

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية- دراسة ميدانية بمديرية أمن ولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و اتصال

تخصص : الاتصال و العلاقات العامة

إشراف الدكتور:

د. كانون جمال

إعداد الطالبة:

بن حمزة رباب

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	اسم الاستاذ و لقبه
رئيسا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر	د/ قشار بكير
مشرفا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر	د/ كانون جمال
ممتحنا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر	د/ مهيري دليلة

الموسم الجامعي:

2021-2020 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله الذي هدانا لهذا و مكنا لنهتدي لولا هدانا الله، بعد عونه تعالى
و تيسيره لنا، تجدنا مدينين بالشكر الجزيل لأستاذنا المشرف الدكتور
كانون جمال، على توجيهاته القيمة و ملاحظاته المستفيضة من أجل إنجاز
هذه المذكرة على أحسن وجه و وفق معايير البحث العلمي، كما نشكر
كل أساتذتنا أساتذة شعبة الإعلام و الاتصال بجامعة غرداية لما بذلوه معنا
من مجهودات ولم يبخلوا علينا بالنصح و التوجيه طوال فترة دراستنا
بالجامعة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل خاصة
رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة جابر جعفر وكل من قدما لي
العون كان قريب أو بعيد و لو بنصيحة فتتذكرهم قلوبنا قبل أقلامنا.



إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلالك.
إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة... ونصح الأمة إلى نبي الرحمة و نور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهيبه و الوقار، إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار، و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد... والدي العزيز
إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني، إلى بسمة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي و حنائها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب... أمي الحبيبة إلى كل إخواني و أخواتي و أخص بالذكر: عبد القادر و مريم دلال و فاروق
إلى اللواتي لم تلدهن أمي إلى من تحلو بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء، إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سدت، برفقتهم في دروب الحياة الحلوة و الحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح و الخير، إلى من عرفت كيف أجدهم ولا أضيعهم صديقاتي العزيزات،
إلى زملائي و زميلاتي في دفعة الاتصال والعلاقات العامة 2021.



ملخص الدراسة :

تقوم دراستنا و التي تحت عنوان أنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية على معرفة أنشطة إدارة العلاقات العامة في تكوين رأي عام و مساند و متعاون في نشر الثقافة الامنية في المجتمع، حيث اعتمدنا على العينة القصدية لبعض جمعيات ولاية غرداية، و اتبعنا منهج المسح بالعينة من اجل الوصف و التحليل، حيث تقوم دراستنا على متغيرين هما : أنشطة العلاقات العامة = متغير مستقل، الثقافة الأمنية = متغير تابع وكانت إشكالية دراستنا كالتالي : ما دور أنشطة العلاقات العامة في تنمية وعي الجمهور بالثقافة الأمنية لمواجهة المخاطر الأمنية ؟

و توصلنا إلى أن المؤسسة الشرطية تسعى إلى إشراك المجتمع و دمجها في مختلف نشاطاتها و تسعى إلى تغيير السلوكيات السلبية للمجتمع عن طريق نشر الثقافة الأمنية و رفع الوعي عن طريق مختلف برامجها.

الكلمات المفتاحية :

1- العلاقات العامة. 2- الثقافة الأمنية. 3- المؤسسة الشرطية. 4- امن ولاية غرداية .

الملخص بالأجنبية

Notre étude, intitulée Activités de relations publiques et leur rôle dans la diffusion de la culture de sécurité dans l'institution policière se base sur la connaissance des activités de direction des relations publiques dans la formation d'une opinion publique solidaire et coopératif dans la diffusion de la culture policière dans la société. Nous nous sommes appuyés sur l'échantillon intentionnel de certaines associations de l'état de Ghardaïa, où nous avons suivi la méthode d'enquête par sondage pour la description et l'analyse.

Notre étude est basée sur deux variables : activités de relations publiques = variable indépendante, culture de sécurité = variable dépendante et notre problématique était comme suit : Quel est le rôle des activités de relations publiques dans le développement de la sensibilisation du publique à la culture de sécurité pour faire face aux dangers sécuritaires ?

Nous avons conclu que l'institution policière cherche à impliquer la communauté et à l'intégrer dans ses différentes activités et cherche à changer les comportements négatifs de la société en diffusant la culture sécuritaire et en sensibilisant à travers ses différents programmes.

Les mots clés : la culture sécuritaire- les relations publiques- l'institution policière.

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
ا	الشكر و العرفان
ب	الإهداء
ت	ملخص الدراسة
الفصل الأول : الإجراءات المنهجية	
01	المقدمة
03	إشكالية الدراسة
03	التساؤلات
04	الفرضيات
05	أسباب اختيار الموضوع
05	أهداف الدراسة
06	أهمية الدراسة
06	تحديد المفاهيم و مصطلحات الدراسة
11	مجتمع الدراسة
11	منهج الدراسة
12	ادوات جمع البيانات
14	الدراسات السابقة
23	صعوبات البحث (الخلفية النظرية للدراسة)
الفصل الثاني : العلاقات العامة و إدارتها	
26	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة
27-26	المطلب الأول: تعريف و نشأة العلاقات العامة
32-30	المطلب الثاني: مبادئ و وظائف العلاقات العامة
35	المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة
40	المبحث الثاني: الصورة الذهنية و إدارة العلاقات العامة
40	المطلب الأول: الصورة الذهنية في العلاقات العامة

43	المطلب الثاني: التخطيط في العلاقات العامة
45	المطلب الثالث: أنشطة العلاقات العامة
48	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الثقافة الأمنية و المؤسسات الشرطة	
51	المبحث الأول: الثقافة الأمنية
51	المطلب الأول: تعريف الثقافة الأمنية و المفاهيم المشابهة لها
52	المطلب الثاني: وظائف الثقافة الأمنية
54	المطلب الثالث: الإجراءات اللازمة لنجاح برامج الثقافة الأمنية
55	المبحث الثاني: العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة
56	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة
56	المطلب الثاني: رجل العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة مع الجمهور
59	المطلب الثالث: التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسة الشرطة
61	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية (الجانب التطبيقي)	
64	1- بطاقة فنية للمديرية العامة للأمن الوطني
65	2- التطور التاريخي للشرطة الجزائرية بعد الاستقلال
66	3- الهيكل التنظيمي لخلية الاتصال و العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني
68	4- اهم وسائل الاتصال الخارجي بالأمن الوطني بولاية غرداية
74	5- عرض المقابلة و اهم النتائج المتوصل إليها
84	6- عرض و تحليل نتائج الاستبيان
105	1- تحليل النتائج على ضوء الفرضيات
106	2- النتائج العامة

107	3- التوصيات
109	4- خلاصة
111	5- قائمة المراجع
117	6- الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
84	حول متغير الجنس.	جدول رقم (1)
85	حول متغير السن.	جدول رقم (2)
86	حول متغير المستوى التعليمي.	جدول رقم (3)
87	حول متغير الخبرة.	جدول رقم (4)
88	حول رقي الخدمات المقدمة من قبل امن ولاية غرداية.	جدول رقم (5)
89	حول نسبة الاطلاع على المهام و الأبواب المفتوحة و المعارض	جدول رقم (6)
90	حول الحضور إلى النشاطات و الحفلات المقامة من طرف امن ولاية غرداية.	جدول رقم (7)
91	حول نسبة انطباع المبحوثين حول التظاهرات المنظمة و المعتمدة من قبل امن ولاية غرداية.	جدول رقم (8)
92	حول مدى الاطلاع على رسائل و حملات التوعية بمختلف أنواعها التي تقوم بها الشرطة.	جدول رقم (9)
93	حول الوسيلة التي اطلعوا من خلالها على حملات التوعية و نشر الثقافة الأمنية.	جدول رقم (10)
94	حول تغيير السلوك من السلي إلى الايجابي بعد الاطلاع على رسائل التوعية.	جدول رقم (11)

95	حول رفع الوعي الأمني للمواطن من خلال البرامج الشرطية التي تبث عبر الوسائط الإعلامية.	جدول رقم (12)
96	حول نسبة الاطلاع على الإصدارات الصحفية الشرطية و مجالاتها.	جدول رقم (13)
97	دور تدريب رجال الشرطة مع المؤسسات و منظمات المجتمع المدني في تنمية العلاقة بين الشرطة و الجمهور.	جدول رقم (14)
98	حول جاذبية رسائل التوعية المنشورة من قبل امن ولاية غرداية.	جدول رقم (15)
99	حول المشاركة الفعالة بمعمية مؤسسة الشرطة لنشر الوعي.	جدول رقم (16)
100	حول تنشيط وسائل الاعلام و دورها في نشر الثقافة الأمنية.	جدول رقم (17)
101	أكثر الوسائل فعالية لنشر الوعي لدى المواطن.	جدول رقم (18)
103	على عاتق من تقع مسؤولية نشر الثقافة الأمنية.	جدول رقم (19)
104	مساهمة الأنشطة و البرامج و الحملات في تكوين صورة ايجابية عن مؤسسة الشرطة.	جدول رقم (20)

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
84	حول متغير الجنس.	شكل رقم (1)
85	حول متغير السن.	شكل رقم (2)
86	حول متغير المستوى التعليمي.	شكل رقم (3)

87	حول متغير الخبرة.	شكل رقم (4)
88	حول رقي الخدمات المقدمة من قبل امن ولاية غرداية.	شكل رقم (5)
89	نسبة الاطلاع على المهام و الأبواب المفتوحة المقامة.	شكل رقم (6)
90	حول الحضور إلى النشاطات و الحفلات المقامة من طرف امن	شكل رقم (7)
91	حول نسبة انطباع المبحوثين حول التظاهرات المنظمة و المعتمدة من قبل امن ولاية غرداية.	شكل رقم (8)
92	حول مدى الاطلاع على رسائل و حملات التوعية بمختلف أنواعها التي تقوم بها الشرطة.	شكل رقم (9)
94	حول الوسيلة التي اطلعوا من خلالها على حملات التوعية و نشر الثقافة الأمنية.	شكل رقم (10)
95	حول تغيير السلوك من السلبي إلى الايجابي بعد الاطلاع على رسائل التوعية.	شكل رقم (11)
96	حول رفع الوعي الأمني للمواطن من خلال البرامج الشرطة التي تبث عبر الوسائط الإعلامية.	شكل رقم (12)
97	حول نسبة الاطلاع على الإصدارات الصحفية الشرطة و مجلاتها.	شكل رقم (13)
98	دور تدريب رجال الشرطة مع المؤسسات و منظمات المجتمع المدني في تنمية العلاقة بين الشرطة و الجمهور.	شكل رقم (14)
99	حول جاذبية رسائل التوعية المنشورة من قبل امن ولاية غرداية.	شكل رقم (15)
100	حول المشاركة الفعالة بجمعية مؤسسة الشرطة لنشر الوعي.	شكل رقم (16)
101	حول تنشيط وسائل الاعلام و دورها في نشر الثقافة الأمنية.	شكل رقم (17)
102	أكثر الوسائل فعالية لنشر الوعي لدى المواطن.	شكل رقم (18)

103	على عاتق من تقع مسؤولية نشر الثقافة الأمنية.	شكل رقم (19)
105	مساهمة الأنشطة و البرامج و الحملات في تكوين صورة ايجابية عن مؤسسة الشرطة.	شكل رقم (20)

فهرس الآيات

الصفحة	الآية
27	سورة الشورى-38
28	سورة النساء -85
28	سورة هود-85
28	سورة البقرة -45
82	سورة قريش-04

فهرس الملاحق

الملاحق	الرقم
أسئلة المقابلة مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية.	الملحق 1
عينة البحث المتمثلة في بعض جمعيات ولاية غرداية.	الملحق 2
يمثل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة.	الملحق 3

مقدمة:

المؤسسة الشرطية هي من اهم مؤسسات المجتمع التي تعمل على التوعية و الإرشاد و حفظ الأمن و الاستقرار، هذه الأخيرة تؤدي دورها على أكمل وجه و تعمل على تعميق الثقة بينها و بين جمهورها عن طريق العلاقات العامة، و نخص بالذكر أن العلاقات العامة التي تمارسها الشرطة هي ليست وسيلة دفاعية عن المؤسسة بل هي جهود بناءة و محترمة لكسب ثقة المجتمع ، فهذه الجهود دائمة و مستمرة، تعمل على قياس الآراء و توضيح السياسات الأمنية، و تنفذ البرامج بهدف كسب ثقة جماهيرها.

المؤسسة الشرطية اليوم و عن طريق العلاقات العامة تعمل على نشر الثقافة الأمنية بين أفراد المجتمع فهذه المتغيرات وسعت دور الهيئة الأمنية ، و استلزم تطوير المسؤولية من اجل تكاثف الجهود بين الشرطة و المجتمع لتحقيق الأمن الاجتماعي و تعزيزه، بهدف إيجاد أو خلق جيل يتشارك مع المؤسسة الشرطية لمنع المخاطر الأمنية و الوقاية منها.

العلاقات العامة تؤدي دورا فعالا في إيصال المعلومة و تزويد المتلقي بالمعارف الأمنية في مؤسسة الشرطة، كما للثقافة الأمنية و نشرها دورا مهما في رفع وعي المجتمع.

فالمؤسسة الشرطية تقوم بالعلاقات العامة و تستعمل أسلوب نشر الثقافة الأمنية كوسيلة لها رسالة مؤثرة و تكون لها استجابة أو رجع صدى يقاس على ارض الواقع من خلال استجابة الجمهور، فكلما كانت هناك استجابة كان هناك ارتفاع مستوى الوعي الأمني و الحس الأمني و هذا راجع إلى نجاح أنشطة و برامج العلاقات العامة في المؤسسة الشرطية و قدرتها على التأثير و الإقناع.

و من هذا المنطلق وقع اختيارنا لهذا الموضوع وهو أنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية – دراسة ميدانية لمديرية امن ولاية غرداية.

و للإجابة على التساؤل اعتمدنا مجموعة من الخطوات، بداية من الإطار المنهجي التي تضمن الخطوات الإجرائية المنهجية للدراسة ، حيث تم التطرق للإشكالية و فرضيات الدراسة و أسباب و أهداف الدراسة و تحديد المفاهيم و اهم الصعوبات التي واجهتنا، أما الجانب النظري الفصل الأول كان حول العلاقات العامة و إدارتها ، تم تقسيمه إلى مبحثين ، الأول حول ماهية العلاقات العامة و نشأتها و وظائفها و مبادئها و اهم وسائل الاتصال، أما المبحث الثاني الصورة الذهنية في العلاقات العامة و التخطيط في العلاقات العامة ، و أنشطة العلاقات العامة. و الفصل الثاني كان حول الثقافة الأمنية و المؤسسة الشرطية حيث قمنا بتقسيمه إلى مبحثين أيضا، المبحث الأول حول الثقافة الأمنية و وظائفها و الإجراءات اللازمة لنجاح برامجها، و المبحث الثاني حول العلاقات العامة في المؤسسة الشرطية وصولا إلى التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة الشرطية.

أما الجانب التطبيقي فخصص لدراسة الميدانية و تطرقنا فيه إلى تقنيات و ادوات البحث و عرض المقابلة و اهم نتائجها، و عرض و تحليل نتائج الاستبيان ثم تحليل النتائج على ضوء الفرضيات وصولا إلى النتائج العامة و اهم التوصيات.

إشكالية الدراسة و تساؤلاتها:

تعد العلاقات العامة نشاط قديم منذ القدم تسعى لتحقيق الفهم بين أفراد المجتمع، إلا أنها تطورت مع تطور المجتمعات و انفتاح العالم على عصر العولمة حيث أصبحت حاجة لا بد منها في القطاعات الحكومية و المؤسسات العامة و الخاصة على حد سواء .

و عليه فان أساس نجاح أي منظمة لا بد من خلق علاقات تقوم على التفاهم المتبادل بينها و بين جماهيرها فهي تغطي عدة جوانب حيث تعتبر أداة إدارة و تخطيط التي تعمل على تعزيز الثقة بين المؤسسة و جمهورها الداخلي و الخارجي، مما يؤكد أنها ظاهرة اجتماعية تكون نتيجة للاحتكاك بين أفراد المجتمع و منظماته .

و منه فان المؤسسات الجزائرية هي أيضا أصبحت تحظى باهتمامها بالعلاقات العامة و تعمل على تحسينها و ربط صلة وثيقة بينها و بين جمهورها حيث تقوم المشكلة في التعرف على الأنشطة الأكثر قدرة على التأثير في ثقافة الأفراد و توجهاتهم و بهذا فان أنشطة العلاقات العامة نقطة وصل و تفاعل بين الشرطة و المجتمع بهدف تعاون و خلق حالة ثقافية من الأمن داخل المجتمعات من خلال مشاركة المجتمع الخارجي لمؤسسات الشرطة لبناء علاقات ايجابية بين المؤسسات الأمنية و المجتمع المدني و السعي لبناء ثقة فيما بينهم و العمل على إيجاد حل للمشكلات و التقليل منها أو الحد منها حيث تصبح هناك علاقة مسؤولية مشتركة بين الطرفين.

و من خلال ما سبق نطرح مشكلة دراستنا :

1- ما دور أنشطة العلاقات العامة في تنمية وعي الجمهور بالثقافة الأمنية لمواجهة المخاطر الأمنية بأمن ولاية غرداية؟

التساؤلات الفرعية :

1- ماهو واقع العلاقات العامة و مدى تأثيره على تحقيق الثقافة الأمنية في مديرية امن ولاية غرداية ؟

2- ماهي اهم العوائق التي تواجه أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة و الوعي الأمني في مديرية امن ولاية غرداية ؟

3- ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي في مديرية الأمن ؟

4- ماهي مختلف الأنشطة و الوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة لأمن ولاية غرداية ؟

فروض الدراسة :

الفرضية تتضمن أول عملية لإضفاء طابع ملموس على سؤال البحث عادة الإجابة عنه في شكل فرضية. غير انه و في حالة ما إذا لم نستطع التنبؤ، فعندئذ ستعوض الفرضية بهدف البحث. إن الحدود الموجودة في العرض المختصر سواء كانت في إطار فرضية أو هدف البحث لا بد أن تمتلك بعض الخصائص لتضمن صفتها العلمية. فالفرضية هي تصريح بتنبؤ بعلاقة بين عنصرين أو أكثر يتضمن تحقيق امريقي¹.

ا/ الفرضية الرئيسية :

تساهم أنشطة العلاقات العامة في مديرية امن ولاية غرداية بنسبة كبيرة في نشر الوعي و الثقافة الأمنية.

ب/ الفرضيات الفرعية :

1- من اهم الوسائل المتخذة من قبل إدارة العلاقات العامة بمديرية امن غرداية هي البرامج الفعالة في التوعية و الإرشاد باستخدام كافة وسائل الاتصال و الاعلام .

¹ موريس أنجرس ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ،الإشراف على الترجمة مصطفى ماضي ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ،تدريبات علمية ، دار القصة للنشر ،الجزائر 2013 ،ص 150.

2- يعد غياب التخصص و التدريب في مجال العلاقات العامة من اهم العوائق التي تحد من فعالية أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة لولاية غرداية .

3- نجاح أنشطة و برامج العلاقات العامة في مديرية الشرطة لولاية غرداية يساهم في تشكيل الصورة الحسنة و السمعة الجيدة للمؤسسة .

ت/أسباب اختيار الموضوع :

1- دوافع موضوعية :

1- الحاجة و افتقار المؤسسات الجزائرية إلى دراسات متخصصة في مجال العلاقات العامة و إدارة العلاقات العامة المتمثلة في الوظائف و الأنشطة .

2- من اجل المساهمة في مجال العلاقات العامة و توسيع رقعة البحث فيها و تطويرها.

2- دوافع ذاتية :

1- من خلال الاحتكاك ببعض الطلبة و بعض فئات المجتمع تم استنتاج الصورة السيئة المحكوم بها على المؤسسات الأمنية و جهل الكثير لدور الفعال لمؤسسة الشرطة في خدمة المجتمع.

2- العمل على بناء الثقة المتبادلة بين المجتمع و المؤسسات الأمنية.

ث/أهداف الدراسة:

إن الهدف الأساسي من البحث هو الوصول إلى نتائج و تحقيقها و العمل بها و منه تم تحديد أهداف البحث في النقاط التالية :

1- معرفة دور أنشطة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لأمن ولاية غرداية .

2- الدور الفعال الذي تلعبه العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية في تكوين رأي عام مساند و متعاون في نشر الثقافة الأمنية في المجتمع.

3- دور نجاح أنشطة و برامج العلاقات العامة و مدى مساهمتها في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الشرطةية.

ج/ أهمية الدراسة :

من المتعارف عليه هو أن العلاقات العامة هي العمود الأساسي بين المؤسسة و جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي و مشكلة الموضوع تكمن في سوء فهمها و عدم فهم نشاطها و إلزامية فهم التسيير الجيد لإدارة المؤسسة لضمان نتائج فعالة في المؤسسة.

كما تكمن الأهمية أيضا في أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الشرطةية انه من المواضيع حديثة الدراسة خاصة أن معظم المؤسسات في حاجة إلى إدارة العلاقات العامة.

خ/ تحديد المفاهيم :

1-1 العلاقات العامة :

عرف كان فيلد العلاقات العامة بأنها " الفلسفة الاجتماعية للإدارة، و التي تعبر عنها من خلال أنشطتها و سياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته و تفاهمه " ¹

و عرفها جريس و يلد بأنها " الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات، و تحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، و تنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور و تفاهمه " ²

و تعرف مجلة أخبار العلاقات العامة أنها " وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور، و تربط بين السياسات و الإجراءات للفرد أو المنظمة بالمصالح العامة و تنفيذ برنامجا علميا للحصول على فهم الجمهور " ¹

¹ علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، ط3، 1985 ص20.

² علي السيد إبراهيم عوجة، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، جامعة القاهرة، ص 17 .

1-2 التعريف الإجرائي للعلاقات العامة :

العلاقات العامة هي مجموعة الأنشطة الهادفة التي تقوم بها المؤسسة الأمنية مع جمهورها الداخلي والخارجي لخلق صورة حسنة عنها و لكسب الثقة مع بيئتها المحيطة وذلك يكون عن طريق الصدق و الشفافية و عبر الأنشطة و البرامج الفعالة .

1-2 مفهوم الثقافة :

لقد مر مفهوم "الثقافة" بعدة تغييرات عبر التاريخ. لقد أصبح الآن موضوعًا للتفكير لجميع العلوم الإنسانية والاجتماعية (علم الاجتماع ، الأنثروبولوجيا ، الإثنوغرافيا ، الفلسفة ، الخ).

كان أول من حدد الثقافة هو المتحدث باسم علماء الأنثروبولوجيا في عصره ، إدوارد تايلور، في كتابه الثقافة البدائية 1871". ويشير إلى أن: "الثقافة أو الحضارة بمعناها الإثنوغرافي الواسع هي تلك الكلية الكاملة التي تتضمن المعرفة والمعتقد والفن والأخلاق والقانون والعرف وجميع القدرات الأخرى التي اكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.²"

هنا، إدوارد تايلور عرف الثقافة على أنها مرادف للحضارة. وأشار إلى مجموعة كاملة من القيم والخصائص العالمية المكتسبة في وسط مجتمع بشري.

علاوة على ذلك، في عام 1917، تم تعريف مفهوم "الثقافة" من قبل أ. كروبر على أنه تراث بمعنى الظهور. وبحسبه ، فإن الثقافة ليست بعيدة عما نعيه بمصطلح "العرق". يتبنى باسكال بيرينو فكرة كروبر في كتابه : "حول مفهوم الثقافة في الأنثروبولوجيا" بهذه المصطلحات: لا ينبغي للمرء مع ذلك اعتبار البنية الثقافية ظاهرة مستقلة تمامًا. يعتبر AL Kroeber أنه يمكن دراسة

¹ صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط1، 1998، ص 84.

² E, Taylor. (1986). Primitive culture. Gloucester: Peter Smith Pub, p.55

الواقع على أربعة مستويات: المستوى غير العضوي ، ومستوى الأشخاص (الجسم والنفسية) ، والمجتمع وأخيراً المستوى الثقافي أو العضوي الفائق" ¹

ووفقاً له، فإن الثقافة هي نوع من التراث ينتقل بشكل منهجي عبر الأجيال، حيث يرتبط الفرد ارتباطاً وثيقاً بطبيعته الثقافية التي توجهه.

أما قاموس Larousse فيحدد أن الثقافة هي "مجموعة من المعرفة المكتسبة. التعليم والمعرفة وجميع الهياكل الاجتماعية والدينية والمظاهر الفكرية والفنية التي يميز المجتمع" ²

وهذا ما يجعلنا نقول أن الثقافة مكتسبة وليست مورثة وأنها تختلف باختلاف خصائص المجتمع.

كما صدر سنة 2002 عن اليونسكو تعريف للثقافة" أنها مجموعة مميزة من النواحي الدينية و العقلية و المادية و العاطفية للمجتمع أو الجماعة من الناس، و لذلك فهي تشمل بالإضافة إلى الفن و الأدب، أسلوب الحياة و طرق المعيشة معا و نظم القيم و العادات و العقائد" ³

تعريف مالمينوفسكي الذي يؤكد أن "الثقافة هي جهاز فعال ينتقل بالإنسان إلى وضع أفضل ، وضع يواكب المشاكل الخاصة التي تواجه الإنسان في المجتمع أو ذلك في بيئته و في سياق تلبية لحاجاته الأساسية" ⁴

2-2 التعريف الإجرائي للثقافة :

¹ P, PERRINEAU. (1975). *Sur la notion de culture en anthropologie.*

In Revue française de science politique. Vol 25, no 5, p. 950

² Le petit Larousse illustré. (1980). *Dictionnaire encyclopédique.* Paris : Larousse.

³ محمد الجوهري حمد ، الثقافات و الحضارات اختلاف النشأة و المفهوم ،دار المصرية اللبنانية بالقاهرة، 2009، ص 38.

⁴ عماد عبد الغني ، سوسيولوجيا الثقافة : المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت، 2006، ص 22.

هي مجموعة من التقاليد و العادات و التراث و الحضارة و هي الممارسات الاجتماعية الذي يكتسبها الفرد من المجتمع و من بيئته. و هنا المؤسسة الأمنية تعمل على نشر ثقافتها من خلال برامجها و أنشطتها التوعوية.

3-1 الثقافة الأمنية :

يعرفها العديد من العلماء المعاصرين على أنها عملية تعليم و تعلم المفاهيم الأمنية و الخبرات اللازمة للمواطنين ، لتحقيق الأمن الوطني ، و حماية الموارد الطبيعية ، و مقاومة الرذيلة و الأمراض الاجتماعية، وهي عملة ذات وجهين : تربية أمنية للشرطة و المواطنين على حد سواء ، تجعل الشرطي و المواطن رجلا امن¹

3-2 التعريف الإجرائي للثقافة الأمنية :

هي مجموعة من الإجراءات الوقائية ضد كل الممارسات أو الاعتقادات التي تمس باستقرار النسيج الاجتماعي و الاقتصادي و الأمني بولاية .

4- المؤسسة :

يعرف ناصر دادي عدون المؤسسة على " أنها كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل ماليا، و في إطار قانوني و اجتماعي معين ، هدفه دمج عوامل الإنتاج من اجل الإنتاج ، أو تبادل السلع و الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين ، أو القيام بكليهما معا (إنتاج + تبادل)، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي يوجد فيه، و تبعا لحجم و نوع نشاطه"²

¹. اونيسة مرنيش ، الثقافة الأمنية ، جامعة عنابة ، مجلة آفاق العلوم العدد السادس 2017 ، ص 343 .

² ناصر دادي عدون ، اقتصاد المؤسسة ، دار المحمدية العامة، 1998 ، ص 11.

و عرفها ماكس فيبر على " أنها مجموعة من الأنماط التنظيمية التي تحدد العلاقات الرسمية داخلها و تحدد هذه العلاقات في الواجبات ، الحقوق ، المسؤوليات، الوظائف، التسلسل الإداري، و أشار إلى نقطة هامة و هي ضرورة التنسيق بين المؤسسات و بين هذه الأنماط التنظيمية " ¹

التعريف الإجرائي : هي شخصية معنوية إدارية عمومية أو اقتصادية أو اجتماعية لها اعتماد رسمي عن طريق مرسوم أو قرار و لها هيكل تنظيمي و قانون داخلي و لها وظائف وجدت أو وضعت من اجل أهدافها.

5- الشرطة :

يمكن أن تعرف بتعريفين، كل تعريف يلحظ فيه معنى معيناً :

أ- بالنظر إلى القائمين بأعبائها : الشرطة هم الجند الذين يعتمد عليهم الخليفة أو الوالي في استتباب الأمن و حفظ النظام، و القبض على الجناة و المفسدين، و ما إلى ذلك من الأعمال الإدارية التي تكفل سلامة الجمهور و طمأنينتهم ²

ب- بالنظر إلى كونها هيئة : الشرطة هي الهيئة النظامية المكلفة بحفظ الأمن و النظام، و تنفيذ أوامر الدولة و أنظمتها ³

6- المديرية العامة للأمن الوطني :

هي جهاز حكومي تابع لوزارة الداخلية يتكفل بتتبع و تسيير جميع نشاطات الشرطة عبر كل تراب الولاية ⁴

¹ عبد الله محمود عبد الرحمان ، سوسيولوجية التنظيم ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1987 ، ص 30.

² حسن إبراهيم حسن، تاريخ الإسلام السياسي و الديني و الثقافي و الاجتماعي، مكتبة النهضة المصرية، ج1، ص 460.

³ محمود السباعي، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة و النشر: القاهرة، ط 1، 1963، ص 109.

⁴ الموقع الرسمي لمديرية الأمن الوطني الجزائري www.algeripolice.dz

ح/ مجتمع الدراسة و العينة :

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الانسانية هو " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تركز عليها الملاحظات"¹

و مجتمع البحث هنا في دراستنا تمثل في عينة من جمعيات ولاية غرداية بحيث تكون عينة تمثيلية للمجتمع الأصلي.

اخترنا المجتمع المدني لعدة أسباب هي أن رجال الشرطة و خاصة في خلية الاتصال و العلاقات العامة ، أكثر احتكاكا بأفراد المجتمع المدني بحيث لم تصبح وظيفة الشرطة في المجتمع الحديث تقتصر على المحافظة على الأرواح و حفظ الأمن و مكافحة الجريمة ، بل شملت خدمات اجتماعية عديدة كالتوعية و النصح و الإرشاد و تبصير المجتمع ، كما أنها توثق الصلة مع المجتمع.

د/ حدود الدراسة :

1- المجال الزمني : يتمثل في الفترة التي تم فيها جمع المعلومات و البيانات يمتد من شهر جانفي إلى غاية أواخر شهر ماي.

2- الإطار المكاني : مديرية امن غرداية.

3- الإطار البشري : يتمثل في مجتمع البحث وهو عينة من المجتمع المدني لولاية غرداية.

ه/ المنهج المستخدم في الدراسة :

عند إجراءنا أو قيامنا بأي دراسة هدفها الوصول إلى نتائج علمية منظمة و موضوعية لا بد من استخدام منهج علمي يقوم على خطوات و إجراءات منظمة للوصول إلى الهدف .

¹موريس أنجوس ، مرجع سابق ، ص 298.

فالمنهج العلمي هو "مسعى الباحثين و الباحثات في كل ميادين العلم. و ما نعينه بذلك هو أنهم و بغض النظر عن خلافاتهم حول المناهج الخاصة التي يستعملونها يشتركون جميعا في طريقة يفضلونها هذه الطريقة لها نفس الهدف و هو : تعمق أكثر في المعارف حول العالم، و للقيام بذلك فان كل عضو من المجموعة ملزم بإخضاع على محك الواقع كل استدلال نريد من خلاله معرفة هذا الواقع . هكذا يفرض المنهج العلمي في ملاحظة الواقع أقصى حد من الموضوعية الممكنة . هكذا أيضا تصبح الإجراءات التي يتم اختيارها معترف بها من طرف هذه المجموعة على أنها تملك أكثر صلاحية من إجراءات أخرى لإقامة دراسة صحيحة و صارمة للواقع ، كما تصبح أيضا جزءا من المنهج " ¹

و نوعية دراستنا هي دراسة وصفية حيث تعتمد على التحليل و الوصف من اجل الوصول إلى نتائج أو استخلاصها، ليكون المنهج المستخدم هو منهج المسح بالعينة، لعينة من الجمهور الداخلي للشرطة في مديرية الأمن لولاية غرداية لمعرفة الدور الذي تقوم به أنشطة العلاقات العامة لنشر الثقافة الأمنية و الوعي و تفادي المخاطر و المشكلات الأمنية إلا انه و نظرا لحساسية المؤسسة و حكم نظامها اكتفينا بإجراء مقابلة مع رئيس خلية الاعلام والعلاقات العامة ، و اخترنا عينة من الجمهور الخارجي المتمثل في المجتمع المدني لبعض جمعيات ولاية غرداية و معرفة مدى نجاعة هذه البرامج و درجة تأثيرهم بأنشطة العلاقات العامة المتمثلة في الحملات و البرامج المقدمة من قبل الشرطة .

ذ/ ادوات جمع البيانات :

لا بد في أي بحث علمي من ادوات لجمع البيانات و لتحقيق هدف البحث العلمي يلجا الباحث إلى استخدام ادوات جمع البيانات و التي تختلف حسب طبيعة الظاهرة المدروسة و أيضا حجم العينة و طبيعتها هذه العوامل هي من تتحكم في اختيار أداة البحث و في دراستنا وجدنا أن الأدوات المناسبة لجمع البيانات هي "الملاحظة – المقابلة – الاستبيان "

1- الملاحظة :

¹ موريس أنجرس ، مرجع سابق ، ص 102.

هي توجه الحواس لمشاهدة و متابعة سلوك معين أو ظاهرة معينة و تسجيل مختلف جوانب ذلك السلوك و خصائصه. وعرفها البعض بأنها : توجيه الحواس و الانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر¹

حيث اعتمدنا على الملاحظة البسيطة لملاحظة مختلف النشاطات مقامة من طرف مديرية الأمن بولاية غرداية من خلال الحملات التحسيسية على سبيل المثال للوقاية من الحوادث و توعية المواطنين حول فيروس كورونا، و أيضا عبر مطويات و مجلات الأمن بصفة عامة ، كما استعنا بأداة الملاحظة خلال توزيع استمارة الاستبيان و على المبحوثين خلال إجاباتهم على الاستبيان لمعرفة مدى صدق إجاباتهم حول الموضوع.

ب- المقابلة :

تدخل المقابلة ضمن ادوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات و البيانات الغير الموثقة في اغلب الأحيان، في إطار انجازه للبحث، و المقابلة لغة مشتقة من الفعل قابل، بمعنى واجه وهي بذلك المواجهة، من حيث قيامها على مواجهة الشخص²

كما تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات و البيانات في دراسة الأفراد و الجماعات الانسانية. كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعا و فاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث، و المقابلة ليست بسيطة بل هي مسألة فنية³

و نحن في دراستنا هذه كانت لنا مقابلة مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية ملازم أول للشرطة السيد "جابر جعفر" و ذلك بطرح مجموعة من الأسئلة حول

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث، ط4، الجزائر : ديوان المطبوعات الجزائرية، 2007، ص.ص.81،82 .

² احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2010، ص4، ص213.

³ عمار بوحوش، الذنبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، مرجع سابق، ص75.

الموضوع المدروس حيث اخترنا المقابلة نظرا لحساسية المؤسسة التي تسمح لنا بإجراء المقابلة فقط. و التي كانت على صيغة أسئلة مفتوحة.

ج- الاستبيان :

يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها¹

فهي أكثر الأدوات استخداما و ذلك لسهولة و سرعة الحصول على البيانات حيث قمنا بتحديد مجتمع البحث المتمثل في المجتمع المدني و ذلك انه من احد الناشطين مع المؤسسة الشرطة أثناء قيامها بحملاتها التحسيسية ونشر الثقافة الأمنية و قمنا بإحصاء عدد جمعيات المجتمع المدني الناشطة لولاية غرداية و قمنا بتوزيع الاستمارات بعد مراجعتها و إعادة صياغة بعض الأسئلة و تعديلها . حيث جاءت الشرطة بثقافة أمنية تقوم على التوعية و تبصير المجتمع بما يجري حوله من متغيرات و تهديدات و ذلك من خلال اهتمام الشرطة بعملية التربية الأمنية و التقرب و التواصل مع المجتمع المدني لتنمية الحس الأمني .

ر/ الدراسات السابقة :

هي تلك الأبحاث السابقة و الدراسة المشابهة التي يلجا إليها الباحث من اجل الحصول على المعلومات أو البيانات المتعلقة بموضوع بحثه، فكل عمل علمي لا بد أن تكون قد سبقته جهود قبلية مجسدة في شكل دراسات سابقة أو مشابهة. و في سبيل الحصول على دراسات سابقة تتعلق بموضوع العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية بالمؤسسة الشرطة نجد انه لا يوجد دراسات سابقة مطابقة تماما للموضوع و لكن هناك دراسات تناولت الاعلام الأمني و الوعي الأمني كأحد مكونات هذه الدراسة .

¹ عمار بوحوش، الذنبيات محمد محمود، مرجع نفسه، ص 67.

الدراسة الأولى : (أمينة حمراي) الاعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره-
الامن المروري نموذجاً- شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال و العلاقات العامة
2010/2009م¹

ا/- الدراسة تقوم على تقديم صورة حول دور العلاقات العامة في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية
و تطوير الاعلام الأمني بالجزائر و مدى فاعلية الاعلام في تحسين الأمن المروري .

حيث طرح التساؤل الرئيسي :

1- ماهو دور العلاقات العامة في تطوير الاعلام الأمني بالجزائر ؟

التساؤلات الفرعية :

1- أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور في تطوير الاعلام الأمني بالجزائر ؟

2- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية ؟

3- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلاً دوراً في التخفيض من حوادث المرور بالجزائر ؟

ب/ منهج الدراسة :

هو المسح بالعينة فهو من المناهج العلمية المناسبة في الدراسة الوصفية .

ج/ أداة جمع البيانات : هي أداة الاستمارة الاستبائية و الملاحظة و المقابلة .

د/ نتائج الدراسة :

- العلاقات العامة الجيدة بين الشرطة و الجمهور تساعد على التواصل فيما بينهم و الوصول إلى
فعالية الرسالة الإعلامية الأمنية.

¹ أمينة حمراي : الاعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره ، الأمن المروري نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة
الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال،2010/2009

كما بينت الدراسة في علاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بمدى ارتفاع مستوى الثقافة الأمنية حيث أثبتت النتائج أن من تعرضوا لتلك الوسائل قد ساهم تعرضهم في رفع مستوى الثقافة الأمنية ، و توصلت النتائج أيضا أن العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية للسائقين حيث ساهمت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في السرعة .

و كذلك توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة بالشرطة تؤدي دورا فعالا في تخفيض حوادث المرور.

التعليق على الدراسة : إن الشيء الايجابي في هذه الدراسة أنها ركزت على فرع من فروع الاعلام الأمني و هو الاعلام المروري ، حيث ساهمت هذه الدراسة في معرفة مدى خطورة حوادث المرور. كما تتفق هذه الدراسة مع دراستنا كون أن الدراستين استخدمتا نفس المنهج و انطلقتا من فرضيات متشابهة تتمثل في أن دراستها تقوم على معرفة الدور الذي يقوم به الاعلام الأمني في المجتمع عامة و الفرد خاصة و دراستنا تقوم على نشر الثقافة الأمنية وسط المجتمع و الأفراد.

الدراسة الثانية :

(جفال زينب) الاعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور - دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية بيججل - 2016/2015م¹

ا/- الدراسة تستند على توظيف استراتيجيات الاعلام الأمني في حملات التوعية المرورية و قدرتها على تفعيل الرسالة الأمنية التوعوية و نجاحها في إقناع الجماهير .
حيث طرح التساؤل الرئيسي فيما يلي :

- أين يكمن دور الاعلام الأمني في التقليل من ظاهرة حوادث المرور ؟

و التساؤلات الفرعية :

¹ زينب جفال : الاعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور ، دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية بيججل ، 2016/2015.

- 1- هل يساهم تنشيط وسائل الاعلام في نشر و إنجاح حملات التوعية المرورية ؟
- 2- هل عدم انضباط السائقين يؤدي إلى تفاقم حوادث المرور ؟
- 3- هل ضعف التأثير و الإقناع في الرسالة التوعوية يؤدي إلى عدم تغيير اتجاه السائقين ؟

ب/ المنهج المستخدم : منهج المسح بالعينة.

ج/ ادوات جمع البيانات :

الاستمارة - المقابلة - الملاحظة.

د/ نتائج الدراسة :

- ضعف برامج و حملات التوعية المرورية من حيث أنها غير مقنعة و غير مؤثرة يجعل من المتلقي لا يكثر لأمرها و لا يتبع محتواها التوعوي أو نقص الحملات التوعوية يساهم في دفع السائقين إلى التهور لأنها تعد بمثابة تذكير لهم .

كذلك إن اغلب المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في حملات التوعية المرورية و هذا راجع لقلّة الوعي بأهمية هذه الحملات.

- إضافة إلى وجوب تكثيف حملات التوعية المرورية و إشراك وسائل الاعلام و الوسائل التكنولوجية الحديثة ترك اثر لدى المتلقي حيث لاحظ تقريبا نصف المبحوثين تغيرا ايجابيا لدى زملائهم أو السائقين في الطريق بعد مشاركتهم في حملات التوعية المرورية.

- حيث استخلص أن وسائل الاعلام السمعية و البصرية هي من اهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في نشر التوعية المرورية لاستقطابها جمهورا كبيرا من المتفرجين و مستمعين و قراء.

التعليق على الدراسة : هناك اختلاف جوهري بين هذه الدراسة و دراستنا من حيث زاوية الدراسة حيث كان المكان لهذه الدراسة بمديرية الحماية المدنية لمعرفة دور الاعلام الأمني في التقليل

من حوادث المرور. إلا أنها تتشابه مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم و ادوات جمع البيانات و طبيعة الدراسة. إضافة إلى ذلك أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في التوعية و نشر الثقافة الأمنية.

الدراسة الثالثة: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام لدكتور عبد المحسن بدوي محمد احمد – جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض 2006 م¹

الدراسة تقوم على أهمية الأجهزة الأمنية في الدول العربية باعتبارها مؤسسات اجتماعية تعنى بالإصلاح و التوعية و التوجيه، و تحمل أهدافا للمجتمع و تقدم لها خدماتها و أنشطتها المتعددة حيث تقوم الدراسة على الفروض التالية :

ا/ الفرضيات :

-هنالك عدم قناعة و ايمان بأهمية و جدوى عمل العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية العربية ما يعوق تنفيذ برامجها .

- تمثل إدارة العلاقات العامة وسيلة للتواصل و تبادل المعلومات و الخبرات بين الأجهزة الأمنية و الإعلامية و يعد التنسيق من اهم وظائف العلاقات العامة في إطار تفعيل العمل الإعلامي الأمني

- التنسيق هو الشكل الأمثل للعلاقة بين الأجهزة الإعلامية و الأمنية ، و حسب الواقع المقروء مفقود و في حاجة إلى مزيد من الجهود لتفعيله .

ب/ مجتمع البحث :

يتمثل في عينة من العاملين بإدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية لبعض الدول العربية .

ج/ المجال المكاني للدراسة :

¹ د.عبد المحسن بدوي محمد احمد : العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض 2006 م .

تمتد هذه الدراسة في إطار إدارات العلاقات العامة بالدول العربية .

حيث تناولت هذه الدراسة في الفصل الأول التطور المرحلي لنشأة العلاقات العامة و مفهومها أما الفصل الثاني مبادئ العلاقات العامة و جمهورها و نظمها و مجالاتها الأمنية و تناول في الفصل الرابع أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية.

حيث تم رصد و تتبع و تحليل ما جاء من بيانات في الاستمارة الخاصة بالدراسة. كما ناقشت الدراسة مفهوم العلاقات العامة و أهدافها بالإضافة إلى التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ، أسس كسب ثقة الأجهزة الإعلامية ، وسائل الاتصال الجماهيري التي يجب التنسيق معها ،المؤتمرات الخاصة بتكوين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية لدى الجمهور ، واقع العلاقات العامة في المؤسسات بالأجهزة الأمنية العربية ، علاقة أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بالأجهزة الإعلامية ، معوقات التنسيق بين الأجهزة الأمنية و الإعلامية رؤية جديدة لتطوير العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية و أخيرا سيناريوهات نجاح التنسيق بين الأجهزة الإعلامية و الأمنية .

اعتمدت الدراسة على استبانته تضمنت 19 سؤالاً ثمانية عشر منها أسئلة مقفولة و السؤال الأخير مفتوح لإتاحة الفرصة للمبحوثين لمعرفة مقترحاتهم في إطار تطوير التنسيق بين الأجهزة الإعلامية و الأمنية و انحصرت أهداف الاستبانة في الآتي :

- 1- التعرف على نشاط أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية في الدول العربية .
 - 2- بيان شكل و طبيعة العلاقة بين أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية و الأجهزة الإعلامية في الدول العربية.
 - 3- توضيح أهمية أجهزة العلاقات العامة و مدى فاعليتها في مجال العمل الأمني .
 - 4- قياس مستوى التنسيق بين أجهزة العلاقات العامة و الأجهزة الإعلامية في الدول العربية .
- د/ النتائج المتوصل إليها :

-التأكيد على أهمية جهاز العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية و ضرورة دعمه للقيام بواجبه على أكمل وجه و ذلك لإرساء و تفعيل القيم الأمنية في المجتمع و خلق و علاقات حميمة بين المؤسسات الأمنية و الإعلامية و الجمهور .

- محاولة توحيد مسميات و هياكل العلاقات العامة في الدول العربية لتوحيد الأهداف و الجهود عبر تبادل الخبرات و البحوث المشتركة .

-الاهتمام بقنوات الاتصال الجماهيري و بناء علاقات تنسيقية راسخة على أسس علمية مع هذه القنوات ، للوقوف على تأثير و تقييم الانطباع عن خدمات الأجهزة الأمنية.

- ضرورة تبعية جهاز العلاقات العامة لأعلى قمة الهرم الوظيفي في الجهاز الأمني لضمان الاهتمام به و ضرورة تقويته لتقوية التنسيق بين الأجهزة الإعلامية و الأمنية.

- توطيد علاقات تنسيقي مباشرة مع الأجهزة الإعلامية أساسها الثقة و المصادقية مع الاهتمام بتبادل المعلومات و الخبرات.

- الاهتمام بالتدريب المشترك بين الأجهزة الإعلامية و منسوبي الأجهزة الأمنية مع فتح أبواب الجامعات العربية و المواعين التدريبية الأمنية للدراسات ذات الصلة.

التعليق على الدراسة : تتفق هذه الدراسة مع دراستنا كونها تسلط الضوء على العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية حتى و أن اختلفت النتائج و طريقة التحليل لكن تبقى مشكلة البحث واحدة، كما أن الباحث وفق إلى حد كبير في وصوله إلى النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة. حيث أضافت إلى دراستنا ضرورة بالاتصال الجماهيري في المؤسسة الأمنية و محاولة بناء الثقة بين المؤسسة الأمنية و جمهورها.

الدراسة الرابعة: دور الاعلام الأمني و تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر - الانترنت نموذج - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص وسائل الاعلام و المجتمع من اعداد الطالبتين (أ ل سيد الشيخ فاطمة - موساوي صبيحة)¹

الدراسة تقوم على البحث في مسار الاعلام الأمني الذي يعد اختصاص بالغ الأهمية بالنسبة للدولة و المجتمع من جهة الوجهة و التي يصعب اخذ معلوماتها من جهة أخرى ، تمت للوصول إلى نتائج بحثية دقيقة في هذه الدراسة الاستطلاعية الوصفية التي تبلورت في ظل مجموعة من أهداف أهمها :

-واقع الاعلام الأمني في الجزائر .

- طرق تعامل المؤسسات الأمنية مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

- علاقة الاعلام الأمني بالمؤسسات الإعلامية و المواطن .

- الدور الذي يقوم به الاعلام الأمني في المجتمع .

الفصل الأول كان في الإطار المنهجي و طرح الإشكالية ، الفصل الثاني الاعلام الأمني و تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الفصل الثالث مضامين الاعلام الأمني و الأزمات الأمنية ، الفصل الرابع تحليل مضمون الصفحة الالكترونية للأمن الوطني .

ا/ المشكلة الرئيسية : - ماهو واقع الاعلام الأمني في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر ؟

التساؤلات :

1- ماهي إستراتيجية الاعلام الأمني في المجتمع الجزائري ؟

2- كيف يستخدم الاعلام الأمني الوطني تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟

¹ أ ل سيد الشيخ فاطمة ، موساوي صبيحة : دور الاعلام الأمني و تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر -الانترنت نموذج- مذكرة تخرج ماستر 2016م.

3- هل يساهم الاعلام الأمني في الحفاظ على استقرار المجتمع المدني ؟

ب/ منهج الدراسة : المنهج الوصفي .

ج/ أداة البحث : هي تحليل المضمون.

د/ مجتمع البحث : المجتمع الخاص هي هذه الدراسة هو كل المقالات الإعلامية المتحدثة عن الجريمة ، و تناولتها الجرائد العمومية في الفترة الممتدة من 15 نوفمبر إلى 10 ابريل 2016 م كذلك الجريدة اليومية التي لها علاقة بالمؤسسات الأمنية بصفة مباشرة و أيضا المضامين الإعلامية الأمنية من خلال الموقع الالكتروني الخاص بالشرطة الجزائرية .

ه/ عينة الدراسة : هي عشر مقالات صحفية تتحدث عن الجريمة في جريدة الأمة العربية و الاحداث و المحور و المنشور السياسي و البلاد .

- النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة :

-يعمل الاعلام الأمني الجزائري على تحقيق كل مزايا و خصائص الاعلام الأمني من حيث المجال الأمني بزرع السلم و الأمان في المجتمع ، و حتى من حيث مواضيعه التي لا تكاد تخرج عن رصد كل ما هو سلمي و مضر في المجتمع و كذا تبيان دوره و حرصه على الاستقرار ، الطابع الرسمي لوسائله و مصادر معلوماته .

- اعتماد الاعلام الأمني على الانترنت كوسيلة للإفصاح عن الجرائم بكل أنواعها و كذا أسبابها و مسبباتها و مجرياتها و نتائجها و طرق مكافحتها حتى تسري من خلالها المعلومة للمواطن الجزائري و تبيان أن السبيل الوحيد لمعالجة هذه الظواهر هو الأمن بكل تخصصاته و أدواره من بحث و تحري و ردع و ضبط و توعية و تحسين ، و بالتالي مضامين الاعلام الأمني تجمع بين الضبط و التوعية محددًا ذلك موقعه الالكتروني للحفاظ على امن المجتمع و استقراره .

- يستفيد الاعلام الأمني الجزائري من مختلف المتغيرات المشكلة السوسولوجية و الثقافية لبيئة المنظمات الخاصة في مجال الاعلام و الأمن مع محاولة تصحيح كل الانحرافات و الاتجاهات الماسية

بسلامة و امن المجتمع على مختلف الأصعدة ، و يعتمد على العديد من الاستراتيجيات و التي تتفق على تحقيق جملة من الأهداف و إمداد المجتمع المستقبل بالمعلومات و البيانات التي تهم القضايا الأمنية ، و تعمل على تفعيل مشاركتهم في مساندة العمل الأمني مع خلق رأي عام ايجابي في اتجاهه نحو عمل الأجهزة الأمنية.

التعليق على الدراسة : هذه الدراسة تختلف تماما عن دراستنا شكلا و مضمونا لكن هناك زاوية مهمة فيها لدراستنا هي دور التكنولوجيا الحديثة في نشر الوعي الأمني و الحس الأمني.

حيث ساهمت هذه الدراسة في بلورة رؤيتنا للموضوع إلا أن هناك اختلاف في الطرح و التساؤل و التحليل. حيث أضافت إلى دراستنا ضرورة اعتماد الاعلام الأمني للإفصاح عن القضايا الأمنية و الجرائم و المشكلات .

ز/صعوبات البحث :

1- صعوبة جمع المعلومات و البيانات من المبحوثين.

2- ضيق الوقت.

3- قلة المراجع حول الثقافة الأمنية.

الفصل الثاني: العلاقات العامة وإدارتها

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف و نشأة العلاقات العامة

المطلب الثاني: مبادئ و وظائف العلاقات العامة

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

المبحث الثاني: الصورة الذهنية و إدارة العلاقات العامة

المطلب الأول: الصورة الذهنية في العلاقات العامة

المطلب الثاني: التخطيط في العلاقات العامة

المطلب الثالث: أنشطة العلاقات العامة

تمهيد:

أصبحت العلاقات العامة ضرورة رئيسية لكل مؤسسة سواء كانت عامة أو خاصة لاعتبارها وسيلة تربط الجمهور الداخلي بالمؤسسة و كذلك الجمهور الخارجي فالعلاقات العامة تعمل على خلق رابط وثيق بين المنظمة و الجمهور و خلق التفاهم المشترك بينهما.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف و نشأة العلاقات العامة

تعريف العلاقات العامة :

هي نشر المعلومات و الحقائق مشروحة مفسرة للجماهير و كذلك نقل المعلومات و الآراء و الحقائق من الجماهير إلى المؤسسة و ذلك بغية الوصول إلى الانسجام و التكييف الاجتماعي بين المؤسسة و الجماهير. فالعلاقات العامة هي جهود مدبرة و هادفة و مستمرة و هي مبنية على خطط ترمي إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها

و قد عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها : " الجهود المقصودة و المخططة و المستمرة لإقامة الفهم المتبادل بين أي منظمة و جماهيرها"¹

تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة : "هي الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة و استمرارها بين أعضاءه، و بين الفريق و بين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية و الاجتماعية التي تحققها المؤسسة"²

تعريف جمعية العلاقات الدولية : " العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة و التي تسعى بها المؤسسات و المنظمات الخاصة و العامة لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها، و الحفاظ على استمرار هذا التفاهم و التعاطف و التأييد و ذلك من خلال : قياس الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها و أنشطتها، و تحقيق المزيد من التعاون الخلاق و الأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط"³

إذن من خلال ما سبق من التعريفات نستنتج أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية اتجاه المجتمع و أنها نشاط إعلامي له اتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور و من الجمهور إلى المؤسسة كما أنها نشاط

¹ علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 22.

² صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، ط 1، دار الشروق، عمان، ص 83.

³ علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 22

يقوم على خدمة المصلحة العامة و خلق علاقات طيبة و جيدة من خلال وسائل الاتصال و لذلك يمكن القول أن العلاقات العامة هي من الوظائف المهمة للمؤسسة .

نشأة العلاقات العامة :

العلاقات العامة القديمة (ممارسة) : العلاقات العامة نشاط قديم قدم الإنسان، باعتباره وسيلة لتحقيق التفاهم و التعاون بين أفراد الجماعة الاجتماعية(داخليا)من جهة و بين تلك الجماعة و الجماعات الأخرى (القبائل) من جهة أخرى.

اهم الوسائل المستعملة في ذلك : السحرة، المشعوذين، الشعراء و من لديه القدرة على طلاقة الحديث و الشرح و التفسير.

العلاقات العامة في الحضارات القديمة :

بلاد الرافدين : حيث وجدت منشورات في 1700 ق م، و هي عبارة عن إرشادات للفلاحين تتعلق بكيفية رش البذور و الوقاية من الآفات الزراعية (العراق).

قدماء المصريين : السيطرة على أفكار الجماهير و تحريك مشاعرهم عن طريق تقديس الكهنة، القبور و المعابد، الاعلام أيام الحروب لتعبئة المعنويات للنصر، النقوش على الحجارة هذا من اجل إظهار هيبة الحكام و عظمتهم للتأثير على عقول الناس.

التركيز على النقوش على الحجارة و واجهات المعابد التي تشيد بانتصارات الحكام

الحضارة الإسلامية : المعتمدة في انتشارها على البراهين و الحجة و الإقناع (استخدام مختلف أساليب الاتصال من قبل المصطفى عليه السلام)

- ركز الإسلام على مبدأ احترام الفرد و تفكيره بأسلوب الحجة و القناعة
- مبدأ الشورى ﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَى﴾¹

¹ عبد الرحمان بابا وأعرمر، محاضرات في نشأة و تطور العلاقات العامة، قسم الاعلام و الاتصال، جامعة غرداية، 2017/2018.

- العدالة المطلقة في معاملة الناس ﴿إِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ﴾.
- المساواة في المعاملة " لَا فَضْلَ لِعَرَبٍ عَلَى عَجَمِيٍّ إِلَّا بِالتَّقْوَى " رواه احمد في مسنده.
- النزاهة و مبادئ الأخلاق في التعامل التجاري ﴿وَفُؤَا الْمِكْيَالِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾
- الصبر ﴿وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ﴾¹

العلاقات العامة الحديثة: كمفهوم ووظيفة ونشاط

أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة المحامي الأمريكي دورمان ايتون و ذلك في عنوان محاضراته (العلاقات العامة و واجبات المهن الشرعية) و الملقاة في مدرسة بيل للقانون عام 1882م، كما استخدم اصطلاح العلاقات العامة عام 1906م، و كذلك عام 1913م من خلال مديري شركات سكك الحديد في بليتمور و أوهايو حول (سكك الحديد و مشكلات العلاقات العامة)²

يرى علي عجوة أن أيفي لي هو أبو العلاقات العامة الحديثة بعد أن وضع كثيرا من مبادئها خلال رحلته مع المهنة التي بدأت مع مطلع هذا القرن حتى وفاته عام 1934م. و قد ظل أيفي لي يستخدم مثل مستشار النشر، خبير النشر، مدير النشر حتى عام 1921م حيث استخدم لأول مرة تعبير العلاقات العامة في النشرة التي أصدرها مع مساعديه في ذلك العام تحت عنوان العلاقات العامة³

فايفي لي هو الصحفي الذي كان له الفضل في تأسيس مفهوم العلاقات العامة و هو من دعا إلى الكشف عن المعلومات علنا قبل أن يتمكنوا من سماع المعلومات من أماكن أخرى.

يعد ادوارد بيرنز من ابرز الشخصيات التي حملت بعد أيفي لي الدور الأكبر في دفع العلاقات إلى مرحلة التقنين، و هو أول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة في عام 1920م ، و كان قد

¹ عبد الرحمان بابا وأعمر، محاضرات في نشأة و تطور العلاقات العامة، المرجع نفسه

² عبد الناصر احمد جردات، لبنان هاتف الشامى، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار اليازوري للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2009، ص27.

³ على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص8.

افتتح مكتبا استشاريا عقب عودته من مؤتمر السلام بباريس عام 1919م و اصدر عام 1923م كتابه "بلورة الرأي العام" بعد عام واحد من صدور كتاب ليمان "الرأي العام" ثم قام بتدريس مادة العلاقات العامة لأول مرة في جامعة نيويورك¹

و يمكن تقسيم تاريخ العلاقات العامة الحديثة إلى ثمانية مراحل أساسية:

المرحلة الأولى : 1900-1914 و كان السائد فيها سيطرة الشركات و رجال الأعمال ، و كانت مكاتب النشر تضخ المعلومات من جانب واحد ، إلا أن جهود بعض الرواد منهم "أيفي لي و ادوارد بيربنز" و مساهماتهم في هذا المجال أدت إلى تحول في النظر إلى الجمهور على أساس أن له دورا بارزا في نجاح المؤسسة أو عدم نجاحها .

المرحلة الثانية : 1915-1919 و هي مرحلة الحرب العالمية الأولى و تميزت هذه المرحلة بدخول الحكومات كعنصر مؤثر في الرأي العام ، و أنشئت لجان الاعلام لاستقطاب عدد ممن لهم باع في التأثير الإعلامي و نجحوا فعلا في استقطاب الرأي العام .

المرحلة الثالثة : 1920-1929 و هذه المرحلة هي مرحلة انطلاقة الازدهار الاقتصادي بعد انتصار أمريكا و حلفائها في الحرب ، و ظهر عدد من رواد هذا العلم الذين كان لهم دور بارز في مرحلة الحرب، و انشئوا نواة لشركات العلاقات العامة الحديثة .

المرحلة الرابعة : 1930-1939 و هي مرحلة الرئيس روزفلت التي اتسمت بالتوسع في برامج الخدمة الاجتماعية و إيجاد فرص العمل للعاطلين الأمر الذي تطلب برامج علاقات عامة فعالة لإفساح السبيل للإصلاحات المطلوبة²

المرحلة الخامسة : 1940-1945 و هي مرحلة الحرب العالمية الثانية و التي تطلبت جهودا كبيرة في ميدان العلاقات العامة و قد اتسمت بتعبئة الرأي العام نحو مناصرة الحلفاء ثم دخول أمريكا الحرب

¹علي عجوة ، مرجع نفسه ،ص12.

²علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية ، ط1 ، الرياض ، 2006م ،ص،ص،16،15.

المرحلة السادسة : 1946 – 1965 و هي مرحلة الازدهار الاقتصادي و هي أيضا مرحلة اتساع نطاق دراسة العلاقات العامة حيث ازدهرت برامج العلاقات العامة في المؤسسات الخاصة و العامة.

المرحلة السابعة : 1966 – 1992 و هو عصر المعلومات الذي قرب المسافات و ألغى الفوارق بين الشعوب إلى حد كبير، و قد اتسم هذا العصر بوفرة المعلومات و سرعة نقلها و استخدمت الأقمار الصناعية كوسيلة مهمة في نقل المعلومات.

المرحلة الثامنة : و هذه المرحلة بدأت سنة 1993 إلى الآن و هي مرحلة طفرة المعلومات و الاتصالات و عصر الانترنت و الفضائيات و العولمة¹

و هذا ما يوضح لنا و يؤكد لنا بان العلاقات العامة قديمة من جانب الممارسة و تعد حديثة من جانب المنهجية و الوسائل المستخدمة فيها .

المطلب الثاني : مبادئ و وظائف العلاقات العامة :

مبادئ العلاقات العامة : اهم المبادئ و التي يمكن تسميتها أيضا بالقواعد و الدعائم التي تقوم عليها ممارسة العلاقات العامة :

1- الأداء الجيد و الانجازات الملموسة : تبني معظم برامج العلاقات العامة أساسا على إنتاج و نشاط المؤسسة ، خاصة الأنشطة و البرامج الاتصالية ، فهي بدون استثناء تحتاج لأداء نافع و انجازات حقيقية و ملموسة ، لبناء السمعة ، و تسويق المؤسسة²

و تبرع العلاقات العامة عند المساهمة في تحقيق غاية المؤسسة في حالة مستوى أداء متميز ، و تقديم خدمات أو أفكار أو سلع بجودة عالية للجمهور، و بهذا تكون برامج العلاقات العامة و أنشطتها ذات جودة عالية ، على العكس تماما من وجود واقع رديء و سيء ، و مستوى منخفض من الجودة

¹ علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية ، المرجع نفسه ، ص ، ص ، 17، 18.

² علي يرغوث، العلاقات العامة : أسس نظرية و مفاهيم عصرية، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2007، ص،

في السلع أو الخدمات¹. أي انه من اجل نجاح برامج و أنشطة العلاقات العامة على المؤسسة أن تختار منهجية عملية صحيحة يتم من خلالها أداء العمل حقيقة ظاهرة لجمهورها الداخلي و الخارجي.

مؤسسة بأداء رديء	مؤسسة بأداء جيد
1- تحقق نجاح جزئي و سريع لكن يزول بسرعة	1- تحقق نجاح أكيد .
2- تكذب و تشوه الحقائق دائما.	2- لا تكذب و لا تشوه الحقائق.
3- استراتيجياتها رديئة .	3- استراتيجياتها محترمة .
4- لا تعترف بالأخطاء .	4- تعترف بالأخطاء .
5- القيم و الأخلاق الحميدة ليس لها اعتبار .	5- القيم و الأخلاق الحميدة سمة أساسية لها.
6- تعتمد على أساليب الغش و الخداع .	6- لا يمكن لها أن تغش و تخدع أبدا.

- الجدول 01 : يوضح الأداء الملموس الجيد و الرديء للمؤسسة. المصدر علي برغوث.

يتساءل البعض كيف تمارس العلاقات العامة في مؤسسة ذات أداء سيء ؟ في هذه الحالة لا تمارس أنشطة يمكن تسميتها أنشطة العلاقات العامة، إنما تمارس أنشطة تشبه الدعاية تعتمد على الكذب و تحريف و تشويه الحقائق، و التحايل على الحقائق و تبرير المواقف، كل ذلك يتم باستراتيجيات خبيثة. و هنا يمكن اعتبار العلاقات العامة بمثابة محامي الدفاع عن المؤسسة، سواء كانت ادعاءاتها حقيقية أو باطلة². وهنا تبين لنا أن لبناء سمعة جيدة عن أي مؤسسة و لنجاح برامجها و أنشطتها لا بد من انجازات حقيقية تعكس جودة الأداء و الواقع الحقيقي للمؤسسة من خلال الخدمات و السلع المقدمة، إضافة إلى انه من المتعارف عليه هو أن العلاقات العامة تقوم على إعطاء المعلومات و الأخبار الصحيحة لبناء مؤسسة على أداء جيد و سمعة حسنة، كما لا بد من المؤسسة أن تعترف بالخطأ و العمل على تصحيحه من دون كذب أو تزوير الحقائق.

¹ علي برغوث، العلاقات العامة : أسس نظرية و مفاهيم عصرية، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2007، ص،

32.

² علي برغوث ، نفس المرجع ، ص ، 32.

2- ارتباط نشاط العلاقات العامة بالرأي العام : يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام حيث من دون جمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس الحقيقة و الصدق لكسب تعاطفه و ثقته، فعندما يكون للرأي العام قيمة و أهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال .

3- أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة : هذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة و إحساسها بمسؤولياتها الاجتماعية، و التزامها الصدق، فيما يصدر عنها من معلومات، و كذلك قيامها بتنمية الثقة و الاحترام المتبادل بين طرفين (المؤسسة و الجمهور)¹

4- العمل وفقا لمنهج علمي : حيث تعتمد العلاقات العامة على منهج علمي في الممارسة، و ينحصر هذا المنهج في عناصر عملية العلاقات العامة، و أدواته تتمثل في : البحث- التخطيط - التنفيذ- المتابعة.

فكل خطة أو برنامج أو نشاط للعلاقات العامة، يلتزم بأدوات عملية العلاقات العامة، حيث يتم البدء بالبحث (استمارة قياس، تحليل مضمون، دراسة حالة، ملاحظة، مقابلة...) ثم بناء الخطة و برمجة أنشطتها و تليها مرحلة التنفيذ وفقا لما خطط له مسبقا، و تبدأ المتابعة من بداية العملية، و تختم بالتقييم النهائي².

وظائف العلاقات العامة :

يقصد بوظائف العلاقات العامة عملية تحويل الأهداف إلى مجموعة من الأنشطة العملية التي تمارسها العلاقات العامة خلال العام. و تثبت البحوث العلمية حقيقتين هما :

¹ احمد جردات، لبنان هاتف شامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية و تطبيق، مرجع سبق ذكره، ص، 28.

² علي برغوث، العلاقات العامة :أسس نظرية و مفاهيم عصرية، مرجع سابق، ص، 36.

1- اختلاف الوظائف من منظمة إلى أخرى، حتى لو كانت المنظمات متماثلتان في النشاط و الحجم. أن هناك عادة اختلاف بين الوظائف المحددة رسميا لأفراد العلاقات العامة في وصف الوظائف، وبين الوظائف التي يمارسونها بالفعل¹

يرى كل من كاتليب وسنتر و بروم أن العلاقات العامة تنهض بمجموعة من الوظائف هي :

1- تسهيل و تأمين انتقال الآراء بين الطرفين هما : الجمهور و المنظمة و ذلك بهدف خلق التوازن بين سياسات المنظمة من جانب و احتياجات الجمهور من جانب آخر.

2- اطلاع المسؤولين في المنظمة على السبل المناسبة لتنفيذ البرامج العملية و الاتصالية بهدف مضاعفة درجة القبول نحو المنظمة .

3- تقديم المشورة و تنفيذ البرامج المعدة بهدف توسيع دائرة التفاعل بين السياسات و العمليات التنفيذية من جهة و زيادة العلاقات العامة الايجابية من جهة أخرى²

ويرى بير نايس بان العلاقات العامة ثلاث وظائف تاريخية هي : إعلام الناس و إقناعهم و إدماجهم بعضهم مع بعض . و وظيفة الإدماج ووظيفة هامة للعلاقات العامة التي تسعى إلى تكيف الناس والى أن يقوموا بالتفسير و إلى اندماج الأفراد و الجماعات و المجتمع. و فهم الناس أساسي في ظل المجتمع التنافسي، و المعرفة هامة لكل فرد للتعامل مع الجمهور، و من خلال العلاقات العامة يمكن للفرد أو للجماعة أن يضمن القرارات العامة المستندة إلى المعرفة و الفهم³

أما كان فيلد فقد ركز بشكل أساسي على مجموعة الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي و هي تتمثل فيما يلي :

¹ حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس و المهارات)، مؤسسة الطوبجي للتجارة و الطباعة و النشر، القاهرة، 2008م، ص36.

²علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة، ص8.

³خليل أبو إصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص99.

- تفسير و شرح آراء الجماهير الداخلية للإدارة العليا و ذلك عن طريق توفر المعلومات عن مواقف (آراء و اتجاهات الجمهور الداخلي) .

2- تقديم النصح و المشورة إلى الإدارة فيما يتعلق بالتعامل مع الجمهور الداخلي بالمنظمة.

3- القيام بأبحاث الرأي العام و تقويم تأثير برامج العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمنظمة

4- وضع البرامج و الخطط الخاصة بالعلاقات العامة مع الجمهور الداخلي .

5- العمل على تمكين الجمهور الداخلي من التعبير عن وجهة نظره للإدارة و ذلك باستخدام الوسائل الاتصالية المناسبة لتحقيق ذلك¹

أما علي برغوث فيرى أن وظائف العلاقات العامة تتمثل في :

1- الوظيفة البنائية (الوقائية) : تظهر من خلال بناء الأنشطة التي من شأنها أن تسمو و ترتقي بالمؤسسة و كذا التنبؤ بالإحداث المستقبلية ، و الوقاية من الأضرار و المخاطر التي يحتمل أن تتعرض لها المؤسسة. و تمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة البنائية كتلك التي تهدف إلى بناء سمعة المؤسسة مثل (الأنشطة البحثية و قياس اتجاهات الرأي العام ، و إصدار و نشر المواد الإعلامية ، اعداد و تنظيم الاحداث الخاصة ، و أنشطة التدريب) بالإضافة لتصميم البرامج البنائية بأنواعها الساعية إلى حماية المؤسسة من كافة المخاطر المتوقعة و غير المتوقعة .

2- الوظيفة العلاجية (التصحيحية) : تظهر عند الحاجة إلى تصحيح أوضاع خاطئة تعترض سير العمل المؤسسي و للحد من المخاطر التي تحدى بالمؤسسة ، و تتمثل الأوضاع الخاطئة في المشكلات، و الصراعات ، و الأزمات، و الخلافات ، و النزاعات..... و هنا تظهر المهمة التي ظهرت العلاقات العامة من اجلها، أي إعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه، بل و تحقيق الاستفادة القصوى من تلك الأوضاع في تحقيق الوظيفة البنائية²

¹ علي عجوة، كريمان فريد، مرجع سابق، ص، ص، 8، 9.

² علي برغوث، العلاقات العامة، أسس نظرية و مفاهيم عصرية، مرجع سابق، ص، ص، 23، 24.

إذن فان وظيفة العلاقات العامة تتمثل أيضا في تعريف الجمهور بالمنظمة و شرح سياستها و العمل على تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية و كذلك العمل على حماية المنشأة من أي هجوم و تهديد مفاجئ.

المطلب الثالث : وسائل الاتصال في العلاقات العامة

تتعدد وسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة في نشاط العلاقات العامة فمنها وسائل مقروءة و مكتوبة، و هناك وسائل اتصال مسموعة و هناك مرئية، فوجد ان هناك وسائل تستخدم للاتصال بالجمهور الداخلي للمنظمة وهم العاملون بالمنظمة، ووسائل تستخدم للاتصال بالجماهير الخارجية للمنظمة مثل المستهلكين و الموردين و غيرهم¹

إذن يمكن تقسيم الوسائل الاتصالية إلى الأقسام التالية :

1- الوسائل المقروءة : كالكتب و المجلات و النشرات و المراسلات.....الخ.

2- الوسائل المرئية : كالمعارض و السينما الصامتة .

3- الوسائل السمعية : كالمذياع و الهاتف و أجهزة الاتصالات الداخلية.

4-الوسائل السمعية البصرية : كالتلفزيون و الأفلام السينمائية.

و يتم اختيار الوسيلة من هذه الوسائل حسب الجمهور المستهدف .

1-الوسائل (المطبوعة)المكتوبة :

1- الصحف : إن الصحف اليومية أو الأسبوعية ،أي وسائل الاعلام المقروءة مهمة في حقل العلاقات العامة ، وكذلك في نشر الرسائل أو الإعلانات التي تخص برامج و سياسات و مصالح المؤسسة و أخبارها يعود بمرود مؤثر عليها ولا بد للإعلان أو الرسالة أن يكون ذا قيمة فاعلة و

¹ احمد جردات، لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق، ص118.

² فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، الأردن-عمان، ط1، 2011م، ص128.

مؤثرة و أن تصدر بشكل سليم و صحيح، و توقيت دقيق و بشكل مناسب و مفيد وان تصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور. و الصحافة وسيلة ناجحة للاتصال بالجمهور، وهي المصدر الأول للإعلانات و الأخبار، و تعتبر السلطة الرابعة في الدولة باعتبارها أقوى جهاز اتصال¹

ب- **المجلات** : كما أن المجلات بأنواعها تعتبر وسيلة هامة لكل هيئات الإنتاج و الخدمات وهي تتميز بعمق القراءة، لأنها تقرا في أوقات الفراغ و بتداولها عدة أشخاص و لعدة أيام، و يحتفظ بها غالبا للرجوع إليها . و المجلات التي تقدم دراسة كاملة مناسبة على وجه الخصوص للنشر عن الموضوعات أو الهيئات التعليمية المهمة بالخدمات العامة، و المجلات تمارس تأثيرها أيضا من خلال مظهرها و إخراجها.

و لذلك فان المجلات من الوسائل التي تجذب رجال العلاقات العامة كثيرا²

وهناك ثلاث انواع للمجلات في المنظمة وهي : مجلة المؤسسة الداخلية والتي تكون أساسا موجهة للجمهور الداخلي أي تخص العاملين فيها، و هناك مجلة المؤسسة الخارجية والتي توجه إلى جمهورها الخارجي و تعمل على دعم صورة و سمعة المؤسسة و تحتوي على مواضيع تكون محل اهتمام جماهيرها، و النوع الأخير هي مجلة موجهة للكلية الجمهوريين الداخلي و الخارجي حيث كان هذا نوع موجه للجمهور الداخلي فقط إلا انه تحول لكل من الجمهوريين .

ج- **الكتيبات** : وهي وسيلة اتصال خاصة مقروءة في مجال العلاقات العامة، تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من الجماهير بأفكار و معلومات عن المنظمة و سياستها و إنجازاتها، بهدف كسب ثقتهم و تأييدهم، و يتضمن الكتيب بيانات تم جمهور المنظمة، وهنا عدة انواع من الكتيبات، فمنها خاصة بالعاملين و أخرى خاصة بزوار المنظمة توضح لهم أهداف المنظمة و سياستها، و هناك نوع من الكتيبات يوزع على رجال الصناعة و التجارة و غيرهم³

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، الأردن-عمان، ط1، 2011م، ص128.

² محمد البادي، محاضرات في العلاقات العامة، كلية الاعلام، ط2، 2007م، صص، 226، 225.

³ احمد جردت، لبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، صص، 127، 126.

و تساهم الكتيبات في نشر الرسالة الإعلامية على عدد كبير من الأفراد في وقت قصير، و تمتاز بان الحائز على الكتيب يكون لديه وقت كاف لقراءته و استيعاب المعلومات و الأفكار الواردة فيه، مما تعتبر هذه الوسيلة ذات طابع شخصي، و ذلك عن طريق تأثيرها المباشر في نفسية القارئ، بالإضافة إلى ذلك فان القائمين على اعداد الكتيب لديهم عادة الوقت الكافي لإعداد المادة الإعلامية لكي تحقق هدفها المنشود¹

فالكتيبات هي وسيلة اتصال لا تستطيع أي إدارة الاستغناء عنها لذلك فان العاملين في العلاقات العامة مراعاة أهمية هذه الوسيلة من اجل التأثير على الجماهير و تعريفهم الصحيح للمنظمة و أهدافها.

د- المراسلات : هي وسيلة خاصة و مقروءة تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من جماهير المنظمة بالمعلومات و البيانات في المنظمة في شكل خطابات أو رسائل، أو الرسائل الشخصية إلى الأفراد على عناوين منازلهم، لما لذلك من اثر ايجابي في استمرارية العلاقات الطيبة²

وهناك عدة وسائل اتصال داخلية مكتوبة تستخدمها العلاقات العامة داخل المنظمة أو المؤسسة مثل لوحة النشرات أو الإعلانات و البريد المباشر و الملصقات.

2-الوسائل المسموعة :

ا- الإذاعة : تعتبر وسيلة من وسائل الاتصال المسموعة، وفي كل بيت أو سيارة تجرد راديو ينقل البث الاذاعي بما يحتوي عليه من أخبار و معلومات و برامج و إعلانات تساهم في نشر العلوم و الثقافة و كذلك معالجة المشكلات الاجتماعية و إيصال الأخبار³

و يتصف الراديو بالعديد من الخصائص و المزايا الإعلامية وهي :

¹ احمد جردات،لبنان هاتف الشامي،مرجع سابق،ص،ص،127،126.

² مرجع نفسه،ص،127.

³ محمد أبو سمرة،الاتصال الإداري و الإعلامي،دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان،ط2001،ص1،ص138

1- القدرة على الوصول للجماهير في أي مكان، و تخطي حواجز الأمية و الحواجز الجغرافية و عقبات الانتقال في المناطق الوعرة الصحراوية، و العقبات السياسية التي تحول دون وصول وسائل أخرى لمجتمعات معينة¹

2- كما تخلق الإذاعة أمام خبير العلاقات العامة فرصة للوصول إلى الجماهير طيلة أربع و عشرين ساعة، فإذا جد جديد يستوجب توجيه رسالة تحذيرية فانه من الممكن توجيهه في التو و اللحظة، أما الصحف يتوجب الانتظار حتى صدور العدد في الصباح.

و ينصح خبراء العلاقات العامة أن تكون البرامج الإعلامية المستخدمة في العلاقات العامة عن طريق الإذاعة في صورة حوار بين شخصين أو أكثر لان المستمع في هذه الحالة يدخل طرفا في المناقشة و يتابعها بشغف²

فهي تمكن رجل العلاقات العامة للاتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار و المعلومات و البرامج و الندوات.

ب- الاتصال الهاتفني : وهو نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة، و تبرز أهميته في أن الكلمة المسموعة و المباشرة من الشخص يكون لها تأثير قوي على الشخص الآخر الذي يتم التحدث معه، من الكلمة الصادرة عن نفس الشخص، كما انه من خلال الحديث الهاتفني يمكن للمتحدثين تبادل الرأي و المناقشة و إزالة الخلافات بسرعة، كما أن تكلفة استخدام هذه الوسيلة بسيطة³

3-الوسائل السمعية البصرية :

التلفزيون و السينما : تشترك السينما و التلفزيون بنقل الصورة المتحركة و الصوت إلى المتلقي، و من ثم فإنهما يخاطبان حاستي السمع و البصر و يمكن للمتصل به (المشاهد) أن يسيطر على تعرضه

¹ محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، كلية الاعلام-جامعة القاهرة، مرجع نفسه، ص،170.

² محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، كلية الاعلام-جامعة القاهرة، مرجع نفسه، ص،172.

³ احمد جردات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق، ص،128.

للمرسلة ، كان يقفل جهاز التلفزيون، أو ينسحب من مشاهدة الفيلم. و هاتان الوسيلتان يمكن أن يحتفظ برسائلهما.

يحتاج كل من التلفزيون و السينما إلى مؤسسات كبيرة لتديرهما و تنفق عليهما، وهي مؤسسات في طبيعتها باهظة التكاليف، و تحقق من الوظائف وظيفة متميزة تغطي على غيرها من الوظائف وهي وظيفة الترفيه، و الرجوع في التلفزيون منخفض نسبيا، بينما يكون الرجوع للسينما أكثر و أوضح، فمن خلال ما يسمى (بالشباك) يمكن معرفة استجابة الجمهور للفيلم أو عزوفه عنه¹

أفلام العلاقات العامة : تستخدم أفلام العلاقات العامة للاتصال بجماهير متنوعة، و يطلق عليها بعض الاصطلاحات مثل الأفلام التعليمية أو الأفلام التسجيلية وهي أفلام ناطقة و متحركة أو أفلام تصويرية صامتة وهناك وسيلة أخرى تتصل بأفلام العلاقات العامة وهي الشرائح المصورة الشفافة.

وهناك مزايا يحققها استخدام الأفلام في العلاقات العامة، فوسائل الاتصال المرئية تعتبر من أقدم وسائل الاتصال و من أكثرها تأثيرا.و يعتقد العلماء أن التأثيرات المرئية تجذب الاهتمام أكثر من التأثيرات المسموعة، ثم إن حاسة البصر أسرع في تسجيل الصور داخل العقل، فعندما يجتمع الصوت مع الصورة في الفيلم فانه يصبح من أقوى الوسائل المؤثرة في الاتصال²

إضافة إلى هذه الوسائل هناك وسائل أيضا تنتجها العلاقات العامة تتمثل فيما يلي :

الاجتماعات الدورية : وهي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي المباشر كالاتتماعات بين رئيس الجامعة و أعضاء الهيئة التدريسية أو المدير العام مع مديري الأقسام في دائرته، لغرض بحث مواضيع معينة.وتتيح هذه الوسيلة للاتصال الفرصة للتعرف على مطالب و احتياجات الجمهور الخاص و إمداده بكافة المعلومات و الحقائق التي تنقصه، و إتاحة الفرصة لكي يعبر عن رأيه و وجهات نظره بشأن سياسات و برامج و إنجازات المنظمة³

¹ خليل أبو إصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، مرجع سابق، ص، ص، 32، 33.

² محمد البادي، محاضرات في العلاقات العامة، كلية الاعلام، ط2، 2007، م، مرجع سابق، ص251.

³ احمد جردت، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق، ص129.

الدعوات العامة و الزيارات الإعلامية : إن الدعوة العامة أو المفتوحة يمكن أن تخدم في أغراض كثيرة باعتبارها أداة هامة للعلاقات بالمجتمع، حيث من خلالها إعلام العملاء و الموردين و المستهلكين و رجال الصحافة كيف تعمل المنظمة على الطبيعة، وهو أمر يكفل اندماجهم في المنظمة و معاشتهم لواقعها و ارتباطهم بها و شعورهم بالانتماء إليها¹

التقرير السنوي : يحتزل و يوثق و يستعرض الخطة التي تم تنفيذها خلال العام المنصرم، و كل النشاطات و البرامج التي تم تنفيذها، و حصر الانجازات التي تم تحقيقها. و يصدر نهاية كل عام. و يهدف أساسا إلى اطلاع المساهمين (حملة الأسهم) في المؤسسة على كل ما يتعلق بالمؤسسة، من كافة النواحي، المالية و المهنية. و إلى تقييم أنشطتها، و بدأت المؤسسات في تحقيق أهداف اتصالية من خلال هذه التقارير²

المعارض : وهي وسيلة هامة من وسائل الاعلام سواء المعارض الصناعية و التجارية أو الزراعية و غيرها، حيث تعرض نماذج لأعمال و خدمات المنظمة مدعمة بخرائط و رسوم بيانية و أفلام و غيرها، و تكون المعارض دائمة أو مؤقتة .

الأحاديث و الخطب العامة : إن الكلمة المنطوقة أو الشفوية مازالت أكثر أشكال الاتصال قوة و فاعلية، و لهذا فالحديث أو الخطبة العامة من الأدوات الرئيسية لممارس العلاقات العامة، و الأحاديث و الخطب العامة وسيلة اتصال مباشرة مسموعة³

إذن فإن الاتصال في إدارة العلاقات العامة ذو هدفين، هدف إداري و هدف اجتماعي في نفس الوقت و أن المنظمة عامة و قسم العلاقات العامة خاصة يعتمد على وسائل الاتصال لنقل المعلومات و كذلك تلقي المعلومات و شرح أهداف الإدارة من خلال هذه الوسائل و بمختلف أنواعها.

المطلب الثاني: الصورة الذهنية في العلاقات العامة

¹ احمد جردات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق، ص129.

² علي برغوث، أسس نظرية و مفاهيم عصرية، مرجع سبق ذكره، ص129.

³ احمد جردات، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ، مرجع سابق، ص، ص134، 133.

1- تعريف الصورة الذهنية : هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد و الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، و تتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة و غير المباشرة و ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد و اتجاهاتهم وعقائدهم، و بغض النظر عن صحة و عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوءه إلى ما حولهم و يفهمون و يقدرّون على أساسها¹

يعرف "هارولد ماركس" الصورة الذهنية للمنظمة بأنها "إجمالي الانطباعات الذاتية للجمهور عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي مشاعر تخلقها المنظمة لدى الجمهور بتأثير ما تقدمه من منتجات، و تعاملاتها مع الجمهور، و علاقتها مع المجتمع، و استثماراتها في النواحي الاجتماعية و مظهرها الإداري، و تندمج تلك الانطباعات الفردية و تتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة²

2- سمات الصورة الذهنية : في ضوء السياق السابق في استعراض تعريف الصورة الذهنية يمكننا أن نؤشر النقاط الآتية و التي تحدد سمات الصورة الذهنية وهذه النقاط هي :

أولا : تتسم الصورة الذهنية بان لها إطارا زمنيا سابقا، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.

ثانيا : تتسم الصورة الذهنية بان لها إطارا ذاتيا حسيا، بمعنى أن الصورة الذهنية تنبع من مقدرة الإنسان الحسية.³

ثالثا : تباين الصورة الذهنية، بمعنى أن الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر و من جماعة إلى أخرى و من مجتمع إلى آخر إلا أنها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما، وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.

¹ علي عجوة، الصورة الذهنية، مرجع نفسه، ص10.

² علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات، مرجع سابق، ص128.

³ موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، ط1، 2004، ص، ص57.

رابعاً : تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة، على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطاً أساسياً في الصورة الذهنية، جميع الأحيان مقياساً للصورة الذهنية.

خامساً : الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها أحد مصادر بناء و تكوين الاتجاه.

سادساً : الصورة الذهنية ديناميكية، بمعنى أنها متغيرة غير ثابتة سواء أكان التغيير بطيئاً أم سريعاً وهذا التغيير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.

سابعاً : الصورة الذهنية أداة تحكم، بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدد و يضبط السلوك و الأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير.

ثامناً : الصورة الذهنية مكونة للصور، بمعنى أن تكون و تنشئ صوراً ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية، بناء على ما تمتلكه من صورة ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.

تاسعاً : الصورة الذهنية تفكير استدلاي، بمعنى الانتقال من الخاص إلى العام (مثير) ← صورة

← ذهنية (حكم) و يعد التفكير الاستدلاي أكثر أنواع التفكير شيوعاً¹

إذن إن الصورة الذهنية تتصف بالقدم و التراكم وهي تلك الصور العقلية عن المنظمة أو الشخص أو المجتمع الموجودة لدى الجمهور فهي مجموع انطباعات مكونة في أذهان و عقلية الجماهير.

3-أنواع الصورة الذهنية : الصورة الذهنية تتولد في الذهن و تصنف إلى تصنيفات و أنواع متعددة تختلف تبعاً لمصادر تكوينها و تبعاً لسماتها و خصائصها التي بنيت عليها وهي :

1- الصورة المرآة : و تعني صورة الواقع الذي يرى فيه المصدر نفسه.

2- الصورة الحالية : و تعني الصورة التي يرى فيها الجمهور المصدر²

3- الصورة المرغوبة : وتعني الصورة المراد بناؤها في أذهان الجمهور.

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مرجع نفسه، ص، 58.

² موسى باقر، المرجع نفسه، ص، 60-61.

- 4- الصورة المثلى : و تسمى بالمتوقعة أيضا، وتعني أفضل حالات الصورة المرغوبة.
- 5- الصورة المتعددة : و تعني تعدد انواع و أشكال الصور لدى الجمهور وهي بلا حكم نهائي موزعة بشكل سلبي و ايجابي .
- كما أشار أيضا "فيليب موريل" إلى أربعة انواع للصور الذهنية :
- 1- الصورة المؤسسية : وتكون على المستوى الوطني.
 - 2- الصورة المهنية : وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.
 - 3- الصورة العلائقية : وترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور.
 - 4- الصورة العاطفية : التي تقوم على أساس الود و التعاطف بين المؤسسة و الجمهور¹

المطلب الثاني : التخطيط في العلاقات العامة

- 1- **تعريف التخطيط** : تحديد الأهداف و وضع السياسات و وضع طرق العمل و إجراءات التنفيذ و اعداد الميزانيات التقديرية للأنشطة المختلفة وعلى مستوى المشروع، ثم وضع البرامج الزمنية بناء على ذلك و بما يحقق الأهداف الموضوعية²

و بما أن تطرقنا إلى تعريف التخطيط فلا بد أن نتطرق إلى تعريف التخطيط الإداري

- 2- **التخطيط الإداري** : ويقصد به كل ما يحدد مقدما ما سوف يتم عمله و على أساسه تحدد عمليات التنظيم و حشد القوى المادية و البشرية و الإشراف و الرقابة³
- 3- **انواع خطط العلاقات العامة** : تتنوع خطط العلاقات العامة باختلاف المعيار الذي يتم من خلاله صياغة خطة العلاقات العامة، حيث تتعدد هذه المعايير وفقا لما يلي :

¹ موسى باقر، المرجع نفسه، ص، ص، 60- 61.

² صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق، عمان، ص179

³ علي عوجة، محمود يوسف، إدارة و تخطيط العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص، 2.

1- خطط وفقا للمعيار الزمني:

أ- خطط طويلة المدى : وهي التي تغطي خمس سنوات فأكثر، وهي غالبا ما يطلق عليها الخطط الإستراتيجية للعلاقات العامة. و بصفة عامة فهي تتضمن تحديد الأهداف بعيدة المدى،و التي تستطيع من خلالها العلاقات العامة الاستعداد لكافة فرص الحصول عليها في المستقبل البعيد، وهي في ذاتها وسيلة لقياس مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهدافها .

ب- خطط متوسطة المدى : وهي التي توضع لتغطي سنة واحدة فأكثر،و تتضمن تحقيق بعض الأهداف الفرعية

ج- خطط قصيرة المدى : وهي التي تغطي سنة فاقل، وهي تعد عادة لتغطية موقف خاص أو هدف قصير المدى¹

2- التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه :

أ- التخطيط الوقائي : وهو عبارة عن تخطيط قائم على دراسة شاملة و موثقة للأحداث و المعطيات و الشواخص، و أشبه ما يكون بإجراء بحوث رصينة ، يستهدف هذا النوع العقلاني غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات متماسكة و حميمية بين المنظمة و جماهيرها المختلفة ، و ذلك من خلال العمل المتناوب و الدءوب لإزالة جميع حالات سوء الفهم أو تعارض المصالح و في مقدمة هذه الغايات كسب الأصدقاء و العملاء للمنظمة عن طريق دعم الثقة، و توثيق العلاقة بين المنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية، و القضاء على عوامل سوء الفهم أو الشك أو التذمر أو القلق أو ظهور رأي عام سلبي في مضمار معين و تحرص المنظمات الكبيرة عادة على إتباع هذا النوع من

التخطيط من منطلق (الوقاية خير من العلاج) فهي بهذا تتجنب الوقوع في مشاكل هي في غنى عنها طالما أنها قادرة على منعها أو الاحتياط لها²

¹ حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة الأسس و المهارات، مرجع سابق، ص59.

² بشير العلاق،تخطيط و تنظيم برامج و حملات العلاقات العامة،دار اليازوري،2009، ص48.

ب- التخطيط العلاجي : يتسم هذا النوع من التخطيط بالسرعة و الخدم، ما يتطلب نوعا من الإعداد الأولي يختلف باختلاف طبيعة عمل المنظمة و انواع الأخطاء التي يحتمل حدوثها في أي وقت . و يقوم هذا النوع من التخطيط على أسس علمية بعيدة الأمد، إذ أن كل ما يتطلبه هو اعداد برنامج عمل جهود لمواجهة الأزمات و المواقف الحادة، مثل حدوث حريق في مخازن الشركة أو توقع سقوط إحدى الطائرات نقل المسافرين، هذه التوقعات تتطلب وجود خطط واضحة المعالم لمواجهةها حال حدوثها¹

كما تشمل هذه الخطط مواجهة الشائعات و الحملات الإعلامية المضادة و ذلك من خلال دراسة و تحليل الموقف و اختيار البدائل المختلفة²

المطلب الثالث : أنشطة العلاقات العامة

و يمكن تحديد ثلاث محاور رئيسية لنشاط العلاقات العامة وهي :

1- محور الاعلام : حيث يشمل :

1- التعريف بالمنظمة من خلال الشرح و التفسير عبر وسائل الاعلام المختلفة و المناسبة و بلغة سهلة الفهم للجماهير المعنية .

2- تخطيط و تنفيذ برامج العلاقات العامة و حملاتها³

3- اعداد و تحرير الكتيبات و الأدلة و التقارير و المطويات و النشرات و المطبوعات الأخرى

4- اعداد و تحرير البيانات و المعلومات و إيصالها لوسائل الاعلام المختلفة .

5- اعداد و تحرير مجلة المنظمة و دورياتها المختلفة

¹ بشير العلاق، تخطيط و تنظيم برامج و حملات العلاقات العامة، المرجع نفسه، ص49.

² حمدي شعبان، مرجع سابق، ص61.

³ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص74.

6- تخطيط و تنفيذ الملصقات و الإعلانات.

7- تنظيم اللقاءات و المؤتمرات و الندوات و الحفلات.

8- تنظيم الزيارات و الرحلات و اليوم المفتوح و الاستقبالات و المعارض.

9- اعداد كافة انواع المواد الإذاعية و التلفزيونية .

10- الإشراف على لوحة الإعلانات في المنظمة .

11- القيام بحملات جمع التمويل المناسب لأنشطة المنظمة .

12- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة .

2- محور الاستعلام :

1- إجراء البحوث و الدراسات و جمع المعلومات عن جمهور المنظمة أو الرأي العام و الوصول إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها اتجاه المنظمة.

2- تحليل اتجاهات الجمهور و الرأي العام اتجاه المنظمة و متابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها و دعم الايجابية منها اتجاه المنظمة .

3- التأكد من صحة المعلومات التي تنقل للجمهور، و العمل على تصحيحها و تدارك الموقف في حال كون هذه المعلومات غير صحيحة

4- متابعة شكاوي الجماهير و التعرف على أسبابها و تقديم الحلول لها

5- متابعة ما ينشر عن المنظمة في وسائل الاعلام المختلفة ، و التصدي للرد على أي شائعات أو أخبار كاذبة أو معلومات مضللة و غير صحيحة عن المنظمة¹

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص، ص، 74، 75.

3- محور التنسيق :

- 1- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة
 - 2- ربط أنشطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى في المنظمة و التنسيق فيما بينها بما يمنع التداخل و التعارض بينها
 - 3- تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المنظمة ، و المشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر في جماهير المنظمة .
 - 4- تأمين الاتصال بين الإدارات المختلفة في المنظمة.
 - 5- التنسيق بين الإدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام و التكيف فيما بينها و بين الجمهور الداخلي و الخارجي للمنظمة¹
- فهذه الأنشطة تمثل جانب أساسي في إدارة المنظمة، فهي لا تسعى فقط لخلق جو من التفاهم و التعاون المشترك بين المنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية بل تعتمد على وجود سياسة سليمة و إعلام صادق.
- إضافة إلى دعم الرأي العام لنشاطات المنظمة له تأثير قوي في نجاح المنظمة و الوصول إلى هدفها من خلال وسائل الاتصال العديدة.

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع نفسه، ص،ص،76،75.

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال تطرقنا للفصل الأول عن العلاقات العامة و إدارة العلاقات العامة نستنتج أنها نشاط يستهدف الاتصال لخلق التفاهم المشترك بين المنظمة و الأفراد المتمثلة في الجماهير، و يكون ذلك من خلال معلومات مبسطة عبر وسائل إعلامية متطورة و متنوعة بهدف رضا الجمهور.

حيث أن عمل العلاقات العامة يتضمن أنشطة مختلفة و سياسات مدروسة تقوم على منهج علمي مدروس يتمثل في التخطيط و كذلك البحث و دراسة رأي جماهير المنظمة. فكل هذه الجوانب مهمة لمساعدة إدارة العلاقات العامة في تنفيذ سياستها و الحصول على المعلومات الصحيحة و في مقابل ذلك تقديم إعلام صادق.

الفصل الثالث: الثقافة الأمنية و المؤسسة الشرطة

المبحث الأول: الثقافة الأمنية

المطلب الأول: الثقافة الأمنية و مفاهيم مشابهة لها

المطلب الثاني: وظائف الثقافة الأمنية

المطلب الثالث: الإجراءات اللازمة لنجاح برامج الثقافة الأمنية

المبحث الثاني: العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة

المطلب الثاني: رجل العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة مع الجمهور

المطلب الثالث: التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسة الشرطة

تمهيد :

الثقافة الأمنية تعد نشاطا إعلاميا ذات طابع امني، فهي تهدف إلى إيجاد تشارك بين المجتمع و الأجهزة الأمنية لمنع المخاطر و الجرائم و الوقاية منها ، و نجد العلاقات العامة هنا تلعب دورا هاما في نشر الثقافة الأمنية و تعميم الوعي بين الأفراد و الجماعات في المجتمع من خلال مختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسات الشرطة عن طريق العلاقات العامة .

المبحث الأول : الثقافة الأمنية.

المطلب الأول : تعريف الثقافة الأمنية و المفاهيم المشابهة لها.

1- الثقافة الأمنية : عرفها المالكي "أنها مجموعة العلوم و المعارف و المهارات التعليمية و التدريبية و التقنية، و التي لابد لرجل الأمن أن يتسلح بها عن طريق الالتحاق بالمؤسسات الأمنية لتنمية مداركه اللازمة في مختلف القطاعات و الوحدات و الأقسام الأمنية".

كما عرفها عبد العزيز " الثقافة الأمنية هي القيم و الأخلاق الرفيعة و المعارف العامة و المعلومات الأمنية التي لها صلة بعمل رجل الأمن"¹

2- الحس الأمني : " صفة خاصة من صفات الشخصية التي تمكن من يمتلكها من التعرف على الأشياء و إدراكها و التمييز بينها ، و من ثم تفسيرها تفسيراً صحيحاً ، و التوقع الصادق لكل الاحتمالات كما تمكنه من أن يستشعر الأخطار و يعرف مصادرها و بالتالي يستطيع القضاء عليها قبل وقوعها أو مواجهتها بفاعلية فور وقوعها"²

3- الاعلام الأمني : " هو النشر الصادق للحقائق و الثوابت الأمنية و الآراء و الاتجاهات المتصلة بها و الرامية إلى بث مشاعر الطمأنينة و السكينة في نفوس المتلقين من خلال تبصيرهم بالمعارف و العلوم الأمنية ، و ترسيخ قناعاتهم بأبعاد مسؤوليتهم الأمنية ، و كسب مساندتهم في مواجهة صنوف الجريمة و كشف مظاهر الانحراف"³

أما ناجي فيرى الاعلام الأمني " هو مختلف الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر بهدف توجيه الرأي العام لتحقيق الخطة الشاملة و التصدي للأسباب الدافعة لارتكاب الجريمة و التوعية بأخطار و مخاطر الجرائم و إرشاد المواطنين بأسلوب يضمن عدم وقوعهم فريسة للجريمة أو التورط في ارتكابها و كذا تبصير الجمهور بأساليب الوقاية من الجريمة من خلال تدابير مختلفة و تنمية حسهم الأمني و

¹ مرنيش اونيسة، الثقافة الأمنية، مجلة أفاق العلوم، جامعة الجلفة، العدد السادس، 2017، ص343.

² علي بن فايز الجحني، لمحات في تنمية الحس الأمني، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006م، ص5.

³ محمود شاكر سعيد، خالد بن عبد العزيز الحرفش، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، 2010، ص54.

إشعارهم بمسؤوليتهم الجماعية في مكافحة الانحراف و الجريمة و نشر الحقائق عن الاحداث الأمنية دون تهويل أو تهوين، بالإضافة إلى تشجيع المواطنين على التعاون مع رجال الشرطة و دورهم الإنساني و الاجتماعي و إسهامهم في حفظ حركة الحياة بانتظام و باضطراد مع إظهار تمنيات رجال الشرطة لتحقيق الأمن و الأمان¹

يعد مفهوم الاعلام الأمني من المفاهيم الحديثة و التي ظهرت نتيجة التطور الاجتماعي في العقد الأخير من القرن العشرين، و كنتيجة للتقدم الهائل لوسائل الاعلام و الحاجة إلى الاستفادة من تأثيرها الجماهيري، مما ساعد الكثير على تحقيق أهدافها و تحسين صورتها لدى المتعاملين على غرار المؤسسات الأمنية²

من خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن هذه المفاهيم كلها تستهدف إثارة الوعي لدى الجماهير، و أيضا التعريف بجهود المؤسسة الأمنية و الدور الأمني الذي تقوم به، و ضرورة تعاون الفرد أو المواطن مع المؤسسة الشرطة و ذلك من خلال المساهمة في المحافظة على امن و سلامة مجتمعه.

المطلب الثاني : وظائف الثقافة الأمنية

تكمن وظائف الثقافة الأمنية فيما يلي :

1- الإسهام في عملية الضبط الذاتي : فالضبط الاجتماعي هو قوة ضابطة يمارسها المجتمع على أفراده لحماية مقوماته و الحفاظ على قيمه و مواصفاته ، و يقاوم بها كل ما يتعرض له من انحراف سلوكي أو فعل إجرامي من خلال أعرافه و تقاليده على المستوى الرمزي و أجهزته المادية الضابطة على المستوى الفعلي .

2- الإسهام في الأمن الوقائي : و تكمن في تربية الفرد على مبدأ اتخاذ الاحتياطات الأمنية الواقية من الجريمة و الانحراف و كذا تربيته على احترام الأنظمة و التقيد بها ، فالوقاية كما يقال : " درهم

¹ محمود عزت اللحام ، ماهر عودة الشمالية ، مصطفى يوسف كافي، الاعلام الأمني، دار الإعصار العلمي، ط2015، 1م، ص، ص، 80-81.

² جعفر جابر: الأخبار الأمنية عبر الصحافة المكتوبة الجزائرية- دراسة تحليلية لنشاطات امن ولاية غرداية 2019، مذكرة لنيل شهادة ماستر مهني، تخصص الاتصال الاستراتيجي و الأمن الوطني، المدرسة العليا للصحافة و علوم الاعلام، ص، ص، 28، 26.

وقاية خير من قنطار علاج " و عليه فهي تسعى لإبعاد الفرد عن البيئة الاجتماعية الدافعة للإخلال بالأمن و مخالفة القوانين الأمنية .

3- الإسهام في أعمال ضبط الجرائم و المخالفات الأمنية : و ذلك من خلال تكوين وعي امني لدى الأفراد ليساهموا في إنجاح دور رجال الأمن في ضبط كل ما يعكر الأمن الاجتماعي، وهو ما يتطلب دقة المعلومات و صحتها و سرعة وصولها لأجهزة الأمنية لتمكن من ضبط المخالفات الأمنية و الجرائم، و ينبغي على الفرد أن يعرف طبيعة مساعدته لرجال الأمن و التي تتمثل في :

- أ- الإبلاغ عن الحوادث الأمنية بالسرعة الممكنة .
- ب- الإدلاء بالشهادة المطلوبة و عدم إخفاء أي معلومة تفيد في ضبط المخالفات الأمنية
- ج- عدم التستر على من له علاقة بإخلال الأمن، فالتستر نفسه هو جزء من إخلال الأمن.
- د- تسهيل عمل الجهات الرسمية المكلفة بضبط المخالفات و عدم إعاقة عمل تلك الجهود.
- هـ- التقيد بالتعليمات و الأنظمة الأمنية حتى لا يحدث تجاوز من قبل الأفراد في هذا الجانب.

4- الإسهام في عملية الإصلاح السلوكي : تساهم الثقافة الأمنية في إصلاح سلوك من يتسمون بسلوك لا يتسق مع المعايير الأخلاقية و الاجتماعية السائدة، من خلال التوجيه ، التشجيع و العقاب، و عمليتي التوجيه و العقاب و الإرشاد ليست هدفا بحد ذاته بقدر ماهي وسيلة لإصلاح الفرد الجانح و ضبط سلوكه .

5- الإسهام في عملية الوحدة الاجتماعية بين مواطني الدولة¹ : تتمثل الوحدة بين أبناء المجتمع عاملا مهما لتماسكه و توافقه، وان خلل الوحدة الاجتماعية يشكل خلل بالأمن الاجتماعي و الوطني، و لذلك فان الثقافة الأمنية تعد الأفراد ليكونوا عوناً في تحقيق ذلك، و تربيتهم على تجسيد معاني الوحدة و الاتفاق و تربيتهم على المحافظة على استقرار المجتمع

¹اونيسة مرنيش، الشرطة الجوية و الثقافة الأمنية في الجزائر، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 30، الجزء الثاني، ص126

لكن عبدا لله الصعيدي في كتاباته على أن الثقافة الأمنية وظيفتين رئيسيتين هما :

أ- **التنشئة الاجتماعية الأمنية للفرد** : و التي تتمثل من خلال التعريف بالسلوكيات المقبولة و الغير مقبولة اجتماعيا و تعريفه بالأعراف القانونية و الاجتماعية و بنوعية العلاقات السائدة في المجتمع

ب- **الضبط و التحكم** : حيث تعمل الثقافة الأمنية على توجيه الأفراد من خلال المواد المكتوبة و الغير المكتوبة التي توضح للفرد الخطوط التي عليه إتباعها في سلوكه مما يشكل ضبط داخليا للفرد¹

نستنتج من خلال وظائف الثقافة الأمنية أنها تستخدم لنشر الوعي بين كل فئات المجتمع لمنع الوقوع في المخاطر الأمنية و الجرائم بمختلف أنواعها ، من اجل خلق مسؤولية اجتماعية تقوم على الاستقرار و التماسك الاجتماعي و يكون ذلك على تأكيد تضافر كافة الجهود الأمنية و الاجتماعية و المدنية و التربوية و التفاعل مع كل الاحداث لتحقيق الثبات و الاستقرار.

المطلب الثالث : الإجراءات اللازمة لنجاح برامج الثقافة الأمنية.

لنجاح برامج الثقافة الأمنية تقوم الأجهزة الأمنية بتنفيذ جملة من الخطوات و برامج عملية و إجراءات إدارية و تنفيذية لكن تبقى غير كافية لتطوير هذه التجربة و نجاحها، و عليه يجب الأخذ بعين الاعتبار بعض الأساليب الجديدة لتنمية و نجاح الثقافة الأمنية المعاصرة و عدم تجاهلها في مجتمعاتنا العربية من بينها :

- 1- التعاون مع القطاعات الإعلامية في الترويج و التهيئة لبرامج الثقافة الأمنية و تنمية الحس الأمني.
- 2- تأسيس مراكز الدعم الإعلامي بالاشتراك مع الأجهزة (الشرطة) و التربوية لنشر برامج تعليمية و تكوينية للتربية الأمنية و أنشطتها لغرض تعميم الثقافة الأمنية²
- 3- تأليف الكتيبات و المطويات و تصميم المنشورات و الملصقات الإعلامية لتوسيع نطاق النشر لهذه الثقافة القانونية و النظامية ليتمكن كل فرد من التعرف على حقوقه و واجباته.
- 4- تقديم إحصاءات و أفلام أمنية توعوية تحمل موعظ أخلاقية و لتبصير المجتمع بالوسائل التي يستخدمها المجرمين في ارتكاب جرائمهم.
- 5- العمل على إقامة لجان و فرق عمل مشتركة بين وزارة الداخلية و وزارة التربية و التعليم.

¹ اونيسة مرنيش، الشرطة الجوية و الثقافة الأمنية في الجزائر، المرجع نفسه، ص127.

² مرجع نفسه، ص130.

- 6- الاستعانة بالمختصين في مجال التربية و علم الاجتماع و علم النفس و الشريعة الإسلامية لتطوير برامج و إستراتيجية التربية الأمنية للأجيال.
- 7- العمل على اعداد المواد السمعية و البصرية لدعم المحتوى التعليمي
- 8- تشجيع الشباب على الانخراط في مجالات التطوع و المشاركة الأمنية و دعوة بعض الشخصيات الرياضية و الفنية و العلمية لاستضافتها للمشاركة في البرامج التثقيفية المعتمدة من طرف الأجهزة الأمنية.
- 9- إقامة المعارض الأمنية و دعوة الأسر و أولياء الأمور للمشاركة فيها (أبواب مفتوحة).
- 10- اعتماد أساليب الحوار و المناقشة و المشاركة و كسب الثقة مما يعزز تفاعل الأفراد و يدعم مشاركتهم بصفة فعالة ولا يتحقق ذلك إلا من خلال المحاضرات و الملتقيات و ندوات مختلفة.

و علينا أن نشير أن هذه المحاضرات تلقى من قبل أفراد مؤهلين يمتلكون القدرة على التأثير و على مخاطبة الشباب و جلب انتباههم و أن تستغل و تستخدم الرسائل المرئية و المسموعة و العروض الحاسوبية و تقديمها بصورة مشوقة لكي ينجذب نحوها الطلاب بصفة خاصة و المجتمع ككل بصفة عامة¹

إن كل هذه الإجراءات الأمنية المتخذة لنجاح برامج الثقافة الأمنية هي تخدم و بصفة خاصة المؤسسة الأمنية لتعميم الثقافة الأمنية و التأكيد على مبدأ المسؤولية الاجتماعية بين الشرطة و المجتمع، فالثقافة الأمنية هي العمود الأساسي للفرد و المجتمع تسعى لبث شعور الأمن و الاطمئنان في مختلف الجوانب الحياتية.

المبحث الثاني : العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة :

إن العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة تعمل على إيجاد صورة طيبة عنها لدى المواطن و التأثير في سلوك الجماهير في الاتجاه الذي يخدم هدف المؤسسة لذلك تطرقنا إلى بعض تعريفات العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة وهي :

¹ اونيسة مرنيش، الشرطة الجوية و الثقافة الأمنية في الجزائر، المرجع نفسه، ص131.

تعرف العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية " أنها نشاط مزدوج يتضمن إسداء النصح لإدارة المؤسسة الأمنية بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام، كما يتضمن إعلام الجماهير بما تحققة الأجهزة الأمنية من أعمال و ذلك عن طريق الاعلام الصادق و الهادف "1

و يرى جاسم خليل ميرزا العلاقات العامة في الشرطة كمؤسسة أمنية بمدلولها الوظيفي : " أنها 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 "2

و تعرف العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بأنها : " تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل و المخطط سلفا للاتصال بالجماهير بغرض توعيتهم و إرشادهم و إقناعهم بما يؤديه الجهاز الأمني من خدمات لتحقيق أمنهم ، و كذا العمل على كسب ثقتهم و احترامهم و تأييدهم لرجال الأمن "3

المطلب الثاني : رجل العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية مع الجمهور :

1- تعريف رجل العلاقات العامة : هو الشخص الذي يقوم بدور المحلل و الداعية و يحلل انطباعات الناس و سلوكهم و ينقلها إلى المؤسسة التي يعمل بها و يفسر مزاج الناس و اتجاهاتهم و رغباتهم و ردود أفعالهم المحتملة اتجاه المؤسسة.

و يحافظ رجل العلاقات العامة على العلاقة الطيبة بين المؤسسة و الجماهير و يحاول إبراز صورة المؤسسة و يتعلم أساليب الاتصال و العلاقات الصناعية و السياسية، فالعلاقات العامة فن تطبيقي لكسب ثقة الجمهور و رضاه و قد تحسنت الوسائل المستخدمة في دراسة العلاقات العامة في الوقت الحاضر في المعاهد و الجامعات، و يجب على رجل العلاقات العامة في أي مؤتمر كان محليا أم إقليميا أم دوليا أن يضع نصب عينيه الاهتمام بالأخبار التي تنشر عن المؤتمر سواء الداخلية أم الخارجية ، و

¹ فوزي ايت اعم رمزيان، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الايجابية عن المؤسسة الأمنية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، 11(03)/2019 الجزائر : جامعة قاصدي مباح و رقلة، ص245.

² فوزي ايت اعم رمزيان، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الايجابية عن المؤسسة الأمنية، مرجع نفسه، ص245.

³ ليث عبد اللطيف عبد الغني: **توظيف العلاقات العامة في بناء الوعي الأمني لمكافحة الإرهاب** -دراسة مسحية للعاملين في المديرية العامة للعلاقات و الاعلام في وزارة الداخلية /بحث مستل من رسالة ماجستير، ص03.

هذا يقتضي منهم أن يكونوا على صلة طيبة مع وسائل الاعلام و خاصة الفضائيات و وكالات الأنباء و شبكات الإذاعة و التلفزيون لان هذه الوسائل ستنتقل الصورة إلى الرأي العام و الجمهور¹

2- من صفاته :

- السيرة الحسنة .
- حب المهنة ، و التفاني في إنجازها .
- الانفتاح على المشاكل الانسانية و الشعور بضرورة حلها بما يؤمن توطيد علاقات البشر و تعزيز تفاعلهم في إطار الجماعات التي تضمهم .
- الثقة في النفس .
- الدبلوماسية في التصرف .
- إضافة إلى اللياقة الفكرية، القدرة على الإقناع و القدرة على التعبير بوضوح، و الموضوعية و التجرد و البعد عن التخيلات و عن رؤية الأمور على غير واقعها.
- حس الدراية في تحليل الوقائع و تركيبها²

3- رجل العلاقات العامة في مؤسسة الأمن مع الجمهور :

أن رجل الأمن يحتاج إلى معاونة الجمهور و لن تستطيع أجهزة الأمن أن تضطلع بأعبائها ما لم يتعاونوا معها و يشدو أوزارها و ما لم يكن الجمهور على علم بما يقوم به جهاز الأمن من أعمال و ما يبذله في سبيل تنفيذها من جهود، و ما لم يكن هذا الجمهور راضيا عن الطريقة التي تؤدي بها هذه الجهود، و بدون معاونة الشعوب تصبح الأجهزة الأمنية في العالم العربي ضعيفة في حمل أمانتها، و موضعا للسخرية، و محلا لكل نقد ولوم. فإذا أحيط الجمهور علما بأنظمة و قوانين الأجهزة الأمنية و لوائحها و إجراءاتها و التفسيرات الخاصة بها و الغرض منها، وضحت له مصلحته في وجودها و اقتنع بضرورتها فيقبل على التعاون مع رجال الأمن و يقدم لهم المساعدات و المعلومات التي تسهل عليهم أعمالهم و يمتنع عن ارتكاب المخالفات مما يرفع عن كاهل رجل الأمن الكثير من العبء و يوفر لهم الوقت و الجهد³

و هنا يبرز دور رجل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة من خلال تقديم المعلومات و التعريف بقوانين و لوائح المنظمة و مختلف النشاطات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للمؤسسة و خلق

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة ، معجم مصطلحات العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره،ص،ص،181،180.

²حسن الحلبي،مبادئ في العلاقات العامة، منشورات عويدات، بيروت،باريس،ط1،1980،ص70.

³ على بن فايز الجحني،مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية،مرجع سبق ذكره،ص،ص،236،235.

صلة ترابط بين الطرفين من خلال الاحتكاك بالجمهور بمختلف فئاته و غرس فيه ثقافة التعاون بين الجمهور و المؤسسة الأمنية.

إن البرامج التي تقوم بها العلاقات العامة من اجل كسب ثقة الجمهور و إيصال المعلومات التي تعبر من خلالها عن أواصر المحبة و الإخاء أهمية كبيرة، فالزيارات المتبادلة بين المواطنين لمراكز و أقسام و إدارات الأمن ليتعرف المواطنون على العمل الذي تقوم به الأجهزة الأمنية و الدور الملبيء بالتضحية من اجل نشر الأمن و الطمأنينة و حفظ الأرواح و الممتلكات و تنفيذ الأنظمة و القوانين. كما أن عقد الندوات و المحاضرات تزيد من الوعي مع العناية باختيار المحاضرين ممن لديهم الخبرة لتثقيف و تنوير أذهان الجمهور. كما أن وسائل الاعلام و التي تعد من اهم وسائل العلاقات العامة يمكنها التأثير على الرأي العام و تغيير اتجاهاته و تنشيطه سواء كان ذلك لتنمية الوعي الأمني و زيادة الشعور بالمسؤولية أو لتوضيح الجهود التي تبذلها الأجهزة الأمنية في سبيل القيام بواجباتها. و بصورة عامة تعد وسائل الاعلام المرتكز الأساسي في تكوين علاقات و صلات وطيدة بين الأجهزة الأمنية و الجمهور بصفة عامة ، و يمكن استخدام هذه الوسائل في العديد من المجالات مثل : تنمية الوعي الأمني ، و بيان أسلوب التبليغ عن الجرائم ، و توضيح كيفية اخذ الاحتياطات الأمنية ، و نشر كافة البيانات و المعلومات التي تهم المواطنين و الجمهور¹

فوسائل الاعلام هنا تعد الوسيط بين المواطن أو الجمهور و جهاز العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة أو رجل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة فمن خلال الوسائل الإعلامية تتكون علاقات قوية فيما بينهم و كذلك عن طريق هاته الوسائل يتم التعريف بجهود المؤسسة الشرطة. فقسم العلاقات العامة في مؤسسة الأمن يتواصل مع الجمهور من اجل تنمية الوعي الأمني في عدة ميادين مثل التوعية المرورية و محاربة المخدرات و مكافحة الإرهاب.... الخ، إضافة إلى توضيح أهمية ما تقوم به في سبيل راحة و خدمة المواطن و نشر ثقافة التعاون بين الأمن و الجمهور و التبليغ عن الجرائم.

المطلب الثالث : التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسة الشرطة

1- مزايا التخطيط لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة :

¹علي بن فايز الجحني،مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية،المرجع نفسه،ص236.

- 1- تنفيذ برامج أمنية متكاملة توجه من خلالها الجهود لتحقيق أهداف الأجهزة الأمنية خاصة في المجالات التنسيقية مع الأجهزة الإعلامية .
- 2- كسب تأييد قيادات الأجهزة الأمنية لهذه الأنشطة مع زيادة المشاركة في تنفيذها.
- 3- التأكيد على الجوانب الايجابية في العمل الأمني بدلا من ممارسة الجوانب الدفاعية في برامج العلاقات العامة .
- 4- اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في تنفيذ البرامج.
- 5- التنسيق مع وسائل الاعلام في كيفية توصيل رسالة الأجهزة الأمنية¹

2- المكونات الأساسية لعملية التخطيط الاستراتيجي:

لعملية التخطيط الاستراتيجي هناك أربعة مكونات أساسية لعملية التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية وهي :

1- أسباب الخطأ : و يتعلق ذلك بموقف ما يريد الجهاز الأمني تغييره أو تحسينه خاصة فيما يتعلق بالصورة الذهنية للجهاز الأمني لدى الجمهور و الأجهزة الإعلامية و من ذلك يكون الهدف الجوهرى للخطأ و هو زيادة فعالية التنسيق مع الأجهزة الإعلامية للحفاظ على صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور المستهدف²

2- أهداف الخطأ : التخطيط الاستراتيجي يعتمد على أن تكون هنالك أهداف مكتوبة و متفق عليها و أن يكون الهدف واضحا و ممكن التحقيق و موافقا للأخلاق و الأعراف السائدة في المجتمع

3- الوسائل : و هي عبارة عن طرق تحقيق هذه الأهداف و تتضمن الرسائل أربعة مكونات فرعية و هي :

¹ عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006م، ص 131.

² عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام، مرجع نفسه، ص 132.

أ- إلى من تصل الرسالة ؟

ب- كيف تصل ؟

ج- ماذا تقول الرسالة ؟

د- لمن تقول ؟

3- الميزانية : وجود ميزانية مستقلة لإدارة العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية أمر في غاية الأهمية تسهيلا لتنفيذ الخطة و البرامج و الأهداف المرجوة¹

تستطيع إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية من خلال التخطيط الاستراتيجي إلى تحقيق أهداف الإدارة العليا بدرجة الأولى إضافة إلى التنبؤ بالمشكلات المستقبلية ، كما يساعد التخطيط الاستراتيجي في تعريف الجمهور بأنشطة و سياسة المؤسسة ، و من خلال الخطة يتم تحديد مسؤوليات و مهام العاملين في الخطة و وضع انجاز الخطة وفق التكلفة التي وضعتها الإدارة في تحديد الوقت المحدد لتنفيذ مراحل الخطة.

خلاصة الفصل الثاني:

¹ عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام، مرجع نفسه، ص133.

نستنتج أن للعلاقات العامة أهمية داخل المؤسسة الشرطة و الكيفية الواجب اتخاذها لبلوغ أهدافها عن طريق التواصل لشرح و توضيح أكثر الثقافة الأمنية بين المؤسسة و المجتمع أو الجمهور.

و بروز أهمية الدور التنسيقي للعلاقات العامة بالمؤسسة الأمنية تأتي من اجل خلق علاقات جيدة و تقوي أسس تعامل رجل الشرطة مع المجتمع.

الفصل الرابع : الإجراءات الميدانية

- 1- بطاقة فنية للمديرية العامة للأمن الوطني.
- 2- التطور التاريخي للشرطة الجزائرية بعد الاستقلال.
- 3- الهيكل التنظيمي لخلية الاتصال و العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن.
- 4- اهم وسائل الاتصال الخارجي بالأمن الوطني.
- 5- عرض المقابلة و اهم النتائج المتوصل إليها.
- 6- عرض و تحليل نتائج الاستبيان.
- 7- تحليل النتائج على ضوء الفرضيات.
- 8- النتائج العامة.
- 9- التوصيات.

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية (الإطار التطبيقي)

تعد الدراسة الميدانية أو التطبيقية تكملة لدراسة المنهجية و النظرية، حيث تسعى للوصول إلى تفسيرات و تحليلات ثم نتائج تكشف عن تساؤلات و فرضيات البحث، و لقد حبذنا أن نبدأ بتطور التاريخي للشرطة الجزائرية ثم بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني، و الهيكل التنظيمي للمديرية العامة ، ثم خلية الاتصال و العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن، مع عرض اهم وسائل الاتصال الخارجي بالأمن الوطني، وصولا إلى عرض المقابلة التي كانت لنا مع سؤول خلية الاتصال والعلاقات العامة بأمن ولاية غرداية و الخروج بأهم النتائج المتوصل إليها، هذا من حيث الشق الأول و الذي يحدد المجال الجغرافي و المكاني لموضوع الدراسة.

أما الشق الثاني فتمثل في عينة الدراسة حيث تم اختيارنا للمجتمع المدني لمعرفة رأيه و انطباعه حول أنشطة العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية و دور و انعكاس هذه الأنشطة في نشر الثقافة الأمنية، حيث سنتطرق إلى تعريف عام للمجتمع المدني، ومن ثم الإحصائيات الكلية للجمعيات على المستوى الترابي للولاية ، ثم عرض و تحليل إحصائيات و نتائج الاستبيان، وصولا إلى النتائج العامة.

أولا : بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني :

تأسست المديرية العامة للأمن الوطني بمرسوم في الثاني و العشرين جويلية في سنة 1962م، سلمت المهام لأول مدير عام للأمن الوطني من طرف مندوب النظام العمومي في الهيئة المؤقتة المنشأة وفقا لاتفاقية أفيان و المنصبة غداة وقف إطلاق النار في 19 مارس 1962م، بالمنظمة المسماة بالصخرة السوداء (بومرداس).

تنظم الشرطة الجزائرية طبقا للتنظيم الإداري الوطني كما يلي :

❖ على مستوى الولاية : امن الولاية.

❖ على مستوى الدائرة : امن الدائرة.

❖ على مستوى المناطق الحضرية : الأمن الحضري¹

المدير العام للأمن الوطني : فريد زين الدين بن الشيخ.

الموقع الرسمي : www.algeripolice.dz

الشرطة الجزائرية بعد الاستقلال :

1-1 الفترة ما بين 1962-1956 : تأسيس المديرية العامة للأمن الوطني بمرسوم 22 جويلية 1962م ، و سلمت المهام لأول مدير عام للأمن الوطني من طرف مندوب النظام العمومي في الهيئة المؤقتة المنشأة وفقا لاتفاقية أفيان و المنصبة غداة إطلاق النار في 19 مارس 1962م بالمنطقة المسماة بالصخرة السوداء (بومرداس) ، تم تدشين العديد من مدارس الشرطة كمدرسة حسين داي لتكوين الإطارات سنة 1962م و مدرستي قسنطينة و تلمسان سنة 1963م و كذا مدرسة سيدي بلعباس في سنة 1964م ، و كانت المديرية العامة للأمن الوطني آنذاك تابعة لوزارة الداخلية متخذة مقرها بقصر الحكومة.

1-2 الفترة ما بين 1965-1970 : و في تلك الفترة اتخذت الهيئة الوطنية للأمن التي كان يقودها السيد "احمد دريا" من المدرسة العليا بشاطوناف الحالية مقرا لها و كانت تتبعها مدارس للتكوين خاصة بها في كل من وهران ، بود واو، واد السمار و حسين داي كذلك.

¹الموقع الرسمي لمديرية الأمن الوطني الجزائري www.algeripolice.dz

1-3 الفترة ما بين 1970-1988 : تميزت هذه المرحلة بسياسة العصرية أعطت أهمية لتقوية جهاز التكوين و رسكلة واسعة للإطارات العامة المقبولين في المدرسة العليا للشرطة ، لإجراء تربيصات مطولة و كذا باقتناء الأجهزة اللازمة.

1-4 الفترة ما بين 1988 إلى يومنا هذا : ثلاثة أشهر بعد أحداث أكتوبر، اتبعت خطة جديدة لاستخلاص العبر المتمثلة في مجموعة التدابير التالية :

- إعادة تنظيم الإدارة المركزية للمديرية العامة للأمن الوطني.
- تخصص مصالح الشرطة.
- إصلاح منظومة التكوين

في سنة 1990م تم استخلاف المدير العام للأمن الوطني "عبد المجيد بوزيد" بالعقيد المتقاعد "بشير لحرش" ليستخلف هو الآخر بالسيد "محمد طلحة" ، و في 1994م أين وصلت الأعمال الإرهابية إلى ذروتها حيث استخلف السيد "محمد طلحة" بالعميد الأول للشرطة السيد "محمد واضح" وفي مارس 1995م عين العقيد "علي تونسي" على رأس المديرية العامة و بعد وفاة المرحوم "علي تونسي" أوكلت مهام المديرية العامة للأمن الوطني بالنيابة إلى العميد الأول "عزيز العفاني" إلى غاية 2010/07/07م تاريخ تنصيب اللواء "عبد الغني هامل" كمدير عام للأمن الوطني وفي سنة 2018م-2019م تم تعيين السيد "مصطفى لهبيري" و في 2019م السيد "عبد القادر قارة بوهدة" و من 2019م-2021م السيد "اونيسي خليفة" إلى غاية 15 مارس 2021م إلى الآن السيد "فريد زين الدين بن الشيخ"¹

3- إدارة الاعلام و العلاقات العامة بالأمن الوطني :

تعمل إدارة الاعلام و العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني على وضع و متابعة برنامج الأنشطة السنوية الاتصالية، الإعلامية و الجوارية ، و تسهر على تنفيذ البرامج الإعلامية الأمنية ، مع

¹الموقع الرسمي لمديرية الأمن الوطني الجزائري www.algeripolice.dz

الإشراف على مهام العلاقات العامة ، و تعتبر الناطق الرسمي للمديرية العامة للأمن الوطني ، و لها فروع جهوية و كذا محلية ولائية.

تضطلع هاته الهيئة بجهاز الشرطة بعدد المهام نذكر منها :

❖ نشر الوعي الأمني الوقائي في مجال مكافحة الجريمة.

❖ إبراز النشاطات الخدمانية الأمنية بما يعزز ثقة المواطن بمصالح الشرطة.

❖ تمتين العلاقات بين مصالح الشرطة و مختلف الجمعيات و الهيئات المدنية و الرسمية الفاعلة.

❖ متابعة و رصد كل ما ينشر بمختلف وسائل الاعلام عن جهاز الشرطة، و كذا الانشغالات الأمنية للمواطن و التكفل بها عبر توجيهها للمصالح العملية.

❖ الرد على الطلبات الواردة من مختلف وسائل الاعلام في الآجال بالتنسيق مع المصالح العملية.

4- الهيكل التنظيمي لإدارة الاعلام و العلاقات العامة :

4-1 خلية الاتصال والصحافة : لها سبعة مكاتب

1. مكتب منتدى الأمن الوطني.

2. مكتب العلاقات العامة.

3. مكتب السمعي البصري.

4. مكتب إذاعة الأمن الوطني¹

5. مكتب الاعلام الالكتروني.

6. مكتب الإصدارات.

7. مكتب جناح المعارض.

¹ مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

4-2 المكاتب الجهوية للاتصال والعلاقات العامة : ستة مكاتب جهوية

1. المكتب الجهوي للاتصال و العلاقات العامة لناحية الوسط- البليدة.
2. المكتب الجهوي للاتصال و العلاقات العامة لناحية الشرق- قسنطينة.
3. المكتب الجهوي للاتصال و العلاقات العامة لناحية الغرب- وهران.
4. المكتب الجهوي للاتصال والعلاقات العامة لناحية الجنوب الشرقي- ورقلة.
5. المكتب الجهوي للاتصال و العلاقات العامة لناحية الجنوب الغربي- بشار.
6. المكتب الجهوي للاتصال و العلاقات العامة لناحية الجنوب- تمنراست.

4-3 خلايا الاتصال و العلاقات العامة : 48 امن ولاية، أنشئت نهاية سنة 2011م.

6- مهام مكتب العلاقات العامة :

- ✓ تنظيم الندوات الصحفية التي تعقدتها مصالح الأمن الوطني و التنسيق مع وسائل الاعلام لتغطيتها.
- ✓ متابعة و تجسيد مختلف طلبات المواطنين و الفاعلين بالميدان التحسيس و هذا بالتنسيق مع المصالح العملياتية.
- ✓ الترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها المديرية العامة للأمن الوطني.
- ✓ متابعة و دراسة الطلبات الواردة من ممثلي المجتمع المدني و تنسيق الاستقبالات¹
- ✓ تجسيد البرامج الاتصالية و الأنشطة التوعوية مع استغلال مختلف المناسبات الوطنية و الدولية.

7- دعائم الاتصال بالمديرية العامة للأمن الوطني : (وسائل الاتصال الخارجية)

¹مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

وبما أن مجال الإعلام والاتصال أضحي من المجالات الهامة والحيوية التي تقوم بدور محوري في توجيه وتوعية المواطن من مخاطر الآفات الاجتماعية بكل أنواعها والجريمة بكل أشكالها، والتي من شأنها أن تمس امن وسلامة الأفراد والمجتمعات، فإن المديرية العامة للأمن الوطني اعتمدت على دعائم اتصالية متعددة، منها السمعي البصري، الإذاعة، الصحف والمجلات، المنتديات والأيام التحسيسية، لتضاف إليها دعامة ووسيلة أصبحت أساسية في عصرنا الحالي وهي مواقع الواب والصفحات الخاصة بالتواصل الاجتماعي Face-Book و Twitter.

1- العلاقات العامة:

يتمثل دور العلاقات العامة بالأمن الوطني في تعزيز آليات الاتصال الخارجي وتثمين الشراكة بين جهاز الشرطة ومختلف شرائح المجتمع، لاسيما المواطن و المؤسسات الإعلامية وجمعيات المجتمع المدني العاملة في ميدان التوعية والنشاط الجوّاري، الهدف منه خلق جو من الثقة المتبادلة عن طريق التعريف بنشاطات الأمن الوطني.

كما يتم العمل على فتح قنوات الاتصال بين الشرطة والمواطنين على اختلاف شرائحهم في سبيل تلبية طلباتهم والاهتمام بآرائهم ومقترحاتهم وكذلك متابعة رسائل المواطنين الواردة إلى المديرية العامة للأمن الوطني والرد عليها بالتنسيق مع الجهات المختصة، بهدف توعية المواطنين بمختلف الآفات الاجتماعية، وإشراكهم في العمل الأمني، باعتبار المواطن الحلقة الأساسية في المنظومة الآنية¹

و يعمل المكلفون بالعلاقات العامة أيضا على تعزيز أواصر التعاون بين جهاز الشرطة ومختلف الشركاء وممثلي المجتمع المدني الفاعلين في مجال العمل الوقائي، وذلك بهدف الوصول إلى حالة من التعاون المثمر في سياق نشر السياسة الجوّارية المسطرة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني، عن طريق أخذ كافة الترتيبات اللازمة قصد التقرب أكثر من كافة شرائح المجتمع.

2- القنوات التلفزيونية :

يعتبر الإعلام السمعي البصري من أهم وسائل الاتصال، نظرا لتأثيره القوي على الرأي العام، لما له من دور حيوي وجاذبية، من جهة، ولسرعة إيصال الرسالة الإعلامية من جهة ثانية.

¹مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

ونظرا لما سلف، أدركت المديرية العامة للأمن الوطني الأهمية التي تلعبها هذه الوسائل الإعلامية (المرئية والمسموعة) للتواصل مع المواطن لبث رسائلها والتعرف على احتياجاته، ومن هذا المنظر قامت إدارة الاعلام و العلاقات العامة باستحداث مكتب السمعي البصري الذي يتولى دور التعريف بجهود مصالح الأمن الوطني في استتباب الأمن وسلامة المواطن والحفاظ على ممتلكاته.

(3) - إذاعة الأمن الوطني

كذلك، شكل إنشاء إذاعة الأمن الوطني توجهها حضاريا بالغ الأهمية، حيث مكن ذلك من تفعيل دور ورسالة الأمن الوطني في علاقته مع أفراد المجتمع، التي تهدف إلى جعل المواطن شريكا فاعلا في الجهود التي تبذلها مصالح الشرطة من خلال فضاءات التعبير التي تتيحها له الإذاعة بحيث يكون بإمكانه المشاركة وعلى المباشر في المسائل الوقائية التي تعنيه وتعني أسرته ومحيطه والمجتمع بصفة عامة.... وهكذا يكون هذا الفضاء الإذاعي وسيلة ناجعة في إقامة علاقة تفاعلية وشراكة قوية وناجعة بين المواطن ورجل الشرطة.

(4) - مجلة الشرطة

تتمتع مجلة الشرطة بشهرة معتبرة في الأوساط الأمنية والهيئات الرسمية والجمعيات الرسمية والجهات العاملة في الميدان التوعوي والثقافي والجواري لما تتضمنه من إصدارات منقحة حول مختلف نشاطات مصالح الشرطة وقيادة المديرية العامة للأمن الوطني¹

تصدر مجلة الشرطة دوريا، عن خلية الاتصال والصحافة للمديرية العامة للأمن الوطني، منذ شهر فيفري 1975، وتعنى بالجانب الأمني، الإعلامي والثقافي، وتصدر أربعة أعداد في السنة، وتوزع أكثر من 4500 نسخة، على جميع مصالح الأمن الوطني ومختلف الهيئات الحكومية والأمنية، وعلى البرلمان بغرفتيه، وسائر الأجهزة الإعلامية الوطنية المكتوبة والسمعية البصرية بقطاعيها العام والخاص، ومنظمات المجتمع المدني.

¹ مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

و تتضمن مجلة الشرطة عدة محاور إعلامية وأمنية و تاريخية وقانونية وأخرى معلوماتية وثقافية عامة بما فيها تغطية كافة نشاطات القيادة العليا للأمن الوطني ومختلف المديریات والمصالح المركزية.

(5) - منتدى الأمن الوطني:

هو صرح إعلامي توعوي لخلق جو تفاعلي مع كافة ممثلي المجتمع المدني، الخبراء من مختلف الهيئات العمومية والخاصة وممثلي الأسرة الإعلامية و كذلك تعزيز التواصل مع كافة الشرائح الاجتماعية ولاسيما شركائنا من الجمعيات الفاعلة في حقل الوقاية وكذلك الأسرة الإعلامية من خلال تسليط الضوء على أهم المحطات التاريخية و المناسبة التي شهدتها وتعرفها البلاد في شتى الميادين.

(6) - جناح المعارض :

يهدف جناح المعارض للمديرية العامة للأمن الوطني إلى نشر الثقافة الأمنية بمفهومها الشامل من خلال عرض التقنيات العلمية ومستجداتها من الأجهزة والأدوات ذات الصلة، والإسهام في التوعية الأمنية وكشف الجريمة والوقاية منها، من خلال ما يشاهده المواطن ويتلقاها، ويتفاعل معه، ويتأثر به، بصورة سريعة ومؤثرة.

(7) - الموقع الإلكتروني و الشبكات الاجتماعية¹:

يشكل الإعلام الأمني الإلكتروني أحد الوسائل الإعلامية الهامة الذي يعتمد على تكنولوجيات الاتصال والانترنت، كما أن استعماله يسمح بإيصال المعلومة بسرعة إلى المواطن، فالمواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية تشكل دعائم اتصالية تستهوي أكثر فئة الشباب، مما يسمح بإيصال الرسالة التوعوية بسهولة أكبر لهذه الفئة الأكثر تعرضا للآفات الاجتماعية.

ويعد موقع المديرية العامة للأمن الوطني www.Algeriepolice.dz من أبرز المواقع الإلكترونية الحكومية الذي يساهم بشكل فعال في إيصال جهود ونشاطات المديرية العامة للأمن الوطني وبياناتها الصحفية إلى كافة الإعلاميين والمواطنين على حد سواء، فضلا على حرص الطاقم

¹ مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

على تحديث البيانات الصحفية، الفيديوهات، التسجيلات، الصور، آخر الأخبار، وهذا بشكل يومي ومستمر.

8)- شبكة التواصل الاجتماعي " الفيس بوك والتويتر " :

في إطار مواكبة التطور الهائل والسريع الذي تشهده الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، بادرت المديرية العامة للأمن الوطني، باعتماد شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك (Face book) ثالث موقع استخداما في العالم بعد Google و Microsoft ، والذي يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع قصد الاكتشاف والتواصل مع المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة .

وعلى هذا الأساس، ارتأت المديرية العامة للأمن الوطني أن تكون أول هيئة حكومية وأول جهاز أمني في الجزائر له صفحة خاصة على الفيسبوك لتقريب الشرطة من المواطن أكثر فأكثر والتي تضمن تواصل يومي من دون أي حواجز مادية أو زمنية، حيث تم تدشين هذه الصفحة يوم 22 جويلية 2013، بمناسبة عيد الشرطة الجزائرية.

وبمناسبة الاحتفال بالذكرى الـ 52 لعيد الشرطة الجزائرية المصادف لـ 22 جويلية 2014 ، وتزامنا مع الاحتفالات بعيدى الاستقلال والشباب، تم الإشراف على الانطلاق الرسمي لصفحة جديدة على موقع التواصل الاجتماعي التويتر والتي سمحت بتعزيز سبل التواصل بين جهاز الشرطة وشرائع عريضة من المجتمع خاصة فئة الشباب¹

9)- الخط الأخضر للأمن الوطني 15-48

من بين الوسائل التي وضعتها المديرية العامة للأمن الوطني في خدمة الجمهور العريض، لتعزيز مبدأ الشرطة الجوارية الذي توصي به القيادة العليا للأمن الوطني باستمرار، الخط الأخضر 15-48، و هو رقم مجاني وضع ليتسنى لكل شخص الاتصال بأقرب مركز شرطة بغرض طرح انشغاله الأمني ،

¹ مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

سواء للتبليغ عن وقوع حوادث مرور، جرائم، طلبات تدخل طلب استفسارات و توجيهات، استعلاماتالخ.

و يعتبر الخط الأخضر 15-48 للأمن الوطني وسيلة اتصال جماهيرية بامتياز، نظرا لاستعمالها من طرف شرائح واسعة من المجتمع، حيث يتصدر قائمة الدعائم الاتصالية المشار إليها أعلاه و تتراوح جل الاتصالات بهذا الرقم بين طلبات التدخل والنجدة، التبليغ عن حوادث المرور، الاستفسارات و التبليغات التي تساعد رجال الشرطة في فك طلاسم العديد من القضايا الجنائية¹

ثانيا : الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة : المسح بالعينة.

2- ادوات جمع البيانات :

أ - الملاحظة البسيطة : اعتمدنا على الملاحظة البسيطة من خلال ملاحظة سلوك المبحوثين لمعرفة مدى صدق إجاباتهم في الموضوع.و كذلك ملاحظة النشاطات الأمنية عبر صفحة الفيس بوك.

ب - المقابلة : اعتمدنا على المقابلة من خلال مقابلتنا مسؤول خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية و ذلك بطرح مجموعة من الأسئلة تدور حول إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة و كيفية التخطيط لمختلف الأنشطة المقامة .

ت- الاستبيان : اعتمدنا أيضا على أداة الاستبيان و كانت موجه للجمعيات الفاعلة و النشطة، و جاء الاستبيان بثلاث محاور.

المحور الأول : قصد جمع بيانات عامة حول العينة.

المحور الثاني : أنشطة الثقافة الأمنية و مدى معرفة العينة لهاته الأنشطة.

المحور الثالث : معرفة مدى انعكاس و تأثير هذه الأنشطة و مساهمتها في نشر الثقافة الأمنية.

¹ مديرية امن غرداية ، خلية الاتصال والعلاقات العامة.

و تضمنت الاستمارة 21 سؤالا .

3- عينة الدراسة و مجتمع البحث: نظرا لشمولية دراستنا و استحالة إجراء الدراسة على كل جمعيات ولاية غرداية، كان من اللازم تحديد عينة مناسبة، و قد وقع الاختيار على الجمعيات التي لها أهداف تتوافق مع أهداف و أنشطة مديرية امن غرداية.

حيث قدر عدد جمعيات ولاية غرداية 1898 جمعية (قابلة للتغيير) من 18 صنف، وهنا اعتمدنا على العينة القصدية مع بعض جمعيات ولاية غرداية ، حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على 22 جمعية.

مفهوم الجمعية : هي تجمع من الأشخاص الطبيعيين أو الأشخاص المعنويين يتأسس على قاعدة تعاقدية لمدة تكون محدودة أو غير محدودة.

يضع هؤلاء الأشخاص بصفة تطوعية و لهدف غير ربحي، معارفهم و مواردهم لغرض ترقية و تشجيع النشاطات في مختلف الميادين لاسيما المهنية، الاجتماعية ، العلمية ، الدينية ، التربوية ، الخيرية ، الانسانية.

يتمثل هدفها في وجوب أن يحدد الهدف بدقة، و ينبغي على تسميتها أن تعبر عن علاقتها بهذا الهدف، إن أهداف الجمعية و نشاطاتها يجب أن تصب في الصالح العام ولا تكون متعارضة مع القيم و المبادئ الوطنية و كذا النظام العام، الأعراف و أحكام التشريع و التنظيم حيز التنفيذ¹

ثالثا : عرض المقابلة و اهم النتائج المتوصل إليها

السؤال 1 : " هل تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية وظيفة البحوث للتعرف على آراء الجمهور الداخلي و الخارجي ؟

¹ موقع وزارة الداخلية و الجماعات المحلية <http://www.interieur.gov.dz>

الإجابة : بالنسبة لكيفية معرفة آراء الجمهور الداخلي و الخارجي و كذا رجوع الصدى لمختلف النشاطات و المهام التي تجسدها ميدانيا مصالح الشرطة عموما و المصالح المكلفة بتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية للأمن الوطني ، فهي لا تتم عبر وسائل و دعائم مباشرة (سير الآراء ، المقابلات .. الخ) بل تعتمد بالدرجة الأولى على استقاء المعلومات اليومية التي يجمعها الشرطيين من الميدان و منه استغلالها لتحسين خدمة معينة أو التكفل بانشغال محدد.

من جهة أخرى تعتمد خلية الاتصال و العلاقات العامة بالتنسيق مع مختلف المصالح الشرطة بما فيها امن الدوائر السبعة ، على التقارير اليومية المستمدة من المعاينات الميدانية ، هذا من جهة و من جهة أخرى تعمل على استغلال مختلف قنوات الاتصال المفتوحة على الجمهور وعلى الفضاءات الإعلامية سواء لتسجيل انشغالات محددة أو معرفة مدى رضي الجمهور على خدمة أمنية أو نشاط اتصالي مقدم سابقا و منه العمل على جمع هذه المعلومات لاستغلالها في نشاط اتصالي معين أو التكفل بانشغال المواطن (مثلا انعدام الأمن في حي ، سرقة الدرجات النارية .. الخ) من بين هذه القنوات : الأرقام الخضراء 1548 ، 17 ، الموقع الرسمي عبر الانترنت و الصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية، استقبال الجمهور ، الحصة الإذاعية "لأمنكم" التي تبث أسبوعيا كل يوم ثلاثاء على الساعة 10:00 صباحا ، سجلات الاقتراحات الموضوعة بقاعات الاستقبال ، بالإضافة إلى الأيام الإعلامية و الأبواب المفتوحة المبرمجة دوريا في كل مناسبة.

السؤال 2 : هل تكون من خلال إجراء دراسات و بحوث ميدانية أو مناقشات و اجتماعات أو الملاحظة الشخصية لسلوك ؟

الإجابة : بالنسبة للإجابة على السؤال الثاني ، شطره المتعلق بالجمهور الخارجي تم الإجابة عليه سالفاً أما ما تعلق بالجمهور الداخلي تعتمد المديرية العامة للأمن الوطني في معرفة آراء و توجهات عناصرها عبر تكريس الاتصال الداخلي سواء الأفقي أو العمودي ، الرسمي أو غير رسمي ، عبر الاجتماعات و اللقاءات الدورية، دورات التكوين و التكوين المتواصل ، علاوة على فتح قنوات الاتصال من القاعدة إلى القمة لرفع مختلف الانشغالات أو حتى المقترحات المهنية.

السؤال 3 : هل تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة وظيفة التخطيط لأنشطتها و برامجها بصورة دورية منتظمة أم تمارسها بصفة عشوائية ؟

الإجابة : بالتأكيد تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة وظيفة التخطيط لأنشطتها و برامجها، و هذا وفقا للمستجدات و المتغيرات و ما يطلبه الميدان أو الجمهور المستهدف و الاحتياجات المسجلة.

حيث تعمل خلية الاتصال و العلاقات العامة و المكلفة بالعملية الاتصالية على الصعيد المحلي (امن الولاية و الدوائر التابعة لها) وفق نسق و برنامج تسطره خلية الاتصال و الصحافة (المتمركزة على مستوى المديرية العامة للأمن الوطني) ، و هذا من خلال الخطة السنوية بداية كل سنة ، تتضمن الخطوط العريضة للعملية الاتصالية و كذا الأهداف المسطرة في إطار إستراتيجية عامة للمديرية العامة للأمن الوطني تليها برامج دورية سواء كانت شهرية أو أسبوعية أو مرتبطة بمناسبات معينة (نعتمد على استغلال المناسبات لما لها من دور كبير في استقطاب الجمهور المستهدف و توجيه انتباهه لتلقي و التمعن في الرسالة المراد إيصالها).

بالموازاة مع ذلك تبقى لكل منطقة خصوصية حسب طبيعة المجتمع و المنطقة الجغرافية و الإمكانيات و المؤهلات ، كل هذه العوامل تؤثر في عملية التخطيط و البرمجة ، أين يترك حيز من الحرية للقائم بالاتصال على المستوى المحلي في اختيار النشاطات وفقا لخصوصية المنطقة و الجمهور المستهدف.

من جهة أخرى يبقى هامش من التخطيط و البرمجة للمستجدات و الاحتياجات المسجلة على الصعيد الوطني و المحلي ، على سبيل المثال في الأشهر الأخيرة تم تسجيل ارتفاع في سرقة الدراجات النارية مباشرة نضمت حملة تحسيسية واسعة للوقاية من هذه الظاهرة بولاية غرداية متبوعة بتغطية إعلامية لمختلف القضايا المعالجة بالخصوص.

السؤال 4 : هل تقومون بعملية التقييم عقب كل برنامج أو نشاط تقوم بتنفيذه ؟

الإجابة : عموما يصعب التقييم المباشر عقب نهاية النشاطات المنجزة ، كون الجمهور هنا عريض و يتعلق بكافة أفراد المجتمع ، يصعب حصره ، لكن هناك طرق غير مباشرة للتقييم ، من خلال

المعاينات الميدانية للنتائج المتحصل عليها ، مثال على ذلك بعد القيام بحملة تحسيسية للوقاية من حوادث المرور في نقطة معينة من الطريق العمومي (والتي سجلت سابقا كنقطة مرورية سوداء نتيجة كثرة الحوادث المرور بها) ، نقوم باستغلال عدد حوادث المرور المسجلة في هذه النقطة ، و هذا خلال فترات زمنية من شهر إلى غاية 06 أشهر ، و منه معرفة تحقيق الأهداف المسطرة من عدمها .

السؤال 5 : الشرطة في خدمة الشعب شعار ينفذه رجل الشرطة هل تحثون انتم كخلية اتصال و علاقات عامة رجل الشرطة على العمل على هذا الشعار بصورة مرضية؟ و هل تسعى إلى خلق صورة حسنة عن رجل الشرطة؟

الإجابة : انطلاقا من أن رجل الشرطة من المجتمع الجزائري ، فهو عنصر فعال و له نفس التوجهات و المعتقدات و كذا الالتزامات ، شانه شان كل فاعل في المجتمع ، في هذا الخصوص مصالح الشرطة دوما تحث قواتها على الالتزام بهذا المبدأ ، و دوما تكريس الجانب الوقائي و التفاعل الايجابي في مختلف شرائح المجتمع ، من خلال احترام أخلاقيات المهنة ، و قوانين الجمهورية و مبادئ و حقوق الإنسان .

فأكدت تسعى خلية الاتصال و العلاقات العامة في إبراز الصورة الحسنة لرجل الشرطة ، من خلال النشاطات الاتصالية التحسيسية اليومية ، الندوات الإعلامية ، الأبواب المفتوحة ، الزيارات البيداغوجية علاوة على استهداف فئة الأطفال بالمؤسسات التربوية من خلال تحسيسهم و توعيتهم من مختلف المخاطر ، و كهدف غير مباشر هو بناء الصورة الذهنية لدى الطفل و منه المجتمع على أن رجل الشرطة موجود لتقديم المساعدة و لحماية المواطنين ، فهو يمثل الأمن و السكينة .

السؤال 6 : هل تواجهون عائقا في عدم الاستجابة لبرامج العلاقات العامة (أي أن هذا يسهم في إحداث فجوة بين رجل العلاقات العامة و الجماهير و يؤدي إلى ما يضعف إيصال الرسالة بالشكل المراد) ؟

الإجابة : عموما لا نجد عوائق مباشرة في عدم الاستجابة لبرامج العلاقات العامة ، لكن من الحين و الآخر نجد بعض فئات المجتمع ، أو ما يطلق عليهم بالمتضامنين السلبيين ، الذين لهم تأثير قوي على توجيه آراء فئات أخرى و منه يضعفون الهدف المبتغى من الرسالة الاتصالية ، ضف إلى ذلك بعض

العوائق المرتبطة بطبيعة المجتمع الجزائري ، كدرجة الاستيعاب و المستوى التعليمي ، تأثير بعض العادات و التقاليد ، السلوكيات السلبية المكتسبة لفترات طويلة والتي يصعب تركها.

هنا يتم التغلب على مثل هذه العوائق عبر تكثيف النشاطات و الاعتماد على عملية التكرار ، إضافة إلى اختيار و انتقاء الجمهور المستهدف ، تقويته و الاعتماد عليه في نقل الرسالة و منه التأثير على الجمهور العام ، كممثلي المجتمع المدني و الفعاليات الجمعوية.

السؤال 7 : ما هي طبيعة التظاهرات المقامة من قبل مديرية الأمن ؟

الإجابة : الأبواب المفتوحة ، الأيام الإعلامية ، الندوات الصحفية ، الزيارات البيداغوجية ، الحملات التحسيسية الميدانية (دروس تحسيسية نصائح و إرشادات ، توزيع مطويات ... سواء كانت للجمهور العام بالطرق و الفضاءات المفتوحة أو الجمهور المستهدف كالمتمدرسين بالمؤسسات التربوية) ، المشاركة في مختلف التظاهرات ، علاوة على المرافقة الإعلامية و الترويج لمختلف النشاطات على غرار الحصة الإذاعية القارة " لأمنكم " ، و المشاركات الإذاعية و التغطيات التلفزيونية.

السؤال 8 : ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها خلية الاتصال و العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي؟ (الهاتف- الوسائل المكتوبة - الوسائل الشفوية - تكنولوجيا الاتصال الحديثة).

الإجابة : الهاتف الثابت و المحمول،الفاكس ، التقارير و المذكرات و المراسلات المكتوبة،الاجتماعات و اللقاءات الدورية ، البريد الالكتروني الداخلي.

السؤال 9 : هل تولى مديرية الأمن و خاصة خلية الاتصال و العلاقات العامة اهتماما لسبر الآراء لمعرفة آراء جماهيرها الداخلية ؟ تم الإجابة عليه سابقا (الإجابة 02).

السؤال 10 : هل تتأثر مديرية الأمن بالشائعات التي تثار حولها ؟ و هل تقومون بتنفيذ هذه الشائعات أم لا ؟

الإجابة : لا بالعكس ، فالشائعات موجودة لضرب معنويات مؤسسة معينة ، في حين لا يتم إهمالها و متابعتها ، حيث يبقى الرد عليها حسب درجة انتشارها بالمجتمع ، فهناك شائعات تزول مباشرة

نظرا لعدم تقبلها مباشرة من مكونات المجتمع ، في حين هناك شائعات يتم الرد عليها من خلال بيانات صحفية أو تصريحات من القائمين بالاتصال وطينا أو محليا ، بغية تفنيدها و إعطاء معلومات موثوقة حول موضوع أو قضية معينة ، مع دعوة المواطنين إلى اخذ المعلومات دوما من الجهات الرسمية الموثوقة.

السؤال 11 : هل تتبعون إستراتيجية معينة لنشاط العلاقات العامة؟(أي في تغيير سلوك الأفراد من سلمي إلى ايجابي). تم الإجابة من خلال الإجابات السابقة.

السؤال 12 : هل تقوم مديرية الأمن بولاية غرداية بتكوين و تقديم دورات للعمال في خلية الاتصال و العلاقات العامة ؟

الإجابة : بالتأكيد تبرمج المديرية العامة للأمن الوطني دورات تكوينية للإطارات و الشرطيين العاملين بخلية الاتصال و العلاقات العامة ، و هذا انطلاقا من اختيار المورد البشري المؤهل و الحائزين على دبلوم يتماشى مع طبيعة المهام الموكلة (ليسانس أو ماستر إعلام و اتصال ، دبلوم في التصوير الفوتوغرافي ، الانفوغرافيا.... الخ) ، بعدها يكون التكوين القاعدي على مستوى مدارس الشرطة خلا فترة التبرص ، وخلال العمل نجد التكوين المتواصل اليومي عبر التوجيهات و التعليمات المقدمة من قبل المشرفين على خلية الاتصال و العلاقات العامة ، إضافة إلى تنظيم دورات تكوينية محلية جهوية و وطنية ، و في بعض الأحيان خارج الوطن، علاوة على برمجة اتفاقيات مع الجامعات لمواصلة التدرج في التعليم العالي بالنسبة للإطارات الحائزين على شهادة ليسانس (مثلا : رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة حاز مؤخرا على شهادة ماستر في مجال الاتصال الاستراتيجي و الأمن الوطني).

السؤال 13 : هل ترون أن هناك ضعف الحس الأمني للمواطن و قلة وعيه بأهمية المراكز الأمنية و جهله لحقوقه و واجباته القانونية ؟

الإجابة : لا يمكن تعميم هذا الطرح ، المجتمع الجزائري له عدة مكونات و مختلف في التركيبة من حيث المستوى التعليمي، الجانب الثقافي ، درجة تحكم العادات و التقاليد في الفرد ، طبيعة المنطقة الجغرافية ، كل هذا له تأثير في تبني الفرد بالمجتمع ثقافة معينة ، على غرار الثقافة و الوعي الأمني

حيث نجد فئة معينة و أكثرهم الشباب و المراهقين لديهم ضعف في الوعي الأمني و يحتاجون دوما إلى المرافقة و التوجيه، و هذا شيء طبيعي نظرا لتأثر هذه الفئة بمختلف التأثيرات الخارجية خاصة منها العولمة و شبكات الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية ، في حين نرى بعض فئات من المجتمع لهم من الوعي ما يسمح لهم بالوقاية من مختلف المخاطر الأمنية و الجرائم ، بل يتعداه إلى المساهمة في المعادلة الأمنية و تقديم يد المساعدة إلى المصالح الأمنية عبر التبليغ أو التحسيس و التأثير على باقي فئات المجتمع لتنمية الوعي الأمني لديهم.

السؤال 14 : هل يكون هناك الرد من قبل خلية الاتصال و العلاقات العامة في مديرية الأمن لولاية غرداية بالرد على الحملات الإعلامية المغرضة ؟

الإجابة : يبقى الرد على الحملات الإعلامية المغرضة مرتبط بدرجة انتشار هذه الأخيرة و تأثيرها على الصورة الذهنية لأفراد المجتمع على الشرطة ، حيث في بعض الأحيان يتم تجاهل بعض الحملات لتضمحل لوحدها أو يكون الرد عليها مباشرة من قبل الجمهور المستهدف نفسه ، و هذا يتوقف على قوة الصورة الذهنية التي تم بناؤها سابقا ، حيث انه في بعض الأحيان ، الرد على بعض الحملات المغرضة يساهم بصورة عكسية، في حين بعض الحملات المغرضة التي غرقت انتشارا واسعا و تأثيرا على الجمهور، و التي من شأنها أن تشكل خطرا على الصورة الذهنية المبنية سالفا، و جب الرد عليها و ايلاء الأهمية اللازمة لمحاربتها و القضاء عليها.

السؤال 15 : المجتمع الحديث ألقى على عاتق الشرطة عبئا جديد هو الإسهام في حماية أخلاق الشعب و رعاية سلوكه الاجتماعي إلى جانب عبء توفير الأمن و الطمأنينة فهي لا تكافح الجريمة فقط بعد وقوعها بل تشارك مشاركة فعالة في البحث عن مسببات هذه الجريمة بوصفها مشكلة اجتماعية لإيجاد الحلول لها و هذا بتضافر جهودها مع جهود هيئات أخرى مثل الشؤون الاجتماعية و المؤسسات الدينية و التربوية و جمعيات المجتمع المدني و وسائل الاعلام وهذا من اجل المساهمة الفعالة في التعاون مع المجتمع ما رأيك في هذا ؟

الإجابة : بالتأكيد. فالشرطة الجزائرية و منذ نهاية التسعينات، و ما خلفته من تأثير سلمي على المجتمع الجزائري في عديد الميادين ، منها الجانب الأمني ، و تلك الصورة الذهنية التي تبناها الفرد الجزائري

على رجال الأمن بصفة عامة و منهم الشرطي ، تبنت المديرية العامة للأمن الوطني إستراتيجية خاصة تهدف إلى كسر ذلك الحاجز و إذابة الجليد بين الشرطي و المواطن ، من خلال تعزيز قنوات الاتصال و تجسيد ما يسمى بمبدأ " الشرطة الجوارية" (في دول المشرق يطلق عليها الشرطة المجتمعية) من خلال إنشاء مراكز جوارية للتقرب من الأحياء الشعبية و التكفل بانشغالات المواطنين ، تعزيز و تكثيف الحملات التحسيسية و الأبواب المفتوحة ، لغرض الانفتاح على المجتمع و ترك الذهنية التقليدية المبنية على الانطواء و العزلة ، إقحام كافة الهيئات الرسمية و الغير رسمية على غرار ممثلي المجتمع المدني و الفعاليات الجمعوية و الأعيان في المعادلة الأمنية ، بالإضافة إلى المؤسسات التربوية ، الجامعات ، مراكز التكوين المهني، المساجد، فضاءات الترفيه و الشباب... الخ ، علاوة على التنسيق المستمر مع الهيئات الأمنية و الاجتماعية - كل في مجال اختصاصه- في مختلف البرامج الاتصالية كل هذا من اجل تعزيز العمل المشترك و المساهمة الفعالة في بناء و خدمة المجتمع و الحفاظ على امن و سلامة المواطن في نسقه و ممتلكاته.

السؤال 16 : ما هي العوائق التي تحد من فعالية أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة الأمنية؟

الإجابة : الإجابة على هذا السؤال في الإجابة رقم 06.

السؤال 17 : ما هي المقترحات و التوصيات لمعالجة هذه العوائق؟

الإجابة : ضرورة تبني كافة الفاعلين في المجتمع (السلطات المحلية، الجمعيات، المؤسسات التربوية و التعليمية... الخ) لمفهوم أنشطة العلاقات العامة، من خلال العمل بها و إعطائها العناية اللازمة، مع التكوين الجاد للقائمين بهذه النشاطات، هذا إن وجدوا، حيث نجد كثير من الهيئات لا تولي العناية اللازمة لوظيفة العلاقات العامة بالمؤسسة.

الاستمرار في العملية الاتصالية و تعزيز العلاقات العامة، وعدم الاكتفاء فقط بالمناسبات و الأعياد و التباهي من باب تنظيم نشاط معين في مناسبة معينة لإبراز أو تحسين صورة المؤسسة، هذا لا يكفي كون المواطن الآن على دراية بكل صغيرة و كبيرة و طول السنة، خاصة مع تنامي صحافة المواطن و الكم الهائل من الأخبار عبر صفحات التواصل الاجتماعي الالكترونية، فعلى كافة المؤسسات إثبات حضورها المستمر و عدم ترك الساحة فارغة ، فالطبيعة تأتي الفراغ.

الاعتماد على الجانب الإعلامي خاصة الفضاء السيبراني، كون المواطن الآن يعيش داخل هذا الفضاء الافتراضي، و أصبح لا يعتمد في تلقي الأخبار على القنوات التقليدية ، و عليه وجب اقتحام هذا الفضاء و خلق مكانة للمؤسسة داخله.

السؤال 18 : هل يوجد سجل المداومات؟ و هل تأخذون بعين الاعتبار الشكاوي و الآراء الموجودة فيه ؟

الإجابة: نعم... بالتأكيد يوجد سجل المداومات، أو ما نطلق عليه سجل المقترحات، ففي كل مقر امني يوجد على مستوى قاعة الاستقبال سجل خاص يوضع تحت تصرف المواطنين لتحرير مقترحاتهم سواء كانت انشغالات أمنية أو شكاوي، هذا السجل يكون تحت مراقبة يومية من طرف المسؤول المباشر لرفع هذه المقترحات أو الانشغالات و إرسالها إلى المصلحة المعنية لاستغلالها.

السؤال 19 : هل هناك علاقة مسؤولية مشتركة بين الشرطة و المجتمع مبنية على الثقة من اجل العمل على إيجاد الحل للمشكلات و التقليل منها ؟

الإجابة : كما تم التنويه له في الإجابة رقم 15، فالمسؤولية تقع على الجميع ، بدورها مصالح الأمن الوطني تعمل دوما بالتنسيق المشترك مع كافة مكونات المجتمع ، خاصة منهم المؤثرون " leader " حيث أن مبدأ العمل الذي تعتمد عليه مصالح الأمن الوطني هو الوقاية خير من العلاج ، فنذهب بداية إلى الوقاية من الخطر المتوقع أو الجريمة المحتملة ، من خلال تعبئة كافة أفراد المجتمع، تحسيسهم و توعيتهم بهذا الخطر، و هذا لا يتأتى إلا انطلاقا من الثقة المتبادلة بين رجل الشرطة و المواطن، كون هذا الأخير على علم و له من الثقافة و الوعي الأمني ما يجعله مساهما و فاعلا أساسيا في المعادلة الأمنية.

من جهة أخرى و في حالة عدم فعالية الجانب الوقائي ، فان الجانب الردعي يبقى قائما، لمحاربة الجريمة و القضاء عليها، و تبقى مصالح الشرطة في حاجة إلى أفراد المجتمع للمساعدة في البحث عن المجرمين و التبليغ عنهم، للقضاء على الجريمة و تنظيف المجتمع من مختلف المشكلات.

في الأخير لا يسعنا إلا أن نذكر أن مصالح الأمن الوطني تسعى جاهدة إلى تعزيز جانب العلاقات العامة مع كافة مكونات المجتمع، و هذا بتعزيز التنسيق الدائم و المستمر مع مختلف الشركاء و المساهمين، من مصالح أمنية، سلطات و هيئات محلية، مجتمع مدني و فعاليات جمعوية و أعيان و الغرض من كل هذا هو تقديم خدمة عمومية أمنية راقية من شأنها أن تحافظ على تماسك المجتمع في مختلف الميادين، فالأمن هو أساس بناء المجتمع، و يأتي في الدرجة الثانية بعد الرزق في إشباع حاجيات المواطن¹، مصدقا لقوله تعالى : ﴿فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع و أمنهم من خوف﴾.

¹ جعفر جابر /ملازم أول للشرطة ، رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية غرداية .

عرض نتائج المقابلة :

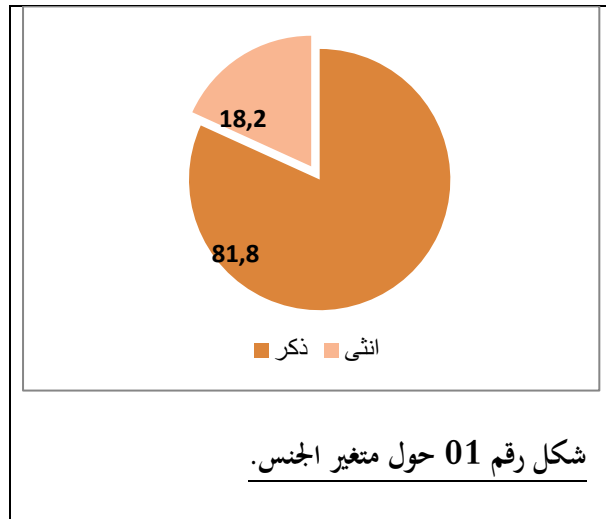
- 1- إن خلية الاتصال و العلاقات العامة تقوم بالعديد من الوظائف، أهمها الاتصال و التخطيط و الاعلام و كل هذه الوظائف تساعد على اتخاذ القرار و التعريف بالمديرية.
- 2- إن خلية الاتصال و العلاقات العامة تقوم بتقديم كل المعلومات و البيانات و الإحصاءات المتعلقة بمؤسسة الشرطة.
- 3- تسعى المؤسسة الأمنية لخلق صورة حسنة لها من خلال نشاطاتها التوعوية و إبراز صورة مشرفة لها كمؤسسة تخدم المجتمع و تسعى لحفظ أمنه.
- 4- ضرورة الاستثمار في العنصر البشري للخروج من المجال الضيق إلى التفتح الاجتماعي.
- 5- ضرورة تعزيز العلاقات العامة و استمرار العملية الاتصالية.
- 6- ضرورة التعاون من طرف المجتمع لمحاربة الجريمة و القضاء عليها.
- 7- تعمل المؤسسة الشرطة على خلق و بناء جسور من الثقة بينها وبين المجتمع.
- 8- تسعى المؤسسة الأمنية إلى تصحيح سوء الفهم و الأفكار المغالطة بالنسبة للجمهور و ذلك بتقديم معلومات واضحة و شفافة، كما تدعو المواطنين الحرص على اخذ المعلومات من الجهة الرسمية.

رابعاً : عرض و تحليل البيانات و مناقشة النتائج.

المحور الأول : البيانات الشخصية :

الجدول رقم 01 : حول متغير الجنس.

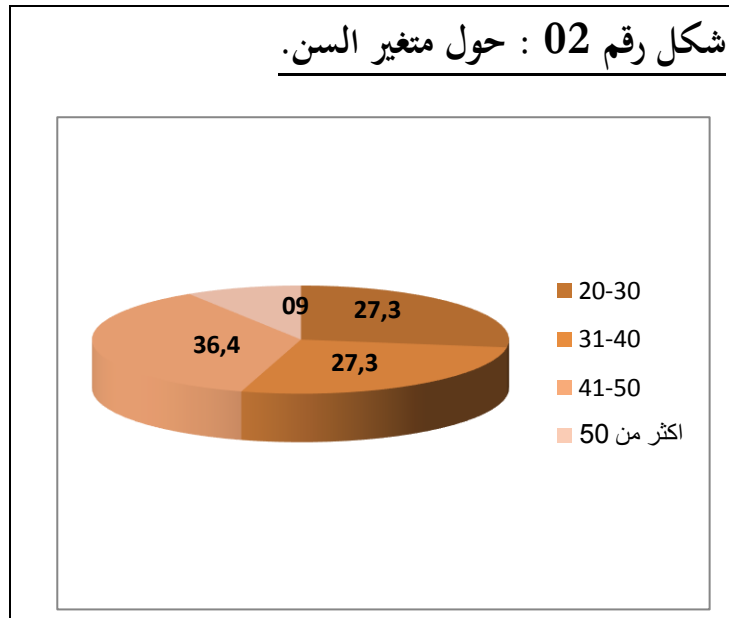
التكرار	العينة	التكرار	النسبة(%)
18	ذكر	18	81.8
04	أنثى	04	18.2
22	المجموع	22	100



نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 و المتعلق بمتغير الجنس أن نسبة الذكور تقدر ب 81.8% ما يعادل 18 مبحوث، في حين قدرت نسبة الإناث ب 18.2% و هذا ما يعادل 04 مبحوثين من أصل 22 مبحوث، ومن خلال هذه النتائج نستخلص أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث ما يدل على أن النشاط الجماعي لا يقتصر على فئة الذكور بل أيضا الإناث و لكن بنسبة محتشمة أو قليلة مقارنة مع الذكور.

الجدول رقم 02 : حول متغير السن.

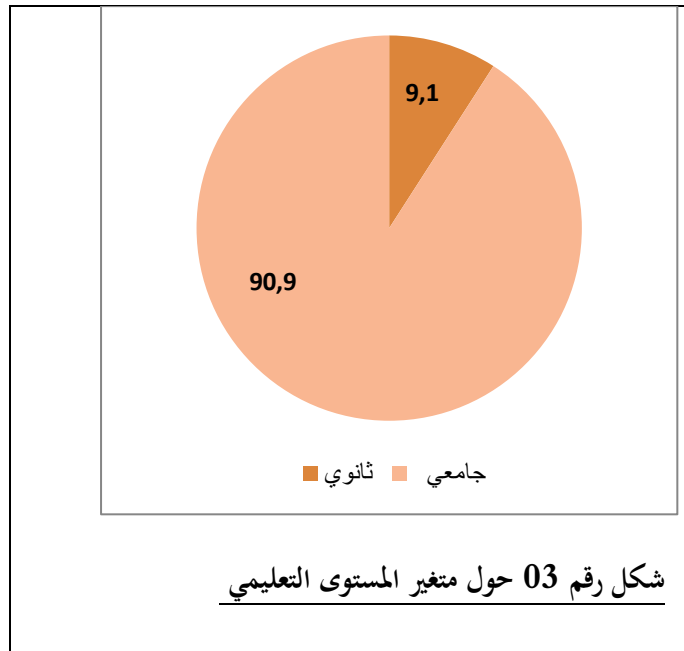
التكرار	العينة	التكرار	النسبة (%)
30-20	06	27.3	
40-31	06	27.3	
50- 41	08	36.4	
أكثر من 50	02	09	
المجموع	22	100	



يوضح لنا الجدول أن الفئة العمرية بين 50-41 هي الأكثر حضوراً بنسبة 36.4 ما يعادل 08 مبحوثين، ثم تليها نسبي 27.3 و تتمثل في فئتين من 30-20 و 40-31 ما يعادل 06 مفردات من كل فئة ، و أخيراً نسبة أكثر من 50 سنة ما يعادل مبحوثين من أصل 22 ، و من خلال هذا نلاحظ أن الفئة المسيطرة هي من 50-41 هذا دليل على درجة الوعي، إضافة إلى الاهتمام بالعمل الجماعي لدى هذه الفئة. ناهيك عن الخبرة و الاحداث السابقة التي أدت إلى متغيرات كثيرة هو ما جعلهم يقدرون قيمة النشاط الجماعي.

الجدول رقم 03 : حول متغير المستوى التعليمي.

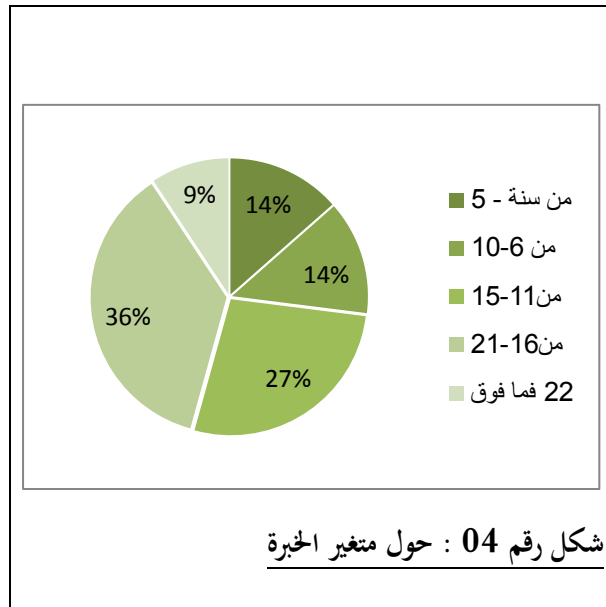
النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
00	00		ابتدائي
00	00		متوسط
9.1	02		ثانوي
90.9	20		جامعي
100	22		المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 أن نسبة 90.9% التي تمثل المستوى الجامعي وهو ما يعادل 20 مبحوث من أصل 22، ثم تأتي نسبة 9.1% للمستوى الثانوي، أما المستوى المتوسط و الابتدائي لا يوجد. وهذا إن دل على شيء فيدل على أن المبحوثين من فئة مثقفة و ذو مستوى تعليمي عالي.

الجدول رقم 04 : حول متغير الخبرة

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
13.5	03		5-1
13.5	03		10-6
27.3	06		15-11
36.4	08		21-16
09.3	02		22 فما فوق
100	22		المجموع



يوضح لنا الجدول أن سنوات الخبرة التي تنحصر في فئة 16 سنوات إلى 21 سنة هي الأكثر رواجاً بنسبة 36.4% ، أي ما يعادل ثمانية مباحوثين، ثم تليها نسبة 27.3% لفئة 11 سنوات إلى 15 سنة ، ثم نسبة 13.5% لفئتي 6 سنوات إلى 10 سنوات و من سنة إلى 05 سنوات، أما فئة 22 فما فوق كانت بنسبة 9.3% أي ما يعادل مباحوثين من أصل 22 مباحوث.

مما سبق نلاحظ أن فئة 16 سنة خبرة إلى 21 سنة خبرة هي التي تغطي في العمل الجماعي، و هذا يدل على الإقبال الكبير لدى هذه الفئة للنشاط في العمل الجماعي و الوقوف على أهمية المجتمع المدني.

المحور الثاني : الثقافة الأمنية.

الجدول رقم 05 : يوضح رقي الخدمات المقدمة من قبل امن غرداية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
50	11		بنسبة كبيرة
50	11		بنسبة متوسطة
100	22		المجموع

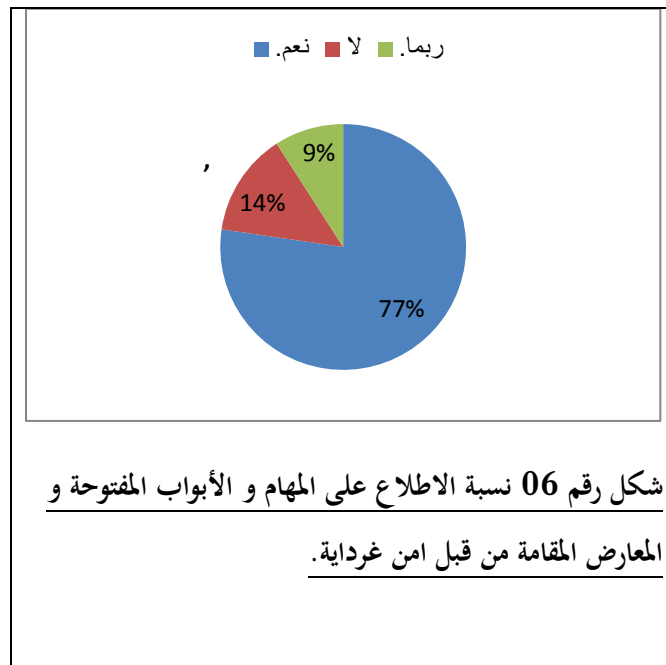


من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن نسبة 50% ترى أن خدمات مديرية امن غرداية ترقى لرضاهم بنسبة كبيرة و هذا ما يعادل 11 مبحوث، أما 50% و ما يعادل أيضا 11 مبحوث يروا أن خدمات مديرية امن غرداية ترقى لرضاهم بنسبة متوسطة.

و هذا يدل على أن النتيجة المحصل عليها تعد بمثابة علاقة منطقية بين المؤسسة الأمنية و مختلف الجمعيات من خلال الخدمات المقدمة من ناحية التجاوب المستمر و المستجد من ناحية أخرى.

الجدول رقم 06 : نسبة الاطلاع على المهام و الأبواب المفتوحة و المعارض المقامة من طرف امن غرداية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
77.3	17		نعم
13.6	03		لا
9.1	02		ربما
100	22		المجموع



يوضح الجدول رقم 06 أن عدد المبحوثين الذين لهم اطلاع على المهام و الأبواب المفتوحة و المعارض المقامة كانت نسبتهم 77.3% أي ما يعادل 17 مفردة من المبحوثين، و نسبة 13.6%

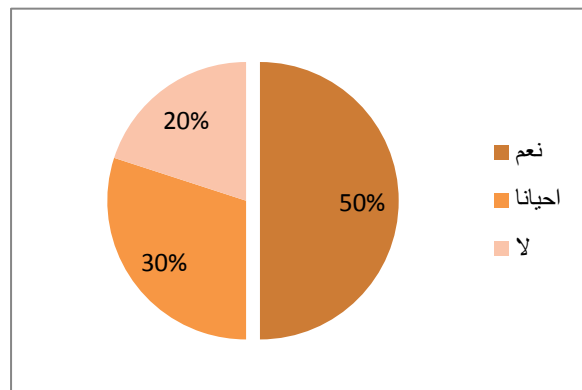
ليس لهم اطلاع على الأبواب و المعارض و المهام قدر عددهم 03 و نسبة 9.1% ممن أجابوا ب ربما يعني 02 من المبحوثين، وهذا يدل على أن الجهات الأمنية تقوم بالتعريف بمهامها إضافة إلى إقامة معارض متنوعة و أبواب مفتوحة تصل إلى شرائح كبيرة من المجتمع، و هذا ما يوضح أيضا أن أغلبية المبحوثين سبق لهم الحضور إلى نشاطات امن غرداية ، مما يؤكد أن الجهات الأمنية تسعى إلى دمج المجتمع المدني في مختلف نشاطاتها و حفلاتها.

الجدول رقم 07 : يوضح نسبة الحضور إلى النشاطات و الحفلات المقامة من طرف امن غرداية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
50	11	نعم	
30	07	أحيانا	
20	04	لا	
100	22	المجموع	

شكل رقم 07 : يوضح نسبة الحضور إلى النشاطات و الحفلات

المقامة من طرف امن غرداية.

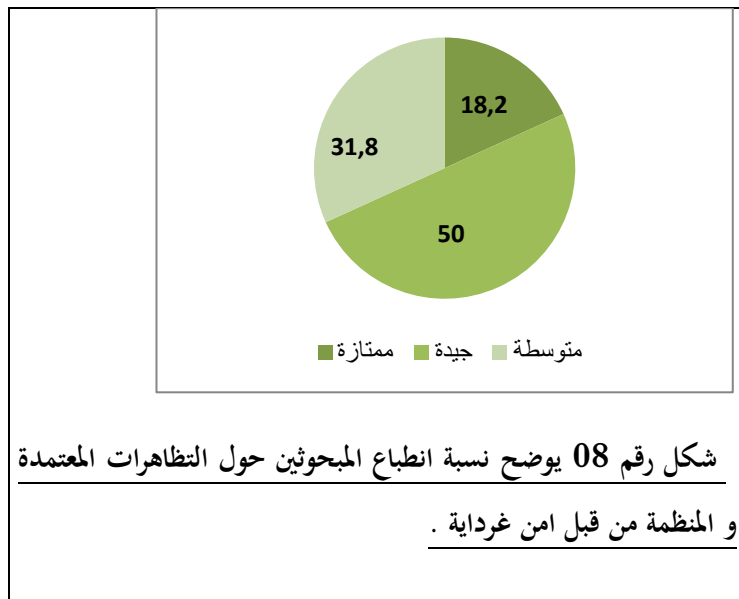


من خلال الجدول رقم 07 يتضح لنا أن نسبة 50% من المبحوثين سبق لهم الحضور إلى النشاطات و الحفلات المقامة من طرف امن غرداية أي ما يعادل 11 مبحوث، ثم تليها نسبة 30% ممن أجابوا أحيانا أي ما يعادل 07 مبحوثين و اقل نسبة تمثل 20% ممن لم يسبق لهم الحضور إلى نشاطات و حفلات امن غرداية أي ما يعادل 04 من المبحوثين.

و هذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين سبق لهم الحضور، و هذا ما يؤكد أن الجهات الأمنية تسعى إلى دمج المجتمع في مختلف نشاطاتها و حفلاتها.

الجدول رقم 08 : يوضح نسبة انطباع المبحوثين حول التظاهرات المعتمدة و المنظمة.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
18.2	04		ممتازة
50	11		جيدة
31.8	07		متوسطة
100	22		المجموع

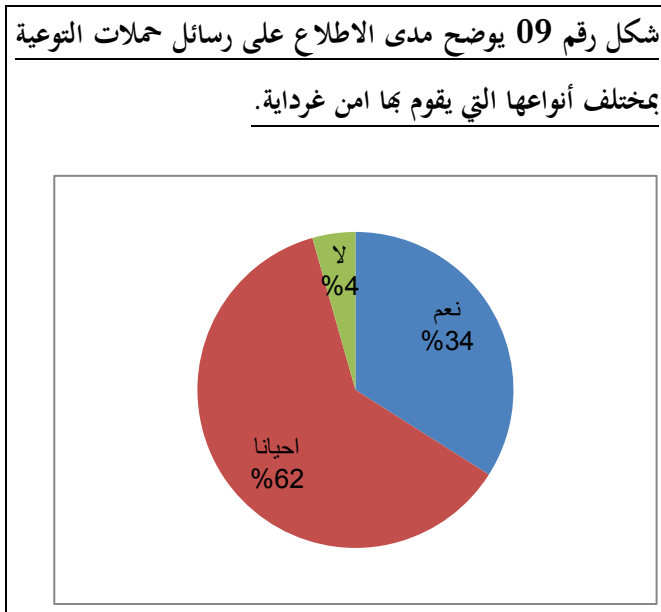


يوضح الجدول رقم 08 أن انطباع المبحوثين حول التظاهرات المعتمدة و المنظمة من قبل امن غرداية جيدة بنسبة 50% كأعلى نسبة تمثلت في 11 مبحوث من أصل 22 مبحوث، ثم تليها نسبة 31.8% الذين يروا أن انطباعهم كان بنسبة متوسطة كان عددهم 07 مبحوثين ثم تأتي النسبة الأخيرة الذين يروا أنها ممتازة بنسبة % 18.2 ما يعادل 04 مبحوثين.

من خلال التحليل تبين أن التقدير الجيد حظي بالنسبة الكبرى و هذا دليل على أن المؤسسة الأمنية ترقى بتظاهرتها و انشغالاتها دوما إلى الأفضل.

الجدول رقم 09 : يوضح مدى الاطلاع على رسائل و حملات التوعية بمختلف أنواعها التي تقوم بها الشرطة.

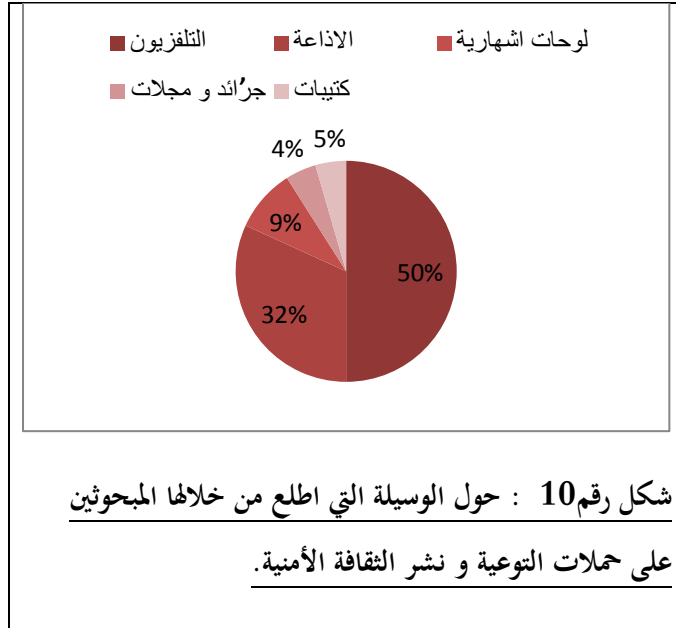
النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
34	07	نعم	
61.6	13	أحيانا	
4.4	02	لا	
100	22	المجموع	



يوضح الجدول رقم 09 أن أعلى نسبة كانت في رأي أحيانا حول الاطلاع على رسائل حملات التوعية بمختلف أنواعها و التي قدرت ب % 61.6، ثم تليها نسبة نعم و التي قدرت ب % 34، و آخر نسبة كانت ب لا والتي قدرت ب % 4.4، هنا يمكن القول أن المستوى التوعوي لدى المؤسسة الأمنية لم يحظى بالأهمية المطلوبة من طرف المجتمع المدني، و أن المجتمع المدني بصفة عامة لا يقدر قيمة و أهمية الرسائل التوعوية التي تقوم بها المؤسسة الأمنية.

الجدول رقم 10 : حول الوسيلة التي اطلع من خلالها المبحوثين على حملات التوعية و نشر الثقافة الأمنية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
50	11		التلفزيون
31.8	07		الإذاعة
9.2	02		لوحات اشهارية
4.5	01		جرائد و مجلات
4.5	01		كتيبات
00	00		جمعيات و مساجد
100	22		المجموع



يوضح الجدول رقم 10 و من خلال القراءة للمعطيات، تبين أن أعلى نسبة لإجابة المبحوثين حول الوسيلة التي اطلعوا من خلالها على حملات التوعية و نشر الثقافة الأمنية هي الاختيار الأول المتمثل في التلفزيون بنسبة 50% ما يعادل 11 مبحوث، ثم تليها نسبة 31.8 % في الإذاعة، أما نسبة 9.2 % كانت للوحات الاشهارية ، و نسبة 4.5% على التوالي كانت من نصيب الجرائد و المجلات و أيضا الكتيبات، أما المساجد و الجمعيات فكانت بنسبة 0%.

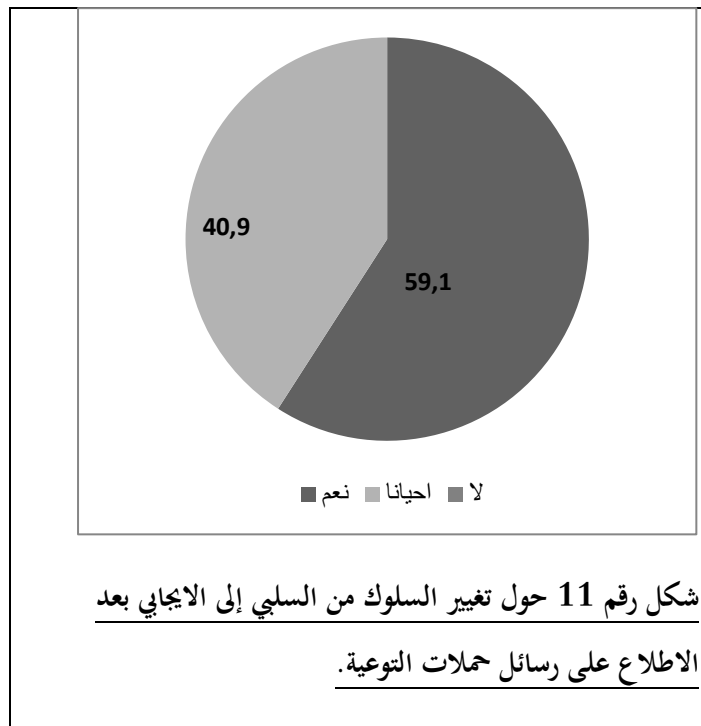
و هذا ما يبين أن المؤسسات الأمنية في حملاتها للتوعية و نشر الثقافة الأمنية تركز و بشدة على وسائل الاعلام كالتلفزيون و الإذاعة و اللوحات الاشهارية بحكم أن هاته الوسائل أكثر تأثير لإيصال الرسالة التوعوية.

الجدول رقم 11 : حول تغيير السلوك من السلبي إلى الايجابي بعد الاطلاع على رسائل حملات التوعية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
59.1	13	نعم	
40.9	09	أحيانا	
00	00	لا	

100	22	المجموع
-----	----	---------

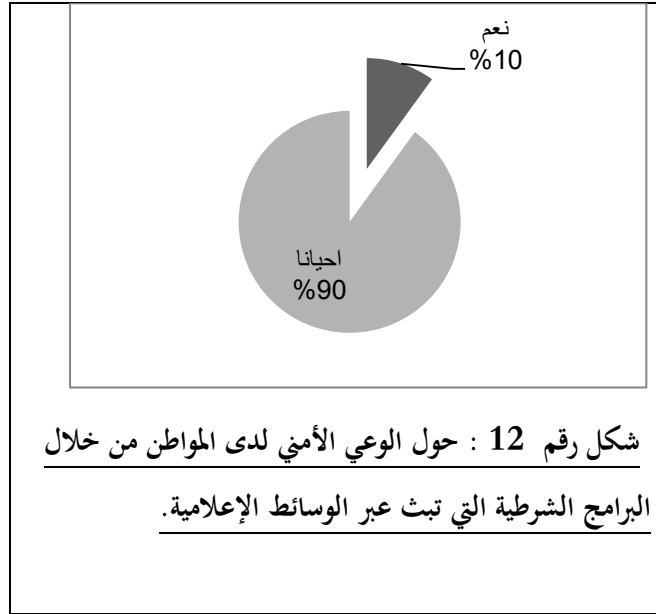
نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 أن نسبة 59.1% من عينة الدراسة يتغير سلوكها من السلبي إلى الايجابي بعد الاطلاع على رسائل حملات التوعية، و نسبة 40.9% ممن يتغير سلوكها أحيانا من السلبي إلى الايجابي ، أما رأي لا فهو بنسبة 0% ، مما يدل على أن المبحوثين يتأثرون برسائل الحملات التوعوية ولا يتمسكون بالسلوكيات التي تنعكس سلبا عليهم ، و هذا ما يؤكد على قوة الرسالة و تأثيرها.



الجدول رقم 12 : حول الوعي الأمني لدى المواطن من خلال البرامج الشرطية التي تبث عبر الوسائط الإعلامية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
10	02	نعم	
90	20	أحيانا	

00	00	لا
100	22	المجموع

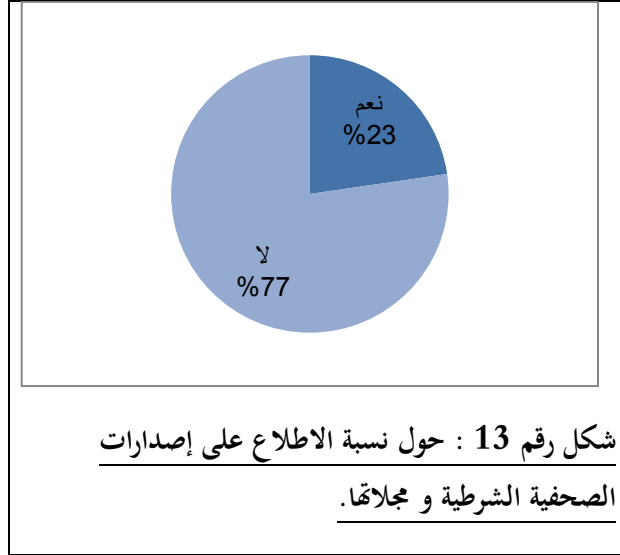


يوضح لنا الجدول رقم 12 أن نسبة 90% من عينة الدراسة أجابوا ب أحيانا أن البرامج الشرطية التي تبث عبر الوسائط الإعلامية ما ترفع الوعي الأمني لدى المواطن، ثم تليها نسبة 10% ممن أجابوا بنعم ، أما نسبة لا فكانت 0%، حيث نستنتج أن المؤسسة الشرطية على دراية تامة أن إشراك البرامج الشرطية عبر الوسائط الإعلامية ذو أهمية كبيرة لرفع وعي المواطن ، إضافة إلى وجوب استغلال هاته الوسائط الإعلامية في تنمية الوعي و الثقافة الأمنية.

الجدول رقم 13 : حول نسبة الاطلاع على الإصدارات الصحفية الشرطية و مجالاتها.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
22.7	05	نعم	
77.3	17	لا	
100	22	المجموع	

يوضح الجدول رقم 13 أن نسبة 77.3 % لم يطلعوا على الإصدارات الصحفية و مجلاتها ما يعادل 17 مبحوث، أما ممن اطلعوا قدر عددهم 05 مبحوثين بنسبة 22.7% ، و هذا يدل على عدم اهتمام المبحوثين بهذا النوع من الصحف و المجلات ، بالرغم من أن المديرية العامة للأمن الوطني تتيح إمكانية الاطلاع على هذا النوع من المجلات.

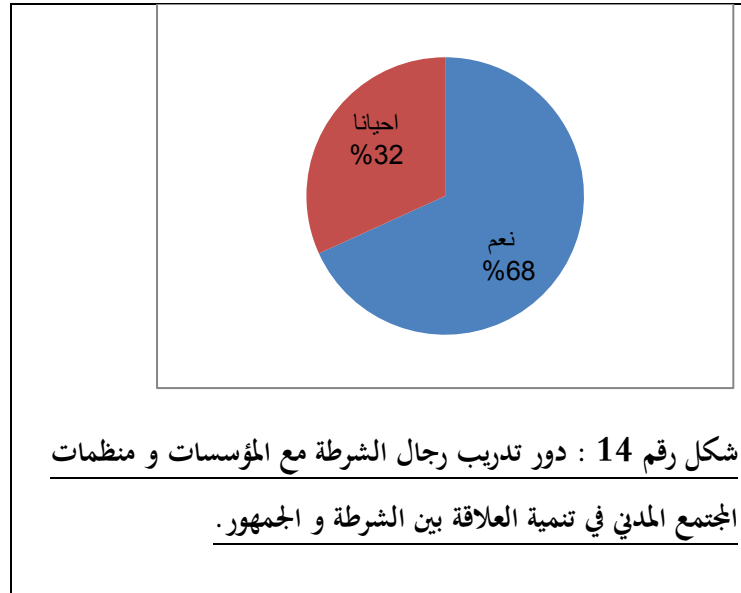


الجدول رقم 14: دور تدريب رجال الشرطة مع المؤسسات و منظمات المجتمع المدني في تنمية العلاقة بين الشرطة و الجمهور.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
68.2	15		نعم
31.8	07		أحيانا
00	00		لا
100	22		المجموع

يوضح الجدول رقم 14 أن نسبة 68.2% من يروا أن تدريب رجال الشرطة مع المؤسسات و منظمات المجتمع المدني له دور في تنمية العلاقة بين الشرطة و الجمهور و هذا ما يعادل 15 مبحوث، أما من يروا أحيانا فبلغت نسبتهم 31.8% أي ما يعادل 07 من المبحوثين.

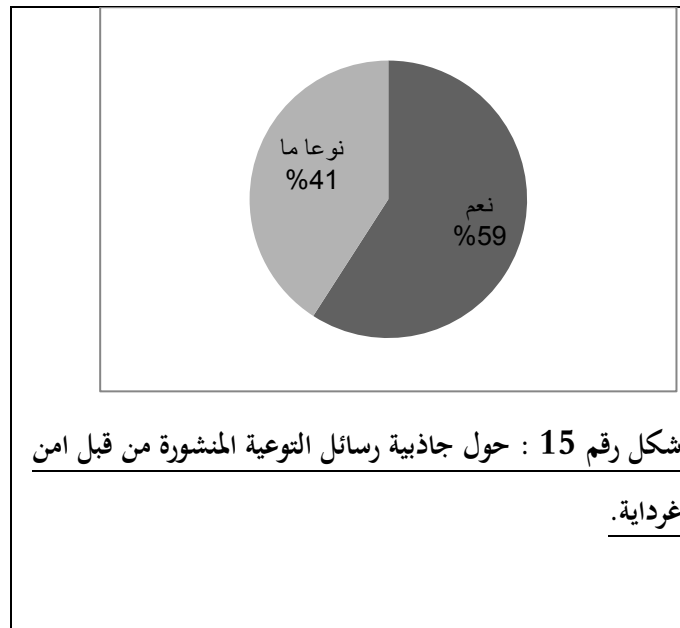
هذا ما يدل على أن مؤسسات و منظمات المجتمع المدني لها دور أيضا في بناء المجتمع و بتعاونها تصبح الأدوار تكاملية مع المؤسسة الأمنية لتنمية و نشر الثقافة الأمنية. فالمؤسسة الأمنية ترعى و تخدم مصالح و حقوق الأفراد و واجباتهم ولا بد للمجتمع أن تكون له قناعة تامة بان المؤسسة الأمنية تسعى لهذا الهدف.



الجدول رقم 15 : حول جاذبية رسائل التوعية المنشورة من قبل امن غرداية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
59.1	13	نعم	
40.9	09	نوعا ما	
00	00	لا	
100	22	المجموع	

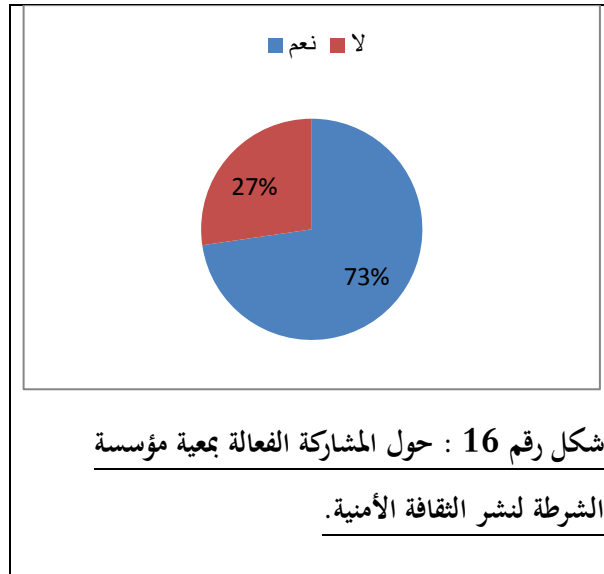
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 59.1% ممن تجذبهم رسائل التوعية المنشورة من قبل امن غرداية ما يعادل 13 مبحوث، و نسبة % 40.9 ممن عبروا على أنها تجذبهم نوعا ما، أما نسبة لا فكانت 0% ، وهذا ما يدل على قوة الرسالة و جمليتها و تأثيرها و قدرتها على الإقناع ، فالمؤسسة الأمنية و خاصة خلية الاتصال و العلاقات العامة هي العمل على الرسالة و جاذبيتها و وصولها لأكبر عدد من فئات المجتمع.



الجدول رقم 16 : حول المشاركة الفعالة بجمعية مؤسسة الشرطة لنشر الثقافة الأمنية.

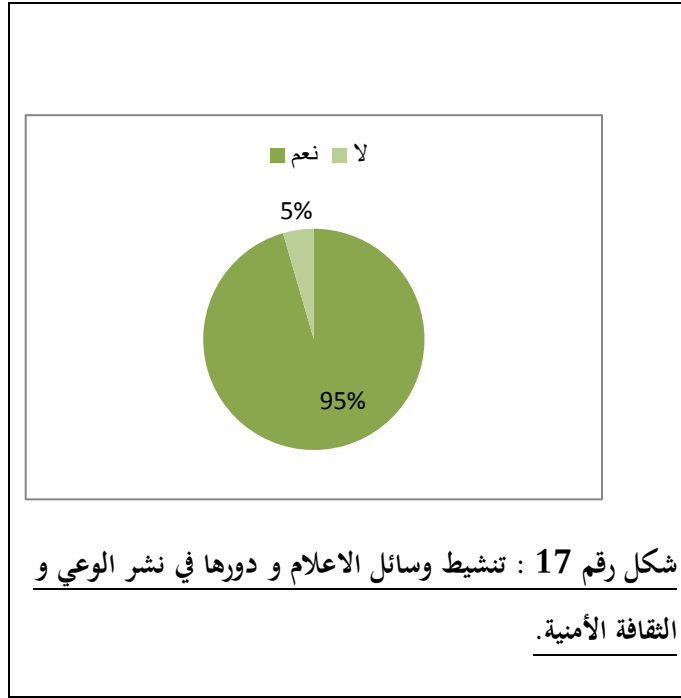
النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
72.7	16		نعم
27.3	06		لا
100	22		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 72.7% ممن سبق لهم المشاركة بمعية الشرطة لنشر الثقافة الأمنية أي ما يعادل 16 مبحوث، و 27.3% ممن لم يسبق لهم المشاركة، من خلال ما سبق نلاحظ أن المؤسسة الأمنية في أنشطتها تسعى إلى مشاركة المجتمع المدني لنشر الثقافة الأمنية و الوقاية من المخاطر و في الوقت نفسه تهدف إلى غرس المعايير و القيم بين أفراد المجتمع لتحافظ على امن و استقرار هذا المجتمع.



الجدول رقم 17 : حول تنشيط وسائل الاعلام و دورها في نشر الوعي و الثقافة الأمنية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
95.5	21	نعم	
4.5	01	لا	
100	22	المجموع	



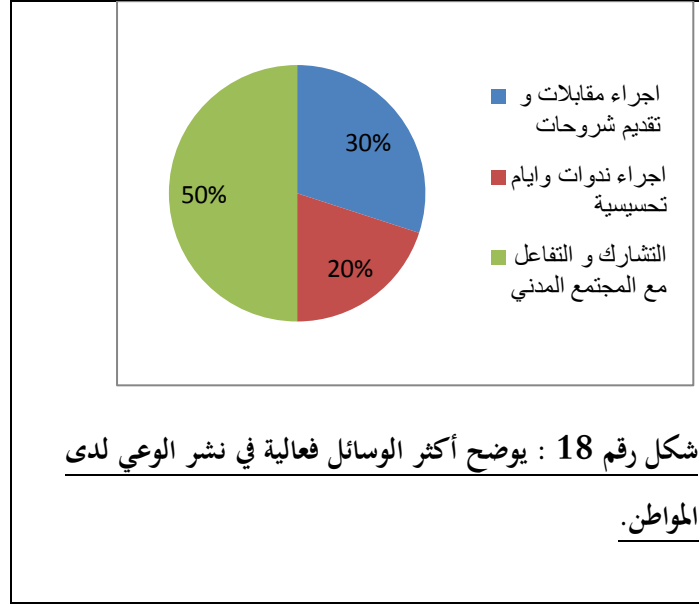
نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 أن نسبة 95.5% ممن أجابوا بان تنشيط وسائل الاعلام لها دور في نشر الوعي و الثقافة الأمنية، و نسبة 4.5% ممن يروا انه ليس مهم تنشيط وسائل الاعلام ما يعادل مباحوث واحد من أصل 22 مباحوث.

و هذا ما يدل على أن وسائل الاعلام أصبحت تتحكم في عدة جوانب للفرد، و تعد الثقافة الأمنية من بين فروع الاعلام التي تهدف إلى إخبار الجمهور بموضوعات تخص الأمن و يقوم به رجال الأمن ذاتهم، فالمؤسسة الأمنية على دراية تامة بالأهمية الكبرى لوسائل الاعلام و جدوى تنشيطها.

الجدول رقم 18 : أكثر الوسائل فعالية في نشر الوعي لدى المواطن.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
30	07		إجراء مقابلات و تقديم شروحات.
20	04		إجراء ندوات و أيام تحسيسية.
50	11		التشارك و التفاعل مع المجتمع المدني.

100	22	المجموع
-----	----	---------

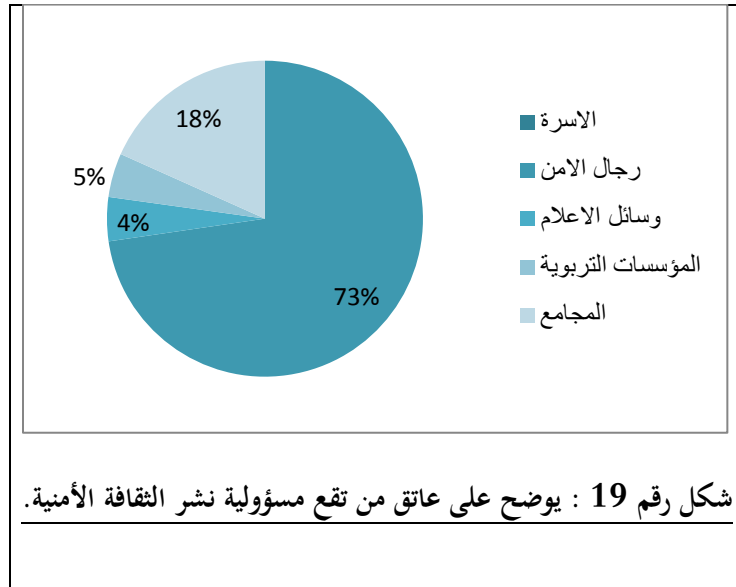


يوضح الجدول رقم 18 أن نسبة 50% يروا أن من الوسائل الأكثر فعالية في نشر الثقافة الأمنية هي مشاركة المؤسسة الأمنية مع المجتمع المدني، ثم تليها من يرون وجوب إجراء مقابلات و تقديم شروحات عبر وسائل الاعلام بنسبة 30%، و أخيرا نسبة 20% من يرون أن الوسيلة الأنجع هي إجراء ندوات و أيام تحسيسية.

و هذا ما يدل أن لكل هذه الوسائل ادوار فعالة في وضع الاستراتيجيات و الخطط الأمنية و توجيه الجمهور للمسار الصحيح و تعديل سلوكياتهم.

الجدول رقم 19 : على عاتق من تقع مسؤولية نشر الثقافة الأمنية.

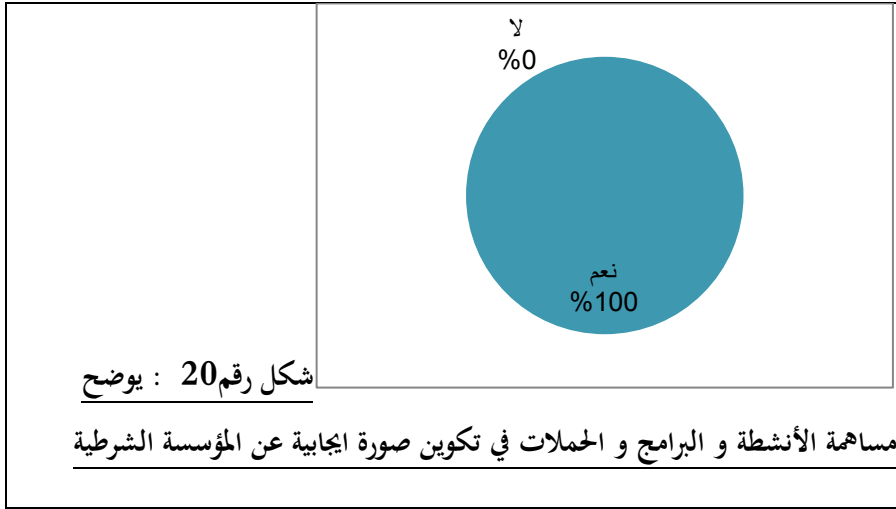
النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
00	00		الأسرة
72.7	16		رجال الأمن
4.5	01		وسائل الاعلام
4.5	01		المؤسسات التربوية
18.3	04		المجتمع
100	22		المجموع



يوضح الجدول رقم 19 أن مسؤولية نشر الثقافة الأمنية تقع على عاتق رجال الأمن بنسبة 72.7% ما يعادل 16 مبحوث، ثم تليها نسبة 18.3% أن للمجتمع مسؤولية في نشر الثقافة الأمنية و هذا ما يعادل 4 من المبحوثين ، ثم نسبي 4.5% أن لوسائل الاعلام و المؤسسات التربوية دور في نشر الثقافة الأمنية ، أما الأسرة بنسبة 0%. من خلال الجدول يتضح لنا انه تم تصنيف رجال الأمن بحكم أن المؤسسة الأمنية تفرض سلطتها و في مقابل ذلك تحفظ الأمن و تسعى إلى ترسيخه بين أفراد المجتمع. إلا أن هذه المهمة لا تقتصر فقط على رجال الأمن ، بحكم أن الأجهزة الأمنية غير قادرة لوحدها على مكافحة الجريمة بكل أنواعها ، فلا بد من تعاون أفراد المجتمع و رفع وعيهم إضافة إلى مشاركة المؤسسات و وسائل الاعلام ، و الأسرة أيضا بحكم دورها الكبير الذي تلعبه في التنشئة و غرس الأفكار المتينة، و هذا ما تسعى المؤسسات الأمنية لإيصاله عن طريق نشر الثقافة الأمنية.

الجدول رقم 20 : مساهمة الأنشطة و البرامج و الحملات في تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة الشرطية.

النسبة (%)	التكرار	التكرار	العينة
100	22	نعم	
00	00	لا	
100	22	المجموع	



نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 إن كل المبحوثين أجابوا بان هذه الأنشطة و الحملات و البرامج، ساهمت في تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة الشرطية بنسبة مئة بالمئة، فمن خلال هذه الأنشطة خلقت المؤسسة الأمنية مكانة مرموقة لها، و خلقت صورة ذهنية ايجابية لدى المواطنين فهي بهذا تسعى إلى تحقيق الصالح العام المشترك لكافة المجتمع.

4- تحليل النتائج على ضوء الفرضيات :

1- أكدت النتائج المتوصل إليها أن المؤسسة الشرطية تساهم أنشطتها بنسبة كبيرة في نشر الوعي و الثقافة الأمنية، فعن طريق أنشطة العلاقات العامة يتحقق عنصر الإقناع و التأثير.

2- أكدت النتائج أيضا أن الوسائل المتخذة من قبل إدارة العلاقات العامة بأمن غرداية هي البرامج الفعالة في التوعية و الإرشاد و ذلك باستخدام كافة وسائل الاعلام و الاتصال ، و يتجلى ذلك في مختلف الوسائل التي تستعملها المؤسسة الشرطية في نشاطاتها من خلال البرامج الإذاعية ، و التغطيات الإعلامية ، إضافة إلى الأبواب المفتوحة و الأيام التحسيسية ، و الخرجات الميدانية، المعارض.... الخ.

3- الفرضية الثالثة و التي افترضنا أن غياب التخصص و التدريب في مجال العلاقات العامة من اهم العوائق التي تحد أنشطة العلاقات العامة ،هنا الفرضية منفية و ليست مثبتة حيث أن امن غرداية

يبرمج دورات تكوينية للإطارات العاملين بخلية الاتصال و العلاقات العامة لمواصلة التدرج العلمي، حيث يتم اختيار المورد البشري المؤهل و ضرورة حيازته على شهادة تتماشى مع المهام الموكلة له .

4- نجاح أنشطة و برامج العلاقات العامة يساهم في تشكيل الصورة الحسنة و السمعة الجيدة للمؤسسة، مما ينمي روح المشاركة و الارتباط بين المؤسسة الأمنية و أبناء المجتمع.

5- النتائج العامة للدراسة:

1- إن خدمات المؤسسة الشرطة دائما في تحسن و يظهر ذلك من خلال التجاوب المستمر بين المؤسسة الشرطة و المجتمع.

2- تسعى الجهات الأمنية بالتعريف بمهامها من خلال المعارض و الأبواب المفتوحة .

3- تسعى المؤسسة الشرطة إلى إشراك المجتمع و دمجها في مختلف نشاطاتها و حفلاتها.

4- تركز المؤسسة الشرطة في حملاتها التوعوية على وسائل الاعلام كالتلفزيون و الإذاعة و اللوحات الاشهارية.

5- مستوى الاطلاع على رسائل حملات التوعية لم يحظى بالأهمية المطلوبة.

6- تغيير سلوكيات الأفراد بعد الاطلاع على رسائل و حملات التوعية و هذا دليل على قوة الرسالة و تأثيرها.

7- إشراك البرامج الشرطة عبر الوسائط الإعلامية ترفع من وعي المواطن.

8- نسبة الاطلاع على الصحف و المجلات الشرطة قليلة جدا.

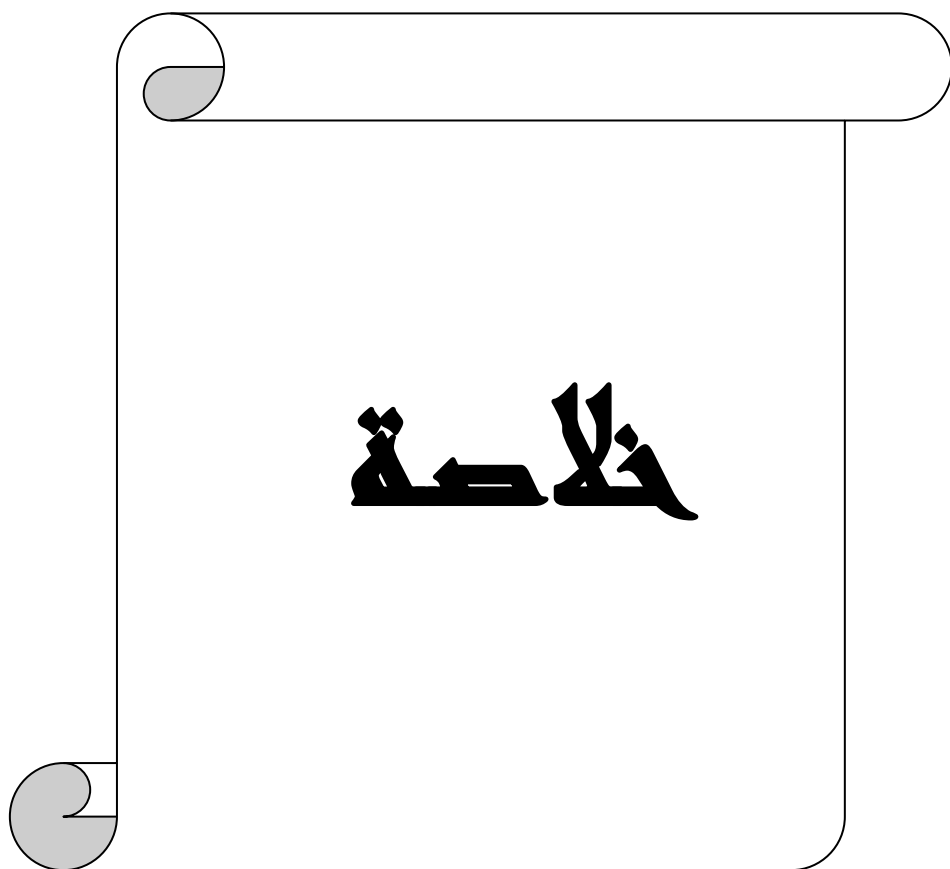
9- الدور التكاملي بين المؤسسة الأمنية و مؤسسات و منظمات المجتمع المدني.

10- مسؤولية نشر الثقافة الأمنية تقع على عاتق المؤسسة الشرطة.

11- خلق صورة ايجابية جيدة عن المؤسسة الشرطة بفضل برامجها و حملاتها.

6-التوصيات :

- 1-دعم العلاقة بين المؤسسة الشرطية و المجتمع بما يكفل التعاون لمواجهة المخاطر الأمنية، و الحد من سلبياتها.
- 2- ضرورة إزالة العوائق الناتجة عن تصرفات بعض أفراد الشرطة ،من خلال اختيار العناصر البشرية المؤهلة و تدريبها، فالسلوك الشخصي متى كان متزن (كان في الملبس أو في التخاطب أو التعامل) فان ذلك يساعد في كسب المواطن و بتالي إقامة علاقات اجتماعية قوية و إزالة الرواسب التاريخية و القضاء عليها،و كفاءة رجل الأمن يمكن اكتسابها بالتدريب و التثقيف.
- 3- الاستعانة بمختصين في مجال الثقافة الأمنية بشتى أنواعها لإعداد و تقديم الحملات الإعلامية و البرامج التي تظهر كفاءة رجال الأمن و سهرهم على امن و سلامة المجتمع.
- 4- لا بد من خلق علاقة مثالية بين المؤسسة الشرطية و المواطن، فالمؤسسة الشرطية ترعى و تخدم مصالح و حقوق الأفراد و واجباتهم و لا بد على المجتمع أن تكون له قناعة تامة بان المؤسسة الأمنية تسعى لهذا الهدف، و مساعدة الجهات الأمنية في نشر الثقافة الأمنية و تنمية الحس الأمني، فالعلاقة بين الأمن و المجتمع لا يمكن أن تتجسد إلا بوجود علاقات عامة تعمل نشر الثقافة الأمنية.
- 5- ضرورة إشراك المواطنين في دراسة المشكلات الأمنية و العمل على اقتراح و إيجاد حلول لهاته المشكلات.
- 6- تكثيف حملات التوعية بشتى أنواعها و العمل على تكرار الرسالة ، فتكرار يولد القناعة لدى المتلقي.
- 7- ضرورة إشراك الحركة الجماعوية في حملات التوعية و التحسيس.



خلاصة:

من خلال دراستنا لأنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية استنتجنا أن للعلاقات العامة و الثقافة الأمنية خاصية وظيفية اجتماعية هامة في المجتمعات، فالثقافة الأمنية فضل كبير في بناء و تنمية و تبصير المجتمع، و المؤسسة الشرطية و عن طريق العلاقات العامة تسعى جاهدة في المضي قدما حول خدمة و رفع الوعي المجتمعي بنزاهة و مصداقية، كما تسعى جاهدة لتطوير برامجها و أنشطتها التي من شأنها خدمة المجتمع ، من خلال الإرشادات و النصائح و مجموعة المعارف التي يقدمها الأمن عن طريق نشر الثقافة الأمنية، و هذا ما تجلّى في دراستنا المتمثلة في " أنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية- دراسة ميدانية لمديرية امن غرداية". فنشر الوعي الثقافي الأمني يفتح لنا طريق للعبور منه نحو خطوات النمو و التقدم، و عدمه يجعلنا نساق وراء أفكار هدامة تفسد المجتمع، فالثقافة الأمنية تخلق جيل جديد أو عقول جديدة متعلمة قادرة على القيام بدور فعال في البناء و التقدم.

كما توصلنا إلى أن المؤسسة الأمنية لم تعد تقتصر خدماتها في بث الأمن و الطمأنينة بين أفراد المجتمع فقط، بل و بفضل العلاقات العامة أصبحت تعمل على الحفاظ على أخلاق المجتمع و رفع وعيه و تبصيره لحمايته من المخاطر، إضافة إلى تقديم خدمات اجتماعية عدة من اهم عواملها التعاون مع المواطن و المجتمع بصفة عامة الأمر الذي أدى إلى نشر الشرطة المجتمعية (الجوارية).

قائمة المراجع

1. قائمة المراجع:

القرآن الكريم:

﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَى﴾ (الشورى : 38)

﴿إِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ﴾. (النساء: 85)

﴿وُفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾ (هود: 85)

﴿وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ﴾ (البقرة: 45)

﴿فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع و أمنهم من خوف﴾. (قريش: 03)

الحديث النبوي:

" لَا فَضْلَ لِعَرَبِيٍّ عَلَى عَجَمِيٍّ إِلَّا بِالتَّقْوَى " رواه احمد في مسنده.

1- الكتب:

1. أنجرس موريس ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ، الإشراف على الترجمة مصطفى ماضي ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، تدريبات علمية ، دار القصة للنشر ، الجزائر 2013.
2. أبو إصبع صالح خليل، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط1، 1998.
3. أبو سمرة محمد ،الاتصال الإداري و الإعلامي، دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان،ط2001،1.
4. البادي محمد ،محاضرات في العلاقات العامة، كلية الاعلام، ط،2007 م
5. الجحني علي بن فايز ، مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية ، ط1 ، الرياض ،2006 م .
6. الجحني علي بن فايز ، لمحات في تنمية الحس الأمني، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، 2006م.

7. الحلبي حسن ،مبادئ في العلاقات العامة، منشورات عويدات، بيروت،باريس،ط1، 1980
8. العلاق بشير ،تخطيط و تنظيم برامج و حملات العلاقات العامة،دار اليازوري،2009 .
9. العدوي فهمي محمد ،مفاهيم جديدة في العلاقات العامة،دار أسامة،الأردن-عمان،ط1، 2011م.
10. اللحام محمود عزت ، ماهر عودة الشمالية ، مصطفى يوسف كافي،الاعلام الأمني،دار الإعصار العلمي،ط2015،1م.
11. المشاقبة بسام عبد الرحمن ، معجم مصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع،ط1 ، 2014.
12. السباعي محمود، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة و النشر ،القاهرة، ط 1، 1963.
14. الجوهري محمد حمد ، الثقافات و الحضارات اختلاف النشأة و المفهوم ،دار المصرية اللبنانية بالقاهرة،2009.
15. باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، ط1، 2004.
16. برغوث علي، العلاقات العامة : أسس نظرية و مفاهيم عصرية، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2007.
17. بوحوش عمار ،محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث،ط4، الجزائر : ديوان المطبوعات الجزائرية ،2007.
18. جردات عبد الناصر احمد ،لبنان هاتف الشامي ،العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ،دار اليازوري للنشر و التوزيع،الأردن-عمان،2009.
19. عبد الرحمان عبد الله محمود ، سوسيولوجية التنظيم ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1987.
20. عجوة علي ،الأسس العلمية للعلاقات العامة،عالم الكتب،ط3، 1985.

21. عجوة علي السيد إبراهيم، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، جامعة القاهرة.
22. عجوة علي، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة.
23. عجوة علي، الصورة الذهنية، عالم الكتب، ط1، 1983.
24. عجوة علي ،محمود يوسف،إدارة وتخطيط العلاقات العامة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة،2005.
25. عبد الغني عماد ، سوسيولوجيا الثقافة : المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ،2006.
26. حسن إبراهيم حسن، تاريخ الإسلام السياسي و الديني و الثقافي و الاجتماعي، مكتبة النهضة المصرية، ج1.
27. شعبان حمدي ، وظيفة العلاقات العامة (الأسس و المهارات) ،مؤسسة الطوبجي للتجارة و الطباعة و النشر، القاهرة، 2008م.
28. سعيد محمود شاکر ، خالد بن عبد العزيز الخرفش، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،ط1،2010م.
29. يوسف محمود مصطفى عبده،مقدمة في العلاقات العامة،كلية الاعلام-جامعة القاهرة.
30. دادي عدون ناصر، اقتصاد المؤسسة ، دار المحمدية العامة، 1998.

2- الدراسات و الرسائل الجامعية :

1. آل سيد الشيخ فاطمة ، موساوي صبيحة :دور الاعلام الأمني و تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر -الانترنت نموذج- مذكرة تخرج ماستر 2016م.

2. بدوي عبد المحسن محمد احمد : العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض 2006م .

3. جابر جعفر :الأخبار الأمنية عبر الصحافة المكتوبة الجزائرية- دراسة تحليلية لنشاطات امن ولاية غرداية 2019،مذكرة لنيل شهادة ماستر مهني، تخصص الاتصال الاستراتيجي و الأمن الوطني ،المدرسة العليا للصحافة و علوم الاعلام.

4. جفال زينب : الاعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور - دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية بيججل ، 2016/2015.

5. عبد الغني ليث عبد اللطيف:توظيف العلاقات العامة في بناء الوعي الأمني لمكافحة الإرهاب -دراسة مسحية للعاملين في المديرية العامة للعلاقات و الاعلام في وزارة الداخلية /بحث مستل من رسالة ماجستير.

6. حمراي أمينة : الاعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره ، الأمن المروري نموذجاً، - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال،2010/2009.

3- المجلات :

1. ايت أعمر مزيان فوزي، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الايجابية عن المؤسسة الأمنية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، 11(03)/2019 الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

2. مرنيش اونيسة ، الشرطة الجوية و الثقافة الأمنية في الجزائر، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 30،الجزء الثاني.

3. مرنيش اونيسة ،الثقافة الأمنية، مجلة أفاق العلوم، جامعة الجلفة، العدد السادس.

4- المحاضرات :

1. باباواعمر عبد الرحمان ،محاضرات في نشأة و تطور العلاقات العامة ،قسم الاعلام و الاتصال،جامعة غرداية،2018/2017.

5- المواقع الالكترونية :

1. الموقع الرسمي لمديرية الأمن الوطني الجزائري www.algeripolice.dz
2. موقع وزارة الداخلية و الجماعات المحلية <http://www.interieur.gov.dz>

6- المراجع باللغة الأجنبية :

1. E, Taylor. (1986). *Primitive culture*. Gloucester: Peter Smith Pub.
2. Le petit Larousse illustré. (1980). *Dictionnaire encyclopédique*. Paris : Larousse.
3. P, PERRINEAU. (1975). *Sur la notion de culture en anthropologie*. In *Revue française de science politique*.

الملاحق

الملحق:1 أسئلة المقابلة مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة:

السؤال 1 : هل تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة بمديرية الأمن لولاية غرداية وظيفة البحوث للتعرف على آراء الجمهور الداخلي و الخارجي ؟

السؤال 2 : هل تكون من خلال إجراء دراسات و بحوث ميدانية أو مناقشات و اجتماعات أو الملاحظة الشخصية لسلوك ؟

السؤال 3 : هل تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة وظيفة التخطيط لأنشطتها و برامجها بصورة دورية منتظمة أم تمارسها بصفة عشوائية ؟
و ما المدى الزمني لخطط العلاقات العامة ؟

السؤال 4 : هل تقومون بعملية التقييم عقب كل برنامج أو نشاط تقوم بتنفيذه ؟

السؤال 5 : الشرطة في خدمة الشعب شعار ينفذه رجل الشرطة هل تحثون انتم كخلية اتصال و علاقات عامة رجل الشرطة على العمل على هذا الشعار بصورة مرضية ؟ و هل تسعى إلى خلق صورة حسنة عن رجل الشرطة ؟

السؤال 6 : هل تواجهون عائقا في عدم الاستجابة لبرامج العلاقات العامة (أي أن هذا يسهم في إحداث فجوة بين رجل العلاقات العامة و الجماهير و يؤدي إلى ما يضعف إيصال الرسالة بالشكل المراد) ؟

السؤال 7 : ما هي طبيعة التظاهرات المقامة من قبل مديرية الأمن ؟

السؤال 8 : ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها خلية الاتصال و العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي؟ (الهاتف- الوسائل المكتوبة - الوسائل الشفوية - تكنولوجيا الاتصال الحديثة).

السؤال 9 : هل تولي مديرية الأمن و خاصة خلية الاتصال و العلاقات العامة اهتماما لسبر الآراء لمعرفة آراء جماهيرها الداخلية ؟

السؤال 10 : هل تتأثر مديرية الأمن بالشائعات التي تثار حولها؟ و هل تقومون بتنفيذ هذه الشائعات أم لا؟

السؤال 11 : هل تتبعون إستراتيجية معينة لنشاط العلاقات العامة؟(أي في تغيير سلوك الأفراد من سلبي إلى ايجابي).

السؤال 12 : هل تقوم مديرية الأمن بولاية غرداية بتكوين و تقديم دورات للعمال في خلية الاتصال و العلاقات العامة؟

السؤال 13 : هل ترون أن هناك ضعف الحس الأمني للمواطن و قلة وعيه بأهمية المراكز الأمنية و جهله لحقوقه و واجباته القانونية؟

السؤال 14 : هل يكون هناك الرد من قبل خلية الاتصال و العلاقات العامة في مديرية الأمن لولاية غرداية بالرد على الحملات الإعلامية المغرضة؟

السؤال 15 : المجتمع الحديث ألقى على عاتق الشرطة عبئا جديدا هو الإسهام في حماية أخلاق الشعب و رعاية سلوكه الاجتماعي إلى جانب عبء توفير الأمن و الطمأنينة فهي لا تكافح الجريمة فقط بعد وقوعها بل تشارك مشاركة فعالة في البحث عن مسببات هذه الجريمة بوصفها مشكلة اجتماعية لإيجاد الحلول لها و هذا بتضافر جهودها مع جهود هيئات أخرى مثل الشؤون الاجتماعية و المؤسسات الدينية و التربوية و جمعيات المجتمع المدني و وسائل الاعلام وهذا من اجل المساهمة الفعالة في التعاون مع المجتمع ما رأيك في هذا؟

السؤال 16 : ما هي العوائق التي تحد من فعالية أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة الأمنية؟

السؤال 17 : ما هي المقترحات و التوصيات لمعالجة هذه العوائق؟

السؤال 18 : هل يوجد سجل المداومات؟ و هل تأخذون بعين الاعتبار الشكاوي و الآراء الموجودة فيه؟

السؤال 19 : هل هناك علاقة مسؤولية مشتركة بين الشرطة و المجتمع مبنية على الثقة من اجل العمل على إيجاد الحل للمشكلات و التقليل منها ؟

ملحق 2 يمثل عينة البحث في جمعيات غرداية

تاريخ الاعتماد.	الجمعية و مقرها
2017	جمعية حماية الطفولة- بن يزقن
2019	الجمعية الوطنية للأمن و الوقاية عبر الطرقات- غرداية.
2019	جمعية شباب الوثام لرعاية الشباب و الطفولة- القرطي.
2016	جمعية رؤيا للإعلام و الاتصال - ولاية غرداية.
2014	الجمعية الوطنية للسلامة المرورية- غرداية.
2016	جمعية حي 330 مسكن - العطف.
2009	جمعية الناس للناس الخيرية- بلدية بنورة.
2017	المنتدى الوطني لحماية المستهلك- ثنية المخزن.
2020	سلسيل الخيرات - متليلي - فرع نادي مهاية.
2019	جمعية ابن باديس لرعاية الشباب و الطفولة- الحاج مسعود- فرع ثانوي
2007	جمعية ابن باديس لرعاية الشباب و الطفولة- فرع واد نشو
2019	الجمعية الخيرية التعاون و التنمية - بن اسمارة.
2019	جمعية شباب الوثام لرعاية الشباب و الطفولة - ملحقة مرماذ.
2019	الجمعية الوطنية للوقاية من حوادث المرور - مكتب غرداية.
2015	الجمعية الوطنية للسلامة المرورية - مكتب

	غرداية.
2019	جمعية أصدقاء الطفولة و الشباب - متليلي.
2018	جمعية نور اليتيم - متليلي.
2020	جمعية الرتاج لرعاية الشباب و الطفولة - بوهراوة.
2021	جمعية نسائم الإحسان - مرمد.
2019	جمعية كافل اليتيم.
2007	الجمعية الولائية ابن باديس - غرداية.

الملحق رقم 03 يمثل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة.

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

أخي الفاضل أخي الفاضلة :

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تحت عنوان "أنشطة العلاقات العامة و دورها في نشر الثقافة الأمنية في المؤسسة الشرطية " نرجو أن تبدو برأيكم في الاستمارة و تكون الإجابة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة و اعلموا أن رأيكم يهمنا و لكم منا فائق الاحترام و التقدير .

المحور الأول: البيانات الشخصية

أنثى

1- الجنس : ذكر

40-31

2- السن : 30-20

أكثر من 50

50- 41

3- المستوى التعليمي :

جامعي

ثانوي

متوسط

ابتدائي

الخبرة المهنية :

ريفي

4- السكن : حضري

5- اسم الجمعية :

- مقر الجمعية :

وظيفتك في الجمعية : - اعتماد الجمعية :

المحور الثاني: الثقافة الأمنية

1- إلى أي مدى ترقى الخدمات المقدمة من قبل مديرية الأمن لولاية غرداية لرضاكم

بنسبة كبيرة بنسبة متوسطة

2- هل لديك اطلاع على المهام و الأبواب المفتوحة و المعارض المقامة من طرف مديرية الأمن لولاية غرداية

نعم لا

3- بصفتك رئيس جمعية أو ناشط جمعي هل سبق لك شرف الحضور إلى نشاطات و حفلات المقامة

من طرف مديرية الأمن لولاية غرداية

نعم أحيانا لا

- ما هو انطباعك حول التظاهرات المعتمدة و المنظمة من طرف مديرية الأمن

ممتازة جيدة متوسطة

6- هل لديكم اطلاع على رسائل حملات التوعية بمختلف أنواعها التي تقوم بها الشرطة

نعم أحيانا لا

7- عن طريق أي وسيلة اطلعت على حملات التوعية و نشر الثقافة الأمنية

التلفزيون الإذاعة لوحات شهرية

جرائد و مجلات كتيبات جمعيات و مساجد

وسائل أخرى اذكرها.....

8- بعد اطلاعك على رسائل حملات التوعية بمختلف أنواعها هل تقوم هذه الحملات بتغيير سلوكك من سلبي إلى الايجابي

نعم أحيانا لا

9- البرامج الشرطية التي تبث عبر الوسائط الإعلامية كثيرا ما ترفع الوعي الأمني لدى المواطن

نعم أحيانا لا

10- هل سبق لك و أن اطلعت على إصدارات الصحيفة الشرطية و مجلاتها

نعم لا

11- تدريب رجال الشرطة مع المؤسسات المبنية و منظمات المجتمع المدني له دور في تنمية العلاقة بين الشرطة و الجمهور

نعم أحيانا لا

المحور الثالث : اثر انعكاس هذه النشاطات في نشر الثقافة الأمنية

1-هل تجذبكم رسائل التوعية المنشورة من طرف مديرية الأمن لولاية غرداية

نوعا ما نعم لا

2-هل سبق لكم المشاركة الفعالة بحملات التوعية بمعية مؤسسة الشرطة لنشر الثقافة الأمنية

نعم لا

3- هل تنشيط وسائل الاعلام يساعد حقيقة المؤسسة الشرطة في نشر الوعي الأمني و الحس الأمني

نعم أحيانا لا

4- في رأيك أي من الوسائل التي تراه أكثر فعالية في نشر التوعية لدى المواطن

إجراء مقابلات و تقديم شروحات عبر وسائل الاعلام

إجراء ندوات و أيام تحسيسية .

التشارك و التفاعل مع المجتمع المدني لأجل نشر الثقافة الأمنية لدى المواطن.

5- على عاتق من تقع مسؤولية نشر الثقافة الأمنية

الأسرة.

رجال الأمن.

وسائل الاعلام .

المؤسسات التربوية.

المجتمع.

6- هل ساهمت هذه البرامج التوعوية و الحملات التحسيسية في تكوين صورة ايجابية عن مؤسسة الشرطة

لا

نعم

