

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والإنصال

مذكرة ماستر

الميدان: العلوم الإنسانية

التخصص: الإتصال وعلاقات عامة

رقم:

إعداد الطالبين:

بركاتي خير الدين
برباش عبدالحق

دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية نحو
المؤسسة الأمنية
- أمن ولاية المسيلة أنموذجا -

لجنة المناقشة:

جامعة المسيلة

رئيس

مشرفا ومقررا

مناقش

أ. مس أ جامعة المسيلة

الرتبة جامعة المسيلة

د. واضح خضرة

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Small signature or mark at the bottom of the calligraphy.

بطاقة فهرسية:

برياش عبدالحق، بركاتي خير الدين

دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الامنية : دراسة حالة أمن ولاية المسيلة، برياش عبدالحق . بركاتي خيرالدين، [د،م]: [د،ن]، 2021. - ص: قائمة المحتويات ، جداول ، أشكال ، CD

مذكرة شهادة ماستر : دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الامنية : دراسة حالة أمن ولاية المسيلة : قسم علوم الاعلام والاتصال: جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2022

بيليوغرافيا . - ملاحق

الأماني

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلي من حملتني وهنا على وهن ، إلي نبع الحنان التي ربنتي وأعانتني بالصلوات
والدعوات، وسهرت من اجلي الليلي لتخفف عني دموع الآلام....التي لم تبخل عليا
بشيئ من أجل دفعي لطريق النجاحروحي ومنبع وجودي
إلى أعلى إنسان في الحياة إلى من اعتبرها وساما للحب والعطاء إليك أنت

أمي الغالية

إلى رمز الصمود والجهاد..... إلي من تحمل من أجل سعادتني وراحتي كل المشاق و
الصعاب.....ورباني على مكارم الأخلاق وعلمني قول الحق دون تردد ... إلي صاحب
الصدر الرحب الذي أمدني بسخاء...وكرس حياته من أجل تعليمي
إلي أعلى رجل في حياتي من اعتبره رمز للأمن والسلام إليك أنت

أبي الغالي

إلى من غمر حبه قلبي

إخوتي

خير الدين

الأمم

الى من دخلت الحنايا وعطر صفات الماضي والحاضر بأنغام

أمي

الى واحة الحب المتدفقة.... ودوحة العشق الدافئ

أبي

فلا الكلمات تلقى مساحات..... ولا الأقلام توفيكم الصعاب

إخوتي

الى كل الأهل والصديقات والأحبة.

الى كل إنسان يميل للجزائر

عبدالحق

الشكر والعرفان

الحمد لله نحمده ونستعين على فضائله التي لا تعد ولا تحصى، وعلى توفيقنا في إنجازنا لهذا العمل،
والصلاة والسلام على حبيبنا خير الخلق كلهم منارة العلم ومنبع الحلم سيدنا محمد صلى الله عليه
وسلم

نتوجه بجزيل الشكر وأخلص العرفان والامتنان الخاص للدكتورة القديمة أستاذتنا الفاضلة واضح خضرة
التي شرفتنا بمتابعة هذا العمل وكانت دليلاً مرشداً طوال مدة إنجازها، فكل كلمات الشكر لا تفيها حقها،
وله منا أخلص الاحترام والتقدير متمنين لها دوام الصحة والعافية والمزيد من النجاح العلمي.
نتوجه بالشكر كذلك إلى أستاذتنا المناقشين لهذا العمل على قبولهم وتحملهم عناء التصفح وتسجيلهم
الملاحظات وإفادتنا أكثر في الموضوع.

إلى كل الأساتذة في علوم الإعلام والاتصال

كما نقدم الشكر إلى كل الهيئات التي ساعدتنا في إنجاز هذا البحث

هذا ونرجوا أن تقبلوا منا فائق وأسمى عبارات الاحترام والتقدير

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية و على صورة المؤسسة الأمنية بالمسيلة . حيث تمثل مجتمع البحث في جميع الأفراد الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، أما العينة فتمثلت في الجمهور الخارجي بالمسيلة وقد استخدم المنهج الوصفي للملائمة لموضوع الدراسة، وبعد الانتهاء من جمع البيانات الموجهة للمواطنين، تكونت الاستبانة من ثلاثة محاور ب (20) فقرة وأسفرت نتائج الدراسة بعد اختبار فرضيات وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

Summary:

This study aimed to investigate the role of public relations in improving the mental image of the security establishment and the image of the security establishment in M'sila.

Where the research community is represented in all individuals who are the subject of the study problem, and the sample is represented by the external audience in Al-Masila. Test hypotheses for the presence of statistically significant differences.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
//	الإهداء
//	الشكر والعرفان
//	قائمة المختصرات
//	قائمة الأشكال
//	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
21	إشكالية الدراسة
23	تساؤلات الدراسة
23	فرضيات الدراسة
23	اسباب اختيار الموضوع
24	أهمية الدراسة
25	أهداف الدراسة
28	مصطلحات الدراسة
29	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: العلاقات العامة بين المفهوم وعلاقتها بالمؤسسات الأمنية	
32	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة
32	1-1 مفهوم العلاقات العامة
36	2-1 أسس ومبادئ العلاقات العامة
41	3-1 وظائف العلاقات العامة وأهميتها
43	4-1 أهداف العلاقات العامة
44	المبحث الثاني: العلاقات العامة في الأمن الوطني
44	1-2 مفهوم العلاقات العامة في الامن الوطني

45	2-2 مكانة وأهمية العلاقات العامة في الامن الوطني
47	3-2 تنظيم جهاز العلاقات العامة ومجالاتها
53	4-2 العلاقات العامة الداخلية والخارجية للأمن الوطني
65	الفصل الثالث: تشكيل الصورة الذهنية وأسسها
56	المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية
57	1-1 مفهوم الصورة الذهنية
59	2-1 طبيعة الصورة الذهنية
60	3-1 خصائص وأهمية الصورة الذهنية
62	4-1 أنواع الصورة الذهنية
	المبحث الثاني: أسس الصورة الذهنية
64	1-2 عوامل الصورة الذهنية ومكوناتها
65	2-2 المؤشرات الخاصة في تكوين الصورة الذهنية
66	3-2 العلاقات العامة والصورة الذهنية
67	4-2 دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية
	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
76	تحليل نتائج الدراسة وعرضها
77	1-2 عرض وتحليل نتائج
98	2-2 نتائج الدراسة في ضوء النظريات والدراسات السابقة
	الخاتمة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول :

الصفحة	العنوان	رقم
77	يوضح جنس المبحوثين	01
78	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
79	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
80	أفراد العينة حسب زيارة المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها	04
81	عدد زيارة المؤسسة الأمنية	05
81	مستوى الإستقبال الجيد في المؤسسة الأمنية	06
82	الإطلاع على الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية للمواطن	07
83	نوعية الخدمة الأمنية للمؤسسة	08
85	الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي	09
86	رضا عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية	10
87	حسن التوجيه والإستقبال يشكلان صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية	11
88	المشاركة في سجل الإقتراحات أو صندوق صبر الأراء بالمؤسسة الأمنية	12
89	وجود صورة حسنة مسبقة عن المؤسسة الأمنية	13
90	وسائل الإعلام والإتصال التي وصلت عن طريقها صورة حسنة للمؤسسة الأمنية	14
91	عمل المؤسسة الأمنية	15
92	سلوكيات خاطئة من بعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون صورة سلبية عنها	16
93	الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية يشكل صورة سلبية	17
94	تنوع واتساع ميدان عمل المؤسسات الأمنية يرسخ صورة سلبية	18
95	إنعدام الإستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية	19

96	سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية	20
97	إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية، من شأنه أن يآزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم.	21

مقدمة
مقدمة

العلاقات العامة موضوعا جديرا بالبحث و الدراسة و ذلك لما لها من أهمية في حياة المجتمعات و التنظيمات الحديثة من خلال الدور التأثيري و الفعال الذي ازداد تطورا مع الاتصالات و التكنولوجيا الحديثة، بما أمكن من توظيف ذلك الفن و العلم بما يسهم في شأن المؤسسات و سداد جهودها الاتصالية و تزداد الحاجة إلى دراسة العلاقات العامة مع ذلك الجدل الذي ثار حول الأصول النظرية لهذا العلم مما جعل البعض ينسبه إلى علم تارة و إلى علم الإعلام و الاتصال أو الإدارة و الاقتصاد تارة أخرى، مما أدى إلى بعض التشوش الذي ساد هذا العلم تطبيقاً و مفهوماً.

فقد برزت أهمية ودور العلاقات العامة في مجالات مختلفة منها: السياسية والاقتصادية، الادارية، العسكرية والأمنية، إن الفهم الواعي لهذه الأهمية في المؤسسات الأمنية أدى إلى إيجاد مكانة للعلاقات العامة في هيكلتها و الاهتمام بها و بدورها في مساعدة الأجهزة الأمنية في كيفية التعامل مع الجماهير و كذا الأزمات التي تواجهها و العمل على تحسين الصورة الذهنية عن الشرطة باعتبارها جهازا من الأجهزة الأمنية ، فالشرطة و حسب طبيعيتها عملها و بالرغم من الصورة النمطية لدى المواطنين عنها إلا أنها تسعى دائما إلى توفير الخدمات الأمنية للمواطن ، فهي التي تقوم بالسهر على أمنه و استقراره تماما ، و لقد أتت مسؤولية حفظ الأمن و تحقيقه في كافة المجتمعات الإنسانية على اختلاف تكويناتها و ممارستها و تحديد الأطر التي تسعى لتحقيق غاية و هدف واحد هو تحقيق الأمن بكافة صورة و أشكاله ، و جهاز الشرطة هو المكان الرئيسي الذي يقوم فيه الضباط و الأعوان الشبهيين بحماية المجتمع و الحفاظ على أمنه و استقرار و مواجهة كل التطورات و التغيرات الاجتماعية التي قد يحمل بعضها صورا سلبية أو تشكل خطرا على المجتمع ، و من غير المتصور الحديث عن جهاز أمني متطور و فعال دون الحديث عن تنمية و تحسين مهارات رجل الامن و التي تعتبر الحصيلة التي تتوفر من مجموعة خبراته و معارفه و التي تعينه على حسن القيام بدوره في مجال حفظ الأمن و إيصال رسالة الشرطة بفعالية و ابراز جهود رجل الشرطة وكسب ثقته و تعاونه مع الجمهور، غير أن فعالية تلك الرسالة مرهونة إلى حد بعيد بالأهمية البالغة للدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالشرطة في تزويد المواطن بالمعلومات الأمنية و رفع مستوى المسؤولية و الحس الأمني لديه و التعرف بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه .حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة من خلال أنشطتها الاعلامية بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين لكسب ثقتهم وتأييدهم ومد يد العون للمساهمة في تحقيق الأمن والطمأنينة، والجمهور الداخلي المتمثل في رجال الشرطة بحيث يتعلق بالعباية الفائقة بغرس وتعميق المبادئ الأخلاقية والثقافية ورعايتهم اجتماعيا، وماديا من أجل حثهم على العمل وتحسين آدائهم المهني للنهوض برسالة الشرطة على أكمل وجه.

وهذا ما نهدف إلى معرفته من خلال موضوع دراستنا المتمثل في " دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية: دراسة ميدانية بأمن ولاية المسيلة." و لقد تناولت هذا الموضوع من خلال خطة البحث التي شملت على إطار منهجي و فصلين و فصل تطبيقي و خاتمة، حيث خصص الفصل المنهجي للمقدمة ثم عرض إشكالية الدراسة التي تنطوي تحت الإشكال التالي " : ما هو دور العلاقات العامة في بناء و تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية بالمسيلة أنموذجًا؟ الفرضيات و أهداف أهمية الدراسة، ثم أسباب اختيار الموضوع ومنهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات، مجتمع البحث ثم اختيار العينة، مع تحديد المفاهيم الإجرائية و الدراسات السابقة.

فكان الفصل الأول بعنوان: العلاقات العامة بين المفهوم وعلاقتها بالمؤسسات الأمنية حيث تناولنا فيه مبحثين، المبحث الأول تناولنا فيه ماهية العلاقات العامة وهذا من خلال مفهوم العلاقات العامة، وأسس ومبادئ العلاقات العامة و وظائف العلاقات العامة وأهميتها، و أهداف العلاقات العامة، أما في المبحث الثاني فكان بعنوان: العلاقات العامة في الأمن الوطني حيث تناولنا فيه مفهوم العلاقات العامة في الامن الوطني، ومكانة وأهمية العلاقات العامة في الامن الوطني، و تنظيم جهاز العلاقات العامة ومجالاتها، إضافة إلى العلاقات العامة الداخلية والخارجية للأمن الوطني .

أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان الصورة الذهنية وأسسها في المؤسسات الأمنية حيث تناولنا مبحثين، المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية وقمنا فيه بمفهوم الصورة الذهنية، و طبيعة الصورة الذهنية، و خصائص وأهمية الصورة الذهنية، ضف إلى أنواع الصورة الذهنية، أما المبحث الثاني: أسس الصورة الذهنية حيث عرجنا فيه إلى عوامل الصورة الذهنية ومكوناتها، والمؤشرات الخاصة في تكوين الصورة الذهنية وكذلك العلاقات العامة والصورة الذهنية، و أخيرا دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية.

أما عن الفصل التطبيقي و الأخير فقد تطرقنا فيه إلى مجال الدراسة مع تفريغ البيانات، نتائج الدراسة ثم الاستنتاجات العامة للدراسة و في الأخير الاقتراحات والتوصيات ثم الخاتمة.



تمهيد:

يعود اختيار أي موضوع للدراسة لاعتبارات يحددها الباحث في دراسة ظاهرة ما، هذه الأخيرة تكون قد أثارت في نفسه حيرة وجملة من التساؤلات شغلت فكرة وفكر الكثيرين من الباحثين وضمن هذا الطرح تناولنا في هذه الدراسة إحدى الموضوعات التي حظيت بإهتمام الباحثين وهو دور العلاقات العامة في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة الأمنية.

1- الإشكالية:

يعتبر الإتصال في وقتنا الحالي عصب حياة الإنسان للتواصل مع الآخرين سواء أفراد أو منظمات مهما كان طبيعة نشاطها، هذه الأخيرة تتطلب وجود علاقات اتصالية فعالة تجمع بينهما وبين جمهورها الداخل حيث لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها دون وجود شبكة إتصالات إدارية خاصة بها بل من الصعب أن يتصور الفرد وجود أي تنظيم دون وجود أشكالها من الإتصال تنقل من خلالها المعلومات بين الموظفين دخل المؤسسة أو خارجها، من هن ظهرت حاجة المؤسسة إلى جهاز يضمن لها سير الإتصال في أكمل وجه علم سواء المستوى، لما له من أهمية في تعزيز كفاءتها وقدرتها على المنافسة خاصة وأنه يشكل همزة وصل بينها وبين جمهورها الداخلي وأي قصور في عملية الإتصال من شأنه أن تعطيل أو يؤخر سيرورة العمل بالمؤسسة.

ولذلك أصبحت العلاقات العامة من الوحدات المهمة في منظومة العمل المؤسستي سواء الحكومي أو الأمني والعسكري فهي حلقة الوصل التي تعمل على تعزيز التعاون الإيجابي مع الجمهور الخارجي وتقوم برسم الصورة الذهنية المثلى عن المؤسسة وتساهم في صياغة ورسم ملامح مستقبلها، ومع زيادة عدد جمهورها الداخلي المتكون من جماعات العمال المسؤولة داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة إلى جمهورها الخارجي المتكون من العملاء، نتج من الفعالية المختلفة في الحياة الإنسانية كالعاملين والمتعاملين مع المؤسسة تشابك العلاقات والأعمال والمهام وزيادة الإشكالية التي تعاني منها الأجهزة الإدارية وعليه أصبحت هذي الأخيرة



وظيفة إدارية لأنهم من التنظيم مختلف الأنشطة وقد أولت المؤسسات على اختلاف طبيعتها إهتماما كبيرا بالعلاقات العامة كمهنة تختلف علاقات جيد مع الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة، وذلك بضرورة مراعاة متطلبات جمهورها من موظفين ومواطنين والسعي الدائم حتى تكسب رضاه ومعرفة آرائه واتجاهاته وذلك لما لها من دور فعال في نجاح أي مؤسسة سواء كانت إنتاجية أو أمنية .

وفي كل هذه الظروف والعوامل أصبحت العلاقات العامة من أهم النظم الإتصالية التي تركز عليها المؤسسة الأمنية والتي تتعلق عليها أمالا كبيرة في تقوية علاقاتها بجمهورها وتحسين صورتها في أذهان الجمهور خاصة، وأن قوة نجاح أي مؤسسة أمنية تعتمد على صورتها الذهنية لأن هذه الأخيرة تشكل عاملا مهما و حيوي في تسوية أهداف المؤسسة لأداء رسالتها، ولا يمكن لأي مؤسسة أن يحملها الجمهور عنها وهي تعكس الطريق التي يرى بها الجمهور المؤسسة بالوغم من الدور الأساسي الذي تقوم به العلاقات العامة في تحسين صورة المنظمة ورسم نجاحها إلا أن الكثير من المؤسسات لا تزال تنظر إلى العلاقات العامة بشكل قاصر بسبب عدم توصل القائمين على هذه المؤسسات بإستيعاب الدور الذي يمكن أن تؤد به العلاقات العامة في كيان المنظمة.

وبناء على ماسبق يظهر لنا أن العلاقات العامة تلعب دور هاما في أي مؤسسة من خلال تحسين صورتها لدى الجمهور على المستوى الداخلي وتحديد ضبط العلاقات العامة على المستوى الخارجي وكذلك دور هذه الوظيفة في المؤسسة الأمنية، ومساهمتها في تطويرها ونجاحها ومن هن تبلور إشكالية البحث المتمثلة في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة الأمنية؟

ومن خلال التساؤل الرئيسي نستخلص التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي العوامل المؤثرة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية؟
- ما هي الآليات المعتمدة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى المواطن؟



- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة في المسيلة دورا فعّالا في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي؟

2- الفرضيات:

إن أي دراسة يجب أن تسند على مجموعة من الفرضيات التي تعبر عن الفكرة والرأي والانطباع الأول للباحث عن الحالة أو الظاهرة قيد الدراسة.

الفرضية العامة

يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن جهاز الشرطة بالمسيلة لدى جمهورها .ومن خلال هذه الفرضية نستخلص فرضيات جزئية الآتية:

- تساعد العلاقات العامة الجيدة داخل مراكز أمن مسيلة في تحسين صورة جهاز الشرطة بفضل الجهود المبذولة والأنشطة والخدمات التي تقدمها.

- تهدف العلاقات العامة بالشرطة إلى تحقيق الأمن والطمأنينة وخلق جو من الثقة والتفاهم باعتبارها وظيفة إدارية تسعى إلى تقديم خدماتها وبرامجها وإطلاع الجماهير على البرامج والخدمات المتنوعة التي تقدمها.

- تؤدي العلاقات العامة بالشرطة دورا فعّالا في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي بكسب دعمهم وتعاونهم وإدراكهم معا لأهمية وجودها.

3- أسباب اختيار الموضوع

إن التوجه إلى اختيار موضوع ما والقيام بدراسته والبحث في جوانبه إنّما يتم ذلك بفعل عوامل وأسباب تدفع الانسان للقيام بذلك، وهذا البحث مثل باقي البحوث كانت ورائه أسباب للتطرق إليه وتتمثل في مايلي:

الأسباب الموضوعية:

-المكانة التي تلعبها العلاقات العامة كونها تعد من أهم الركائز الأساسية لنجاح وديمومة واستقرار المؤسسة.

-أهمية العلاقات العامة ووجوب امتلاك أي إدارة لهيكل قائم بذاته للعلاقات العامة.

-مساهمة العلاقات العامة في خدمة مصالح الجمهور.



الأسباب الذاتية:

- الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا اتصال وعلاقات عامة
- جلب انتباهنا الأهمية البالغة التي اكتسبتها العلاقات العامة بالشرطة مما أدى إلى محاولة التعمق في دراسة طبيعة نشاطها وكيفية تطبيقها.
- فضول التقرب إلى أمن ولاية المسيلة والتعرف على دور العلاقات العامة به.

4- أهمية الدراسة:

إن أهمية البحث تتوقف على أهمية الظاهرة التي يتم دراستها وعلى قيمتها العلمية، وما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها وما يمكن أن تخرج به من حقائق يمكن الاستناد إليها لا حقا، وتكمن أهمية هذا البحث في كونه يتطرق إلى أحدث وأهم فروع الإعلام والاتصال وهو فرع العلاقات العامة باعتبارها الركيزة الأساسية في أي مؤسسة، وموضوعنا سلط الضوء على جهاز الشرطة والدور الذي تلعبه العلاقات العامة به.

و مما لا شك فيه أن جهاز الشرطة هو واحد من الأجهزة الهامة و الحساسة التي تهتم بإبراز الصورة المشرفة لها لدى الجمهور و ما تقوم به لكسب ثقة الجمهور و تعزيز العلاقة بينهما و تتضح أهمية هذه الدراسة أيضا في التعريف بالعلاقات العامة في جهاز الشرطة و مكانتها ، و معرفة كيفية تحقيق الأهداف المسطرة من قبل العلاقات العامة و دورها في تحسين صورة جهاز الشرطة من خلال فعاليتها و نشاطاتها و بناء علاقة حسنة بين الجمهور و الشرطة، و هذا ما يمكن أن يساهم في بناء الثقة و تنمية روح التعاون بحيث يخدم المصلحة العامة و المصلحة الأمنية، أما أهميته العملية تأتي في أن نتائجه تساعد الجهات القائمة على العلاقات العامة بالشرطة للاستفادة منها في التوجيه و التخطيط و التنفيذ.

5- أهداف الدراسة:

بما أن البحث العلمي هو نشاط منظم وهادف فلا بد للباحث أن يقوم بتحديد ورسم الأهداف التي يسعى للوصول إليها .ومن خلال تناولي لهذا الموضوع رسمت أهدافا محددة كالآتي:



- معرفة دور العلاقات العامة بالشرطة.
- الاطلاع على الوظائف وأهداف العلاقات العامة داخل مراكز الشرطة بتسليط الضوء على كيفية تنفيذ نشاطاتها التي من شأنها أن ترفع من مستوى العلاقات العامة داخل الشرطة.
- إظهار كيفية مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة جهاز الشرطة.
- إيضاح الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في بناء سمعة طيبة للجمهور عن الشرطة.
- التعرف على الصورة الذهنية المنطبعة لدى المواطن عن الشرطة وإمكانية تغييرها أو تعديلها.

6- منهج الدراسة:

إنطلاقاً من إبراز دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الأمنية للولاية أستوجب علينا استخدام **المنهج الوصفي التحليلي** يهدف أولاً إلى جمع البيانات والمعلومات الكافية والدقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصول إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة وهذا المنهج يعتمد في تنفيذه على طرف جمع البيانات من مقابلات شخصية أو وسائل أخرى بإعتماد على مبدأ استخدام العينات التي تمثل جزء من مفردات الدراسة.

7- أدوات جمع البيانات:

إن النجاح أي بحث علمي يرتبط بفعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات اللازمة وملتعلقة بموضوع الدراسة وقد اعتمدنا في دراستنا على أدوات الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

1- الملاحظة:

هي عملية أساسية بالنسبة للبحث العلمي لأنها توفر أحد العناصر الجوهرية للعلم وهي الحقائق، والملاحظة يقوم بها الباحث خلال المراحل المتعددة التي يمر بها في بحثه فهو يجمع الحقائق التي تساعد على تعيين المشكلة وتحديدها وذلك عن طريق



استخدامه الحواس، كذلك يكشف عن طريق الملاحظة اليقظة للدلائل والمؤشرات التي تمكنه من بناء حل نظري لمشكلة البحث .
والملاحظة تعرف أيضا: بأنها المشاهدة الحسية المقصودة والمنظمة والدقيقة للبحوث والأمور والأشياء والظواهر والوقائع بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها .
وقد أجمع المختصون على أن الملاحظة تعتمد أساسا على حواس الباحث وقدرته على ترجمة ما لاحظته إلى عبارات ومعاني ودلالات فهي مصدر أساسي للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة .
وقد استخدمنا الملاحظة البسيطة من خلال الزيارات المتعددة التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة بحيث تمكنا من ملاحظة بعض الخصائص والسمات التي تميز مجتمع البحث.

الاستبيان:

يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوعه و المشكلة التي اختارها لبحثه و ترسل الاستفسارات المكتوبة هذه عادة بالبريد أو بأية طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد و المؤسسات الذين اختارها الباحث كعينية لبحثه و من المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات بتعبئة الاستبيان بالبيانات و المعلومات المطلوبة فيها وإعادتها إلى الباحث .
و يكون عدد الأسئلة التي يشمل عليها الاستبيان كثيرة أو قليلة تبعا لطبيعة الموضوع و حجم البيانات التي يطلب جمعها و تحليلها و لكن المهم أن تكون الأسئلة وافية وكافية لتحقيق هدف أو أهداف البحث و معالجة الجوانب المطلوب معالجتها من قبل الباحث .

و من خلال بحثنا تطرقنا إلى استبيان توزيعه على مواطني ولاية مسيلة اشتمل على محاور و هي:

المحور الأول : بيانات شخصية حول المبحوثين.

المحور الثاني: بيانات عن جهاز العلاقات العامة في جهاز الشرطة بمسيلة.



المحور الثالث: يهدف لمعرفة دور العلاقات العامة في تحسين صورة جهاز الشرطة بمسيلة.

المحور الرابع: يرمي إلى معرفة الأهداف التي تسعى إليها العلاقات العامة داخل جهاز الشرطة والوسائل المستخدمة بها.

المحور الخامس: يهدف لمعرفة فعالية دور العلاقات العامة في جهاز الشرطة في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي.

8- عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها عبارة عن مجموعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي، فبدلاً من إجراء البحث أو الدراسة على كامل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة وعن طريق دراسة ذلك الجزء يمكن تعميم النتائج التي ت الحصول عليها على مجتمع الدراسة الأصلي .

و قد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وهو الجمهور الخارجي المتمثل في قاطني الولاية الذي لديهم إحتكاك بالمؤسسة الأمنية ، فالعينة القصدية: هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم و لكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة ، كما يتم اللجوء إلى هذا النوع من العينة في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي.

9- تحديد المفاهيم:

العلاقات العامة:

عرفتها موسوعة المعارف الأمريكية "العلاقات العامة هي علم وفن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أي التنفيذية كما يدل على تشكيلها جوانب ذاتية حيث أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى آخر متأثرة بمنهجه واستعداده وطريقة إعداده¹.

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج.2 القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص1619.



عرفها كرم شلبي بأنها" اصطلاح يطلق على الجهود المنظمة و العمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتنظيم العلاقات العامة بينها وبين جمهور العاملين بها وجمهور المتعاملين معها بهدف تحقيق علاقات إيجابية مع هذه الجماهير، ويقوم بهذا العمل إدارة متخصصة تعنى عناية فائقة باستخدام وسائل الاتصال المتنوعة لتحقيق مهمتها.¹

الصورة الذهنية:

يمكن تعريفها بأنها: الصورة العقلانية التي تتكون في أذهان الناس عن المنظمات وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير مباشرة وقد تكون عقلية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الإشاعات والأقوال غير موثقة ولكنها تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم.²

الجمهور:

ينظر خبراء العلاقات العامة إلى الجمهور على أنه اصطلاح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، كما يرتبط أف اردها بروابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط قوة كانت الجماعة أكثر تجانسا.³

10-الدراسات السابقة:

1- أمينة حمراني: الاعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال 2010.
إشكالية الدراسة: ما دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر.
نتائجها:

- العلاقات العامة الحسنة بين الشرطة والجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين.

- العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية.

¹ أكرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط.2 بيروت: دار الجيل، 1994، ص 787.

² علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة: عالم الكتب، 1983، ص 5.

³ ابراهيم إمام، العلاقات العامة و المجتمع. القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية، 1995، ص 164 .



2- خفوف علاء الدين: دور برامج العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية - دراسة ميدانية مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الاعلام والاتصال 2020/2019.

الإشكال: ما أهم البرامج المنجزة من قبل الأمن الولائي بالمسيلة؟

النتائج: في مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة يوجد وعي للعاملين على مستوى الوحدة بأهمية العلاقات العامة والبرامج والأنشطة التي تعتبر جسر للتواصل بين المؤسسة والمواطن، ووجود مختصين في الاعلام يقدمون برامج وأنشطة متعددة.

3- سويدي شيماء، صورة رجل الأمن لدى الرأي العام الجزائري بعد الحراك الشعبي، دراسة مسحية على عينة من سكان ولاية قالمة، 2020/2019، لنيل شهادة الماستر علوم الاعلام والاتصال.

الإشكال: ما طبيعة الصورة الذهنية التي تشكلت عن رجل الأمن لدى الرأي العام

الجزائري بعد الحراك الشعبي؟

النتائج:

- الرأي العام الجزائري راض عن أسلوب تواصل رجال الأمن مع المتظاهرين
- وسائل الاتصال الجماهيري وبالأخص الفيسبوك ساهم بشكل كبير في تشكيل صورة رجل الأمن لدى الرأي العام خلال فترة الحراك.

11- صعوبات الدراسة:

تعترض الباحث صعوبات أثناء إنجازه لبحثه، ومن بين الصعوبات التي واجهتنا نذكر:

-نقص المراجع التي تتطرق إلى موضوع العلاقات العامة بالشرطة.

صعوبة الحصول على المعلومة الأمنية داخل الشرطة باعتبارها مؤسسة أمنية..



الفصل الثاني :

العلاقات العامة بين

المفهوم وعلاقتها

بالمؤسسات الأمنية



1 المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

1-1 مفهوم العلاقات العامة

ليس من السهل وضع تعريف موحد وشامل للعلاقات العامة، ففريق يعرفها باعتبار ما ينبغي أن تكون عليه، وفريق آخر يرونها بوجهة نظر التي تكشف عن خبرته الشخصية، وغالبا ما تكون هذه الخبرة محدودة .وكثيرا ما يثور الجدل حول مفهوم العلاقات العامة من بيئة إلى أخرى أو من مؤسسة على أخرى وبالرغم من وجود الخلاف حول تعريف العلاقات العامة إلا أن هذا الخلاف بدأ بالزوال بفضل تبادل وجهات النظر عن طريق الهيئات المهنية، وقد يبرر الاختلاف الحاصل في تعريف العلاقات إلى الاسباب التالية:

- التطور السريع الذي حصل في العلاقات العامة يجعل من الصعب وضع تعريف يشملها في كافة مراحل تطورها.
 - يعبر التعريف في الواقع على وجهة نظر صاحبه سواء كان فردا أو جماعة أو هيئة، وبالتالي لا يعبر عن وجهة نظر المتخصصين.¹
- لغة :من حيث البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة تجذ أنها مركبة من كلمتين الأولى العلاقات والثانية العامة.

علاقات هي جمع علاقات وأصلها من الفعل (علق)بفتح العين وكسر اللام وفتح القاف (علوقا) أي تعلق فيها قول بعضهم توظفهم بهم علاقة وهي من الصلة والنسب وعلاقات في إقامة التفاهم بين شخصين أو مؤسسة والجمهور.² والعامة جمع عوام من عم وهي مؤنث العام وتعني عامة أي خلاف خاصيته. عرفتتها موسوعة المعارف الأمريكية"العلاقات العامة هي علم وفن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أي التنفيذية كما يدل على تشكيلها جوانب ذاتية حيث أساليب

¹ محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1 ، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ،

2007،ص30

² مسهيل إدريس، المنهج قاموس فرنسي عربي،[د.ط].الأدب، بيروت، 2002 ، ص140.



تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى آخر متأثرة بمنهجه واستعداده وطريقة إعداده¹.

- في حين عرفت جمعية العلاقات الفرنسية نشاط العلاقات العامة بأنه :صورة من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة.²
- تعريف قاموس وبستر: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية و لرموعة من النشاطات الاتصالية تقوم بها بيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الإجتماعي من اجل خلق علاقات جيدة و طيبة و سليمة مع الجماعات المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين و المستخدمين و حملة الأسهم، و كذلك الجمهور بوجه عام، و ذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه و ترسخ صورة ذهنية طيبة عنها.³
- عرفها كرم شلبي بأنها" اصطلاح يطلق على الجهود المنظمة و العمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتنظيم العلاقات العامة بينها وبين جمهور العاملين بها وجمهور المتعاملين معها بهدف تحقيق علاقات إيجابية مع هذه الجماهير، ويقوم بهذا العمل إدارة متخصصة تعنى عناية فائقة باستخدام وسائل الاتصال المتنوعة لتحقيق مهمتها.⁴
- ويعرفها محمد فريد الصحن :بأنها النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرقي والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها سواء داخلي أو خارجي من

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج5. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص1619.

² عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011، ص15.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص80

⁴ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت: دار الجيل، 1994، ص787



خلال سياسيات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية.¹

- تعريف بول قاريت: العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية تجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه.²
- وأكد الدكتور علي عجوة في تعريفه للعلاقات العامة بأنها تقوم بأداء رسالتها في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية من خلال البرامج التعليمية و التنقيفية و الإعلامية.³
- ويعتبر جون مارستون JOHN MARSTON العلاقات العامة بأنها :وظيفة مهمة من وظائف الإدارة معنية بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته والعمل على وضع البرامج التي تتفق مع الصالح العام.⁴
- كما عرفها سام بلاك : SAM BLAC أحد أشهر المتخصصين بالعلاقات العامة بأنها علم وفن للوصول إلى التفاهم المبني على الصدق والمعلومات الكاملة.⁵

¹ محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، [د.ط] ، الدار الجامعية الإسكندرية، 2004 ، ص21-22 .

² محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص35

³ محمد ، يرغوث . العلاقات العامة أسس نظرية و مفاهيم عصرية. ط 6 .القاهرة : عالم الكتاب ، 1220 ، ص13 .

⁴ محمد محمد ، البادي . العلاقات العامة و طبيعة الرأي العام . ط 1 .جدة : دار الشروق للنشر و التوزيع ، 1984 ، ص35 ،

⁵ رضوان ، بلخيري ، سارة ، جابري . مدخل للإتصال و العلاقات .الجزائر : جسور و النشر و التوزيع ، 2014 ،ص231 .



- و عرفها LEE EVY أنها : نقل اتجاهات الرأي العام لإدارة المؤسسة و نقل سياستها و أخبارها للرأي العام بصدق و أمانة من أجل كسب ثقة و تأييد الجمهور.¹
 - و يرى غريز وولد GRIS WOLD أنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات و تحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور.²
 - وهناك تعريف شائع للعلاقات العامة عرضته مجلة العلاقات العامة الأمريكية وتشير :بأنها وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجمهور وتحقق تناسق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة وبالتالي هي جزء من نشاط أي مؤسسة وهي مستمرة وليست عملا وقتيا.³
- و بالتالي تشترك تعاريف العلاقات العامة في عدة سمات و هي:
- بناء سمعة المؤسسة بمساعدتها في تحقيق النجاح.
 - العلاقات العامة عملية مستمرة.
 - اعتبار الإدارة والاتصال أساسا لعمل العلاقات العامة إلى جانب الجمهور الداخلي والخارجي
 - أنها اتصال إقناعي لكونها تسعى إلى توجيه الجمهور ايجابيا.
 - تتضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات و جماهيرها وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينها.

¹ هشام علي محمد ، الحسن. العلاقات العامة بين القناعة و التهميش في الوطن العربي.[د . م :]

الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ،[د.ت]، ص16.

public relation . New York. magazines of ²Gris wold gleen and denny .your industry INC. 1984.P4

³ محمد ، برغوث . مرجع سبق ذكره ، ص 12 .



1-2 أسس ومبادئ العلاقات العامة

تستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس يمكن اختصارها في كل من:

- الثقة.

- الاحترام المتبادل.

- الحرية المتبادلة.

ويتم تطبيق هذه الأسس سواء بين الأفراد أو العاملين بالمؤسسة والجمهور التي تتعامل معها، وفي ضوء ذلك يمكن توضيح مجموعة من الأسس والمبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة.

هناك عدة مبادئ يستند إليها المشتغلون في العلاقات العامة و تتلخص هذه المبادئ فيما يلي:

إن نشاط العلاقات العامة يستند و ينطلق من داخل المؤسسة ذاتها، بحيث أن جميع الموظفين بالمنظمة لا يمكن أن يساهموا في تحسين و تطوير علاقتهم بالجمهور الخارجي دون تحقيق تلك العلاقة الجيدة و الطيبة فيما بينهم، و العمل على تماسك الجمهور الداخلي، و تدعيم روح الجماعة و التعاون داخل المنظمة، و الذي ينتج عنه بحث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة ، وهذا يعني أن المبدأ الأول ينطلق من داخل المنظمة حيث يؤثر الوضع الداخلي على الخارجي .فالوضع الداخلي ينعكس إما بالإيجاب أو السلب على الوضع الخارجي للمنظمة.¹

إلى جانب ذلك نجد نشاط العلاقات العامة مستمر و دائم، فبعث الثقة بالجمهور الداخلية والخارجية، لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال العمل المستمر و المتواصل للعلاقات العامة، حفاظا على مراكبة التغيير الذي يطرأ على أذواق الجماهير، و هذا يعني أن الثقة المتبادلة بين الجمهور وحدها لا تكفي لنجاح نشاط العلاقات العامة، بل يصحبها عمل و ديمومة النشاط لمواكبة كل التطورات و التغييرات التي تطرأ على المنظمة، بالإضافة إلى هذا أيضا نجد مبدأ آخر وهو أن نشاط العلاقات العامة



يشمل كافة الميادين و المجالات بدون استثناء، فهناك علاقات عامة تجارية، صحية، صناعية وغيرها فوجودها في مجال لا يعني عدم وجودها في آخر فهي نشاط جامع و شامل لكل النشاطات.

وتستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس أدمجها " ادوارد بيرنيز" في قاعدتين أساسيتين هما: الأداء النافع أولا والأخبار الصادقة على نطاق واسع، ثانيا و القاعدة الثانية¹ مكملة للأولى بالإضافة إلى عديد المبادئ اتفق عليها و التي تقوم عليها العلاقات العامة و التي من أبرزها ما يلي:
-المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

تعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التطوع الذاتي للمؤسسات في المساهمة في خلق مجتمع وبيئة أفضل للمؤسسات و هي كذلك الالتزام المستمر بالعمل للتصرف بشكل أخلاقي يساهم في التنمية الاقتصادية و يحسن نوعية حياة المتعاملين مع المؤسسة من عمال، مساهمين، موردين، مستهلكين بالإضافة إلى المنظمات الحكومية و غير حكومية.²

تؤمن العلاقات العامة بأن المؤسسة تستمد أسباب وجودها و بقائها من المجتمع، لذلك تقع عليها مسؤولية المساهمة في رفاهية المجتمع و تهض المؤسسة بمسئوليتها هذه، بجعل خدمة المجتمع هدفا أساسيا لها، و تقديم المصلحة العامة على مصالحها الخاصة، و يكون ذلك عن طريق أدائها لعملها و توفير سلعة أو خدمة بأفضل مستوى ممكن و بما يتلاءم و حاجات و أذواق جمهورها و إضافة إلى ذلك المساهمة بكل وسيلة ممكنة في رفع المستوى الحياتي لأفراد المجتمع، كذلك لا بد على المؤسسة من اعتماد برامج إعلامية تهدف إلى تثقيف المجتمع بصورة عامة

¹ بسام عبدالرحمن، ادارة العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 128

² Anne Bory, Yves Lochard, « La RSE, entre relations publiques et outil

politique », *La Revue de*

l'Ires 2008/2 (n° 57), p. 3-21.DOI

10.3917/rdli.057.0003, [http://www.cairn.info/revue-de-l-ires-2008-2-](http://www.cairn.info/revue-de-l-ires-2008-2-page-3.htm)

page-3.htm, consulté le 24/12/2021 à 21h :40.



و لا تقتصر على التعريف بالمؤسسة، فالإيمان بالمسؤولية الاجتماعية يتضمن مراعاة الصالح العام ووضعه في المقام الأول.¹

-احترام رأي الفرد و الإيمان بقوة الرأي العام:

تقوم العلاقات العامة على احترام رأي الفرد و الاعتراف الكامل بحق الأفراد في التعبير عن آرائهم، كما أنها تسعى لتوفير الإمكانيات الفنية و تهيئة الشروط الملائمة لعرض الآراء المختلفة و المناقشة الحرة التي تؤدي إلى تكوين رأي عام، إن اخذ الأهداف الرئيسية لنشاط العلاقات العامة هو جعل المؤسسة تعمل وفقا لرغبات جمهورها، و هي لا تقف ساكنة حتى تتبلور تلك الرغبات بشكل مطالب ملحة بل تسعى إلى تشجيع الأفراد و حثهم على الإفصاح عن رغباتهم و حاجاتهم لترسم على ضوءها سياساتها التي تضمن الاستجابة عما تريده الجماعات المكونة لجمهورها.

-العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

إن نجاح أي مؤسسة مرده تلك العلاقة المبنية على أساس التعارف والتفاهم المتبادل بينها وبين جميع الأفراد العاملين بها، فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام، لذلك وجب عليها أولاً خلق الروح الجماعية وجو من التعارف بين أفراد المؤسسة باختلاف مستوياتهم الإدارية بكافة الوسائل المتاحة ثم تشجع بعد ذلك في تنمية وتوطيد العلاقات الطيبة بينها وبين جمهورها الخارجي، فالصورة التي تطبع في أذهان الجمهور الخارجي عن أي مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها وعمالها وطريقة معاملتهم للناس، وأدائهم لواجباتهم وفي ذلك ما يبرز أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.²

فلا يمكن لأي مؤسسة تريد أن تهيمن دائرة جمهورها الخارجي إلا إذا انطلقت من قاعدة صلبة ومنتينة مبنية على جمهور داخلي يسوده التفاهم والتعاون، إذ أن هذا

¹ بسام عبدالرحمن، ادارة العلاقات العامة، مرجع سابق، ص129

² سمير حسن منصور :مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص52



الأخير هو محك كل مؤسسة ومرآتها العاكسة لصورة المؤسسة، فهم ينقلون الانطباع الحسن للجماهير الخارجية و كلما زاد رضا الجمهور الداخلي، زاد طبعاً رضا الجمهور الخارجي و بالتالي الاستمرار والازدهار للمؤسسة.

-ضرورة مراعاة الصدق والأمانة:

من الضروري أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة، وأن تتقيد بالعدالة، وأن تعمل على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين جماهيرها فيجب أن تتسم برامج العلاقات العامة بالصدق والبعد عن وسائل الغش والخداع والتضليل والدعاية المزيفة، وهذا يؤكد عنصراً أساسياً في الهدف الأخلاقي للعلاقات العامة باعتبارها أداة قوية في تنمية الضمير الإجتماعي.¹

-إتباع الأسلوب العلمي:

إن العلاقات العامة لا تعتمد في برامجها على العشوائية، ولكنها تعتمد على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق وأساليب البحث العلمي، إذ يعتبر إتباع الأسلوب العلمي في حل مشكلة من المشكلات من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة، ومما هو معروف أن الأسلوب العلمي يعد خريطة ترتكز على المنطق وتحاول الوصول إلى النتائج عن طريق التحليل العلمي الدقيق والبعد عن التحيز، ويبدأ هذا الأسلوب بتعريف وتحديد المشكلة، ومتى أمكن تحديدها أصبح من السهل جمع البيانات التي تفيد في حلها وتحديد الأهداف المراد الوصول إليها، وبالتالي الوصول إلى الحلول المفترضة والبدائل وأساليب الوصول إليها والإمكانيات والموارد المطلوبة لتحقيقها.²

-إتباع سياسة الإفشاء وعدم إخفاء الحقائق:

إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو المصارحة و ليس إخفاء الحقائق التي تهم الجماهير، فليس ثمة أسرار في المؤسسات فيما عدا الأسرار الخاصة بعمليات الإنتاج، و حتى هذه الأسرار لم يعد من السهل الاحتفاظ بها خاصة مع تطور

¹ المرجع نفسه ، ص52

² نفس المرجع، ص-ص 52-53



وسائل الإعلام و الانترنت، فالإدارة الحديثة تعتبر المؤسسة كالبنت المصنوع من الزجاج الذي يظهر عما في داخله لكل من شاهده.¹

-نشر الوعي بين الجماهير:

من المهام التي أصبحت تقع على عاتق العلاقات العامة هي القيام بشرح سياسة الدولة وخطط وبرامج تنميتها ودور المؤسسة في ذلك، وهذا من خلال السعي لاستثارة اهتمام المواطنين بشؤون بلادهم، وذلك عن طريق توضيح الاهداف والاتجاهات العامة للدولة والمشاركة في مناقشة خطط الحكومة ومشروعاتها.

-كسب ثقة الجماهير:

يعتبر كسب ثقة الجماهير هدفا أساسيا من أهداف العلاقات العامة، و هذا يعتني أن أنشطة المؤسسة لا يمكن أن تنجح إلا إذا تحقق رضا الجماهير عنها و لذلك يجب أن يكون هناك تدريب للعاملين بالمؤسسة-الجمهور الداخلي- حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على أكمل وجه وهذا بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرها.²

-تعاون المنظمة مع المنظمات الأخرى:

من الصعب علينا أن نتصور أن تنجح أي مؤسسة في المجتمع في تأدية رسالاتها بمعزل عن المؤسسات الأخرى لذا يجب أن يكون التعاون هو أحد أسس النجاح، بل أن هناك قولا مميزا من قبل المهتمين والمتخصصين في هذا المجال مفاده: "أن التعاون والتكامل بين مؤسسات المجتمع يعد شرطا أساسيا لتقدمه ولتحقيق أهدافه."³

-إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة:

يعد هذا المبدأ أساسا لممارسة نشاط العلاقات العامة، والأخذ به لا يدع مجالا لدكتاتورية القلة أو سيطرتها، فتسود المؤسسة روح معنوية عالية وتتاح الفرص للابتكار وعرض الاقتراحات، ولا يستطيع المديرون فرض سياستهم الذاتية دون

¹ فهمي حامد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص137

² المرجع نفسه، ص136-137.

³ سمير حسن المنصور، مرجع سابق، ص52.



اشراك هيئة الإدارة والعاملين في تحمل المسؤولية...مما جعل سياسة المؤسسة لا ترسم إلا نتيجة لأفكار العملاء، وكصدى لما يبده الأخصائيون من مشورة ومقترحات، وهذا تشجيعا للديمقراطية ودعمًا للمبادئ الإنسانية السليمة.¹

1-3 وظائف العلاقات العامة وأهميتها

أ- وظائف العلاقات العامة:

- التوعية العامة :فالعلاقات العامة تساعد على توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المؤسسة، وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.
- كسب أعضاء جدد :فالعلاقات العامة توسع من اطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسالتها وأهدافها، وكذلك تساعد على تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع من إقبال المهتمين للانضمام لها.
- كسب التأييد :فالعلاقات العامة تساعد على إيصال السياسات والآراء التي تتبناها المنظمة عبر عدة وسائل وهو ما يؤثر في الرأي العام وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.
- تنمية الموارد المالية :حيث إن العلاقات العامة تساعد المنظمة على عرض الخدمات والبرامج التي تنفذها،وتساعدها في الوصول إلى الجهات التي من الممكن أن تتبنى مثل هذه الخدمات والبرامج وتمويلها.
- واقعية أعمال المنظمة :تساعد العلاقات العامة المؤسسة على استشعار اهتمامات المجتمع وبالتالي تمكنها من الاستجابة لهذه الاهتمامات من خلال تطوير برامج وخدمات تليها.
- خلق علاقات طيبة مع الجمهور :وذلك من خلال استمرار تواصل وتفاعل المؤسسة مع الجمهور وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية.

¹ فهمي حامد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص138.



تهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو منظمة خاصة أو عامة إلى إقامة علاقات طبيعية وجيدة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي قصد تحسين صورتها

ب- أهمية العلاقات العامة فيما يلي:

- تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير وهذا يؤدي بالمجتمع والتنظيمات إلى التغلب على المصاعب التي تواجهه لأن المشاركة الجماهيرية لا تجعل هذه الهيئات في عزلة عن الجماهير.¹
- معرفة متطلبات واحتياجات العاملين بالمؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية أو إستحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية.²
- المشاركة مع الإدارات والمؤسسات الأخرى على إعداد المواد الإعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة.
- تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات والجماهير وهذا التكيف الإنساني أصبح من ضروريات المجتمع الحديث.
- توثيق الإتصال بين المؤسسة والجهات أو المنظمات الأخرى إستخدام وسائل الإتصال المكتوبة والمرئية ومختلف وسائل الإتصال الأخرى الحديثة كالهاتف والبريد الإلكتروني والأنترنات.

إذن تتمثل أهمية العلاقات العامة للوصول إلى الهدف بأقصر طريق ممكن دون إخلال بالمبادئ الإنسانية والقيم الأخلاقية ويهدف إلى إيجاد روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان علاقات العامة وتحقيق الانسجام والتنسيق والتكامل للوصول إلى الأهداف المحددة بقدر كبير.

¹ عبد العزيز محمد النجار، العلاقات العامة مدخل بيني، المكتب العربي الحديث، مصر، [د.ط.]، ص 28.

² - غريب عبد السميع غريب، الإتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، مصر [د.ط.]، 2004، ص 63.



1-4 أهداف العلاقات العامة

إن العلاقات العامة تهدف إلى إيجاد رابطة قوية بين المؤسسات وال جماهير المتصلة بها عن طريق وسائل الاتصال المستمرة بين الجهتين، ويمكن تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو التالي:

- دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة¹.
- توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور واسع.
- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.
- إعلام الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل الجمهور تجاه سياستها.
- نشر الأخبار على الجمهور بصورة صادقة وصحيحة.
- بحث وتحليل جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا.
- الترويج لخدمات المؤسسة، من خلال شرح نشاطها وخدماتها وسياساتها .
- تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والدنيا والعكس.
- خلق صورة طيبة للمؤسسة في أذهان الجمهور.
- التعرف على متطلبات الجماهير ورفعها إلى الإدارة العليا في المنظمة².

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، عمان: دار وائل، ص 40

² فريحة محمد كريم، العلاقات العامة، الجزائر: دار العلوم، ص 82



المبحث الثاني: العلاقات العامة في الأمن الوطني

يعتبر جهاز الأمن واحد من الأجهزة الهامة والحساسة التي تهتم بإبراز الصورة الحسنة لدى الجمهور وأيضا تسعى إلى كسب ثقته وتعزيز العلاقة بينهما، العلاقات العامة في جهاز الأمن تسعى إلى بناء صورة ذهنية إيجابية عن الأمن الوطني في أذهان الجمهور لذلك فهي تحتاج إلى متخصصين على مستويات مختلفة بحيث يساهمون بشكل فعال في إيصال الجهود ومختلف النشاطات التي تقوم بها الأجهزة الأمنية للمواطن.

1-2 مفهوم العلاقات العامة في الامن الوطني:

تعرف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني بأنها فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الأمن الوطني للمجتمع لإقناع الجماهير بأهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، ولكسب ثقتهم وتأييدهم وتعاونهم مع رجال الأمن، وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الامن ويكون هذا الدعم علميا وثقافيا و معنويا و سياسيا و اجتماعيا لرجل الأمن الوطني لينهض هذا الأخير برسائله على أكمل وجه. ونستطيع القول بأن العلاقات العامة في الأمن الوطني هي رابطة بين جهاز الامن وبين المواطنين أساسها المصلحة المشتركة والمتبادلة بينهما فمصلحة الأمن الوطني هي أن تتجح في تحقيق رسالتها بتوفير الأمن و الطمأنينة و الاستقرار للمواطنين ، وقوات الأمن الوطني تدرك أن نجاحها في ذلك لا يمكن أن يتحقق بغير تعاون المواطنين معها ، و يتمثل هذا التعاون في تقبل المواطنين للتعليمات و القوانين و النظم التي تسهر الأمن الوطني على تطبيقها.

أما مصلحة المواطن فتأتي من حاجة كل مواطن إلى العيش في جو من الأمن و الطمأنينة و الاستقرار، ففي ظل الأمن يستطيع كل مواطن أن يعمل و يكسب قوت حياته.

فالأمن بالنسبة لكل مواطن هو المناخ الذي يريد أن يعيش فيه لأن كل أوجه النشاط التي يمارسها لا يمكن أن تتم إلا في ظل جو يسوده الأمن ومن هنا تلتقي



المصلحتان، إذن فالأمن الوطني تسعى إلى تحقيق الأمان، والمواطن يريد الأمن ومن هنا تنشأ العلاقة بين الأمن الوطني والمواطن علاقة تقوم على أساس تبادل المصلحة.¹

2-2 مكانة وأهمية العلاقات العامة في الامن الوطني

يتضح لنا من خلال تعريف العلاقات العامة في الأمن الوطني جانبيين، أولهما يكمن في أهمية وجود هذا الجهاز في عمل الأمن الوطني لمساندتها في نشر رسالتها وإقناع الجماهير وكسب ثقتهم وتأييدهم ومديد العون للمساهمة في تحقيق الأمن والطمأنينة هذا بالنسبة للجماهير الخارجية .وثانيهما يتعلق بالجمهور الداخلي بحيث يتمثل في العناية الفائقة بغرس وتعميق المبادئ الأخلاقية والثقافية والمعنوية في نفوس العاملين ورعايتهم اجتماعيا وماديا من أجل حثهم على العمل للنهوض برسالة الأمن الوطني على أكمل وجه، فالأمن الوطني تهدف إلى نشر رسالتها وتحقيق أمن المجتمع وحمايته عن طريق تأييد الجماهير وتعاونها، والجماهير في نفس الوقت يهتمها بالدرجة الأولى العيش تحت مظلة الأمن والاستقرار، و هنا يبرز دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الغايات و الأهداف للطرفين لأن مصلحة الأمن الوطني أن تنجح في تحقيق رسالتها بتحقيق الأمن و الاستقرار للجماهير الواسعة ولن يتحقق لها هذا إلا إذا تجاوزوا معها.

ومن هنا تبرز أهمية المسؤولية التي تنهض بها العلاقات العامة في الأمن الوطني من خلال الدور الذي يلعبه الرأي العام في إقرار الأمن ، ومكافحة الجريمة وحيوية الدور الذي يؤديه العاملون في جهاز الأمن الوطني بصفة عامة في تحقيق رسالتها وأهدافها.²

¹ مجلة الأمن الوطني . مفهوم الاعلام الأمني . العدد 120 أكتوبر 2013 ،الجزائر 213 .

² محمد قيراط ، وائل ، إسماعيل عبد الباري. وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة الواقع الحالي و آفاق المستقبل. الامارات العربية المتحدة : جامعة الشارقة ، 2006 ، ص 46 متاح على الرابط:

<http://www.almajidcenter.org/seach.details.php?page=12910&keyword> تاريخ التصفح:



وفيما يلي عناصر توضح أهمية العلاقات العامة في الأمن الوطني:

-تعدد و تنوع التوعية و الإرشاد والإقناع: تهدف رسالة الأمن الوطني إلى توعية الجماهير بالمخاطر التي تحيط بهم وتعكر صفو أمنهم واستقرارهم ليس هذا فحسب، بل وتعتمد في إرشادها بتوجيه النصائح و الإرشادات وأسلوب الإقناع الذي توفر له أجهزة الأمن الوطني جميع السبل من أجل تحقيقه، لأن متى اقتنع الناس برسالة الأمن الوطني أصبح عندهم الاستعداد للتعاون وإيجاد الثقة المتبادلة.

-كسب ثقة وتأييد الجماهير: من الطبيعي أن الأمن الوطني حين تضطلع بنشر رسالتها وتحقيق أهدافها في المقام الأول على كسب ثقة وتأييد الجماهير لها وتتأمل منهم المساعدة لأن بدون مساعدة الجماهير فإن العمل سيكون مأل جهودها وجميع نشاطاتها، إذ هناك أمثلة كثيرة عن جهود الجماهير التي ساهمت في الكشف عن جرائم وقعت أو كادت تقع ، و هذا ما يؤكد أهمية تعاون الجماهير مع أجهزة الأمن الوطني في أداء رسالتها ،و مما لا شك فيه أن توفر عنصري الثقة و التأييد من جانب جماهير العلاقات العامة أمر لن يتحقق إلا إذا اجتمع له شرطان أساسيان:

أحدهما أن يتحلى القائمون على الاتصال بالجماهير من رجال العلاقات العامة بالصدق و الأمانة في الكشف عن الحقائق أثناء القيام بمهامهم ، إذ بدون ذلك لن يحظوا بالثقة عند أول اصطدام بالواقع ،و ثانيهما أن تتصف عملية الثقة بكونها متبادلة من الطرفين أي من جانب كل من الجماهير و القائمين على أمر العلاقات العامة¹.

¹ المرجع نفسه.



-رفع مستوى رجال الأمن :

ويتعلق هذا العنصر بالدرجة الأولى بالعاملين في جهاز الأمن الوطني من عسكريين ومدنيين، وذلك أن ما تقوم به العلاقات العامة بالأمن الوطني لأفراده من رعاية في المجالات المختلفة الاجتماعية أو الثقافية أو المعنوية ورفع مستوى أدائهم المهني من خلال رفع مستواهم المادي والمعنوي سينعكس بلا شك بدوره على إدارة العلاقات العامة في أجهزة الأمن الوطني ، وبالتالي تحقيق أحسن النتائج وكذا توطيد العلاقة بين الأمن الوطني والجمهور ومنه القضاء على كل ما من شأنه المساس بأمن المواطن.

ومن هنا تتضح الأهمية التي تؤديها العلاقات العامة بالأمن الوطني ومكانتها بهذا الجهاز على الصعيدين الداخلي والخارجي.

2-3 تنظيم جهاز العلاقات العامة وأساليبه:

أ-تنظيم جهاز العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة هي نشاط اتصالي إداري علمي، وهذا يفرض أن يكون الجهاز القائم على العلاقات العامة قادرا على تحقيق الأهداف المطلوبة منه من خلال الأنشطة الثلاث :الاتصالية والإدارية والعلمية. ولكي تحقق العلاقات العامة دورها بفعالية يجب أن يكون جهاز العلاقات العامة ذو تنظيم فعال قادر على إنجاز مهماتها.



وتجدر الإشارة أنه لا توجد قوالب جامدة أو نأذج ثابتة لا تتغير في مجال تنظيم هيكله وتوزيع مسؤوليات العلاقات العامة وتنظيمها الداخلي ولكن هناك خط عام وأسس عامة يمكن الاهتداء بها كما توجد عدة عوامل مؤثرة تساعد في تكوين أساسيات التنظيم نذكر منها:

- **نوعية نشاط و تخصص المؤسسة الأم :** في التنظيم الإداري للعلاقات العامة في مؤسسة الخدمات يخالف التنظيم الإداري لمؤسسة تعمل بإنتاج و توزيع السلع الاستهلاكية.

- **حجم المؤسسة التي ترتبط بها العلاقات العامة :** إذ ينبغي أن يتناسب حجم جهاز العلاقات العامة مع حجم المؤسسة التي ينشأ بها هذا الجهاز .
- عدد الموظفين والعاملين في تلك المؤسسة ومستوى مؤهلاتهم .
- نوعية الجمهور المتعامل مع المؤسسة وحجمه .
- الأماكن التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة يربطهم هدف مشترك واحد، ويقوم كل جزء من هذا البناء أو التنظيم بأداء المهام التي تتطلبها مسؤوليات العلاقات العامة¹.

ب- أساليب العلاقات العامة:

و تنظيم جهاز العلاقات العامة يعتمد على عدة أساليب منها:
الأسلوب الاتصالي:

حيث يستخدم هذا الأسلوب في تنظيم جهاز العلاقات العامة على أساس الاتصالات والعلاقات لفئة الجماهير المختلفة.

فمن المعروف أن جهاز العلاقات العامة لا يتعامل مع نوع واحد من الجماهير لكنه يتعامل مع أنواع متعددة تتباين كل منها في خصائصها واهتماماتها، و لذلك يمكن تنظيم جهاز العلاقات العامة بحسب فئات الجماهير التي يتعامل معها الجهاز، حيث يتكون جهاز العلاقات العامة من عدد من الوحدات كل منها يختص بالتعاون

¹ عبد الكريم راضي ، الجبوري . العلاقات العامة فن و ابداع في تطوير المؤسسة و نجاح الإدارة. ط. 1 . بيروت : دار التيسير ، 2001 ، ص60 .



مع نوع معين من الجماهير، فإذا كانت مؤسسة ما تتعامل مع جماهير متعددة مثل جمهور الموردين و الموزعين في هذه الحالة يمكن تنظيم جهاز العلاقات العامة إلى وحدتين :إحدهما للعلاقات العامة الداخلية و أخرى للعلاقات العامة الخارجية .¹

- الأسلوب الوظيفي

و يستخدم هذا الأسلوب في تنظيم جهاز العلاقات العامة مستندا في ذلك على الأنظمة المختلفة للعلاقات العامة، و في هذه الحالة يمكن تنظيم جهاز العلاقات العامة بتقسيمه إلى عدد من الوحدات تختص كل وحدة من الوحدات بنشاط العلاقات العامة ، مثل وحدة التخطيط و البحوث، كما يضم جهاز العلاقات العامة وحدة الصحافة و الإذاعة و النشر وكذلك وحدة الإنتاج الفني ووحدة الاستعلامات.

-أسلوب الاتصال الوظيفي:

وهذا الأسلوب يجمع بين الأسلوبين السابقين حيث يستخدم هذا الأسلوب في تنظيم جهاز العلاقات العامة على أساس تقسيم جهاز العلاقات العامة إلى وحدات بعضها للاتصال بالجمهور الداخلي وبعضها للاتصال بالجمهور الخارجي ووحدة أخرى لأنشطة العلاقات العامة مثل البحوث و التخطيط و الصحافة و الإذاعة و الإنتاج الفني، و الجدير بالذكر أنه لا يوجد أفضلية لأي أسلوب من هذه الأساليب يتميز بها عن الأساليب الأخرى، بل هناك مجموعة اعتبارات يجب مراعاتها عند تنظيم جهاز العلاقات العامة منها:

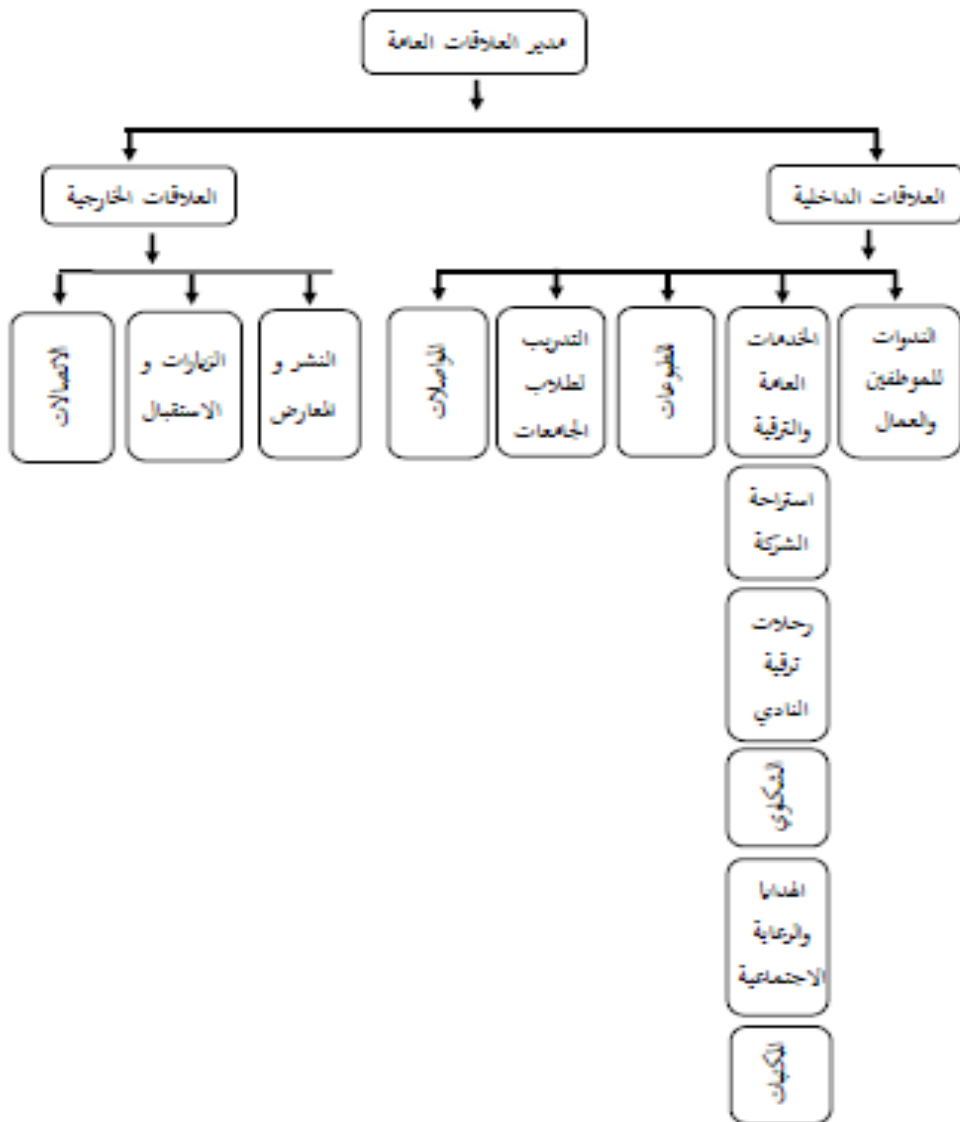
- أن يسمح هذا التنظيم بالتعامل مع نوعين من الجماهير لأن إهمال جمهور معين لا يحقق أهداف العلاقات العامة
- أن يسمح هذا التنظيم بممارسة وظائف العلاقات العامة ودراسة الجماهير للوقوف على اتجاهاتها وإعلام هذه الجماهير مستخدمة في ذلك كافة الوسائل الممكنة.
- أن يتناسب هذا التنظيم مع إمكانيات الجهاز سواء كانت البشرية أو المادية.

¹ هناء حافظ ، بدوي . العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية أسس نظرية و مجالات تطبيقية . الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، 2001 ، ص253.



- عدم تعارض وظائف إحدى الوحدات التي يتكون منها الجهاز مع وظائف الوحدات الأخرى بل ينبغي أن تتكامل هذه الوظائف¹ .
- وفي ما يلي نستعرض ثلاثة مخططات تمثل أساليب جهاز العلاقات العامة و هذا حسب ما ورد في كتاب الدكتور هناء حافظ بدوي العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية" أسس نظرية ومجالات تطبيقية

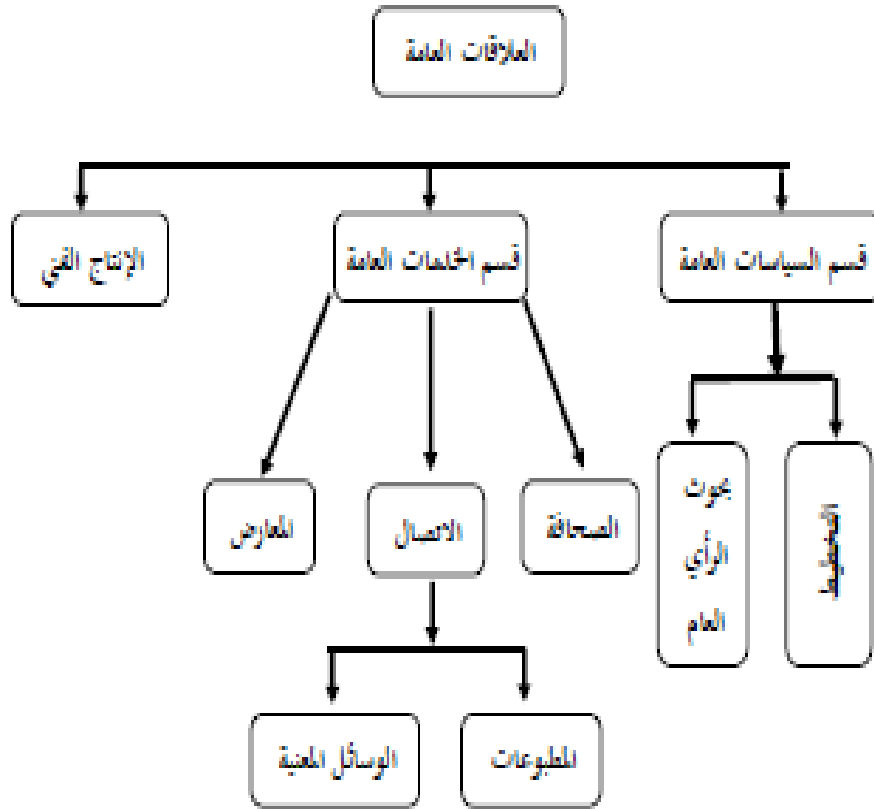
شكل (01) نموذج للتنظيم الاتصالي



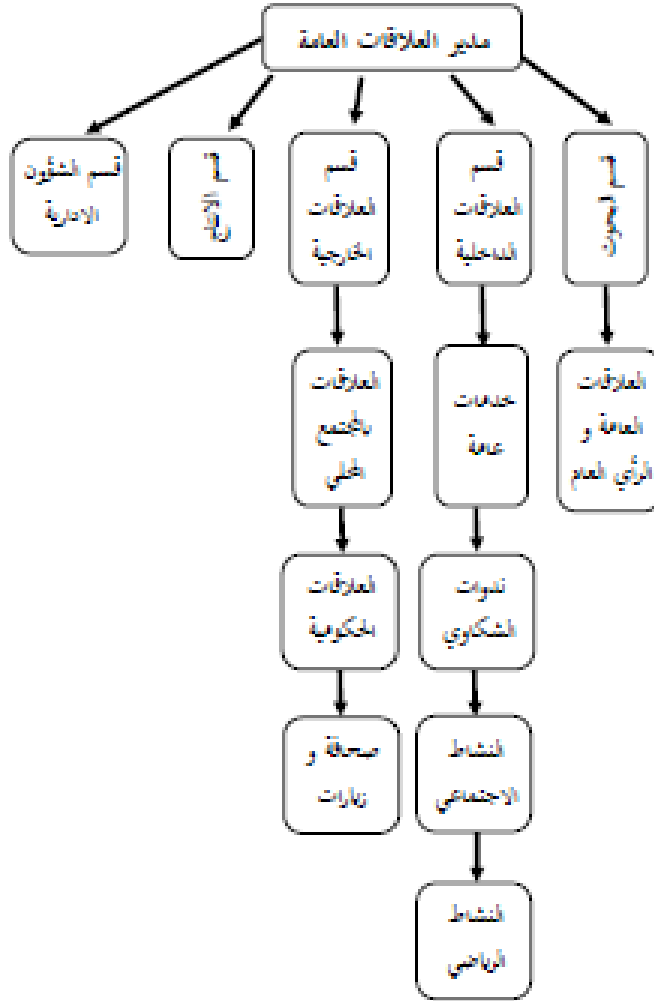
¹ غريب عبد السميع ، غريب . الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر . الإسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة ، 2006 ، ص164.



الشكل (02) نموذج التنظيم الوظيفي



الشكل (03) التنظيم الوظيفي الإتصالي





2-4- العلاقات العامة الداخلية والخارجية للأمن الوطني

إن جهاز العلاقات العامة في الأمن الوطني يجب أن يحرص على حسن المعاملة و إقامة علاقات طيبة بين أفراد الأمن الوطني و بين الرأي العام " الجمهور الخارجي " ، و بذلك فإن الترتيب المنطقي بأن تقييم علاقات طيبة داخل جهاز الأمن الوطني ذاته انطلاقاً من مبدأ أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة الأمنية و بما يعرف بالعلاقات الإنسانية ، و بذلك تسعى العلاقات العامة الداخلية في الأمن الوطني إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الداخلي التي على ضوءها تضمن تفانيه في أداء واجبه و تكسب وده و من بينها:

- **نشر الوعي الشرطي و القانوني :** تحرص العلاقات العامة على إنجاح و تنشيط البرامج الاجتماعية و الثقافية لرجال الأمن الوطني و القيام بلقاءات تعارف بينهم لمعرفة مطالبهم من أجل تحقيق الغايات المنشودة و العمل على توفير حاجاتهم المختلفة.

- **تنمية التجديد والابتكار لدى رجل الأمن الوطني :** يعمل قسم العلاقات العامة في الأمن الوطني على تقديم الاقتراحات البناءة والخطط المستقبلية إلى الإدارة العليا التي من شأنها العمل على زيادة تنمية روح الابتكار والتجديد والإبداع لدى العاملين بالجهاز، إذ من شأن ذلك زيادة دعم أواصر الثقة وروح الود والتعاون بينهم وحل مشاكلهم العامة والخاصة.

- **نشر الوعي الوطني و ازكاؤه بين رجال الأمن الوطني :** تهدف العلاقات العامة إلى تأكيد ولاء وانتماء رجال الأمن الوطني لوطنهم ولمجتمعهم وللجهاز الذي يعملون في خدمته وذلك من خلال التوعية العامة وغرس الروح الوطنية في نفوسهم، وتمكينهم من متابعة ما يجري من أحداث على المستوى الوطني والقومي، وتعميق إيمانهم بدورهم في نشر أهداف ورسالة الأمن الوطني.

- **ديمقراطية القيادة وكفاية الحاجات المعنوية لدى العاملين :** و تتمثل في تلك المظاهر الإنسانية التي يجدر بقيادات المنظمات أن تقوم بها اتجاه العاملين إذ من



الضروري أن يشعر المرؤوسين بمشاركة رؤسائهم لهم في مشاعرهم الإنسانية و رعايتهم لظروفهم و أوضاعهم و حل مشاكلهم ، و العمل على خلق جو من الاستقرار النفسي و المادي، فعلى مدى ارتفاع الروح المعنوية لدى العاملين بالأمن الوطني خاصة ضباط الصف و الجنود تتوقف أمور هامة ، و أيضا من واجب القادة القيام بإشعار العاملين بأهمية الأعمال التي يؤدونها صغيرة كانت أم كبيرة لإشعارهم بأهمية أدوارهم و هذا عن طريق أجهزة العلاقات العامة أو الاجتماعات أو اللقاءات المختلفة¹.

ب- العلاقات العامة الخارجية في الأمن الوطني

تسعى العلاقات العامة بالأمن الوطني إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الخارجي، فهي تعمل على كسب ثقته و تأييده للأهداف التي تحرص أجهزة الأمن الوطني على تحقيقها، و تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

- **التعريف بدور الجهاز و أساليبه العلمية الحديثة :** تقوم العلاقات العامة بدور ثقافي من خلال إعلام الجمهور بمختلف الأنشطة و الأعمال التي تقوم بها أجهزة الأمن و نشر التقارير الخاصة بعدد الحوادث و معدلات الجرائم ، و توضيح الأساليب العلمية الجديدة التي تلجأ إليها أجهزة الأمن في كشف الجرائم و بهذا الدور تضيف معلومات جديدة لم تكن لتحقق لولا وجود جهاز العلاقات العامة بالأمن الوطني.

- **تنمية ثقة الشعب بجهاز الأمن الوطني:** إذ يتحقق ذلك بتطوير السلوك العام للشعب في الاتجاه الملائم لتحقيق أغراض الأمن الوطني، وتوعية المواطنين بأهمية تعاونهم مع رجال الأمن الوطني من أجل مكافحة الجريمة، ذلك أن الأمن الوطني لا تستطيع القيام بمهمة تحقيق الأمن ما لم يتكاتف ويتعاون الجمهور معها.

¹ محمد عبد الله ، المنشاوي . العلاقات العامة في الجهاز الأمني بين النظري و التطبيق مكة المكرمة [د . ن] ، 2001 ، ص5.



- تبصير الجماهير بالحصول على الخدمات والمنافع: ومن أهداف العلاقات العامة بالأمن الوطني إرشاد المواطنين والذين تربطهم مصالح بأجهزة الأمن الوطني وبأسر الطرق وأسهلها.
- تيسير الاتصال المباشر بالجماهير: تهدف إدارة العلاقات العامة في الأمن الوطني إلى نقل آراء الجماهير ومقترحاتهم إلى الجهات المختصة للوقوف عن كتب على ما يقال و يتداول عن جهاز الأمن الوطني و الرد على الاستفسارات المطروحة و نقلها إلى الإدارات العليا انتظارا للرد عليها.
- تحقيق المصلحة المالية و الاقتصادية : تؤدي العلاقات العامة في الأمن الوطني دورا اقتصاديا هاما لخدمة الجماهير و ذلك لأنها تحول بينها و بين فقدانها أموالها و ممتلكاتها بتعميق الوعي لديهم لتجنب أسباب وقوع الحوادث¹.

¹ محمد عبد الله ، منشأوي . مرجع سابق ، ص6.

الفصل الثالث:

تشكيل الصورة

الكتابة والنسب



يعتبر مفهوم الصورة الذهنية من المفاهيم التي اختلف في تقديمها باختلاف المجالات والفلسفات، فهو مفهوم له جانبه الفلسفي والنفسي والاجتماعي والاتصالي الإعلامي وأيضا الاقتصادي لربطه بالمؤسسة، وبالنظر لتكوينه فهو ينطلق من " الصورة " ويرتبط بانعكاسها أو تواجدها أو تكوينها في الأذهان، لتولد صعوبة كبيرة في بناءها، إدارتها وقياسها سواء بالنسبة للفرد أو المؤسسة.

المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية

1-1 مفهوم الصورة الذهنية

-لغة: اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية إلى مفردتين الصورة والذهنية، وصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وتعني أيضا الصورة بكسر الصاء لغة في الصور جمع صورة وصورة تصوير فتصور، وتصويرت الشيء وتوهمت صورته فتصور لي أما الذهنية فهي تشير إلى الذهن والذهن هو العقل وبهذا فإن الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الإستدلالي نحو الطريق إنشاء العلاقات.¹

- اصطلاحا:

يعرف على عجوة في كتابه العلاقات العامة والصورة الذهنية: هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس من المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير مباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقع صاحبها بالنسبة لمن يعملونها في رؤسهم.²

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، عمان: دار أسامة ، 2014 ، ص52.

² نفس المرجع، ص52



يعرفها جينكتر: بأنها الانطباع الذي يتكون منه الأفراد بغض النظر عن كونه صحيح أو غير صحيح لأنه كلما يكون الانطباع صحيح كما كونه معلومات، دقيقة ويمكن أن يكون غير صحيح وبالتالي كونه معلومات مضللة أو مغرصة.¹

كما يعرفها معجم المصطلحات الإعلامية: الصورة الذهنية على أنها فكرة ذهنية أو صورة أو إنطباع وقد تكون صورة لشيء أو لشخص في ذهن إنسان، أي فكرته التي كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه أو إنطباعه عنه.²

حيث عرفها عجوة: على أنها الناتج النهائي لإنطباعات الذاتية التي تكون عن الأفراد أو الجماعات التي تتكون إزاء شخصية معينة أو شعب معين أو منشأة أو منظمة محلية أو دولية أو أي شيء آخر يمكن له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الإنطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير مباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم.

ويعرفها **هارولد ماركس harled marquis** بأنها إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات غير ملموسة، تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلقها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات وتعاملاتها مع الجماهير، واستثماراتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة.³

يعرف سليمان صالح الصورة الذهنية بأنها "مجموعة السمات والملاح التي يدركها الجمهور ويبني على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة أو الشركة أو الدولة أو الجماعة وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتتشكل سمات

¹ السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة (في ظروف المناقبة)، [د.ط.].، مركز التوثيق العلمي، دار يتراك، عمان، 2002، ص84.

² جمال بن عمار الأحمر، الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص11.

³ خالد إبراهيم حسن الكردي، الصورة الذهنية لرجل المرور في المجتمعات العربية، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014، ص33.



وملامح الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم التي تتبناها.¹

وفي رأي روبنسون وبارلو فإن كلمة image تشبه إلى حد كبير كلمة stereotype النمط الجامد وأنها ترتبط مثلها بالتميز وتلك الكلمة التي تعني في أصلها اللاتيني الحكم المسبق والتسرع في الحكم قبل توفر الأدلة، ويرى روبنسون وبارلو أن الصورة المختلفة قد تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصور من التجارب المباشرة أو غير مباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة أو الإشاعات.²

1-2 طبيعة الصورة الذهنية

وتتوقف قوة الصورة أو ضعفها عند الأفراد الذين تتكون لديهم تبعاً لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات المختلفة، ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات، أو تأثرهم بنشاطها.

ويمكن التعرف على هذه الصورة وقياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم أن هذه التغيرات تكون غالباً بطيئة، كما أنه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شيء ولم يعرفه، كما أن الصورة التي تتكون عن الأشياء بعيدة تكون غالباً ضعيفة وقابلة للتغير.

ولذلك فإن عملية تغير الصورة تكون في بعض الحالات مؤلمة، وقد تحدث صدقا في العلاقات بين الأصدقاء، وقد تؤدي إلى توتر العلاقات بينهم، كما أن بعض الأشخاص في ظروف عمرية أو صحية أو في ظل صراع عاطفي يرفضون أي

¹ كريمة غديري "الصورة الذهنية للمؤسس التجارية ووسائل تكوينها"، (رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر3، 2009)، ص20.

² الحاج الفضل الطاهر، "دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي، دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية في الفترة من يناير 2009 إلى يناير 2013" (أطروحة دكتوراه ، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014).



محاولة لتغيير الصورة التي تكون لديهم، على الرغم من أن ذلك قد يؤدي إلى التضحية بفقد هؤلاء الذين يلحون عليهم لإحداث التغيير. فالإنسان في أغلب الأحوال يميل إلى التمسك بما لديه من الصور، كما أنه يتعصب لهذه الصور ويحيز لها، فلا يقبل التعرض لأي رسالة لا تتفق معها، وهو يدرك محتوى الرسائل التي تدعم الصور الذهنية التي تكونت في وقت ما واستقرت، وأصبحت ذات أثر كبير في تقديره لما يحدث بعد ذلك ورؤيته للواقع وتخليه للمستقبل.

وهذا لا يعني أن الصورة التي تتكون في أذهان الأفراد تظل ثابتة في معالمها بلا أي تغيير في مختلف الظروف والأحوال، فالصورة عملية ديناميكية وليست عملية استاتيكية ولذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود وإنما تتم بالمرونة والتفاعل المستمر، فتتطور وتنمو، وتتسع وتتعدد وتعمق، وتقبل التغيير طول الحياة.¹

1-3 خصائص وأهمية الصورة الذهنية

أ- خصائص الصورة الذهنية :

هناك العديد من السمات والخصائص التي تتميز بها الصورة الذهنية من بينها ما يلي:

- تتسم الصورة الذهنية بان لها إطارا زمنيا سابقا، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- تتسم الصورة الذهنية بان لها اطار ذاتيا حسيا، بمعنى أن الصورة الذهنية تتبع من مقدرة الإنسان الحسية أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له.

¹ علي عجوة، مرجع سابق، ص5



- تباين الصورة الذهنية بمعنى الصورة الذهنية تختلف من فرد لأخر ومن جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر إلى أنها تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما، وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.
- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها احد مصادر بناء وتكوين الاتجاه.
- الصورة الذهنية ديناميكية بمعنى أنها متغيرة وغير ثابتة سواء أكان التغيير بطيئاً أو سريعاً وهذا التغيير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.
- الصورة الذهنية أداة تحكم بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير.
- الصورة الذهنية مكونة للصور بمعنى أنها تكون أو تنشئ صوراً ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية، بناء على ما تملكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.¹

ب- أهمية الصورة الذهنية :

- تكمّن أهمية الصورة الذهنية فيمايلي:
- تتمية قدرة الفرد على الانتقال الحضاري من البيئة التي ولد فيها وترى بها وتشبع بثقافتها.
- المساعدة على تشكيل إتجاهات الجمهور نحو الكثير من القضايا التي تواجههم.
- التأثير على سلوك الإنساني.
- تحافظ الصورة الذهنية على تأييد الجمهور الخاص بالمؤسسة وهذا يكون بإستخدام حجج صادقة بشرط تجنب التكرار الممل².
- تزويد الجمهور بمختلف المعلومات تكون الصورة الذهنية بالضرورة خاصة بالنسبة للجمهور المحايدين.

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط.2 عمان: دار أسامة ، 2014 ، ص 57-58 .

² محمد يوسف،مصطفى عبد، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة: دار الكتاب ، 2004 ، ص34



- تساعد الصورة الذهنية على تحصيل القدر الكافي من الحقائق والأدلة التي تمكنهم من الإستفادة خاصة من خدمات المؤسسة.
- توفر الظروف الملائمة لخدمة الحاجات الإنسانية داخل المؤسسة وخارجها.
- تعزيز قدرة العقل على إسترجاع الصورة التي حدثت في الماضي وتخيل صورة لواقع لم يحدث.
- تفيد الصورة الذهنية في كسب تأييد الجمهور نحو المؤسسة أو خدماتها المختلفة بشرط توفر قناة إتصال بين المؤسسة والجمهور.
- حذف ما يتناقض مع الرغبة النفسية لتحقيق الإشباع.
- زيادة القدرة الإنتاجية للعاملين داخل المؤسسة حيث ثبت أن القدرات تتزايد كلما زاد رضا العاملين في المؤسسة وكانت تصوراتها لديهم إيجابية وتزايد إعتزازهم.

1-4 أنواع الصورة الذهنية

تسعى العديد من المؤسسات إلى بناء صورة ذهنية حسنة لدى جمهورها وفي سبيل ذلك تعتنق مجموعة من القيم التي تمثل هويتها المفترضة فتقوم بالتخطيط للصورة الذهنية المرغوب توصيلها للجمهور، لكن قد تكون الصورة المدركة مخالفة تماما لما مخطط له، وعليه فقد صنفت الصورة الذهنية إلى عدة تصنيفات:

فهناك من يصنفها إلى ¹ :

الصورة الذهنية الذاتية: هي إحساس المؤسسة بنفسها، وان بناء صورة ذهنية ناجحة يتطلب من المؤسسة أن تبدأ أولاً بتغيير صورتها الذاتية، حيث أن التغيير في الصورة المدركة يقع على الأفراد العاملين في المنظمة.

¹ صادق زهران، "إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، (أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2015)، ص77.



الصورة الذهنية المرغوبة: هي ما ترغب المؤسسة في توصيله عن نفسها الى الجمهور، وغالبا ما تكون انطباعات جديدة غير معروفة لدى الجمهور وتسعى المنظمة لتكوينها.

الصورة الذهنية المدركة: وهي الانطباعات التي يحملها الجمهور تجاه المؤسسة والتي يمكن أن تكون مبنية على الخبرة و المعرفة الجيدة للمؤسسة أو تكون مبنية على معلومات مشوهة وغير صحيحة.

ولقد صنفها **جيفكنز jefkins** إلى¹:

- الصورة المرآة: هي التي ترى المنشأة نفسها من خلالها وتعتقد أن الجمهور يحملها تجاهها ويمكن أن تكون مخالفة تماما لما تراه المؤسسة.
- الصورة الحالية: هي التي يرى بها الجمهور المؤسسة.
- الصورة المرغوبة: هي التي ترغب المؤسسة أن تكونها لنفسها في أذهان الجمهور.
- الصورة المثلى: هي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة.
- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لمتاليين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم إنطباعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تضلها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.

¹ علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق، ص 8-9.



المبحث الثاني: أسس الصورة الذهنية

1-2 عوامل الصورة الذهنية ومكوناتها

تتكون الصورة الذهنية لدى المؤسسة من عدة عناصر تتمثل في:

- **الإشكال المادي:** تتمثل في الأثاث المستخدم وهي عناصر ينبغي تسمح بالتغير نحو الأحسن حتى تنطبع صورة عن الجمهور.
 - **الشعار والرموز:** إشعار هو عبارة مختصرة سهلة الذكر تعبر عن فكرة سائدة أو هدف أو جهة نظر معينة وتهدف عادة إلى الإقناع وبحيث يؤثر على الرأي العام بدون مناقشة ويستخدم في رمز معين دون غي ره وذلك نتيجة لتغيرات إجتماعية، إقتصادية، سياسية تعبر عنها وتبرز مقومات الشعار للنجاح في غلب الإنتباه واثارة الإهتمام.¹
- تتأثر الصورة الذهنية للمنظمة بمجموعة من العوامل التي تساهم في تكوينها وهي كالاتي:

- **عوامل شخصية:** حيث تتمثل في السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (العليم، الثقافة، القيم) والإتصالات الذاتية للفرد وقدرته على إمتصاص وتفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة وتكوين ملامح الصورة الذهنية، درجة واقعية الفرد واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المنظمة.
- **عوامل إجتماعية:** تأثير الجماعات الأولية (الأسرة، الأصدقاء) على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في إتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.

*تأثير قادة الرأي على الاتجاهات الجماهير (الإقناع على مرحلتين).

*تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة.

¹ محمد منير حجاب، المدخل الإنسانية للعلاقات العامة، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، [د.ط.]، 1995 ص74.



■ عوامل تنظيمية:

- إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة وثقافة المنظمة.
- الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها وسياساتها ومنتجاتها.
- شبكة الإتصالات الكلية للمنظمة وهي تشمل كل الإتصالات الداخلية والخارجية للمنظمة مع جماهيرها.
- الرسائل الإتصالية عن المنظمة المنقولة عبر الرسائل الإعلام الجماهيرية.
- الإتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة والجماهير.
- الأعمال الإجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع.¹

2-2 المؤثرات الخاصة في تكوين الصورة الذهنية

إن الصورة الذهنية تتألف من مكونات كثيرة من المعلومات والحقائق والمعارف والإتجاهات النفسية والقصورات والأنماط الجامدة، ويتم إكتسابها عن طريق الخبرة المتراكمة لدى الفرد عبر سنوات حياته، وتتأثر تكوين الصورة الذهنية بالبيئة التي يعيش فيها الفرد وطبيعة العلاقات الشخصية والأسرية وعلاقات الصحافة، وتتأثر أيضا بمجموعة من العوامل تؤدي إلى إحداث تغييرات فيها سواء بالسلب أو الإيجاب.

- **الأحداث المثيرة:** مثل الحرب والكوارث والأحداث السياسية العامة وغير ذلك من الأحداث المثيرة للإنتباه.
- **الأحداث المتراكمة:** ويستغرق حدو نظام وتأثيرها فترة طويلة من الوقت أو تتكون من عدة مكونات وأحداث صغيرة يومية أو شبه أسبوعية ولا يظهر تأثيرها إلا عندما تكتمل أو تقترب من الاكتمال ومن هنا تظهر خطورة وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للأفراد وجعلها تشك الأفكار الدلالي لديهم

¹ محمد منير حجاب، الإتصال الفعال العلاقات العامة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007، ص180-



عن طريق المعلومات والآراء التي تنشرها في إطار إهتمام الوسيلة أو عدم الإهتمام بالموضوعات معينة الأمر الذي يؤثر به أو الأخرى على تشكيل الصورة الذهنية لدى الأفراد.¹

-الأحداث الخاصة : يمكن القول أن الأحداث الخاصة إذا أحسن أعدادها والتخطيط لها بعناية تلعب دور هام في تحسين صورة المنظمة عند جماهيرها لا تستطيع بما تتضمنه من عناصر الجذب والتوثيق.

2-3 العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية:

تعتبر إدارة الصورة الذهنية للمنظمة احد أهم وظائف العلاقات العامة، بل الهدف المنشود للعلاقات العامة في أي منظمة هو تكوين و الحفاظ على صورة ذهنية ايجابية عنها في أذهان الجماهير، فقد اتخذ مفهوم الصورة الذهنية الصدارة في الدراسات الاتصالية المتعلقة بالعلاقات العامة، وكان له اثر مهم فيه، وقل ما نرى أي تفصيل لأهداف العلاقات العامة ووظيفتها يخلو من ربطها بالصورة الذهنية، وفي الغالب تحت باب السعي لبناء الصورة الايجابية.

تمثل وسائل الاتصال في العلاقات العامة، القنوات التي تنتقل من خلالها الرسالة المرسله إلى المتلقي²، حيث تمثل هذه القنوات موقعا مهما في عملية الاتصال للعلاقات العامة بوصفها الجسر الذي تعبر من خلاله المعلومات المراد إيصالها إلى الجمهور المستهدف ولهذا فإن التعرف على طبيعة القناة و معرفة امكانياتها وخصائصها واستخداماتها يعد احد المهام الأساسية و الاستراتيجية التي تهم أي صاحب قرار عن عملية الاتصال للعلاقات العامة.³

¹ المرجع نفسه، ص181.

² Martial PASQUIER, Communication publique, De Boeck édition, 1er édition, Paris, 2011, P :231-232.

³ محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان: دار المسيرة، 2011، ص151.



يعد التطرق إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة مسلكا مهما في تنظيم إدارة العلاقات العامة و ذلك لما لها من تأثير في عملية التواصل مع الجماهير الداخلية و الخارجية، ومن العوامل التي تؤثر في اختيار وسيلة الإتصال أولا ، فإن لاختيار وسيلة الاتصال المناسبة أهمية في تحقيق الهدف من الإتصال، ومنه نشير إلى أهم هذه العوامل كالاتي:

- نوع و طبيعة الجمهور المطلوب الاتصال به و مستواه الفكري و الثقافي و الاجتماعي و مدى انتشاره.

-نوع و طبيعة حجم الرسالة و المعلومات المراد معرفتها او توصيلها و مدى وضوح هذه الرسالة او تلك المعلومات.

-الوقت المتاح او السرعة المطلوبة في عملية الاتصال .

-مدى أهمية و حساسية الموضوع او المعلومات المطلوب معرفتها او نقلها¹.

-الإمكانيات المادية و الوسائل المتوفرة و الصورة التي تريد أن تظهر بها المؤسسة².

2-4 دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في مجال الترويج للصورة الذهنية وتضم هذه الصورة لدى جماهيرها وطبعها بقوة في أذهان الجمهور.

فوسائل الإعلام لم تعد وسائل لنقل المعلومات فقط وإنما أصبحت وسائل لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية مما يفرز ذلك وسائل الإعلام في هذا المجال أنها تسهم بدور أساسي في تكوين ما يسمى بيئة الرأي العام إضافة إلى خلق الصورة الذهنية من خلال حجم المعلومات والجمهور التي تصل إليه وسائل الإعلام.

تقوم وسائل الإعلام بإعداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن كافة مناحي الحياة وقد

¹ بسام عبدالرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص271.

² فاطمة مروة، الاتصالات المهنية، لبنان: دار النهضة، 2004، ص28.



تزايد تعرض الفرد لوسائل الإعلام بصورة هائلة وأصبحت أهم مصادر المعرفة والمعلوماتية لديه خاصة بعد التطور التكنولوجي وثورة الإتصالات والمعلومات والتي تعيشها الآن ومن تزايد فعاليتها وقدراتها التأثيرية على الجمهور وقدراتها على خلق آراء واتجاهات لديهم أصبحت الصورة الذهنية هي التي تستهدفها إتجاه الأفراد والمنظمات الأخرى.¹

تقوم وسائل الإعلام بإمداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن كافة مناحي الحياة حيث أصبحت أهم مصادر المعرفة والمعلومات التي تعيشها الآن ويتأكد دور وسائل الإعلام من خلال مجموعة من العوامل :

الجهود الإعلامية للشركات المنافسة وتأثيرها على صورة المنظمة.
التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمنظمة وفي وسائل الإعلام الجماهيرية ومن سلبيتها أو إيجابيتها.

حجم الإهتمام الذي توليه وسائل الإعلام الجماهيري للأخبار المنظمة.²

¹ الحاج فضل الطاهر، مرجع سابق، ص122-124

² محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص168-170.



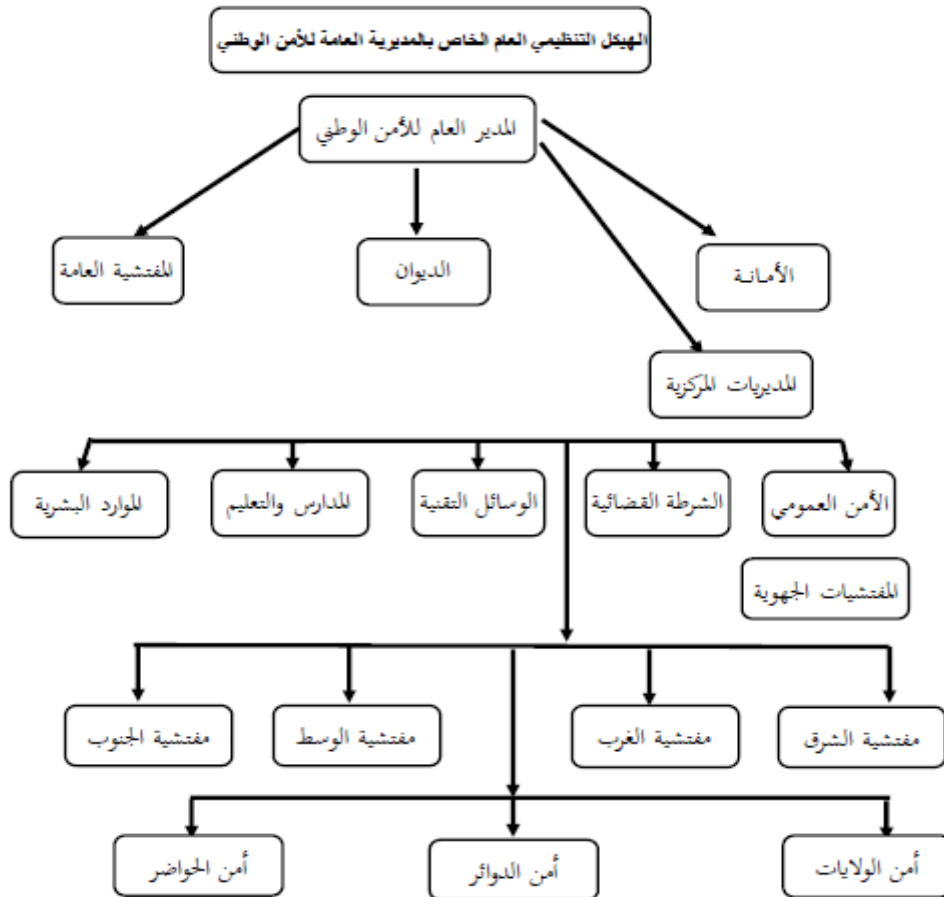
الفصل الرابع:

الإطار التطبيقي



بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني

ترتب عن اتفاقية إيفيان انشاء هيئة مؤقتة تنفيذية مؤقتة تحت رئاسة السيد عبد الرحمن فارس والتي تكونت من عدة لجان ومندوبيات منها المندوبية المكلفة بالأمن العام برئاسة السيد عبد القادر حصاد ، حيث أوكلت لها مهام حفظ الأمن العام ووضعت تحت سلطتها قوات الأمن والشرطة للعمل على توفير الأمن والاستقرار في الجزائر إلى غاية الإعلان عن نتائج الاستفتاء وقد تم تسليم مهام المندوبية السالفة الذكر إلى أول مدير عام للأمن الوطني السيد - مجاد محمد - في حفل رسمي أقيم بقصر الحكومة في تاريخ 22 جويلية 1962 و تشكلت بذلك المديرية العامة للأمن الوطني و التي كان مقرها الطابق السفلي لقصر الحكومة الحالي مقر لها إلى غاية 1965 ثم تحويله إلى تكنة بيليس أو البرج الجديد سابقا باب الوادي الجزائر العاصمة و التي لا تزال تشغله إلى يومنا هذا.





الشعارات الرسمية المعتمدة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني:

- تعلم جيدا حتى تحسن الخدمة
- دولة القانون تبدأ في صفوف الشرطة
- المواطن هو أساس الأمن، والشرطة ما هي إلا الأداة
- العلم في خدمة الشرطة والشرطة في خدمة المواطن

نبذة عن جهاز الشرطة:

الشرطة أو جهاز الشرطة هو هيئة نظامية مكلفة بحفظ الأمن والنظام وتنفيذ أوامر الدولة وأنظمتها، فالشرطة مؤسسة كانت ومازالت وستظل في خدمة الوطن والمواطن وممتلكاته وفق قوانين الجمهورية مع احترام حقوق الانسان والمواطن وقد ظهر هذا الجهاز الذي كان ومازال وسيظل يعمل ليلا ونهارا على تأدية واجبه ومهامه النبيلة بكل اخلاص وتفاني باستقلالية في الجزائر منذ استرجاعها لاستقلالها وسيادتها عام 1962 حيث تسعى الجزائر إلى تطويره وتكيفه مع كل المستجدات التي تطرأ على المجتمع.

تعريف خلية الاتصال والعلاقات العامة:

وضعت المديرية العامة للأمن الوطني ميكانيزمات جديدة لتطوير منظومتها الاتصالية اتجاه شرائح المجتمع، تماشيا ومختلف التحولات التي يعرفها المجتمع وهذه الميكانيزمات جاءت مساهمة لتطور مفاهيم العلاقات العامة والاتصال بشقيه الداخلي والخارجي.

ومن هذا المنطلق تم إنشاء خلية مركزية على مستوى المديرية العامة للأمن الوطني هي خلية الاتصال و العلاقات العامة التي تتكفل بكل جوانب الاتصال خاصة في شقه الخارجي، الهادف إلى تحسين صورة المديرية العامة للأمن الوطني لدى المواطن وكسب ثقته عبر تعزيز الشعور بالأمن لديه، حيث تتوفر منها مكاتب الاتصال والعلاقات العامة على مستوى مقرات أمن الولايات 48 ويشرف على تسيير مكتب الاتصال والعلاقات العامة بأمن ولاية مسيلة حاليا إطار مختص في هذا المجال برتبة ملازم أول للشرطة.

مهام العلاقات العامة في جهاز الشرطة

تتكفل خلية الاتصال والعلاقات العامة بالاتصال الداخلي والاتصال الخارجي:

الاتصال الداخلي: هو تفعيل اللقاءات التحسيسية داخل الصفوف وتنويعها والنهوض بالدور التوعوي لتأدية الواجب من خلال نشر الرسائل الداخلية والتعريف بتعامل أفراد الشرطة وفقا لمبادئ حقوق الإنسان في إطار دولة القانون (أخلاقيات المهنة - حسن التعامل مع المواطنين، حسن الاستقبال الإصغاء والتكفل الجيد بانشغالات المواطنين) كما تعمل على تشجيع التواصل



مع جميع الموظفين وفتح الأبواب لكل منتسبي جهاز الشرطة للمشاركة والمساهمة في البناء الثقافي والإعلامي للمديرية العامة للأمن الوطني ويكون هذا عن طريق:

- المحاضرات ودروس التوعية لفائدة الموظفين المنتسبين لأسلاك الأمن الوطني.
- شرح تعليمات القيادة العليا للأمن الوطني فيما يخص كيفية التعامل مع المواطنين وخدمتهم في إطار احترام القانون والحريات العامة.
- نشر مختلف التوصيات التي تصدر عن القيادة بخصوص التكفل بعناصر الشرطة وذويهم مهنياً أو اجتماعياً.

الاتصال الخارجي : وهو الأهم بالنسبة لهذه الخلية من خلاله تهدف المديرية العامة للأمن الوطني إلى تعزيز آليات الاتصال الخارجي وثمين الشراكة بينهما وبين مختلف شرائح المجتمع ولا سيما المواطن، جمعيات المجتمع المدني والهيئات الحكومية العامة في ميدان التوعية والنشاط الجوّاري.

المواطن : يشكل المواطن القاعدة الأساسية في الخطاب الرسمي للمديرية العامة للأمن الوطني فمن جهة يتم اطلاعه على الجهود الأمنية والخدماتية لمصالح الشرطة ومن جهة أخرى يتم تحسيسه بأن الأمن عملية شراكة بين الشرطة والمواطن مما يولد لديه الإحساس بدعم عمل الشرطة في التصدي للجريمة على اختلاف أشكالها.

2- المجتمع المدني : تسعى خلية الاتصال والعلاقات العامة للوصول إلى حالة من التعاون المثمر مع المجتمع المدني في سياق نشر السياسة الجوّارية للمديرية العامة للأمن الوطني من خلال تقديم كافة التسهيلات وتقديم الدعم المادي المتمثل في تسخير الوسائل والمنشآت الرياضية الجوّارية التابعة لجهاز الشرطة.

3- الهيئات الحكومية:

تعمل خلية الاتصال والعلاقات العامة على ترجمة جهود المديرية العامة للأمن الوطني في خطاب إعلامي احترافي واستثمار هذا الجانب بشكل إيجابي من خلال الوصول إلى مرحلة من التعاون المثمر مع مؤسسات الدولة وذلك لتكريس جهودها وتكثيفها.

-الأهداف المتوخاة من خلية الاتصال والعلاقات العامة:

ككل خلية وإدارة، خلية الاتصال والعلاقات العامة لها أهداف تطمح لها من خلال نشاطاتها والتي من بينها:

- نشر الوعي الأمني الوقائي في مجال مكافحة الجريمة بشتى أشكالها في المجتمع.
- إبراز النشاطات الخدماتية الأمنية مما يعزز ثقة المواطن بمصالح الشرطة.
- تمثين العلاقات بين مصالح الشرطة ومختلف الجمعيات والهيئات المدنية والرسمية الفاعلة.



-متابعة ورصد كل ما ينشر في مختلف وسائل الاعلام عن جهاز الشرطة.
-الرد على الطلبات الواردة من مختلف وسائل الاعلام في الآجال بالتنسيق مع المديرية والمصالح المركزية.

-الوسائل المستخدمة:

بما أن الإعلام والاتصال أضحى 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 أمن وسلامة الأفراد والمجتمعات فإن المديرية العامة للأمن الوطني اعتمدت على دعائم اتصالية متعددة منها: السمي البصري - الإذاعة - الصحف والمجلات المنتديات والأيام التحسيسية لتضاف إليها دعامة ووسيلة أصبحت أساسية في عصرنا الحالي وهي مواقع الواب والصفحات الخاصة بالتواصل الاجتماعي Facebook و Twitter .

-السمي البصري: انطلاقا من أهمية الاعلام السمي البصري وحجم تأثيره على المتلقي وسرعة إيصال الرسالة الإعلامية ثم استحداث مصلحة مختصة في السمي البصري من أجل ضمان التغطية الإعلامية الاحترافية لكافة نشاطات المديرية العامة للأمن الوطني.

-إذاعة الأمن الوطني:

حرصا للوصول إلى المواطن من خلال جميع وسائل الاتصال عكفت إدارة الاعلام والعلاقات العامة على انجاز مشروع إذاعة الأمن الوطني كما تساهم الخلية في تفعيل العمل الإذاعي وبالتنسيق مع مختلف القنوات الإذاعية من أجل إعداد برامج إذاعية تشمل كافة نشاطات قنوات الشرطة.

مكتب الموقع الالكتروني:

يشكل الاعلام الأمني الالكتروني أحد الوسائل الإعلامية الهامة المعتمدة على تكنولوجيات الاعلام و الاتصال، كما أن استعماله يسمح بإيصال المعلومة في ظرف قياسي إلى المواطن مما يشكل حرص خاص من إدارة الاعلام على الاستفادة من هذه التكنولوجيات و Twitter و facebook

مجلة الشرطة:

تتمتع هذه المجلة الخاصة بالشرطة بشهرة معتبرة في الأوساط الأمنية والهيئات الرسمية والجمعيات الرسمية والجهات العاملة في الميدان التوعوي والثقافي والجواري لما تتضمنه من إصدارات حول مختلف النشاطات الخاصة بمصالح الشرطة وقيادة المديرية العامة للأمن الوطني وتتضمن مجلة الشرطة عدة محاور إعلامية وأمنية وتاريخية وقانونية وأخرى معلوماتية وثقافية



عامة بما فيه تغطية كافة نشاطات القيادة العليا للأمن الوطني ومختلف المديرات والمصالح المركزية.

جناح المعارض:

يهدف جناح المعارض للمديرية العامة للأمن الوطني إلى نشر الثقافة الأمنية بمفهومها الشامل من خلال عرض التقنيات العلمية ومستجداتها الأمنية وكشف الجريمة والوقاية منها من خلال ما يشاهده المواطن ويتلقاه ويتفاعل معه ويتأثر به بصورة سريعة ومؤثرة.

الموقع الإلكتروني والشبكات الاجتماعية:

يشكل الاعلام الأمني الإلكتروني أحد الوسائل الإعلامية الهامة الذي يعتمد على تكنولوجيا الاتصال والأنترنت، 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 على تحديث البيانات الصحفية، الفيديوهات، التسجيلات، الصور، وآخر الأخبار، وهذا بشكل يومي ومستمر.

شبكة التواصل الاجتماعي " الفيس بوك و التويتر: "

في إطار مواكبة التطور الهائل و السريع الذي تشهده الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي ، بادرت المديرية العامة للأمن الوطني ، باعتماد شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook ثالث موقع استخداما في العالم بعد Google و Microsoft ، والذي يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع قصد الاكتشاف و التواصل مع المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة و على هذا الأساس ، إرتأت المديرية العامة للأمن الوطني أن تكون أول هيئة حكومية و أول جهاز أمني في الجزائر له صفحة خاصة على الفيسبوك لتقريب الشرطة من المواطن أكثر فأكثر و التي تضمن تواصل يومي من دون أي حواجز مادية أو زمنية ، حيث ت دشين هذه الصفحة يوم 22 جويلية 2013 ، بمناسبة عيد الشرطة الجزائرية.

وبمناسبة الاحتفال بالذكرى ال 52 لعيد الشرطة الجزائرية والمصادف ل 22 جويلية 2014 ، وتزامنا مع الاحتفالات بعيد الاستقلال والشباب، حيث أشرف السيد اللواء عبد الغاني هامل، المدير العام للأمن الوطني على مراسيم الاطلاق الرسمي لصفحة جديدة على موقع التواصل



الاجتماعي التوتير والتي سمحت بتعزيز سبل التواصل بين جهاز الشرطة وشرائح عريضة من المجتمع خاصة فئة الشباب.

الخط الأخضر للأمن الوطني:

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 وهو رقم مجاني وضع ليتسنى لكل شخص الاتصال بأقرب مركز شرطة بغرض طرح انشغاله الأمني، سواء للتبليغ عن وقوع حوادث مرور، جرائم، طلبات تدخل طلب استفسارات وتوجيهات، استعلامات.

للأمن الوطني وسيلة اتصال جماهيرية بامتياز، و يعتبر الخط الأخضر 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 و النجدة، التبليغ عن حوادث المرور، الاستفسارات و التبليغات التي تساعد رجال الشرطة، في فك طلاسم العديد من القضايا الجنائية و على العموم نستطيع القول أن هذه الوسائط الاتصالية الحديثة، على صعيد الاتصال الخارجي (موقع رسمي على الواب، صفحة الفايسبوك و حساب التوتير) التي أطلقتها المديرية العامة للأمن الوطني، دعما هاما و أساسيا لنشاطات مختلف مصالح الأمن الوطني عبر كامل التراب الوطني، من خلال الأعمال التوعوية و الحملات التحسيسية ضد الآفات الاجتماعية التي من شأنها أن تمس المجتمع، و خاصة شريحة الشباب.

وتلقى هذه الدعائم تفاعلا إيجابيا من لدن فئة الشباب بالدرجة الأولى، حيث أضحت المديرية العامة للأمن الوطني أولى الهيئات الحكومية والرسمية التي تطلق حسابات تفاعلية على شبكات التواصل الاجتماعي بهدف أداء ودعم رسالة نبيلة متمثلة في السهر على أمن المواطن وحماية ممتلكاته والمساهمة المستمرة في التوعية و التحسيس عن طريق وسائل الاتصال العصرية.

لمحة على مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة :

يعتبر مركز الأمن الولائي مصلحة من مصالح الأمن التابعة لمالية، يتربع على مساحة كبيرة المسؤول الأول عليها رئيس امن الولاية تضم العديد من المصالح منها المصلحة الولائية للأنشطة العامة و التنظيم، المصلحة الولائية للشرطة القضائية، و خلية الاتصال و العلاقات العامة وذلك أن كل مصلحة لديها عدة خاليا، تسهر مؤسسة الأمن الولائي على خدمة المواطن وتحسيسه و توعيته تحت شعار العمل في خدمة الشرطة و الشرطة في خدمة المواطن.



الرتب بأمن ولاية مسيلة:

مراقب شرطة: وهي أعلى رتبة بأمن ولاية مسيلة والتي يتقلدها السيد / رئيس الأمن الولائي

وتليها الرتب التالية:

فئة الإطارات وهم:

- عميد شرطة

- محافظ شرطة

- ملازم أول للشرطة

فئة الرتباء وهم:

- مفتش رئيسي للشرطة

- مفتش شرطة

- حافظ اول للشرطة

- حافظ شرطة

فئة الأعوان وتضم أعوان الشرطة.

المصالح الولائية:

- المصلحة الولائية للموارد البشرية (توظيف، ترفيه، تكوين، تسيير الحياة المهنية لموظف الشرطة).

- المصلحة الولائية للأمن العمومي: تنظيم حركة المرور.

- المصلحة الولائية للشرطة القضائية: مكافحة الجريمة، العدالة.

- المصلحة الولائية للمواصلات السلوكية: توفير العتاد في مجال الاتصال (الراديو، إعلام الآلي، أنترنت).

- المصلحة الولائية للإدارة العامة: توفير المركبات، مقرات.



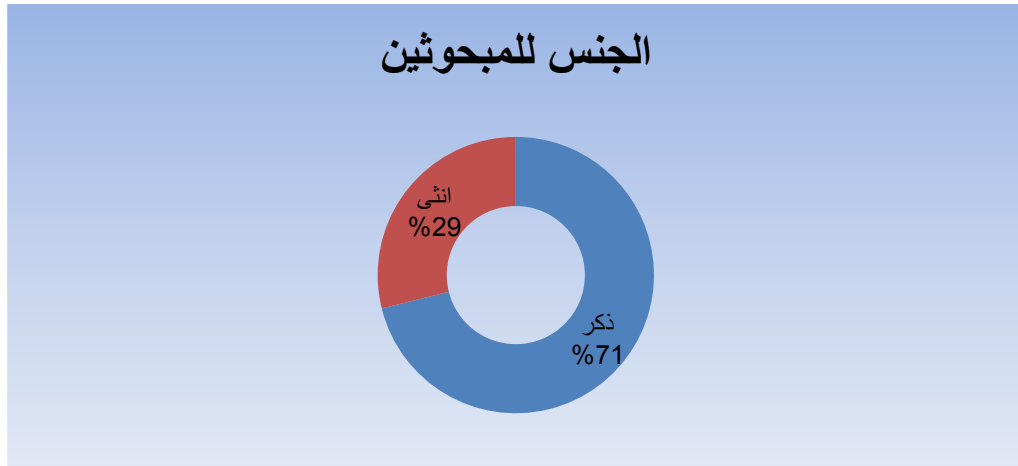
تحليل النتائج:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول : رقم 01 يوضح جنس المبحوثين

الاجابة	التكرار	النسبة
ذكر	52	%61.17
انثى	33	%38.82
المجموع	85	%100

الشكل : رقم 01 يوضح جنس المبحوثين



يتبين من خلال الجدول أعلاه رقم 01 أن نسبة 61% من المبحوثين ذكور في حين بلغت نسبة الإناث 38%، ويرجع سبب انخفاض نسبة المبحوثين الإناث إلى الاعتذار عن الإجابة عن الاستبيان لأسباب خاصة بهم.

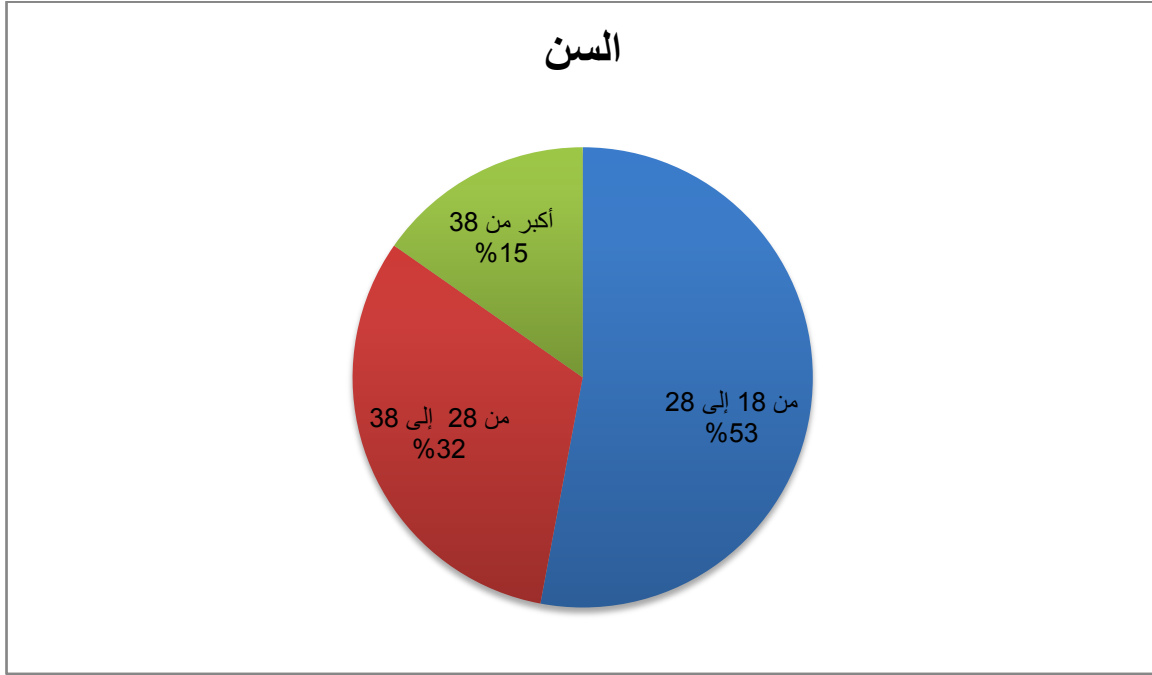


- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

الجدول رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

العمر	التكرار	النسبة %
من 18 إلى 28	45	52.94 %
من 28 إلى 38	27	31.76 %
أكثر من 38	13	15.29 %
المجموع	85	100 %

الشكل رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



من خلال الجدول رقم 2 نلاحظ أن أفراد عينة البحث تتوزع حسب متغير العمر بنسبة 52.94 % للذين أعمارهم من 18 إلى 28 سنة، وبنسبة 31.76 % للذين أعمارهم محصور ما بين 28 و 38 سنة، وبنسبة 15.29 % بالنسبة للذين يتجاوز أعمارهم 38 سنة.

و نلاحظ أن فئة الأفراد الذين أعمارهم محصور بين 18 و 28 سنة هم أكبر نسبة من الذين أعمارهم من 38 إلى ما فوق، لتأتي النسبة الصغيرة للذين أعمارهم أكثر من 40 سنة.

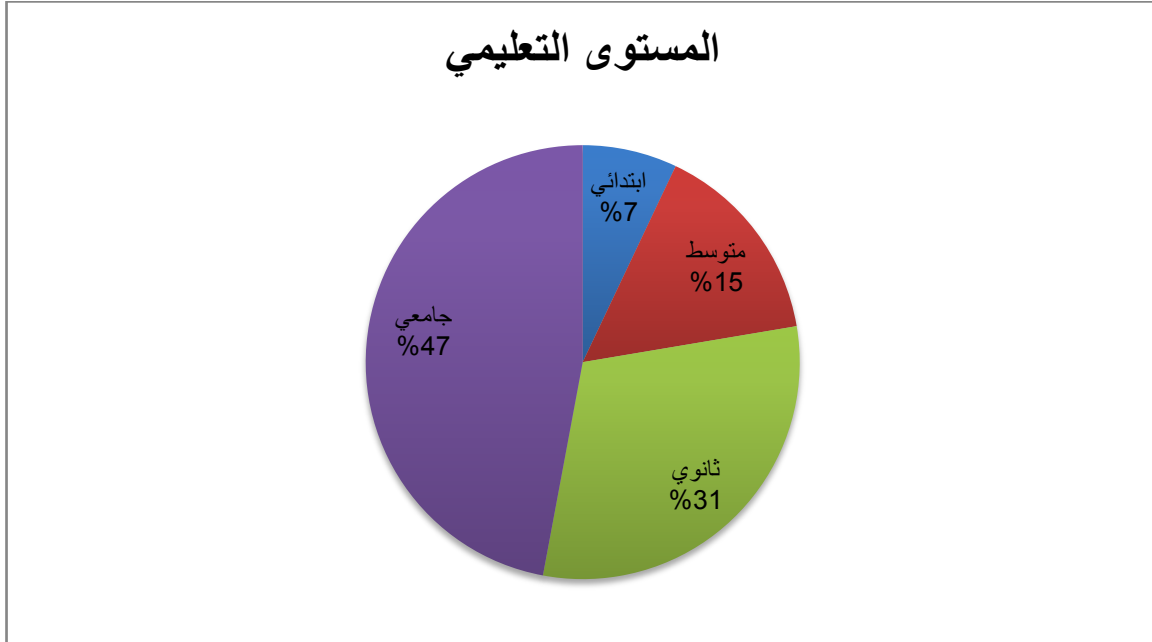


- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	6	%7.05
متوسط	13	%15.29
ثانوي	26	%30.58
جامعي	40	%47.05
المجموع	85	%100

الشكل رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



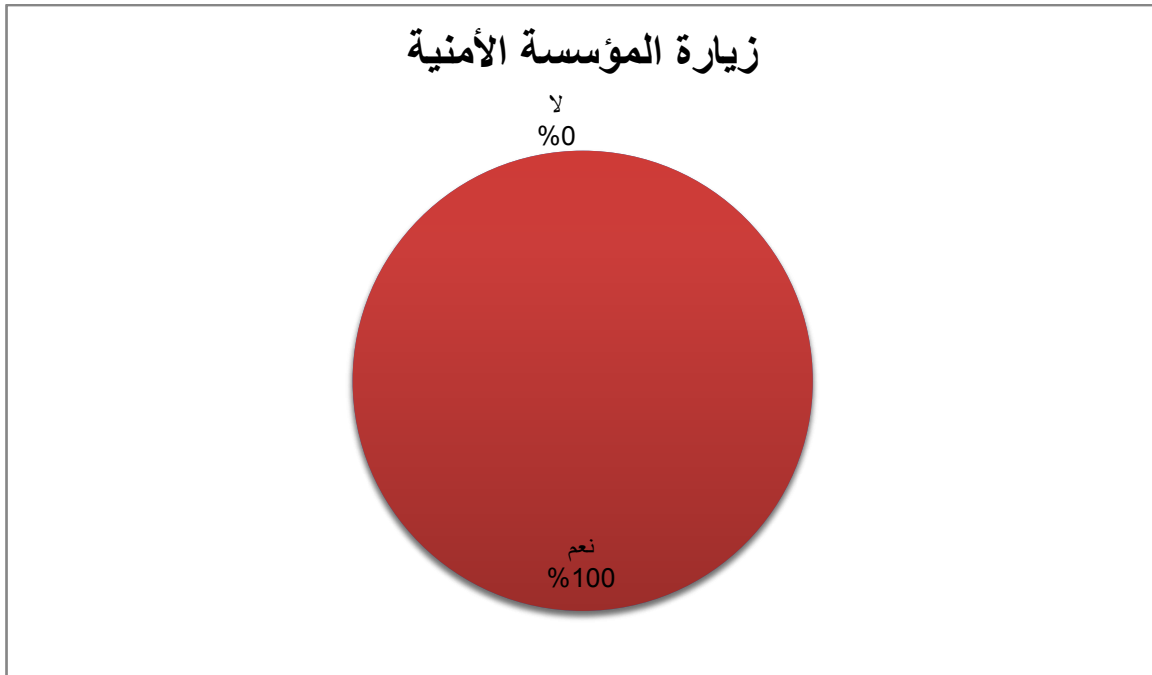
من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن أفراد العينة تتوزع حسب متغير المستوى التعليمي بنسبة %47.05 مستوى جامعي، وبنسبة %30.58 مستوى ثانوي أما %15.29 مستوى إكمالي متوسط، والذين مستواهم ابتدائي فبلغت نسبتهم %7.05 نلاحظ أن هذه النسبة هي نسبة منخفضة جدا مقارنة بنسب الذين مستواهم ثانوي وجامعي.



- توزيع أفراد العينة حسب زيارة المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها:
الجدول رقم(04) يوضح أفراد العينة حسب زيارة المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها

زيارة المؤسسة الأمنية	التكرار	النسبة
نعم	85	100%
لا	00	00%
المجموع	85	%100

الشكل رقم(04) يوضح أفراد العينة حسب زيارة المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها



نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن ما نسبته 100 % من عينة الدراسة زارت المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها، وهذا راجع للمكانة الخاصة للمؤسسات الأمنية في المجتمع لما تقدمه من خدمات .



- عدد زيارة المؤسسة الأمنية

الجدول رقم (05) يوضح عدد زيارة المؤسسة الأمنية :

عدد الزيارات	التكرار	النسبة
مرة	13	15.29%
مرتين	29	34.11%
أكثر من 3 مرات	43	50.58%
المجموع	85	100%

من خلال الجدول رقم (05) يتضح لنا أن ما نسبته 50.58 % من عينة الدراسة زارت المؤسسة الأمنية أكثر من 3 مرات وهذا راجع للدور الذي تقدمه المؤسسة الأمنية من خدمات في المجتمع، فيما نسبته 34.11% قاموا بزيارة المؤسسة الأمنية مرتين وهذا لعدم وجود أسباب أو داعي لزيارة هذه المؤسسات الأمنية، فيما نسبته 15.29% زاروا المؤسسة الأمنية مرة واحدة وهذه النسبة منخفضة جدا.

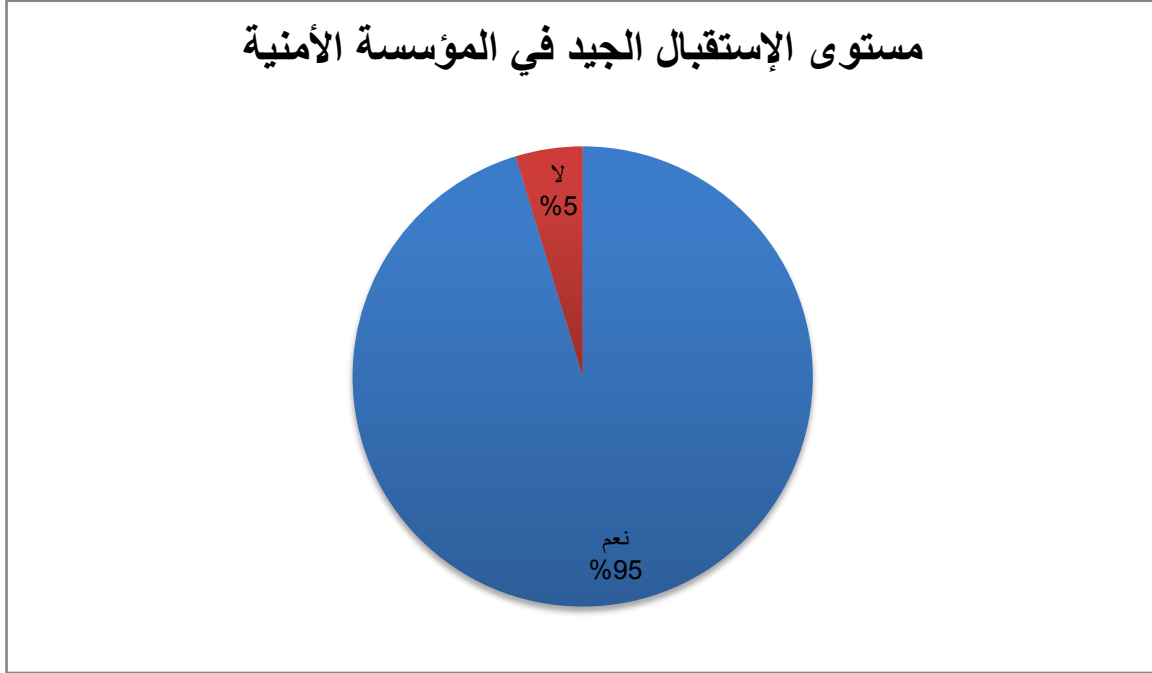
- مستوى الإستقبال الجيد في المؤسسة الأمنية

الجدول رقم (06) يوضح مستوى الإستقبال الجيد في المؤسسة الأمنية

مستوى الإستقبال	التكرار	النسبة
نعم	81	95.29
لا	4	4.71
المجموع	85	100



الشكل رقم (06) يوضح مستوى الإستقبال الجيد في المؤسسة الأمنية



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) أن ما نسبته 95.29% أجابوا بنعم من عينة الدراسة أن مستوى الإستقبال جيد وهذا لإنهم أكدوا بأنهم حظوا بإستقبال جيد لدى زيارتهم للمؤسسة الأمنية وذلك بسبب توفير المؤسسة الأمنية لكافة الإمكانيات اللازمة لإستقبالهم ومرافقتهم في إجراءاتهم بالإضافة إلى الحضور الشخصي للضباط والمسؤولين على المؤسسة الأمنية، أما ما نسبته 4.71% من عينة الدراسة اجابوا ب لا وهذا راجع ربما لإنهم عندما زارو المؤسسة الأمنية كانت لديهم مخالفات مرورية أو أمنية .

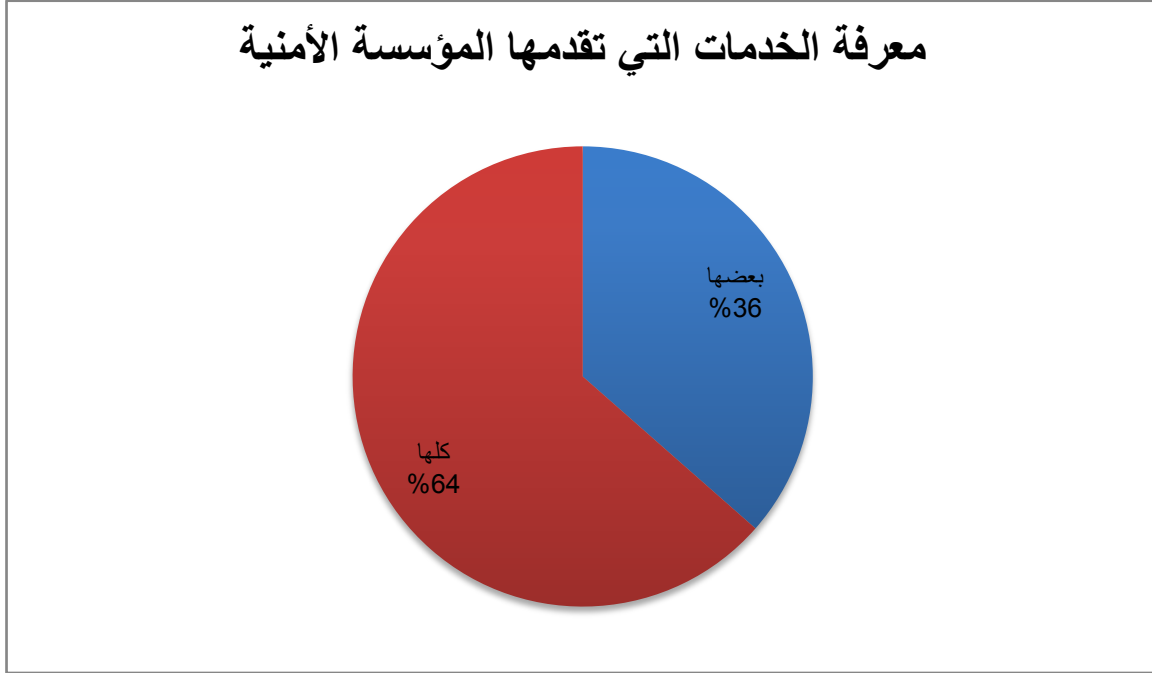
- الإطلاع على الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية للمواطن

الجدول رقم (07) يمثل الإطلاع على الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية للمواطن

معرفة الخدمات	التكرار	النسبة
بعضها	31	36.48%
كلها	54	63.52%
المجموع	85	100%



الشكل رقم (07) يمثل الإطلاع على الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية للمواطن



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) أن ما نسبته 63.52% من عينة الدراسة أجابوا بمعرفتهم وإطلاعهم على الخدمات التي تقدمها لهم المؤسسة الأمنية، وتتم معرفة هذه الخدمات من خلال استخدام مختلف وسائل التواصل الإجتماعي من خلال الدخول لصفحات ومواقع الأمن الوطني في الفيسبوك وتويتر، كذلك من خلال الإذاعة المحلية بالمسيلة أو الوطنية، أما الذين أجابوا ببعضها والذين يمثلون نسبته 36.48% فيعود إطلاعهم على الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية من خلال ما لاحظوه خلال زيارتهم .

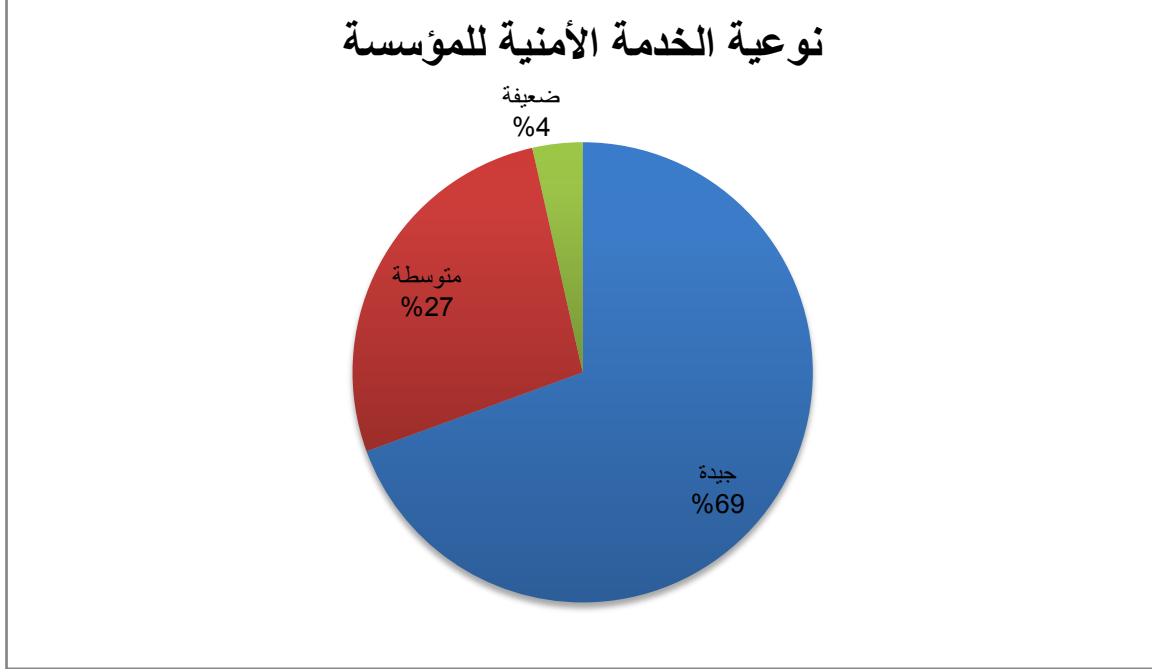
- نوعية الخدمة الأمنية للمؤسسة.

الجدول رقم (08) يمثل نوعية الخدمة الأمنية للمؤسسة.

النسبة	التكرار	نوعية الخدمة
69.41%	59	جيدة
27.05%	23	متوسطة
3.52%	03	ضعيفة
100%	85	المجموع



الشكل رقم (08) يمثل نوعية الخدمة الأمنية للمؤسسة.



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) أن ما نسبته 69.41% من عينة الدراسة أجابوا بأن نوعية الخدمة الأمنية للمؤسسة جيدة، والذين أجابوا بمستوى متوسط 27.05% ، وهذا ما يعني أن نوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية والمقدمة للمواطن نالت رضاهم وتم إستحسانها من قبلهم، فهذه الخدمات على إختلاف أنواعها ذات مستوى مقبول جدا.



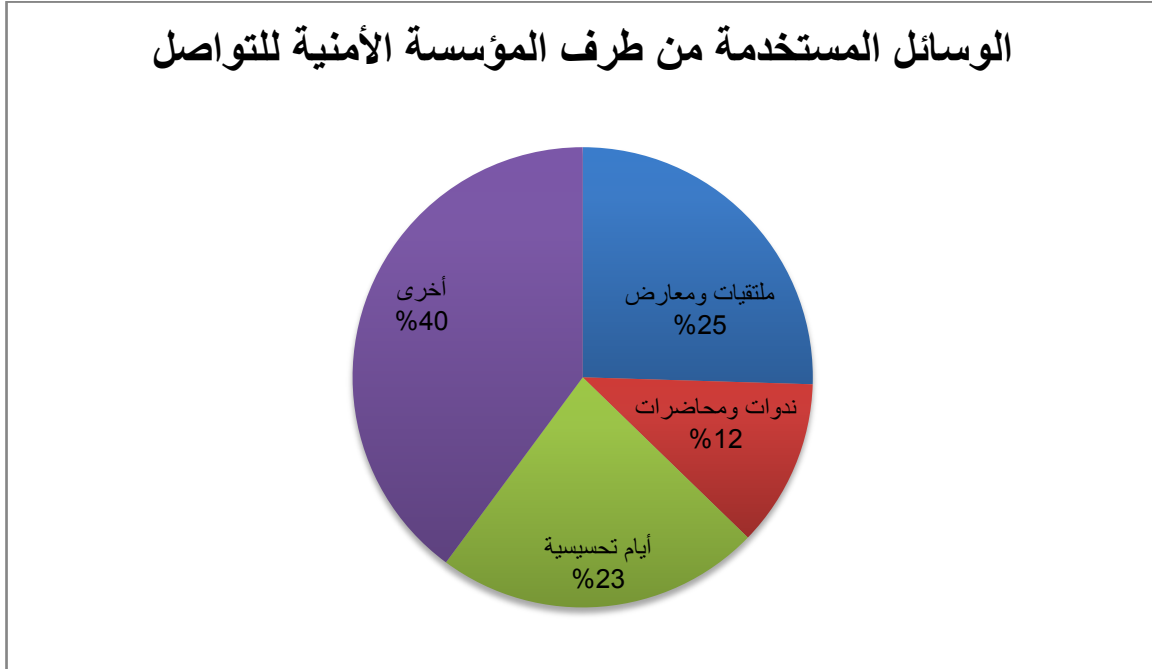
المحور الثاني : العوامل المؤثرة فى تكوين صورة ذهنية عن المؤسسة الأمنية:

- الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي

الجدول رقم(09) يمثل الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي

الوسائل المستخدمة	التكرار	النسبة
ملتقيات ومعارض	39	%25.65
ندوات ومحاضرات	17	%11.18
أخرى	61	%40.13
أيام تحسيسية	35	%23.02
المجموع	152	%100

الشكل رقم(09) يمثل الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (09) والذي يظهر الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة

الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي كانت من خلال أن ما نسبته %40.13 من عينة



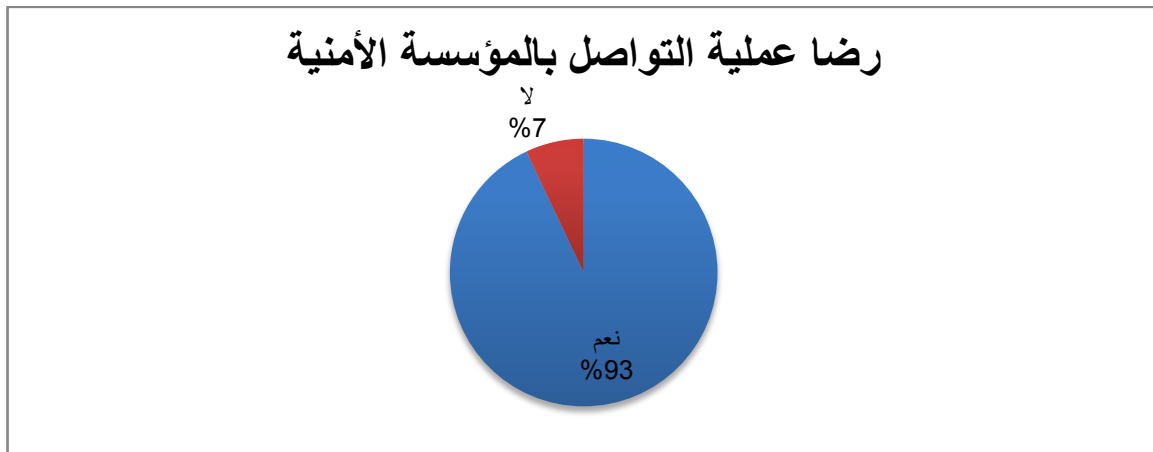
الدراسة أقرروا أن وسائل التواصل الإجتماعي من خلال الفيسبوك وتويتر وكذلك من خلال الإعتقاد على التلفزيون والإذاعة المحلية في التواصل مع المؤسسة الأمنية ومتابعة كل جديد والإطلاع على مختلف الخدمات، كذلك أن ما نسبته 25.65% من عينة الدراسة أقرروا أن من بين الوسائل المستخدمة من المؤسسة الأمنية للتواصل معهم تكون عن طريق الملتقيات والمعارض التي تنظمها وتشرف عليها المؤسسة الأمنية بمختلف أجهزتها للتعريف بهياكلها وخدماتها وأبرز ما تقدمه خدمة للجمهور، في حين أن ما نسبته 23.02 أن من الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور تكون عن طريق الأيام التحسيسية من خلال تقديم نصائح وتوجيهات إرشادية للمواطنين حول ما يخدمهم سواء في الطرقات أو في الأحياء، فيما يمثل نسبته 11.85% من خلال تنظيم ندوات ومحاضرات إرشادية للجمهور الخارجي توضح فيه المؤسسة الأمنية أهم الخدمات التي تقدمها وإعطاء توجيهات للمواطنين فيما يخصهم سواء من الناحية الأمنية أو المرورية .

- رضا عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية

الجدول رقم (10) يمثل رضا عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية

الرضا	التكرار	النسبة
نعم	79	92.94%
لا	6	7.05%
المجموع	85	100%

الشكل رقم (10) يمثل رضا عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية





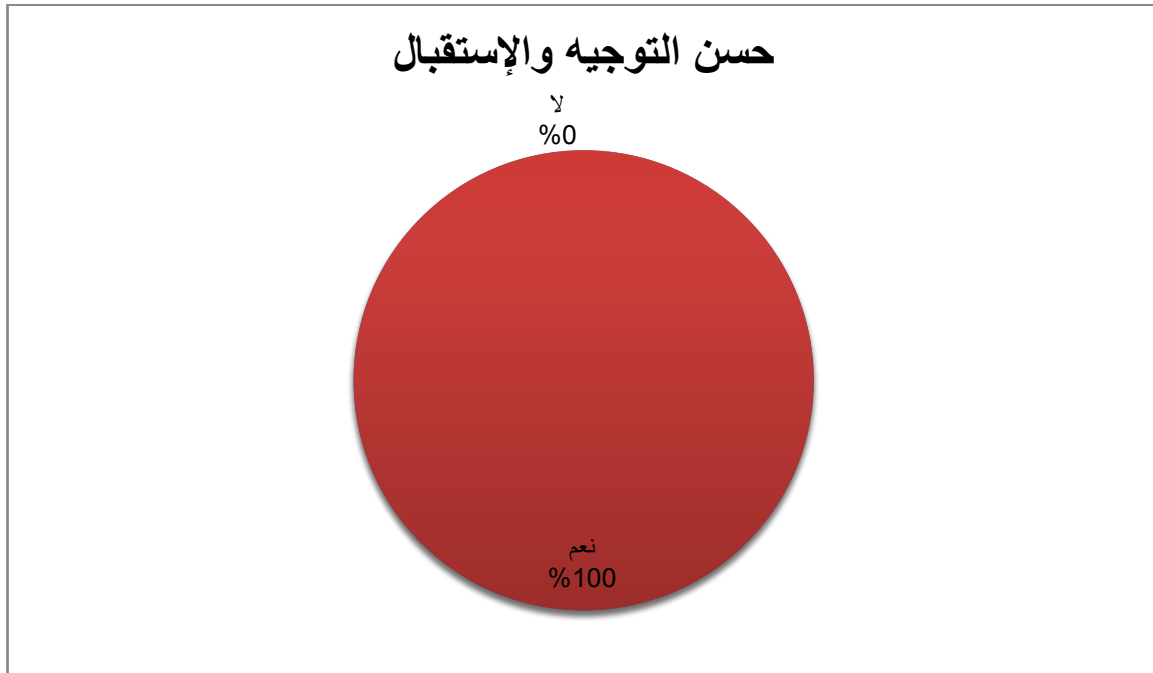
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (10) أن ما نسبته 92.94% أجابوا بنعم ورضاهم عن عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية، وهذا ما يؤكد على أن الخدمات المقدمة على مستوى الشرطة كانت جيدة مما ولد شعورا لدى هذه الفئة من المواطنين أنهم محل إهتمام خاص من قبل أعوان الشرطة وقيادتها وأنهم يسهرون بكل تفاني في خدمتهم وأنهم، وهذا الرضا يعتبر الغايات البعيدة أو المتوسطة أو القريبة المدى التي تضعها المؤسسة الأمنية بهدف تنظيم العمل الأمني وترتيبه وجعل سلوك أعوان الأمن والضباط وكذلك المواطنين سلوكا فعالا وهادفا، وهي تعمل على وجود النسق وبقائه في المجتمع، فيما أجاب 7.05% من عينة الدراسة بلا.

- حسن التوجيه والإستقبال يشكلان صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية

الجدول رقم (11) يمثل حسن التوجيه والإستقبال يشكلان صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية

النسبة	التكرار	حسن التوجيه والإستقبال
100%	85	نعم
00%	00	لا
100%	85	المجموع

الشكل رقم (11) يمثل حسن التوجيه والإستقبال يشكلان صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية





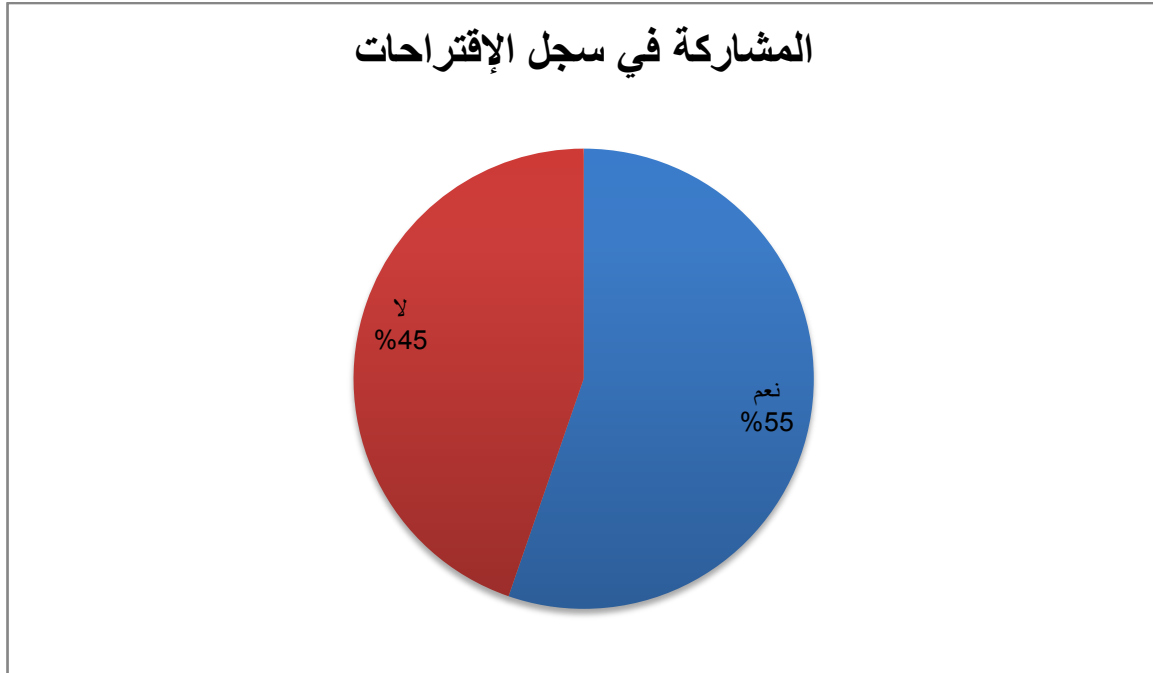
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) أن كل المواطنين أجابوا بنعم وأكدوا أن حسن التوجيه والإستقبال يشكلان صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية، وهذا يوضح أن التوجيه والإستقبال في مراكز الأمن من الخدمات التي يتم التركيز عليها لإعطاء صورة إيجابية وحسنة عن المؤسسة الأمنية وهذا ما تم ملاحظته من إجابات عينة الدراسة.

- المشاركة في سجل الإقتراحات أو صندوق صبر الآراء بالمؤسسة الأمنية

الجدول رقم (12) يمثل المشاركة في سجل الإقتراحات أو صندوق صبر الآراء بالمؤسسة الأمنية

المشاركة في سجل الاقتراحات	التكرار	النسبة
نعم	47	55.29%
لا	38	44.70%
المجموع	85	100%

الشكل رقم (12) يمثل المشاركة في سجل الإقتراحات أو صندوق صبر الآراء بالمؤسسة الأمنية



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) المتمثل في المشاركة في سجل الإقتراحات من طرف المواطنين أن ما نسبته 55.29% أجابوا بنعم، وهذا يعود إلى فئة المواطنين والذي يغلب عليهم المستوى الجامعي فهذه الفئة من هذا المستوى لديها أفكار ومعلومات يقومون بتدوينها لكي يتم



الأخذ بها من طرف مسؤولي المؤسسات الأمنية وتحليلها وإستغلالها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية، في حين أنه ما نسبته 44.70% من عينة الدراسة أجابوا بلا وأقروا بعدم مشاركتهم في سجل الإقتراحات وهذا راجع لوجود صعوبة في تدوين إقتراحاتهم من خلال أنهم لا يعرفون الكتابة والتعبير أو أنهم لا يهتمون لهذا الأمر وعدم إبداء آرائهم بهذا السجل.

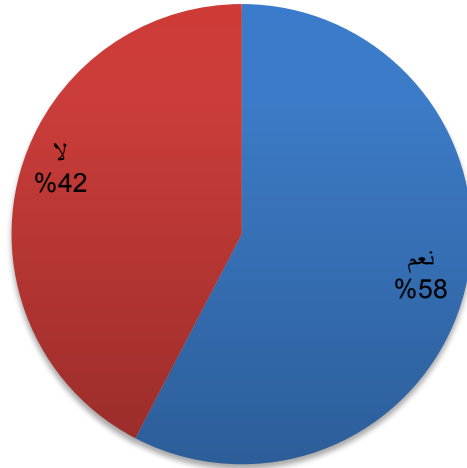
- وجود صورة حسنة مسبقة عن المؤسسة الأمنية.

- الجدول رقم (13) يمثل وجود صورة حسنة مسبقة عن المؤسسة الأمنية.

النسبة	التكرار	الصورة الحسنة المسبقة
57.64%	49	نعم
42.35%	36	لا
100%	85	المجموع

- الشكل رقم (13) يمثل وجود صورة حسنة مسبقة عن المؤسسة الأمنية.

الصورة الحسنة المسبقة عن المؤسسة الأمنية



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (13) أن ما نسبته 57.64% أجابوا بنعم و42.35% أجابوا بلا من عينة الدراسة، فالذين أجابوا بنعم أكدوا على وجود صورة حسنة مسبقة عن المؤسسة الأمنية وذلك بوجود أنشطة للعلاقات العامة تهدف إلى إبلاغ وإيصال الصورة الحسنة للمؤسسة



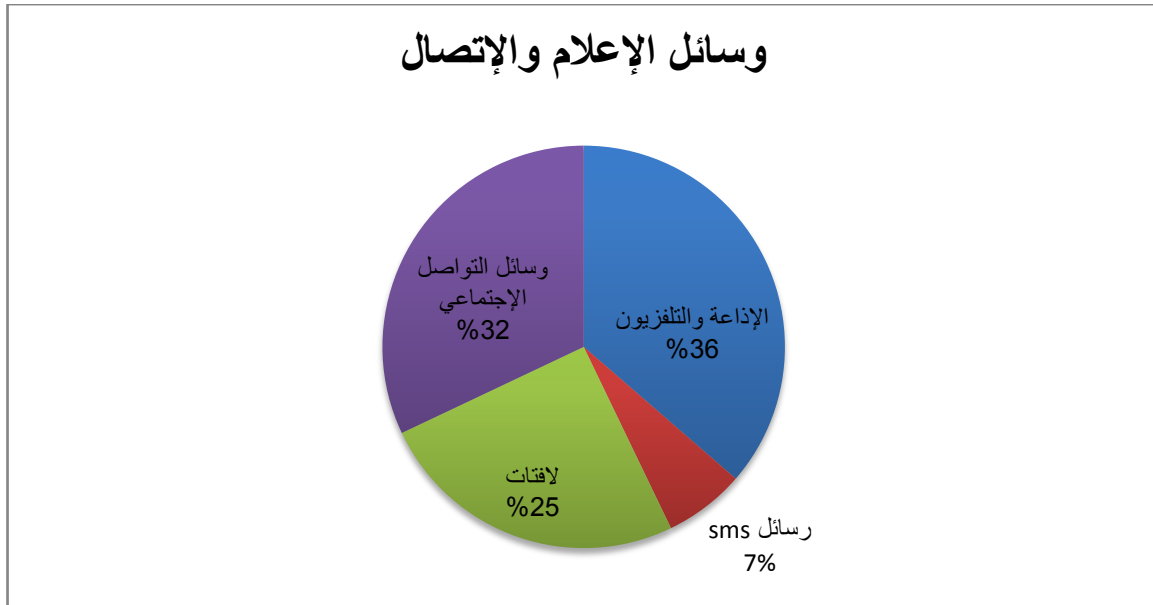
الأمنية إلى كافة أطراف المجتمع، هذه الأنشطة والتي تستغل فيه مختلف وسائل الإعلام لا سيما منها المحلية بالإضافة إلى إستغلال المواطنين من أجل تقديم أحسن الخدمات في رعايتهم والإهتمام بهم وخدمتهم في تمرير رسالة إيجابية عن طريقهم حول الصورة الحسنة للمؤسسة الأمنية، أما الذين أجابوا بلا فيرجع لبعض الأسباب أهمها أن جزء من المواطنين من كبار السن وأميين لا يتعاملون مع مختلف الوسائل الإعلامية والوسائط لا سيما الوسائط الإجتماعية.

- وسائل الإعلام والإتصال التي وصلت عن طريقها صورة حسنة للمؤسسة الأمنية.

الجدول رقم (14) يمثل وسائل الإعلام والإتصال التي وصلت عن طريقها صورة حسنة للمؤسسة الأمنية.

وسائل الإتصال والإعلام	التكرار	النسبة
إذاعة وتلفزيون	84	36.36%
رسائل sms	15	6.49%
لافتات	58	25.10%
وسائل التواصل الإجتماعي	74	32.03%
المجموع	231	100%

الشكل رقم (14) يمثل وسائل الإعلام والإتصال التي وصلت عن طريقها صورة حسنة للمؤسسة الأمنية





يتضح لنا من خلال الجدول رقم (14) أن ما نسبته 36.36% أقرروا بأن الإذاعة والتلفزيون من أكثر وسائل الإتصال قامت بتسويق وإعطاء صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية وهذا يعود إلى الخدمة العمومية للإذاعة المحلية والعمل على الإرتقاء بالمؤسسة الأمنية وكذلك التلفزيون فهو من الوسائل التي تساهم في ترويج صورة حسنة للمؤسسة الأمنية من خلال الإشهار للخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية، وجاءت وسائل التواصل الإجتماعي ب 32.03% وهذا من خلال إعتقاد المؤسسات الأمنية على الفيسبوك والتويتز لبث كل ما يتعلق بخدمة المجتمع وترويج أهم الخدمات الأمنية وعرض روبرتجات تشرح فيها للمواطن كل ما يهمه، في حين جاءت اللافتات الإشهارية ب 25.06% وهذا لكسب رضا المواطن وتسويق صورة حسنة للمؤسسة الأمنية من خلال العروض اللوحات الإشهارية، في حين كانت لرسائل sms 6% من عينة الدراسة وهذا راجع لوجود رسائل عشوائية تركت المواطن لا يهتم بهذه الرسائل الأمنية.

- عمل المؤسسة الأمنية

الجدول رقم (15) يمثل عمل المؤسسة الأمنية

النسبة	التكرار	عمل المؤسسة الأمنية
100%	85	تطبيق للقوانين والتعليمات
00	00	قيود للحريات الشخصية
100%	85	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (15) أنه تم الإتفاق بالاجماع من مجتمع الدراسة أن عمل المؤسسة الأمنية هو سوى تطبيق للقوانين والتعليمات وجعل حياة المواطنين أكثر أمنا وتوفير الحماية وإحترام حقوق الإنسان وبهذا تعزز ثقة المواطن في المؤسسة الأمنية والدولة ويتحقق الإستقرار اللازم لتحقيق التنمية وتبلور صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية .



المحور الثالث: أسباب تكوين صورة ذهنية سلبية عن المؤسسة الأمنية:

- سلوكيات خاطئة من بعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون صورة سلبية عنها

الجدول رقم (16) يمثل سلوكيات خاطئة من بعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون صورة سلبية عنها

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	85	%100
لا	00	00
المجموع	85	%100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) أن جميع مجتمع الدراسة أكد أن السلوكيات الخاطئة من بعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون صورة سلبية عنها، لذا للحفاظ على صورة حسنة للمؤسسة الأمنية يجب على موظفي المؤسسة الأمنية عدم الوقوع في أخطاء مهنية وتقييد للحريات الشخصية للأفراد، بل يجب بالتحلي بالسلوكات المهذبة والإيجابية في التعامل مع المواطنين وتقديم الخدمات الأمنية بصورة جيدة وتطبيق القوانين والتعليمات بشكل رسمي دون تحيز، لذا على مسؤولي المؤسسات الأمنية خلق ورشات وتدريب للموظفين في كيفية التعامل بصورة حسنة مع المواطنين لكي تتشكل لدى هذا الأخير صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية.

- الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية يشكل صورة سلبية

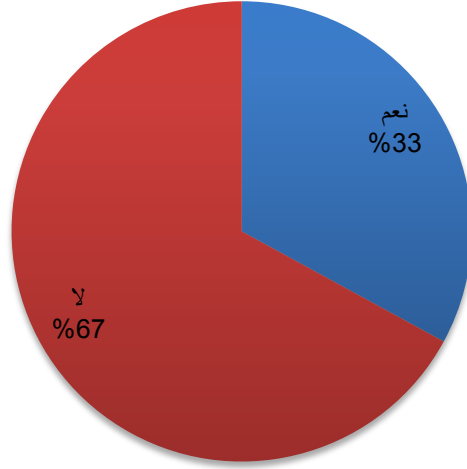
الجدول رقم (17) يمثل الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية يشكل صورة سلبية

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	28	%32.94
لا	57	%67.05
المجموع	85	%100

الشكل رقم (15) يمثل الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية يشكل صورة سلبية



الضعف التعليمي للموظفين



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أن ما نسبته 67.05% من عينة الدراسة أجابوا بأن الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية لا يشكل صورة سلبية عن المؤسسة الأمنية وهذا يعود لوجود تكوين قاعدي للموظفين في مدارس الشرطة في التعامل وإعطاء صورة حسنة وطيبة عن المؤسسة الأمنية من خلال أداء مهامهم المرتبطة بالمناصب التي يشغلونها في إطار إحترام الاحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها وخلال وتكوينهم على الواجب والالتزام بمبادرة خاصة منهم تقديم العون لأي مواطن معرض للخطر أو قمع أي عمل من شأنه أن يخل بالنظام العام، في حين أن ما نسبته 32.94% من عينة الدراسة أكدوا أن الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية يشكل صورة سلبية وهذا يظهر من خلال ضعف التعامل في التواصل والعلاقات العامة مع أفراد المجتمع .



- تنوع واتساع ميدان عمل المؤسسات الأمنية يرسخ صورة سلبية

الجدول رقم (18) يمثل تنوع واتساع ميدان عمل المؤسسات الأمنية يرسخ صورة سلبية .

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	00	%00
لا	85	%100
المجموع	85	%100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) أنه تم بالإجماع من طرف مجتمع الدراسة بأن تنوع واتساع ميدان عمل المؤسسات الأمنية لا يرسخ صورة سلبية عن المؤسسة الأمنية بل بالعكس يعطي صورة حسنة وإيجابية تضيف على المجتمع الأمان والإطمئنان وترتفع نسبة الأمن في الأحياء والمدن بإتساع الدوريات وتنوع الخدمات المقدمة من طرف موظفي المؤسسات الأمنية وخاصة في مجال العلاقات العامة.

- إنعدام الإستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية

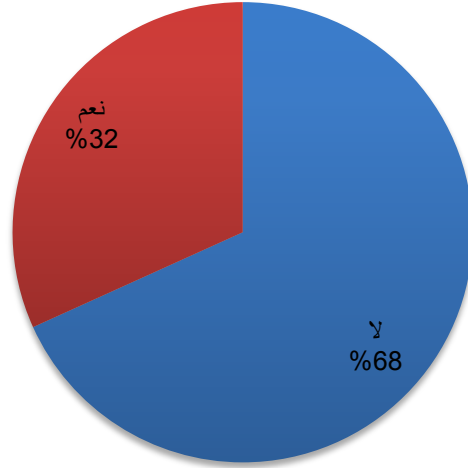
الجدول رقم (19) يمثل إنعدام الإستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	27	%31.76
لا	58	%68.23
المجموع	85	%100



الشكل رقم (16) يمثل إنعدام الإستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية

إنعدام الإستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (19) أن ما نسبته 68.23% من عينة الدراسة أجابوا بلا وأكدوا بأن إنعدام الإستقرار السياسي لا يرسخ صورة سلبية عن المؤسسة الأمنية، بل أن موظفي المؤسسة الأمنية يتعاونون مع أفراد المجتمع على أساس الإحترام وسرعة التصرف في المواقف المختلفة وتعزيز ثقة المواطن في ظل الظروف السياسية الغير المستقرة ويظهر من خلال تأدية العلاقات العامة في جهاز الشرطة بدورها الفعال في الحفاظ على العلاقة الحسنة مع جمهورها الخارجي ويظهر هذا من خلال الحراك الشعبي الذي وقع في 22 فيفري 2019 وكيف تصرفت المؤسسة الأمنية مع هذا التقلب السياسي بحنكة وهدوء.

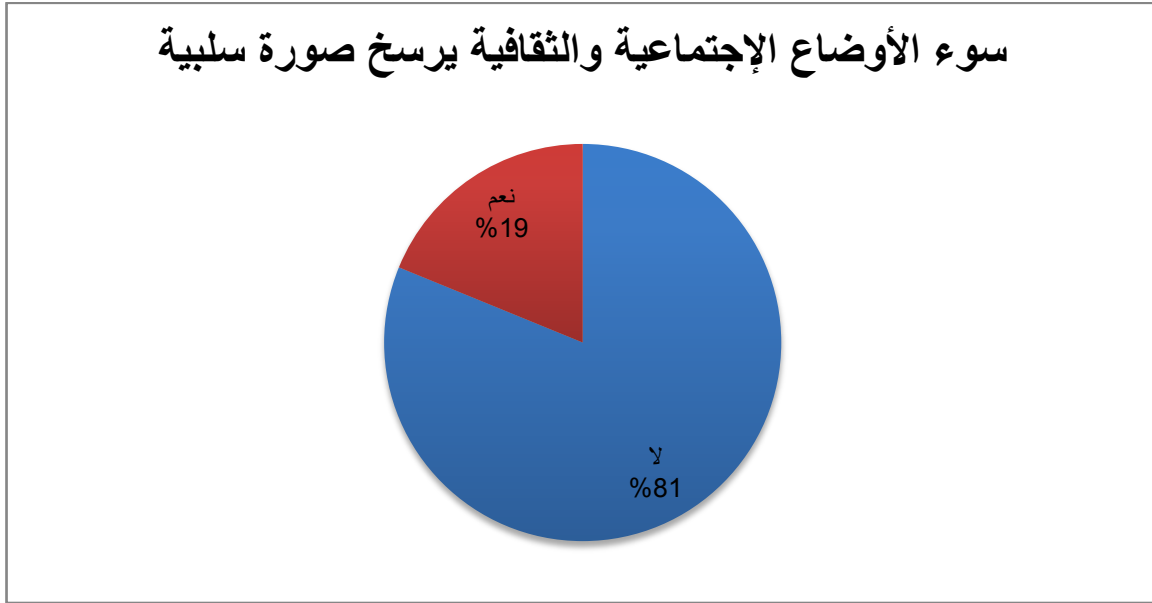


- سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية

الجدول رقم (20) يمثل سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية.

الإجابة	التكرار	النسبة
لا	69	%81.17
نعم	16	%18.82
المجموع	85	%100

الشكل رقم (17) يمثل سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية.



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (20) أن ما نسبته %81.17 من عينة الدراسة أجابوا بلا ، وأقروا بأن سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية لا يرسخ صورة سلبية عن المؤسسة الأمنية، بل عن طريق المؤسسة الأمنية وموظفيها وفي ظل سوء الأوضاع الإجتماعية والثقافية تقوم بأيام تحسيسية وعقد ندوات ومؤتمرات تعالج هذه المشكلات التي يواجهها المجتمع وإعطاء حلول وأفكار لمواجهة هذه الظواهر الإجتماعية مثل ظاهرة تعاطي المخدرات وترويجها وظاهرة السرقة



وهذا من خلال الإعتماد على التلفزيون والإذاعة لتحسيس المواطنين بهذه الظواهر الإجتماعية والثقافية الخاطئة وأثرها على المجتمع، فعن طريق هذه الوسائل الإتصالية وعن طريق العلاقات العامة في الأوضاع الإجتماعية والثقافية تعطى للمؤسسات الأمنية صورة إيجابية وحسنة. -
إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية، من شأنه أن يآزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم .

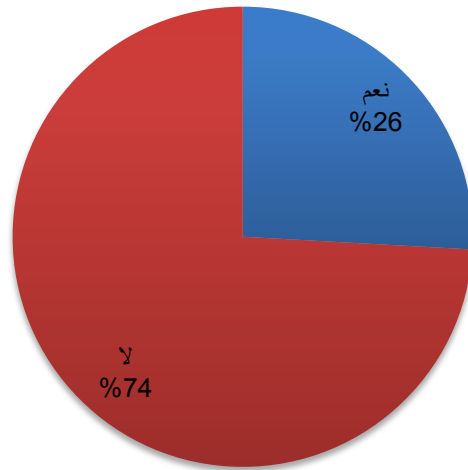
- إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية، من شأنه أن يآزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم.

الجدول رقم (21) يمثل إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية، من شأنه أن يآزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	22	%25.88
لا	63	%74.11
المجموع	85	%100

الشكل رقم (18) يمثل إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية من شأنه أن يآزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم.

إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية





يتضح لنا من خلال الجدول رقم (21) أن ما نسبته 74.11% من عينة الدراسة أجابوا بلا وهذا بأن إتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية لا يأزم العلاقة مع موظفي المؤسسة الأمنية ويغير الصورة إتجاههم، بل عن طريق الوسائل الإتصالية التي تنتهجها المؤسسة الأمنية وعن طريق الإقناع التوجيه والإرشاد من طرف ضباط وأعوان الشرطة وتفهمهم لردة فعل الجمهور الخارجي والتعامل معها بهدوء وبطريقة قانونية مما يترك إنطباع جيد وصورة حسنة عن المؤسسة الأمنية لدى المواطنين.



النتائج على ضوء الفرضيات:

- بعد الانتهاء من تحليل الجداول توصلنا الى مجموعة من النتائج العامة، قمنا بتحليل المحاور على أساس الفرضيات بحيث توصلنا الى ما يلي:
- يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن جهاز الشرطة بالمسيلة لدى جمهورها، ومن خلال هذه الفرضية نستخلص الى أن العلاقات العامة داخل مراكز الأمن تساعد في تحسين صورة جهاز الشرطة بفضل الجهود المبذولة و الأنشطة و الخدمات التي تقدمها و قد تحققت الفرضية.
 - تهدف العلاقات العامة بالشرطة إلى تحقيق الأمن والطمأنينة وخلق جو من الثقة والتفاهم باعتبارها وظيفة إدارية تسعى إلى تقديم خدماتها وبرامجها واطلاع الجماهير على البرامج والخدمات المتنوعة التي تقدمها، فقد تبين من خلال النتائج المتوصل إليها أن العلاقات العامة للشرطة تهدف إلى تحقيق الأمن و الطمأنينة و خلق جو من الثقة و التفاهم و بهذا قد تحققت الفرضية.
 - تؤدي العلاقات العامة بالشرطة دورا فعالا في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي بكسب دعمهم وتعاونهم وادراكهم معا لأهمية وجودها، نستنتج أن الى أن العلاقات العامة تؤدي دورا فعالا في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي و الخارجي و ذلك من خلال ابراز النشاطات الخدمائية و الأمنية مما يعزز ثقة المواطن بمصالح الشرطة.



الاستنتاجات العامة للدراسة:

انطلاقاً من تحليل النتائج المستقاة من المعلومات المتحصل عليها من خلال الاستبيان خلصنا إلى

الاستنتاجات التالية:

- اتضح أن العلاقات العامة في جهاز الشرطة هي وظيفة مهمة ومفيدة تساعد على ربط العلاقة بين جهاز الشرطة والجمهور الخارجي.
- الشرطة تعتمد بنسبة كبيرة على جهاز العلاقات العامة وذلك نظراً للدور الكبير الذي تؤديه بها هذه الأخيرة.
- العلاقات العامة في جهاز الشرطة تقوم بدور جيد في تحسين صورة جهاز الشرطة وذلك من خلال البرامج الإعلامية والخدمات التي تقدمها للمجتمع.
- أبرز أهداف العلاقات العامة في جهاز الشرطة أنها تخلق جو من الثقة والتفاهم بين الشرطة وفئات الشعب المختلفة.
- إن العلاقات العامة الجيدة بين الشرطة والجمهور الخارجي تساعد على تواصل وتفعيل الرسالة الأمنية.
- العلاقات العامة تقوم بدورها بفعالية من خلال إبراز النشاطات الخدمائية الأمنية مما يعزز ثقة المواطن بمصالح الشرطة.
- الجمهور الخارجي يحتاج إلى رجل الشرطة عند تعرضه لمشكل ويبرز تعاونه معه وهذا ما من شأنه أن يفتح جسراً من جسور التعاون والمودة بينهم وبذلك يسود الأمن والاستقرار في المجتمع.
- الجمهور الخارجي ينظر للشرطة بنظرة إيجابية وأنها تؤدي مهامها بشكل فعال وإيجابي من خلال مساعدة الأفراد والسهر على حفظ الأمن والنظام العام.
- العلاقات العامة داخل شرطة مسيطة تلعب دوراً مهماً في نظر الجماهير فهي تسعى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي من خلال تكوين صورة حسنة عنها والخدمات التي تقدمها.
- العلاقات العامة داخل شرطة مسيطة تبذل جهداً كبيراً من خلال كسب ثقة الجمهور الخارجي وذلك من خلال شرح دور الشرطة وأهدافها وتوعية المواطنين وارشادهم ورفع حسهم الأمني.
- العلاقات العامة تفيد في تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي والخارجي وتساعد على خلق جو من التفاعل الإيجابي بين الطرفين.



- الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للشرطة تعكس النشاط الإتصالي لها والهادف في الأساس إلى رفع مستوى الثقافة الأمنية للأفراد وتوعيتهم.
- العلاقة بين الشرطة والجمهور الخارجي مبنية على أسس تدعمها الخدمات والمهام المقدمة من طرف الشرطة للمواطن والتعاون بين كلى الطرفين وبذلك تصبح علاقة متكاملة فشعار الشرطة هو الشرطة في خدمة الشعب والشرطة جزء من المجتمع.

الجملة

إن علم العلاقات العامة من العلوم الهامة لدى أي مؤسسة ، و تسعى كافة الجهات إلى وضعه ضمن الهيكل الإداري لها ، و ذلك لأهميته البالغة و لما يهدف إليه هذا العلم من عكس سياسات المنشأة و توضيح أهدافها للجمهور ، فمهمة العلاقات العامة في مجال تحسين صورة المؤسسة يتجلى في الكشف عن اتجاهات الجمهور و البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة و العمل على جعل هذه الأخيرة قادرة على تخطيط سياستها العامة بالشكل الذي يتوافق مع تلك الاتجاهات و الميول و من ثم السعي لتعبئة الجماهير للمساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة و يتم ذلك عن طريق استخدام خبراء ذوي الكفاءة العالية في العلاقات العامة يعملون على تحقيق التكامل أثناء التعامل مع الجمهور.

قائمة المحتويات

المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1. ابراهيم إمام، العلاقات العامة و المجتمع. القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية، 1995.
2. أكرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط.2 بيروت: دار الجيل، 1994 .
3. باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط.2 عمان: دار أسامة ، 2014 .
4. جمال بن عمار الأحمر، الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية ، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
5. الحاج الفضل الطاهر، "دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي، دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية في الفترة من يناير 2009 إلى يناير 2013 (" أطروحة دكتوراه ، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014).
6. حسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2004.
7. خالد إبراهيم حسن الكردي، الصورة الذهنية لرجل المرور في المجتمعات العربية، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014 .
8. رضوان ، بلخيري ، سارة ، جابري . مدخل للإتصال و العلاقات .الجزائر : جسور و النشر و التوزيع ، 2014
9. سمير حسن منصور :مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
10. السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة(في ظروف المناقبة)، [د.ط.].، مركز التوثيق العلمي، دار يتراك، عمان، 2002 .
11. صادق زهراء، "إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، (أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2015.

12. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق ، عمان: دار وائل .
13. عبد العزيز محمد النجار، العلاقات العامة مدخل بيني، المكتب العربي الحديث، مصر، [د.ط].
14. عبد الكريم راضي ، الجبوري . العلاقات العامة فن و ابداع في تطوير المؤسسة و نجاح الإدارة. ط 1. بيروت : دار التيسير ، 2001
15. عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011
16. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة: عالم الكتب ، 1983.
17. غريب عبد السميع ، غريب . الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر . الإسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة ، 2006 .
18. غريب عبد السميع غريب، الإتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، مصر [د.ط.2004.
19. فاطمة مروة، الاتصالات المهنية، لبنان: دار النهضة، 2004.
20. فريحة محمد كريم، العلاقات العامة، الجزائر: دار العلوم.
21. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت: دار الجيل، 1994
22. كريمة غديري" الصورة الذهنية للمؤسس التجارية ووسائل تكوينها"، (رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر3، 2009).
23. مجلة الأمن الوطني . مفهوم الاعلام الأمني . العدد 120 أكتوبر 2013، الجزائر .
24. محمد ، برغوث . العلاقات العامة أسس نظرية و مفاهيم عصرية ط 6 . القاهرة : عالم الكتاب ، 1220 .
25. محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان: دار المسيرة، 2011.

26. محمد عبد الله ، المنشاوي . العلاقات العامة في الجهاز الأمني بين النظري و التطبيق مكة المكرمة[د ن .] ، 2001 .
27. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)،[د.ط] ،
الدار الجامعية الإسكندرية، 2004 .
28. محمد قيراط ، وائل ، إسماعيل عبد الباري. وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة الواقع الحالي و آفاق المستقبل. الامارات العربية المتحدة : جامعة الشارقة ، 2006 ، ص 46 متاح على الرابط:
<http://www.almajidcenter.org/seach.details.php?page=12>
[910&keyword](http://www.almajidcenter.org/seach.details.php?page=12) تاريخ التصفح: 2022/01/02
29. محمد محمد ، البادي . العلاقات العامة و طبيعة الرأي العام . ط .
1. اجدة : دار الشروق للنشر و التوزيع ، 1984 .
30. محمد منير حجاب، الإتصال الفعال العلاقات العامة، القاهرة: دار
الفجر للنشر والتوزيع ، 2007.
31. محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط 1 ،
القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007 .
32. محمد منير حجاب، المدخل الإنسانية للعلاقات العامة، دار الفجر
لنشر والتوزيع، القاهرة،[د.ط]، 1995 .
33. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج.2 القاهرة: دار الفجر
للنشر والتوزيع، 2003.
34. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج.5 . القاهرة: دار الفجر
للنشر والتوزيع، 2003 .
35. محمد يوسف، مصطفى عبد، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة: دار
الكتاب ، 2004 .
36. مسهيل إدريس، المنهج قاموس فرنسي عربي، [د.ط]. الأدب، بيروت،
2002.

37. هشام علي محمد ، الحسن. العلاقات العامة بين القناعة و التهميش في الوطن العربي [. د . م . :]الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ،[د.ت].
38. هناء حافظ ، بدوي . العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية أسس نظرية و مجالات تطبيقية . الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، 2001
39. Anne Bory, Yves Lochard, « La RSE, entre relations publiques et outil politique », *La Revue de l'Ires* 2008/2 (n° 57
40. gris wold gleen and denny your public relation new york magazines of indusry inc 1984
41. Martial PASQUIER, Communication publique, De Boeck édition, 1er édition, Paris, 2011.

الملاحق
العلمية



الشرطة

مجلة اعلامية تصدر عن المديرية العامة
للأمن الوطني - العدد 150 جانفي 2022
N° ISSN 1111-0627



رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون:

” لتجعل من تلاحم بنات الجزائر وأبنائها، مع الجيش الوطني الشعبي
سليل جيش التحرير الوطني، قوة موحدة قادرة على كسب الرهانات “

إشادة دولية بالشرطة الجزائرية



**بصمة
الاحترافية**

وزير الداخلية الليبي يثمن دور الشرطة الجزائرية في تعزيز الأمن المشترك .

وزير الداخلية والامركزية النوريتاني، الجزائر بملت خطوات عملاقة في محاربة الجريمة .

المدير العام لشرطة النيجر يثني على التزام الجزائرية لتبادل الخبرات بالجال الشرطي .

المدير العام للشرطة الايطالية ينوّد بالمستوى العالي للوحدات العملياتية للشرطة الجزائرية .

DOSSIER DE L'EDITION

Rôle de l'audit organisationnel dans l'amélioration de la performance de l'Entreprise

ملتقى

الحملات الإعلامية المعادية واستراتيجية التصدي والمجابهة

الملحق 3 الشرطة تحيي اليوم العالمي للمرأة



الملحق 4 الأمن الوطني يشارك في توعية سائقي مركبات النقل الجماعي للمسافرين



الملحق رقم (05) الإمتبيان

الإستبيان علاقات عامة ماستر 02

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة
استمارة خاصة بعيّنات من المواطنين

في إطار إعداد مذكرة ماستر للسنة الجامعية 2022/2021 والموسومة بـ:
دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية نحو المؤسسة الأمنية
ولمعرفة آرائكم حول هذا الموضوع ، نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- *01 الجنس ذكر أنثى
- *02 السن من 18 إلى 28 من 28 إلى 38 من 38
- *03 المستوى التعليمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- *04 هل زرت المؤسسة الأمنية بكافة أشكالها؟ نعم لا
- *05 إذا كان نعم ، كم من مرة زرت المؤسسة الأمنية ؟
مرة اثنان ثلاثة فأكثر
- *06 هل حظيت باستقبال جيد عند زيارة المؤسسة الأمنية ؟
نعم لا
- *07 هل لديكم فكرة عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة الأمنية للمواطن ؟
بعضها كلها
- *08 ما تقييمكم لنوعية الخدمة المؤسسة الأمنية ؟
جيدة متوسطة ضعيفة

المحور الأول: العوامل المؤثرة في تكوين صورة ذهنية عن المؤسسة الأمنية:

*09 ما هي أهم الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة الأمنية للتواصل مع الجمهور الخارجي؟

- ملتقيات ومعارض ندوات ومحاضرات أيام تحسيسية أخرى

أذكرها:.....

- *10 هل أنت راض عن عملية التواصل بالمؤسسة الأمنية ؟
نعم لا
- *11 هل حسن التوجيه والاستقبال يجعلك تكون صورة حسنة عن المؤسسة الأمنية ؟
نعم لا
- *12 هل شاركت برأيك في سجل الاقتراحات او صندوق سير الأراء بالمؤسسة الأمنية ؟
نعم لا
- *13 هل كانت لديك صورة حسنة من قبل عن المؤسسة الأمنية ؟
نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم:

- *14 ماهي الوسيلة التي وصلتك عن طريقها هاته الصورة عن المؤسسة الأمنية ؟
إذاعة وتلفزيون رسائل sms لافتات رسائل التواصل الاجتماعي
- *15 كيف تنظر الى عمل المؤسسة الأمنية ؟
تطبيق للقوانين والتعليمات قيود للحرية الشخصية

المحور الثالث: أسباب تكوين صورة ذهنية سلبية عن المؤسسة الأمنية:

- *16 هل السلوكيات الخاطئة لبعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون لديك صورة سلبية عنها؟
نعم لا
- *16 هل الضعف التعليمي لبعض موظفي المؤسسة الأمنية تكون لديك صورة سلبية عنها؟
نعم لا
- *17 هل تنوع واتساع ميدان عمل المؤسسات الأمنية يرسخ صورة سلبية عنها لديكم؟
نعم لا
- *18 هل تعتقد أن انعدام الاستقرار السياسي يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية ؟
نعم لا

19* هل تعتقد أن سوء الأوضاع الاجتماعية والثقافية يرسخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية ؟

نعم لا

20* هل تعتقد أن اتصاف بعض المواطنين بالسلوكيات السلبية ، من شأنه أن يازم العلاقة مع موظفي المؤسسات الأمنية ويغير الصورة تجاههم ؟

نعم لا

21* هل تعتقد أن للإعلام دور في رسم صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية ، من خلال تسليط الضوء على سلبيات موظفي المؤسسة الأمنية ؟

نعم لا