وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة. يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم :علوم الإعلام و الإتصال

موضوع المذكرة :

دور العلاقات العامة داخل المؤسسات الامنية للوقاية و الحد من حوادث المرور "دراسة حالة أمن ولاية المدية" (أنموذجا)

من 2016/02/29 إلى 2016/05/01

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص : إتصال و علاقات عامة

من إعداد الطالبتين:

- طهراوي نبيلة
- بن عزيزة خديجة

تحت إشراف

الأستاذ(ة):

د. صفرة إلهام

"السنة الجامعية: 2016/2015 ".



وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ
عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ



شكر وعرفان

الحمد لله القائل في محكم كتابه لئن شكرتم لازيدنكم إبراهيم الآية والصلاة والسلام على رسول الله القائل من لا يشكر الناس لا يشكر الله

الترميذي281

بداية اشكر الله عزوجل الذي ساعدني على إتمام دراستي وتحمل المصاعب في سبيل ذلك وتفضل علي بإتمام هذا العمل وبعد

يطيب لي أن أتوجه بالشكر والعرفان والتقدير

″ ″

.

إلى من تعلمنا بأيديهم واستلهمنا من علمهم أساتذة علوم علوم الاعلام والاتصال

إلى كل من أعاننا وساهم من قريب اوبعيد بالنصح والدعاء والكلمة الطيبة

اللهم اجعلنا ممن امن بك فهديته وتوكل عليك وكفيته وسالك واعطيته

اللهم نبهنا بذكرك في أيام الغفلة وانهج لنا الى رحمتك طريقا سهلة

اللهم اختم آجالنا،وحقق بالرجاء امالنا،وسهل في بلوغ رضاك سبيلنا ،وحسن في جميع الأحوال أعمالنا.امين ،امين ،امين

وصل اللهم وسلم وبارك على سيدنا محمد خاتم النبيين وامام المرسلين،وعلى اله وصحبه أجمعين،والحمد لله رب العالمين

الإهـــداء

الحمد لله الذي نفتح بحمده الكلام ، و الحمد لله الذي حمده أفضل ما جرت به الأقلام

الحمد لله ربي العالمين الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع و قدرنا على بلوغ هذه الرتبة العلمية .....

أما بعد أهدي هذا العمل المتواضع إلى :

" التي لم يستطع القلم أن ينصفها حقها مهما كتب وقيل ، إلى التي غمرتني بحنانها و عطائها ، و أعطتني زهرة شبابها ، إلى التي أنارت لي دربي بدعائها ، ز كانت لي المصباح الذي ينير لي دربي ، إلى : أمي الغالية **يمينة** حفظها الله".

" إلى الذي علمني أن العلم فلاح و الحياة كفاح : أبي الحنون **محمد** "

"إلى ملاكي و عصفوري و زينة حياتي و ثمرة زواجي : ولدي و حبيبي **فراس** جعله الله من الصالحين إنشاء الله".

" إلى من كان لي الدعم و السند في دراستي إلى زوجي الغالي و توأم روحي و نصفي الآخر: **نذير** أدام الله محبتنا و مودتنا".

" إلى ورود حياتي : أخواتي **فاطمة الزهراء و خيرة** ، ففضلهم لن أنساه و أطلب الله أن يقدرني على رد الجميل ".

"إلى إخوتي الأعزاء : ديدي **بلقاسم ، رابح ، محمد ، نصرالدين** ."أدامكم الله تاجا فوق رأسي.

"ألى عائلة زوجي وخصوصا: **يما أمينة ، بابا بن يوسف ، عمتو ليلي ،عائلي صفية ،سارة ، سمية ، نور الهدى ، محمد، أسامة ، عمتو نصيرة ، طاطا فريدة ، طاطا صفية ، "**

" إلى زميلتي و أختي في هذه المذكرة : **"نبيلة " ، و كل عائلتها الكريمة و خصوصا عائشة و ابنتها الكتكوتة " رهف".**

إلى من غابت عن الوجود ولكنها بقيت عند الموجود و رسخت في قلبي أختي : **فلة عبلة**

رحمها الله" إلى كل صديقاتي: أمينة ، زكاة ، مليكة ، ابتسام ، نوال،زينب، روفيدة ....."

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم و الحمد لله الذي خلق الإنسان علمه البيان والصلاة و السلام على النبي الكريم الذي أرسله الله بالهدي والفرقان فأضاء سبيل الحياة واوضح الطريق القوي وارشد إلى الطريق المستقيم

إلى الشمعة التي أنارت دربي وكياني إلى من يعجز عن وصف حبها لساني إلى من دفء الشمس حنانها أشبه بدفء الشمس يسري في قلبي ووجداني إلى من تفرح لفرحي وتعزيزي في أحزاني إلى اجمل واطرب واخف كلمة على لساني إلى **أمي الحبيبة حفظها الله** رمز الأمان والحنان.

إلى من كان سندي في السراء و الضراء إلى رمز الصمود والعطاء إلى قدوتي في التربية والأخلاق إلى من علمني الصبر والوفاء إلى من ضحى بسواد شعره ليجعلني من السعداء إلى **أبي الغالي على قلبي حفظه الله** والسخاء حفظه الله لي.

إلى أختي الحبيبة الغالية على قلبي ونصفي الآخر وصديقتي وبئر أسراري **"عيشوشة"** وابنتها المستقبلية " **رهوفة**"والى اختي العزيزة **سميرة** وزوجها وروح فؤادي وحياتي الكتكوتة **"هدولة "** و الكتكوت **"سيمو"**ربي يحفظهم.

وإلى أخي العزيز**فيصل** وزوجته وأختي وإبنة خالتي الغالية" **فاطمة الزهراء"**

وابنتهما المستقبلية **رتاج تسنيم**

وإلى أخي **"موح"** حبيبي وعمري ونور عيني حفظه الله ورعاه.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة ورياحين حياتي مليكة وروفيدة وزينب وسميرة،أمينة،

والى كل من أحببت أن أشاركهم فرحتي عائلة طهراوي

إلى قنديل الذكريات ذكريات الاخوة من تفرح روحي للقياها ساضل اذكرلئي حبيبتي عبلة ، و إلى عائلتها وخصوصا الى الكتكوت حفظه الله ورعاه **" فراسو"**

والى كل طالبات علوم الإعلام والإتصال .

نجيلة

خطة الدراســــــــــة

أولا: الإطار المنـهجي.

مقدمة

1/ الإشكالية والتساؤلات الفرعية

2/ فرضيات الدراسة

3/ أسباب اختيار الدراسة

4/ أهمية الدراسة

5/ أهداف الدراسة

6/ منـهج الدراسة

7/ أدوات الدراسة

8/ العينـة

9/ تحديد المصطلحات

10/ الدراسات السابقة

ثانيا: الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة العلاقات العامة.

أولا : خصائص العلاقات العامة.

ثانيا: أسس العلاقات العامة.

المطلب الثاني : مبادئ العلاقات العامة.

المبحث الثاني: إستراتجية العلاقات العامة.

المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة.

أولا : أهداف و أهمية العلاقات العامة.

ثانيا : مهام وأدوار العلاقات العامة.

المطلب الثاني: القائم بالعلاقات العامة.

أولا: مفهوم القائم بالعلاقات العامة.

ثانيا: خصائص وسمات القائم بالعلاقات العامة.

ثالثا: مزايا وعيوب القائم بالعلاقات العامة.

المطلب الثالث : الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة.

خلاصة وإستنتاجات.

الفصل الثاني: العلاقات العامة بالشرطة والأمن المروري.

تمهيد

المبحث الأول: العلاقات العامة بالشرطة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بالشرطة.

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة بالشرطة.

المطلب الثالث: معوقات العلاقات العامة بالشرطة.

المبحث الثاني: العلاقات العامة الداخلية والخارجية

المطلب الأول: العلاقات العامة الداخلية.

المطلب الثاني: العلاقات العامة الخارجية .

المطلب الثالث: العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور.

المبحث الثالث: وسائل العلاقات العامة في تجسيد الأمن المروري

المطلب الأول: العلاقات العامة بالشرطة والإعلام.

المطلب الثاني: الوسائل المباشرة للعلاقات العامة.

المطلب الثالث: الوسائل غير المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة.

خلاصة و إستنتاجات

ثالثا: الإطار التطبيقي

المبحث الأول :بطاقة فنية عن أمن ولاية المدية.

المطلب الأول : التعريف بالمؤسسة.

أولا : مفهوم خلية الاتصال والعلاقات العامة.

ثانيا: مهام وأدوار أمن ولاية المدية.

ثالثا: أخلاقيات ومهام القائم بالعلاقات العامة.

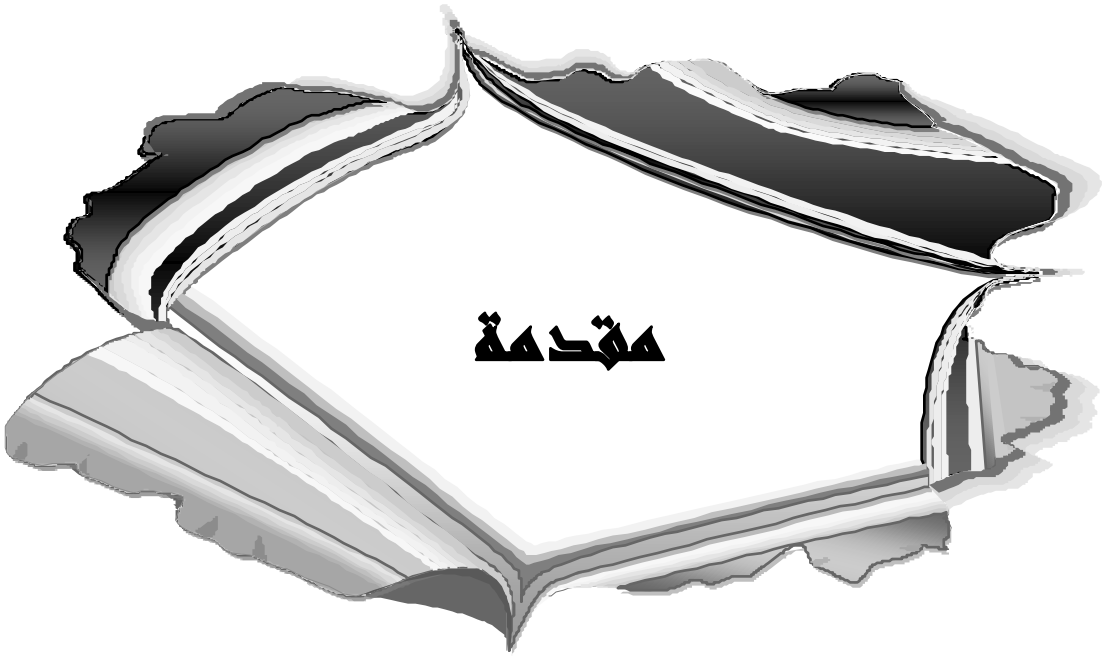
المبحث الثاني: تحليل محتوى الاستبيان

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي للجداول

أولا: إستنتاجات الدراسة

ثانيا: إقتراحات والتوصيات

-خاتمـــــة


مقدمة

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة بوصفها علما وفنا وممارسة كما نعرفها اليوم من إفرازات القرن 20م: تطورت ونمت كمفهوم إداري وكوظيفة مهمة في المؤسسة تتطور بتطور النسق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي و الثقافي الذي يعمل فيه.

فالعلاقات العامة بمفهومها الأول ظهرت قديما وكان الاهتمام بها مبنيا على الفهم والتعايش.أما العلاقات بمفهومها الثاني فقد ظهرت حديثا أصبحت من العلوم المعترف بها وقد أهلها ذلك ارتكازها على البحث والأسس العلمية المبنية على التخطيط والتحليل والدراسات السيكولوجية المرتبطة بالحاجات البشرية والدوافع الشخصية للإنسان لإشباع حاجاته.وهذا ما جعلها تحتل مكانة مرموقة داخل المجتمع بصفة عامة وداخل المؤسسة بصفة خاصة.

حيث أصبحت للعلاقات العامة دورا هاما في نشاط المؤسسة بل أصبحت جزءا لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة حيث أن نجاح الكثير من المؤسسات والمنظمات مرهون بقوة إدارة علاقاتها العامة وتنظيمها وفعاليتها، ذلك أنها تقوم بدور فعال ورئيسي في الإدارة والذي يتمثل أساسا في تسهيل الاتصال والارتباط المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها سواء الداخلي أو الخارجي من أجل كسب ثقته وتأييده للمنظمة، حيث أصبحت تعتمد على نشاط العلاقات العامة كتقنية اتصالية تحقق التفاعل بين المنظمة وجمهورها.

وفي ظل التغيرات العميقة والسريعة التي يشهدها العالم، أثرت على البنية التحتية الداخلية والخارجية لمؤسسات الأعمال، استوجب تغيرات جوهرية ظهرت في الأساليب التخطيطية التي اتبعتها والتي اعتمدت أساسا على تحليل واستقراء الأحداث الماضية وفي ظل هذه التغيرات ظهرت العلاقات العامة كنشاط متخصص في إقامة وتدعيم العلاقات الجيدة بين الموظف والمؤسسة وجماهيرها وذلك من خلال مهامها الساعية إلى التعريف بالمؤسسة وبنشاطاتها ومنتجاتها وخدماتها إلى جانب دراسة انطباع الجماهير عن تلك النشاطات والمنتجات والأخذ بها في رسم سياسة المؤسسة المبنية على التفاهم المشترك بينها وبين جمهورها.

وفي وقت زاد فيه عدد المؤسسات ذات النشاط الواحد، احتدمت المنافسة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي مما حتم على المؤسسات ضرورة إنشاء خلية أو قسم للعلاقات العامة الهدف منه

تأطير الأنشطة اليومية وتطورها وكذا تحسين الصورة الذهنية لها لضمان استمرارية المؤسسات ونموها، ومع زيادة عدد المؤسسات وتنوع نشاطها ازدادت طبقا لذلك الجماهير التي تتفاعل معها من جمهورها الداخلي المتكون من جماعات العمال والمسؤولين داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة إلى جمهورها الخارجي من مساهمي وعملاء وموزعين ومستهلكين وغيرهم، مما دفع مختلف المؤسسات إلى ضرورة تفعيل اتصال دائم بينها وبين جمهورها، وهذا الجمهور الذي عرف نقلة من حيث المستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي...الخ من الجمهور الذ ي ينتظر ما تجود به المؤسسات من معلومات إلى الجمهور الذي يطالب بها أصبح بذلك لا يكتفي بمعلومات سطحية عن السلع والخدمات وعن المؤسسات أيضا، وإنما يلج في جزئياتها وتفاصيلها كما لا يقف عند حد استعمال المعلومات آنيا فقط بل يطمح إلى اكتساب خبرات تمكنه من معرفة سلعة أو خدمة معينة وتميزها واكتشاف محاسنها من مساؤها ومن ثم المقارنة بينها وبين أخرى.

كل هذه المعطيات كانت سبا رئيسيا في التحول الذي عرفته المؤسسات باختلافها فهي تسعى للاهتمام بالعلاقات العامة كتخصص وكوظيفة إدارية من خلال البحث في سبل لتدريسها في المعاهد والجامعات وكذا دمجها كوظيفة إدارية في المؤسسا ت، وبذلك يمكن اعتبار نشاط العلاقات العامة نشاط أساسي في جل المنظمات الحديثة بما فيها المؤسسات الأمنية فهي بمثابة جسر للتواصل بين الطرفين لأن الإعلام أداة فعالة من أدوات الأمن لخلق حلقة التواصل والترابط مع الجماهير وما يحققه من خلق وعي جماهيري بأنشطته وأدائه لرسالته الأمنية، وتبصره بالمخاطر وكيفية الوقاية منها غير أن فعالية تلك الرسائل مرهون إلى حد بعيد بمدى تفوق العلاقات العامة بالشرطة في تزويد المواطن بالمعلومات الأمنية وقيامها بالدور التوعوي وتقديم النصح للمجتمع ونشر الثقافة الأمنية ورفع مستوى المسؤولية والحس الأمني لديه وتعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه واستقراره، حيث تهدف العلاقات العامة بخلق جو من الثقة والتعاون وخلق الشعور بالرضا عن أدائها بين الجمهور الداخلي والخارجي ويتوقف هذا الشعور بمدى ما تقوم به العلاقات العامة من دور ايجابي في تعميق سلوكيات متبادلة تعمق الاحترام المشترك والثقة المتبادلة بين الشرطة والمواطنين.

العلاقات العامة بالشرطة بصورة عامة تقوم على الأخذ والعطاء والفعل ورد الفعل وعلى الفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والايجابية وأن تكون رسائلها مؤثرة وفعالة من أجل ثقة وتأييد الجمهور ونشر

الوعي و التأثير في الرأي العام لرفع مستوى المسؤولية والحس الأمني ويتم قياسه بمدى فعالية رسائل العلاقات العامة بالشرطة الذي توجهها إلى الجماهير ومدى استجابتهم لهذه الرسائل.

وقد تمحورت الدراسة الراهنة حول دور العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية بهدف دراسة حالة العلاقات العامة وفعاليتها داخل هذا النوع من المؤسسات ومعاملاتها الخارجية لتحسين الخدمة العمومية وإرضاء رغبات الجمهور، ففي هذا التنظيم كان الهدف من وراء دراستنا الكشف عن دور العلاقات العامة للحد والوقاية من حوادث المرور ولتحقيق هذا ارتأينا أن نقسم البحث إلى مجموعة من الفصول فقمنا في الإطار المنهجي العام للدراسة أين تم طرح الإشكالية والتساؤلات الفرعية ووضع فروض التي تعتبر النقاط الأساسية التي ركزت عليها الدراسة

واستعرضنا أهمية الدراسة وأهدافها والدوافع التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع، كما عملنا على تحديد المفاهيم والمصطلحات وأخيرا الدراسات السابقة والتي تتقاطع مع دراستنا.

وانتقلنا إلى الفصل الأول الذي تضمن ماهية العلاقات العامة أهميتها وأهدافها ووظائفها ومبادئها أسسها.كما تناولنا القائم بالعلاقات العامة وسماته وخصائصه ومزايا وعيوب القئم بالعلاقات العامة وأهم الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة.

أما الفصل الثاني فقد تناولنا فيه العلاقات العامة بالشرطة والأمن المروري كما تطرقنا إلى مفهوم العلاقات العامة بالشرطة أهميتها بالشرطة وسائل العلاقات العامة بالشرطة والعلاقات العامة الداخلية والخارجية بالشرطة ومعوقات العلاقات العامة بالشرطة.

كم خصصنا الفصل الثالث للإطار الميداني للدراسة للتعرف على مجالات الدراسة. المجال الزماني، المكاني، البشري، بالإضافة إلى أدولت جمع المعلومات ثم دورها في الوقاية والحد من حوادث المرور، والذي تم فيه إسقاط ما جاء في الجانب النظري على أمن ولاية المدية حيث قمنا بتقديم بطاقة فنية عن مؤسسة أمن ولاية المدية، مهامها، أقسام ومصالح أمن الولاية، الهيكل التنظيمي، أخلاقيات القائم العلاقات العامة ومهاهمه بأمن ولاية المدية.


الإطار المنهجي

إشكالية الدراســــــــة:

أصبحت الحوادث المرورية تمثل وبشكل كبير هاجسا وقلقا لكافة أفراد المجتمع وأصبحت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المالية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة ألا وهو العنصر البشري. إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة، مما أصبح لازما العمل على إيجاد الحلول والاقتراحات ووضعها موضع التنفيذ للحد من هذه الظاهرة أو على أقل تقدير معالجتها والتخفيف منها ومن آثارها السلبية.

مما جعلنا نختار موضوع الدراسة والمتمثل في الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية للوقاية والحد من حوادث المرور خاصة أنها تعتبر ركيزة أساسية في مختلف النشاطات التي تقدمها للمؤسسات على اختلاف أنواعها فهي المحدد الأساسي لنجاح المؤسسات في وظائفها الداخلية و الخارجية وكذا تحسين صورتها وسمعتها بين المؤسسات الأخرى المشابهة لها في الخدمات حيث تعمل العلاقات العامة على تنفيذ دور الرابط بين العمال ومسؤليهم وكذا بين مختلف الفروع الأخرى داخل المؤسسة وخارجها.

تتميز العلاقات العامة بالشرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا. فالعلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي فهي تعبر عن الأسلوب العلمي الأمثل المخطط سلفا و المتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها بعد الانتشار الكبير لحوادث المرور في الآونة الأخيرة وأصبحت تصنف على أنها من بين أكثر المشكلات الإنسانية والإجتماعية والاقتصادية كونها تحصد على الأقل حياة شخص في العالم في ظرف دقيقتين ونصف.

ونظرا لأن مشكلة حوادث المرور أصبحت من أكثر المشاكل تعقيدا ومن أولى المشاكل التي تواجه أي دولة تسعى لتحقيق الأمن لمواطنيها وانطلاقا من المبدأ الذي يقر بأن أمن الدولة يقاس في طرقاتها وجب الوقوف بوجه هذا الهاجس من أجل تحسين الأمن المروري على مستوى طرقاتنا ووقاية المواطن من الوقوع في حوادث المرور فان هذا ما ترمي إليه جهود العلاقات العامة بأجهزة الشرطة خلال دورها الفعال الذي تمارسه نشاطاتها التوعوية.

وعليه نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير العلاقات العامة للحد والوقاية من حوادث المرور في مؤسسة أمن ولاية المدية ؟

التساؤلات:

1/هل تساهم العلاقات العامة في التوعية المرورية؟

2/كيف تساهم العلاقات العامة في رفع مستوى الحس الأمني المروري عند المواطنين؟

3/ما هي الأساليب والوسائل الاتصالية المستخدمة في إدارة العلاقات العامة داخل أمن ولاية المدية؟

الفرضيات:

1/تساهم العلاقات العامة بالشرطة بفضل نشاطاتها التوعية في التوعية المرورية

2/تساهم العلاقات العامة بالشرطة في رفع مستوى الحس الأمني المروري لدى المواطنين.

3/تستخدم العلاقات العامة بالشرطة أساليب ووسائل إتصالية متنوعة وحديثة للتواصل مع جمهورها

أسباب إختيار الدراسة:

الأسباب الذاتية:

-الرغبة الملحة في دراسة موضوع علمي له صلة بالتخصص.

-الإطلاع على التطبيق الفعلي لإستراتيجية العلاقات العامة.

-دراسة حالة نموذجية في مؤسسة تتبنى العلاقات العامة بهدف الإستفادة وزيادة الخبرة في الحياة المهنية.

-بما أننا ندرس تخصص إتصال وعلاقات عامة فسيكون لهذا الموضوع أثر ونتيجة إيجابية نحتاجها في حياتنا اليومية مستقبلا.

-تنمية القدرة من خلال المزاوجة بين الطرح النظري والدراسة الميدانية.

-لأنه يتوافق مع ميولاتنا ورغباتنا كوننا طلبة في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة.

-التعرف أكثر على واقع العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية وخاصة المؤسسة الخدماتية لأمن ولاية المدية.

الأسباب الموضوعية:

تهدف دراستنا إلى تسليط الضوء على العلاقات العامة بالمؤسسة الخدماتية لأمن ولاية المدية للوقاية والحد من حوادث المرور من خلال:

-محاولة تسليط الضوء على مشكلة حوادث المرور التي إستفحلت مؤخرا في الجزائر وخاصة ولاية المدية حيث تعتبر الطريق الوطني رقم 01 الذي يقطع الولاية في الكثير من النقاط السوداء التي أسفرت عن كثير من الحوادث.

-الإرتفاع الرهيب لحوادث المرور بولاية المدية خاصة الطريق الوطني رقم واحد حيث حصد هذا الطريق كثير من الأرواح وعلى غرار الطرق الوطنية الأخرى.

-الفضول العلمي لمعرفة مدى قدرتنا على إبراز مساهمة العلاقات العامة بالشرطة من خلال التوعية المرورية.

-تدعيم المكتبة المركزية بالجامعة والكشف عن جوهر الموضوع وإزالة الغموض من كل الجوانب المتعلقة به.

-الرغبة في إبراز الخلل والعراقيل في جهاز العلاقات العامة بالشرطة وتقديم بعض الإقتراحات و التوصيات على ضوء النتائج في حياتنا المهنية مستقبلا.

-الكشف عن النشاطات والخطوات العلمية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسة للوقاية من حوادث والحد من المرور.

-التعرف على الوسائل المستعملة والأجهزة من طرف المؤسسة لتحقيق أهدافها.

-معرفة مدى ممارسة وتطبيق العلاقات العامة كتقنية إتصالية في المؤسسة "أمن ولاية المدية".

-معرفة واقع العلاقات العامة بالمؤسسة "أمن ولاية المدية".

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة والموضوع أهميتها من أهمية جهاز الشرطة باعتباره مؤسسة أمنية إجتماعية تعنى بالإصلاح والتوعية والتوجيه وتحمل أهدافها للمجتمع وتقدم له خدماتها وأنشطتها المتعددة هذا من جهة و من جهة أخرى من أهمية العلاقات العامة كتقنية اتصالية فعالة في نجاح المؤسسة والدور الذي تقوم به في رسم صورة المؤسسة وإقامة جو يسوده

الثقة والتفاهم المتبادل مع جمهورها بنوعيه الداخلي والخارجي وكذا تعزيز دور العلاقات العامة داخل المؤسسة الأمنية.

كما تظهر أهمية الموضوع في إلقائه الضوء على المشكلة المرورية و مساهمة العلاقات العامة بشكل فعال في مواجهة حوادث المرور والوقاية منها لتقليل عدد الضحايا جراء هذا الكابوس " إرهاب الطرقات " الذي أضحى يحصد أكثر مما تحصده الحروب ولكشف مدى خطورة حوادث المرور بولاية المدية باعتبارها من أهم المشاكل التي تواجه الفرد والمجتمع داخل الولاية يستدعي الأمر إلى إجراء دراسة تعرف بالعلاقات العامة بالشرطة ومدى مساهمتها في تطوير جهاز الشرطة بفضل رسائل إعلامية هادفة عن طريق حملات التوعية المرورية ورفع مستوى الحس المروري عند الفرد والمجتمع المدني للمساهمة في بعض الحلول والمقترحات والتدابير لمعالجة هذهالمشكلة.

أهداف الدراسة:

هناك عدة أهداف نرغب في تحقيقها من خلال دراستنا هذه و هي:

-الكشف عن واقع العلاقات العامة بالشرطة ومدى فعاليتها في تحقيق خطط أمن الولاية.

-الكشف عن سير العلاقات العامة بالشرطة وعلاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي.

-تقديم اقتراحات واستنتاجات لتفعيل دور العلاقات العامة في تحسين الأمن المروري.

-تطوير برامج العلاقات العامة بالشرطة والعمل على إنتاج مادة إعلامية فاعلة تعزز من رفع الحس الأمني المروري.

-إثراء البحث العلمي بمعلومات عن موضوع العلاقات العامة والأمن المروري.

-معرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية في تحسين الأمن المروري في خضم التهديدات الأمنية على المواطن.

-تكوين رصيد معرفي وجمع معلومات إضافية حول الموضوع.

-الإستفادة من نتائج الدراسة كدراسات سابقة لمواضيع أخرى.

-التدريب على البحث العلمي وإتباع قواعده المنهجية في الدراسة والتعود على حل المشاكل والظواهر بطريقة علمية موضوعية.

1/منهج الدراسة:

عند القيام ببحوث أو دراسة علمية يجب إتباع خطوات فكرية منظمة تهدف إلى بلوغ نتيجة بإتباع منهج يتناسب مع طبيعة الدراسة.

ويمكن تعريف **المنهج:**<< هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث كما أن اختياره لا يكون عشوائيا بل إن موضوع الدراسة هو الذي يحتم نوع المنهج المناسب.

المنهج العلمي: هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة ويرتبط تحديد الأسلوب أو المنهج الذي يستخدمه ويطبقه الباحث لدراسة ظاهرة أو مشكلة معينة ومختلف الظواهر المدروسة بمعنى أن منهج وأساليب البحث العلمي تختلف باختلاف الظواهر والمشكلات المدروسة في خصائصها وموضوعاتها ولهذا فان طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي يتبعه في دراسته>>[1]

[1]/ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، **أساليب البحث العلمي " الأسس النظرية والتطبيق"** ، ط1،(عمان:دار صفاء للنشر والتوزيع)، 2004، ص33.

يتوقف تحقيق أهداف البحث على الاختيار السليم أو الأنسب للمنهج الذي يتلاءم وطبيعة الموضوع وعليه قمنا باستخدام منهج " دراسة الحالة" والذي يمكننا من الإلمام بجميع جوانب الموضوع والإجابة عن الإشكالية حتى نتمكن من الوصول إلى الهدف من الدراسة.

ويمكن تعريف **منهج دراسة الحالة** :<<على أنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة سواءا كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا. وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك قصد الوصول إلى تعميميات متعلقة بالوحدة المدروسة وغيرها من الوحدات المتشابهة.>> (1)

وقد تم اختيارنا لمنهج دراسة الحالة للأسباب التالية:

*لأنه الأنسب والملائم لدراستنا، بما أننا نحاول التعرف على دور العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية للوقاية من حوادث المرور، ثم توظيفه لأن طبيعة بحثنا تتطلب منا الإلمام بجميع جوانب الموضوع والإجابة عن الإشكالية حتى نتمكن من الوصول إلى الهدف من الدراسة.

*للبحث في العوامل والعلاقات المختلفة التي تساهم في وحدة المؤسسة وفهم المواقف المتفاعلة فيها.

كما إستخدمنا كذلك منهج مساعد وهو **المنهج المسحي الوصفي** ، لأننا ندرس ظاهرة راهنة تنتمي إلى الحاضر ،حيث يتطلب جمع المعلومات المطلوبة لفهمها من خلال إستخدام مواد البحث المناسبة كالإستمارة ،و يعرف المنهج المسحي بأنه:« يهدف إلى التعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الحاضر الطبيعي من خلال اللجوء إلى جمع البيانات والمعلومات عن طريق الملاحظة أوالإستبيان أو المقابلة وغيرها من الأدوات البحثية»(2)

---

[1]/ عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط4،(الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية)، 2007، ص130.

[2]/ .محمد عبيدات ومحمد أبو نصار عقلة مبيضين ،**منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط 2 ، (الأردن :دار وائل للطباعة والنشر)، 1999 .،ص41

علاوة على أننا اعتمدنا على المنهج المسحي الوصفي ، و الذي يقتضي وجود كمية كبيرة من البيانات حول الموضوع المدروس، من اجل الوصول إلى نتائج دقيقة

2/أدوات الدراســـة:

تعتبر مرحلة جمع البيانا ت مرحلة جد حساسة في البحث، فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث، لأن الاختيار الصائب والأمثل للأداة التي ستعتمد في جمع البيانات، سيساعد في تسهيل جمعها بأكبر قدر ممكن، لهذا نجد أن معظم الباحثين يستخدمون أكثر من أداة وهذا هو الشيء الذي إعتمدناه في دراستنا. علاوة على أننا اعتمدنا على منهج دراسة الحالة فقد اعتمدنا على الأدوات التالية: الاستمارة الإستبيانية كأداة أساسية، كما استخدمنا الملاحظة والمقابلة كأداتين مساعدتين للاستبيان.

1/الإستمارة الإستبيانية:

تعتبر الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث و تحتوي الاستمارة عادة على مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

وفي هذا الصدد نجد **محي الدين مختار يرى أن** : << أن أسئلة الاستمارة يجب أن تصاغ من خلال مؤشرات، مستخلصة من الفرضيات وأن تصممم الاستمارة بعد مجموعة من المراحل المنهجية الهامة والتي لا بد من إيلاءها الأهمية الكافية، حتى توصلنا إلى حقائق دقيقة. >> (1)

[1]/ محي الدين مختار، **اتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية** ، ط1 (باتنة:دار المنشورات)، 1999، ص7.

ويمكن تعريف الاستبيان: << على أنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضع الاستمارة بهدف الحصول على المعلومات خاصة بظاهرة أو مجتمع البحث.>> [1]

وقد اعتمدنا في دراستنا على إستمارة إستبيانية خاصة بالجمهور الداخلي لأمن ولاية المدية و مراعاة الترتيب المنطقي وإحداث التوازن لمحاور البحث وقد حاولنا ربط الاستمارة بإشكالية وفروض الدراسة حيث قدمنا الاستمارة لمجموعة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال قصد تحكيمها وتقييم مدى صلاحيتها وعلى وحدات من مجتمع البحث بغرض معرفة مدى ملائمة الأسئلة ومدى وضوحها، وقد تم أخذ بعين الاعتبار ملاحظاتهم، حيث قمنا بإعادة صياغة بعض الأسئلة وإلغاء بعضها فكانت الاستمارة في شكلها النهائي تحتوي على16سؤال وتم توزيع 60 استمارة على مفردات العينة و قمنا بإسترجاع 50 إستمارة حيث تم إلغاء 5 إستمارات لعدم استفاءها على الشروط اللازمة ، و 5إستمارات لم تسترجع، و انقسمت الإستمارات المسترجعة بين 37 ذكور و 13 إناث والتي تم اختيارها حسب العينة القصدية من موظفي وعمال مؤسسة " أمن ولاية المدية " و تم توزيع الاستبيان في 2016/04/11 واسترجاعها يوم 2016/04/19م .

وقد تضمنت أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة وأخرى شبه مغلقة وقد تم تقسيم هذه الاستمارة إلى ثلاث محاور هي:

المحور الأول: بيانات عامة حول العينة.

المحور الثاني: معرفة طبيعة العلاقات العامة بالشرطة ودورها بالتوعية المرورية.

المحور الثالث: الوسائل والأساليب التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة.

[1] / محمد شلبي، **المنهجية في التحليل السياسي**، ط4، (الجزائر :دار هومة)،2004، ص37.

ولما كان الهدف من الدراسة هو معرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية وتحديدا " أمن ولاية المدية " لوقاية والحد من حوادث المرور استخدمنا أداة الملاحظة كأداة مساعدة.

2/ الملاحظـــــة:

تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في جمع البيانات لأنها تسمح للباحث بجمع المعلومات والحقائق من الحقل الطبيعي للدراسة.

ويمكن تعريفها:<< هي عبارة تفاعل وتبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر أحدهما الباحث والآخر المستجوب أو المبحوث يجمع معلومات محددة حول موضوع معين ويلاحظ الباحث أثناءها ردود فعل المبحوث >> [1]

وللملاحظة فوائد كثيرة حيث تفسح المجال للباحث ملاحظة الظروف التي ينحصر فيها البحث كما تمكنه من مشاهدة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين في الأجواء الطبيعية والمميزة لها بعيدا عن التصنع، وهذا ما يؤدي إلى الفهم الصحيح والحقيقي للظاهرة محل الدراسة.

وفي بحثنا هذا قمنا باستخدام الملاحظة من خلال التنقل الشخصي إلى أمن ولاية المدية وملاحظة سيرورة العمل فيه من جهة ومن جهة أخرى سيرورة العلاقات العامة داخل مؤسسة أمن ولاية المدية.

وقد استخدمنا الملاحظة بالمشاركة في بحثنا هذا من خلال تربصنا ومن خلال الزيارات المتعددة التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة، حيث تمكنا من ملاحظة بعض الخصائص والسمات التي تميز مجتمع البحث بصفة عامة.وأفراد العينة بصفة خاصة، إضافة إلى

[1]/ إحسان محمد حسن، **الأسس العلمية لمنهاج البحث الاجتماعي**، ط1، (عمان:دار الطليعة)، 1999، ص93.

ملاحظة العلاقات السائدة داخل "أمن ولاية المدية" من خلال التعاملات اليومية بين أفراد مجتمع البحث كما قمنا باختيار أداة المقابلة كأداة مساعدة لجمع المعلومات والتي سمحت لنا بمقابلة عمال أمن ولاية المدية، وإجراء حوارات معهم على مختلف الأنشطة داخل "امن ولاية المدية"، إذ سمحت لنا هذه الأداة بالحصول على كم هائل من المعلومات وأتاحت لنا التعرف عن قرب على الأعمال والأنشطة المختلفة داخل المؤسسة.

3/المقابلـــــة:

هي من بين الأدوات المساعدة في جمع المعلومات والبيانات، ومن الميدان المتعلق بموضوع البحث وتبريرها وتصنيفها وتحليلها عمليا، بما يساعد الباحث على التوصل إلى النتائج النهائية التي يستعملها في الكشف عن خبايا الموضوع محل الدراسة.

كما اعتمدنا على المقابلة عند تطبيق الاستمارة حيث اتضح لنا عند تجريب الاستمارة بأن معظم أفراد العينة قد فهموا الأسئلة كما وجدت ومما سبق نستطيع القول أنه يجب أن تتكامل كل هذه الأدوات لأداء دورها وفق منهج محدد وذلك من خلال إجراءات منهجية التي يتبعها الباحث بدءا باستطلاع ميدان الدراسة والتعرف عليه وتحديد مجال وحدود الدراسة.

حدود الدراسة:

إن الباحث في مختلف المجالات بما فيها مجال الإعلام والإتصال، لا يمكنه إجراء دراسة دون التعرف بشكل جيد على مجتمع بحثه لذا يجب أن نقوم أولا بتعريف مجتمع البحث بطريقة واضحة ومحددة، إذا يعتمد على سحب العينة من هذا المجتمع فان حجم العينة يستوجب أن يتحدد بصورة علمية ودقيقة وأن تكون العينة ممثلة للمجتمع.

1/مجتمع البحث:

«هو مجموع محدد أو غير محدد من المفردات أو العناصر أو الوحدات المحددة مسبقا، أو هي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث»[1] والعينة تختار بطريقتين إما عشوائية أو منظمة ، فالباحث يلجأ إلى الطريقة العشوائية لاجتناب التحيز، خاصة إذا كان مجتمع البحث كبيرا، ونظرا لقدرتنا على التحكم في مفردات مجتمع البحث الخاص بدراستنا، فقد إعتمدنا على طريقة الحصر الشامل.

-إخترنا مجتمع بحثنا في هذه الدراسة بإبراز طبيعة المجتمع في حد ذاته والمتمثل في "أمن ولاية المدية" ممثلة لهذه الفئة من خلال ذكر مفرداته أو وحداته والذي يتكون من " 60 موظف".

2/عينة الدراسة:

تعريف العينة: <<هي إختيار جزء صغير من مجتمع البحث، إختيارا عشوائيا أو منتظما أو قصديا ليشكل هذا الجزء المادة الأساسية للدراسة أو هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليشمل من حيث النتائج مجتمع الحث تمثيلا علميا سليما .

-لقد إخترنا عينتنا بطريقة قصدية ويمكن تعريفها:

العينة القصدية: وهي التي يقوم فيها الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من المعلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا>> [2]

[1] / احمد بن مرسلي ،**مناهج البحث العلمي في الاعلام والاتصال** (الجزائر :ديوان المطبوعات الجزائرية) ،2003،ص ص 128-169.

[2] / أحمد بن مرسلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 169.

-إخترنا عينتنا في بحثنا هذا والتي تتمثل في عمال "أمن ولاية المدية" فهي عينة تمثيلية لها ممثلة من **60** فردا وهذا بدوره انعكس إيجابيا على دقة النتائ ج الإحصائية وأعطى سهولة لتحليلها وأعطى انطباعا عاما حول دور العلاقات العامة داخل مؤسسة "أمن ولايةالمدية"للوقاية من حوادث المرور،وهذا راجع أساسا إلى حجم العينة فكلما كانت العينة بسيطة ومتجانسة وصغيرة كانت الدراسة أسهل والوصول لنتائج أسرع وبأكثر دقة وبأقل تكلفة وجهد.

-كما قمنا باعتماد طريقة الدراسة الكلية لمفرداته أي إعتماد طريقة الحصر الشامل وفيها تتحقق الدراسة الشاملة لجميع مفردات مجتمع الدراسة التي تشكل مجتمعه حيث يتم الحصول على البيانات من جميع أفراد مجتمع الدراسة،لأن مجتمع الدراسة يتكون من عدد محدود من المفردات ومن هنا تم إخضاعها كلها للدراسة والذي يتكون من **60**مفردة، وعلى هذا الأساس وقع الإختيار على فئة الجمهور الداخلي لمؤسسة أمن ولاية المدية أي العمال والموظفين بالمؤسسة موزعين على مصالح وأقسام المؤسسة،فهي عينة تمثيلية وهذا بدوره إنعكس إيجابيا على دقة النتائج الإحصائية وأعطى سهولة لتحليلها وأعطى انطباعا حول سير العمل داخل مؤسسة "أمن ولاية المدية" وهذا راجع أساسا إلى حجم العينة فكلما كانت العينة بسيطة ومتجانسة وصغيرة كانت الدراسة أسهل والوصول إلى نتائج أسرع وبأقل جهد وتكلفة وبدقة.

تحديد المصطلحات والمفاهيم

1/مفهوم التأثير:

-**لغة:** <<تأثير: (اسم).مصدر أثر على/ أثر في

كتأثير جانبي، مفعول سلبي لدواء ونحوه، دواء ذو تأثير سحري:قوي المفعول.نفوذ، قدرة على إحداث أثر قوي فلان ذو تأثير كبير واقع تحث تأثير والده، انفعال في العقل والقل ب.تحرك المشاعر·

-اصطلاحا:

<< يشير إلى فاعلية العمل وتحقيق النتائج الموضوعية والمقصودة>>[1]

وتعرف موسوعة علوم الإعلام والإتصال << بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما فالتأثير هو نتيجة الإتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، قد يكون تأثير نفسي أو إجتماعي>>[2]

ويرى الباحث " **عبد الباسط محمد عبد الوهاب**" << بأن الأثر هو ما أحدثته التكنولوجيا الإعلامية سواء كان أثره سلبيا أو إيجابيا كاستخدام الأقما ر الصناعية أوجد عدة قنوات إرسال وكذلك أوجد إرسالا متخصصا وعملت على تفتيت الجماهير إلى أفراد منعزلين بعد أن كان الإرسال قبل الأقمار الصناعية يتوجه لجميع الجماهير.>> [3]

أما الباحث "**سعيد بومعيزة**" << بأن الأثر ذلك الفعل الناتج عن تلاقي أنظمة ثقافية متباينة وما يتركه هذا التلاقي من عواقب وردود أفعال تتوقف في مجملها على مدى قوة وفعالية كل نظام ثقافي>>[4]

-المفهوم الإجرائي:

تقصد بالأثر في هذه الدراسة ما ينتج من تغيرات سواء كانت سلبية أو ايجابية حسب طبيعة الاتصال التفاعلي.

---

[1]/ محمد منير حجاب،**المعجم الإعلامي**،ط1، (القاهرة:دار النشر والتوزيع)، 2004، ص514.

[2]/ حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد،**الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، (مصر: الدار المصرية اللبنانية)، 2001، ص82.

[3]/ عبد الباسط محمد عبد الوهاب،**استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيون**، (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث)، 2005، ص381.

[4]/ سعيد بومعيزة،**أثر وسائل الإعلام على سلوكيات والقيم لدى الشباب**،(دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر)، 2004-2005، ص196.

-الأمن المروري:

اصطلاحا:يعتبره الدكتور حمد يماني أنه الأمن بمفهوم الشرطة أي: << الأمن الذي تقوم الشرطة بحمايته ومعنى هذا.هو المعنى المباشر لكلمة الأم، الذي تختص الشرطة حين تعمل لكشف غموض جريمة وقعت أو لمنع وقوع جريمة تدبر أو لتنظيم حركة المرور في الشوارع المزدحمة وهذا بالتحديد ما يعرف بالأمن المروري القائم على خفض مشاكل المرور وتحسين حركته حفاظا على أمن وحياة المواطن وهي عمليات مباشرة تدخل في صميم اختصاص مهنة معينة يتولاها رجال مدربون عليها.>> [1]

التعريف الإجرائي للأمن المروري:

هو إنخفاض معدل الوفيات والإصابات بالخسائر البشرية والمادية على مستوى الطرقات بانخفاض معدل حوادث المرور التي قد تحدث على مستوى الطرق.يشير الأمن المروري بمعناه العملي إلى توفر الأمن وحفظه عب الطرق التي يسلكها مستعملوا الطرق روتيني ا والذي يضمن إستعمالهم للطرق بسلام دون التعرض لأي ظرف طارئ مفاجئ يدفعون حياتهم ثمنه يعني تعرضهم لحوادث المرور، فارتفاع معدل هذه الأخيرة وتضاعف مسببات حدوثها ينجم عنه تراجع طردي لمستوى الأمن المروري عبر الطرق.

-الوعي الأمني:

<< إرتبط مفهوم الوعي الأمني بالإنسان منذ نشأته الأولى لأنه مرتبط بغريزة البقاء، وتدلنا الآثار التاريخية بوضوح على اهتمامه بالأمن من مشاغله الرئيسية التي يوليها رعاية كبيرة وكانت نظرته إلى تحصين نفسه ووقاية تدخل ضمن عدد من الإحتياطات والتي تمثلت في سكناه، ففي المناطق التي تعلى فيها الغابات والهضاب والجبال، لجأ إلى حفر الخنادق وبناء

[1]/ منجد الطلاب، ط17، (بيروت،دار المشرق)، 1993، ص718.

الأسوار والتزام اليقظة الدائمة مثل عرب الجزيرة قبل الإسلام الذي روى عنهم "جورجي زيدان" حملهم الدائم للسلاح وتلفتهم في الطرق وقلة هجوعهم في المجالس.>> [1]

-الوعي المروري:

-الوعي:

لغة:

<<من وعي، يعي،وعيا،وعى الشيء، سمعه في وعاء، وعى الحديث، حفظه، وفهمه وقبله وعي الرجل أي يدرك ويفهم ويحفظ الوعي الحفظ والتقدير،الفهم وسلامة الإدراك، تقول وعى، يعي وعيا فهو واع ، فالوعي خاص بالفرد وحده، أما التوعية فهي الخاصة بالجماعة والمجتمع.فهما نفس المعنى عدا أن الوعي داخلي والتوعية عملية خارجية. >> [2]

اصطلاحا:

<< فالوعي مصطلح عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وحتى العلمية منها ومن ثمة والوعي الاجتماعي أنواع كثيرة كالوعي الأخلاقي، الوعي الديني الوعي الصحي و الوعي المروري ، إن الوعي هو على أشكال انعكاس الواقع الموضوعي ، وهو كامن في الإنسان وحده ،والوعي هو المحمل الكلي للعمليات العقلية التي تشترك ايجابيا في فهم الإنسان للعالم الموضوعي ولوجوده الشخصي ويرجع في الأصل إلى نشاط الناس الإنتاج الاجتماعي>>.[3]

---

[1]/ جاسم خليل ميرزا، **العلاقة بين أجهزة المرورية ووسائل الآلام "الأسس والمبادئ"** ،(الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية)، 2007،ص6.

[2]/ منجد الطلاب مرجع سبق ذكره ،ص719.

3/ أحمد العايدي وآخرون،**المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها** ،(باريس"لاروس":المنطقة العربية للتربية والثقافة) 1989 ،ص ص 13-21

<< يعرف الوعي كذلك على أنه اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد ويتضمن ذلك وعي الفرد بالوظائف العقلية الجسمية ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي وإدراكه لذاته والقيام بدور الآخرين.>> (1)

-إن المقصود بالوعي المروري بمفهومه الشامل هو: << اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها مما ينعكس إيجابا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة. >> (2)

-حوادث المرور: لغة:

الحادث:<<حدوث الأمر،وقع، جمع أحداث،الأمر حادث،أحداث الدهر مصائب وحدثات الدهر نوائبه>>(3)

-المرور:<< من مر، مرورا، وممرا.جاز وذهب ومر به عليه ،اجتيازه، مرر الشيء ، دحاه على وجه الأرض.>> (4)

<<ويعود أصل كلمة حادث مرور إلى اللغة اللاتينية(accident) وتعني كل ما يأتي لتحطيم مجرى الحياة المنظمة>> (5)

-اصطلاحا:<<يعتبر أحمد رمزي الحادث أنه: "كل ما يؤدي إلى ضرر جسدي مفاجئ، عندما كانت الضحية تابعة لمستخدمها المعتاد>>(1)

1/ م.روزنتال- ب يدين **الموسوعة الفكرية**،(بيروت:دار الطليعة) ،ص 586

2/ م.روزنتال- ب يدين،مرجع سبق ذكره ، ص 586.

3/ صالح عبد العزيز الوعي المروري ،(السعودية جريدة الجزيرة المسائية)،ع10282،(10 فيفري 2016) نقلا عن الموقع www.jazirah.com ،أفريل 2005

4/ مجلة **دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور** (الجزائر:مركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق)،عدد خاص 25 نوفمبر 200،ص 15.

5/ أحمد محمد يوني،**الجوانب النفسية لمشكلات حوادث المرور**.(ليبيا:الهيئة القومية للبحث العلمي) ،ص 14.

ويرى البعض أنه: "حدث غير متوقع وخاطئ،ولكن ليس بالضرورة يسبب إصابات أو الخسائر ويؤدي إلى عرقلة المرور أو إستكماله."

التعريف الإجرائي لحوادث المرور:

" حوادث المرور هي حوادث غير متوقعة تنشأ نتيجة الإخلال بعامل ما.بالفعل المتبادل للنظام الذي يجمع بين السائقين والسيارات والظروف الطقسية، وحالة الطريق، وعدم صلاحية السيارة،اختراق قواعد المرور، والإخلال بالتأدية العادية لوظيفة أي عنصر من عناصر النظام المذكور يمكن أن يؤدي إلى نشوء أحد حوادث المرور تنجم عنها خسائر بشرية ومادية متفاوتة الخطورة تبعا لدرجة خطورة حادث المرور.

-العلاقات العامة:

لغة<<: تعني صلات روابط الاتصال بين المؤسسة والعامة

العامة:يقصد بها عامة الشعب والناس والجماهير المتعاملة معهم داخل المؤسسة خارجها>>(2)

اصطلاحا: << العلاقات العامة هي مجموع الجهود التي تبذلها أي منظمة من المنظمات وهذا بهدف ضمان الثقة والتفاهم والتبادل بين هذه المنظمات والجمهور الذي تتعامل معه بمختلف أنساقه.>> (3)

---

[1]/ أحمد رمزي،**مساهمة في دراسة ظروف العمل**،(الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية)، 1997، ص43.

[2]/ عبد العزيز ،**الإدارة العامة المقارنة**،ط1،(عمان : دار العلمية الدولية للنشر والتوزيع)، 2000،ص3.

[3]/ سليمان فخري،**العلاقات العامة**، (العراق: دار الكتابة والطباعة والنشر)، 1981، ص34.

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة: هي مجموعة السياسات والنشاطات المختلفة التي يقصد من وراءها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجمهورها.إذ تعمل العلاقات العامة على رسم الطريق أمام المؤسسة لكسب رضا وثقة الجمهور الداخلي والخارجي من خلال ما تقوم به من أعمال لصالحه وذلك باستخدام أحدث تقنيات الاتصال.

المؤسسة:

لغة:<< هي اسم مكان للفعل أسس ومصدره تأسيس ومعناه جعل للشيء أساسا أي قاعدة معينة ويعني عملية جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين.>> (1)

اصطلاحا: << تعد المؤسسة مكانا لاجتماع أشخاص تتكامل قدراتهم من أجل إنتاج خدمة أو سلعة وكل ما ينفع المجتمع من جهة أخرى، والمؤسسة شخصية قانونية لها حقوقها وواجباها وصلاحياتها ومسؤولياتها ويجب أن تكون قادرة على إنتاج خدمة أو سلعة.>> (2)

التعريف الإجرائي للمؤسسة: هي وحدة إنتاجية أو خدماتية تقوم على أساس العمل الجماعي للعملين فيها المزودين بالأصول المادية والمعنوية من أجل تحقيق أهداف معينة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: << دور الإعلام الجواري بالشرطة في بناء العلاقات العامة لأمن ولاية المدية هي مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال سنة 2015بعنوان:

---

[1]/ محمد منير مرسي،**التعليم الجامعي المعاصر**، "قضاياه واتجاهاته"، (القاهرة: دار النهضة العربية)، 1997، ص10.

[2]/ إبراهيم إمام، **فن العلاقات العامة والإعلام**، (عمان:مكتبة الانجلو المصرية)، 1986، ص04.

دور الإعلام الجواري بالشرطة في بناء العلاقات العامة بأمن ولاية المدية" نموذجا وهي دراسة استعملت فيها منهج دراسة الحالة، انطلاقا من الإشكالية التالية:

ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الجواري بالشرطة في بناء علاقات عامة لأمن ولاية المدية؟

ودعمت هذه الإشكالية بالتساؤلات التالية:

*كيف يساهم الإعلام الجواري في تقليل من حوادث المرور من خلال العلاقات العامة؟

*هل يساهم الإعلام الجواري فعلا في التوعية المرورية من خلال بناء العلاقات العامة؟

*<<ما هو دور الإعلام الجواري بالشرطة لتنظيم العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي في تطوير العلاقات العامة؟

*هل يؤدي الإعلام الجواري دوره في تحسين الأمن المروري؟

*كيف يساهم الإعلام الجواري في رفع مستوى الحس الأمني المروري عند المواطنين؟

عينة الدراسة: وقد اعتمدنا على عينة حصصية وعلى أساس هذا الاختيار تم تحديد عدد مفردات العينة قدرت ب 70 مفردة من مجتمع الدراسة ووقع الاختيار على فئة قائدي السيارات>>. [1]

نتائج الدراسة:

*أن معظم المبحوثين يعتقدون أن الشرطة تمارس وسائل الاتصال بهدف إعلام وإبلاغ المواطنين في ظل التوعية والتحسيس بالمشاكل الأمنية والمرورية.

[1]/ فاتح يوسفي وحنان بن زرقة،" **دور الاعلام الجواري بالشرطة في بناء العلاقات العامة بأمن ولاية المدية**" ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة يحي فارس بالمدية ،2014-2015،ص27.

*أن كثير من المبحوثين يعتقدون أن للشرطة مهام عديدة حيث أثارت معظمهم إلى الدور التوعوي والتحسيس الناتج عن الإعلام الجواري بالشرطة على غرار حفظ الأمن.

*<< أن الشرطة تمارس الإعلام الجواري من أجل تحسين العلاقة بين الشرطة والأفراد التي كانت في زمن ليس ببعيد علاقة غير متزنة ومنعدمة بين الثقة على عكس الحاضر.

*أن دور الإعلام الجواري يكمن في تكثيف وتنويع وسائل العلاقات العامة لتفادي وقوع أكبر قدر ممكن من الحوادث المرورية نظرا لأهمية هذه الوسائل ودورها في التحسيس والتوعية ونشر الوعي المروري.

*أن العلاقات العامة تلعب دور في تحسين الأمن المروري.

*أن تكشف حملات التوعية وتنويع وسائل الإعلام الجواري وتحسين مضمون الرسالة الأمنية يساعد على بناء جسر التواصل والثقة بين الشرطة والجمهور وبالتالي يساهم في بناء علاقات عامة للشرطة وتغيير الصورة النمطية السابقة عن الشرطة لدى الجمهور >>.[1]

التوصيات:

1/<<الإهتمام بدور رجل المرور كممارس أول للعلاقات العامة مع الجمهور وعلى إيجاد الثقة بينه وبين المواطن لترسيخ التعامل الودي والإنساني بين أجهزة الأمن والمواطن.

2/تطوير برامج الإعلام الجواري بالشرطة وإنتاج مادة إعلامية فاعلة تعزز من رفع الحس الأمني المروري لدى المواطن اتجاه مسؤولياته في الحد من حوادث المرور وتحسين صورة مؤسسة الشرطة لدى الأفراد.

[1]/ فاتح يوسفي وحنان بن زرقة، مرجع سبق ذكره،ص28.

3/رفع كفاءة العاملين في حقل العمل الإعلامي لدى الشرطة والاستفادة القصوى من التطور التقني في مجال الإعلام والاتصال.

4/إيجاد إعلام مروري يهدف إلى نشر الوعي والثقافة المرورية مستهدفا بذلك جميع فئات وأفراد المجتمع ومستخدما جميع الصيغ و الأشكال والقنوات التي تمكنه من إيصال رسالته مع حسن اختيار الرسالة والتوقيت.

5/تخصيص مساحة أكبر للتوعية المرورية عبر وسائل الإعلام وخاص ة الراديو والتلفزيون والصحف والمنشورات والملصقات، مع التنويع في المواضيع بأسلوب شيق مع اختيار الوقت المناسب.

6/التنسيق مع الأجهزة ذات الصلة بحركة المرور كمديريا ت الكهرباء والغاز والمياه ومختلف المديريات التي لها أشغال وذلك لتكامل الأدوار عند إنشاء الطرق.

7/العمل مع الأجهزة العدلية والقضائية لتقوية الأحكام الجزائية المتعلقة بالمخالفات المرورية بهدف الردع.

8/إدخال مادة التوعية ضمن المناهج الدراسية في المراحل التعليمة المختلفة.>> [1]

[1]/ فاتح يوسفي وحنان بن زرقة، نفس المرجع السابق،ص29.

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان:

دور العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية للوقاية من حوادث المرور

" نموذج: أمن ولاية المدية "

وذلك بهدف معرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة داخل أمن ولاية المدية للوقاية من حوادث المرور.

ندعوكم أيها السادة والسيدات.....

للمشاركة في هذا العمل، بالإجابة على الأسئلة المرفقة بهذا الاستبيان، بدقة وصراحة ونحيطكم علما أن المعلومات التي سوف تدلون بها لن تستخدم إلا لغرض علمي وفي إطار السرية التامة.

ملاحظة:

-ضع علامة (+) في خانة الجواب الذي تختاره

-لا تشطب الأسئلة التي لا توافق عليها

-لا تكتب اسمك ولا أي معلومات شخصية ما عدى المطلوبة

-يرجى الإجابة على كل الأسئلة

نشكر لكم حسن تعاونكم معنا ونقدر لكم هذا الجهد.

تحت إشراف الأستاذة **من إعداد الطالبتين:**

-صفرة الهام - طهراوي نبيلة

- بن عزيزة خديجة

تاريخ التوزيع: 2016/04/11 **تاريخ الاستلام: 2016/04/19**

السنة الجامعية: 2015/ 2016

المحور الأول: البيانات الشخصية

1 الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2 السن: 25-35 ☐ 35 -45 ☐ 45 فما فوق ☐

3 المستوى التعليمي: ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الثاني: العلاقات العامة بالشرطة ودورها في التوعية المرورية

4/ هل يقتصر نشاط الشرطة في مهامها الأمنية فقط؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة ب "لا" اذكرها:.....

5/ هل ترى أن جهاز الشرطة يمارس العلاقات العامة من أجل؟

-التوعية المرورية ☐

-تحسين علاقة الشرطة بالمواطن ☐

6/ هل ترى إن تم الالتزام بقانون المرور والمعلومات المقدمة من طرف الشرطة سيكون هناك حوادث مرور؟

نعم ☐ لا ☐

7/ أين يكمن دور العلاقات العامة بالشرطة؟ في:

-القيام بحملات توعية ☐

-مضمون الرسالة الأمنية ☐

-التنويع في وسائل العلاقات العامة ☐

8/ كيف ترى أهمية العلاقات بالشرطة؟

مهمة ☐ غير مهمة ☐

9/ في رأيك هل تساهم العلاقات العامة في الشرطة في تحسين الوعي المروري لدى الأفراد؟

نعم ☐ لا ☐

10/ من خلال دور العلاقات العامة في التوعية المرورية، كيف تتوقع مستوى الوعي المروري لدى الأفراد؟

عالي ☐ متوسط ☐ منخفض ☐

11/ في نظرك ما الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور؟

-عن طريق التوعية المرورية ☐

-في الإعلام المروري ☐

-زيادة في فرض العقوبة على المخالف ☐

أخرى أذكرها:.....

المحور الثالث: وسائل وأساليب العلاقات العامة بالشرطة.

12/ هل تستخدم الشرطة وسائل الاتصال والإعلام في أداء مهامها؟

نعم ☐ لا ☐

13/ ما هي الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة للاتصال بجمهورها؟

-الاتصال الشخصي ☐

-الهاتف ☐

-الانترنيت ☐

أخرى أذكرها.....

14/ هل تولي إدارة العلاقات العامة بالشرطة اهتمامها بالوسائل الحديثة للاتصال بجمهورها؟

نعم ☐ لا ☐

15/ هل تستغل إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة التطور التكنولوجي كما ينبغي في بث رسائلها ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف ذلك ؟.....

16/ إذا كانت لديك اقتراحات أذكرها ؟.....

.....



الفصل الأول :

مدخل إلى العلاقات العامة

الفصل الأول : مدخل إلى العلاقات العامة

المبحث الأول : مفهوم و نشأة العلاقات العامة

المبحث الثاني : إستراتيجية العلاقات العامة

المبحث الأول:ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة العلاقات العامة.

تلعب العلاقات العامة دورا هاما في نشاط المؤسسة،بل أصبحت جزء لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة حتى أن نجاح أو فشل المؤسسة مرهون بمدى قوة إدارة العلاقات العامة،و تنظيمها و فعاليتها.بما أن العلاقات العامة الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي و الخارجي و هي تعد أحد مجالات الاتصال المؤسساتي، الذي ظهر و حقق قبولا متزايدا خلال 50عاما و يرجع ذلك إلى تعاظم أهمية الرأي العام و كسب ثقة الجمهور لنجاح النشاطات المؤسسات مهما كان نوعها،كما يرجع ذلك إلى تنامي شعور المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية و منها كان هدف العلاقات العامة متمثلا في رعاية العلاقات الإنسانية السليمة بين فضاء المؤسسة و الجماهير من جانب أخر،إذ تهتم العلاقات العامة بالكشف عن الأسس و المبادئ التي تساعد على إقامة علاقة مفعمة بالثقة.

لذلك سنتناول في هذا الفصل مدخل إلى العلاقات العامة مقسما إلى ثلاث مباحث.ففي المبحث الأول تطرقنا إلى مفهوم العلاقات العامة النشأة والتطور والخصائص و المبادئ،أما في المبحث الثاني ،فكان بعنوان العلاقات العامة أهدافها،أهميتها ووظائفها،وفي المبحث الثالث تناولنا فيه القائم بالعلاقات العامة.

هناك عدة تعاريف للعلاقات العامة،لذا اخترنا تعريفات تمثل الجانب الأكاديمي أي تعاريف لأساتذة العلاقات العامة و أخرى تمثل الجانب المهني،أي تعريفات لخبراء و ممارسي العلاقات العامة و كذا الهيئات المهتمة بالعلاقات و هي كالأتي:

*«تعريف "**جيمس سواتر**": هي عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها إلى المحافظة و تعزيز الفهم و الثقة بين الزبائن والمساهمين والمستخدمين وجيران المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام،وذلك من خلال التحليل الذاتي والتصويت داخليا من خلال جميع أساليب التغيير خارجيا.

*ويعرفها"**أرنف و باسكن**": هي وظيفة إدارية تساعد في تحديد أهداف المنظمة،وتسهل التغيير فيها ويقوم ممارسوا العلاقات العامة بالاتصال مع الجمهور الداخلي و الخارجي الذين لهم صلة وذلك بخلف التماسك بين أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية و يطور ممارسوا العلاقات العامة وينفذون و يقيمون برامج المؤسسات و الجماهير.» [1]

*ويعرفها"**د.ريكس هارلو**":«هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد وتحافظ على خطوط الاتصال المتبادل و للفهم والتعاون بين المؤسسة و جماهيرها و تشمل إدارة المشاكل والقضايا وتساعد على علم الرأي العام وتستجيب له،وتحدد وتؤكد مسؤولية العلاقة لخدمة مصالح الجمهور وتساعد الإدارة على بقاء اليقظة للتغيير تخدم كنظام تحذير مبكر للمساعدة في توقع الاتجاهات وتستخدم البحث والصوت والتكتيك والاتصالات الأخلاقية كأدوات رئيسية».[2]

*يعرفها"**كانفليد بتران** "« بأنها الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها و سياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفهمه».[3]

---

[1]/ صالح خليل ابو الاصبع:**العلاقات العامة و الاتصال الإنساني**،ط1(عمان:دار الشرق.)،1998،ص84.

[2]/شدوان علي شيبة:**العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**، (الإسكندرية:دار المعرفة الجامعية.)،2005.ص.25.

[3]/علي عجوة:**الأسس العلمية للعلاقات العامة**، (مصر:عالم الكتاب.)،1988.ص،10.

*ويرى " **فريز وولد** ":« العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات و تحديد سياسة الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفهمه». [1]

العلاقات العامة بالنسبة لوجهة نظر الأكاديميين:

***يعرفها المركز الأوربي للعلاقات العامة:** « بكونها وظيفة أو نشاط إداري لمؤسسة أو منظمة عامة أو خاصة و تزيد العلاقات العامة خلق،توطيد،محافظة.أو تحسين ثقة وتعاطف وتوافق المنظمة مع الجمهور الداخلي أو الخارجي حيث تثبت وجودها والمجموعات الذين هم عمالها. » [2]

***تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة** : « إن العلاقات وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات أو الهيئات العامة و الخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولائك الذين تهتم بهم.وذلك عن طريق تقييم الرأي العام التعلق بها من اجل رسم سياستها و اجراءتها قدر الإمكان لتحقيق تعاون مثمر وتحقيق المصالح العامة بدرجة أكفء عن طريق المعلومات المخططة و نشرها». [3]

***أما النقابة الفرنسية للعلاقات العامة:** « فترى بأن العلاقات العامة تتميز بوضع سياسة اتصالية وإعلامية في خدمة المؤسسة أو الإدارة أو الجمعيات في صالح جمهورها الداخلي

---

[1]/ علي عجوة ،مرجع نفسه،ص.17.

[2]/Live chirouze :**le Marketig les choix des moyens de l'ocation commercial(Alger :Opu).1987.p153.**

[3]/إبراهيم امام، مرجع سبق ذكره ،ص4.

والخارجي مكونة لوظيفة تساهم في تثبيت العلاقات مع مختلف الجماهير الضرورية للتطور الاقتصادي و الاجتماعي لهذه المجموعات. » [1]

ظهر مصطلح العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع رغم وجودها منذ آلاف السنين و شاع استخدامه في القرن العشرون،وتور كمفهوم إداري وعمل مؤسسي في الخمسين عاما الماضية نتيجة للتطورات في المجتمع الحديث و القوة المتزايدة للرأي العام.

فهناك العديد من التعريفات للعلاقات التي تناولها الكتاب و المخصصون في مختلف المجالات و أهم و ابرز تعريفات مفهوم العلاقات العامة كمايلي:

أولا: تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد:

«العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين بين المنظمة و جمهورها الداخلي و الخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم و المعايير و السنن الاجتماعية والقوانين والاخلاق العامة للمجتمع.

ثانيا:تعريف الجمعية الدولية حول العلاقات العامة:

هي وظيفة إدارية دائمة و منظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم و التأييد والمشاركة وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقي رأي الجمهور ايزاءها وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى التعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة .

[1] /PhilippeMorel ,**relation publique,Relation presse**,(paris :Breal Edition),1991,p24.

حيث ركز التعريف على أنها وظيفة إدارية منظمة و مخططة و مستمرة تحاول أن تكسب من خلالها تعاطف و تأييد عملاءها بقصد تحقيق المصالح العامة و المشتركة و يمكن تحديد عناصر هذا التعريف وفقا لما يأتي:

***وجود فريق** : و يقصد بالفريق المؤسسات و الشركات والإدارات على مختلف أنواعها واختصاصاتها.

***الجهود المبذولة**:و يقصد بالجهود النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها.

***إقامة العلاقات الطيبة و استمرارها**: وهي العلاقات التي يمكن أن تنشأ بين الإدارة الأعمال والمؤسسة من جهة وبين الجمهور من جهة،بوجود الروابط التي تنظم وتحكم نشاط وتصرف كل منها.

***أطراف العلاقات الطيبة** :أن العلاقات العامة تكون بين إدارة الأعمال أو المؤسسة وبين موظفيها و مستخدميها من جهة بين إدارة الأعمال أو المؤسسة و بين سائر المتعاملين و المنتفعين من خدمتها من جهة ثانية». [1]

ثالثا:جمعية العلاقات العامة العربية:

«بأنه علم يدرس سلوك الأفراد و الجماعات دراسة علمية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس التعاون والمحبة والوعي ويهدف هذا العلم إلى رعاية العلاقات الإنسانية في

[1]/ منال هلال المزامرة،**ادارة العلاقات العامة وتنظيمها**، ط7،(عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع)،2015 ،ص29

المجتمع وكسب ود الجماهير بينها وبين الجماهير التي تتعامل معهم من جهة أخرى » (1)

أما بالنسبة لوجهات نظر القائمين على العلاقات العامة في الوطن العربي:

يرى"**إبراهيم إمام**":«إن العلاقات العامة هي نشر المعلومات والأفكار والحقائق المشروحة والمفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة و الجماهير» (2)

***محمد جودة ناصر**: « العلاقات العامة هي فن إنشاء علاقات طيبة مع الجمهور لتمكين أي مؤسسة من القيام برسلتها على أكمل وجه من أجل إدخال كل تحسين ممكن على العمل بهدف كسب رضا الجمهور يعني بكل اختصار ذلك الفن الذي يرسم الطريق أمام المنظمة أو المؤسسة للحصول على رضا الجمهور وتحقيق المصلحة العامة أيضا » (3)

نشأة العلاقات العامة و مراحل تطورها.

العلاقات العامة وظيفة إدارية و تقنية اتصالية أساسية لها جانبين:

الاستشاري: «الذي يتمثل في تقديم النصح والإثراء للإدارة وذلك بهدف تحسين الأداء وتسهيل المهام والتنسيق بين مختلف الفروع.

التنفيذي: الذي يتمثل في القيام بالعمليات الاتصالية و هي أساس علاقات مع الجمهور الداخلي و الخارجي للمؤسسة و العلاقات العامة الحديثة لم تظهر إلا في القرن

---

[1]/منال هلال المزامرة،مرجع سبق ذكره،ص ص30-31.

[2]/إبراهيم إمام،مرجع سبق ذكره،ص24.

[3]/محمد جودت ناصر:**الدعاية،الإعلان والعلاقات العامة**، (عمان :دار مجدولان)،1998،ص180.

العشرين،إلا أن الباحث في جذور التاريخ يجد بوضوح تام أن العلاقات العامة الحديثة عرفت منذ القديم بأشكال و أساليب متعددة.

*فأسلوب العلاقات العامة ليس أسلوب حديث أو ناتج التطور الحالي،حيث استخدم على مر العصور فعلى سبيل المثال نجده في الحضارة الفرعونية اصدر الملك(**كرميس**)الثاني الأمر القاضي بتفشي أنباء انتصارات في معاركه على جدران المعابد والقصور و منه فالقدماء المصريين اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور و تحريك مشاعره.

*كما وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها الى 1800 قبل الميلاد ترشد المزارعين عن كيفية استخدام البذور.

*أما الحضارة اليونانية فقد شهدت العلاقات العامة قفزة نوعية جراء النظام الديمقراطي في أثينا حيث استخدام أصحاب الآراء المختلفة وسائل عديدة للترويج أفكارهم،وقد طور الرومان أساليب التأثير في الرأي العام على أيدي خطباء مشهورين في التاريخ مثل **مارك أنطونير**» [1]

مراحل تقييم العلاقات العامة:

اعتمادا على ما سبق يمكن تقسيم مراحل العلاقات العامة وفق السياق الزمني التالي:

«**المرحلة الأولى:**"**منذ1850-1914**":و هي مرحلة التعداد و التخصب.

المرحلة الثانية:و هي خلال الحرب العالمية الأولى كلها تتميز بظهور نشاط حكومي في مجال العلاقات العامة إذ قامت العديد من البلدان بدراسة الرأي العام للتعرف على مقوماته من جهة و أساليب التأثير فيه.والحصول على التأييد من جهة.

[1]/ فؤاد عبد المتهم ، **العلاقات العامة في النشأت السياحية**، (القاهرة :عالم الكتاب)،2004،ص22.

المرحلة الثالثة:من"1919-1929"تميزت هذه المرحلة بظهور و ازدهار الأصول الفنية و المنهج العلمي وذلك بفضل باحثين "**ايفي لي**"و"**ادوارد برنارد**".

المرحلة الرابعة:وهي مرحلة **الأزمة الاقتصادية**:إذ اتسمت بالحاجة إلى التعاون و تضافر الجهود محاولة توحيد النشاط الحكومي بزيادة رفاهية المواطنين.

المرحلة الخامسة: منذ 1938:بحيث أصبح مفهوم العلاقات العامة في هذه المرحلة له كيان مثلا تأسست وكالة العلاقات العامة في هولندا،ثم انجلترا 1948 أما من الناحية الأكاديمية أنشأت جامعة بوسطن 1747 معهدا خاص بدراسة العلاقات العامة وفي سنة1948 منحت شهادة الدكتوراه لثلاثة خبراء العلاقات العامة. » [1]

ومنه فان العلاقات العامة مرت بمفهومين:

الأول:متعلق بتطور المجتمع الإنساني.

الثاني:متعلق بالمؤسسة التي عهدت إلى إقامة تفاهم متبادل بينها وبين الجمهور المتعامل معها.ومن ناحية الوقت استطاعت العلاقات العامة أن تقر من نفسها في مختلف المؤسسات الإنتاجية وأجهزة الخدمات لمختلف الدول.

مراحل تطور العلاقات العامة:

رغم أن وظيفة العلاقات العامة هي أقدم النشاطات والوظائف التي يعود تطورها الى تاريخ نشأة الخليفة إلا أن الإنسان كان يمارس العلاقات العامة لتحقيق التفاهم مع من حوله وإن كان هذا الدور لا يقوم على أسس علمية ،فلم تهمل الحضارات القديمة نشاط العلاقات العامة فهي تعتبر من الموضوعات الحديثة الجديدة فقط في الموضوع ووسائل

[1]/جميل احمد خضر:مرجع سبق ذكره.ص.23.

الاتصال التي يستعملها الإنسان في إنشاء وتدعيم علاقات سليمة مع من حوله فالعلاقات العامة ،ليست شيئا ماديا أو كيانا جامدا وإنما هي نمط لسوك حيوي متحرك وارتباط وثيق بالحياة وحركتها اليومية الفاعلة .

أولا : العلاقات العامة في العصور الأولى البدائية:

«فقد كان الأب في المجتمعات الإنسانية البدائية هو الذي يوثق العلاقات العامة بين أفراد أسرته حيث يسعى للحفاظ على ديناميكية الأسرة وتعزيز الروابط بين أفرادها ثم انتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة الذي تمركز حوله الإبلاغ عن أخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل .

ثانيا :العلاقات العامة عند القدماء المصريين:

اهتم قدماء المصريين بالعلاقات واستخدموها لتضخيم الحكام والترويج لحكمهم فمن الثابت أن الملوك الفرعونية وكهنتهم كانوا لا يؤولون جهدا في وصف المواقع الحربية وعرض الانتصارات الكبرى وشرح الإصلاحات المختلفة وبيان المواقف الدينية والخلفية التي تثير إعجاب الناس وتضمن كسب ثقتهم.

ثالثا: العلاقات العامة عند البابليون والآشوريون:

أدركوا بعض مفاهيم العلاقات العامة فقد كانت صحف تسجل فيها الحوادث يوميا كما عرف البابليون اختيار الوقت المناسب الحملة الإعلامية وهذا من أسس فن العلاقاتالعامة الحديثة وأدرك الآشوريون أهمية الإعلام من خلال النشرات الحجرية. أو الطينية [1]

[1]/منير محمد حجاب وسحر محمد وهبي،**المداخل الأساسية للعلاقات العامة "المدخل الاتصالي"**،(القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع)،2000،ص ص 13-14.

رابعا:العلاقات العامة عند المسلمين: «كان لها دور برز في تطور العلاقات العامة بفضل حثها على الشورى وللكرم والإنسانية في معالم للناس كما عرفت هذه الحضارة ممارسة الاتصال في إطار الالتزام بأخلاقيات وضوابط معينة قوامها الاحترام الجمهور وإمداده بالمعلومات والالتزام بالدقة في إعطاء الأبناء ويجنب المخادعة والتقليل والغش.

وقد أوضح القران الكريم ما يجب أن تكون عليه العلاقات العامة بين الناس كعملية الاتصال الذي لا يمكن للإنسان أن يعيش في عزلة عن الناس بل تقضي ظروف الحياة الاتصال بالآخرين والتعاون

معهم ففي أثناء هذا الاتصال إما أن يترك الشخص أثرا حسنا لدى الناس عنه،وإما أن يترك أثرا سيئا. تطبيقا».[1]

«لقوله تعالى: ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ » .[2]

«كما اعتمد على العلاقات العامة في دعوتها إلى الإسلام لخارج الجزيرة العربية على أسلوب الخطابة والنشر والمراسلة من خلال أسلوب اللقاءات والمؤتمرات في دور العبادة وذلك باستخدام الإقناع بالدليل المعنوي والمادي من آليات القران الكريم والسنة النبوية».[3]

العلاقات العامة عند اليونان القدامى: « توضح تسجيلات اليونان القدامى إلى اهتماماتهم الكبيرة نفوذ الرأي العام،فكانت أعمال الاتصال جزءا من أعمال الحكومة الإغريقية فقد أولو أهمية كبيرة للاتصال بالجماهير.أين بدأت الاهتمامات ببعض القادة

---

[1]/ حسين عبد الرحمان رشوان ، **العلاقات العامة من منظور علو الاجتماع** ، (مصر: المكتب الجامعي الحديث) ،1997،ص167.

[2]/ سورة القلم الاية 04.

[3]/ علي جبار الشمري ،**الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة** ،(القاهرة : دار النشر والتوزيع)،2001،ص32

و الحكام والشعراء وغيرهم ومن جهة أخرى يسمحون بشعب بالتعبير عن آراءه وأفكاره وتبليغها للمسؤولين.بغية إنشاء علاقات مودة و الثقة المتبادلة بين الشعب والحكومة» [1]

العلاقات العامة عند الإغريق والرومان:

«تميز المجتمع إبان الحضارتين الإغريقية والرومانية بأكثر تفاعل واتصال بين الحكام والجماهير ومع ظهور مبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية أخذت العلاقات العامة في الاتساع،خاصة بعد زيادة الاهتمام بالاتجاهات السائدة وميول للناس وتقاليدهم ومن أهم مظاهر العلاقات العامة في تلك الحضارتين هو استغلال "**يوليوس قيصر**" لجريدة "**الوقائع اليومية**" والتي بدأت مع ظهور عام 59ق.م،لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرضه على الجمهور. » [2]

المطلب الثاني:خصائص وأسس العلاقات العامة

أولا:خصائص العلاقات العامة

*«العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة وهي وظيفة مستمرة و مخططة.لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال آنية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة.

---

[1]/ عامر الكبسي،**النظرة التكاملية لتطور مفهوم العلاقات العامة وتطبيقها**،(المنظمة العالمية للعلوم الادارية)،17،1997

[2]- محمد عبد الفاتح محمد،**العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية"أسس ومبادئ"**، (مصر:المكتب العلمية)،1994،ص168

*ان العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية للمؤسسة بل هي تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المؤسسات فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

*العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.

*تتصف العلاقات بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر،بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية...الخ،غير ذلك وكافة المؤسسات وأنواعها،كما تخدم أصحاب الحرف والمهن المختلفة.

*العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي.فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتفسرها للجماهير.

*العلاقات العامة نشاط قائم على التخطيط،وهذا يعني أنها ليست نشاط عشوائي وليس وقتي يبدأ حين تقع المؤسسة في الأزمة،وينتهي بانتهاء الأزمة،وذلك لان أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر وهي ليست نوعا من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب،وليس وظيفة للدفاع عن الأخطاء المؤشر دائما وإنما للسمعة الحسنة التي تبنتها ولا يمكن بناؤها على مرور الزمن،وعن طريق الأداء الطيب والإعلان الجيد عنها بعد ذلك.

*كما أن العلاقات العامة ترتكز على مبادئ أخلاقية لتدعيم الثقة والتفاهم بين المؤسسة ورضا جمهورها. » [1]

كما تتجلى أهم خصائص العلاقات العامة،بدمج مختلف التعاريف لها،واختلفت في أهميتها أيضا بذكر بعض الخصائص هي:

[1]/عبد الرزاق محمد النلمي:**العلاقات العامة"رؤية معاصرة"**،ط1،(الأردن:دار وائل للنشر والتوزيع)،2001،ص64.

*«إن نشاط العلاقات العامة ليس من الأنشطة الثانوية،في المؤسسة بل عنصر أساسي يرضي المجتمع الحديث.

*تعد عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية وتتصف بالاستمرارية.

*تستخدم متخصصين على مستويات مختلفة من المعرفة،مؤهلين من المعاهد والكليات المتخصصة.

*تستخدم الأسلوب العلمي لتضمن تحقيق أهدافها و بأقل جهد وأقصر وقت وأخفض تكلفة.

*تضمن التفاهم المستمر بين المؤسسة و الجماهير و تحقق الترابط والتعاون فيما بينهم.

*تعتبر وسيلة تدريب هامة لاعداد الجماهير وتهيئتهم على تقبل الآراء والأفكار والقيام بما هو مطلوب منهم. » [1]

« تستخدم وسائل الاتصال والإعلام المختلفة والمناسبة لتحقيق أهدافها وأنها تستخدم البحوث العلمية أيضا.

*موجهة لكافة فئات الجماهير دون تمييز أو تفضيل.

*تعد ضرورية في جميع المنظمات.وعلى مختلف المستويات،ويجب أن تشمل برامجها مختلف جوانب الحياة في المجتمعات.

*تحتل جزءا من الهيكل التنظيمي في أية منظمة أو مؤسسة أو هيئة أو وزارة على شكل مديرية أو قسم.

1/منال طلعت محمود،**العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق** ،(الإسكندرية)،2002،ص ص.30-31.

*تستخدم برامج وخطط يعدها الأخصائيين والخبراء في مختلف فروع المعرفة

تعتبر العلاقات العامة فن تطبيقي يقوم به لكسب الثقة وخلق التفاهم والرضا،أي إعتماد المهارات الفردية» [1]

ثانيا:أسس ومبادئ العلاقات العامة:

« نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه والاتصال على رأي الجماهير،فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة والتي تعكس الإطار الفكري لأسس العلاقات العامة ومن أهم هذه الأسس نجد:

1/ عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور: إن نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور يثير الشك و تفسح المجال للشائعات المغرضة وتؤدي إلى انعدام الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها وبالتالي فان على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين .

2/ المسؤولية الاجتماعية: إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيتأثر بها،وتتأثر به ولذلك فان المسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي يعيش فيه.

3/ إتباع الأساليب العلمية في البحوث: إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحث وقياس اتجاهات الرأي العام كجماهير المنظمة و في هذا المجال فانه لا بد لموظفي العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية المتبادل بين القائمين بالعلاقات العامة في المؤسسات وبين الجماهير التي تتعامل مع هذه المؤسسات.

[1]/ منال طلعت ،مرجع سبق ذكره ص،31.

*إنسانية العلاقات العامة وتعني التركيز على جانب الإنسانية والابتعاد على التمييز فالإنسان هو نجاح أي مؤسسة.

*تناسبها مع الظروف والمستجدات:فيجب على العلاقات العامة أن تراعى الظروف والمواقف والاستجابة للمستجدات لتمكنها من مقابلة حاجات المجتمع ومعرفة ملائمتها،وذلك بدراسة انسب الأساليب والطرق التي تعطس ردود الأفعال الجماهير المتعاملة مع المؤسسة. » [1]

وبذلك يلتزم القائمون بالعلاقات العامة بتأدية وظائفهم كما يجب بأسس مهنية متفق عليها لتتمكن المؤسسة من بلوغ أهدافها الخاصة.

المبحث الثاني:إستراتيجية العلاقات العامة

المطلب الأول:وظائف العلاقات العامة

من المعروف أن العلاقات العامة في أي منظمة تهدف إلى إنجاح دور هذه المنظمة و مساعدتها على تحقيق أهدافها،سواء كان ذلك من خلال إيجاد التفاهم والتعاون من جانب لجمهور.أو من خلال خلق صورة ذهنية طيبة عن المنظمة لدى الجمهور،أو من خلال زيادة إقبال الجمهور على المنتجات أو الخدمات وعلى الرغم من تعدد أهداف العلاقات العامة،أو اختلافها بعض الشيء من المؤسسة إلى أخرى.فإنها لتحقيق هذه الأهداف تقوم بمجموعة من الوظائف الأساسية،يمكن تحديد أهمها فيمايلي:

1/البحث: « ويقصد به كافة الدراسات المتعلقة بقياس اتجاه الرأي العام بين الجماهير الداخلية والخارجية،وتحري الحقائق وجمع البيانات والمعلومات الخاصة بذلك،ومن ثم

[1]/غريب عبد السميع غريب،**الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر**،(مصر:مؤسسة شباب الجامعة،جامعة حلوان).2006.ص43.

القيام بتقرير مدى نجاح المجالات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة على أسس رياضية وإحصائية دقيقة.

كما تدرس العلاقات العامة أيضا التطورات التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المؤثرة في المؤسسة.وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا و يتصل بالأبحاث أيضا تحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة وتقديم تقارير عنها. » [1]

وبمعنى أن العلاقات العامة تقوم بدراسات في شتى الميادين منها دراسة الرأي العام بين جماهير المؤسسة وجمع البيانات الخاصة بذلك،ثم الوصول إلى مدى نجاح الوسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها المؤسسة وتقديم إحصائيات دقيقة عنها.كما أنها تقوم بدراسة التطورات الحاصلة في المجالات المختلفة التي تؤثر على المؤسسة.وكذلك تبحث في الأمور الخاصة بالإدارة العليا.

2/التخطيط: « يقصد به وضع خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة ولا تتعارض معها.وفي ضوء الخطة القومية الشاملة.وهذه الخطة تحدد الأهداف البعيدة والقصيرة المدى،وترسم خطوات التنفيذ وتحدد الميزانية تحديدا دقيقا،وتوزع المسؤوليات مع القائمين بعملية التنفيذ فالعلاقات العامة تعمل على وضع خطة محكمة متفقة مع الخطة العامة للمؤسسة ومن خلالها يتم تحديد أهداف المؤسسة و ميزانيتها ورسم خطوات التنفيذ،وتوزيع الأعمال على القائمين بعملية التنفيذ.

3/التنفيذ:أي القيام بتنفيذ المخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة.وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور ،وعقد المؤتمرات،وإنتاج الأفلام السينمائية،والصور

[1]/محمد فهمي العطروزي:**العلاقات العامة في المؤسسات العامة والشركات**،(القاهرة:عالم الكتب)،1969،ص ص 318-320.

والشرائح والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات،وإعداد المهرجانات.وإقامة المعارض والمناظرات.

بمعنى أن العلاقات العامة تنفذ ما خططت له وتوسع من علاقاتها أكثر فأكثر من خلال مختلف الأعمال التي منها عقد المؤتمرات وتنظيم الندوات والمحاضرات وغير ذلك.

4/التنسيق والاتصال: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين مختلف الإدارات لتحقيق التفاهم بين بعضها البعض،كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة وبين المستويات العليا.كما تنسق بين الإدارة والمستهلكين،إدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وبذلك فان العلاقات العامة تقوم بعملية التنسيق والاتصال بين جماهير المؤسسة على اختلافاتهم الداخلية والخارجية. » [1]

5/الإدارة: « تقوم العلاقات العامة بتقديم الخدمات لسائر الإدارات الأخرى.أو الهيئة

و مساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير وعلى هذا النحو يمكن لإدارة العلاقات العامة مساعدة الإدارات الأخرى فتسهل عليها معرفة اتجاهات الجمهور والخدمات التي يجب على المؤسسة أن تقدمها إلى عملائها.فهي بذلك تساعد الإدارات الأخرى بالمؤسسة،وتقدم لها خدمة مهمة تتمثل في اطلاعها على اتجاهات جماهيرها الداخلية والخارجية ومعرفة أهم حاجاتهم.

6/التقويم: ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرنامج العلاقات العامة،والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها،أي أنها تقوم بقياس مجمل ما توصلت إليه أعمال العلاقات ووضع إجراءات دقيقة أخرى،وتعمل على سيرورة البرامج في مسار

[1] / محمد فهمي العطروزي،مرجع سبق ذكره ،ص320

أصح ،وعموما فان وظائف العلاقات العامة تتحدد في دراسة الرأي العام ومعرفة اتجاهاتها وتحليلها باستعمال الأساليب العلمية والإحصائيات وتقديم تقارير دقيقة عن هذه الهيئة أو المؤسسة،كما تتولى العلاقات العامة شرح وتفسير سياسة أعمال الهيئة أو المؤسسة إلى الجماهير.وكذا يطرأ على هذه البيانات من تغيير وتعديل ولكن تحدث أحيانا ولعدم الاعتراف بأهمية العلاقات العامة بصفة عشوائية،فتنشط أحيانا،وتخمل أحيانا أخرى.ولا يهم من وظائفها سوى النشر سواء كان إعلاميا أو دعائيا. » [1]

بينما هناك من الباحثين أن وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة،تحدد من خلال ثلاثة محاور هي الوظائف أو الخدمات المقدمة إلى الجمهور بشكل عام.

*«التعريف بالمنظمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة والمناسبة لمنتجات هذه المنظمة وسياستها وأهدافها وكل ما يطرأ عليها من تغيير،بلغة بسيطة وسهلة الفهم.

*التأكد من صحة المعلومات التي تنقل إلى الجمهور،والعمل على تصحيحها وتدارك المواقف الخاطئة.عن طريق تقويمها استنادا إلى البيانات الدقيقة والكفيلة بإعادة الجمهور إلى الصواب.

*تامين جو من التفاهم والثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها من جهة،وبين المنظمة وأفرادها من جهة أخرى» [2]

الوظائف التي تقدمها للمنظمة ككل

*«تزويد المنظمة بالمعلومات حول الرأي العام.والتطورات المتوقع حصولها مستقبلا.

---

[1] /Pierre Rem Hende,**guide de la Communication pour l'enterprise**,(Paris :edition Maxima),200,p113.

[2]- جودت محمد ناصر:**الدعاية والإعلام والعلاقات العامة**.ط1،(عمان:دار مجدي لاوي)،1998،ص ص209-210.

*العمل بكافة السبل والوسائل بين فئات الجمهور المختلفة من اجل جعل سياسات وأهداف وخدمات هذه المؤسسة تتلقى رواجا لدى هذه الفئات.

*التصدي لأي هجوم على المؤسسة،بتفنيد الدعايات والأكاذيب والمعلومات الخاطئة عنها.عن طريق نشر الحقائق من شانها إعادة الثقة للجمهور. » [1]

الوظائف التي تقدمها للإدارة بشكل خاص

*«القيام بجمع ودراسة المعلومات المتعلقة بالإدارة العليا للمؤسسة.وردود أفعال الفئات الجماهيرية حول سياساتها وتسيرها للمنظمة.

*المساعدة في تأمين الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة–دنيا.عليا–ومن ثمة خلق تنسيق وتفاهم فيما بينها من جهة،وبين الجمهور الداخلي من جهة أخرى.

*قيامها بدور المستشار الشخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع المدراء في الأقسام المختلفة مع اعتمادهم عند إصدار قراراتهم وتعديل سياستهم،على النصح المقدم لهم من طرف مختصي العلاقات العامة.

في البحث وأن يبتعدوا عن التحيز الشخصي و يتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث لكي يصل والى نتائج دقيقة.

أ. **الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:** « يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة وهكذا،وهي لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط.فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك.فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية والجانب

[1]/جودت محمد ناصر،مرجع سبق ذكره،ص 211.

الإعلامي،واستخدام كافة الوسائل الإعلام للتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.

ب. **احترام رأي الفرد:** يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الايمان بقيمة الفرد و احترام حقوقه الأساسية التي تنص عليها و ضمنها القانون وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد و مسؤولياته في المجتمع فالإيمان شيء هو خير دافع للاهتمام به. » [1]

*كما يجب على العلاقات العامة خلق جو من التعاون والثقة بين أفراد المؤسسة في مختلف مستوياتها الإدارية فالجمهور الخارجي يأخذ بما يراه من جمهورها الداخلي لذا يجب:

*«كسب ثقة الجمهور فنجاح أي مؤسسة مرهون بمدي ثقة الجماهير عنها وذلك بقيام المكلفين بالعلاقات العامة بكل واجتبهم كما يجب.

*تعاون المؤسسة مع المؤسسات ويعتبر التعاون أحد أسس نجاح في أي عمل فعلي أن لا تعمل بمفردها و يجب أن تخلق نشاطات تعاونية مع مؤسسات أخرى خاصة في مجال العلاقات الأخرى .

*إسهام المؤسسة في رفاهية المجتمع،فيجب أن تضع كل مؤسسة أهدافها في ضوء الأهداف العامة في المجتمع فتحقيق أهداف المؤسسة هو تحقيق لأهداف المجتمع ككل.

*نشر الوعي بين الجماهير وتوجيه الرأي العام من اجل التعاون لتحقيق مصالح المجتمع.

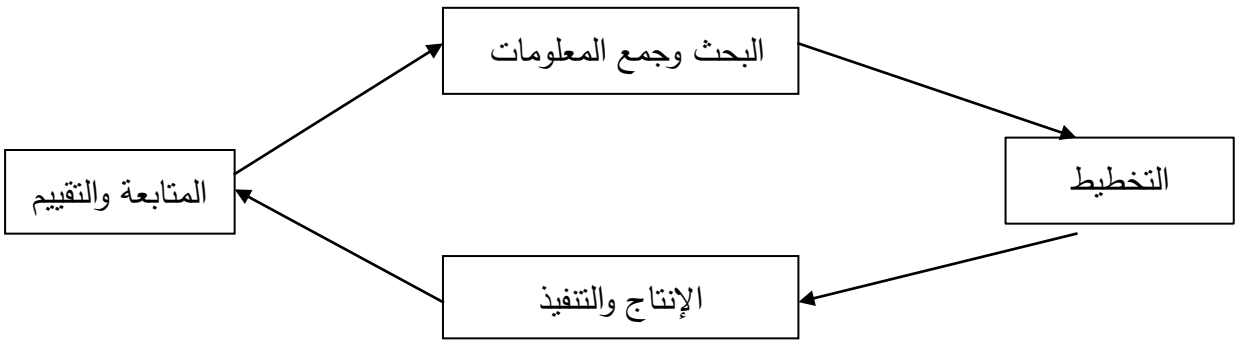
[1] / منال طلعت محمود،مرجع سبق ذكره،ص ص30-31

*شمولية العلاقات العامة:نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع مجالات تكون العلاقات العامة نشاط ضروري لا بد منه في كافة الميادين على الصعيدين الداخلي و الخارجي.

*دينامكية العلاقات العامة وحيويتها فيجب على العلاقات العامة أن تقوم على أسس الأخذ والعطاء وعلى التلقي والاستجابة.كما يجب أن يتصف نشاطها بالفعالية و الايجابية،وذلك باستخدام وسائل الاتصال والإعلام المناسبة،لا بد أن تتصف بالحيوية المتمثلة في قوة التفاعل و الفهم. » [1]

و في الأخير يمكننا النظر إلى العلاقات العامة كعملية مستمرة ولا تنتهي عند نقطة محددة وتشمل هذه العملية أربعة وظائف هي البحث وجمع المعلومات،التخطيط،والإنتاج،والتنفيذ والاتصال،المتابعة والتقويم.وان كان من الملاحظ أن هناك نوعا من التداخل بين هذه العناصر في الواقع العالم ونجد ذلك موضحا في الشكل التالي:

الشكل: 01 «يبين وظائف العلاقات العامة الأساسية



[1] / إبراهيم وهبي فهد وكونجو عبدود كونجو ،**العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي**،(عمان:مؤسسة الرواق)،1999، ص 253).

شكل يوضح أهم الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وهي مثلها مثل باقي الإدارات الأخرى من إدارة الموارد البشرية وإدارة التموين وغيرها.

أولا :أهداف وأهمية العلاقات العامة

تسعى أي منظمة سواء كانت صغيرة أو كبيرة.عامة أو خاصة،تجارية أو غير تجارية إلى النجاح والاستمرار في عملها وسط جمهور يختلف باختلاف الآراء حول تحديدها،فيرى الباحثين أن هدف العلاقات العامة هو رعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع.وكسب ود الجمهور وضمان تفاهم المؤسسة من جهة والجماهير من جهة ثانية.

«أما البعض الأخر فيرى أن العلاقات العامة تهدف إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والانسجام بين المنظمة والجماهير،سواء كان الجمهور داخلي كالعاملين بالمنظمة حتى يشعرون بالرضا والارتياح،وترتفع الروح المعنوية بينهم أو الجمهور الخارجي» [1].

ولكننا نجد أن إدارة العلاقات العامة تسعى كغيرها من الإدارات إلى تحقيق أهداف خاصة تختلف من مؤسسة إلى أخرى،إلا أنها تجمع أهداف عامة نذكر منها:

*« الكشف عن الآراء والاتجاهات السائدة تجاه المؤسسة ومحاولة تقييمها.

*استخدام هذه الآراء بعين الاعتبار في رسم سياستها وخططها وبرامجها لتحقيق التوازن والتوافق بين الجمهور والمؤسسة.

*الحصول على قبول الرأي العام حتى تتمكن المؤسسة من الاستمرار في مزاولة نشاطها.

[1]– بدر عبد الله المدريس **المؤتمر الأول للعلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الرسمية**،(الكويت:مكتبة الجامعة) 1990 ص 76 .

*كسب تأييد الجماهير و خلق نوع من التعامل مع المؤسسة بالرفع من مستوى الخدمات وحسب أدائها.

*نشر رسالة العلاقات العامة إلى الجماهير باعتبارها القوة الحقيقية للمجتمع.

* تصحيح الأفكار والمعتقدات الخاطئة عن المؤسسة.

*محاربة الشائعات التي تمسها.

*التوعية بالأهداف العامة للمؤسسة والتعريف بالخدمات التي تؤديها.

*محالة إقامة ودية تعاونية بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى

*تطوير وتنمية التعاون مع مختلف الأجهزة الإعلامية» . [1]

ومعنى ذلك أن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو خلق بيئة اجتماعية تساعد على استمرارية ونمو وازدهار المؤسسة وذلك من خلال اكتشاف التطورات التي تستجد في المجتمع والتعرف على احتياجات الجمهور وبالتالي ترشيد السلوك المؤسسة وضمان تماشيها مع المصلحة العامة.

1/الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي:وتتلخص في الأهداف التالية:

-«العمل على إيجاد التفاهم بين جمهورها الداخلي،يعني إشعار كل فرد بأهميته.

-نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهمية هذه الأدوار في المؤسسة.

[1]/ محفوظ احمد جودة:**إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات،**(عمان:مؤسسة زهران للنشروالتوزيع)،1997،ص127.

-المساهمة في القضاء على كل المشاكل الداخلية للمؤسسة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل.

-خلق وتعزيز العاملين بالمؤسسة وزيادة ارتباطهم وتفهمهم لها ولأهدافها وسياستها.

-تشجيع الأنشطة الثقافية والبرامج التعليمية والرحلات الرياضية في المؤسسة بما يتفق مع رغبة العاملين.

-نصح وإرشاد الإدارة في اتخاذ قرارات ووضع السياسة السليمة من خلال تقديم المعلومات والتوصيات الخاصة بالجمهور الخارجي ولها علاقة بممارسة لنشاطاتها وتحقيق أهدافها».[1]

2/أهداف خاصة بالجمهور الخارجي:وتتمثل هي أيضا في:

-«تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها بشكل مستمر.

-تحقيق السمعة للمؤسسة ودعم الانطباعات الشعورية واللاشعورية عند الجماهير اتجاه المؤسسة لتكوين صورة حسنة وانطباع جيد لشخصية عملاء المؤسسة وسمعتها،و يعد هذا الهدف من أفضل مؤشرات نجاح المؤسسة.

-الترويج لمنتجات المؤسسة وتنشيط المبيعات ويتم ذلك عن طريق برامج توطيد السمعة كالزيارات أو تنظيم المعارض المختلفة أو عن طريق مساهمة المؤسسة في أنشطة المجتمع الأصلي.

-تحقيق التوافق والتناسب بين أهداف مختلفة بين الأطراف المتعاملة مع المؤسسة من جهة وبين أهداف المؤسسة من جهة ثانية.

---

[1]/محسن حلبي،**مبادئ في العلاقات العامة**،ط1،(بيروت:منشورات عويدات)،1980،ص،72.

-استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة والمتناسبة للعملة بالمؤسسة .

-ضمان الحصول على التغذية العكسية من المعلومات والناتجة عن ردود فعل الجمهور واتجاهاته وإبلاغها إلى الإدارة العامة بغرض إحاطتها بكل المستجدات المتعلقة بجمهورها العام.

وعموما فان الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحقيق الفهم المشترك والثقة المتبادلة بين المنظمة وبين أطراف التعامل الداخلي والخارجي. » [1]

وخلاصة القول أن للعلاقات العامة أهداف عديدة ومختلفة باختلاف الكتاب والكتابات لكن رغم كل هذا تبقى ملتزمة بالسعي لتحقيقها.لان تحقيق أهدافها هو تحقيق أهداف المؤسسة.

أهمية العلاقات العامة.

نتيجة لعدة تغيرات تم توضيحها في عصر عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة وبدأت أهميتها تتضح لكل المجتمعات وتتزايد مع مرور الوقت،ويمكن توضيح أهمية برامج العلاقات العامة فيما يلي:

-«تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات ما يقوي الروابط بين هذه الهيئات والجماهير ويوفر تعاونا بينهما،ويساعد على تماسك المجتمع.

توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات و المؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم،واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث

[1]/محسن حلبي،مرجع سبق ذكره،ص72.

تعديلات مناسبة في سياستا وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجماهير ويحقق النفع لهم وللهيئات معا.

-تحقق العلاقات العامة لجمهور الهيئات الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الغاية الاجتماعية والعدالة التامة،ويهيئ أسباب الحياة الكريمة للعاملين بالهيئات وبالتالي فان ذلك يساعد على نشر روح الاطمئنان في نفوسهم

-تحقيق العلاقات العامة التكييف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير وهذا التكييف الإنساني أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة وبدونه لا يمكنها أن تصل إلى أهدافها المنشودة.-تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير وهذا يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها،لأن المشاركة الجماهيرية لا تجعل هذه الهيئات في عزلة عن الجماهير. [1]

-كما تستقي العلاقات العامة أهميتها ودورها البارز من ثلاث اعتبارات أساسية هي:

*«تعتبر البيئة المحيطة محددا رئيسيا لعمل المؤسسة،ففيها تكمن عوامل النجاح والفشل للمؤسسة.هذه الأخيرة التي إذا استطاعت إدارة الأحداث الجارية حافظت وضمنت بقاءها واستمرارها ومن هنا وجب عليها تحقيق أعلى مستوى من الرضا والقبول لدى الجماهير في هذه البيئة وتحديد الوسيلة التي يمكن استخدامها في التأثير على الرأي العام وتكوين اتجاهات ايجابية.

*ازدياد التأثير الذي تمارسه قوى الرأي العام على المؤسسات والهيئات والمنظمات.

[1]/السيد رمضان وآخرون:مرجع سبق ذكره،ص52.

-*تقع على عاتق المؤسسة مسؤولية اتجاه جمهورها في المجتمع،يجب أن تتحقق من خلال الإستراتجية التي تتبناها إدارة المؤسسة،وتأكيدها هذا التوجه يعتبر امرا لإنشاء علاقات طيبة بين المؤسسة والجماهير.

ومن جانب آخر أن للعلاقات العانة أهمية بالغة داخل المؤسسة، ذلك أنها تلعب دور الضمير فيها،الذي يتحسس اتجاهات الرأي العام.نحو كل قرار تصدره المؤسسة،إضافة إلى تحليلها لهذه الآراء

والاتجاهات ونقلها إلى إدارة المؤسسة وبذلك فهي حلقة وصل أمنية بين المؤسسة وجمهورها» [1].

-أما بالنسبة لأهمية العلاقات العامة للإدارة،فإنها تتجلى من خلال هذه النقاط:

*« ازدياد حدة المنافسة بين المنشات من اجل إرضاء المستهلك وإشباع رغبات وكذلك من خلال كسبه والحفاظ عليه من هنا بدأت المؤسسات بالتفكير في إقامة علاقات طيبة مع جماهيرها والجماهير بصفة عامة،لكسب تأييدها وثقتها والعمل على خلق صورة ذهنية أو انطباع جيد بالمقارن مع المؤسسات الأخرى وأدى هذا إلى تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة للإدارة.

*ازدياد الوعي الثقافي لدى فئات المجتمع المختلفة،وخلق ازدياد هذه الفئات للمعلومات الصحيحة و الصادقة والتفسيرات والإيضاحات المتعلقة بالقرارات والسياسات التي تتخذها أو تتبعها المنشات وأدى هذا التزايد في الوعي الثقافي من قبل الجماهير إلى تفكير

[1]- ربحي مصطفى عليان،عثمان محمود الطباسي،**الإتصال والعلاقات العامة**،ط1 ،(عمان:دار الصفار للنشر والتوزيع)،2005 ص ص 249/248

المنشات وأدى هذا التزايد في الوعي الثقافي من قبل الجماهير إلى تفكير المنشات في الاهتمام بالعلاقات العامة التجارب مع طلبات الجماهير.

*إن المنشات ليست تحي وحدها منفردة مستقلة بل أنها تعيش الآن في عصر الاعتمادية أو التبعية المتبادلة سواء بين المنشات بعضها البعض أو بين الأفراد والمنشئات ذلك أن الأفراد يعتمدون على المؤسسات في وجودها على الأفراد ليس للعمل فقط بل أيضا لشراء واستخدام منتجاتهم أي العلاقة بين المؤسسات ونقابات العمال.مثال آخر لتلك الاعتمادية المتبادلة القوية،أدت إلى تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة إدارية.

*كما تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها الوسيلة الفعالة لاطلاع الجماهير على أهداف المنشاة وأوجه نشاطها وشرح سياستها وكسب تأييد الرأي العام وثقته واحترامه وذلك عن طريق إمداده من خلال العلاقات العامة بالمعلومات والبيانات والحقائق».[1]

ثانيا :أدواروامهام العلاقات العامة ومهامها:

أدوار العلاقات العامة:

مع الجمهور الداخلي للمنشأة: « يتنوع العاملون في المنشاة الواحدة من حيث المستوى الوظيفي أو التأهيلي أو الإداري أو الإداري أو الفني وطبيعة العمل،وطبيعة بيئة العمل...الخ والعلاقات العامة تتعامل مع كل هذه المستويات لتؤدي دورها الذي يتمثل في:

-تقديم معلومات كاملة وصادقة لجمهور المنشاة،تتضمن نشاط المنشاة الإنتاجي والخدمي الحالي والمستقبلي.

[1]/ربحي مصطفى عليان،عثمان محمود الطوباس،مرجع سبق ذكره،249.

-تكوين علاقات طيبة بين العاملين أنفسهم داخل المنشاة عن طريق القضاء على الخلافات التي تنشا بينهم.

-تكوين علاقة طيبة بين جمهور المؤسسة والإدارة العليا.تنشا من نقل احتياجات ومشاكل واتجاهات العاملين إلى الإدارة العليا وحثها على أن تأخذها في الاعتبار في عملية اتخاذ القرار،وشرح وتفسير قرارات وأعمال الإدارة للعاملين.وحث الإدارة على مشاركة العاملين في صنع القرار من خلال تشجيع سياسات الباب المفتوح التي تتمثل في عقد الاجتماعات ومناقشة المشكلات وتلقي الاقتراحات والشكاوي.

-التأكد من حرص الإدارة على حل مشاكل العاملين التي تواجههم في مجتمعهم كمشكلات الانتقال أو السكن أو الصحة.

-حث الإدارة على رفع المستوى الاجتماعي والثقافي والمهني للعاملين،مما يساعد على رفع روحهم المعنوية وزيادة انتمائهم وولائهم للمنشاة. » [1]

ولعل من ابرز الأدوار واهم الواجبات التي تضطلع بها العلاقات العامة في هذا المجال ما يلي:

1/«الاتصال بالعاملين على اختلاف مستوياتهم الإدارية والوظيفية وتعريفهم بالمنظمة وسياستها وهيكلها التنظيمي وذلك بإعداد الدليل التنظيمي للمنظمة والذي يضم أيضا التعرف بالمديرين ورؤساء الإدارات المسؤولين كما تقوم العلاقات العامة أيضا بتعريف العاملين بواجباتهم الوظيفية وعلاقة وظائفهم بالوظائف الأخرى.

2/عقد المؤتمرات واللقاءات الدورية المستثمرة التي تجمع بين الإدارة العليا والعاملين بالمنظمة لمناقشة مشكلات العمل و العاملين ومعرفة مقترحاتهم للعمل على حلها.

[1]- ربحي مصطفى عليان،عثمان محمود الطوباس،مرجع سبق ذكره،ص 249.

3/تبني سياسة الباب المفتوح إذ تنظم العلاقات العامة مع المسؤولين بالمنظمة مواعيد لقاءهم بالعاملين بالمنظمة الذين لديهم شكاوي أو مقترحات لا يرغبون في عرضها في لقاء مفتوح.

4/تدعيم العلاقات الإنسانية الايجابية والوطنية وتنظم الرحلات الترفيهية لهم ولأسرهم بالإضافة إلى تقديم واجبات التهاني أو العزاء وزيارة المرضى وتقديم الهدايا التذكارية لهم» (1)

ويمكن القول أن المظاهر الحقيقية للعلاقات الجيدة على اختلاف مجالاتها تعد نتائج ايجابية لدور العلاقات العامة في المنظمة ويمكن توضيح تلك المظهر على النحو التالي:

-«انخفاض معدل دوران العمل بالمنظمة.

-تماسك جماعة العمل بالمنظمة داخل التنظيم الرسمي.

-زيادة درجة التفاعل بين العاملين.

-قلة الشائعات بين العاملين.

-انخفاض معدلات الغياب وجودة الإنتاج.

-قلة الصراعات التي قد تنشأ بين العاملين» (2)

---

[1]/ يحي محمد عبد المجيد،**العلاقات العامة بين النظرية الحديثة و المنهج الإسلامي** ،ا(لقاهرة:مكتبة القرآن والنشر والتوزيع)،.1999،ص،16

[2] /role-of-public-relations, hhp://www.co.Uk/public-relations-enc/635-html.

تاريخ الولوج2016/02/20 على الساعة 16:00

مع الجمهور الخارجي للمنشأة: « يكون الجمهور أكثر تنوعا من الجمهور الداخلي وذلك في مستوياته الاجتماعية والعلمية والوظيفية والبيئية،وبالتالي تزداد مهام رجال العلاقات العامة للحصول على ثقة الجماهير الخارجية في المشاة والاحتفاظ بهذه الثقة من خلال قيامهم بالأعمال التالية:

*توفير معلومات كاملة وصادقة عن نشاط المنشاة.

*الالتزام بالمعايير الأخلاقية فيما تقدمه المنشاة للجمهور من معلومات.

*العمل على تقدم المنتج المناسب خاليا من أية أضرار يسببها المستهلك أو لبيئة مع التعريف المستهلك بطريقة إنتاجية واستهلاكية وحفظه وصيانته ومراعاة كل ذلك مع الإدارة التسويق والعمل الدائم على رفع مستوى المنتج. » [1]

ولكل علاقة من هذه العلاقات أهميتها وتأثيرها الفعال في أداء المنظمة لدورها في المجتمع ومن ثم يبرز الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العمة في العمل على تحسين تلك العلاقات وتنميتها.وبناءا على ما تقدم،فان العلاقات العامة في العمل تعد حلقة الوصل بين أي منظمة.والمجتمع الذي يحيط بها.فكل منظمة في المجتمع تقوم بتقديم خدمة معينة أو إنتاج معين لأفراد المجتمع،ولا بد أن تقوم علاقة عامة مع أولئك الأفراد تهدف إلى إعلامهم وإقناعهم بالخدمة.وتستأنس بآرائهم في تقييم الخدمة. وتأييدهم ودعمهم لها.وتحترم تلك الآراء وتهتدي بها،وتسعى المنظمة لكي تكون العلاقة قوية ومتصلة،وقائمة على الثقة المتبادلة بين الطرفين،ومما تقدم يتضح أهمية الحاجة إلى العلاقات العامة في المشروعات الصغيرة كالحاجة إليها في المؤسسات الكبيرة،فعي تعتبر عمل يؤدي تلقائيا بين الناس.حيث أن الروح التي تدور حولها فكرة العلاقات العامة

[1] / يحي محمد عبد المجيد،مرجع سبق ذكره ص،19.

موجودة منذ وجد التعامل بين الناس أفرادا كان واو جماعات أو أصحاب محلات أو مشروعات صغيرة.

مهام العلاقات العامة:

«العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة العليا في المنشاة سواء كانت صناعية أو خدماتية كما هو الحال في موضوعنا.وهي بذلك لا بد أن تشارك في رسم سياسات و اتخاذ قرارات،وتؤهلها لذلك طبيعة عملها التي تحتم عليها الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة،التي تعمل لتلك الجماهير وتعمل من اجلها وهي في ذلك تعمل على خطين متوازيين في اتجاه واحد،وهو الوصول الى هدف المؤسسة .فكما لها دورا مع الجمهور الخارجي للمؤسسة فهي في نفس الوقت لها الدور مع الجمهور الداخلي لتلك المؤسسة ولكن تكون العلاقات العامة ناجحة مع الجمهور الخارجي ما لم تكن ناجحة مع الجمهور الداخلي لتلك المؤسسة ولكن تكون العلاقات العامة ناجحة مع الجمهور الخارجي ما لم تكن ناجحة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة » [1]

ومن خلال كل ذلك هناك الكثير هناك من المهام التي يمكننا توضيحها فيما يلي:

«خلق علاقة ودية بالجماعة سواء من العاملين داخل جهاز العلاقات العامة او خارجة حيث يسود الاحترام والالتزام كل حسب موقعه في السلم الإداري،مع تطبيق القانون الداخلي للمؤسسة بكل سلاسة.

-تزويد الصحافة بأخبار المنظمة وجهاز العلاقات العامة.باستعمال لوسائل المتاحة من ملصقات ولافتات واشهارات.وبرامج تحسيسية عبر مختلف وسائل الإعلام المختلفة.

[1] / role-of-public- www-gabib,com,opcit,16/02/2016.

-وضع إستراتيجية معينة للاتصالات وذلك من خلال التخطيط الأمثل في مكتب الموارد البشرية،تجدد إذا دعت الحاجة إلى ذلك.

-اعتبار موظف العلاقات العامة ناطق رسمي باسم جهاز العلاقات العامة،لكونه مطلع ودارس للمسؤوليات الناتجة عن العلاقات العامة،فيوجهها نحو الأحسن.

-مسؤولية العلاقات العامة عن المطبوعات المختلفة التي يصدرها جهاز العلاقات العامة من حيث إعدادها والإشراف عليها.فهو ينجز النماذج الهادفة،تطمع لتكون وثائق رسمية ذات دلالات إدارية تستخدم داخل المؤسسة نفسها. » [1]

إن هذه المهام تدل على القدرات الفردية الخاصة التي يجب توفرها في أشخاص الاتصال وتدل كذلك على أهمية الوظيفة الإدارية والتي أثبتت قدرتها على تحقيق التقارب بين المنشاة وجماهيرها.فالعلاقات العامة مثلما رأينا حلقة وصل بين المؤسسة والبيئة الاجتماعية،وتحقق انجازات أخرى على مستوى تحسين ورفع مستوى الأداء بالنسبة للمنشاة وجمهورها الداخلي الذي يتمثل في التجاوب مع خطة العمل وتأدية المطلب منهم بكيفية عالية ولمستوى جيد وأداء عال وعلى مستوى الجمهور الخارجي عندما تحصل المنشاة على تأييده.

المطلب الثاني:القائم بالعلاقات العامة.

أولا : مفهوم القائم بالعلاقات العامة.

يمثل القائم بالعلاقات في أي مؤسسة المستشار إذ يعتبر مستشار العلاقات العامة هو الخبير الأول للعلاقات العامة الحديثة ففي السنوات الأولى من القرن العشرين استخدمته الشركات الكبيرة تحت اسم السكرتير الصحفي للدفاع عنها ضد الانتقادات العامة الموجهة

[1]/ يحيى محمد عبد المجيد،مرجع سبق ذكره،ص19.

إليها،ثم تغير الاسم إلى مستشار العلاقات العامة،ومن أمثلة هؤلاء المستشارين في المجتمع الأمريكي"ايفي لي وادوارد بيرليز".

مفهوم القائم بالعلاقات العامة:

«هو شخص يخصص كل وقته أو جزءا منه لمنظمة معينة وقد يكون فردا واحدا وله عملاء متعددون مختلفون،وقد يكون إدارة من إدارات وكالة معينة.وقد يكون منظمة لها عديد من العملاء على مستوى الدولة،وهو شخص محترف ، وتغطي استشاراته كل جوانب العلاقات العامة. » [1]

ثانيا : خصائص وسمات رجل العلاقات العامة.

1/الخصائص الشخصية:وتتمثل في:

***قوة الشخصية والجاذبية:** « إذ يكون حسن الحديث والهندام.مؤثرا في الآخرين.

***حب الاستطلاع وخصوبة الخيال:** فالمشغل بالعلاقات العامة بحاجة دائمة إلى المعلومات وبحاجة إلى الخيال الخصب عند تخطيط برامج المستقبل،ووضع حلول للمشاكل وتصور نتائج القرارات قبل اتخاذها.

***الشجاعة في الرأي:** يحتاجها رجل العلاقات العامة عند مواجهة رؤسائه بالحقائق المجردة فلا يرائي ولا يكذب بل أن تحمله المسؤولية بالأمانة والإخلاص تقتضيه أن يصر على الرأي الصحيح وان يواجه به الرؤساء،وان يدافع عنه بكل إصرار. » [2]

---

[1]/محمود يوسف مصطفى:**مقدمة في العلاقات العامة**،ط1،(جامعة القاهرة كلية الإعلام)،2004،ص243.

[2]/ محمد بن إبراهيم التويجري:"**موسوعة الإدارة العربية الإسلامية**"،مجلد 04،المنظمة العربية للتنمية الإدارية،جامعة الدول العربية،2004،ص333.

***الموضوعية:** « لا بد أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعيا في تفكيره أي له القدرة على النظر للأمور نظرة مجردة والتعرف على العيوب حتى ولو كان هو مصدرها.

***اللياقة:**وهي القدرة على التحدث مع الآخرين والتأثير في آرائهم ويتضمن ذلك الاستماع إلى الآخرين

***الإحساس العام:**أن تكون لديه القدرة على الشعور لمدى توافقه مع الغير وان يعرف متى ينصت ومتى يدافع ومتى يهاجم. » [1]

وهناك صفات أخرى منها:الالتزام،الاهتمام بالآخرين،الحماس،الاستقامة،النشاط،الشجاعة،القدرة على الاحتمال والمثابرة،قابلية التنظيم،الشخصية المحبوبة.

كما لا بد أن تتوافر في المشتغل في العلاقات العامة الرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث:ماذا؟،لماذا؟،كيف؟،متى؟، أين؟، من؟...

2/ المؤهلات العلمية والثقافية:

«يجب أن يكون رجل العلاقات العامة مزودا بالأصول العلمية والعملية بالعلاقات العامة كدراسة علم الاجتماع وعلم الإعلام والاتصال،الإدارة إلى جانب الإحاطة بالمناهج العلمية التي تستخدم في العلاقات العامة،حاصلا على شهادة علمية من معهد أو كلية خاصة بالعلاقات العامة أو على الأقل بإحدى تخصصات الإدارة أو اللغات أو الإعلام هذا

[1]/علي عجوة:**الأسس العلمية للعلاقات العامة** ،(مصر:عالم الكتاب)،1998،ص41.

بالإضافة على ضرورة توفي الرصيد الثقافي الواسع والتحكم في عدة لغات أنية مع معرفة تقنيات الإعلام والاتصال وأساليب توظيفها. » [1]

***الإعداد العلمي**: « إن المشتغل بالعلاقات العامة،هو إداري وإعلامي في نفس الوقت واختصاصه هو تفعيل اتصال اتجاهين،وبالرغم من عدم وجود مناهج محدد للتأهيل العلمي للعمل في العلاقات العامة فان المتعارف عليه أن ذلك يشمل المواضيع التالية:

***اللغة**:يجب أن يكون رجل العلاقات العامة متمكنا من اللغة سواء فيما يكتبه أو عند قيامه بتقييم ما يكتبه الآخرين.

***القراءة**:مهارة القراءة ضرورية لسببين:

1/الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة.

2/لكي يعرف اللغة تماما حتى يكون قادرا على استعمال الكلمات و العبارات.

***الكتابة**:حيث إن التأثير في الآخرين يعد المحور الرئيسي لعمل العلاقات العامة والإلمام بأصول الكتابة. » [2]

2/ المؤهلات الاتصالية:

***الاستماع**: «تتضمن مهارة اليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في الاستطلاع للآراء أو توجيه لمناقشة.

---

[1]/جميل احمد خضر، مرجع سبق ذكره ،ص161.

[2]/ياسين مسيلي: "**العلاقات العامة في المؤسسات الصحية**"،مذكرة لنيل شهادة الماجستير،تخصص اتصال وعلاقات عامة،جامعة منتوري قسنطينة،2009،ص27.

***التخاطب:**تتساوى أهمية المقدرة على التحدث إلى الأفراد والجماعة مع أهمية القدرة الكتابية في مجال العلاقات العامة.

***الصحافة:**لا بد أن يدرس رجل العلاقات العامة الفنون الصحية المختلفة كفن الخبر والتحقيق و الحديث والمقال.

***علم الدلالة:**تختلف الدلالات الألفاظ من مجتمع لآخر باختلاف الخصائص المميزة لكل مجتمع وتفسير كل هذه الخصائص نتيجة للتغيرات الجذرية الحاسمة أو التراكمية البطيئة» [1]

3/المؤهلات الإدارية والوظيفية: تتمثل في:

***القدرة على المواجهة المشاكل الإدارية:** « أي تحمل المسؤولية ومراجعة المعوقات ويتطلب ذلك منه الصبر ورباطة الجأش القوية عن مواجهة الآخرين.

***القدرة على هيكلة العمل:**يفترق في رجل العلاقات العامة حمل مهارات رجل التنظيم في تضميم الوحدات الإدارية،وتوزيع الوظائف وقدرة على تفعيل العاملين،مع قدرة أيضا على توفيق المعلومات.

***القدرة على صنع القرارات واتخاذها** :بسبب الحاجة المستمرة لاختيار البدائل في وظيفة العلاقات العامة فهذا المؤهل ضروري وحسن لتسهيل مشاركة في صنع القرارات في المستويات الإدارية العليا.

[1]/علي عجوة،مرجع سبق ذكره،ص27.

***التحكم في المفاهيم الإدارية بدقة:** تتطلب وظيفة العلاقات العامة تواصلا يوميا مستمرا معه الإدارة العليا ومن اجل بناء لغة مشتركة معها يفترض إدراك المفاهيم الإدارية بشكل جيد. »* [1]

-بالإضافة إلى صفات أخرى يجب أن يتحلى بها القائم بالعلاقات العامة وهي:

-«الإلمام الكامل بالمهارات العلمية في الاقتصاد والتحليل السياسي والإعلام.

-الإلمام بالتطورات الحديثة لوسائل الإعلام والتقنيات الحديثة في مجال الاتصال وكذلك التحولات التي تطرأ على الرأي العام تجاه القضايا المتنوعة.

-القدرة التامة على التصرف في الوقت وإدارته وتقسيمها بين الاتصال بالعملاء وتنفيذ البرامج وإعداد التقارير والاتصال بوسائل الإعلام...الخ

-امتلاك مهارات تحليل المعلومات وتقديم الأفكار المبتكرة ووضع الميزانيات وإدارة الأعمال.

-الإدراك الشامل لمجريات الأمور في المجتمع المحلي الإقليمي والدولي لمستوياته السياسية،الاقتصادية والاجتماعية.

-الوعي بالمنظمات للمنافسة في السوق.

-الصلة بقادة الرأي في المجتمع.

-**الإلمام بعلم النفس** : يحتاج موظف العلاقات العامة الى مقدار من الإلمام بعلم النفس،حتى يستطيع التأثير في الأفكار وشخصيات الجماهير التي يقابلها.

[1]/محمود محمد الجوهري :**اتجاهات جديدة في العلاقات العامة**،(القاهرة:مكتبة انجلو المصرية)،1971،ص119.

-**الإلمام بعلم الاجتماع:** لا بد للقائم بالعلاقات العامة أن يتفهم طبيعة الجماعات والأساليب،اتصالها وقوة ارتباطها ومعرفة اتجاهات الرأي العام. » [1]

-**الإدارة والاقتصاد:** <<المعرفة ما يجري في الإدارة والمؤسسة إداريا وماليا،يجب على رجل العلاقات العامة أن يكون مطلعا على المستجدات والمؤثرات الاقتصادية السائدة في الداخل والخارج.

-**الإحصاء واصل البحث :** إتقان أسلوب البحث العلمي والإحصاء وجمع المعلومات

و المعالجة بالحاسوب وتقنياته وصولا إلى تحليل الظواهر وإدخال المعطيات،وتبويب النتائج. » [2]

-**السياسة:** « تفيد دراسة مبادئ السياسة وأساليب الحكم في المعرفة العلمية السياسية.وتأثير القوي المختلفة في إدارتها وانعكس هذه العملية على المنظمات والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وعلى الأفراد والجماعات.

-**التاريخ:**تساعد معرفة التاريخ على تفسير الأحداث والتنبؤ بها مما يمكن من التحرك المبكر لمواجهة الأزمات قبل وقوعها أو تخفيض آثارها السيئة إلى اقل مدى ممكن.

وإضافة إلى هذه المواصفات الواجب توافرها في القائم بالعلاقات العامة هناك من يضيف،علم الجمال،الفلسفة،المنطق،القانون،التسويق،الإعلان.

والاهم من كل ما سبق هو عدم التهجم والعبوس والظهور بوجه بشوش وفي هذا السياق ذكر "**كروزيه**" أن كل الذين يهتمون بالعلاقات العامة اخذوا عن **روزفلت** ابتسامته مشيرا

---

[1] /حسن بلجي عارف،**مبادئ العلاقات العامة**،(عمان: جدار باق العلمية،القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع)،2000،ص38.

[2]/علي عجوة،مرجع سبق ذكره،ص58.

إلى الرئيس الأسبق الولايات المتحدة الأمريكية "**روزفلت**" ونجاحه في جذب الرأي العام.مما أدى إلى نجاحه في تحقيق مشروعاته. » [1]

وفي ضوء ما سبق نقول انه على قدر ما تحقق هذه الشروط في أخصائي العلاقات العامة،يمكن التنبؤ بمقدار النجاح الذي تحققه هذه المؤسسة في الاستفادة من هذه المهنة لبلوغ أهدافها.

ثالثا : مزايا وعيوب القائم بالعلاقات العامة

*يمتاز أداء القائم بالعلاقات العامة ما يلي:

-« يعرف الخلفيات الخاصة بمشكلات المنشاة ويعرف طبيعة التنظيمات غير الرسمية التي قد تربط بعض الأفراد بغض النظر عن المستوى الإداري لكل منهم مما يجعل الحلول التي يفترضها القائم بالعلاقات العامة واقعية.

- طول خبرته داخل المنشاة ومعالجته المستمرة لمشكلاتها يجعله يكتسب خبرة متخصصة في علاج هذا النوع من المشكلات

-يحظى باحترام وتقدير العاملين بالمنشاة مما يجعله قادرا على الإلمام بالتفاصيل المتعلقة بحقائق الموقف ولا يلقى الحرج الذي قد يواجهه الباحث الخارجي عند الاتصال بهؤلاء الأفراد.

-يحافظ على أسرار المنشاة التي قد يطلع عليها من خلال بحثه للمشكلات أو تطبيقه لبرنامج أو خطة العلاقات العامة.

[1]/محمد منير حجاب،سحر وهبي،**المداخل الأساسية في العلاقات العامة** (القاهرة :دار الفجر للنشر والتوزيع)1993 ص 78

*ولكن هذا لا يمنع من وجود عيوب للقائم بالعلاقات العامة نتيجة عن طبيعة العامل مثل:

-معايشته لمشكلات المنشاة قد يفقده نقطة القدرة على تصور حلول مبتكرة وغير تقليدية.

-العلاقات الوظيفية التي تربطه ببعض الأفراء في المنشاة تجعله في حرج عندما يضطر لإسداء النصح بشان تعديل بعض طرق الأداء أو سلوك هذه القيادات الإدارية كجزء من التوصيات بتحسين العلاقات مع الجمهور.

-لما كانت خبرته محصورة ببعض النوعيات من المشكلات المتكررة تقل قدرته على مواجهة مشكلات جديدة أو إعداد خطط من طراز مختلف.

-كثيرا ما يكون رأيه غير محايد أو ينظر إليه هكذا.وخاصة إذا كانت له هو نفسه علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالمشكل محل البحث. » [1]

ومما سبق نستطيع القول أن النجاح الأسمى لتنظيم العلاقات العامة يتوقف إلى حد كبير على العنصر البشري في المنظمة وذلك ما يوضح أهمية انتقاء العنصر البشري عامة وانتقاء رجل أو القائم العلاقات العامة خاصة ،إن هذا الأخير له دور مهم ورئيسي في إنجاح العلاقات العامة بالمؤسسة لذلك فمن الواجب أن تتوفر فيه عدة خصائص تتعلق بعدة جوانب منها "المؤهلات الشخصية ، المؤهلات الاتصالية ،المؤهلات الوظيفية والإدارية ".

[1]/ربحي مصطفى عليان وآخرون:مرجع سبق ذكره،ص ص327-328.

المطلب الثالث : الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة:

1/صعوبات على مستوى عملية إدارة العلاقات العامة:

-«تبعية إدارة العلاقات العامة للإدارة التنفيذية للمنظمة.

-عدم تحديد مكانة العلاقات العامة داخل التنظيم.

-اختلاف التنظيم الداخلي لأعمال العلاقات العامة من مؤسسة أي أخرى.

-صعوبة إجراء البحوث وذلك لعدم تعاون الأفراد،وإعطاء البيانات الصحيحة التي تؤدي إلى نجاح البحث لأن العلاقات العامة تعمل في بيئة تتسم بالتغيير المستمر في الاتجاهات والآراء مما ينجر عنه التنبؤ بالمشاكل وفي مدى تقييم كفاءة البرامج في العلاقات العامة.

-صعوبة إدراك النتائج في عملية التقويم إلا بعد فترة طويلة».[1]

2/صعوبات على مستوى آداب وجدارة ممارستها فيما يخص العلاقات العامة في أخلاقيتها:

حيث ترتكز على ثلاث قواعد:

-« معاملة الغير كإنسان مع العمل على استجابة حاجاته النوعية.

-إن الإنسان اجتماعي،احترام رأي الصانع للمادة الخام.

[1]- حمدي عبد الحارس بخوشي،**العلاقات العامة من داخل منظور الخدمة الإجتماعية** (مصر:المكتب الجامعي الحديث)2001،ص 118.

-تلبية الحاجيات النوعية لصانع الرأي بإعطاء المادة الخام،أي الوسيلة التي تسمح له بالتعبير عن رأيه.

-القصور الواضح في ممارسة المبادئ والمفاهيم التي سوف تقوم عليها العلاقات العامة.

-معاناة الباحث باللامبالاة من طرف بعض المؤسسات.

3/صعوبات على المستوى الاجتماعي:

-تعقد المجتمع بالمقارنة على ما كان عليه سابقا، الذي كان يتسم بالسهولة.

-لا يستطيع الناس الوصول إلى الحقائق لان فرص اتصالهم بها محدودة نظرا لكثرة العراقيل التي منها العوامل الشخصية والاجتماعية.مثل الرقابة التي تفرضها الدول على الأنباء والمعلومات.إضافة إلى الاختلافات اللغوية وفوارق السن،والعقبات السياسية والمنافسات الشريفة وغير الشريفة.

-تخلف المجتمعات"الجهل والأمية".

4/صعوبات على مستوى التكوين والكفاءات:

-ضعف الإمكانيات الفنية للأفراد والممارسات العلاقات العامة.

-نقص الخبراء والمختصين في هذا المجال ،نقص المهارات والخبرات،فلا بد أن يكون الخبير في العلاقات العامة متخصصا في وسائل النشر والإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفزيون،والسينما والإعلان بالإضافة إلى ضعف دراسة عقلية للجماهير وطرق قياس الرأي العام"».[1]

[1]- حمدي عبد الحارس بخوشي، مرجع سبق ذكره ص،119 .

خلاصة واستنتاجات

لقد حاولنا في هذا الفصل الوقوف على ماهية العلاقات العامة وقد توضح بما لا يدع مجالا للشك بان العلاقات العامة أصبحت ضرورة من ضروريات هذا العصر الذي يتميز بالمتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة.

تعتبر العلاقات العامة إحدى أهم الوظائف الإدارية في المؤسسة فهي جهود علمية ذات أبعاد إدارية اتصالية واجتماعية،تعتبر ضابطة الاتصال بين المؤسسة على الصعيد الداخلي والخارجي،فكل العناصر التي تم الطرق إليها من مفهوم العلاقات العامة وأهدافها وأهميتها وخصائصها ومبادئها ووظائفها وأدوارها وغير ذلك من العناصر تشير إلى أنها وظيفة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها لما لها من فوائد جعلتها تحتل مكانة قيادية في مختلف الهيئات والمنظمات في البلدان المتطورة.

إن تبني إستراتيجية علاقات عامة فعالة مبنية على أساس برنامج علمي وتخطيط استراتيجي واضح وقابل للتحقيق هو أساس نجاح المؤسسة التي تريد تنتهج سياسة اتصالية شفافة مع جماهيرها حتى تكون لنفسها وخدماتها صورة طيبة اتجاه الجماهير.



الفصل الثاني :

العلاقات العامة بالشرطة

و الأمن المروري

الفصل الثاني: العلاقات العامة بالشرطة والأمن المروري

المبحث الأول : العلاقات العامة بالشرطة

المبحث الثاني: العلاقات العامة الداخلية و الخارجية بالشرطة

المبحث الثالث : وسائل العلاقات العامة في تجسيد الأمن المروري

المبحث الأول: العلاقات العامة بالشرطة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بالشرطة

« تعتبر ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بشكل متفاعل و إقناعي من ضرورات العمل الأمني و أساسياته و على الرغم من غياب توفر دراسة خاصة بأساليب هذه الممارسة في مديريات الأمن و الشرطة إلا أنه يمكنها اعتماد طرق و أساليب الممارسة العالمية للعلاقات العامة في منظمات الأعمال المختلفة باعتبار أن الأجهزة الأمنية منظمات أعمال ينطبق عليها ما ينطبق على منظمات الأعمال الأخرى.....»[1]

من حيث تبني إستراتيجية واضحة المعالم لممارسة العلاقات العامة في إطار القيام بوظائف و مهام معينة استعانة بعمليات التخطيط و الأبحاث و البرامج و اعتماد نماذج تطبيقية مع تنظيم محكم لجهاز العلاقات العامة و غير ذلك من عناصر إستراتيجية العلاقات العامة المشار إليها في الفصل السابق.

وتعرف العلاقات العامة بالشرطة« فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميع ا لكسب ثقتهم ، و تأييدهم و تعاونهم مع رجال الشرطة و في نفس الوقت تعمل على إعداد و دعم جهاز الشرطة .

[1]/ محمد ناجي الجوهر، **العلاقات العامة بالشرطة** ، دراسة تطبيقية بجهاز الأمن العام الأردني،1994، ص ص261-262

و يكون هذا الدعم علمي و ثقافي و معنوي و سياسي و اجتماعي لرجل الشرطة لينهض هذا الأخير برسالته على أكمل وجه ».[1]

من خلال ما عرضنا سابقا حول ماهية العلاقات العامة ، أدركنا صلة بين طرفين ، أحد هذين الطرفين غير معروف و محدد ل لآخر على وجه التحديد ، لكن تربطهما مصلحة مشتركة .

وانطلاقا من هنا نستطيع القول بأن العلاقات العامة بالشرطة هي رابطة بين جهاز الشرطة وبين المواطنين أساسها المصلحة المشتركة و المتبادلة بينهما ، فمصلحة الشرطة هي أن تنجح في تحقيق رسالتها بتوفير الأمن و الطمأنينة و الاستقرار للمواطن، والشرطة تدرك أن نجاحها في ذلك لا يمكن أن يتحقق بغير تعاون المواطنين معها . و يتمثل هذا التعاون في تقبل المواطنين للتعليمات و القوانين والنظم التي على مستوى الطرق والتقليل من وقوع حوادث المرور و هو أمر يهم الشرطة ، فإن تقبل الناس مثلا تعليمات رجال الأمن على مستوى الطرق و التقليل من وقوع حوادث المرور و هو أمر يهم الشرطة لأنها تسعى إلى تحقيقه .

أما مصلحة المواطن فتأتي من حاجة كل مواطن إلى العيش في جو من الأمن و الطمأنينة و الاستقرار، فالأمن بالنسبة لكل مواطن هو المناخ الذي يريد أن يعيش فيه لأن كل أوجه النشاطات التي يمارسها لا يمكن أن تتم إلا في ظل جو يسوده الأمن. من هنا تلتقي المصلحتان إذن فالشرطة تسعى لتحقيق الأمن و المواطن يريد الأمن،

و من هنا تنشأ العلاقة بين الشرطة و المواطن علاقة تقوم على أساس تبادل المصلحة .

---

1 /مجلة الأمن الوطني للشرطة،"**العلاقات العامة في الشرطة و دورها في خدمة المواطن**"، العدد9جوان1977 ،تصدر عن المديرية العامة للأمن الوطني،ص 25.

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة بالشرطة

يتضح لنا من التعريف السابق للعلاقات العامة في الشرطة ما مدى أهمية وجود هذا الجهاز في عمل الشرطة لمساندتها في نشر رسالتها و إقناع الجماهير و كسب ثقتهم و تأييدهم و مد يد العون للمساهمة في تحقيق الأمن والطمأنينة ، هذا بالنسبة للجماهير الخارجية ، كما يثبت من جانب آخر في ما يتعلق بالجمهور الداخلي العناية الفائقة بغرس و تعميق المبادئ الأخلاقية و الثقافية و المعنوية و الدينية في نفوس العاملين و رعايتهم اجتماعيا و ماديا من أجل حثهم على العمل للنهوض برسالة الشرطة على أكمل وجه .

ومن هنا تبرز أهمية المسؤولية التي تنهض بها العلاقات العامة في الشرطة من خلال الدور الذي يلعبه الرأي العام في جهاز الشرطة بصفة عامة في تحقيق رسالتها و أهدافها

و يمكن أن نستشف أهمية العلاقات العامة بالشرطة بناءا على التعريف الذي أدرجه الدكتور جاسم خليل مبرزا العلاقات العامة بالشرطة باعتبارها في قوله :

" العلاقات العامة بالشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل و المخطط سلفا، المتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم و إرشادهم و إقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات لتحقيق أمنهم و استقرارهم و العمل على كسب ثقتهم و تأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها و رفع مستوى الأداء في جهازها "[1]

و هذا بمعنى أن للعلاقات العامة أهمية بالغة بالشرطة حيث أصبحت هي التي تخطط و تسير و تنفذ بغية الوصول لأهدافها من خلال النشاطات التوعوية و الإرشادية .

و لإيضاح عنصر أهمية العلاقات العامة بالشرطة وفق هذا التعريف ندرج مايلي:

---

[1]/ محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري ، **وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة ، الواقع الحالي و آفاق المستقبل**، (جامعة الشارقة: الإمارات العربية المتحدة)، 2006،ص46.

_« أسلوب علمي أمثل للاتصال : يراد بهذا العنصر أنه ثمة طائفة من الأساليب النفسية و العلمية المتسمة بالملائمة و المقدرة على تحقيق الأهداف المخططة تتبعها الشرطة لأداء رسالتها في الأمن و الاستقرار سواءا أفرغت في قالب مباشر لها كحملة التوعية المرورية و المحاضرات و الندوات و إقامة المعارض ، أو في قالب غير مباشر يتخذ غالبا صورة النداءات التحذيرية و الإرشادية من خلال أجهزة الإعلام المختلفة.

_ تعدد و تنوع أساليب التوعية و الإرشاد و الإقناع : تهدف رسالة الشرطة إلى التوعية الجماهير بالمخاطر التي تحيط بهم و تعكر صفو أمنهم واستقرارهم ، ليس هذا فحسب بل تعتمد الشرطة إلى إرشادهم لتجنب مثل هذه المخاطر بتوجيه النصائح و الإرشادات مع عدم إغفال موضوع الإقناع الذي توفر له أجهزة الشرطة له جميع السبل من أجل تحقيقه لأنه متى اقتنع الناس برسالة الشرطة أصبح عندهم الاستعداد للتعاون و إيجاد الثقة المتبادلة ».[1]

« تظهر أهمية الآثار المترتبة عن تحقيق رسالة العلاقات العامة في التوعية للجماهير و إرشادهم فضلا عن إقناعهم من خلال التعدد و التنوع الكبيرين لوسائل الاستقبال المتاحة أمام رجال العلاقات العامة لإحداث هذا الأثر الثلاثي لدى الجماهير ذلك لأن مثل هذا التعدد يتيح لها فرصة المفاضلة و الاختيار للأسلوب الأكثر ملائمة من سواء الإتباع في ظل تحقيق عنصر السرعة و الفاعلية في إحداث الأثر له على وجه لا يتوقف على الظروف المحيطة بكل حالة على حدي و بطبيعة الهدف المخطط له و بنوعية الطائفة الجماهيرية الموجه إليها ، و بتوقيت المتخذ خلالها الأسلوب المعني و جميعها أركان أساسية لانتقاء تلك الأساليب الأكثر ملائمة و ما يترتب عليها من آثار إرشادية و إقناعية لدى جماهير العلاقات العامة الداخلية و الخارجية على سواء.

[1]/ محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري ، مرجع سابق ،ص 46.

_ كسب ثقة و تأييد الجماهير : من الطبيعي أن الشرطة حين تريد نشر رسالتها و تحقيق أهدافها أن تسعى في المقام الأول على كسب ثقة و تأييد المواطن لها، و تتأمل منهم المساعدة لأنه بدون مساعدتهم فإن الفشل سيكون مال جهودها و جميع نشاطاتها ،إذ هناك أمثلة كثيرة عن جهود الجماهير التي ساهمت في الكشف عن جرائم وقعت أو كادت تقع ، و هذا ما يؤكد مدى أهمية تعاون الجماهير مع أجهزة الشرطة في أداء رسالتها القمعية »[1]

« وليست ثمة شك في أن توفر عنصر الثقة و التأييد من جانب جماهير العلاقات العامة أمر لن يتحقق إلا إذا اجتمع له شرطان أساسيان ، أحدهما يتحرى القائمون على الإتصال بالجماهير من رجال العلاقات العامة الصدق و الأمانة في الكشف عن الحقائق و القيام بمهامهم إذ بدون ذلك لن يحظوا بالثقة ، و يجب أن تكون عملية الثقة متبادلة بين الطرفين أي من جانب كل من الجماهير و القائمين على أمر العلاقات العامة ...

_ رفع مستوى رجال الشرطة : و يتعلق هذا العنصر بالدرجة الأولى بالعاملين في جهاز الشرطة من عسكريين و مدنيين ، ذلك ما تقوم به العلاقات العامة بالشرطة لأفرادها من رعاية في نشاطاتها المختلفة الإجتماعية أو الثقافية أو المعنوية و لرفع مستوى آداءها المهني من خلال رفع مستواهم المادي و المعنوي سينعكس بلا شك بدورهم على إدارة العلاقات العامة في أجهزة الشرطة و بالتالي تحقيق أحسن النتائج و كذا توطيد العلاقة بين الشرطة و الجمهور.

1/ محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري، **مرجع سابق**، ص47.

و منها القضاء على كل ما من شأنه المساس بأمن المواطن»[1].

و من هذا المنطلق لمفهوم العلاقات العامة في الشرطة يتضح مدى الأهمية التي تؤديها العلاقات العامة بالشرطة و مكانتها بهذا الجهاز على الصعيدين الداخلي و الخارجي ،إلا أن مهمة العلاقات العامة بالشرطة لا تخلو من المصاعب التي تحول دون تحقيق النتائج المنتظرة ،و هذا ما سنتحدث عليه في المطلب الثالث.

المطلب الثالث: معوقات العلاقات العامة بالشرطة:

و من بينها نذكر مايلي :

_« غياب العنصر البشري المؤهل المدرب للقيام بمهام ومسؤوليات هذا الجهاز ، فليس ثمة شك في أن عدم توفر العناصر البشرية المؤهلة القادرة على العطاء و على مواكبة التطور الحديث الذي يسود مجال العلاقات العامة باستمرار ن شأنها إعاقة عملية التحديث و بالتأكيد سيساهم في إضفاء الطابع التقليدي لبرامج العلاقات العامة.

_ غياب الإمكانيات : الإمكانيات المادية الملائمة و وسائل الإتصال الحديثة بمختلف أنواعها لخدمة برامج العلاقات العامة من معوقات العلاقات العامة و تحقيق رسالتها ، و ينعكس ذلك بسلبية على رسم السياسة العامة ووضع الخطط المستقبلية الكفيلة بتنفيذ أهداف العلاقات العامة بالشرطة .

_ عدم وجود برنامج علمي مخطط للحوافز بنوعيها الإيجابية و السلبية لتحقيق مبدأ الموازنة و التنسيق بين عنصري الثواب و العقاب ، و من هنا كان من المحتمل وضع

1 محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص49

سياسة علمية لتلك الحوافز بحيث تؤدي إلى مساعدة الأفراد و تحفيزهم من ناحية على تقديم خدمات أجمل و تشجيعهم على الإبتكار و التجديد في برامج العلاقات العامة فضلا عن تقويم ذوي السلوك المعوج و ردعهم لتجنب وقوعهم في دائرة الخطأ.

_ عدم الإستجابة لبرامج العلاقات العامة يعد هو الآخر عائق لا يمكن إغفاله أو التغاضي عنه و ذلك لأن عدم استجابة القائم على أمر العلاقات العامة لبرامج من شأنها تساهم في إحداث فجوة بين رجال العلاقات العامة و الجماهير.

_ عدم الإنفتاح في سياسة و برامج العلاقات العامة : على الدول المتقدمة في هذا المجال قد يشكل عائق أمام سياسات و مناهج التحديث و التطوير المستهدفة ، كما وأنه عدم الإنفتاح في سياسات و خبرات الآخرين والعمل على تطوير هذه الخبرات و التجارب بما يتلاءم و طبيعة العمل ، و هذا أمر يترتب عليه لا محالة نوع من التردي و الإنهيار الهيكلي للبناء التنظيمي للإدارة و للأسس القائمة عليها في منظورها الإنساني أو العام ، و يمكن تفادي في ذلك العجز من خلال عدة طرق يتصدرها في الأهمية الأولوية إيفاد العاملين في بعثات أو دورات خارجية للوقوف عن كثب على أحدث ما توصل إليه من سبقونا في هذا من أساليب الإتصال الجماهيري الحديث».[1]

[1] محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري، مرجع سبق ذكره ،ص ص52-53.

المبحث الثاني: العلاقات العامة الداخلية و الخارجية بالشرطة

المطلب الأول: العلاقات العامة الداخلية .

"إن فاقد الشئ كما يقولون لا يعطي" ، و لذلك فإن حرص جهاز العلاقات العامة بالشرطة على حسن المعاملة و إقامة علاقات طيبة بين الشرطة و بين الرأي العام " الجمهور الخارجي " فإن الترتيب المنطقي أن يقيم علاقات طيبة داخل جهاز الشرطة ذاتها إنطلاقا من مبدأ أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة، فحري بها إذن أن تبدأ من داخل المؤسسة الأمنية في ما يعرف بالعلاقات الإنسانية .

في إطار ذلك تسعى العلاقات العامة الداخلية بالشرطة إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الداخلي و الذي على ضوئه تضمن تفانيه في أداء واجبه و تكسب وده ومن بينها:

_ « ديمقراطية القيادة و كفاية الحاجات المعنوية للعاملين و تتمثل في تلك المظاهر الإنسانية التي يجدر بقيادات المنظمات أن تقوم به اتجاه العاملين ، إذ من الضروري أن يشعر المرؤوسين بمشاركة رؤسائهم لهم في مشاعرهم الإنسانية و رعايتهم لظروفهم و أوضاعهم و حل مشاكلهم و العمل على خلق جو من الإستقرار النفسي و المادي لهم».[1]

و « اصطلاح الرؤساء أو القادة في مجال الشرطة ينطبق عن كل ارتفاع للروح المعنوية لدى العاملين بالشرطة خاصة لدى الصف و الجنود تتوقف أمور هامة حيث يضحون بحياتهم في إنقاذ الإنسان في ظروف معينة لا يدفعه في تلك اللحظة الحاسمة أمر عسكري بقدر ما تدفعه للمخاطر و التضحية حتى بحياته ز مما لا شك فيه أيضا

1 / علي الباز ، **الإعلام و الإعلام الأمني**، ط1 ،(مصر: مكتبة الإشعاع الفنية)، 2001 ، ص 152.

أن من واجب القادة القيام بإشعار العاملين بأهمية الأعمال التي يؤدونها صغيرة كانت أم كبيرة لإشعارهم بأهمية أدوارهم ، ولا يمنع ذلك أجهزة العلاقات العامة ، أو بواسطة الاجتماعات أو اللقاءات المختلفة ».[1]

_« تنمية التجديد و الابتكار لدى رجال الشرطة : يعمل قسم العلاقات العامة في الشرطة على تقديم الإقتراحات البناءة و الخطط المستقبلية إلى الإدارة العليا التي من شأنها العمل على زيادة التنمية و الإبتكار و التجديد والإبداع لدى العاملين بالجهاز، إذ من شأن ذلك زيادة دعم أواصر الثقة و روح الود و التعاون بينهم و حل مشاكلهم العامة و الخاصة .

_ نشر الوعي الوطني و إزكاؤه بين رجال الشرطة : فالعلاقات العامة تأكد ولاء و انتماء رجال الشرطة لوطنهم و يعملون في خدمته و ذلك من التوعية العامة و غرس الروح الوطنية في نفوسهم و تمكينهم من متابعة ما يجري من أحداث على المستوى الوطني و القومي و تعميق إيمانهم بدورهم في نشر أهداف و رسالة الشرطة .

_ نشر الوعي الشرطي و القانوني : تحرص العلاقات العامة على نجاح و تنشيط البرامج الإجتماعية و الثقافية لرجال الشرطة و القيام بعمل لقاءات تعارف بينهم لمعرفة مطالبهم من أجل تحقيق الغايات المنشورة و العمل على توفير حاجاتهم المختلفة».[2]

المطلب الثاني :العلاقات العامة الخارجية

بما أن العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح مع الناس فإن المختصين بالعلاقات العامة يسعون للإتصال بالجماهير وصولا للرأي العام لتحقيق أهدافهم من أجل إقامة علاقات طيبة مع الجمهور ترتكز على مبادئ أخلاقية أهمها الإعلام الصادق و الإبتعاد عن الزيف أو الرغبة في التسلط على الجمهور أو على قيادة الإدارة .

1 / علي الباز، **مرجع سابق**، ص 153.

2 / محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري، **مرجع سبق ذكره** ، نفس الصفحة 51.

في إطار ذلك « تسعى العلاقات العامة بالشرطة إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الخارجي التي على ضوئها تعمل على كسب ثقة و تأييده للأهداف التي تحرص أجهزة الشرطة على تحقيقها و تتمثل هده الأهداف على النحو الآتي:

_ تنمية ثقة الشعب بجهاز الشرطة : إذ يتحقق ذلك بتطوير السلوك للشعب في الإتجاه الملائم لتحقيق أغراض الشرطة و تبصير المواطنين بأهمية تعاونهم مع رجال الشرطة من أجل مكافحة الجريمة أو التقليل من الحوادث المرورية ، ذلك أن الشرطة وحدها لا تستطيع القيام بمهمة الأمن و يتعاون الجمهور معها.

_ تيسير الإتصال المباشر بالجماهير : فإدارة العلاقات العامة في الشرطة إلى نقل آراء الجماهير و مقترحات الجهات المختصة للوقوف عن كثب على ما يقال و يتداول عن جهاز الشرطة و الرد عن الإستفارات المطروحة و نقلها إلى الإدارة العليا للرد عليها».[1]

« _تبصير الجماهير بالحصول على الخدمات و المنافع : فمن أهداف العلاقات العامة بالشركة إرشاد المواطنين و الذي تربطهم مصالح بأجهزة الشرطة و بأيسر الطرق و أسرعها فمثلا حين يقوم قسم العلاقات العامة في الشرطة بتوضيح اجراءات تسجيل المركبة أو اجراءات الحصول على رخصة القيادة فهو بذلك يسهل من هذه الإجراءات و يبصر المواطنين بالطريق السليم للحصول على هذه الخدمات دون عناء أو تعب و هذا من شأنه توفير وقتهم و جهدهم .

_ تحقيق المصلحة المالية و الإقتصادية : تؤدي العلاقات العامة في الشرطة دورا اقتصاديا هاما لخدمة الجماهير و ذلك لأن تحول بينهم و بين فقدانهم أموالهم وممتلكاتهم بتعميق الوعي لديهم لتجنب أسباب وقوع الحوادث الخاصة في ما يتعلق بسرقة

[1] / علي عجوة، مرجع سابق، ص59.

السيارات و المنازل و المتاجر ، كما تسعى العلاقات العامة في هذا الصدد إلى بيان وشرح الأساليب التي يلجأ إليها المحتالون في تنفيذ مثل هذه الجرائم حتى يكون المواطن على بصيرة و حرص من ذلك ».

_ التعريف بدور الجهاز و أساليبها العلمية و الحديثة المحققة لرسالته: تقوم العلاقات العامة في الشرطة من خلال الإعلام الجماهير بمختلف الأنشطة و الأعمال التي تقوم بها أجهزة الأمن ، و نشر التقارير الخاصة بعدد الحوادث و معدلات الجرائم ، و توضيح

الأساليب العلمية الجديدة التي تلجأ أجهزة الأمن في كشف الجرائم ، وتضيف معلومات جديدة لم تكن لتتحقق إلا عن طريق جهاز العلاقات العامة بأجهزة الشرطة».[1]

_ « توثيق الروابط بأجهزة الإعلام و مختلف أجهزة الدولة : وذلك بتنمية التعاون المستمر و التفاهم الأفضل مع أجهزة الإعلام عن طريق تزويدها بالأخبار المتعلقة بالشرطة و إمدادها بالإحصائيات "حوادث المرور مثلا" و الصور اللازمة وتحديد المواعيد الخاصة بالمقابلات والمؤتمرات إيمانا منها بأهمية وسائل الإعلام في نشر الرسالة الشرطية و توصيلها إلى الجماهير فلا غنى عن أجهزة الإعلام في العمل الشرطي لتحقيق مصلحة المواطن ، كما تهدف العلاقات العامة بالشرطة على إقامة جسور التعاون وتوثيقها بمختلف اجهزة الدولة بتدعيم التعاون المشترك بين الشرطة وباقي المؤسسات الحكومية إذ تعمل العلاقات العامة على تسهيل إجراءات العامل اليومي للجهات الخاصة وتذليل الصعوبات وفي ذلك تحقيق لسمعة الطيبة التي أن تتمتع بها الشرطة .

1 /علي عجوة، **مرجع سابق**، ص ص59- 60.

_ استنباط مؤشرات الرأي العام و قياسه ، حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة و خدماته و ما يعرض من شكاوي أو مقترحات حول هذه الأمور عبر أجهزة الإعلام و تعديل اتجاهات الرأي العام اتجاه الشرطة و أدائها».[1]

المطلب الثالث: العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور.

1 _ أسباب ضعف العلاقة بين الشرطة و الجمهور

هناك عدة عوامل مؤثرة تتدخل في إضعاف العلاقة بين الشرطة و المواطن وهي عوامل تاريخية نفسية، اجتماعية، ثقافية وإعلامية

العوامل التاريخية و النفسية :

« ذلك حيث كانت الشرطة تعمل لمصلحة الأجنبي المستعمر على حساب المواطنين ، كما تساهم الشرطة في تحقيق سيطرة المستعمر على إدارة الشعب و من الناحية التاريخية سجل على أجهزة الشرطة استخدامها للعنف ضد المواطنين من سكان البلاد لدرجة استعمال السلاح ضد أبناء الوطن و أدمت ظهورهم بسياطها و سلبت حريتهم بدون وجه حق ، مما أدى إلى الكراهية للشرطة من طرف المواطنين».

العوامل الاجتماعية و الثقافية:

ترجع هذه العوامل إلى ضرورة أن يطبق القانون على الجميع بالتساوي و الذي قد لا يحظى بتأييد العامة في جميع الأحوال، مثلما يحدث عند تكليف الأمن بتنفيذ لائحة أو قانون هادف لمصلحة عامة مقابل مصالح خاصة». [2]

1/ علي عجوة ، مرجع سبق ذكره، ص 62

2/ مصطفى عبد كاري، «**التنسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة و الوقاية منها**»، (الرياض: دار النشر المركز العربي للدراسات الأمنية)، 1993، ص 144.

العوامل الإعلامية :

« وعن العوامل الإعلامية ، فإنه تمكن الإشارة إلى ما تقوم به وسائل الإعلام من تغطية غير شاملة لما تبذل له الشرطة من مجهودات في سبيل ضمان أمن و سلامة المواطن و صيانته و الحفاظ على عرضه و ماله ، و الذي يعرض رجال الأمن للخطر أحيانا ، كما قد يقوم الإعلام بعرض وقائع غير صحيحة نظرا لعدم تحرير رجال الصحافة بمصداقية أو المبالغة في عرض الأحداث ، أو السخرية أو الاستهزاء مما يؤدي إلى خلق جو غير صحي بين الشرطة و المواطن . هذا مع العلم أن للإعلام أثر كبير على تكوين اتجاهات الرأي العام ، إذ يمكن الاستغلال الأمثل له من أجل التأكيد على تعاون الجمهور كما هو الحال في أعمال البحث الجنائي و التعرف على المفقودين و في الإتقان و الدفاع المدني و نشر الوعي و الإرشاد في مجالات الحياة العامة التي تفيد و توفر الكثير من الجهد ز المال للمواطنين ».[1]

ب_ إشكالية العلاقة [الشرطة _ المواطن] في الجزائر:

«الأمر المعروف في الجزائر أن العلاقة بين الشرطة و المواطن تعاني نقص في الثقة و في المفاهيم اتجاه الحرية و القانون ، الحق و الواجب و الحس المدني ، كما أن المواطن الجزائري حاليا في مواجهة المشاكل الناجمة عن صعوبة التأقلم مع الوضعية المترتبة عن المرور من مجتمع تقليدي إلى مجتمع معاصر (عصري) و الذي يحتم نوعا من السلوكات المنظمة بقواعد و قوانين أحيانا تقيد الحريات الشخصية لأجل الصالح العام معاناة الشغب لمدة 132 سنة من الاستعمار جعلته يبتعد كليا عن الشرطي و القانون وكل من يساعد الشرطي من فريب أو من بعيد إما من يستطع مراوغة القوانين فهو بطل وتولت هذه العقلية لدى الأجيال بعد الاستقلال ظهر عامل جديد هو الثقة بين الدولة

1 /مصطفى عبد الكاري، مرجع سبق ذكره، ص ص 147- 148

والمواطن والمواطن الذي لايثق في دولته لايمتثل لقوانينها عندما تحميه الشرطة فالمواطن يرحب بذلك ولكن عندما تتدخل الشرطة وتستعمل القوة فان المواطن يثورعليها ويباغتها بكل النعوت، في هذه الظروف ينمو لدى الشرطي الإحساس بنفور الشعب و الإحساس بالوحدة فهو يتصرف بحذر مع الشعب، بالإضافة الى ذلك استعمال السلطة للشرطة في مهام ليست لها صلة بمهام الشرطة في سنة 1980 م حيث كلفة الشرطة بحملة عن التغيبات في العمل , نشر الألبسة على الشرفات , محاربة الأحياء القصديرية ,,»[1]

ح/ الإجراءات الإستراتجية لتطوير العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور

«_الاختبار الجيد للعناصر المراد إدماجها في العمل الشرطي وذلك باختيار أفضل العناصر من جنود وضباط وعناصر مساعدة

_ تدريب هذه العناصر بشكل مناسب للمستجدات العلمية و العملية ويتناسب مع التطور الكبير في مجال العمل الشرطي مع استمرار التدريب الفعال و الجاد قبل وأثناء الخدمة.

_ أن تكون دراسة العلاقات العامة مادة أساسية كما هو الحال في كليات و معاهد الشرطة في مختلف الأقطار، وأن لا ينظر إليها كمادة هامشية.

_الرقابة السليمة و المستمرة لهذه العناصر، والمتابعة الواعية لكل فرد من أفراد القوة سواءا من الأجهزة الرقابية، أو من الرقابة الداخلية لقيادة القوات في كل موقع على حدى.

_ العمل على تطوير أجهزة ووحدات الرقابة و العلاقات العامة بما يؤكد وصول الانتقادات السلبية إلى قادة القوة في أعلى مستويات اتخاذ القرار الملائم حتى لا يكون القادة في واد و الجمهور في واد آخر ، و حتى يمكن تدارك كافة السلبيات أولا بأول

1/ آيت عمر مزيان فوري،« **الضبط الاجتماعي الرئيسي و الرقابة من الجريمة** »،**مذكرة لنيل شهادة ماجيستر علم الاجتماع للتنمية**، 2002-2003 ، ص 140.

و تحفيز الإيجابيات و حتى لا تقبل روح المبادرة و الإبداع على العناصر الفعالة فقط حتى لا يطغى أجد على آخر».

-« الحرص على المظهر اللائق و السلوك المحترم لرجال الشرطة و مستويات الأمر الذي يترك انطباعا حسنا لدى جمهورهم ، و جعلهم لا يشعرون نحوهم بالرهبة بل بالود

و الرضا و التقدير و الاحترام و الإعجاب ، انطلاقا من الدور الإنساني الذي تؤديه الشرطة في مواقعها على امتداد مساحات الأقطار و المساحات التي يعمل فيها رجالها».[1]

إن هذه العناصر و الإستراتيجيات إذا عمل بها أصحاب القرار داخل إدارة الشرطة و مستويات فمن المؤكد أن صورة الشرطي سوف تتحسن لدى المواطنين و يكون عمله ذا طابع سهل نوعا ما إذا ما لقي مساعدات من قبل المواطن في إطار تحسين تلك العلاقة التي يجدر بجهاز الشرطة أن يعمل على تحسينها قدر الإمكان و من بين الإستراتيجيات الهادفة أيضا إلى تطوير العلاقة بين الشرطة و المواطن نذكر على سبيل المثال :

_« إزالة الرواسب التي مازالت عالقة في الأذهان حول طبيعة الشرطي إبان الاستعمار حيث يرى جل المواطنين أن الشرطي هو" ذلك المواطن القامع ، المزعج ، الظالم الذي لا تجده عند الحاجة إليه.

_ تعتبر الإستراتيجية خطوة هامة في تأسيس علاقات وطيدة مع الجمهور باعتبار أن خدمة الشرطي مهمة نبيلة إذ ينبغي عليه إزالة الحواجز النفسية و غرس بذور المحبة و التعاون مع الجمهور

1/ مجلة الأمن و الحياة ، أمنية ، ثقافية ، إعلامية«**العلاقة بين المواطن و رجال الأمن**»، مطابع أكاديمية عربية للعلوم الأمنية،2000 ، ص 42.

_ الاستعانة بأوامر و نواهي العقيدة الدينية لتفعيل التعاون بين الشرطي و الجمهور: حيث أنهم من المقامات التي تدعو إليها الشريعة الإسلامية لتوفير الأمن ، و للدين تأثير كبير على سلوك الفرد و اتجاهاته و أفكاره لذلك فالدين يلعب دورا في توطيد العلاقة .

_ استغلال سلك التربية و التعليم: و ذلك بتوفير التنسيق بين الجمهور و إدارات الشرطة و تكوين رأي عام مساند للشرطة في مكافحة الجريمة و معاقبة المجرمين، و حث طلبة المدارس على لعب الدور المطلوب في إعانة الشرطة العاملة على نشر الأمن و خلق جيل متفهم للرسالة الشرطية.

_ استغلال الشعور الوطني للمواطنين في المحافظة على الوطن و أمته بتعميق شعور المواطنين بمسؤولياتهم في حفظ الأمن و الاستقرار والنهوض بوطنهم بفضل نشر الأمن و الطمأنينة .

_ اعتماد بعض الحوافز المادية التشجيعية في تفعيل العلاقة بين الجمهور و رجال الشرطة و ذلك في ميزانية مكافحة الجريمة عند التبليغ عن الجرائم أو تقديم معلومات شبكات التهريب و المتاجرة بالمخدرات مثلا_ كسب ثقة رجال الصحافة و الإعلام و تسخيرهم في خدمة القضايا الشرطية في إطار ما يعرف بالإعلام الأمني العام».[1]

من خلال هذا الأخير يمكن اعتبار أن أجهزة الشرطة في حاجة ماسة لأجهزة الإعلام كونها تلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام و توجيهه، و تغلغله داخل الأوساط الاجتماعية، و مدى قدرتها على التأثير عليها ، لذلك ينبغي على رجال الشرطة استغلال هذه الأجهزة لخدمة الأمن و الاستقرار، و تفعيل العلاقة بين وزارات و مؤسسات الدولة

1/ محاضرة توعوية « علاقة الشرطة بالجمهور»، مكتب التكوين بأمن ولاية المدية،(مركز النشاط الثقافي الأمني)، يوم 22جويلية 2009، يوم عيد الشرطة ، 9:30سا.

الرسمية المؤثرة في خلق الرأي العام بغرض توجيهه و تسخيره في خدمة القضايا الأمنية ، من بينها وزارة التربية و التعليم ، وزارة الصحة ، وزارة الشؤون الدينية .

المبحث الثالث: وسائل العلاقات العامة بالشرطة في تجسيد الأمن المروري

المطلب الأول:العلاقات العامة بالشرطة والإعلام

« كثيرا ما يخلط الناس بين العلاقات العامة و بين الإعلام ، و إن كان الخلط بينهما هو خلط بين الاتصال كوسيلة للعلاقات العامة و بين العلاقات العامة ذاتها ، فإن الخلط كذلك يأخذ لصورة أخرى في أنه خلط بين الوسيلة والهدف ، فليس الهدف الرئيسي للعلاقات العامة بالشرطة و الاتصال بالجمهور الداخلي أو الخارجي بواسطة الإعلام فذلك الاتصال بالجمهور بواسطة الإعلام مرصد لتحقيق بعض أهداف العلاقات العامة و ليس هو فقط هدف العلاقات العامة .

ومن جانب أخر ليست العلاقات العامة هي الإعلام و هذا يعني:

- أن كل من العلاقات العامة و الإعلام يعدان من وسائل الإتصال بالجماهير مثلهما في ذلك مثل الوسائل الأخرى كالإعلان و الدعاية ..... و غيرها.

-إن الإعلام ليس هو كل وسائل العلاقات العامة ، فبجانبه توجد وسائل إتصال أخرى مباشرة و غير مباشرة سنأتي إلى تفصيلها لاحقا ، بل و توجد طرق أخرى تستطيع العلاقات العامة في الشرطة على سبيل المثال أن تستعين بها بغية تسهيل عمل الشرطة و ممارسة عملها عموما ، كتقديم النصح و المشورة للعاملين».[1]

"الإعلام ليس إلا وجها من وجوه العلاقات العامة ، وفي هذا يقر " **روبين Rubin**" ولا يشترط أن يكون جانب من جوانب كل برنامج للعلاقات العامة.

1/ علي عجوة، مرجع سبق ذكره ،ص ص 59-124.

-ازدواجية الطريق في العلاقات العامة بعكس الإعلام ، حيث لم تعد في عصرنا الحالي طريق وحيد الإتجاه ، يؤدي إلى إعلام الجماهير أو صب المعلومات و الأخبار في عقول الجماهير و قلوبهم ، بل أصبح الإعلام إلى حد كبير وسيلة مزدوجة تبدأ بالجماهير وتنتهي بالجماهير، فهي تبدأ بمحاولة جس نبض الجماهير لمعرفة ميولها واتجاهاتها نحو ما تقدمه تلك الوسائل الإعلامية ، و تنتهي بالجماهير حيث تصب تلك الوسائل كل جهدها ووسائلها الإعلامية إلى الجمهور ، ونظرا لدورها الفعال في بناء و توجيه الرأي العام و التأثير في الجماهير التي تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة بهدف توصيل الرسالة الشرطية»[1].

المطلب الثاني: الوسائل المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة.

« و تتم بواسطة الاتصال الذي يتم عن طريق التقاء المواطن أو المواطنين برجال الشرطة سواء كانوا من المختصين بأقسام العلاقات العامة بالشرطة أو من غيرهم فكل رجل شرطة هو بطبيعة الحال هو رجل العلاقات العامة ، فمن بين هذه الوسائل المباشرة نذكر منها:

1. **المتحدث الرسمي** : و هذا النظام بقضي بأن يكون أحد الأشخاص هو المتحدث الرسمي عن إدارة الشرطة فإن وجد بالجهاز خبراء في كان الخيار للعلاقات العامة بالشرطة ، فالرئيس هو المتحدث الرسمي مع ضرورة توفر جملة من الخصائص في هذا المتحدث الرسمي كصفات القيادة و أن يكون ملما بالأعمال ، و أن يكون مدربا على الخطابة و هذا كله في سبيل تحقيق القدرة الإقناعية للجمهور بهدف التعاون مع الشرطة من أجل تحسين الأمن المروري. »[2]

---

[1] / علي عجوة، نفس المرجع السابق،ص124.

[2] / محمود السباعي، **إدارة الشرطة في الدولة الحديثة** ، (القاهرة: الشركة العربية للطباعة و النشرللقاهرة)، 1963 ،ص581.

2. **الندوات:** « هي وسيلة من وسائل الإعلام بالجماهير ، وتنتج للحضور فرصة الحوار و النقاش و تبادل الرأي ، فالندوة هي إجتماع من الخبراء و المتخصصين للإسهام في دراسة الموضوع أو المشكلة تعطي فيها الفرصة للمناقشة و التفاعل بين المرسل و الجمهور، تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالشرطة للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات ، و يشترط في الندوة الفعالة حسن اختيار الأفراد و المؤطرين ، و تنظيم مواضيعها بدقة ، و تتيح هذه الوسيلة للقائم بالندوة "المرسل" أن يلمس ردة الفعل السريعة و المباشرة لرسالته من خلال تجارب الحضور أي المتلقي ، لذا فهي تعتبر من أفضل أنواع الإعلام المستخدم في التوعية المرورية ، كما تبرز أهميتها خاصة مع فئة الشباب لأنها تتيح فرصة التحاور و طرح الأسئلة و التعقيب عليها و تقديم الآراء و الاقتراحات و الاستفسارات بحرية و بدون قيود حول المواضيع المرورية المطروحة ».[1]

3. **المحاضرات:** « تختلف عن الندوة في عدم سماحها بمشاركة الجمهور إلا بموافقة الحاضرين و هي وسيلة اتصال فعالة تستخدم لنقل الأفكار و المعلومات لأعداد كبيرة من الناس في نفس الوقت و يمكن استخدام هذه الوسيلة مثلا عند طرح تعديلات مقترحة في قانون المرور ، آو الشروع في تقديم خدمة مرورية ، وتنظم معظم إدارات المرور مثلا، أو الانتقالات المنظمة و الخاصة بيوم الشرطة أو اليوم العالمي لمكافحة المخدرات للالتقاء بالجمهور المستهدف و إلقاء دروس تحسيسية توعوية لفائدة تلاميذ مختلف المدارس حول السلامة المرورية.

4. **المسابقات:** تعتبر إحدى الوسائل التي تستعمل بغية جذب الجمهور و انتباهه ، وكذا خلق الإهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية من ثم نشر الثقافة المرورية و توعية الجماهير بحجم أخطار الحوادث الناجمة عن عمد و الإلتزام بقواعد المرور ،

1 / محمود محمد الجوهري، **العلاقات العامة بين الدعاية و الإعلام،** (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية)، 1968،ص32

و ذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة ، و يتم أيضا تنظيم مثل هذه المسابقات أحيانا في برامج الحملات المرورية، و تذاع في مختلف وسائل الإعلام، كما تخصص جوائز للفائزين في هذه المسابقات التي تتميز بإمكانية توظيفها لتوعية جميع أفراد المجتمع على مختلف فئاتهم و أعمارهم و يكسر الروتين اليومي».[1]

5. **اللقاءات اليومية بين رجال الشرطة و المواطن:** « و هنا يجب أن تطبق العلاقات العامة بصورة جيدة و مباشرة فمن يحضر للإبلاغ أو من يستدعى للشرطة للتحقيق لرخصته .

كل ذلك يمكن أن يكون أدوات أو وسائل للتأثير في الجمهور سلبا أو إيجابا ينبغي إذن أن يتحلى رجل الشرطة كونه رجل علاقات عامة في الأساس ، في هذه اللقاءات بكل الصفات التي سبق و أشرنا إليها بالنسبة لرجل العلاقات العامة العامة الصبر والرقة و قوة الشخصية و المشاعر الإنسانية و العدل و عدم التحيز لطرف من الأطراف والمساواة في المعاملة ، و تقدير مشاعر الآخرين.

و لربما يعتقد الكثيرون أن التهجم كصفة تدل على قوة الشخصية أو أهمية العمل أو المنصب غير أنها إذا ما اكتنفت عمل شرطي أدى هذا المظهر حتما إلى عكس المطلوب ، بل إن مثل هذا التصرف يؤدي إلى انطباع مضاد لدى المتعامل مع الشرطة، وليس من السهل تغييره بكل أدوات العلاقات العامة ووسائلها و كثيرا ما بطل في نفوس الأفراد ».[2]

6. **جولات استطلاع لزيارة مقر الشرطة:** « هناك إحساس لدى الأفراد بالرهبة من مقر الشرطة و عملها ، ذلك لأنهم يجهلون ما يتم بداخلها ، و مجرد إزالة تلك الرهبة بدعوة المواطنين و خاصة الأجيال الجديدة و الشباب لزيارة مقر الشرطة و التعرف على الجهود

[1] / جاسم خليل ، مرجع سابق، ص211.

[2] / علي الباز ، مرجع سابق ،ص 147.

التي تبذل ، و الأجهزة الحديثة التي تساعد على كشف الجرائم و أدلتها سيؤدي بلا شك الى إزالة ذلك الخوف و تلك الرهبة غير أن إزالة الرهبة ليس معناها زوال إحترام الأفراد للشرطة ، وستؤدي تلك الزيارات إلى معرفة المواطنين بجهود الشرطة وواجباتهم للتعاون معهم و هذا هدفهم و هدف العلاقات العامة»[1].

7. **الإ ستعراض و المعارض:** « تعتبر المعارض التوعوية إحدى الطرق والوسائل المهمة للتعريف و التوعية بالمشكلة المرورية ، التي تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات الإيجابية بين الجهة المنظمة و الجمهور ، كما يتضمن استخدام المعارض في الإعلام المروري عادة المشكلة المرورية و القضايا الرئيسية التي يتم التركيز عليها خلال فعاليات أسبوع المرور و تقام في الأماكن العامة كالحدائق ، الأسواق، المدارس، يتم من خلالها تقديم و عرض الإرشادات المرورية في شكل صورو إحصائيات وأفلام و شعارات توعوية في مجال المرور ، و توزيع المطبوعات و المنشورات الصادرة عن دوائر الشرطة بمناسبة أسبوع المرور أو تنظيم الحملات التوعوية المرورية». [2]

ولا شك أن قيام الشرطة باستعراضات تتضمن عرض قوتها، و نشاطاتها و أجهزتها (مطافئ النجدة، قوات الأمن ، شرطة المرور.....)، سيؤدي إلى إحساس الأفراد بجهود الشرطة و يؤدي الى احساس غيرهم من ذوي النزعات الإجرامية أو اللامبالاة أو عدم المسؤولية و الحس بالأمن المروري خاصة بقوة الشرطة وفعاليتها مما يجعلهم يتخلون عن الأفكار السيئة التي تراودهم.

8. **دعوة بعض أفراد الجمهور:** « فدعوة الشرطة لبعض أفراد الجمهور خاصة الشباب و كذلك رجال الإعلام ، بهدف مصاحبتها أثناء قيام رجالها بالدوريات أو بعض حالات ضبط الجرائم أو المجرمين أو تنظيم حركة المرور يمكن للأفراد "الجمهور" من صعوبات رجال الشرطة و جهوده و تضحياته مما سيكون له بالغ الأثر في إقناع

[1]/ علي الباز ، مرجع سبق ذكره، ص148.

[2]/ جاسم خليل ، مرجع سبق ذكره ،ص 210.

الجمهور مع رسالة الشرطة ، و يمثل اعتماد العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الوسيلة فعالا إلى حد ما وهذا ما يجعل الجمهور يتعاون مع رجل الشرطة».[1]

9 **اشتراك في أعمال الشرطة:** « تعتبر وسيلة اشتراك الجمهور بطريقة فعالة في أعمال الشرطة طريقة تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة ، وتتبع بعض أجهزة الشرطة في الولايات المتحدة هذه الوسيلة بإنشاء منظمات عامة يتطوع فيها أفراد الجمهور للمساهمة في أعمال الشرطة و من الأفضل أن تقتصر هذه المساهمة على بعض عمليات الشرطة كرعاية الأحداث وقايتهم من الإنحراف، وكذا تنظيم حركة المرور دون بعض الأعمال الأخرى ذات الحساسية الخاصة مثل ما يتعلق منها بأعمال المباحث.

وتتبع العلاقات العامة بالشرطة في بعض الدول العربية و من بينها مصر،الكويت هذا الأسلوب بواسطة تكوين ما يسمى بجمعيات أصدقاء الشرطة و التي ينضم اليها طلاب و طالبات المدارس الثانوية ، خلال العطلات الصيفية حيث يدربون على مساعدة رجال المرور في تنظيم حركة المرور». [2]

المطلب الثالث : الوسائل غير مباشرة للعلاقات العامة بالشرطة .

فمن الوسائل غير المباشرة التي تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة نجد الصحف ، الإذاعة، التلفزيون ، السينما ، المسرح وغيرها، حيث تستخدم العلاقات العامة وسيطا مثل وسائل الإعلام بغرض الاتصال بالجمهور بصفة غير مباشرة و عامة من أجل عرض الحقائق و توضيح المفاهيم وصولا لكسب الجمهور و التوصل لإقناعه و تفهمه و تعاونه مع الشرطة فمن بين تمديد الوسائل غير المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة و المعرضة بالخصوص إلى التوعية المرورية و تجسيد الأمن المروري نذكر:

---

[1]/ مقابلة مع نبيل طوالبية ، « **المكلف بالإعلام والاتصال لأمن ولاية المدية**» ، يوم 2016/04/20، الساعة الحادية عشر صباحا، بأمن الولاية.

[2]/علي الباز ، **مرجع سبق ذكره**، 148

1-« الصحافة المكتوبة: تمثل الوسائل الإعلامية المطبوعة إحدى الوسائل المستخدمة من قبل الجهاز العلاقات العامة بالشرطة في مجال الإعلام المروري ، فالفن الصحفي و ما يحتويه من أخبار، تعليقات، مقابلات، آراء المختصين و العامة، شكاوي ، اقتراحات، صور و رسوم فوتوغرافية و كاريكاتورية، كل ذلك يؤدي إلى أهمية دور الصحافة في التوعية المرورية »[1]

« و يتجلى دور الصحافة في التوعية المرورية و تجسيد الأمن المروري من خلال:

-كتابة بعض من الكتاب المعروفين بين الحين و الآخر حول ما يقع من حوادث المرور.

-نشر المعلومات عن أنظمة وقوانين المرور و أنواعها و عقوبات مخالفة هذه القوانين من خلال الحملات الصحفية التي يعدها رجال الأمن المروري».[2]

-« الإعلان عبر الصحف عن أحدث الوسائل التي تم اكتشافها في ميدان المرور، و التي توفرت لدى الجهات المسؤولة عن الأمن المروري ، كجهاز الرادار و ذلك ليكون بمثابة تنبيه و ردع لمن تسول له نفسه من السائقين مخالفة القانون.

-تجنب الدخول في تفاصيل حوادث المرور ، وصياغة الخبر على نحو مثير يجذب البعض الى التفكير في أن يخوضوا تجربة مماثلة لما قرؤوه».[3]

1-الإذاعة:

« حيث تستفيد العلاقات العامة بالشرطة من الطرقات العديدة التي يمكن استعمالهم و الإستفادة منها إدا ما استخدمت الإذاعة كوسيلة لإيصال الرسائل التوعوية المرورية،

---

[1] / علي عجوة ، مرجع سبق ذكره ، ص125

[2] /علي الباز ، **الإعلام و الإعلام الأمني** ، ط1 ،(مصر: مكتبة الإشعاع الفنية) ، 2001 ، ص 106.

[3] / محمد خيرون و آخرون ، **تغيير الرأي العام و علاقته بالإتجاه نحو الجريمة**، (الرياض: دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب)، 1987 ، ص176

إذ يمكن أن تتطرق إلى حادث يتعلق بالمرور في أي موجز عادي كما يمكن التطرق الى المشكلة المرورية عبر حصص تربوية في شكل بحوث، حوار و مناقشات ».[1]

كما أن « الراديو وسيلة سهلة في استعمال أغاني ، قصص، تمثيليات، يمكن أن يكون فعالا في عملية الإتصال و ايصال رسائل التوعية المرورية ، فالفرد بطريقة غير مباشرة نجده يتعلم و يستوعب بكل مرونة فهو يتلقى بلياقة تامة دون أن ترغمه على تغيير رأيه كرها أو بإعتماد القوة».[2]

ولقد أثبتت الإذاعة نجاعتها في العديد من الميادين و المشكلات خاصة المرورية منها، نظرا لفاعليتها عند استخدامها في الإعلام الأمني المروري و مخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان و بأسرع وقت خاصة في مناطق الإزدحام المروري و الإختناقات التي تحدث إثر الوقوع في حوادث مرورية و توجيه السائقين إلى طرق بديلة .

كما أن الوسائل الإعلامية المقدمة في الإذاعة تشعر المستمع بأن الرسالة قد أعدت من أجله و تخاطبه بصفة شخصية مثل القول: أخي السائق، عزيزي قائد المركبة.....، وهذا يساهم في حد ذاته في تفاعل الجمهور مع مثل هذه البرامج كما يمكن الاستفادة من تنوع و قصر المدة الزمنية للبرامج الإذاعية في تقديم بعض الرسائل الإعلامية المختصرة كالإرشادات المرورية و الرسائل التوعوية التي تذاع في الفترة الصباحية كما أن المخاطبة الإذاعية لجميع الفئات بما يتفق واهتماماتهم و ثقافتهم يساعد على انتشار الرسالة .

إن تغطية احتياجات الجمهور في ميدان المرور و عن هذا يقول : "عرسان عبد اللطيف" عن دور الإعلام عامة و الإذاعة خاصة في التقليل من ظواهر الإزدحام.

---

[1]/ شعباني عبد المالك ، « **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحفي لدى الطلبة الجامعيين** »، مذكرة ماجيستر غير منشورة ، جامعة منتوري، معهد علم الإجتماع ، قسنطينة ، الجزائر ، 2002، ص 107.

[2]/ نبيلة بوخبزة، « **الإتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر**»_ ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر غير منشورة ،(جامعة الجزائر : قسم علوم الاعلام و الاتصال)، ديسمبر 1995،ص158.

«.....فإن الإزدحام المروري ظل مسيطرا على الكثير من الشوارع ولم تخف حدته إلا في الفترة الأخيرة عندما أخذ التعاون والتنسيق بين أجهزة الإعلام و أجهزة المرور طريقة إلى التطبيق و التنفيذ ، الموظف قبل أن يتحرك إلى مقر عمله يستمع و هو في سيارته إلى التقارير المرورية التي تبث من خلا ل الإذاعة المسموعة ، و هي توضح الحالة المرورية في الشوارع.

و على ضوء هذه التقارير يستطيع السائق تحديد الطريق الذي يسلكه غير أن هذه الاختلافات تقلصت بعد أن طبقت الأجهزة الأمنية في المملكة العربية السعودية و في مقدمتها الأجهزة المرورية على أرض الواقع من خلال هذا التعاون بين أجهزة الأمن و أجهزة الإعلام ».[1]

و من الطرق التي يمكن أن تستخدمها الإذاعة في التوعية نذكر:

إجتماعات الراديو : « يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على مجموعة من المستمعين قد يدوم عدة دقائق حول حوادث المرور وكيفية الوقاية منها و من ثم يتم مناقشة هذا البرنامج لقياس مدى فهمهم له ، و قد أثبتت التجارب أن هذا النوادي لها ميزة خاصة من حيث تقوية و زيادة الوعي العام بالمشكلات و حلولها تحت شعار " استمع، و ناقش، و انقد».[2]

الإعلانات المرورية في الراديو : « يمكن للراديو بث إعلانات قصيرة و بسيطة تعمل رفع مستوى الوعي المروري للأفراد ، و دور الإذاعة بها في تسهيل الحركة المرورية و تجسيد ظروف أحسن للمرور.

---

[1]/ عرسان عبد اللطيف ، « **الإعلام المروري** »، مجلة الأمن و الحياة ، ع 246، ديسمبر–جانفي، 2002 ، ص70.

[2]/ مركز محمد حسين ، **الإعلام و الإتصال بالجماهير و الرأي العام**، ط3 ،(القاهرة : عالم الكتب)، 1996،ص233.

و للإعلام الجواري بالشرطة دور كبير في مجال التوعية و التحسيس و في تحسين أمن المروري من جهة أخرى حيث أن مصالح الشرطة تستغل مختلف الوسائل الإعلامية بما فيها الإذاعة المحلية "صوت التيطري " لتوصيل رسائلها في مجال التوعية والتحسيس من خلال الحصص الإذاعية التي تبث عبر أثيرها كالحصة الأسبوعية على "مهلك" التي ينشطها إطارات من المصلحة الولائية للأمن العمومي».[1]

_التلفزيون:« من أكثر الرسائل الإعلامية انتشارا و تأثيرا ، و نظرا للدور الذي يلعبه في مجالات التعليم، فهو وسيلة رقابة للمجتمع ما يحفظ أمنه و استقراره ، و كذلك سلامته و لتحقيق هذا الدور الإيجابي يجب التركيز على ضرورة التكامل و التفاعل بين التلفزيون و الأجهزة الأمنية مما يساهم في دعم رسالة الشرطة في المجتمع ، كم يمثل الوسيلة الأمثل لحملات التوعية المرورية ، من خلال أسلوب العرض و جودته مما يمكن القائم بالإتصال في مجال المرور"العلاقات العامة بالشرطة" من تقديم رسالته الإرشادية للجمهور بدرجة عالية من المصداقية كما يتيح التلفزيون اختيار القالب يمكن تقديم الرسالة الإرشادية و التوعوية باجتناب أخطارها ، بفضل نقله لفعاليتها المصاحبة لها من ندوات،محاضرات،مسابقات و مناسبات و احتفالات شرطية مع إمكانية أنتاج دراما تلفزيونية للتوعية بالمشكلة المرورية.

و بفضل الإتصال المباشر مع الجماهير يمكن التعرف على أدائها و مقترحاتها فيما يتعلق بمشكلة المرور ، و يتلقى شكواهم والرد عليها من خلال برامج مفتوحة كما يمكن من خلال التعاون مع الإدارة العليا للمرور الإستعانة ببعض نماذج القدوة من

[1] / مقابلة مع نبيل طوالبية ، **المكلف بالإعلام و الإتصال لأمن ولاية المدية** ، يوم 17-04-2016، الساعة الثانية زوالا، بأمن الولاية.

المشاهير في المجتمع و التوعية المرورية من خلال تقديم برامج التوعية أو مسايقتها أو المشاركة في الندوات و المحاضرات التي يمكن للتلفزيون أن يبثها».[1]

لذلك فإن التلفزيون و باعتباره أقوى وسائل الإعلام من حيث تأثيره على المشاهدين ، وله إمكانيات متنوعة و في مجالات عديدة على رأسها المحال الاجتماعي و ما يترتب من توعية ووقاية من مختلف الأزمات ، خاصة تلك الظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع و أفراده و أهماه حوادث المرور.

فالتلفزيون يلعب دورا في التوعية من مخاطرها لكن يجب عليه مراعاة :

-« استخدام التمثيليات الإجتماعية و الإنسانية جسرا لتوعية الجمهور من حوادث المرور.

-استخدام برامج الأسرة و برامج الأطفال .

-توصية المسؤولين عن التلفزيون بتجنب الأفلام و البرامج التي تعرض صور مثيرة عن السياقة بتهور و عن لحظات الجنون الشبابية.[2]

«أن لا تصور جريمة حادث مرور في الأفلام و المسلسلات غلى أنها نابعة من شخص الفرد و تكوينه الداخلي، و أن لا تعطي مبررات للظاهرة ما قد يجعلها مقبولة في ذهن المخالف للقانون».[3]

« حتى تحقق هذه البرامج أهدافها الإعلامية فإنه من الخطأ اقتصار البرامج فيها على استضافة المسؤولين من رجال المرور لنصح الجماهير بالالتزام بقواعد المرور فهي

---

[1] / جاسم خليل ميرزا، **العلاقات العامة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام، الأسس و المبادئ**،(الرياض:جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2007،ص210.

[2] / محمد خيري و أخرون ، **مرجع سابق** ، ص 176.

[3] / فتيحة بن عباس ،« **دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية**»،مذكرة لنيل شهادة ماجيستر غير منشوراه، قسم علوم الإعلام و الإتصال، الجزائر،2004، ص226.

طريقة غير مجدية و تدفع بالإنسان إلى العناد و السخرية من قواعد المرور،بل إن مآسي المرور يمكن تناولها في أفلام و مسلسلات درامية».[1]

-السينما:

« هي وسيلة ذات شعبية كبيرة و تحقق فوائد عديدة عند استخدامها في حملات التوعية المرورية كالإستفادة منها مثلا في تقديم المضمون الإعلامي المقدم و توضيح مزاياه فتسمح للقائم بالإتصال في المحال المروري- العلاقات العامة بالشرطة- بتقديم رسالته الإرشادية و تسمح أيضا بفرصة استهداف منطقة جغرافية محددة و تركيز لبعض الأفكار المرورية في دور سينما خاصة بهذه المناطق المستهدفة بما يتناسب مع أسباب الحوادث بها ، كما يظهر الدور الفعال في الإقناع و ذلك بفضل توظيفها الفيلم التسجيلي و تقديم معلومات حول توظيف السيارات و صيانتها و عن القيادة السليمة، كما أن السينما تخاطب جمهور الشباب من الجنسين باعتبارهم أكثر تأثير بالمشكلة المرورية ، مما يسمح بالتأثير الإيجابي عليهم في اعتماد العلاقات العامة بالشرطة على وسيلة السينما.

الأنترنت:

أن الإنتشار الهائل لشبكة الأنترنت و التوسع المستقبلي لها جعلها من أبرز وسائل الإتصال في الوقت الحاضر ، الأمر الذي دفع المؤسسات الشرطية المختلفة الى الإستفادة من التقنيات العالية لها في التواصل مع الجمهور ، وتجدر الإشارة إلى أنه يجب التركيز على تحديد مضمون الرسالة المراد ايصالها إلى الجمهور المستهدف، مع الأخذ بعين الإعتبار البعد عن أسلوب الوعظ و الإرشاد المباشر ، مع ضرورة ربط الموضوع

---

[1] / قباري محمد اسماعيل ، **علم الاجتماع الجماهيري و بناء الإتصال،دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام**،(مصر:.منشأة المعارف)،1984،ص 279.

و المعلومات بالإهتمام المباشر للفرد ، فعلى سبيل المثال يمكن توضيح أثر عدم الإلتزام بقواعد المرور على الأشخاص».[1]

النشر:

« يمثل النشر إحدى الوسائل المستخدمة في مجال العمل المروري، من صحافة و مجلات متخصصة، و دوريات و من ثم يمكن لأن تساهم هذه الوسائل في تقديم الخدمة المرورية للجماهير، فالنشرات الدوية ، و الكتيبات و المجلات التي تصدر عن هيئة الشرطة من جهز العلاقات العامة من حين لآخر لشرح ظاهرة معينة أو للتحدث عن الجهود التي تبذلها الشرطة في مناسبة معينة ، و يجب أن تتضمن تلك النشرات أو الكتيبات أو المجلات أوالإحصائيات و أرقام و معدلات عن حوادث المرور و ارتفاعها و انخفاضها و أسباب ذلك، و جهود الشرطة وواجبات المواطنين محافظة على حياتهم و أموالهم بأسلوب مباسطة يمكن أن يتستعان فيه بالشخصيات المحبوبة للجمهور في شرح ضرور تعاون الجمهور مع الشرطة».[2]

الإعلان :

« لقد أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة و أداة فعالة في التأثير ، فالإعلانات المرئية و المسموعة أو الملصقات و اللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري و تنمية الوعي العام اتجاه المشكلات المرورية كما أن الإعلان يخدم إدارة العلاقات العامة بالشرطة في سبيل تحسين المرور من خلال مجموعة مزايا ساهمت في تحقيق التوعية المرورية:

[1] / محمد منير حجاب ، مرجع سبق ذكره، ص 564.

[2] /علي الباز ، مرجع سبق ذكره، ص 143.

– يساعد الإعلان على قبول الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة بالشرطة دوما في سبيل التحسين من الأمن المروري.

– التعرف على هذه الخدمات و كذا توجيه مستخدمي الطرق إلى العناصر الأساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل الطريق السيار ، نظام المرو ورجال المرور.

مندوبو الصحف في المجلات الشرطية:

من المفيد أن نضيف بأنه غالبا ما تخصص الصحف مندوبين، يختص كل منهم بقطاع معين من قطاعات الأنشطة التي تغطي أخبارها ، فيوجد مندوب أو مندوبين يتخصصون في تغطية أخبار التعليم ، و آخرون لتغطية أخبار وزارة الداخلية و من المفيد إن توثق أجهزة العلاقات العامة في وزارة الداخلية صلاتها بهؤلاء المندوبين ،فبواسطة هذا التعاون لا يمكن نشر أخبار معينة بصورة مساهمة لإعلام الجمهور بجهود الشرطة في القبض على المجرم أو في سبيل تنظيم حركة المرور أو الإرشاد الجمهوري بصورة غير مباشرة بالوسائل التي يستطيع بها تفادي الوقوع في شراك هؤلاء المجرمين، أو في سبيل تفادي حوادث المرور على الأقل نسبيا و التقليص من خواطرها ، بواسطة هذا التعاون أيضا يمكن بالإتفاق مع المندوبين لتأجيل نشر موضوع معين لأسباب تقدرها الجهات الأمنية المختصة مثلا ،أن نشر موضوع معين سيؤدي إلى إثارة نتائج ضارة بالنسبة للأمن العام ، أو إنه سيؤدي إلى نتائج ضارة بالنسبة للرأي العام ». [1]

[1] / جاسم خليل ميرزا ، مرجع سبق ذكره، ص 205.

خلاصة و استنتاجات:

" الشرطة في خدمة الشعب" شعار اتخذته وزارة الداخلية لكي يلخص المهام التي تسعى جاهدة لتحقيقها ، وهي خدمة أمن الوطن و المواطن ، و لا يمكن أن تتصور فرد يسعى لتقديم خدمة إلى أخر أو التفاعل معه أو الإتصال به إلا إذا كانت الصورة الذهنية لكافة أطراف الإتصال تتسم بالوضوح و البعد عن التعتيم .

من هنا تأتي أهمية الصورة الذهنية التي يحملها بداخله كل من المواطن لضابط الشرطة و الصورة التي يحملها ضابط الشرطة للمواطن ، و في حالة حدوث الإختلاف و الإدراك المغاير ، علينا توقع كافة أشكال العشوائية و عدم التنظيم في عملية التفاعل و التواصل، فالصورة الذهنية هي أداة غير مباشرة لنقل المعلومات لكونهاغير مباشرة فإن هناك بعض الصعوبات التي تؤثر عليها، بعض هذه الصعاب يتصل بعوامل خارجية ، و هذه تتطلب الحرص الشديد من جانب العلاقات العامة حينما تسعى الى تكوين الصورة الذهنية ، أن رسالة العلاقات العامة التي تتطلع بها الشرطة تسعى إلى محاولة تقديم الخدمات للجمهور في إطار معرفتها الدقيقة بخصائصه سماته و مهاراته و عاداته، بات من الواضح إذن ضرورة الدراسة العلمية للصور الذهنية لدى المواطنين و كيفية إقلال السلبيات المحيطة بها.

إذا كانت العلاقات العامة و فن التعامل مع الجمهور يندرج وفقا لما تم الإتفاق عليه ضمن علوم الإعلام و فنون الإتصال فإن تحسين صورة مؤسسة الشرطة تمثل صميم العمل الإعلامي القائم على وضع المواد تحليلها و توقع ردود الفعل المرتبطة بها لإقامة حملات التوعية المرورية المرتبطة بالبرامج الإعلامية تعد من الأسس الهامة في رسم الخرائط الإعلامية الأمنية المرورية.


الإطار التطبيقي :

دراسة حالة "لأمن ولاية المدية "

المبحث الأول: بطاقة فنية عن أمن ولاية المدية

المبحث الثاني :التحليل الكمي و الكيفي للجداول

فنية عن أمن ولاية المدية

نظرا للأهمية التي تلعبها إدارة العلاقات العامة في الشرطة، يستدعي ذلك أن تكون أهدافها ملامسة للواقع وأن تكون رسائلها مؤثرة وفعالة تقاس نتائجها على أرض الواقع حيث يمكن قياس مدى فعالية العلاقات العامة بالشرطة بمدى الأمن المروري الذي تتحقق نتائجه ففعالية الأمن المروري موقفة على مدى فعالية العلاقات العامة، الموجهة والمطورة له وذلك بمدى استجابة الجماهير للرسائل الإعلامية فزيادة استجابة الجماهير وارتفاع مستوى المسؤولية الأمنية المرورية والحس وكذا الوعي الأمني المروري لديها مؤشر لنجاح العلاقات العامة بالشرطة وقدرتها على تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية ونجاحها في إقناع الجماهير بمدى أهمية الأمن المروري والاستجابة لرسائ ل الشرطة.لذا سنتطرق في هذه الدراسة إلى مدى فاعلية العلاقات العامة بالشرطة في تزويد المواطن بالمعلومات الأمنية ونشر الثقافة الأمنية المرورية ورفع مستوى المسؤولية والحس الأمني المروري لديه. وتعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه واستقراره، حيث تهدف العلاقات العامة الشرطة من خلال نشاطاتها الإعلامية بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي المتمثل في رجال الشرطة والجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين بخلق جو من الثقة والتعاون.

<< تم إنشائها سنة 1962، أي منذ الاستقلال ومن أولويات المهام المنوطة بها في هذه الحقبة هي ملئ الفراغ المتروك عقب الرحيل الجماعي لجميع موظفي الشرطة الفرنسية الذين كانوا يمثلون الأغلبية الساحقة المكونة للشرطة أنذاك، وقد شكلت العناصر الجزائرية المتبقية من هذه الشرطة النواة الأولى للشرطة الجزائرية بعد أن انضم إليهم في تلك الفترة إطارات قدموا من تونس والمغرب وكن عددهم لا يتجاوز المئة، كما التحقت بهم مجموعة أخرى من الشبان برتبة محافظ شرطة بعثت بهم جبهة التحرير الوطني إلى أكادمية الشرطة بالقاهرة خلال السنتين الأخيرتين للثورة التحريرية، وكانت مس اهمتهم حاسمة في التكوين آنذاك

لتتوسع بعد ذلك مصالح أمن ولاية المدية، أصبح اليوم تضمن تغطية أمنية نسبة 95% حيث أصبحت في سنة 2015 تضم:

- 16) مقر أمن دائرة
- 09) مقر أمن حضري
- 07) فرق للشرطة القضائية المتنقلة
- 01) فرقة واحدة للبحث والتحري "BRI"»[1]

الإطار الزماني: دامت الدراسة من شهر مارس إلى شهر ماي 2016م.

الإطار المكاني: تم اختيار "أمن ولاية المدية"

الإطار البشري: تم تطبيقها على عمال وموظفي مؤسسة " أمن ولاية المدية".

[1]/ أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

المبحث الأول: نبذة عن "أمن ولاية المدية"

المطلب الأول:التعريف بالمؤسسة

<< هي مؤسسة نظامية أمنية تابعة للمديرية العامة للأمن الوطني، تعمل تحت وصاية وزارة الداخلية، مهامها الأساسية السهر على ضمان أمن الوطن وسلامة المواطن وممتلكاته.

أولا :مفهوم خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية

يعتبر جهاز الشرطة الجزائرية هيئة أمنية رسالتها المحافظة على أمن المواطن وحماية الممتلكات في ظل فرض القانون والسهر على صون واحترام حقوق الإنسان وبما أن المديرية العامة لأمن الوطني لها رسالة نبيلة توجهها للمواطن قصد تحقيق أهدافها في توفير الأمن والطمأنينة في نفوسهم، فقد تم إنشاءها لهذا الغرض.خلايا الاتصال والعلاقات العامة على مستوى أمن الولايات سنة 2006، يشرف عليها إطارات شرطة، وأمن ولاية المدية على غرار باقي أمن الولايات.بها خلية والعلاقات العامة التي يشرف عليها إطار برتبة **محافظ شرطة** رفقة طاقم يتكون من:

-مفتش شرطة

-حافظ أو شرطة

-(03) أعوان شرطة >>[1]

[1]أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

أولا : مفهوم خلية الاتصال والعلاقات العامة:

<< هي المصدر الرسمي واللسان الحالي لأمن ولاية المدية، حيث تقوم بالتنسيق مع مختلف مصالح الشرطة بوضع الخطة السنوية للأنشطة الإعلامية مع إعداد وتنفيذ البرامج الإعلامية الأمنية المرئية والمسموعة، كما تشرف أيضا على مهام العلاقات العامة.

وتستخدم خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية، أعلى مقاييس الأداء في تطبيق مهامها، كما تسعى إلى العمل بروح الفريق الواحد من أجل تحقيق الأهداف التوعية والأمنية وترجمة رسالة المديرية العامة للأمن الوطني.الناصة على أن الأمن ركيزة التنمية وأن المواطن هو الأساس في المنظومة الأمنية.

ثانيا : مهام وأدوار أمن ولاية المدية

من أبرز المهام والأدوار التي كانت منوطة بها نذكر:

* حماية الأشخاص والممتلكات الخاصة والعامة.

*السهر على احترام القوانين والنظم التي تنظم الحياة الاجتماعية عامة.

*السهر على حماية المجتمع من كل ما يخل بالنظام العام أو الاعتداء على الحريات الخاصة والعامة.

*السهر على الوقاية وكذا ردع كل المخالفات والجنح والجرائم المرتكبة يجمع كل الدلائل والقرائن الضرورية لتطبيق العدالة الجنائية بالتعاون مع الهيئات القضائية وسلطات البلاد.

*إعلام السلطات العليا بالوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي وكذا الثقافي السائد في البلد عن طريق تقارير وتحاليل عن الرأي العام».[1]

[1] / وثائق مقدمة من مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

«*المساهمة في حماية المؤسسات الوطنية من كل محاولات المساس باستقرارها وسيرها العادي.

*مراقبة الحركة المرورية عبر الحدود سواء فيما يتعلق بالمواطنين أو الأجانب بتطبيق التنظيم المعمول به.

*فرض احترام القوانين المتعلقة بدخول وإقامة الأجانب بالتراب الوطني.

ثالثا : أخلاقيات ومهام القائم بالعلاقات العامة بأمن ولاية المدية

إن القائم بالعلاقات العامة بأمن ولاية المدية يجب أن يتسم بأخلاقيات عالية في أداء مهامه، حتى يعطي الصورة الحسنة للمؤسسة التابع لها. خاصة وأن جهاز الأمن

الوطني يهدف إلى توفير أمن المواطن وممتلكات. وحمايته من كل الجرائم التي تحيط به ولهذا سنستعرض أهم القيم الأخلاقية التي يجب أن تتوفر في القائم بالعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

القيم الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها القائم بالعلاقات العامة في عمله:

يجب على القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة الأمنية بصفة عامة ن يتسم بأخلاق عالية في عمله مما تزيده مصداقية واحتراما من الغير سواء من زملائه أو المواطن الذي يتعامل معه، وحتى من رجال الإعلام. >>[1])

وفي ضوء المتطلبات الوظيفية للقائم بالعلاقات العامة هناك مجموعة من القيم الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها القائم بالعلاقات العامة في عمله والتي تتمثل في:

[1]/ أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

«*يجب على القائم بالعلاقات العامة أن يحسن الخدمة وأداء مهامه على أحسن وجه مع تسهيل إجراءات التعام ل مع الجمهور الذي يقصد المؤسسة الأمنية لطلب مساعدة لأداء خدمة أو عمل معين.

*أن يؤدي عمله بتفان وصدق حبا لمهنته والمؤسسة التي تمثلها.

*الالتزام بالاحتفاظ بالسر المهني للمؤسسة الأمنية التي ينتمي إليها.

*العمل على تكريس شعار << الشرطة في خدمة المواطن >> و << **معا من أجل شرطة حوارية** >> لكسب ثقة المواطن في جهاز الشرطة.

مهام القائم بالعلاقات العامة لأمن ولاية المدية:

إن القائم بالعلاقات العامة على مستوى أمن ولاية المدية له عدة مهام أساسية تهدف إلى تفعيل الاتصال الداخلي والخارجي داخل مصالح أمن ولاية المدية من جهة، ومن جهة أخرى قصد تنفيذ السياسة الاتصالية المعتمدة من طرف قيادة المدرية العامة للأمن الوطني.
والرامية إلى تكريس السياسة الجوارية وتقريب المواطن من جهاز الشرطة أكثر مع تحسيسه بالجريمة.قصد تثمين مجهودات مصالح الشرطة المبذولة في حماية المواطن، وكذلك يكون التدخل في التلفزة.

وتوعيته بمدى أهمية مساهمته في تحقيق أمنه وسلامته بالإضافة إلى توعيته بمخاطر الآفات الاجتماعية والجرائم التي تحيط به من أجل تحقيق والوصل إلى الهدف المنشود وضمان وصول الرسالة النبيلة التي تبعثها قيادة المدرية العامة للأمن الوطني»[1]

[1]/ أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية

فإن القائم بالعلاقات العامة يقوم بعدة نشاطات تدخل في مهامه الأساسية سواء في مجال الاتصال الداخلي والخارجي.

في مجال الاتصال الداخلي:

1/ « العمل على نقل المعلومات والمستجدات الحاصلة داخل المؤسسة بين الرئيس والمرؤوس، وكذا انشغالات المرؤوسين إلى القيادة

2/ العمل على إثراء مجلة الشرطة الصادرة عن خلية الاتصال والصحافة للمديرية العامة للأمن الوطني من خلال إرسال مواضيع التي يشارك بها الشرطين التابعين لأمن الولاية.

3/ توزيع مجلة الشرطة على جميع مصالح أمن الولاية، من أجل ضمان اطلاع جميع العاملين عليها.

4/ تنظيم أبواب مفتوحة لفائدة الشرطة قصد تعريفهم أكثر بجهاز الشرطة.

5/ إعداد محاضرات لفائدة الشرطة العاملين تتعلق بأخلاقيات المهنة والاستقبال الحسن.

6/ إعداد رسائل تشجيع لفائدة الموظفين النجباء الصادرة عن السيد: رئيس أمن الولاية قصد التحفيز.

7/ إعداد بيانات ومناشير لفائدة الشرطيين خاصة لتكذيب الإشاعات الصادرة من مختلف وسائل الإعلام، للحد منها داخل الجهاز.

8/ الاستغلال اليومي للصحف والجرائد الوطنية.

9/ تعمل على تجديد مذكرات العمل والمنشورات الداخلية على مستوى اللوحات الإعلانية.<< [1].

[1]/ أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية

10/« تسهر على دراسة طلبات المقابلة الصادرة عن المرؤوسين وتحديد مواعيدها مع رئيس أمن الولاية.

في مجال الاتصال الخارجي:

1/تنظيم حملات توعية وتحسيسية بمخاطر بعض الآفات الاجتماعية المواطنين:

إن القائم بالعلاقات العامة له دورا هاما في مجال التوعية والتحسيس من مخاطر الآفات الاجتماعية التي أصبحت تهدد المجتمع الجزائري. فهو يقوم بتنظيم حملات تحسيسية وتوعوية بإشراك جميع شرائح المجتمع بما فيها من جمعيات. مؤسسات أمنية شريكة، سلطات محلية...الخ، من أجل تحسيس المواطنين بمخاطر الآفات الاجتماعية كالمخدرات، ظاهرة الاختطاف، حوادث المرور، العنف ضد المرأة ...الخ على أن تكون هذه الحملات التحسيسية بتغطية إعلامية فعالة.

2/المساهمة والمشاركة في الحصص الإذاعية والتلفزيونية:

من أجل نشر رسالة المديرية العامة للأمن الوطني، وقصد غرس الحس الأمني لدى المواطن أصبحت الشرطة الجزائرية تشارك وتساهم في مختلف الحصص التلفزيونية و الإذاعية الهادفة. عن طريق القائمين بالعلاقات العامة.

3/إلقاء دروس تحسيسية وتوعوية لفائدة تلاميذ المدارس:

يقوم القائم بالعلاقات بمهمة التنسيق مع مدرية التربية، قصد إلقاء دروس توعوية وتحسيسية لفائدة تلاميذ المدارس طلبة الثانويات في مختلف المناسبات، كدروس حماية البيئة مثلا دروس الوقاية المرورية، مخطر حوادث المرور...الخ.»[1]

---

1 / أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

4/« تنظيم زيارات بيداغوجية لفائدة تلاميذ المدارس إلى المرافق الأمنية للمديرية:

دائما في إطار السياسة الجوارية وقد تعريف الأطفال بأهم المرافق الثقافية والترفيهية التابعة للأمن الوطني يقوم القائم بالعلاقات العامة ببرمجة زيارات بيداغوجية لفائدة تلاميذ المدارس إلى مختلف المرافق الأمنية الترفيهية والرياضية

5/القيام بتدخلات في وسائل الإعلام السمعية البصرية:

<<يقوم القائم بالعلاقات العامة بأمن ولاية المدية بتدخلات على مستوى إذاعة المدية الجهوية وكذا مختلف القنوات التلفزيونية الوطنية العمومية والخاصة من أجل تقديم حصيلة نشاطات مصالح أمن الولاية في مجال مكافحة .

6/ « تحرير البيانات الصحفية حول أهم القضايا المعالجة من طرف مصالح أمن ولاية المدية:يقوم القائم بالعلاقات العامة بتحرير البيانات الصحفية حول كل القضايا المعالجة من طرف مصالح أمن ولاية المدية. وإرسالها إلى جميع الصحفيين لمختلف الجرائد الوطنية، قصد تنوير الرأي العام.

7/تنظيم الندوت الصحفية: القائم بالعلاقات العامة يعمل على تنظيم الندوات الصحفية التي ينشطها هو شخصيا، أو رئيس أمن الولاية.

8/تقديم المساعدة للباحثين والطلبة الجامعين: يقوم القائم بالعلاقات العامة بتقديم يد المساعدة للباحثين والطلبة الجامعيين من أجل انجاز بحوثهم البيداغوجية، ومذكرات التخرج وذلك بعد أخذ رأي قيادة المديرية العامة للأمن الوطني».[1]

[1] / أرشيف مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

9/ « تنظيم الأبواب المفتوحة على مصالح الشرطة: قصد إرساء وتكريس مبدأ السياسة الجوارية.يقوم بتنظيم أبواب مفتوحة لفائدة المواطنين. لتقريبهم إلى جهاز الشرطة أكثر، وتعريفهم بمختلف الوسائل التقنية المستعملة في محاربة الجريمة.

10/سرعة الاتصال في حالة أزمة.

وتوعيته بمدى أهمية مساهمته في تحقيق أمنه وسلامته بالإضافة إلى توعيته بمخاطر الآفات الاجتماعية والجرائم التي تحيط به من أجل تحقيق والوصل إلى الهدف المنشود وضمان وصول الرسالة النبيلة التي تبعثها قيادة المدرية العامة للأمن الوطني. فإن القائم بالعلاقات العامة يقوم بعدة نشاطات تدخل في مهامه الأساسية سواء في مجال الاتصال الداخلي والخارجي.» [1].

[1]/ أرشيف خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية

المبحث الثاني: تحليل محتوى الإستبيان .

المطلب الأول : التحليل الكمي و الكيفي للجداول.

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

متغير الجنس	التكرار	التكرار المئوي %
ذكور	37	74
إناث	13	26
المجموع	50	100

1/التحليل الكمي لجدول رقم (01):

يتضح من خلال قراءة البيانات للجدول (01) أعلاه المتعلق بمتغير الجنس قد تبنين لنا أن معظم أفراد العينة ذكور بنسبة قدرت ب (74%) في حين بلغت نسبة الإناث ب (26%) من مجموع أفراد العينة.

2/ التحليل الكيفي لجدول (01):

يمكن تفسير نسبة الإناث منخفضة مقارنة بنسبة الذكور لأن ظاهرة عمل المرأة في سلك الأمن غير متداولة في مجتمعنا لا تزال ظاهرة محتشمة وهذا راجع لعادات وتقاليد مجتمع المدية خصوصا.

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

متغير السن	التكرار	%
[25-35]	29	58
[36-45]	19	38
[45 فما فوق]	02	04
المجموع	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول رقم (02):

من خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه (02) نجد أن أعلى نسبة مقدرة ب 58% والتي تمثل الفئة العمرية [25-35 [ثم تليها الفئة العمرية [36-45 [بنسبة (38%) لتنخفض بشكل كبير الى (04%) فيما يخص سن 46 فما فوق.

2/ التحليل الكيفي لجدول رقم (02):

يمكن تفسير أعلى نسبة للمبحوثين هم الشباب ب (58%) نظرا لميولهم الكبير للالتحاق بجهاز الشرطة باعتباره يتيح لهم فرصة الاندماج في الحياة العملية دون اشتراط المستوى التعليمي العالي لكونها تضمن لهم مستقبلهم بشكل سريع وسهل حيث يتخذونها كمنفذ وحل وكلما تجاوز السن فئة الشباب نجدها تنخفض وهذا راجع إلى أن جهاز الشرطة يستقطب فئة الشباب.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

متغير المستوى التعليمي	التكرار	%
ثانوي	**21**	**42**
جامعي	**29**	**58**
المجموع	**50**	**100**

1/ التحليل الكمي لجدول (03):

يتضح من خلال الجدول (03) أعلاه المتعلق بالمستوى التعليمي، حيث يلعب هذا المتغير دور مهم في دراستنا باعتبار التعليم هو المقياس لدرجة وعي مجتمع بحثنا ومن خلاله نتمكن من معرفة مدى أهمية ودور العلاقات العامة داخل المؤسسة الأمنية بالمدية وقد بلغت نسبة المستوى التعليمي الجامعي (68 %)، يليها المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (42%).

2/ التحليل الكيفي لجدول (03):

نلاحظ أن أعلى نسبة حظيت بها الفئة ذات المستوى التعليمي الجامعي هذا ما يعني أن نسبة المتعلمين لدى المبحوثين كبيرة، ويرجع ذلك لاستقطاب المؤسسة الأمنية للجامعيين باعتبارهم نخبة مثقفة تخدم أهداه المؤسسة، بينما نجد نسبة الثانويين منخفضة لقلة مستواهم ونقص كفاءتهم وعدم وعيهم وإدراكهم بأهمية العلاقات العامة داخل جهاز الشرطة.

جدول رقم(04): حسب متغيرات" الجنس والسن والمستوى التعليمي".

المستوى التعليمي		ثانوي		جامعي		مج	%	مج كلي	%
السن	الجنس	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
[25- 35[	ذكر	6	28.57	13	44.82	19	%38	29	%58
	أنثى	5	23.81	5	17.24	10	%20		
[36- 45[	ذكر	7	33.33	9	31.03	16	%32	19	%38
	أنثى	2	9.52	1	3.45	03	%6		
46 فما فوق	ذكر	1	4.76	1	3.45	02	%4	02	%4
	أنثى	0	0	0	0	0	%0		
مج	ذكر	14	66.66	23	79.31	37	%74	50	%100
	أنثى	7	33.33	6	20.69	13	%26		
مج		21	100	29	100	50	100		

الجدول رقم (04): يبن توزيع أفراد العينة حسب متغير " الجنس، السن، المستوى "

يتضح من خلال الجدول (04) أعلاه المتعلق بالجنس وأعمار الدراسة ومستوياتهم التعليمية بداية بالسن حيث يتضح أن أعمار عينة الدراسة تراوح بين [25-46 فما فوق] حيث تمثل الفئة العمرية [36-45 [بنسبة (38%) ويليها بدرجة ضعيفة النسبة (4%) التي تتمثل في سن 46 سنة فما فوق.

-غير أن هذا الترتيب للفئات العمرية لعينة يختلف من فئة لأخرى حسب المستوى التعليمي، هذا المتغير المهم كذلك باعتبار يمثل أحد خصائص مجتمع بحثنا وبالتالي يتدخل إلى حد كبير في درجة وعي وإدراك عينتنا لمكانة العلاقات العامة ودورها في التوعية المرورية.

-حيث نجد أن الفئة العمرية [25-35[ذات المستوى الجامعي قد حققت اعلى نسبة قدرت ب (62.06%) تليها ذات المستوى الثانوي بنسبة (37.92%) .

- أما عن الفئة العمرية [36-45[فان المستويان التعليميا ن الجامعي والثانوي متقاربان من حيث النسب إذ نأخذ الفئة ذات المستوى الجامعي قد قدرت ب (52.62%) بينما الفئة التي تليها ذات المستوى الثانوي بنسبة (47.36 %) .

-بينما من السن 46 سنة فما فوق نجد متساوية في كلا المستويان التعليميان الجامعي والثانوي بنسبة (50%) لدى المستوى التعليمي الجامعي و(50%) لدى المستوى التعليمي الثانوي.

-أما بالنسبة لمتغير الجنس في دراستنا فقد تبين أن أفراد العينة غالبيتهم ذكور بنسبة قدرت ب (74%) وتفسير ذلك هو أن ظاهرة عمل المرأة في جهاز الشرطة في مجتمعنا هي في تطور لكنها لا تزال منخفضة حيث قدرت نسبة الإناث ب(26 %) وانعدمت في

سن 46 سنة فما فوق لأنه في الماضي القريب لم يكن يسمح للمرأة العمل في المؤسسات الأمنية .

-بينما نجد أن الفئة العمرية من [25-35[قد حضيت بأعلى نسبة من الذكور قدرت ب (65.51%) فكانت أعلي نسبة لمستوى التعليمي الجامعي ب (44.82%) ويليها المستوى الثانوي بنسبة (20.68%).

-أما بالنسبة للإناث فقدرت النسبة في هذه الفئة العمرية ب(34.48%) حيث تساوت النسب بين المستويان الجامعي والثانوي، بنسبة (17.24%) ثانوي وجامعي بنسبة (17.24%).

-أما عن الفئة العمرية [36-45[فان نسبة الذكور فيها كانت الأعلى حيث قدرت ب(84.21%) وقد حظيت الفئة ذات المستوى بأعلى نسبة قدرت ب(47.36%) تليها الفئة ذات المستوى الثانوي بنسبة (36.84%).

-أما النسبة للإناث قدرت ب(15.78%) حيث بلغت نسبة الإناث في المستوي الجامعي أعلى نسبة قدرت ب(10.52%) ويليها المستوى الثانوي بنسبة (05.26%)

-أما بالنسبة لسن 46 فما فوق قدرت نسبة الذكور ب(100%) لتتساوى نسبة المستويان التعليميان الجامعي والثاوي ب(50%) لكل مستوى.

-أما بالنسبة للإناث فانعدمت تماما فكلما صعدنا في السن نقصت نسبة المرأة العاملة في جهاز الشرطة.

الجدول رقم (05): مهام الشرطة.

مستوى التعي / الإجابة	ثـــانـــوي		جـــامعـــي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا	21	100	29	100	50	100
نعم	0	0	0	0	0	0
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي للجدول رقم (05):

من خلال الجدول أعلاه (05) والمتعلق بمدى معرفة المبحوثين مهام الشرطة هل هي حفظ الأمن فقط؟ يتضح أن نسبة (100%) من المبحوثين وفي كلا المستويان التعليميا ن الثانوي والجامعي، لهم دراية بالمهم العديدة للشرطة وأنها لا تقتصر فقط في مهمة حفظ الأمن.

2/ التحليل الكيفي للجدول (05):

نستنتج من خلال قراءتنا للنسب في الجدول أعلاه (05)أن مجتمع البحث في كلا المستويان التعليميان الثانوي والجامع ي على دراية تامة أن مهام الشرطة لا تقتصر فقط على المهام الأمنية بل هناك مهام أخرى والمتمثلة في التوعية المرورية، التحسيس الأمني، الإعلام الجواري.

الجدول رقم (06): سبب ممارسة الشرطة للعلاقات العامة

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
التوعية المرورية	11	59.39	15	51.72	26	52
تحسين علاقة الشرطة بالمواطن	10	47.61	14	48.28	24	48
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول (06):

يتضح من خلال الجدول (06) أعلاه المتعلق بسبب ممارسة جهاز الشرطة للعلاقات العامة من أجل التوعية المرورية أو تحسين علاقة الشرطة بالمواطنين، نجد أن (52%) من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة تمارس من أجل " التوعية المرورية "، حيث تقاربت النسب بين المستويان التعليميان الثانوي والجامعي، حيث سجل المستوى التعليمي الثانوي (52.39%) بينما قدرت السنة في المستوى التعليمي الجامعي ب(51.72%).

بينما نجد أن نسبة (48%) من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة تمارس من أجل " تحسين علاقة الشرطة بالمواطن ". حيث كانت النسب متقاربة في كلا المستويان التعليميان. فقدرت ب(47.61%) في المستوى التعليمي الثانوي، بينما قدرت ب (48.28%) في المستوى التعليمي الجامعي.

2/ التحليل الكيفي لجدول (06):

من خلال النتائج التي توصلنا إليها نجد أن النسب كانت متقاربة لدى المبحوثين وفي كلا المستويان التعليميان الثانوي والجامعي، الذين يرون أن جهاز الشرطة يمارس العلاقا ت العامة بسبب التوعية المرورية هذا من جهة ومن جهة أخرى من أجل تحسين علاقة الشرطة بالمواطن.

ذلك أن جهاز الشرطة يسعى جاهدا لتحقيق كلا السببين، يسعى إلى تحقيق التوعية المرورية عن طريق رفع مستوى الحس والثقافة الأمنية لدى المواطنين، حتى تتمكن من كسب ثقته لأن من شأن تحسين هذه العلاقة أن يفتح جسر من جسور المودة والتعاون بين الشرطة والمواطنين، كما تسعى لتحسين علاقة الشرطة بالمواطن من أجل توعية الأفراد وتحسيسهم وإقناعهم بضرورة احترام القوانين والمساهمة في حفظ الأمن العام.

الجدول رقم (07): الالتزام بقانون المرور من عدمه يؤدي الى حادث

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	15	71.42	00	00	15	30
لا	06	28.58	29	100	35	70
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول (07):

يتضح من خلال الجدول (07) أعلاه المتعلق بالالتزام بقانون المرور والمعلومات المقدمة من طرف مصالح الشرطة سيكون هناك حادث أم لا؟ حيث حققت نسبة " عدم حدوث حادث " أعلى نسبة قدرت ب(70%) بينما سجلت نسبة وقوع حوادث ب (30%).

وتفاوتت النسب من مستوى تعليمي لآخر حيث سجلت الإجابة ب "عدم وقوع حوادث " لدى المستوى التعليمي الجامعي أعلى نسبة وبلغت (100 %) بينما سجل المستوى التعليمي الثانوي أعلى نسبة عن " وقوع حوادث " بنسبة (71.42%) ،وأدنى إجابة عن" لا " والتي قدرت ب(28.58%).

2/ التحليل الكيفي لجدول (07):

-يمكن تفسير تسجيل المبحوثين لأعلى نسبة (70%) بعدم حدوث أو وقوع حوادث المرور في حالة الالتزام بقانون المرور إلى وعيهم التام بأن في حالة تطبيق قوانين المرور لا يكون هناك حوادث مرور، وهذا إن دل يدل على أن المبحوثين بمختلف مستوياتهم التعليمة يعلمون أن عدم الالتزام بقوانين المرور هو السبب الرئيسي لحوادث المرور.

الجدول رقم (08): دور العلاقات العامة بالشرطة

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
القيام بحملات التوعية	15	71.43	12	41.38	27	54
مضمون الرسالة الأمنية	01	4.76	05	17.24	06	12
التنويع في وسائل العلاقات العامة	05	23.81	12	41.38	17	34
المجموع	21	100	29	100	50	100

التحليل الكمي لجدول (08):

يتضح من خلال الجدول أعلاه (08) المتعلق بدور العلاقات العامة بالشرطة ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول نجد أن: النسب كانت متفاوتة والنسبة الأعلى كانت من نصيب الإجابة على القيام" بحملات التوعية " بنسبة (54 %)، تليها نسبة " التنويع في وسائل العلاقات العامة " ب (34%) وأخيرا الإجابة عن " مضمون الرسالة الأمنية " والتي قدرت ب(12%).

-فيما يتعلق باقتراح " القيام بحملات التوعية " فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (71.43%) ويليها المستوى التعليمي الجامعي بنسب ة

(41.38%)، أما فيما يتعلق باقتراح " التنويع في وسائل العلاقات العامة " فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الجامعي ب(41.38%) يليه المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (23.81%).

وفيما يخص اقتراح " تحسين مضمون الرسالة الأمنية " فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الجامعي التي قدرت ب(17.24%) وآخر نسبة سجلت في المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (4.76 %).

2/ التحليل الكيفي لجدول (08):

من خلال القراءة الإحصائية للبيانات في الجدول أعلاه(08) يتضح لنا أن اقتراح " القيام بحملات التوعية " سجلت أعلى نسبة ب(54%) نظرا لأهميتها حسب رأي المبحوثين في زيادة مستوى الوعي الأمني للمبحوثين من أجل تحسين الأمن المروري عموما وبالتالي التخفيض من حوادث المرور بانتشار الوعي المروري بينما جاء اقتراح " التنويع في وسائل العلاقات العامة " في المرتبة الثانية نظرا لأهمية هذه الوسائل ودورها في التحسيس والتوعية المرورية وبالتالي التقليص من حوادث المرور.

الجدول رقم (09): أهمية العلاقات العامة بالشرطة

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
مهمة	18	85.71	29	100	47	94
غير مهمة	03	14.29	00	00	03	06
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجول رقم(09):

يتضح من خلال الجدول(09) أعلاه المتعلق بأهمية العلاقات العامة بالشرطة، حيث تم تقييم العلاقات العامة بالشرطة وأعلى نسبة قدرت ب(94%) بينما سجلت نسبة عدم أهمية العلاقات العامة ب(6%).

تفاوتت النسب من مستوى تعليمي لآخر حيث سجلت الإجابة ب " مهمة " لدى المستوى التعليمي الجامعي ب(100%) ليأتي بعدها لمستوى التعليمي الثانوي بنسبة (85.71%) بينما بلغت نسبة الإجابة ب "غير مهمة " لدى المستوى التعليمي الثانوي ب(14.29%).

2/ التحليل الكيفي لجدول رقم (09):

يمكن تفسير ارتفاع تقييم أهمية العلاقات العامة لدى بالشرطة لدى المبحوثين بإجابتهم على أهميتها والتي قدرت ب(94%) بمدى الوعي المبحوثين بأهمية العلاقات العامة ودورها الفعال في التحسيس والتوعية المرورية للأفراد.

الجدول رقم(10):

مساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الوعي المروري لدى الأفراد

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	17	80.95	29	100	46	92
لا	04	19.05	00	00	04	08
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول رقم (10):

يتضح من خلال الجدول (10) أعلاه المتعلق بمساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري من خلال دورها التوعوي ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات قد سجلت أعلى نسبة للإجابة ب " نعم " ب(92%) وبنسبة أقل للإجابة ب " لا " ب (8%)

حيث بلغت أعلى نسبة للإجابة ب "نعم "لدى المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (100%) يليه المستوى التعليمي الثانوي ب (80.95%) ، أما بالنسبة للإجابة ب"لا" قدرت ب(19.05%) لدى المستوى التعليمي الجامعي.

2/ التحليل الكيفي لجدول رقم (10):

يمكن تفسير ارتفاع الإجابة ب "نعم" بمساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الوعي المروري لدى الأفراد من خلال رفع مستوى الحس الأمني و التوعية المرورية للأفراد، حيث أصحاب المستوى التعليمي الجامعي يقرون في تحسين الوعي لدى الأفراد بنسبة (100%) باعتبارهم يفهمون ويدركون بأن العلاقات العامة تساهم في تحسين الوعي المروري لدى الأفراد.

الجدول رقم (11): مستوى الوعي المروري لدى الأفراد من خلال دور العلاقات العامة في التوعية المرورية.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
عالي	08	38.09	15	51.72	23	46
متوسط	08	38.09	10	34.48	18	36
منخفض	05	23.81	4	13.79	09	18
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول (11):

يتضح من خلال الجدول (11) أعلاه و المتعلق بتوقعات الجمهور الداخلي لمستوى الوعي المروري لدى الأفراد في ظل الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في التوعية المرورية ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول نجد أن توقع " عالي " سجل أعلى نسبة قدرت ب(46%)، بينما سجل توقع الجمهور" متوسط " نسبة بلغت (36%)، أما بالنسبة لتوقع " منخفض " قدرت ب (18%)، حيث بعغ توقع "عالي " أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (51.72%) يليه المستوى التعليمي الثانوي ب (38.09%). أما عن توقع " متوسط " فقد سجل لدى المستوى الثانوي أعلى نسبة قدرت ب(38.09%) وبنسبة أقل المستوى التعليمي الجامعي ب(34.48 %) وأخيرا عند توقع " منخفض " فقد سجل لدى المستوى التعليمي بنسبة (23.81%) ، ثم يليه المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (13.79%).

2/ التحليل الكيفي لجدول (11):

يمكن تفسير توقع الجمهور " عالي " على الوعي المروري لدى الأفراد. أي لديهم قابلية واستعداد لتغيير سلوكهم والالتزام بقوانين المرور وهذا ما يعكس ارتفاع الوعي الأمني لهؤلاء، لذا الأجهزة الأمنية يراهنون على تغيير القناعات والسلوكيات المرورية السلبية في ظل علاقات عامة ذات فعالية وتأثير.كما أن المستوى التعليم ي العالي أكثر وعيا ودراية وقناعة بأهمية الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالشرطة في رفع مستوى الوعي المروري لدى الأفراد، وهذا ما وضحته النسبة (51.72 %) أي أن كلما ازداد المستوى التعليمي في الارتفاع كلما كان الأفراد على دراية بهذا الدور وأهمية العلاقات العامة في تحسين الوعي المروري لدى الأفراد.

الجدول رقم (12): الطريقة المثلى لترسيخ احترام قانون المرور لدى الأفراد

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
عن طريق التوعية المرورية	07	33.33	15	51.72	22	44
في الإعلام المروري	02	9.52	06	20.69	02	16
زيادة في فرض العقوبة على المخالف	12	57.14	08	27.58	20	40
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي لجدول (12):

يتضح من خلال الجدول (10) أعلاه المتعلق باقتراح المبحوثين حول الطريقة المثلى لترسيخ احترام قوانين المرور من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن ترسخ هذه القناعة " عن طريق التوعية المرورية " قد سجل أعلى نسبة ب (44%) تليها ترسيخها من خلال " زيادة فرض العقوبة على المخالف " وقدرت ب(40%) وفيما يخص ترسيخها من خلال " الإعلام الجواري " قدرت ب(16%).

حيث سجل اقتراح المبحوثين لترسيخ قناعة احترام القوانين المرور عن طريق "التوعية المرورية " أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (51.72%) بينما لدى المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (33.33%). أما فيما يتعلق باقتراح المبحوثين لترسيخ

قناعة احترام قونين المرور عن طريق " زيادة في فرض العقوبة على المخالف " فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الثانوي ب(57.14%)يليه المستوى التعليمي الجامعي بنسبة(27.58%)وفيما يخص اقتراح " عبر الإعلام المروري " فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى الجامعي ب(20.69%) يليه المستوى التعليمي الثانوي بنسبة (9.52%).

2/ التحليل الكيفي لجدول رقم (12):

يمكن أن نستنتج بأن اقتراح ترسيخ احترام قوانين المرور عن طريق التوعية المرورية سجل أعلى نسبة، وهو ما يدل على ارتفاع معدل استعداد الأفراد لتحسين مستوى الوعي الأمني لديهم الأمر الذي يفتح فرصا ثمينة أمام العلاقات العامة بالشرطة في إنجاح رسالتها الأمنية باعتبار أن المواطن يفضل أسلوب الترغيب والتوعية،وسجل ترسيخ قناعة احترام قوانين المرور " بزيادة فرض لعقوبة على المخالف " المرتبة الثانية ذلك أن الأفراد على قناعة تامة بأن الوضع المزري لمستوى الأمن المروري عبر لطرق لن يفيد في الإسراع بتحسينه إلا بالقوانين الصارمة والرادعة عن طريق فرض عقوبات مالية تجعل المخالف يفكر 1000 مرة قبل أن يخالف قوانين المرور.

الجدول رقم (13): استخدام العلاقات العامة بالشرطة لوسائل الاتصال والإعلام.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	21	100	29	100	50	100
لا	00	00	00	00	00	00
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/التحليل الكمي للجدول (13):

يتضح من خلال الجدول (13) أعلاه المتعلق باستخدام العلاقات العامة بالشرطة لوسائل الاتصال والإعلام في أداء مهامها أن نسبة الاستخدام قدرت ب (100%) وهذا بمعنى أن كل أفراد عينتنا أجابوا ب "نعم" وانعدمت النسبة بالإجابة على "لا" فكل من الجامعين والثانويين ذكور وإناث أجابوا بأنهم يستخدمون وسائل الاتصال للوصول لجماهيرهم دون أي استثناءات.

2/ التحليل الكيفي للجدول (13):

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نفسر أن كل المبحوثين يستخدمون الوسائل الاتصال والإعلام واتفقو ا على نفس الإجابة وهذا ما يعني شدة إدراكهم بمدى أهمية الاتصال في الوصول إلى الجماهير ولا يمكنهم الاستغناء عنها فمهما اختلف مستواهم التعليمي فكلهم على دراية بدور النشاط الاتصال ي في العمل الشرطي ودور النشاط الإعلامي في تقريب العلاقة بين مؤسسة الشرطة والمواطن.

الجدول رقم (14): الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للاتصال بجمهورها.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
اتصال شخصي	02	9.52	02	6.89	04	08
الهاتف	06	28.57	08	27.58	14	28
الانترنيت	13	61.90	19	65.51	32	64
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي للجدول (14):

يتضح من خلال الجدول الموجود أعله (14) المتعلق بالوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للاتصا ل بجمهورها فأغلبهم يعتمدون على الانترنيت بنسبة (64%) ويليها الهاتف بنسبة أقل قدرت ب (28%) وفي الأخير الاتصال الشخصي بنسبة (08%) وقد وزعت هذه النسبة بالتساوي بين المستويان التعلميا الثانوي والجامعي بنسبة (04%) لكل منهما.

أما فيما يخص الانترنيت فكانت النسب شبه متساوية في كلا المستويان فالجامعيين قدرت نسبة إجابتهم على الانترنيت ب(65.5%) أما الثانويين فكانت النسبة (61.90%) وبعدها الهاتف نسجل نسبة معتبرة وبتفاوت بسيط لدى الجامعي وكانت النسبة (28.57%) وأجاب أصحاب المستوى الثانوي ب(27.58%).

2/ التحليل الكيفي للجدول (14):

من خلال التحليل الإحصائي السابق نستنتج أن أغلب المبحوثين وخصوصا الجامعيين منهم يعتمدون على الانترنيت باعتبارها وسيلة متطورة ومن أكثر الوسائل أهمية للعلاقات العامة حيث تسمح لهم بادارة المعلومة والرسالة بشكل أوسع دون الاستغناء أبدا عن الهاتف باعتباره كقناة اتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي وبذلك سيقرب من العلاقات والأطراف القائمين بهذه العلاقات العامة وكلا المستويان متمكنين من استخدامه واستعماله.

أما الاتصال الشخصي فأصبح كأسلوب غير لائق في ظل التطورات الحديثة.

الجدول رقم(15): الوسائل الأكثر إبلاغا للجمهور.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
المحاضرات والندوات	10	47.61	14	48.27	24	48
المعارض	07	33.33	12	41.37	19	38
الاتصال الشخصي	04	19.05	03	10.34	07	14
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي للجدول (15):

يتضح من خلال الجدول الموجود أعلاه(15) المتعلق بالوسائل التي يراها الجمهور الداخلي للشرطة مناسبة أكثر لإبلاغ الجمهور الخارجي حيث احتلت المحاضرات والندوات أعلى نسبة قدرت ب(48%)وتليها المعارض بنسبة قريبة منها وهي(38%) أما نسبة الإجابة على الاتصال الشخصي فقد سجلت نسبة منخفضة وقدرت ب(14%).ولم يكن هناك تفاوت كبير في النسب فيما يخص المستوى التعليمي ومن الفئة العمرية حيث أن أغلبهم يميلون للمحاضرات بنسبة (47.62%) عند المستوى الثانوي و (48.27%) لدى المستوى الجامعي، أما فيما يخص المعارض فهناك فارق بسيط بين المستويان فسجلت نسبة (41.73%) في المستوى الجامعي و(33.33%) لدى المستوى الثانوي،

أما الإجابة على الاتصال الشخصي كانت أغلبها من الثانويين بنسب ة (19.05%) و(10.34%) من المستوى الجامعي.

2/ التحليل الكيفي للجدول (15):

يمكن تفسير الإجابة بنسب مرتفعة ومتساوية تقريبا بين المحاضرات والمعارض مقارنة بالاتصال الشخصي، هو رغبة الجمهور الخارجي في هذا النوع من الفعاليات مما دفع بالجمهور الداخلي للشرطة بالقيام وإنشاء والاهتمام والميول أكثر لهده الوسائل باعتبارها كوسائل ذات حيوية ونشاط وتصل بشكل واسع وشامل لشتى الجماهير ولكل أنواع وأنماط المجتمع على عكس الاتصال الشخصي الذي أصبح كظاهرة تقليدية لمحدودية تأثيرها، فقد تصل الرسالة لشخص ولا تصل لآخر وقد يفهمها البعض ولا يفهمها الكل وكان الميول إليها من أكثر من طرف المستوى الثانوي مقارنة بالمستوى الجامعي.

الجدول رقم (16): اهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للاتصا ل بجمهورها.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	19	90.47	29	100	48	96
لا	02	9.53	00	00	02	04
المجموع	21	100	29	100	50	100

1/ التحليل الكمي للجدول (16):

يتضح من خلال الجدول (16)أعلاه المتعلق باهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للاتصال بجمهورها، وكانت الإجابات ب "نعم"وقدرت بنسبة(96%)، ويصل إليها بشكل كبير وواضح أصحاب المستوى الجامعي بنسبة(100%) ثم أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (90.47%) إلا مبحوثين اثنين قالو ا "لا" تحت نسبة (04%) وهي نسبة ضئيلة جدا أمام رأي الأغلبية.

2/ التحليل الكيفي للجدول (16):

من خلال التحليل الإحصائي يمكن تفسير هذه النسبة الكبيرة لاهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة هو انعكاس على مدى ارتفاع المستوى الثقافي لدى المبحوثين وإدراكهم بالدور الفعال الذي تؤديه الوسائل الحديثة للوصول إلى الجماهير من خلال التطبيقات المتطورة التي أدرجت في هذه الوسائل والتي تساعد القائمين على العلاقات العامة للتقرب أكثر من الجمهور.

الجدول رقم (17): استغلال إدارة العلاقات العامة بالشرطة التطور التكنولوجي.

المستوى / الإجابة	ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	18	85.71	29	100	47	94
لا	03	14.28	00	00	03	06
المجموع	21	100	29	100	50	100

التحليل الكمي للجدول (17):

يتضح من خلال الجدول أعلاه (17) المتعلق باستغلال التطور التكنولوجي كما ينبغي في بث رسائل الشرطة ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول وجدنا أن النسبة الأعلى قد كانت تمثل الإجابة على "نعم" بنسبة (94%)مع إجابة منخفضة جدا ب "لا" وقدرت بنسبة (06%)وهم من المستوى التعليمي الثانوي ومن الفئة العمرية [36-45 سنة فما فوق، فهم لا يتقنون جيدا التقنيات الجديدة للتطور التكنولوجي فهم لا يستغلونه، أما أصحاب المستوى التعليمي الجامعي فكلهم أكدوا على الإجابة ب "نعم" بنسبة (100%) أما الثانويين أغلبهم أجابوا على أنهم لا يستغلون التطور التكنولوجي لبث رسائلهم وهم الفئات العمرية الشبابية [25-35] بنسبة قدرت ب(85.71%).

2/ التحليل الكيفي للجدول (17):

يمكن تفسير رأي المبحوثين في أن إدارة العلاقات العامة بالشرطة تستغل التطور التكنولوجي في بث رسائلها حيث مثلت أعلى نسبة ويرجع ذلك لاهتمامهم بها و إدراكهم بمدى أهميتها نظرا لما تقدمه لهم من فوائد، من سرعة في انجاز العمل وسهولة في أداء وتجاوز مجمل القيود والعراقيل التي كنوا يواجهونها في الاتصال التقليدي مهما تباعد

مكانهم وبالتالي يوسع من مهامهم ويسهل نشاطهم ويواكب العصر ويحقق لهم المزيد من الرضا والقبول الخارجي، أما الفئة الشبه منعدمة التي لا تستغل هذا التطور كما ينبغي فهي من المستوى الثانوي فانخفاض النسبة هو يسبب انخفاض المستوى وكبر السن حيث لا يعرف كيف يتعامل مع التقنيات والآليات الجديدة وهم اعتادوا على كل ما هو تقليدي.

الجدول رقم (18): أهمية العلاقات العامة بالشرطة حسب متغيرات الدراسة

"السن ، الجنس ، المستوى التعليمي"

المستوى التعليمي		ثـــــــــــانوي				جـــــــــامعي				المـــــجمـــــــوع			
الاجابة		مهمة		غير مهمة		مهمة		غير مهمة		مهمة		غير مهمة	
السن	الجنس	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
]35-25[	ذكر	5	83.33	01	16.66	13	100	00	00	18	94.73	01	5.26
	أنثى	5	100	00	00	5	100	00	00	10	100	00	00
]45-36[	ذكر	5	71.43	02	28.57	9	100	00	00	14	87.5	02	12.5
	أنثى	2	100	00	00	1	100	00	00	03	100	00	00
]46 فما	ذكر	1	100	00	00	1	100	00	00	02	100	00	00
فوق	أنثى	0	00	00	00	0	00	00	00	00	00	00	00
المجموع		18	85.71	03	14.28	29	100	00	00	47	94	03	06
مج المستوى		21		100		29		100		50		100	

الجدول رقم (18): أهمية العلاقات العامة بالشرطة " حسب متغيرات الدراسة " "السن، الجنس، المستوى التعليمي"

1/ التحليل الكمي لجدول (18):

يتضح من خلال الجدول (18) أعلاه المتعلق بأهمية العلاقات العامة بالشرطة، حيث تم تقديم أهميتها أعلى نسبة (94%) بينما سجلت نسبة عدم أهمية العلاقات العامة بالشرطة ب(6%).

تفاوتت النسب من مستوى تعليمي لآخر، حيث سجلت الإجابة "بأهمية" العلاقات العامة بالشرطة لدى المستوى التعليمي الجامعي ب(100%) لدى جميع الفئات العمرية [25-45فما فوق ولكلا الجنسين "ذكور وإناث".

ليأتي بعد ذلك المستوى التعليمي الثانوي حيث سجلت الفئة العمرية [25-35[ب(83.33%) لدى الذكور الذين يرون بأهمية العلاقات العامة بالشرطة، بينما بلغت نسبة (16.66%) الذين يرون بعدم أهمية العلاقات العامة بالشرطة.

أما بالنسبة للإناث فقد سجلت ب(100%) وبالنسبة للواتي أجبن ب "مهمة".

لتأتي بعد ذلك الفئة العمرة [36-45[قدرت نسبة الذكور ب(71.43%) الذين أجابوا ب "مهمة" وبنسبة (28.57%) أجابوا ب "غير مهمة".

بينما كانت الإناث اللواتي أجبن ب "مهمة" قدرت ب(100%).

وأخيرا سن 46 فما فوق قدرت الإجابة ب "مهمة" بالنسبة للذكور فقط ب(100 %).

بينما بالنسبة للإجابة ب "غير مهمة" فقدرت ب (100%) بالنسبة للذكور فقط، بينما انعدمت الإجابة بالنسبة للإناث.

2/ التحليل الكيفي لجدول (18):

يمكن تفسير ارتفاع نسبة تقييم أهمية العلاقات العامة بالشرطة لدى المبحوثين بإجاباتهم على أهميتها قدرت ب (94%) بمدى وعي المبحوثين بأهمية العلاقات العامة ودوره ا الفعال في التحسيس والتوعية المرورية في إطار قيام الشرطة بهذا الدور الهادف لتوعية الأفراد أمنيا.

الجدول رقم (19): مساهمة العلاقات العامة في تحسين الامن المروري لدى المواطنين حسب متغيرات الدراسة

"السن ، الجنس ، المستوى التعليمي"

المستوى التعليمي		ثـــــــــــانوي				جـــــــــامعي				المـــــجمـــــــوع			
الإجابة		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا	
الجنس	السن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
[25-	ذكر	06	100	00	00	13	100	0	0	19	100	00	00
35]	أنثى	04	80	01	20	5	100	0	0	09	90	01	10
[36-	ذكر	05	71.42	02	28.57	9	100	0	0	14	87.5	02	12.5
45]	أنثى	02	100	00	00	1	100	0	0	03	100	00	00
[46 فما	ذكر	00	00	01	100	1	100	0	0	01	50	01	50
فوق	أنثى	00	00	00	00	0	00	0	0	00	00	00	00
المجموع		17	80.95	04	19.09	29	%100	00	00	46	92	04	08
مج المستوى		21		100		29		100		50		100	

الجدول رقم (19): مساهمة العلاقات العامة في تحسين الأمن المروري لدى المواطنين حسب المتغيرات الدراسية "السن، الجنس، المستوى التعليمي"

1/ التحليل الكمي لجدول (19):

يتضح من خلال الجدول (19) أعلاه المتعلق بمساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري من خلال دورها التوعوي ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول نجد:

أن من يعتقدون بأن العلاقات العامة بالشرطة تؤدي دورها في تحسين الأمن المروري قد سجلت أعلى نسبة ب (92%) ونسبة أقل ب (08%) للإجابة ب "لا".

بينما بلغت أعلى نسبة للإجابة ب "نعم" لدى المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (100%) لدى جميع الفئات العمرية [25-45 فما فوق ولكلا الجنسين.

أما عن نسبة الإجابة ب "نعم" بالنسبة للمستوى التعليمي الثانوي سجلت في الفئة العمرية من [25-35[بالنسبة للذكور ب (100%)

بينما بالنسبة للإناث قدرت ب (80%) بينما للإجابة ب "لا" قدرت ب(20%) تليها الفئة العمرية [36-45[حيث أجابوا الذكور ب"نعم" بنسبة (71.42%) بينما الذين أجابوا ب "لا" قدرت ب (28.57%).

وأخيرا سن 45 فما فوق كانت الإجابة ب "لا" فقط والتي قدرت ب (100%).

2/ التحليل الكيفي لجدول (19):

يمكن تفسير ارتفاع الإجابة ب "نعم" بمساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري من رفع مستوى الحس الأمني والتوعية المرورية لدى الأفراد.

حيث أن أصحاب المستوى التعليمي الجامعي يقرون في تحسين الأمن المروري بنسبة (100%) باعتباره م ذو مستوى تعليمي عالي أي أنهم على دراية ووعي بأهمية العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري لدى المواطنين.

جدول رقم (20): الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للإتصال بالجمهور

المستوى التعليمي		ثانوي						جامعي						المجموع			
الجنس		الإتصال شخصي		الهاتف		الأنترنت		إتصال شخصي		الهاتف		الأنترنت		الإتصال الشخصي		الهاتف	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر		00	00	01	16.66	05	83.33	01	7.69	04	30.76	08	61.53	01	5.26	05	6.31
أنثى		00	00	02	40	03	60	00	00	01	20	04	80	00	00	03	30
ذكر		01	14.28	02	28.57	04	57.14	00	00	02	22.22	07	77.77	01	6.25	04	25
أنثى		00	00	01	50	01	50	00	00	01	100	00	00	00	00	02	6.66
ذكر		01	100	00	00	00	00	01	100	00	00	00	00	01	50	00	50
أنثى		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
ع		02	9.52	06	28.57	13	61.90	02	6.89	08	27.58	19	65.51	03	0.8	14	38
		21		100				29				100				50	

/ التحليل الكمي للجدول(20):

يتضح من خلال الجدول(20) الموجود أعلاه المتعلق بالوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للإتصال بجمهورها و من خلال القراءة الإحصائية للبيانات أن نسبة الأعلى كانت (64%) على الأنترنت، تليها بنسبة أقل الهاتف بنسبة (28%) ، وبنسبة (08%) فيما يخص الإجابة على الإتصال الشخصي.

اختلفت نسب الإجابات عن الوسائل المعتمد عليها من طرف العلاقات العامة من مستوى لآخر و بين الفئات و الجنس، حيث أنه حيث أنه فيما يخص المستوى التعليمي الثانوي و بالنسبة للفئة العمرية[25-35] فأغلبية الذكور أجابو على الأنترنت بنسبة (83.33%) ما عدا ذكر واحد أجاب على الهاتف بنسبة (16.66%) ، و الإناث في هذه الفئة أجابوا بشكل شبه متساوي فكانت نسبة (60%) على الأنترنت و(40%) على الهاتف و انعدمت الإجابة على الإتصال الشخصي.

أما في ما يخص الفئة العمرية [36-45] فالذكور كانت إجابتهم بين الأنترنت بنسبة (57.14%) و الهاتف بنسبة(28.57%) و نسبة (َ14.28%) على الإتصال الشخصي، و الإناث سجلت نسبتهم بالتساوي على الأنترنت و الهاتف ب (50%) على كل منهما.

بينما السن من [46- فما فوق فكانت إجابة واحدة فقط على الإتصال الشخصي مع انعدام الإجابة كليا عند الإناث، ومن ناحية المستوى تباينت الإجابات بين الفئات و الجنس فالفئة العمرية[25-35] أجاب فيها الذكور بنسبة أعلى على الأنترنت(61.53%) و تليها الهاتف بنسبة (30.76%) و في الأخير الإتصال الشخصي بنسبة(7.69%) أما الإناث أجابوا على الأنترنت بنسبة (80%) و إجابة واحدة فقط على الهاتف.

أما الفئة العمرية [36-45] قد سجلت الإجابة الذكورية أغلبها على الأنترنت بنسبة(77.77%) و (7%) على الهاتف و انعدمت الإجابة في الإتصال الشخصي و الإناث سجلوا إجابة واحدة فقط بنسبة (100%) على الهاتف.

أما الفئة التالية [من 45 سنة فما فوق. فكانت هناك إجابة واحدة من ذكر و بنسبة (100%) على الإتصال الشخصي و انعدمت كليا عند الإناث.

2/ التحليل الكيفي للجدول (20):

نستنتج من خلال هذا التحليل البياني المفصل أن أغلب المبحوثين و في كلا المستويان التعليميين يعطون الأولوية للأنترنت بإعتبارها الوسيلة الأكثر تطورا و سرعة و سهولة ، إضافة الى الهاتف كأداة ثانوية لضرورته في الإتصال و لأنه من خلاله يمكن أن يتحقق النوع الثالث من الإتصال وهو الإتصال الشخصي بين الشرطة و الجمهور ، و لكن تبقى الأنترنت هي الوسيلة الأهم و الأجدر التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للوصول لجماهيرها.

جدول رقم (21): إهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للإتصال بالجمهور

المستوى التعليمي		ثـــــــــــانوي				جـــــــــامعي				المـــــجمـــــوع			
الإجابة		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا	
السن	الجنس	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
[25-	ذكر	06	100	00	00	13	100	0	0	19	100	00	00
35]	أنثى	05	100	00	00	5	100	0	0	10	90	00	00
[36-	ذكر	06	85.71	01	14.28	9	100	0	0	15	87.5	01	6.25
45]	أنثى	02	100	00	00	1	100	0	0	03	100	00	00
[46	ذكر	00	00	01	100	1	100	0	0	01	50	01	50
فما فوق	أنثى	00	00	00	00	0	00	0	0	00	00	00	00
المجموع		19	90.47	02	09.52	29	%100	00	00	48	96	02	04
مج المستوى		21		100		29		100		50		100	

1/ التحليل الكمي للجدول (21):

يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق بإهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للإتصال ، نجد أن كل من المستويان التعليمي الجامعي و الثانوي أجابوا ب "نعم" بأنهم يهتمون بالوسائل الحديثة للإتصال بنسبة كبيرة و هي (96%) مع إجابتين ب "لا" بنسبة (04)، و هذه النسب اختلفت في الفئات و الجنس في ما يخص المستوى التعليمي الثانوي و شملت إجاباتهم كلها على "نعم" سواءا ذكورا أو إناثا و بنسبة (100%) .

أما الفئة العمرية [36-45] فسجلت نسبة (85.71%) ذكور و إجابة واحدة ب "لا" بنسبة (14.28) و الإناث ركزوا على "نعم" تحت نسبة (100%)، و بعدها الفئة من [46 سنة – فما فوق فالإجابة كانت ب"لا" من طرف ذكر واحد فقط.

و من جهة المستوى التعليمي الجامعي فكل الفئات و كل من الذكور و الإناث و كل الإجابات كانت ب "نعم" و بنسبة كاملة قدرت ب (100%).

2/التحليل الكيفي للجدول (21):

نفسر هذه النسب المرتفعة في الإجابة على اهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة ،بمدى تطور جهاز الأمن و إدراكه بأهمية هذه الوسائل في إدارة العلاقات العامة و استعمالها أصبح و كأنه أمر ضروري، و لابد من الاستغلال الجيد لهذه الوسائل مهما اختلف السن أو المستوى التعليمي و الأخذ بعين الإعتبار أي تطور جديد و أي وسيلة حديثة و هذا لمواكبة التطور و الوصول للجماهير دون عناء.

نتائج الدراسة:

بعد الانتهاء من عملية تفريغ البيانات المتحصل عليها وتحليلها وتفسيرها وفي ضوء تساؤلات الدراسة خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إدراجها فيما يلي:

*خلصت الدراسة إلى أن جميع المبحوثين يعتقدون أن للشرطة مهام عديدة حيث أشارت معظم إجاباتهم إلى الدور التوعوي والتحسيسي والإعلام الجواري الناتج عن العلاقات العامة بالشرطة على غرار حفظ الأمن.

*خلصت النتائج الدراسة إلى أن (52 %) من المبحوثين يعتقدون أن الشرطة تمارس العلاقات العامة من أجل التوعية المرورية وتحسيس الأفراد بالمخاطر المرورية، بينما يعتقد (48%) من المبحوثين أن العلاقات العامة تلعب دورا كبيرا في بناء الثقة بين الشرطة والمواطن وتحسين علاقة الشرطة بالأفراد التي كانت في زمن ليس ببعيد علاقة غير متزنة، منعدمة الثقة على عكس الحاضر.

*كما أثبتت نتائج الدراسة إلى دور العلاقات العامة يكمن في القيام بحملات التوعية بنسبة بلغت (54%)، ويكمن دورها أيضا في تكثيف وتنويع وسائل العلاقات العامة لتفادي وقوع أكبر قدر ممكن من الحوادث نظرا لمدى أهمية هذه الوسائل ودورها في التحسيس والتوعية المرورية.

*توصلت الدراسة إلى تحسين الوعي المروري لدى الأفراد من خلال دور العلاقات العامة بالشرطة بالتوعية المرورية بنسبة (92%).

*خلصت نتائج الدراسة إلى أن (94%) من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة بالشرطة مهمة حيث يعتقد الأفراد أنه إن تم الالتزام بقانون المرور والمعلومات المقدمة من طرف مصالح الشرطة لن يكون هناك حوادث مرور.

*خلصت نتائج الدراسة إلى أن الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور لدى الأفراد هي عن طريق التوعية المرورية بنسبة (44%)، ليليها زيادة في فرض العقوبة على المخالف والصرامة في تطبيق قوانين المرور ب (40%) بالإضافة لدور الإعلام المروري بنسبة (16%).

*اتضح من خلال الدراسة أن تكثيف حملات التوعية وتنويع في وسائل العلاقات العامة بالشرطة وتحسين مضمون الرسالة الأمنية يساعد على بناء جسر التواصل والثقة بين الشرطة والمواطن وبالتالي تغيير الصورة النمطية السابقة عن الشرطة لدى المواطنين .

*توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة بالشرطة تستخدم وسائل الاتصال والإعلام في أداء مهامها بنسبة قدرت ب(100%)، لما لها من أهمية ودور في الوصول إلى الجمهور .

*كما أثبتت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة تعتمد على الانترنت بنسبة (64%) باعتبارها وسيلة متطورة حيث تسمح بإدارة المعلومة والرسالة بسهولة وبطريقة سريعة.وهذا إن دل يدل على أن إدارة العلاقات العامة بالشرطة تستغل التطور التكنولوجي في بث رسائلها بنسبة (94%) وهي نسبة عالية لا يستهان بها.

التوصيات والاقتراحات:

*تطوير برامج العلاقات العامة بالشرطة وإنتاج مادة إعلامية فاعلة تعزز من رفع الحس الأمني المروري لدى المواطن، اتجاه مسؤولياته للحد من حوادث المرور وتحسين صورة مؤسسة الشرطة لدى الأفراد.

*تخصيص مساحة أكبر للتوعية المرورية عبر وسائل الإعلام المختلفة، مع التنويع في المواضيع واختيار الأوقات المناسبة.

*العمل على توجيه الأفراد عبر وسائل الإعلام المختلفة.

إبراز مهام الشرطة بمختلف وسائل الإعلام واستغلال التطور التكنولوجي أحسن استغلال.

*العمل مع الأجهزة العدلية والقضائية لتقوية الأحكام الجزائية للمخالفين.

*إدخال مادة التوعية المرورية ضمن المناهج الدراسية في المراحل التعليمية المختلفة.

*التنسيق مع الأجهزة ذات الصلة بحركات المرور مع جهاز الشرطة وذلك لتتكامل الأدوار لمحاربة والحد من حوادث المرور.



الخاتمة :

الخاتمة:

تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة ،و تستند إليها أدوارا حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرقة للمؤسسة و ما تقدمه من خدمات لمجتمعنا و هي بذلك حلقة اتصال و تواصل و أداة فعالة نشطة داخل المؤسسة و خارجها .

إن إختيار موضوع العلاقات العامة كان إنطلاقا من كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة لتكون بمثابة همزة وصل بين المؤسسات و الجماهير لإنشاء علاقات و إيجاد قنوات إتصال ذات إتجاه تبادلي بينهما ، كونها تعمل على إحداث التكيف بين كل من المؤسسة و الجماهير المتعاملين معها.

و إنطلاقا من الإطار النظري للدراسة يمكن القول أن العلاقات العامة أصبحت تحتل واقعا متقدما في الهيكل التنظيمي للمؤسسات و لها دور فعال في اتخاذ قرارات إستراتيجية و قد دخلت العلاقات العامة مجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر.

لذا نجد المؤسسة قيد الدراسة أمن ولاية المدية تؤمن بدور العلاقات العامة كوظيفة أساسية للتسيير الفعال، لذلك فهي تخصص لها خلية خاصة تسمى بخلية الإتصال و العلاقات العامة.

وحاولنا من خلال تناولنا لموضوع بحثنا هذا معالجة إشكالية البحث التي تدور حول دور العلاقات العامة داخل مؤسسة أمن ولاية المدية للوقاية و الحد من حوادث المرور، ومن خلال دراستنا و من المعطيات التي أجرينا عليها الدراسة الميدانية بجهاز الشرطة بولاية المدية سمح لنا بمعرفة واقع العلاقات العامة به، و مدى تأثيرها و قد تم في إطار ذلك إستطلاع لآراء موظفين الجهاز، لمعرفة الأداء الفعال لإدارة العلاقات العامة بأمن ولاية المدية و الدور الهام و الأساسي الذي تلعبه لتحقيق أهداف الجهاز و

تحسين العلاقة الداخلية و الخارجية من خلال إقامة علاقة تفاعلية جيدة مع جمهورها بنوعيه.

إن العلاقات العامة بالشرطة هي بمثابة الجسر الذي يصل بين مؤسسة الشرطة وجمهورها حيث تتدفق المعلومات عبرها من مصلحة العلاقات العامة إلى الجمهور و ما يمكننا، قوله في خاتمة بحثنا المتواضع حول دور العلاقات العامة داخل مؤسسة أمن ولاية المدية للوقاية و الحد من حوادث المرور ، نجد أن العلاقات العامة بالشرطة في ولاية المدية لها تأثير و دور فعال للحد من حوادث المرور، و هي في نمو و تطور مستمر.

كما أن العلاقات العامة بالشرطة تساهم و بشكل كبير في تحسين و تغيير صورة مؤسسة الشرطة و رفع درجة الثقة بين الشرطة و المواطنين ، من خلال تكثيف الحملات التوعوية و تنويع وسائل العلاقات العامة و تحسين مضمون الرسالة الأمنية و زيادة في فرض العقوبة على المخالف من أجل ترسيخ ثقافة الأمن المروري لدى الأفراد.

فمن خلال نتائج الدراسة تم التوصل إلى أن العلاقات العامة بالشرطة تساهم في بناء و تطوير الثقافة الأمنية لدى الأفراد و هذا ما يزيد من تأثير الرسائل الإعلامية الأمنية الموجهة إلى الأفراد ،حيث أن نسبة كبيرة من مجتمع بحثنا على دراية بالمهام الإعلامية التوعوية التحسيسية للشرطة، كما أثبتت نتائج الدراسة أن معظم الأفراد على نسبة كبيرة من الوعي بضرورة الإلتزام بقوانين المرور و حفظ الأمن المروري و تحسينه.

لكن رغم الدور الكبير الذي تقوم به العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطنين وتحسيسهم بخطورة خرق قوانين المرور من أجل تحسين الأمن المروري ، إلا أنه غير كافي للحد من حوادث المرور بسبب خرق الأفراد لقوانين و عدم مبالاتهم يحول دون تحسين الأمن المروري و ينقص من المجهودات التي تقوم بها العلاقات العامة بالشرطة

للحد من هذه الحوادث ،لأن تحسين مستوى هذا الأمن لن يقوم بمجرد دور العلاقات العامة فقط بل بتضافر جهود مستعملي الطريق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية .

هدفت الدراسة الميدانية إلى البحث في موضوع العلاقات العامة داخل المؤسسة الأمنية للوقاية و الحد من حوادث المرور و ما حققته الجزائر من تغيير على المستوى الإداري في مختلف المؤسسات الأمنية ، و بما أننا اتخذنا مقر أمن ولاية المدية كنموذج توصلنا إلى نتائج تعبر عن التطور الحاصل بهاته الهيئة من خلال اعتمادها على الوسائل التكنولوجية الحديثة المختلفة و دورها و تأثيرها الفعال للحد و الوقاية من ظاهرة حوادث المرور في ولاية المدية .



قائمة المراجع

قائمـــة المراجـــع:

الكتـــب:

1-أبو الأصبع صالح خليل: **العلاقات العامة و الاتصال الإنساني** ،ط1(عمان:دار الشرق.)،1998.

2-إمام إبراهيم، **فن العلاقات العامة والإعلام**، (عمان:مكتبة الانجلو المصرية)، 1986.

بن مرسلي احمد ، **مناهج البحث العلمي في الإعلام والاتصال** (الجزائر :ديوان المطبوعات الجزائرية).

3-بومعيزة سعيد ، **أثر وسائل الإعلام على سلوكيات والقيم لدى الشباب** ،(دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر)، 2004-2005.

4-التويجري محمد بن إبراهيم:" **موسوعة الإدارة العربية الإسلامية** "،مجلد 04،المنظمة العربية للتنمية الإدارية،جامعة الدول العربية،2004.

5-الجوهر محمد ناجي ، **العلاقات العامة بالشرطة** ، دراسة تطبيقية بجهاز الأمن العام الأردني،1994.

6-الجوهري محمود محمد: **اتجاهات جديدة في العلاقات العامة** ،(القاهرة:مكتبة انجلو المصرية)،1971.

7-حجاب محمد منير ، وهبي سحر ،**المداخل الأساسية في العلاقات العامة** (القاهرة :دار الفجر للنشر والتوزيع).1993

8-حلبي محسن ،**مبادئ في العلاقات العامة**،ط1،(بيروت:منشورات عويدات)،.1980

9-خيرون محمد و آخرون ، **تغيير الرأي العام و علاقته بالإتجاه نحو الجريمة**، (الرياض: دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب)، 1987.

10-الذنيبات عمار بوحوش ومحمد محمود ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ، ط4،(الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية)، 2007.

11_ محي الدين مختار، **اتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية** ، ط 1 (باتنة:دار المنشورات)، 1999.

12-رشوان حسين عبد الرحمان ، **العلاقات العامة من منظور علو الاجتماع** ،(مصر: المكتب الجامعي الحديث) ،.1997

13-رمزي أحمد ، **مساهمة في دراسة ظروف العمل** ،(الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية)، 1997.

14-السباعي محمود ، **إدارة الشرطة في الدولة الحديثة ،** (القاهرة: الشركة العربية للطباعة و النشرللقاهرة)، 1963 .

15-شلبي محمد ، **المنهجية في التحليل السياسي**، ط4، (الجزائر:دار هومة)،.2004

16-الشمري علي جبار ،**الإساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة** ،(القاهرة :العربي للنشر والتوزيع)،2001.

17-شيبة شدوان علي: **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق** ، (الإسكندرية:دار المعرفة الجامعية.)،2005.

18-عارف حسن تاجي ،**مبادئ العلاقات العامة**،(عمان: جدار باق العلمية،القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع)،.2000

19-عبد العزيز، **الإدارة العامة المقارنة** ،ط1،(عمان : دار العلمية الدولية للنشر والتوزيع)، 2000.

20-عبد المجيد يحي محمد ، **العلاقات العامة بين النظرية الحديثة والمنهج الاسلامي** ،ب ط،ا(لقاهرة:مكتبة القرآن والنشر والتوزيع)،.1999.

21-عبد الوهاب عبد الباسط محمد ، **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيون**، (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث)، 2005.

22- عبيدات محمد و أبو نصار محمد ،منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2 ، (الأردن :دار وائل للطباعة والنشر)، 1999 .

23-عجوة علي:**الأسس العلمية للعلاقات العامة** ، ب ط ،(مصر:عالم الكتاب)،.1998

24-العطروزي محمد فهمي: **العلاقات العامة في المؤسسات العامة والشركات** ،(القاهرة:عالم الكتب)،.1969

25-عليان ربحي مصطفى ، الطباسي عثمان محمود ،الإتصال والعلاقات العامة،ط 1 ،(عمان:دار الصفار للنشر والتوزيع)،2005 .

26-عليان ربحي مصطفى و غنيم عثمان محمد ، **أساليب البحث العلمي " الأسس النظرية والتطبيق**"، ط1،(عمان:دار صفاء للنشر والتوزيع)، .2004

27-غريب عبد السميع غريب، **الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر** ،(مصر :مؤسسة شباب الجامعة،جامعة حلوان)..2006

28-فخري سليمان ،**العلاقات العامة**، (العراق: دار الكتابة والطباعة والنشر)، .1981

29-قباري محمد اسماعيل **، علم الاجتماع الحماهيري و بناء الإتصال،دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام**،(مصر:.منشأة المعارف)،1984،.

30-كاري مصطفى عبد ، «**التنسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة و الوقاية منها**»، (الرياض: دار النشر المركز العربي للدراسات الأمنية)، 1993.

31-الكبسي عامر ،**النظرة التكاملية لتطور مفهوم العلاقات العامة وتطبيقها** ،(المنظمة العالمية للعلوم الادارية)،17،1997

32-محمد حسن إحسان ، **الأسس العلمية لمنهاج البحث الاجتماعي** ، ط1، (دار الطليعة)، 1999.

33-محمد عبد الفاتح محمد، **العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية"أسس ومبادئ** "، (مصر:المكتب العلمي)،1994.

34-محمد منير مرسي، **التعليم الجامعي المعاصر** ، "قضاياه واتجاهاته"، (القاهرة: دار النهضة العربية)، .1997

35-محمد يوني أحمد ، **الجوانب النفسية لمشكلات حوادث المرور** .(الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الإشتراكية العظمى:الهيئة القومية للبحث العلمي) .

36-محمود منال طلعت ،**العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**،ب ط،(الإسكندرية)،2002.

37-محمود يوسف مصطفى: **مقدمة في العلاقات العامة** ،ط1،(جامعة القاهرة كلية الإعلام)،.2004

38-المدريس بدرعبد الله **المؤتمر الأول للعلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الرسمية**،(الكويت:مكتبة الجامعة) 1990 ص 76 ./ محفوظ احمد جودة: **إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات**،(عمان:مؤسسة زهران للنشروالتوزيع)،1997.

39-المزامرة منال هلال ، **ادارة العلاقات العامة وتنظيمها** ، ط7،(عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع).

40-مكاوي حسين عماد ، السيد ليلى حسين ، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، ط2، (مصر: الدار المصرية اللبنانية)، .2001

41-ميرزا جاسم خليل ، **العلاقات العامة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام، الأسس و المبادئ**،(الرياض:جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2007.

42-ميرزا جاسم خليل ، **العلاقة بين أجهزة المرورية ووسائل الآلام "الأسس والمبادئ"**،(الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية)، 2007.

43- ناصر جودت محمد: **الدعاية والإعلام والعلاقات العامة.** ط1،(عمان:دار مجدي لاوي)،1998.

44-النلمي عبد الرزاق محمد: **العلاقات العامة"رؤية معاصرة** "،ط1،(الأردن:دار وائل للنشر والتوزيع)،2001.

45-وهبي فهد وكونجو عبدود كونجو إبراهيم ، **العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي**،(عمان:مؤسسة الرواق)،1999.

المراجع باللغة الأجنبية:

1-Live chirouze :**le Marketig les choix des moyens de l'ocation commercial**(**Alger :Opu**).**1987.p153.**

2-Morel Philippe,**relation publique,Relation presse**,(paris :Breal Edition),1991,p24.

3- Rem Pierre Hende,**guide de la Communication pour l'enterprise,**(Paris :edition Maxima),200,p113.

الجرائد:

1-عبد العزيز صالح الوعي المروري ،(السعودية جريدة الجزيرة المسائية)،ع10282،(10 فيفري 2016) نقلا عن الموقع www.jazirah.com ،أفريل 2005.

المجلات:

1- مجلة "**دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرو** "ر(الجزائر:مركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق)،عدد خاص 25 نوفمبر 2000.

2-مجلة الأمن الوطني للشرطة،" **العلاقات العامة في الشرطة و دورها في خدمة المواطن** "، العدد9جوان1977 ،تصدر عن المديرية العامة للأمن الوطني.

3-مجلة الأمن و الحياة ، أمنية ، ثقافية ، إعلامية« **العلاقة بين المواطن و رجال الأمن**» ، مطابع أكاديمية عربية للعلوم الأمنية،2000.

4-عرسان عبد اللطيف ، « **الإعلام المروري** » ، مجلة الأمن و الحياة ، ع 246، ديسمبر- جانفي، 2002 .

المذكـرات:

1- مسيلي ياسين: " **العلاقات العامة في المؤسسات الصحية**"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير،تخصص اتصال وعلاقات عامة،جامعة منتوري قسنطينة،2009.

2-مسيلي آيت عمر مزيان فوري،« **الضبط الاجتماعي الرئيسي و الرقابة من الجريمة** » ،مذكرة لنيل شهادة ماجيستر علم الاجتماع للتنمية، 2002-2003.

3- شعباني عبد المالك ، « **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحفي لدى الطلبة الجامعيين** »، مذكرة ماجيستر غير منشورة ، جامعة منتوري، معهد علم الإجتماع ، قسنطينة ، الجزائر ، 2002.

مقابـلات:

1- مقابلة مع نبيل طوالبية ، **المكلف بالإعلام و الإتصال لأمن ولاية المدية** ، يوم 17-04-2016، الساعة الثانية زوالا، بأمن الولاية.

2-مقابلة مع نبيل طوالبية ، « **المكلف بالإعلام و الإتصال لأمن ولاية المدية**» ، يوم 2016/04/20، الساعة الحادية عشر صباحا، بأمن الولاية.

الوثائـق:

1-وثائق مقدمة من مكتب خلية الاتصال والعلاقات العامة لأمن ولاية المدية.

المعاجـم:

1 العايدي أحمد وآخرون،**المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها**،(باريس"لاروس":المنطقة العربية للتربية والثقافة) 1989 .

2- عزيز إبراهيم، **معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم** ، ط 1، (مصر:عالم الكتاب)، 2009.

3-م.روزنتال- ب يدين **الموسوعة الفكرية**،(بيروت:دار الطليعة) .

4- محمد منير حجاب،**المعجم الإعلامي**،ط1، (القاهرة:دار النشر والتوزيع)، 2004.

5- منجد الطلاب، ط17، (بيروت،دار المشرق)، 1993

مواقـع إلكترونية:

1- role-of-public-relations, hhp://www.co.Uk/public-relations-enc/635-html.

تاريخ الولوج2016/02/20 على الساعة 16:00

2-role-of-public- www-gabib,com,opcit,16/02/2016

محاضرات و مؤتمـرات:

2« محاضرة توعوية حول علاقة الشرطة بالجمهور»، مكتب التكوين بأمن ولاية المدية،(مركز النشاط الثقافي الأمني)، يوم 22جويلية 2009، يوم عيد الشرطة ، 9:30سا.

2-محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري ، **وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة ، الواقع الحالي و آفاق المستقبل،** (جامعة الشارقة: الإمارات العربية المتحدة)، 2006.

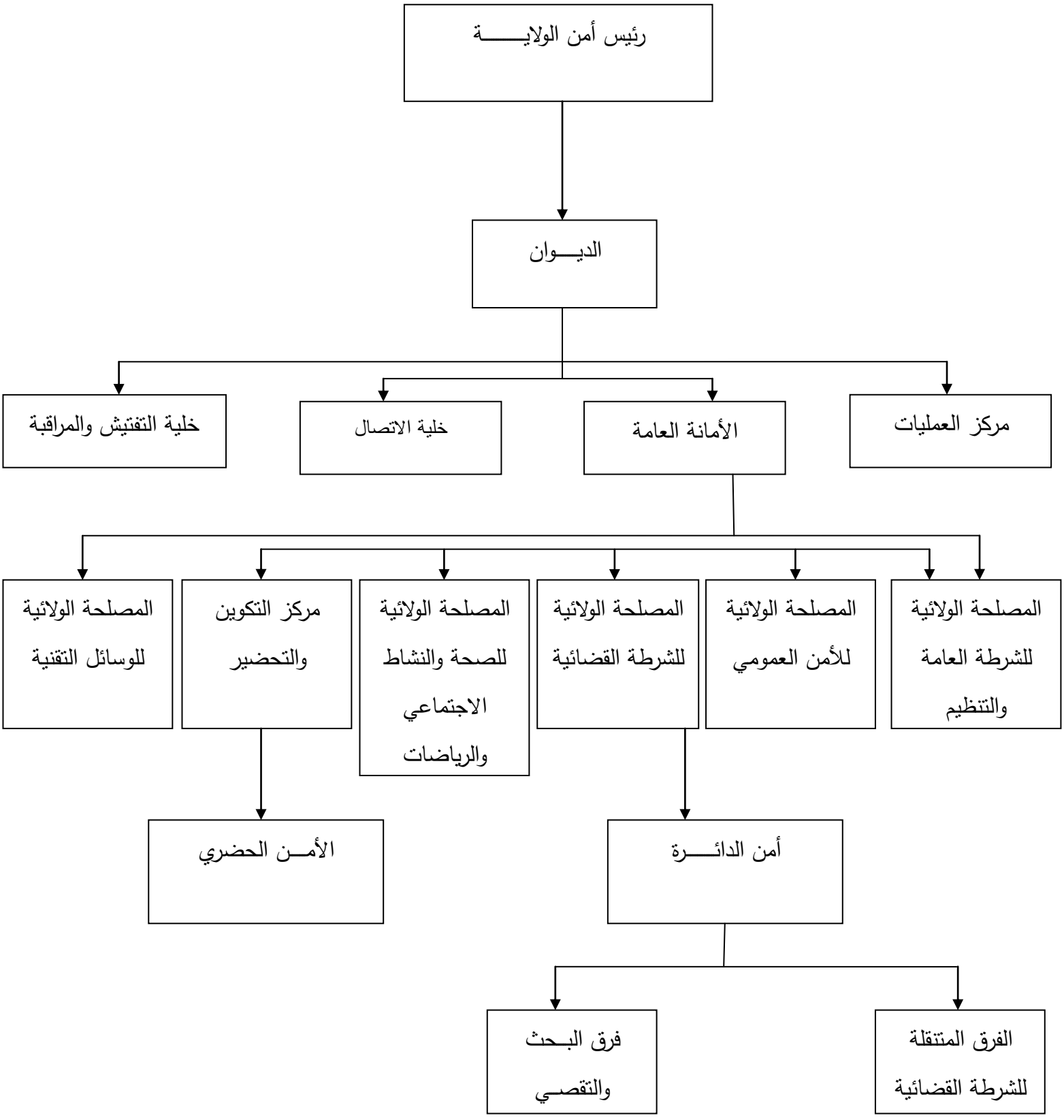
المراكز:

1-مركز محمد حسين ، **الإعلام و الإتصال بالجماهير و الرأي العام** ، ط3،(القاهرة:عالم الكتب)، 1996.

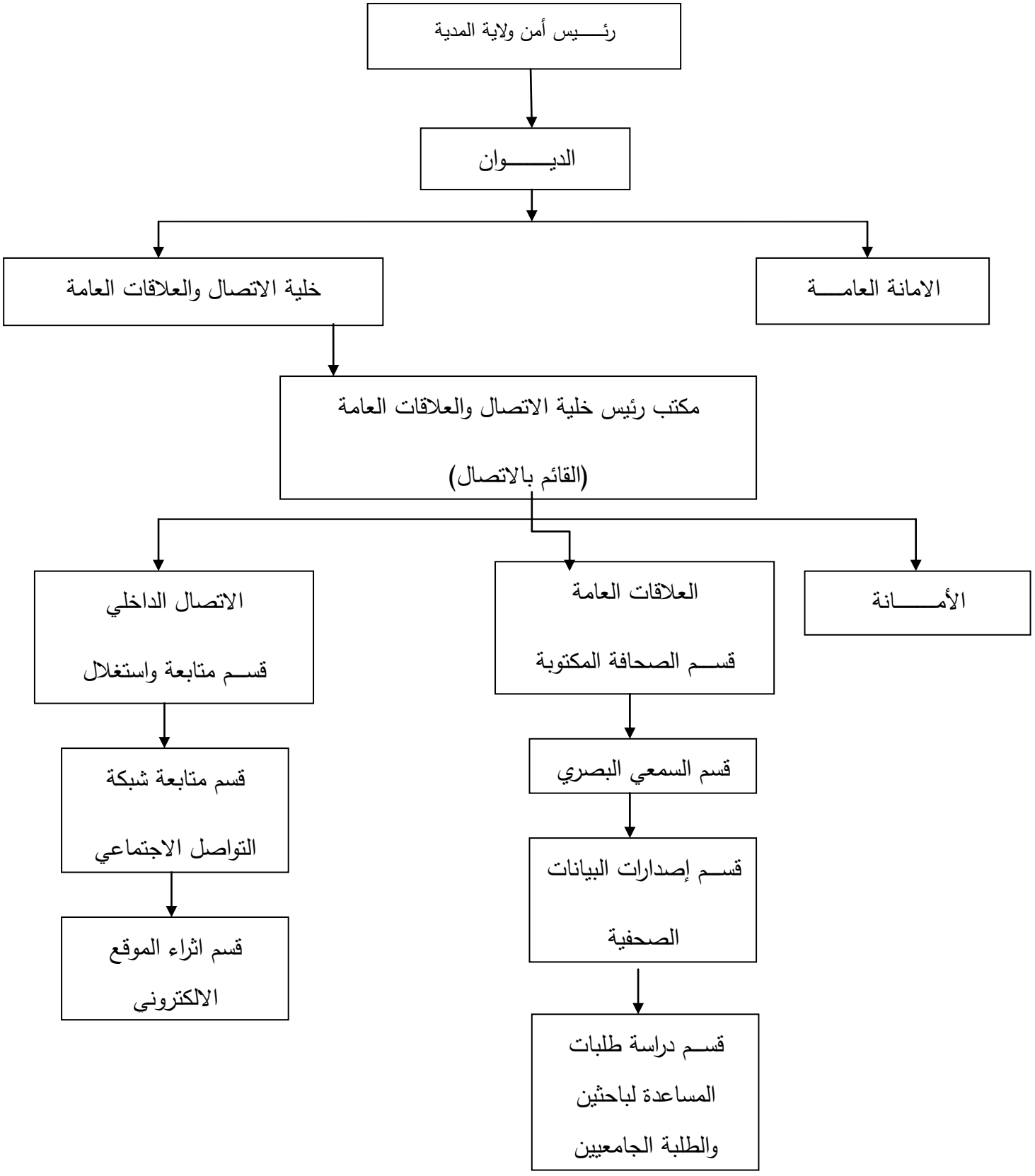


قائمة الملاحق

الهيكل التنظيمي لأمن ولاية المدية



الهيكل التنظيمي لخلية الاتصال و العلاقات العامة




الفهرس

فهرس الجداول

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	المتغير المستقل "الجنس"	108
2	المتغير المستقل" السن"	109
3	المتغير المستقل " المستوى التعليمي"	110
4	متغير الجنس و السن و المستوى التعليمي	111
5	مهام الشرطة	114
6	سبب ممارسة الشرطة للعلاقات العامة	115
7	الالتزام بقانون المرور من عدمه يؤدي إلى حادث	117
8	دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الوعي المروري	118
9	أهمية العلاقات العامة بالشرطة	120
10	مساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الوعي المروري	121
11	مستوى وعي الأفراد من خلال العلاقات العامة	122
12	الطريقة المثلى لترسيخ إحترام قانون المرور لدى المواطنين	124
13	استخدام الشرطة لوسائل الإتصال و الإعلام في أداء مهامها	126
14	الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للإتصال بجمهورها	127
15	الوسائل الأكثر إبلاغا للجمهور	129
16	اهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للإتصال بجمهورها	131
17	إستغلال إدارة العلاقات العامة بالشرطة التطور التكنولوجي	132
18	أهمية العلاقات العامة بالشرطة حسب متغيرات الدراسة	134
19	مساهمة العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الوعي المروري حسب" متغيرات الدراسة"	137
20	الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالشرطة للإتصال بجمهورها حسب "متغيرات الدراسة"	139
21	اهتمام العلاقات العامة بالشرطة بالوسائل الحديثة للإتصال بجمهورها حسب "متغيرات الدراسة"	143

الفهرس

مقدمة.....

أولا:الإطار المنهجي.....

الإشكالية.....1

التساؤلات و فرضيات الدراسة..... 2

أسباب اختيار الدراسة..... 3

أهمية الدراسة.....4

أهداف الدراسة.....5

منهج الدراسة.....6

أدوات الدراسة.....8

العينة.....12

تحديد المصطلحات.....13

الدراسات السابقة.....19

ثانيا: الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة.....23

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.....23

المطلب الأول: مفهوم ونشأة العلاقات العامة 23

أولا : خصائص العلاقات العامة.....33

ثانيا: أسس و مبادئ العلاقات العامة 36

المبحث الثاني: إستراتيجية العلاقات العامة.....37

المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة.....37

أولا : أهداف وأهمية العلاقات العامة.....44

ثانيا : مهام وأدوار العلاقات العامة.....50

المطلب الثاني : القائم بالعلاقات العامة العامة..... 55

أولا : مفهوم القائم بالعلاقات العامة.....55

ثانيا: خصائص وسمات القائم بالعلاقات العامة.....56

ثالثا: مزايا وعيوب القائم بالعلاقات العامة.....62

المطلب الرابع: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة.....64

خلاصة وإستنتاجات.....68

الفصل الثاني: العلاقات العامة بالشرطة والأمن المروري.....

المبحث الأول: العلاقات العامة بالشرطة.....67

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بالشرطة.....67

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة بالشرطة.....69

المطلب الثالث: معوقات العلاقات العامة بالشرطة.....72

المبحث الثاني: العلاقات العامة الداخلية والخارجية.....74

المطلب الأول: العلاقات العامة الداخلية.....74

المطلب الثاني: العلاقات العامة الخارجية.....75

المطلب الثالث: العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور..... 78
المبحث الثالث: وسائل العلاقات العامة في تجسيد الأمن المروري.....83
المطلب الأول: العلاقات العامة بالشرطة والإعلام.....83
المطلب الثاني: الوسائل المباشرة للعلاقات العامة..... 84
المطلب الثالث: الوسائل غير المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة.....88
خلاصة و استنتاجات.....97
ثالثا: الإطار التطبيقي
تمهيد .....
المبحث الأول: بطاقة فنية عن "أمن ولاية المدية".....98
المطلب الأول: نبذة تاريخية عن أمن ولاية المدية".....100
المطلب الثاني : تعريف بمؤسسة أمن ولاية المدية.....100
أولا : مفهوم خلية الاتصال والعلاقات العامة.....100
ثانيا :مهام وأدوار أمن ولاية المدية..... 101
ثالثا:أخلاقيات ومهام القائم بالعلاقات العامة.....103
المبحث الثاني: تحليل محتوى الاستبيان.....108
المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي للجداول.....108
أولا : إستنتاجات الدراسة..... 145
ثانيا: توصيات واقتراحات.....147
-خاتمـــــة.....148
-قائمـــــة المراجع.....151
-الملاحق
-الفهرس

ملخص الدراسة:

تتميز العلاقات العامة بالشرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم و أمنهم جميعا ، و في سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الشرطية و سعيا لكسب دعمهم و تعاونهم مع رجال الشرطة للنهوض برسالتهم على أكمل وجه بإعتبار أن مصلحتهما مشتركة، فالشرطة تهدف إلى نشر رسالتها و تحقيق أمن و حماية الجمهور ، و الجمهور في نفس الوقت يهمه العيش تحت مظلة الأمن و الإستقرار ، و هنا يبرز دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الغايات و الأهداف للطرفين .

وهذا لا يتم إلا من خلال الإستفادة من الدعامة الأساسية و هي وسائل الإتصال و الإعلام المباشرة و الغير المباشرة بغرض الإتصال بالجمهور نظرا لأهمية هذه الوسائل في تحقيق التوعية المرورية و تجسيد الأمن المروري عبر الطرقات في ظل ما تشهده هذه الأخيرة اليوم من مشكل حوادث المرور "بالمدية" ، ومنه يقع على عاتق العلاقات العامة واجب الحد و الوقاية من هذه الحوادث.

Summary of the study:

Public relations is characterized by police as the art highlights the sincere efforts performed by the police for the community to convince the public of the importance of these efforts to protect them and all of their security, and in order to convince the public of the importance of conditional letter and in an effort to gain their support and their cooperation with the police for the advancement of their mission to the fullest considering that their interest joint, police are aiming to spread its message and achieve the security and protection of the public, and the public at the same time is interested to live under the umbrella of security, stability, and here highlights the role of public relations in achieving these goals and objectives of both parties.

This can only be achieved through the utilization of a mainstay and is the means of communication and media direct and indirect purpose of communication with the public because of the importance of the means to achieve traffic awareness and embodiment of traffic security through the streets under that seen in this last day of the problem of traffic accidents in “Médéa », and it is the responsibility of public relations duty reduction and prevention of these incidents.

The Ministry of Higher Education and Scientific Research

Yahia Fares University–Médéa–

Faculty of Languages and Humanities and Social Sciences

Department of Media and Communication Sciences

Entitled:

The role of Public relation in The Security institutions For The Prevention and reduction of Traffic

"the Security Situation of The State of Médéa Studying(model)

Graduation Neil Masters Certificate memorandum

Specialization: communication and public relations

The supervising professor:

–Tahrawi nabila

_ benaziza khadidja

Prepared by two students

– Sefra Ilhém

Academic year: 2015/ 2016,