث من يقرأ على أن يكون متابعاً يومياً دائماً. وقد يعود السبب لأمر فنية تتعلق بالاستيعاب وسرعة التصفح، أو صعوبة توافر كوادر مراقبة دائمة. أما النوع الثاني فيمكن النظر إليه على أنه الناشر طويل النفس الذي يسعى لكسب أي عدد من القراء أو المتصفحين، ولو بعد حين.

في ضوء هذا الزخم الهائل من التعليقات على المادة الإعلامية تزداد الحاجة إلى ما يمكن أن نسميه (ثقافة التعليق) وهي تعني في أبسط صورها أن يحمل التعليق مضامين نقد هادفة تساعد كاتب الرسالة على أن يتعرف على وجهات النظر حيال ما كتب، وعلى أن يكون طرحه في المستقبل، لذات الموضوع أو غيره، أكثر شمولاً وشفافية. بعض التعليقات تهبط بمستوى

الحوار إلى درجات متدنية تصل إلى البذاءة والابتذال بلغة حوار شوارعية، إن صح التعبير، وبعضها الآخر يترك ما كتب أو قيل جانباً، ويصب جام غضبه، ويحول تعليقه إلى نقد شخصي يصل في بعض أشكاله إلى القذف والتجريح، أو يتحدث عن أمور أخرى لا علاقة لها بالموضوع مدار النقاش. هذا النوع من التعليقات يحتاج منا جميعاً إلى تبني مواقف محددة، وفي إطارها تقع مسؤولية كبيرة على صاحب الوسيلة في وضع حد للتعليق المبتذل وترشيده لكي نصل في النهاية إلى آليات فعالة، ونستفيد من وسائل اتصال متاحة في الرقي بحوارنا وثقافتنا إلى المستوى الذي ننشده، والذي يوصل إلى مزيد من المعرفة وسعة الاطلاع، والإصلاح لكل ما يهم حياتنا ومجتمعنا.



_ ساهر _

الحاسة السابعة*

نظام ساهر للرقابة المرورية، منذ أن تم إقراره قبل أشهر عدة في الرياض، وهو حديث المجالس. البعض يؤيد، والبعض يستنجد طالباً بالإيقاف، والآخر يدعو إلى تخفيف الغرامات وإعطاء فترة استخدام تدريجية، حتى يتعود سائق المركبة على هذا النظام.

لا نكاد نفتح صحيفة إلا وهناك من يكتب عن ساهر.. مقالة أو خبراً. حين نقود مركبتنا في أي طريق نلتفت يمناً ويسرة باحثين عن لوحات

(*) جريدة عكاظ (٣٤٩٥) ١٤٣٢/٢/٥ هـ - ٢٠١١/١/١١ م.

تحديد السرعة، أو مكان كاميرات وسيارات المراقبة (الساهرية) إلى حد يضعف فيه تركيزنا على القيادة السليمة.

هذا الاستشعار، وهذا التلمس عن بعد كَوْن لدينا ما يمكن تسميته الحاسة السابعة أو حاسة (ساهر). إنها ببساطة تعني القدرة على الرقابة والمتابعة الذاتية لكل ما يدور حوالينا، وأخذ الحيطة والحذر تجاه كل تصرفاتنا وكأَن الجميع يراقبنا فيما نقول أو نفعل. الدافع قد يكون الرغبة في الانقياد وتطبيق الأنظمة واللوائح، وقد يكون الخوف من العقوبات ودفْع الغرامات.

في تعاملنا مع وسائل الإعلام هل يمكننا أن نستخدم حاسة (ساهر) للتعامل مع كل ما نسمع ونرى ونقرأ...؟ مئات، أو آلاف الرسائل توجه لنا يومياً وتمر مرور الكرام دون تأمل أو تدبير، فما العمل؟ إنها دعوة بأن نستشعر أهمية الرسالة الإعلامية الموجهة إلينا وأثرها علينا، وعلى كل المحيطين بنا من أفراد أسرنا ومجتمعاتنا. لا نريد فتح الأعين وإصغاء الأذان فقط، ولكن نريد رؤية متكاملة وإدراكاً لخطر الأثر الذي يقع علينا قياساً على عقوبات وغرامات (ساهر) الحقيقي.

المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تحتم علينا ألا ندع الحبل على الغارب، وأن نقول للمخطئ أخطأت، ونرشده إلى الطريق الصحيح. لو تعاملنا بهذه الروح مع كل ما يصل إلينا من رسائل إعلامية لأمكننا التأثير في مصدر هذه الرسائل، وتغيير الكثير من المفاهيم الخاطئة. حين نشاهد برامج للأطفال مع أفراد أسرتنا، ونرى أن فيها مخالفة لما نؤمن به، وتربينا عليه،

علينا أن نحرك (الحاسة السابعة) لدينا، ونوضح لأطفالنا الخطأ والصواب، ونتواصل مع مصدر الرسالة أو من يقف وراءها بأي وسيلة. وهكذا لو قرأنا مقالة أو خبراً، أو استمعنا إلى برنامج احتوى على مخالفة صريحة للخط العام الذي نسير عليه.

استشعار المسؤولية، والتجاوب باتجاه تصحيح الخطأ كفيل، على المدى البعيد، بأن ينمي لدينا الرقابة الذاتية، وكفيل أيضاً بأن يشعر الآخرين بأن هناك من يتابع ويحرص على مصداقية وأخلاقيات كل ما يبث في وسائل الإعلام، ومع مرور الوقت سنصل إن شاء الله إلى مرحلة التبني الكامل لهذه الحاسة على كل المستويات، ومن ثمَّ الخروج برؤية إعلامية ناضجة سليمة تهتم ببناء الأخلاق والقيم السامية الرفيعة لدى الفرد سواء كان مرسلأ أو مستقبلاً لأي رسائل إعلامية.



– سؤال –

في غير محله*

لو استعرضنا القنوات التلفزيونية العربية، وما تقدمه من برامج حوارية ناجحة لوجدنا أن عددها لا يتجاوز عدد أصابع اليد، وأعني بهذه البرامج تلك التي عندما تبدأ في مشاهدتها لا تملك إلا أن تستمر في المتابعة حتى نهايتها. صحيح أن بعض هذه البرامج تعتمد قوة بعض حلقاتها على شخصية الضيف، أو أهمية الموضوع، ولكن هذا لا يعني التقليل من أهمية من يدير الحوار، من حيث إن عليه أن يعرف ضيفه، ويختار أسئلة كفيلة بتحقيق عنصري المتابعة والتشويق، ناهيك عن الجودة في الموضوع وأسلوب الطرح.

(*) جريدة عكاظ (٢٢٠١) ٧/٤/١٤٣١ هـ - ٢٢/٣/٢٠١٠ م.

في البرامج الحوارية الناجحة، هناك ما يعرف بضريق البحث، ومهمة أفراد هذا الضريق جمع المعلومات والبيانات عن الموضوع المراد الحديث عنه، أو الشخصية المستضافة، وتقديمها لمن سيعد ويقدم البرنامج لتكون عوناً له، يضاف إلى ما لديه من معلومات. من هنا نجد أن مقدم البرنامج أمامه كتاب مفتوح عن الضيف، أو الموضوع يتنقل بين صفحاته، ويختار ما يناسبه من أسئلة ومحاو. الضيف بدوره سيقف مشدوهاً من حجم المعلومات المتوافرة عنه لدى مقدم البرنامج، حتى إن بعضهم يقول للمذيع المحاور: أنت تعرف عن نفسي أكثر مما أعرف، ومن ثمَّ نجد أن الضيف يحترم من يحاوره، ويحرص على أن يجيب بمعلومات لا مجال فيها للمراوغة أو التسويف. ولعلي في هذا السياق أتذكر برنامجي (خليك في البيت) لزاهي وهبي، و(إضاءات) لتركي الدخيل.

لقد شاهدت الكثير من الحوارات التلفزيونية مع شخصيات مميزة، ولكن من أدار هذه الحوارات أخذ يكرر ويعيد أسئلة ومحاو سبق أن تحدث فيها الضيف قبل فترة قصيرة لوسائل أخرى، وأصبحت أجوبتها معروفة للملا.. فلماذا التكرار؟! ولتقريب الصورة أكثر وأكثر دعوني أضرب مثلاً واقعياً لما تحدثت عنه: معالي الدكتور عبد العزيز خوجة وزير الثقافة والإعلام رجل منفتح على جميع وسائل الإعلام، ومنذ توليه مهمات الوزارة، استضافته عدد من محطات التلفزيون والصحف، وألقى كلمات في عدد من المناسبات، وأجاب عن أسئلة متعددة في الحوارات، إضافة إلى ما نشر وينشر عنه في الفيس بوك. وفي كل مرة نجد أن هناك أسئلة تتكرر، وطروحات لم تتغير على الرغم من قصر المدة بين كل لقاء والآخر. فكم من مرة سأله سائل عن فصل الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء السعودية عن الوزارة وتحويلها

إلى مؤسسات خاصة، وكم من مرة سئل عن فصل الثقافة عن الإعلام، وعن الترخيص للصحف الإلكترونية وتنظيمها، وعن معايير رقابة الكتاب وفسحه للطباعة... إلخ. في كل مناسبة يضطر معاليه لتكرار ما قاله، مع أن لديه الكثير مما سيقوله من أشياء جديدة لو وجهت إليه الأسئلة المناسبة. هنا نسأل: هل العبرة في أن نحظى بمسؤول كي نسأله أو أن نسأله سؤالاً في غير محله؟

لو توجهنا إلى الصحافة لوجدنا ضرباً آخر اسمه (الجهل بالموضوع) في الحوارات الصحافية، وهذا أدهى وأمر من تكرار الأسئلة. بصفتي متحدثاً رسمياً باسم وزارة الثقافة والإعلام أتلقي العديد من اتصالات الزملاء الصحفيين يسألون عن كل كبيرة وصغيرة. أحدهم سألني عن شعوري بمناسبة تكريمي في مناسبة ليست هي التي سأكرم فيها، مع العلم أن الخبر الصحيح منشور في المطبوعة التي يعمل فيها، وهو لم يكلف نفسه قراءتها. وآخر يسألني عن أمور تخص السياسة الخارجية للمملكة ولا علاقة للإعلام بها، وثالث يسألني بكل ثقة مستنداً على إشاعة لا أساس لها من الصحة. هؤلاء تنقصهم ثقافة المتابعة الصحفية والثقافة العامة، وأجدني أتمس العذر لبعضهم لحدائث سنهم في الحقل الصحافي، ولكن لا يمكن أن أجد العذر لبعض المحسوبين على الصحافة ممن أمضى فيها سنوات طوالاً عندما يسأل سؤالاً ينم عن جهله بهيئة الصحفيين وألية عملها، وكيفية ارتباطها بوزارة الثقافة والإعلام، وهنا أكرر ما سبق أن قلت: إن السؤال في غير محله..!



ـ سيول جده ـ

وإعلام الكوارث*

غدًا الأربعاء تكمل محافظة جدة أسبوعها الأول بعد أن تعرضت لكارثة السيول الجارفة التي أتت على الأخضر واليابس في أحياء متعددة جنوب المدينة وشرقها. القتلى تجاوز عددهم المئة (رحمهم الله)، والخسائر بمئات الملايين، وإصلاح ما دمرته السيول يحتاج إلى المليارات.

منذ اللحظات الأولى لوقوع الكارثة ووسائل الإعلام باختلاف أنواعها تتابع الحدث، وتعطي أدق التفاصيل المصحوبة بالصور المتحركة أو الثابتة

(*) جريدة عكاظ (٢٠١٩) ١٣/١٢/١٤٣٠ هـ - ١/١٢/٢٠٠٩ م.

تلفزيونياً وصحفيًا على مدى الأيام الماضية. أبى معظم كتاب الأعمدة في صحافتنا إلا أن تكون كارثة جدة محوراً لكتاباتهم وتساءلوا عن أبعادها، ومن المسؤول عنها، وماذا يجب عمله في المستقبل. المرسلون والمحرون انبروا بدورهم لنشر ما لديهم من تحقيقات ولقاءات تركزت في مجملها على ما حصل في جدة، ونقل مشاعر أسر المتوفين والمتضررين.

هذه التغطية الإعلامية المكثفة التي تميزت في طرحها بالشفافية والصراحة التامة وكشف (المستخبي) جاءت مجسدة لما يسمى بإعلام الكوارث الذي من أهم سماته:

- نقل الصورة الحقيقية لحجم الكارثة، وإيضاح الأماكن التي شملتها، وبيان مقدار الخسائر من مبانٍ وسيارات وطرق، ومن ثمَّ كسب تعاطف جميع فئات الشعب من جراء ما حدث.
- إثارة تساؤلات حول مسببات الكارثة، وكيف حصلت، وخطة الطوارئ المفترضة، ولماذا يتم السماح لكثير من التجاوزات ما أدى إلى وقوع الكارثة في وقت كان من الممكن تلافي ما حدث أو التخفيف منه على أقل تقدير.
- طرح تساؤلات عن المستقبل، وماذا سيتم عمله لتلافي ما حصل، وضرورة وضع خطط تختلف عما كان الوضع عليه في الماضي، فالتجربة خير برهان، والمؤمن لا يلدغ من جحر واحد مرتين.

هكذا طغت سمة (إعلام الكوارث) على معظم وسائل إعلامنا في الأيام الماضية، التي قامت بدورها بشكل جيد بداية بنقل المعلومات عن الحدث، ومن ثم التساؤل عن المتسبب والمطالبة بمحاسبته، وأخيراً الاستفسار عن الرؤية المستقبلية، وما سيكون عليه الحال من حيث التخطيط وتجنب تكرار المأساة.

أمل ألا يفهم أن وسائل إعلامنا بكتابتها وأخبارها المكتوبة والمصورة، وإن كان فيها شيء من القسوة، كانت تهدف إلى النيل من فلان أو بيان قصور إدارة بعينها دون سواها، وإنما واقع الحال وحجم الكثافة فرضا عليها القيام بهذا الدور، والكتابة والتغطية الخبرية بهذه الشفافية انطلاقاً من رسالتها الإعلامية في خدمة المجتمع وتزويده بما يحتاج إليه، والحرص على كل ما فيه صالح أبنائه في كل الظروف والأحوال.



ـ السليمان .. الشترين .. الفرـ .. ماذا تريدون؟*

تتخيل أحياناً أن سكوتنا عن الأشياء أو الانتقادات سيؤدي في النهاية إلى نسيان الناس لها أو إسدال الستار عليها كما هي. الوضع اختلف الآن، ازداد الوعي الثقافي والمعرفي، تعددت وسائل الإعلام، وتعددت قنوات الاتصال بين الأفراد والجماعات كماً وكيفاً. في النهاية لا مجال لدفن الرأس في الرمل والاعتقاد أن الآخرين لا يرون.

في أعقاب مشاركتي في (ندوة الأخطاء الطبية وآلية التعامل معها) وتقديمي ورقة عمل في تلك الندوة انبرى لي بعض الزملاء من الوسط

(*) جريدة عكاظ (٣٢٢٢) ٢٨/٤/١٤٣١هـ. ١٣/٤/٢٠١٠م.

الصحفي (خالد السلیمان-داود الشریان-خالد الضرم)، وكتبوا مقالات انتقدوا فيها ما قدمت من طروحات في ورقة وزارة الثقافة والإعلام^(١)، وتم إظهاره بمظهر من يقف ضد الصحافة والصحفيين ... ولهؤلاء زملاء أقول:

إن كنتم أطول مني بآعاً في الصحافة، حيث سبقتوني بسنوات طويلة، ولكن هذا لا يعني أنني بعيد عن الوسط الإعلامي، فسجل خدماتي فيه يمتد لأكثر من ٣٧ عاماً قضيتها متنقلاً بين الإعلام المسموع والمرئي والمقروء.

ذكر الزميل خالد السلیمان في مقالته بعنوان (ندوة الأخطاء الطبية أم الصحفية): "إن كتّاب الصحافة كانوا هدفاً للهجوم في الندوة وللأسف أن ظهرهم كان مكشوفاً لتلقي الضربات وربما الطعنات"، وسألني عن نماذج المقالات التي استعرضتها في الورقة التي قدمتها .. وهل هي تمثل الإعلام أم آراء كتابها .. ويقول: إنني أدرك الفرق بين مسؤولية الرأي ومسؤولية الخبر^(٢).

عزيزي خالد: أنت تعلم أنني لا أوجه ضربات ولا طعنات لظهور مكشوفة، وإنما أعمد إلى المواجهة وسماع الرأي، والرأي الآخر ... وأنت تعلم أيضاً أن المقالات أكبر أثراً في جمهور المتلقين، وهي التي تعمل على تغيير المواقف... كيف لا وكتاب الأعمدة في الغالب هم من صفوة رجال الفكر والمعرفة، وجمهور القراء يسمع ويستجيب لهم إيماناً منه بأن هذا الكاتب يملك من القدرات والمعرفة ما يتيح له إبداء الرأي الصواب تجاه أي موضوع... ومن

(١) للاطلاع على كامل ورقة الوزارة (انظر المرفقات).

(٢) عكاظ (٣٢١٦) ٢٢/٤/١٤٣١هـ-٧/٤/٢٠١٠م، لقراءة المقال كاملاً (انظر المرفقات).

هنا، فلا يمكن مقارنته بمحرر أو مراسل قد تكون الظروف ساقته للحصول على معلومات خبرية نشرها دون تثبت وسابق خبرة... حتى إن بعضهم لا يزال يعمل بنظام القطعة.

هناك في الإعلام الذي درسناه ما يسمى مصداقية المصدر (SOURCE CREDIBILITY) وهذا المصدر كلما كان مؤثراً وله صيت وسمعة في الوسط الذي يعمل فيه كان أدهى للتأثر به والقناعة بما يقول، وهذا ينطبق على كاتبى المقالين اللذين استشهدت بهما، وأعتقد أنه لا يصعب عليك معرفتهما مستعيناً بالزميل (GOOGLE).

الزميل داود الشريان في مقاله في صحيفة الحياة بعنوان (أضعف الإيمان، خطف الإعلام الرسمي) انتحى منحى آخر متهما وزارة الثقافة والإعلام بالتعقيم على الحقيقة، وإنها لا تزال تعتقد أن النقد هو انتقاص من قدرات البلاد، وخط من هيبة الحكومة، وأن ما قلته في مداخلتى يتناقض تماماً مع بيان مجلس الوزراء الذي طالب، برئاسة الملك عبدالله، بالعمل على ترسيخ مبدأ الشفافية والمساءلة، ودعم مؤسسات المجتمع المدني في تطوير أنشطتها الإنمائية^(١).

عزيزي داود: أعتقد أنك انتقيت في مقالتك عبارات من ورقة العمل التي قدمتها خلال الندوة بما يخدم وجهة نظرك، وتجاهلت ما قلته في الورقة من أن (وزارة الثقافة والإعلام لا ترغب، وليس من سياستها مصادرة

(١) جريدة الحياة ٧/٤/٢٠١٠ لقراءة المقال كاملاً (انظر المرفقات).

الحرريات في الخبر أو المقالة أو التقرير) قبل أن أقول: (ولكنها في الوقت نفسه لا يمكن أن تدع الحبل على الغارب لكل من أراد أن يسيء أو ينتقص من قدرات هذا البلد سواء في مجال الطب أو غيره دون وجه حق). فهل تريد للوزارة أن تدع الحبل على الغارب وتتخلى عن دورها في الحفاظ على خطاب إعلامي متوازن؟!

أما ما يتعلق بالشفافية فلعلك أيضاً لم تقرأ ما ذكرته في ورقتي من أن (وزارة الثقافة والإعلام لا تقف أمام الشفافية في الطرح، وتحديد المقصر ومحاسبته جراء ما فعل إذا ثبت تقصيره، وهي تدرك تماما أهمية تناول وسائل الإعلام قضايا تمس حياة الإنسان باعتبار هذه الوسائل مرآة تعكس واقع المجتمع ومتطلباته. والوزارة في الوقت نفسه تتمنى أن تتاح الفرصة لكل شخص أو مؤسسة تعرضت للنقد بسبب خطأ طبي لإيضاح وجهة نظره وما يرغب في قوله رداً على ما قيل أو كتب، فلربما خفيت الحقيقة، أو حاول الشاكي إخفاءها رغبة في الإثارة والتهويل واستمالة الآخرين للتعاطف معه والقناعة بشكواه).

هل ترى عزيزي داود في هذا الكلام أي وقوف لوزارة الثقافة والإعلام ضد الشفافية؟ إن الذي أراه هو تجسيد للشفافية التي دعا إليها خادم الحرمين الشريفين حفظه الله.

الزميل خالد الضرم في مقالته بعنوان (جدليات صحافية على طاولة الأخطاء الطبية) وفي إطار حديثه عن ورقة العمل التي قدمتها ركز على

الفروق بين مقالات الرأي والمادة الخبرية، وهو بذلك يعزف على الوتر الذي عزف عليه الزميل خالد السليمان^(١).

هنا لا أريد أن أكرر ما قلته في بداية مقالتي من تأثير وتأثر الجمهور بما يقوله صاحب الرأي المميز، ولكن أريد أن أوضح أنه لا توجد حرية مطلقة في أي وسيلة إعلامية، والرأي متى ما كان صاحبه متجنباً أو مجانباً للحقيقة فلا بد لأحد أن يفهمه ذلك، كما أن الصحفي صاحب الخبر المقدس (كما يقول خالد) لا اعتراض لنا عليه إلا إذا أورد أخباراً مغلوطة أو أصدر أحكاماً مسبقة تجاه أي حادثة دون التثبت وقبل أن تقول الجهة المختصة رأيها.

أخيراً لا بد من القول: إن (ندوة الأخطاء الطبية وآليات التعامل معها) لم تخرج بتوصيات لتبرئة وزارة الصحة من كل خطأ طبي، ولكن يكفي أنها حركت المياه الراكدة وجعلت باب الحوار والنقاش مفتوحاً حول موضوعها، وكانت فرصة لجميع المعنيين لتبادل وجهات النظر ومعرفة ما يدور في الأفق، وكيف يكون التعامل الصحيح مع الخطأ الطبي وأهمية تلافيه قدر الإمكان لما فيه الصالح العام. ولو حالف التوفيق وزارة الصحة وساعدتها الظروف في تحقيق ما خرجت به الندوة من توصيات لرأينا نتائج إيجابية في مسيرة بلادنا نحو خدمات صحية متكاملة.



(١) جريدة عكاظ (٢٢١٥) ٢١/٤/١٤٣١هـ. ٦/٤/٢٠١٠م.

ـ الأخطاء الطبية ـ

عود على بدى*

اطلعت على الإحصائية التي أصدرتها الهيئات الصحية بالمملكة في الشكاوى التي ترفع ضد مرتكبي الأخطاء الطبية، والتي بلغ مجموعها (٦٧٠) قرارًا تم النظر فيها عبر (١٨٠٢) جلسة ضمن نظام مزاوله المهن الصحية الذي أقرته وزارة الصحة لتحقيق كفاءه الخدمة دون إهمال. وقد بلغ مجموع القرارات التي ليس بها إدانة، سواء للحق الخاص، أو العام (٢٤٩) قرارًا ما يعني أن هناك (٤٢١) قرار إدانة.

(*) جريدة عكاظ (٣٣٦٢) ٢١/٩/١٤٣١هـ.. ٣١/٨/٢٠١٠م.

بإعلان هذه الإحصائية الرسمية، ودون الخوض في تفاصيلها، تعود بي الذاكرة إلى ندوة (الأخطاء الطبية وآلية التعامل معها)، التي نظمتها وزارة الصحة في ١٩/٤/١٤٣١هـ بمشاركة وزارتي العدل، والثقافة والإعلام. في تلك الندوة كان محور الإعلام والنشر واحداً من أهم المحاور مدار البحث والنقاش، حيث طالب المسؤولون في وزارة الصحة بضرورة تحري الدقة عند نشر المعلومة عن أي خطأ طبي، وعدم المبالغة والاستعجال في إصدار الأحكام على المستشفى أو الطبيب قبل ظهور نتائج التحقيق وعرضها على اللجنة المختصة. بينما يرى الصحفيون ضرورة منحهم الحرية الصحفية الكاملة لنشر الخبر وفق مصادرهم ومعلوماتهم لحظة وقوع الحدث، وأن التأخر في النشر يفوت فرصة السبق الصحفي ونشر أخبار المجتمع.

في ورقة العمل التي قدمتها للندوة، باسم وزارة الثقافة والإعلام، أشرت إلى أن الوزارة، بما لديها من أنظمة وثوائح، تسعى إلى التأكد من أن الوسائل الإعلامية، تتعامل مع الأخطاء الطبية في إطار مهني متوازن، وبما يحافظ على أخلاقيات المهنة، ويوصل المعلومة الصحيحة إلى الجمهور دون انفعالات أو تأليب^(١). ما قلته في ورقة العمل هذه، لم يلقَ القبول والرضا من زملاء المهنة، ونظروا إليها على أنها محاولة لمصادرة الحريات، والتكتم على الحقيقة، وكتبت مقالات انتقد كاتبوها ما ورد في ورقة العمل، ونظروا إليه على أنه نوع من مصادرة الحريات والتكتم على الحقيقة، في الوقت الذي أكدت فيه، وأكد فيه المسؤولون في وزارة الصحة خلال الندوة على أن مبدأ

(١) للاطلاع على ورقة العمل كاملة (انظر المرفقات).

الخطأ الطبي وارد، ولكن لا بد من التثبت من الجهات المختصة قبل إصدار الأحكام من قبل الصحفي أو الكاتب بناءً على معلومات ناقصة تلقاها من أقرباء المريض، أو من أحد العاملين في المستشفى.

اليوم، وينشر هذه المعلومات المفصلة عن الأخطاء الطبية، والقرارات التي صدرت بشأنها، ومن تسبب فيها نعود لنؤكد مرة أخرى على ما سبق أن قلناه من أن الخطأ الطبي أمر لا يستبعد وقوعه، وأن ما يقع من هذه الأخطاء هو محل متابعة وملاحظة من الجهات المختصة في وزارة الصحة وغيرها. وصدور قرارات بالإدانة بما يقارب ثلثي القضايا المعروضة على الهيئات الصحية الشرعية فيه التأكيد على مبدأ الشفافية والعدالة.

أمل أن تكون الصورة الآن أكثر وضوحاً لدى رجال الإعلام والصحافة عند تناولهم مثل هذه القضايا، وكل ما عليهم عمله هو التثبت من المعلومة، وأن العدالة ستأخذ مجراها بعد اكتمال العناصر كافة وجمع المعلومات، وبلا محاباة لأحد، وهو أمر قد يطول أو يقصر وفقاً لظروف كل قضية.



ـ ماجد وغالب ـ

جيل الرواد*

(من جيل الرواد) عبارة نستخدمها للتعبير المقرون بالإطراء والإشادة لمن عمل، وأحسن الأداء في عمله خلال فترة زمنية تشكل جزءاً من تاريخ البلاد وثقافتها. في هذه الأيام نقول: (فلان) كان من جيل الرواد، وننطقها بحسرة لشعور كامن بداخلنا أن مثل هذه النوعية من المبدعين لن تتكرر.

على صفحات هذه الجريدة استمتعت في الأسابيع الماضية بقراءة لقاءين مطولين مع الزميلين ماجد الشبل وغالب كامل، وهما في نظري يرمزان

(*) جريدة عكاظ (٢٩٧٠) ١٢/٨/١٤٣٠هـ - ٤/٨/٢٠٠٩م.

لجيل من الرواد في الإعلام المرئي والمسموع اختفيا عن الشاشة وابتعدا عن الميكروفون بعد سنوات حافلة بالعطاء والإنتاج المميز. قرأت في اللقاءين لمحات مضيئة من سيرتهما الشخصية وأرائهما، وأعادا إلى الذاكرة كثيراً مما قدما من أعمال إعلامية لا يزال صدى بعضها يتردد في ذاكرتنا إلى اليوم. لقد سعدت بالعمل مع ماجد وغالب فترة تزيد على العشرين عاماً مرت علينا فيها الكثير من المواقف، وعملنا في بيئة ما يسمى (إعلام الأزمات) حين كانت منطقة الخليج تتعرض لأحداث وتطورات سياسية كبيرة. اليوم أقف وأمامي صورة لعدد من الزملاء الشباب الواعدين في مجال التقديم الصوتي والمرئي، وأسأل: هل سيتحقق لهم ما تحقق لـ ماجد وغالب، وغيرهما من الرواد القدامى، من التميز الذي يستحق التقدير والإعجاب والبقاء في الذاكرة طويلاً؟ كلي يقين أن التميز للمذيع ليس بالأمر الصعب، ولكنه يستوجب العمل الدؤوب والإخلاص والالتزام، إضافة إلى الثقافة العامة، وسرعة البديهة، وحسن التعامل مع الآخرين. لا أذكر أنني صادفت أي إشكالية في تعاملي مع ماجد وغالب، وخاصة في احترام الوقت وهو مهم جداً في نشرات الأخبار سواء في الإذاعة أو التلفزيون. في المقابلتين لم يحاول أي من ماجد أو غالب النيل من زميل أو العتب على آخر، وكان بإمكانهما ذلك، وهنا يبرز سمو الأخلاق والثقة بالنفس وحسن التعامل.

قدم ماجد في لقاءه ومضات يمكن لمذيعي اليوم أن يستتبروا بها في حياتهم العملية، حين قال: "تريد أن تكون مذياعاً اسلك الطريق الصحيح وحسن من أدائك ولغتك، وعليك أن تكون طبيعياً وغير مفتعل؛ لأن الناس كلها تحس هذه الأمور في المذيع (باللاشعور) فتعرف أنك جيد". كما قدم

غالب كامل في لقاءه بعض أساسيات مهنة المذيع الناجح، حين قال: "من العيب أن يخطئ المذيع في النحو، أو أن يخلط بين العامية والفصحى... القدرة على الارتجال هي التي تصنع الفارق، وتصنع المذيع المميز، وهذه القدرة تنمو بالقراءة المستمرة والمتنوعة ومعرفة شيء عن كل شيء".

حينما أقدم نموذجين ممن تربح على كرسي إعلامنا المرئي والمسموع لسنوات طويلة أهمس في أذن كل من انبرى لهذه المهنة من شبابنا اليوم، وهم كثير، وأقول لهم: إن الطريق ليس بالسهولة التي تتصورونها، والوصول إلى قمة المجد يتطلب صبراً وعزيمة قوية وحسن استعداد... لا تنساقوا وراء الأضواء الوقتية المبهرة التي سرعان ما يخبو نورها، ويختفي من كان واقفاً تحتها... قفوا تحت نور دائم لا ينطفئ، يستمد قوته وطاقته من العمل الدؤوب والثقافة وصقل الموهبة وحسن التعامل مع الآخرين، وسيكون التفوق والريادة حليفتين لكما إن شاء الله.



من يقدم على هذا الزواج؟!*

هل هي العنوسة؟ أم هي الرغبة من قبل صاحب الإعلان في الحصول على أكبر عدد من الراغبين أو الراغبات في الزواج من أي منهما؟ أم هي محاكاة الآخرين، والتظاهر بأننا شعب متفتح يستخدم أساليب وطرقاً جديدة في اختيار شريك أو شريكة للاقتران بها.

قنوات تلفزيونية كثيرة حصرت نشاطها في عرض أسماء أعداد كبيرة من الرجال والنساء الراغبين في الزواج، وتجد أمام اسم كل منهم لمحة مختصرة

(*) جريدة عكاظ (٣٤١١) ١١/١١/١٤٣١هـ. ١٩/١٠/٢٠١٠م.

عنه أو عنها، ومواصفات الطرف الآخر الذي يرغب الاقتران به. مواقع إلكترونية عديدة سلكت الأسلوب نفسه، وتفننت في عرض مواصفات من يرغب في الزواج. أما الصحافة المكتوبة فهي بدورها لاتزال، خاصة المجلات تزد صفحات معينة تحمل أسماء، مثل (النصف الآخر) لتتشر قوائم الراغبين في العثور على من يكمل نصفهم الآخر.

إلى من توجه أصابع الاتهام في مثل هذه الحالات.. هل المدان وسائل الإعلام بفتحها المجال أمام هذا النوع من (سوق الزواج) على الملأ، وترك الباب مفتوحاً لكل طالب أو طالبة قرب؛ كي يسهبا في عرض مواصفاتهما ورغباتهما فيمن يريدان الاقتران به، أم هل المدان في هذه العملية شريحة من المجتمع حكمت عليها الظروف أن تتأخر في زواجها لسبب أو آخر، ولم تجد أمامها مخرجاً سوى الإعلان عن نفسها لعله يوجد من يرغب في أن يكون النصف الآخر لها.

لا تحضرني نتائج محققة عن عدد الزيجات التي تمت باستخدام وسائل الإعلام، ولكن هل كتب لها النجاح، أم أنها كانت لأغراض شخصية انتهت بعد أن تكشفت الحقائق. ما يدفع لهذا التساؤل هو نوعية الإيضاحات والرغبات التي يسردها كل راغب أو راغبة في الزواج. وخلال تصفحي له ١ إعلاناً في إحدى المجلات عن أناس يبحثون عن النصف الآخر للزواج، وكانوا (٩ رجال - ٦ نساء) وجدت أنهم أجمعوا على أنه تتوفر فيهم إحدى صفتي (الحنان، والرقّة) أو كليهما، إضافة إلى أن ٩ منهم أضاف صفة (يقدر الحياة الزوجية). وهنا نتساءل عن المقاييس والاعتبارات التي يمكن للمرء

أن يخضع نفسه لها كي يتسم بالحنان أو حسن الخلق، وهل هناك من يطلب الزواج، وهو لا يقدر الحياة الزوجية. ثم إن أياً من المعلنين لم يذكر أن لديه صفة سلبية واحدة مثل العصبية، أو التدخين، أو حب السهر، أو غيرها كي يكون الطرف الآخر على علم بها. هل هذا نوع من التدليس، أم أنهم بشر مصطفون لا عيوب فيهم.

في النهاية نحن أمام قوالب تكتب لملء الفراغ، وينقلها كل معلن أو معلنة عن الآخر دون اكتراث بمعناها، ومطابقتها للواقع، وهي لا تقتصر على بلد عربي دون الآخر، أو على فئة عمرية دون الأخرى. من المؤكد أن بعض الزيجات تمت بهذه الطريقة عبر وسائل الإعلام، ولكن كيف تمت، وهل كتب لها النجاح المنشود. أسئلة تبحث عن إجابة. أعتقد أننا الآن أكثر وعياً من السابق، وعلى وسائل إعلامنا أن تضع حداً لهذه الأساليب التي قد يساء استخدامها من قبل أناس قد يكون لهم أهداف، أو توجهات لا تتفق مع ديننا، وأعرافنا، وتقاليد مجتمعا.



- إعلامنا في الحج* -

أكثر من مليوني حاج احتضنتهم المشاعر المقدسة، وقد قدموا من كل فج عميق؛ ليشهدوا منافع لهم، ويذكروا اسم الله عند المشعر الحرام. في كل عام تتكرر هذه الشعيرة الإسلامية المباركة، وفي كل عام تتسابق وسائل الإعلام المسموع والمرئي والمقروء؛ لتغطية فعالياتها وأخبار الحجاج وتنقلاتهم. عشرات الملايين من المتلقين تصلهم رسائل وسائل الإعلام باختلاف أنواعها؛ منهم من يتابع ليعرف ماذا يجري، ومنهم من يتابع ليعرف أخبار صديق أو قريب له أنعم الله عليه بأداء الفريضة. وسائل إعلامنا الحكومية والخاصة، وهي تغطي فعاليات الحج، عليها مسؤوليات جسام من حيث محتوى الرسالة، وشمول التغطية، والاحترافية في النقل.

(*) جريدة عكاظ (٣٤٣٩) ١٢/٩-١٤٣١هـ-١٦/١١/٢٠١٠م.

هناك معانٍ سامية للحج، فهو الركن الخامس من أركان الإسلام، وفيه يقف المسلمون سواسية يؤدون الشعيرة في مكان وزمن واحد، وبزي موحد، وهنا تبرز عدالة الإسلام ومساواته بين بني البشر، ولا فضل بينهم إلا بالتقوى، وهنا أيضاً تتأتى ضرورة أن تقوم وسائل الإعلام بما عليها من مسؤوليات في هذا الجانب لترسم لأصحاب الديانات الأخرى صورة صادقة عن دين الإسلام، وتدفع بعيداً كل من حاول الانتقاص منه أو الإساءة إليه.

وسائل إعلامنا أيضاً، وهي تنقل مشاعر الحج، عليها مسؤولية وطنية واجتماعية كبيرة، فهي معنية بإبراز جهود المملكة وإنجازاتها في سبيل خدمة الحجيج، وتوفير سبل الراحة كافة لهم. هذه الخدمة تبدأ من طلب الحاج تأشيرة الحج، مروراً بالمنافذ باختلاف أنواعها، إلى تنقله في المشاعر، وانتهاءً بمغادرته بعد أداء الشعيرة.

علينا أن نستثمر رغبة وسائل الإعلام الأخرى في كثير من الدول للحصول على مواد إعلامية عن الحج، ونزودها بما تريد في صورة نقية معبرة تعكس مستوى ما وصلنا إليه من رقي وتقدم في المجالات كافة، وتوضح حجم العناية الشاملة التي ينعم بها كل حاج تظاً قدمه أرض المملكة.

هناك من يحاول أن يشكك، أو ينتقص من جهود المملكة، واستعداداتها، وهناك من يعتقد بوجود انتقائية مذهبية، أو ممارسة نوع من الضغوط على فئات من الحجاج عند أدائها شعائر الحج. ولإيضاح الحقيقة، فإن وسائل الإعلام مطالبة بأن تبين أن أبواب المملكة مفتوحة، والخدمات متاحة

لجميع، ولكن في الوقت نفسه لن يسمح لأحد بأن يستغل هذه المناسبة العظيمة في الترويج لأفكار معينه، أو ترديد شعارات مسيئة من شأنها بث الفرقة وتعكير صفو الحج الذي هو رحلة أمن وأمان إن شاء الله.



ـ كيف أرتدك أيها الحاج* ـ

يفد إلينا كل عام ملايين من حجاج بيت الله الحرام والزائرين من مختلف أنحاء العالم. أشكال وأجناس متعددة، لغات ولهجات متفاوتة، تجمعهم وحدة العقيدة والأمل والرجاء من الله سبحانه وتعالى أن يتقبل حجهم وصالح أعمالهم. اختلافات كثيرة بين فئات الحجاج، وتفاوت في أداء بعض الشعائر من حيث الزمان والمكان، وما يردد من أدعية، ويؤدي من مناسك. ممارسات خاطئة يقوم بها بعض الحجاج نتيجة الجهل أو ضيق الوقت أو المكان، وهي أمور تكون حاضرة في ذهننا كل عام، ونحاول البحث عن حلول لها ووضع الخطط التوعوية لإرشاد الحجاج إلى الطريقة المثلى

(*) جريدة عكاظ (٣٠٨٢) ٦/١٢/١٤٣٠هـ.. ٢٤/١١/٢٠٠٩م.

لأداء الشعيرة، والتقييد بما تصدره الجهات المختصة من أنظمة، وتحده من أماكن للإقامة ومسارات للتحرك.

من أهم الوسائل تأثيراً وتعميماً للإرشاد والتوعية - كما هو معلوم - وسائل الإعلام بأنواعها كافة من مقروعة، ومسموعة، ومشاهدة، واستخدام أي منها مرتبط بمن يراد إيصال الرسالة إليه. سفاراتنا في الخارج طرف مهم في إيصال ما نرغب في أن يطلع عليه الحجاج في بلدانهم قبل وصولهم إلى الأراضي المقدسة بالتنسيق مع الجهات المختصة أو متعهدي حملات الحج. هناك فترة زمنية متاحة للتوعية يجدر بنا استثمارها، وهي الأوقات التي يقضيها الحاج في وسيلة النقل خلال أداء الشعيرة والتنقل بين المشاعر في عرفات ومزدلفة ومنى.

صحيح أن لدينا إذاعات تبث بلغات عدة وبتأً تلفزيونياً موجهاً للحجاج في المشاعر، وهاتان الوسيلتان تقومان بدور مهم خلال وجود الحجاج في المخيمات والمقار المعدة لهم، ولكن هذا قد لا يكون كافياً، ومن هنا فعلينا الاستفادة من الوسائل الأخرى المتاحة لإرشاد الحجاج وتوعيتهم، وذلك باستثمار الأوقات الطويلة التي يقضونها في وسائل النقل خلال تحركهم ابتداءً من وصولهم إلى المنفذ وحتى مغادرتهم عن طريقه بعد انتهاء موسم الحج، من خلال تزويد وسائل النقل كافة بتسجيلات مسموعة أو مرئية تتحدث عن الحج، وتتناسب مع تسلسل أوقات أداء الشعيرة وزيارة الأماكن المقدسة، فني الطريق من المطار نتطلع إلى رسائل توعية تتحدث عن أنواع الحج وطواف القدوم ولبس الإحرام... إلخ. وفي الطريق من عرفات إلى

مزدلفة تكون رسائل التوعية عن المبيت وصلاتي المغرب والعشاء والتقاط
الجمرات... وهكذا.

ولكي نضمن تحقيق نتائج أفضل، فإن الحاجة لاتزال قائمة لإجراء
دراسات إحصائية وتوزيع استبانات لأكثر عدد من الحجاج عن الوسيلة التي
يعتقدون أنها أكثر جدوى في إيصال رسائل التوعية لهم. ووفقاً لنتائج هذه
الدراسات الميدانية نكون أكثر قدرة على التخطيط الناجح وتحقيق الفائدة
المرجوة من وراء جميع رسائل التوعية التي يتشارك في إيصالها للحجاج
جهات حكومية متعددة.



ـ مناجاة حاج* ـ

رحلة العمر المنتظرة، كما يسميها بعض حجاج بيت الله الحرام الذين منّ الله عليهم بأداء هذه الشعيرة، تبدأ منذ أن يتقرر بشكل نهائي للحاج أداء الحج، وغني عن الوصف ما يشعر به هذا الحاج؛ فهو يعيش فرحة ما بعدها فرحة، ويسوق البشري للقاصي والداني بما ناله من شرف الحج والزيارة. ومن خلال متابعتنا لبعض ما تبثه وسائل الإعلام رأينا صوراً معبرة لهذه المشاعر، ورأينا الكثير منهم، ويداه مرفوعتان يناجي ربه حامداً شاكراً على ما من الله به عليه. شعور لا يمكن وصفه، أو الإحساس به إلا لمن انتظر سنة بعد أخرى كي يحظى بأداء هذه الشعيرة.

(*) مجلة الإعلام والاتصال (١٤٨) ذو الحجة ١٤٣١هـ - نوفمبر ٢٠١٠م.

منذ أن يبدأ الحاج رحلته من داره في أصقاع بعيدة، وهي رحلة قد تطول أو تقصر، وهو لا يكف عن الدعاء والمناجاة بأن يتمم الله له حجه ويعود إلى داره سالماً غانماً. في مسيره للديار المقدسة، يحث الخطى مسرعاً وكله لهفة ليرى بعينه الكعبة المشرفة، ويشرف بالوقوف أمام قبر الرسول (ﷺ). نلحظ هذه التعبيرات بكل وضوح فيما نرى من صور ونسمع من تعبيرات؛ فهذا أحدهم يبكي خشوعاً، والآخر يسجد شكراً، وثالث يتنقل على كرسي متحرك، ورابع نراه محمولاً على الأكتاف ولسان حالهم جميعاً يقول: لقد أكرمنا الله بالقدوم إلى هذه الديار المقدسة، وهي فرصة قد لا تسنح لنا مرة أخرى، ومن أجل هذا سهل احتمال التعب وتكبد المشقة.

منذ بداية يوم التروية، ومروراً بيوم الوقفة الكبرى في عرفات، ثم مزدلفة ومنى وأعيننا تلحظ بكل دهشة تلك التعابير المؤثرة على وجوه الحجاج وهم وقوف تحت أشعة الشمس يناجون ربهم في يوم الحج الأكبر سائلين التوبة والمغفرة وخيري الدنيا والآخرة. يحالف التوفيق في أحيان كثيرة مصوري التلفزيون والصحافة في التقاط صور تكفي وحدها للتعبير عن أسى معاني الحج، وفي ظل هذا الزخم الإعلامي الكبير في نقل الشعائر يجب ألا يغيب عنا أن هناك ملايين من المسلمين ممن يتابعون أخبار الحجيج خطوة بخطوة وقلوبهم تهفو إلى الله بأن يمن عليهم بالحج في الأعوام المقبلة. مثل هذا التلاقي والتواصل بين من هو في المشاعر وبين الآخرين في ديارهم تقع مسؤوليته الكبرى على وسائل الإعلام، وهي الكفيلة وحدها في أن تنقل صورة صادقة تعكس الواقع، وتطمئن المسلمين بأن أداء الشعيرة يتم في يسر وسهولة.

وسائل الإعلام العربية والإسلامية، في نقلها لأداء هذه الشعيرة، نريدها أن ترسم لآخرين صورة تبين لهم المعاني السامية للحج؛ فهو تجسيد للوحدة وعدم التفريق بين إنسان وآخر لجنسه، أو لونه، أو جنسيته. الكل سواسية، والكل يقف على صعيد عرفات في رداء أبيض يناجي ربه. نريد أن نظهر للآخرين أن الحج نظام، وتنظيم. هناك خط سير لأداء الشعائر يحكمه الزمان والمكان، وعندما يلتزم الملايين من الحجاج بالسير على هذا الخط نقدم صورة صادقة لسلوك المسلم والتزامه بعقيدته في كل ما يفعل؛ فهو من أمة منظمة لا فوضى ولا غوغائية لديها.

نصل في النهاية إلى القول: إن المسؤولية كبيرة على وسائل الإعلام في ترجمة معاني الحج السامية إلى واقع مرئي ومسموع ومقروء، واقع لا يدع للمعرضين فرصة التقول، أو محاولة تقديم صورة تتنافى مع الواقع وتخدم مصالح لا تمت للإسلام بصلة.



مؤسسات المجتمع المدني الإعلامية*

الأجهزة والمؤسسات الحكومية يحكمها في تعاملاتها وعلاقاتها بالعاملين فيها أنظمة ولوائح محددة لا مجال للاجتهاد فيها كثيراً، ومن هنا نرى أن فرص التطوير والتحديث تكاد تكون محدودة، أو شبه معدومة، حتى في ظل التطورات المتسارعة التي شملت مناحي الحياة كافة. هناك عوائق إدارية ومالية وتنظيمية قد تقف عائقاً أمام من يبحث عن سهولة الحركة والمرونة في التعامل في المجال الذي يستهويه.

(*) جريدة عكاظ (٢١٣١) ١/٢٦/١٤٣١هـ - ١/١٢/٢٠١٠م.

جاءت مؤسسات المجتمع المدني ليجد فيها المرء والجهة متنفساً واسعاً لتحقيق الطموحات، وتلبية الرغبات دون التصادم مع الأنظمة القائمة حالياً في أي قطاع من القطاعات. وقد حققت الكثير من هذه المؤسسات نجاحات تجاوزت مقارها إلى العالمية، وحصل أعضاؤها على منافع كانت بالنسبة لهم أحلاماً في يوم من الأيام.

لدينا في الثقافة والإعلام عدد من مؤسسات وهيئات المجتمع المدني من بينها (جمعية الناشرين - هيئة الصحفيين - جمعية المنتجين) التي أجازت الأنظمة تكوينها وفق ضوابط محددة. أصبحت هذه المؤسسات واقعا نعيشه في وسطنا الإعلامي والثقافي، وشكلت مجالس إدارتها بالتصويت، وانتسب إليها العديد من النشطاء في مجال تخصصها، وكلهم أمل في أن تحقق لهم ما عجزت الأجهزة الحكومية عن تحقيقه.

بنظرة متأنية نلاحظ أن هذه المؤسسات الخاصة لا تزال تواجه تحديات صعبة في التعريف بنشاطها وكسب ثقة الأعضاء وتحفيز أصحاب المهنة غير المسجلين للتسجيل. من أعظم هذه التحديات القناعة بالرؤساء وبمجالس الإدارة الذين تم انتخابهم؛ حيث يرى بعض المنتسبين أن مجالس إدارات مؤسساتهم لا يمكنها تحقيق طموحاتهم، ويعتقدون أن اختيار هذه المجالس، وإن كان بالتصويت، إلا أنه لا يخلو من المجاملة وتبادل المنافع، ومن هنا فالمستفيدون قلة، والخطط والقرارات لا تلبى احتياجات الأغلبية ولا تعبر عن رأيهم.

التقيت الكثير ممن يندرج نشاطهم تحت مؤسسات المجتمع المدني الثقافية، ورأيت منهم عزوفاً عن التسجيل فيها، وكانوا يتساءلون عن مجالس الإدارة، وعن ماذا تحقق حتى الآن وفي الوقت نفسه فالأعضاء المنتسبون لهذه المؤسسات أعدادهم غير مشجعة مقارنة بمن يعمل في قطاعهم، وهم على قلتهم، يرقبون ما تحقق، وهل كان على مستوى الطموحات والآمال.

إنها دعوة صادقة بأن يعاد النظر في أجندة ما يطرح من موضوعات خلال اجتماعات مجالس إدارة هذه المؤسسات، وأن تكون هناك خطط مدروسة للتطوير وزيادة التفاعل والتواصل مع جميع الأعضاء بطريقة أو بأخرى، فالعضو مغيب عما يدرس، ويقرر، والواقع لا يحكي له أي إنجاز يلمسه بيديه، ويغنيه عن التساؤل.



ـ نحو المزيد ـ

من الإعلام الخارجي*

بغض النظر عن المردود الرياضي الذي حصلنا عليه بمشاركتنا في عدد من الدورات الرياضية في سنغافورة ولوس أنجلوس وسيئول، فإن الحضور الإعلامي العربي عامة، والسعودي بشكل خاص كان له أكبر الأثر في إعطاء مواطني تلك الدول، بل مواطني جميع الدول المشاركة في الدورات انطباعاً حقيقياً عن أصالة ومثانة الانتماء وحب الوطن الموجودين لدى الأمة العربية وشعوبها. وقد برز ذلك جلياً من على صفوف المدرجات، وعبر الرايات

(*) جريدة الرياض ١٤٢٦هـ، (هذا من مقالاتي القديمة) التي لم أتمكن من معرفة تاريخ نشرها بالتحديد

والشعارات العربية والأناشيد الوطنية يتردد صداها مؤكداً حقيقة شعور المحبة والولاء الذي يكنه المواطن العربي لفريقه، الذي يعد رمزاً لوطنه.

وقد كان الحضور الإعلامي السعودي في المرتبة الأولى بين المشاركات العربية الأخرى، ولم تقتصر المشاركة السعودية على إقامة الحفلات الفنية والمعارض للتعريف بما لدينا من تقاليد عربية أصيلة ورقصات شعبية، وإنما تجاوزته إلى ما هو أهم، وهو الحرص على الاستفادة من وسائل الإعلام في الدول المنظمة للدورات الرياضية للتعريف بالمستوى المتقدم الذي وصلنا إليه، ليس في القطاع الرياضي والشبابي فحسب، بل في جميع الحقول والميادين.

ومن خلال تجربتي السابقة حين كنت طالباً في الولايات المتحدة فإن معظم الأمريكيين تقتصر معلوماتهم عن العالم الخارجي على ما يتلقونه عبر وسائل الإعلام، ولقد سئلت مراراً عن تفسير بعض الأمور الواردة في مقالات كتبت عن المملكة. كما سئلت أيضاً عن مدى واقعية بعض المشاهد التلفزيونية حول دوله عربية صديقة، ما يشير إلى أهمية وسائل الإعلام لدى الشعب الأمريكي، واعتماد الكثيرين عليها بوصفها مصدراً وحيداً للمعلومات. وحقيقة اعتماد الأمريكيين بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام تؤكدنا الدراسات الميدانية والاستفتاءات التي أجريت في أنحاء متعددة من الولايات المتحدة عن المصادر التي يتعرف المواطن الأمريكي من خلالها على ما يحدث في الخارج من أحداث محلية وعالمية. وقد أكدت تلك الدراسات والاستفتاءات على أن التلفزيون يعد المصدر الأول للأخبار بالنسبة لمعظم الأمريكيين.

إن القدرة على الاستفادة من وسائل الإعلام الحيوية يعد في ذاته مكسباً كبيراً، ويعطي شعوراً بالارتياح بأن الملايين من الناس في الخارج قد قرؤوا أو شاهدوا المعلومة التي ترغب في إيصالها إليه. والسؤال الذي يطرح نفسه الآن هو هل سيستمر إعلامنا في إعطاء هذه الجرعات العلاجية للتصورات الخاطئة لدى الآخرين حول واقع مجتمعنا وأمتنا؟ وهل سنستفيد من تجربتنا الإعلامية الدعائية الناجحة في الولايات المتحدة وسنغافورة وكوريا، ونحاول توسيع نطاقها وتعميمها في دول أوروبية وآسيوية أخرى؟ أمل أن يكون الجواب نعم. فوسائل الإعلام اليوم لم تترك منزلاً في مدينة أو قرية إلا طرقت بابه. ومن هنا، فإن حاجتنا ماسة إلى استخدام تلك الوسائل لضمان سرعة واتساع مدى ما نود إعلام الآخرين به من آراء وحقائق حول وطننا وقضايانا المصيرية. والملحقيات الثقافية والمكاتب الإعلامية في الخارج تقع عليها مسؤولية كبيرة في سبيل ترجمة هذه الأمنيات وتحويلها في أقرب فرصة إلى واقع حي وملموس.

الدلائل تشير إلى أن هذه المهمة لن تكون سهلة المنال، كما أنها ليست مستحيلة. وتعود صعوبتها في الدرجة الأولى إلى تسلط النفوذ الصهيوني على كثير من وسائل الإعلام في الولايات المتحدة ومعظم الدول الأوروبية. كما تعود الصعوبة أيضاً إلى تشبع العقول الأجنبية بالآراء المغلوطة والتصورات الخاطئة عن واقع المملكة الحضاري والاجتماعي والاقتصادي، ما يلقي مزيداً من العبء على منظمي ومنفذي الحملات الإعلامية الذين ستكون أمامهم مهمتان في آن واحد، وهما: إزالة ما سبق أن ترسب في العقول من أفكار خاطئة، ثم شحنها من جديد بأفكار أخرى صحيحة. وعلى أي

حال متى ما توافرت لدينا النية الصادقة والعزم الأكيد، فإن النتائج بإذن الله ستكون حسنة ومضمونة.

علينا الأخذ في الحسبان أن تغيير الرأي العام لدى مجتمع من المجتمعات، أو أمة من الأمم حيال قضية من القضايا، أو فكرة من الأفكار أمر ليس باليسير، ومن هنا تأتي ضرورة التخطيط السليم والتنفيذ الدقيق إن نحن أردنا أفضل النتائج.



ـ آفة الأخبار .. رواتها*ـ

أحداث هنا وهناك... حروب... صراعات سياسية... كوارث... مئات بل آلاف القنوات والمحطات التلفزيونية والإذاعية... صحف ومجلات... وكالات أنباء... مراسلون مقيمون وآخرون قدموا من أماكن بعيدة بحثاً عن تغطية خبرية مميزة لوسيلته الإعلامية... تجهيزات فنية ومحطات أقمار صناعية للنقل المباشر للأحداث... حشد هائل من الاستعدادات البشرية والفنية.

في الطرف المقابل هناك الملايين من جمهور المتلقين لمخرجات هذه الوسائل الإعلامية يبحثون عما يشبع نهمهم ويزودهم بالمعلومة الصحيحة

(*) جريدة عكاظ (٣٠٧٥) ١/٢٩/١٤٣٠هـ - ١١/١٧/٢٠٠٩م.

والدقيقة عما يجري على أرض الواقع من أحداث، أو يدلي به المسؤولون من تصريحات.

في ثنايا هذا الزخم الإعلامي، والمتابعة الخيرية بالصوت والصورة والنص المكتوب نجد أن كثيراً من الحقائق تضيع، وكثيراً من الأخبار تعلن اليوم ليتم نفيها في اليوم الثاني. أين المصادقية... أين تحري الحقيقة لدى المراسل في أرض الحدث... شكوك في صحة ما يقال وينشر يدعمها استمرار إعلان الخبر ثم نفيه.

بالأمس القريب، وخلال تغطية وسائل الإعلام لأخبار المتسللين المسلحين في جبل دخان جنوب المملكة، وما حصل لهم من ردع من قبل القوات السعودية ذكرت الأنباء أن أحد الضباط السعوديين تمكن من الهرب بعد أن كان معتقلاً من قبل المتسللين، وقبل هروبه وعودته إلى الأراضي السعودية قام بقتل عدد من هؤلاء المتسللين وأحضر معه مجموعة من الخرائط والمعلومات العسكرية. قبل بث هذا الخبر ذكرت بعض وسائل الإعلام روايات أخرى تتحدث عن مقتل هذا الضابط بناء على شهادة بعض زملائه الذين كانوا معه في أرض المعركة، وإلى الآن لم يعلن ما يثبت وفاته أو أنه لا يزال على قيد الحياة.

خبر آخر جاء فيه أنه تم القبض على أحد قادة المتسللين، ويدعى (علي عبدالله الحوثي) في مدينة جازان، وهو يحمل بعض الأسلحة، وفي اليوم التالي جاء المتحدث الرسمي الأمني في وزارة الداخلية لينفي هذا الخبر.

في عرف التغطية الخبرية لا يمكن قبول بث أو نشر الأخبار الخاطئة بحجة أن الهدف كان السبق الصحفي ومنافسة الآخرين... أي منافسة هذه التي تقوم على التضليل والتشكيك وفقدان المصداقية. لا بد من محاسبة المخطئ في الوسيلة الإعلامية عند نشره معلومة غير صادقة، وإفهامه أنه بفعلته هذه ضلل جمهور المتلقين، ومع تكرار فعلته ستفقد الوسيلة التي يمثلها المصداقية ومن ثم لن تجد من يتابع أخبارها أو يهتم بما تذيع أو تنشر من مواد أخرى.



_ الاتحاد قوة _

أيها الإعلاميون*

صناعة الإعلام المرئي والمسموع تواجه اليوم تحديات كبيرة تستوجب من العاملين فيهما مراجعة حساباتهم والتفكير بعقلية جديدة تأخذ في الحسبان احتياجات جمهور المتلقين والسوق الإعلامية المفتوحة لمن أراد الدخول فيها.

أقمارنا العربية تنوء بعبء مئات القنوات التلفزيونية التي يمتلكها سعوديون، وتتنوع هذه القنوات في محتواها بين المتخصصة والعامية، وباستثناء البعض منها فإن المواد المدرجة على هياكل هذه القنوات تفتقر إلى كثير من المهنية والتخصص وتلمس احتياجات جمهور المتلقين. الخلل في مجمله يعود

(*) جريدة عكاظ (٣١١٠) ١/٥/١٤٣١هـ. ٢٢/١٢/٢٠٠٩م.

إلى ضعف الإنتاج، والاعتماد على كوادر غير مؤهلة يتم قبول ما تنتجه تحت ضغوط ضرورة ملء ساعات البث، الذي لا ينتهي، بمواد برامجية جديدة. في المقابل هناك مئات المؤسسات والشركات الإعلامية الإنتاجية التي يمتلكها أيضاً سعوديون ولكنها غير قادرة على إنتاج إعلامي متميز ومستمر ينافس مثيله مما يبث في القنوات العالمية أو العربية المتقدمة.

هناك ما يزيد على ألفي ترخيص ساري المفعول في نشاط الدعاية والإعلان، وما يزيد على خمس مئة ترخيص في نشاط الإنتاج الصوتي والمرئي تعود ملكية معظمها لأفراد قد لا تتوافر لديهم متطلبات العمل الإعلامي الناجح. الدكتور عبدالله الجاسر وكيل وزارة الثقافة والإعلام للشؤون الإعلامية في كلمته التي ألقاها في الحفل الذي أقامته شركة الصدف للإنتاج الإعلامي الأسبوع الماضي في مدينة جدة تحدث عن أمنيات أربع تختلج في خاطره ويتمنى أن ترى النور قريباً.

إحدى هذه الأمنيات أجد فيها حلاً مثالياً لمشكلة الإنتاج الإعلامي الموجود لدينا. ينادي الدكتور عبدالله بتكوين كيانات إنتاجية إعلامية كبيرة قادرة على الوفاء بمتطلبات السوق التلفزيونية في ظل الازدياد المطرد في عدد القنوات التلفزيونية. ما يطالب به سعادته يركز على أساس الاندماج والاتحاد بين عدد من مؤسسات الإنتاج الإعلامي القائمة لتشكيل مؤسسات وشركات كبيرة تكون قادرة على توفير الاعتمادات المالية والتجهيزات الفنية والكوادر البشرية، وهي العناصر الثلاث الأساسية لإنتاج أي عمل إعلامي مميز، في ظل تنافس محموم في مجال إنتاج أعمال تتوافر فيها عناصر

التشوق والإثارة والمهنية المتقدمة. محطات التلفزيون الخاصة التي يزدحم بها فضاؤنا لا أشك في أنها ستتلقف بشهية مفتوحة كل ما تقدمه لها هذه المؤسسات الإنتاجية الكبيرة التي سيجدون فيها خير عون لقنواتهم فيما يقدمون من برامج عامة ومتخصصة. القنوات الحكومية، بعد أن ازداد عددها، أصبحت هي الأخرى في حاجة إلى سواعد أخرى تمتد إليها لتعينها في الوفاء بمتطلبات ساعات البث الطويلة وتقديم برامج عامة ومتخصصة تنبع من واقع مجتمعنا وتتماشى مع توجهات قنواتنا وخطتها التطويرية. الإنتاج الإذاعي هو الآخر في حاجة إلى خدمات ودعم هذه الكيانات الإنتاجية الكبرى في حال قيامها، ولا ننسى أنه بالإضافة إلى محطات البث الإذاعي الحكومي القائمة حالياً نتطلع إلى خمس إذاعات خاصة سيتم منح التراخيص اللازمة لها قريباً على موجات FM، لتشكل نوافذ جديدة نستشرف من خلالها أعمالاً إذاعية متنوعة ومنافسة. هذه الأعمال أحسب أن الكيانات الإنتاجية الكبرى التي نتحدث عنها في حال قيامها ستكون لها أيضاً إسهامات في إنتاج إذاعي يضاها ما تقدمه الإذاعات الأخرى في عالمنا العربي والأجنبي أيضاً.



ـ الشخصنة ـ

في النقد*

هناك قصور وأخطاء في بعض الخدمات التي تقدم لنا، شأننا في ذلك شأن غيرنا من الدول، حتى المتقدمة منها. لا يمكن لأحد أن يدعي الكمال، فهو لله وحده، ولا يمكن لأحد أن يشكك في حرصنا ورغبة المسؤولين لدينا في أن نكون الأفضل، وأن تكون بلادنا في مصاف الدول المتقدمة؛ عمراناً، وتقنية، وخدمات.

وسائل الإعلام، خاصة الصحف، تقوم بدور مهم في التواصل مع أفراد المجتمع، وعرض كل ما يتعرضون له من معاناة، أو نقص في الخدمات. بعض

(*) جريدة عكاظ (٢٣٧٦) ٥/١٠/١٤٣١ هـ - ١٤/٩/٢٠١٠ م.

الصءف ءءصص صفءاء ءومفة؁ أو ملاءق أسبوعفة ءملؤها بءقارفر مففانفة وإءصاءء عن هذا القءاع أو ذاك مسءرسله فف ذكر أءق ءفاصفل النقص؁ وأءفاناً بنوع من المبالغة لاسءمالة الرؤف العام وءذب القارئ.

إذا سلمانا ءءلاً أن الهءف من النقد؁ وإفراد الملاءءاء عن أف قءاع؁ أو ءءمة هو الإصلاء؁ ولفء الاءءباء؁ ءقوفم الاعوءاء فهل من المصلءة؁ إذا لاءءنا أف قصور؁ أن نصب ءام ءضبنا على المسؤؤل فف هذا القءاع أو ذاك؁ ونكفل له الءهم المواءة ءلو الأءرى؁ ونءءء فف سفرءه وسلوكة الشءصف ءارء إطار العمل؁ وقء نصل إلى ما هو أبءء من ذلك. ماءام اعءراضنا على القصور أو الءلل فف الءءمة الءف فءمها القءاع الءف فعمل ففه هذا المسؤؤل؁ فءرف بنا أن نءءء عن نقد الأشءاص (الشءصنة)؁ ونركز على نوع القصور وآئاره. فءءفنا بالنقد عن أف قءاع هو بطبفة الءال نقد للمسؤؤل الأول ففه؁ ءفء إنه المءالب بمراقبة سفر العمل؁ ومءابعءه؁ والءءطفء المسبق له ءم الءنففء السلفم.

عءءما أنءء ءءمة فف مسءشفف؁ أو فف مءرسة فلفس من المففء ذكر المءفر؁ ءءف لو كان مقصراً فف آءاء عمله. فأنا عءءما أقول: إن هناك ءهاوناً فف العفاءاء الءارءفة فف مسءشفف؁ أو نقص فف مءءلاء نءاء الطلاب فف مءرسة ما فأنا بطبفة الءال؁ وبءرففة ءفر مباءرة أوءه نقءف للمسؤؤل المباءر عن هذا المرفق.

الءعرض للمسؤؤلفن بأسمائهم؁ أو مناصبهم لفس الطرفق الأمءل للإصلاء؁ وقء ففظر إليه على أنه من باب ءصففة الءساباء أو لف الذراع.

والنقد للأشخاص قد يتطور ويصل به الأمر في بعض الأحيان إلى القذف، والدخول في سلسلة من الشكاوى والاعتراضات نحن في غنى عنها. ثم إن المسؤول الأكبر في أي مرفق، وصاحب الصلاحية في التعيين، والنقل، والإبعاد، والتغيير من المفترض أن لديه العلم اليقين بما يجري في إطار عمله، وهو إذا علم بالخلل ووصلت إليه أي ملاحظة بطريقة متحضرة لا شك أنه لن يتوانى في استخدام صلاحياته لإصلاح هذا الخلل، ولو على حساب من هم تحت إدارته.

وأخيراً، فمن المؤكد أن التواصل الشخصي الهادئ مع أي مسؤول ولفت انتباهه إلى نوع الخلل الموجود في قطاعه سيكون له أكبر الأثر في تصحيح المسار وسرعة الاستجابة بعيداً عن رفع الصوت والتشكيك في النوايا.



ـ القضاء والإعلام ـ

علاقة تكاملية*

هناك علاقة تكاملية بين القضاء والإعلام يحرص الطرفان على أن تبقى متميزة على الدوام. القضاء بمكانته وهيئته، وكونه الحكم الفصل في القضايا، يشكل مورداً خصباً للإعلام ورجاله بما يتخذه من مواقف أو يصدره من أحكام إزاء ما يقع من قضايا وحوادث. الإعلام من جانبه، وخاصة المقروء، يرى أن من أولويات عمله ومسؤولياته متابعة ما يهم شأن القارئ والمجتمع وتزويده بأخر المستجدات، ومن بينها ما تصدره المحاكم من أحكام تخص القضايا المنظورة أمامها، خاصة قضايا الرأي العام التي تحظى باهتمام ومتابعة كبيرين.

(*) جريدة الرياض (١٥٧٠٠) ١٧/٧/١٤٣٢هـ - ١٩/٦/٢٠١١م.

هناك أيضاً تأكيد وحرص دائمين لدى القضاء ورجالته بأن يتم النشر بصفة دقيقة لما صدر من أحكام، وألا يتم النشر قبل أن تصدر الأحكام بصفتها النهائية. هذا الحرص أوجد نوعاً من التخوف في تكامل العلاقة بين جانبي القضاء والإعلام، ونتيجة حتمية فقد الصحفي جزءاً مهماً من أساسيات عمله، وهو الثقة المتبادلة بين مصدر المعلومة وناشرها ما يدفعه إلى البحث أحياناً عن المعلومة من مصادر أخرى قد لا تكون صادقة ودقيقة.

محاكمات المتهمين في قضايا الإرهاب، والتوجه نحو علنيتها وحضور ممثلي وسائل الإعلام لها أوجب التفكير في بناء إستراتيجية جديدة في التعامل بين القضاء والإعلام. كانت وزارة العدل السبّاقة بفكر نير ومتطور من لدن معالي وزير العدل الدكتور محمد العيسى الذي سعى لردم الهوة بين الجانبين، وبادرت وزارته في مد جسور التواصل مع الوسط الإعلامي بشكل كبير. كانت البداية مؤتمرات صحفية للدكتور عبدالله السعدان، المتحدث الرسمي باسم الوزارة، حضرها ممثلو وسائل الإعلام، وأوضح خلالها للجميع أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام في إيصال المعلومة، متعهداً باتخاذ جميع السبل لتوفير المعلومة بشكل متكامل وسريع.

منذ أكثر من عام والتواصل مستمر، والتخطيط قائم لرسم الطريقة المناسبة لحضور ممثلي وسائل الإعلام لجلسات محاكمة المتهمين بقضايا الإرهاب. كانت هناك ترتيبات تخص اختيار المكان المناسب للمحاكمات، ومن سيحضرها، وكم عددهم، وكيف ستصاغ البيانات الصحفية، وهل سيتقبل القضاة حضور الإعلاميين للمحاكمات، وما دور الإعلام الرسمي في تغطية الحدث، إلى غير ذلك من التساؤلات. وزارة العدل، ثقة منها في القائمين

على وسائل الإعلام، لم تطلب مندوبين معينين لحضور جلسات المحاكمة، وإنما تركت لكل وسيلة ترشيح من ترى دون اعتراض. اكتملت الترشيحات، وبدأ المندوبون حضور الجلسات، وكان الاتفاق على أن تكون بداية الحضور للتعرف فقط على جو المحاكمات وبناء علاقة قبول وثقة بين مندوبي وسائل الإعلام والقضاة الموكل إليهم النظر وإصدار الأحكام في قضايا المتهمين بالإرهاب. تم اجتياز هذه المرحلة بنجاح، ولم تسجل أي خروقات، عندها أعطي لكل مندوب حرية كتابة تقريره عن كل جلسة محاكمة يحضرها وبالأسلوب الذي يراه مع الالتزام بما تم الاستماع إليه من معلومات، وما صدر من أحكام أو توصيات.

الآن نحن في العصر الذهبي لعلاقة تكاملية بين الإعلام والقضاء، والطريق لا يزال طويلاً؛ فهناك مئات من القضايا التي ستنظر في جلسات قادمة، وستكون أكثر أهمية، لا من حيث عدد المتهمين، ولا من حيث عدد الضحايا أو تنوع جنسياتهم. حضور مندوبي وسائل الإعلام المتكرر للجلسات، وتعرفهم عن قرب على آليات المحاكمات، وتلاوة الدعاوى، ودفاع المحامين سيؤدي إلى تأهيل إعلاميين متخصصين في التعامل مع المحاكمات ونشر الأحكام والمعلومات بدقة ومصداقية. هذه المعلومات ستعتمد عليها أيضاً وسائل الإعلام الأجنبية فيما ستنقله من أخبار أو تكتبه من مقالات وتعليقات، وهو أمر يتجاوز البعد الإعلامي إلى سمعة المملكة وحرصها على المصداقية والشفافية في كل ما يصدر عنها.



_ الهيئة _

والمتحدثون الإعلاميون*

حجب المعلومة الصحيحة عن الذي يطلبها يؤدي بطبيعة الحال إلى نقلها وعرضها بشكل خاطئ لا يرضي من تعنيه، ومن ثمّ تضليل الرأي العام، وجعله يحكم على الأشياء والوقائع من وجهة نظر خاطئة. هذا أحد الأسباب التي أوجدت الحاجة إلى تعيين متحدثين رسميين في عدد من القطاعات الحكومية والأهلية. البعض تردد في البداية في تطبيق هذه الآلية في التعامل، ولكن وزارة الداخلية كانت سباقة، وقدمت نموذجاً في هذا الشأن لم يقتصر على منطقة دون أخرى، ولا على قطاع دون غيره، وحققت في ذلك أفضل النتائج، وقد تبعها بعد ذلك عدد من القطاعات الحكومية والأهلية.

(*) جريدة عكاظ (٣٤١٨) ١١/١٨/١٤٣١هـ. ٢٦/١٠/٢٠١٠م.

وسائل الإعلام يعتمد عليها كثيراً في إيصال المعلومة، وعن طريقها يتم التفاعل بين أفراد المجتمع والقطاعات التي تخدم مصالحه. هذه الوسائل من طبيعتها البحث وتتبع تفاصيل كل ما يحدث أو يقال لتحقيق رغبات متلقيها، وفي الوقت نفسه فإنها ترى أن من يمتلك المعلومة الصحيحة مطالب بأن يقدمها لطالبيها في سبيل إيضاح الحقيقة، وقطع دابر الإشاعة والتقول على الآخرين.

هيئات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أحد القطاعات المهمة في خدمة المواطن، وتوفير الحماية له من كثير من المخالفات والتجاوزات التي قد تقع، وهي تتولى، بتعاونها مع قطاعات أخرى، كشف كثير من جرائم الأخلاق قبل وقوعها، كما تساهم في نصيب وافر من تقديم النصح والإرشاد. سمعنا وقرأنا في السابق، ولا نزال، تفاصيل كثير من الأنشطة والمهام التي قام بها أفراد الهيئة أو شاركوا فيها، وفي ظل غياب المعلومة الموثقة من مصادرها، استغل بعض المغرضين هذه الوقوعات للإقلال من شأن الهيئة، ومحاولة تحجيم مهامها ودورها. من هنا كان التجاوب في الرئاسة العامة لهيئات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر على مستوى المسؤولية، وتمثل في تعيين متحدثين إعلاميين في عدد من مناطق المملكة، وإعطائهم الصلاحية وحدهم دون غيرهم من المسؤولين، للتواصل مع وسائل الإعلام المختلفة وتزويدها بما تريد من معلومات عن أنشطة الهيئة في مناطقهم، وبما يمنع التعارض أو الازدواجية في تقديم المعلومة.

هؤلاء المتحدثون لا أشك في أن اختيارهم جاء وفق معايير معينة، ولم يقتصر الأمر على ذلك، بل تم تنظيم ورش عمل لهم ودورات تأهيلية في

كيفية قيام المتحدث الإعلامي بعمله، وتواصله مع وسائل الإعلام المختلفة. قرأت كثيراً من تصاريح هؤلاء المتحدثين عن أنشطة قام بها أفراد الهيئة في مناطقهم، وكانت في مجملها محققة للمطلوب مع وجود ملاحظات بسيطة على بعض منها، وهي من النوع الذي يمكن تلافيه بالخبرة والاطلاع.

مطلوب من هؤلاء المتحدثين توسيع دائرة التواصل مع جميع وسائل الإعلام وتقديم المعلومة المنضبطة في أسرع وقت. وفي الوقت نفسه، فإن من يمثل أي وسيلة إعلامية مطالب هو الآخر بأن يكون عوناً وسنداً لهذا القطاع في تحقيق رسالته ونشر المعلومة الصحيحة التي يمكنه الحصول عليها عبر القنوات الموكلة إليها ذلك، وأعني (المتحدثون الإعلاميون).



- حلم -

تمنيت ألا أفيق منه*

فجأة وجدت نفسي أسير في أحد الشوارع الكبيرة في العاصمة الرياض، تحيط بي الأشجار الجميلة من كل جانب، وعلى مسافات متوازية تكتحل عيناى برؤية لوحات إعلانية براقية تختلف مقاساتها وألوانها وأشكالها، منها المتحرك، ومنها الذي يعتلى الجسور، ومنها الذي يقف شامخاً في أعالي البنايات والمراكز التسويقية. ما أجملها من لوحات، وما أسمى معانيها وأهدافها وسمو كلماتها، واحدة تدعو إلى صلة الرحم والتواصل الأسري،

(*) صحيفة عكاظ عدد (٣٥٥١) ٣/٤/١٤٣٢هـ - ٣/٨/٢٠١١م.

وأخرى تحذر من مخاطر التدخين، وثالثة تدعو إلى التبرع بالدم أو التبرع لإحدى الجمعيات الخيرية، ورابعة تعلن عن منشط ثقافي قادم، وطوال فترة سيرى في هذا الشارع كانت يداي تعبثان بمؤشر المذياع يمينا ويسرة لأشرف أذني بين كل فقرة وأخرى بإعلان عن صدور كتاب جديد، أو افتتاح مؤتمر علمي، أو ملتقى كبير يحضره علماء وباحثون من عدد من الدول. أحسست وأنا أسير في هذا الشارع بقصر المسافة وتسارع الخطى، كيف لا وأنا في لحظات سعادة متواصلة تعكس الاهتمام بالمواطن الإنسان واحتياجاته وغذاء فكره.

دخلت منزلي متأبطاً حزمة من الصحف والمجلات اليومية والأسبوعية، واستعرضت صفحاتها سريعاً لأجد الإعلانات التي فيها امتداد لما رأيت في الطريق، وسمعت في المذياع إنسانيات وثقافة وغذاء فكرياً وعقلياً، حمدت الله ثانية على ذلك وبحركة لا إرادية حملت الريموت كنترول وتنقلت من قناة تلفزيونية لأخرى، وما وجدت فيها أي إعلان يمكن أن يعكر صفو الإحساس والشعور الذي أحاط بي، وأنا في سيارتي أرى الإعلانات أو أسمع عنها في المذياع، أو أشاهدها في المطبوعة، كل شيء رأيتته كان محوره الاهتمام بالإنسان.

رن جرس هاتفي فصحوت مذعوراً، وفركت عيني لاكتشف أنني كنت في حلم جميل رأيتته في غفوتي، وعادت بي الذاكرة إلى الواقع الذي رأيتته اليوم، وأنا في طريقي إلى منزلي قبل غفوتي. الشارع الذي كنت أسير فيه في وسط الرياض انتصبت على جوانبه أكثر من مئة لوحة إعلانية لم تخرج في مضمونها عن دعاية لسيارة أو مواد غذائية أو خدمات اتصالات أو بنوك

تقدم قروضا للمواطن لتأتي على ما بقي من رصيده. أستثنى من ذلك ثلاث لوحات تقف على استحياء تحذر اثنتان منها من السرعة، وثالثة تدعو إلى الحفاظ على الحدائق. في المذيع وفي التلفزيون وفي صفحات الصحف والمجلات التي استعرضتها لم يكن الحال بأحسن مما رأيت. يا إلهي، ما هذا الجشع والحصار من التجار، وأي غسيل أدمغة نتعرض له عبر وسائل الإعلام لتحصر اهتماماتنا فيما يبيعون من ملابس، ومركب، ومأكل. ماذا لا يفرض على أصحاب الإعلانات في الطرق تحديد نسبة، ولو قليلة من إعلاناتهم تخصص لمؤسسات المجتمع المدني للإعلان عن أنشطتها، أو للأشطة والمؤتمرات العلمية والثقافية؟ ماذا لا يخصص بعض هذا الكم الهائل من الإعلان لبث رسائل توعوية للنشء لتبصيرهم بأمور حياتهم وإرشادهم إلى سبل العيش الكريم. حقاً إنه حصار إعلاني تجاري يحيط بنا من كل مكان، فهل نملك الفكاك منه؟ أتمنى.



ـ صحافتنا والاستجداء* ـ

الصحافة في أي بلد هي مرآة تعكس واقع ما يجري فيه من قضايا وآراء وانطباعات، كما أنها تعد مصدراً ثرياً لدراسات وبحوث الكتاب والدارسين وطلاب المعرفة في الداخل والخارج. منظمات حقوق الإنسان وغيرها من المنظمات الدولية ومؤسسات المجتمع المدني هي الأخرى تعتمد في كثير من مواقفها ومطالباتها على ما تنشره الصحف، وتقدمه من معلومات عن أي بلد.

من هنا أجدني حريصاً على أن تكون صحافتنا صورة مشرقة لما نعيشه من واقع اجتماعي واقتصادي مزدهر في ظل استقرار سياسي وأمني، ولله الحمد،

(*) جريدة عكاظ (٢٠١٢) ٢٥/٩/١٤٣٠ هـ - ١٥/٩/٢٠٠٩ م.

وهي إن شاء الله كذلك. لكن ما يلفت انتباهي في بعض الأحيان هو ما تعرضه بعض صحفنا المحلية من طلبات للمساعدة، واستجداء للمحسنين، وكثير منها مصحوب بصور مأساوية، لرفع درجة التعاطف مع طالب المساعدة. لقد أحصيت في أحد أعداد الصحف في يوم واحد سبعة عشر طلباً، بعضها يطلب مساعدة مالية وبعضها مساعدة طبية وهي في غالبيتها تندرج في إطار المعاونة العادية التي من الممكن أن يتعرض لها الإنسان ولا تستوجب النشر. أنا أعلم علم اليقين أن وزارة الشؤون الاجتماعية والجمعيات الخيرية المنتشرة في كافة مدن ومحافظة وقرى المملكة تقدم المليارات كل عام؛ لمساعدة جميع المحتاجين على هيئة مساعدات مقطوعة أو مخصصات شهرية، وأعلم أيضاً أن المستشفيات الحكومية ومراكز الرعاية الأولية لا تتوانى في تقديم العلاج والدعم السريري، حتى في المنازل للعديد من الحالات، ولكن علينا أن نتأكد، قبل أن ننشر، من صحة ما يقدم إلينا من شكاوى وأحقيتها في النشر.

في هذا السياق أود أن أشير إلى أنه سبق أن جاء التوجيه بتشكيل لجنة من وزارة الثقافة والإعلام ووزارة الشؤون الاجتماعية لبحث موضوع الحالات الإنسانية التي يعلن عنها في الصحف المحلية بغرض جمع التبرعات، وكان مما أقرته هذه اللجنة وتم تعميمه على رؤساء التحرير في ١٩/٥/٢٩هـ، ما يلي:

(١) ينبغي عرض الحالة على رئيس التحرير وبعد اقتناعه بها يتم النشر بطريقة غير استجدائية، بحيث لا يفهم منها التسويق لحالة تسول.

(٢) إذا لم تكن الحالة مستفيدة من أقرب جمعية خيرية لسكنه أو من الضمان الاجتماعي، فتحال الحالة لهما؛ لبحثها ومساعدة صاحبها.

(٣) يجب عدم المبالغة في نشر تلك الحالات ما لم تكن إنسانية خاصة جداً وتستحق فعلاً مساعدة المجتمع.

نحن في المملكة العربية السعودية لسنا استثناءً من بقية دول العالم ونقر بأن لدينا من يحتاجون إلى المساعدة، ولكن المبالغة في عرض حالاتهم عبر صحفنا وتخصيص صفحات أسبوعية لهذا الشأن قد يعطي الانطباع للآخرين بأن بلدنا بلغ حدًا من الفقر والعوز دفع بالاحتاج إلى الاستجداء عبر الصحف للفت نظر المواطن والمسؤول لحالاتهم بعد أن سدت الأبواب أمامهم.



عندما تضع المرأة قدمها على خذ الرجل*

في عالم الإعلام اليوم يشكل المردود الإعلاني مصدراً قوياً وفاعلاً في دعم وتسيير عدد كبير من وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة، وتزداد القوة والفاعلية لهذا المصدر الداعم في ظل ارتفاع كلفة تشغيل وإدارة وسائل الإعلام بشتى أنواعها. أمام هذه الحقيقة تتناوبنا مخاوف كبيرة بأن تدار وسائل إعلامنا، خاصة التجارية منها، من قبل رجال الأعمال وملاك المصانع والشركات والمحال الكبرى الذين قد يفرضون على الوسيلة نوعاً

(*) جريدة الرياض (١٥٨١٢) ١١/١١/١٤٣٢هـ - ١٠/٩/٢٠١١م.

معيناً من البرامج أو التقارير أو الصور، ويحددون متى وأين تعرض أو تنشر. بهذه الآلية تبقى تطلعات الجمهور المستهدف في الدرجة الثانية من الاهتمام على اعتبار أن من يدفع الدعم له الحق في السيادة والتحكم، ولو إلى درجة معينة.

مع بقاء كثير من وسائل الإعلام الخاصة عاجزة ورهينة الهيمنة التي يمارسها المعلن مهما كان نوعه، أو الحالة التي يتدخل فيها تبقى لدينا قيم وأخلاقيات لا يمكن أن نقبل بتجاوزها، ولو على حساب الممول أو المعلن، ومقدار ما يضحخه في الميزانية الخاصة بالوسيلة الإعلامية.

ما دفعني لإثارة هذا الموضوع، الذي سبق طرحه بطريقة أو أخرى، هو صورة إعلانية لحذاء من نوع معين شاهدتها في إحدى الصحف الأوروبية، وظهرت فيها سيدة تضع قدمها على خد أحد الرجال وهو مستلق على الأرض في إشارة دعائية إلى نعومة الحذاء الذي تلبسه إلى درجة أنه لو وضع على خد أحد الرجال فهو لن يتضرر منه. هذا الإعلان، الذي أحفظ بصورة منه، ضرب صاحبه والوسيلة التي نشرته عرض الحائط بكل القيم والأخلاق الإنسانية المتعارف عليها في كل الديانات والثقافات والحضارات. هل نقبل نحن بني البشر بإساءة لنا كهذه، أم أن اللهاث وراء المال أنسانا وأعمى بصائرنا عن أمور أقل ما يقال عنها: إنها من المسلمات التي لا يختلف عليها اثنان.

في عالمنا العربي أمل ألا يصل بنا الأمر إلى هذا الحد، وأن تكون لدينا بقية باقية من القيم والأخلاق التي تقف رادعاً قوياً أمام هذا النوع من الهيمنة

البغيضة. هناك من دون شك بعض الإعلانات في وسائلنا تلامس الخطوط الحمراء من حيث الصورة أو المضمون، وكثير منها تم عمله لتسويق المنتج في دول غربية ثم أعيد عرضه لدينا كما هو بعد أن تم تعريب لغته. هذا النوع من الإعلانات متعارض في كثير من جوانبه مع ثوابتنا وأخلاقياتنا وقيمنا الاجتماعية. في هذه الحالة يتقاسم الملامة وتحمل المسؤولية كل من المعلن وصاحب الوسيلة، فالأول عليه ألا يغل وأجباته تجاه مجتمعه وأمته وأهمية مراعاة الثوابت التي نسير عليها، والثاني، وهو صاحب الوسيلة، عليه أيضًا أن يلتزم بما تنص عليه القواعد والتعليمات وأخلاقيات المهنة من ضرورة مراعاة المرتكزات الدينية والاجتماعية وألا يتبنى سياسة (الغاية تبرر الوسيلة).

وسائل الإعلام، بجميع أنواعها، بالتزامها بسياسة موحدة وصامدة، تراعى فيها الأخلاقيات والثوابت في كل ما يصدر عنها، وعدم الخضوع لما يلوح به المعلن من مردود مادي على حساب المضمون كفيل بأن يدفع هذا المعلن إلى تغيير أساسيات منهجه، وأن يعيد النظر في شكل ما يقدمه من إعلانات؛ حفاظًا علينا نحن جمهور المتلقين، وما نؤمن به، ونسعى للحفاظ عليه.



ـ كم لدينا من إعلامي؟* ـ

نتحدث كثيراً عن وسائل الإعلام ودورها الرائد في نهضة الأمم ورقياً، ناهيك عن أثرها الفعال في توجيه الرأي العام نحو ما يخدم أهداف وتطلعات أصحاب الحل والعقد في الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية. نحن نعلم أن وسائل الإعلام كي تكون ناجحة ومؤثرة تحتاج إلى كم وكيف. كم في عدد الوسائل المستخدمة، وكم في عدد من يعمل فيها أو ينتسب إليها، وكيف فيما يقدم فيها من رسائل يتلقاها المثلأ في كل مكان، وبصور وأشكال عدة.

في دراسة قدمها أحد الإعلاميين المشاركين في منتدى الصحافة العالمي السابع عشر في هامبورج في ألمانيا الأسبوع الماضي أشار إلى أنه بالنسبة إلى

(*) جريدة عكاظ (٣٤٠٤) ٤/١١/١٤٣١هـ - ١٢/١٠/٢٠١٠م.

القارة الإفريقية لا يوجد هناك نسبة وتناسب بين عدد السكان وعدد من يعملون في الإعلام، وقال: إن هذه هي إحدى المشكلات الكبيرة التي تعانيها الدول، خاصة النامية منها، مشيراً إلى أن إثيوبيا تأتي في المرتبة الدنيا من حيث عدد الإعلاميين، بينما تتصدر جنوب إفريقيا القائمة.

كان بجانبني في تلك الأثناء الزميل عبدالوهاب الفايز رئيس تحرير صحيفة الاقتصادية وتساءلنا عن الوضع لدينا في المملكة، هل نملك أعداداً كافية من الصحفيين مقارنة بعدد السكان؟ وهل هم قادرون على حمل الرسالة الإعلامية والتعامل معها بكل مهنية أم لا؟ أشار أبوנוاف إلى أنه لا يوجد جواب عن هذا السؤال وأن الموضوع حري بالدراسة والتأمل، ولعله يتبنى مثل هذا المشروع، ويطلعنا على نتائج نحن في حاجة إليها في توجيه الرأي العام، إضافة إلى أبعادها الاقتصادية في سوق الإعلان.

بالنظر إلى المتوافر لدينا في الساحة الإعلامية بمختلف وسائلها القديمة والحديثة نجد أن لدينا نقصاً مشاهداً في عدد الصحف اليومية، ولدينا أيضاً نقص في عدد محطات الإذاعة والقنوات التلفزيونية الخاصة التي تبث من داخل المملكة، وتتحقق فيها الوطنية والانتماء وسمو الهدف منهجاً ورسالة. لماذا نفكر فقط في زيادة صحف المؤسسات الكبيرة التي أيضاً لدينا منها عدد قليل؟ لماذا لا يكون هناك صحيفة صغيرة في كل محافظة تخدم أهدافها وتبقي ساكنيها على تواصل مع بعضهم بعضاً ومع العالم الخارجي؟ ولماذا لا يكون هناك إذاعات إقليمية ومحطات تلفزة محدودة المدى تخص بعض المناطق؟ علينا بوصفنا مواطنين ومستثمرين أن نخوض

التجربة بعد إخضاعها لدراسة شاملة، ولا نستعجل النتائج. وعلى القطاعين الحكومي والأهلي أن يقوموا بدورهما كاملاً في هذا الاتجاه. إذا لم نقدم على هذه الخطوة فلن نتحقق النسبة المقبولة في عدد الإعلاميين مقارنة بعدد السكان، وزيادة عدد الوسائل الإعلامية ومنشأتها سيؤدي حتماً إلى توفير فرص عمل كثيرة للخريجين، وقيام مؤسسات تعليمية وتدريبية رفيعة المستوى، كما سيؤدي بطبيعة الحال إلى ارتفاع مستوى المعرفة والاطلاع لدى المواطن بصرف النظر عن المكان الذي يقيم فيه، وتكون نهاية المطاف حراكاً إعلامياً كبيراً توافرت له كل مقومات النجاح التي يحتاج إليها.



هل نريد إنجازاً أم ضوضاء وتعتيماً؟*

هناك أناس يحترقون، ويواصلون العمل ليل نهار، ولكن بصمت، لا يتكلمون، ولا يبحثون عن ضوضاء الإعلام لكي تتحدث عنهم. كل همهم أداء الواجب والإنجاز، وفي النهاية تأتي أعمالهم شاهداً لهم ودليلاً على حجم العمل والإخلاص في الأداء ومخافة الله وحب الوطن، والحرص على مصلحة المواطن. وعلى النقيض من ذلك هناك نوع آخر من البشر لا همّ له سوى حب الظهور والتمرغ في رمال ضوضاء الإعلام، حتى قبل أن تبدأ مشروعاته... إن هي بدأت. هؤلاء نراهم في حياتنا كل يوم، ونعجب لحالهم؛ يطلقون التصريحات، ويوردون التبريرات، ويعطون الوعود وفي النهاية لا شيء يتحقق على أرض الواقع.

(*) جريدة الرياض (١٥٧٠٧) ١٤٣٢/٧/٢٤ هـ. ٢٦/٦/٢٠١١ م.

الشيخ الدكتور عائض القرني في مقالة له بعنوان (الفارغون أكثر ضجيجاً) نشرت في صحيفة الشرق الأوسط في ٣ نوفمبر ٢٠٠٩م، تحدث عن هاتين الفئتين من البشر، ومما قاله عن الفئة الأولى: "أما العاملون المثابرون فهم في سكون ووقار؛ لأنهم مشغولون ببناء صروح المجد واقامة هياكل النجاح. إن سنبلة القمح الممتلئة خاشعة ساكنة ثقيلة، أما الفارغة فإنها في مهب الريح؛ لخصتها وطيشها". أما الفئة الثانية فقد وصفهم بأنهم: "فارغون مفلسون أصفار رسبوا في مدرسة الحياة"، وقال: "إن مشاريعهم كلام، وحججهم صراخ، وأدلتهم هذيان لا تستطيع أن تطلق على أحدهم لقباً مميّزاً ولا وصفاً جميلاً".

وسائل إعلامنا، على اختلاف أنواعها، تطالعنا كل يوم بأحاديث ولقاءات مسجلة ومباشرة مع العديد من المسؤولين في القطاعين الخاص والعام. هذا الظهور الإعلامي لا بد له من إعادة تقييم وضوابط تحكمه، وتضمن الحد الأدنى من الشفافية والمصداقية في الطرح. يطالعنا أحدهم لينفي ما ينسب إلى قطاعه، أو إليه من قصور معتمداً على قدرته في الكلام والمراوغة، أو على ضعف المحاور وعجزه عن تحديد نوع وحجم المشكلة، أو تجسيد الشكوى. مخرَج آخر للهروب من الأسئلة المحرجة، وهو أن يحاول المسؤول تغيير الموضوع والدخول في تفاصيل لا علاقة لها بالمشكلة الأساسية.

من هنا، فإن الحاجة تدعو إلى اختيار الصحفي والإعلامي الممارس لإجراء المقابلات وإدارة الحوارات للحصول على المعلومة والإجابة عن الأسئلة المطروحة. وسائل الإعلام مطالبة أيضاً بتهميش هؤلاء (الفارغين)

والبحث عن مسؤولين لديهم الإحساس بالمسؤولية وعندهم من المعلومات والشجاعة ما يجعلهم قادرين على قول الحقيقة، ولو كانت انتقاداً لأداء أشخاصهم أو الجهات التي يمثلونها.

لدينا هيئة لمكافحة الفساد، ولدينا حيز واسع من الحرية في الطرح الإعلامي والنقد الموضوعي، وفوق كل هذا وذاك لدينا توجيهات واضحة وصريحة من خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز حفظه الله بمحاسبة المقصر والإصلاح في كل ما من شأنه مصلحة الوطن ورفاهية المواطن، ومن هنا، فإن البحث عن النجاح، والتشبيث بالوظائف والمراكز القيادية لا يعينان بأي حال التقاعس عن أداء الواجب، وهضم الحقوق، وإهمال مطالبات المواطن.

لنرجع إلى الوراء قليلاً، ونستحضر ما بُثّ ونشر من مقابلات مع المسؤولين في الفترة القليلة الماضية، ونقيّم ما وصل إلينا من معلومات، ونخضعها لمعايير اختبار دقيقة، ونرى هل نحن على الجادة أم خرجنا عنها؟

نحتاج إلى وقفة شجاعة وإصرار على ألا نجامل، وأن نجتهد في جمع الأدلة والحقائق حتى نواجه المقصر، ونثنيه عن الاستمرار في قصوره. نحن في مرحلة إصلاح وطني فرضتها الظروف والمتغيرات المحيطة بنا. هذه المرحلة لا بد فيها من تكاتف الجميع وقيام كل منا بالدور المنوط به، ومن جانب الصواب فعليه البقاء بعيداً.



ـ الأدوية التسعيبية ـ

من المسؤؤل؟*

تطالعلنا على صفحات الصحف والمجلات، وخاصة النشرات الدعائية، أعداد كبيرة من الإعلانات عن أنواع متعددة من المستحضرات والأعشاب الطبية. ويزعم مروجو هذه الأعشاب أنها كفيلة بشفاء الأمراض المستعصية، أو زيادة القدرات الجنسية، أو إنقاص الوزن .. إلى غير ذلك من الأمراض. غالبية المسوقين لهذه المنتجات يكتفون بكتابة أرقام هواتفهم مبدلين استعدادهم لإيصال بضاعتهم إليك في أي منطقة من مناطق المملكة.

وزارة الصحة وهيئة الغذاء والدواء لا تفتأن تحذران من شراء مثل هذه المنتجات التي أثبتت التحاليل المخبرية لديهم ضررها بالإنسان على المدى

(*) جريدة عكاظ (٣٤٧٤) ١٤/١/١٤٣٢ - ٢١/١٢/٢٠١٠

البعيد أو القريب، ومع كل ذلك تستمر الدعايات في الصحف والمجلات ما يوقع الإنسان في حيرة من أمره من يصدق.

في المؤسسات الصحفية هناك فصل شبه كامل بين الأمور الإدارية والإعلانية وبين التحرير؛ ففي القطاع الأول تعمل أقسام الإعلان جاهدة على استقطاب أكبر عدد من الإعلانات دون الاكتراث بما لها من سلبيات وأضرار على المجتمع وأفراده، وكثيراً ما يضربون عرض الحائط بما يصل إليهم من تعليمات وتحذيرات حيال ما ينشر. وأذكر على سبيل المثال لا الحصر، أن هناك تعليمات صدرت للصحف وتم التأكيد عليها بعدم الإعلان عن أي منتجات طبية أو مواد غذائية دون موافقة الجهات المختصة مثل وزارة الصحة وهيئة الغذاء والدواء، ومثل هذه الإعلانات التي تم توجيه الصحف بعدم نشرها إعلانات (التنازل عن الخدمات، ونقل الكفالات، والقروض الشخصية من البنوك).

أحد رؤساء التحرير دافع عن موقف صحيفته من نشر الإعلانات عن الأغذية والأعشاب الطبية، وقال: إننا بهذا النشر نساعد الجهات الأمنية والطبية على متابعة هؤلاء المسوقين والقبض عليهم. وهو بقوله هذا يتجاهل أن هناك أعداداً كبيرة من المواطنين ينخدعون بهذه الإعلانات، ويسعون جاهدين إلى الحصول عليها بأي طريقة كانت، متأثرين بما ينشر عنها في الصحف. مثل هذه الازدواجية في المواقف، وتغليب المصلحة الخاصة على مصلحة العموم تحتاج إلى وقفة جادة، وإحساس بالمسؤولية، فحياة المواطن وصحته يجب أن تكون فوق كل اعتبار.



ـ وانتهى التعداد* ـ

انتهى بحمد الله تعداد السكان والمساكن ١٤٣١هـ في جميع مناطق المملكة وفق ما خطط وأعد له من آليات وتواريخ محددة للتنفيذ. شارك في إنجاز هذا العمل الكبير عشرات الآلاف من العدادين والمراقبين والمشرفين ونحن في انتظار ما سيخرج به هذا التعداد من نتائج تعود إن شاء الله بالنفع على الوطن والمواطن.

كان لي شرف المشاركة في التعداد من خلال رئاستي للجنة التوعوية الإعلامية، التي سعدت من خلالها بالعمل مع زملاء في الوسط الإعلامي من الصحافة المحلية، والإذاعة، والتلفزيون، ووكالة الأنباء السعودية، إضافة إلى

(*) جريدة عكاظ (٣٢٦٤) ١١/٦/١٤٣١هـ - ٢٥/٥/٢٠١٠م.

عدد من المسؤولين في مصلحة الإحصاءات العامة ومجلس الغرف التجارية. من خلال أكثر من أربعين اجتماعاً عقدتها اللجنة تم وضع خطة إعلامية متكاملة للتوعية وإقرارها وتبادل الآراء حول آليات التنفيذ المقترحة لها.

انطلاقاً من الرغبة المشتركة من قبل أعضاء اللجنة في ظهور الحملة التوعوية بشكل متميز بعيداً عن الرتابة كانت هناك اتصالات بعدد من دور الخبرة الكبيرة في مجال الدعاية والإعلام وتنظيم الحملات، وقدمت خطط شاملة لتنفيذ الحملة عبر جميع وسائل الإعلام المتاحة وبأسلوب يتماشى مع التقنيات الحديثة في مجال الإعلام. هذه الخطط لم يكتب لها الظهور، وحالت الاعتمادات المالية المخصصة في ميزانية مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات دون تنفيذها. الزملاء الصحفيون الأعضاء في اللجنة أيضاً كانت لهم في البداية إسهامات وجهود مشكورة في إعداد نشرة عن التعداد تم التخطيط لها كي تصدر بصفة دورية قبل والتعداد وخلالها، ولكن صدورها اصطدم بمفاهيم معينة لدى المسؤولين في المصلحة ما جعلها تصدر ثلاث أو أربع مرات خارج اللجنة وبرؤية بعيدة عن المهنية الصحفية.

في ظل قلة الاعتمادات المالية للتوعية الإعلامية، تم التفكير في أسلوب الرعاية من قبل بعض الشركات والهيئات، وأيدت اللجنة هذا التوجه، ولكن أيضاً كان للمسؤولين في المصلحة بعض التحفظات على هذا الأسلوب؛ خوفاً من التعارض بين التعداد بوصفه مشروعاً وطنياً وبين رعاية المؤسسات الأهلية، ولو تم الأخذ برأي اللجنة ل جاءت حملة التوعية أفضل مما ظهرت به على أرض الواقع.

على الرغم من كل ما ذكرت، حققت حملة التوعية نسبة نجاح لا بأس بها وكان لوزارة الثقافة والإعلام (إذاعة - تلفزيون - واس) دور كبير في هذا النجاح، إلى جانب الصحف المحلية، خاصة في مراحل التعداد الأخيرة، ولا أنسى جهود بعض القنوات التلفزيونية، وخاصة مجموعة قنوات MBC. أعضاء اللجنة من المسؤولين في المصلحة وإدارة العلاقات العامة هم أيضاً كانت لهم جهود مقدرة في دعم حملة التوعية الإعلامية للتعداد.

المحصلة النهائية التي خرجت بها، ومن خلال تجربة عملية في لجنة التوعية استمرت وقتاً طويلاً، أن توافر فرص النجاح لأي عمل إعلامي مرهون بتوافر أمور عدة من أهمها:

- (١) موارد مالية كافية للصرف على العمل وبسخاء.
- (٢) إعطاء الصلاحيات والثقة الكاملة لأصحاب المهنة المختصين للقيام بعملهم على الوجه الأكمل دون تدخل من الجهة صاحبة المشروع.
- (٣) عدم إضاعة الوقت في رسم خطط ووضع تصورات لمقترحات لا تسمح بإمكانات الجهة صاحبة المشروع ولا توجهات المسؤولين فيها بالقيام بها.

هذه الأمور الثلاثة عانت منها اللجنة خلال مسيرتها، ووقفت عائقاً أمام تحقيق أهدافها على النحو المؤمل، ولكن الحمد لله على ما تحقق.

