



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف - المسيلة



تخصص: اتصال وعلاقات عامة  
رقم:

كلية : العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم : علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة  
الماستر أكاديمي

دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة

المرورية لدى المؤسسات التربوية

(دراسة عينة لأطفال المدارس السنة الرابعة والخامسة بمدرسة أول نوفمبر 1954 بالمسيلة)

من إعداد الطلبة:

بن معتوق حسام حاجي وردة

بإشراف:

د. عبد الحميد بلعباس

لجنة المناقشة العلمية:

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة
عبد الحميد بلعباس	مشرفا	المسيلة
	رئيسا ومقررا	المسيلة
	مناقشا	المسيلة

السنة الجامعية:  
2022/2021م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سورة البقرة

# شكر وتقدير

يقول صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"  
وعملا بقول الرسول الكريم، نتقدم بجزيل الشكر:  
إلى أساتذة قسم العلوم الانسانية بجامعة المسيلة  
إلى الأستاذ المشرف "بلعباس عبد الحميد"  
الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته العلمية لإتمام المذكرة  
إلى والدينا الأكارم وإلى كل الأحبة ومن لهم الفضل علينا.  
إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل.  
إليهم جميعا نهدي هذا العمل داعيين الله تعالى المزيد من الرقي والازدهار .

- شكرا جزيلا من القلب لكم جميعا -

# إهداء

إلى أبي الغالي والعزيز على قلبي الذي أخذ بيدي إلى طريق العلم أطال الله في عمره  
إلى أمي الحبيبة زمزم حياتي التي ساعدتني في دراستي والتي لولاها ما كنت في هذا المستوى  
إلى توأم روحي وسندي في الحياة زوجي حسام نعم الزوج  
- أطال الله في أعمارهم -

إلى أخوتي حسام، بلال، هارون، وصديقة روحي أختي فردوس.  
إلى صديقاتي التي أنجبتهم لي الحياة دنيا، مروة، نسرين حفظكم الله لي جميعا .  
أهدي جهدي وثمره عملي

حاجي وردة

# المحتويات

## مقدمة

### الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية.

2- تحديد مفاهيم الدراسة.

3- أسباب اختيار الموضوع.

4- أهمية الدراسة.

5- الدراسات السابقة.

6- منهج الدراسة.

7- عينة الدراسة.

8- أدوات جمع البيانات.

### الفصل الثاني : مدخل للعلاقات العامة بجهاز الشرطة

#### المبحث الأول : دراسة طبيعة العلاقات العامة

المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة (القديمة والحديثة).

المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة.

المطلب الرابع: الفرق بين العلاقات العامة وفنون الاتصال الأخرى.

#### المبحث الثاني : العلاقات العامة في الشرطة والأمن المروري

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بجهاز الشرطة.

المطلب الثاني: مكانة العلاقات العامة بجهاز الشرطة.

المطلب الثالث: العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بجهاز الشرطة.

المطلب الرابع: وسائل العلاقات العامة بجهاز الشرطة في تجسيد الأمن المروري.

## الفصل الثالث : آليات ترسيخ الثقافة المرورية في المؤسسات التربوية

### المبحث الأول : الثقافة المرورية و آليات ترسيخها

المطلب الأول: مفهوم الثقافة المرورية.

المطلب الثاني: خصائص وسمات الثقافة المرورية.

المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية.

المطلب الرابع: آليات ترسيخ الثقافة المرورية.

### المبحث الثاني : دور المؤسسات التربوية في نشر الثقافة المرورية

المطلب الأول: نشأة ومفهوم المؤسسات التربوية.

المطلب الثاني: أسباب الاهتمام بالتعليم.

المطلب الثالث: أهداف ووظائف المؤسسات التربوية.

المطلب الرابع: دور الوسائل والأنشطة التربوية في حملات الثقافة المرورية.

## الفصل الرابع : الفصل التطبيقي

1- مجال الدراسة.

2- أنشطة العلاقات العامة في أمن ولاية المسيلة.

3- تحليل ومناقشة البيانات.

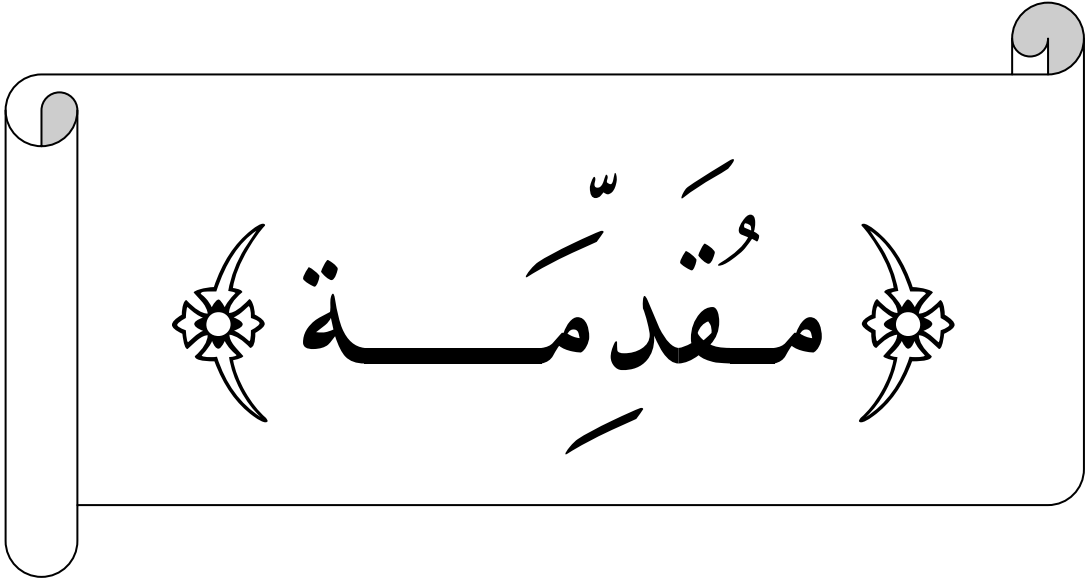
4- نتائج الدراسة.

5- توصيات ومقترحات.

الخاتمة

قائمة المراجع والمصادر

ملخص الدراسة



## مقدمة:

إن الناظر إلى أحوال العصر وما فيه من تغيرات وتطورات، نجد أن العلاقات العامة أصبحت تشكل محورا أساسيا في حياتنا اليوم خاصة مع تعقد الحياة وبروز الصراعات والنزاعات التي ولدت بفعل العولمة، لتبرز الحاجة إلى دور لعلاقات العامة وأجهزتها باعتبارها مرآة عاكسة لما يستجد على ساحات الحياة المعاصرة، لكونها مرتبطة بمجالات عديدة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو حتى أمنية.

ومما لا شك فيه أن استقرار الشعوب والدول مرهون بمدى توفير الأمن لأفرادها فهو الهاجس الأساسي الذي يجعل من الدول تكافح وتسخر جميع إمكانياتها البشرية والمادية من أجل تحقيقه، فالأمن بأبعاده المختلفة من الحاجات الأساسية للإنسان، ويأتي في المرتبة الثانية من الحاجات الأساسية حسب تصنيف "ماسلو" الشهير للحاجات، ففي غياب الأمن لا تستقيم الحياة الإنسانية.

أطفال اليوم هم رجال الغد سوف يعتمد عليهم - بعد الله عز وجل - في النهوض في الأمة متى ما زرعت فيهم القيم والخصال الحميدة والسلوك السليم سوف نجد ذلك في المستقبل تطبيقا واقعيا فهم أمانة في أعناقنا لا بد من إيصال التوعية لهم وغرسها في أنفسهم حتى تكون جزء من حياتهم وممارساتهم اليومية في ظل التغير السريع لمتطلبات الحياة المختلفة، والحوادث المرورية من أكبر المشاكل التي تعاني منها دول العالم على اختلاف مستوياتها، سواء كانت نامية أو متقدمة لما تسببه هذه الحوادث من أضرار اقتصادية واجتماعية، فالسلامة المرورية مطلب بالغ الأهمية في حياتنا اليومية، ويجب علينا جميعا المساهمة في النهوض بالوعي المروري ونشر مفاهيم السلامة المرورية باعتبارها مسؤولية الجميع.

فالمسؤولية الأمنية لم تعد تقع على عاتق رجال الأمن فقط، بل لا بد من مساهمة المؤسسات التربوية في المنظومة الأمنية، وخصوصا المؤسسات التعليمية، لذا فإن المؤسسات التعليمية إحدى المؤسسات التربوية التي تعول عليها المجتمعات إذ ما قامت بدورها على الوجه الأكمل من خلال مشاركتها في المنظومة الأمنية لتكون سدا منيعا ضد أي تيارات منحرفة وهدامة تزول بها إلى الانهيار والدمار.

لذا أصبحت مشاركة المؤسسات التربوية أمرا ملحا للحفاظ على العقول الناشئة والشباب، وتحسينهم من حوادث المرور وحماية أرواحهم، من بين هذه المؤسسات التربوية المدرسة التي تعتبر من أهم محصنات الأمن من خلال تثقيف الطلاب وزيادة الوعي الأمني والثقافي وذلك لإبعادهم عن الخروج على الأنظمة والقيم والتعاليم المرورية السليمة باعتبارهم اللبنة الأولى لبناء المجتمعات وتطورها.

لكن من المؤكد أن المدارس لا يمكن لها الوفاء بكل المتطلبات والتطلعات التي ينشدها المجتمع لتنشئة مواطن صالح ومنتقف من الناحية الأمنية والمرورية دون التعاون مع بقية مؤسسات المجتمع وأجهزته الحكومية، التي تأتي على رأسها العلاقات العامة في جهاز الشرطة كونها تعتبر امتداد للمؤسسات التعليمية، وجزء مهما لا يتجزأ منها.

**الفصل الأول :**

**الإطار المنهجي للدراسة**

## الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- تحديد مفاهيم الدراسة
- 3- أسباب إختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- الدراسات السابقة
- 6- منهج الدراسة
- 7- عينة الدراسة
- 8- أدوات جمع البيانات

## الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

### 1- الإشكالية :

أدى اتساع الأنشطة والفعاليات التي تمارسها المجتمعات إلى نمو وتنوع المؤسسات وزيادة حاجاتها لكل مؤسسة حاليا في حاجة ماسة لمعرفة رأي جماهيرها لنية خدمتها كما أنها في حاجة إلى توصيل آرائها وخدمتها إليه، لأنه في غياب هذه العلاقة لا يمكن أن تضمن لنفسها السلامة والاستقرار، فالعالم اليوم يستعد العديد من الأزمات الاجتماعية التي تهدد أمن وسلامة الإنسان والمجتمع، ولعل من أبرزها مشكلة "حوادث المرور" التي أصبحت من أهم المشاكل التي تواجه دول العالم ناهيك عما تسببه من خسائر مادية وبشرية ضخمة تشكل عبئا كبيرا على عاتق المواطن والدولة ومؤسساتها على حد سواء لذا كان لزاما عليها الاعتماد أكثر على الطرق والوسائل العلمية المدروسة لإيجاد حلول لهذه المشاكل والتخفيف من حدتها ومن آثارها السلبية التي تعود على الفرد والمجتمع .

وهذا مما أدى إلى بروز العلاقات العامة كضرورة من الضروريات الاجتماعية في المجتمع المعاصر، فاستمرار ونجاح أي مؤسسة مرهون بتكوين علاقة إيجابية بين جمهورها الداخلي والخارجي لإقامة التفاهم المتبادل بينها وبين الوظائف التي يمكن أن تقدمها العلاقات العامة للمجتمع والمتعلقة بالثقافة المرورية، تقديم إرشادات وتوجيهات توعوية من أجل تحقيق تنمية وعي الأفراد داخل المجتمع وتنشئته على مفاهيم تنموية تخدم مصالحه وفي هذا الصدد يعتبر الوعي أساس أي سلوك يقوم به الإنسان باعتبار التوعية المرورية تأتي ضمن هذا السياق لارتباطها بمفهوم القيم والسلوك .

ونظرا للأهمية البارزة التي تلعبها إدارة العلاقات العامة في الشرطة يستدعي ذلك أن تكون اهدافها ملائمة للواقع وان تكون رسائلها مؤثرة وفعالة تقاس نتائجها على أرض الواقع، حيث أن رجل العلاقات العامة في الشرطة يجب أن يكسب ثقة المواطن وتعاون الجمهور وفي المقابل إيصال الرسالة الأمنية بفاعلية لذا يستلزم توعية أفراد المجتمع وأطفال المدارس وتعديل وتغيير بعض السلوكيات المرورية الغير مرغوب فيها.

وعلى هذا الأساس يمكن النظر إلى الثقافة المرورية على أنها ضرورية في المجتمع أي كان مستواه الحضاري خاصة مع الانتشار الرهيب لحوادث المرور ومشاكلها حيث عرفت ارتفاعا كبيرا في الفترة الاخيرة في الجزائر وأصبحت من أكبر المشاكل التي تعاني منها، وهذا يمكن ربطه بالتحسن في المستوى المعيشي للفرد الذي أدى إلى نمو حضيرة للبلاد إلا أنه لم يقلل من حوادث المرور وضحاياها، مما استدعى تنظيم حملات التوعية والتحسيس والمؤتمرات ومشاركة كل الفاعلين في هذا الميدان من أجل دراسة وفهم الأسباب ومعالجتها، مع استهداف كل الفئات الاجتماعية بما فيها أطفال المدارس الذي يعتبرون من ضحاياها وذلك من خلال تضافر جهود كل مؤسسات الاجتماعية بداية بالأسرة من خلا الحرص على مرافقة التلاميذ وبالأخص صغار السن في الذهاب إلى المدرسة وكذا حملات التحسيس التي تضطلع بها شرطة المرور في المدارس بالإضافة إلى المواد الإعلامية في التلفزة والراديو، مع عمل وزارة التربية من خلال تحسين المقررات التعليمية وإدراج بعض الدروس التي تتحدث عن السلامة المرورية والتوعية من خطورة حوادث المرور .

مما سبق، يتبين لنا أن التطورات السريعة في مجمل الاتجاهات قد ادى إلى التأكيد على ان وظيفة العلاقات العامة عبارة عن وسيلة للاتصال في صورة ترشيد ممارسة المنظمات بأشكالها .

وكخلاصة لما سبق ذكره، فسنحاول من خلال هذه الدراسة تقديم صورة حول الدور الرجعي الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة في تفعيل الرسالة المرورية الأمنية ومدى فاعلية هذا المحتوى في تحسين الأمن المروري والالتزام بمعايير السلامة الأمنية في المؤسسات التربوية.

وعليه فإن تحديد إشكالية الدراسة يكون من خلال طرح التساؤل الرئيسي :

- مما مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة المستخدمة من قبل وحدات الأمن المروري في ترسيخ الثقافة المرورية لدى مؤسسات التربية بولاية المسيلة ؟

وتتدرج تحته الأسئلة الفرعية الآتية :

1- ما واقع العلاقات العامة في جهاز الشرطة ؟

2- كيف تساهم العلاقات العامة في جهاز الشرطة في نشر الثقافة المرورية ؟

3- ما الوسائل والأنشطة المستخدمة من أجل نشر الثقافة المرورية لدى أطفال المدارس في المؤسسات التربوية ؟

## 2- تحديد مفاهيم الدراسة :

### - تعريف الدور :

- لغة : من الفعل دار، يدور، دور أي تحرك في اتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من حياة المسرح وأول من استعملها بهذا المعنى هو "نيتش"، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، وكان التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة، وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزه<sup>1</sup>.

- اصطلاحاً : بما أننا بصدد إعطاء مفهوم اصطلاحى عن الدور فيمكن القول أنها هناك العديد من الأبحاث التي تناولت مفهوم الدور، وتوصل عدد من العلماء لإعطاء تعريف مختلفة للدور .

فالدور هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، والدر معنى استراتيجي و آخر معياري الأول يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به مثال ذلك أن يرتبط دور معين باعتبار أن ذلك أمر بديهي أو شائع داخل المجتمع، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل ويتم تحديد هذا المعنى طبقاً لها يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع<sup>2</sup>.

### - التعريف الإجرائي للدور:

سنعرف الدور على الأساس الوظيفي بما أننا ندرس وظيفة العلاقات العامة في الشرطة ودورها في نشر الثقافة المرورية ومنه فالدور هو الوظيفة التي تؤديها العلاقات العامة في جهاز الشرطة من أجل توعية الأفراد وكذلك نشر التوعية المرورية لدى أطفال المدارس من خلال أنشطتها وبرامجها التي تهدف إلى تنمية الحس الأمني لدى المواطن، بل إن هذا الدور يعد من واجباتها الأساسية بما أن قيامها بهذا الدور يؤثر بشكل إيجابي على نشر الثقافة المرورية لدى أطفال المدارس والرفع من حسهم الأمني .

<sup>1</sup> عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2001، ص: 14.

<sup>2</sup> عصمت عدلي، مرجع نفسه، ص 15.

## - تعريف العلاقات العامة :

هناك تعريفات كثيرة ومتعددة ولا يوجد تعريف واحد جامع للعلاقة العامة فهناك من يعرفها بأنها " الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم والتبادل بين المنشأة وجمهورها"، كما تعرف بأنها " نشاط اتصالي وإقناعي مخطط يهدف إلى التأثير في الجمهور "بالإضافة إلى كونها" نشاط إداري يعمل على تقييم اتجاهات الجمهور ودراسة السياسات والإجراءات المنظمة معينة ومقارنتها بمصالح الجمهور تمهيدا لإعداد برنامج للعمل قبول الجمهور لتلك المنظمة"، وتعرف أيضا بأنها "عبارة عن نشاط تقوم به المنشأة بهدف التأثير على اتجاهات وانطباعات الجمهور مستخدمة بذلك أساليب فنية وعلمية وخبرة في تنفيذ الأعمال بالاعتماد على إجراء الدراسات والبحوث بشكل مستمر وتقييم مخرجات الجمهور المبذولة<sup>1</sup>.

إن مفهوم العلاقات العامة يحيط به شيء من الغموض والتداخل فأحيانا هي الشؤون العامة أو شؤون الأفراد وأحيانا أخرى السكرتارية والاستقبال والاستعلامات وذلك مرده إلى تعدد وظائف واتساع نشاطاتها وشمولها مما أدى إلى ورود العديد من التعريفات، وإلى الخلط بين العلاقات العامة وغيرها من أوجه النشاطات الاتصالية الأخرى كالترويق والإعلان والإعلام، وهناك اختلاف كبير حول وصف نشاط العلاقات العامة هل هو فن أم علم ؟

ومصطلح العلاقات العامة يتكون من جزئيين العلاقات وهي جمع علاقة وتعني التواصل الذي يبني على التفاعل بين فردين أو أكثر والعامة تعني الجمهور والناس وهذا المفهوم يشير بوضوح لنطاق شمولية العلاقات العامة، أي أن العلاقات العامة تشمل كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس بتعدد أبعادها وأهدافها وحسب حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساعها<sup>2</sup>.

## - تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية :

" هي نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو حكومة أو مهنة أو منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعلماء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تبدو من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع".

## - تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني :

وهو التعريف الرسمي للمعهد فيما يخص العلاقات العامة حيث يعرفها بأنها "الجهود الإدارية الموسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها".

<sup>1</sup> أحمد زكريا صايم، العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وأفاق المستقبل، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر العلاقات العامة، جامعة الشارقة، الأردن خلال يومي 6-4 مايو 2004، ص 3.  
<sup>2</sup> عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 29.

إن تعريف المعهد البريطاني يتفق في جوهره مع تعريف العلاقات العامة الأمريكي وإن كان يختلف معه في النص<sup>1</sup>.

ومن المنظور الاجتماعي يعرفها "إبراهيم إمام" بأنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي.

يتضح من خلال هذا التعريف أن هدف العلاقات العامة هو رعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب ود الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة و الجماهير من جهة أخرى<sup>2</sup>.

### - التعريف الإجرائي للعلاقات العامة :

هي الجهود الإدارية الخلاقة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية، قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسساتها وجمهورها، لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق الانسجام الداخلي القائم على النقد الذاتي لنشر الحقائق والمعلومات والافكار وشرحها، وتفسيرها بتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

<sup>1</sup> وداد بلبانس، دور العلاقات العامة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة مجستير في علم الاجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2007-2008، ص: 08.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 31.

### - تعريف الثقافة المرورية :

يقصد بها مجموعة من القيم والعادات السلوكية الخاصة بقواعد السلامة المرورية التي يكتسبها الفرد من خلال عملية تربوية وتعليمية، وتتمثل هذه القيم في كل من :

قيمة وضع حزام الأمان، قيمة التقيد بقواعد السير على الطرق، قيمة عدم تجاوز السرعة المحددة، عدم القيام بالتجاوزات الخطيرة والمناورات، قيمة احترام إشارات المرور، قيمة امتلاك علب الإسعافات الأولية.<sup>1</sup>

### - التعريف الإجرائي للثقافة المرورية :

هي مجموع سلوكيات التي يتحلى بها الفرد في إطار التنظيم العام المتعلق بقانون المرور بحيث يكتسب مجموعة من المبادئ المتعلقة بممارسة الحياة العامة في إطار ماله وما عليه في الحركة المرورية العامة .

### - تعريف المؤسسات التربوية :

هي عبارة عن مكان أو موقع يتم فيه التقاء فئات مجتمعية مختلفة من الأعمار، ويتم فيها تعليمهم وتزويدهم بالكثير من المعلومات المختلفة، وتتكون هذه المؤسسة التعليمية من أعضاء الهيئة التدريسية أو المعلمون، والطلاب، وأولياء الأمور، والهيئات الإدارية، ويقوم الطلاب بالبقاء في هذه المؤسسة لتلقي العلم لفترات زمنية معينة. تعتمد هذه الفترة أيضا على نوع المؤسسة التعليمية، فهناك العديد من أنواع المؤسسات التعليمية مثل: رياض الأطفال، المدارس، المعاهد، الكليات، الجامعات<sup>2</sup>.

### - التعريف الإجرائي للمؤسسات التربوية :

هي المؤسسات المكلفة بالتكوين في الأطوار التعليمية الثلاث والمنطوية تحت وصاية وزارة التربية الوطنية ومهمتها الأساسية هي التكوين الابتدائي أو القاعدي في الطور الأول، التعليم الأساسي في الطور المتوسط، والتعليم الثانوي في الطور الثالث .

<sup>1</sup> عبد الكامل فريجان، دور المؤسسات التربوية في نشر الثقافة المرورية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد الخامس، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، جوان 2017، ص 206.

<sup>2</sup> مجدي صلاح طه المهدي، إقتصاديات الجودة التعليمية، ط1، دار الفكر، عمان، الأردن، 2010، ص 31.

### 3 - أسباب اختيار الموضوع :

#### أ/ أسباب ذاتية :

- إبراز مكانة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية والتعريف بأهم الأدوار التي يمكن أن تقوم بها، داخل هذه المؤسسات .
- التخصص الأكاديمي في مجال الاتصال والعلاقات العامة مكننا من معرفة الأدوار التي يمكن أن تؤديها أنشطة العلاقات العامة في مختلف المؤسسات .
- التعريف بأهم الأنشطة المستخدمة من قبل المؤسسة محل الدراسة والتي هي مؤسسة انتماء الباحث.

#### ب/ أسباب موضوعية :

- قابلية الموضوع للبحث والدراسة معرفيا ومنهجيا .
- توضيح أهمية العلاقات العامة كفرع من فروع الإعلام والاتصال ودورها الإعلامي الذي تمارسه على مستوى أجهزة الشرطة في سبيل التوعية المرورية، وأيضا التعريف بمهام الشرطة وتغيير النظرة السلبية عن الشرطة لدى المواطن والمؤسسات التربوية خاصة.
- الحصول على معلومات حول موضوع حوادث المرور لكونه مشكلة يعاني منها الفرد في المجتمع خصوصا أطفال الطور الابتدائي .
- الارتفاع المذهل لحوادث المرور في الجزائر واحتلالها المرتبة الأولى عربيا، ما يدفعنا لإجراء دراسة في هذا الصدد، قصد معرفة الدور الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة لتقليل من هذه الظاهرة .

### 4- أهمية الدراسة :

- إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في غرس الثقافة المرورية لدى المواطنين .
- اعتبار موضوع الدراسة في غاية الأهمية كونه يهتم بمشكلة يعاني منها الفرد والمجتمع .
- تعتبر الثقافة المرورية أمر ضروري لآبد من مساهمة الامن الولاوي في حملات التوعية والتنثيف للحد من مشاكل المرور وتسليط الضوء عليها .
- التعريف بأهمية العمل الجوّاري للمؤسسات الشرطة في ترسيخ القيم والانماط الإيجابية داخل المجتمع .
- ترسيخ ثقافة شرطة المواطن من خلال المشاركة في الفعاليات والتظاهرات المقامة في مختلف المراكز الاجتماعية.

## 5- الدراسات السابقة :

- الدراسة الأولى: "الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره" هذه الدراسة عبارة عن رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة لأمينة حمراني سنة 2010، تمحورت الإشكالية على العلاقات العامة في الشرطة وبأنها تركز على دعمتين أحدهما الإعلام الأمني العام والأخرى الإعلام الأمني الخاص وكان التساؤل الرئيسي المطروح هو ما دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني في الجزائر؟.

خلصت الدراسة إلى أن نسبة (51,5%) من المبحوثين يعتقدون بأن الشرطة تنحصر مهامها في المهام الأمنية فحسب، حيث يغيب الكثيرين الدور الإعلامي، التوعوي، الإرشادي والتحسيبي الصادر عن قسم العلاقات العامة بالشرطة، وأيضا خلصت إلى أن العلاقات العامة بالشرطة لا تؤدي دورا فعالا في التخفيف في حوادث المرور وإن كان تساهم بشكل قليل في تحسين الأمن المروري وتؤدي دورا متواضعا بسبب اختراق القوانين من طرف الأفراد لان تحسن مستوى هذا الأمن لن يقوم على مجرد دور العلاقات العامة بالشرطة بل بتظافر جهود مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية<sup>1</sup>.

- الدراسة الثانية: "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية والمناطق الحضرية" هي عبارة رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، أنجزتها الباحثة بن عباس فتيحة سنة 2004 بجامعة الجزائر سنة 2004، وهي دراسة وصفية استطلاعية نظرية تهدف إلى الكشف عن الموضوع أو الظاهرة ثم تفسيرها، انطلقت الباحثة من إشكالية تتمحور حول ما هو دور الإعلام وماهي الأهداف من التوعية والوقاية من حوادث المرور؟.

ومجموعة من الفرضيات تمثلت في :

1- تبين ارتفاع نسبة حوادث المرور حيث أن الحادث الواحد يخلف عدد كبير من الضحايا لاسيما القتل وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على إنه هناك عوامل مختلفة تسبب الحادث المروري والتي لا بد من معرفتها ومعالجتها .

2- إن حوادث المرور في الجزائر تتضخم أرقامها لضيف أرقاما إضافية في قائمة القتلى، الأرامل، اليتامى، المعاقين رغم ما تبذله الجهات الأمنية من مجهودات بغية الحد من هذه الظاهرة.

وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج من أبرزها :

1- نشر رسالتها الإعلامية لحماية الأخلاق والسلوك الاجتماعي وتحصين المجتمع ضد حوادث المرور المؤلمة بالقيم الاخلاقية والتربوية .

2- إشعار أفراد المجتمع بمسئولياتهم .

<sup>1</sup> أمينة حمراني، الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة ماجستير في الإتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، 2010.

3- طباعة عدد من المنشورات، الملصقات التي تؤكد التوعية المرورية المختلفة<sup>1</sup>.

- الدراسة الثالثة: "العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام" دراسة للدكتور عبد المحسن بدوي محمد أحمد في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض في المملكة العربية السعودية سنة 2006 .

تبنى الباحث مجموعة من الفروض من أبرزها :

1- هناك عدم قناعة وإيمان بأهمية وجدوى عمل العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية العربية ما يعيق تنفيذ برامجها.

2- تمثل إدارة العلاقات العامة وسيلة للتواصل وتبادل المعلومات والخبرات بين الأجهزة الأمنية والإعلامية وبعد التنسيق مع أهم وظائف العلاقات العامة في إطار تفعيل العمل الإعلامي الأمني .

3- التنسيق هو الشكل الأمثل للعلاقة بين الأجهزة الإعلامية والأمنية وهو حسب الواقع المقروء مفقود وفي حاجة إلى مزيد من الجهود لتفعيله .

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج تمثلت في :

1- آمنت الدول المشاركة على ضرورة التنسيق بين العلاقات العامة والأجهزة الإعلامية بشكل متبادل .

2- ضرورة التنسيق التام بين العلاقات العامة في الأمن والأجهزة الإعلامية في المؤتمرات الصحفية.

3- ضرورة دعوة الأجهزة الإعلامية للمشاركة في الإحتفالات الرسمية .

4- القائمين على أمر العلاقات العامة بالدول العربية يشغلون مناصب شرطية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية إستطلاعية)، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2004.  
<sup>2</sup> محسن بدوي، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية الأمنية، الرياض، 2006.

- التعقيب :

لقد أفادتنا هذه الدراسات في عدة جوانب من حيث الجانب المنهجي، كوننا لم ننجز مذكرة ماستر سابقة، أما بالنسبة للجانب النظري فإعتمدنا على مفاهيم تخص دراستنا، ومزجنا بين محتوى هذه الدراسات والكتب المرجعية التي اعتبرت أساس إنجازنا لمحتوى مذكرتنا، حيث تمس دراستنا دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية .

- النقاط المشتركة مع الدراسة الحالية :

- تناولت الدراسات السابقة إلى أهم الأنشطة و الوسائل المستخدمة بصفة عامة في مجال العمل الإداري المؤسسي، وهو ما تحاول الدراسة الحالية التطرق إليه من خلال معرفة أهم الأدوار التي التي يمكن أن تقوم بها في مجال التحسيس والتوعية بأهم المخاطر .

- تطرقت بعض الدراسات السابقة على دور وسائل العلاقات العامة في الحد من حوادث المرور لكن بإتباع المنهج الوصفي دون استخدام المنهج التحليلي الذي يعتمد على الواقع في استخلاص النتائج وهو ماتحاول الدراسة الحالية العمل عليه من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي .

- اعتمدت الدراسة السابقة (03) على تفعيل الأجهزة الأمنية ودورها في حد من مختلف الظواهر السلبية التي تسيئ إلى استخدام الفضاء العام، وهو ما يساعدنا في دراستنا الحالية على معرفة أهم الإجراءات التي يمكن توظيفها في الحد من مخاطر حوادث المرور في المجتمع خاصة وأن الدراسة السابقة اعتمدت على عينة من الجمهور الداخلي .

## 6- منهج الدراسة :

يعبر المنهج عن تلك الطرق التي يستعين بها الباحثون في حل مشكلات بحوثهم، ولا شك أن مثل هذه البحوث والمناهج تختلف باختلاف البحوث وتباين تبعاً للأهداف العامة النوعية والكمية التي يهدف الباحث للتحقيقها<sup>1</sup>.

تماشياً مع طبيعة الموضوع اعتمدت دراستنا أسلوب المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع وتحليل المعلومات التي تضمنتها التربية الأمنية عموماً، ودور المؤسسات التربوية الأمنية في ترسيخ وتعزيز الأمن الوطني على وجه الخصوص، وكذلك ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج وتوصيات حول موضوع الدراسة.

ومنه تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي من أجل دراسة السلوك المروري لعينة من أطفال المدارس ومعرفة رأيهم في دور العلاقات العامة في جهاز الشرطة ومدى تأثيرهم برسائلها

## 7- عينة الدراسة :

يعد استخدام العينات من الأمور العادية في مجال البحوث والدراسات العلمية سواء الاجتماعية أو الطبيعية، والعينة عبارة عن مجموعة من الافراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل المجتمع الأصلي للدراسة<sup>2</sup>، ويعتبر إختيار العينة الممثلة للمجتمع المبحوث من أصعب الأمور التي تواجه الباحث، فأول شروط نجاح إختيار العينة هو ضرورة تمثيلها لكل حالات المجتمع المبحوث، وتعبيرها بصدق عن الظاهرة محل الدراسة<sup>3</sup>.

يكون مجتمع الدراسة من تلاميذ إبتدائية شتي السعيد (أول نوفمبر 1954 سابقاً) الواقعة بحي الورود بولاية المسيلة وأخترنا قسماً السنة الرابعة 30 تلميذ والسنة الخامسة 31 تلميذ وبطريق قصدية لإعتقادنا أنهم أكثر إدراكاً للظاهرة، كما أنهم يمكن أن يكونوا أكثر تعاوناً من حيث فهم الأسئلة بطريقة صحيحة.

<sup>1</sup> صالح بنوار، الفعالية التنظيمية داخل المؤسسة الصناعية (من وجهة نظر المديرين والمشرفين)، رسالة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص 305.

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات -، ط 02، دائر للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 83.

<sup>3</sup> بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2004، ص 617.

## 8- أدوات جمع البيانات :

يقصد بأدوات البحث العلمي مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب والإجراءات المختلفة التي يعتمد عليها في جمع المعلومات الخاصة بالبحث وتحليلها وهي متنوعة ويحدد استخدامها على مدى احتياجات موضوع البحث العلمي، وبراعة الباحث وكفائته في حسن استخدام الوسيلة والإبداع في ذلك<sup>1</sup>.

**1- الاستثمار :** تعتبر الاستثمارة من الأدوات الأكثر استخداما لجمع البيانات والحقائق في الدراسات المسحية لإمكاناتها من جمع البيانات ومعلومات يتعذر الحصول عليها، دون إستطلاع الآراء والتعرف على المواقف، فالاستثمار وسيلة علمية تساعد الباحث على جمع المعلومات من البحوث التي تفرض عليه التقيد بموضوع البحث وعدم الخروج عن أطره العريضة ومضامينه ومساراته<sup>2</sup>.

**2- الملاحظة:** هي أهم أداة في البحث العلمي ومصدرا أساسيا للحصول على المعلومات اللازمة لموضوع الدراسة، وتعتمد أساسا على حواس الباحث وقدرته على ترجمة ما لاحظته وتلمسه إلى عبارات<sup>3</sup>. ولقد تم استخدام الملاحظة في شكلها البسيط لجمع البيانات التي تخدم موضوع بحثنا، وذلك أثناء زيارتنا للمؤسسة الابتدائية وخلال تنقلنا بين أقسامها وتلاميذها حيث أفادتنا هاته الأداة في ملاحظة سلوك الاطفال داخل الابتدائية ودرجة وعيهم بالسلامة المرورية وأثناء خروجهم في فترة الإستراحة، خاصة الفئة التي طبقت عليها استثمارة البحث.

<sup>1</sup> صلاح الدين شروخ، منهجية البحث القانوني للجامعيين للعلوم القانونية - العلوم الاجتماعية - دار العلوم للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 24.

<sup>2</sup> حسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982، ص 183.

<sup>3</sup> مسعودة تنونة، ملاحظات حول الاستخدام الميداني لبعض تقنيات البحث السيسولوجي، أسس منهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 186-187.

## الفصل الثاني :

العلاقات العامة بجهاز الشرطة

## الفصل الثاني : العلاقات العامة في جهاز الشرطة

### المبحث الأول : دراسة طبيعة العلاقات العامة

المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة (القديمة والحديثة).

المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة.

المطلب الرابع: الفرق بين العلاقات العامة وفنون الاتصال الأخرى.

### المبحث الثاني : العلاقات العامة في الشرطة والأمن المروري

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بجهاز الشرطة.

المطلب الثاني: - مكانة العلاقات العامة بجهاز الشرطة.

المطلب الثالث: العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بجهاز الشرطة.

المطلب الرابع: وسائل العلاقات العامة بجهاز الشرطة في تجسيد الأمن المروري.

## الفصل الثاني: العلاقات العامة في جهاز الشرطة

### المبحث الأول: دراسة طبيعة العلاقات العامة

#### المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة من أهم الوظائف الحيوية التي تمارسها المنظمات الحديثة نظرا لما تقوم به من أدوار فعالة في حياتها، فهي تسعى إلى إقامة علاقات متميزة بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية، وتحرص أن تكون هذه العلاقات قائمة على الثقة والود و التفاهم بغية الحصول على رضا الجماهير وتعاونهم و ولائهم وبالتالي نجاح المؤسسة و استمرارها.

وعلى الرغم من شيوع مصطلح العلاقات العامة في دوائر الأعمال و ارتباطه بمختلف مجالاتها و ميادينها إلا أنه لا يزال مبهما وغير واضح لدى الكثيرين و على اختلاف مستوياتهم الفكرية و الثقافية بل إن العلماء و الباحثين أنفسهم لم يتوصلوا إلى اتفاق أو إجماع حول طبيعة هذا المفهوم ودليل على ذلك هو اختلاف التسمية نفسها في الحياة العملية، فتارة نجد " المعلومات العامة " أو " الشؤون العامة " وتارة أخرى " الإعلام " و " النشر " وطور آخر " الاستعلامات أو الدعاية " <sup>1</sup>. ولعل تعدد هذه التسميات يرجع أساسا إلى تعدد و اختلاف الاعتقادات والأفكار حول مضمون هذا النشاط و طبيعته . ومع هذا فقد تم تحديد و طبيعة العلاقات العامة بالنظر إليها من خلال عدة زوايا تعكس أنشطة مختلفة:

\* النشاط الاتصالي

\* النشاط الاجتماعي

\* النشاط الإداري

\* النشاط العلمي

وينظر للعلاقات العامة كفن أيضا فاعتبارها نشاطا اتصاليا يعني أنها عملية اتصالية متكاملة تشتمل على ما يأتي:

- المرسل هو : رجل العلاقات العامة.

- الرسالة هي : مايقوله أو يكتبه مسؤول (العلاقات العامة).

- الوسيلة هي : والتي تكون صحافة أو إذاعة أو تلفزيون .....الخ.

-المتلقي : وهو الجمهور المستهدف زبون الشركة، مستخدموها.

- رجوع الصدى هو : ونقصد به التغذية المرتدة من الجمهور المستهدف <sup>2</sup>. لأن الاتصال في العلاقات العامة دائم و مستمر بين طرفين أساسيين هما : المؤسسة و جماهيرها فكلاهما يؤثر و

<sup>1</sup>- فخري جاسم سلمان وآخرون، العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1998، ص14.  
<sup>2</sup>- صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004ص82.

يتأثر في نفس الوقت فهو اتصال ذو اتجاهين<sup>1</sup> يتم من خلاله تبادل المعلومات و الأفكار باستخدام الوسائل الفعالة، إذن تعد العلاقات العامة باعتبارها نشاطا اتصاليا حلقة الوصل التي تقوم بتسهيل الاتصال.

أما كونها نشاط اجتماعيا فيعود إلى سعيها الدائم إلى إقامة علاقات طيبة وخلق روابط إنسانية و اجتماعية داخل المؤسسة ( بين الإدارة والعاملين فيها ). إضافة إلى ممارستها لعدة أنشطة ترفيهية مثل الحفلات، الرحلات، النشاط الرياضي ... وغيرها هذا وتعمل أيضا على تعزيز الصورة الاجتماعية للمؤسسة بين أفراد المجتمع و الفئات الأخرى التي تتعامل معها من الخارج<sup>2</sup>، الأمر الذي يوجد جو اجتماعيا تسوده الثقة المتبادلة بين الطرفين. هذه الثقة لا تمنح عبثا و إنما تبنى على أسس سليمة و متينة حتى تنمو وتشكل آلية دفاع تقي المؤسسة من جميع المخاطر التي قد تتعرض لها . أي أن دورها هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة و المحافظة على هذه الثقة<sup>3</sup>.

لأجل هذا يعتبر الدور الاجتماعي للعلاقات العامة دورا جوهريا يبرز من خلال أسنة العلاقات داخل المنظمة وخارجها لتخفيف حدة التوتر ومحاولة إزالة التعارض والتناقض والكرهية. فهي تقوم بتوثيق الصلات بين الإدارة والعمال، وبين هؤلاء أنفسهم مما يؤدي إلى التخفيف من الخلافات<sup>4</sup>. هذا داخليا أما خارجيا فهي تعمل على إظهار الصورة المشرفة للمؤسسة أمام الفئات المتعاملة معها ( زبائن، عملاء، موزعين.. ) وبخصوص هذا الشأن يرى إبراهيم إمام أن " العلاقات العامة تقوم برعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع كسب ود الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة وبين الجماهير من جهة أخرى " .

والتفاهم عملية متبادلة بمعنى أن المؤسسات ينبغي أن تفهم الجماهير الأخرى ولا يكفي أن تفهم جماهير المؤسسة فحسب، فعلم العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس و المبادئ التي تساعد على إقامة علاقات ودية سليمة بين فئات الشعب وبيم المؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية المختلفة، وهذا يسمى بالتكيف الاجتماعي أو الانسجام بين الأفراد و المجتمعات وهو أسمى أهداف العلاقات العامة<sup>5</sup>.

وإذا تناولنا العلاقات العامة كنشاط إداري تعد وظيفة من وظائف الإدارة العليا للمؤسسة لأن هاته الأخيرة تأخذ من العلاقات العامة فلسفتها في التسيير الإداري، فمدير أو رئيس المؤسسة بحاجة مستمرة إلى خبراء ومستشارين متخصصين لهم قدرات مفيدة لإدارة المؤسسة بنجاح، ويعتبر خبير أو مستشار العلاقات العامة من مهندسي العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها<sup>6</sup>.

وعليه تعتبر وظيفة العلاقات العامة وظيفة إدارية ترتبط بالإدارة العليا لدعم سياسات المؤسسة وتقييم جماهيرها. وتعزيز الثقة فيما بينهم (المؤسسة والجمهور)<sup>7</sup> من خلال التنسيق لجيد والمشاركة في وضع إستراتيجياتها الإدارية المختلفة سواء الخاصة بالنظام الداخلي للمؤسسة أو

1- محمد منير حجاب، سحر وهبي، مرجع سابق، ص: 35 .

2- صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص82.

3- فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص14.

4- قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال - دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام، منشأة المعارف، الإسكندرية - مصر ، دط، 1984، ص453.

5- صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص: 81، 82 .

6- هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003، ص41.

7- صالح خليل أبو إصبع، المرجع السابق، ص82.

المتعلقة بنشاطها الخارجي (الإنتاج، التسويق) وصولاً إلى الحد الأعلى الممكن في إشباع حاجات ورغبات جماهيرها<sup>1</sup>.

أما من ناحية النشاط العلمي فهي تعتمد على الأسلوب العلمي المتمثل في القيام بالدراسات و البحوث المستمرة للحصول على معلومات دقيقة عن الجمهور المستهدف حتى يتسنى لها إجراء تخطيط سليم لحملاتها عن طريق استخدام الأساليب والنماذج الحديثة لتقييم اتجاهاته و التنبؤ بها مما يساهم في زيادة فعاليتها ( العلاقات العامة ) و يساعد في تحقيق أفضل النتائج<sup>2</sup>.

فالعلاقات العامة كعلم تختص بطائفة من الظواهر التي تتخذها موضوعاً للدراسة و البحث عن طريق المنهج العلمي للوصول إلى القوانين العامة التي تحكم تلك الظواهر أو قوانين تعالجها، ومن بين الظواهر الاجتماعية التي تبحث فيها: الرأي العام، العلاقات الصناعية، العلاقات السياسية بين صاحب العمل و العمال، كذلك العلاقات التربوية و الدينية و التجارية... وغيرها<sup>3</sup>.

وكما سبق وقلنا تقوم العلاقات العامة على التخطيط أي أنها ليست نشاطاً عشوائياً ووقتياً يبدأ حين تبدأ المؤسسة وينتهي بانتهائها فأنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر<sup>4</sup>. ولهذا أصبحت تلقى عناية خاصة في المعاهد العلمية أين فتحت أقسام متخصصة لتدرسها باعتبارها نشاطاً مؤثراً في نجاح المؤسسة. فهي تدرس كعلم قائم على مبادئ ونظريات خاصة به انطلاقاً من أن العلم هو مجموعة القواعد التي تكتسب بالبحث و التجربة، وهذا ما يقوم عليه تدريس العلاقات العامة<sup>5</sup>.

وعلم العلاقات العامة علم حديث نسبياً يرتكز على البحث و الأسس العلمية المدروسة و المبنية على التحليل و التأثير، و مؤسسة على الدراسات السيكولوجية المرتبطة بالحاجات البشرية و الدوافع الشخصية للإنسان وإشباعها، كما يرتبط بعدة علوم كعلم النفس الصناعي، علم الاقتصاد، الإدارة وغيرها من العلوم التي تعمى مجاله بشكل كبير ومؤثر<sup>6</sup>.

ومن جانب آخر هناك من يعتبر العلاقات العامة فناً إذا ما تم النظر إليها من الناحية التطبيقية والتنفيذية فهي كما أشار " Berneys " تعني فن كسب الثقة و التأييد لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة، وذلك عن طريق الإعلام و الإقناع و التكيف باستخدام وسائل الإعلام المختلفة، ولهذا فخبير العلاقات العامة شأنه شأن الفنان لا بد أن يكون صاحب مواهب و مهارات و قدرات ذاتية في الميادين الكتابية أو التحريرية، الإذاعة أو السينما، كما ينبغي أن يحسن معاملة الناس و يجيد التصرف في مختلف المواقف و أدقها<sup>7</sup>.

انطلاقاً مما تقدم نخلص إلى أن العلاقات العامة وظيفة تجمع بين عدة أنشطة في آن واحد. ولا يختلف اثنان على أن للمنظمات و الهيئات المختلفة صلات بأفراد البيئة المحيطة بها سواء كانت داخلية أو خارجية. وهنا يكمن دور العلاقات العامة في تسهيل اتصال هذه الأطراف عن

<sup>1</sup> جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر، عمان، 1998، ص12.

<sup>2</sup> عبد الرحمن توفيق، المناهج التدريبية - منهج العلاقات العامة والإعلام - العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003، ص6.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، سحر محمد و هبي، مرجع سابق، ص44.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، سحر محمد و هبي، المرجع نفسه، ص3.

<sup>5</sup> محمد جودت ناصر، الدعاية، الإعلان، العلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، 1998، ص ص: (180 - 182).

<sup>6</sup> عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وإبداع، دار الهلال للطباعة و النشر، بيروت، 2001، ص9.

<sup>7</sup> محمد منير حجاب، سحر محمد و هبي، المرجع السابق، ص45.

طريق تبادل المعلومات بينها بلغة مفهومة وباستخدام الوسائل المساعدة على ذلك. بالإضافة إلى أنها تعين الإدارة العليا في وضع السياسات و الاستراتيجيات التي تكسبها ثقة الجماهير. وهي تهدف من وراء كل ذلك إلى إيجاد التماسك و الانسجام الاجتماعيين و تقوية الروابط الإنسانية وتعزيزها وهي أهداف تخدم كلا الطرفين (المؤسسة و جماهيرها).

## المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة

ظهرت العلاقات العامة بظهور المجتمع البشري وتطورت مع تطور أنماط وصور الحياة المختلفة كنتيجة طبيعية للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد و المنظمات بمختلف أنواعها. وقد كانت العلاقات العامة ولا زالت قطب الرحى في كل مجتمع<sup>1</sup>، فهي نشاط مارسه الإنسان منذ القدم في مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم و التعايش، فمحاولات التفاهم مع الآخرين و التأثير في آرائهم قديمة قدم البشرية نفسها لكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة لخلق العلاقات العامة وتحسينها بما يتفق مع احتياجات الأفراد و المنظمات، و اتساع هذا النشاط في الزمن الحاضر عما كان عليه في الأزمنة الماضية. و يمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى قسمين:

- **العلاقات العامة القديمة :** وهي النشاطات التي تعتبر البذور الأولى لها منذ وجود الإنسان البدائي حتى القرن التاسع عشر.

- **العلاقات العامة الحديثة :** و هي النشاط والعلم الذي ولد منذ القرن العشرين وتطور إلى أن وصل إلى ما هو عليه الآن.

### أولاً: العلاقة العامة القديمة :

تطورت أساليب ممارسة أنشطة العلاقات العامة لدى القدماء في كل من حضارة واد الرافدين ووادي النيل في الشرق و الحضارة اليونانية و الرومانية في الغرب، وقد كانت لهذه الحضارات علاقات بالجماهير استخدمت فيها عدة وسائل لنقل الآراء و عرض جهات النظر و تقديم التعليمات و التوجيهات، ففي العراق اكتشف علماء الآثار نشرات يرجع تاريخها إلى 1700 سنة قبل الميلاد تقد توجيهات لمزارعين عن الكيفيات و الطرق السليمة لإنجاح محصولهم الزراعي، كما بينت الآثار أن الآشوريين و البابليين هم أول من ابتدع النشرات المصورة و الأرقام الطينية و التماثيل إذ كانوا يرقمون انتصاراتهم و يصورون بالألوان صور الأسرى بجانب الرقم و يعرضونها في قصورهم و ساحاتهم العامة وهذا ما يشبه اللافتات في وقتنا الحالي زيادة على استعمالهم للنقوش التي كان الغرض منها الإعلام و الترويج لمبادئ معينة<sup>2</sup>.

وفي ظل الحضارات الفرعونية كان الكهنة هم الوساطة التي تتولى عملية الاتصالات بين فرعون باعتباره ملكا وبين أفراد الشعب، كذلك استعمالهم لأوراق البردي، إضافة إلى النقش على جدران و أعمدة المعابد لعرض وتبين انتصاراتهم الكبرى و إنجازاتهم المختلفة في فترات الحرب أما في وقت السلم فكان الإعلام موجهاً لأغراض دينية و اجتماعية. إذن فقد استخدم لمصريون القدماء العلاقات العامة أيام السلم و أيام الحرب و نجحوا في التأثير على نفوس الناس و أفكارهم و معتقداتهم و اتجاهاتهم، كما نجحوا في تعبئة مشاعرهم و كسب ثقتهم وتأييدهم و إقناعهم بالاتجاهات الجيدة خاصة عند حدوث انقلابات سياسية أو ظهور ديانات جديدة<sup>3</sup>.

أما الحضارة اليونانية فقد اهتمت بالرأي بالعام وسعت إلى للتأثير عليه لأن الحكومة اليونانية آنذاك كانت تستمد سلطتها من رضا الشعب لذا فتحت المجال لجميع المواطنين لتبادل الآراء و المناقشات الحرة في الساحات العامة، و كانت على شكل مؤتمرات و اجتماعات كما تمت

<sup>1</sup>- محمد العزازي أحمد إدريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر، 2004، ص: 09.

<sup>2</sup>- زياد الشerman، عبد الغفور عبد السلام، مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص: 20.

<sup>3</sup>- محمد منير حجاب، سحر محمد و هبي، مرجع سابق، ص: 16 - 17.

في ذلك الوقت الاستعانة بالفلاسفة السفسطائيين لتوصيل الأخبار و طرح الأفكار لأنهم محترفون في فنون الكتابة و الخطابة و يملكون قدرات و مهارات إقناعية تعتمد على الحجة و المنطق مما يؤثر على الجماهير. و اهتمت الحضارة اليونانية بدورها بتعبير الرأي العام فطورت أساليب الخطابة و المناقشات فنشط مجال العلاقات العامة كل من الشعراء و الخطباء أمثال **Marc Antonio** و **Sissro** .

كما عمل الرومان على تطوير الخطابة و المناقشات كأساليب للتأثير على الرأي العام بالاستعانة بالشعراء أيضا. ولم يقتصر نشاط العلاقات العامة في العهد الروماني على الميدان السياسي فحسب بل تعداه إلى النواحي الاجتماعية المختلفة عن طريق توجيه النداءات ... الخ<sup>1</sup> . ويظهر اهتمام الرومان بالرأي العام كذلك من خلال شعارهم الذي يتجلى في : "صوت الشعب من صوت الله " والذي جاء حفروه على معابدهم و تماثيلهم ولم يتوقفا عند هذا الحد بل كتبوه أيضا على واجهة برلمانهم "مجلس الشيوخ و الشعب الروماني"<sup>2</sup> .

**01- العلاقات العامة عند العرب :** لقد وجدت العلاقات العامة في التراث العربي فكرا و تطبيقا فهي كفلسفة ارتبطت بوجود الإنسان العربي و طبيعة حياته التي ميزته بالحرية و الصراحة في التعبير عما في نفسه ولو وصل به الأمر إلى شقائه. وهذا ما جعل الكثير من الشعراء العرب يضطهدون بل ويقتلون جراء أشعارهم<sup>3</sup>، وكان الشعر هو وسيلة العلاقات العامة عند العرب، و الشاعر هو القائم بها، فقد كان يلعب دورا رئيسيا في نقل وجهة نظر القبيلة إلى القبائل الأخرى التي كانت تجتمع فيه القبائل فيتحدث شعرائها نيابة عنها ينشدون فضائلها ويتفاخرون بأنسائها و أعمالها و أفعالها محاولين استمالة القبائل الأخرى لها<sup>4</sup>. وهو ما يمكن أن نسميه الوظيفة الإعلامية للشاعر لأن أشعاره تمثل السجل الذي يدون فيه تاريخ العرب و عاداتهم وتقاليدهم، وبشعره يثار الحماس في نفوس المحاربين، لذلك يعد لسان حال القبيلة و المدافع عنها و المهاجم لأعدائها<sup>5</sup>.

**02- العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:** حملت العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية معنيين أساسيين هما : كونها فلسفة اجتماعية تدعو إلى احترام الفرد و اعتماد الرأي العام إلى جانب كونها نشاطا إعلاميا، فهي لم تنشأ إلا في مجتمع يؤمن بقيمة الفرد كإنسان له كرامته و حقوقه و واجباته نحو الآخرين. ودعم الدين الإسلامي الحنيف هذه المبادئ من خلال ما جاء به القرآن الكريم و الرسول صلى الله عليه وسلم ثم الخلفاء من بعده. كما ساهم الإسلام في تطوير العلاقات العامة من خلال المبادئ والأسس والأخلاق التي جاء بها وحث الناس على الإقتداء بها وكان الهدف من ممارسة العلاقات العامة في صدر الإسلام:

**- الإعلام :** تجسد من خلال أعمال الرسول صلى الله عليه وسلم، ثم خلفائه الكرام لنشر الدعوة الإسلامية وقد استخدم في ذلك عدة أساليب ووسائل للإبلاغ منها الاتصال الشخصي لتفسير ما جاء في القرآن الكريم و إعلام الناس ما ينتظر المؤمن من ثواب و الكافر من عقاب<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص40.

<sup>2</sup> - محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص183.

<sup>3</sup> - زياد الشerman، عبد الغفور عبد السلام، مرجع سابق، ص22.

<sup>4</sup> - محمد ناجي الجوهر، مرجع سابق، ص13.

<sup>5</sup> - زياد الشerman، عبد الغفور عبد السلام، المرجع السابق، ص22.

<sup>6</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص48.

بالإضافة إلى إرسال الرسائل إلى المماليك و الحكام لدعوتهم إلى اعتناق دين الإسلام كالمقوس عظيم الأنباط، هرقل ملك الروم، النجاشي ملك الحبشة وغيرهم من الملوك<sup>1</sup>.

- **الإقناع** : إن نشر الدعوة الإسلامية لم يكن بانتهاج أسلوب القمع و الفرض و الاستبداد بل على العكس تماما فقد اعتمد النبي صلى الله عليه وسلم على أسلوب الإقناع بالحجة و البرهان دون قسر أو إرهاب محاول الحصول على اقتناع الناس بالعلاقات الطيبة وهو ما أشارت إليه الآية الكريمة: ( أدع إلى سبيل ربك بالحكمة و الموعظة الحسنة و جادلهم بالتتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن أضل وهو أعلم بالمهتدين ) الآية 125 من سورة النحل. والآية الكريمة: ( ولو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك ) الآية 59 من سورة آل عمران . وقد تميز أسلوب الرسول الكريم بفصاحة الكلمة، وبلاغة التعبير وقوة التأثير القرآني.

- **المشاركة** : دعا الدين إلى المشورة بين الناس في مختلف الأمور الدينية التزاما بأمر الله سبحانه وتعالى ( وأمرهم شورى بينهم ) الآية 38 من سورة الشورى . كما أمر رسوله بإتباع الشورى في قوله تعالى: ( وشاورهم في الأمر ) الآية 51 من سورة آل عمران. فكان صلى الله عليه وسلم يستشير أصحابه في شؤون الحرب والدولة و الاقتصاد، وكون مجلس للشورى من أربعة عشر نقيبا مختارين من أهل البصرة. ومن بعده اتبع الخلفاء نفس الطريق ( طريق الشورى) أسوة بالرسول الكريم فتطبيق مبدأ الشورى في الإسلام أدى إلى استطلاع الرعية وما يهمهم من أمور حتى يكتمل الانسجام و التفاهم بين ما يقدم لهم وبين ما يطلبونه كما يتيح هذا المبدأ للحكام فرصة عرض آرائهم وسياساتهم وفلسفة الحكم على الرعية بهدف تغيير الاتجاهات وتوعية الجماعات وإرشادهم إلى كل ما هو حسن وجميل بأسلوب لطيف وبالكلمة الطيبة التي أمر بها الإسلام في قوله عز وجل: ( وقولوا للناس حسنا ) الآية 83 من سورة البقرة. وكان يتم استطلاع رأي الرعية في المساجد وفي مواسم الحج ولمعرفة أحوال الرعية والاستمتاع إلى شكوتهم والقضاء فيها بالعدل والحق<sup>2</sup>، ومن هنا تبرز قوة الدعوة الإسلامية وذلك بفضل ديمقراطية الإسلام التي بلغت مستوى عجزت الكثير من الأنظمة والدول عن بلوغه لتحقيق ديمقراطية الإدارة<sup>3</sup>.

مما سبق يتضح أن العلاقات العامة فلسفة اجتماعية لها أسس ومبادئ استمدتها من تعاليم الدين الإسلامي الذي بني على ما جاء في القرآن الكريم وعلى ما أسنه سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام مما جعل العلاقات العامة في صدر الإسلام تتميز بما يلي:

- **الصدق في الاتصال بالجمهير** : بمعنى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الحقيقية فالداعية يجب أن يتميز بالصدق حتى يخلق الثقة عند الناس وبالتالي ينجح في عملية الاتصال. وكانت هذه الصفة من صفات الرسول الكريم الذي لقب بالصادق الأمين، كما أن الدعوة الإسلامية برئت من الكذب والتضليل فكتب الله لها النجاح.

- **الصراحة و الوضوح** : أي أن تكون بين الحاكم و المحكوم صراحة مطلقة ووضوح تام، واتباع الرسول صلى الله عليه وسلم وخلفاؤه هذا المنهج فكانوا يحتكون بالناس ويستجيبون لمطالبهم وينظرون في مشاكلهم وقضاياهم دون تسويق أو تباطؤ بالإضافة إلى مشاركتهم في عدة أمور.

<sup>1</sup>- زياد الشerman، عبد الغفور عبد السلام، مرجع سابق، ص24.

<sup>2</sup>- جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص: (48 - 51).

<sup>3</sup>- فخرى جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص44.

- سرعة الاستجابة للرأي العام : اتسمت العلاقات العامة في الإسلام وتميزت بسرعة الاستجابة لما يهم الرأي العام ويقلقه، أي الحسم والتصدي السريع للمشاكل وعلاجها حتى تهدأ الأوضاع، وتزول أسباب الغضب والقلق . فتزيد هنا الثقة بالحاكم في مواهبه القيادية.

- العلاقات العامة من خلال القدوة الحسنة : إن سر نجاح الدعوة لأي مبدأ أو فكرة أو عقيدة أو فلسفة يمكن في مدى قدرة أصحابها على الالتزام بما يدعون إليه التزاماً مطلقاً قبل أن يطالبوا الآخرين باعتناقه لأن الإنسان بطبعه ميال إلى التقاليد من يتصفون بالقدوة الحسنة. وقد كان الرسول القدوة الحسنة لأصحابه ولكافة الناس لأنه على خلق عظيم (حيث تجسدت فيه صفات الصدق والصبر على الدعوة وحسن المعاملة) كما وصفه القرآن الكريم ( **وإنك على خلق عظيم** ) الآية 04 من سورة القلم. ( **لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة** ) الآية 21 من سورة الأحزاب.

هذا عن مميزات العلاقات العامة في الإسلام أما فيما يخص أساليبها فقد برزت من خلال تركيز الرسول عليه الصلاة والسلام على الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي اللذين برزا في ثلاثة صور:

أ / **الاتصال الشفهي** : وهو الأسلوب الذي اعتمد عليه الرسول صلى الله عليه وسلم في نشر الإسلام وتفسير كثير من المواقف الإسلامية، وقد استعان في ذلك بالمقابلة الشخصية للأفراد والوفود وزعماء العشائر و القبائل، و إيفاد القراء و المعلمين من الصحابة للمدن، بالإضافة إلى تفقد الرعية من خلال بث العسس في الليل و زيارات الخلفاء للأنصار ومقابلة الجماهير وجها لوجه.

ب/ **الاتصال الكتابي** : وجاء في صورة رسائل الرسول صلى الله عليه وسلم للملوك و الرؤساء، وكذا رسائل التوجيه .

ج/ **الاتصال الجمعي** : الذي يكون في الأعياد والجمع ومواسم الحج أين تتم مشاركة المسلمين و استشاراتهم في أمور الدولة وإعلامهم بما يحدث من سياسات وبرامج وخطط حربية ونظم مدنية<sup>1</sup> .

لقد أدت العلاقات العامة دوراً بالغ الأهمية في نشر الدعوة الإسلامية وتدعيمها وكسب تعاطف وتأييد الملايين من البشر عبر مختلف الأمكنة والأزمنة. كما أنها لم تنحصر في المجالات الدينية والسياسية والعسكرية فحسب، بل استخدمت في الميدان التجاري أيضاً على صورة إعلانات ترويج لمختلف السلع والبضائع<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>- جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص ص: (52 - 57).

<sup>2</sup>- فخرى جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 45.

### 03- العلاقات العامة في العصور الوسطى:

لعبت العلاقات العامة دوراً أساسياً في العصور الوسطى خاصة في سنوات الدعوة الدينية وعند ظهور المذهب البروتستانتي بالذات التي اعتبرته الكنيسة الكاثوليكية خروجاً عن المسيحية وعن الكنيسة. ولصرف الناس عنه استعان بالكرادلة الذين قاموا تحت رعاية البابا بالإعلام والنشر لإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية. وعملت هذه الكنيسة الجديدة على تكوين متخصصين في الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معاهد خاصة لذلك. ومن هنا أخذ الاهتمام نحو العلاقات العامة يتسع فعم استخدامها في المجالات الدينية على جانب المجالات الاقتصادية والسياسية بمساهمة الكتاب والمؤلفين الذين سعوا إلى كسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم<sup>1</sup>.

#### ثانياً. العلاقات العامة الحديثة:

لقد تطور نشاط العلاقات العامة بتطور المجتمعات ومورست مع مرور الوقت. من طرف المؤسسات كفرع من فروع العلوم الاجتماعية والإدارية و التطبيقية، لاسيما بعد التطور التقني والثقافي و الاقتصادي الذي شهدته المجتمعات الغربية وما نجم عنه من تعقيد أساليب العمل والإنتاج، ناهيك عن تطور علم الإدارة واهتمامه بالفرد وتعمقه في دراسة العوامل المؤثرة في تصرفاته وسلوكه، مما سرع من نمو العلاقات منذ القرن الماضي حتى يومنا هذا .

ويرجع أول استخدام لمصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث إلى السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر في محاضرة ألقاها المحامي **Dorman Itown** في كلية الحقوق بجامعة "بيل" في نيويورك سنة 1882 بعنوان - العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية - كما استخدم **Theodor vail** رئيس شركة التلغراف والأهلية عام 1908 هذا التعبير لأول مرة على رأس تقرير الشركة لذلك العام. أما ظهورها كمهنة شائعة فكان في العشرينيات من القرن الماضي في أمريكا بعد الحرب الأهلية والهجمات التي تشنت على المشروعات التجارية الكبرى<sup>2</sup> التي تميزت بالاحتكارات العملاقة واستغلال الفرد العامل، وإهمال مصالح المستهلكين والاستخفاف بهم مما أدى إلى تفاقم الوضع ونشوء الإضرابات العمالية، وزيادة التذمر والاحتجاج بعدما قامت الصحف والمجلات بشن حملات ضدها تكشف عن الفساد السائد فيها واستغلالها وجشعها. فلم يكن أمام أصحاب المشاريع سوى القيام بإصلاحات اجتماعية واقتصادية وشرح وجهات نظرهم ومعالجة الأمور واقرنت حركة الإصلاح هذه بدور الصحافة والنشر. ومن هنا كان مولد العلاقات العامة<sup>3</sup>. وبالرغم من الجهود التي بذلها الصحفيون لمعالجة الأوضاع خلال تلك الفترة إلا أنهم لم ينجحوا في المهمة عدا قلة منهم يتصدرها **Iveylee** الذي لقب بأب العلاقات العامة بعدما وضع الكثير من مبادئها وطور أساليبها المتبعة إلى الآن مستخدماً عبارات تدل على وظيفة العلاقات العامة منها : مستشار النشر، مهنة النشر .... وغيرها إلى ان توصل سنة 1921 إلى تعبير العلاقات العامة<sup>4</sup>.

وكان أول نداء يوجهه للمؤسسات التجارية هو دعوتها إلى الابتعاد عن السرية والكشف عن كل ما يتعلق بأعمالها للجمهور باستثناء الأسرار التنظيمية. وقد كانت له أعمال مع الكثير من

<sup>1</sup> - هنا حافظ بدوي، مرجع سابق، ص17.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، سحر محمد وهيبي، مرجع سابق، ص21.

<sup>3</sup> - زياد الشerman، عبد الغفور عبد السلام، مرجع سابق، ص: 24.

<sup>4</sup> - علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط 2، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، 1985، ص8.

المؤسسات الكبيرة التي قدم لها النصائح والاستشارات الناجحة لتحسين العلاقات مع الجماهير ونجح كثيرا في هاته المهمة وهذا ما جعل اسمه يلمع في عالم المال والأعمال. وعليه يعتبر **Iveylee** المؤسس الحقيقي للعلاقات العامة الحديثة<sup>1</sup>.

وكان أهم إنجاز قام به **Iveylee** وساهم في إبراز نجاحه في مجال العلاقات العامة هو تغيير الصورة التي ارتسمت في أذهان الجماهير عن المليونير **Rockefeller** المعروف بالرأسمالي الجشع من رجل بخيل (على الرغم من أعمال الخير التي كان يقدمها للعديد من الجمعيات الخيرية والكنائس ودور الأيتام....) إلى رجل سخي كريم، وهذا من خلال شعاره الذي اشتهر به بعد ذلك " لا يكفي أن تفعل الخير وإنما لا بد أن يعلم الناس بما نفعله من خير" لأن الصورة الإنسانية لأي فرد لا تتحقق إلا من خلال المشاركة الاجتماعية مع من حوله، وقد نجح بهذا العمل في نقل الصورة الحقيقية للرجل بذلا من تلك الصورة الزائفة التي لم تكن تعبر عن واقعه أو سلوكه<sup>2</sup>. كما حث أيضا على ضرورة الالتزام بالمعاملة الإنسانية اتجاه المستخدمين والعمال ومنحهم الأجور المجزية والمرضية حتى تعزز أهم أساس في العمل ألا وهو العلاقات الداخلية السليمة.

بالإضافة إلى الاهتمام بمصالح جمهور المؤسسة الخارجي من مستهلكين وموزعين... الخ لضمان الركن الثاني للعلاقات العامة وهو العلاقات الخارجية السليمة<sup>3</sup>. زيادة على هذا قام بتحديد مهمة العلاقات العامة التي رأى أنها مهمة مزدوجة تتلخص في نقل اتجاهات الرأي العام إلى المؤسسة ليتم على ضوءها رسم سياستها أو تعديلها هذا من جهة، ومن جهة ثانية نقل أخبار وسياسات المؤسسة على الرأي العام بصراحة وأمانة بعدما ولى عهد تجاهل الجماهير وإهمالها وصار الاعتراف بقوة الرأي العام والتفاهم معه ضروريا للفوز بثقتها<sup>4</sup>. وعليه يعتبر **Iveylee** أول خبير استعمل الإعلان بغرض الإعلام وشرح وجهة نظر المؤسسة وليس للدعاية والترويج للسلع والمنتجات فقط.

وظهر في العشرينات من القرن الماضي رائد آخر من رواد العلاقات العامة الحديثة هو **Edward Bernays** الذي سار على نهج سلفه فهو أبرز الشخصيات التي ساهمت بعد **Iveylee** في حمل شعار العلاقات العامة وتدعيم هذا النشاط بالكثير من الدراسات النفسية والاجتماعية من خلال الكتب والمقالات التي عالجت هذا الموضوع.

فقد عمل جاهدا على إقناع رجال الأعمال بأ، وظيفة العلاقات العامة تخص صانعي القرار في الإدارة العليا، وبالفعل نجح في كسب الاعتراف بالمهنة وأسهم في توصيفها، واتجه إلى فكرة مؤداها أن القليل من المختصين فقط هم القادرين على ممارسة العلاقات العامة<sup>5</sup>. والحقيقة أن وجهة نظر **Bernays** حول ممارسة العلاقات العامة غير صائبة وفيها نوع من التقنيين للعلاقات العامة فهي لا تنحصر في نطاق المؤسسة فحسب بل إن الفرد في حياته اليومية قد يمارس العلاقات العامة ولو بطريقة عفوية من خلال تصرفاته وسلوكه وتعامله مع الآخرين لكسب ودهم وصادقتهم.

<sup>1</sup> - عبد الكريم راضي الجبوري، مرجع سابق، ص 29.

<sup>2</sup> - علي عجوة، مرجع سابق، ص ص: (09 - 10).

<sup>3</sup> - عبد الكريم راضي الجبوري، مرجع سابق، ص 29.

<sup>4</sup> - محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص 186.

<sup>5</sup> - علي عجوة، مرجع سابق، ص ص: (12 - 13).

واتسع نشاط العلاقات العامة ليشمل كافة أوجه النشاط الإنساني في المجالات الزراعية والصناعية الدينية الحكومية وحتى العسكرية والدولية، حيث لعبت دورا ملموسا خلال كافة الأحداث العالمية منها: الحرب العالمية الأولى، حيث يرجع أول استخدام للعلاقات العامة بمفهومها الحديث إلى أعقاب هذه الحرب. فعند اندلاعها لم تكن جماهير الدول التي تعرضت لها على وعي كافي بظروفها فكان الحل هو مساعدتها على التكيف وجذب اهتمامها للمشاركة فيها عن طريق الاقتناع والاستمالة والإرشاد والإعلام، والقيام أيضا بعمليات دراسة وتحليل الرأي العام للتعرف على مقاوماته من جهة وأساليب التأثير فيه والدور الذي يمكن أن يؤديه لحشد الجهود من أجل الحصول على التأييد. وبعدها تطورت العلاقات العامة وفقا لأسس فنية ومنهجية وعلمية وذلك بفضل المفكرين والباحثين في هذا المجال<sup>1</sup>.

وبالرغم من الخدمات التي أدتها العلاقات العامة إلا أنها لم تحظى بالاهتمام الكافي حتى بداية الأزمة الاقتصادية سنة 1929 وما صاحبها من أوضاع كغلق المصانع وانتشار البطالة وغيرها من الضغوط التي نتجت عنها عودة النظرة السلبية للأعمال التجارية وانعدام الثقة بها. فتطلب الأمر تدخل الدولة وقيامها بإجراءات اجتماعية واقتصادية واسعة. ومن ثم عادت العلاقات العامة مرة أخرى لتلعب دورها في إفهام الجمهور بالتغيرات وإقناعه بالإجراءات المتخذة لحل ومعالجة الأزمة<sup>2</sup>. وهو دفع الكثير من الشركات إلى تأسيس أقسام علاقات العامة فيها.

أما الحرب العالمية فكان لها أثر كبير في تطوير العلاقات العامة حيث كان الإعلام حينها موجها إلى الملايين من الأشخاص لتعبئتها. وكانت هذه الحرب أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة وقد ساعدت على تطبيقها مجموعة من العوامل تمثلت فيما يأتي:

- التقدم في فنون الإعلام والطباعة والإخراج.

- الزيادة المستمرة في وسائل النشر العام.

- الميزانيات الضخمة لوزارات الإعلام وإدارات العلاقات العامة في الدول<sup>3</sup>.

وهي العوامل التي سمحت بتقدم أساليب العلاقات العامة كعلم يدرس في الجامعات والمعاهد وتمنح فيه درجات الماجستير والدكتوراه، وكنشاط دائم يمارس في المؤسسات على اختلاف أعمالها. ويمكن أن نوجز أسباب تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة فيما يلي:

**1- الثورة الصناعية وظهور الإنتاج الكبير:** لقد أدى ظهور الثورة الصناعية إلى عدة تحولات كتطور وسائل الإنتاج وأساليبه والصناعات الضخمة التي أدت إلى توظيف الآلاف من العمال مما أدى إلى ظهور مشاكل حول ظروف العمل المادية والمعنوية داخل المنظمات فقامت على إثر ذلك الإضرابات احتجاجا على سوء المعاملة والمطالبة بتوفير ظروف أحسن للعمل وزيادة الأجور. ومن هنا ظهرت الحاجة إلى حلقة وصل بين الإدارة والعمال لأجل توطيد العلاقات بين الطرفين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>- محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص: 10.

<sup>2</sup>- فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 40.

<sup>3</sup>- محمد العزازي أحمد إدريس، المرجع السابق، ص12.

<sup>4</sup>- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 14.

**2- انتشار التعليم وتزايد الوعي:** أدى انتشار الوعي وتزايد التعليم على زيادة الحاجة إلى المعلومات الخاصة بالمنهج وكذا المزيد من التفسيرات والإيضاحات الخاصة بقرارات وسياسات المؤسسة فيما يخص المنتجات والخدمات المقدمة من طرفها، سواء من خلال الإعلان أو البيانات المدونة على الغلاف. لذا برز دور العلاقات العامة في بناء جسر من الثقة والتفاهم بين المنظمة وجماهيرها<sup>1</sup>.

**3- تعقد أعمال المؤسسات وزيادة التخصص:** نتيجة لهذا التعقد الذي مس معظم المؤسسات استعصى على الأفراد الخارجيين فهم عملها وأثره على حياتهم وكيفية الاستفادة منها، فعملت العلاقات العامة من أجل توضيح ذلك على إعداد برامج إعلامية يتم من خلالها تزويد هؤلاء الأفراد بالمعلومات والأخبار الخاصة بالمؤسسة ومنتجاتها. أما التخصص فقد أشاع هو الآخر جوا من الرتابة، والملل والإحباط في نفوس العمال فقدوا الإحساس بقيمة وأهمية العمل الذي ينجزونه، وضآلة أدوارهم في عملية الإنتاج؛ وهذا ما جعلهم يفقدون احترامهم لذواتهم. كما أن كبر حجم المؤسسات وارتفاع عدد عمالها أدى إلى انعدام الصلة بينهم وبين الإدارة وإزاء هذا الوضع المتردي سعت العلاقات العامة إلى ربط كل المستويات التنظيمية ببعضها البعض وإيجاد عوامل الألفة والترابط بينها<sup>2</sup>. وهي التي تطبع ملايين النسخ في ساعات قليلة و توزعها في ساعات أقل.

**4- تطور وسائل الاتصال الجماهيري:** عرفت وسائل الاتصال الجماهيري تطورا هائلا تجسد في انتشار الراديو في الثلاثينيات، وظهور التلفاز في أعقاب الحرب العالمية الثانية وذيوعه أكثر في الخمسينيات والستينيات. وأصبحت الأحداث على إثر ذلك تنتقل بالصورة والصوت، ليتم نقلها فيما بعد مع ازدياد وتسارع الابتكارات عن طريق الأقمار الصناعية.

كما عرفت الصحافة بدورها تطورا مذهلا من حيث أساليب الطباعة والموضوعات التي تعالجها وظهر ما يسمى "بصحافة الملايين". وقد ساهم هذا التقدم الإعلامي في تقريب المسافات بين مختلف أنحاء العالم هذا الأخير الذي أصبح بمثابة قرية صغيرة الحجم بسبب سرعة تداول المعلومات والآراء، لذلك زاد الاهتمام بالعلاقات العامة حرصا على كسب تأييد الرأي العام العالمي والرأي العام المحلي (الداخلي)<sup>3</sup>.

**5- ازدياد قوة الفرد وأهميته:** لأن الفرد هو سيد الموقف في جميع الميادين تعمل المؤسسات بمختلف أنواعها على إرضائه والاستجابة لرغباته وحاجاته بغية كسب ثقته والحصول على تأييده وجذبه عن طريق الاستهواء<sup>4</sup>.

**6- نمو العلوم الاجتماعية:** التي تتناول الإنسان، وحلول الثواب والاستقطاب والترغيب والمتابعة بذلا من القسوة والتهديد<sup>5</sup>، حيث تناولت هذه العلوم الفرد ودوافع سلوكه وتصرفاته وآرائه وبفضلها تم الوصول إلى أعماق النفس البشرية ومن بين هاته العلوم: علم النفس الصناعي، علم الاجتماع، وعلم الاقتصاد<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - محمد فريد الصحن: مرجع سابق، ص 15.

<sup>2</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص ص: (23 - 24).

<sup>3</sup> - علي عجوة، مرجع سابق، ص ص: (18 - 19).

<sup>4</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص: 25.

<sup>5</sup> - محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 16.

<sup>6</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 25.

**7- الانفجار السكاني:** نتجت عن الزيادة السكانية عدة ضغوط عصبية ونفسية بالإضافة إلى المشاحنات والمضايقات والإحباط وسوء الفهم للمواقف والأحداث وعلى إثر ذلك حدثت مجموعة من الأزمات والاضطرابات أدت إلى ارتكاب الجرائم ونشوب الحروب. فتزايد السكان يؤدي إلى زيادة العبء على الحكومات التي تضطر إلى توسيع دائرة الأعمال لمواجهة المشكلات المستجدة وتشجيع قيام الهيئات الأهلية للوقوف إلى جانبها في حل تلك المشاكل. ولم يقتصر تأثير التزايد السكاني على هذه الجوانب فقط بل أثر أيضا على وسائل الإعلام في مختلف البلدان التي حاولت الاهتمام بهذا الجانب ومعالجته من خلال البرامج الإعلامية لتنظيم الأسرة<sup>1</sup>.

**8- زيادة المنافسة:** خاصة بين المؤسسات المنتجة للسلع نفسها أو التي تقدم الخدمات نفسها إذ لم تعد المشكلة متعلقة بالإنتاج بقدر ما أصبحت كمتعلقة بإقناع الجمهور بالتعامل مع منتجات المؤسسة ما دون عن المنتجات الخاصة بالمؤسسات الأخرى المنافسة لها. وهذا ما تقوم به العلاقات العامة فهي تسعى إلى تحسين صورة المنتجات واسم المؤسسة في ذهن الجمهور لتكسب من وراء ذلك مكانة رائدة في السوق<sup>2</sup>.

إن أسباب ودوافع الاهتمام بالعلاقات العامة لا حصر لها ولا تقف عند سبب أو مجموعة من الأسباب وإنما متجددة؛ فمع مرور الزمن تظهر حاجات أخرى ويبرز تبعاً لذلك أسباب جديدة فيتزايد الاعتماد على العلاقات العامة واستخدامها للأجل تحقيق أهداف المؤسسة ككسب تأييد مواردها البشرية وإرضائهم، توطيد العلاقات داخل المؤسسة بين الإدارة والعمال أو بين هؤلاء والسعي إلى الفوز بثقة الجماهير الخارجية حتى تضمن وفائها. ويساهم كلا الهدفين السابقين بدرجة كبيرة في تطوير المؤسسة واستمرارها.

وتجدر الإشارة إلى أن ممارسة العلاقات العامة لم تنحصر في الولايات المتحدة الأمريكية فحسب وإنما اشتملت أقطار عديدة: ففي كندا مثلاً ظهرت بوادر هذا النشاط في عام 1940، أما في فرنسا فكانت في عام 1946، لتعم بعد ذلك معظم الدول الغربية: حيث أسست أول وكالة للعلاقات العامة في هولندا عام 1946، وفي إنجلترا عام 1949، بعدها النرويج عام 1949 وتتابع هذا التطور ليشمل كل من أمريكا الوسطى و أمريكا الجنوبية وأستراليا واليابان ونيوزيلندا الجديدة خلال سنوات 1950-1955 كما تأسست بألمانيا الغربية كذلك وكالة للعلاقات العامة سنة 1958<sup>3</sup>.

أما على المستوى العربي فقد تأخر انتشار العلاقات العامة، حيث لم تظهر إلا في الستينات من القرن ولعل هذا التأخر يرجع إلى الأسباب الآتية:

1- خضوع الوطن العربي للاستعمار الذي لم يهتم بالجمهور ولا بمصالحه ولا حتى بفتح قنوات اتصال ذات اتجاهين.

2- ظهور ما يسمى بالإدارة الحديثة في المؤسسات العربية مؤخراً نتيجة الاحتكاك بالغرب (المتخصصين الذين درسوا في الغرب وأخذوا عنه الخبرات العلمية والتدريبية).

<sup>1</sup> - علي عجرة، مرجع سابق، ص 6.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، سحر محمد وهيبي، مرجع سابق، ص 38.

<sup>3</sup> - محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص: (188 - 189).

3-التأخر في إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية، والتي بدأت تهتم بالعلاقات العامة مؤخراً باعتبارها أحد أنشطة الإدارة.

4-التأخر في الوعي بالاتصال ذي الاتجاهين بين المؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة وبين الجمهور من جهة ثانية<sup>1</sup>. وبالرغم من هذا التأخر فقد تطورت تدريجياً فكرة العلاقات العامة في البلدان العربية على المستويين العلمي والعملي:

- فعلى المستوى العلمي أصبحت تدرس في معظم الجامعات العربية (جامعات لبنان ومصر) أو كمادة في فروع مختلفة وحتى على مستوى الدراسات العليا، كما ألفت بعض الكتب عن العلاقات العامة وترجم البعض الآخر.

- وبالنسبة للمستوى العلمي تم إنشاء وزارات الإعلام والإرشاد لتزويد الرأي العام المحلي والعالم بمعلومات تتعلق بسياسة الحكومة ونشاطها، وتوجهت معظم المؤسسات الحديثة إلى إنشاء دوائر العلاقات العامة منها مصر التي بها جمعية للعلاقات العامة، أما العراق فبها وحدة للعلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات وشركات القطاع العام..... وغيرها من الدول العربية<sup>2</sup>. كما اهتمت الجزائر بدورها بالعلاقات العامة منذ عدة سنوات، حيث أدرجت هذه المادة لتدرس في جامعاتها ومعاهدها. وظهرت أقسام ووحدات للعلاقات العامة في بعض مؤسساتها وشركاتها خاصة بشؤون العمال والإعلام والتوجيه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص 93.

<sup>2</sup> - فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 41.

<sup>3</sup> - زكية العمراوي، العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري- قسنطينة، السنة الجامعية 2003-2004، ص 59.

### المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة الفلسفة الاجتماعية للإدارة في أي مؤسسة، فهي ذلك النشاط الموجه إلى ذهن الفرد بهدف التأثير عليه عن طريق السياسات (الاستراتيجيات)، وباستخدام وسائل الإعلام الحديثة. وحتى تبلغ المؤسسة أهدافها يجب أن تمارس هذه الوظيفة ممارسة رشيدة معتمدة في ذلك على أسس ومبادئ تحدد إطارها واتجاهاتها والتي يمكن تحديدها فيما يأتي:

**1- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:** غالباً ما تسعى المؤسسات إلى تحسين علاقاتها مع جماهيرها الخارجية، ولكن لا يتأتى ذلك وعلاقاتها الداخلية متوترة، لذا من الضروري أن تحرص أولاً وقبل كل شيء على تحسين هذه العلاقة وهذا من خلال إيجاد لغة التفاهم المتبادل بينها وبين الأفراد العاملين بها<sup>1</sup>. فرضاً العمال عن عملهم ينعكس إيجاباً على جو العمل، ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق إتباع المؤسسة وتطبيقها لسياسات عادلة في التوظيف والتدريب والترقية والتنقلات وتقديم الحوافز، وتوفير ظروف عمل مرضية.... وغيرها فكل هذا سيمنح العمال الاستقرار في العمل، لأن معاملة الموظف معاملة كريمة واحترامه<sup>2</sup>، والتشجيع على التعاون والتعامل الهادف والمحبة يساهم في بعث الحماس وتثبيت الثقة والانديفاع لتحسين صورة المؤسسة في الوسط الخارجي. وبهذا يحرص الموظفون على تحقيق هدف واحد هو إعطاء السمعة الطيبة والانطباع الجيد والواجهة اللائقة عن مؤسستهم<sup>3</sup>.

**2- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:** تدعو فلسفة العلاقات العامة المؤسسة إلى الالتزام بمبادئ كالنزاهة والصدق، وأن تنقيد بالعدل والإنصاف، والابتعاد عن الغش والخداع والتضليل والدعاية الزائفة. فهي تسعى لكسب ثقتهم بالقوة الحسنة وليس بالأقوال فقط. فالعلاقات العامة الناجحة هي التي تتطابق أقوالها مع أعمالها كي لا تفقد ثقة واحترام الجماهير لها<sup>4</sup>. ويجب أن يلتزم ممارسو العلاقات العامة بالمناهج العلمية والسعي لتطوير وتوسيع تطبيق هذه الوظيفة وعقدت اتفاقيات من طرف جمعيات واتحادات حددت فيها القواعد التي يجب أن يتبعها موظفو العلاقات العامة وتلك التي يجب أن يجتنبوا، ومن بين الجمعيات المساهمة في وضع آداب المهنة الجمعية الدولية للعلاقات العامة، جمعية العلاقات العامة الأمريكية حيث قامت هذه الأخيرة بوضع دستور للمهنة سنة 1960 ثم عدلته سنة 1963 وأعلن أعضاؤها التزامهم بنصوصه<sup>5</sup>.

**3- نشر الوعي بين الجماهير:** تتولى العلاقات العامة مهمة شرح نظام المؤسسة وسياساتها، وتبين مميزاتها وفوائدها والمنافع التي ستعود على كل فرد يعمل بها أو له علاقة خارجية معها. وكل هذا قصد توجيه الرأي العام إلى أحسن السبل للتعاون معها<sup>6</sup>.

**4- مساهمة المؤسسة في رفاة المجتمع:** تعتبر أي مؤسسة جزء من البيئة المحيطة بها، والتي تستمد منها عناصر الحياة والاستمرار. لذلك لا بد أن تساهم في رفاة المجتمع وتنهض بمسؤولياتها اتجاهه وجعل خدمة المجتمع هدفاً أساسياً لها فتعمل على:

1- حمدي عبد الحارث البخشونجي، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 41.

2- جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 92.

3- هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص 41.

4- فخرى جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص ص: (70 - 71).

5- علي عجرة، مرجع سابق، ص (16 - 18).

6- حسن محمد خير الدين، مرجع سابق، ص 39.

- توفير السلع والخدمات بأفضل مستوى وبما يتلاءم وحاجات وأذواق جمهورها.

- المساهمة في رفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع مثل: تقديم المنح الدراسية، الإعانات، القيام بدراسات وأبحاث لمعالجة مشاكل المجتمع.

- توجيه برامجها الإعلامية إلى تثقيف المجتمع وليس مجرد التعريف بالمؤسسة وكسب تأييده لها.

- مراعاة المصلحة العامة ووضعها في المقام الأول من قرارات المؤسسة<sup>1</sup>.

**5- إحترام رأي الفرد والإيمان بقوة الرأي العام:** تمثل آراء واتجاهات وتطلعات الرأي العام - الداخلي والخارجي- للمنظمة المادة الخام الأساسية لعمل العلاقات العامة. ولهذا تنصب أنشطة العلاقات العامة على الحصول على كسب تأييد وثقة جماهير الرأي العام<sup>2</sup> باستخدام الأساليب العلمية وتوفير الإمكانيات الفنية وتهيئة الشروط الملائمة لاستطلاع الرأي العام وعرفة رغباته، وتشجيع الأفراد وحثهم على الإفصاح عن رغباتهم وحاجاتهم ليتم على ضوءها رسم سياساتها وبرامجها.

**6- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:** لقد تميزت الإدارة التقليدية بالسرية وحجب المعلومات عن الجماهير، لكن على عكس ذلك نجد أن الإدارة الحديثة تعتبر العلاقات العامة كبيت الزجاج الذي يكشف عما بداخله لكل ناظر<sup>3</sup>. فالأساس السليم للعلاقات العامة هو الإفصاح وليس الخفاء؛ أي إخفاء الحقائق عن الأفراد فيما عدا الأسرار الخاصة بعمليات الإنتاج من تركيبات... الخ، وتعتبر هذه السياسات كفيلاً بالقضاء على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتؤثر على الإنتاج<sup>4</sup>.

**7- الاعتماد على المنهج العلمي:** إن العلاقات العامة لا تثمر ولا تفيد بدون أداء جيد وإنجازات ملموسة، وستظل على ماهي عليه إن لم يكن هناك مبادأة ومبادرة من جانب ممارسيها، كما أنها تصبح من مخلفات إذا اعتمدت في ممارسة أعمالها على الحدس والتخمين والعشوائية<sup>5</sup>. لأنه مع ازدياد وعي الجماهير وانتشار الثقافة وتطور وسائل الاتصال أصبح الفرد لا يؤمن بصحة الأشياء إلا إذا رآها أو حسها وتحقق منها. ومن هنا فإن مهمة التأثير في آرائه ليست بالأمر الهين ولا بد أن تستند العلاقات العامة على الدراسات العلمية عند دراسة سيكولوجية الفرد والجماعات وعلى علم النفس، وعلم السلوك الإداري وعلم الاجتماع<sup>6</sup> عند التخطيط لبرامجها ولمواجهة المشاكل عليها إتباع طريقة البحث العلمي المبني على المنطق، مع التحليل الدقيق للأمور بعيداً عن التحيز للوصول إلى حلول مناسبة لمشكلة.

**8- التعاون المتبادل بين المنظمات:** في بعض الأحيان لا يكفي أن تقوم المنظمة بتوطيد علاقاتها مع الجماهير الداخلية فقط بل يتعدى ذلك إلى المنظمات الأخرى. فنجاحها في تأدية رسالتها لا يليق أن تهمل تعاونها مع المنظمات الأخرى لأن هذا التعاون هو أحد الأسس التي

1- جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 29.

2- محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 31.

3- فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص ص: (68 - 69).

4- حسن محمد خير الدين، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976، ص 40.

5- محمد العزازي أحمد إدريس، المرجع السابق، ص 30.

6- جميل أحمد خضر، المرجع السابق، ص 92.

ترتكز عليها العلاقات العامة<sup>1</sup>. ويتحقق هذا التعاون بتنظيم الاتصال بين المؤسسات للاتفاق على أسس التعاون بينها ويتم ذلك عن طريق الغرف التجارية أو الجمعيات وغيرها من الهيئات التي تدعم العلاقات العامة<sup>2</sup>.

**9- العلاقات العامة وظيفية استشارية:** على الرغم من أن دور العلاقات العامة بالنسبة للإدارة العليا يتجلى في نصح الإدارة وتشجيعها على اتخاذ القرارات والسياسات التي تلقى قبولاً من جماهيرها والابتعاد عن كل ما لا ترضى به. إلا أنها لا تستطيع إلزامها بتنفيذ كل مقترحاتها لأن القرار الأول والأخير يرجع للإدارة في الأخذ بالاقتراعات والتوصيات المقدمة أم لا، ولا يعني هذا أن وحدة العلاقات العامة غير منتجة بل هناك صلاحيات تمنح لها كوضع البرامج الإعلامية وتنفيذها في إطار الحدود والميزانية التي وضعتها الإدارة العليا، وهكذا فإن العلاقات العامة تبقى أولاً وأخيراً مسؤولية الإدارة العليا للمنظمة<sup>3</sup>.

وإلى جانب هذه المبادئ هناك مجموعة من الأسس والركائز يستند عليها هذا النشاط وهي كالاتي:

**أ- ديناميكية العلاقات العامة وحيويتها:** تنشأ العلاقات العامة بين طرفين يكون كلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت، ولهذا يجب أن تقوم هذه العملية على أساس الأخذ والعطاء، والفعل ورد الفعل بحيث تستقر عند الاستجابة والفهم المتبادل وتحقيق المنافع والمصالح المتبادلة والمشاركة وتقريب وجهات النظر لكافة الأطراف المرتبطة بالمنشأة سواء في الداخل أو الخارج<sup>4</sup>. وهذا ما جعلها تتسم بالحيوية والديناميكية، الاستمرارية، وقوة الفاعلية.

**ب- الإنسان هو محور اهتمام العلاقات العامة:** لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، ولديه مجموعة من الحاجات البيولوجية، والنفسية، والاجتماعية التي لا يستطيع إشباعها بمفرده، فلا يمكنه العيش بمعزل عن الآخرين، فهو في حاجة دائمة لمساعدتهم، وهو ما يفرض عليه أن يكون على علاقة بهم سواء كانوا أفراد، أو مؤسسات أو هيئات لها شخصيات اعتبارية<sup>5</sup>.

**ج - إنسانية العلاقات العامة:** بما أن العامل هو محور النجاح في كل منشأة، فإنه من الضروري التركيز على ذاته وحياته وعلى كيفية النهوض بها وذلك من خلال قيام العلاقات العامة بما يأتي:

- اعتبار كل العمال ودون تمييز حجر الأساس في المنظمة وذلك عن طريق تحسين ظروف عملهم وتأمين مطالبهم الاجتماعية، الثقافية، الترفيهية، الصحية داخل نطاق العمل وخارجه قدر المستطاع وهذا ينعكس بالإيجاب على المؤسسة لأنه يحقق لها ولاء العاملين في بذل الجهد لخدمتها.

<sup>1</sup> - هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص 41.

<sup>2</sup> - حمدي عبد الحارث البخشونجي، مرجع سابق، ص 43.

<sup>3</sup> - فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 72.

<sup>4</sup> - محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 32.

<sup>5</sup> - حمدي عبد الحارث البخشونجي، المرجع السابق، ص 57.

- إتاحة الفرصة للعاملين للإدلاء باقتراحاتهم وعرض إبداعاتهم، وفتح المجال للتفاهم بممارسة الديمقراطية والحيلولة دون الإنفراد باتخاذ القرارات. وسيطرة القلة على المنشأة. فتكون بذلك العلاقات العام مشجعة لروح المساهمة في تحمل المسؤوليات عند الأفراد.

- تحقيق العدالة بين العاملين في معاملتهم، وتوفير أسس الحياة الكريمة عن طريق: الأجور الملائمة، تأمين الاستقرار، إيجاد جو من الإخاء والتعاون، وقتل نوازع الحقد والكراهية.

وبتطبيق ما سبق ذكره تكون العلاقات العامة تمكنت من جعل الحياة داخل المؤسسة حياة إنسانية. الأمر الذي سيسهل عليها كسب الرأي العام الخارجي لأن هناك من يساعدها في هاته المهمة وهم العاملون بالمؤسسة<sup>1</sup>.

د - اتساع وشمولية العلاقات العامة: بمعنى أن هذا النشاط لا يقتصر على ميدان دون الآخر بل يشمل كافة المجالات الصناعية والتجارية، الثقافية، السياسية، الاجتماعية... الخ كما تخدم أيضا أصحاب الحرف والمهن المختلفة. وتمارس في مختلف المجتمعات سواء كانت متقدمة أو نامية.

هـ - العلاقات العامة نشاط موقوت: أي أنه لا بد من اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برامج العلاقات العامة لأن التوقيت مهم لنجاح برامجها، فيجب عدم المماطلة أو التردد أو التسرع والعجلة عند تحديد الوقت لتنفيذ البرامج. فاختيار الوقت يعتمد على حسن الإدراك، وكثرة المران وطول المراس<sup>2</sup>.

وعقدت اتفاقيات من طرف جمعيات واتحادات حدد فيها القواعد التي يجب أن يتبعها موظفو العلاقات العامة وتلك التي يجب أن يتجنبوها، ومن بين الجمعيات المساهمة في وضع آداب المهنة الجمعية الدولية للعلاقات العامة، جمعية العلاقات العامة الأمريكية. يتضح مما سبق أن العلاقات العامة تقوم على أسس أخلاقية. والنظرة الحديثة للعلاقات العامة لا تقتصر على تحقيق الربح فقط بل عكس ذلك تماما، كما أن مهمتها لا تقتصر على مجرد الإعلام الناس بما يحبون سماعه بل تقوم بعمل الأشياء التي يراها الناس حق وعدل لأنها تستند إلى مفهوم أخلاقي نابع من صفات الصدق والاستقامة والشعور بالكرامة والاعتزاز، حيث يقول **Queeny Edgar** : إن العلاقات العامة تنطلق من المنظمة يجب أن تتصف بكل ما يمكن اعتباره أخلاقاً حميدة بالنسبة للفرد. وإضافة إلى الصفات السابقة الذكر تتحلى بالأمانة؛ وهي التعبير بكل إخلاص وصراحة للموظفين والمتعاملين الخارجين مع المؤسسة عن سياسات المؤسسة حتى تحصل على ثقتهم. وتقوم أيضا العلاقات العامة على العدالة مع جميع المتعاملين من الداخل والخارج<sup>3</sup>. وبناءً على كل المواصفات التي تتصف بها العلاقات العامة من صدق وأمانة وإخلاص وعدالة واستقامة يمكن القول بأنها مهنة أخلاقية تعمل على تحقيق التوازن والانسجام والتكامل بين المنظمة و جماهيرها.

<sup>1</sup> - هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص 42.

<sup>2</sup> - عبد الرحمن توفيق، العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مرجع سابق، ص: (09-11).

<sup>3</sup> - علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 24.

## المطلب الرابع : الفرق بين العلاقات العامة وفنون الاتصال الأخرى:

إن عدم الاعتراف الكامل بأهمية العلاقات العامة في بعض المؤسسات أدى إلى كونها ذات طابعاً ارتجالياً فتنشط أحياناً وتخبو أحياناً أخرى بالإضافة إلى عدم فهم وظائفها. والخلط بين مفهومها ومفهوم الفنون الاتصالية الأخرى كالتسويق، والإعلان، والدعاية، والإعلام كذلك العلاقات الإنسانية والعلاقات الصناعية. وهذا الخلط دليل على أن استخدام عبارة "العلاقات العامة" يعلق نوع من اللبس والغموض ليس في أذهان عامة الناس فقط بل حتى بالنسبة لدارسي الإدارة والعاملين في الحقل الإداري<sup>1</sup>. ويرجع هذا الغموض والخلط بين العلاقات العامة والنشاطات الأخرى لمجموعة من الأسباب يمكن إيجازها فيما يلي :

- تباين واختلاف ممارسات من يعمل ومن يهتم بموضوع العلاقات العامة على الصعيدين العملي والوظيفي والأكاديمي النظري نظراً لتنوع خلفيات أو مداخل معالجة هذا الموضوع من قبل المهتمين.

- تداخل نشاط العلاقات العامة مع العلاقات الأخرى السائدة في المجتمع، وفي مجال التعامل والمعاملة وامتداد نشاط العلاقات العامة إلى كافة مجالات النشاط الاجتماعي.

- تعدد وجهات وفلسفة وتطلعات الإدارات العليا في المنظمات اتجاه مفهوم ونشاط العلاقات العامة<sup>2</sup>. ولإزالة هذا الاعتقاد أو الفهم الخاطئ لا بد من توضيح الاختلاف بين العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى، لأن مفهوم العلاقات العامة لا يقف عند الجانب الاتصالي فحسب، وإنما هو أعم وأشمل من ذلك فهو يمتد ليشمل مختلف الوظائف الإدارية داخل المؤسسة، كما أنها مصطلحاً فضفاضاً ينتمي إلى مجموعة العلوم الاجتماعية التي تعتمد عليها لتطوير أساليبها وزيادة درجة فعاليتها<sup>3</sup>. لكن هذا لا يمنع من كونها على صلة بالأنشطة الاتصالية، حيث تستخدمها كأساليب للاتصال والتأثير في جماهير المؤسسة بدرجات متفاوتة وفي ظروف مختلفة وليس كغاية في حد ذاتها.

**6-1- العلاقات العامة والإعلام:** هناك خلط كبير بين العلاقات العامة والإعلام، وهو خلط بين الاتصال كوسيلة للعلاقات العامة وبين العلاقات العامة ذاتها، بمعنى أدق يأخذ صورة الخلط بين الوسيلة والهدف فهناك فرق واختلاف بين الاثنين<sup>4</sup>.

"فالإعلام يمثل كافة أوجه النشاط الاتصالي الذي تهدف إلى تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق درجة عالية من المعرفة والوعي والإدراك، والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عنها"<sup>5</sup>.... يتضح من تعريف الإعلام أن مهمة الإعلام هي نشر الأخبار والمعلومات الصادقة على الجماهير وهذا ما يدل على أنه عملية ذات اتجاه واحد فقط. بينما

<sup>1</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 63.

<sup>2</sup> - صبحي حبر العتيبي، تطور الفكر والأساليب في الإدارة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 333.

<sup>3</sup> - محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 34.

<sup>4</sup> - علي الباز، الإعلام و الإعلام الأمني، مكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط 1، 2001، ص 87.

<sup>5</sup> - محمد العزازي أحمد إدريس، المرجع السابق، ص 38.

العلاقات العامة هي أكبر من ذلك فهي ذات اتجاهين وهي عبارة عن تخطيط للبرامج وإعداد للبحوث وإجراءها ودراسات الرأي العام وتلقي ردود فعله لتعديل برامجها وفقا لذلك وتنفيذها من خلال الإعلام، وأن الصلة الدائمة بينهما هي الوصول بالرسالة الإعلامية إلى الجماهير وتقبل رد الفعل منه<sup>1</sup>. وهكذا يعتبر الإعلام وظيفة فعالة من وظائف العلاقات العامة للاتصال بالجماهير، ويقول **Rubin** في هذا الصدد: إن الإعلام ليس إلا وجها من وجوه العلاقات العامة، ولا يشترط أن يكون جانبا من جوانب برامجها<sup>2</sup>.

**6-2- العلاقات العامة والإعلان:** يعتبر الإعلان نشر للمعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها وتقبلها نظير دفع مقابل بواسطة شخص معين<sup>3</sup> ويستخدم الإعلان كذلك لنقل وجهات النظر وتفسير السياسات والأحداث وتقديم التوجيهات المفيدة. وعليه يمكن اعتبار الإعلان وسيلة من وسائل العلاقات العامة وأساليبها والدليل على ذلك أن في بدايات ظهورها استخدم **Evylee** هذا الأسلوب لا للترويج عن السلع والمنتجات بل استخدمه أثناء إضراب عمال شركة "كولورادوا" حيث نشر إعلانا في جميع الصحف بين فيه موقف الشركة من العمال ووجهة نظرها في هذا الإضراب<sup>4</sup>. وهذا من بين الأسباب التي أدت إلى الخلط بين الإعلان والعلاقات العامة لكن في حقيقة الأمر كلاهما يختلف عن الآخر، ويمكن توضيح نقاط الاختلاف بين كل من العلاقات العامة والإعلان فيما يلي:

- تهدف إلى التعريف بالمؤسسة وتعزيز سمعتها ومكانتها في المجتمع، أما الإعلان مبيعات المؤسسة دون التركيز على المؤسسة نفسها.

- إظهار المؤسسة على حقيقتها فهي مرآة المؤسسة التي تنعكس صورتها للجمهور وصورة الجمهور عن الإدارة العليا. وبالنسبة للإعلان عرض الحقائق مجملتها بوشاح يجعلها أكثر جاذبية وإغراء، أي تركيزه على المحاسن والتغاضي عن العيوب.

- تلتزم رغبات الجمهور واحتياجاته وإرشاد المؤسسة للتصرف في ضوءها. وبخصوص الإعلان عدم استجاباته لحاجات الفرد بل يخلق له حاجات ويفرضها عليه ويدفعه لشراء سلع ليس بحاجة لها.

- النشر في العلاقات العامة يكون على شكل معلومات وأخبار موجهة لجماهيرها، بينما الإعلان يتم شراء حيز للنشر سواء كان مساحته في صحيفة أو واسطة نقل أو وقتا في الإذاعة والتلفزيون عن طريق دفع مقابل.

- تقوم بالعرض من غير ضغط والإعلان يقوم بإعطاء بعض الحقوق للمعلن كالتحكم في صياغة الإعلان وطريقة نشره والمكان والوقت.

- نشوئها للتخفيف من الآثار السلبية للإنتاج الضخم والإفراط من التخصص وضعف الصلة بين المنظمة وجماهيرها، أما الإعلان نشوئه نتيجة لظاهرة الإنتاج الضخم<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - جميل أحمد أخضر، مرجع سابق، ص 66.

<sup>2</sup> - علي الباز، المرجع السابق، ص 87.

<sup>3</sup> - حسن محمد خير الدين، مرجع سابق، ص 29.

<sup>4</sup> - علي عجرة، مقدمة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ص: (37 - 38).

<sup>5</sup> - فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص ص: (61 - 63).

ورغم هذه الاختلافات فهذا لا ينفي من أن كل من العلاقات العامة والإعلان يلتقيان فيما يلي:

- استخدام العلاقات العامة للإعلان ليس لزيادة المبيعات فقط بل لتغطية نشاط آخر للمؤسسة فيكون دوره تنقيفيا وتوجيهيا لإيصال الحقائق كما أنها تستفيد منه في ميدان البحث ودراسة الجماهير والاهتمام بها وبالتالي فكلاهما يسعى لزيادة رصيد المؤسسة في المبيعات أولاً، وزيادة رصيدها في التأييد والشعور الطيب اتجاهها ثانياً<sup>1</sup>.

**6-3- لعلاقات العامة والدعاية:** لقد عرفت الدعاية بأنها: "التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاه معيناً نحو نظام أو مذهب بصورة ايجابية أو وسيلة، كما تحاول تحقيق التهيئة النفسية للأفراد لقبول وجهات النظر التي ندعو لها والتشبع بها وقد تلجأ في ذلك لتشويه الحقائق وتحريفها"<sup>2</sup>. وهناك اختلافات جوهرية بين كل من العلاقات العامة والدعاية، وهذا ما يجعل كل منهما يتميز عن الآخر، وتتمثل هذه الاختلافات فيما يلي:

- تقوم الدعاية على "الضغط الفوقي" أي الضغط المباشر على أفكار الأفراد والجماعات وذلك بطرق ووسائل تعسفية تؤثر عن طريقها على التصورات العامة وتوجيه الرأي العام، وبهذا فهي لا تمنح الفرصة للأفراد لتكوين آرائهم بحرية. بينما العلاقات العامة تستخدم الأسلوب الذكي الهادئ والمقنع والرشيد، فتحقق أهدافها بطريقة لا عنف فيها ولا قسر<sup>3</sup>. وعليه يتضح أن العلاقات العامة فلسفة منبثقة عن الديمقراطية وقائمة على مبادئها في احترام رأي الفرد وحقه في الوصول إلى الحقيقة كاملة في كل ما يؤثر على حياته على عكس الدعاية مرتبطة بالنظم الاستبدادية.

- تعمل العلاقات العامة للمدى الطويل إذن هي نشاط دائم من نشاطات المؤسسة بينما الدعاية تهدف إلى تحقيق أهداف سريعة ووقتية ولا تهتم بالنتائج البعيدة.

- العلاقات العامة هي سلاح ذو حدين فهي لا تكتفي بإيصال رسالتها الإعلامية إلى الأفراد بل تسعى إلى محاولة التعرف على ردود الفعل اتجاهها والاسترشاد بها لتوجيه المؤسسة، أما الدعاية تركز على الأفراد في التأثير عليهم لا اعتناق أفكار معينة واتخاذ سلوك واحد وبالتالي فهي ذات اتجاه واحد<sup>4</sup>.

- تحاول الدعاية السيطرة على عقول الجماهير ودفعها إلى سلوك معين يخدم أغراض الجهة المعنية دون مراعاة مصالح تلك الجماهير، بينما تقوم العلاقات العامة أساساً على خدمة المصلحة العامة ووضع مصلحة جماهير المؤسسة في المقام الأول في سياساتها وأعمالها.

- تساعد العلاقات العامة على تثبيت مبادئ الأخلاق لأن التزامها بها يجعلها تعمل كقدوة حسنة للأفراد لكن الدعاية تقوم بهدم المبادئ بأساليبها الغير سليمة.

<sup>1</sup> - جميل أحمد أخضر، مرجع سابق، ص 68.

<sup>2</sup> - محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 39.

<sup>3</sup> - قباري محمد إسماعيل، مدخل إلى علم الاجتماع المعاصر ومشكلات التنظيم والإدارة والعلوم السلوكية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1988، ص ص: (325، 326).

<sup>4</sup> - فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 58.

- لا تتوانى الدعاية عن تزوير الحقائق واستغلال عواطف الجماهير وغرائزها مما يؤدي إلى تخدير الجماهير وشل تفكيرهم، أما العلاقات العامة تعتمد على الإعلام الصادق أي نشر الحقائق والمعلومات بأمانة ودقة مما يؤدي إلى نتائج ايجابية لصالح المجتمع بنشر الثقافة والتوعية<sup>1</sup>. وكما جاء في قول **Canfield**: ومع أن العلاقات العامة تستخدم الدعاية ومع أن أهداف العلاقات العامة وأهداف الدعاية قد تكون واحدة في بعض الأحيان، إلا أن العلاقات العامة تستهدف التأثير على الجماهير عن طريق الإقناع الأمين لما فيه الصالح العام، على حين الدعاية على نقيض ذلك تستهدف التلاعب بالعقول وتشويه الحقائق والتدخل في حرية الاختيار<sup>2</sup>.

وعلى الرغم من كل هذه الاختلافات بين العلاقات العامة والدعاية إلا أنهما يلتقيان فيما يلي:

- كلاهما يتناول دراسة نفسية الفرد وسلوك الجماعات وكيفية التأثير معتمدة وذلك على أسس علمية والاستعانة بوسائل الإعلام لتحقيق أغراضها الأمر الذي يؤدي إلى تطوير تلك الوسائل علمياً وفنياً<sup>3</sup>. ومما تقدم تبين أن هناك فارق جوهري يميز العلاقات العامة عن الإعلام والإعلان والدعاية وهو أن العلاقات العامة هي علاقات رسمية وموضوعية ترعى الصالح العام، أما الإعلان والإعلام والدعاية فلا ترعى سوى الصالح الخاص. لكن على الرغم من ذلك يصعب فصل العلاقات العامة عنهم<sup>4</sup> لأنهم بمثابة الأساليب التي تستخدمها العلاقات لنشر المعلومات والحقائق بغرض التأثير الواعي والمقصود وبالتالي تحقيق التفاهم والمشاركة وكسب ثقة الجماهير في المؤسسة وتأييدها وبناء سمعة حسنة وصورة ذهنية طيبة لها<sup>5</sup>.

**6-4- العلاقات العامة والتسويق:** "التسويق هو مجموعة الأنشطة الفرعية المتكاملة التي تهدف إلى تسيير انسياب وتدفق السلع والخدمات والأفكار من مواقع إنتاجها إلى مواقع استهلاكها". وتختلف العلاقات العامة عن وظيفة التسويق من حيث المفهوم والقدرات ويتضح ذلك مما يلي:

- إن العلاقات العامة تتعامل مع كافة فئات الجماهير المرتبطة بالمنظمة في حين أن التسويق يتعامل مع بعضها وليس كلها مثل المستهلكين والموردين<sup>6</sup>.

- إن مجال تأثير النشاط التسويقي ينحصر في أربع عناصر يمكن التحكم فيها وهي: السعر قنوات التوزيع المستخدمة، جودة المنتجات بالإضافة إلى الجهود الترويجية، وكل هذا من أجل تحقيق الربح. أما عن مجال تأثير العلاقات العامة فهو أوسع وأشمل، فهو كل ماله علاقة باسم وسمعة ومكانة المنظمة لدى الجمهور<sup>7</sup>، ويقول **Wattman**: من الخطأ أن تقوم العلاقات العامة ببذل معظم جهودها لترويج المنتجات وهذا يعد الوظيفة الرئيسية للتسويق. أما عن عمل العلاقات العامة يجب أن يشمل تحضير أذهان الجمهور لقبول الإنتاج والرضا عن نشاط المنظمة من خلال الحديث وشرح تاريخها وكيفية إدارتها والفوائد العديدة التي تعود على الجماهير المتعاملة معها<sup>8</sup>.

1- جميل أحمد خضر، مرجع سابق ص 69.

2- محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، مرجع سابق، ص 85.

3- فخري جاسم سلمان وآخرون، مرجع سابق، ص 59.

4- قباري محمد إسماعيل، مرجع سابق، ص ص: (455، 456).

5- محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، مرجع سابق، ص 85.

6- محمد العزازي أحمد إدريس، مرجع سابق، ص 36.

7- جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 65.

8- محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص 192.

يتضح من هنا أن الأدوار التي تؤديها الوظيفتين مختلفتان تماما وغير متناسقتان مع بعضهما البعض حيث أن :

- التسويق يأمل في جعل المنظمة تميل أكثر لتحقيق أهداف السوق لكن العلاقات العامة تأمل إلى جعل المنظمة تميل أكثر لتحقيق أهداف الجمهور.

- نشوء التسويق أساسا لاستشعار حاجة الجماهير وخدمتها وإرضائها محققا في ذلك ربحا معيناً. أما العلاقات العامة نشأت لخلق النيات الحسنة لدى الجماهير المختلفة للمنظمة. وعليه هناك اختلاف بينهما من حيث الأدوات والأساليب المستخدمة، فالتسويق يستخدم بحوث التسويق للتعرف على احتياجات المستهلك بالنسبة لخصائص المنتجات المعروضة عليه، بينما العلاقات العامة تستخدم ما يعرف ببحوث الرأي العام والقياس العلمي لهذه الاتجاهات<sup>1</sup>. ورغم الاختلافات الموجودة بين التسويق والعلاقات العامة لم تمنع من وجود اتفاقيات بينهما في المجال والأهداف إضافة إلى الترابط في بعض الوظائف التنظيمية. فالتسويق والعلاقات العامة هما وظيفتان اللتان تمثلان الواجهتين الرئيسيتين لمنظمة الأعمال فكلاهما ينطلقان في عملهما من مبدأ إرضاء رغبات الجماهير.

**6-5- العلاقات العامة والشؤون العامة:** تعني الشؤون العامة بصفة تقريبية كل ما ينبغي أن تتحمله المنظمة العامة أو الخاصة من مسؤوليات وواجبات اتجاه مجتمعها سواء كانت متعلقة بالمشاكل العامة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.... الخ. أما العلاقات العامة فتعني الاتصالات.

<sup>1</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص 65.

## المبحث الثاني : العلاقات العامة في الشرطة والأمن المروري

### المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بجهاز الشرطة

تعتبر ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بشكل متفاعل وإقناعي من ضرورات العمل الأمني وأساسياته وعلى الرغم من غياب توفر دراسة خاصة بأساليب هذه الممارسة في مديريات الأمن والشرطة إلا أنه يمكن لإعتماد طرق وأساليب الممارسة العامة للعلاقات العامة في منظمات الأعمال المختلفة باعتبار أن الأجهزة الأمنية منظمات أعمال ينطبق عليها ما ينطبق على منظمات الأعمال الأخرى<sup>1</sup> من حيث تبني استراتيجية واضحة المعالم لممارسة العلاقات العامة في إطار القيام بوظائف ومهام معينة إستعانة بعمليات التخطيط والأبحاث والبرامج وإعتماد نماذج تطبيقية مع تنظيم محكم لجهاز العلاقات العامة وغير ذلك من عناصر استراتيجية العلاقات العامة .

وتعرّف العلاقات العامة بالشرطة أنها: " فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعاً، ولكسب هذه الثقة وتأييدهم وتعاونهم مع رجال الشرطة وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الشرطة"<sup>2</sup>. ويكون هذا الدعم علمي ثقافي ومعنوي وسياسي وإجتماعي لرجل الشرطة لينهض هذا الأخير برسالته على أكمل وجه .

من خلال ما عرضناه سابقاً حول ماهية العلاقات العامة أدركنا أنها صلة بين طرفين، أحد هذين الطرفين غير معروف ومحدد للآخر على وجه التحديد، لكن تربطهما مصلحة مشتركة وإنطلاقاً من هنا نستطيع القول بأن العلاقات العامة بالشرطة هي رابطة بين جهاز الشرطة وبين المواطنين أساسها المصلحة المشتركة والمتبادلة بينهما . فمصلحة الشرطة هي أن تنجح في تحقيق رسالتها بتوفير الأمن والطمأنينة والإستقرار للمواطن، والشرطة تدرك أن نجاحها في ذلك الأمر لا يمكن أن يتحقق بغير تعاون المواطنين معها، ويتمثل هذا التعاون في تقبل المواطنين للتعليمات والقوانين والنظم التي على تطبيقها تسهر الشرطة فان تقبل الناس مثلاً لتعليمات رجال الأمن على مستوى الطرق والتقليل من وقوع حوادث المرور وهو أمر يهم الشرطة لأنها تسعى إلى تحقيقه، أما مصلحة المواطن فتأتي من حاجة كل مواطن إلى العيش في جو من الأمن والطمأنينة والإستقرار، ففي ظل الأمن يستطيع كل مواطن أن يعمل ويكسب 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 الامن ...

من هنا تلتقي المصلحتان اذن..فالشرطة تسعى إلى تحقيق الأمن والمواطن يريد الأمن، ومن هنا تنشأ العلاقة بين الشرطة والمواطن....علاقة تقوم على أساس تبادل المصلحة .

<sup>1</sup> خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة، العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مجلة المناهج التدريبية المتكاملة، إشراف عبد الرحمان توفيق، ط1، 2003، ص40.

<sup>2</sup> مجلة الامن الوطني للشرطة، العلاقات العامة في الشرطة ودورها في خدمة المواطن، العدد 9 جوان 1977، تصدر عن المديرية العامة للامن الوطني، ص 25.

## المطلب الثاني: مكانة العلاقات العامة بجهاز الشرطة

### أولاً- أهمية العلاقات العامة بالشرطة :

يتضح لنا من التعريف السابق للعلاقات العامة في الشرطة من جانب أول مدى أهمية وجود هذا الجهاز في عمل الشرطة لمساندتها في نشر رسالتها وإقناع الجماهير وكسب ثقتهم وتأييدهم ومد يد العون للمساهمة في تحقيق الأمن والطمأنينة، هذا بالنسبة للجماهير الخارجية، كما يثبت من جانب ثان فيما يتعلق بالجمهور الداخلي العناية الفائقة بغرس وتعميق المبادئ الاخلاقية والثقافية والمعنوية والدينية في نفوس العاملين ورعايتهم إجتماعيا وماديا من أجل حثهم على العمل للنهوض برسالة الشرطة على أكمل وجه .

كذلك من جانب آخر هذين الطرفين غير محدد للآخر على أوجه اليقين وإن كان كل طرف كنهما يرتبط بالآخر برابطة المصلحة المتبادلة، فالشرطة تهدف إلى نشر رسالتها وتحقيق أمن المجتمع وحمايته عن طريق تأييد الجماهير وتعاونها، والجماهير في نفس الوقتيهما بالدرجة الأولى العيش تحت مظلة الامن والإستقرار، وهنا يبرز دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الغايات والأهداف للطرفين، لأن مصلحة الشرطة هي أن تنجح في تحقيق الأمن والإستقرار للجماهير ولن يتحقق لها هذا إلا إذا تجاوبوا معها .

ومن هنا تبرز أهمية المسؤولية التي تهنض بها العلاقات العامة في الشرطة من خلال الدور الذي يلعبه الرأي العام في إقرار الامن ومكافحة الجريمة أو السلوك السلبي، وحيوية الدور الذي يؤديه العاملون في جهاز الشرطة بصفة عامة في تحقيق رسالتها وأهدافها، ويمكن أن نستشف أهمية ودور العلاقات العامة بالشرطة و بناءا على التعريف الذي أدرجه الدكتور جاسم خليل مبرزا للعلاقات العامة بالشرطة بإعتبارها في قوله: "العلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل زالمخطط سالفاً، المتبع للإتصال بالجماهير الواسعة بفرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات لتحقيق أمنهم وإستقرارهم والعمل على كسب ثقتهم وتأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها"<sup>1</sup>، ولإيضاح عناصر أهمية العلاقات العامة بالشرطة وفق هذا التعريف ندرج مايلي :

- **أسلوب علمي أمثل للإتصال** : يراد بهذا العنصر أنه ثمة طائفة من الأساليب النفسية و العلمية المتسمة بالملائمة والمقدرة على تحقيق الأهداف المخططة تتبعها الشرطة لأداء رسالتها في الأمن والإستقرار سواء أفرغت في قالب مباشر لها كحملات التوعية المرورية والمحاضرات والندوات وإقامة المعارض، أو في قالب غير مباشر يتخذ قالب صورة النداءات التحذيرية والإرشادية من خلال أجهزة الإعلام المختلفة .

- **تعدد وتنوع أساليب التوعية والإرشاد والإقناع** : تهدف رسالة الشرطة إلى توعية الجماهير بالمخاطر التي تحيط بهم وتعكر صفو أمنهم وإستقرارهم، وليس هذا فحسب بل وتعتمد الشرطة إلى إرشادها إلى هذه المخاطر بتوجيه النصائح والإرشادات لها بتفاديها مع عدم إغفال الإقناع الذي توفر أجهزة الشرطة له السبل من أجل تحقيقه لأن متى إقتنع الناس برسالة الشرطة أصبح عندهم الإستعداد للتعاون وإيجاد الثقة المتبادلة .

<sup>1</sup> محمد قيراط و إسماعيل عبد البار، وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وأفاق المستقبل، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2006، ص 46 .

تظهر أهمية الآثار المترتبة عن تحقيق رسالة العلاقات العامة في التوعية للجماهير وإرشادهم فضلا عن إقناعهم بتلك من خلال التعدد والتنوع الكبيرين لوسائل الإستقبال المتاحة أمام رجال العلاقات العامة لإحداث هذا الأثر الثلاثي لدى الجماهير ذلك أن مثل هذا التعدد يتيح لها فرصة المفاضلة والاختيار للأسلوب الأكثر ملائمة من سواء الإلتباع في ظل تحقيق عنصرى السرعة والفاعلية في إحداث الأثر له على وجه لا يتوقف لها عداه من الأساليب، وهذا أمر يتوقف على الظروف المحيطة بكل حالة على حدا وبطبيعة الهدف المخطط له وبنوعية الطائفة الجماهيرية الموجه إليها، وبتوقيت المتخذ خلاله الأسلوب المعني وجميعها أركان أساسية لإنتقاء أكثر الأساليب ملائمة، ولضمان ترتيب الآثار الإرشادي والإقناعية لدى جماهير العلاقات العامة الداخلية والخارجية على سواء .

- **كسب ثقة وتأييد الجماهير:** من الطبيعي أن الشرطة حين تضطلع بنشر رسالتها وتحقيق أهدافها أن تجري في المقام الاول كسب ثقة وتأييد المواطن لها، وتأمل منهم المساعدة وأنه بدون مساعدته فإن الفشل سيكون مأل جهودها وجميع نشاطاتها، إذ هناك أمثلة كثيرة عن جهود الجماهير التي ساهمت في الكشف عن جرائم وقعت أو كادت أن تقع، وهذا ما يؤكد مدى أهمية تعاون الجماهير مع أجهزة الشرطة في أداء رسالتها القمعية، هذا ليس ثمة شك في أن توفر عنصرى الثقة والتأييد من جانب جماهير العلاقات العامة أمر لن يتحقق إلا إذا اجتمع له شرطان أساسيان، أحدهما يتحرى القائمون على أمر الاتصال بالجماهير من رجال العلاقات العامة الصدق والأمانة في الكشف عن الحقائق وفي القيام بمهام إذ بدون ذلك لن يحظو بالثقة عن أول إصطدام بالواقع، وثانيهما أن تتصف عملية الثقة بكونها متبادلة من الطرفين أي من جانب كل من الجماهير والقائمون على أمر العلاقات العامة<sup>1</sup> .

- **رفع مستوى رجال الشرطة :** ويتعلق هذا العنصر بالدرجة الأولى بالعاملين في جهاز الشرطة من عسكريين ومدنيين ذلك أن ما تقوم به العلاقات العامة بالشرطة 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 الشرطة وبالتالي تحقيق أحسن النتائج وكذا توطيد العلاقة بين الشرطة والجمهور ومنه القضاء على كل ما من شأنه المساس بأمن المواطن<sup>2</sup> .

ومن هذا المنطلق لمفهوم العلاقات العامة في الشرطة يتضح مدى الأهمية التي تؤديها العلاقات العامة بالشرطة ومكانتها بهذا الجهاز على الصعيدين الداخلي والخارجي .

<sup>1</sup> محمد قيراط وإسماعيل عبد الباري، مرجع سابق، ص46-47 .  
<sup>2</sup> كلمة عميد الشرطة لأمن ولاية سطيف، الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، دار الثقافة هواري بومدين بمناسبة إفتتاح فعاليات الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، سطيف، يوم 25-04-2010، على الساعة 11 صباحا .

## ثانيا- معوقات العلاقات العامة العامة بجهاز الشرطة :

ومن بينها نذكر:

- **غياب العنصر البشري المؤهل** : نجد غياب للعنصر البشري المؤهل والمدرب للقيام بمهام ومسؤوليات هذا الجهاز، فليس ثمة شك في أن عدم توفر العناصر البشرية المؤهلة القادرة على العطاء وعلى مواكبة التطور الحديث الذي يسود مجال العلاقات العامة باستمرار من شأنه إعاقة عملية التحديث وبالتأكيد سيساهم في إضفاء الطابع التقليدي القديم على برامج العلاقات العامة .

- **غياب الإمكانيات** : الإمكانيات المادية الملائمة ووسائل الإتصال الحديثة بمختلف أنواعها لخدمة برامج العلاقات العامة من معوقات العلاقات العامة وتحقيق رسالتها، وينعكس ذلك بسلبية في مجالي رسم السياسة العامة ووضوح الخطط المستقبلية الكفيلة بتنفيذ أهداف العلاقات العامة .

- **عدم وجود برنامج علمي مخطط للحوافز** : بنوعها الإيجابي والسلبي تحقيقا لمبدأ الموازنة والتنسيق بين عنصري الثواب والعقاب ومن هنا كان المحتم وضع سياسة علمية لتلك الحوافز بحيث تؤدي إلى مساعدة الأفراد وتحفيزهم من ناحية على تقديم خدمات أفضل في هذا المجال وتشجيعهم على الابتكار والتجديد في العلاقات العامة، فضلا عن تقويم ذوي السلوك المعوج منها ردعا لهم ومنها لغيرهم من الوقوع في دائرة الخطأ .

- **عدم الاستجابة لبرامج العلاقات العامة** : يعد هو الأخر عائقا لا يمكن إغفاله أو التغاضي عنه وذلك أن عدم إستجابة القائمين على أمر العلاقات العامة لبرامجها من شأنه أن يسهم في إحداث فجوة بين رجل العلاقات العامة والجمهور مما يضعف من إيصال الرسالة بالشكل المراد .

- **عدم الإنفتاح في سياسة وبرامج العلاقات العامة** : على الدول المتقدمة في هذه المجالات قد يشكل عائقا أمام سياسات ومناهج التحديث والتطور المستهدفة، كما وأن عدم الإنفتاح في سياسات وخبرات الآخرين في هذا المجال والإستفادة من تجاربهم والعمل على تطوير هذه الخبرات والتجارب بما يتلائم وطبيعة العمل لدينا أمر يترتب عنه لا محالة على نوع أو آخر من الترددي والإنهيار الهيكلي للبناء التنظيمي للإدارة وللأسس القائمة عليها في منظورها الإنساني أو العام، ويمكن تفادي ذلك العجز من خلال عدة طرق يتصدرها في الأهمية والأولوية إيفاء العاملين في بعثات أو دورات خارجية للوقوف عن كثب على أحداث ماتوصل إليه من سبقنا في هذا المجال من أساليب الإتصال الجماهيري الحديث<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد قيراط وإسماعيل عبد الباري، مرجع سابق، ص 52-53.

## المطلب الثالث: العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بجهاز الشرطة

**أولا العلاقات العامة الخارجية:** بما أن العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح مع الناس فإن المختصين بالعلاقات العامة يسعون للإتصال بال جماهير وصولا للرأي العام لتحقيق أهدافهم من أجل إقامة علاقات طيبة مع الجمهور، وصفة الطيبة هنا تحمل معاني ودلالات عديدة وكثيرة منها أنها تركز على مبادئ أخلاقية أهمها الإعلام الصادق والإبتعاد عن الزيف أو الرغبة في التسلط على الجمهور أو على قيادة الإدارة .

في إطار ذلك تسعى العلاقات العامة بالشرطة إلى تحقيق العديد من الاهداف على نطاق جمهورها الخارجي التي على ضوئها تعمل على كسب ثقته وتأييده للأهداف التي تحرص أجهزة الشرطة على تحقيقها، وتتمثل هذه الاهداف على النحو الآتي :

- **تنمية ثقة الشعب بجهاز الشرطة:** إذ يتحقق ذلك بتطوير السلوك العام للشعب في الإتجاه الملائم لتحقيق أغراض الشرطة وتبصير المواطنين بأهمية تعاونهم مع رجال الشرطة من أجل مكافحة الجريمة أو التقليل من الحوادث المرورية، ذلك ان الشرطة وحدها لا تستطيع القيام بمهمة استتباب الأمن مالم يتكاتف ويتعاون الجمهور معها .

- **تيسير الاتصال المباشر بالجماهير:** فمن أهداف العلاقات العامة في الشرطة نقل آراء الجماهير ومقترحاتهم إلى الجهات المختصة للوقوف عن كذب على ما يقال ويتداول عن جهاز الشرطة والرد عن الإستفسارات المطروحة ونقلها إلى الإدارات العليا في إنتظار الرد عليها .

- **تبصير الجماهير بالحصول على الخدمات والمنافع:** فمن أهداف العلاقات العامة بالشراكة مع إرشاد المواطنين والذي تربطهم مصالح بأجهزة الشرطة وبأيسر الطرق وأسرعها فمثلا حين يقوم قسم العلاقات العامة في الشرطة بتوضيح إجراءات ويبصر المواطنين بالطريق السليم للحصول على هذه الخدمات دون عناء أو تعب وهذا من شأنه توفير وقتهم وجهدهم .

- **تحقيق المصلحة المالية و الإقتصادية:** تؤدي العلاقات العامة في الشرطة دورا إقتصاديا هاما لخدمة الجماهير وذلك لأنها تحول بينه وبين فقدانه لأمواله وممتلكاته بتعميق الوعي لديهم لتجنب أسباب وقوع الحوادث بخاصة فيما يتعلق بسرقة السيارات والمنازل والمتاجر، كما تسعى العلاقات العامة في هذا الصدد إلى بيان وشرح الأساليب التي يلجأ إليها المحتالون في تنفيذ مثل هذه الجرائم حتى يكون المواطن على بصيرة وحرص من ذلك .

- **التعريف بدور الجهاز وأساليبه العلمية والحديثة المحققة لرسالته:** تقوم العلاقات العامة في الشرطة بدور ثقافي، من خلال إعلام الجماهير بمختلف الأنشطة والأعمال التي تقوم بها أجهزة الأمن في كشف الجرائم، وبهذا الدور تضيف معلومات جديدة لم تكن لتتحقق إلى عن طريق جهاز العلاقات العامة بأجهزة الشرطة .

- **توثيق الروابط بأجهزة الإعلام ومختلف أجهزة الدولة:** وذلك بتنمية التعاون المستمر والتفاهم الأفضل مع أجهزة الإعلام عن طريق تزويدها بالآخبار المتعلقة بالشرطة وإمدادها بالإحصائيات "حوادث المرور مثلا" والصور اللازمة وتحديد المواعيد الخاصة بالمقابلات والمؤتمرات، إيماننا منها بأهمية وسائل الإعلام في نشر الرسالة الشرطة وتوصيلها إلى الجماهير، فلا غنى عن أجهزة الإعلام في العمل الشرطي لتحقيق مصلحة المواطن .

كما تهدف العلاقات العامة بالشرطة على إقامة جسور التعاون وتوثيقها بمختلف أجهزة الدولة بتدعيم التعاون المشترك بين الشرطة وباقي المؤسسات الحكومية إذ تعمل العلاقات العامة على تسهيل إجراءات العامل اليومي للجهات الخاصة وتذليل الصعوبات أمام المراجعين وفي ذلك تحقيق للسمعة الطيبة التي يجب أن تتمتع بها الشرطة .

- **إستنباط مؤشرات الرأي العام وقياسه :** حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة إلى دراسة وتحليل إتجاهات الرأي العام اتجاه الشرطة وخدماتها وما يعرض من شكاوي أو مقترحات حول هذه الأمور عبر أجهزة الإعلام وتعديل إتجاهات الرأي العام إتجاه الشرطة وأدائها<sup>1</sup> .

### ثانيا. العلاقات العامة الداخلية :

إن فاقد الشيء لا يعطيه - كما يقولون - ولذلك فإن حرص جهاز العلاقات العامة بالشرطة على حسن المعاملة وإقامة علاقات طيبة بين الشرطة وبين الرأي العام " الجمهور الخارجي "، فإن الترتيب المنطقي أن يقيم علاقات طيبة داخل جهاز الشرطة ذاته إنطلاقاً من مبدأ أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة، فحري بها إذن أن تبدأ من داخل المؤسسة الامنية ذاتها فيما يعرف بالعلاقات العامة الإنسانية. وفي إطار ذلك تسعى العلاقات العامة الداخلية بالشرطة إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الداخلي التي على ضوءها تضمن تفانيه في أداء واجبه وتكسب وده ومن بينها :

- **ديمقراطية القيادة وكفاية الحاجات المعنوية للعاملين :** وتتمثل في تلك المظاهر الإنسانية التي يجدر بقيادات المنظمات أن تقوم بها إتجاه العاملين إذ من الضروري أن يشعر المرؤوسي بمشاركة رؤسائهم لهم في مشاعرهم الإنسانية ورعايتهم لظروفهم وأوضاعهم وحل مشاكلهم والعمل على خلق جو من الغستقرار النفسي والمادي لهم، وإصطلاح الرؤساء أو القادة في مجال الشرطة ينطبق عن كل رتبة بالنسبة للرتبة الأقل، خاصة الضباط بالنسبة للصف أو الجنود، فعلى مدى إرتفاع الروح المعنوية لدى العاملين بالشرطة خاصة الصف والجنود تتوقف أمور هامة، إن الذي يضحى بحياته في مطاردة المجرم أو إطفاء الحريق أو إنقاذ الإنسان في ظروف معينة لا يدفعه - في تلك اللحظة الحاسمة - أمر عسكري فحسب بقدر ما تدفعه للمخاطرة والتضحية - حتى بحياته - روح معنوية سبق لقادته أن كونها في نفسه، وعملوا على تشجيعها ورفعها من قبل، فحولته إلى إخلاص وتфан وتضحية ، ومما لا شك فيه أيضا ان من واجب القادة باشعار العاملين بأهمية الاعمال التي يؤديونها صغيرة كانت ام كبيرة لإشعارهم بأهمية أدوارهم، ولا يمنع ذلك أجهزة العلاقات العامة، او بواسطة الإجماعات أو اللقاءات المختلفة<sup>2</sup> .

- **تنمية التجديد والإبتكار لدى رجل الشرطة :** يعمل قسم العلاقات العامة في الشرطة على تقديم الإقتراحات البناءة والخطط المستقبلية إلى الإدارة العليا التي من شأنها العمل على زيادة تنمية روح الإبتكار والتجديد و الإبداع لدى العاملين بالجهاز، إذ من شأن ذلك زيادة دعم وأصر الثقة وروح الود والتعاون بينهم وحل مشاكلهم العامة والخاصة .

- **نشر الوعي الوطني وإزكاؤه بين رجال الشرطة :** تهدف العلاقات العامة إلى تأكيد ولاء وإنتماء رجال الشرطة لوطنهم ولمجتمعهم وللجهاز الذي يعملون في خدمته وذلك من خلال

<sup>1</sup> محمد قيراط و إسماعيل عبد الباري، مرجع سابق، ص 49-51.

<sup>2</sup> علي الباز، الإعلام و الإعلام الامني، مكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط 1، 2001، ص 152-153 .

التوعية العامة وغرس الروح الوطنية في نفوسهم وتمكينه من متابعة ما يجري من أحداث على المستوى الوطني والقومي وتعميق إيمانهم بدورهم في نشر أهداف ورسالة الشرطة .

- **نشر الوعي الشرطي والقانوني** : تحرص العلاقات العامة على إنجاح وتنشيط البرامج الإجتماعية والثقافية لرجال الشرطة والقيام بعمل لقاءات تعارف بينهم لمعرفة مطالبهم من أجل تحقيق الغيات المنشودة والعمل على توفير حاجاتهم المختلفة<sup>1</sup> .

### 3- العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور :

#### أ/ أسباب ضعف العلاقة بين الشرطة والمواطن :

هناك عدة عوامل ومؤثرات تدخل في إضعاف العلاقة بين الشرطة والمواطنين وهي عوامل تاريخية ونفسية، إجتماعية، ثقافية وإعلامية.

- **العوامل التاريخية والنفسية** : ذلك حيث كانت الشرطة تعمل لمصلحة الأجنبي المستعمر وتسعى لضمان قدر من الهدوء والسكينة في الأرض المستعمرة على حساب المواطنين، كما تسهم الشرطة في تحقيق سيطرة المستعمر على إدارة الشعب .

ومن الناحية التاريخية سجل على أجهزة الشرطة إستخدامها للعنف ضد المواطنين من سكان البلاد لدرجة إستخدام السلع ضد أبناء الوطن وأدمت ظهورهم بسياطها وسلبت حريتهم بدون وجه حق، مما أدى إلى كراهية الشرطة من طرف المواطنين<sup>2</sup> .

- **العوامل الإجتماعية والثقافية** : ترجع هذه العوامل إلى ضرورة أن يطبق القانون على الجميع بالتساوي، والذي قد لا يحظى بتأييد العامة في جميع الأحوال، مثلما يحدث عند تكليف الأمن بتنفيذ لائحة أو قانون هادف لمصلحة عامة مقابل مصالح خاصة .

- **العوامل الإعلامية** : وعن العوامل الإعلامية، فإنه تمكن الإشارة إلى ماتقوم به وسائل الإعلام من تغطية غير شاملة لما تبذله الشرطة من مجهودات في سبيل ضمان أمن وسلامة المواطن وصيانتته والحفاظ على عرضه وماله، والذي يعرض رجال الأمن للخطر أحيانا، قد يقوم الإعلام بعرض وقائع غير صحيحة نظرا لعدم تحري الصحافة للدقة، أو للمبالغة في عرض الأحداث، أو السحرية أو الإستهزاء مما يؤدي إلى خلق جو غير صحي بين الشرطة والمواطن .

هذا مع العلم أن للإعلام أثر كبير على تكوين إتجاهات الرأي العام، إذ يمكن الاستغلال الأمثل له من أجل التأكيد على تعاون الجمهور كما هو الحال في أعمال البحث الجنائي والتعرف على المفقودين وفي الإلتقان والدفاع المدني ونشر الوعي والإرشاد في مجالات الحياة العامة التي تفيد وتوفر الكثير من الجهد والمال للمواطنين<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> محمد قيراط، إسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص 51 .

<sup>2</sup> مصطفى عبد المجيد كاري، التسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة والوقاية منها، أبحاث الندوة العلمية الرابعة، دار النشر المركز العربي للدراسات الامنية، الرياض، 1993، ص 144 .

<sup>3</sup> مصطفى عبد المجيد كاري، المرجع نفسه، ص 147-148 .

ب/ إشكالية العلاقة "شرطة و المواطن" في الجزائر:

الأمر المعروف في الجزائر أن العلاقة بين الشرطة والمواطن تعاني من نقص في الثقة وفي المفاهيم إتجاه الحرية والقانون، والحق الواجب والحس المدني، كما ان المواطن الجزائري حاليا في مواجهة المشاكل الناجمة عن صعوبة التأقلم مع الوضعية المترتبة عن المرون من مجتمع تقليدي إلى مجتمع عصري والذي يحتم نوعا من السلوكات المنظمة بقواعد وقوانين أحيانا تقيد الحريات الشخصية لأجل الصالح العام .

معاناة الشعب لمدة 132 سنة من الإستعمار، جعلته يبتعد كليا عن الشرطي والقانون وكل من يساعد الشرطي من قريب أو من بعيد خائف، أما من يستطيع مراوغة القوانين فهو "بطل"، وتوالت هذه العقيلة لدى الأجيال .

بعد الإستقلال ظهر عامل جديد هو الثقة بين الدولة والمواطنين، والمواطن الذي لا يثق في دولته لا يمتثل لقوانينها، عندما تحميه الشرطة فإن المواطن يرحب بذلك ولكن عندما تتدخل الشرطة وتستعمل القوة فإن المواطن يثور عليها ويبغتها بكل النعوت .

في هذه الظروف ينمو لدى الشرطي الإحساس بنفور الشعب والإحساس بالوحدة والإنطواء فهو يتصرف بحذر مع الشعب بحكم عدم معاونة الشعب له وثقته فيه .

بالإضافة على إستعمال السلطة للشرطة في مهام التي لا تمت بصلة لمهام الشرطة، وكمثال عن ذلك: في سنة 1980 كنفتم الشرطة بحملة ضد التغييات في العمل، نشر الألبسة على الشرفات، محاربة الأحياء القصديرية... الخ<sup>1</sup> .

ج/ الإجراءات الإستراتيجية لتطوير العلاقة بين الشرطة والجمهور :

- الإختيار الجيد للعناصر المراد إدماجها في العمل الشرطي وذلك بإختيار أفضل العناصر من جنود وضباط وفنيين وعناصر مساعدة .

- تدريب هذه العناصر بشك مناسب للمستجدات العلمية والعملية، ويتناسب مع التطور الكبير في مجال العمل الشرطي، مع إستمرار التدريب الفعال والجاد قبل وأثناء الخدمة .

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

الرقابة السليمة والمستمرة لهذه العناصر، والمتابعة الواعية لكل فرد من افراد القوة سواء من الأجهزة الرقابية، أو من الرقابة الداخلية لقيادة القوات في كل موقع على حدى .

- العمل على تطوير أجهزة ووحدات الرقابة والعلاقات العامة بما يؤكد وصول الإنتقادات السلبية إلى قادة القوة في أعلى مستوياتها لإتخاذ القرار الملائم حتى لا يكون القادة في واد وجمهورهم في واد آخر، وحتى يمكن تدارك كافة السلبيات أولا بأول، وتحفيز الإيجابيات، وحتى لا تقبل روح المبادرة والإبداع للعناصر الفعالة ليل نهار وحتى لا يطغى أحد على الآخر .

<sup>1</sup> فوزي آيت عمر مزيان، الضبط الإجتماعى الرئيسى والرقابة نت الجريمة، ماجستير علم الإجتماع التتمية، 2002-2003، ص 140.

- الحرص على المظهر اللائق والسلوك المحترم لرجال الشرطة ومستوياتها، الأمر الذي يترك إنطباعا حسنا لدى جمهورهم، وجعلهم لا يشعرون نحوهم بالرهبة بل الود والرضى والتقدير والإحترام والإعجاب، إنطلاقا من الدور الإنساني الذي تؤديه الشرطة في مواقعها وعلى إمتداد مساحات الأقطار والمجتمعات التي يعمل بها رجالها<sup>1</sup>.

إن هذه العناصر والإستراتيجيات إذا عمل أصحاب القرار داخل إدارة الشرطة بها فمن المؤكد أن صورة الشرطي سوف تتحسن لدى المواطنين ويكون عمله ذا طابع سهل نوعا ما إذا ما لقر مساعدات من قبل المواطن في إطار تحسين تلك العلاقة التي يجدر بجهاز الشرطة ان يعمل على تحسينها قدر الإمكان، ومن بين الإستراتيجية الأخرى الهادفة أيضا إلى تطوير العلاقة بين الشرطي والمواطن نذكر على سبيل المثال :

- إزالة الرواسب التي مازالت عالقة في الأذهان حول طبيعة عمل الشرطي، وهي غالبا ما كانت موروثة عن عمل الشرطي إبان الإستعمار حيث يرى المواطنين أن الشرطي هو "ذلك الموظف القامع، المزعج، الظالم الذي لا تجده عند الحاجة إليه".

تعتبر الإستراتيجية خطوة هامة في تأسيس علاقات وطيدة مع الجمهور بإعتبار أن خدمة الشرطي مهمة نبيلة إذ ينبغي عليه إزالة الحواجز النفسية وغرس بذور المحبة والتعاون مع الجمهور .

- الإستعانة بأوامر ونواهي العقيدة الدينية لتفعيل التعاون بين الشرطي والجمهور حيث أنه من المقومات التي تدعوا إليها الشريعة الإسلامية توفير الأمن، وللدين تأثير كبير على سلوك الفرد وإتجاهاته وأفكاره، لذلك فالدين يلعب دورا في توطيد العلاقة .

- إستغلال سلك التربية والتعليم وذلك بتوفير التنسيق بين الجمهور وإدارات الشرطة وتكثيف رأي عام مساند للشرطة في مكافحة الجريمة ومعاينة المجرمين، وحث طلبة المدارس على لعب الدور المطلوب في إعانة الشرطة العاملة على نشر الأمن وخلق جيل متفهم للرسالة الشرطية .

- إستغلال الشعور الوطني للمواطنين في المحافظة على الوطن وأمته بتعميق شعور المواطنين بمسئولياتهم في حفظ الأمن والإستقرار والنهوض بوطنهم بفضل إحلال الأمن والطمأنينة .

- إعتداد بعض الحوافز المادية التشجيعية في تفعيل العلاقة بين الجمهور ورجال الشرطة وذلك في ميزانية مكافحة الجريمة عند التبليغ عن الجرائم، أو تقديم معلومات شبكات التهريب والمتاجرة بالمخدرات مثلا .

- كسب ثقة رجال الصحافة والإعلام وتسخيرهم في خدمة القضايا الشرطية في إطار ما يعرف بالإعلام الأمني العام، بإعتبار أن اجهزة الشرطة في حاجة ماسة لأجهزة الإعلام كونها تلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وتغلغلها داخل الأوساط الإجتماعية، ومدى

<sup>1</sup> مجلة الامن والحياة، أمنية ثقافية، إعلامية، العلاقة بين المواطن ورجل الأمن، ع217، أكتوبر 2000، مطابع أكاديمية بين العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص 42.

مقدرتها على التأثير عليها، لذلك ينبغي على رجال الشرطة إستغلال هذه الأجهزة لخدمة أمن المجتمع وإستقراره

- تفعيل العلاقة بين وزارات ومؤسسات الدولة الرسمية المؤثرة في خلق الراي العام بغرض توجيهه وتسخيره في خدمة القضايا الأمنية، من بينها وزارة التربية والتعليم، وزارة الشؤون الدينية.. إلخ<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مكتب التكوين بأمن ولاية سطيف مركز النشاط الثقافي الأمني، محاضرة توعوية حول علاقة الشرطة بالجمهور، يوم 22 جويلية 2009 "يوم عيد الشرطة" سا 9:30 صباحا.

## المطلب الرابع: وسائل العلاقات العامة بجهاز الشرطة في تجسيد الأمن المروري

### أولاً- العلاقات العامة بالشرطة وبالإعلام :

كثيراً ما يخلط الناس بين العلاقات العامة، وبين الإعلام، وإن كان الخلط بينهما هو خلط بين الإتصال - كوسيلة للعلاقات العامة - وبين العلاقات العامة ذاتها، فإن الخلط كذلك يأخذ صورة أخرى في أنه يأخذ صورة الخلط بين الوسيلة، والهدف، فليس الهدف الرئيسي للعلاقة العامة بالشرطة هو الإتصال - بالجمهور الداخلي أو الخارجي - بواسطة الإعلام، فذلك الإتصال بالجمهور - بواسطة الإعلام - طرقت مرصداً لتحقيق بعض أهداف العلاقة العامة وليس هو فقط العلاقات العامة، ومن جانب آخر، فليست العلاقات العامة هي الإعلام وهذا يعني :

- أن كلا من العلاقات العامة، والإعلام، يعدان "هما ذاتهما" من وسائل الإتصال الجماهيري، مثلهما في ذلك مثل وسائل الإتصال الأخرى كالإعلان والدعاية... وغيرها .

- أن الإعلام ليس هو كل وسائل العلاقات العامة، فبجانبه توجد وسائل إتصال أخرى مباشرة وغير مباشرة - سنأتي لتفصيلها لاحقاً - بل وتوجد طرق أخرى تستطيع العلاقات العامة في الشرطة على سبيل المثال نستعين بها بغية تسهيل عمل الشرطة وممارسة عملها عموماً، كتقديم النصح والمشورة للعاملين مثلاً، وفي هذا يقر " روبين " بحق أن الإعلام ليس إلا وجهاً من جوه العلاقات العامة، ولا يشترط أن يكون جانب من جوانب كل برنامج العلاقات العامة .

- إزدواجية الطريق في العلاقات العامة بعكس الإعلام، وفي ذلك يقول إدوارد بيتر في معرض تفرقته بين العلاقات العامة وغيرها من وسائل الإتصال الجماهيرية : إن العلاقات العامة قد تستخدم الإعلام أحياناً، على أن العلاقات العامة تعتبر طريقاً ذاتاً اتجاهين، في حين أن الإعلام طريق ذو اتجاه واحد<sup>1</sup> .

إلا أن الإعلام أو على الأصح وسائل الإعلام، لم تعد في عصرنا الحالي طريقاً وحيداً الاتجاه يؤدي إلى إعلام الجماهير أو صلب المعلومات والأخبار في عقول الجماهير وقلوبهم، بل أصبح الإعلام إلى حد كبير وسيلة مزدوجة تبدأ بالجماهير وتنتهي بالجماهير، فهي تبدأ بهم محاولة جس نبض الجماهير لمعرفة ميولها واتجاهاتها نحو ماتقدمه تلك الوسائل الإعلامية، وتنتهي بالجماهير حيث تصب تلك الوسائل الإعلامية كل جهدها ووسائلها الإعلامية إلى الجمهور، ونظراً لدورها الفعال في بناء وتوجيه الرأي العام والتأثير في الجماهير تعتمد العلاقات العامة بالشرطة بهدف توصيل الرسالة الشرطية .

### ثانياً- الوسائل الغير مباشر للعلاقات العامة بالشرطة :

فمن الوسائل الغير المباشرة التي تعتمد العلاقات العامة بالشرطة نجد الصحف، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، وغيرها من حيث تستخدم العلاقات العامة وسيطاً مثل وسائل الإعلام بغرض الإتصال بالجمهور بصفة غير مباشرة وعامة من أجل عرض الحقائق وتوضيح المفاهيم وصولاً لكسب الجمهور والتوصل إلى إقناعه وتفهمه زتعاونه مع الشرطة فمن بين تمديد الوسائل

<sup>1</sup> علي الباز، مرجع سابق، ص 87-88.

الغير مباشرة للعلاقات العامة بالشرطة والمعروضة بالخصوص إلى التوعية المرورية وتجسيد الأمن المروري نذكر :

**1 - الصحافة المكتوبة:** تمثل الوسائل الإعلامية المطبوعة إحدى الوسائل المستخدمة من قبل جهاز العلاقات العامة بالشرطة في مجال الإعلام المروري، فالفن الصحفي وما يحتويه من أخبار، تعليقات، مقابلات، آراء للمتخصصين والعامة، شكاوى، إقتراحات، صور ورسوم فوتوغرافية وكاريكاتورية، كل ذلك يؤدي إلى أهمية دور الصحافة في التوعية المرورية<sup>1</sup>.

ويتجلى دور الصحافة في التوعية المرورية وتجسيد الأمن المروري من خلال :

- استكباب بعض من الكتاب المعروفين بين الحين والآخر حول مايقع من حوادث المرور .
- نشر المعلومات عن أنظمة وقوانين المرور وأنواعها وعقوباتها مخالفة هذه القوانين من خلال الحملات الصحفية التي يعدها رجال الامن المروري .
- الإعلان عبر الصحف عن أحدث الوسائل التي تم إكتشافها في ميدان المرور، والتي توفرت لدى الجهات المسؤولة عن الأمن المروري، كجهاز الرادار، وذلك ليكون بمثابة تنبيه وردع لمن تسول له نفسه من السائقين مخالفة القوانين .
- تجنب الدخول في تفاصيل حوادث المرور، وصياغة الخبر على نحو مثير يجذب البعض إلى التفكير في أن يخوضوا تجربة مماثلة لما قرؤوه<sup>2</sup> .

**2 - الإذاعة :** حيث تستفيد العلاقات العامة بالشرطة من الطرق العديدة التي يمكن إستعمالها والإستفادة منها إذا ما استخدمت الإذاعة كوسيلة لإيصال الرسائل التوعوية المرورية، إذ يمكن أن تتطرق إلى حدث يتعلق "بالمرور" في أي موجز عادي، كما يمكن التطرق إلى "المشكلة المرورية" عبر حصص تربوية في شكل بحوث، حوار، ومناقشات<sup>3</sup> .

كما أن الراديو وسيلة سهلة، فاستعمال الأغاني، القصص، التمثيليات، يمكن ان يكون فعالا في عملية الاتصال وإيصال رسائل التوعية المرورية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة، فهو يتلقى بلياقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه كرها أو باعتماد القوة<sup>4</sup> .

ولقد أثبتت الإذاعة نجاعتها في العديد من الميادين والمشكلات خاصة المرورية منها نظرا لفعاليتها عند استخدامها في الإعلام الأمني المروري، ومخاطبة سائقي السيارات في أي موقع كان وبأسرع وقت خاصة في مناطق الإزدحام المروري والإختناقات التي تحدث إثر وقوع الحوادث المرورية وتوجيه السائقين إلى طرق بديلة .

<sup>1</sup> علي الباز، المرجع نفسه، ص 106.

<sup>2</sup> محمد خيرى وآخرون، تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، السعودية، ط 1987، ص 176.

<sup>3</sup> عبد المالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى منظمة الطلبة الجامعيين، أطروحة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2001، ص 170.

<sup>4</sup> نبيلة بوخيزة، الاتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995، ص 158.

كما أن الرسائل الإعلامية المقدمة من الإذاعة تشعر المستمع بأن الرسالة قد أعدت من أجل مخاطبته بصفة شخصية، مثل القول: أخي السائق، عزيزي قائد المركبة... وهذا يسهم في حد ذاته في تفاعل الجمهور مع مثل هذه البرامج، كما يمكن الاستفادة من تنوع وقصر المدة الزمنية للبرامج الإذاعية في تقديم بعض الرسائل الإعلامية المختصرة كالإرشادات المرورية والرسائل التوعوية التي تذاع في الفترة الصباحية، كما أن مخاطبة الإذاعة لجميع الفئات بما يتفق وإهتماماتهم وثقافتهم يساعد على إنتشار الرسالة .

إن تغطية إحتياجات الجمهور في ميدان المرور، وعن هذا يقول "عرسان عبد اللطيف" عن دور الإعلام عامة والإذاعة خاصة في التقليل من ظواهر الإزدحام (...فإن الإزدحام المروري ظل مسيطرا على الكثير من الشوارع ولم تخف حدته إلا في الفترة الأخيرة عندما أخذ التعاون والتنسيق بين أجهزة الإعلام وبين أجهزة المرور التي تبث خلال الإذاعة المسموعة، وهي توضح الحالة المرورية في الشوارع... وعلى ضوء هذه التقارير... يستطيع السائق تحديد الطريق الذي يسلكه، بيد أن هذه الإختلافات تقلصت بعد أن طبقت الأجهزة الامنية في المملكة العربية السعودية وفي مقدمتها الأجهزة المرورية على أرض الواقع من خلال هذا التعاون بين أجهزة الامن وأجهزة الإعلام) <sup>1</sup> .

ومن الطرق التي يمكن أن تستخدمها الإذاعة في التوعية نذكر :

- **إجتماعات الراديو:** يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على مجموعة المستمعين، قد يدوم عدة دقائق حول حوادث المرور وكيفية الوقاية منها، ومن ثم يتم مناقشة هذه البرامج لقياس مدى فهمهم له، وقد أثبتت التجارب أن هذه النوادي لها ميزة خاصة من حيث تقوية وزيادة الوعي العام بالمشكلات وحلولها، تحت شعار: " إستمع، وناقش ونقد " <sup>2</sup> .

- **الإعلانات المرورية في الراديو:** يمكن للراديو بث إعلانات قصيرة وبسيطة تعمل على رفع مستوى الوعي المروري للأفراد، ويمكن إدراج التجربة السويدية ودور الإذاعة بها في تسهيل الحركة المرورية وتجسيد ظروف أحسن للمرور .

- **التجربة السويدية:** يوجد بالسويد لوحات على طول الطرق الرئيسية لإبلاغ مستخدمي الطرق عن تردد الإذاعة المحلية الذي يمكن الوصول للمعلومات لمستخدمي الطرق يسمى (نظام البيانات اللاسلكي) وكل سيارة مزودة بهذا الجهاز الجديد يمكنها تلقي رسائل عاجلة عن السلامة وعن الطرق من محطة إذاعية بغض النظر عن البرنامج الذي يستمع إليه السائق أثناء القيادة، إذ أنه عند إرسال رسالة عاجلة عن المرور عن طريق محطة إذاعية يحرك النظام تلقائيا التردد المظبوط على الراديو إلى تردد نظام البيانات اللاسلكي، وتصل معلومات المرور إلى مستخدم الطرق من الراديو المزودة به تلك السيارة <sup>3</sup> .

فمثل هذه التجربة تحتاج إلى التنسيق والدعم والعديد من الهيئات إذا ما رغبت السلطات أن تحذو حذوها، كما تحتاج عملا جاء لتحقيق السلامة والأمن المروري على الطرق الجزائرية.

<sup>1</sup> عرسان عبد اللطيف، الإعلام المروري، مجلة الأمن والحياة، العدد 246، ديسمبر، جانفي 2002، ص 70.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم أكتب، القاهرة، ط 3، 1996، ص 233.

<sup>3</sup> مركز الدراسات والبحوث، المسؤولية الامنية للمرافق الإعلامية في الدول العربية، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض السعودية، ط 1، 1986، ص 162.

**3 - التلفزيون:** وهو من أكثر الرسائل الإعلامية انتشاراً وتأثيراً، ونظراً للدور الذي يلعبه في مجالات التدقيق والتعليم، فهو وسيلة وقاية للمجتمع ما يحفظ أمنه واستقراره، وكذا سلامته ولتحقيق هذا الدور الإيجابي يجب التركيز على ضرورة التكامل والتفاعل بين التلفزيون والأجهزة الأمنية مما يسهم في دعم رسالة الشرطة في المجتمع، كما يمثل الوسيلة الأمثل لحملات التوعية المرورية، من خلال أسلوب العرض وجودته مما يمكن القائم بالاتصال في مجال "العلاقات العامة بالشرطة" من تقديم رسالته الإرشادية للجمهور بدرجة عالية من المصداقية، كما يتيح التلفزيون المرونة الكافية في اختيار القالب الذي يمكن من تقديم الرسالة الإرشادية والتوعية باجتناح أخطارها، بفضل نقله لفعاليتها المصاحبة لها من ندوات، محاضرات، مسابقات ومناسبات واحتفالات شرطية مع إمكانية إنتاج دراما تلفزيونية للتوعية بالمشاكل المرورية.

وبفضل الاتصال المباشر مع الجماهير يمكن التعرف على أدائها ومقترحاتها في ما يتعلق بمشكلة المرور، وتلقي شكاوهم والرد عليها من خلال برامج مفتوحة كما يمكن من خلال التعاون مع الإدارة العليا للمرور، الاستعانة ببعض نماذج القدوة من المشاهير في المجتمع والتوعية المرورية من خلال تقديم برامج التوعية أو مسابقاتها أو المشاركة في الندوات والمحاضرات التي يمكن للتلفزيون أن يبثها<sup>1</sup>.

لذلك فإن التلفزيون وباعتباره أقوى وسائل الإعلام من حيث تأثيره على المشاهدين له إمكانيات متنوعة وفي مجالات عديدة على رأسها المجال الاجتماعي وما يترتب عنه من توعية ووقاية من مختلف الأزمات، خاصة تلك الظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده<sup>2</sup>، وأهمها حوادث المرور، فالتلفزيون يلعب دوراً في التوعية من مخاطرها لكن يجب عليه مراعاة:

- استخدام التمثيليات الاجتماعية والانسانية جسراً لتوعية الجمهور من حوادث المرور.

- استخدام برامج الأسرة وبرامج الأطفال.

- توصية المسؤولين عن التلفزيون بتجنب الأفلام والبرامج التي تعرض صوراً مثيرة عن السياقة بهور وعن لحظات الجنون الشبابية<sup>3</sup>.

- أن لا تصور جريمة حادث مرور في الأفلام والمسلسلات على أنها غير نابعة من الفرد وتكوينه الداخلي، وأن لا تعطي مبررات للظاهرة ما قد يجعلها مقبولة في ذهن المخالف للقانون<sup>4</sup>.

وحتى تحقق هذه البرامج أهدافها الإعلامية فإنه من الخطأ اقتصار البرامج فيها على استضافة المسؤولين من رجال المرور لنصح الجماهير بالالتزام بقواعد المرور فهي طريقة غير مجدية وتدفع بالإنسان إلى العناد والسخرية من قواعد المرور، بل إن مآسي المرور يمكن تناولها في أفلام ومسلسلات درامية، كما تصلح للتناول الكوميدي من ذلك الفلم الكوميدي، أما عن البيروقراطية في إدارات جمارك السيارات وإدارات المرور فلا تصلح للتناول الكوميدي<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز الكتاب للنشر، 2006، ص: 210.

<sup>2</sup> عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات والتدريب، الرياض - السعودية، دط، 1986، ص: 332.

<sup>3</sup> محمد خيرى وآخرون، مرجع سابق، ص: 176.

<sup>4</sup> فتيحة بن عباس، مرجع سابق، ص: 226.

<sup>5</sup> قباري محمد اسماعيل، مرجع سابق، ص: 279.

**4 - السينما:** وهي وسيلة ذات شعبية كبيرة وتحقق فوائد عديدة عند استخدامها في حملات التوعية المرورية كالاستفادة منها مثلا في تقديم المضمون الإعلامي المقدم وتوضيح مزاياه فتسمح للقائم بالاتصال في المجال المروري - العلاقات العامة بالشرطة - بتقديم رسالته الإرشادية وتسمح أيضا بفرصة استهداف منطقة جغرافية محددة وتركيز بعض الأفكار المرورية في دور سينما خاصة بهذه المناطق المستهدفة بما يتناسب مع أسباب الحوادث بها ، كما يظهر الدور الفعال في الإقناع وذلك بفضل توظيفها الفيلم التسجيلي وتقديم معلومات حول ميكانيك السيارات وصيانتها وعن القيادة السليمة، كما أن السينما تخاطب جمهور الشباب من الجنسين باعتبارهم أكثر يائرا بالمشكلة المرورية، مما يسمح بالتأثير الإيجابي عليهم، فاعتماد العلاقات العامة بالشرطة على وسيلة السينما مثمر إلى حد ما فإنتاج فيلم سينمائي عن كلية الشرطة، وعن طلبتها وأسلوب حياتهم وتدريباتهم....

كل ذلك يؤدي إلى توضيح الصورة لدى المواطن وخاصة الشباب الذين قد لا يعرفون الكثير عن مرحلة إعداد الطالب ليكون ضابطا أو شرطيا، وبالمثل فإن إنتاج أفلام أخرى عن رجال المباحث أو المطافئ أو عن المرور، ومشكلاته ومآسيه قد يؤدي إلى نتائج طيبة .

**5- الانترنت :** إن الانتشار الهائل لشبكة الانترنت والتوسع المستقبلي لها جعلها من أبرز وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، الأمر الذي دفع المؤسسات الشورية المختلفة إلى الاستفادة من التقنيات العالية لها في التواصل مع الجمهور، وتجدر الإشارة إلى أنه يجب التركيز على تحديد مضمون الرسالة المراد إيصالها للجمهور المستهدف، مع الأخذ بعين الاعتبار البعد عن أسلوب الوعظ والإرشاد المباشر، مع ضرورة ربط الموضوع والمعلومات بالإهتمام المباشر للفرد، فعلى سبيل المثال يمكن توضيح أثر عدم الالتزام بقواعد المرور على الأشخاص<sup>1</sup> .

**6- النشر :** يمثل النشر إحدى الوسائل المستخدمة في مجال العمل المروري، من صحافة ومجلات متخصصة، ودوريات ومن ثم يمكن لأن تساهم هذه الوسائل في تقديم الخدمة المرورية للجماهير، فالنشرات الدورية، والكتيبات والمجلات التي تصدر عن هيئة الشرطة - جهاز العلاقات العامة - من حين لآخر لشرح ظاهرة معينة أو للتحدث عن الجهود التي تبذلها الشرطة في مناسبة معينة، ويجب أن تتضمن تلك النشرات أو الكتيبات أو المجلات إحصائيات وأرقام ومعدلات عن حوادث المرور وإرتفاعها وإنخفاضها وأسباب ذلك، وجهود الشرطة وواجبات المواطنين للمساعدة في إستقرار الأمن، والاحتياطات الواجب اتخاذها من جانب المواطنين محافظة على حياتهم وأموالهم بأسلوب مبسط يمكن أن يستعان فيه بالشخصيات المحبوبة للجمهور في شرح ضرورة تعاون الجمهور مع الشرطة<sup>2</sup> .

**7- الإعلان :** لقد أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة وأداة فعالة في التأثير، فالإعلانات المرئية والمسموعة، أو الملصقات واللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري وتنمية الوعي العام اتجاه المشكلات المرورية، فوضع الإعلانات الإرشادية في الطرقات والميادين أو لصقها على الحافلات وأعمدة الإنارة، أو من خلال اللوحات الإعلانية المضاءة في الشوارع، من شأنه أن يساهم في نشر التوعية المرورية بين الأفراد ويحثهم على التعاون مع جهاز الشرطة للحد من الحوادث المرورة .

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 143.

<sup>2</sup> علي الباز: مرجع سابق، ص 143.

كما أن الإعلان يخدم إدلرة العلاقات العامة بالشرطة في سبيل تحسين المرور من خلال مجموعة من المزايا تسهم في تحقيق التوعية المرورية .

- ساعد الإعلان على قبول الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بالشرطة دوما في سبيل التحسين من الأمن المروري .

- التعرف على هذه الخدمات وكذا توجيه مستعملي الطريق إلى العناصر الأساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل، السائق، الطريق، السيارة، نظام المرور، رجال الأمن .

- التعرف والوعي بهذه التفاصيل يؤدي إلى زيادة وتعميق الثقافة المرورية<sup>1</sup> .

**8- مندوبوا الصحف في المجالات الشرطةية :** من المفيد أن نضيف بأنه غالبا ما تخصص الصحف مندوبين، يختص كل منهم بقطاع معين من قطاعات الأنشطة التي تغطي أخبارها، فيوجد مندوب أو مندوبون يتخصصون في تغطية أخبار التعليم، وآخرون لتغطية أخبار وزارة الداخلية ومن المفيد أن توثق أجهزة العلاقات العامة في وزارة الداخلية صلاتها بهؤلاء المندوبين، فبواسطة هذا التعاون يمكن نشر أخبار معينة بصورة مسهمة لإعلام الجمهور بجهود الشرطة في القبض عن المجرم أو في سبيل تنظيم حركة المرور، أو لإرشاد الجمهور - بصورة غير مباشرة -

بالوسائل التي يستطيع بها تقادي الوقوع في شر هؤلاء المجرمين، أو في سبيل تقادي حوادث المرور على الأقل نسبيا و القليلص من مخاطرها، بواسطة هذا التعاون أيضا يمكن بالإتفاق مع المندوبين تأجيل نشر موضوع معين أو قضية لأسباب تقدرها الجهات الأمنية المختصة مثل إن نشر موضوع معين سيؤدي إلى إثارة نتائج ضارة بالنسبة للأمن العام، أو إنه سيثير ردود فعل سيئة لدى المواطنين بالنسبة للشرطة أو إنه سيهز صورة رجال الشرطة القادرين دائما على حفظ الأمن...

ويمكن لجهاز العلاقات العامة بالشرطة أن يدعوا مندوبي الصحف والمجلات أو الصحفيين عموما إلى الحفلات التي تقيمها في المناسبات المختلفة للشرطة للاحتفال .

**3- الوسائل المباشرة للعلاقات العامة في جهاز الشرطة :** وتتم بواسطة الإتصال الذي يتم عن طريق المواطن أو المواطنين برجال الشرطة سواء كانوا من المختصين بأقسام العلاقات العامة (جهاز العلاقات العامة بالشرطة) أو من غيرهم فكل رجل شرطة هو بطبيعة الحال رجل علاقات عامة، فمن بين هذه الوسائل المباشرة نذكر :

**1- المتحدث الرسمي:** وهذا النظام يقضي بأن يكون أحد الأشخاص هو المتحدث الرسمي عن إدارة الشرطة، فإن وجد الجهاز خبراء العلاقات العامة، كان الخير للعلاقات العامة بالشرطة هو المتحدث الرسمي وإن لم يوجد فالرئيس هو المتحدث الرسمي مع ضرورة توفر جملة من الخصائص في هذا المتحدث الرسمي كصفات القيادة وأن يكون ملما بالأعمال وأن يكون مدربا على الخطابة كله في سبيل تحقيق القدرة الإقناعية للجمهور هدف التعاون مع الشرطة من أجل تحسين الأمن المروري<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> جاسم خليل ميرزا، مرجع سابق، ص 205.

<sup>2</sup> محمود السباعي، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مجلد 2، 1963، ص 581-582.

**2- الندوات :** هي وسيلة الإعلام بالجمهير، وتنتج للحضور فرصة الحوار والنقاش، وتبادل الرأي، فالندوة هي إجتماع من الخبراء والمتخصصين للإسهام في دراسة موضوع أو مشكلة تعطى فيها الفرصة للمناقشة وإبداء الآراء حول الموضوع<sup>1</sup> كما يتم فيها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل والجمهور، تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالشرطة للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات، ويشترط في الندوة الفعالة حسن إختيار الأفراد المؤثرين، وتنظيم مواضيعها بدقة، وتتيح هذه الوسيلة للقائم بالندوة، المرسل أن يلتمس ردة الفعل السريعة والمباشرة لرسالته من خلال تجاوب الحضور أي المتلقي، لذا فهي تعتبر من أفضل أنواع الإعلام المستخدمة في التوعية المرورية، كما تبرز أهميتها خاصة مع فئة الشباب لأنها تتيح فرصة التحوار وطرح الأسئلة والتعقيب عليها وتقديم الآراء والإقتراحات والاستفسارات بحرية ومن دون قيود حول المواضيع المرورية المطروحة .

**3- المحاضرات :** تختلف عن الندوة في عدم سماحها بمشاركة الجمهور إلا بموافقة المحاضر وهي وسيلة اتصال فعالة تستخدم لنقل الأفكار والمعلومات لأعداد كبيرة من الناس في نفس الوقت ويمكن استخدام هذه الوسيلة مثلا عند طرح تعديلات مقترحة في قانون المرور، أو الشروع في تقديم خدمة مرورية، وتنظيم معظم إدارات المرور في الدول العربية مثل هذه الندوات والمحاضرات في المناسبات الخاصة كأسابيع المرور مثلا أو الانتقالات المنظمة والخاصة بيوم الشرطة، أو اليوم العالمي لمكافحة المخدرات للالتقاء بالجمهور المستهدف<sup>2</sup> .

**4- المسابقات :** تعتبر إحدى الوسائل التي تستعمل بغية جذب الجمهور وانتباهه، وكذا خلق الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية، ومن ثمة نشر الثقافة المرورية وتوعية الجماهير بحجم وأخطار الحوادث الناجمة عن عدم الالتزام بقواعد المرور، وذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة، ويتم أيضا تنظيم مثل هذه المسابقات أحيانا في برامج الحملات المرورية، وتذاع في مختلف وسائل الإعلام، كما تخصص جوائز للفائزين في هذه المسابقات، التي تتميز بامكانية توظيفها لتوعية جميع أفراد المجتمع على إختلاف فئاتهم وأعمارهم، وتمنح جوائز فيها يكسر الروتين اليومي<sup>3</sup> .

**5- اللقاءات اليومية بين رجل الشرطة والمواطن :** وهنا يجب أن تطبق العلاقات العامة بصورة جيدة ومباشرة، فمن يحضر للابلاغ أو يستدعي للشرطة، أو من يستوقفه رجل الشرطة للتحقق من رخصته.. إلخ كل ذلك يمكنه أن يكون أدوات أو وسائل للتأثير في الجمهور سلبا وإيجابا ينبغي إذن أن يتحلى رجل الشرطة كونه رجل العلاقات العامة في الأساس في هذه اللقاءات بكل الصفات التي سبق وأن أشرنا إليها بالنسبة لرجل العلاقات العامة كالحلم والصبر والرقعة، وقوة الشخصية والمشاعر الانسانية، والعدل، وعدم التحيز لطرف من الأطراف، والمساواة في المعاملة، وتقدير مشاعر الآخرين، ولربما يعتقد الكثيرون أن التهجم كصفة تدل على قوة الشخصية أو أهمية العمل أو المنصب، غير أنها إذا ما اكتنفت بعمل الشرطي أدى هذا المظهر حتما إلى عكس المطلوب، بل إن مثل هذا التصرف يؤدي إلى إنطباع مضاد لدى المتعامل مع الشرطة، وليس من السهل تغييره بكل أدوات العلاقات العامة ووسائلها وكثيرا ما يظل في نفوس الأفراد، لذلك فإن الأستاذ: أ. و. ويلسون (مدير شرطة شيكاغو حتى عام 1966، وعميد معهد علوم

<sup>1</sup> محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة بين الدعاية والإعلام، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1968، ص 32.

<sup>2</sup> محمود محمد الجوهري، مرجع سابق، ص 32.

<sup>3</sup> جاسم خليل ميزرا، مرجع سابق، ص 211.

الإجرام بكالفرنيا) حينما وضع قواعد أو دستور للعلاقات العامة في مجال الشرطة فإن أول ما قاله هو: (على الضباط أن يكونوا بشوشين ومهذبين وإذا خاطبكم مواطن أعاروه أذن صاغية، وعليهم أن يلتزموا السكون والنظام والاصغاء وأن يمارسوا الصبر حتى يفرغ من موضعه)، ويستطيع رجل المرور أن يطبق كل تعليمات عمله، بكل دقة ولكن في صورة ممتازة، تترك أثرا طيب لدى من يتعامل معه من الأفراد، وبالتالي في الجمهور عموما .

**6- جولات الاستطلاع لزيارة مقر الشرطة :** هناك إحساس لدى الأفراد بالرهبة من مقر الشرطة، وعملها، ذلك أنهم يجهلون ما يتم بداخلها، ومجرد إزالة تلك الرهبة بدعوة المواطنين وخاصة الأجيال الجديدة والشباب لزيارة مقر الشرطة والتعرف على الجهود التي تبذل والأجهزة الحديثة التي تساعد على كشف الجرائم وأدلتها سيؤدي حتما إلى زوال ذلك الخوف وتلك الرهبة وليس معناها زوال الإحترام لأفراد الشرطة وستؤدي تلك الزيارات إلى معرفة المواطنين بجهود الشرطة، وواجباتهم للتعاون معها، وهذا هدف العلاقات العامة<sup>1</sup>.

**7- الاستعراض والمعارض :** تعتبر المعارض التوعوية إحدى الوسائل المهمة للتعريف والتوعية بالمشكلة المرورية، التي تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات العامة الايجابية بين الجهة المنظمة والجمهور، كما يتضمن استخدام المعارض في الاعلام المروري عادة لمشكلة المرور والقضايا الرئيسية التي يتم التركيز عليها خلال فعاليات أسبوع المرور وتقام في الأماكن العامة كالحدائق، الأسواق، المدارس، يتم خلالها تقديم عروض الارشادات المرورية في شكل صوراً وإحصائيات وأفلام وشعارات توعوية في مجال المرور، وتوزيع المطبوعات والمنشورات الصادرة عن دوائر الشرطة بمناسبة أسبوع المرور أو تنظيم الحملات التوعوية المرورية<sup>2</sup>، ولا شك أن قيام الشرطة باستعراضات تتم عرض قوتها، زناشطاتها وأجهزتها:(المطافئ النجدة،قوات الأمن، شرطة المرور...) سيؤدي إلى إحساس الأفراد غيرهم من ذوي النزعات الاجرامية أو اللامبالاة أو عدم المسؤولية والحس المروري خاصة إلى قوة الشرطة وفعاليتها مما يجعلهم يتخلون عن الأفكار السيئة التي تراودهم .

**8- دعوة بعض أفراد الجمهور:** فدعوة الشرطة لبعض أفراد الجمهور خاصة الشباب وكذلك رجال الإعلام، بهدف مصاحبتها أثناء قيام رجالها بالدوريات أو بعض حالات ضبط الجرائم أو المجرمين أو تنظيم حركة المرور يمكن للأفراد (الجمهور) من عيش حياة رجل الشرطة وجهوده وتضحياته مما سيكون له بالغ الأثر في إقناع الجمهور مع رسالة الشرطة، ويمثل اعتماد العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الوسيلة نجاح فعالا إلى حد ما لث الجمهور على التعاون مع رجل الشرطة في سبيل إستتباب الأمن خاصة المروري منه .

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

<sup>1</sup> علي الباز، مرجع سابق، ص 147.

<sup>2</sup> جاسم خليل ميرزا، مرجع سابق، ص 210.

بينها مصر والكويت هذا الأسلوب بواسطة تكوين ما يسمى بجمعيات أصدقاء الشرطة والتي ينظم إليها طلاب وطالبات المدارس الثانوية، خلال العطلات الصيفية حيث يدرّبون على القيادة بمساعدة رجال المرور في تنظيم حركة المرور<sup>1</sup>، كما أن اعتماد جهاز العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الرسائل مباشرة كانت أم غير مباشرة من شأنه أن يحدث أثرا بليغ في سلوك الجمهور وإيقاظ الحس الأمني والمسؤولية في نفس كل فرد، إذ على المواطن فهم الرسالة الشرطة ويتعین عليه القيام بواجبه وإضافة ذلك الواجب لواجبات رجل الشرطة في سبيل تحقيق الأمن وتحسينه خصوصا على مستوى الطرقات، كما يتعين على جهاز العلاقات العامة هو الآخر تطوير ممارسة العلاقات العامة في الأجهزة الشرطة والتصدي للعجز والقصور بسبب ما قد سبق وأشرنا إليه من عراقيل العلاقات العامة بالشرطة، يأتي ذلك القصور إذن في ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بسبب التطبيق الغير سليم لمبادئ هذا العلم أو الإخفاق في تجديد الأهداف المخططة له، فمن بين التوصيات والإقتراحات لتطوير ممارسة العلاقات العامة بالأجهزة الشرطة تدرج هذه التوصيات والإقتراحات كما يلي:

- أن يتم في المقام الأول وتلبية العديد من الإعتبارات والمعايير الفنية والتخصصية المنهجية والفصل بين قسم العلاقات العامة كجهاز فني استشاري عن غيره من إدارات قوّة الشرطة وتبعيته المباشرة للقائد العام للشرطة كما هو الحال مثلا في دبي، والأمر لا يختلف عنه في الجزائر كون تتبع الولايات أو تنسم الأقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الشرطة عبر مختلف ولايات الوطن بالتبعية للمديرية العامة للأمن الوطني بالعاصمة .

- القيام بعقد دورات تدريبية متخصصة ومتقدمة محليا وداخليا في العلاقات العامة للعاملين والمترشحين للعمل في أجهزتها على أن يتم تثبيت هذه الدورات في برنامج الخطة السنوية للتدريب بقوّة الشرطة بهدف تأهيل ولصق ذوي الرغبة والمواهب في هذين المجالين .

- الأخذ بعين الإعتبار سياسة الايفاد للمتقدمين في اجتياز الدورات التدريبية الداخلية إلى دورات تخصصية متقدمة في العلاقات العامة تعقد في الخارج من أجل اكتساب خبرات ومعلومات جديدة في هذا الشأن يمكن من خلالها إعداد الأجيال المتعاقبة من رجال العلاقات العامة المدركين تماما لرسالتها والساعين نحو نشرها بين المتعاملين معها والمنتفعين بخدمتها .

- تزويد الأجهزة المركزية والفرعية للعلاقات العامة بالكفاءات البشرية المتخصصة علميا وأكاديميا في هذين المجالين لإضفاء الطابع العلمي والأكاديمي الحديث عليها عند وضع وتنفيذ سياسات وبرامج العمل بالعلاقات العامة والنهوض بمستواها إلى الأفضل، وتوفير كافة الإمكانيات المادية والفنية الضرورية لعمل جهاز العلاقات العامة باعتبارها الوسائل المتممة للعنصر البشري المتخصص علميا وفنيا في هذا المجال .

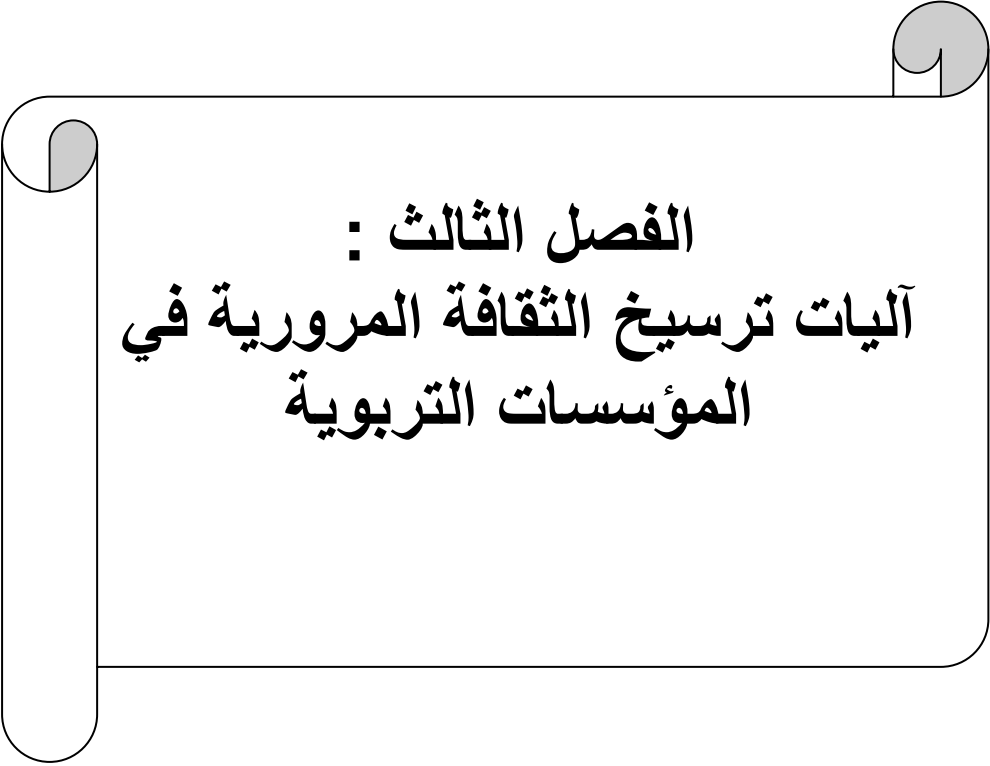
- العمل على إيجاد نوع من التكامل الداخلي والعربي عامة في مجال العلاقات العامة بالشرطة، وفتح مجالات التعاون وتبادل الخبرات والمعلومات، والعمل سويا للنهوض بالعمل الجماعي الموحد الذي سينعكس آثاره على الجميع مستقبلا من خلال ما سيتم الوصول إليه من حلول مبدعة لمشكلات العمل في جهاز العلاقات العامة ومقترحات بناءة لتحسين معدلات الأداء فيها .

<sup>1</sup> علي الباز، مرجع سابق، ص 148.

- الإقلال أو الحد من سياسة التنقلات وحصرها في أضيق نطاق بالنسبة للعاملين في جهاز العلاقات العامة بين الإدارات المختلفة لأجهزة الشرطة مع التركيز على العنصر الوطني باعتباره أكثر العناصر ثباتاً في مجال الخدمة الوطنية، فالاستقرار الوظيفي ينتج عنه اطمئنان العاملين وجودة عملهم .

- تقرير عقد الاجتماعات الدورية والمؤتمرات الداخلية واللقاءات العامة الشاملة لجميع أطراف العملية الإدارية بمجال العلاقات العامة في أجهزة الشرطة وذلك لأجل تدارس الأوضاع الداخلية لهذه الأجهزة والعمل على حل مشاكلها وتدارس سياستي التنسيق للنهوض بمستواها الخدماتي إلى الأفضل دوماً والوقوف بضصورة مستمرة على مشاكل ومطالب المتعاملين معه<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> محمد قيراطو وإسماعيل عبد الباري، مرجع سابق، ص 53-54.



**الفصل الثالث :**  
**آليات ترسيخ الثقافة المرورية في**  
**المؤسسات التربوية**

## الفصل الثالث : آليات ترسيخ الثقافة المرورية في المؤسسات التربوية

### المبحث الأول : الثقافة المرورية و آليات ترسيخها

المطلب الأول: مفهوم الثقافة المرورية

المطلب الثاني: خصائص وسمات الثقافة المرورية

المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية

المطلب الرابع: آليات ترسيخ الثقافة المرورية

### المبحث الثاني : دور المؤسسات التربوية في نشر الثقافة المرورية

المطلب الأول: نشأة ومفهوم المؤسسات التربوية

المطلب الثاني: أسباب الإهتمام بالتعليم

المطلب الثالث: أهداف ووظائف المؤسسات التربوية

المطلب الرابع: دور الوسائل والأنشطة التربوية في حملات الثقافة

المرورية

## الفصل الثالث : آليات ترسيخ الثقافة المرورية في المؤسسات التربوية

### المبحث الأول : الثقافة المرورية و آليات ترسيخها

#### المطلب الأول: مفهوم الثقافة المرورية

يتفق علماء الأنثروبولوجيا الثقافية على أن الثقافة هي موضوع دراستهم ولكنهم يختلفون في تعريفها، عرفها البعض بأنها السلوك المكتسب و عند البعض الآخر الثقافة ليست السلوك وإنما هي تجريدات مأخوذة من السلوك<sup>1</sup>... ويقول "كوبر" في المعنى نفسه بأنه لا يمكن للعالم أن يرى الأشياء والأشخاص وأفعالهم وتفاعلاتهم، ولكن لا يمكن لأحد أن يرى الثقافة .

- ويوافق هذا التعريف عالم الأنثروبولوجيا الإجتماعية الشهير "رادكليف براون" إذ يقول مانصه: " لا تعبر الثقافة عن أي شئ واقعي محسوس وإنما عن تجريد، وغالبا ما يستخدم كتجريد غامض "<sup>2</sup>.

#### - تعريف الثقافة المرورية :

- يطلق عليها كذلك الوعي المروري، وقد تباينت الرؤى تجاه الثقافة المرورية أو الوعي المروري لدى الباحثين الذين تعرضوا له في مختلف دراساتهم و بحوثهم، وقد يرجع سبب ذلك إلى إختلاف مضمونه من مجتمع لآخر، ومن فترة لأخرى .

ويرى كل من نايف المعاني وأديب محمد الخضور على أن هناك مفهوما شاملا للثقافة المرورية وهو تعزيز اليقظة الحسية والمعنوي والإلمام الواسع بكل مايتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وغيرها ماينعكس إيجابا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للانظمة المرورية المختلفة .

ويعرف ياسين الثقافة المرورية على أنها المعلومات المرورية كما يدركها الأطفال، وقد يطلق عنه أيضا "الوعي المروري"، ويرتبط ذلك بأهداف نظرية عملية من التعليمات المرورية التي تضمن السلامة المرورية على الطريق سواء للمشاة أو للسائقين أو للمركبات .

ويرى محمد خضور أن الوعي المروري طيمثل شكلا خاصا من أشكال الوعي فهناك ذات بشرية (السائقون، المشاة، رجال المرور) تتفاعل مع المحيط الخارجي أي واقع موضوعي له معطيات وقواعده ونظنه وقوانينه، ومن ثم السلوك المروري السليم في ضوء هذه المعرفة هو مايعكس الوعي المروري ويحبسه وهذا النوع من الوعي لا يحدث دفعة واحدة بل من مجموعة من المعارف والخبرات المتراكمة، التي يأتي بعضها من خلال التجربة والخبرة والممارسة والاحتكاك والتنشئة، حتى تصبح ثقافة يومية<sup>3</sup>.

1 Beals: Rand Hoijer:H:An introduction to Anthropology: the nocmillanco:1953: p 43

2 Browen:C:culture and personality: London unipress:London :1940: p66

3 عبد العزيز العيش، ربوح لمبارك، ترسيخ المواطنة المرورية كآلية لاحترام قانون المرور في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر، العدد الثامن، ديسمبر 2017، ص 216-217.

وقد اعتبرها عبد العزيز الهزاع على أنها نتاج للتوعية المرورية وهدف من أهدافها، لها أهميتها وأهدافها ومقوماتها، وأجهزتها ومحاورها أو القاطعات التي ينبغي أن ينصب عليها .

يمكن القول أن الثقافة المرورية بمفهومها الواسع هي منظومة فكرية منظمة، تقوم على تعزيز الجوانب الحسية والمعرفية والمهارية والمعنوية لدى الفرد بهدف تحسين قدرته على القيادة الايجابية، وحسن التعامل مع عناصر المرور بشكل عام، وإذا اندمجت تلك الثقافة مع المنظومة الثقافية العامة داخل المجتمع، ودخلت نسيجه الاجتماعي بشكل فعال، تحولت إلى نمط سلوكي مستمر يقوم الفرد والجماعة والمجتمع بتطبيقه وحمايته<sup>1</sup> .

وتنقسم الثقافة المرورية إلى عدة أقسام منها القدرة الكاملة على قيادة السيارة من خلال معرفة حالة الطريق وعلامات الطريق والقدرة على التحكم بالسيارة والثقة بالنفس والتمكن الكامل من قيادة السيارة حيث هناك الكثير من قائدي السيارات غير مؤهلين 100% لقيادة السيارة حيث يتسببون بإرباك حركة السير بالإضافة إلى العديد من الحوادث سبب جهلهم في قيادة السيارة .

من أقسام الثقافة المرورية معرفة القوانين المرورية وتطبيقها، حيث أن هناك العديد من الناس لا يعرفون القوانين ويقود مركبته كيفما يشاء مما يؤدي إلى حوادث كارثية في بعض الأحيان والقسم الثاني يعرف قوانين المرور ولا يطبقها وهؤلاء يجب أن تكون هناك وقفات صارمة لردعهم. وتعتبر اخلاقيات السائقين من أهم العوامل للتقليل من الحوادث والتخفيف من المخالفات المرورية حيث أن أغلب المخالفين يفتقرون هذا الجانب<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> عبد الفتاح ناجي، الثقافة المرورية كمنهاج تعليم، موقع القبس الإلكتروني (<https://www.alqabass.com>) يوم 24 نوفمبر 2016، زيارة الموقع يوم: 2022/05/29 - 15:00.  
<sup>2</sup> عبد الرحمان العبيدلي، الثقافة المرورية، جريدة الشرق (<https://www.al-sharq.com>)، يوم الأربعاء 16 مارس 2016، زيارة الموقع يوم: 2022/05/29 - 15:15.

## المطلب الثاني: خصائص وسمات الثقافة المرورية

- 1- **الاستمرارية** : الثقافة المرورية عبارة عن عملية تتصف بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة، ليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة أو مجرد فعالية أو مجموعة فعاليات متناثرة، بل هي عملية مستمرة ودائمة.
- 2- **المنهجية والاستمرار المتناسك** : الثقافة المرورية عملية منهجية منتظمة ومتناسكة، تحدد أسسها ومطلقاتها وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف .
- 3- **الشمولية** : الثقافة المرورية عملية شاملة بمعنى الكلمة أنها تشمل مختلف المجالات المرورية وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية .
- 4- **التكامل** : الثقافة المرورية عملية متكاملة، بمعنى أنها تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية (البشرية، الهندسية، العمرانية...) وتهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية (الاقتصادية والنفسية والاجتماعية) وتنطلق من حقيقة أنه هذه الأكراف متكاملة وبالتالي فإن الجهد التنقيفي والتوعوي المروري يجب أن يكون متكاملًا .
- 5- **التجدد والتطور** : الثقافة المرورية عملية متجددة ومتطورة، بحيث تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية (أنظمة وتقنيات وقوانين وأنماط معيشة ومتغيرات ديمغرافية وإجتماعية وإقتصادية...) التي تترك أثارها الهامة في الحياة المرورية .
- 6- **الإتفاق مع الإستراتيجية المرورية** : يجب أن يتم التخطيط للتوعية المرورية وتحديد برامجها وأهدافها ضمن الإطار العام للإستراتيجية المرورية وبما يتفق مع هذه الإستراتيجية ويسهم في تحقيق أهدافها في مختلف مجالات الحياة المرورية .
- 7- **التفاعلية** : الثقافة المرورية الناجحة هي التي والإكراه، وتعتمد على أسلوب التفاعل وتنجح في رفع فاعلية الناس وتفاعلهم مع الاهداف الإستراتيجية للتوعية المرورية .
- 8- **التوعية أسلوب وقائي** : بمعنى أن التوعية هي أحد أساليب الوقاية وهي لا تفرض بقانون، ولكن ينفذها الأفراد إنطلاقاً من إعتبارات وأحاسيس تتحرك لدى استشعارهم بالخطر<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص (13-15).

### المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية:

وتتمثل أساسا في:

- إعلام الجماهير (مشاة، ركاب، سائقين) بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور .
- تعديل سلوك مستخدمي الطريق بما يتوافق مع هذه القوانين والأنظمة والتعليمات .
- حث مختلف الفئات الاجتماعية على تبني السلوك المروري الآمن وإبراز أهمية ذلك على المواطن والمجتمع ككل .
- إبراز الدور الأساسي والهام للأسرة وتفعيل دورها في تنشئة جيل واع مروريا من خلال قيام رب الأسرة بتعليم وتدريب وتأهيل أطفاله مروريا وغرس السلوك والقيم المرورية الأمانة فيهم .
- التركيز على الدور الهام للمؤسسات التربوية (المدرسة، الكلية، الجامعة) وحثها على تفعيل دورها في مجال التوعية والتربية المرورية للطلبة في كافة المراحل الدراسية .
- تعليم صغار السن والأطفال آداب وقواعد السير على الطرق وحثهم على الإمتثال بها وتعريفهم بالمخاطر التي قد يتعرضوا لها جراء عدم إلتزامهم بها .
- العمل على توحيد كافة الجهود التي تبذل من قبل مختلف الجهات الرسمية والاهلية والتي تعنى بالتوعية المرورية ورفع مستوى التنسيق فيما بينها .
- إبراز الجهود والوسائل والاجراءات التي تقوم بها الاجهزة المختصة للحد من حوادث المرور .
- خلق شعور لدى مستخدمي الطريق بأهمية الإلتزام بآداب وقوانين المرور وتقبل التعليمات الخاصة بذلك التي وجدت لضمان سلامة المساة وتنظيم حركتهم على الطريق .
- التقليل ما أمكن من وقوع حوادث السير وما ينجم عنها من خسائر بشرية ومادية هائلة تؤثر على سلامة أفراد المجتمع وإقتصاد الوطن .
- كسب الرأي العام للحملات المرورية الميدانية والتي تقوم بها الأجهزة المختصة لضبط المخالفين مروريا .
- حيث أن القيام ببرامج التوعية المرورية يوفر التبرير والدعم المناسب لهذه الحملات<sup>1</sup> .
- أما "أديب خضور" فيحدد أهداف التوعية المرورية في خمسة أهداف كما يلي :

<sup>1</sup> فرح الجلادمة، مرجع سابق، ص 02 .

- تكوين نسق معرفي لدى مختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية من مختلف جوانب الحياة المرورية، وذلك من خلال تقديم معلومات وبيانات وحقائق للمواطن لتعريفه بحقائق الأحداث والظاهر والتطورات والمشاكل المرورية .

- تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية وهي الخطوة الثانية فبعد الاطلاع على الوقائع تأتي عملية تفسير وقائع الحياة المرورية وشرحها وتحليلها، مما يؤدي بالفرد إلى فهم الأحداث وإستيعاب المشكلة المرورية .

- تكوين نسق مروري متناسق ومتكامل لدى الأفراد والمجتمع إزاء الجوانب المختلفة للمسألة المرورية، فالتوعية المرورية تسعى لتعديل وتغيير الاتجاهات المرورية الخاطئة .

- تكوين نسق سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع، وذلك من خلال إبراز القيم الإنسانية التي تدفع إلى الحفاظ على حياة الإنسان وحمايته، والقيم إلزامية للحفاظ على الثروة الطنية البشرية والمادية والقيم الإجتماعية التي تدفع إلى الحفاظ على تماسك الأسرة والمجتمع والقيم الأخلاقية التي ترمي إلى إحترام القانون والنظام .

- تكوين نسق سلوكي مروري يتمثل في معرفة الفرد وفكره وإتجاهه وهو الهدف الاستراتيجي للتوعية المرورية<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> عامر بن الناصر المطير، مرجع سابق، ص 110.

## المطلب الرابع: آليات ترسيخ الثقافة المرورية

**1- الأسرة :** تعتبر الأسرة إحدى المؤسسات المسؤولة عن تطوير وبناء شخصية الفرد من النواحي الإجتماعية والنفسية والعقلية والأخلاقية خاصة وأن المفاتيح الأساسية لشخصيته الفرد تكون في السنوات الأولى نت طفولته حيث تكون الأسرة هي البيئة الوحيدة التي يعرفها الطفل قبل توجهه إلى المدرسة، وكما أن الأسرة تسهم في تربية الطفل أخلاقيا وصحيا وإجتماعيا فإنها يجب أن تكون قادرة على تربيته مروريا ويتم ذلك من خلال السعي لتعريف الاطفال بأساليب السلامة المرورية وتوعيدهم على السلوكات والعادات المرورية الصحية وأن يكون جميع أفراد الأسرة وخاصة الوالدين القدوة للأطفال في مجال السلوك المروري .

**2- المؤسسات التربوية :** تعتبر المدرسة مرحلة أرقى في عملية التربية والتعليم والتوجيه، فيها يصبح الفرد أكبر سنا وأكثر قربا من مرحلة نضج الشخصية وإكتمالها، وتستطيع المدرسة عموما ترسيخ الفكر العلمي في ذهن التلميذ وتربيته على فهم الحياة والمجتمع .

إن مهمة المدرسة نابعة من مهام القطاع التربوي التعليمي ككل والذي يتعين عليه التكفل بالتربية المرورية ضمن البرامج المدرسية والحياة المدرسية وكذا المساهمة في الأنشطة المكملة لأعمال المدرسة أي انها تقوم بعملية التكوين من خالا مهمتها الأساسية وكذا تقوم بالتأثير بحكم علاقتها مع المجتمع (التأثير على الفرد، العائلة، الأقران، الوسط المدرسي) . وعليه يمكن القول أن المؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة بدأ من المدرسة ثم الجامعات والمعاهد العلمية والمهنية بكل أنواعها تلعب دورا أساسيا في اكتساب الوعي المروري وتنمية المهارات والسلوكات الصحيحة وتحديد النماذج التي يقتدي بها وذلك بدا من التعريف بالسلوك المروري وجدواه للحفاظ على النفس والأخر في المجتمع وإنتهاءا بالقيام بالدراسات العلمية للإرتقاء بالسلوك المروري .

**3- المؤسسات الدينية (المساجد) :** من المؤسسات الكبرى التي ينبغي ألا يغفل دورها في التوعية والتحسيس من خلال الخطاب الديني الذي له أثر كبير في نفوس الجزائريين، فهناك الكثير من القضايا التي تحتاج إلى خطاب ديني هادف ومقنع وعلى راسها حوادث المرور والتي يجب أن تلعب المؤسسات الدور المنوط بها على أكمل وجه وذلك بتفعيل الوازع الديني وتذكير الناس بان من أهم مقاصد الشريعة حفظ النفس وأن الإعتداء على حق الحياة يعد جريمة وأمر غير مقبول .

**4- مدارس تعليم السياقة :** تعتبر مدارس تعليم السياقة شأنها شأن المدارس التربوي الأخرى حيث توصلت إحدى الدراسات في الجزائر والتي أنجزت من طرف المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق والتي عرضت نتائجها في اليوم الدراسي تحت شعار "أعطيني تكويننا ناجحا أعطيك سائقا بارعا"<sup>1</sup> على النحو التالي :

- إن شروط وظروف وإمكانيات التكوين في السياقة غير متوفرة لدى المكون .

<sup>1</sup> مليكة عطوي، إيمان هاجر مقيدش، إستراتيجية الإعلام الأمني وآليات ترسيخ ثقافة التوعية والوقاية المرورية، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الجزائر3، العدد (01)، شتاء 2018، ص (373-376).

- إن الوسائل المستعملة في التكوين جد محدودة خاصة فيما يتعلق بالتجهيزات السمعية والبصرية والوسائل الحديثة .
- إن أهداف التكوين ومدته محدودة .

يمكن القول أن مدارس تعليم السياقة في الجزائر يجب ألا يقتصر دورها على التعليم المتدرب على كيفية قيادة مركبة فحسب وإنما لا بد من غرس الجوانب التربوية والتعليمية السليمة لدى طالبي الحصول على رخصة السياقة، ليس فقط في مجال تعليم القيادة، وإنما أيضا في ترسيخ القيم والمبادئ المرورية الصحيحة التي يفترض أن يتمتع بها سواق العربات وتربيتهم على عقيدة إحترام القانون وروح التسامح مع باقي مستعملي الطريق .

**5- الجمعيات :** تعتبر المؤسسات قاعدة في المجتمع والتي لها قدرة هائلة على التأثير في القرارات الاجتماعية حيث تكمن أهميتها في مدى فعاليتها وتأثيرها في المجتمع وإهتمامها بشؤون المواطنين ومعاناتهم للظواهر السلبية .

وبناء على هذا يجب تضافر جهود الجميع من أجل مكافحة ظاهرة حوادث المرور بما فيها الجمعيات لقربها من المواطن وعلاقتها الوطيدة مع أفراد المجتمع ودعم جميع الجمعيات الناشطة في مجال السلامة المرورية وحثها على العمل إلى جانب الهيئات والمصالح المكلفة بالوقاية المرورية من خلال مد يد العون لها بالإمكانيات المادية كتزويدها بالمطويات والملصقات التوعوية أو البشرية بالإستفادة من خبرات إدارتها في مجال التوعية من حوادث المرور، وذلك من أجل التقليل من عدد الحوادث المرورية وضحاياها .

**6- وزارة النقل :** تضطلع هذه الوزارة بالدور الحيوي والهام للنهوض وتحسين مستوى السلامة المرورية بالمشاركة والتعاون مع الجهات الأخرى كالجهاز الأمنية لجمع المعلومات الخاصة بالحوادث، وإيجاد إستراتيجيات لرفع مستوى السلامة المرورية حيث تعمل على :

- الإشراف على إعداد وتأطير البرامج وحملات التوعية المرورية .
- إصدار المنشورات والملصقات الخاصة بالتوعية المرورية .
- التواصل مع الجهات الأخرى ضمن اللجنة الوطنية للسلامة المرورية .
- التنسيق والمشاركة مع لجان السلامة المرورية في الدول العربية<sup>1</sup> .

**7- المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرقات :** هو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، حيث تتجسد الأنشطة والأدوار التي يقوم بها المركز في مجال التوعية المرورية من خلال :

- إعداد إستراتيجية للوقاية المرورية وضمان تنفيذها ومتابعتها .
- ضمان تنسيق أعمال مختلف المتدخلين في مجال الوقاية المرورية .

<sup>1</sup> مليكة عطوي، إيمان هاجر مقيدش، مرجع سابق، ص 374.

- إعداد برامج التوعية التي تسهم في الوقاية والسلامة المرورية .

- إعداد برامج التكوين والتربية في مجال الوقاية والسلامة المرورية .

**8- وسائل الإعلام :** تعتبر أكثر الوسائل تأثيرا وحضورا لدى الجمهور، لدورها الفعال في صنع المعلومة وتقديمها كرسالة مسموعة او مرئية أو مقروءة تسعى إلى تعديل سلوكيات المواطنين عموما والسائقين الشباب على وجه الخصوص من خلال إستراتيجيات وخطط وبرامج الحملات التحسيسية تجسد مهامها في التوعية والوقاية المرورية من خلال تعاون كل الجهات المعنية من مصالح الامن ووزارة النقل والشؤون الدينية والمجتمع المدني وغيرها<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> مليكة عطوي، إيمان هاجر مقيدش، المرجع نفسه، ص 375.

## المبحث الثاني : الدور التوعوي للمؤسسات التربوية في نشر الثقافة المرورية

### المطلب الأول: نشأة ومفهوم المؤسسات التربوية

#### أولاً- المؤسسات التربوية ما قبل الإستعمار الفرنسي :

لم تكن هناك وزارات مختصة بالتعليم خلال هذه المرحلة، فالتعليم كان مسؤولية جمعية يتعاون الكل لإنشاء المساجد والكتاتيب، ومن أهم مؤسسات هذه المرحلة:

**أ- المساجد:** تكون كبيرة نسبياً، لذلك غالباً ما تكون في المدن وفي أماكن التجمعات السكنية الكبيرة والمتوسطة حيث يتفنن البنائون في بنائها وزخرفتها ويطلق عليها اسم "جوامع" في الجزائر العاصمة.

**ب - الكتاتيب:** يطلق عليها اسم "المسيد" وهي غالباً ما تحتوي على حجرة أو حجرتين، وهدفها الأساسي تحفيظ القرآن الكريم، ولصغر حجمها فهي تنتشر في القرى والمناطق النائية .

**ج - الزوايا:** انتشرت خاصة في العهد العثماني نتيجة للتخلف واستبداد الحكام، وظهرت ظاهرة التصوف، فإذا ظهر أحد الناس بالورع والتقوى وشيئ من العلم لإستقبال الزوار والطلاب فيطلق عليه المحسنون، وللزاوية مهمات عديدة منها: قراءة القرآن، الندوات العلمية، الصلاة، وتقوم مقاماً لوؤسسات الدراسة الثانوية.

**د - الرباطات :** وتشبه الزوايا في وظائفها الاجتماعية والثقافية، إلا أنها تكون فريسة في مواقع الأعداء ويقوم المرابطون بها بدورهم الجهادي إلى جانب المهام الأخرى من تعلم وتعليم.

**هـ - المدارس :** لم تبدأ المدارس كما نعرفها والمختصة بالتعليم في مراحلها المختلفة كما أن هناك اختلاف بين المؤرخين في تحديد عدد المدارس بدقة وذلك نتيجة لعدم إستقلالها كمؤسسات مستقلة تحت إسم مدرسة، بل كانت إما كتاباً أو تابعة لمسجد أو زاوية<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> <https://Salibrof.hooks.com/11073/Tobc/php> , 30/05/2020, 16:30.

### ثانيا- تعريف المؤسسة التربوية :

هي عبارة عن مكان أو موقع يتم فيه إلتقاء فئات مجتمعية مختلفة من الأعمار، ويتم فيها تعليمهم وتزويدهم بالكثير من المعلومات المختلفة، وتتكون هذه المؤسسة التعليمية من أعضاء الهيئة التدريسية أو المعلمون، والطلاب، وأولياء الأمور، والهيئات الإدارية، ويقوم الطلاب بالبقاء في هذه المؤسسة لتلقي العلم لفترات زمنية معينة. تعتمد هذه الفترة أيضا على نوع المؤسسة التعليمية، فهناك العديد من أنواع المؤسسات التعليمية مثل: رياض الأطفال، المدارس، المعاهد، الكليات، الجامعات<sup>1</sup>.

كما تعرف أيضا على أنها هي الأداة التي تعمل مع الأسرة على تربية الطفل وهي تنظيم إجتماعي ضروري لاغنى عنها في مجتمع من المجتمعات البشرية بما تقوم به من مسؤوليات وإعداد النشئ وتأهيله لعمل الإختبارات السليمة والمواق الإجتماعية التي يتفاعل فيها مع الأحرين فضلا عن إعداده وتزويده بمهارات والخبرات والمعارف المناسبة لعمره والتي تؤهله للإلتحاق بالمراحل التعليمية كما أنها تعد مؤسسة إجتماعية أنشأها المجتمع فهي متأثرة بكل مايجري في مجتمعها ومتأثرة فيه أيضا، إنها الأداة والوسيلة والمكان الذي بواسطته ينقل الفرد من حالة التمركز حول الذات إلى حال التمركز حول الجماعة .

وهي الوسيلة التي يصبح بها الفرد إنسانا إجتماعيا وعضوا فاعلا في مجتمعه، إذن فالمدرسة هي المؤسسة التي أنشأها المجتمع لتربية وتعليم الصغار نيابة عن الكبار اللذين شغلتهم الحياة إضافة إلى تعقد وتراكم التراث الثقافي فهي تطبع أفرادها تطبيعا إجتماعيا لتجعل منهم أعضاء صالحين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نوار بورزق، دور مؤسسة التعليم الثانوي في نشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والانسانية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.

<sup>2</sup> علي شتا، فاديه عمر الجولاني، علم الاجتماع التربوي، دار النشر مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 1997، ص 143-144.

## المطلب الثاني: أسباب الإهتمام بالتعليم

### أ- التركيز المتزايد على التنمية الاقتصادية:

حيث أن مسألة التنمية الاقتصادية ومعضلاتها وأزمات التخلف والحلول والسياسات المقترحة لمعالجتها، أصبحت اليوم ذائعة على المستويات الوطنية والقومية والدولية، خاصة في بلدان العالم الثالث باعتبارها أولى المهام الشعبية عن طريق التقدم الحضاري الشامل، الأمر الذي يؤدي لا محالة إلى ضرورة التفكير بالوسائل والأدوات الناجعة والملائمة لهذه المهمة. حيث يرتبط التطور الاقتصادي بالتطور التعليمي ارتباطاً وثيقاً يجعله متغيراً تابعاً له في المدى والاتجاه، ومن هنا بدأ الإدراك المتزايد لدور التعليم في النمو الاقتصادي .

### ب - تزايد الإنفاق في قطاع التعليم :

شهد العالم المعاصر توسعاً كبيراً في القطاع التعليمي تبعه تزايد النفقات التعليمية في شتى البلدان تزايداً هائلاً وضخامة للميزانية العامة للدولة، ومن الدخل القومي وزيادة الأعباء الضخمة المتخصصة عن ذلك والواقعة على كاهل الدولة والأفراد معاً، الأمر الذي حمل على البحث في مدى الفائدة الاقتصادية الموجودة في هذه الأموال المنفقة في قطاع التعليم، ومقدار ما يعود منها على الاقتصاد والمجتمع<sup>1</sup> .

### ج - العجز المالي والبحث على مصادر التمويل :

حيث نجد أن الكثير من البلدان عجزت بالقيام بالأعباء التعليمية كاملة، الأمر الذي أدى إلى ضرورة دراسة التعليم دراسة اقتصادية علمية تبحث الكلف والنفقات والعوائد من أجل الوصول إلى أكبر مردود ممكن بأقل التكاليف مما يسهم في تخفيض من هذه النفقات تبعاً للوسائل الفنية المختلفة المستخدمة .

### د - تصاعد أهمية دور العنصر البشري :

حيث أن التيارات المحدثة في الفكر الاقتصادي أخذت تؤكد من أي وقت مضى على دور وأهمية العنصر البشري في التنمية الاقتصادية، لاسيما عن الدراسات العديدة والمختلفة التي تكشف بوضوح خصائص هذا العنصر والمكانة التي يحتلها بين عناصر الإنتاج من خلال تبيان دور رأس المال البشري عامة، والتطور التكنيكي خاصة في النمو الاقتصادي.

<sup>1</sup> هاشم فوزي دباس العبادي، يتسلف جسيم الطائي، إدارة التعليم الجامعي، ط1، 01، الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007، ص 42-41.

## المطلب الثالث: أهداف ووظائف المؤسسات التربوية

### 1 - الأهداف : يمكن تلخيصها فيما يلي:

- المواطنة : أي أن الهدف المتوقع من المدرسة أن تخرج لنا مواطنين صالحين الذين سيكونون مزودين بالمهام المناسبة والاتجاهات القيمة للمشاركة في المجتمع الديمقراطي، هذه الاتجاهات التي ينبغي أن تزود المدرسة بها الفرد ليكون مواطناً صالحاً. ومن هذه الاتجاهات ممارسة العمل بصورة استقلالية، وتقبل المسؤولية وتنمية الثقة بالنفس واحترام الوقت الخ .

- المعرفة الإدراكية : حيث نجد أن الهدف الأول والأساسي للمدرسة هو إنتاج أو تخريج الأفراد الذين يكونون مزودين بالمعارف الامبيريقية التجريبية والمهارة والتفوق التكنولوجي<sup>1</sup>.

- تحقيق التكيف والإبتكار لدى الفرد والمجتمع.

- تهدف إلى ربط التعليم بالحياة بحيث يسهل الانتقال بين المدرسة والمجتمع وهو إنتقال في إتجاهين:

- إنتقال من حياة التعليم في المدرسة إلى حياة العملية في المجتمع.

- إنتقال عكسي الاتجاه من الحياة العملية في المجتمع إلى التعليم ومواصلة الدراسة ومتابعتها في أي وقت .

- تهدف إلى علاج القصور في نظام التعليم القائم إذ يتعرض في نظام التعليم الحالي لنقد لاذع بسبب قلة صلته بالحياة، وإفتقاره للمغزى بالنسبة للشباب ولآثاره اللامبالاة بالتعليم ولانعزاله في المجتمع<sup>2</sup>.

### 2 - الوظائف :

- نقل الثقافة العامة والحفاظ عليها لأجيال آتية .

- تنشئة التلاميذ وإعدادهم للمشاركة الايجابية في المجتمع .

- تطوير قدرات التلاميذ وتأهيلهم لاستيعاب المعرفة والمهارات التكنولوجية .

- تنمية قدرات التلاميذ للنقد العقلاني والتثقيف العلمي<sup>3</sup>.

- نقل التراث الثقافي للطفل بما يناسب عمره .

- عرض المشكلات التي تقابل التلاميذ أو قد قابلت غيرهم سواء كانت مشاكل إجتماعية أو نفسية جماعية أو فردية .

<sup>1</sup> محمد سيد فهمي، المدرسة المعاصرة والمجتمع، ط1، دار الوفاء دنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013، ص 18.  
<sup>2</sup> طارق عبد الرؤوف عامر، التربية والتعليم المستمر، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 24-25.  
<sup>3</sup> سعدون محمود الساموك، الأساليب التعليمية للتربية الإسلامية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2005، ص 70.

- العمل على توفير بيئة إجتماعية أكثر توازنا واتزاناً مع البيئة الخارجية .

- إتاحة الفرصة للأفراد الأكبر فبعد أن كان اتصال الفرد في العائلة والأقارب والجيران تخرجه المؤسسة من هذه المجتمعات<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> محمد سلمان الخزاعلة، المعلم والمدرسة، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 68.

## المطلب الرابع: دور الوسائل والأنشطة التربوية في حملات الثقافة المرورية

### أولاً- دولا الوسائل التربوية في حملات الثقافة المرورية :

تعد المؤسسات التعليمية من أهم المؤسسات الاجتماعية التي لجأت إليها المجتمعات الحديثة، لتلبية حاجات تربوية وتعليمية عجزت عن تأديتها الأسرة بعد تعقد الحياة، فأصبحت المدرسة مؤسسة إجتماعية متخصصة يلقن فيها الطلاب العلم والمعرفة ونقل الثقافة من جيل إلى جيل، كما تسعى إلى تحقيق نمو الناشئة والشباب جسديا وعقليا وإنفعاليا وإجتماعيا، بما يحقق إعداد الفرد لتنشئة وتنشئة إجتماعية ليكون مواطناً صالحاً معداً للحياة<sup>1</sup>.

كما تسهم المؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة بدور أساسي في إكتساب الوعي المروري للمتعلمين وتنمية مهاراتهم نحو السلوك الصحيح بما تملكه من وسائل وتقنيات في عمليتي التعليم...وتؤثر المدرسة والجامعة تأثيراً إيجابياً في طموح الأفراد وتطلعاتهم، وتسهم إسهاماً كبيراً في تحديد النماذج التي يقتدي بها المتعلمون وهناك العديد من الأدوار التي يمكن للمدرسة ممارستها للإرتقاء بالسلوك المروري لدى المتعلم وذلك بدءاً من تعريفه بالسلوك المروري وجدواه للحفاظ على النفس وعلى الآخر في المجتمع، وإنتهاءً بالقيام بالدراسات العلمية للإرتقاء بالسلوك المروري<sup>2</sup>. ومن ضمن بين الأدوار التي ينبغي أن تؤديها المدرسة لفرض الثقافة المرورية لدى تلاميذها :

### 1- تضمين المقررات الدراسية بمنظومة مفاهيم ومصطلحات الثقافة المرورية:

كان من توصيات العديد من الدراسات إدخال مفهوم السلامة المرورية كمقرر مستقل في مناهج وزارات التربية والتعليم، أو إدخال مفاهيم الثقافة المرورية في المفردات الدراسية "ويغفل عند إعداد المناهج المرورية أن توظف التقنيات الحديثة (الوسائط المتعددة، الأنترنت) لتبسيط عرض المادة وسهولة إستيعابها وتسهيل عمل المعلم في توصيل المعارف للمتعلم وفق أسلوب شيق".

ومن أبرز الخطوط العامة للمواضيع التي يحسن بالمنظرين التربويين أن يضمونها في المقررات الدراسية مايلي :

1- نظام المرور المعمول به في البلد المعني (التشريعات والأنظمة).

2- آداب المرور .

3- إشارات المرور واللوحات الإرشادية المرورية .

4- أسباب الحوادث المرورية .

5- الإصابات المرورية وأنواعها .

<sup>1</sup> محمد واجد النعمة، أهمية السلامة المرورية في المرحلة الثانوية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 6.

<sup>2</sup> محمد سعد الدين، خيرو بيان، التربية المرورية في التعليم، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 08.

6- أهمية استخدام حزام الأمان والآثار الإيجابية لاستخدامه .

7- الإسعافات الأولية .

وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة إكساب الطلبة الذين يدرسون هذه المفردات والمناهج مايلي :

- الحقائق والمعلومات المتعلقة بسلامة استخدام السيارات .

- السلوك الإيجابي نحو السيارة والطريق والمشاة .

- تعديل السلوك وفق أسس ومبادئ التربية المرورية .

- الأخذ بيد الآخرين لتعليمهم وتعديل سلوكهم في نواحي السلامة المرورية .

- تعميق مبدأ المراقبة الذاتية أثناء قيادة السيارة، وتعاملنا مع عناصر الطريق .

- التخلق بالقيم الإسلامية الرفيعة في تعامله مع الآخرين أثناء القيادة، كضبط الغضب، والتلفظ بالكلمة الطيبة والإبتعاد عن الكلمات الغير لائقة التي قد تؤدي إلى تفاقم وازدياد المشاكل والحوادث المرورية<sup>1</sup> .

## 2- تأهيل وإعداد المعلمين وتزويدهم بالثقافة المرورية اللازمة :

يساعد المعلم المتعلمين على الإلمام بالمشكلات المرورية، ويعمل على أن يكون لديهم وعيا مروريا من خلال إكسابهم المهارات اللازمة لذلك، ولعل هذا يبرر ضرورة إعداد معلمين في مجال التربية المرورية إعداد خاصا، وذلك لأن نجاح عملية إدخال مفهومات التربية المرورية في المناهج الدراسية مرتبط بإعداد القائمين على تدريسها<sup>2</sup> ، وحتى يستطيع المعلم القيام بالدور المناط به في حملات التوعية المرورية لابد من :

- أن يكون لديه الإدراك التام لأبعاد المشكلة المرورية، وأثرها على الفرد والمجتمع، والوسائل والأساليب المعينة من خلال الإعداد الجيد للمعلم .

- معرفته بالوسائل والطرق المتنوعة التي يستطيع من خلالها إيصال ما يريد إيصاله من المعارف والمهارات المتعلقة بالسلامة المرورية للطلبة .

- الملائمة بين نقل الأفكار الواجب إعطاؤها حول الثقافة المرورية والمستوى العقلي للتلاميذ، ويقصد بذلك ملائمة المواضيع المطروحة ومتوسط عمر التلاميذ العقلي .

- تمثل القيم الأخلاقية لإسلامية، وتغليبها على النزعة النفعية الغير مرتبطة بالقيم الأخلاقية عند مشاركته بحملات الثقافة المرورية .

<sup>1</sup> أكرم عبد القادر أحمد أبو إسماعيل، دور المؤسسات التربوية في حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2007، ص 07.

<sup>2</sup> محمد سعد الدين، مرجع سابق، ص 09.

- القدرة على توظيف التكنولوجيا في الجملة التوعوية، بحيث يستطيع توظيف التعلم العائلي في معرفة إشارات المرور والأنظمة والتشريعات الخاصة بالسلامة المرورية وممارسة قيادة السيارة بصورة تراعي الطريق والتربية المرورية .

- أن يكون ملماً بالنظريات الخاصة بعلم النفس التي تفسر أسباب وقوع الحوادث، وسبل معالجتها وخاصة ما يتعلق بالتفاؤبية الدفاعية .

- تحقيق القدوة لطلابه، من خلال تمثله لسلوكيات المرور المطلوبة في التربية المرورية ومراعاة قواعد وأنظمة السير المعمول بها<sup>1</sup> .

### 3- تنسيق الجهود بين المؤسسات التربوية وؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى في حملات التوعية المرورية :

إن العلاقة التي تقوم بين المؤسسات التربوية وبقية المؤسسات المجتمعية الأخرى الرسمية والغير رسمية منها تقوم على التنسيق والتكامل، وتقاسم الأدوار فيما بينها لتحقيق الأهداف المرسومة في حملات التوعية المرورية وذلك من خلال "التأكيد على التربية والتنشئة الأسرية والتنشئة الاجتماعية حول الإلتزام بالقوانين والأنظمة المرورية وكذلك التأكيد المجتمعي من خلال الخطب الدينية والمواعظ والإرشاد الديني حول هذه المخالفات التي تعد مخالفة للدين ومخالفة لطاعة ولي الأمر" .

#### ثانيا- دور أنشطة المؤسسات التربوية في حملات الثقافة المرورية :

حقاً أصبحت المدرسة اليوم مؤسسة إجتماعية، تضطلع بدور هام في تهيئة الفرص لتحقيق النمو الشامل للتلميذ، وإعداده للمواطنة الصالحة، وعلينا أن ندرك أن النشاطات المدرسية، لم تعد مجرد نشاط حركي جسمي يرمي إلى تمرين العضلات وباقي أعضاء الجسم وتقويتها، بل أصبحت فناً تربوياً متقناً جعلت له الطرق الحديثة في التربية أصول وقواعد وأهداف أخلاقية، هذا ينسجم مع غايات ومرامي النواحي الأخرى للعملية التربوية المتكاملة<sup>2</sup>، ويمكن حصر أبرز هذه الأنشطة التي تخدم حملات الثقافة المرورية مايلي :

**1- لجنة أصدقاء المرور المدرسية :** تشكل في المدارس أندية وجماعات خاصة بالمرور، تهدف إلى تعميق الثقافة المرورية لدى طلبة المدرسة من خلال الرحلات العلمية لحدائق المرور، أو النعاهد المرورية أو عبر إعداد المطويات، والنشرات، والمجلات الحائطية، وإعداد المؤتمرات والمعارض التي تخدم منهاج التربية المرورية .

**2- المعارض المدرسية الخاصة بالسلامة المرورية :** تهدف المعارض المرورية إلى تعميق التربية المرورية في نفوس الطلبة، وتنمية الإتجاهات المرغوبة لديهم وتعديل الإتجاهات السلبية عبر ترجمة الافكار إلى صور ووسائل ولوحات فنية، ورسومات كاركليكاتورية تزيد من

<sup>1</sup> أكرم عبد القادر، مرجع سابق، ص 08.

<sup>2</sup> توفيق محمد مقبل فهمي، النشاط المدرسي، مفهومه وتنظيمه وعلاقته بالمنهج، كلية الآداب والعلوم، ط2، جامعة ألبترا، عمان،

2011، ص 09.

الثقافة المرورية، وتزويد الطلبة بالمعلومات المطلوبة حول مفاهيم ومصطلحات التوعية المرورية بصورة رائعة، بعيدة عن النمطية الوعظية السائدة .

**3- النشاط المسرحي :** عرض المسرحيات الخاصة بتعليم التربية المرورية وسيلة جذابة من وسائل التثقيف المروري لجميع الاعمال، وخاصة الطلبة في المدرسة الأساسية والثانوية حيث يؤدي وظيفة اجتماعية مهمة في جو من الكوميديا المشحونة بالمرح والبهجة والسرور أو عبر المسرحيات التراجيدية التي تعالج الآلام والمآسي التي تخلفها الحوادث المرورية .

**4- الرحلات والزيارات الميدانية :** فالرحلات إلى المراكز والمعارض وسيلة ناجحة من وسائل التربية المرورية، إذ يكتسب الطلبة من خلالها الخبرات النافعة، بالإضافة إلى أنها تخلق فيهم حوافز عديدة لمواجهة المشكلة المرورية يتعذر توفيرها داخل الحجرة الصفية، كما تحقق الرحلات والزيارات تغيرا مرغوبا في سلوكيات الطلبة المرورية، فتثير فيهم الميل إلى الإطلاع والإكتشاف والبحث والملاحظة والنقد والربط لجميع عناصر الحوادث المرورية، وطرح الحلول ولاقتراحات والبرامج التي تقلل من أعداد الحوادث المرورية اليومية<sup>1</sup> .

**5- إقامة الندوات والمحاضرات :** إقامة الندوات والمحاضرات التي يشارك فيها أعضاء من هيئة التدريس في الجامعات، والمختصين في دائرة المرور، والمحاضرين من جمعيات الوقاية من حوادث الطرق، لإبراز الأسباب التي تقف خلف حوادث المرور وسبل معالجتها والوقاية منها، كما تجدر الإشارة هنا إلى أن أعمار الفئة المستهدفة لهذه الندوات والمحاضرات ينبغي أن تتلائم مع ما يطرح من مفاهيم ومهارات ومصطلحات السلامة المرورية .

**6- إجراء المسابقات :** تنفيذ مسابقات حول التوعية المرورية، ومنح جوائز للأعمال المميزة، فعلى سبيل المثال لا الحصر تأليف قصص حول السلامة المرورية .

**7- تثقيف الطلبة وتوعيتهم بالسلامة المرورية من خلال الكتب المدرسية :** إن تزويد المكتبة بالكتب والمجلات والأقراص الممغنطة وما أنتج من أفلام ومواد تعليمية خاصة بالسلامة المرورية يعمل على زيادة الوعي التربوي لدى الطلبة بأسباب الحوادث المرورية وطرق الحد منها .

**8- تصميم مواقع إلكترونية :** تصميم مواقع إلكترونية للتوعية المرورية على الانترنت تتضمن مننديات باسم السلامة المرورية والوقاية من حوادث الطرق، يشارك فيها الطلبة بتعليقاتهم وآرائهم أو يطرحون الأسئلة ويقوم المختصون بالإجابة عنها .

**9- تدريب الطلبة على جهاز المحاكاة لقيادة السيارة :** لقياس مدى ممارسة الطلبة لقواعد وأنظمة المرور، وإختبار ردود أفعالهم وتوجيهها الوجهة السليمة لابد من تعرض الطلبة لممارسة القيادة على جهاز المحاكاة الذي يجب توفيره في كل مدرسة، لترجمة المعارف إلى سلوك وتدوين المعرفة المرورية لتصبح سجية وطبعاً مألوفاً .

<sup>1</sup> - توفيق محمد مقبل فهمي، مرجع سابق، ص 09.

### ثالثا- معوقات المؤسسات التربوية في أداء حملات الثقافة المرورية :

هناك عوامل ذاتية لدى المؤسسات التربوية تحد من فاعليتها في حملات التوعية المرورية، وأخرى خارجية تؤثر في أدائها ومسارها ومن أبرز هذه المعوقات :

1- ضعف التوظيف العملي لنتائج المؤتمرات المحلية والإقليمية والدولية، ونتائج الدراسات الخاصة بالحد من الحوادث المرورية توعويا .

2- التكامل بين المؤسسات التربوية والأجهزة الشرطة المرورية، ومؤسسات المجتمع فهو موجود كفكرة، ولكنه غائب في الممارسة العملية، حيث أن التنسيق ضعيف للغاية باستثناء أيام وأسابيع المرور المحلية والدولية، ولا ينعكس بدوره على إثراء البرامج التوعوية وتقويتها .

3- عدم وجود فترة تدريبية للمعلمين مخصصة في معارف ومهارات التوعية المرورية، مع أن هذه البرامج لا تحتاج إلى أشهر لكي يفهمها المتدرب ويثقف مهاراتها، حتى يستطيع أن يعلمها للآخرين بصورة مشوقة وغير مشوهة<sup>1</sup> .

4- قلة الموارد والإمكانات المادية والتقنية في المدارس من أكبر العوائق التي تحاول دون أداء المدرسة لدورها في حملات التوعية المرورية، حيث يقتصر تزويد المدارس على الحد الأدنى، مما يعيقها من التفكير بابتكار أساليب وطرق حديثة تمتاز بالجدة والتنوع لمحاربة هذه الظاهرة .

5- سطحية البرامج التوعوية المرورية المطروحة بحيث لا تساعد المتعلم على الاختيار واكتساب مهارات التعلم الذاتي، والقدرة على التقويم .

6- محدودية الدراسات الميدانية التي تضيف جزئيات برامج التوعية المرورية في المدارس .

<sup>1</sup> - توفيق محمد مقبل فهمي، مرجع سابق، ص 09.

**الفصل الرابع :**

**الفصل التطبيقي**

## الفصل الرابع : الفصل التطبيقي

- 1- مجال الدراسة
- 2- أنشطة العلاقات العامة في أمن ولاية المسيلة
- 3- تحليل ومناقشة البيانات
- 4- نتائج الدراسة
- 5- توصيات ومقترحات

## الفصل الرابع : الفصل التطبيقي

### 1- مجال الدراسة :

#### أ/ المجال الزمني:

لقد إستغرق إنجاز دراستنا مدة 4 أشهر من شهر مارس 2022 إلى غاية جوان 2022، وتم أثناء هذه المدة إختيار موضوع البحث وتحديد إشكالية، كفكرة أولية وبالإضافة إلى التردد على المكتبات الجامعية والمكتبات الخارجية للقيام بالبحث وجمع المادة العلمية، والإطلاع على الدراسات المتعلقة بموضوع بحثنا أو تلك التي تخدمه .

أما بخصوص دراستنا الميدانية حيث قمنا بزيارة إستطلاعية إلى المديرية التربوية بولاية المسيلة بهدف الحصول على الإذن للقيام بالدراسة في المؤسسة التربوية المراد إجراء الدراسة التطبيقية فيها وتوزيع استمارات البحث على عينة من تلاميذ مدرسة "أول نوفمبر 1954 بالمسيلة، ومن ثم قمنا بتنظيم المعلومات التي تحصلنا عليها من خلال إستجواب العينة محل الدراسة، كما قمنا بتفريغ بيانات الإستمارات وتصنيفها وتبويبها وجدولتها ختاماً لدراستنا .

#### ب/ المجال المكاني :

##### بطاقة فنية للمدرسة :

- اسم المدرسة : مدرسة أول نوفمبر 1954.

- سنة البناء : 1983.

- تاريخ إنشائها : 1985.

- نمطها : حضري.

- العنوان الكامل للمدرسة : حي الورود المسيلة.

- رقم هاتف المدرسة : 035.35.70.88

- المساحة الكلية للمدرسة : 4147.00 م<sup>2</sup>

- المساحة المبنية : 1026.00 م<sup>2</sup> - مساحة الساحة : 600.00 م<sup>2</sup>

- عدد الأقسام : 13 التعليم الإبتدائي 12 الإعلام الألي 01.

- جمعية أولياء التلاميذ : غير مشكلة.

- المتوسطة الملحقة بها : متوسطة أول نوفمبر 1954.

## 2- أنشطة العلاقات العامة في أمن ولاية المسيلة :

تمارس خلية الإعلام والعلاقات العامة في أمن ولاية المسيلة في سبيل تحقيق الثقافة المرورية للمواطن عامة ولأطفال المدارس خاصة، العديد من الأنشطة التوعوية والتحسيسية سنذكر أبرز الأنشطة التي قامت بها مؤخرا وهي :

- حملة تحسيسية للمتمدرسين أطلقتها خلية الإعلام والعلاقات العامة بأمن ولاية المسيلة في إطار الحملات التحسيسية والتوعوية المبرمجة لفائدة تلاميذ المدارس، على مستوى إقليم ولاية المسيلة، تم بتاريخ: 2021/10/25 إلقاء درسين نموذجيين حول السلوكات الخاطئة بالمحيط المدرسي، حماية البيئة والمحافظة على المحيط، إستفاد منها (120) تلميذ بالمجمع المدرسي "شنيح محمد" ببلدية المسيلة، من تنشيط إداريين تابعين لأمن الولاية وإلقاء درس تحسيسي حول السلامة المرورية مع توزيع رخص السياقة على التلاميذ الفائزين بالمسابقة الخاصة بقانون المرور، العملية أجريت في جو بهيج ولاقت استحسان التلاميذ وأولياءهم والأسرة التربوية.

- كما نظمت شرطة ولاية المسيلة من خلال خلية الإعلام والإتصال والعلاقات العامة حملة تحسيسية حول السلامة المرورية لفائدة تلاميذ ابتدائية الشهيد "ساسي لخضر" بمدينة المسيلة وذلك بمناسبة إحياء أسبوع المرور العربي الممتد من 04 إلى 10 ماي من كل سنة، حيث تهدف هذه الحملة إلى توعية أطفال المدارس بضرورة التقيد بقوانين المرور وإحترام قواعد السلامة المرورية، وتفعيل العمل الوقائي عبر المحاور والطرق الرئيسية التي تعرف كثافة سكانية مرورية مضاعفة خاصة في الفترة الصباحية والمسائية اللتان تصاحبان تدفق هائل للتلاميذ المتمدرسين والعمال من وإلى المؤسسات التربوية من أجل توجيه وتوعية التلاميذ بالسلامة المرورية من جهة وتأمين المحيط المدرسي من دهاء أخرى .

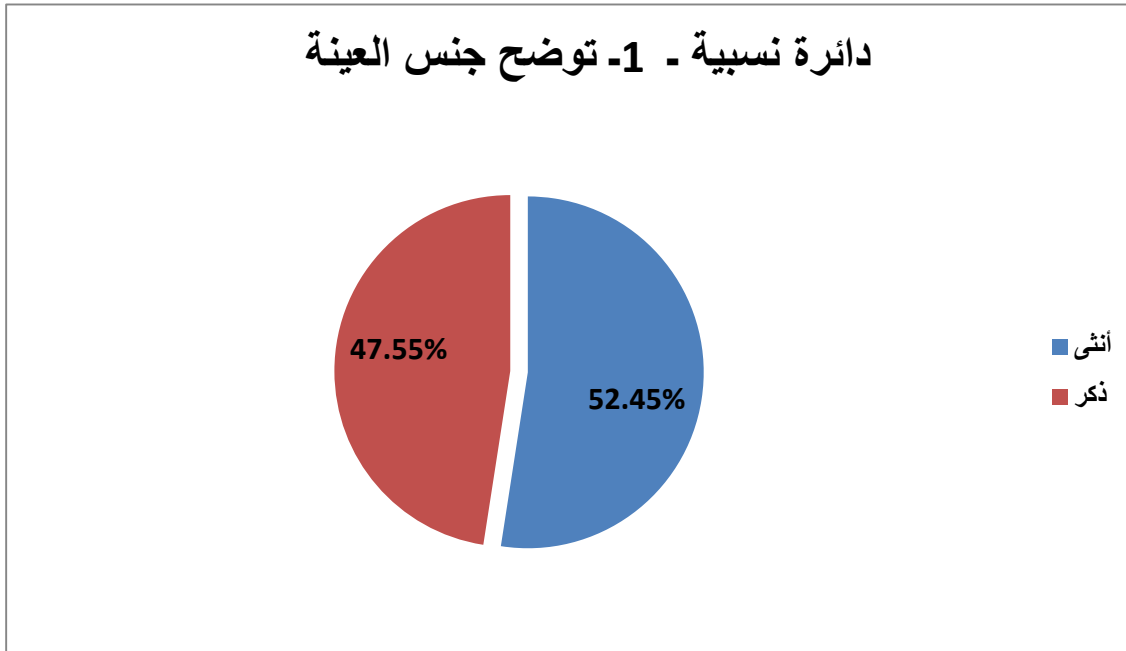
وحسب خلية العلاقات العامة بجهاز الشرطة فإن الدراسات التحليلية بينت أن العامل البشري لا يزال هو المتسبب الرئيسي في حوادث المرور، ولذلك بإرتكابه جملة من المخالفات أبرزها الإفراط في السرعة والتجاوز الخطير، وعليه تركز الجهود خلال هذه الحملة على التحسيس من مخاطر السرعة المفرطة والتجاوز الخطير في المناطق العمرانية والقريبة من المؤسسات التربوية، وعدم إحترام مسافة الأمان والمناورات والتجاوزات الخطيرة والسير على اليسار، واستعمال الهاتف النقال أثناء القيادة، عدم إستعمال حزام الأمان في المقاعد الأمامية، نقل الأطفال في المقاعد الأمامية، عدم إستعمال الراجلين للممرات المخصصة لهم، عدم سير الراجلين على الأرصفة أو حواف الطرقات المهيأة لهذا الغرض.ومن خلال هاته النشاطات نستنتج أن خلية الإعلام والاتصال والعلاقات العامة بأمن ولاية المسيلة تتفانى في توعية وإرشاد أطفال المدارس وحثهم مروريا من خلال الحملات التحسيسية والتوعوية التي تنظمها سواء بالتعامل مع الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني.

3- تحليل ومناقشة البيانات :

أولاً- المعلومات الشخصية :

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
52.45%	32	أنثى
47.55%	29	ذكر
100%	61	المجموع

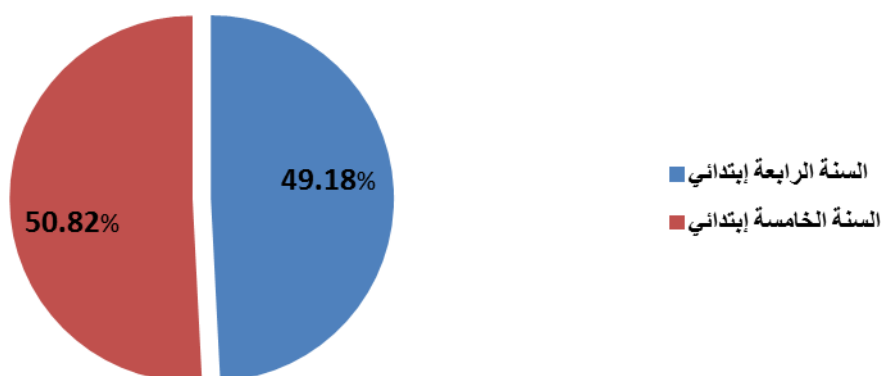
جدول -1- يوضح جنس العينة



النسبة المئوية	التكرار	المستوى
49.18%	30	السنة رابعة ابتدائي
50.82%	31	السنة خامسة ابتدائي
100%	61	المجموع

جدول -2- يوضح المستوى الدراسي للعيينة

دائرة نسبية -2- توضح المستوى الدراسي للعيينة



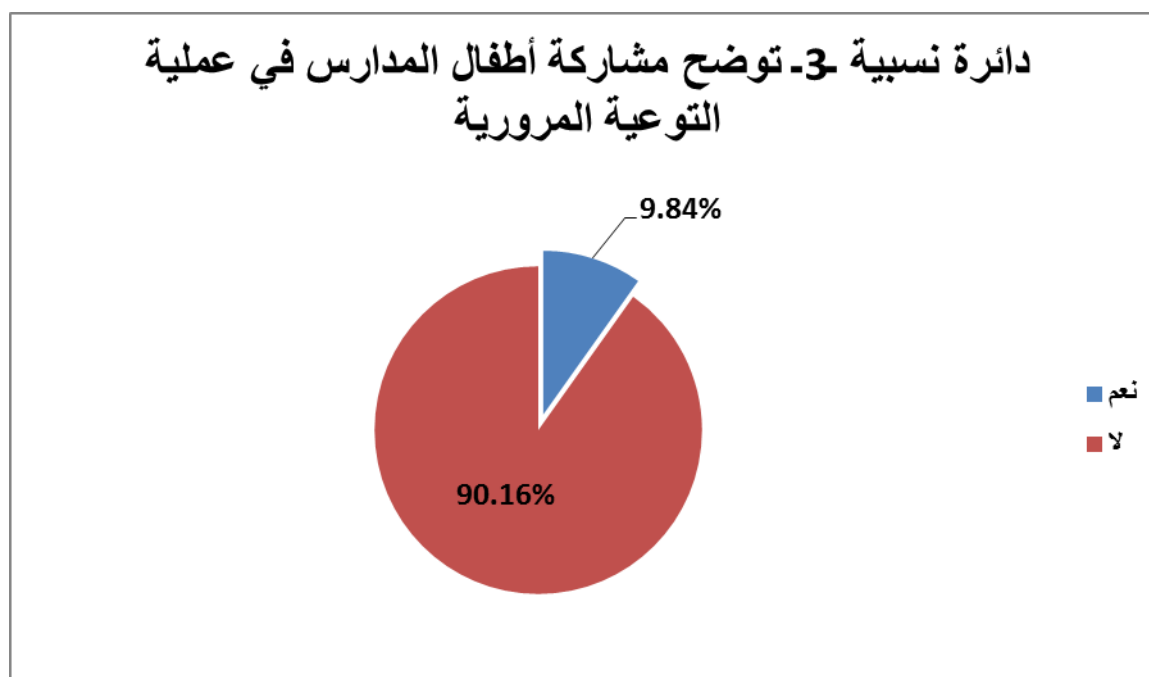
يوضح الجدول -1- و -2- توزيع أفراد العينة حسب الجنس والمستوى الدراسي، فنلاحظ هنا أن نسبة المبحوثين من الذكور والإناث في مختلف المراحل الابتدائية، يظهر أن هناك تقارب في عدد التلاميذ وتوزيعهم حسب الجنسين في العملية التعليمية لان الإدارة تعتمد على توزيع متساوي بين كل الأقسام من حيث العدد والجنس عبر مختلف المراحل التعليمية، حتى يكون هناك توازي بين الفصول .

ثانيا- الوسائل الإتصالية المستخدمة بجهاز الشرطة لزيادة الثقافة المرورية :

### 1- مشاركة أطفال المدارس في عملية التوعية المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
9.84%	06	نعم
90.16%	55	لا
100%	61	المجموع

### جدول 3- يوضح مشاركة أطفال المدارس في التوعية المرورية

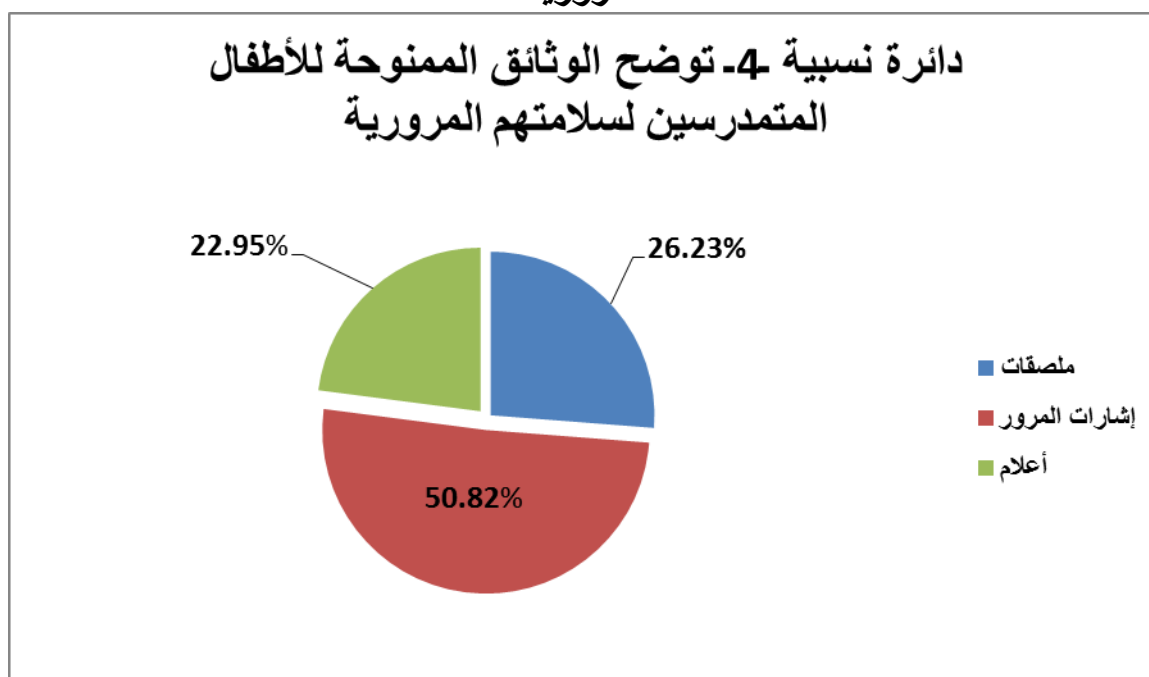


يوضح الجدول 3- نسبة إذ ما كان هناك مشاركة للأطفال المتمدرسين في عملية التوعية المرورية بولاية المسيلة، نلاحظ أن جل الإجابات تنحصر في أنه لا توجد مشاركة من قبل الأطفال في العملية التوعوية في حين نجد نسبة ضئيلة بنعم يوجد مشاركة في العملية المرورية، وهذا يدل على أن عدم مشاركة الأطفال المتمدرسين في العملية المرورية راجع إلى أن معظم أطفال المدارس يظنون بأنهم ليس من الضروري مشاركتهم لأفراد الشرطة في مجال التوعية المرورية، وهذا يعود إلى عدم وجود تنظيم نشاطات خاصة بالتوعية المرورية من خلال المؤسسات المكلفة بذلك وعلى رأسها خلية الأمن المروري بالولاية، أو لإنعدام الثقافة القاعدية التي يمتلكها الطفل من الأسرة أو المحيط المعيش.

## 2- الوثائق الممنوحة للأطفال المتمدرسين لسلامتهم المرورية :

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
26.23%	16	ملصقات
50.82%	31	إشارات المرور
22.95%	14	أعلام
100%	61	المجموع

جدول 4- يوضح الوثائق التي منحت أطفال المدارس لسلامتهم المرورية

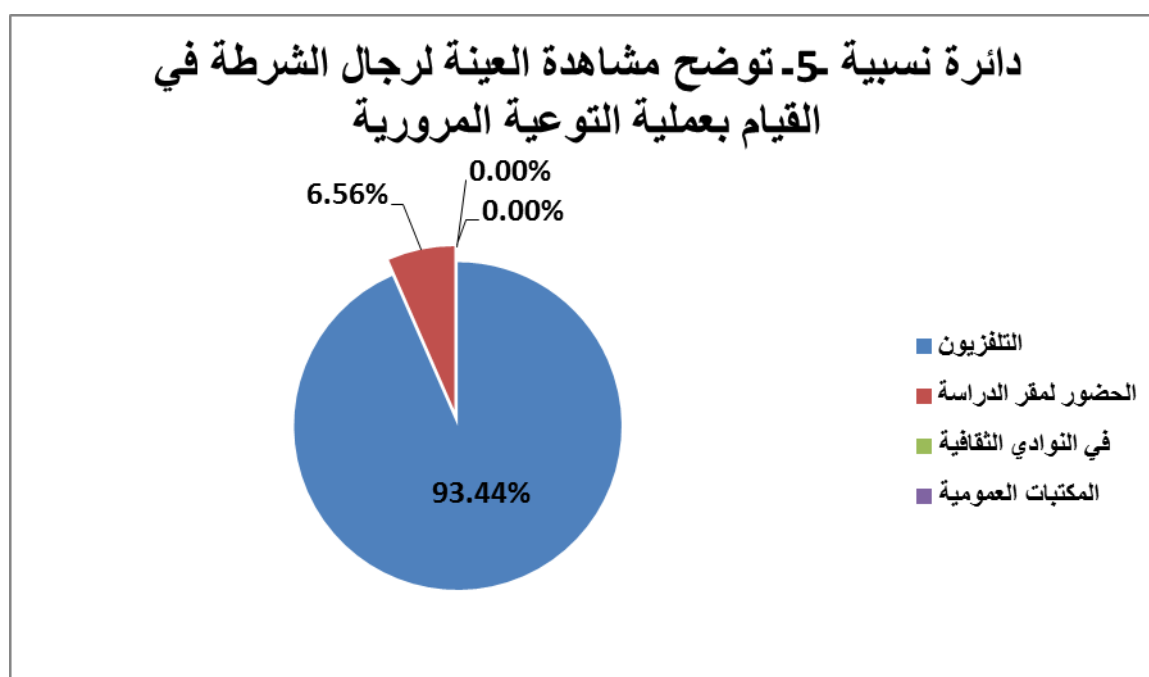


يوضح الجدول 4- توزيع أفراد العينة حسب الوثائق التي شاهدوها أو منحت لهم من قبل خلية الأمن المروري، يتضح لنا من خلال إجابة المبحوثين أن أهم الوثائق التي شاهدوها و منحت لهم هي الوثائق الخاصة بتعريفهم بإشارات المرور بنسبة 50.82% نظرا لأهمية هذا النوع من الوسائل التعليمية بحيث أنها تجعل الطفل قادرا على التمييز بين أهم الإشارات المرورية الأكثر حضورا في حياته، وهو ما يساهم في معرفته في الجو العام للحركة المرورية داخل المدن، في حين نجد أن الوثائق والأعلام التي تمثلت نسبة 22.95% تمثلت في الرايات التي تحمل مختلف الألوان والرسومات الممنوحة للأطفال فهي توضح لهم حالة الطريق و أهم الأخطار المتوقعة التي يمكن للطفل أن يقع فيها، فاللون الأحمر عموما يمثل الخطر واللون الأخضر يمثل النجاة والسلامة .

### 3- مشاهدة العينة لرجال الشرطة في القيام بعملية التوعية المرورية:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
في التلفزيون	57	93.44%
الحضور لمقر الدراسة	04	6.56%
في النوادي الثقافية	00	0%
المكتبات العمومية	00	0%
المجموع	61	100%

جدول 5- يوضح مشاهدة العينة لرجال الشرطة في القيام بعملية التوعية المرورية

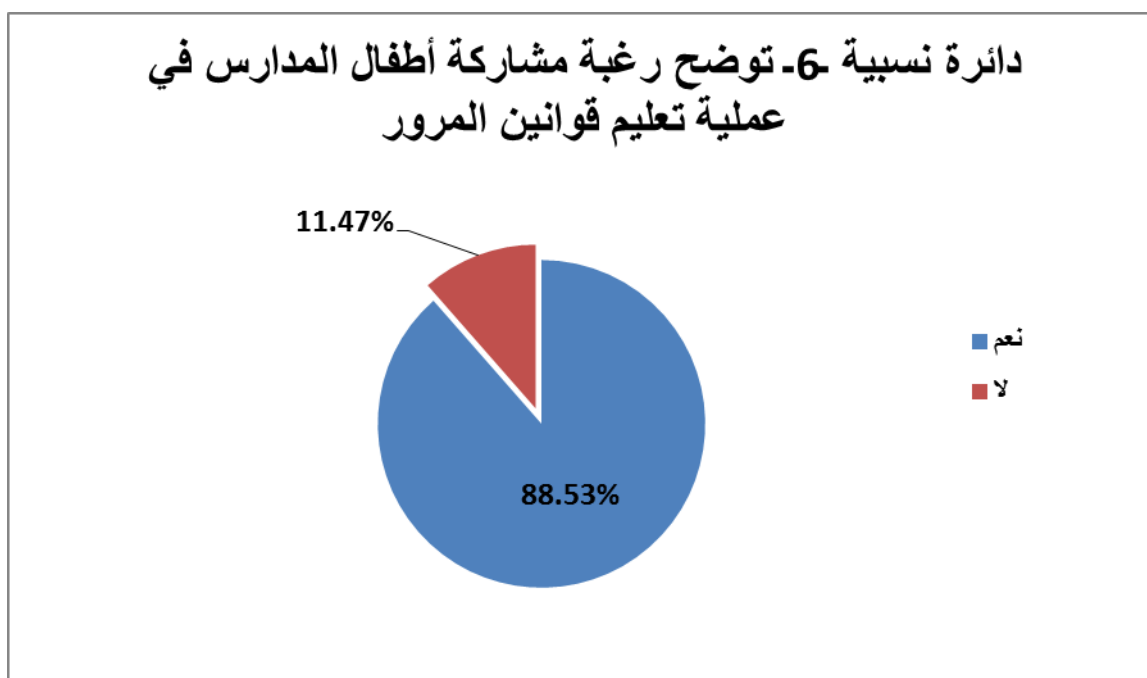


يوضح الجدول 5- مشاهدة العينة لرجال الأمن في القيام بعملية التوعية المرورية، يتضح من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة شاهدوا أفراد الشرطة الذين يقومون بعملية التوعية في مجال الثقافة المرورية عبر جهاز التلفزيون بنسبة 93.44% وهي النسبة الغالبة لما لهذه الوسيلة من تأثير مباشر على الاطفال المتمدرسين ولقلة الحملات التوعوية على أرض الواقع مما يجعل هؤلاء الأطفال يتحصلون على ثقافتهم المرورية من خلال متابعتهم للتلفزيون ولسهولة هذه الوسيلة ودرجة إستيعابهم لمحتوى المضمون الإعلامي التوعوي المروري الذي تقوم بعرضه لهم. أما باقي أفراد العينة يرون أن الحضور لمقر الدراسة هو الوسيلة أو الطريقة الأمثل وذلك بنسبة 6.56% وهي نسبة قليلة لمجمل أفراد العينة فهذه النسبة الضئيلة تعبر عن الإنتقائية في مجال متابعة هذا النوع من الأعمال التوعوية المنتشرة في المدارس، في حين نجد غياب أو إنعدام كلي لمشاهدة أطفال المدارس لرجال الشرطة في القيام بعملية التوعية المرورية في المرافق الثقافية المتمثلة في النوادي الثقافية والمكتبات العمومية.

4- رغبة مشاركة أطفال المدارس في عملية تعليم قوانين المرور :

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
88.53%	54	نعم
11.47%	07	لا
100%	61	المجموع

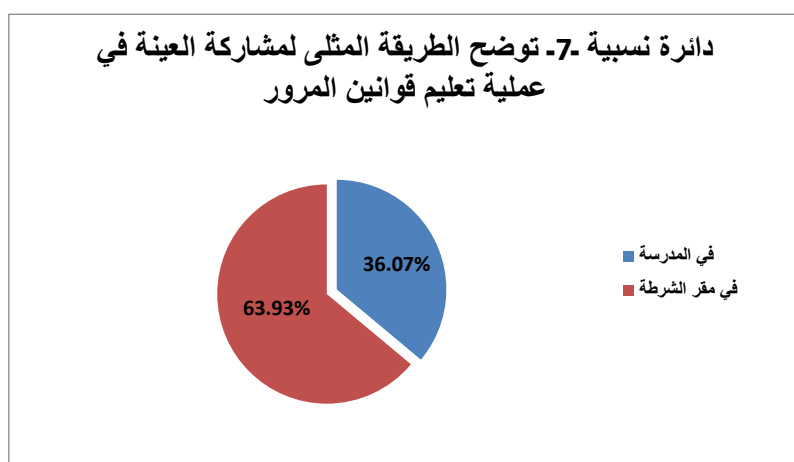
جدول 6- يوضح رغبة مشاركة أطفال المدارس في عملية تعليم قوانين المرور



- الطريقة المثلى للمشاركة في عملية تعليم قوانين المرور:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
36.07%	22	في المدرسة
63.93%	39	في مقر الشرطة
100%	61	المجموع

جدول 7- يوضح الطريقة المثلى لمشاركة العينة في عملية تعليم قوانين المرور:



يوضح الجدول 6- رغبة مشاركة أطفال المتدربين في عملية تعليم قوانين المرور، يتضح لنا من خلال الجدول وجود رغبة كبيرة للأطفال المتدربين في تعلم ومشاركة في صياغ تعليم قوانين المرور بنسبة 88.52% وذلك لأن هذه الفئة لها الرغبة بالقيام برحلة التعلم معظم المبادئ الشرطية المرورية بما في ذلك رغبتهم في تعلم قوانين المرور خاصة المتعلقة بالراجلين لأنها توضح لهم أهم المسالك الآمنة وتجنبهم لمسالك الخطر وأماكن تواجد المركبات التي تشكل خطر على حياتهم. في حين نجد أن نسبة إجابة الأطفال بعدم رغبتهم في القيام بعملية تعليم قوانين المرور بجانب أفراد الشرطة قليلة حيث قدرة بـ 11.47% فقط وذلك نظرا لتأثير الجو العائلي عليهم، أو تخوفهم من فكرة وجود رجال الشرطة بجانبهم في رحلة تعلمهم لهاته القوانين المرورية .

يتضح لنا من خلال الجدول 7- الطريقة المثلى لمشاركة العينة في عملية تعليم قوانين المرور المرتبط بسؤالنا المرتبط بنعم أم لا للمبحوثين في طريقة إختيارهم الطريقة المثلى للمشاركة في عملية تعليم قوانين المرور في المدرسة أو في مقرات الشرطة، نجد أن جل عدد

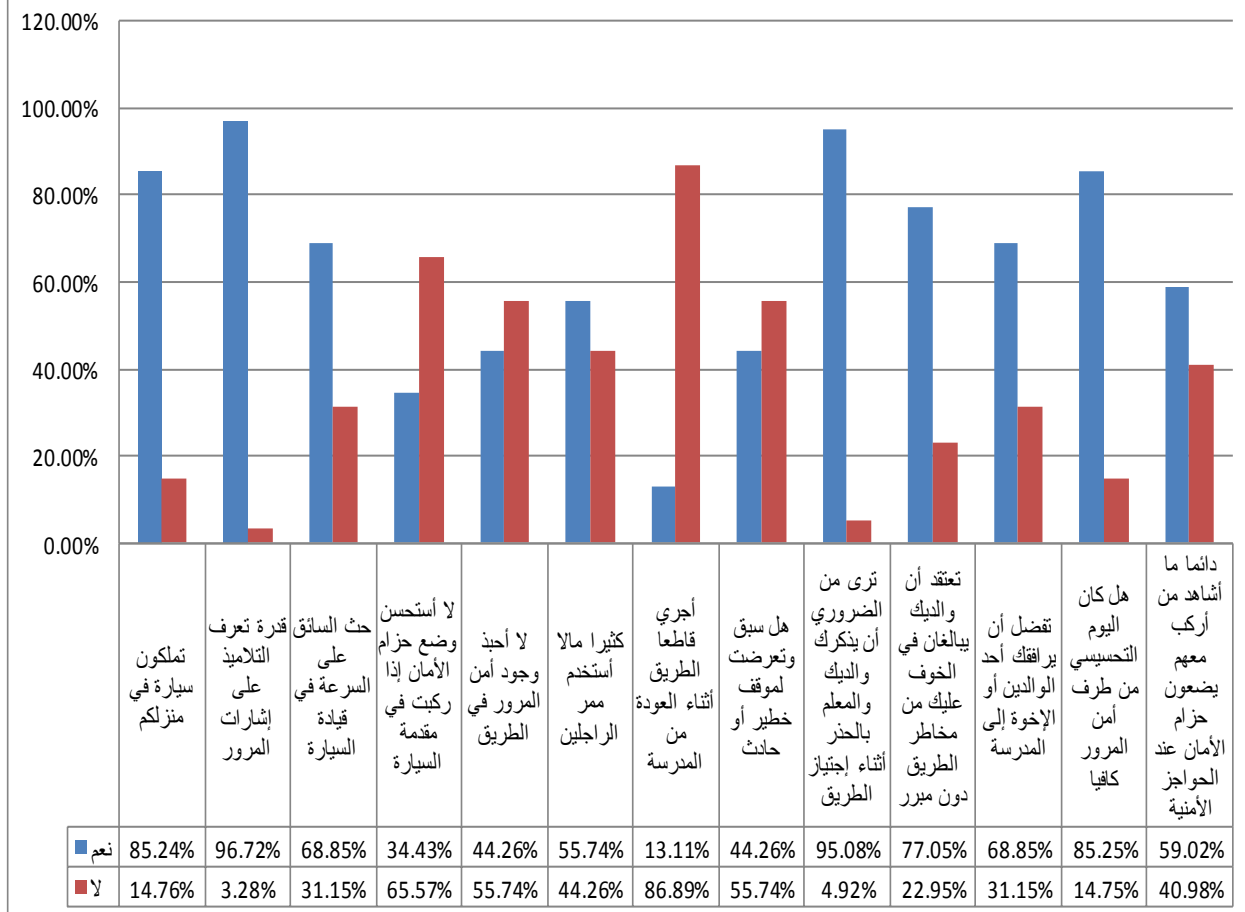
العينة فضلت الإجابة بنعم يرغبون في المشاركة وذلك ظاهر من خلال ما تم عرضه في تحليلنا لمعطيات الجدول السابق. وعليه نرى أن نسبة 63.93% من أفراد العينة يفضلون المشاركة عن طريق الإلتحاق بمقرات الشرطة وتودد بأفراد الشرطة المرورية في تعلم قوانين المرور، وذلك لأنه بالطبع تقوم بتوفير لهم كافة الإمكانيات التي تساهم في تنمية وزيادة ثقافتهم المرورية، بالإضافة إلى أن الأطفال المتمدرسين بطبعهم يحبون التعلم عن طريق المشاركة مع رجال الأمن المروري . في حين نجد نسبة 36.07% من أفراد العينة يفضلون المشاركة عن طريق البقاء في المدرسة وحضور الأمن المروري لمقر دراستهم نظرا لأن هذه الفئة تعتقد أن هذه الطريقة الأمثل لإستيعابهم لقوانين المرور بطريقة سلسلة ودون شواحن سلبية بينهم وبين أفراد الأمن المروري، لأنهم في الواقع في مكان ليس بغريب عنهم حيث يجدون أنفسهم أكثر راحة في التعامل مع رجال الشرطة .

ثالثا - مستوى وعي وتفاعل أطفال المدارس مع الأنشطة المرورية:

المجموع		لا		نعم		الوعي بالسلامة المرورية
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
%100	61	%14.76	09	%85.24	52	تملكون سيارة في منزلكم
%100	61	03.28%	02	% 96.72	59	قدرة تعرف التلاميذ على إشارات المرور
%100	61	%31.15	19	%68.85	42	حث السائق على السرعة في قيادة السيارة
%100	61	%65.57	40	%34.43	21	لا أستحسن وضع حزام الأمان إذا ركبت في مقدمة السيارة
%100	61	%55.74	34	%44.26	27	لا أحبذ وجود أمن المرور في الطريق
%100	61	%44.26	27	%55.74	34	كثيرا مالا أستخدم ممر الراجلين
%100	61	%86.89	53	%13.11	08	أجري قاطعا الطريق أثناء العودة من المدرسة
%100	61	%55.74	34	%44.26	27	هل سبق وتعرضت لموقف خطير أو حادث
%100	61	%04.92	03	%95.08	58	ترى من الضروري أن يذكر والدك والديك والمعلم بالخطر أثناء اجتياز الطريق
%100	61	%22.95	14	%77.05	47	تعتقد أن والدك يبالغ في الخوف عليك من مخاطر الطريق دون مبرر
%100	61	%31.15	19	%68.85	42	تفضل أن يرافقك أحد الوالدين أو الإخوة إلى المدرسة
%100	61	%14.75	09	%85.25	52	هل كان اليوم التحسيس من طرف أمن المرور كافيا
%100	61	%40.98	25	%59.02	36	دائما ما أشاهد من أركب معهم يضعون حزام الأمان عند الحواجز الأمنية

جدول 8- يوضح مستوى وعي وتفاعل أطفال المدارس مع الأنشطة المرورية:

## أعمدة بيانية - 8 - توضح مستوى وعي وتفاعل أطفال المدارس مع الأنشطة المرورية



لمعرفة الوعي بالسلامة المرورية لدى التلاميذ المستجوبين حاولنا التقصي عن رأيهم في بعض السلوكيات والمواقف، ومن الملاحظ أن الكثير من الأطفال مولعين بالسرعة لقيادة السيارات قد تأكد ذلك من خلال حثهم السائق على الزيادة في السرعة بنسبة 68.85% من التلاميذ المبحوثين في المقابل رفضها 31.15% منهم، نجد أيضا أن الأطفال لا يستحسنون وضع حزام الأمان عند الجلوس في المقاعد الأمامية وذلك ظاهر من خلال إستجوابهم وحصولنا بنسبة 65.57% بينما نجد فئة قليلة تحبذ إستخدامه بنسبة 34.43%.

بشكل عام نلاحظ أن عدد كبير من المستجوبين من التلاميذ لا يلتزمون بتدابير السلامة المرورية ويفضلون عدم المبالغة في الحذر وهذا "لأنهم لم يعودوا أطفالا صغارا" كما أن لديهم مفاهيم خاطئة عن قيادة السيارة وبأنها نوع من المغامرة والمخاطرة، وهذا يدل على ان الحملات التحسيسية والدروس النظرية والتنبيهات والتحذيرات من قبل الأسرة والمعلمين لم تجد أذان صاغية، ويمكن تفسير ذلك بأن هناك مداخل أخرى تغذي لدى الأطفال الرغبة في المغامرة

والإثارة مثل وسائل الإعلام التي تعد من عوامل التنشئة الأكثر فعالية على مداركات الأطفال، خاصة الرسوم المتحركة وأفلام الإثارة ولما لهذه الأخيرة من تأثير سلبي على أطفالنا بالإضافة إلى الألعاب الإلكترونية التي تحتوي على سباقات السيارات والمطاردات...

كما أن بعض المواقف هي نتيجة لسلوكات الكبار خاصة الوالدين والإخوة الذين لديهم التأثير الأكبر على الأطفال، ومن هذه السلوكات وضع حزام الأمان فقط عند الإقتراب من الحواجز الأمنية والتذمر عند مصادفتها، بالإضافة إلى السرعة والمناورة والتجاوزات الخطيرة وهذا يمكن أن يكون نوع من التنشئة بالقدوة بمعناها السلبي.

نستنتج أن هناك ميل لدى الأطفال المستجوبين بعدم الإلتزام بقواعد السلامة المرورية والتمرد على تعليمات الأولياء والمعلمين التي تؤكد على عدم اللعب في الطريق أو بجانبه والإنتباه أثناء العودة من المدرسة، لقد لاحظنا عند خروج التلاميذ من المدرسة أنهم يتدافعون ويتسابقون أثناء الخروج والعودة إلى منازلهم، ومن الملاحظات المهمة كذلك هو الرغبة الملحة لدى الأطفال في الجلوس في المقاعد الأمامية رغم تحذيرات الأولياء من عدم صحة وقانونية هذه الوضعية إلا أنه هناك الكثير من الأبناء يخضعون لرغبة آبائهم وإحاحهم وهذا لاشك تساهل غير محمود العواقب. ولاحظنا أيضا أن الأطفال ليس لديهم إحساس بخطورة التعرض لحادث وعواقبه الصحية والجسمية وهذا أمر مهم، فلا يكفي إعطاء معلومات عن كيفية استخدام الطريق وتدابير السلامة، بل لا بد أن يتعرف التلاميذ عن ماهية حادث مرور ونتائجه.

نستنتج أن التلاميذ المستجوبين هناك عامل آخر يؤثر في تعرفهم على إشارات المرور وإدراكهم لمعناها ووجودها وهو وجود هذه الإشارات في محيط المدرسة والبيت وفي الطريق بينهما أو في المجال الذي يستخدمه التلميذ هذا المتغير يمكن أن يسمح للتلاميذ بتعلم إشارات المرور وكيفية التعامل معها، وقد لاحظنا أن هناك إشارات مرور غير مثبتة في الأماكن التي من المفروض توفرها فيها كما أن هناك عدم صيانة بعض الإشارات مثل ممر الراجلين الذي أصبح غير واضح وكذلك بعض الإشارات التي لم تعد صالحة، لذا فندعوا المسؤولين على هذه الإشارات متابعتها خاصة في المحيط المدرسي نظرا للخطر الذي قد يتسبب فيه غياب هذه الإشارات على التلاميذ.

وفي الأخير يمكننا القول أن عملية التحسيس وترسيخ الثقافة المرورية تصطدم إما بعدم تقبل وإدراك الأطفال بأهمية الإلتزام بتدابير السلامة ونصائح الكبار أو بفعل إهمال الأولياء وكذا نقل بعض السلوكيات والممارسات لأبنائهم دون قصد مثل وضع حزام الأمان، التقيد بالسرعة القانونية عند الحواجز الأمنية، أو عدم فاعلية هذه الحملات التحسيسية.

#### 4- نتائج الدراسة :

- أطفال المدارس لا يعون كامل الوعي بالدور الإعلامي والتوعوي والإرشادي والتحسيبي الذي تقوم به العلاقات العامة في الشرطة وذلك لأن العمل الشرطي الجزائري خاصة في مجال التوعية المرورية ونشرها لدى المواطن متواضع مقارنة بما هو عليه دول أخرى، فالعلاقات العامة في بلادنا لاتزال لاترقى للمستوى المطلوب ولم تجد بعد المكانة التي تستحقها.

- تستخدم العلاقات العامة بجهاز الشرطة الوسائل الاتصالية والإعلامية المختلفة المباشرة وغير المباشرة كما تطرقنا إليه نظريا، وأيضا تتعاون مع منظمات المجتمع المدني في سبيل تقوية الروابط بين الجمهور والشرطة في سبيل التوعية المرورية تحت شعار (الشرطة في خدمة المواطن).

- العلاقات العامة الحسنة بين أفراد الشرطة وأطفال المدارس تساهم في التواصل بينهما ومنه تفعيل الرسالة التوعوية المرورية الشرطية، وهي ذات النتيجة التي حصلت عليها "أمينة حمراني" الدراسة السابقة للعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، حيث تمثلت في العلاقات العامة الحسنة بين الشرطة والجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين ومنه تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية.

- تفعيل العمل الجوّاري بجهاز الشرطة مع مختلف الفئات خاصة الفئات الناشئة بغية تحقيق ثقافة مرورية قاعدية تساهم للحد من حوادث المرور من خلال ممارسة أنشطة العلاقات العامة المختلفة التي تعرف بالظاهرة وأخطارها وطرق الوقاية منها وهو ما تعمل عليه خلية الامن التابعة للأمن الوطني للطرق.

- عدم وجود معرفة كافية من قبل أطفال المدارس بالإشارات المرورية بإستثناء بعض الإشارات التي كانت معبرة عن معناها أو الإشارات التي يجدها التلميذ في مجال حركته، والتعرف على الإشارات له إرتباط كبير بإمتلاك الوالدين أو أحد العائلة للسيارة، وهذا يعود إلى تعلق الأبناء بمرافقة الأولياء و الإخوة في السيارة، فهذه التجارب تساهم في كسب ثقافة مرورية.

## 5- توصيات ومقترحات:

من خلال ما توصلنا إليه من هذه الدراسة الإستطلاعية يمكننا أن نقترح ما يلي:

- أن تدرج كل إشارات المرور في المقررات الدراسية ولما لا وضع مادة دراسية يكون مقررها يتناول إشارات المرور ومعايير السلامة وإستخدام الطريق والممارسات الخاطئة مع توفير الوسائل البيداغوجية المحققة للهدف.

- إشراك الأولياء مع أبنائهم في الحملات التحسيسية مع التأكيد على الأباء على نقل الممارسات الصحيحة لأبنائهم من خلال التنبيه إلى خطورة بعض الممارسات الخاطئة التي تنتقل إلى الأبناء عن طريقهم.

- التنبيه إلى خطورة الأفلام والرسومات المتحركة التي تعلق الإثارة وعلى وجه الخصوص الألعاب الإلكترونية التي يكون محتواها سباق السيارات والمطاردات.

- إنجاز برامج وخطط طويلة الأمد وليست ظرفية بمشاركة كل الهيئات المرتبطة بالظاهرة تكون نتيجة لأبحاث علمية جادة.

- تكوين أشخاص مختصين في التوعية المرورية على مستوى المدارس.

- توفير منح مالية ومادية للهيئات والجهات التي تقدم تكويننا خاصا بالسلامة المرورية في المدارس.

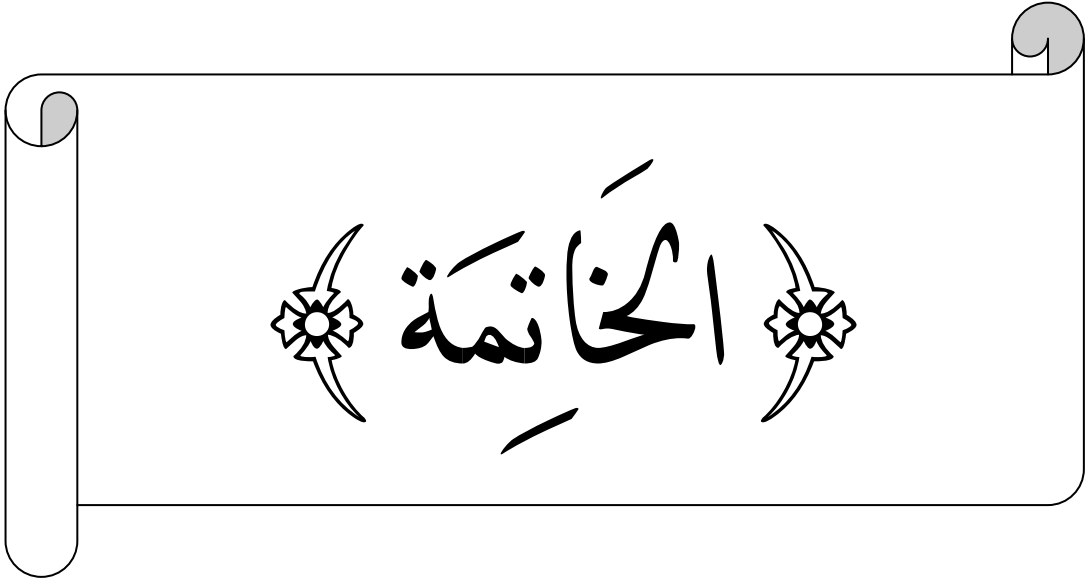
- تخصيص أيام توعوية في المدارس حول الوقاية من حوادث المرور.

- تشكيل لجان توعوية في المدارس وتفعيل دور هذه اللجان بمختلف الوسائل المتاحة.

- تدريب التلاميذ على عمليات الإسعافات الأولية بمشاركة الحماية المدنية في ذلك.

- عقد ندوات ودورات ولقاءات خاصة بالوعي المروري داخل المدارس بإشراف مختصين لوقاية التلاميذ من إرهاب الطرقات.

- تدريب التلاميذ على قواعد السير وإستعمال الطريق بشكل يحقق أمنهم وسلامتهم.



## الخاتمة:

في ختام الدراسة لا بد من عرض حوصلة عامة عن دراستنا حول "دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة المرورية لدى أطفال المؤسسات التربوية"، حيث أنها ليست إلا ومضة في بدايتها الأولى مقارنة بما قد حققته دول الخليج العربي من قفزة نوعية في إيصال المحتوى التوعوي بواسطة جهاز العلاقات العامة، وعلى الرغم من تواضعها إلا أن أجهزة العلاقات العامة بالأجهزة الشرطية التي تسعى إلى تطوير وتفعيل رسائل الشرطة بهدف غرس ثقافة أمنية ونشر الوعي لدى أطفال المدارس في المؤسسات التربوية، فقد شهدت العلاقات العامة عدة تطورات في العديد من المجالات خاصة في الثقافة المرورية، باعتبارها ظاهرة موجودة في كل المجتمعات سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية، والجزائر مثلها مثل بقية المجتمعات العربية الأخرى التي تعاني بشدة من حوادث المرور، حيث لاقت هذه الظاهرة إهتماما كبيرا ومتزايدا من طرف الدولة بمختلف مؤسساتها والمجتمع ككل بمختلف فئاته الاجتماعية، ونخص بالذكر المؤسسات التعليمية حيث خصصت مختلف الوسائل والأنشطة لحملات التوعوية المرورية للوقاية من حوادث المرور ونشر الثقافة المرورية داخل المجتمع وعليه فإن تحسن مستوى هذا الأمن لن يقوم على مجرد دور العلاقات العامة في الشرطة في تحسينه بل بتظافر جهود مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن تجاوزهم وإستهتارهم بها وكذا عدم مبالاتهم يحول دون أن يثمر دور العلاقات العامة الشرطة في تحسين الأمن المروري عن نتائج إيجابية.



جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة إستبيان

يندرج هذا الإستبيان في البحث العلمي وذلك لإنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة  
ماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، تحت عنوان " دور  
انشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية" بإبتدائية أول  
نوفمبر 1954 بالمسيلة، ولذا فإن نجاح هذا البحث يرتكز على مدى مساهمتكم في الإجابة  
بكل صدق على أسئلة الإستبيان، كما نؤكد بأن إجاباتكم لا تستعمل إلا لأغراض علمية  
وشكرا على تعاونكم.

**ملاحظة :** الرجاء منكم ان تتقيدوا بطريقة الإجابة وذلك بوضع علامة (X) داخل المربع  
المناسب لإجاباتكم .

السنة الجامعية 2022/2021

أولاً: البيانات الشخصية:

- 01- الجنس : ذكر  أنثى
- 02- السن : 08 سنوات  09 سنوات  10 سنوات
- 03- سنة الدراسة : 04 ابتدائي  05 ابتدائي

ثانياً: الوسائل الاتصالية المستخدمة في الثقافة المرورية:

- 01- هل سبق لك وأن شاهدت أو شاركت في عملية توعية مرورية ؟  
نعم  لا
- 02- ماهي الوثائق التي شاهدتها أو منحت لك ؟  
- ملصقات  إشارات المرور  أعلام
- 03- هل سبق لك أن شاهدت رجال الشرطة يقومون بعملية التعليم المروري ؟  
- في التلفزيون  - الحضور لمقر الدراسة   
- في النوادي الثقافية  - المكتبات العمومية
- 04- هل تريد المشاركة في عملية لتعليم قوانين المرور ؟  
نعم  لا
- أين تفضلها :  
- في المدرسة  في مقر الشرطة

- في مكان اخر: .....

ثالثاً: درجة وعي وتفاعل أطفال المدارس مع الأنشطة المرورية :

- 01- هل تملكون سيارة في منزلكم ؟ نعم  لا
- 02- هل يمكنك التعرف على إشارات المرور ؟ نعم  لا
- إذا كانت نعم فما هي : .....
- 03- دائماً أحت السائق على السرعة في قيادة السيارة ؟ نعم  لا

04- لا أستحسن وضع حزام الأمان إذا ركبت في مقدمة السيارة ؟

نعم  لا

05- لا أحبذ وجود رجال أمن المرور في الطريق ؟

نعم  لا

06- كثيرا ما لا أستخدم ممر الراجلين ؟

نعم  لا

07- أجري قاطعا الطريق أثناء العودة من المدرسة ؟

نعم  لا

08- هل سبق أن تعرضت لموقف خطر أو حادث ؟

نعم  لا

09- ترى من الضروري ان يذكرك والديك و المعلم بالحدز أثناء اجتياز الطريق ؟

نعم  لا

10- تعتقد أن والديك يببالغان في الخوف عليك من مخاطر الطريق دون مبرر ؟

نعم  لا

11- تفضل أن يرافقك احد الوالدين أو الإخوة إلى المدرسة ؟

نعم  لا

12- هل كان اليوم التحسيسى من طرف أمن المرور كافيا ؟

نعم  لا

13- دائما ما أشاهد من أركب معهم يضعون حزام الامان عند الحواجز الأمنية ؟

نعم  لا

وثيقة ابداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة الطوبوية

لدى المؤسسات التربوية - دراسة ميدانية لاطفال ضرس سنة 2019  
أول نوفمبر 1954 سنة الخامسة والاربعون للهجرة

إعداد الطلبة:

- 1- حاجي حريجة
  - 2- بنت معنوق حسام
- القسم: اتصال واعلام الشعبة: اطفال واعلام  
إشراف: عبد الحميد بلعياض الرتبة: ماستر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طويلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





الجامعة الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
الكلية الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



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

Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2022/

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيدة(ة): حاجي وردة

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200968575

الصادرة بتاريخ: 25 / 01 / 2017 عن دائرة: مقررة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: اعلام واتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 171735098344

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة

الطروية لدى المؤسسات التربوية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير الطيبة والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في  
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 09 جوان 2022

امضاء المعني(ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التربية الوطنية

مدير التربية

إلى

السيد :

مدير ابتدائية مشقي السعيد (اول نوفمبر 54 سابقا)

بلدية - المسيلة -

( للتنفيذ )

مديرية التربية لولاية المسيلة

مصلحة التكوين والتفتيش

مكتب التفتيش

الرقم : 2022/1.7/3007

demsila.sfi@gmail.com

الهاتف / الفاكس : 035/35/72/29

ترخيص بإجراء دراسة ميدانية

بناء على مراسلة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية علوم الانسانية والاجتماعية " قسم علوم الاعلام والإتصال "

يرخص للطلبة :

الرقم	اللقب والاسم	رقم التسجيل	التخصص
01	حاجي وردة	171735092341	إتصال وعلاقات عامة
02	بن معتوق حسام	161635096039	إتصال وعلاقات عامة

بالدخول :

الى المؤسسات المذكورة أعلاه ابتداء من : 2022/05/17 الى غاية 2022/06/02 لإجراء (دراسة ميدانية)

باستثناء فترة الفروض والاختبارات وأيام العطل.

مع احترام الشروط التالية :

- ✓ العمل وفق ما يسمح به القانون وعدم التطرق إلى ما يمس السر المهني .
- ✓ استغلال المعلومات المتحصل عليها خلال التربص في خدمة الجانب العلمي لا غير .
- ✓ وضع رزنامة عمل لفائدة المتربصين من طرف المسئول الاول للمؤسسة المستقبلة خلال الفترة المحددة.
- ✓ مراعاة السير العادي لأنشطة المؤسسة .
- ✓ احترام اجراءات البروتوكول لصحي.
- ✓ المطلوب من مسئول مؤسسة الاستقبال اتخاذ كل الترتيبات اللازمة لانجاز العملية في ظروف عادية طبقا للتوجيهات الأنفة الذكر.

17 ماي 2022



15 ماي 2022

المسيلة في:

الرقم: 2022/

إلى السيد(ة) المحترم(ة):

مدير مدرسة أول نوفمبر 1954 -

ولاية المسيلة

## ترخيص لإجراء دراسة ميدانية

تحية طيبة وبعد ،

في إطار انجاز دراسة ميدانية (مذكرة تخرج) لطلبة السنة الثانية ماستر،

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

نلتمس من سيادتكم المحترمة تسهيل مهمة الطلبة المذكورين أدناه وتقديم

المساعدة الممكنة واللازمة لهم في إطار الموضوع محل الدراسة

موضوع الدراسة : دور أنشطة العلاقات العامة في نشر الثقافة المرورية لدى

المؤسسات التربوية

تحت إشراف:

د . بلعباس عبد الحميد

إعداد الطلبة :

الرقم	اللقب والاسم	رقم التسجيل
01	حاجي وردة	171735092341
02	بن معتوق حسام	161635096039

تفضلو بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيس قسم الاتصال

غزال عبد الرزاق

فہر س الجدا اول

# فهرس الجداول

- جدول 1- يوضح جنس العينة ص: 73
- جدول 2- يوضح المستوى الدراسي العينة ص: 73
- جدول 3- يوضح مشاركة أطفال المدارس في التوعية المرورية ص: 73
- جدول 4- يوضح الوثائق التي منحت أطفال المدارس لسلامتهم المرورية ص: 74
- جدول 5- يوضح مشاهدة العينة لرجال الشرطة في القيام بعملية التوعية المرورية ص: 74
- جدول 6- يوضح رغبة مشاركة أطفال المدارس في عملية تعليم قوانين المرور ص: 75
- جدول 7- يوضح الطريقة المثلى لمشاركة العينة في عملية تعليم قوانين المرور ص: 75
- جدول 8- يوضح مستوى وعي وتفاعل أطفال المدارس بقواعد السلامة المرورية ص: 76

فهرس المرجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- الكتب والمذكرات الجامعية:

- (1) أحمد زكريا صايم، العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وأفاق المستقبل، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر العلاقات العامة، جامعة الشارقة، الأردن خلال يومي 4-6 مايو 2004.
- (2) أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007.
- (3) أكرم عبد القادر أحمد أبو إسماعيل، دور المؤسسات التربوية في حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2007.
- (4) أمينة حمراني، الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة.
- (5) بلقاسم سلاطونية، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2004.
- (6) توفيق محمد مقبل فهمي، النشاط المدرسي، مفهومه وتنظيمه وعلاقته بالمنهج، كلية الآداب والعلوم، ط2، جامعة ألبترا، عمان، 2011.
- (7) جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز الكتاب للنشر، 2006.
- (8) جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر، عمان، 1998.
- (9) حسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982.
- (10) حمدي عبد الحارث البخشونجي، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- (11) خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة، العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مجلة المناهج التدريبية المتكاملة، إشراف عبد الرحمان توفيق، ط1، 2003.
- (12) زكية العمراوي، العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري- قسنطينة، السنة الجامعية 2003-2004.

- (13) زياد الشرممان، عبد الغفور عبد السلام، مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- (14) سعدون محمود الساموك، الأساليب التعليمية للتربية الإسلامية، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2005.
- (15) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأى العام، عالم أكتب، القاهرة، ط 3، 1996.
- (16) صالح بنوار، الفعالية التنظيمية داخل المؤسسة الصناعية من وجهة نظر المديرين والمشرفين، رسالة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.
- (17) صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- (18) صبحي حبر العتيبي، تطور الفكر والأساليب فى الإدارة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- (19) صلاح الدين شروخ، منهجية البحث القانونى للجامعيين للعلوم القانونية - العلوم الاجتماعية -، دار العلوم للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- (20) طارق عبد الرؤوف عامر، التربية والتعليم المستمر، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- (21) عامر بن الناصر المطير، حوادث المرور فى الوطن العربى، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
- (22) عبد الرحمن توفيق، المناهج التدريبيهة - منهج العلاقات العامة والإعلام - العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003.
- (23) عبد العزيز العيش، ربوح لمبارك، ترسيخ المواطنة المرورية كآلية لاحترام قانون المرور فى الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر، العدد الثامن، ديسمبر 2017.
- (24) عبد الكامل فريجان، دور المؤسسات التربوية فى نشر الثقافة المرورية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد الخامس، جامعة العربي بن المهيدى، أم البواقي، جوان 2017.
- (25) عبد الكريم راضى الجبوري، العلاقات العامة فن وإبداع، دار الهلال للطباعة والنشر، بيروت، 2001.

- (26) عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
- (27) عبد المالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى منظمة الطلبة الجامعيين، أطروحة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2001.
- (28) عصمت عدلي، علم الاجتماع الامني، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2001.
- (29) علي الباز، الإعلام و الإعلام الامني، مكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط 1، 2001.
- (30) علي شتا، فاديه عمر الجولاني، علم الاجتماع التربوي، دار النشر مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 1997.
- (31) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط 2، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، 1985.
- (32) عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات والتدريب، الرياض - السعودية، دط، 1986.
- (33) فتيحة بن عباس، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية والمناطق الحضرية، دراسة وصفية استطلاعية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2004.
- (34) فخري جاسم سلمان وآخرون، العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1998.
- (35) فرح الجلامدة، التوعية المرورية (الثقافة المرورية) واثرها للحد من حوادث المرور، إدارة السير المركزية، قسم الدراسات، الأردن.
- (36) فهيم توفيق محمد مقل، النشاط المدرسي، مفهومه وتنظيمه وعلاقته بالمنهج، كلية الآداب والعلوم، ط2، جامعة ألبترا، عمان، 2011.
- (37) فوزي آيت عمر مزيان، الضبط الإجتماعي الرئيسي والرقابة نت الجريمة، ماجستير علم الاجتماع التتمية، 2002-2003.
- (38) قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال - دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام، منشأة المعارف، الإسكندرية - مصر ، دط، 1984.

- (39) قباري محمد إسماعيل، مدخل إلى علم الاجتماع المعاصر ومشكلات التنظيم والإدارة والعلوم السلوكية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1988.
- (40) مجدي صلاح طه المهدي، اقتصاديات الجودة التعليمية، ط1، دار الفكر، عمان، الأردن، 2010.
- (41) محسن بدوي، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية الأمنية، الرياض، 2006.
- (42) حسن محمد خير الدين، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976.
- (43) محمد خضور أديب، حملات التوعية المرورية العربية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007.
- (44) محمد خيرى وآخرون، تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، السعودية، ط 1987.
- (45) محمد سعد الدين خيرو بيان، التربية المرورية فى التعليم، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
- (46) محمد سعد الدين، بيان التربية المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010.
- (47) محمد سلمان الخزاعلة، المعلم والمدرسة، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- (48) محمد سيد فهمي، المدرسة المعاصرة والمجتمع، ط01، دار الوفاء دنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013.
- (49) محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمى - القواعد والمراحل والتطبيقات - ط02، دائر للطباعة والنشر، عمان، 1999.
- (50) محمد العزازي أحمد إدريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر، 2004.
- (51) محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.

- (52) محمد قيراط و إسماعيل عبد البار، وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وأفاق المستقبل، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2006.
- (53) محمد منير حجاب، سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
- (54) محمد واجد النعمة، أهمية السلامة المرورية في المرحلة الثانوية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
- (55) محمود السباعي، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مجلد 2، 1963.
- (56) محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة بين الدعاية والإعلام، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1968.
- (57) مركز الدراسات والبحوث، المسؤولية الامنية للمرافق الإعلامية في الدول العربية، دار النشر بالمركز العربي للداراسات الأمنية والتدريب، الرياض السعودية، د ط، 1986.
- (58) مسعودة تنونة، ملاحظات حول الاستخدام الميداني لبعض تقنيات البحث السيبرولوجي، أسس منهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
- (59) مصطفى عبد المجيد كاري، التسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة والوقاية منها، أبحاث الندوة العلمية الرابعة، دار النشر المركز العربي للدراسات الامنية، الرياض، 1993.
- (60) مليكة عطوي، إيمان هاجر مقيدش، استراتيجية الإعلام الأمني وآليات ترسيخ ثقافة التوعية والوقاية المرورية، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الجزائر3، العدد (01)، شتاء 2018.
- (61) نبيلة بوخبزة، الاتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995.
- (62) نوار بورزق، دور مؤسسة التعليم الثانوي في نشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.
- (63) هاشم فوزي دباس العبادي، يوسف جحيم الطائي، إدارة التعليم الجامعي، ط01، الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007.

(64) هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003.

(65) وداد بلبناس، دور العلاقات العامة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2007-2008.

## 2- المجالات والدوريات:

(1) مجلة الامن الوطني للشرطة، العلاقات العامة في الشرطة ودورها في خدمة المواطن، العدد 9 جوان 1977، تصدر عن المديرية العامة للامن الوطني.

(2) مجلة الامن والحياة، أمنية ثقافية، إعلامية، العلاقة بين المواطن ورجل الأمن، ع217، أكتوبر 2000، مطابع أكاديمية بين العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

(3) كلمة عميد الشرطة لأمن ولاية سطيف، الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، دار الثقافة هواري بومدين بمناسبة إفتتاح فعاليات الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، سطيف، يوم 25-04-2010، على الساعة 11 صباحا .

(4) مكتب التكوين بأمن ولاية سطيف مركز النشاط الثقافي الأمني، محاضرة توعوية حول علاقة الشرطة بالجمهور، يوم 22 جويلية 2009 "يوم عيد الشرطة" سا 9:30 صباحا .

(5) عرسان عبد اللطيف، الإعلام المروري، مجلة الأمن والحياة، العدد 246، ديسمبر، جانفي 2002.

(6) عبد العزيز العيش، ربوح لمبارك، ترسيخ المواطنة المرورية كآلية لاحترام قانون المرور في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر، العدد الثامن، ديسمبر 2017.

(7) عبد الرحمان العبيدلي، الثقافة المرورية، جريدة الشرق (<https://www.al-sharq.com>)، يوم الأربعاء 16 مارس 2016 ، زيارة الموقع يوم: 2022/05/29 15:15. -

## 3- المواقع الإلكترونية:

(1) عبد الفتاح ناجي، الثقافة المرورية كمنهاج تعليم، موقع القبس الإلكتروني (<https://www.alqabass.com>) يوم 24 نوفمبر 2016، زيارة الموقع يوم: 2022/05/29 - 15:00.

2) <https://Salibrof.hooks.com/11073/Tobc/php> , 30/05/2020, 16:30.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1) Beals, Rand Hoijer, An introduction to Anthropology, the nocmillanco, 1953.
- 2) Browen.C, culture and personality, London unipress, London ,1940.



فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
**	شكر وتقدير
**	إهداء
**	المحتويات
- أ -	مقدمة
(14 - 01)	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
03	1- الإشكالية
05	2- مفاهيم الدراسة
09	3- أسباب اختيار الموضوع
09	4- أهمية الدراسة
10	5- الدراسات السابقة
13	6- منهج الدراسة
13	7- عينة الدراسة
14	8- أدوات جمع البيانات
(59 - 15)	الفصل الثاني : مدخل للعلاقات العامة بجهاز الشرطة
17	المبحث الأول : دراسة طبيعة العلاقات العامة
17	المطلب الأول: ماهية العلاقات العامة
21	المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة (القديمة والحديثة)
31	المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة
35	المطلب الرابع: الفرق بين العلاقات العامة وفنون الاتصال الأخرى
40	المبحث الثاني : العلاقات العامة في الشرطة والأمن المروري
40	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة بجهاز الشرطة
41	المطلب الثاني: - مكانة العلاقات العامة بجهاز الشرطة
44	المطلب الثالث: العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بجهاز الشرطة
50	المطلب الرابع: وسائل العلاقات العامة بجهاز الشرطة في تجسيد الأمن المروري
(79 - 60)	الفصل الثالث : أليات ترسيخ الثقافة المرورية في المؤسسات التربوي
62	المبحث الأول : الثقافة المرورية و أليات ترسيخها
62	المطلب الأول: مفهوم الثقافة المرورية
64	المطلب الثاني: خصائص وسمات الثقافة المرورية
65	المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية
67	المطلب الرابع: أليات ترسيخ الثقافة المرورية
70	المبحث الثاني : دور المؤسسات التربوية في نشر الثقافة المرورية
70	المطلب الأول: نشأة ومفهوم المؤسسات التربوية
72	المطلب الثاني: أسباب الاهتمام بالتعليم
73	المطلب الثالث: أهداف ووظائف المؤسسات التربوية
75	المطلب الرابع: دور الوسائل والأنشطة التربوية في حملات الثقافة المرورية
(96 - 80)	الفصل الرابع : الفصل التطبيقي
82	1- مجال الدراسة
83	2- أنشطة العلاقات العامة في أمن ولاية المسيلة
84	3- تحليل ومناقشة البيانات
95	4- نتائج الدراسة
96	5- توصيات ومقترحات
97	الخاتمة
99	الملاحق
109	فهرس المراجع
**	ملخص الدراسة

Handwritten text in a stylized, cursive script, possibly representing a signature or a specific name. The characters are bold and black, set against a white background.

## بالعربية:

انطلقت هذه الدراسة من هدف رئيسي يتمحور حول دور العلاقات العامة في نشر الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية، وكذا كيفية تحقيق ونشر هذه الثقافة المرورية داخل المؤسسات التربوية من خلال أنشطة العلاقات العامة بجهاز الشرطة والامن المروري

وتأسيسنا على المعطيات والمعلومات التي جاءت في القسم النظري والبيانات التي جمعت من ميدان الدراسة (إبتدائية أول نوفمبر 1954 بالمسيلة) أثبتت أن العلاقات العامة بجهاز الشرطة تعمل فعلا على تعزيز ونشر وترسيخ الثقافة المرورية لدى أطفال المدارس وتوعيتهم بالسلوكيات المرورية اللازمة لسلامتهم من خلال التواصل الدائم بين الأجهزة الأمنية بالشرطة المرورية وبين المؤسسات التربوية فينسجم أطفال المدارس طواعية في التعامل مع رجل الأمن بالشرطة لتجسيد هذا التواصل البناء وتحمل المسؤولية الأمنية.

حاولت الدراسة إبراز الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في سبيل نشر وترسيخ الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية من خلال طرح الإشكالية التالية:

مامدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة المستخدمة من قبل وحدات الأمن المروري في ترسيخ الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية بولاية المسيلة؟

وتندرج تحتها الأسئلة الفرعية التالية:

- ماواقع العلاقات العامة بجهاز الشرطة؟

- كيف تساهم العلاقات العامة بجهاز الشرطة في نشر الثقافة المرورية؟

- ما الوسائل و الأنشطة المستخدمة من أجل نشر الثقافة المرورية لدى أطفال

المدارس؟

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- تستخدم العلاقات العامة بجهاز الشرطة الوسائل الاتصالية والإعلامية

المختلفة المباشرة والغير مباشرة في سبيل نشر الثقافة المرورية لدى المؤسسات التربوية.

- تفعيل العمل الجوّاري للشرطة مع مختلف الفئات خاصة الناشئة بغية تحقيق

ثقافة مرورية قاعدية تساهم للحد من حوادث المرور.

**In English:**

This study was initiated with the main objective of focusing on the role of public relations in the dissemination of traffic culture in educational institutions, as well as how to achieve and disseminate this traffic culture within educational institutions through public relations activities in the police and traffic security services.

Based on the data and information in the theoretical section and the data collected from the field of study (Elementary November 1954) demonstrated that public relations with the police service are already promoting, disseminating and consolidating the traffic culture of schoolchildren and sensitizing them to the traffic behaviors necessary for their safety through constant communication between the security services of the traffic police and the educational institutions.

The study attempted to highlight the role that public relations with the police can play in disseminating and consolidating the traffic culture of educational institutions by posing the following problems:

To what extent are the public relations activities used by traffic security units contributing to the consolidation of the traffic culture of the educational institutions in the state of Mesaila?

Below are the following sub-questions:

What is the reality of public relations with the police?

- How does public relations with the police contribute to the dissemination of traffic culture?

- What means and activities are used to spread the traffic culture of schoolchildren?

The study concluded with a series of findings, including:

Public relations with the police service use various direct and indirect means of communication and information in order to disseminate traffic culture in educational institutions.

- Activating the police's neighbourhood work with different groups, especially the emerging ones, in order to achieve a baseline traffic culture that contributes to the reduction of traffic accidents.