

جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس -

كلية الحقوق - بودواو -

قسم العلوم السياسية

العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني
كمدخل لحل أزمات الأمن المجتمعي
دراسة حالة - أزمة غرداية -

مذكرة ضمن مستلزمات الحصول على شهادة ماستر في العلوم السياسية

تخصص: إدارة الجماعات المحلية

إشراف

رفيق بن مريني

إعداد الطالب:

جمال قرامدي

الأستاذ:

لجنة المناقشة

الأستاذ: زعاطشي حميد..... رئيسا.

الأستاذ: رفيق بن مريني..... مشرفا و مقررا.

الأستاذ(ة): سلاف بوصبع..... ممتحن

السنة الجامعية: 2015 - 2016

كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

«رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و علي » سورة الأحقاف الآية 15

نحمد الله و نشكره الذي هدانا و علمنا ما لم نعلم ، و نصلي و نسلم على صفة خلقه عملا بقوله صلى الله عليه و سلم : **"من لم يشكر الناس لا يشكر الله"**

* يسرنا أن نتقدم بأسمى عبارات الثناء و العرفان لكل من مد لنا يد المساعدة في انجاز هذه الرسالة سواء من قريب أو من بعيد.

إلى من كان لنا خير موجه و مؤطر الأستاذ " رفيق مرسلني " الذي لم يبخل عليا بتوجيهاته و إرشاداته القيمة طوال فترة إعداد هذه الرسالة حفظه الله وأوصله المراتب العليا في العلم.

كما نتقدم بتحية شكر و عرفان إلى كل إطارات أمن ولاية بومرداس و على رأسهم السيد مراقب الشرطة / رئيس أمن ولاية بومرداس ، رئيس المصلحة الولائية للشرطة القضائية رئيس فرقة البحث و التحري ، رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة ، رئيس مكتب الموارد البشرية ، إبراهيم الجلجلي ، نيسة مكتب التكوين و كل إطاراتها رتبائها و أعوانها دون إستثناء.

و في الأخير نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إتمام هذا العمل المتواضع.

كن عالما فإن لم تستطع فكن متعلما فإن لم تستطع فأحب العلماء فإن لم تستطع فلا تبغضهم

جمال قرامدي

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
(قل إعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونو العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهبة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون انتظار، إلى من افتقده في مواجهة الصعاب، ولم تمهله الدنيا لأرتوي من حنانه .. إلى من أحمل أسمه بكل افتخار
أبي العزيز رحمة الله عليه وأسكنه فسيح جنانه.

إلى معنى الحب والحنان والتفاني ، إلى بسملة الحياة وسر الوجود إلى من نذرت عمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر وطرزتها في ظلام الدهر على سراج الأمل بلا فتور أو كلال رسالة تعلم العطاء كيف يكون العطاء وتعلم الوفاء كيف يكون الوفاء إليك أُمي أهدي هذه الرسالة وشتان بين رسالة ورسالة جزاك الله خيراً .. وأمد في عمرك بالصالحات فأنت زهرة الحياة ونورها، إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي.

أُمي الحبيبة

إلى من بها أكبر وعليها أعتمد ، إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى من عرفت معها معنى الحياة، إلى رفيقة دربي صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة .

إلى من رافقتني منذ أن عرفتني في الثانوية ومعك سرت الدرب خطوة بخطوة ، إلى من أرى التفاؤل بعينه .. والسعادة في ضحكتها إلى شعلة الذكاء والنور، إلى من تساندني في حياتي وشاركني آمالي.

زوجتي العزيزة حفظها الله ورعاها.

إلى قرة عيناى بناتي الثلاثة : ندى ، أماني ، هداية، أنتن سعادتي , وأنتن فرحتي، أنتن من زرعن ابتسامات الحب على شفتي , أنتن من حلّق قلبي إلى سماء السعادة , درجتين في عشّ قلبي , وسقيتكن من سلسبيل روعي الرقراق , وأطعمتكن من فؤادي حياً كالترياق .
أُملي يا بناتي أن أرى قدوتكن عائشة بنت الصديق في العلم , وأسماء في تحدي الأخطا و فاطمة بنت محمد في الحياء .

اللهم احفظ بناتي الثلاثة و بنات المسلمين اللهم استر بناتي و بنات المسلمين اللهم اعصم بناتنا من الشر و أهله اللهم وفقنا لتربيتهن و أدبهن و اجعلهن لنا سترأ و حجاباً من النار اللهم آمين.

جمال قرامدي

مقدمة

المقدمة:

تعتبر العلاقات العامة من بين الأساليب الحديثة و الهادفة التي تستعملها الإدارة الحديثة في تسيير شؤونها الإدارية ، و لم يظهر هذا المفهوم إلا في القرن العشرين بصفة رسمية ، لكن الباحث في جذور تاريخها يري بأنها عرفت منذ القديم ، ففي العصور الأولى لحياة الإنسان احتاجت القبائل البدائية للإعلام من اجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها، وقد كان رئيس القبيلة هو المناط به حشد الرأي العام عند الحاجة إلى ذلك.

ومع مرور الأزمنة و تقدم الحضارات تقدمت معها أساليب العلاقات العامة ، فقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى (1800) قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية استخدام البذور والتخلص من القوارض، كما أوضحت الآثار أيضا أن الآشوريين هم أول من عرفوا النشرات المصورة، أما قدماء المصريين فقد اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعره واستخدموا في ذلك شتى الأساليب، وطور الرومان أساليب التأثير في الرأي العام على أيدي خطباء مشهورين في التاريخ مثل سيسرو ومارك انطونيو.

كما عرف الإسلام أهم مبادئ العلاقات العامة وذلك من خلال المبادئ العامة التي جاءت بها الشريعة الإسلامية ، سواء في المعاملات أو طريقة نشر الدين الإسلامي عن طريق الخطب المنبرية في جميع المناسبات الدينية ، كما استعملت الدواوين التي كانت وسيلة جيدة لنشر المعلومات وجمعها ولا يمكن إغفال دور المساجد في تسيير الأمور اليومية والحياتية للناس.

وفي العصور الحديثة تعقدت العلاقات بين الناس وخاصة بعد الثورة الصناعية التي خلقت أوضاعا جديدة لم يكن الناس على دراية بها، ودفع هذا إلى التفكير في وسائل لإعادة توازن المجتمع وقامت المؤسسات الكبرى بذلك إلا أنها ركزت على ضح المعلومات في اتجاه واحد ودون مراعاة الدقة والأمانة في ذلك ثم تطورت الفكرة وظهر دورمان ايتون الذي كان أول من استخدم عبارة " العلاقات العامة" عام 1882م في محاضرة ألقاها في جامعة ييل.

ثم ظهر من يعرف بابي العلاقات العامة إيفي ليد بيتر لي والذي ركز على إعلام الجمهور بصدق وأمانة ووضوح حتى لو كان ثمن ذلك الاعتراف بالخطأ. وتتابع الاهتمام بالعلاقات العامة فشهدت فرنسا وهولندا عام 1946م بداية ظهور أنشطة العلاقات العامة، وفي مصر أنشئ في كل وزارة مكتب

مقدمة

يهتم بالشئون العامة وكان ذلك عام 1953م، أما في السعودية فيعتقد أن شركة أرامكو هي أول من انشأ هذا النشاط الحيوي وكان ذلك عام 1950م.

أما العلاقات العامة في المجال الحكومي، فنظرا لتطور مفهوم الدولة و تعدد وظائفها وتعقدتها باعتبارها هي المسؤولة عن أفرادها،وجب عليها توفير لهم أقصى درجات الراحة و الأمن وحل مشاكلهم المختلفة من مرض وجهل وبطالة الخ.

ومن هنا فالحاجة إلى وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تعي مسؤولياتها تماما وقادرة على الوفاء بواجباتها بات أمر ملح ومطلب مهم، كما بات ولذلك أيضا بات تحديد مسؤوليات وواجبات هذه الإدارة مطلب أساسي لتتمكن تلك الإدارة من القيام بواجباتها.

و تعتبر العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية كأحد أجهزة الدولة لا يختلف كثيرا عن أي جهاز آخر إلا بقدر اختلاف المهام الخاصة لكل جهاز وان كانت ظروف الأجهزة الأمنية وطبيعة الأعمال الموكلة إليها تعطي العلاقات العامة بعدا مهما وخصائص مميزة، فالدور الأساسي لهذه الأجهزة الأمنية هو تطبيق الأنظمة والقوانين ، فاكتماب ثقة المواطن وتعاونه يبداوا أكثر صعوبة ومشقة أمام الأجهزة الأمنية عن غيرها من أجهزة الدولة حيث أن الاحترام أساسه الحب والارتياح وهو الأمر الذي يلقي أعباء إضافية على كاهل إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية لتحقيقه.

و لعل من بين أهم المؤسسات التي يجب أن تتوفر فيها إستراتيجية إتصال محكمة نجد المديرية العامة للأمن الوطني و التي تعتبر مؤسسة حكومية وسعت نشاطاتها على المستوى الوطني و الدولي كون عملها يتمثل في المحافظة على الأمن الداخلي للدولة و صيانة حدودها ، بل أكثر من هذا فبتطور مفهوم الدولة و دورها الشامل في جميع المجالات الاقتصادية و الاجتماعية ، التعليمية الصحية تطورت معها خدماتها التي لا تزال بعض تلك الخدمات مقصورة على الدولة و لم تستطع مؤسسات أخرى القيام بها ، خاصة الخدمات الأمنية منها .

و تمثل العلاقات العامة أهمية كبرى في كل حكومة و مؤسسة عامة أو خاصة كونها وسيلة ربط بجماهيرها التي أزداد وعيها الثقافي و ارتفعت توقعاتها و تطلعاتها و أمالها في أن يتوفر لها العيش الكريم المناسب بواسطة المؤسسات الخادمة لها في القطاعين الخاص و العام.

مقدمة

ففي ظل المعطيات الجديدة وجب على المديرية العامة للأمن الوطني إعطاء صورة جيدة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي سواء على المستوى الوطني أو الدولي كونها تعتبر من أكبر الأجهزة في الدولة الجزائرية و التي تقوم بخدمات إنسانية و اجتماعية و أمنية.

إن مثل هذا الموضوع لازال الاهتمام به قليلا على مستوى الإدارة العامة بالجزائر والدراسة التي كتبت في هذا الموضوع قليلا جدا ، لهذا قمت بهذه الدراسة والتي تكمن أهميتها في أن العلاقات العامة تلعب دورا هاما و كبيرا في حل الأزمات الأمنية،مع ضمان و استقرار المؤسسات و الهيأت الحكومية خاصة في وقتنا الحالي ، إذ أن معظم المؤسسات سواء الحكومية أو الخاصة عملت على إنشاء مكاتب للعلاقات العامة، وهذا راجع للتحويلات التي يشهدها العالم اليوم ومن أجل تحسين صورتها ووضعها في أذهان الجماهير و بالتالي كسب ثقتهم و تأييدهم.

لذلك ارتأينا أن نغوص في هذا المجال الواسع لنكشف عن الدور الفعال الذي تلعبه العلاقات العامة في حل الأزمات الأمنية في جهاز الأمن الوطني و منه معرفة أهم الوسائل التي تستخدمها هذه المؤسسات لتحقيق أهدافها، كما أن بلادنا عرفت نوع من الاهتمام بهذا المجال، خاصة بما يسمى سياسة الإصلاح الإداري الذي انتهجته الدولة الجزائرية، إذ أصبح هذا الاهتمام بالعلاقات العامة كجزء لا يتجزأ من مؤسساتنا، لاسيما المديرية العامة للأمن الوطني دفعا بنا إلى معرفة المستوى الذي وصلت إليه في استخدام العلاقات العامة لضمان بقائها و اتصالها الدائم بجماهيرها و تطوير مناهج تعاملها الإداري .

و من المتفق عليه أن العلاقات العامة ليست في حقيقتها دعاية أو إعلان أو ترويجا يهدف إلى التأثير على الرأي العام لتحقيق غاية خاصة إذ لو سلكت هذا الطريق فإنها ستنتساق حتما في النهاية إلى فشل مؤكد ، بينما إذ توخت الصدق و الأمانة و الأسلوب العلمي لأمكنها ذلك من تحقيق فوائد كثيرة للهيئة المعنية.

إن بناء علاقات عامة يحتاج إلى جهد منظم وواع وهادف للتأثير الايجابي على الرأي العام أو جمهور المؤسسة و هذا البناء الايجابي للعلاقات العامة هو الذي نجد الاهتمام به قليل على مستوى الإدارة العامة و إدارة الأعمال في الجزائر ، هذا في الوقت نجد الإدارة في الدول المتطورة قطعت أشواطا كبيرة في نطاق البحث و تطوير العلاقات العامة .

مقدمة

أسباب إختيار الموضوع:

أما عن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع يمكن تلخيصها فيما يلي:

أسباب الموضوعية :

فنظرا للأهمية القصوى لموظفي العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني أو كون العلاقات العامة إحدى الركائز الأساسية المتبعة التي تعتمد عليها المؤسسة القوية و المتطورة لاسيما جهاز الشرطة في المديرية العامة للأمن الوطني إذ نلاحظ أن العلاقات العامة قد قطعت أشواطا كبيرة في الدول المتقدمة مقارنة بالمؤسسات الوطنية التي هي في بداية مشوارها في هذا المجال لذلك حاولت النظر في بعض طرق و تقنيات التسيير و الاتصال في المؤسسة من اجل تحسين صورتها لدى الجمهور .

أسباب ذاتية:

كون اهتمامنا بمجال العلاقات العامة من أجل إثراء معارفنا في هذا المجال، كما أننا لاحظنا نقص الدراسات في هذا المجال ، بحيث لم نجد أثرا للكتاب الجزائري فحاولنا ونحن من أبناء هذا الوطن أن نقدم دراسة متواضعة في هذا المجال و التي إنشاء الله ستكون انطلاقة للباحثين و الطلبة المهتمين بهذا التخصص وتصحيح و إكمال النقص الموجود في هذا العمل المتواضع و كذا التطرق للمواضيع التي لم نتطرق إليها في هذا التخصص، كما أننا لاحظنا نقص اهتمام الإدارات بمجال العلاقات العامة ، وهذا راجع لنقص المهتمين في هذا المجال و كذا نقص الدراسات .

أهداف الدراسة:

الهدف الأساسي من هذا البحث هو هدف معرفي بالدرجة الأولى يتمثل في توسيع مجال البحث ليشمل جميع المؤسسات الاقتصادية منها و الاجتماعية و التربوية كما أننا سنحاول أن نعطي رؤية واضحة عن مكانة و وضعيه العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني من خلال الوقوف على الوسائل التي تعتمد عليها وكذا تنظيمها و كيفية ممارستها هذا بالإضافة إلى بعض الأهداف الأخرى نلخصها فيما يلي :

01-معرفة المدى الذي وصلت إليه المؤسسة في تطبيق العلاقات العامة.

مقدمة

02- التعرف على مكانة العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني خاصة بعد صدور القانون الأساسي للشرطة 2010 إلى غاية يومنا هذا.

03- إثراء مكتسباتنا بمثل هذه البحوث التي تسمح للطالب بكسب فكرة عن العلاقات العامة من حيث تطبيقها واقعيًا داخل الإدارة أو المؤسسة بصفة عامة ولكي تكون كخطوة لدراسات عميقة في هذا الميدان.

04- معرفة مدى تأثير العلاقات العامة بخدمات المديرية العامة للأمن الوطني في حل الأزمات الأمنية.

05- معرفة دور و أهمية العلاقات العامة في الشرطة الجزائرية و إبراز ما يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في بناء العلاقة بين الشرطة و الجمهور .

06- التعرف على علاقة النظام الشرطي بمختلف مكونات المجتمع.

07- التعرف على أساليب الممارسة لمهنة العلاقات العامة بإدارة الشرطة الجزائرية و مدى تطابقها للأسلوب العلمي السليم .

08- التعرف على دور العلاقات العامة في شرح سياسات و أهداف الشرطة الجزائرية و وظائفها

09- تناول وضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل الإداري و بحث سبل التنسيق بين إدارات العلاقات العامة في الشرطة الجزائرية، ومدى العناية الممنوحة للعلاقات العامة من قبل المديرية العامة للأمن الوطني.

10- توضيح دور رجل الشرطة في إطار العلاقات العامة.

إشكالية الدراسة:

وعليه فان اهتمامنا بهذا الموضوع و النقص الملاحظ في الدراسات الأكاديمية جعلنا نصوغ مشكلة بحثنا على النحو التالي:

كيف يقوم جهاز الأمن الوطني بحل الأزمات اعتمادا على مدخل العلاقات العامة تحقيقا للأمن المجتمعي ؟

فرضية الدراسة:

و من اجل الإجابة عن إشكالية الدراسة سنقوم باختبار الفرضية التالية:

مقدمة

تعد العلاقات العامة متغير أساسي و محوري لحل الأزمات التي يقوم بها جهاز الأمن الوطني تحقيقا لمطلب الأمن المجتمعي.

إنطلاقا من الإشكالية والتساؤلات المطروحة حول موضوع البحث، يمكن إجمال الفرضيات الفرعية للدراسة فيما يلي:

- إن العلاقات العامة تلعب دورا هاما في الهيكل التنظيمي للإدارة .
 - كلما إعتمدت العلاقات العامة على المنهج العلمي أدى ذلك الى حل الازمات التي تقع فيها مختلف الادرات.
 - تعد وظيفة الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة الامن الوطني من أهم الاستراتيجيات التي لعبت دورا هاما في حل أزمة غرداية.
- أدبيات الدراسة:

لقد حظي موضوع العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني بإهتمام كبير من قبل الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، فعقدت له الندوات والمؤتمرات، وأصدرت العديد من الدراسات والبحوث.

تبرز الجهود الواضحة لجامعة نايف للدراسات الأمنية من خلال المؤتمرات والندوات التي أقامتها والمواضيع التي تناولتها، والتي طرحت بحدّة منذ سنوات التسعينات من الألفية الماضية، ومن خلال دعوتها المستمرة والمتجددة للنهوض بهذا، الموضوع والتأكيد على ضرورة إنفتاح الدول على بعضها وإستفادة كل واحدة من الأخرى.

تبرز كذلك الدراسة التي قدمها خليل أبو اصبغ و المعنونة بـ العلاقات العامة و الاتصال

الإنساني

كذلك دراسة قدمها كل من نيومان بات و اليس نيجل و المعنونة بـ العلاقات العامة في مجال التطبيق العلمي، إضافة إلى إصدارات جهاز الأمن الوطني خاصة المجلة الدورية مجلة الشرطة*

الإطار المنهجي:

وحتى يمكن دراسة التساؤلات السابقة إتبعنا المنهج الوصفي معتمدين على التحليل المنطقي المقارن الجدلي ، لقصد البرهنة على الفرضيات المقترحة للدراسة ، كما إستعنا بالمدخل الوظيفي ومدخل الاتصال كإطار لجلب المعلومات .

مقدمة

كما إستعننا بمنهج دراسة الحالة الذي يقوم على أساس التعمق في دراسة أهم المراحل و التطورات التي شهدتها المديرية العامة للأمن الوطني عبر مختلف مراحلها وكذا جانبها القانوني بالإضافة إلى إتباع أداة المقابلة للوقوف على حقيقة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني بالمديرية العامة للأمن الوطني .

تقسيم الدراسة:

حيث تناولنا في **الفصل الأول**: مفهوم العلاقات العامة و أهم المفاهيم المشابهة لها و هذا من خلال : تعريف العلاقات العامة و المفاهيم المشابهة لها ،أهمية العلاقات العامة، أساليب و برامج تنظيم أعمال العلاقات العامة، و كذا آليات تفعيل العلاقات العامة لتحقيق فعالية مخرجات الإدارة.

أما في **الفصل الثاني**: تناولنا فيه مكانة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني ، و هذا من خلال التعرف على تنظيمها الإداري و الهيكلي في المبحث الأول ، أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى مكانة العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني، و في المبحث الثالث تطرقنا إلى أهمية و أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني، و في المبحث الرابع تطرقنا إلى آليات تفعيل العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني.

أما في **الفصل الثالث**: تناولنا فيه إستراتيجية الأمن الوطني في حل أزمة غرداية و هذا من خلال التعريف بولاية غرداية في المبحث الأول ، أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه أزمة غرداية الأسباب و التطور و في المبحث الثالث تطرقنا إلى دور العلاقات العامة في حل أزمة غرداية .

وختمنا دراستنا هذه بتوصيات و اقتراحات رأيناها خطوة في طريق بناء و تطوير العلاقات العامة في الجزائر بصفة عامة، و المديرية العامة للأمن الوطني بصفة خاصة.

هذا فإن أصبنا فهو من فضل ربي و إن أخطأنا فما أنا إلا باحث مبتدئ أرجو النصح و التوجيه و سأكون شاكرًا لكل من يسدي إلي النصح و التوجيه.

الفصل الأول : مفهوم العلاقات العامة

الفصل الأول: مفهوم العلاقات العامة:

بالرغم من وجود العلاقات العامة منذ آلاف السنين إلا أن وجودها كعلم له قواعده وأصوله لم يتحقق إلا في الآونة الأخيرة، ومع ذلك فإن الاختلاف في تحديد مفهوم العلاقات العامة لا يزال قائماً فتختلف النظرة إلى هذا الدور باختلاف المسؤولين عن قيادة العمل.

ولا شك أن عدم وضوح هذا الدور سيؤدي تبعاً إلى سلبيات عديدة لعل من أهمها تضارب الاختصاصات وعرقلة سير العمل ولا يساعد على التنظيم السليم لإدارة العلاقات العامة وتكون المحصلة النهائية والحتمية سوء أداء تلك الإدارة وعدم استطاعتها الوفاء بواجباتها الأساسية. ومن هنا فالحاجة ملحة لتحديد هذا الدور من خلال تحديد ماهيته والذي يبدأ بتعريف واضح لمفهوم العلاقات العامة، وإن كان وضع تعريفاً واحداً لشيء ما أمر ليس بالسهل نظراً لاختلاف المفاهيم إلا أننا سنقتصر هنا على ذكر أهم هذه التعاريف التي وضعها أهل الاختصاص. و خلال هذا الفصل نتناول تعريف العلاقات العامة و أهميتها و وظائفها و كيفية بناء علاقات عامة و دور وسائل الاتصال المختلفة و ذلك على النحو التالي :

➤ المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة و المفاهيم المشابهة لها:

العلاقات العامة كغيرها من العلوم الاجتماعية لم تحظى بتعريف جامع فجاءت عدة تعريف متنوعة، سواء من طرف جمعيات وهيئات دولية، أو من طرف المختصين في هذا المجال و نظرا لتعدد التعاريف و الاتجاهات و لكي يسهل لنا دراسة هذا الموضوع قسمنا هذه التعاريف إلى تيارات بارزة و هي:

01) التيار الأول:

قامت به جمعيات و معاهد و هيئات مختصة كالجمعية الدولية للعلاقات العامة، تعريف الجمعيات الأوروبية، تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة، تعريف الحكومة الفرنسية، وكذا تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

02) التيار الثاني:

فيجمع جملة من التعاريف قدمها المختصون في مجال العلاقات العامة و أبرزهم "هوزمان" و "شاملي" و كذا تعريف "كرم شلبي" و "محمد ناجي الجوهر" و تعريف "هارلو" و تعريف "تاجي معلي" و كذا "جون مار ستون" و كذا "محمود الجوهري" وغيرها من المختصين الذين حاولوا إعطاء مفهوم عام للعلاقات العامة .

أ- تعاريف الجمعيات و المعاهد الدولية للعلاقات العامة:

-تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة التي تسعى بها المؤسسات المنظمات سواء الخاصة و العامة منها و هذا من كسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها و الحفاظ على استمرار نظامها و كسب التعاطف و التأييد من خلال قياس اتجاه الرأي العام و توافقه قدر الإمكان مع سياستها و أنشطتها و تحقيق المزيد من التعاون الخلاق و الأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط¹

هذا الأخير الذي يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة.

¹ - حسان محمد علي، العلاقات العامة و المؤسسات الصناعية، (مصر: المكتبة الانجلو مصرية، 1966) ص399.

- تعريف الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة: و قد عرفها بأنها:

"نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشآت أخرى لبناء و تدعيم علاقات سليمة منتجة بينهما و بين الجماهير خاصة العملاء أو العاملين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحوز سياستها حسب الظروف المحيطة بها و شرح هذه السياسة للمجتمع"¹

- تعريف الجمعية الأوروبية: عرفت العلاقات العامة بما يلي:

" هي وظيفة أو نشاط المديرية أو المؤسسة سواء ا كانت عمومية أو خاصة، و ترمي هذه الوظيفة إلى خلق و تحسين الثقة و التفاهم من جهة، و من جهة أخرى تحسين العلاقات العامة بالجمهور سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها فهو الذي يحدد كيانها و مستقبله"²

- تعريف الجمعية العامة الفرنسية للعلاقات العامة:

أما هاته الأخيرة فقد عرفت بأنها:

"طريقة للسلوك وأسلوب الإعلام والاتصال على إقامة علاقات مفعمة بالثقة بين المنظمة و الفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة و خارجها التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة"³

- تعريف الحكومة الفرنسية: أما الحكومة الفرنسية فقد ورد تعريفها للعلاقات العامة كما يلي:

" تتمثل واجبات ممارس العلاقات العامة سواء كان من العاملين بالمؤسسة ، أو مستشارا خارجيا مستقلا مهمته إسداد النصح و المشورة إلى المؤسسة و توظيف خدماته لخلق علاقات طيبة قائمة على أساس الثقة المتبادلة مع الجمهور و استمرارها و تزويد الجمهور بالمعلومات الخاصة بالمؤسسة و بكل المتغيرات المؤثرة فيه ، و يجب أن تكون المعلومات من المنشأة صريحة المصدر و موضوعية تماما بعيدة عن الدعاية و الإعلان"⁽⁴⁾.

- تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة: و يعرفها بأنها

¹ - حسان محمد علي ، مرجع سبق ذكره، ص402.

² - بلقاسم بن رون ،الاتصال في المؤسسة ،المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13 جانفي ،جوان 1996 ص237.

³ - فخري جاسم سليمان، العلاقات العامة، (العراق: المكتبة الوطنية، 1971) ص29.

⁴ - عبد السلام لرقحف ، محاضرة في العلاقات العامة ، (بيروت: الدار الجامعية، 1994). ص22

"جهود مخططة و مرسومة يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المؤسسة و جماهيرها".⁽¹⁾ و في كتاب آخر نجد أن العلاقات العامة هي النشاط الواعي القائم على دعائم من التخطيط العلمي لإيجاد و تنمية أسباب التفاهم المتبادل بين المنشأة و بين الجمهور⁽²⁾.

- تعريف وبستر و يعرفها:

"على أنها ترويج الاتصال و الثقة بين شخص أو أشخاص آخرين أو المجتمع بأكمله، و ذلك من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتتمي علاقات متبادلة و دراسة ردود الفعل و تقويمها"⁽³⁾

- تعريف مجلة أخبار العلاقات العامة الأمريكية: وقد طرحت التعريف التالي:

"العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقيم اتجاهات الجمهور وتحديد سياسات و إجراءات الفرد و المنظمة مع الصالح العام و تخطط و تنفذ برامج عمل لتحقيق الفهم و القبول العام".⁽⁴⁾

بعد أن تطرقنا لأهم المعاهد و الجمعيات التي أعطت تعريفا للعلاقات العامة سنتطرق أيضا و كما أشرنا سابقا للتيار الثاني و الذي هو مجموعة من التعاريف لبعض الباحثين و المختصين في مجال العلاقات العامة و أهم هؤلاء نجد:

ب - تعاريف بعض الباحثين و المختصين للعلاقات العامة :

- تعريف هوزمان و شاملي :

" العلاقات العامة هي مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين العمال، الهيئات المتصلة بها، و الجمهور بوجه عام في سبل مساندة نشاطها و تسهل تقدمها و ذلك في جو من النزاهة و الحقيقة"⁽⁵⁾

¹ - إبراهيم وهيبي عبد كنجو، عبود كنجو، العلاقات العامة و إدارتها، مدخل وظيفي (عمان : مؤسسة الورق، 1999) ص22.

² - نيغل اليس ليومان، العلاقات العامة في مجال التطبيق، (مصر: مكتبة القاهرة الحديثة، 1967) ص1.

³ - محمد مصطفى حمد ، الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، (الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر النشر و التوزيع، 1995) ص22.

⁴ - محمد ناجي الجوهري، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي ، (عمان: مكتبة الرائد، 2000) ص16.

⁵ - فخري جاسم سليمان، مرجع سبق ذكره، ص20.

أي يعني أن وظيفة العلاقات العامة، ليست الدعاية أو الترويج و إنما تنطوي على التفاهم و تبادل الآراء و المعلومات بين المؤسسة و الجماهير.

- تعريف كرم شلبي :

" العلاقات العامة اصطلاح يطلق على الجهود المنظمة و العمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتنظيم العلاقة بينهما و بين الجمهور العاملين بها ، و جمهور المتعاملين معها بهدف تحقيق علاقات ايجابية مع الجماهير ، و تقوم بهذا العمل إدارات متخصصة تعني عناية فائقة باستخدام وسائل الإعلام و الاتصال المتنوعة لتحقيق مهمتها⁽¹⁾.

- تعريف قلينقرس وولد :GLENNGRIS WOLD: فقد عرفها بأنها:

" الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات و تحديد سياسات الفرد و المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، و تنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضي هذا الجمهور و تفاهمه⁽²⁾، فالعلاقات العامة هي فن معاملة الناس و تقنتهم و محبتهم و تأييدهم.

تعريف جون مارستون: يخلص إلى تعريف يعبر أكثر دقة للعلاقات العامة و هو يقول أن:

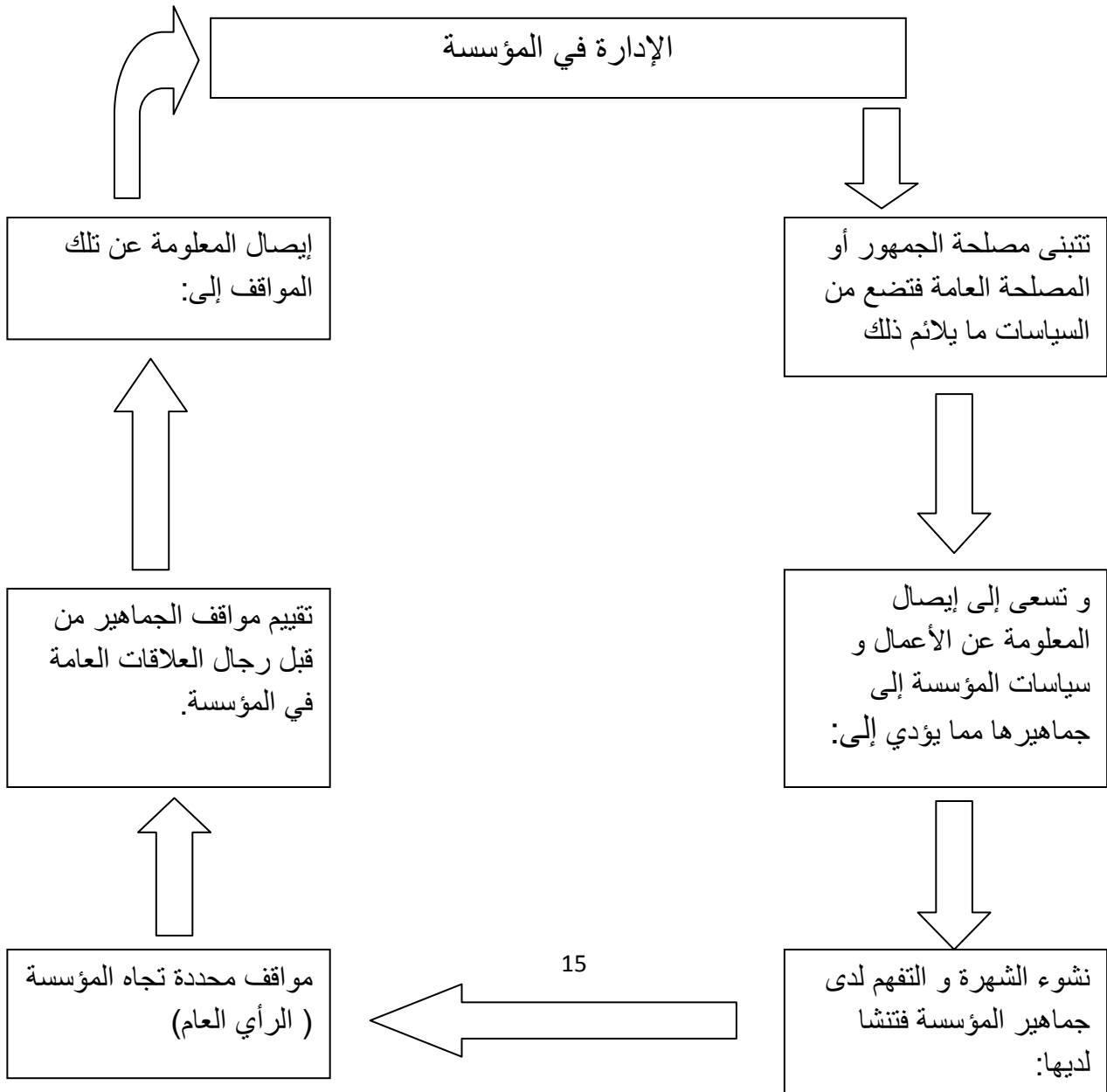
" العلاقات العامة هي نشاط إداري يقوم على تقييم مواقف الجمهور و تحليل سلوكه و ربط سياسات المؤسسة و إجراءاتها بمصلحة الجمهور (الصالح العام) و تنفيذ برنامج عمل للمؤسسة و قبولها لها" و يتضح من خلال هذا التعريف أن العلاقات العامة دورة خاصة يمكن تمثيلها بالشكل الآتي⁽³⁾

¹-كرم شلبي ، معجم المصطلحات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 1977) ص17.

²-علي عوجة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتب، 1977) ص17.

³-رمضان زياد، العلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص، مفاهيم و وقائع ، (عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 1998) ص 06.

شكل رقم 01 يمثل دورة العلاقات العامة:



المصدر: رمضان زياد، العلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص، مفاهيم ووقائع، (عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 1998) ص25.

- **تعريف هارلو Harlow :** و قد وضع هارلو تعريفا معاصرا شاملا للعلاقات العامة بحيث يذهب فيه إلى أن العلاقات العامة" هي وظيفة إدارية متميزة تساعد على خلق وبناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنشأة و جماهيرها الداخلية والخارجية ، وتعمل على مواجهة وحل المشكلات التي تواجه الإدارة، وإمدادها بتيار مستمر من المعلومات والبيانات مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام ، وتحدد وتؤكد مسئولية الإدارة تجاه اهتمامات الجماهير ، وتساعد على أن تواكب التغيير وتفيد منه بكفاءة، كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام تنبوء يساعد على التذكير بالتعرف على الاتجاهات وتوقعها، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق ووسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية"⁽¹⁾

- وعرفها محمود الجوهري، رئيس جمعية العلاقات العامة العربية: بقوله

" العلاقات العامة علم يدرس سلوك الأفراد و الجماعات دراسة علمية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أساس التعاون والمحبة والوعي، ويهدف هذا العلم إلى رعاية العلاقات الإنسانية في المجتمع، وكسب ود الموظفين والجماهير التي تتعامل معها من جهة أخرى، والتفاهم عملية متبادلة"⁽²⁾.

كما عرفها جلال عبد الوهاب: بأن

¹- على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتب، ط 3 ، 1985) ص 24 .

²- محمود محمد الجوهري ، العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1968) ص9.

العلاقات العامة

"العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح الذي يقوم على أسس علمية مع الأفراد والجماعات داخل المنظمة وخارجها بطريقة واعية متبادلة، لتحقيق أهداف الهيئة أو المنشأة، أو الفكرة مع مراعاة القيم الأخلاقية، والقوانين، والمعايير الاجتماعية، والتقاليد السليمة السائدة"⁽¹⁾.

وباستعراض هذه المجموعة المتنوعة من التعريفات يتضح وجود عدة عوامل مشتركة وعدة اختلافات بين الباحثين والخبراء في تعريف العلاقات العامة، وفي نفس الوقت فإن محاولة وضع تعريف حديث شامل للعلاقات العامة يجب أن يسبقها إيضاح لبعض المفاهيم والجوانب الأساسية التي تسهم في بلورة هذا التعريف وسنتعرض لأهم هذه المفاهيم المشابهة لها.

*من خلال التعريفات المختلفة السابقة نستنتج بأن:

"العلاقات العامة هي وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة لا تقل أهمية عن أية وظيفة أخرى من وظائف الإدارة، و لكي تنجح هذه الوظيفة يجب أن تكون مستمرة ومخططة، مستعملة في ذلك المنهج العلمي، كما أن العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة العليا، فالإدارة العليا وحدها المسؤولة عن منظمة الأعمال والقادرة على تحديد كيفية التعامل مع الجماهير وأسلوب هذا التعامل.

* باعتبار أننا درسنا مختف الجوانب و السمات التي تتميز بها العلاقات العامة نستطيع أن نضع

تعريفنا التالي للعلاقات العامة.

"العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مخططة ومستمرة من الوظائف الإدارية العليا وهي وظيفة استشارية تنفيذية تقدم المشورة للإدارة العليا لأخذ مصلحة الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة وتكييف سلوك وسياسة المؤسسة وتعديله بحيث يتماشى مع مصالح الجماهير ورغباتها سواء الجماهير الداخلية أو الخارجية للمؤسسة وهذا من أجل تحقيق الفائدة و المصلحة العامة للطرفين بالتساوي." ولا يمكن للعلاقات العامة أن تحقق أهدافها إلا إذا استخدمت المنهج العلمي في بحوثها خاصة التخطيط و استطلاع الرأي لدي الجمهور لتتنبأ بسلوكه تجاه المنظمة و تقييم ما تقوم به

¹-جلال عبد الوهاب، أسس العلاقات العامة والمجالات الرياضية والاجتماعي، (الكويت : دار البيان ، 1972) ص 15 .

من أعمال، والعلاقات العامة في هذا تستخدم كافة وسائل الاتصال وأدواته وأساليبه بشكل علمي مدروس لتحقيق الأهداف و النتائج المرجوة من ذلك.

ج - العلاقات العامة و المفاهيم المشابهة لها:

نظرا لما يحدث من خلط بين مفهوم العلاقات العامة و بعض مفاهيم الاتصال الأخرى كالعلاقات الإنسانية، العلاقات الاجتماعية، العلاقات الصناعية، الإعلام، الدعاية، أصبح من الضروري شرح ماهية كل منهما و مقارنتها بالعلاقات العامة وفقا لما يلي:

- العلاقات الإنسانية:

يطلق لفظ علاقات إنسانية *HUMAN-RELATION* على التداخل الذي يتم بين الأفراد و هم في شكل مجموعات في أي مجال، سواء كان في مجال الأعمال أو الحكومة أو السياسة أو في المنزل، فإذا كان بسبب مناقشة العلاقات الإنسانية في محيط العمل فإنه يمكن تعريفها:

" بأنها ذلك الميدان من الإدارة الذي يهدف إلى التكامل بين الأفراد في محيط العمل بالشكل الذي يدفعهم و يحفزهم إلى العمل بإنتاجية و يتعاون مع حصولهم على إشباع حاجاتهم الطبيعية و النفسية و الاجتماعية⁽¹⁾.

* من حيث النشوء: العلاقات الإنسانية تنشئ نتيجة اعتراف الإدارة بالجانب النفسي للفرد و الاهتمام به لتحقيق رفاهيته و حاجاته الاقتصادية و الاجتماعية عن طرق خلق جو من الثقة و الاحترام المتبادل بين الأفراد و الإدارة.

* من حيث الاستخدام: فمجال العلاقات الإنسانية يكون داخل المؤسسة بينما يتعدى مجال العلاقات العامة حدود المؤسسة نفسها .

* أما أوجه التشابه تتمثل في إنقائهما في التركيز على الفرد و دراسته و الاستعانة بعلوم النفس و الاجتماع و ذلك أن العلاقات العامة تخدم الأغراض للعلاقات الإنسانية وذلك بتوفير وسائل الاتصال ونقل ردود أفعال العاملين إلى الإدارة.

¹محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ و التطبيق، (القاهرة: الدار الجامعية، ب. س. ن) ص 21.

- العلاقات الاجتماعية:

"و هي عبارة عن العلاقات التي تنشئ بين أفراد المجتمع بحكم تفاعلهم الاجتماعي ، و يمكن أن تقوم في مجال ممارسة كافة الأنشطة مثل ، نشاط العامل ، أو النشاط الترويحي أو النشاط الأسري و تكون إما إجراءات وقتية و تنتهي بعد الحدث أو مستمرة إذ تتصف بكونها طويلة الأمد و إما أن تكون العلاقات الاجتماعية مثل روابط الأبوية و يمكن التمييز بين نوعين من العلاقات ، العلاقات الاجتماعية الايجابية ، و العلاقات الاجتماعية السلبية"⁽¹⁾ .

- العلاقات الصناعية:

" هي العلاقات التي تنشئ من التوظيف و تكون بين الإدارة و العاملين بالمؤسسة الصناعية و بين هؤلاء العاملين بعضهم البعض و بين الإدارة و نقابات العمال ،و تعتبر العلاقات الصناعية أساسا للعلاقات العامة ،والتي تتفق معها في تعميم الممارسة الإنسانية للعلاقات في المحيط الصناعي و النشاط البشري بصفة عامة ، و كل منها يتم عمل الآخر"⁽²⁾

رغم أنهما يختلفان من حيث الأغراض الخاصة و الوسائل إذ أن العلاقات العامة تهدف إلى تزويد الجمهور الداخلي و الخارجي بالحقائق على واقع المؤسسة و الأعمال الصالحة و الإنجازات الطيبة في حين أن العلاقات الصناعية تهدف إلى إستخدام القوى البشرية و الرقابة عليها ضمانا لإسهامها في العمل و تعاونها على أكمل وجه.

* من حيث النشوء: تنشئ العلاقات الصناعية بسبب تعقد العلاقات الناتجة عن العمل ، وإدراك الإدارة الحاجة إلى تنظيمها ورعاية العامل لضمان استقرار المؤسسة ، أما العلاقات العامة تنشئ نتيجة إدراك الإدارة بأن الفرد العامل ليس وحده من يجب الاهتمام به بل الجمهور الخارجي .

*من حيث الهدف: فهذه العلاقات الصناعية هو رفع إنتاجية العمل بصفته منتجا، فتعالج مشاكله المتعلقة بعمله، بينما هدف العلاقات العامة هو تعزيز سمعة المؤسسة و ربطها بالمجتمع و خدمته و تتجه إلى الفرد و تعالج مشاكله الناتجة عن علاقته بالمؤسسة.

¹-صالح الشنوني ، إدارة الأفراد و العلاقات الإنسانية،(الإسكندرية: دار الجامعات المصرية ، 1986) ص498.

²- إبراهيم وهيي فهد ،كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره ،ص106.

و تلتقي العلاقات العامة مع العلاقات الإنسانية و العلاقات الصناعية في تركيزها على الفرد ودراسته كل ما يؤثر في سلوكه و تصرفاته فكل منها يستعين بعلم النفس و الاجتماع لمعرفة دوافع السلوك لدى الفرد.

- الإعلام:

هو " كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف ، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات ، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة".

وطبقا لهذا التعريف فإن العلاقات العامة ليست هي الإعلام إلا أنها في نفس الوقت تستخدم الإعلام كأحد مكونات نشاطها الاتصالي لكسب ثقة الجماهير ، و تحسين صورة المؤسسة.

- الدعاية:

إن الجهود الاتصالية المقصودة والمديرة التي يقوم بها الداعية هو نقل معلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة ثم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون والشكل و بأسلوب يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود ومحسوب ومستهدف على معلومات فئات معينة من الجمهور وأرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم ، وذلك كله من أجل فرض السيطرة على الرأي العام ، والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير بما يخدم أهداف الداعية ودون أن يتنبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والاتجاهات والمعتقدات ، ودون أن يبحث عن الجوانب المنطقية لها. ويعرفها الدكتور عبد اللطيف حمزة بقوله:

"هي محاولة التأثير في الأفراد و الجماهير و السيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك من مجتمع معين وزمان معين و لهدف معين"⁽¹⁾

خلال هذا التعريف يمكن أن نحدد جوانب الاختلاف فيما يلي:

- تؤكد العلاقات العامة مسألة العلاقة بين المصلحة الخاصة و المصلحة العامة و توضح هدفها بأمانة وصدق ، في حين تلجئ الدعاية إلى إخفاء أصحاب المصلحة الخاصة و هو الهدف الحقيقي⁽²⁾
- تعتمد الدعاية صيغة المبالغة في ذكر الحقائق وتزويدها، استغلال عواطف الناس، في حين نجد العلاقات العامة تعتمد الإعلام الصادق الهادف إلى خدمة المصلحة العامة.
- تمثل العلاقات العامة نشاطا دائما من نشاطات المؤسسة، أما الدعاية فتهدف إلى تحقيق أهداف سريعة و مرحلية⁽³⁾.

- كما تتميز العلاقات العامة عن الدعاية بأنها طريق ذو اتجاهين، أي تقوم بإيصال الرسالة، لتعرف على ردود الفعل اتجاهها، أما الدعاية تركز جهودها على الأفراد لاعتناق فكرة معينة.

- الإشهار:

الإشهار عملية من عمليات الاتصال بالجمهور ، إذ هو بدوره يقوم بعملية نشر بعض المعلومات الخاصة بين عدد كبير من الناس ، لإعلام الجمهور وإقناعه لنشر منتج و خدمة ما. فالإشهار يشمل جانبين متكاملين فهو من جهة عملية لنشر المعلومات ومن جهة أخرى طرق و تقنيات ووسائل تستعمل في عملية الاتصال و النشر⁽⁴⁾.

¹ - زهير إحدان، مدخل للإعلام و الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 1999) ص26.

² - محفوظ أحمد جودة، إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، (عمان: مؤسسة زهران للنشر و التوزيع، 1997) ص22.

³ - إبراهيم و هبي فه، كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره، ص101.

⁴ - زهير إحدان، مرجع سبق ذكره، ص35.

العلاقات العامة

أما العلاقات العامة تستعمل الإشهار كأسلوب الإعلام و ليس لزيادة المبيعات و ذلك باستخدام الإشهار الإعلامي لعرض الحقائق وكسب ثقة و تأييد الرأي العام إلى جانب المؤسسة.
* من خلال ما سبق نستنتج الارتباط العضوي بين العلاقات العامة و مختلف المفاهيم المشابهة لها كون أن العلاقات العامة هي أساسا " عملية اتصال بالجمهور " تستخدم فنون الاتصال ووسائله وقنواته الجماهيرية والشخصية وتقنياته في تحقيق أهدافها.

فالعلاقات العامة تستخدم هذه الأنشطة في تحقيق وظيفتها الاتصالية في الإعلام والدعاية والنشر ، وبالرجوع إلى التعريفات الخاصة بكل نشاط من هذه الأنشطة تتضح مدى العلاقة التركيبية بين العلاقات العامة وكل نشاط منها.
* و على ضوء هذه التعريفات السابقة و الشاملة للعلاقات العامة، ومجموعة المحددات والعوامل التي أشرنا إليها من قبل، يمكن أن نحدد مجموعة الخصائص التي تتميز بها العلاقات العامة كنشاط متكامل وهي:

- تعتبر العلاقات العامة أساسا عملية علاقات مع الجمهور.
- العلاقات العامة هي عملية اتصالية بين كافة فئات الجمهور سواء داخل المؤسسة أو خارجها.
- تختلف العلاقات العامة من حيث أهدافها ووظائفها وأنتطها عن العلاقات الصناعية والإنسانية و الاجتماعية، وان تزامنت معها في تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة.
- تتركز العلاقات العامة في نشاطها الاتصالي بالدرجة الأولى على الإعلام ونشر الحقائق والمعلومات الصحيحة وبالتالي فهي تختلف اختلافا جذريا عن الدعاية.
- تستخدم العلاقات العامة كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الاتصالية في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق أهدافها في الشرح والتفسير والأعلام والإقناع.
- تتركز الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة مع فئات الجمهور الداخلي والخارجي في: الدراسة العلمية المستمرة ، الميدانية والتحليلية للرأي العام لدى مختلف فئات الجمهور الداخلي العاملين والجمهور الخارجي المتعاملين ، والبيئة ، ووسائل الإعلام واتجاهاتهم ، ومعلوماتهم ووجهات نظرهم وردود أفعالهم.

- تغذية الإدارة العليا للمؤسسة بكل المعلومات وتقديم المشورة لها فيما يمكن أن تتخذه من خطوات وإجراءات.
- القيام بالنشاط الاتصالي والذي يستهدف داخل المؤسسة إلى نقل وجهة نظر الإدارة إلى العاملين لتقبل القرارات واستيعابها ، وشرح سياسات الإدارة وقراراتها وتوضيحها للعاملين ، ونقل ردود الفعل لدى العاملين وانعكاسات هذه القرارات عليهم إلى الإدارة العليا ، بما يؤدي مع استمرار العملية الاتصالية إلى خلق تيار مستمر من المعلومات والمعرفة المتبادلة بين الإدارة والعاملين مما يزيد من درجة الفهم والتفاعل ، كما يساعد على مزيد من التقبل لقرارات الإدارة ، وتعميق الإحساس بالمشاركة لدى مختلف فئات العاملين.
- الاتصال بمختلف فئات الجمهور خارج المؤسسة بعد التعرف الدقيق المستمر على خصائص كل فئة واتجاهاتها ومعلوماتها والصورة الذهنية للمؤسسة لديها والرأي العام السائد بين أفرادها وذلك بهدف أحداث تأثيرات ايجابية في هذه المعارف والمعلومات والآراء والاتجاهات والصور الذهنية تمهيدا للتأثير الايجابي في سلوك هذه الفئات نحو المؤسسة بما يدعم نشاطها الاقتصادي ومكانتها الاجتماعية ويعلى من قدرها.
- تعتمد العلاقات العامة في ممارسة أوجه نشاطها على الأسلوب العلمي.
- وتعديلها بحيث تستجيب لاحتياجات جماهيرها وتضع مصلحتهم بالدرجة الأولى إلى جانب مصلحتها وتربطهم بها.

➤ المبحث الثاني: أهمية و أهداف العلاقات العامة:

تختلف أهمية و أهداف العلاقات العامة من نظام لآخر ، و من مؤسسة لأخرى ومن بلد إلى بلد آخر ، فقد تقتصر في بعض المؤسسات على مكتب الاستعلامات العامة بينما تتسع

في مؤسسات أخرى لتشكل فرعا مهما يباشر نشاطات واسعة فيما يلي سنوضح أهمية وأهداف العلاقات العامة.

أ- أهمية العلاقات العامة:

تعتبر وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات إحدى الوظائف المستحدثة للإدارة فبينما يمكن تتبع نشأة هذه الوظيفة إلى بداية هذا القرن إلا أنها لم تأخذ الشكل المتكامل كوظيفة إدارية لها انتشارها الكافي إلا بعد الحرب العالمية الثاني، فالملاحظ أن أغلب المؤسسات الآن تمارس هذه الوظيفة بشكل أو بآخر، ومن جانب آخر نجد أن العديد من المهتمين والمشتغلين بمجال العلاقات العامة يرون بأن التطور الحقيقي لوظيفة العلاقات العامة لم يبدأ إلا من سنين قليلة، فالأساليب والفنون التي تستخدمها العلاقات العامة تتطور بشكل سريع بحيث يمكن القول أنها أصبحت على درجة عالية من الكفاءة وكذلك نجد أن مديري وخبراء العلاقات العامة تزداد أعدادهم يوم بعد آخر، ومن هنا ينشأ إحساس الإدارة بمدى أهمية وفائدة العلاقات العامة من الوجهة التنظيمية، الأمر الذي يؤدي إلى إدخال هذا الوجه الحديث من النشاط إلى جانب أوجه النشاطات الأخرى للمؤسسة أو تطوير عملها وتدعيمه بالأدوات والإحصائيين اللازمين.

و لعل انتشار وكالات العلاقات العامة المتخصصة في الدول المتقدمة وزيادة إعدادها والمهارات التي تستخدمها لدليل آخر على تطور العلاقات العامة وازدياد أهميتها في العصر الحديث. و هناك عدد من العوامل التي أدت إلى إبراز أهمية العلاقات العامة وازدياد اهتمام الإدارة بها ويمكن إجمال هذه العوامل على النحو التالي:

- 1- تزايد تعقد هيكل المؤسسة، وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بجماهيرها.
- 2- ظهور شبكة واسعة ومعقدة من وسائل الاتصال بالجماهير.
- 3- ظهور المؤسسات الكبيرة بما لها من مصالح وما يترتب عليها من نتائج.
- 4- ظهور التنافس بين المؤسسات وازدياد حدته مما ساعد على فرض احترام أكبر للرأي العام، وحاجة أشد إلى التأييد الجماهيري، بالإضافة إلي زيادة الطلب على المعلومات والحقائق والبيانات من جانب أفراد الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة.

ومن جهة أخرى توضيح أهمية العلاقات العامة في المؤسسة المعاصرة من خلال ما تؤديه العلاقات العامة الناجحة من تكوين صورة عامة طيبة عن المنشأة¹.

فالحقيقة التي لا شك فيها أن بقاء أية مؤسسة من المؤسسات يعتمد بصفة أساسية على مدى قدرتها على الظهور الذي يرضى جماهيرها، وبعبارة أخرى فإن تكوين صورة عامة مرضية يعبر عن إحدى الأساليب الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة في استمرارها وبقائها، في الصورة العامة. إن كل إدارة تحاول القضاء على ما يواجهها من معوقات، بالرغم من استحالة التوصل إلى علاقة مثالية خالية من المشاكل تماماً بين الجمهور الداخلي والخارجي.

إن زبائن المؤسسة المستفيدين من إنتاجها أو خدماتها من غير الموظفين يسمون بالجمهور الخارجي، والقائد الإداري الناجح يعمل على وضع أسس وبرامج تقلل من وطأة المعوقات أو المشاكل التي تحدث مع الجمهور الخارجي من أجل استمرار مسيرة المؤسسة نحو تحقيق أهدافها.

- أهمية العلاقات العامة في المجال الحكومي:

تطور دور الدولة عما كانت عليه في السابق حيث أصبحت الدولة مسئولة عن أفرادها منذ ولادتهم وحتى وفاتهم ويدخل ضمن مهامها توفير أقصى درجات الراحة ورفد العيش وحل مشاكلهم المختلفة من مرض وجهل وبطالة.

ومن هنا فالحاجة إلى وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تعي مسئولياتها تماماً وقادرة على الوفاء بواجباتها بات أمر ملح ومطلب مهم، ولذلك أيضا بات تحديد مسئوليات وواجبات هذه الإدارة مطلب أساسي لتتمكن تلك الإدارة من القيام بواجباتها.

والعلاقات العامة في الأجهزة الأمنية كأحد أجهزة الدولة لا يختلف كثيرا عن أي جهاز آخر إلا بقدر اختلاف المهام الخاصة لكل جهاز وان كانت ظروف الأجهزة الأمنية وطبيعة الأعمال الموكلة إليها تعطي العلاقات العامة بعدا مهما وخصائص مميزة، فالدور الأساسي لهذه الأجهزة الأمنية هو تطبيق الأنظمة والقوانين والتي يمكن النظر إليها كقيود على الحرية الشخصية، وان كانت هذه القيود هي في صالح الأفراد ووضعت غالبا برضاهم إلا أن الأفراد في أي مجتمع لا

¹-الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، "التخصص في العلاقات العامة من بريطانيا"، www.abahe.co.uk موقع إطلع عليه بتاريخ

يقبلون ما تقوم به الأجهزة الأمنية بترحيب وارتياح لذا فان اكتساب ثقة المواطن وتعاونه يبدوا أكثر صعوبة ومشقة أمام الأجهزة الأمنية عنها عن غيرها من أجهزة الدولة حيث أن الاحترام أساسه الحب والارتياح وهو الأمر الذي يلقي أعباء إضافية على كاهل إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية لتحقيقه.

ب - أهداف العلاقات العامة:

لما لها من دور مؤثر في نجاح أي مؤسسة تقوم بتبني و اعتناق أهمية هذه الوظيفة، كما نشير إلى الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة يجب أن تكون معبرة عن سياسة هذه المؤسسات، و يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة في إطار علاقاتها بالجمهور كالآتي:

1- الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي:

و تتلخص هذه الأهداف في :

* تحديد الاتجاه العام للمجهودات الجماعية داخل المؤسسة ، إذ لا يمكن تصور جهد جماعي منتج بدون هدف ⁽¹⁾

* تدفع الفرد في المجموعة للقيام بعمله، وذلك عن طريق ربط أهدافه بأهداف المؤسسة التي يعمل بها.

* العمل على التنسيق بين مجهودات الأفراد داخل المؤسسة ، فعندما يعرف كل فرد في المجموعة الأهداف المطلوبة للوصول إليها فإنهم يعملون متعاونون في الوصول إليها.

* نشر الوعي بين العاملين و تعريفهم بدورهم و أهمية هذه الأدوار في المؤسسة .

* المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المؤسسة و التي تؤدي إلى عرقلة العمل.

* تشجيع الأنشطة الثقافية و البرامج التعليمية و الرحلات الرياضية في المؤسسة مما يتفق ورغبات

العاملين ⁽²⁾ من كسب ثقة الجمهور الداخلي للمؤسسة.

2- الأهداف المرتبطة بالجمهور الخارجية:

و تتمثل فيما يلي:

¹- محمد فهمي العطروري ، العلاقات الادارية في المؤسسات العامة ، (القاهرة : عالم الكتب ،1969) ص 318 .

²- محفوظ احمد جودت ، إدارة العلاقات العامة ، مفاهيم وممارسات ، (عمان : مؤسسة زهران للنشر والتوزيع، 1997) ص 20

- * تحسين صورة المؤسسة لدي جماهيرها بشكل مستمر⁽¹⁾.
- * تقوم العلاقات العامة بتحديد و تقييم الرأي العام و الاتجاهات السائدة في اتجاه المؤسسة⁽²⁾.
- * توظيف هذه الآراء و الاتجاهات في خدمة و تطوير المؤسسة بمراعاة المصلحة العامة و الخاصة.
- * التعرف بالأهداف العامة للمؤسسة و خدماتها⁽³⁾.
- * تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة و تدعيم صورتها الذهنية .
- * توثيق العلاقات و دعم الثقة بين المؤسسة و الجماهير الخارجية المختلفة التي تتأثر و تؤثر في رسالتها، بالإضافة إلى نشر رسالة المؤسسة و التعرف بنشاطاتها و شرح السياسات التي تسهم في وضعها و تنفيذها، و ما تحققه من مزايا لمختلف الوحدات و الجماهير وذلك عن طريق الاتصال بأجهزة الإعلام.
- * إستكشاف التطورات التي تستجد في المجتمع، وإستقطاب الكفاءات البشرية المناسبة للعمل بالمؤسسة وهذا لإمداد المؤسسة بكافة المعلومات الخاصة بها.
- * التعرف على احتياجات الجمهور الخاص و العام ومنه جمهور العاملين⁽⁴⁾
- * ضمان الحصول على التغذية العكسية في المعلومات و الناتجة عن ردود فعل الجمهور و اتجاهاته و إبلاغها إلى الإدارة العليا بغرض إحاطتها بكل المستجدات المتعلقة بجمهورها العام⁽⁵⁾
- * ولقد حددت جمعية تعليم الكبار الأمريكية أهداف العلاقات العامة في:
أ) الجانب الاجتماعي:

¹- محمد جودت ناصر ، وسائل الاتصال في العلاقات العامة ،(عمان: مكتبة الرائد، 2000) ص 235 .

²-Jean marc DE CAUDIN, **la communication marketing** (paris , ed economisa 1995), P119

³- محمد عبدالله عبد الرحيم ، العلاقات مع المستهلكين مدخل سلوكي ، (القاهرة: ب. د. ن، 1978) ص 10 .

⁴- محمد قاسم القريوني ، مهدي حسن زويلف ، المفاهيم الحديثة في الإدارة النظريات و الوظائف ،(ب. ب. ن: ب. د. ن، 1993) ص284

⁵- بشير عباس العلق ، رباعية على محمي ، الترويج و الإعلان ، مدخل متكامل ،(عمان : دار البيزوري، 1998) ص 43.

تهدف من خلاله العلاقات العامة إلى مساعدة المواطنين على التكيف الاجتماعي مع الجماعة تبعاً لحاجاتها و مطالبها و الانطواء تحت حظيرة الرأي العام ، كما تهدف إلى إيجاد رابطة قوية بين الجمهور و المؤسسة التي بهم تقصي أخبارها في مختلف الشؤون التي تعنيه .

(ب) الجانب الأخلاقي:

أين تحاول العلاقات العامة إقامة مبادئ تستند إلى احترام الكيان الإنساني و فردية الإنسان و تبعده عن استخدام الأساليب غير اللائقة و تعتمد في التأثير على الإنسان و على عنصر التشويق.

(ج) الجانب السلوكي:

وهو أهم جانب في العلاقات العامة لأنه يتعامل مع الكائن الإنساني ذو الطباع المختلفة و التكوين النفسي المتغير من فرد لآخر و لهذا يجب أن يقوم بتنفيذ برامج العلاقات العامة أفراد لهم دراية بأساليب قيادة الرأي العام و أن يكونوا من المؤمنين بأهمية و كيفية الوقوف على الطبيعة البشرية و طريقة استخدام أساليب التأثير الفعالة على الجماهير⁽¹⁾

و يلخص محفوظ أحمد جودة أهداف العلاقات العامة في الإدارة الحكومية بمايلي:⁽²⁾

- القيام بشرح أهداف النظام السياسي ، و كذلك النظام الاقتصادي و الاجتماعي السائد في الدولة مع توعية المواطنين بنوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية و إجراءات الحصول عليها.
- إقامة علاقات جيدة مع الجماهير و الاعتماد على الصدق و الأمانة فيه كأساس لهذه العلاقة.
- تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين و تعزيز الاتجاهات الإيجابية لديه.
- العمل على تحسين العلاقة مع الجمهور الداخلي (أي المواطنين) و بالتالي فإنه كلما كان الموظف راضيا عن عمله و علاقته جيدة مع الإدارة التي يعمل فيها كلما انعكس ذلك على معاملته للمواطن عند مراجعته لمعاملته أو تقديم الخدمة إليه.

- أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية:

و تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:⁽³⁾

¹-جمعية تعليم الكبار الأمريكية، ت مصطفى حسن علي، العلاقات العامة الناجحة، (القاهرة: دار القلم، 1962) ص 08 .

²-أحمد كمال ، العلاقات في المجالات الاجتماعية و الإنسانية ، (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة ، 1972) ص 24 .

³-جمعة عبد الفتاح أبو العينين، العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، (ب. ب. ن: ب. ب. د. ن، ب. س. ن) ص 6.

1- التوعية والإرشاد والإعلام:

أي إعلام المواطن بأوجه النشاط الحكومي بغرض خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهم برأيه ورضاه عن نشاط حكومته..

2- كسب رضا الجمهور وتأييد سياسته:

وهذا يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاستئناس بآراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة والتي تساهم في قبولها عند وضعها.

3- معرفة الرأي العام:

فيما يختص بتقييمه لمستوي الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية طلباته قدر الإمكان على أن لا تتعارض تلك الطلبات مع المصالح العامة للدولة.

4 - دحض الشائعات والحملات المغرضة:

الاهتمام بشئون موظفيها وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل لهم ومراعاة العلاقات الإنسانية والاجتماعية.

كما يمكننا أن نجد أهداف أخرى في الأجهزة الحكومية و تتمثل هذه الأهداف في:

في المجال الاقتصادي:

أ- تنمية وتشجيع الوعي الادخاري.

ب- ترشيد الإنفاق الحكومي.

ج- ترشيد الاستهلاك الماء، الكهرباء، الثروات الطبيعية

د - نشر الوعي التأميني.

هـ - تقديم الإرشاد والتثقيف في مجالات الصحة والزراعة والتغذية والأمن الصناعي.

في المجال السياسي:

أ- تنمية الشعور لانتماي للجمهير.

ب- محاربة الإشاعات والدعايات المغرضة.

ج- نقد الأخطاء والسلبيات للمسؤولين وتقديم النصائح.

د- تعبئة الجماهير للتغيرات

في المجال الإداري:

أ- تشجيع مبادرات بعض الإداريين لحل المشكلات التي قد تعرقل العمل.

ب- تنشيط المناقشات الهادفة إلى التطوير الإداري.

ج- نقد الإجراءات والقوانين التي تعيق حرية الإبداع والعمل.

يمكن تصنيف أهداف العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى نوعين رئيسيين هما:

1- الجمهور الداخلي:

ويقصد به موظفي الجهاز فتحة الموظفين في الجهاز وسياسته وعدالته تساعدهم على عكس صورة حقيقية للجهاز أمام الآخرين، ولذا وجب الاهتمام بالجمهور الداخلي وتكثيف البرامج التدريبية والإرشادية له.

ومن أهداف إقامة علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي نجد:

أ- الحصول على ثقة الموظفين وضمان تأييدهم لسياسة المنظمة.

ب- الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.

ج- اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.

د- توعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

2- الجمهور الخارجي:

ويتمثل المستفيدين من خدمات الجهاز سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات الخاصة أو وسائل الإعلام أو الأفراد، ويركز هنا على أهمية التعامل مع هذه الجماهير بصدق والعمل على إبراز الحقائق كون ذلك هو الوسيلة الوحيدة لكسب ثقتهم وبناء علاقة جيدة معهم.

ومن أهداف التعامل مع الجمهور الخارجي الآتي:

أ- إعلام المسؤولين نتائج هذا القياس لتمكينهم من اتخاذ الإجراءات المناسبة حيال هذا التوجه.

ب- إبلاغ الجمهور الحقائق الخاصة بالجهاز من حيث أهدافه وفلسفته وسياسته.

- ج- قياس الرأي العام والتعرف على اتجاهاته نحو الجهاز.
- د- مقاومة الدعايات المغرضة وإيجاد تفهم كامل وودي نحو الجهاز.
- هـ- تعريف المواطنين برسالة الجهاز وإبراز الجهود التي يبذلها الجهاز لصالح الوطن والمواطنين.
- و- إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات التي تساعده على تكوين رأي إيجابي وصحيح نحو الجهاز.
- ز- التأكد من أن الأخبار التي تنشر عن الجهاز صحيحة ومناسبة مع العمل على تصحيح الخاطئ منها.
- ح - دعم علاقة الجهاز بقيادة الرأي العام كونهم قادرين على التأثير على قاعدة كبيرة من الجمهور.
- ط- لا يقتصر دور الإدارة على إقناع الرأي العام بسياسة الجهاز وإنما يمتد ليشمل الاستجابة لما هو مناسب من آراء واتجاهات الجمهور قد تفرض على الجهاز تغيير سياسته ويخطئ الجهاز إذ يعتقد أن التمسك بسياسة الجهاز أمر مبدأ لا يقبل الجدل والنقاش، فسياسة الجهاز يجب أن توزن بميزان الصالح والصائب.
- في مجال أهمية البحث العلاقات العامة:

البحوث هي عصب الإدارة الإستراتيجية للعلاقات العامة⁽¹⁾ والبحث يعني تجميع البيانات والمعلومات وتحليل مجمل العوامل المؤثرة على علاقة المؤسسة مع جماهيرها، من خلال إجراء مسح ميداني للاتجاهات والمواقف وتحديد اتجاهات الرأي لجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي وأفكاره وميوله نحو المؤسسة وأهدافه، ثم تحديد الاستراتيجيات والسياسات التي تسلكها المؤسسة اتجاه الجمهور بناءً على هذه النتائج.

تتناسب برامج العلاقات العامة في المؤسسات مع ما يرصد لها من ميزانيات، وتختلف هذه البرامج باختلاف المؤسسات.

وتتناسب كذلك مع الأهداف التي تخطط لها تلك المؤسسات، ومع هذا فإن جميع المؤسسات تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة للوصول إلى الأهداف بأقصر وقت ممكن وأقل نفقات وجهد.

¹- راسم محمد الجمال، وخيرت معوض عياد، مرجع سابق ذكره، ص96

ولا بد للمخططين لهذا النشاط من وضع خطوات متسلسلة، وأهم هذه الخطوات هي:

دراسة شاملة للمؤسسة:

وهي الخطوة الرئيسية والحيوية الأولى للمخطط ويقوم فيها بالاطلاع على كل صغيرة وكبيرة ودراستها بشكل كامل كي يتعرف على وضعها ومشاكلها.

دراسة الجمهور وتشخيصه:

إن دراسة جمهور المؤسسة أمر حيوي، كي تتطابق مصالح ورغبات الجمهور مع دراسته، وتضم هذه الخطوة تحديد الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة، التي تهتم المؤسسة في كسب رضاها وتأييدها¹.

تحديد المشاكل:

بعد دراسة المؤسسة والجمهور، تتضح للمخطط جميع المشاكل والعقبات التي تواجه المؤسسة ودور العلاقات العامة في مواجهتها وحلها، وبناء على هذا لا بد من التعرف على الجذور العميقة للمشكلة التي تولدت في تفكير الجمهور للتمكن من إحداث التأثير الفعال وإحداث الأثر المطلوب.

معالجة مشاكل الجماهير:

إن كل مجتمع سواء أكان كبير الحجم أم صغير، يتصف بحدوث بعض المشاكل والاختلافات الناجمة عن تبيان الآراء والاجتهادات بين أعضاء هذا المجتمع.

ولكي يكون الإداري ناجحاً في عمله، لا بد له أن يقوم بدراسة ذلك وتشخيص هذه المشاكل والاختلافات المعوقة للعمل، ثم وضع أنسب الحلول لذلك، في وقت مبكر وقبل فوات الأوان حتى لا تصل إلى درجة الاستفحال ولكي يجنب مؤسسته جميع الأضرار المحتملة والمتوقعة نتيجة هذه المشاكل خصوصاً الداخلية منها.

مشاكل الجمهور الداخلي: (1)

¹ محمد عبدالله منشاوي، "منتدى المنشاوي للدراسات والبحوث الامنية" <http://www.minshawi.com/old/relation01.htm>

موقع إطلع عليه بتاريخ 2015/06/06.

العلاقات العامة

بالنسبة للجمهور الداخلي في المؤسسة، يشمل التخطيط الداخلي حل مشاكل العاملين و إلغاء متاعبهم ومعاناتهم وهذا بدعم العلاقات العامة مادياً ومعنوياً لتمكينها من إعداد برامج خاصة لتوثيق العلاقات الإنسانية بين العاملين و الإدارة مع تدريب وتأهيل الهيكل الإداري، ووضع الموظف في القسم الذي يلائم اختصاصه.

مشاكل الجمهور الخارجي:

إن المؤسسة الإنتاجية أو الخدماتية التي تبغي التوسع، لا بد أن تواجه اتساع وانتشار خدماتها أو مبيعاتها، وبالتالي زيادة أعداد زبائنها أو المستفيدين من إنتاجها أو خدماتها وهذا يعني ظهور المشاكل التي تواجهها بحكم تشابك علاقاتها.

كيف تحقق إدارة العلاقات العامة أهدافها ؟

و للإجابة على هذا السؤال يجب علينا أن نبرز التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة والصعوبات التي تتلقاها في إدارة نشاطاتها و التي يصعب قياسها، إلا أن كفاءة العاملين و الممارسين لنشاط العلاقات العامة يلعبون دوراً بارزاً في تنفيذ إنجازات إدارة العلاقات العامة، وتحقيق الأهداف المرجوة منها.

إن الطريقة التي تدار بها إدارة العلاقات العامة، نلاحظ في أغلب الأحيان أن مكانة إدارة العلاقات العامة ترتبط بشكل ملحوظ بشخصية و كفاءة المدير ولدينا الكثير من الأمثلة التي تشير إلى نمو دور إدارة علاقات عامة في عهد مدير ما، ثم تضائل هذا الدور مباشرة بعد تولي الإدارة شخص آخر، وقد يرجع البعض مثل هذا الوضع إلى عوامل ضعف الهيكل التنظيمي أو الإداري للمؤسسة بشكل عام أو لأسباب أخرى عديدة .

وهذا الطرح ينقلنا إلى ربط الأداء بكفاءة إدارة العلاقات العامة، وقدرتها على نقل ثقافتها إلى عمل تطبيقي ملموس، ورسم حركة موظفي الإدارة في مسارات تؤدي في النهاية إلى تحقيق أهداف العلاقات العامة، والتي يمكن اختصارها في هدف واحد وهو إدارة العلاقات بما يحقق المصلحة المشتركة بين المؤسسة والمجموعات المؤثرة.

¹ Stocker, K. (1998) "A Strategic Approach to Crisis Management" in Clarke Caywood (ed), The - Handbook of strategic

*من خلال ما سبق يمكننا أن نلخص و نحدد أهداف إدارة العلاقات العامة بشكل عام، و حصرها في ثلاث نقاط أساسية و هي:

- تأسيس علاقات قوية و متينة مع الجهات ذات الأهمية داخل المؤسسة و خارجها، بما يمكنها من التأثير الفعال على جمهورها و يمكنها من خدمة مصالحها و مصالح المؤسسة التي تمثلها.

- القدرة على توقع الاتجاهات و الأحداث التي قد تؤثر على سمعة المؤسسة أو تؤثر سلباً على العلاقات القائمة.

- القدرة على اتخاذ خطوات لتفادي التأثير السلبي للعوامل، أو تقليصها.

منه نستنتج بأن نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهدافها يكمن في قدرة إدارتها أو مديرها على بذل جهد مخطط لتحقيق الأهداف، وهو بذلك قادر على تحويل الإدارة إلى وحدة ديناميكية تمارس عملاً ميدانياً مخططاً، يتفق مع الأهداف الموضوعية.

وهذا يتفق مع مجمل التعريفات السابقة التي ذكرناها للعلاقات العامة لاسيما التعريف الذي وضعه معهد العلاقات العامة الذي انشأ ببريطانيا عام 1948 والذي ينص على أن العلاقات العامة هي "جهود مخططة و مرسومة يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المؤسسة و جماهيرها"⁽¹⁾

➤ المبحث الثالث: أساليب و برامج تنظيم أعمال العلاقات العامة:

نتيجة للاعتراف بأهمية العلاقات العامة كوظيفة إدارية من وظائف المؤسسة فقد أصبح من الضروري وجود جهاز تنظيمي يقوم أداء هذه الوظيفة والهدف من ذلك هو تحقيق سمعة جيدة للمؤسسة لدى جمهورها و من أجل تحقيق ذلك لا بد أن تعتمد في تنفيذ العلاقات العامة على إحدى الأساليب الثلاثة التالية:

- أساليب تنظيم أعمال العلاقات العامة:

(أ) أسلوب الاستعانة بمستشار خارجي للعلاقات العامة:

إن مستشار العلاقات العامة الخارجي هو شخص يخصص جزء من وقته أو كله لخدمة مؤسسة معينة ، وقد يكون هذا المستشار فردا واحدا وله عملاء متعددين ، كما قد يكون وكالة مستقلة

¹- إبراهيم و هبي فهد ، كنجو عبود كنجو ، مرجع سبق ذكره ، ص 22.

لها العديد من العملاء على مستوى الدولة الواحدة أو خارجها ،وقد يكون إدارة من إدارات ، أو وكالة إعلامية معينة⁽¹⁾ ومن مبررات اللجوء إلى المستشار الخارجي تكمن في قلة الخبرات اللازمة لإحداث جهاز مستقل للعلاقات العامة داخل المؤسسة الأمر الذي ينتقي معه الحاجة إلى إحداث جهاز العلاقات العامة وبهذا نتخلص إلى مزايا هذا الأسلوب في ما يلي:

- الاستفادة من الخبرة الواسعة في معالجة المشكلات المعقدة والمتعددة بحكم تعامل هذا المستشار مع العديد من المؤسسات.

- الموضوعية وعدم التحايل في تقديم الاستشارات وذلك بحكم استقلاليته عن الإدارة العليا وبعده عن تأثيرها.

- المرونة واختصار الروتين⁽²⁾ في التعامل معه من حيث إمكانية الاستفادة منه في حال كون استشارته غير مرضية.

- يريح المدير من أعباء القيام بالكثير من نواحي العلاقات العامة مثل رسم السياسات والتخطيط والتنفيذ المتعلقة ببرنامج العلاقات العامة داخل المؤسسة.

- إن تكاليف تنفيذ أنشطة العلاقات العامة متغيرة وتختلف من سنة لأخرى فأتعاب المستشار الخارجي ترتبط بما يؤديه من خدمات وبالتالي لا يعتبر عبئ على ميزانية المؤسسة لأنه لا يتقاضى راتباً ثابتاً.

- أما عيوب هذا الأسلوب فإنها تتمثل في:

- عدم قدرة المستشار الخارجي على جميع القضايا المتعلقة بالموقف باعتباره بعيداً عن المؤسسة ومشكلاتها ، إذ أن تواجده ليس باستمرار في موقع العمل وبالتالي يصعب عليه مواجهة بعض المواقف التي تظهر في مسيرة العمل اليومي مع احتمال معارضة العاملين للمستشار الخارجي عن طريق حجب المعلومات عليه والتي قد توضح إبعاد المشكلة المطروحة لأنه يعتبر شخص غريب عن المؤسسة .

(ب) أسلوب الاعتماد على جهاز داخلي للعلاقات العامة:

¹- إبراهيم وهبي فهد ،كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره ، ص164.

² - نفس المرجع ،ص166.

- إن هذا الأسلوب يعني إنشاء إدارة متكاملة للعلاقات العامة لها وضعها وكيانها داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة .
- عن مزايا هذا الأسلوب :
- المعرفة العميقة بشؤون المؤسسة والإمام بما يجري فيها ، وبالتالي يؤدي إلى سهولة التأثير على جمهورها الداخلي .
- المساهمة في تكوين الإطارات المتخصصة نتيجة للخبرة الطويلة بمرور الزمن وتراكم الخبرات لدى أفراد الجهاز في معالجة المشكلات النوعية التي تواجه المؤسسة.
- التواجد الدائم لموظفي العلاقات العامة طوال ساعات العمل يسمح بالاستفادة من خدماتهم في أي وقت تحتاج إدارة المؤسسة، وعند وقوع أي طارئ مثل الإضراب عن العمل.
- التوفير في النفقات لأن أجور العاملين في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة أقل بكثير من أجور الأتعاب التي تتقاضاها المكاتب المتخصصة⁽¹⁾

أما عيوب هذا الأسلوب تتمثل في:

- ابتعاد جهاز العلاقات العامة عن الموضوعية في تقديم استشارتها أو تنقيدها نتيجة تأثير الإدارة العليا عليها⁽²⁾.
- تحويل إدارة العلاقات العامة من إدارة استشارية غايتها تقديم استشارات للإدارة العليا والإدارات الأخرى إلى تنفيذية تقوم بالأعمال اليومية التي تطلبها الإدارة العليا منها .
- إختلاط أعضاء دائرة العلاقات العامة مع موظفي الإدارات الأخرى قد يقلل من أهمية الدائرة في نظر موظفي الإدارات الأخرى.

(ج)-الأسلوب المتكامل الذي يجمع بين المستشار الخارجي والجهاز المتخصص داخل المؤسسة: قد تلجأ بعض المؤسسات الكبيرة إلى هذا الأسلوب في قضايا حيوية معينة وفي هذه الحالة فإن الجهاز الداخلي يمارس وظائف العلاقات العامة بطريقة قادرة على معرفة التفاصيل المحيطة بكل موقف تتعرض له المؤسسة، أما المستشار الخارجي الذي تتصف خدماته بالنظرة الموضوعية المحايدة

¹- محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، (عمان : دار مجدلاوي، 1998)، ص79.

²- إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره، ص170.

فيتم الاستعانة به في كل القضايا ومشاكل العلاقات العامة الطارئة والحيوية التي تتطلب محترفين لمعالجتها لذلك لابد من وجود التعاون الوثيق بين الجهاز المتخصص والمستشار الخارجي الاستفادة من مزايا كل من الأسلوبين المذكورين لكن العيب الرئيسي في هذا الأسلوب هو التكاليف وارتفاعها.

(د)-اختصاصات إدارة العلاقات العامة:

- لقد سبق وان تكلمنا عن أهداف ممارسة العلاقات العامة في الفصل الأول ويمكن إيجاز أولويتها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جماهيرها وكذلك لتعزيز ثقة الجماهير بمختلف نوعيتها في سياساتها بالمؤسسة وإدارتها.

- إن اختصاصات إدارة العلاقات العامة تختلف من مؤسسة لأخرى إلا انه يمكننا إيجاز أهميتها بصفة عامة كما يلي: ⁽¹⁾

- أولاً: اختصاصات قسم العلاقات الداخلية.

- العمل على تحسين وتنشيط علاقات العاملين فيما بينهم من ناحية ومن ناحية أخرى، العمل على الروح المعنوية بين العاملين واقتراح الحلول لإزالة الشكوك بينهم، وتشجيعهم على التقدم بالاقتراعات التي تهدف إلى تحسين العمل.

- دراسة واقتراح المجالات الثقافية والرياضية والفنية والترفيهية التي يمكن تطبيقها والعمل على تقديم الخدمات الصحية والاجتماعية.

- القيام بالمجالات المختلفة في المناسبات الخاصة بالعاملين وفي المناسبات القومية.

- تقديم كافة الخدمات التي تلزم العاملين بغرض التيسير عليهم مثل تسهيل إجراءات السفر إلى الخارج وما إلى ذلك.

- التنسيق مع مكتب الشكاوي بالمؤسسة مع شكاوي العاملين بالمنطقة ومحاولة إزالة أسبابها.

ثانياً: اختصاصات قسم الصحافة والنشر.

- تنظيم مقابلات مع الصحفيين ومندوبي الإعلام لرئيس المصلحة وكبار العاملين بها وتلقي توجيهات رئيس المؤسسة في هذا الشأن.

¹-صلاح الدين عبد الباقي أبو قحف، العلاقات العامة، (مصر: الدار الجامعية، 1993) ص33.

- متابعة اجتماعات رئيس المؤسسة الرسمية داخل المؤسسة وخارجها وإبراز ما تسمح به التوصيات عنها إعلامياً.
- حضور المؤتمرات والبرامج التي تعقدها المؤسسة والاتصال بأجهزة الإعلام لتغطية أخبارها يومياً أثناء انعقادها.
- تجميع كل ما ينشر من موضوعات وأخبار تتعلق بالمؤسسة والوحدات الملحقة بها وإعدادها للعرض على رئيس المؤسسة.
- التنسيق مع مكتب الشكاوي بالمؤسسة بالنسبة للشكاوي التي ترد للمؤسسة من أجهزة الإعلام وإحالتها إلى الإدارات المختصة لبحثها وتلقي الرد بنتيجة البحث ، مع إعداد الرد المناسب مع المسؤولين.
- ثالثاً: اختصاصات قسم العلاقات الخارجية.
- استقراء اتجاهات الرأي العام من خلال ما تنشره وسائل الإعلام المختلفة للإعداد الدراسات التي تساعد المسؤولين بالمؤسسة على معرفة اتجاهات الرأي العام عند وضع المؤسسة لسياستها.
- الاشتراك في تنظيم الزيارات والمؤتمرات والاجتماعات التي تنظم بغرض دعم الثقة بين المؤسسة وال جماهير المختلفة التي تتأثر وتتوثر في رسالتها ، وخاصة الجمعيات والمؤسسات المحلية والدولية والتي تعمل في مجال عمل المؤسسة .
- استخدام وسائل الإعلام المختلفة لنشر رسالة المؤسسة وتشرح السياسات التي تقوم بوضعها وما تحققه من مزايا للمواطنين.
- إعداد الكتيبات والنشرات الإعلامية التي توضح رسالة المؤسسة وما تقوم به من نشاط لتحقيق هذه الرسالة.
- استقبال ضيوف المؤسسة وإعداد برنامج زيارتهم ومراقبتهم وتسهيل سبل الإقامة لهم.
- خلق تنمية الوعي والمعرفة بأنشطة المؤسسة ، مستخدمة في ذلك مختلف وسائل الإعلام.
- القيام بعمل التسهيلات اللازمة للعاملين بالمؤسسة بصفة خاصة، كبار العاملين عند سفرهم أو عودتهم من الخارج.
- معالجة وإدارة الأزمات من خلال عمليات التخطيط، التنفيذ، والمتابعة لهذه الأزمات.

فقد يشمل اختصاص إدارة العلاقات العامة في هذا المجال، وضع خطط للطوارئ وحضور الاجتماعات على كافة المستويات وعقد المؤتمرات الصحفية وتمثيل المؤسسة أمام وسائل الإعلام لإبلاغها بتفاصيل الحادث لتجنب هجومها وانتقاداتها حيث أن الاعتماد على وسائل يمثل احد مخارج الأزمة .

ه- أخصائي العلاقات العامة:

يلعب أخصائي العلاقات العامة دورا رئيسيا في نجاح العلاقات العامة كمهنة ولذلك يجب أن يكون من السمعة الطيبة ، والسلوك الجيد والذي تقره الآداب العامة إضافة إلى امتلاكه للمهارات الفنية و المهنية التي ينبغي أن يتزود بها بالإضافة إلى تخصص العاملين بإدارات العلاقات العامة وتدريبهم للقيام بمهمتهم على أكمل وجه.

إن جهاز العلاقات العامة هو جهاز متخصص في المقام الأول ولكي يتمكن من القيام بواجباته على الوجه المطلوب فلا بد من توفير الموظفين المؤهلين لذلك فسياسة وضع الرجل المناسب في المكان المناسب مهمة جدا، حيث أن اختيار وتعيين الموظفين المتخصصين سيؤثر حتما على مستوى أداء إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة وأداء الجهاز بصفة عامة.

وغنى عن الذكر أن نشير إلى أن أغلب موظفي إدارات العلاقات العامة في بعض المؤسسات ليسوا من المتخصصين في مجال العلاقات العامة، وهنا تبرز الحاجة الملحة لتدريب هؤلاء الموظفين للارتقاء بمستواهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم وتغيير اتجاهاتهم بهدف تمكينهم من أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

وتدريب العاملين في العلاقات العامة ليس قاصرا على الموظفين غير المختصين فقط وإنما يمتد ليشمل كل موظفين الإدارة ،حيث أن تنمية المهارات والقدرات أمر مطلوب خاصة وأننا الآن في عصر الانفجار المعلوماتي الذي تتجدد معه المعرفة دوما وبالتالي وجب اللحاق بالركب و إلا أصبح التخلف سمة الإدارة والعاملين بها.

العلاقات العامة

ولكي تتمكن الإدارة من تحقيق تلك المهام يتطلب ذلك تكوين جهازا إدارياً للقيام بمهمة العلاقات العامة يتميز بمؤهلات ومواهب أو عدد من الصفات الطبيعية التي تولد مع الفرد وتصلقها التجارب ولا يمكن قياسها بالامتحان وهي خصائص عامة و أخرى خاصة⁽¹⁾ أولاً الخصائص العامة.

يلعب أخصائي العلاقات العامة دوراً رئيساً في نجاح العلاقات العامة كمهنة و لذلك يجب أن يكون من السمعة الطيبة و السلوك الجيد الذي تقره الآداب العامة ، إضافة إلى امتلاك المهارات المهنية التي ينبغي أن يتزود بها وبالتالي لابد من توفر مجموعة من الخصائص الشخصية في رجل العلاقات العامة و أهم هذه الخصائص نجد:

01- قوة الشخصية:

فالقدررة على الإقناع بالمواقف السليمة و الاعتراف بالخطأ عند وقوعه و تجنب الميوعة لإرضاء الآخرين⁽²⁾، و كل الصفات الموهوبة أثناء التعامل مع الآخرين و من أهم عناصرها: حسن المظهر والقوام، الأناقة ورقة الحديث، إذ أن الشخصية القوية توحى بالاحترام والجاذبية والتأثير القوي على الآخرين⁽³⁾.

02- اللياقة:

وهي القدرة على التحدث مع الآخرين والتأثير في آرائهم، وكذلك القدرة على الاستماع إلى الآخرين والاهتمام بحديثهم، و استخدام الألفاظ الجيدة و الابتعاد عن الألفاظ السوقية، كما يجب أن تكون لديه القدرة على جلب أطراف الحديث و الرد على الاستفسارات بأدب و كياسة.

03 - الموضوعية:

وهي قدرة التحكم في الأمور بنزاهة وحيادية من دون أدنى تحيز⁴.

¹- أحمد محمد المصري ، العلاقات العامة ،(ب.ب. ن : مؤسسة شباب الجامعة، 200) ص88.

²- محفوظ أحمد جودت ، إدارة العلاقات العامة ، مفاهيم وممارسات ،(عمان : مؤسسة زهران للنشر و التوزيع، 1997) ص30.

³-علي عجوة ، مرجع سبق ذكره، ص18.

⁴- كمال نور الدين، البيروقراطية و التغيير ،سلسلة دليل القاعدة الإدارية،(دمشق: دار طلاس للدراسات و الترجمة و النشر، 1992) ص217.

04 - حب الاستطلاع:

إن موظف العلاقات العامة هو بحاجة دائمة إلى المعلومات، وهذا يتطلب منه السعي الدائم وبرغبة قوية لاستطلاع الأخبار والمعلومات المتعلقة بعمله من أجل كشف الحقائق وتفسيرها.

05 الخيال الواسع:

من الصفات المطلوبة لرجل العلاقات العامة أن يكون ذا مخيلة واسعة خصبة تجعل بمقدوره تخيل وتصور مدى تأثير القرارات التي ينوي اتخاذها على الآخرين قبل اتخاذ العلاقات العامة كنشاط دائم.

06 قابلية التنظيم:

كرجل إداري، يحتاج موظف العلاقات العامة إلى قدرة على تنظيم أعماله بشكل مرتب و إلى تبويب موارده المتوفرة وتوقيت أعماله ومواعيده وجدولتها بدقة حسب الأولويات.

07- الإعداد العلمي:

إن رجل العلاقات العامة هو رجل إداري و إعلامي في آن واحد حيث أن عمله يمتد باتجاهين فحتى يساهم في تحقيق أهداف مؤسسته، لا بد أن يشمل إعداده الدراسي المواضيع التي تساعده في أداء وظيفته الإدارية الإعلامية ومن المهم أن يكون ملماً بالآتي:

- اللغة:

ينبغي على العامل في مجال العلاقات العامة أن يكون متمكناً من لغة أجنبية شائعة الاستعمال إضافة إلى لغته الأم.

- الخبرة الصحفية والكتابة:

- لا بد لرجل العلاقات العامة أن يكون ملماً بفن الكتابة والصحافة، لأنها أقرب الخبرات لرجل العلاقات.

- علم النفس:

يحتاج موظف العلاقات العامة إلى مقدار من الإلمام بعلم النفس لمعرفة دوافع النفس البشرية، حتى يستطيع التأثير في الأفكار وشخصيات الجماهير التي يقابلها.

- علم الاجتماع:

يعيش الفرد ضمن جماعة أو حتى جماعات متعددة ذات تأثير على سلوكه ونمط تفكيره، وعليه لا بد لرجل العلاقات العامة أن يتفهم طبيعة هذه الجماعات وأساليب اتصالها وقوة ارتباطها.

- الإدارة والاقتصاد:

لا بد للعاملين في مجال العلاقات العامة من الإلمام بأوليات الاقتصاد والإدارة، لمعرفة ما يجري في إدارته ومؤسسته إدارياً ومالياً كما ويجب أن يكون مطلعاً على المستجدات والمؤثرات الاقتصادية السائدة في الداخل والخارج.

- الإحصاء وأصول البحث:

يعتمد نجاح العلاقات العامة على أسلوب البحث العلمي والإحصاء، وجمع المعلومات والمعالجة بالحاسوب وتقنياته، وصولاً إلى تحليل الظواهر وإدخال المعطيات وتبويب النتائج ومعرفة اتجاهات الجمهور.

ثانياً: الخصائص النسبية:

ويقصد بها مجموعة من الصفات والقواعد والواجبات التي تتطلبها طبيعة العمل و التي

يجب أن توفر في العاملين بالعلاقات العامة و أهم هذه الخصائص نجد⁽¹⁾:

01- تشترط بعض المؤسسات أحياناً أن يتصف أخصائي العلاقات العامة بسمات جسمية معينة من حيث الوزن أو الطول ، أو تطلب إتباع طرق معينة في سلوكه أو تصرفاته كأن يرتدي زياً معيناً أو يضع رمزا خاصاً بالمؤسسة على قميصه الذي يرتديه ،لان المظهر يؤثر على انطباعات الناس .

02- الشجاعة والبديهة: قد يواجه رجل العلاقات العامة أمورا محرجة في علاقة مؤسسته بالجمهور ويحتاج إلى اتخاذ قرارات حاسمة وحازمة، وسريعة أحياناً، لذا يحتاج إلى شجاعة وسرعة بديهة.

03- الحس الغني: لا بد لمن يعمل في نشاط إعلامي أن يتحلى بالذوق المرهف، والحس الغني حتى يستطيع التأثير في المحيط الذي يعمل به.

04- قدرة المثابرة التواضع والاحتمال:

¹- إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره ، ص145 .

إن غالبية أهداف العلاقات العامة بعيدة المدى، وتتطلب الصبر، لذا فعلى العامل فيها أن يتحلى بالجلد والصبر والمثابرة، الثقة بالنفس و الدبلوماسية في التصرف. كما يجب أن يتسم بالتواضع في أدوارهم المحددة، و الرغبة في أنفسهم بشكل مفيد و ديناميكي في العملية الإدارية والمستمرة، ومعني ذلك أن أخصائي العلاقات العامة يجب أن يركز اهتمامه بالاستمرار على بقاء المشروع ككيان صحي و سليم و أن جميع الجهود يجب أن توجه نحو هذه الغاية⁽¹⁾.

ومن بين الأمور الهامة التي يجب أن يتميز بها أخصائي العلاقات العامة المبادأة في إقامة الاتصال مع الآخرين⁽²⁾، أي أن يبدأ الحديث و يخلق له المناسبة التي يستطيع و يبتعد عن الاتصال الهجومي أو الاتصال من جانب واحد وذلك حتى لا يكون رد الفعل من إتمام هذا الاتصال. كما يجب أن يعرف أخصائي العلاقات العامة جمهوره جيدا ودراسة الناحية النفسية و معاملته على حسب نوعيته ريفي، عمالي، ثقافي، عسكري⁽³⁾ ونقل الرسالة بأنسب الصور إلى الجمهور و اختيار الأسلوب الناجح للتأثير على الجمهور. إن دور أخصائي العلاقات العامة يكمن في تحليل الرأي العام في اتجاهاته و تقديم المشورة للمدريين التنفيذيين عن جوانب العلاقات العامة في سياسات و قرارات المؤسسة، وكذلك فإن لها دور تنفيذي داخل إدارتها و الذي يتمثل في القيام بالاتصالات اللازمة مع الجماهير المختلفة و التي تقع خارج نطاق الوظائف التنفيذية⁽⁴⁾.

- برامج تنظيم العلاقات العامة.

إن عملية العلاقات العامة لا يجب أن تترك مجالاً للمفاجأة و الارتجالية بل أساسها البحث المستمر الذي يبدأ بالإسراع إلى الطرف الآخر ، خاصة و أن المجتمعات قد تغيرت، وأصبح فيها الفرد إنساناً له كرامته و قد غدت حياته تعد مصدراً للسلطة الموجهة للسياسة العامة في المجتمع، مما يتطلب فتح قنوات الاتصال بالآخرين و إبقائها مفتوحة و تبادل الآراء و المعلومات، ولا يتوقع أن يحدث هذا

¹-Samposon k **the staff role in management** :Harper and rowan :1955,p21

² - أحمد محمد المصري، مرجع سبق ذكره ، ص82.

³ - صلاح الدين عبد الباقي، عبد السلام أبو قحف ، مرجع سبق ذكره ، ص96.

⁴ - Samposon k **the staff role in management** :Harper and rowan ،1955,p19

بشكل تلقائي في مجتمع اليوم البالغ التعقد، بل يجب أن يخطط له و هذا هو جوهر عمل أخصائي العلاقات العامة.

و حسب رأي الدكتور محمد عبد الله الرحيم، يرى أن عملية العلاقات العامة تتكون من أربع خطوات رئيسية هي:

1- البحوث والاستماع.

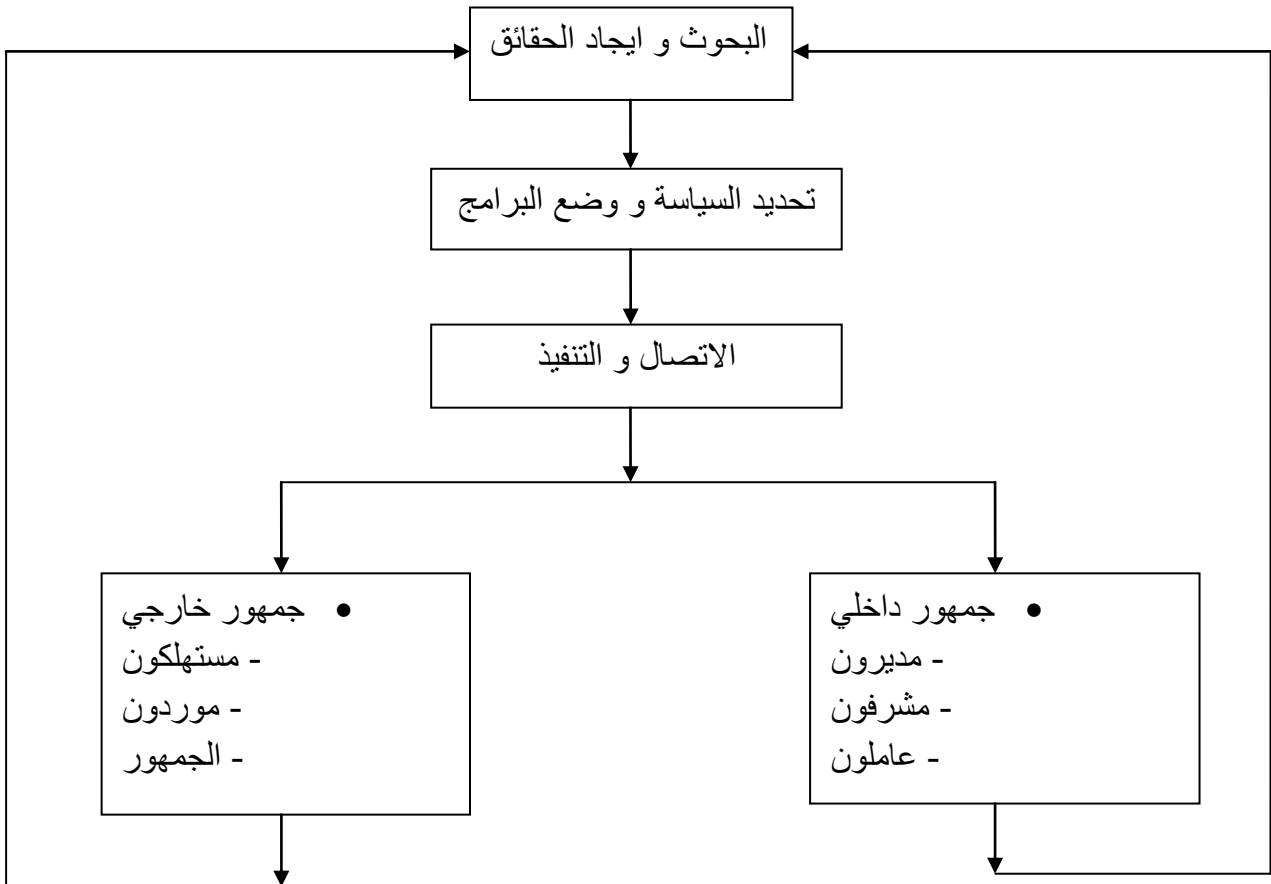
2- التخطيط و اتخاذ القرار .

3- الاتصال و التنفيذ.

4- التقييم

و يمكن تصوير عمليات العلاقات العامة بمراحلها المختلفة في الشكل التوضيحي الآتي:

شكل رقم: 02 يمثل دورة العلاقات العامة :



المصدر: الطالب قرامدي جمال، وفق ما توفر لديه من معطيات.

ولكي نفهم هذه الخطوات فإنه من المفيد تناول كل مرحلة من مراحلها بشكل مستقل، غير أنه لا يجب أن يغيب عن الذهن الوحدة و التدخل و الاستمرارية التي تتسم بها العملية ككل.

1- البحوث و الاستماع:

إن أي مؤسسة أو إدارة لا تستطيع ترك مصيرها للمفاجآت أو المجهول و في مثل هذه الظروف من المتوقع من الأخصائيين من العلاقات العامة توفير الحقائق التي يمكن أن تبنى عليها القرارات الإدارية السليمة ، كما انه عن طريق البحوث نستطيع تحري آراء و اتجاهات و ردود الأفعال أولئك الذين تعينهم تصرفات و سياسات المؤسسة كما يتضمن تحديد الحقائق المتعلقة بالمؤسسة، و تحديد ماهية مشكلة المؤسسة و الهدف الذي تريد تحقيقه ، لكن ما لوحظ أن الكثير من المؤسسات لازالت لا تقوم بإجراء بحوث العلاقات العامة ، و ذلك راجع لأسباب كثيرة قد تكون منها ضعف الإمكانيات المادية للمؤسسة، أو ضعف القدرات العلمية لموظفي العلاقات العامة أو غير ذلك، إلا أنه على هذه المؤسسة أن تدرك مدى أهمية البحوث و التي تساعد على تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على المتغيرات البيئية ودراسة أثارها المحتملة على المؤسسة وعلى برامج العلاقات العامة (1)

- التعرف على الآراء والاتجاهات ، إذ لابد لممارس العلاقات العامة أن يعرف الخصائص العامة لكل جمهور من النواحي النفسية والاجتماعية ،بالإضافة إلى تقييم الاتجاهات والآراء السائدة في الجمهور الذي يمثل المستقبل receiver في عملية الاتصال و الغرض من البحث هنا هو التعرف ونقل المعلومات الكافية للمؤسسة عن قيم وآراء الجمهور.

¹- إبراهيم وهبي فهد ،كنجو عبود، مرجع سبق ذكره ،ص245.

-تعتبر البحوث كنقطة إنذار مبكر لتحذير من المشاكل قبل وقوعها واستحالتها وبالتالي العمل على القضاء عليها⁽¹⁾

- منع الأزمات والاضطرابات ، إذ حينما يمكن التنبؤ بالمشكلة مبكرا يصبح من السهل وضع الحلول المناسبة لمنع انفجارها والتحرك لمواجهتها قبل حدوث اضطرابات بين المؤسسة وأي جمهور من جماهيرها.

- إمداد الإدارة بالمعلومات، إذ نلاحظ تزايد اعتماد الإدارة على أقسام العلاقات العامة في بعض المؤسسات للحصول على المعلومات التي تتعلق بالمؤسسة نفسها أو بجماهيرها ، وكذلك في الاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر على المنظمة وعلاقتها بالمجتمع المحلي .

- التعرف على المتغيرات الدولية ودراسة أثارها المحتملة على المؤسسة إذ من الواضح أن المتغيرات الدولية أصبحت لها تأثير على المؤسسات والمنظمات في الدول المختلفة في ظل ثورة الاتصال والمعرفة والتكنولوجيا.

- كما تساعد البحوث على الحصول على موافقة من الإدارة فيما يتعلق بخطط وميزانية العلاقات العامة.

- التعرف على الذات ويتوقف وضوح الصورة في هذه المرة على دقة إجراء البحث وموضوعيته، وتساعد هذه الصورة الموضوعية على إجراء عملية التصحيح الذاتية المبنية على الحقائق و المعلومات الواردة في نتائج البحث.

* هذا من حيث أهمية البحث أما من ناحية خطوات البحث العلمي في مجال العلاقات العامة فإنها تتم عبر المراحل التالية:

أولا: تحديد المشكلة.

يعتبر تحديد المشكلة هو الجوهر الأساسي الذي يركز عليه البحث العلمي ويكون ذلك باعتبار الخطوات الأخرى تعتمد على نوع وطبيعة المشكلة موضوع البحث، وعملية تحديد المشكلة ليست من العمليات السهلة، إذ يجب على باحث العلاقات العامة أن تكون له القدرة على الفهم العميق للمشكلة فيحددها ويتأكد من أنها هي المشكلة الحقيقية، وتجدر الإشارة إلى أن الفشل في تحديد المشكلة بشكل

¹محفوظ احمد جودت، مرجع سبق ذكره ، ص78.

دقيق سيؤدي إلى عدم القدرة على تحديد أهداف البحث بشكل صحيح، وإلى تحميل المؤسسة أعباء كبيرة من حيث التكلفة في المال والوقت وإضاعة الجهود.

ثانياً: وضع الفرضيات.

و في هذه الخطوة يتم وضع الفرضيات المتعلقة بالظاهرة أو المشكلة، وتعتمد هذه الفرضيات أساساً على وجود متغيرات، والعلاقة بين هذه المتغيرات.

ثالثاً: تحديد مجتمع البحث و اختيار العينات.

إذ يقوم الباحث بتحديد المجتمع الذي يجري فيه بحثه، والبحث عن حقائق التي تخص المؤسسة وتعلق بسياسة المؤسسة وخبرتها وتجربتها وتنوع العملية الإنتاجية، ومن ثم لا بد من تحليل معالم الجمهور الذي ستتوجه إليه العلاقات العامة إذ لا بد من تحليل معالم الجهود، وقد يلجأ الباحث إلى أساليب العينات، وقد يتم اللجوء إلى المحيط الداخلي للمؤسسة ومن ثم تتحول إلى جماهير المؤسسة الخارجية.

رابعاً: تحديد نوع مصادر المعلومات و البيانات.

في هذه الخطوة يتم تحديد نوع المعلومات والبيانات المطلوبة ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:⁽¹⁾

1- معلومات وبيانات داخلية:

و هي المعلومات التي تكون متوفرة لدى المؤسسة ولا تكلف كثيراً من الجهد، و الوقت والنفقات المالية و يتم الحصول عليها من واقع السجلات الداخلية مثل سجلات العاملين.

2- المعلومات المنشورة:

وهي المعلومات التي تتضمن الكتب والنشرات والصحف والإحصائيات الرسمية، والبحوث المنشودة والتي تتعلق بالمشكلة التي يسعى الباحث لدراستها، ويجب الحرص والتأكد من صحة المعلومات المنشورة باختيار المصادر الموثوقة.

3- المعلومات الأولية:

وهي المعلومات التي تجمع عن طريق المقابلات الشخصية أو الاستبيان أو الملاحظة أو غيرها وتعد أكثر دقة و افصل في معرفة آراء ورغبات واتجاهات وميول كافة الجماهير وتسمى أحياناً بالمعلومات الميدانية التي يقوم بها الباحث بجمعها من الموردين والعلماء وغيرهم.

¹ - محمد جودت ناصر، الدعاية و العلاقات العامة (عمان: دار مجدلاوي، 1998) ص120.

خامسا: جمع المعلومات جدولتها وتحليلها

وفي هذه الخطوة يتم جمع المعلومات وتفريغها في جداول إحصائية ، وبعدها تتم عملية التحليل بهدف التحقيق من صحة الفرضيات، وتختلف طرق جمع المعلومات باختلاف طبيعة ونوع المشكلة التي يتم بحثها ومدى توفر المعلومات لدى الباحث واهم طرق جمع البيانات والمعلومات نجد:

(الاستبيان، الملاحظة، المقابلة الشخصية) إضافة إلى وجود وسائل أخرى أهمها⁽¹⁾.

1- الاعتماد على محلي الرأي: وفيه يتم اللجوء إلى مجموعة من الأشخاص الذين يقومون بتمثيل الرأي العام وتحليله للاستفادة من آرائهم التي يدلون بها.

2- صندوق الشكاوي و الاقتراحات: حيث تلجا بعض المؤسسات إلى هذه الوسيلة لضمان وصول الاقتراحات أول بأول إلى الإدارة و التعرف على مشكلاتهم التي يعاني منها الأفراد حتى يمكن الوصول إلى حل لها في نفس الوقت المناسب و قبل أن تتضخم و تتحول إلى مشكلات عامة قد يكون لها تأثير على سمعة المؤسسة و يختص رجال العلاقات العامة بتوزيع هذه الشكاوي على جهات الاختصاص ومتابعة نتائجها و إرسال هذه النتائج إلى أصحابها⁽²⁾.

3- سياسة الباب المفتوح: يعلق بعض المسؤولين أبوابهم أمام الجمهور و يكتبون بمراجعة التقارير التي تصل إليهم عن طريق مرؤوسيه، بينما يترك البعض الآخر أبوابهم مفتوحة أمام أي فرد ليسلموا بأنفسهم و يشاهدوا أحوال العاملين بالمؤسسة أو العملاء الذين يترددون عليها لتنظيم ذلك، فيخصص بعض المسؤولين أوقات محددة للقاء الأفراد كل الجمهور و حل مشاكلهم أو الاستماع إلى آرائهم و اقتراحاتهم.

4- اشتراك العاملين في تحرير المطبوعات الخاصة بالمؤسسة: فمن خلال هذه المطبوعات يعبر العاملون عن آرائهم واتجاهاتهم.

¹ - محمد قاسم القيروني ، مهدي حسن زويلف ، المفاهيم الحديثة في الإدارة و الوظائف، (ب. ب. ن. ب. د. ن، 1993) ص264.

² - محفوظ احمد جودت ، مرجع سبق ذكره ، ص241.

5- متابعة وسائل الإعلام بكافة أنواعها: و هذا لجمع المعلومات المنشورة في الصحف و الإذاعة الصوتية و المرئية المتعلقة بالمؤسسة.

6- اللقاءات والحوارات: التي تجري مع بعض الشخصيات ذات المراكز المرموقة أو المستويات العلمية في المجتمع.

سادسا: استخلاص النتائج و تقديم التوصيات.

و هذه الخطوة الأخيرة في عملية البحوث حيث تتضمن القيام باستخلاص النتائج استنادا إلى العلاقات العامة والارتباطات و التفسيرات التي تحصل عليها من تحليل المعلومات في الخطوة السابقة و بناء على ذلك تقوم بكتابة التوصيات المقترحة لحل مشكلة البحث⁽¹⁾

02- التخطيط

وبعد تحديد المشكلة تحديدا دقيقا من خلال المعلومات التي جمعت و البحوث التي أجريت يصبح لدى رجال العلاقات العامة الأساس الذي تبنى عليها أنشطتهم في ضوء الإمكانيات المتاحة لتحقيق أهداف معينة لذلك نستطيع القول أن التخطيط هو الخطوة الثانية في عملية العلاقات العامة و يقصد به ذلك النشاط العقلي الإداري الذي يوجه الاختبار الأمثل، و استخدام ممكن لمجموعة من الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية معينة⁽²⁾.

أما محمد جودة ناصر، فيرى أن التخطيط هو رسم السياسة التي ستتجهها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة و تحديد الأهداف المراد الوصول إليها⁽³⁾، و التخطيط نوعان رئيسيان في العلاقات العامة هما: الوقائي و العلاجي.

¹ - نفس المرجع، ص91.

² - علي جودة، مرجع سبق ذكره، ص119-123.

³ - محمد جودة ناصر، مرجع سبق ذكره، ص243.

أ- التخطيط الوقائي:

و يعرفه وينج WEDDING بأنه النوع المبني على دراسات مستيقظة و بحوث رشيدة و يستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة و جماهيرها المختلفة و ذلك عن طريق العمل الدائب لإزالة كل ما يتسبب عنه سوء الفهم أو تعارض المصالح، و هو يرى أن التخطيط الوقائي ينقسم إلى قسمين هما:

ـ **التخطيط الوقائي للمدى الطويل:** و يشبه بذلك الإستراتيجية و يهدف إلى تحقيق أهداف بعيدة المدى و المتمثلة في ⁽¹⁾ توعية الجماهير بأهداف التخطيط، و تدريب القائمين بالتنفيذ على الأساليب المزمع إتباعها عند وضع التخطيط موضع التنفيذ.

ـ **التخطيط الوقائي للمدى القصير:** كالتكتيك الذي تنفذ به الإستراتيجية و يهدف هذا النوع من التخطيط إلى تحقيق الأهداف التالية، توطيد العلاقة الطيبة مع المتعاملين الجدد، وكذا إدخال الطمأنينة في نفوس العمال والحد من الصعوبات التي تواجه المؤسسة.

ب- التخطيط العلاجي:

و يسميه بعض الخبراء في العلاقات العامة التخطيط للآزمات أو الحوادث فهو تخطيط يتسم بالحركة ، ويقف متأهبا للنزول لمواجهة أي أزمة أو موقف مفاجئ.

إن إعداد خطة برنامج العلاقات العامة يحتاج إلى خبرة واسعة و مهارة في التحليل بالإضافة إلى الرؤية المتمعنة و الفاحصة للمستقبل و الإلمام بأهداف المؤسسة و يمكن استعراض الخطوات الآتية للتخطيط في العلاقات العامة.

ـ تقييم الوضع الحالي:

يجب توضيح أن نقطة البدء في فهم الوضع الحالي و يعني ذلك للإجابة على سؤال أين نحن الآن؟ ويتم ذلك بتحديد انطباعات الجماهير عن المؤسسة و سياستها، و أهدافها و منتجاتها، و ثمة تحليلها و معرفة إذا ما كان الوضع الحالي يمثل حالة أكثر من عائق و نقطة إيجابية أكثر من سلبية ⁽²⁾

ـ تحديد أهداف إعداد البرنامج:

¹ - حسن محمد علي، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية، (القاهرة: مكتبة انجلو مصرية، 1969) ص96.

² - حسن محمد علي، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية، (القاهرة: مكتبة انكلو مصرية، 1969) ص 96.

العلاقات العامة

وحتى نعطي صورة واضحة عن المقصود بأهداف العلاقات العامة فإننا نورد بعضها والتي وضعها كل من العالمين سنتر SANTER و إسكوت ESCOUT، على النحو التالي :

_ التأثير في الرأي العام بشكل إيجابي لصالح المؤسسة.

_ تأمين الاحترام و المحب و الثقة بين صفوف الجماعات العامة بالمؤسسة.

- تحديد الجوهر المستهدف:

لما كانت العلاقات العامة تستهدف الوصول إلى هذه الجماهير المتعددة لكسب ثقتها و تحقيق التفاهم و التناغم معها فقد أصبح من الضروري أن تتوفر لدى إدارة العلاقات العامة بيانات أساسية عن خصائص هذه الجماهير وكذلك الخصائص والصفات المشتركة بينهم، و الاتجاهات والعادات السائدة التي قد تقف عقب أمام السياسات الجديدة، و كذلك لابد من معرفة الجمهور الذي تتعامل معه عن طريق خصائصه و آرائه و مصالحه وكذا التعمق في ذهنيات كل جمهور⁽¹⁾.

- تحديد وسائل الاتصال المناسبة:

أي كيف تصل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور إذ تم عبر مختلف الوسائل الاتصالية، و من بينها الاجتماعات الدورية لتشكيل اللجان أو نظام الباب المفتوح، أو مجلة المؤسسة إضافة إلى الصحف و الإذاعة و التلفزيون و المعارض و غيرها، و سوف أقوم بشرح وسائل الاتصال بكافة أنواعها في مبحث لاحق، و عند اختيار الوسيلة يجب مراعاة درجة السرعة و الفاعلية و مدى توفرها و كذا تكلفة استخدامها

04- تقييم برنامج العلاقات العامة:

إن عملية التقييم لبرنامج العلاقات العامة ضرورية كأى عملية أخرى تجري لقياس النشاطات المختلفة و هناك عدة اعتبارات يجب أن تعمل بها الإدارة قبل إعادة النظر في الترتيبات الواجبة لإجراء التخطيط لبرنامج العلاقات العامة الجديدة ، فإدارة العلاقات العامة تسعى إلى معرفة الأسباب و الوسائل المفضلة للجمهور و الأمور الأخرى التي ينفرد منها أو يستاء من وجودها أو يشك في

¹- إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة و الإعلام، (القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية، 1968) ص17.

خلفياتها أو نتائجها و بذلك تكون الإدارة على معرفة و اطلاع بأمر المنظمة و الجمهور معا و هناك ثلاثة أساليب لتقويم العلاقات العامة⁽¹⁾.

أولا: التقويم القبلي السابق على تنفيذ البرنامج:

عند تنفيذ برنامج إعلامي لمؤسسة ما، فهذا النوع من البرامج و الحملات الإعلامية يتطلب نفقات كثيرة و من الأفضل التأكد مسبقا أن هذه النفقات لن تذهب هباء في اختيار الوسيلة المناسبة لموضوع معين من مواضع الحملة أو توقيف إذاعة نشرة.

ثانيا: التقويم الجزئي أو المحلي:

تتطلب بعض برامج العلاقات العامة فترات زمنية طويلة لانتهاء من التقويم و من الطبيعي أن تتخلل فترة البرنامج بعض الوقفات المحلية التي تحملها طبيعة الظروف المحيطة لتنفيذ هذه البرامج وفي هذه الحالة يكون من الملائم استغلال هذه الوقفات بين مراحل برنامج التقويم لكل مرحلة أولا لتعرف على مواطن القصور في المرحلة السابقة و تلاقيها في المراحل التالية للبرنامج.

ثالثا: التقويم الشامل أو النهائي:

ويتم هذا التقويم بعد انتهاء تنفيذ البرنامج للتعرف على النتائج التي حققها في ضوء الأهداف الموضوعية، كما يصبح هذا التقويم ضروريا لتحديد نتائج الخطط بأنواعها القصيرة و المتوسطة و الطويلة و معنى أن التقويم قد يكون نهائيا لبرنامج معين و يكون نهائيا كذلك بالنسبة لخطة محددة.

-أدوات التقييم:

يوجد العديد من الأدوات المستخدمة في عملية التقييم من أهمها:

1-القصاصات التي يتم جمعها من الصحف و المجلات و التي تتضمن إخبار و معلومات تخص المؤسسة و تتعلق بأنشطتها المتنوعة.

¹- إبراهيم إمام، مرجع سبق ذكره، ص 17 .

2-دراسة اهتمامات القارئ: و تستخدم هذه الطريقة للتعرف على درجة الاهتمام التي يوليها القارئ بما يقرؤونه في الصحف و المجلات أو مطبوعات المؤسسة .

➤ المبحث الرابع : آليات تفعيل العلاقات العامة لتحقيق فعالية مخرجات الإدارة.

مما لا شك فيه أن لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية فعالية التطور والكفاءة وللفعالية في عصر المعلوماتية تأثيراً كبيراً على المجتمعات مهما تباينت وتعددت، حتى أن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية غدت من قنوات عمل إدارات العلاقات العامة والإعلان وأصبحت تكمل بعضها بعضاً وتتشرك معها بالدوافع والأهداف، ويعتبر الباحثون أن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تتألف من:

أ- وسائل العلاقات العامة

تستخدم إدارات العلاقات العامة كل الأدوات التي تجدها تلاؤم أنشطتها و المؤثرة في المجتمع و ذلك بغرض شرح أهدافها و سياساتها و تجنب أسئلة الجمهور و انشغالاته و تتمثل وسائل الاتصال في:

أولاً الوسائل الشفوية و المنطوقة:

- الاتصال الشفوي: هو الذي يتم عن طريق تبادل الحديث بين المتصل به و لا يشترط فيه أن يرى الرئيس المرؤوس ،فقد يكتفي بسماع الأصوات و يعتبر الاتصال الشفوي أجدى أنواع الاتصال و أقربها إلى النفس و أكثرها فائدة لصالح العمل و يضم هذا النوع عدة وسائل:

- الهاتف: و هو الوسيلة و العملية السريعة التي تمكن مستخدميها من إيصال قدر مهم من الرسائل و تحقيق التفاهم و تبادل الآراء بينه و بين المستقبل في وقت قصير و بأقل تكلفة، إذ تقوم معظم المؤسسات بفتح خطوط هاتفية داخلية و خارجية.

- الاجتماعات: تعتبر الاجتماعات و الإعداد لها عمل من أعمال العلاقات العامة حيث يلتقي فيها كل من الرؤساء و رؤساء المصالح و المدراء و الجمعيات العامة و المختصين، إذ فيها يتم تبادل الآراء و وجهها لوجه.

المؤتمرات الصحافية: إن قيمة المؤتمر الصحفي لا تتمثل في مجرد الأسئلة التي تلقى و الإجابات التي تنشر علينا فحسب ،بل انه يهيئ لذلك إقامة اتصالات خاصة تبدأ عقب انتهاء المؤتمر المفتوح مع أولئك الصحفيين الذين يؤثرون توجيه أسئلة عن انفراد يجنون من وراءها معلومات أكثر فائدة نتيجة تبادل وجهات النظر مع خبراء المؤسسة.

أما الدكتور حسين عبد الحميد رشوان فهو يرى بأن المؤتمرات الصحفية أداة فعالة لإقامة مناقشة أو تبادل فكري حول موضوع أو مشكلة تهم به المؤسسة و التي تساعد على النقاش و الاستقرار على رأي ساهم في إخراج مختصون و باحثون من اجل الصالح العام .

-مقابلات الاتصال الشخصي: وتتم عن طريق المواجهة الشخصية سواء في اللقاءات الفردية أو في الاجتماعات الدورية أو الندوات التي تعقد لتوضيح السياسات ،و لتحقيق قاعدة مشتركة من التفاهم بين الإدارة و العاملين.

-مكبرات الصوت: هي وسيلة اتصال بالعاملين لإبلاغهم بما ترغب به الإدارة فقد تستخدم لدعوة عامل إلى الإدارة، كما تستخدم لتوجيه العالمين في حالة وجود أجهزة تصوير تلفزيونية تراقب مسيرة تنفيذ العمال أو أثناء الحفلات التي تقيمها إدارة العلاقات العامة.

-الملتقيات و الأيام الدراسية: في الغالب ينشط هذه الملتقيات مختصون و إدارات في المؤسسة موضوعها علمي بالدرجة الأولى و يهدف إلى تعميق المعارف لدى الجمهور حول المؤسسة، و تطوير تقنياتها و وسائلها.

الإذاعة: يمكن لموظفي العلاقات العامة الاستفادة من البث الإذاعي لإيصال رسائلهم، و نقل المعلومات إلى الجماهير المستهدفة للتأثير فيها عن طريق الإعلانات و النشرات التي تبثها من خلالها.

و كانت البرامج الإذاعية المسموعة اليومية المنظمة التي بدأت البث من ديتروا نيوز في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920، وتبعها بريطانيا التي نظم فيها دايلي مايل أول برنامج إذاعي مسموع أما في فرنسا فقد نجح الجنرال فيري من إرسال أولى البرامج الإذاعية المسموعة عام 1921 ومنذ ذلك الوقت اعتبرت الإذاعة المسموعة من الوسائل التي تخاطب حاسة السمع دون الحاجة للتفرغ للقراءة كما تحتاجه الصحف، وتفوقها على الصحف باستثارة المستمع وتفاعله مع المادة المذاعة أو شخصية مقدم البرنامج وإثارة خيال المستمع لرسم الصورة الغائبة عنه من الوقائع والأحداث المذاعة فور وقوع الحدث وإيجادها لنوع من الألفة بين المستمع والبرامج الإذاعية المسموعة، ويعتبر الخبراء أن الإذاعة المسموعة هي امتداد طبيعي للأذن البشرية⁽¹⁾.

¹ محمد البخاري، "وسائل الاتصال في العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية" <http://int.search.myway.com>

ثانيا: الوسائل المكتوبة:

يعتبر الاتصال عن طريق الكتابة من أهم الوسائل لتوصيل المعلومات و البيانات و الطلبات و الأوامر بصورة مكتوبة إلى من يهمهم الأمر، خاصة بين المؤسسة و جمهورها و أهم هذه الوسائل نجد:

1- صحافة المؤسسة: و تضم ما يلي:

*المطبوعات الداخلية Hausse publications:

إذ تعتبر المطبوعات الداخلية من أهم مكونات برامج العلاقات العامة و تعتبر مجلة المؤسسة هي الشكل الغالب على المطبوعات الداخلية إذ تعتمد على استخدام الكلمة المكتوبة و الصورة في نقل الأخبار و المعلومات و الأحداث المختلفة التي تتعلق بطبيعة العمل و مشكلاته فهي تتضمن أخبار عن العاملين و عن جماهير المؤسسة في حد ذاتها.

*مجلة المنظمة Organization Gazette:

تعتبر مجلة المنظمة صورة مصغرة من المجلات العامة، حيث أنها تحتوي علي معلومات وبيانات وحقائق تتعلق بطبيعة العمل ومشكلاته وبالعاملين وإسهاماتهم المختلفة لتحقيق الأهداف وتضم قصاصات لمقالات عن المؤسسة في الجرائد و المجلات و هي وسيلة إعلام فعالة و مقروءة و لهذا يحبذ انجاز أعداد مختلفة موجهة لفئة مخصصة من القراء قد تكون يومية، أسبوعية أو دورية⁽¹⁾.

*الكتب و الكتيبات:

وتهدف إلى إحاطة الأفراد الموزعة عليهم الكتيبات بسياسات المؤسسة و خططها و انجازاتها و إلى زيادة وعي الجماهير و تثقيفهم، و تتخذ الكتيبات أشكالا عديدة منها⁽²⁾:

- كتيبات الترحيب: ترحب بالعمال الجدد و تخبرهم بقواعد سير العمل.

موقع إطلع عليه يوم 201/03/01.

¹-فالح فواز سليمان المطيري، "دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية في دولة الكويت" دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير .
http://www.coolq8y.com/vb/t111397 /موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/3/01 .

² -jean marc de coudin .op .cit.p121.

- كتيبات الدليل: يرجع إليه عند الحاجة لما يتضمن من هيكله المؤسسة قانونها الداخلي، تساعد العاملين في الوصول إلى المعلومات المحددة بسهولة.
- الكتيبات المتعلقة بالمؤسسة: و تقوم فيها شخصية المؤسسة، أنشطتها و تنظيمها و فلسفتها و بالتالي يسهل اندماج العامل الجديد في المؤسسة.⁽¹⁾
- تعتبر الكتيبات من وسائل الاتصال التي تعتمد علي الكلمة المكتوبة، وهي عبارة عن رسالة يزيد حجمها عن المؤلف، وتعتبر صورة مصغرة من الكتاب ، وتعد بطريقة تشد الناظر إليها حتى ولو كان أميا، وتدفعه إلي مطالعتها، ومن هنا ينبغي ألا يزيد حجم الكتيب عن 50 صفحة، وعادة ما يتناول الكتيب أحد المواضيع بصورة مفصلة أو عدة موضوعات يكون لها علاقة بالمنظمة التي أصدرت الكتيب.

- مميزات الكتيب:

- قلة التكاليف وسهولة إنتاجها بصورة سريعة.
- ترك انطباع جيد لدي القراء إذا تم اختيار مادتها بعناية بحيث تسهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة وفي تلبية حاجات المنظمة.
- يجب أن يحرر الكتيب بطريقة جذابة ومقنعة للجمهور المستهدف.
- يحتوي علي مجموعة من الصور والرسوم البيانية والخرائط.
- يراعي تصميم الغلاف الخارجي بصورة مشوقة لافتة للنظر.
- تحديد طريقة التوزيع المناسبة ضمناً للوصول للجمهور المستهدف.

2- الموجز المصور المطبوع:

- يعد إعداد جيد باعتباره انه يوضع في أماكن معينة أو في المعارض و يحتوي على صور ملونة و مختارة بدقة كبيرة و البعض منها يتضمن رسوما توضيحية، أو صور مأخوذة من عدة زوايا للسلعة أو أماكن تقديم الخدمة.

3- الملصقات: Stickers

¹- احمد محمد المصري، العلاقات العامة، (ب. ب. ن: ب. ب. د. ن، 2000) ص38.

و هي عبارة عن مجموعة من الرموز والأشكال والإشارات والعبارات ذات الدلالة المحددة والتي تستخدمها العديد من المنظمات لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة والمنافسة. و تكون علي شكل لوحات مصورة علي صحائف كبيرة من الورق تلتصق داخل إطارات خشبية أو معدنية وتعلق علي قوائم خاصة بذلك أو علي جدران أو علي جوانب الطريق أو المعارض وتعتمد

في مشاهدتها علي الضوء الصناعي الذي يتخلل بعضها للمشاهدة الليلية.⁽¹⁾

- أنواع الملصقات :

- 1 - ملصقات ورقية كبيرة الحجم: وهذه تلتصق بعد طبعها أو رسمها علي لوحات خشبية معدة لذلك وهذه يمكن أن تتغير بسهولة كل فترة زمنية.
- 2 -لوحات مصنوعة من المعادن والخشب والزجاج: ويتم وضع الرسالة الإعلامية في داخلها، وهي تعتبر رسالة مستمرة طويلة الأجل.
- 3 - لافتات تكتب علي القماش وتوضع في الشوارع أو علي أبواب المنشآت في المناسبات المختلفة.

-النشرة الصحفية Press Release:

تعد النشرة الصحفية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة الوسيلة الأساسية لإذاعة أخبار المنظمة في الصحف، ولا يوجد هناك شكل معين للنشرة الصحفية.

*العوامل التي يجب مراعاتها عند إعداد النشرة الصحفية :

- لا بد أن تكون هذه النشرة مطبوعة وأن تكون جملها وفقراتها قصيرة بحيث لا تزيد علي عدد معين من الكلمات (من 200-250 كلمة) ولكن قد توجد بعض الاستثناءات لهذه القاعدة ، كما ينبغي وضع اسم المنظمة وأرقام هواتف العلاقات العامة ، وان يوضح اسم المسؤول عن إعداد وإصدار النشرة حتى يسهل الاتصال به من قبل الصحف والمجلات عندما تدعو الحاجة إلي ذلك.

¹- فالح فواز سليمان المطيري" دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية في دولة الكويت" دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير

http://www.coolq8y.com/vb/t111397/ موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/3/01 .

- يجب أن ترتب هذه النشرات ترتيباً منطقياً متسلسلاً من حيث المعني والأفكار وترتيب الأحداث بحيث لا يكون هناك تناقض في محتوياتها.
- عند الرغبة في إرسالها إلي الصحف العامة يجب أن يكون ذلك في وقت مبكر وأن يحدد تاريخ النشر، وذلك لتجنب الضغط علي الصحف وحتى لا يحدث سوء تفاهم بين إدارة العلاقات العامة وبين المؤلفين في الصحف.
- عند اشتغال النشرة علي أكثر من صفحة يجب أن ترقم كل صفحة ، وأن يشار في الركن الأيمن من أسفل كل صفحة ملحوظة إلي أن هناك بقية، وفي نهاية المقال أو النشرة تكتب كلمة ”تمت” في مكان بعيد عن صلب الموضوع.
- يجب علي أخصائي العلاقات العامة ألا يكتب علي المظروف كلمة ”خاص” حتى لا تهمل الرسالة في حالة عدم تسلمها للمحرر.
- ينبغي البعد عن التأنق الزائد في اللفظ وعن الحشو الممل الذي لا فائدة منه، وذلك لسهولة فهم الرسالة الصحفية.
- أن يكون أخصائي العلاقات العامة علي استعداد تام للإجابة علي أسئلة الصحفيين ومداهم بالمعلومات التي يحتاجون إليها، كما يجب الحرص علي إقامة علاقات جيدة مع الصحفي

4- الصحف:

تعتبر الصحف القوة الاجتماعية والاقتصادية الهامة في المجتمع، والقوة الرئيسية في تشكيل الرأي العام، والمؤثرة بشدة على الجهود الوطنية والدولية المبذولة من أجل التقدم الوطني والتفاهم العالمي. بعد أن تطورت الصحف من صفحة واحدة توزع محلياً إلى إنتاج متعدد الصفحات يوزع دولياً وأظهرت الدراسات أن **الصحف الأولى** صدرت في براغ، وإنسبورغ عام 1597، ودانيفر عام 1605، وبال عام 1610، وفيينا، وفرانكفورت عام 1615، وهامبورغ عام 1616، وبرلين عام 1617، ولندن عام 1622، وباريس عام 1631. (1)

¹محمد البخاري، "وسائل الاتصال في العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية" <http://int.search.myway.com/search/GGmain.jhtml>

ومع بداية القرن العشرين ظهرت جمعيات صحفية مهنية، وبدأ التطور التدريجي للصحف المملوكة من قبل الشركات المساهمة الكبرى، وتحولت الصحف بالتدريج إلى مؤسسات متكاملة، إذ تعتبر من أقدم وسائل الاتصال العامة التي استخدمتها العلاقات العامة لنشر الأخبار والمعلومات و عرض الحقائق أمام الجمهور و إن النجاح في الاعتماد عليها يتوقف إلى حد كبير على خبرة إدارة العلاقات العامة بفنون كتابة الرسائل الإعلامية التي يجب أن يراعي فيها الشكل و المضمون .

5-الإعلان عن المؤسسة :

تعتمد نشاطات إدارات العلاقات العامة على الإعلان لبلوغ أهدافها كونه يعتبر أكبر دخلاً لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في العالم، ومنذ نشوء الصحافة المطبوعة بدء الإعلان بالتسابق لشغل صفحاتها خدمة للمعلنين والقراء على حد سواء وتطور هذا السباق مع تطور وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية ورافق هذا التطور ظهور منتجين عمالقة في حقل الاتصال والإعلام والإعلان فرض معه اهتمام الباحثين بدراسات التأثير الإعلامي، ودراسات تأثير الاتصال الجماهيري، ودراسات تأثير الإعلان ودراسات مدى تقدم الصناعات الآخذة بالتطور الدائم في مجالات الإعلام والاتصال والإعلان.

حيث تقوم المؤسسة بعد شراء ما كان في وسائل الإعلام المطبوعة بنشر رسائلها إلى الجمهور و يمكن إعلان المؤسسة عن أهدافها بجدية و في الوقت الذي تختاره، و يعتبر وسيلة متعددة الاستعلامات منها:العلاقات مع المجتمع المحلي،التوظيف مناسبات و غيرها⁽¹⁾.

6- الكتالوغ المصور: و يشمل عرضاً عن تاريخ المؤسسة و تنظيمها و منتجاتها المختلفة.

07- التقرير السنوي: و هو احد أدوات العلاقات العامة الذي يستخدم لخلق الانطباع الجيد عن المؤسسة أمام جمهور المساهمين أو المالكين و البنوك، و يتضمن حقائق و أرقام حول الأرباح و الخسائر و الميزانية العمومية للمؤسسة و غيرها.

-ثالثاً:الوسائل المرئية

¹- إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود كنجو، مرجع سبق ذكره، ص343.

تلعب الوسائل المرئية دورا فعالا في جذب الجماهير إذ تكتسي درجة عالية من الواقعية و الوضوح و أكثر فاعلية بقدرتها على تأثير في المشاهد و تبقى راسخة في ذهنه، و من ابرز هذه الوسائل نذكر.

1- الأفلام السينمائية:

تعرض هذه الأفلام على العاملين، و زوار المؤسسة و تهدف إلى خلق و تنمية الدوافع و الأفكار و الاتجاهات و السلوك المحاذي للمؤسسة كما تتباين من حيث موضوعاتها، فنجد أفلام الاتصال الداخلي بالعاملين، أفلام تدريبية أفلام و إرشادية و أفلام وثائقية و غيرها.

2- المعارض و الواجيات و الصالونات:

تعتبر وسائل هامة لصورة المؤسسة و العمل على تحسينها لدى الرأي العام⁽¹⁾، حيث تقوم المؤسسات بغرض منتجاتها معززة برسومات و مخططات، و كذا عرض سياسات المؤسسة و انجازاتها و أهدافها كما تتيح المعارض فرصة إجراء البحوث و اخذ آراء الجمهور اتجاه المؤسسة، مما يساهم في عملية التخطيط للفترة القادمة، و تقام هذه المعارض داخل المؤسسة أو خارج المؤسسة في أجنحة خاصة محلية أو دولية .

3- الصور الفوتوغرافية: تضم صور المناسبات مع شرح بسيط لها تصور حقائق الأحداث التي مرت بها المؤسسة.

4- التلفزيون:

يعتبر الوسيلة الأكثر جاذبية لدى الجمهور و أكثر تأثير عليه من أي وسيلة اتصال أخرى لذي يتطلب على إدارة العلاقات العامة أن تحسن استغلالها، و تسخر هذه الوسيلة للوصول إلى كافة فئات الجماهير عن طريق إعداد الرسائل الإعلامية و صياغتها بالشكل الملائم أو عن طريق إجراء المقابلات التلفزيونية⁽²⁾

¹-pierre remi heude.guide de la communication pour lentreprise.paris.ed maxima 2000.p113

²- محمد عبد الله عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص203.

فالبث الإذاعي المرئي بعد أن بدأ مركز "أليكساندر بلاس" البريطاني للتلفزيون (التلفزيون كلمة مكونة من شقين TELE أي بُعد، VISION أي رؤية أي الرؤية عن بُعد) بالبث لمدة ساعتين يومياً عام 1936، وتبعه المركز الفرنسي في "لاتوريفال" ببث برامج إذاعية مرئية يومية عام 1938.

وتبعتهما الولايات المتحدة الأمريكية في العام التالي ببث إذاعي مرئي استهدف جمهور كبير وجاءت الحرب العالمية الثانية لتؤخر البداية الفعلية لانتشار بث الإذاعة المرئية لجمهور العريض لما بعد انتهائها خلال عامي 1945 و1946، وتعتبر الإذاعة المرئية امتداداً طبيعياً للعين، ومن أهم خصائص البث الإذاعي المرئي إضعاف الحاجز اللغوي، لأن الصورة تصبح مكملة للغة، والصورة بطبيعة الحال تخاطب مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية، ومن النتائج السلبية للبث الإذاعي المرئي أنها تُعوّد المتلقي على السلبية، وتقدم له الأخبار جاهزة، ولا تتيح له فرصة التفكير والاستعانة بتجاربه السابقة، وتفرض عليه نوعاً من التذوق أحادي الجانب، وتخضعه لضغوطات المؤسسات المالية والصناعية، ومصالح الجماعات الخاصة، أو النظم الحاكمة، بالإضافة لمقدرة الإذاعة المرئية على المزج بين قدرات الأداء المسرحي الحي بالنقل المباشر، والإمكانات التقنية للأفلام السينمائية، وصوت الإذاعة المسموعة، لتوجيه الجمهور نحو أغراض محددة.⁽¹⁾

وبذلك تمكنت الإذاعة المرئية من استخدام أفضل الإمكانيات المتوفرة لوسائل الاتصال والإعلام الأخرى التي سبقتها، ومزجت بين الموضوعية والذاتية لدى الجمهور، لأن الكاميرا ومختلف المؤثرات والوسائل الإلكترونية الأخرى التي تتمتع بها الإذاعة المرئية، مكنت كاتب ومخرج البرنامج من توجيه اهتمامات ومشاعر الجمهور العريض نحو حافز معين وفق رؤيتهما الذاتية.

5- أفلام المؤسسة:

و يسمى الفيلم المؤسسي، إذ تقوم بعض المؤسسات بتحويل تقريرها السنوي إلى فيلم و هذا بشكل جذاب، إلا انه مكلفا ماديا و يتم إنتاج نسخ من هذا الفيلم على أشرطة الفيديو، ترسل إلى الجهات

¹ محمد البخاري، "وسائل الاتصال في العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية"

<http://int.search.myway.com/search/GGmain.jhtml>

الأساسية ذات الأهمية الخاصة للمؤسسة⁽¹⁾ ، كما يمكن من خلال هذا الفيلم عرض نشاطات المؤسسة و أهدافها، و استخدامها يعرض داخليا خلال الاجتماعات السنوية، و خارجيا خلال الندوات الصحفية و الملتقيات و المعارض.

و لقد لعبت التكنولوجيا دورا كبير في تحديث طرق و سائل الاتصال إذ أصبحت الأفلام و الأشرطة و وسائل تقليدية متداولة الاستعمال أمام وسائل أكثر حداثة و أكثر تعقيدا و تطورا إذ تطلب اليد التقنية المتحكمة و الكفاءة و الماهرة و أهم هذه الوسائل الحديثة التي ظهرت على مستوى المؤسسات الكبرى نجد:

06- موقع المنظمة:

إذ يجب علي إدارة العلاقات العامة العمل علي تصميم موقع المنظمة داخل شبكة الإنترنت ويتم الإعلان عن عنوان هذه المواقع ليتيح الفرصة أمام الجماهير المختلفة لزيارته والاطلاع علي ما فيه من معلومات وبيانات وأخبار عن المنظمة وخدماتها ، حيث يعتبر دليل الزائر يمكن من خلاله الاطلاع علي كل ما يتعلق بالمنظمة وأهدافها وسياساتها ومنتجاتها .
وتقدم شبكة الإنترنت خدمات كثيرة لمستخدميها:

-البريد الإلكتروني:

وهو عبارة عن صندوق بريد يمكن من خلاله إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية من جهاز كمبيوتر لآخر ضمن شبكة الإنترنت، وقد تشمل هذه الرسائل إعلانات أو نشرات أو معلومات أو أخبار معينة ، ويجب علي أخصائي العلاقات العامة الإلمام بكيفية استخدام البريد الإلكتروني، واستخدامه في إرسال واستقبال الرسائل المختلفة بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.

-المحادثات:

تتيح شبكة الإنترنت للمشارك بها الفرصة لمحادثة أي مشترك آخر ، ويمكن أن تكون هذه المحادثة كتابية أو صوتية أو مرئية.

-تبادل المعلومات الإلكترونية :

¹- إبراهيم وهبي فهد، كنجو عبود كنجو ،مرجع سبق ذكره ،ص348.

حيث تتيح خدمات الإنترنت للمشارك الفرصة لتبادل المعلومات الموجودة بجهاز كمبيوتر آخر ضمن الشبكة ولكن يتم ذلك بناء علي قواعد وقوانين وبروتوكول خاص بشبكة الإنترنت.

-بناء موقع خاص بالمنظمة:

تتيح شبكة الإنترنت للمنظمات والأفراد الفرصة لبناء مواقع خاصة بهم، يتم إعداده وتصميمه علي أيدي متخصصين ،حيث يتضمن ماهية المنظمة وتاريخها ونشاطها وتطورها وخدماتها وكيفية الاتصال بها والاستفادة من خدماتها باستخدام خدمة الإنترنت.

مميزاتها وعيوبها :

من أهم ما يميز هذه الخدمة وجود الصوت والصورة المتحركة والفيديو والمجسمات، التي تستدعي اهتمام المشترك بهذه الخدمة وتجذب انتباهه إلي المنظمة. ولكن يعاب علي هذه الخدمة أنها باهظة التكاليف، علاوة علي قلة عدد المشتركين بهذه الخدمة وخاصة في الدول النامية.

وهناك مجموعة من الخطوات التي يمكن إتباعها لجذب الجمهور عبر الإنترنت: ⁽¹⁾

- 1- تحديد وتوضيح الموضوع ذو الصلة الوثيقة بين المنظمة والجمهور.
- 2 - معرفة نوعية وخصائص الجمهور المستهدف، بحيث يتم تحديد الجماهير الواعية والنشيطة والكاملة.
- 3 - تحديد شكل الوجود المناسب علي الإنترنت، سواء كان ذلك من خلال تقديم المحتوى أو من خلال التصفح أو من خلال معرفة المشاكل التي سيعمل علي حلها الموقع أو من خلال معرفة المنافع التي سيحصل عليها من هذا الموقع.
- 4 - تحديد الوسيلة المناسبة أو الاستجابة إلي احتياجات الزائرين لموقع المنظمة علي شبكة الإنترنت.
- 5 - توفير إمكانية الوصول إلي المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة وإدراجها علي موقع المنظمة علي شبكة الإنترنت، وذلك للوفاء بالاحتياجات الخاصة بالجماهير المستهدفة، و لايمكن الحصول علي هذه المعلومات من الأفراد داخل المنظمة أو من المصادر الموجودة علي شبكة الإنترنت أو خارجها .

¹ - فالح فواز سليمان المطيري ، "دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية في دولة الكويت، دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير http://www.coolq8y.com/vb/t111397 / موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/4/4 .

- 6 - عند توافر المعلومات يجب تحديد القضايا التي تتفاعل مع مختلف جماهير المنظمة المستفيدة من العرض علي الإنترنت، وأيضاً تحديد الوسائل المستخدمة مثل وسائل الإعلام الإخبارية.
- 7 - تنمية المهارات والخبرات في التعامل مع الإنترنت ، ومحاولة تطوير المحتوى والتأثير علي قنوات الاتصال ذات الصلة ، ويمكن أن يتم ذلك من خلال عمليات داخلية أو عن طريق الاستعانة بمستشارين خارجيين.
- 8 - تقييم الخطة أو المبدأ الخاص بالتأثير علي السمعة والذي ينشأ عنه :
- الانكشاف المترتب للمعلومات (تسرب المعلومات خارج المنظمة).
 - الإتاحة الناتجة للمعلومات (المعلومات التي يتم إتاحتها بشكل مخطط عن المنظمة).
 - انتقال المعلومات من شخص إلي شخص آخر (الطريقة التي يعبر بها جمهور الإنترنت عن المعلومات المتاحة له، ثم عرض رؤيتهم عن المناقشة وإبداء الرأي علي الإنترنت).
- 9 - تقييم العائد علي رأس المال (مثل هل ستؤدي إتاحة المعلومات إلي إيجاد خفض في التكلفة)
- 10 - المتابعة لضمان عدم وجود أخطاء في النظام ولضمان عدم وجود أي تأثيرات أخري مضادة قد تؤثر علي سمعة المنظمة وعلاقاتها .
- 11 - استعراض الفرص المتاحة والنتائج المترتبة عليها، وذلك لمعرفة هل أحد الإجراءات سيؤدي إلي إيجاد فرصة أخري ويجذب انتباه المزيد من الجماهير ، ويعطي مصداقية للمنظمة ويزيد من الفوائد.
- 12 - تحديد الفرص بهدف تعزيز إتاحة المعلومات ومنح الموقع المزيد من المعلومات والشفافية والمصداقية فمثلاً يمكن لأحد الأندية أن يقدم التعليقات خلال المباريات أو لقاءات مع اللاعبين وغيرها من الأمور الأخرى.
- 13 - رفع كفاءة الموقع عن طريق توفير الشعارات الخاصة بالماركات المسجلة الشهيرة ولقطات الأفلام وغيرها.
- بعض التحذيرات والتوجيهات عند استخدام شبكة الإنترنت:
- 1 - علي من يستخدم الإنترنت أن يكون مهذباً وأن يعرض رأيه بكياسة2 .
- إذا حدث سوء فهم لابد من الاعتذار وتأكيد أن الذين يغضبون بسرعة يتسامحون بسرعة.

- 3 - عدم التسرع ، وهذا يعني الإعداد الجيد للمادة قبل عرضها.
 - 4 - احترام القيم السائدة واحترام أهل الخبرة والرأي.
 - 5 - أن يستخدم نظام الكتابة العادي ، وأن يفصل بين الفقرات بسطر خالي .
 - 6-الالتزام بالأمانة في العرض.
 - 7 - لا تجعل رسالتك عبر الإنترنت بحروف كبيرة، لأن الحروف الكبيرة تعني الصراخ.
 - 8 - ابتعد عن استخدام الكوميديا والتهكم حتي لا يساء فهم الرسالة.
 - 9 - أن تكون الرسالة معبرة عن الواقع الحقيقي للمنظمة.
- إدارة الموضوعات المتعلقة بالمنظمة عبر شبكة الإنترنت:
- ليس مهماً أن يكون هدف مسئول العلاقات العامة هو منع وقوع أو وجود مشكلة معينة بين مستخدمي الإنترنت، وإنما يكفي أن يكون الهدف هو تغيير هذه المشاكل.
 - كمية المعلومات التي تعطي لجمهور الإنترنت لها أثر طيب في تكوين علاقة جيدة مع هذا الجمهور ويتم ذلك من خلال معرفة القضايا والمشكلات ذات الصلة الوثيقة بالجمهور، ومن خلال معرفة الجمهور المستهدف.
 - يجب التأكد أنه من دون التقييم الجيد لطبيعة الجمهور علي الشبكة يمكن أن تكون عملية تطوير الاستجابة مجرد خطر داهم.
 - في كل الأحوال يجب علي مسئول العلاقات العامة التحقق من العائد علي رأس المال حتى يتأكد من أنه لن تلحق استجابته أي مشكلة بسمعة المؤسسة.
 - التحديث المستمر للموقع علي الإنترنت و هذا —————:
- 1 - تقدير التكاليف مقابل الفوائد الناتجة عن الإدراج اليومي أو الأسبوعي أو الشهري لمحتوي جديد علي الموقع.
 - 2 - تحديد من هو المسئول عن تحديث الموقع.
 - 3 - تحديد التحديثات التي يمكن عملها يدوياً والتي تتم آلياً.
 - 4 - البحث عن برنامج يعمل علي تيسير عملية التحديث بالنسبة لغير المبرمجين في المنظمة.
 - 5 - تحديد جدولاً زمنياً لصيانة الموقع والالتزام به.
 - 6 - إخبار زائري الموقع بكل ما هو حديث عن الموقع.

و تعتبر الإنترنت من أحدث وسائل الاتصال المقروءة وهي وسيلة مهمة يجب علي العلاقات العامة أن تعد رسالتها بعناية فائقة ، لأنها تعتبر وسيلة محلية وعالمية ، ويجب أن يحدد مضمونها وهدفها وأن تكون رسالة مختصرة ومفيدة وشاملة للمعلومات التي تريد أن توصلها العلاقات العامة إلي الجماهير المستهدفة.

خلاصة الفصل الأول:

تطرقنا في هذا الفصل إلى تعريف العلاقات العامة وأهم المفاهيم المشابهة، كما تطرقنا إلى الطرق الصحيحة لأداء عمل إدارات العلاقات العامة ورأينا أهمية و أهداف العلاقات العامة وكيف يجب أن تكون و ما هي أساليب ووسائل تفعيلها و ما هي الخطوات التي يتبناها المختصين في العلاقات العامة في تفعيل هذه الآلية، بالإضافة إلى ذلك طرق تنظيمها وما الأخطاء التي يقع فيها الكثير من مدراء القطاعات ومدراء الإدارات، فالنظرية كفكرة جميلة والنظريات دوما كذلك. و لكن المشكلة تكمن في التطبيق وهناك غالبا فرقا شاسع بين النظرية والتطبيق فما تقوله النظرية لا نجده عند التطبيق وبالتالي تفقد النظرية جدواها بل وينعكس الأداء فبدلا من تحسين الأداء فانه يتجه إلى الأسوأ بسبب سوء التطبيق.

الفصل الثاني : الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للأمن الوطني.

الفصل الثاني: الهيكلية التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.

إن من يستعرض تاريخ الإنسانية يلاحظ أن عظمة الأمم تظهر من خلال التضحيات التي قدمتها دفاعاً عن قيمها، وذوداً عن حرمت أوطانها من كل اعتداء مهما كان نوعه أو شكله أو مصدره.

و الشعب الجزائري يعتبر من الشعوب الرائدة في العظمة و الشموخ، لما قدمه أبناؤه من تضحيات جسام عبر التاريخ في الدفاع عن أراضيهم و كيانهم و صوان كرامتهم عبر العصور. و لقد كان من بين أولئك الذين تقاتلوا في خدمة الوطن و المواطن رجال عرفوا باسم رجال الشرطة هذا الجهاز الذي كان و مازال و سيظل يعمل ليلاً و نهاراً على تأدية واجبه و مهامه النبيلة بكل إخلاص و تفاني.

وللوقوف عن بعض المحطات البارزة في مسيرة هذا الجهاز بالجزائر منذ استرجاع استقلالها و سيادتها عام 1962 تم إعداد هذا العمل الذي يقف عن بعض مآثره و إنجازاته عن طريق رصد و إبراز صفحات تاريخية، التي تعكس الدور الحساس الذي اضطلع و لازال يضطلع بها إلي غاية يومنا هذا بل و يسعى إلى تطويره و تكيفه مع المستجدات التي تطرأ على المجتمع مجموعة من أبناء الجزائر البررة، المنضمون تحت راية جهاز الأمن الوطني، هذه المؤسسة السيادية التي كانت و مازالت و ستظل في خدمة الوطن و المواطن و ممتلكاته وفق قوانين الجمهورية مع احترام حقوق الإنسان و المواطن.

تعريف الشرطة لغة: و تعني المختار من كل شيء، و شرطة الجند البارزون فيهم المتصفون بالشجاعة أو المختارون الذين يبدوون القتال، و يتهيئون للموت جهاداً في سبيل الحق⁽¹⁾.

ولقد سمو بذلك لأنهم اشترطوا أنفسهم بأشرطة أو علامات خاصة يعرفون بها و غالباً ما تكون هذه الأشرطة و العلامات باللون الأحمر في شكل عصائب للرأس أو للذراع، و من ذلك أخذت الشرطة تمييزها باللون الأحمر، فوضعت شرائط حمراء في قبعات كبار الضباط و قادة الشرطة، و علامات في صدورهم على جانبي العنق، ووضعت شرائط باللون الأحمر في أذرع المختصين منهم بحفظ الأمن و النظام العام في الجيوش و التنظيمات العسكرية .

أما الشرطة اصطلاحاً: فتعني الجند الذين يعتمد عليهم الخليفة و الوالي في استتباب الأمن و حفظ النظام و القبض على الجناة و المفسدين و ما إلى ذلك من الأعمال التي تكفل أمن الجمهور

¹- ابن منظور ، لسان العرب ، (بيروت، لبنان: دار صادر الطباعة، طبعة جديدة محففة ، 2000). ص 10.

و طمأنينته، و بعبارة أخرى يمكن أن نعرف الشرطة بأنها الهيئة النظامية المكلفة بحفظ النظام وتنفيذ أوامر الدولة و أنظمتها.⁽¹⁾

➤ المبحث الأول: تاريخ الشرطة الجزائرية.

الشرطة الجزائرية أثناء المرحلة الانتقالية 19 مارس الى 05 جويلية 1962.

ترتبت عن اتفاقيات إيفان إنشاء هيئة تنفيذية مؤقتة تحت رئاسة السيد عبد الرحمان فارس ، توكل إليها مهمة تسيير الجزائر في الفترة الانتقالية التي بدأت منذ وقف إطلاق النار في 19 مارس 1992.

و كذا التحضير لإجراء الاستفتاء الخاص بالاستقلال الذي تم الإعلان عنه في 05 جويلية 1962 و قد تكونت هذه الهيئة من عدة لجان و مندوبيات، منها المندوبية المكلفة بالأمن العام برئاسة السيد عبد القادر حصار، حيث أوكلت لها مهام حفظ الأمن العام، ووضعت تحت سلطتها قوات الأمن و الشرطة.⁽²⁾

وسعت المندوبية إلى العامل على توفير الأمن و الاستقرار في الجزائر إلى غاية الإعلان عن نتائج الاستفتاء.

وقد تم تسلم مهام المندوبية السالفة الذكر إلى أول مدير عام للأمن الوطني السيد مجاد محمد في حفل رسمي أقيم بقصر الحكومة بتاريخ 22 جويلية 1992 و تشكلت بذلك المديرية العامة للأمن الوطني التي اتخذت من الطابق السفلي لقصر الحكومة الحالي مقرا لها إلى غاية عام 1965، ثم بعدها تم تحويل مقرها إلى ثكنة "بيليسي" أو "البرج الجديد" سابقا بباب الوادي الجزائر العاصمة و التي لا تزال تشغله إلى يومنا هذا.

- الشرطة الجزائرية غداة الاستقلال المرحلة الأولى 1962 إلى غاية 1965.

شهد جهاز الشرطة الجزائرية في المرحلة الممتدة من تاريخ استقلال البلاد في 05 جويلية 1962 إلى غاية 1965 ، واقعا ميدانيا صعبا، غير أن المديرية العامة للأمن الوطني التي تأسست

¹- عارف عبد الغني، نظم الاستخبارات عند العرب و المسلمين، (الجزائر : دار الهدى للطباعة، 1991) ص 15.

²- يحي بو عزيز، الهيئة التنفيذية المؤقتة في اتفاقيات إيفان 18 مارس 1962، المرحلة الانتقالية للثورة الجزائرية، منشورات المتحف الوطني للمجاهد، 1995 ، ص 05.

في 22 جويلية 1962 تحت قيادة السيد مجاد محمد، رفعت التحدي رغم المصاعب التي واجهتها آنذاك والمتمثلة في:

- الفراغ الأمني الكبير الذي خلفه الرحيل الجماعي لعناصر الأمن الفرنسي، الذين كانوا يشكلون الغالبية العظمى لهذا الجهاز، الذي كان حكرا على الفرنسيين وأعوانهم، ولم يضم إلا فئة قليلة من المواطنين.
- النهب والإتلاف والحرق العمدى من طرف المعمرين لمصلحة المحفوظات الوطنية، لولا شجاعة بعض الأعوان الجزائريين الذين استطاعوا أن ينفذوا بعض الملفات.

- نقص كبير في التعداد البشري خاصة المؤهل منه، الذي اضطر جهاز الأمن الوطني إلى خوض معركة التوظيف في صفوف المجاهدين، والشباب الجزائري المتعطش لخدمة الوطن، فتلقوا دورات تدريبية سريعة مستعجلة لا تتجاوز مدتها ثمانية (08) أيام، مع التركيز على الجانب البدني وكيفية استعمال الأسلحة، ليتم توزيعها على مختلف محافظات الشرطة في سائر أرجاء الوطن، وشكلوا بذلك النواة الأولى للشرطة الجزائرية.

- ومن أجل تحسين مستوى التكوين بهذا الجهاز تم إنشاء أول مدرسة للشرطة بحسين داي بتاريخ 02 نوفمبر 1962، التي استطاعت رغم نقص الإمكانيات تكوين مجموعة من الإطارات الجزائرية ليلىها إنشاء عدة مدارس فيما بعد في كل من تلمسان، الجزائر، سيدي بلعباس وعنابة و قد بلغ التعداد آنذاك حوالي 4000 رجل مع بداية الاستقلال⁽¹⁾.

- أما فيما يخص الزي الرسمي للشرطي الجزائري كان عبارة عن خلط بين لباس الشرطة الفرنسية ولباس جيش التحرير الوطني إلى غاية أواخر عام 1963، حيث قدمت اليابان أول زي خاص لبيسته الشرطة في الجزائر المستقلة.

- انعدام الأسلحة لدى معظم الأعوان والمتوفر منها تمثل في مسدسات عيار 6.35 ملم وبعض البنادق من نوع موسكوتون، ورشاش MAT49 لمصالح الشرطة القضائية.

- فقر حظيرة السيارات إذ احتوت على بعض المركبات من نوع رونو سيتروين و بيجو للشرطة القضائية.

¹- مختصر تاريخ الشرطة الجزائرية من 19 مارس 1962 إلى يومنا هذا، منشورات المتحف المركزي للشرطة، المديرية العامة للأمن الوطني 2015، ص 20.

- أما الهياكل و المباني الخاصة بالجهاز فقد تعرض البعض منها إلى عملية الإغارة و البيع لبعض المعمرين قبل الاستقلال و البعض الآخر حول إلى مقرات دبلوماسية فرنسية، مثل أمن ولاية عنابة الذي حول إلى مقر قنصلية فرنسا و الباقي يتمثل في بعض السكنات الوظيفية، أما الجنوب فلم تكن هناك مقرات للشرطة إلا في بعض المطارات الرئيسية.

و في نفس المسعى و عملا على تطوير و تحسين أداء جهاز الأمن الوطني، قام رئيس الجمهورية آنذاك السيد/ أحمد بن بلة بإجراء عدة تغييرات على رأس الجهاز، حيث قام بتعيين السيد/ يوسف محمد مديرا عاما للأمن الوطني، خلفا للسيد/ مجاد محمد بتاريخ 1963/01/01، ليتم استخلافه بدوره في 1963/10/01 بالسيد/ طيبي محمد بلحاج إلى غاية 1964/08/25، تاريخ تعيين السيد/ يادي محمد الوسيني على رأس الجهاز إلى غاية 1965/06/01.

كما تم بموجب المرسوم رقم 63-365 المؤرخ في 1963/09/14 ، إنشاء الهيئة الوطنية للأمن تحت سلطة وزارة الداخلية تمثلت مهامها في تأمين كل من رئاسة الجمهورية، الوزارات، النقاط الحساسة كما تقوم بدوريات متحركة، و لكن طبقا للمرسوم رقم 65-72 المؤرخ في 11 مارس 1965 ، تم إحداث مديرية عامة للهيئة الوطنية للأمن تابعة لرئاسة الجمهورية، ضمت إليها الهيئة الوطنية السالفة الذكر غير انه و طبقا للمرسوم رقم 65-185 المؤرخ في 12 جويلية 1965 تم إلحاق المديرية المستحدثة بوزارة الداخلية.

الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الثانية 1965-1977.

بدأت هذه المرحلة بتعيين السيد/ أحمد درية مديرا عاما في 1965/06/01 و لقد كانت مرحلة انتعاش بالنسبة للمديرية العامة للأمن الوطني، التي اتخذت من ثكنة بيليسي PELISSIER بباب الوادي مقرا لها، حيث جمعت بها كل المصالح المركزية بالتدرج و شرع بعدها في البناء الإداري الذي تضمن ما يلي:

- تسوية 11000 ملف للموظفين مع الوظيف العمومي.

- إصدار أول بطاقة مهنية بلاستيكية لجميع موظفي الشرطة.

- اتخاذ الإجراءات الممكنة في التسيير المالي، أجور الموظفين، لان المديرية العامة قد نالت استقلالها المالي و أصبحت أمر بالصرف منذ 1967.

-إجراء الدراسات اللازمة من أجل إنشاء مصلحة مستقلة للمواصلات خاصة بجهاز الأمن الوطني التي ظهرت إلى الوجود سنة 1968 بكل خصائصها.

-إرساء إصلاحات عميقة ضرورية من أجل تسيير و تنمية و تنشيط كل الهيئات و المصالح التابعة للأمن الوطني، و بالخصوص تكييفها مع واقع المجتمع الجزائري و الظروف المعيشية الجديدة في ظل الاستقلال.

-صدور المرسوم رقم 68-95 الصادر في 26-أفريل 1968،⁽¹⁾ المتضمن إدخال التعريب في سلك الأمن الوطني على غرار بقية أسلاك الدولة و إدارتها و ذلك تنفيذا للسياسة العامة للبلاد آنذاك أين فرضت معرفة اللغة العربية بالنسبة لكل الموظفين الجزائريين في كل القطاعات، التي جاء بها الأمر رقم 68-92 المؤرخ في 25 أفريل 1968 و المتضمن إلزامية التعريب .

-إعداد أول قانون عضوي خاص بسلك الأمن الوطني سنة 1968 المرسوم رقم 68-216 الصادر بتاريخ 30 ماي 1968.⁽²⁾

-إعادة هيكلة المديرية العامة للأمن الوطني بعد دراسات ميدانية و معاينات مختلفة خلال سنة 1971 المرسوم رقم 71-150 المؤرخ في 03/06/1971.⁽³⁾

1- على المستوى المركزي :

-المدير العام

-مدير عام مساعد.

-مدير التفتيش و الشؤون العامة.

-مديرية فرعية للأمن العمومي.

-مديرية فرعية للاستعلامات العامة.

-مديرية فرعية للموائى و المطارات و الجماهرات المتنقلة للشرطة.

-مديرية فرعية للمالية و التجهيز.

¹-المرسوم رقم 68-95 المؤرخ في 28 محرم 1388، الموافق لـ 26-أفريل 1968، المتضمن إدخال التعريب في سلك الأمن الوطني.

²-المرسوم رقم 68-216 المؤرخ في 03 ربيع الاول 1388، الموافق لـ 30 ماي 1968، المتضمن إعداد أول قانون عضوي خاص بسلك الأمن الوطني.

³-المرسوم رقم 71-150 المؤرخ في 09 ربيع الثاني، الموافق لـ 03/06/1971، المتضمن إعادة هيكلة المديرية العامة للأمن الوطني.

ح- إعداد شبكة وطنية للاتصالات خاصة بالأمن الوطني بمشاركة الشرطة الألمانية، هذه الشبكة أصبحت تعطي جل المصالح التابعة لأمن الولايات و الدوائر و الوحدات العامة بالحدود و إنشاء قاعة الإرسال الوطنية، خاصة بالمهام الرسمية، مع مصلحة للتصنت التقني و الكشف

خ- وضع قاعدة لمصلحة التكوين و التأهيل على كل المستويات بمشاركة كل الدول التالية:

-ألمانيا الفيدرالية، المملكة العربية السعودية، المملكة الهاشمية الأردنية، فرنسا و دول أخرى...الخ.

كما ساهمت المديرية العامة للأمن الوطني في تكوين عدد كبير من إطارات الشرطة تابعة لبعض الدول الإفريقية والعربية.

ودائما في سياق تطوير جهاز الأمن أنشأت المديرية العامة للأمن الوطني مصلحة الإعلام الآلي لتعميم هذه التكنولوجيا على جميع المصالح، وفتحت المجال للمرأة الجزائرية بالولوج إلى جهاز الأمن الوطني ابتداء من عام 1973، بدخول أول دفعة لمفتشات الشرطة إلى المدرسة العليا للشرطة، كما تم أيضا إنشاء مدرسة أشبال الشرطة بالصومعة، التي استمرت في تكوين الإطارات والرتباء من عام 1974 إلى غاية يومنا هذا.

الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الثالثة 1977-1995.

عرفت هذه المرحلة ديناميكية و استمرارية و هذا بتعيين السيد/ الهادي لخديري على رأس المديرية العامة للأمن الوطني بالنيابة أولا في 23 أفريل 1977 إلى أن تم تنصيبه في 01 نوفمبر 1977 و لقد كان إلى جانب المدير العام السابق السيد/ أحمد دراية منذ عام 1965، و شارك في وضع و تحقيق كل المشاريع و الانجازات السابقة .

ولقد عملت المديرية العامة للأمن الوطني في هذه المرحلة على استكمال عملية التطوير كما سعت إلى تحسين سلك الموظفين في صفوفها، حيث صدر في هذا الخصوص 13 مرسوما، ابتداء من المرسوم رقم 83-481 المؤرخ في 13/08/1983، المحدد للأحكام المشتركة الخاصة المطبقة على موظفي الأمن الوطني، وما تلاه من مراسيم إلى غاية المرسوم رقم 83-493 و المؤرخة

جميعها في 13/08/1983. (1)

- المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة، "الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة" العدد 01 و 03 السنة 1975، العدد 19، السنة 1982

و دائما في إطار الاستمرارية تم تعيين السيد/ عبد المجيد بوزبيد على رأس المديرية في 13 جوان 1987 خلفا للسيد الهادي لخديري، حيث عرفت البلاد في هذه المرحلة تغيرات سياسية عميقة مما استدعى تأقلم جهاز الشرطة مع الوضع الجديد لاسيما بعد صدور دستور 1989، إذ استوجبت تجديد أساليب العمل، و توفير التعداد البشري، العتاد و العدة، و التركيبة الهيكلية للمديرية العامة للأمن الوطني، التي باتت من الضروري تغييرها، تماشيا مع الوضع المستجد، كما تميزت هذه المرحلة ببداية اضطرابات أمنية خطيرة، شاركت المديرية العامة في التصدي لها رفقة أسلاك الأمن الأخرى.

و في هذا السياق صدر القانون الأساسي الخاص بموظفي الأمن الوطني في المرسوم التنفيذي رقم 91-524 الصادر بتاريخ 25 ديسمبر 1991 و الذي تضمن كل الجوانب الخاصة بجهاز الأمن الوطني آنذاك، كما تلاه صدور المرسوم التنفيذي رقم 92-72 المؤرخ في 31/10/1992 المتضمن مهام و تنظيم المديرية العامة للأمن الوطني .

و بمجرد الانطلاق في تجسيد البرنامج المسطر، أستخلف السيد/ عبد المجيد بوزبيد في جويلية 1990 بالسيد / لحرش بشير الذي تقلد مسؤولية المديرية العامة للأمن الوطني من 25 جويلية 1990 إلى غاية 29 جوان 1991، تاريخ إستخلافه بدوره من طرف السيد/أحمد طولبة حتى 04 ماي 1994 ثم عين بدله السيد/ محمد واضح إلى غاية 20 مارس 1995.

الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الرابعة 1995-2010.

بدأت هذه المرحلة بتولي السيد علي تونسي مسؤولية المديرية العامة للأمن الوطني في 20 مارس 1995، في ظروف أمنية جد صعبة كانت تعيشها البلاد آنذاك، غير أن جهاز الأمن الوطني وعلى غرار أسلاك الأمن الأخرى، رفع التحدي وحشد كل الجهود لخدمة الوطن والمواطن، وشرع في تدعيم صفوفه، ورفع إمكانية ومستوى أدائه المهني من خلال مايلي:

- في مجال التكوين تطورت أساليبه تماشيا مع المستجدات والتحديات التي فرضت على الشرطة.
- توظيف اعدد كبيرة من عناصر الشرطة (إطارات، رتباء، أعوان)، وتدعيمها بجميع الوسائل المادية وذلك قصد الوصول إلى توفير الحاجيات الأمنية للمواطنين حسب المقاييس الدولية.

- انجاز وفتح عدة مقرات للشرطة (امن الدوائر، امن حضري، فرق متنقلة للشرطة القضائية BMPJ وحدات جمهورية للأمن...الخ) ، بغرض نشر هذه القوات في المحيط الاجتماعي حتى يحس المواطن بالأمن والأمان.
- تجديد العتاد لمسايرة العصر ومحاربة كل أشكال الجريمة، والإرهاب بشكل خاص.
- إعادة تنظيم الهياكل المركزية للمديرية العامة للأمن الوطني، لتسهيل الاتصال وضمان الفعالية.
- استغلال القدرات العلمية والمؤهلات المهنية للإطارات ، قصد توظيفها في تطوير أساليب العمل .
- إعادة تنشيط المصالح الميدانية الجهوية والمحلية، بتحفيز مجال الاختصاص وتسهيل الإطارات الشابة لتولي المناصب القيادية ، كل حسب توجهاته ومؤهلاته العلمية والمهنية .
- إعادة تنظيم جهاز التكوين لتمكينه من تطوير طاقته الاستيعابية، وضبط برامجه مع التحولات الجديدة في مجال الإتقان المهنية.
- تدعيم الجهاز بالوسائل التقنية والعلمية ، بعدما أصبحت ضرورة لفائدة كل المصالح لغرض تطوير قدراتها .
- نشر وتعميم سياسة الشرطة الجوارية لتقريب المواطن من الشرطة تطبيقها لمبدأ (الشرطة في خدمة المواطن) وفي هذا الإطار تم تهيئة معلم تاريخي ثقافي للزوار ، تمثل في المتحف المركزي الذي دشن في 17 جويلية 2001 ، والذي أصبح وجهة لمختلف ضيوف المديرية العامة للأمن الوطني واختلاف شرائح وفئات المجتمع المدني ، كما شارك في إقامة العديد من الأسابيع والأيام الإعلامية بمختلف ولايات الوطن قصد تعريف المواطن بالشرطة الجزائرية وتاريخها .
- الحرص على تحسين الظروف الاجتماعية التي يعيشها الموظف بالمديرية العامة للأمن الوطني (السكن ، الخدمات الاجتماعية والصحية ، الترفيهالخ).
- إنشاء الوحدة الجمهورية للأمن الوطني سنة 2003 .
- الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الخامسة من 2010 إلى يومنا هذا :
- بدأت هذه المرحلة بتولي السيد اللواء عبد الغاني هامل، قيادة المديرية العامة للأمن الوطني في 07 جويلية سنة 2010 ، حيث شرع مباشرة في تقييم وضعية جهاز الأمن الوطني ، رغم الجهود التي بذلت في سبيل تطويره ، إلا انه كان في حاجة إلى نفس جديد ، وديناميكية فعالة تمكنه

من مسانيرة التطورات المتلاحقة، لذلك بدأ السيد اللواء، المدير العام للأمن الوطني في رسم سياسة شاملة الغاية منها القيام بإصلاحات عميقة، تهدف إلى رفع مستوى أداءه المهني.

لقد ركزت السياسة الجديدة المنتجة في هذه المرحلة من طرف قيادة جهاز الأمن الوطني على الاهتمام و الإلمام بجميع جوانب المهنة الشرطية دون إغفال أي ميدان، كي يتم تحقيق النجاعة و الفاعلية المطلوبة، التي تستدعيها المستجدات الأمنية الراهنة و المستقبلية، بالنظر إلى التطورات المتلاحقة التي يعرفها عالم الإجرام في التقنيات و الميادين، و كذا تنامي ظاهرة الاحتجاجات و ما يترتب عنها من إخلال بالنظام العام، و في انتظار تحقيق كل الأهداف و التطلعات الخاصة بجهاز الأمن الوطني شرع في اتخاذ عدة خطوات جد هامة و فعالة تعكس جدية العمل منها ما يلي:

-تحسين الوضعية الاجتماعية لمنتسبي الأمن الوطني و هي العملية التي اشرف عليها السيد اللواء المدير العام للأمن الوطني شخصيا.

- تعزيز و تحسين قنوات الاتصال بجميع أنواعها داخل صفوف جهاز الأمن الوطني من خلال ترسيم ثقافة الحوار و الأبواب المفتوحة التي نصت عليها التعليمات المتعلقة بإجراء المعاملة المطبقة تجاه مستخدمي الأمن الوطني.

-العمل على إعداد قانون أساسي جديد خاص بالمنتسبين إلى الأسلاك الخاصة بالأمن الوطني، يستجيب لكل التطلعات و حاجيات المرحلة الراهنة و ذلك بإشراف مباشر للقيادة على العملية الأمر الذي سمح بتوقيعه و صدوره وفق المرسوم التنفيذي، رقم 10 -322 المؤرخ في 16 محرم عام 1432 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2010م .⁽¹⁾

-القيام بعدة تغييرات على المستوى المركزي و بحركة واسعة شملت عدد كبير من إطارات و مستخدمي الأمن الوطني قصد إضفاء ديناميكية جديدة على العمل الشرطي عبر جميع أرجاء الوطن .

-اعتماد أساليب جديدة في التعامل مع المواطنين، خاصة في مجال حفظ النظام حيث ارتقت بمهنتها و فعاليتها إلى مستوى الاحترافية العالية في تدخلاتها الموفقة، التي فوتت الفرصة على كل الذين كانوا يراهنون على فشلها في احتواء الوضع و تحقيق النجاح في الميدان .

-إرساء مبدأ احترام قوانين و تنظيمات الجمهورية، في كل نشاطات مصالح الأمن الوطني.

¹-المرسوم التنفيذي، رقم 10 -322 المؤرخ في 16 محرم عام 1432 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2010م، المتعلق بالقانون الأساسي الخاص بالمنتسبين إلى الأسلاك الخاصة بالأمن الوطني.

- العمل على إشراف المواطن بكل فعالية وثقة في تحقيق الأهداف السامية لجهاز الأمن الوطني و المتمثلة في توفير الأمن و الأمان للأشخاص و الممتلكات.
- السعي إلى احترام القواعد المتعلقة بأداب و أخلاقيات الشرطة، لكونها الإطار العام و الأرضية الأساسية لنشاطات و مهام جهاز الأمن الوطني مع عصرنة كل ميادين العمل الشرطي ، و على رأسها ميدان التكوين و الرسكلة بالإضافة إلى توفير كل الوسائل العلمية و المادية من أجل رفع مستوى الأداء المهني لجهاز الأمن الوطني.

➤ المبحث الثاني: أهمية و أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني:

إن الأهمية الإستراتيجية لوظيفة العلاقات العامة في أي مؤسسة لا تتضح تماماً إلا عندما تواجه المؤسسات الخاصة والعامة، الحكومية وغير الحكومية أزمة ما، تهدد وضعها ومقدرتها على العمل أو تهدد وجودها و وقدرتها على البقاء.

وتكمن أهمية العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني إلي إطلاع المجتمع بالأخبار و النشاطات الداخلية و الخارجية التي تهم الرأي العام وذلك بنشر الحقائق و المعلومات و البيانات و الإنباء الصحيحة و الصور، و التعليقات عن المجالات الأمنية، وهذا حتى يتمكن المجتمع المدني من التفاعل مع الأوضاع الأمنية و ليكونوا أكثر وعياً بقضايا مجتمعهم .

إذ يجب على مكاتب العلاقات العامة أن تسخر كل وسائل الإعلام لتقديم القدر الكافي من نشاطات و أعمال المديرية العامة للأمن الوطني، وهذا بطرق مبسطة و أشكال ميسرة، ليسهل على الرأي العام الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي الاهتمام بمجمل النشاطات و الاهتمام بها و متابعتها.

كما يجب على وسائل الإعلام التي يستعملها مكاتب العلاقات العامة في إيصال الأخبار للمجتمع أن تتصف بالموضوعية و الصدق، الأمانة، الدقة و الحداثة، ما ينتج عنه إيصال المعلومات

الصحيحة للمواطنين حول المؤسسة، و عبر القنوات الأمنية المسؤولة، وبأسرع وقت ممكن، لقطع الطريق أمام الإشاعات المغرضة أو المغالطات والتأويلات الخاطئة للوقائع والأحداث⁽¹⁾.
إن مكتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني يستعمل وسائل الإعلام كأدوات مساعدة لتوحيد المفاهيم بين أوساط المجتمع و تهيئته لمختلف الأزمات التي يمكن أن يمر بها المواطن في حياته اليومية و تكمن أهميتها جيدا عندما يكشف الغموض للرأي العام في الساحة الاجتماعية وهذا في التقديم الصحيح و السليم للأخبار، فبتحركه الواعي و الصادق يحصن أفراد المجتمع ضد الإشاعات و كل شيء سيئ لجهاز الأمن الوطني و تكمن أهمية العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني في:

1- تثقيف المجتمع وتنشئته:

تعمل مكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني على تنشئة المجتمع و تثقيفه و هذا من خلال بث روح المسؤولية و الإيمان بالقيم الأمنية ، و الشعور بالولاء و الانتماء للدولة و مبادئ الأمة الإسلامية، و تلعب وسائل الإعلام التي تستعملها المديرية العامة للأمن الوطني دورا فعالا في تحقيق أهداف هذه الأخيرة و ذلك بتوجيه الأفراد على القيم و المثل العليا مع تنمية الثقافة و المعلومات الأمنية.

كما أن لمكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني دورا كبيرا في تبصير الجماهير بواجباتهم، خاصة منها الإجراءات الأمنية اللازمة في حماية الأرواح و الممتلكات حتى لا تكون فريسة سهلة أمام ذوي النشاط الإجرامي الأمر الذي يساعد إلى حد كبير على الوقاية من الجريمة والانحراف.

1- زرع المفاهيم الأمنية لدى المواطن :

تعمل مكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني على تعريف مختلف الجماهير بتضحيات رجال الأمن و تنمية العلاقة بينها و بين المواطنين، وزيادة التعاون بين فئات المجتمع الواحد، كما تعمل هذه المكاتب على تهيئة المجتمع لتقبل المنحرف بعد إصلاح سلوكه ليصبح

¹-المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة "أهداف العلاقات العامة" (الجزائر، العدد 57، جويلية 1999) ص41.

مواطن صالحا وعضوا فعال في المجتمع، مع إدماجه في مكافحة الجريمة و هذا برفع مستوى الوعي العام و تعزيز المشاركة الجماهيرية في العملية التنموية. كما تعمل هذه المكاتب على توثيق أوساط الثقة و التعاون بين المواطن و جهاز الأمن الوطني و مؤسسات المجتمع المدني و هذا من خلال التغطية الإعلامية للندوات و المؤتمرات و الأيام التحسيسية التي تصب في دعم الأعمال التطوعية و تعميق البعد الاجتماعي و هذا بالتنسيق بين أعمال المديرية العامة للأمن الوطني من ناحية و المؤسسات الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية و الصناعية الأخرى.

2- توجيه وإرشاد المجتمع:

وهي وظيفة إقناعية يحتاج إليها القائمون على مكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني وذلك باستعمال منهج خاص مبني على الدليل و البرهان معتمدا في ذلك على الحقائق و الأرقام و البيانات و الصور و الإحصائيات الدقيقة، و تهدف هذه الخطوات إلى تكوين المواقف و الاتجاهات عن طريق الاكتساب و التعديل و المساهمة في توجيه المجتمع و تحصينه بالقيم الأمنية و الدينية و ذلك عن طريق فهم ما يحيط بالإنسان من ظواهر و أحداث. و لا يكون ذلك إلا من خلال الحملات التحسيسية التي يقوم مكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني بتوصيل المعلومات الأمنية التي تساعده في اتخاذ القرارات السليمة و التصرف بشكل لائق اجتماعيا، إذ يمكن لهذه المكاتب أن تنقل لجمهورها نظاما للتعليم الأخلاقي الذي يكون الهدف منه القضاء على الرواسب الفكرية و الثقافية و الناشئة من انحرافات و الأساطير بهدف إبدال قيم ثابتة بها تهدف إلى العمل الإيجابي .

3- تهيئة الوعي الفردي:

ترى الاتجاهات الحديثة في علم الإجرام أن أسلوب العقاب ليس وحده الكفيل بمنع ارتكاب الجريمة وردع المجرمين، ولكن العمل بأسلوب الوقاية من الجريمة أكثر فعالية، إذ تلعب مكاتب العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني دورا فعالا في التنشئة الاجتماعية في المجتمعات ومن بين أهم وظائفها مراقبة البيئة والإسهام في تثبيت القيم المرغوبة وتغيير أو تعديل القيم المرفوضة من جانب الوعي الجماعي.¹

4- الإعلان و الإشهار:

كما تلعب مكاتب العلاقات العامة دورا فعالا في تنظيم الأعمال المرتبطة بالجمهور سواء الداخلي أو الخارجي و هذا بالإعلان عن الإجراءات الجديدة التي سطرته المديرية العامة للأمن الوطني سواء في الجوانب الاجتماعية، الأمنية و الثقافية، وكذا شرح القوانين الجديدة من طرف مختصين و العقوبات المقررة لها، وكذا إشهار المسابقات الخارجية و الداخلية التي تعني مختلف فئات الشباب و الموظفين ومن جانب آخر تعمل على مساعدة المواطنين الذين فقدوا أحد من أفراد عائلاتهم و العمل على البحث عنهم و التعرف عليهم من خلال الآليات التي تستعملها في ذلك.

5- توعية الجماهير:

كما تقوم مكاتب العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني بدورها في مجال توعية المجتمع المدني في المجال الأمني عن طريق تحسين السلوك، وتغيير الاتجاهات، الأفكار و المواقف في المجتمع لدفعهم لإدراك الظواهر المحيطة بهم بالنسبة للقضية الأمنية من أجل اكتساب ثقافة الوعي الأمني ما يعزز فكرة الارتقاء بعمل الشرطة الجوية، و دفع تلك الجماهير بتنوع تركيباتها الثقافية و الاجتماعية إلى التفاعل مع المصالح الأمنية⁽²⁾.

كيف يمكن تفعيل الوعي الأمني من قبل مكاتب العلاقات العامة ؟

تعمل مكاتب العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني دائما على تطوير مستوى الخدمات الأمنية التي تقدمها لجمهورها وكذا جميع الهيآت و المؤسسات الأخرى، وذلك حتى يتسنى لها كسب رضاها وبالتالي ينتج عنه تعاطف تلك الجماهير و المؤسسات وتجاوبهم مع المؤسسة الأمنية.

¹- حين فتح الباب، مجلة الأمن العام "الرأي العام والشرطة" (القاهرة، العدد 54، ب. س. ن)، ص 213.

²- هشام محمد علي حسين، العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، ص 17

إذ تعمل هذه المكاتب على توعية المواطنين، خاصة منها فئة الشباب و الموظفين لتحقيق الاستراتيجيات المسطرة من طرف الدولة، مع تحفيزهم للمشاركة في الأنشطة الوطنية لدعم مسيرة الرسالة الأمنية، وذلك بإعادة الاعتبار إلى الضوابط التقليدية النابعة من ديننا وأخلاقنا وقيمنا الاجتماعية بحيث تطور دور المساجد والمدارس والنوادي الرياضية و الثقافية، الاجتماعية والمجتمع المحلي.

ولا يمكن تفعيل الوعي الأمني من قبل مكاتب العلاقات العامة إلا بتطوير برامج الإعلام العام والإعلام الأمني، حتى يكون أكثر قدرة على تحقيق أهدافه، المتمثلة في نشر السياسة الأمنية و الحفاظ على أمن الدولة، لذا يمكن القول بأن تحقيق الأمن هي مسؤولية الجميع⁽¹⁾.

إن التطور السريع في المجتمعات و تطور الجريمة بشتى أنواعها، استدعت المؤسسات الأمنية التي تعني كل فرد من أفراد المجتمع للوقوف على هذه الحقيقة، ومن ثمة أصبح من الضروري على الجهات الأمنية إشراك جميع الهيئات الاجتماعية و المؤسسات الرسمية لإعطاء دفع قوي للأجهزة الأمنية⁽²⁾.

ولبلوغ الغايات والأهداف الأمنية يجب على مكاتب العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني غرس القيم الوطنية و الأمنية في عقول الأفراد خاصة منهم فئة الشباب و هذا من خلال المؤسسات الاجتماعية والتربوية والدينية والإعلامية بدءا من الأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام والمجتمع المدني، من أجل تكوين المواطن الصالح وتحصين أفراد المجتمع لضمان التزامهم بنظم وقيم وضوابط المجتمع الأخلاقية والمجتمعية والقانونية، بل وتحفيزهم للمشاركة في تحقيق الأمن الشامل بمشاركة كل الناس (أفراد وجماعات) تبعا للتوجهات المجتمعية والإقليمية والدولية التي بدأت تترسخ يوما بعد يوم والتي تؤكد على ضرورة إسهام الجماهير في المجال الأمني⁽³⁾.

إن مكاتب العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني تلعب دورا هاما في مجال الوقاية من الجريمة بشتى أنواعها وذلك من خلال الأيام التحسيسية مع مختلف شرائح المجتمع و المؤسسات

¹- فواز محمد النخيل، نحو توجه أكثر فعالية للنوعية الأمنية في الوطن العربي، (جامعة نايف للعلوم الأمنية: سنة 1998) ص 116.

²- محسن عبد الحميد أحمد، الوقاية من الجريمة، نظرة على المحاضرة للإعداد للمستقبل،(جامعة نايف للعلوم الأمنية:الرياض 1420) ص 15.

³- محسن عبد الحميد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 17.

التربوية خاصة المدارس و أولياء التلاميذ الذين لهم دور كبير في مساعدة الأجهزة الأمنية في عملية التحسيس لأبنائهم وتربيتهم تربية سليمة، و تهدف هذه الحملات إلى سد منابع الجريمة من خلال التنشئة السليمة للأبناء في جو تسوده العلاقات الحميمة بين الآباء والأبناء وتربيتهم و الالتزام بقواعد الأخلاق والسلوك السليم بإعتبار أن قيام الأسرة بهذا الدور يمثل أفضل تحصين للأبناء في سن مبكر، وهذا ما تسعى إليه المديرية العامة في تحقيق أهدافها.

لذا يمكن أن نقول بأن أهمية العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني تتمثل في⁽¹⁾:

- تعريف الجمهور الداخلي(موظفي الشرطة) المؤسسة وشرح رسالتها وأهدافها بلغة مبسطة سهلة الفهم للجميع.

- تنسيق العمل بين مختلف المصالح لتحقيق الانسجام و العمل كفريق واحد لتحقيق أهدافها المرجوة.

- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة ورفعها إليها.

- استقبال الضيوف الرسميين وتأمين متطلباتهم وراحتهم .

- إعداد النشرات الإعلامية التي تتعلق بنشاطات المديرية العامة للأمن الوطني

- إيجاد الحلول لمختلف الشكاوى الواردة في ضوء توجيهات السيد المدير العام للأمن الوطني

- متابعة إجراءات سفر الموفدين من العاملين بمهام رسمية داخل و خارج القطر الوطني .

- إنشاء الكتب والمذكرات التي تتماشى مع السياسة العامة للأمن الوطني.

- التحضير للمؤتمرات والمنتديات المحلية والمركزية بالتنسيق مع مختلف أمن الولايات .

- تحليل المواد الإعلامية الواردة في وسائل الإعلام المكتوبة والالكترونية وتعقبها وإعداد الردود عليها وتعميمها على العاملين للاطلاع عليها.

- تأمين التغطية الإعلامية في كل مناسبة لكل أنشطة المديرية العامة للأمن الوطني، و المشاركة في مختلف النشاطات الثقافية، الرياضية، الاجتماعية....الخ.

3-عبد الرحمن تيشوري، «العلاقات العامة ودورها ومفهومها وأهميتها» WWW.ahewa.org/m.asp موقع إطلع عليه بتاريخ

2016/04/01

الفصل الثاني:

الهيئة التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.

- إجراء عمليات قياس لاتجاهات الرأي العام حول توجهات وخدمات الجهاز بصفة عامة، مع قياس رضا الجماهير.
- استلام الشكاوى وإحالتها إلى الجهات ذات العلاقة لإعداد الرد و الإجابة والمتابعة والتأكد من تغذية راجعة حول قناعة الجهة الشاكية بالرد والإجابة.
- التنسيق مع مكاتب العلاقات العامة المتواجدة على مستوى أمن الولايات و الجهات الأخرى لتبادل الخبرات.
- المشاركة الفعالة الواضحة البارزة في مختلف المناسبات لإبراز صورة الفرع بشكل جيد.
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية.
- مساعدة الجماهير على تكوين الرأي الحر المبني على أسس من الواقع من خلال تزويد الجماهير بكل المعلومات واطلاعها على الوثائق ونشر بعض أدلة العمل في كل وسائل الإعلام وإرسالها إلى المشتركين.

ب) - أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني :

أن الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني هو تحقيق الوعي الأمني و ذلك من خلال⁽¹⁾:

1- إيجاد التفاهم المتبادل بين المؤسسة الأمنية والمنظمات الأخرى في المجتمع وأفراده تحقيقاً للصالح

¹-المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة ، العدد 62، مرجع سبق ذكره، ص 20.

العام، مع تعريف الجمهور بجهاز الأمن الوطني و الخدمات التي يقدمها في سبيل استتباب الأمن و السلام في البلاد.

2-التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر وتبث عن الجهاز الخاصة بالجمهور صحيحة وسليمة مع حماية الجهاز من أي إشاعات قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة للجمهور عنها.

3- العمل على تشجيع الاتصال بين جميع المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية التنفيذية وبالعكس، وكذا التنسيق بين الإدارة المركزية و الإدارات اللامركزية المختلفة بهدف تحقيق الانسجام في الأداء فيما بينهما و العمل كفريق واحد لتحقيق السياسة العامة المسطرة من طرف المديرية العامة للأمن.

- أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني وقت الأزمات :

ولتحقيق أهداف العلاقات العامة في ظروف الأزمات لا بد:

أولاً: من وضع حد نهائي وفوري للأزمة.

ثانياً : الإقلال من الخسائر إلى الحد الأدنى.

ثالثاً : إعادة الثقة بالجهاز.

و يعتبر حماية سمعة جهاز الأمن الوطني من الأولويات التي تعتمد عليها مكاتب العلاقات العامة وذلك بواسطة إعلام الجمهور عن الإجراءات المتخذة لإصلاح الوضع والقضاء على الأخطاء الحاصلة مع تضمين هذه الإجراءات والإثباتات الحسية على إصلاح الأخطاء بطريقة سريعة لاحتواء الوضع⁽¹⁾.

فالكوارث مثلا تفرض نفسها على وسائل الإعلام وهذا ما يمكن أن يضع أية مؤسسة تحت الأضواء لذلك فإنه من الضروري معرفة كيفية إدارة العلاقة مع وسائل الإعلام إذا نريد إيصال الرسالة بشكل جيد و إعطاء الصورة السليمة عن الجهاز.

كما تعمل مكاتب العلاقات العامة بجهاز الأمن الوطني على الاهتمام بالموظفين وقت الأزمات لان أي نجاح لعملية الإعلام باتجاه الجمهور الداخلي للمؤسسة من شأنه أن ينجح في السيطرة

¹ - السعيد كانوني، "العلاقات العامة في أجهزة الشرطة"، (مجلة الشرطة، العدد 57، جويلية 1999) ص 25.

على الأزمة لأن التوعية والمسؤولية في الأزمات يرشدان الموظفين عن كيفية التصرف في الخارج ولأن الموظفين هم الجمهور المعني مباشرة بالأزمة، لذلك يجب إعلامهم بانتظام بطبيعة الأزمة وأسبابها إذ أن غياب المعلومات يفتح الباب أمام الشائعات التي تسري بسهولة وتعكر المناخ و لهذه الغاية يمكن اللجوء إلى الإنترنت، والمذكرات الداخلية والاجتماعات و إشراك الجميع دون استثناء⁽¹⁾.

إن تأثير الأزمة على الموظفين قد يترك أثارا حتى بعد انتهاء الأزمة، كالصدمات النفسية أو الانزعاج وهنا يمكن اقتراح فرص للراحة والمساعدة النفسية لإزالة الرواسب الناتجة عن الأزمة. وتهدف مكاتب العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني خلال الأزمات إلي المحافظة على قدرة الاتصال والتواصل مع الجمهور المستهدف لأن الاتصال خلال الأزمات يكون أكثر فاعلية منه في أي ظرف آخر ويمكن خبراء العلاقات العامة من الحصول على معلومات سريعة لتحليلها و تقديم الأخبار الصادقة عن الأحداث ، ووضع حدا للشائعات التي تعكر الوضع ،مع طمأنة وتهئية الجماهير والسيطرة على مستجدات الأزمة والحيلولة دون بروز أية تعقيدات جديدة للأزمة.

ج -وظائف العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني⁽²⁾.

تقوم مكاتب العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني بعدة وظائف أساسية في سبيل تحقيق الإستراتيجية العامة التي سطرته المديرية و من بين هذه الوظائف نجد:

1- تحديد ورسم إستراتيجية جهاز الأمن الوطني بما يتفق مع مصلحة الجمهور ،وكذا تقويم الاتجاهات وقياس اتجاهات الرأي العام.

¹ - المرجع نفسه، ص 47.

² - علاوة كمال ، " وفد برلماني رفيع المستوى في ضيافة المديرية العامة للأمن الوطني " ، (الجزائر، مجلة الشرطة، العدد 64) ص 19.

- 2- تنفيذ البرامج التي تهدف إلى كسب رضاء الجمهور، مع الحرص على تقديم الأعمال التي تحظى باحترام وثقة الجمهور
- 3- تحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال باستخدام الإعلام المخطط.
- 4- المشاركة في حل مشكلات المجتمع والبيئة المحيطة بالمؤسسة.
- 5- المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- 6- علاج مشكلات الإدارة والعمل على مواجهة التحديات التي تشكل عقبة في سبيل التنمية الإدارية وذلك على النحو التالي:
 - إبراز مظاهر القصور في القوانين واللوائح التي تعجز عن توفير المرونة لمواجهة الظروف المتغيرة والمتطورة.
 - تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي يقدمها بعض الإداريين للتغلب على المشكلات.
 - تشجيع اللامركزية في الإدارة وتدعيم الإدارة المحلية للتخفيف من قيود المركزية في الإدارة.
 - تنشيط المناقشات الموضوعية الهادفة إلى تطوير الجهاز الإداري وإعادة توزيع القوى العاملة بما يتفق مع مصلحة العمل.
 - تبني إدارة العلاقات العامة بالتنسيق مع أجهزة التدريب للبرامج التدريبية الرامية إلى رفع كفاءة الأداء لجميع المستويات الإدارية في الجهاز وتنمية مهارات رجال الشرطة في مجال العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية مما يؤدي إلى تدعيم الشعور بالانتماء والإحساس بالولاء لجهاز الأمن الوطني.
 - إنماء السلوك الاجتماعي العام للاهتمام بالأمن والسكينة ويتمثل ذلك بحملات إعلامية تهدف إلى توعية المواطنين وبتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن العام وإرشادهم إلى أقوم السبل التي يتعين عليهم انتهاجها لحماية أرواحهم وأموالهم من أخطار الجريمة وأخطار الجهل بسبل السلامة.
 - توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمنية ذات الصلة بحمايته في الحاضر والمستقبل.
 - تفعيل سبل الاتصال بين الأجهزة الأمنية من جانب الجمهور ومن جانب آخر ليثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق ويدفع إلى التزام بالتعليمات والأنظمة التي تكفل أمن الإنسان وسلامته في شتى المجالات.

- تبصير المواطنين بواجباتهم نحو إجراءات الحماية اللازمة للأرواح والممتلكات حتى لا يكونوا فريسة سهلة لذوي النشاط الإجرامي.

وبصفة عامة إن أهداف مكاتب العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني لا ينحصر فقط في القضاء على الجريمة، لكنه يهدف إلى محاصرتها و التقليل من حدوثها، و هذا عن طريق برامج وقائية و علاجية ، بحيث هذه النتائج لا تظهر في مدة قصيرة، بل تظهر تدريجيا مع مرور الوقت لذلك فالتخطيط الإعلامي لبرامج الإعلام الأمني ينبغي أن يتجه لمشكلات الحاضر ومتطلبات المستقبل⁽¹⁾.

➤ المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في حل الأزمات الأمنية في جهاز الأمن الوطني.

تلعب العلاقات العامة دورا فعالا في مواجهة الأزمات كون هذه الأخيرة تقوم بنشاط اتصاليا فعالا، وتعتبر الأزمة حالة طارئة لا بد لمكاتب العلاقات العامة معالجتها، فهي حالة يستفحل فيها الحدث الأمني ، وتتصاعد معطياته إلى مستوى التأزم ، وتبلغ من التعقيد حدًا يوجب بذل جهود وإمكانات مضاعفة ، والاستعانة بالمزيد من الموارد والطاقات المتاحة لاحتواء آثارها والوقاية من

¹- احمد سعودة، "علاقة الشرطي بالمواطن و آثارها في الرأي العام"، المعهد العالي في الدراسات في الأمن الوطني، أكتوبر 1998، ص

الفصل الثاني: الهيكل التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.

أخطارها ومعالجتها ، و تعتبر الأزمة الأمنية من أخطر أنواع الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات في حياتها اليومية ومحيط العلاقات القائمة فيها وتفاعلاتها وحركة نموها وتطورها. وفي هذا المبحث سوف نتطرق إلى الهيكل التنظيمي لفريق إدارة الأزمة و أهم مراحل تسييرها مع إبراز الدور الفعال للعلاقات العامة فيه.

(أ) - الهيكل التنظيمي لفريق خلية الأزمة⁽¹⁾ :

تلعب العلاقات العامة دورا فعالا في حل الأزمات الأمنية خاصة في جهاز الأمن الوطني باعتباره مؤسسة من مؤسسات الدولة و التي تعمل كهيكل و فريق متكامل و متضامن في مواجهة الأزمات و العمل على الخروج من نفقها الضيق ، حيث يوكل إلى هذا الفريق عدة أمور في تسيير مختلف الأزمات خاصة منها الأمنية ، الاجتماعية ، حيث أنه عادة ما يتكون الهيكل التنظيمي لفريق الأزمة من :

أولاً : مهام فريق إدارة الأزمات⁽²⁾

يكن مهام فريق خلية الأزمة في قياس قدرة المنظمة على إدارة الأزمة و هذا من خلال جمع كل المعلومات و البيانات الضرورية لاتخاذ القرارات الصحيحة أثناء الأزمة، بالإضافة إلى إيجاد بدائل في مختلف مراحل تطور الأزمة ، بما في ذلك تقييم الوضع بعد الانتهاء من الأزمة و مخاطبة الجماهير المختلفة التي لها علاقة مع الأزمة.

ثانيا : الوضع التنظيمي لفريق إدارة الأزمة⁽³⁾

يختلف الوضع التنظيمي لفريق خلية الأزمة من مؤسسة إلى أخرى، إلا انه هناك من الباحثين في مجال العلاقات العامة من يقترح وجود مكتب خاص في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يسهل له بأداء مهامه في إدارة الأزمات أكثر فاعلية وكفاءة.

¹ - عثمان محمد العربي، " اتصالات الأزمة مسح للتطورات النظرية فيها"، بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام (جامعة القاهرة، العدد الخامس، جانفي - أبريل 1999)، ص 116 .

² - محمود يوسف، " إدارة وتخطيط العلاقات العامة"، (القاهرة: توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع، سنة 2008)، ص 197 .

إلا أنه و من خلال دراستنا لتنظيم العلاقات العامة لاحظنا بوجود عدة أساليب و تنظيمات تنتهجها الإدارة في هياكلها فيما يخص مكتب العلاقات العامة ، فهناك هيكل تنظيمي مستقل لوحدة مختص في إدارة الأزمات و يتسم بالاستمرارية و الدوام داخل الهيكل التنظيمي ، بينما فريق الأزمة يمكن أن يكون فقط عند نشوء أي أزمة معينة تسند لهذا الفريق وظائف معينة للتعامل مع الأزمة التي تحدث في الحين .

أما فيما يخص عدد أعضاء فريق الأزمة فمن الأحسن أن لا نحدد عددها ، كون الأزمة تختلف من قطاع لآخر و من مؤسسة لأخرى ، بالإضافة إلى نوعية الأزمات و الكوارث التي تتعرض لها لذا يجب أن يكون أعضاء فريق الأزمة مناسباً لدراسة كل جوانب الأزمة في مختلف الاختصاصات لوضع حد نهائي لها.

ثالثاً : أسس اختيار أعضاء فريق إدارة الأزمة:

إن اختيار أعضاء فريق الأزمة أمر مهم جداً بحيث لا يمكن أن يكون الاختيار عشوائياً بل يجب الاعتماد على مجموعة من الأسس و السمات التي يجب أن تتوفر في أعضاء هذا الفريق للانضمام إلى عضويته و من بين أهم هذه الشروط التي يجب أن نجدها في هذا الفريق هي⁽¹⁾:
-لابد أن يتصف الفريق بالثبات و الاتزان الانفعالي بمعنى الضبط الذاتي والتناسب بين الاستجابة ونوعية المثيرات من حيث الشدة والاستمرارية والموائمة معها في ضوء المتوقع اجتماعياً، وكذلك البعد عن التقلبات الحادة والشديدة، وعدم ظهور آثار سلبية بسبب الانفعال علي المظاهر الفسيولوجية التي يتحكم فيها الجهاز العصبي.

-كما يجب أن يتصف أعضاء الفريق بالذكاء و القدرة على إيجاد الحلول و إنتاج الجديد من خلال إيجاد صياغة جديدة للمادة أو المواد المألوفة.

- لا يمكننا أن نتصور فريق يدير الأزمة الأمنية و هو غير قادر على اتخاذ القرار و تحمل المسؤولية لذا من بين الشروط الأساسية لفريق الأزمة هو القدرة على اتخاذ القرار في الظروف الأمنية الصعبة و الضغوطات التي تخلفها الأزمة ،خاصة التهديدات و الضغوطات التي تتلقاها المؤسسة، وهذا بالعمل بجدية و الالتزام بالوقت مع الشعور بالمسؤوليات المناطة بالفريق.

¹ Shirley Harrison, **Public Relations: An Introduction**, (London: McRoutledge, 1995) p. 97.

- أن تكون لفريق إدارة الأزمة قدرات إدارية وتنظيمية تساعده في تنظيم الجهود أو التعاون مع الآخرين سواء داخل أو خارج فريق الأزمة.

- الابتعاد من الأنانية و العمل كفريق متكامل بعيدا عن كل الاعتبارات الشخصية، وكذلك الرغبة في التكوين و التدريب وإتباع الأساليب العلمية الحديثة.

- و الشيء الأهم لفريق خلية الأزمة هو الاعتراف بالأخطاء وقبول النقد أو النصيحة والرغبة المستمرة في تطوير الأداء وتحقيق الأهداف المرجوة التي تسعى إليها المؤسسة.

رابعا : خصائص فريق خلية الأزمة:

لقد اتفق الباحثون في مجال العلاقات العامة على توفر مجموعة من الخصائص و الشروط التي يجب أن تتوفر في فريق خلية الأزمة من أجل تحقيق الأهداف الأساسية التي كلف بها هذا الفريق في إدارتها ولعل أهم هذه الخصائص نجد⁽¹⁾:

- العمل على تحقيق مستوى عالي من الاتصالات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي، مع توفير مناخ من الحرية في التفكير و المناقشة لكل القضايا و الأزمات التي تصيب المؤسسة.

- من بين الخصائص التي يجب أن تتوفر في فريق خلية الأزمة هو ضرورة تشكيل فريق صغير و متلائم مع المهام المطلوبة إنجازها و التي تفرضها طبيعة ونوعية الأزمات المتوقعة ، أو القطاعات الرئيسية داخل المنظمة، ولم يحدد الباحثين و الخبراء عدد أفراد فريق الأزمة ، إلا أنهم يحذرون من تضخيم الفريق و زيادة أعداد فريقها بشكل كبير دون الحاجة إليهم .

- لا يمكن أن نتصور بأن كل أعضاء الفريق متخصصين في مجال واحد، بل لابد ن تعدد التخصصات داخل الفريق، مع مراعاة القدرة على التعاون المشترك والعمل الجماعي بروح الفريق للوصول إلى النتائج المرجوة في حل الأزمات.

¹ Devon Dougherty, **Crisis Communication: what every executive needs to know** (New York: Walter and - Company, 1994) p. 81

- لا بد أن يتمتع فريق خلية الأزمة بالمرونة و القدرة على التحرك السريع في حال وجود أزمة بعيدا عن القواعد و اللوائح البيروقراطية ، كما يجب أن يخول لفريق الأزمة و الأعضاء المشاركين فيه لكل واحد منهم حسب اختصاصهم سلطات و صلاحيات يستخدمها في مواجهة الأزمات كون تقييد عملهم يؤول دون تحديد النتائج المرجوة.

-ومن بين خصائص فريق خلية الأزمة هو التنسيق و الاتصال الفعال في جميع المستويات خاصة مع المستويات القيادية وهذا تفاديا لوقوع الأخطاء و الابتعاد عن الإستراتيجية المسطرة من طرف القيادة و لا شك أن تكنولوجيا الاتصال و ما تتيحه من إمكانيات خاصة الهواتف النقالة- الهاتف الخليوي- و البريد الإلكتروني قد أزال كثير من المشكلات التي كانت تعوق الاتصالات بين أعضاء فريق الأزمة من جهة و بين الفريق و القيادات العليا من جهة ثانية.

- لا يمكننا أن نتصور فريق يدير الأزمة دون أن يكون له قائد إذ أنه من بين أهم خصائص فريق إدارة الأزمة هو اختيار قائد لها يتمتع بمواصفات شخصية و موضوعية تؤهله للقيادة و تحمل المسؤولية و القدرة على اتخاذ القرار ، و التعاون مع المستويات القيادية ، حيث يتمتع هذا القائد بصلاحيات واسعة تمكنه من التحرك السريع لاتخاذ القرار أثناء الأزمة و هذا في كل مرحلة من المراحل التي تمر بها الأزمة.

ويرى الباحثون و الخبراء في مجال إدارة الأزمات تعيين نائب أو نائبين لقائد فريق إدارة الأزمة ليحلوا محله في العمل أثناء تغيبه أو تعذر وجوده أثناء مواجهة الأزمة لسبب من الأسباب.

خامسا : خصائص قائد فريق الأزمات (1)

من الملاحظ أنه من بين أهم أسباب نجاح فريق الأزمة في أداء مهامه لتحقيق النتائج المرجوة نجد كفاءة و قدرة قائد الأزمة الذي يتميز بالكفاءة العالية التي تميزه على باقي عناصر فريق الأزمة و أهم هذه الخصائص نجد المستوى العلمي ، الخبرة الإدارية ، القدرة على اتخاذ

¹ - مقابلة مع السيد، علي بداوي ، مراقب الشرطة ، رئيس امن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/05/10.

القرار الثبات النفسي و لانفعالي ، و القدرة على متابعة تطورات الأزمة ليلا و نهارا ، مع الإبداع في صياغة الأفكار و السيناريوهات ، و خلق جو التعاون و العمل الجماعي ، مع تحفيز الموظفين وتوفير لهم كل الإمكانيات الخاصة بهم لأداء عملهم.

سادسا :مراحل عمل فريق خلية الأزمات.

لكل أزمة مراحل تمر بها و لا يمكننا أن نتصور أزمة بدون هذه المراحل ، لهذا يمكننا أن نقول بأن عمل فريق الأزمة هو الآخر يمر بمراحل و عدة خطوات التي تكون بمثابة الانطلاقة لتحقيق أهم الأهداف و الوظائف التي كلف بها هذا الفريق، ولعل أهم هذه الخطوات نجد: ⁽¹⁾

- العمل على بناء قاعدة معلومات تشمل كل البيانات و المعلومات الخاصة بالمؤسسة أو الهيئة و أهم المخاطر و الأزمات التي قد تتعرض لها.

- و من بين الأهداف و الوظائف التي يقوم بها الفريق، هو إعداد قائمة بالمخاطر و الأزمات المحتملة التي قد تتعرض لها المؤسسة، مع مراجعتها دوريا وهذا بمناقشتها وتحيينها لتجنب الوقوع في الأخطاء.

-إعداد سيناريوهات بالأزمات المتوقعة، حيث يعتبر وضع سيناريوهات لمواجهة الأزمة وتحديد الإجراءات اللازمة من أسباب نجاح إدارة الأزمة، ويتيح وجود سيناريوهات للأزمة تسهيل عملية اتخاذ القرار أثناء المواجهة بعد تحديد التغييرات التي اختلفت عن الافتراضات التي وضعت علي أساسها السيناريوهات ثم إجراء التعديلات اللازمة علي السيناريوهات، وإعادة تقييم البدائل لتكون صالحة للاستخدام الفعلي.

ويجب أن يركز السيناريو على الاعتبارات الأساسية التي يمكن أن تظهر نتيجة تطور التهديدات لتصبح حقيقة ويوضح التصرفات الواجب إتباعها، وكجزء من السيناريو يمكن إعداد شجرة القرارات لمساعدة الإدارة في التعامل مع تطورات الأزمة، وهذه الشجرة تسمح للإدارة أن تتصور تطورات الأزمة في ظل اختيار بديل من البدائل حتى تستطيع الإعداد لمواجهة تلك التطورات قبل حدوثها

¹- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتاب، ط4، 2000)، ص119-120.

وهذه الطريقة تسمح بتوفير الوقت ووضع المنظمة في الموقف المحتمل، ويجب الاحتفاظ بالسيناريو وشجرة القرارات لاستخدامها عند حدوث الأزمة ولا شك أن هذه الطريقة أفضل بكثير من مجرد وضع قائمة بما يجب عمله فهي تغطي مجموعة من مساعدات القرار، كما إن لها فوائد كثيرة في حالة التدريب والاختبار وهي تستنبط ظروفًا مماثلة لظروف الأزمة والتدريب عليها عن طريق المحاكاة هذا يحقق أولاً قدر من التنبؤ والمعاشية للأدوار المطلوبة من الأفراد والمجموعات، بالإضافة إلى اختبار كفاءة وفاعلية خطة المواجهة بغرض التعرف على نقاط الضعف وتعديلها ونقاط القوة لتعظيمها ودعمها.

سابعاً : تدريب فريق خلية الأزمة⁽¹⁾

لعل من بين الأسباب الرئيسية في نجاح خلية الأزمة نجد التدريب للفريق العامل بها فالتخطيط لا يكفي وحده، لهذا اقترح خبراء إدارة الأزمات التركيز على عملية التدريب و التخطيط بشكل متساوي لان التدريب لا يهدف فقط إلى التعليم و اكتساب مهارات وخبرات جديدة فقط، بل يعمل إلى إيجاد خطط جديدة لإدارة الأزمة بفضل الممارسة و التطبيق، كما أن عملية التدريب تكشف النقص في الخطط التي تم إعدادها من قبل ، فيتم مراجعتها و تعديلها وفق البرامج الجديدة المسطرة وهذا بإدخال تعديلات جديدة في تشكيل فريق الأزمة من خلال استبعاد بعض العناصر ،أو إضافة عناصر أخرى للقيام بالأدوار المنوطة بهم حسب كل أزمة تكون محل دراسة.

و باعتبار أن التدريب في إدارة الأزمات له أهمية كبيرة، و يجب على كل مؤسسة أو منظمة أن تعمل على تطوير برامجها في تدريب فريق الأزمة مع اختبار في كل مرة مستوى أداء أفراد الفريق المكلفون بتسيير الأزمات.

وتهدف برامج التدريب إلى:

¹ - عائدة منجي، " إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية" ،دراسة مجموعة حالات، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث للإدارة (القاهرة: جامعة عين شمس، 4 أكتوبر 1998) ص 67 .

- التأكد من مدي توفر جميع الإمكانيات المادية و البشرية المطلوبة لإدارة الأزمة.
- مراجعة اختبار سر وكفاءة استدعاء فريق الأزمة والوصول إلى مواقع بعض الأزمات المتوقعة.
- تحيين جميع المعلومات و البيانات الخاصة بالأزمات المتوقعة، وطبيعة كل منهما، بالإضافة إلى معرفة نوع الجماهير المرتبطة بكل نوع من أنواع الأزمات.
- العمل على مراجعة كل دور من الأدوار والمهام المنوطة بكل فرد من أفراد فريق إدارة الأزمة و العمل على إدراك جميع النقائص ،سواء بالنسبة لطريقة عمل الفريق و التنسيق بينهما أو إدراك النقائص من حيث عدد الأفراد و توزيع المهام حسب الاختصاص.
- لكن في بعض الحالات يصعب إجراء التدريب اللازم لأسباب تكون خارج نطاق المؤسسة أو المنظمة المكلفة بإعداد برامج التدريب ، لذا تلجأ إلى طرق ومناهج أخرى تساعدهم في جعل فريق الأزمة يطلعون عن معلومات جديدة حول الأزمات ، وهذا بعقد اجتماعات و جلسات لفريق الأزمة و هذا بالاستعانة بخبراء ومستشارين من خارج المؤسسة لإعطاء أفكار وتصورات و احتمالات جديدة لتطور الأزمات المتوقعة مستقبلا.

التدريب على إدارة الأزمات في جهاز الأمن الوطني :

إن التدريب على إدارة الأزمات في المديرية العامة للأمن الوطني (جهاز الشرطة) أصبح اليوم ضرورة أمنية لا يمكن الاستغناء عنها مهما ما كلفها ذلك من جهد و مشقة ، وهذا نظرا لتطور المجتمع و تطور الجريمة بشتى أنواعها ، لذا وجب على المديرية العامة للأمن الوطني ضرورة تكوين أفرادها (رجال الشرطة) في جميع التخصصات وجعل أفرادها كفريق واحد و متكامل في إدارة أي أزمة مهما كن نوعها ، وهذا من خلال إبراز قدراتهم و إمكانياتهم و التحكم في أحداث الأزمة. وهناك عدد من العناصر يجب التدريب عليها أثناء إدارة الأزمات الأمنية ، ويتعين ضرورة الإلمام بها بهدف الوصول إلى القرار الأمني الرشيد القادر على مواجهة الأزمة والتصدي لها، وتعتبر تلك العناصر بمثابة مقدمات ضرورية لتحقيق دور العلاقات العامة في مواجهة مختلف الأزمات و إيجاد الحلول اللازمة في إدارتها و يمكن أن نحدد عناصر العملية التدريبية لإدارة الأزمات الأمنية فيما يلي⁽¹⁾:

¹ - علي منصور الشميري، "دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات الأمنية"،(جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض ، المملكة العربية السعودية 2008) ص15.

الفصل الثاني: الهيكل التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.

1- العنصر التنظيمي.:

ويشمل الجانب التنظيمي كل المراحل الإدارية التي تمر بها الأزمة الأمنية بشكل عام و أهم العناصر الضرورية لفهم الخطة المعتمدة و مطابقتها مع الأحداث الواقعية .

2- العنصر المعلوماتي

إن العنصر المعلوماتي يعد من أهم العناصر التي تعتمد عليها الأجهزة الأمنية في مواجهة الأزمات التي تصادفها ، إذ تعمل الأجهزة الأمنية في جمع أكبر عدد من المعلومات التي تمكنها في مواجهة الأزمات سواء قبل أو أثناء أو بعد الأزمة للإلمام بكل جوانبها و إيجاد الحلول المناسبة لها .

3- العنصر الفني أو التنفيذي:

ونعني به ضرورة التدريب على النواحي الفنية و التنفيذية للأزمة و هذا بوضع الخطط و البرامج لأي أزمة مهما كان نوعها و العمل على إيجاد الحلول السريعة بأقل الخسائر ، مع تفادي مشكلات أخرى قد تصادفهم في مواجهة الأزمة الواقعة.

4- العنصر الاقتصادي:

لا يمكننا أن نتصور أزمة بدون خسائر، و يتضمن العنصر الاقتصادي مجمل التكاليف المادية و الغير المادية التي تنفق على حل الأزمة وطريقة التصرف فيه حسب كل عنصر من عناصر الأزمة، مع مقارنتها بالاعتبارات الأخرى المحيطة بالحدث الأمني.

ب- مراحل تسير الأزمة:

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما في التعامل مع الأزمات خاصة منها الأمنية ، بحيث تعمل هذه الأخيرة على تعقيد الوضع وهذا من خلال المداخلات و الطريقة التي تقوم بها بإيصال المعلومة للجمهور، مما يجعل مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني في موضع حساس سواء

تجاه الجمهور الداخلي (قوات الشرطة) أو الجمهور الخارجي (مختلف المؤسسات و الرأي العام بصفة عامة .

و باعتبار أن أي اضطراب للجمهور يضعف الثقة بالمؤسسة خاصة منها الأمنية يعمل ذلك على خلق نوع من الجو يسوده عدم الاستقرار و التوازن في مواجهة الأزمات و المتطلبات المتناقضة للوضع ، و إرضاء لهذا الجمهور يجب على المؤسسة الأمنية أن تقوم بردة فعل سريعة و إيجابية لوضع حدا نهائيا للأزمة و هذا لا يكون إلا إذا كانت قد أعدت خطة مسبقة و مدروسة وتطبيقها على الأزمة الحالية.

هنا يأتي دور مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني اللذين هم ملزمون بتسيير الأزمة بطريقة مدروسة، لان الإدارة الجيدة للأزمة قد يؤدي إلى إعطاء صورة جيدة و صحيحة لجهاز الأمن الوطني فيما بعد، وهذا من خلال استغلال ما يحصل .

إن إدارة الأزمة هو معرفة تحديد المشكلة و الأزمات التي يمكن أن تحصل من بعد و هذا باستتباب الحلول اللازمة لها و المحافظة على الهدوء و الاستقرار خلال الأزمة، لذا فإنه يستلزم على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني أن يعرفوا ما يجب فعله "قبل" و"خلال" و "بعد" الأزمة⁽¹⁾.

1 - قبل الأزمة:

يلعب مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني دورا مهما في إدارة الأزمات و مواجهتها قبل حدوثها و انتشارها لدى الرأي العام ، كون الأزمات الأمنية ليست وليدة ذاتها و إنما هي وليدة مجموعة من العوامل و الدوافع و الأسباب ، مما يستوجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني معالجة تلك الأزمات و تبيان الحقيقة للرأي العام و لجمهور المؤسسة وهذا من خلال تقديم معلومات كافية عن الأزمة و تغطية جميع الجوانب المختلفة لها و هذا حتى يتمكن الجمهور من معرفة الأسباب الحقيقية للأزمة و عناصرها و أطرافها ، و كيفية الوقاية منها قبل وقوعها، كما يقوم مسؤولي العلاقات العامة بتوضيح أضرارها المختلفة للجمهور و لكي ينهي الرأي العام مواجهة أي أزمة أمنية محتملة⁽²⁾ .

¹ - مقابلة مع السيد، علي بداوي ، مراقب الشرطة ، رئيس امن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/05/10.

² - علي منصور الشميري، مرجع سبق ذكره، ص16.

بحيث لا يكتفي مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني بتقديم المعلومات في طابع إخباري مجرد و إنما يجب عليه القيام بالتحليل و النقد و التفسير لأسباب الأزمة و أبعادها الأمنية في إطار الإستراتيجية العامة للمديرية العامة للأمن الوطني في إدارة الأزمات مع مراعاة كل الجوانب السياسية و الاقتصادية و الأمنية و النفسية و هذا عن طريق فريق إدارة الأزمة الذين يكونون متخصصين و خبراء و أكاديميين بالإضافة إلى مختصين في الدين .

كما يجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني تحديد المصطلحات المتعلقة بالأزمة سياسية ، أمنية ، جنائية ، جغرافية ، اقتصادية مع العمل على تعميمها على كل وسائل الإعلام و الإشراف شخصيا على التعامل بهذه المصطلحات كون تلك المصطلحات تلعب دورا مهما في نقل المعلومة للجمهور بشكل صحيح و مفهوم.

إن أي مؤسسة مهما كان طابعها أمنية ، اقتصادية ، تجارية ، صناعية ، معرضة لمواجهة أزمة في أي وقت، وهذا ينتج عنه تسريب المعلومات لوسائل الإعلام والجمهور الخارجي و يمكن أن نتصور أزمة تواجه جهاز الأمن الوطني في عملية الخطف و الكوارث الطبيعية الفيضانات ، التلوث البيئي ، الحرائق ، أو حادث مفتعل أو غير مفتعل....الخ.

فالأزمة يمكن أن تحصل في أي لحظة سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة ، لذا وجب على مسؤولي العلاقات العامة التحضير لها و هذا بدراسة جميع الميادين التي يمكن معالجتها في المؤسسة و التحرك لها بشكل وقائي مع تجنب الأخطاء ووضع الخطط و الحلول الممكنة لها (1) عند حدوثها .

كما يجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني إعداد لائحة بالجمهور المعني بالمؤسسة و نشاطاتها الذي يكون لهم دورا فعالا وقت الأزمات مثل: وسائل الإعلام ، الموظفين السلطات المحلية ، المجتمع المدني مع توجيه لهم رسائل إعلامية كل حسب فئته و هذا من أجل كسب ثقتهم و تعاونهم معهم وقت الأزمات ، خاصة وسائل الإعلام و الصحفيون الذين يعتبرون من أهم الشركاء نظرا لقدرة تأثيرهم على الرأي العام ، فمن الضروري إقامة علاقات طيبة معهم و تكون هذه العلاقة مبنية على الثقة المتبادلة و إعطائهم معلومات محددة و تنظيم لقاءات دورية معهم .

¹ - رضا النمرائي، العلاقات العامة مبادئ ومفاهيم حديثة، (الإمارات: ب. د. ن، 2009) ص 42.

و بما أن الموظفون في المؤسسة يلعبون دورا هاما في التأثير على الرأي العام و في إدارة الأزمة الأمنية و جب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني التشاور معهم و الاستفادة من آرائهم و خبرتهم المهنية في إدارة الأزمات لما لهم من خبرة و تجربة عملية خلال مشوارهم المهني.

2 - خلال الأزمة :

باعتبار أن الأزمة يمكن أن تكون فجائية فإنه يجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني أن يتحركوا بسرعة لإدارتها و وضع حدا لها قبل أن تخرج الأزمة عن نطاقها ولهذا أول خطوة يقوم بها مسؤولي العلاقات العامة هو تشكيل "خلية أزمة" تكون بمثابة مصدر للمعلومات بحيث تظم هذه الخلية مجموعة من العناصر المدراء، مسؤولي العلاقات العامة ، الملحق الإعلامي ممثلين عن الموظفين، مهندسين، تقنيين في حالة ما إذا كانت الأزمة تقنية، خبراء، مختصين في مجال الأزمات وهذا يكون حسب كل نوع من أنواع الأزمات.⁽¹⁾

إذ يجب أن تكون تعبئة شاملة لجميع فريق إدارة الأزمة الأمنية الذي تشرف عليه العلاقات العامة

وذلك على مدار الساعة؛ سواء الفريق الرئيسي أو الفرق الفرعية المتواجدة في مسرح الأحداث. كما يجب المتابعة المستمرة والدقيقة لميدان الصراع وأطراف الأزمة وكل المتغيرات وتطوير خطط المواجهة والمعالجة وفق تطور الأزمة، مع عدم الانقطاع عن التواصل مع وسائل الإعلام وفريق إدارة الأزمة.

• الحرص الدائم والسهر على تطبيق الإستراتيجية العامة لمواجهة الأزمات، مع مراعاة المتغيرات الحاصلة ومواجهتها بما يناسبها مع الإشراف على تحقيق التكامل والتنسيق بين مختلف وسائل الإعلام والاستفادة من مميزات وخصائص كل وسيلة منها مع مراقبة الجماهير المستهدفة وملاحظة التغيير الذي قد يحصل في أوساطها نتيجة للخطاب الإعلامي الموجه إليها ، وهل يحقق هذا الخطاب أهدافه

• إنتاج خطاب إعلامي يخاطب الخارج ، يتناسب مع موقف تلك الأطراف الخارجية من الأزمة وقادر على التأثير فيها وتحقيق الأهداف المرجوة ، ومواكب للتبدلات التي قد تحصل في موقفها.

¹ - علي منصور الشميري، مرجع سبق ذكره، ص18.

- إجراء عملية تقييم جدي للممارسة الإعلامية وفق الظروف الخاصة بكل وسيلة ، على أن يشمل هذا التقييم الأهداف والوسائل والأساليب وقوة التأثير في الجمهور ومستوى تنفيذ خطة العلاقات العامة في مواجهة الأزمة.
- تهيئة الرأي العام لتقبل نتائج الأزمة والتعامل معها.

(1) وتأخذ خلية الأزمة بعين الاعتبار الخطوات التالية:

- افتراض كل الاحتمالات والإعداد لمواجهتها.
- إعداد لائحة بكل الكوارث المحتملة و إعداد خطة لمواجهة كل سيناريو على حده، على أن تتضمن هذه الخطة كيفية إعلام العاملين والرسميين المعنيين بالمشكلة، كذلك وسائل الإعلام والجمهور.
- عقد اجتماع المسؤولين ومناقشة المشكلة ودور كل مسئول والمسؤوليات المناطة به.
- التخطيط بعمق يرفع من حظوظ النتائج الإيجابية بعد تشكيل خلية الأزمة، يتم تعيين ناطق رسمي وغالباً ما يكون الملحق الإعلامي ذاته، يداوم هذا الناطق في كل مكان الأزمة، ثم يجهز لإصدار بيان محضر من قبل خلية الأزمة وبلغه الملحق الإعلامي لاستثمار علاقات الثقة التي تم نسجها سابقاً مع الصحفيين.

3 - بعد الأزمة :

بعد أن تطرقنا للمرحلتين السابقتين من الأزمة تأتي المرحلة الثالثة و هي مرحلة ما بعد الأزمة التي لا تقل شأنًا عن المراحل السابقة ، كون هذه المرحلة تعد الانطلاقة من جديد ، إذ يجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني التركيز على إستخلاص العبر و الدروس من الأزمة السابقة و الوصول إلي أهم النتائج السلبية التي أحدثتها ، مع تقديم دراسة معمقة من طرف الخبراء و المختصين و قادة الرأي لتدعيم أداء الجمهور .

(2)

كما يجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني عدم التوقف عن الاهتمام بالأزمة ، و عدم ترك للجمهور فراغ قد تسعى لمئته مصادر أخرى مغرصة ، خاصة و أن الأزمة

¹- رضا النمراوي، مرجع سبق ذكره ص46

²- مقابلة مع السيد، علي تواتي ، محافظ الشرطة ، قائد جمهرة العمليات الخاصة للشرطة ،امن ولاية بومرداس - بومرداس في

الأمنية تترك أثارا خطيرة على جميع الجوانب بما فيها الجانب السياسي وسمعة البلاد و على الاقتصاد الوطني و الاستثمار في السياحة ، بالإضافة إلى الآثار النفسية و الاجتماعية على الرأي العام.

ولهذا وجب على مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني الانطلاقة بسياسة إعلامية جديدة من خطة الأزمة ، لأنه غالبا ما يقوي النجاح في الأزمة مصداقية المؤسسات الأمنية في الوصول إلى النتائج المرجوة لها.

تقييم الأزمة:

بعد زوال الأزمة؛ يجب على العلاقات العامة أن تتعرف على مدى نجاحها وفعاليتها في مواجهة الأزمة، ومدى تأثر المؤسسة وسمعتها بنتائج الأزمة، وتتطلب هذه العملية عددا من الإجراءات؛ من بينها ما يلي):⁽¹⁾

- استقصاء رأي الجمهور الداخلي بالمؤسسة.
- استقصاء رأي الجماهير الخارجية المعنية.
- استقصاء رأي وسائل الإعلام.
- تقييم أسلوب إدارة الأزمة ذاته.

➤ المبحث الرابع: آليات تفعيل العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني لحل الأزمات.

1- مكتب العلاقات العامة:

¹- عبد الرحمن الشلبي، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، الجمعية الدولية للعلاقات العامة بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة سنة 2009 ، ص21.

يختص بأعمال المراسيم و البرتوكول و التحضير للاجتماعات الرسمية و زيارات الوفود الرسمية و كافة الشؤون المتعلقة بالاستقبالات و ذلك بالتنسيق مع الجهات المعنية.

كما يقوم المكتب بمهام و متطلبات تفعيل الاتصال الداخلي بين منتسبي المديرية العامة للأمن الوطني و العمل على تقوية أواصره و اقتراح تدابير لتعزيز الانتماء للشرطة⁽¹⁾.

المهام:

- تنظيم الندوات الصحفية التي تعقدها مصالح الأمن الوطني و التنسيق مع أجهزة الإعلام لتغطيتها.
- متابعة طلبات استقبال المواطنين المودعة على مستوى المديرية العامة للأمن الوطني بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- تنظيم مقابلات مندوبي أجهزة الإعلام بمسؤولي المديرية العامة للأمن الوطني.
- الترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها المديرية العامة للأمن الوطني
- متابعة و دراسة الطلبات الواردة من ممثلي المجتمع المدني.
- كما يقوم مكتب العلاقات العامة بتنظيم العديد من الأنشطة و الفعاليات بشكل دوري في المناسبات و الأعياد الدينية و الوطنية.
- و من أهم المبادرات الاتصالية التي قام بها مكتب العلاقات العامة نجد:
- تسطير برنامج سنوي للوقاية في الوسط الحضري.
- إنشاء الجائزة الخضراء للأمن الوطني لأنظف حي .
- إنشاء جائزة الروح الرياضية للأمن الوطني لتكريم أحسن مناصري الفرق
- تنظيم حملات دورية للتبرع بالدم.
- برمجة حملات للتشجير عبر كافة الوطن.
- الطبعة الأولى لصالون التوظيف بالجنوب للأمن الوطني².

2- المكاتب الجهوية للإعلام والعلاقات العامة :

¹- المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة " دليل الشرطة في الإعلام و العلاقات العامة"، (مطبعة الأمن الوطني، الجزائر 2015) ص5.

²- المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة، مرجع سبق ذكره ، ص10.

جاءت فكرة إنشاء مكاتب جهوية للإعلام والعلاقات العامة على مستوى النواحي الستة (06) وفقا لتقسيم المفتشيات الجهوية للشرطة ، وكذا تبعا لثراء وكثافة النشاط الاتصالي والتوجيهي لمكاتب الإعلام والعلاقات العامة لأمن الولايات على الصعيدين الداخلي والخارجي ، وهو الأمر الذي جعل التفكير في إنشاء المكاتب الجهوية لدعم عمل الإدارة المركزية من جهة، وخلق همزة وصل عملياتية و تنسيقية بين المكاتب الولائية والمكتب الجهوي .

المهام :

تم التأكيد على إنشاء المكاتب الجهوية للإعلام والعلاقات العامة لخلق ديناميكية جديدة تضمن انسيابية دائمة وترويج مستمر للصورة الحسنة للمديرية العامة للأمن الوطني ، وهي بذلك تكون الحلقة القوية في سلسلة التواصل بين الإدارة المركزية ومكاتب الإعلام والعلاقات العامة لأمن الولايات على الصعيدين الداخلي والخارجي⁽¹⁾ :

* تنسيق وتوجيه وتنشيط البرنامج الاتصالي المعد من قبل إدارة الإعلام والعلاقات العامة على المستوى الجهوي ، في الأوقات العادية أو خلال الأزمات .

* إعداد مخطط عمل بالتنسيق مع رؤساء مكاتب الإعلام والعلاقات العامة لأمن الولايات ويتم من خلاله توطيد أواصر التعاون والشراكة مع مؤسسات الدولة وجميع شرائح المجتمع المدني .

* المساهمة والإشراف على تأطير وتحضير مختلف التظاهرات والملتقيات، الأيام الإعلامية الأبواب المفتوحة والمنديات .

* عقد لقاءات دورية تحسيسية وتوجيهية لفائدة رؤساء مكاتب الإعلام والعلاقات العامة .

* القيام بزيارات تفتيش ومراقبة ، مبرمجة أو فجائية لمكاتب الإعلام والعلاقات العامة لأمن الولايات لتقييم مدى تجسيد المخطط الاتصالي المسطر من طرف القيادة العليا للأمن الوطني .

* برمجة محاضرات حول الاتصال الداخلي والتوجيه المعنوي لإثراء وتنمية معارف ومهارات موظفي الشرطة.

3- منتدى الأمن الوطني:

¹ - مقابلة مع السيد، تواتي كريمو ، محافظ الشرطة ، رئيس خلية الصحافة و العلاقات العامة لأمن ولاية بومرداس -بومرداس بتاريخ 2016/03/02.

يتعلق الأمر بأول منبر إعلامي أمني متخصص في مجال الوقاية والتحسيس و هو فضاء من تنشيط إدارات متخصصة و يحتضن دوريا نشاط اتصالي في شكل ندوة ينشطها مختصون و خبراء بحضور بحضور المواطنين و المهتمين بالشؤون الاجتماعية و المجموعات الإعلامية الوطنية

و ينظم منتدى الأمن الوطني ندوات مرتبطة بالذاكرة الوطنية حول مناسبات تاريخية هامة ينشطها كوكبة من المجاهدين و المجاهدات و أبناء الأسرة الثورية و باحثون في مجال التاريخ. كما يتم أيضا تنشيط الندوات العلمية و المحاضرات الأمنية في سياق عصرنة جهاز الشرطة في مجال التكنولوجيات الحديثة ، دور الشرطة في حماية حقوق المؤلف ، محاربة العنف في الملاعب و أيضا الندوات الجهوية حول الحصاد السنوي للنشاطات العملية و الجوارية.¹

4- مكتب السمي البصري :

انطلاقا من أهمية الإعلام السمي البصري و حجم تأثيره على الملتقي و سرعة إيصال الرسالة الإعلامية ، تم استحداث مصلحة متخصصة في السمي البصري من أجل ضمان التغطية الإعلامية الاحترافية لكافة نشاطات المديرية العامة للأمن الوطني.²

المهام:

- القيام بكافة الأعمال الإعلامية الأمنية و التوعية و الإرشادية و الإخبارية بما يحقق سياسة إعلامية متميزة.
- المشاركة في إعداد و إنتاج أفلام و أشرطة و وثائقية عن الأمن الوطني .
- رصد و متابعة ما تتناوله التلفزيونات الوطنية من القطاع العام و الخاص من موضوعات ذات صلة بجهاز الأمن الوطني و الرد عليها بالتنسيق مع الجهات المعنية وفق الآلية المتفق عليها.
- تأطير مشاركة إدارات الشرطة في الحصص التلفزيونية ، مع ترتيب المواعيد و ضمان المرافقة و التوجيه.

¹ -المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة، مرجع سبق ذكره ص 20 .

² - مقابلة مع السيد، براهيتي وليد، ملازم أول لشرطة ، خلية الصحافة والعلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس -بومرداس 2016/03/06.

الفصل الثاني: الهيكل التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.

-نشر الإعلانات و الومضات الإشهارية و البيانات الخاصة بالأمن الوطني في مختلف المحطات التلفزيونية.

5- إذاعة الامن الوطني:

حرصا للوصول إلى المواطن من خلال جميع وسائل الاتصال عكفت إدارة الإعلام و العلاقات العامة على مستوى إنجاز مشروع إذاعة الأمن الوطني، و التي انطلقت رسميا برامجها الإذاعية يوم 28 أكتوبر 1014 بمناسبة اليوم الوطني للصحافة.

كما يساهم المكتب في تفعيل العمل الإذاعي و التنسيق مع مختلف القنوات الإذاعية من أجل إعداد برامج إذاعية تشمل كافة نشاطات قوات الشرطة.¹

المهام:

- متابعة ما تبثه الإذاعة عن المديرية العامة للأمن الوطني و الرد عليها بعد عرضها على الجهات المعنية.

-تزويد القنوات الإذاعية بكافة البيانات التي تعكس نشاط المديرية العامة للأمن الوطني

- مشاركة إطارات متخصصة من الأمن الوطني في إثراء مواضيع البرامج الإذاعية.

6- مكتب الموقع الالكتروني:

يشكل الإعلام الأمني الالكتروني أحد الوسائل الإعلامية الهامة المعتمدة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، كما أن استعماله يسمح بإيصال المعلومة في ظرف قياسي إلى المواطن ،مما يشكل حرص خاص من إدارة الإعلام والعلاقات العامة من الاستفادة من هذه التكنولوجيات من عدة أوجه .

ويقوم هذا المكتب بإدارة موقع الإعلام الالكتروني للمديرية العام للأمن الوطني WWW.algeriepolice.dz ، والذي يعد من ابرز المواقع الالكترونية الحكومية ، يساهم بشكل فعال في إيصال جهود ونشاطات المديرية العامة للأمن الوطني وبياناتها الصحفية إلى كافة الإعلاميين والمواطنين على حد سواء ، فضلا على حرص إدارة الإعلام والعلاقات العامة على تحديثه بشكل مستمر لمواكبة آخر التطورات الحاصلة في مجال تقنيات المواقع الالكترونية² .

¹ - مقابلة مع السيد، قرياب عمر، ملازم أول لشرطة ، خلية الصحافة والعلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس -بومرداس 2016/03/10.

² - المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة ،مرجع سبق ذكره، ص 25.

المهام:

- * متابعة الرسائل التي ترد عبر البريد الإلكتروني للمديرية العامة للأمن الوطني والتنسيق مع الجهات المختصة للرد أو إبداء الرأي فيها.
- * الاهتمام بآراء المواطنين والاقتراحات المطروحة عبر المنتديات والمدونات الشخصية .
- * نشر استطلاعات الرأي على الصفحة الرئيسية لمعرفة رأي المواطن واتجاهاته حول الخدمات الأمنية التي تقدمها الشرطة.

7- شبكة التواصل الاجتماعي للأمن الوطني:¹

في إطار مواكبة التطور السريع الذي تشهده الانترنت ، بادرت المديرية العامة للأمن الوطني تحت إشراف عناية السيد اللواء المدير العام للأمن الوطني بمناسبة عيد الشرطة الذي يصادف الـ 22 جويلية من كل سنة ، إلى إطلاق صفحة التواصل الاجتماعي الفيسبوك (facebook) عام 2013 وكذا صفحة التويتر للأمن الوطني (Twitter) في سنة 2014 ، وذلك قصد تعزيز سبل التواصل بين جهاز الشرطة وشرائح عريضة من المجتمع خاصة فئة الشباب .

08- مكتب الإصدارات:

لأهمية الكلمة المطبوعة ، عملت إدارة الإعلام والعلاقات العامة على مواصلة المجهودات لإصدار ((مجلة الشرطة)) التي أصبحت تصدر بصفة منتظمة بـ 4 أعداد في السنة . وتضم مجلة الشرطة 120 صفحة متنوعة، بها لا أعمدة قارة وملفات قانونية، إعلامية وعلمية إضافة إلى نقلها المستمر لكافة نشاطات المديرية العامة للأمن الوطني . كما يقوم مكتبي الإصدارات بالإشراف على تصميم الإصدارات المطبوعات الخاصة بالمديرية العامة للأمن الوطني والتي أصبحت في مجال التوعية والوقاية الأمنية.

09- مكتب جناح المعارض:²

يقوم هذا المكتب بتنظيم تظاهرات الأيام الإعلامية على مستوى كافة ولايات الوطن بالتنسيق مع المفتشيات الجهوية ورؤساء أمن الولايات .

¹ - مقابلة مع السيد، بووريجان أمين ، ملازم أول لشرطة ، التابع لخلية الجرائم الإلكترونية بأمن ولاية بومرداس -بومرداس 2016/05/15.

² المديرية العامة للأمن الوطني،مجلة الشرطة، مرجع سبق ذكره، ص 30.

ويهدف جناح المعارض للمديرية العامة للأمن الوطني إلى نشر الثقافة الأمنية بمفهومها الخاص الشامل ، من خلال عرض التقنيات العلمية ومستجداتها من الأجهزة والأدوات ذات الصلة في كشف الجريمة والوقاية منها ، من خلال ما يشهده المواطن وما يتلقاه ويتفاعل معه .

كما يتم استغلال مناسبات الأعياد الوطنية مثل عيدي الاستقلال والشباب والفتح من نوفمبر من الثورة التحريرية المجيدة لتنظيم معارض الأمن الوطني والأيام الإعلامية ، كما يمكن توظيف ذات الآليات بمناسبة فترات العطل الشتوية والربيعية أين يمكن استهداف الطلبة والتلاميذ وأولياء الأمر كما يتم دعوة المختصين في المجال التربوي والتعريف بمجهودات الأمن الوطني في سياق الوقاية الشاملة

المهام :

- * إعداد البرنامج السنوي للأيام الإعلامية .
- * الإشراف على المعارض الأمنية وتطويرها ودعمها.
- * توجيه الدعوات لزيارة المعارض .
- * استقبال الضيوف والزوار في أنشطة الأيام الإعلامية .
- * تنظيم المحاضرات التوعوية في مجال الوقاية والتحسيس .
- * إقامة الاستعراضات الفنية التي تساهم في إبراز مهارات رجال الأمن الوطني في التصدي للجريمة وحفظ النظام .

* تنمية وتوثيق العلاقات العامة مع المجتمع المدني.

* متابعة وتحليل عرض ردود فعل الزوار اتجاه أنشطة المديرية العامة للأمن الوطني ، عن طريق توزيع استمارة ((سبر الآراء)) على زوار المعرض .

إقامة زيارات ميدانية إلى مراكز الطفولة المسعفة ودور العجزة والشيخوخة بالولايات (1).

¹ -المديرية العامة للأمن الوطني،مجلة الشرطة،مرجع سبق ذكره ،ص 33.

إن كل هذه المبادرات ترمي أساسا إلى تعزيز دعائم الاتصال للمديرية العامة للأمن الوطني ومواكبة التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وإضفاء المزيد من الفعالية للمهمة الجوارية لمصالح الأمن الوطني.

وقد تم تجسيدها ميدانيا من قبل إدارة الاتصال والعلاقات العامة للمديرية العامة للأمن الوطني كما أن هذه الدعامات الإعلامية المتطورة كالصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك والتي ستتبع بصفحة أخرى في شبكة تويتر، والموقع الإلكتروني للأمن الوطني، ومنتدى الأمن الوطني، بالإضافة إلى مجلة الشرطة تشكل جميعها آليات حديثة تساهم في نشر الوعي الأمني بين المواطنين والوقاية من كل الآفات الاجتماعية، وتعزز العلاقات الطيبة بين المواطن وشرطته مما يجعله شريك هام في العملية الأمنية.

و الجدير بالذكر في هذا السياق أن جهاز الشرطة تلقى إشادة واعتراف دولي وإقليمي بفضل النتائج الميدانية المحققة وما استحدثه من وسائل تكنولوجية وعلمية رائدة في العمل الأمني بونه مراتب عليا وأصبح مرجعا ومثالا يحتذى به، على غرار حصول المديرية العامة للأمن الوطني للمرة الثانية على التوالي على المرتبة الأولى لأحسن الأفلام التوعوية العربية ولقب الشرطي العربي المتميز أثناء المؤتمر الـ36 لقادة الشرطة والأمن العرب الذي إنعقد بالجزائر يومي 09 و 10 ديسمبر 2012.

إن قوة المؤسسات والأجهزة تتجلى في مدى فعالية خطط عملها والنتائج المتوخاة منها وفي هذا الصدد يمكن القول أن الشرطة الجزائرية خطت خطوات عملاقة في سبيل تقديم أرقى الخدمات الأمنية للمواطن من خلال تفتح جهاز الأمن الوطني على مختلف مع وسائل الإعلام والشرطة الجوارية التي أعطت ثمارها، حيث تعمل المديرية العامة للأمن الوطني على تسطير برنامج سنوي تشرف على تجسيده إدارة الإعلام والعلاقات العامة ويتم من خلاله تنظيم عدة تظاهرات إعلامية عبر كامل التراب الوطني، تعرض فيها مهام الشرطة الجزائرية فضلا عن تقديم الاستعراضات الفنية في مجال مكافحة الجريمة ودور فرق الأنياب ومسالك التربية المرورية وتنشيط المحاضرات والحلقات التوعوية حيث تحظى هذه التظاهرات بإقبال جماهيري متميز من كافة شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب دون إغفال دعم عمل الأسرة الإعلامية من حيث مدها بالمعلومات والبيانات الصحفية، كما أن تجسيد مشروع إذاعة الأمن الوطني قريبا سيكون بمثابة الدعامة الجديدة لتوفير المعلومة للمواطنين وبث البرامج التوعوية من الآفات الاجتماعية.

شكل يبين الهيكل التنظيمي لخلية الاتصال و العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني

خلاصة الفصل الثاني :

على الرغم من أن العلاقات العامة علم حديث ،يعتبره البعض احد العلوم الإنسانية الراقية التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية إلا أن ظهور هذا العلم ارتبط منذ بدايته بالأزمات والمواقف الطارئة ، فالقرارات الهامة التي كانت تتخذها الحكومات والسياسات التي تنتجها والأهداف التي تتطلع إلى تحقيقها للرأي العام ، لتقف عندها وتدعمها.

لذلك عمدت المؤسسات والحكومات إلى استخدام أشخاص مؤهلين قادرين على توجيه الرأي العام وتعبئته لصالح سياساتها خاصة أثناء الأزمات والحروب وهؤلاء الأشخاص هم رواد أنشطة العلاقات العامة.

فلو عدنا إلى الوراء للتعرف على الظروف التي نشأت فيها العلاقات العامة الحديثة لوجدنا أن ظهور الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر أدى إلى تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه، وكنتيجة لذلك ظهرت صناعات ضخمة اجتذبت آلاف العمال وملايين من المستهلكين وظهرت مشاكل في العلاقات بين أصحاب العمل داخل هذه المصانع وكانت الاضطرابات من وقت لآخر احتجاجا على سوء المعاملة والمطالبة بتوفير ظروف أفضل وزاد ضغط الرأي العام لإنصاف العمال وتلبية مطالبهم وظهرت حاجة الإدارة العليا في المؤسسات الصناعية إلى أسلوب جديد تواجه به ثورة الرأي العام و لتتعامل مع الاضطرابات التي قام بها العمال في مواجهة الإدارة وذلك بسبب ظروف العمل السيئة.

هذا الأسلوب الجديد يقوم على وجود حلقة اتصال بين الإدارة العليا والعمال لشرح وجهة نظر المؤسسة فيما يتعلق بسياساتها وإجراءاتها وكسب العمال لصالح المؤسسة، حتى أن **إيفلي** " أبو العلاقات العامة" أرسى مبادئ وقواعد العاقات العامة من خلال إدارته للضرورة حيث أنه في الفترة الأخيرة من القرن التاسع عشر ظهرت حالة من الرواج الاقتصادي صاحبها استغلال العمال وخداع المستهلك من قبل أصحاب الأعمال الاحتكاريين .

وان كانت معالجة الأزمات هي من مسؤولية الإدارة العليا بالدرجة الأولى إلا أن العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني يبقى لها الدور الرئيسي في عمليات التخطيط والتنفيذ والمتابعة لمثل هذه الأزمات.

فقد يشمل دور العلاقات في هذا المجال وضع خطط للطوارئ وحضور الاجتماعات علي كافة المستويات وعقد المؤتمرات الصحفية وتمثيل الشركة أمام وسائل الإعلام .

إلا أن دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني (الشرطة) أهم من ذلك ,حيث يكون التنبؤ بحدوث الأزمة من خلال تسجيل ملاحظات الظواهر وإجراء البحوث والاستقصاءات اللازمة لدراسة الاتجاهات والمواقف والآراء الخاصة بالجمهير الداخلية والخارجية, والتي يمكن من خلالها التنبؤ بحدوث الأزمة وتقوم العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني الجزائري بدور كبير ومهم في هذا المجال للفت نظرا الدوائر المعنية لمعالجة أسباب الأزمة قبل تراكمها وانفجارها، خاصة وأن جهاز الأمن الوطني الجزائري مكلف بحماية الأشخاص و الممتلكات و حماية التراب الوطني من أي تدخل أجنبي مهما كان نوعه لذا وجب عليها إتباع إستراتيجية أمنية شاملة لجميع الجوانب بالاعتماد على مدخل العلاقات العامة في حل الأزمات الأمنية التي تصادفها.

لذا يمكن القول بأن في هذا الفصل تطرقنا إلى دور العلاقات العامة في حال تعرضت المؤسسة لأزمة ما تهدد سمعتها وقدرتها على البقاء، و هذا من خلال التعرف على مهام العلاقات العامة في مراحل الأزمة الثلاث - قبل الأزمة -أثناء الأزمة -بعد الأزمة- حيث تطرقنا إلى أهم الخطط والاستراتيجيات التي تستعملها المؤسسات خاصة منها الأمنية جهاز الأمن الوطني في التقليل من الآثار السلبية للأزمة والتي يمكن إتباعها أثناء إدارة العلاقات العامة للأزمات لهذا يمكن القول بأن العلاقات العامة وقت الأزمات تتسم بـ:

- إن الأزمات تتسم بالمفاجأة والسرعة والتهديد، ويمكن للعلاقات العامة إدارة الأزمات بسهولة في حال اتبعت الخطط الخاصة في التعامل معها.
- إن العلاقات العامة ترتبط ارتباطا وثيقا بإدارة الأزمات؛ من خلال مهامها الرئيسية التخطيط والتنسيق، التنفيذ، الاتصال، التقييم.

- عمل العلاقات العامة في الأزمات لا يقتصر على الوظيفة التصحيحية أو العلاجية وإنما يشمل الوظيفة الوقائية التي ربما تمنع حدوث الأزمة.
- هناك مهمات اتصالية كثيرة تقع على عاتق العلاقات العامة أثناء الأزمة من أهمها الاتصال بوسائل الإعلام الذي يعتبر مهدئا للأوساط المحيطة بالمؤسسة وذلك عن طريق الناطق الصحفي الذي يتولى عملية نقل المعلومات.
- إدارة العلاقات العامة لا تنتهي مهمتها بانتهاء الأزمة، وإنما يتوجب عليها عدة أمور منها تقييم الأزمة الذي يعتبر كمقياس لنجاح العلاقات العامة في إدارة الأزمة خاصة في جهاز الأمن الوطني.

المبحث الأول: تعريف ولاية غرداية.

ولاية غرداية هي قاعدة منطقة بني مزاب ومن أشهر المدن الصحراوية، توجد مدينة غرداية جنوب الأغواط و على الحافة اليسرى من وادي مزاب، وتسمى هذه المنطقة بالشبكة أو بلاد مزاب⁽¹⁾.

قيل أن مدينة غرداية أسست في القرن الحادي عشر، و يحكى أن الشيخ بابا ولد جمعة كان في ليلة من الليالي سائرا في طريقه رأى عن بعد قبسا من نور فاتجه نحوه و إذ به يجد نفسه أمام غار تسكنه امرأة بانفرادها قد اتخذت هذا الغار مقرا لها، فاستأنس الشيخ بابا بالمرأة واستأنست له ثم اتفقا على الزواج فتزوجا و بقيا معا في ذلك الغار فكان الغار نواة لمدينة سميت باسم المرأة و هي داية، فقيل غار داية معناه الغار الذي تسكنه داية.

و مدينة غرداية الآن من أهم المدن التجارية بالوحدات وسوقها من كبرى الأسواق نشاطا اشتهرت غرداية ونواحيها بالمصنوعات الجلدية مثل الأحذية ذات الطابع الصحراوي و المحفوظات و غيرها، و بالمصنوعات الصوفية مثل البرنس و الجلابية ذات الرسوم الهندسية.

و عرف عن أهل غرداية نشاطهم الاقتصادي و تمسكهم بمبادئ الإسلام الحنيف و تضامنهم المتين و تعاونهم على البر والتقوى.

مدينة غرداية من أجمل الأماكن السياحية، فهندسة المدينة وشكلها الخاص، ومسجدها ذو الطابع الأصيل بصومعته المشرفة على كامل المدينة ومتحفها الفلكلوري التقليدي، و غار لالة سهلة (غار داية) و السدود التقليدية والقصر العتيق، والأسوار التاريخية المحيطة بالمدينة كل ذلك كان باعثا على الروح والجمال في نفوس الزائرين، ولا يقل عن ذلك ما يشعر به الزائر عند تنقلاته عبر مدينة غرداية مثل مدينة مليكة المنتصبة على أعالي الصخري، ومدينة بني يزغن ببرجها الجميل بوليلة مدينة نورة ذات الهندسة الجميلة، و العطاف ومتليي، وبريان وقرارة وغير ذلك، إن المدن كلها بما لها من طابع أصيل و مناظر ممتازة تدعو الزائر إلى التقدير والإعجاب.

¹ إبراهيم محمد الساسي العوامر، الصروف في تاريخ الصحراء وسوف، (الجزائر، منشورات تالة، 2007)، ص 37

و أهل هذه المنطقة هم المزابيون الذين نزحوا إلى جنوب ورقلة في بادئ الأمر عندما انتهت الدولة الرستمية التي حلت محلها الدولة الفاطمية، ثم انتقلوا نهائيا من جنوبي ورقلة إلى الشبكة، موطنهم الحالي حيث شرعوا يؤسسون مدنهم المذكورة أنفا.

فإلى المزابين يرجع الفضل في عمران هذه المنطقة و نشر العلم و الحضارة في ربوعها و بعث الحياة لاقتصادية في أرجائها.

أ- الموقع:

تقع بلدية غرداية شمال صحراء الجزائر، و مقر الولاية مدينة غرداية تبعد ب 600 كلم جنوب الجزائر العاصمة، مساحتها الإجمالية تقدر ب 86105 كلم²، امتدادها من الشمال إلى الجنوب 450 كلم، ومن الشرق إلى الغرب من 200 إلى 250 كلم ترتفع عن مستوى سطح البحر بـ 486 م، تحد ولاية غرداية كل من: ولاية الجلفة و ولاية الأغواط شمالا، ولاية البيض و ولاية أدرار غربا، ولاية ورقلة شرقا و ولاية تمنراست جنوبا و تبعد مدينة غرداية عاصمة ولاية غرداية ب 200 كلم عن عاصمة ولاية الأغواط، و 200 كلم عن عاصمة ولاية ورقلة، و 840 كلم عن عاصمة ولاية أدرار و بـ 1400 كلم عن عاصمة ولاية تمنراست و يعبرها الطريق الوطني رقم 1 الرابط العاصمة الجزائرية بالجنوب الكبير الساحر.⁽¹⁾

ب- المناخ:

كون الولاية واقعة في مناطق صحراوية، فإن مناخ المنطقة صحراوي جاف، المدى الحراري واسع بين النهار والليل، بين الشتاء و الصيف، تتراوح درجة الحرارة شتاء بين 1 إلى 25 درجة، بين 18 إلى 48 درجة صيفا، يعتدل الجو في فصلي الربيع و الخريف، تصفو السماء في غالب أيام السنة، معدل سقوط الأمطار بالولاية حوالي 60 ملم سنويا غالبا في فصل الشتاء كما تهب على المنطقة رياح شمالية غربية باردة في الشتاء و جنوبية غربية محملة بالرمال في الربيع و في الصيف جنوبية حارة تعرف بالسيروكو.

¹ - www.wilaya deghardaia.dz، موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/01/01.

ج - السكان:

قدر عدد سكان ولاية غرداية سنة 2008 بـ 93423 نسمة.

يمتد تعمير هذه المنطقة إلى آلاف السنين والدليل على ذلك تلك النقوش البربرية على الصخور والتي تعود إلى 3 آلاف سنة قبل الميلاد وقد شهدت المنطقة قيام الكثير من القرى والقصور السكنية للقبائل الأمازيغية المعروفون باسم آت ميزاب و كذلك يسكنها العديد من القبائل العربية .

كما تطور النمو الديموغرافي للمنطقة بعد سقوط الدولة الرستمية وتخريب مدينة سدراثة حيث اعتنق سكانها للمذهب الاباضي المعتدل الذي أضاف للمنطقة إنعاشا علميا وشهدت المنطقة نزوحا بفعل الأمراض للبدو الرحل من القبائل العربية على المذهب المالكي فهم المذابيح و بني مرزوق و الشعامبة الذين قدموا من القطاع الوهراني ومن مختلف أنحاء الصحراء الجزائرية وعاشوا حياة بدوية ثم استقر معظمهم في قصر متليلي وفي القرن السابع عشر الميلادي كثر عددهم فرحل قسم منهم لتأسيس مدينة المنبوعة فسموا بشعامبة موادحي أما هؤلاء الذين بقوا في متليلي فقد سموا بشعامبة برزقة.

د - الآثار والمعالم:

و موحدة في شكلها متجانسة في ألوانها وهي كالتالي:

قصر العطف تأسس سنة 1012 م

قصر بنورة سنة 1046 م

قصر غرداية سنة 1053 م

قصر بني يزقن سنة 1353 من

قصر مليكة سنة 1355 م

قصر القرارة سنة 1630 م (يبعد عن مقر الولاية بحوالي 110 كلم)

قصر بريان سنة 1690م (يبعد عن مقر الولاية بحوالي 40 كلم)

كما تتميز الولاية بالعديد من المعالم الدينية من مساجد، ومصليات تقام فيها شعائر دينية موسمية، زيادة على تفرد المساكن التقليدية بهذه الولاية، كما يتفرد القصور بتوفرها على فضاءات واسعة للمبادلات التجارية والتي تعتبر مركزا للحياة الحضارية، تعرف قصور ولاية غرداية بنظام خاص لتوزيع المياه على الواحات الغناء، التي يستفاد منها للاستجمام صيفا، زيادة بالتمتع بثمارها.

ه- الصناعات التقليدية:

تعتبر زربية غرداية من أهم الصناعات التقليدية التي تلقى رواجاً كبيراً، زيادة على الألبسة الصوفية كالغندورة كما تشتهر الولاية بالنقش على النحاس والخشب و صناعة الجلود و الفخار و التحف الفنية.

تشكل مدينة غرداية قطبا متميزا يزخر بتراث ثقافي و حضاري و بأنظمة عرفية متميزة تشكل طابعا لنموذج حياة فريد من نوعه على مستوى العالم، فالقصور المترامية الأطراف على مستوى إقليم الولاية بداية من قصر بريان شمال الولاية إلى القصر القديم بمنطقة المنيعه، تجعل الزائر يقف منبهرا أمام هذا الرصيد الحضاري الهائل الذي بدأ في استعادة مكانته بعد تراجعها بسبب الأزمة الأمنية التي مرت به.

إن ما يميز مدينة غرداية في جانبها السياحي عن بقية المناطق الأخرى، تكمن في أن الزائر والمستكشف للمدينة التاريخية يقف على قيم وأنظمة عرفية، وأساليب عيش لازالت قائمة منذ قرون من الزمن، إذ يلتبسها ميدانيا عند تجوله بأزقة قصورها العتيقة، وليس بالوقوف فقط على أطلال وبقايا حضارة تروى على الألسن وهو حال معظم المناطق الأثرية في الأماكن الأخرى، هذه الميزة المذكورة جعلت من المنطقة قبلة بارزة لكل السياح: الوطنيين والأجانب، من كل أقطار المعمورة من بينهم أسماء لامعة من مفكرين ومهندسين، فكتبوا ودونوا بعدها عن مدينة غرداية في أعمالهم الأدبية والعلمية.

كما أن الحديث عن موضوع السياحة بمدينة غرداية يدفعنا للحديث عن مختلف أنواع السياحة، حيث توفر المدينة بالإضافة إلى السياحة الترفيهية، السياحة الطبية الاستشفائية، أين تتوفر بالمدينة عدة مؤسسات إستشفائية خاصة بكوادر طبية وطنية وأجنبية متميزة، جعلت الآلاف من المواطنين من 14 ولاية يتوجهون لإجراء الفحوصات ومتابعة الإجراءات الطبية باعتبارها مركز استشفائي متميز⁽¹⁾.

بالإضافة إلى الحمامات المعدنية المتوفرة بالولاية حيث تستقبل دائرة زلفانة المعروفة بحماماتها ومياهها العلاجية، أعداد كبيرة من المواطنين من مختلف جهات الوطن وتقدر الإحصائيات أعداد

¹ يوسف بن بكير الحاج سعيد، تاريخ بني ميزاب، دراسة إجتماعية و إقتصادية و سياسية (الجزائر: مطبعة الجيش، 2007)، ص37

المواطنين المتوجهين لولاية غرداية لغرض العلاج — 16 ألف شخص يدخلون الولاية كل أسبوعين، في انتظار دعم هذا الجانب — 4 مؤسسات إستشفائية خاصة جديدة هي في قيد الإنجاز.

وقد ساهم النشاط والحركية الاقتصادية التي تعرفها الولاية باستقطاب الكثير من المواطنين من الولايات المجاورة الذين يقصدون الولاية لشراء المستلزمات والسلع من مدينة غرداية المعروفة بنشاطها التجاري الذي يزاوله أبناءها بتفان وجدية جعلت الزائر للمدينة يشده حسن الاستقبال ونوعية السلع المعروضة إضافة إلى توفر أنواع مختلفة من المعروضات ما يعطي للزبون حرية الاختيار، كل هذه المميزات جعلت المدينة قطبا اقتصاديا بارزا على المستوى الجهوي، مما ساهم بشكل كبير في استقطاب الزوار للمدينة واكتشاف سحرها والاستفادة من الخدمات التي تقدمها على مختلف المستويات.

أما بالنسبة للسياحة الثقافية فمدينة غرداية مدينة تاريخية حضارية، تتوزع على إقليمها قصور عريقة موحدة ومتجانسة، وضاربة في جذور التاريخ يعود البعض منها إلى أكثر من عشرة قرون، وتتميز مدينة غرداية بنظامها العرفي الأصيل الذي يعتبر النواة الأساسية الحافظة للقيم الحضارية للمجتمع منذ قرون من الزمن، كما تتميز بفن معماري فريد من نوعه على مستوى العالم، ما دفع بالكثير من المهندسين العالميين إلى التوجه إليها وزيارتها واكتشافها عن قرب، وقد أصبحت ولاية غرداية بنمط قصورها الهندسي الفريد من نوعه، مدرسة في فن العمارة يزورها الآلاف من الأساتذة والطلبة الجامعيين المتخصصين في الهندسة المعمارية من مختلف ولايات الوطن وحتى من خارجه، على غرار زيارة أساتذة وطلبة جامعات ألمانيا العام الفارط.

مدينة غرداية قبلة السفراء والدبلوماسيين الأجانب.

ولا دليل أكبر على القيمة الكبيرة لهذه المدينة التاريخية من الزيارات الرسمية والدبلوماسية، التي زارت المدينة وقصورها واستمعت لشروحات حول نظامها العرفي، فحسب المرشد السياحي سليمان فخار المسؤول بجمعية الترشيد السياحي لقصر غرداية، فإنه قد أطر شخصيا زيارات لسفراء دول مختلفة مثل: الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، بلجيكا، المكسيك، الأرجنتين، كوريا الجنوبية، الصين، ماليزيا، كما تم في وقت سابق زيارة جماعية مشتركة، ضمت أبناء وعائلات عدة سفراء معتمدين بالجزائر، لاكتشاف سحر المدينة والتعرف على الثقافة المحلية التقليدية، التي لازالت محفوظة وصامدة في وجه التحديات على مختلف مستوياتها.

وقد زارت منظمات عالمية غرداية على غرار مفوضين سامين من هيئة الأمم المتحدة و مسؤولين بمنظمة التغذية العالمية، والمديرة العامة لمنظمة اليونسكو الحالية ايرينا بوكوفا irinabokoval، التي حلت شخصيا بالمدينة عام 2012، وجابت مختلف القصور التاريخية واكتشفت المنطقة عن قرب، وكما هو معلوم فإن منطقة غرداية ومعالمها السياحية المتعددة من قصور ومساجد ومعالم دينية مختلفة تم تصنيفها عالميا من قبل منظمة اليونسكو.⁽¹⁾

سياح وطنيون وأجانب تدخلوا لإنقاذ غرداية

شهدت ولاية غرداية أحداث عنف واضطرابات أمنية، تطورت مع مرور الزمن لتشتد ضراوة ودموية، واتسعت دائرة العنف والتخريب بشكل كبير أدخل الولاية في حالة انعدام للأمن، ما أثر بشكل كبير على جميع النشاطات الحيوية بما فيها النشاط السياحي، مما أدى إلى إلغاء عدة سياح وطنيين وأجانب برامج زيارتهم للمدينة كما اعتادوا منذ سنوات طويلة، خصوصا مع نشر بيانات تحذيرية من عدة دول أوروبية، تحذر فيها رعاياها السياح من التوجه للمدينة كونها تمر بظروف عصبية يطبعها انعدام الأمن.

فلم تسلم المعالم التاريخية المتعددة المتواجدة بمدينة غرداية التاريخية، من أحداث العنف والتخريب التي كانت تمر بها الولاية، وقد كان للأزمة الأمنية التي مرت بها الولاية آثار سلبية ليس على الولاية فحسب، بل على المناطق المجاورة والجنوب الجزائري كافة، على اعتبار الولاية قطب اقتصادي وسياحي وطبي يستقطب مواطني المناطق المجاورة.

وهذه ليست المرة الأولى التي تشهد غرداية أعمال عنف طائفية بين العرب والإباضيين، حيث وقعت أعمال عنف عام 1985، و في عام 1989 ثم في عام 1990 و في عام 2008 في منطقة بريان القريبة من غرداية، ووقعت أعمال العنف الأخيرة في عاصمة إقليم غرداية الذي يضم 9 مدن صغيرة 1.

¹ إبراهيم فمغار، "ولاية غرداية قطب سياحي متميز نكسته الأزمة واستعادته جهود السلطات" <http://www.djanoubnews.com/> موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/04/29

فالاباضية تعتبر احد المذاهب الإسلامية ويؤمن أهلها بأنه "مذهب الحق والاستقامة"، سمي هذا المذهب بالاباضية نسبة إلى عبد الله ابن اباض التميمي والمؤسس الحقيقي للمذهب هو جابر بن زيد التابعي الجليل وتنتشر الاباضية في سلطنة عمان حيث يمثلون %75 من العمانيين وينتشر أيضا في جبل نفوسة وفي زوارة في ليبيا و وادي مزاب في الجزائر و جربة في تونس وبعض المناطق في شمال أفريقيا⁽¹⁾.

تاريخ وجود الاباضية في جنوب الجزائر يعود إلى ما لا يقل عن 11 قرنا حيث انتقل الإباضيون مباشرة بعد سقوط الدولة الرستمية التي كانت تدين بالفكر الاباضي إلى الجنوب الجزائري حيث أسسوا قرى صغيرة في ورجلان (ورقلة حاليا) و قرى واد ميزاب التاريخية السبعة و هي غرداية القرارة بريان بنورة مليكة و العطف و بن يزقن.

أما المذهب المالكي، نسبة للإمام مالك ابن أنس، يعتبر أحد المذاهب السنية الأربعة، و الذي يتبنى الآراء الفقهية لمالك بن أنس، تبلور مذهباً واضحاً ومستقلاً في القرن الثاني الهجري أهم أفكاره الاهتمام بعمل أهل المدينة، و عدم جواز الخروج على الحاكم الظالم الجائر توسعت قاعدة المذهب المالكي في الحجاز و المدينة المنورة، و انتشر سريعاً في شمال إفريقيا و هو المذهب الغالب في المغرب العربي حيث يبلغ عدد أتباعه في العالم أكثر من 150 مليون تقريباً.⁽²⁾

و كانت بداية وجود القبائل العربية التي استقرت في البادية القريبة من مدن الإباضيين بدأت الصدامات بين العرب السنة المالكيين و الإباضيين و الأمازيغ، و أسس العرب في منطقة متليلي أول بلدة للعرب، و انتهت كل المعارك بين الفريقين بالصلح حيث توجد وثائق تاريخية تؤكد الصلح بين الفريقين.

في القرن الخامس عشر انتشرت في المنطقة 4 قبائل عربية أهمها قبيلة الشعانية و هي أكبر قبيلة عربية في منطقة الصحراء، قبيلة سعيد، قبيلة المخادمة و قبيلة المزابيح.

يقول بن الشيخ العربي مصطفى، أستاذ التاريخ بجامعة الجزائر و هو من المتخصصين في الأقليات بشمال إفريقيا (أن الصدامات بين العرب و الإباضيين الأمازيغ بدأت قبل 4 قرون تقريباً في سنة

1- <http://www.al-sharq.com/news/details/220797> -1موقع إطلع عليه بتاريخ 2016 /03/16

²- فتان صبرينة: "صلاحيات الوالي في مجال الامن و الحفاظ على النظام العام"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون - فرع الدولة و المؤسسات العمومية - (جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2012-2013)، ص 57

1722 بين قبيلة الشعانبة و الإباضيين، و في كل 40 أو 50 سنة كانت تقع معارك بين العرب و الأمازيغ في منطقة واد مزاب أو بلاد الشبكة.”

و تعتبر أحداث غرداية هي نتيجة حتمية لكم الكبير و الحجم الضخم من المشاكل الاجتماعية التي تصبغها النكهة الدينية الذي أصبحت تعاني منه الجزائر خصوصا مع دخول قنوات إعلامية جزائرية كبيرة الخط في دعم هذا المشروع و دخول وسائل التواصل الاجتماعي نفس الحيز عن طريق زرع الفكر المتطرف في أوساط الشباب لإبعاده عن واجباته الوطنية، هذه القنوات تدعمها بالتأكيد أيادي داخلية و خارجية هدفها تمزيق اللحمة الوطنية و إغراق الجزائر في بركان دم و تقسيم البلاد لمصلحة كيانات معادية .

فتعددت الأحداث و تنوعت و تعقدت الأوضاع، فلا يكاد المتتبع لأحداث غرداية أن يعرف ما هي الأسباب الحقيقية لازمة غرداية، إذ أصبح الجميع في حيرة لما للسرعة و التغييرات المتلاحقة من تأثير على ما يصدره المرء من حكم أو يتبناه من رأي، خاصة لما لا يكون ملما بكافة المعطيات و لا على اطلاع على الخلفيات، فما هي الأسباب الحقيقية و الخفية لأحداث غرداية؟.

المبحث الثاني: أزمة غرداية الأسباب و التطور.

تعددت الأسباب الهيكلية العميقة التي نرى أنها تقف وراء أحداث أزمة غرداية سواء الاجتماعية-السياسية-الاقتصادية المحلية، وهذا من دون إغفال الأسباب المباشرة وأهم هذه الأسباب نجد ما يلي (1):

أ- أسباب أزمة غرداية:

أولاً: العنف العروشي والقبلي والمذهبي والطائفي:

لا يمكن فهم الأسباب الخفية للصراعات التي طفت على ساحة الأحداث في ولاية غرداية إلا بالرجوع إلى الماضي البعيد والقريب على حدٍ سواء، كون الصراع كان يحدث منذ القديم بين الطوائف وبين الميزابيين والشعانية، كما حاول المستعمر آنذاك استغلاله لإبقاء العصبية و التفرقة حتى يستطيع أن يحكم قبضته على أبناء المنطقة.

كما أنّ المتتبع لتاريخ الجزائر يجد بأن الصراع كان موجوداً حتى بين الميزابيين أنفسهم، بين الصف الشرقي والصف الغربي، وفي فترة من الزمن استعان الصف الشرقي بعرش المذابيح الذين كانوا أساساً من السكان المجاورين للحماية، كما استعان الصف الغربي بالشعانية المجاورين وفي متليي خاصة، ذلك لأنّ لهؤلاء وأولئك دراية في المقارعة بالأسلحة، خلافاً لأهالي ميزاب الذين لم يكونوا من المتقنين لفنون القتال.

ومع تمركز الاستعمار في المنطقة اتخذ من هؤلاء المحاربين كلهم عناصر عزز بهم وجوده واعتمد عليهم للتوغل في أدغال الصحراء والاستيلاء على ما تبقى من الجنوب الجزائري.

كما أن الآثار السلبية والدعايات المغرضة حول الميزابيين وسلوكهم إبان الثورة ومدى مشاركتهم فيها وكذا تعامل الجنود الشعانية المتعاونين مع الحركة الوطنية بعد الاستقلال أثر سلبا على الميزابيين بعد الاستقلال(1).

¹ -جريدة الفجر <http://www.alfadjr.com/ar/special/reportages/68604.htm>، موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/03/16

و مع بسط جبهة التحرير الوطني نفوذها كحزب وحيد، منظرٌ ومسيرٌ وحاكم للبلاد، برز استحواد آخر للمالكين الشعابنة، وإقصاء مقصود للميزابيين و اتهامهم بعدم المشاركة في الكفاح الوطني. وعند إعادة هيكلة الحزب حوالي سنة 1968 برز توجه جديد تقتضيه المرحلة لضم أكبر عدد إلى صف الشعابنة نظرا للأبواب المفتوحة أمام عدد جديد هام سينضم إلى صفوف الحزب، فأضحى التكتل على أساس العرب وبني ميزاب، لينضم هكذا كل من بني مرزوق و المزابيح إلى الشعابنة ليكونوا كتلة أكثر عددا لمواجهة العدد الذي قد يلتحق بالحزب من غيرهم، وذلك دوما للتصدي لهم واستعدادا للترشيحات وغيرها.

لقد كان من بين أهداف السلطة آنذاك هو السيطرة على هياكل الحزب ومن ثم التحكم في الترشح لمختلف المجالس والهيئات، وبالفعل لم يسمح بالترشح للأقلية من المناضلين الميزابيين إلا لمن هو ضعيف نوعا ما أو لا يحرك ساكنا، أو من الأتباع وكل عنصر حيوي له مقدرة وجرأة على منافسة المسؤولين آنذاك وبخاصة في الحزب، كان مصيره الإقصاء تحت أي ذريعة ولأنفه الأسباب. ولقد كانت الهياكل الحزبية تحرص في تشكيل القوائم المقدمة للانتخاب على إقحام كل من تتأكد منه أن سيكون أداة طيعة لقضاء المآرب عند تسلّمه المهام بعد الفوز في الاستحقاق.

إنّ هذه التصرفات من طرف المسؤولين في الحزب كانت ولمدة طويلة عدائية تجاه من يشتم فيه نشاط أو جرأة في طرح القضايا الحساسة، فلم يسمح لأي من الميزابيين بالإشراف على منظمة من المنظمات الجماهيرية التابعة للحزب.

وإذا ما أضفنا إلى ذلك التوجه الرسمي آنذاك للدولة والحزب وهو الاشتراكية أو النزعة التقدمية كما كانت تدعى، فإننا نفهم مدى الاتهامات التي رمى بها المستحوذون العرب المالكين على زمام الأمور على حساب الميزابيين، كما إنهم كانوا ينعنونهم بالرجعيين و بالبرجوازيين و الرأسماليين لما كان يشاع عنهم أنهم غير راضين بالاشتراكية لأنها مقتبسة من الأنظمة الشيوعية التي تحارب الذين أساسا، ذلك لأن لهم أملاكا و أنّ لهم من الحركات التجارية و الخدماتية الكثير، على عكس المالكين الذين كانوا حقا في بداية الاستقلال أقل منهم يسرا و لا يتم إقصاءهم من الحزب و لا من المناصب.

² عبد الوهاب بن الشيخ عبد الرحمن بكلي، "فتنة غرداية"، <http://www.ayanemzabghardaia.org> موقع اطلع عليه بتاريخ بتاريخ

و بقيت هذه الصراعات والتحالفات تعرف تشكيلا تلو الآخر، تبعا للمصالح و الظروف و الملابسات السياسية منذ الاستقلال إلى غاية استحداث ولاية غرداية سنة 1984 .

عند إنشاء الولاية سنة 1984 و قدوم عدد هام من الموظفين و الإطارات إليها من باقي مناطق القطر الجزائري، تطور التكتل ليصبح على أساس مالكي و إياضي ليقوى الصفّ الأوّل بالوافدين لأنهم ليسوا إلاّ من المالكية، و يتمّ حصر الصف الثاني في الإباضية و هم نفس الميزابيين.

كما امتدت هذه التصرفات حتّى إلى مجال الاستثمار و العقار حيث تمتع الوافدون من خارج الولاية بتسهيلات في حين تعثرت الملفات التي قدّمها القاطنون نظرا للتعقيدات البيروقراطية التي يتعرضون لها من طرف المصالح الإدارية و التقنية، و هذا من شأنه كذلك المساهمة في الإحباط و تعميق الشعور بالاستخفاف و الاحتقار.⁽¹⁾

إلى جانب كلّ هذه التصرفات و تداعياتها برزت فكرة التوازن بين الطائفتين كأسلوب جديد حاول بعض المسؤولين اعتماده للعدل بينهما حسب زعمهم، لكن تصرفاتهم أفصحت عن ضعفهم في مواجهة الحقائق و اتخاذ ذلك ذريعة فقط، فكم من أخطاء ارتكبت باسم هذه التوازنات في قضايا متعددة إذ تعطى الأفضلية لطرف دون آخر فيغدو طرف ما ضحية.

و مع التعددية و التفتح السياسي تطور السلوك الشباني، ففكر بعضهم في الانخراط في كلّ حركة يمكن أن تكون مناوئة للتيار المنحاز إلى الحكم، سواء الإسلامي المعتدل آنذاك، إذ كان الأقرب إلى ميولهم و تربيتهم الأصيلة، أو البربري الذي يمكن أن ينفردوا فيه بالتواجد، لا يراحمهم فيه إخوانهم المتساكنون رغم الأفكار و الميول اللاتكوية التي يتبناها هذا الاتجاه، و التي تعبّر عن اعتقادات و نظريات إخوانهم القبائل، و المعروفة بالعداء عند المتطرفين منهم لكلّ ما هو إسلام أو عروبة على الخصوص.

من جهة أخرى حاول بعض المسؤولين المحليين استغلال هذه الظاهرة الاستكارية لدى الشباب و خاصّة أولئك الذين يعتبرون أنفسهم مهمشين بفعل اقترافهم لبعض المخالفات أو خروجهم عن طاعة أعيانهم، فشجعوا انضواءهم ضمن جمعيات متعددة و الأحياء و النشاطات المختلفة، فأضحت هذه الواجهات تستغل لدعوتهم لحضور اجتماعات و المساهمة في عمليات، تستهدف هذه السلطات من

¹- أبو بكر صالح، عضو مجلس أعيان قصر القرارة" في حوار مع جريدة جنوب نيوز"
http://www.ghardaijanews.com/features/item/ موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/03/17

وراءها إضعاف جانب الأعيان و الوجهاء من جهة، و بلوغ مآربها و محاولة السيطرة على الأوضاع حسب زعمها من جهة أخرى.

لقد كانت لهذه المبادرات نتائج سلبية على المجتمع إذ أصبحت هذه العناصر الغير خاضعة لأعيانها و الطيبة لهؤلاء المسؤولين طبعا، تشعر بقوة متنامية تعند بها لتتطاول على أعيانها، و تقوم بأعمال لا

يرضون عنها، إن لم نقل إنها استفزازية و متحدية للتوجه العام الهادئ و الهادف لعقلائهم⁽¹⁾. بحيث برز في الواقع جيل جديد من الشباب الذي تبنى أفكار جديدة اكتسبت و تولدت بالاحتكاك خارج هذا النظام التقليدي، أين تطور هذا الأمر إلى مرحلة بدأ فيها الانفصال بين المؤسسة الدينية و الاجتماعية التقليدية و بين الجيل الجديد.

فالنظام التقليدي لم يعد له تأثير كبير في وسط ألبانني لتراجع مدلوله واندثار مصداقيته بعدما كانت في السابق تعتبر قوة كبير داخل المجتمع الاباضي ما أثر سلبا على مكانة و دورها في المجتمع مما جعل بهم يدقون ناقوس الخطر على نظامهم التقليدي، بحيث أحداث العنف التي عرفتها المنطقة كان دور الشيوخ و الأعيان كمتفرج لا يحرك ساكنا من أجل تهدئة الشباب المتهور، أين سمحت كل هذه الظروف بالإضافة إلى فسح المجال أمام الأحزاب المعارضة التي استغلت الوضع في انتشار أفكار تحريضية بهدف زرع الفتنة.

فمن يرجع للتاريخ الجزائري فإنه يري بأن العنف العروشي، القبلي، العشائري، المذهبي، الطائفي، العرقي، اللغوي و السياسي ليس حالة خاصة بالمدن التي تقطن فيها عروش المزابيين الإباضية مع عروش العرب المالكية، بل هي حالة جزائرية عامة⁽²⁾.

من جهة أخرى، فإن جزءا هاما من العنف المجتمعي القائم في غرداية يُفسر أيضا بعملية التحول الجارية منذ عقود و المتعلقة بعملية التحديث المضطربة و التي من أهم ديناميكياتها و مظاهرها انتقال

¹ - عبدالوهاب بن الشيخ عبدالرحمن بكلي، مرجع سبق ذكره

² - قاسم الحاج، "مدخل إلى تحليل نسقي شامل للآزمة القرارية في غرداية" [url=http://www.darisni.com/t3821-topic] موقع اطع عليه بتاريخ 2016/03/7

السكان من الأرياف إلى المدن، منه بروز تناقضات سيرورة "ترييف المدن"، وما ينتج عن سيرورة تزايد الإقبال على التعليم واقتناء لوسائل الإعلام و الاتصال التي تمكن من الاطلاع على مستويات العيش خارج الحدود، منه تزايد حالة تسييس فئات مهمشة واسعة و تنامي المطالب الحقوقية و التنموية لمختلف

الفئات كالشباب و النساء مثلا⁽¹⁾.

ثانيا: فشل السياسة العامة المحلية.

يعتبر سكان مدينة غرداية بما فيهم الإباضيون و المالكيون هم أكثر تفتحا و انسجاما، حيث بالرغم من الحساسية الطاغية الموجودة بين هاتين الفئتين إلا أنها في هذه المدينة تجاوزت هذه العقدة القديمة، دين و عرق، حيث أضحت تتعايش فيما بينها، كل واحد منهم إلى جانب الأخر، تزاور العائلات فيما بينها تبادل التجاري، إلى حد المصاهرة.

كما أن مدينة غرداية تأثرت بالتطورات السياسية عكس ما كانت عليه في السابق، بحيث لعبت الظروف السياسية و الاقتصادية في غير صالح المؤسسة التقليدية الحاكمة التي كانت تحكم أو امره وتنظم أموره وتدير شؤونه بأحكام و تعزز سلطتها الأبوية على المجتمع الاباضي بمختلف مستوياتها الآليات صناعة القرار في غرداية، سواء تعلق الأمر بمجلس الأعيان أو بمجلس العزابة أو بمجلس العشائر في تسيير النظام التربوي و نظام الفتوى و التكافل الاجتماعي و الزواج و الطلاق و تنظيم العلاقات الداخلية و وضع آليات التعايش مع باقي الأطياف الاجتماعية و الهيئات الرسمية⁽²⁾.

¹ - <http://www.radiosawa.com/content/algeria-ghardaia-confrontations-amazigh-arab/274949.html>

موقع اطلع عليه بتاريخ 20/04/2016.

2- عبد الوهاب بن الشيخ عبد الرحمن بكلي، مرجع سبق ذكره

كما وجدت الجمعيات في المجالات المفتوحة لها فرصا سامحة للعمل والتحرك وابتغاء الزعامة فكان لكل ذلك آثارا توحى ظاهريا بتواجد مجتمع مدني بممثلين جدد، لكنه في خاتمة المطاف نجد تضاربا وصراعا عقيما يضعف كيان المجتمع ويفرقه شيعا وطوائف بحيث تضع المصلحة العامة وتتبعثر الجهود فيتسلل كل من له نوايا غير حميدة إلى الصفوف، يستغل الصراعات والتطاحنات ليكثر من الفوائد ويحقق المزيد من المنافع .

هذا ولقد كان بين المسؤولين الذين تعاقبوا على المنطقة من فكر كذلك في إضعاف سلطة الهيئات العرفية من أعيان ومجالس مختلفة لكي يتمكن من بسط نفوذه وفرض آرائه وتطبيق القوانين حسب زعمه، ظنا منه وخطأ أن مثل هذه الهيئات تشكل عائقا دون ما يصبو إليه ويطمح إلى تحقيقه². كما أن المنظومة التربوية والإعلامية والاقتصادية والعمرانية والإسكانية والسياسية والإدارية لم تلعب دورا هاما في تحضير المجتمع الجزائري الغرداوي و هذا بنقله من الحالة القديمة العنيفة إلى الحالة الحديثة المعولمة، أما على المستوى السياسي و الحزبي هناك أزمة في بناء دولة الجميع باعتبارها خيرا مشتركا لجميع الجزائريين، كما أن البناء الديمقراطي الجزائري لا يزال هشا، و هذا برغم مرور أزيد من ثلاث عقود من بداية الانتقال المؤسساتي و القيمي نحو النظام السياسي الديمقراطي التعددي.

ثالثا: استمرار حالة التعارض بين حالتي التقسيم العروشي والجهوي للعمل والتقسيم الوظيفي للعمل.

ففي ظل غياب خطة تنموية تصنعية مندمجة في المجتمع الغرداوي، فإن فئات من الشباب المحلي لا تجد استجابة لمطالبها في الشغل فإنها تلجأ إلى تفريغ مكبوتاتهم المتراكمة عبر ممارسة دورية لعنف طائفي، عروشي من جراء معاناتهم من وضعية الانتظار و التسول للرعايا الحكومية التي لا تأتي أو تأتي شحيحة و إقصائية، بطيئة، انتقائية و مناسباتية انتخابية⁽¹⁾.

فكم من أخطاء ارتكبت باسم التوازنات في قضايا متعددة إذ تعطى الأفضلية لطرف دون آخر فيغدو طرف ما ضحية، و أمام الحرج الذي يجدون أنفسهم فيه فإنهم كثير ما يلجؤون إلى استبعاد كلا الطرفين ليستجدوا بأشخاص من خارج الولاية باعتبارهم عناصر محايدة فتكون الانعكاسات سلبية

¹ - أحمد عزيز / الأناضول "أحداث غرداية بالجزائر نزاع طائفي تعود جذوره لأكثر من أربعة قرون -" <http://ar.haberler.com/arabic/>

news-400316 / موقع اطلع عليه بتاريخ 2016 /05/01

على الطرفين، وهذا ما عمق الشعور بالغبن وأدى بالطموحين لاعتلاء المسؤوليات إلى نوع من السخط على المسؤولين المحليين.

ولقد ظهر ذلك جليا في إسناد الكثير من المناصب إلى غير أبناء الولاية بدعوى ضرورة ضمان الحياد داخل المصالح، واستبعاد المحاباة والانحياز الذي يمكن أن يطغى على أبناء المنطقة عموما، فأبعدت عناصر كفاءة كانت ترى في الفرص المتاحة مناسبة للحاق بالوظائف المتوفرة محليا، مما زاد من غضب الشباب بل وفسروه كمحاولة لجلب أفراد يكونون منفذين لمراميمهم، وأدوات طيعة في أيديهم لقضاء مآربهم أو الاستفادة من امتيازات، قد يندد بها أبناء المنطقة نظرا لمعرفتهم الدقيقة بالأوضاع بحيث لا يمكن لأي كان أن يمررها دون افتضاح⁽¹⁾.

إن كل تصرفات الشباب التي دفعتهم إلى اعتماد أسلوب العنف في ردود أفعالهم أمام ما اعتبروه احتقارا مفضوحا في توزيع مناصب العمل و اعتلاء المسؤوليات وهو ما ظهر جليا بمناسبة أحداث غرداية الأخيرة.

كما أن السلوكات الجديدة التي تتسم بالعنف وتخريب الممتلكات العمومية، مما لم نعهذه سابقا في المنطقة، فمردّها إلى الاقتباس مما جرى في مناطق أخرى من الوطن و مواقف السلطة المترددة منها، إذ بذلك رسخت الاعتقاد أنها الطريقة المثلى لانتزاع حق أو الحصول على تنازل أو إسماع صوت أو إخضاع مسؤول أو حتى خلع أو تحويله.

منه فلا يمكن لسكان مدينة غرداية، في ظل هذا الانتقال الحديث المشوه و المشوش و القلق و المتأزم، إلا أن يعوا مسؤولياتهم في ضرورة بناء حالة سلامية حضارية مستدامة محليا ووطنيا.

رابعا:التغطية الإعلامية الوطنية و الدولية غير المهنية والمتحيزة لأحداث غرداية:

من خلال تتبع أحداث غرداية من خلال وسائل الإعلام المختلفة يتضح للقارئ جليا تعمد فئة من المراسلين و الصحفيين و الصحف اليومية الخاصة و القنوات الخاصة الجزائرية و الأجنبية في توظيف أحداث غرداية لزيادة المبيعات و المقروئية على حساب المهنية، الاحترافية، الموضوعية و الحيادية، ما يزيد حدة العنف اشتعالا و الأحقاد و الرغبة في الانتقام وحشية و راديكالية، منه افتقار جل القائمين و العاملين في المنظومة الصحفية الوطنية إلى الالتزام الصارم بأخلاقيات المهنة.

1- عبد الوهاب بن الشيخ عبد الرحمن بكلي، مرجع سبق ذكره

كما لعبت شبكات التواصل الاجتماعي و منظومة الاتصال الهاتفي الرقمية باستغلالها من طرف فئات مختلفة من الشباب و أصحاب المصالح بهدف نشر الإشاعات و الأخبار الكاذبة و الملفقة و المضخمة و المضللة التي لا تتجاوز في حق الإنسان و الوطن و الذين و المؤسسات فتجرح وتسب و تقذف و تتلاسن و تتلاعن، بينما تنتشر الأفكار و الاتجاهات الإيديولوجية الدينية و العرقية و القبلية و الحزبية المتعصبة التي تعتمد التخوين و التكفير للمخالفين و الخصوم، و لا تتوانى عن انتهاج أسلوب التحريش بين المواطنين على أساس انتماءات طبيعية عادية مشروعة، لقضاء مآرب و نزوات شخصية أو فئوية أو حزبية أو بزناسية مافيوية في ظل تداول تساع رقعة متعاطي المخدرات محليا؛ لذلك تجد الكثير من قادة الأعيان في ولاية غرداية غير قادرة على التحكم في سلوك المنتمين لأعراشها.

طرح آخر يسلم بوجود أيادٍ خفية وراء أحداث غرداية و التي تهدف إلى طمس الحقائق و التشكيك في مصداقية مؤسسات الدولة و إدخال الشك في المواقف و توجيه الحوار إلى ما لا طائل منه⁽¹⁾.

إذا كان تاريخ الجزائر لا يذكر وقوع مثل أحداث منطقة غرداية بهذه الحدة و الجسامة، فهذا لا يعني بأن ما وقع هو مجرد افتعال بل هناك دون شك أسباب أخرى متجذرة تراكمت بفعل الزمن ثم طفت على السطح لترمي بحممها⁽²⁾.

أخيرا نقول كما يقول خبراء اليونسكو، "إن الحروب تبدأ في العقول"، فلنسلحها بالوعي بخطط سماسرة الحروب و الأزمات و الاستحقاقات الانتخابية لإفشلها في المهدي، كما يتعين علينا التأكيد مرة أخرى، أن ظاهرة العرش، القبيلة، العشيرة، الطائفة، الحزب، المذهب، الذين، الوطنية و القومية لم تكن مصدرا للاحتراب لذاتها، و إنما كانت شراة البعض لتعظيم تقاسمهم للسلطة و الثروة وراء كل عنف غير مشروع مدمر للأوطان و الأمم و القبائل و الأديان و العروش معا⁽³⁾.

ب - تطور الأزمة في أحداث غرداية:

¹ - قاسم الشيخ بالحاج، "حقيقة أزمة غرداية و خارطة طريق معالجتها" <http://www.mzabmedia.com/Portal/> موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/04/24.

² - انور رحمانى، <http://sawthor.arablog.org/2015/07/14/> موقع اطلع عليه بتاريخ 2016 /03/16

³ - قاسم الحاج، "مدخل الى تحليل نسقي شامل للأزمة القرارية في غرداية" <http://www.ayanemzabghardaia.org/> موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/05/01

إن تطور أحداث غرداية الأخيرة و بالضبط في مدينة بريان و ما جاورها تعود إلى تاريخ 19 مارس 2008 حيث كانت النقطة الأولى لاندلاع الأحداث، إذ دخلت مدينة بريان، بولاية غرداية، مرحلة جديدة بعد مقتل شخصين وجرح 30 آخرين، منهم 5 من عناصر الشرطة و الدرك، إضافة إلى تخريب عدة منازل ومحلات تجارية، حيث تواصلت الاعتداءات على الأفراد و الممتلكات بشكل أكثر حدة هذه المرة، بعد أن طالعت عمليات التخريب المنازل التي سلمت من قبل و حتى التي تم ترميمها.

إذ أن المنتبغ للأمر لمدينة بريان بولاية غرداية في بدايته أصبح إلى مسرح للمواجهات الدامية، بين الشباب والمراهقين، كل جماعة يقول أفرادها إنهم بصدد الدفاع عن أنفسهم وعائلاتهم وممتلكاتهم بعيدا عن القانون، وعند اشتداد المواجهات تتدخل قوات الشرطة لتفريق المحتجين باستعمال الوسائل القانونية المعمول بها دوليا في مثل هذه الأحداث، وما إن تتوقف المواجهات في شارع حتى تمتد إلى شارع مجاور، بحيث لم يكف المواطنون، طيلة المواجهات، عن الاستجداد بالدرك والشرطة، لوضع حد لحالة الهلع التي أصيب بها على وجه الخصوص الأطفال والنساء.

مما اضطر بوالي غرداية وتحت ضغط تردي الوضع لإعلان حظر التجول، بعد أن تعذر على مصالح الأمن فتح الطريق الوطني رقم واحد، الذي أغلقه المحتجون لأكثر من 6 ساعات في ظرف أقل من 24 ساعة، و اضطرت السلطات بتعزيزات أمنية من سيدي بلعباس وورقلة لتفادي إنزلاقات أخرى لا تحمد عقبها خاصة بعد غلق الطريق الوطني رقم واحد الذي يعد القلب النابض لحركة المرور وقد قررت اللجنة الأمنية للولاية طلب تعزيزات أمنية جديدة وصلت من مختلف ولايات الوطن.

إن تطور الأزمة في أحداث الفتنة في ولاية غرداية و التطورات المتسارعة و الخطيرة التي آلت إليها الأمور، من انتهاك كل المقدسات والمحرمات في الدين و الإنسانية و الوطن، المتمثلة في حرمة النفس و العرض و المال، جعلت الكثير من الجزائريين، من كل الأوساط و الشرائح و المستويات يتساءلون عن حقيقة ما يقع في غرداية، و عن الأسباب و الدواعي وراء هذه الفتنة، و من هي الأطراف التي تقع وراء إشعال نار الفتنة ثم عن السبل الكفيلة للخروج منها و لملمة الأوضاع في هذه المنطقة، التي كانت تمثل رمز التعايش والتسامح و التنوع الحضاري الذي يزخر به هذا الوطن.

فمن هي الأطراف الخفية التي تقف وراء إشعال نار الفتنة في ولاية غرداية و ما هي الأهداف من ورائها ؟

إن المتتبع لأحداث غرداية من خلال الدراسات التي قامت بها جهات مختصة أمنية في محاولة منها فهم التطور السريع و إشعال نار الفتنة في ولاية غرداية نجد بروز ثلاثة أطراف أساسية في إشعال نار الفتنة نذكرها على حسب درجة ضلوعها برغم من اختلاف أهدافها ما يلي:

الطرف الأول: حلقة العزابة لمدينة بريان:

تعريف حلقة العزابة: هي هيئة دينية تتأسس في كل مدينة و قرية من قرى واد ميزاب، تتخذ من المسجد مقرا لها و تأسست هذه الحلقة في واد ميزاب لتعويض قيادة الأمة أو المجتمع بعد سقوط الدولة الرستمية في تيهارت و نزول فلول الاباضية الى الجنوب الجزائري، سدراتة و ورجلان و واد ميزاب، و لحلقة العزابة نظام و تقاليد و منهج خاص يسير عليه يعرف في المراجع و لدى المجتمع الميزابي (سير العزابة)⁽¹⁾

إن سكان مدينة بريان بولاية غرداية بما فيهم الإباضيون و المالكيون هم أكثر تفتحاً و انسجاماً، حيث بالرغم من الحساسية الطاغية الموجودة بين هاتين الفئتين إلا أنها في هذه المدينة تجاوزت هذه العقدة القديمة (دين و عرق) حيث أضحت تتعايش فيما بينها، كل واحد منهم إلى جانب الآخر، تزاور العائلات فيما بينها، تبادل التجاري، إلى حد المصاهرة.⁽²⁾

إن العنصر الثاني البارز عند سكان هذه المدينة (الإباضيون) هو ثورة شبابها الذي يئس من الضغط المفروض عليه من طرف مشايخها (حلقة العزابة) الذين أصبحوا محل شك باحتكارهم للسلطة و تداولها فيما بينهم و كذا التصرف في الأموال كما يشاء لهم، نجم عن هذا الضغط نوع من اللامراعاة و خلق شق كبير فيما بينهم الذين نراهم يسارعون في الانخراط في الأحزاب السياسية. أما الجانب النسوي، هو الآخر تائر من النظام العرفي السائد الذي يضعهن في الدرجة الثانية ضمن مجتمعهم مما زادهن أكثر ميولا في التسييس، راغبات في ذلك التغيير و منحهم بعض الحقوق.

¹ موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/05/15، www.ayanemzabghardaia.org

² موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/05/15، [HPS://alkotb.word.press.com](https://alkotb.word.press.com) -

فكانت هناك هوة كبيرة داخل المجتمع الاباضي ما أثر سلبا على مكانة حلقة العزابة و دورها في المجتمع، مما جعل بهم يدقون ناقوس الخطر على نظامهم و ذوبانه مع مرور الوقت.
إن الحادثة الأولى ببريان بولاية غرداية إن لم تكن مفتعلة نجدها قد أعطت فرصة كبيرة لهذه الحلقة لتدارك الأمر، مما جعلها تسارع لانتهازها بتقمصها دور المنقذ في المجتمع حيث ذهب بها إلى استعمال ودفع شباب هذا المجتمع للثيران و منها يصبح الناطق الرسمي للمطالبة بالحقوق المهذورة لدى مؤسسات الدولة بتضميد الجراح.

هذه المطالبة المعروفة التي شوهدت تتكرس بالميدان تدريجيا كانت آخرها المصالحة التاريخية المعروفة ب 13 نقطة التي عقدت بتاريخ 2009.03.06 تحت رئاسة السيد/ والي الولاية بمقر الولاية من شأنها اتفاق شامل يطلق عليه (ميثاق بريان)⁽¹⁾ رفقة ممثلين عن ستة عشر (16) عرشا من المذهبين الاباضي والمالكي، وبحضور شخصيات وطنية وتاريخية ودينية بوصفها شخصيات " ضامنة هذا الميثاق، الذي يضم عشرة مبادئ لاستمرار التعايش و وقف الإنزلاقات إثر أعمال العنف التي شهدتها المنطقة، بسبب الخلاف العقائدي بين الطائفتين، وقد وصف وزير الداخلية توقيع ذات الميثاق بالحدث التاريخي.

الطرف الثاني: الجانب الشخصي:

من خلال تطور الأحداث بولاية غرداية و بالضبط في مدينة بريان التي دامت سنة كاملة و أكثر، يمكن معرفة بعض الأسماء و الحديث إلى بعض الأشخاص القاطنين بهذه المدينة و أن لها دراية حول كواليس تسيير شؤون الجماعات المحلية البلدية، خاصة منهم التصريحات المسجلة للمدعو/ باسليمان خلدون الذي كشف عن الشخصيات الفاعلة في تسيير شؤون بلدية بريان بعد أن كانت جماعة موحدة تسعى جاهدة في التأثير على حلقة العزابة لاتخاذ قراراتها بخصوص تعيين رئيس البلدية (صاحبة القرار).

حيث سجل قبل نهاية العهدة إلى انقسام هذه المجموعة الموحدة إلى فرق، كل منهم تقمص حزب سياسي ما و كان هذا بعد الخلافات الناجمة عن عدم استفادة البعض منها من الخدمات الموعودة لرئيس البلدية السابق المدعو/ عمر أيوب بعد مساعدتهم له في تولي رئاسة البلدية بتدعيمه ماديا (إعانات مالية)

¹ - مصطفى بامون: "التوقيع على ميثاق يضم 10 مبادئ لاستمرار التعايش ووقف الإنزلاقات" <http://elkhabar.com/quotidien> موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/05/18

هذه الانشقاقات للكتلة الموحدة التي كانت تخدم مصالحهم الشخصية بإبرام صفقات مشبوهة و ضمان كسب الصفقة على مدار السنة لبعض الشخصيات الفاعلة و كل حسب اختصاصه و هذا دون التحير عن كيفية إنجاز أي مشروع يحض به، قلب موازين هذه الكتلة، ما جعل تتقل غير منتظر لمقاليد حكم تسيير بلدية بريان إلى حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية RCD و بتأثير المدعو/ كروشي نور الدين الأب الروحي لشباب بريان .

إن تولى شؤون تسيير البلدية لحزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية RCD شكل خطرا على شخص المدعو/ أيوب عمر، رئيس البلدية للعهد السابقة الذي أصبح فيما بعد عضو بالمجلس الشعبي الولائي، ما فسر عدم رضوخ هذا الأخير إلى إنجاز محضر تسليم المهام، حيث بقي الرئيس الجديد للبلدية المدعو / حجاج نصر الذين غالقا الأبواب في جميع الميادين، تزامن هذا بوقوع الحادثة إن لم تكن مفتعلة فإنها وقعت بين أيادي انتهازية، هندسوا في تماديتها و تطورها إلى أحداث، حيث نجد أن هذه الأشخاص الفعالة في البلدية راحت تناور بين تفعيل حلقة العزابة و كذا مسؤولي الإدارة (السيد والي الولاية و رئيس الدائرة) و الذي كان هدفهم الإطاحة برئيس البلدية المنتخب حجاج نصر الذين الذي سجل عليه مواقفهم ضد قرارات الإدارة و استفزازات من طرف سكان بلدية بريان و هذا بتحريضهم للوقوف ضد كل قرار يصدر من الإدارة المتمثلة في شخص رئيس الدائرة و السيد والي الولاية.

إن هذا الموقف لرئيس البلدية يكون بإملاء و إيعاز صادر عن حلقة العزابة لتأزيم الأمر أكثر حتى تتدخل في الوقت المناسب، كانت هي الأخرى تتلقى هذه الأفكار من عند الشخصيات الفعالة و المذكورة، منهم المدعو/ عمر أيوب و بن يامي علاوة و كذا المدعو/ رشوم محمد الذي يعد عضو من حلقة العزابة.

فلم يكتفي المدعو/ أيوب عمر عند هذا الحد و إنما ذهب إلى تفعيل وتغليب رئيس الدائرة وكذا والي ولاية غرداية بتوجيههما ضد رئيس البلدية، وهذا بصفته عضو المجلس الولائي ومستشارهما في إطار هذه القضية، ما أل إلى تنحية رئيس بلدية بعد 06 أشهر من انتخابه وما يثبت ذلك إنجاز ملف قضائي ضده (أيوب عمر) من أجل تورطه في أعمال الشغب في إحدى هذه الأحداث.

لقد وجهت أصابع الاتهام في أحداث بريان إلى شخص المدعو/ حجاج نصر الذين عن طريق موقفه السلبي، حيث تكرر هذا بإبعاد من منصبه.

أما المدعو/ كروشي نورا الذين بحلول موعد الاحتفال بالمولد النبوي الشريف في 2009/03/08 و الذي كان بصدد التحضير لهذا الموعد فقد تم إبعاده و إقصائه هو الآخر كونه ينتمي إلى حزب (RCD) و لأنه في حالة بقاء كروشي ببلدية بريان عند هذا الموعد الذي فان خطر حتمية وقوع أحداث عنف مماثلة في المنطقة.

الطرف الثالث: الأحزاب السياسية المعارضة.

إن بروز حزب جبهة القوى الاشتراكية الأفافاس وحزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية الأرسيدي بقوة بلديات غرداية، التي لم ترضاها سلطة الأعيان، التي لم يعد لها تمثيل ولم تعد تمثل إلا نفسها، فأرادت إعادة التسمية لنفسها من خلال لجنة الصلح، ولجنة الأخوة وعن أسباب انهيار السلطة القديمة للأعيان، يوضح ممثل الجبهة الاشتراكية بكونفيدرالية غرداية " الوعي السياسي جعل هيئة الأعيان تتلاشى، وهي من تحرك الأحداث -حسبه - لاستعادة قوتها في رسم الخريطة السياسية، وهذا ما أكده المكلف بالإعلام على مستوى الكونفيدرالية بأن سبب الصراع المفتعل في بريان هو الانتخابات المحلية آنذاك، أين ظهر حزب جبهة القوى الاشتراكية بقوة ومعه الأرسيدي"

ومن بين الشخصيات التي لعبت دورا في هذه الأحداث نجد حزب القوى الاشتراكية FFS ممثل في شخص المدعو/ فخار كمال الذين (نائب الأمين الوطني لحزب القوى الاشتراكية FFS بولاية غرداية آنذاك الذي لم يبق مكتوف الأيدي فعلى غرار تدخلاته السلبية المعهودة عنه حتى يكسب الثقة أكثر بين المواطنين القاطنين ببلدية بريان خاصة منهم المنتمين إلى الطائفة الاباضية باتهام المؤسسات العمومية بالتحيز في مجمل تدخلاتها خاصة من خلال التقرب إلى بعض الشرائح القاطنة ببلدية بريان وكذا بمدينة غرداية من خلال :

- سعيه بتجنيد مناضلين لحزبه من الفئة المعروفة لدى المصالح الأمنية (مسبوقين قضائيا) و المعروفين في أوساط المجتمع لعنائهم له، بحيث يقوم هذا السعي على أساس الإغراء بالمال لاستعماله بالطريقة التي تحلو له في مختلف الأحداث.

- كما تم إرسال وفد من فئة العرب القاطنة بغرداية إلى مدينة بريان لإثارة الفتنة و تعليل لهم تقديم المساعدة لذويهم من نفس الفئة، هذه النقاط تعبر عن رغبة هذا الأخير في نقل العدوى من مدينة بريان إلى القرى المجاورة (حصون المزاب) و خاصة منها حصن غرداية لإعطائها صدى إعلامي أكبر هدفه نقل و توسيع فكرة المعارضة بدءا بولاية غرداية و منها إلى الجنوب الجزائري عن طريق المطالبة بالاعتراف بالمذهب الاباضي والهوية.

هذا المطلب و إن كان الهدف المسطر منذ القدم من طرف المجتمع الاباضي استغله مناضلو الحزب المتواجدون هناك و على رأسهم كمال فخار الذين بدءا بمحاولة النداء لمعارضة الانتخابات الرئاسية آنذاك، فسرعان ما تفتن له مجلس الأعيان الذي عمل على إخماد نار الفتنة و إبعاد الأفكار الحزبية عن مجتمعه ما تجسد من خلال عدم معارضة الانتخابات بالمنطقة.

و نتيجة لتطور الأحداث و قيام بعض الشبان من الفئة المتهورة التي ترغب في بعث الخصام من جديد عن طريق تفعيل الأحداث، إلا أن تدخل السلطات و اتخاذ تدابير أمنية ردعية و تطبيق القانون بصرامة و كل مخالف و متسبب في الأحداث نتج عنه تخوف الطائفتين المتناحرتين المزابية و المالكية على أنفسهم جراء الإجراءات الردعية للمصالح الأمنية تطبيقا لأوامر السلطة مع تسريب لهم إيعاز الدولة و عزمها على تطبيق القانون بجميع الوسائل القانونية المتاحة ضد كل من ثبت عنه أي عمل عدواني.

من خلال قراءة التدخلات والتصريحات لمختلف شرائح المجتمع الاباضي والمالكي من شرفائهم وحتى الفئة الشبابية المتهورة التي افتعلت هذه الأحداث ولا تعي حتى مبتغاها، يمكننا استنتاج ما يلي:

- حالة الذوبان الذي كان عليه المجتمع الاباضي والمالكي قبل الأحداث، عكس ما كانت عليه القصور الستة المتبقية مقارنة بها.
- التطور الثقافي و الاجتماعي لكل الطائفتين.
- التعايش الشبه كلي بالرغم من بروز نوع من النفور في الأفق.
- حالة انسياب لدى هيئة الأعيان و العزابة قبل الأحداث.
- رغبة التشبيب بالنسبة لبعض الأطراف داخل الحصن الميزابي ببريان.
- نفور الفئة الشبابية من النظام العرفي السائد قبل الحادثة.
- ظهور جماعات متطرفة داخل الحصن الاباضي تدعو إلى التمييز الطائفي.

- محاولة تدارك الأمر بالنسبة لهيئة الأعيان و هيئة العزابة لتعيد دورها إلى ما كانت عليه سابقا.
 - رغبة تشييب.الهيئة العرفية (الأعيان و العزابة) حيث لا تبقى حكرا على الشيوخ وتجنب انتقاء نقل الأدوار عن طريق الإرث.
 - ظهور جماعات متطرفة داخل المجتمع الاباضي تدعو و تؤثر سلبا على الفئة الشابة إزاء المجتمع المالكي.
 - من خلال هذا يمكننا أن نستنتج بأنه هناك رغبة قوية في الفصل بين المجتمعين وإعادة بعث الحساسية فيما بينها من طرف أيادي خفية تعمل على زعزعة النظام.
- لقد عاشت مدينة بريان بولاية غرداية و هي تعيش حاليا حالة مخاض عسير ذات الهدف المبهم، اختلطت فيه الأسباب السياسية بالاقتصادية والدبلوماسية منها بالأمنية ليضفي في الأفق الأسباب الاجتماعية، إلا أن كل هذه العوامل تبقى مجرد أسباب تستعمل من طرف أيادي خفية سطرت لإبقاء أسس مجتمع ينمو داخل دولة ليصل إلى مبتغى غير معلوم وحتى تعاد الموازين إلى ما كانت عليه فلا بد من خلق جو ومناخ لتدارك الأمر لبعث انطلاقة بنفس جديد إلى ما يصبو أسس هذا المجتمع.

المبحث الثالث: إستراتيجية الأمن الوطني في حل أزمة غرداية مدخل العلاقات العامة.

يعتبر جهاز الشرطة مؤسسة أمنية كباقي مؤسسات الدولة، تعمل في إطار منظم، و لها أهداف واضحة، و هي في خدمة الصالح العام، و أهم أهدافها الحفاظ على النظام العام، هذا النظام العام الذي يعد لمصلحة المجتمع و الذي سيسمح للأفراد بمزاولة حياتهم و أنشطتهم بشكل عادي، و لكن هذه المؤسسة حتى تتمكن من أداء مهامها لا بد أن يكون هناك اتصال غير منقطع بينها و بين المجتمع حتى تقوم بأداء مهامها بفعالية.⁽¹⁾

¹ - <http://www.Al-fadjr.com/ar/special/reportages/68604.html> ،موقع إطلع عليه بتاريخ 2016/03/16 -

لذا يجب على المواطن أن يساهم في تحقيق النظام العام في حدود فهمه للمصلحة العامة التي تساعد على الاستمرار، و لكن لكي يفهم المواطن دور هذه المؤسسة الشرطية في الحياة العامة لا بد أن يكون الاتصال قائما و ايجابيا.

ولقد لعبت المديرية العامة للأمن الوطني دورا فعالا في إخماد نار الفتنة في أزمة غرداية و هذا وفق إستراتيجية محكمة مكنتها من التوصل إلى أهم الأسباب الحقيقية لما جرى في أحداث ولاية غرداية عن طريق آليات فعالة سخرتها في هذا الصدد، وهذا بإرسال عدة أفواج من المحققين لتقصي الحقائق و إيجاد لهاته الأزمة الحلول المناسبة و الفعالة و هذا بالاعتماد على مدخل الاتصال و العلاقات العامة. إذ رسمت المديرية العامة للأمن الوطني جملة من المبادئ عملت على تأصيلها في نفوس المواطنين الغرداويين كأهداف إستراتيجية تهدف إلى تحقيقها من خلال خطاباتها الإعلامية والاتصالية و أهم هذه المبادئ نجد⁽¹⁾

1- ترسيخ مضامين المواطنة وفقا للدستور، مع نشر مبادئ حقوق الإنسان واحترامها.

2- الالتزام بالدور الوطني، ثقافة وممارسة والدفاع عن مكتسبات الشعب الجزائري.

3- إذابة الأطر الحزبية والمذهبية والقومية، في هوية وطنية تجسد وحدة الجزائر والتأكيد على مبدأ الولاء للوطن انطلاقا من ان " الشرطة في خدمة الشعب.

4- التركيز على إزالة الغموض الذي يكتنف الأزمة منعًا للشائعات و إشاعة مفاهيم الشفافية وسيادة

القانون.

5- معالجة مظاهر الفساد وفرض مفاهيم النزاهة واعتماد المهنية والحرفية في مؤسسات الدولة.

6- كما تعاملت المديرية العامة للأمن الوطني عن طريق خلية الإعلام و العلاقات العامة بذكاء مع وسائل الإعلام للحد من سلبيات وإشباع شراحتها إلى المعلومات إبان الأزمة، وبطريقة تكفل عدم تفاقمها وهذا بتقديم النصائح و توعية الشباب بضرورة التخلي عن العنف و اللجوء إلى الوسائل السلمية و حثهم على التعاون مع مصالح الأمن، مع إعداد آليات للرد على استفسارات الجمهور في ما يتعلق بتطورات الأزمة و الحلول المناسبة لها، فكل الجهود الاتصالية التي قامت بها خلية الإعلام والعلاقات

¹ - مقابلة مع السيد: علي بداوي، مراقب الشرطة، رئيس أمن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/05/10.

العامّة في هذا الصدد أثّرت بكسب رضى المجتمع المدني و المؤسسات الأخرى الفاعلة بما فيها فئة الشباب الذين كانوا يثيرون أعمال العنف و الشغب.⁽¹⁾

7- إقامة معارض توعوية و حملات تحسيسية وتقديم الدور التوعوي بالإضافة إلى كسر الحاجز فيما بين الشباب و رجال الشرطة.

8- التصدي للجرائم الماسة بأمن الدولة: كجرائم خطف الأشخاص و الاعتداء على الشخصيات والمنشآت الهامة في الدولة أو جرائم التجسس على الدولة أو توزيع المنشورات المعادية للدولة أو بث الشائعات المغرضة وترويج الأكاذيب المختلفة بهدف إثارة البلبلة والتشويه لسمعة المسؤولين فيها ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة بين الطوائف المتنازعة الاباضيين و المالكيين .

و في إطار الشراكة مع مختلف الفاعلين في المجتمع و بهدف ترسيخ مبادئ الاتصال الخارجي وبهدف إشراك مختلف النشطاء في عملية التوعية بمختلف أنواعها، أطلقت مصالح الشرطة التابعة لأمن ولاية غرداية مبادرة جوارية تهدف إلى تكوين وسطاء كشفيين في مجال السلامة المرورية والوقاية من المخدرات، كما سطرت برنامجاً حضره إطارات من المديرية العامة للأمن الوطني من مختلف المصالح ورئيس جمعية قداماء الكشافة الإسلامية بغرداية، من أجل اكتساب الخبرة في مجال التوعية لفئة الشباب.

وقال رئيس خلية الاتصال والعلاقات العامة أن هذه المبادرة تندرج في إطار المخطط الاتصالي المسطر من طرف المديرية العامة للأمن الوطني مع مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع، وذلك من خلال الاستفادة من تجربة جهاز الشرطة في مجال التوعية من مختلف الآفات الاجتماعية.⁽²⁾

و في إطار الاستراتيجية العامة للأمن الوطني حققت المديرية العامة للأمن الوطني الرائدة في مجال الاتصال، كإطلاقها للموقع الإلكتروني للأمن الوطني، منتدى الأمن الوطني، صفحة الفايسبوك، المصلحة المركزية للسمعي البصري، وإصدارها لمجلة الشرطة، مما يعكس مدى اهتمامها بتفعيل آليات حديثة للاتصال الخارجي، وفي هذا الصدد أكد السيد / اللواء المدير العام للأمن الوطني: أن كل

¹ - مقابلة مع السيد: كريمو تواتي، محافظ الشرطة، رئيس خلية الصحافة و العلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/04/04.

² - المديرية العامة للأمن الوطني، مجلة الشرطة، العدد 126، أكتوبر 2015، ص 22.

² - موقع اطلع عليه بتاريخ 2016/02/22 . <http://www.kawalisse.com/ar-2>

هذه المبادرات ترمي أساسا إلى تعزيز دعائم الاتصال للمديرية العامة للأمن الوطني ومواكبة التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وإضفاء المزيد من الفعالية للمهمة الجوارية لمصالح الأمن الوطني، وقد تم تجسيدها ميدانيا من قبل إدارة الاتصال والعلاقات العامة للمديرية العامة للأمن الوطني.⁽¹⁾

كما أن هذه الدعامات الإعلامية المتطورة كالصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك، شبكة تويتر، والموقع الإلكتروني للأمن الوطني، ومنتدى الأمن الوطني بالإضافة إلى مجلة الشرطة تشكل جميعها آليات حديثة تساهم في نشر الوعي الأمني بين المواطنين والوقاية من كل الآفات الاجتماعية، وتعزز العلاقات الطيبة بين المواطن وشرطته مما يجعله شريك هام في العملية الأمنية.

و في إطار السياسة التواصلية المنتهجة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني، و حرصا منها على توطيد أواصر العلاقة مع مختلف شرائح المجتمع، استقبلت مصالح الشرطة بغرداية بمقر أمن الولاية 60 طفلا، في زيارة بيداغوجية استكشافية لمصالح الشرطة، أين كان في استقبالهم إدارات الشرطة من مختلف المصالح (الأمن العمومي، فرقة حركة المرور، الشرطة القضائية، فرقة حماية الطفولة، الشرطة العلمية)، أين قدمت لهم شروحات حول مهام هذه الفرق، مجهودات مصالح الشرطة في حماية الطفولة و تأتي هذه المبادرة في إطار الإستراتيجية التي تنتهجها مصالح الشرطة بالمديرية العامة للأمن الوطني من أجل ترسيخ مبدأ الشرطة الجوارية، والتي تعكس مدى العلاقات الجوارية والصادقة بين جهاز الأمن الوطني و مختلف شرائح المجتمع و الاحترام المتبادل بينهما.

من خلال هذه الآليات التي تستعملها خلية الاتصال والعلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني يمكننا أن نستنتج بأن هذه الأخيرة فعلا تعتمد على العلاقات العامة كمدخل لحل الأزمات الأمنية في جهاز الأمن الوطني و ذلك من خلال جميع الحملات التوعوية عبر كل ربوع الوطن و التي يسهر عليها رؤساء مكاتب الاتصال والعلاقات العامة عبر 48 ولاية، و هو محور ملفات الشرطة التي تعالج فيه القضايا الكبرى، و تهدف من خلاله إبراز جهود مصالح الأمن في مكافحة الجرائم بمختلف أشكالها وإبراز مختلف الوسائل العلمية الحديثة المستعملة في حل الأزمات الأمنية التي تواجهها على غرار التقنيات المستعملة في مختلف اختصاصات الشرطة ، فضلا عن ريبورتاجات التي

تبث عبر مختلف وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو السمعية البصرية التي لعبت دورا فعالا في إدارة أزمة غرداية و التوصل إلى نتائج جيدة و كذا فهم الأسباب الحقيقية التي تسببت في أحداث غرداية.

الإجراءات التي اتبعتها المديرية العامة للأمن الوطني في تسيير أزمة غرداية:

عملت المديرية العامة للأمن في إطار إستراتيجيتها العامة لحل أزمة غرداية بالاعتماد على آليات و سائل ضرورية تراها مناسبة للوصول إلى الأسباب الحقيقية لازمة غرداية و ما هي الحلول المناسبة لهذه الأزمة.

ومن بين هذه الوسائل إنشاء خلية أزمة لتسيير ما يجري في أحداث ولاية غرداية معتمدة على فريق عمل متخصص تكمن مهامه في إدارة الأزمة، و مواجهتها والعمل على الخروج من نفقها الضيق، حيث أوكلت لهذا الفريق عدة أمور أهمها⁽¹⁾ :

أ- تشكيل خلية أزمة و التي تتكون من:

- فريق إدارة أزمة غرداية :

و تكمن مهام هذا الفريق المشكل من مختلف إطارات المديرية العامة للأمن الوطني في جميع التخصصات و الذين لهم كفاءات و تجارب عالية في مجال تسيير الأزمات ومن بين هذه الفرق نجد:

1- فرق الاستعلامات العامة:

و تكمن مهامها في متابعة كل التطورات الجارية في أحداث غرداية و محاولة رصد أفكار المواطنين و توجهاته و مواقفه اتجاه القضية المطروحة و التي جرت في ولاية غرداية، ثم تحليلها و استغلالها و إرسالها إلى خلية الأزمة التي بدورها تحولها إلى السلطات العليا في البلاد لاتخاذ الإجراءات و السياسات الملائمة التي تسمح بتفادي الاضطرابات قبل وقوعها أو تفاقمها⁽²⁾.

كما يعمل هذا الفريق على سبر الرأي العام من طرفها عن طريق الملاحظة والاحتكاك بمختلف الفئات الاجتماعية التي يهملها الأمر حسب نوعيتها ومستواها وذلك باللجوء إلى الإنصات إلى آرائها

¹ - مقابلة مع السيد: علي بدوي، مراقب الشرطة، رئيس أمن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/05/12.

² - مقابلة مع السيد: بلعالم جمال، عميد أول للشرطة، رئيس المصلحة الولائية للاستعلامات العامة بأمن ولاية بومرداس - بومرداس في 2016/05/13.

و انطباعاتها ومواقفها و التي تعتبر كمؤشر لجس النبض ولمعرفة ردود فعل المواطنين الغرداويين اتجاه الأحداث الجارية، كما يعمل هذا الفريق بالتنقل بصفة مستمرة بين الجمهور في أماكن العمل والنوادي والمقاهي والأماكن العمومية الأخرى وبعدها يقومون بتدوين الآراء التي يستمع إليها دون أن ينسبها إلى أصحابها وبعد ذلك تتولى الجهة المختصة بفحصها واستخلاص نتائجها ثم تدون في تقرير نهائي .

إيماننا بأهمية دراسة الرأي العام وتأثيره على نشاط الحكومة والدولة بصفة عامة، سارعت المديرية العامة للأمن الوطني في الآونة الأخيرة إلى إحداث المركز العملياتي للبحث التطبيقي وسبر الرأي العام. هذا المركز وإن كان في مستهل نشاطه، فإنه يهدف أكثر ما يهدف إلى سبر الرأي العام ومعرفة جوهر المجتمع ليكون أداة فعالة وذات مصداقية في تحليل الظواهر واستنباط النتائج لتبليغها فيما بعد إلى الجهة الوصية لتساعدها على اتخاذ الإجراءات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية والثقافية وفي الوقت والمكان المناسبين.

2- فرق شرطة حفظ النظام:

مما لا شك فيه أن المجتمعات جميعا تحدث فيها مشاكل سياسية و اقتصادية و اجتماعية الخ... مما يحتم على السلطات الأمنية أن تتخذ الإجراءات الضرورية التي من شأنها أن تحافظ على الأمن العام و السكينة العامة ما دامت هي الضامن الأول لحفظ النظام العام قصد حماية الأفراد و الممتلكات و المؤسسات العامة منها و الخاصة.⁽¹⁾

و يكمن عمل هذا الفريق في مراقبة الجمهور خاصة الأشخاص القيايين و المحرضين، و الذين يحتلون الأماكن الإستراتيجية لمكان التجمع، مع محاولة التعرف على حاملي المنشورات و اللافتات و المقذوفات و الأسلحة.

- الانتباه الجيد إلى عبارات و تعليمات مثيري الشغب و المتظاهرين و تسجيلها إن كان ذلك ممكنا و

إبلاغها إلى القيادة المسؤولة، مع دعوة الجمهور على التفرق بسرعة دون استعمال القوة في بادئ الأمر و- تكوين سد (حاجز) بواسطة تشابك الأيدي أو التماسك بالنطاق .

¹ - مقابلة مع السيد: مفتاح لباز، عميد الشرطة، رئيس المصلحة الولانية للأمن العمومي بأمن ولاية بومرداس - بومرداس في 05/13

- مراعاة انتقال القوة المكلفة بحفظ النظام بالآليات إلى أقرب مسافة ممكنة من مكان التجمع و إنزال القوة بشكل يضمن عدم احتكاكها بالمشاغبين قبل نزولها و أخذ تشكيلها اللازم.

و بعد أن تتخذ التشكيلة اللازمة و المناسبة و تقترب من المشاغبين يوجه قائد الشرطة إنذار بالتفرق و تحديد مهلة لذلك، فإن لم يستجيبوا للأمر تتخذ الإجراءات الكفيلة لتفريقهم دون اللجوء إلى القوة إلا بالقدر الذي يتطلبه الموقف.

3- فرق الشرطة القضائية:

أما مهمة فرق الشرطة القضائية تبدأ عملها بعد وقوع الجرائم سواء تعلقت بالأشخاص أو الممتلكات، وفي هذا الإطار تولت المديرية العامة للأمن الوطني في إطار إستراتيجيتها للحد من أعمال العنف و التخريب التي مست مختلف مناطق غرداية بتكليف هذه الفرق و القيام بالمهام التالية⁽¹⁾

أ- ضمان حماية الأشخاص وممتلكاتهم.

ب -التحري ومعاينة المخالفات الجزائية، وكذا البحث وإلقاء القبض على مرتكبيها.

ج -الحفاظ و استرجاع الأمن العمومي.

د -البحث عن المعلومات لفائدة السلطات المختصة.

هـ -الوقاية من الجريمة والانحراف.

و -المساهمة في عمليات أمن الدولة.

خصائص فريق إدارة أزمة غرداية:

في إطار الإستراتيجية العامة للأمن الوطني لتسيير أحداث غرداية عمدت هذه الأخيرة على تشكيل فريق متخصص ذو مستوى علمي في جميع المجالات سواء في علم النفس، علم الاجتماع، علم الاتصال، العلوم القانونية و الإدارية، علم التاريخ...الخ

¹-مقابلة مع السيد: فاتح روباغي، عميد الشرطة، رئيس المصلحة الولائية للشرطة القضائية بأمن ولاية بومرداس - بومرداس في 05/10/

كما علمت المديرية في إطار إستراتيجيتها بتوفير جميع الإمكانيات المادية و البشرية من أجل تحقيق مستوي عالي من الاتصالات، إذ خولت لكل عضو من فريق الأزمة سلطات و صلاحيات يستعملها في مواجهة الأزمة .

حيث أن هذا الفريق يعمل بالتنسيق والاتصال الفعال بينه وبين المستويات القيادية الأخرى تفاديا للوقوع في أخطاء أثناء مواجهة الأزمة، إذ بفضل وسائل الاتصال التي سخرتها المديرية العامة في هذه الأزمة استطاعت أن تزيل كثير من المشكلات التي كانت تعوق الاتصالات بين أعضاء فريق الأزمة من جهة، وبين الفريق والقيادات العليا من جهة ثانية.⁽¹⁾

1 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة قبل أزمة غرداية :

إن المنتبغ للوضع الأمني في ولاية غرداية ومن خلال مختلف وسائل الإعلام الوطنية و الأجنبية نستنتج بأن مسؤولي خلية الاتصال و العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني لعبوا دورا فعالا في تسيير أحداث غرداية، و هذا من خلال تبيان الحقيقة للرأي العام و لجمهور المؤسسة وكذا تقديم معلومات كافية عن الأزمة و تغطية جميع الجوانب المختلفة لها و هذا حتى يتمكن المواطن من معرفة الأسباب الحقيقية للأزمة و عناصرها و أطرافها، و كيفية الوقاية منها عن طريق الحملات التحسيسية و الأيام الإعلامية، بالإضافة إلى ذلك الندوات العلمية التي قامت بها مع مختلف الشرائح الاجتماعية على المستوى الوطني و بالأخص ولاية غرداية.⁽²⁾

كما عمل مسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني على إعداد عدة لائحات سواء تعلق الأمر بأفراد الشرطة و نشاطاتهم باعتبار أنهم لعبوا دورا فعالا في الأحداث التي جرت في ولاية غرداية أو تعلق الأمر بوسائل الإعلام، الموظفين، السلطات المحلية، المجتمع المدني، حيث وجهت لهم رسائل إعلامية كل حسب فئته و هذا من أجل كسب ثقتهم و تعاونهم معهم للوصول إلى حد نهائي لازمة غرداية، خاصة وسائل الإعلام و الصحافيون الذين يعتبرون من أهم الشركاء نظرا لقدرتهم على التأثير على الرأي العام، فهذه العلاقات ضرورية لكسب الثقة المتبادلة مع إعطائهم معلومات محددة كما نظمت عدت لقاءات دورية معهم.

¹ - مقابلة مع السيد: علي بداوي، مراقب شرطة، رئيس أمن ولاية بومرداس -بومرداس في 2016/05/14 -

² - مقابلة مع السيد: كريمو تواتي، محافظ شرطة، رئيس خلية الصحافة و العلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس -بومرداس في 2016/05/14

2 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة خلال أزمة غرداية:

و في نفس الإستراتيجية العامة للمديرية العامة للأمن الوطني في حل أزمة غرداية لعب خلية الاتصال و العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني دورا فعالا في الحد من هذه الأزمة قبل أن تخرج عن نطاقها وهذا من خلال تشكيل "خلية أزمة" التي هي بمثابة مصدر للمعلومات، بحيث ضمت هذه الخلية مجموعة من الإطارات الأكفاء، مسؤولي العلاقات العامة، ممثلين عن الموظفين، مهندسين، تقنيين مختصين في مجال الأزمات، حيث عملوا كفريق واحد؛ سواء الفريق الرئيسي أو الفرق الفرعية المتواجدة في مسرح الأحداث و من بين المهام التي كلفوا بها نجد:

- حرص هذا الفريق على تطبيق الإستراتيجية العامة للأمن الوطني في مواجهة أزمة غرداية مع مراعاة المتغيرات الحاصلة ومواجهتها بما يناسبها مع الإشراف على تحقيق التكامل والتنسيق بين مختلف وسائل الإعلام والاستفادة من مميزات وخصائص كل وسيلة منها مع مراقبة الجماهير المستهدفة وملاحظة التغيير الذي قد يحصل في أوساطها نتيجة للخطاب الإعلامي الموجه إليها⁽¹⁾

- كما عملت خلية الاتصال و العلاقات العامة على إنتاج عدت خطابات و بيانات إعلامية تخاطب فيه الشباب و مختلف شرائح المجتمع الغرداوي، و التي من خلالها استطاعت التأثير فيه وتحقيق الأهداف التي سطرته المديرية العامة للأمن الوطني.

- إجراء عملية تقييم جدي للممارسة الإعلامية وفق الظروف الخاصة بكل وسيلة، بحيث شمل هذا التقييم الأهداف والوسائل والأساليب وقوة التأثير في الجمهور ومستوى تنفيذ خطة العلاقات العامة في مواجهة أزمة غرداية .

- كما كلف فريق إدارة أزمة غرداية بإعداد تقارير بكل الأحداث المحتملة و التخطيط لها بعمق عن طريق إعداد خطة لمواجهة كل سيناريو في كل مرحلة من مراحل الأزمة، على أن تتضمن هذه الخطة كيفية إعلام العاملين و المسؤولين، كذلك وسائل الإعلام والجمهور .

- و بما أن الاجتماعات تلعب دورا فعالا بين أعضاء فريق الأزمة ،قامت خلية الاتصال و العلاقات العامة و في إطار الإستراتيجية العامة للأمن الوطني لحل أزمة غرداية بعقد عدة اجتماعات مع المسؤولين في الولاية وكذا مع أعضاء فريق إدارة الأزمة من أجل مناقشة جميع المشاكل المطروحة مع تحديد دور كل مسؤول بالمهام المنوطة به مع تحميل المسؤوليات لهم.

¹ - مقابلة مع السيد: براهيتي وليد، ملازم أول للشرطة ، التابع لخلية الصحافة و العلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس -بومرداس في 2016/05/14

3 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة بعد أزمة غرداية:

من خلال المرحلتين السابقتين اللتين لعبتا دورا فعالا في حل أزمة غرداية نأتي إلى المرحلة الثالثة و التي لا تقل شأنًا على المرحلتين و هي مرحلة ما بعد أزمة غرداية، كون هذه المرحلة تعد انطلاقة جديدة لمسؤولي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني رفقة أعضاء فريق الأزمة، بحيث لم يتوقف عملها عند هذا الحد بل كانت بمثابة الانطلاقة الأولى و ذلك بالقيام بما يلي:

- في إطار الإستراتيجية العامة للأمن الوطني في حل أزمة غرداية قامت بعمليات استقصاء للرأي مست جميع المدن في ولاية غرداية و الولايات المجاورة لها، مع تقييم النتائج المتوصل إليها من خلال أزمة غرداية وهل وفقت فعلا في تسيير الأزمة بكل مراحلها و ما هي الاختلالات و النقائص التي واجهتها لتفاديها في حالة حدوث أزمات مماثلة مستقبلا .⁽¹⁾
- و باعتبار أن وسائل الإعلام المختلفة تعتبر الشريك المنافس في تغطية أحداث غرداية قامت خلية الاتصال و العلاقات العامة بعملية استقصاء رأي وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو السمعية البصرية حول أحداث غرداية.
- أما فيما يخص مجال التكوين فقد عملت المديرية العامة للأمن الوطني بالانطلاقة بسياسة إعلامية جديدة من خطة الأزمة، لأنه غالبا ما يقوي النجاح في الأزمة مصداقية المؤسسات الأمنية في الوصول إلى النتائج المرجوة لها، و في هذا الصدد قامت المديرية العامة للأمن الوطني بدورة تكوينية حول موضوع البحث عن أنجع السبل لتسيير و إدارة الأزمات و الاتصال بالتنسيق مع المعهد الفرنسي للدراسات العليا للأمن و العدالة و التي من خلالها تم اكتساب المعارف التطبيقية و المهارات الضرورية لدعم الكفاءات و إطارات الأمن الوطني في مجال تسيير الأزمات خاصة فيما يتعلق بالجانب العملي و الاتصالي .²
- و تدرج هذه المبادرة ضمن الجهود المبذولة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني لدعم التكوين المتخصص الذي يرقى بعمل الشرطة الجزائرية نحو المزيد من الإلتقان و الاحترافية خاصة في تسيير الأوضاع المتعلقة بالأزمات، وهذا حفاظا على النظام العام مع حق المواطن في الإعلام و الاطلاع على الأحداث بالشكل الذي يجعله طرفا في المعادلة الأمنية و شريكا إيجابيا في تسيير الأزمات.

¹⁻ مقابلة مع السيد: براهيتي وليد، ملازم أول للشرطة، التابع لخلية الصحافة و العلاقات العامة بأمن ولاية بومرداس -بومرداس في 2016/05/16

²⁻ مقابلة مع السيدة: سعود حكيم، محافظ الشرطة، رئيسة مكتب التكوين بأمن ولاية بومرداس -بومرداس في 2016/05/14

إذ يرى السيد/ المدير العام للأمن الوطني اللواء عبد الغاني هامل أن الرد الفعلي لمواجهة الأزمة يتطلب تكييف منهج العمل سواء على مستوى اتخاذ القرار أو النشاط العملي، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل أزمة و أهم محاور التخطيط بالإضافة إلى تجنيد الموارد البشرية و الوسائل المادية إلى جانب التكفل بالبعد الإنساني و تسيير المجال الاتصالي.

كما تطرق السيد/ اللواء عبد الغاني هامل خلال هذه الدورة التكوينية بتجربة و خبرة الجزائر في مجال تسيير الكوارث و التي مكنتها إلى تدعيم العمل القطاعي المنسق و تجسيد النشاطات العملياتية في مجال التكوين المتخصص و تطوير قدرات التدخل و ترقية التعاون الدولي في إطار التسيير المتعدد لجوانب الأزمات ذات البعد الإنساني .

خلاصة الفصل الثالث:

إذا كانت جميع المؤسسات على اختلاف أنشطتها و خدماتها تحتاج إلى مدخل العلاقات العامة لتحقيق الثقة و التفاهم مع جماهيرها كوسيلة لكسب التأييد لسياستها، و المساندة لجمهورها فان المديرية العامة للأمن الوطني مع تعدد مهامها و اتساع نطاق عملها أكثر المؤسسات حاجة للعلاقات العامة للقيام بالدور المسند إليها في حل الأزمات الأمنية التي تواجهها، كما أن المديرية العامة للأمن الوطني لا يمكن لها أن تنهض بدورها كاملا ما لم يتهيأ لفرق إدارة الأزمات الظروف الملائمة و العوامل المشجعة التي تدفعهم للقيام بعملهم على أحسن وجه.

فدور رجال العلاقات العامة على اختلاف تخصصاتهم لا ينجحون في تحقيق أهدافهم إلا بتوفير الأمن و الطمأنينة و الاستقرار للمواطن، و هي تدرك أن نجاحها في ذلك لا يمكن أن يتحقق إلا بالتعاون مع المواطن، الذي يريد تحقيق الأمن و الاستقرار، وهنا تنشأ العلاقة بين المواطن و الشرطة، و هي علاقة تقوم على أساس تبادل المصالح، فعندما يتعمق الوعي بهذا المفهوم فسوف يدرك كل مواطن أن الشرطة تقدم له خدمة من الخدمات التي لا يمكن أن يستغني عنها و هي الأمن، و انه متى تحققت هذه الخدمة على أكمل وجه، فان عليه واجبا يؤديه إلا و هو خدمة الوطن و تدعيم ثقته في السلطة العامة بالدولة التي هي أساس كل تنمية و تطور و استقرار.

الخاتمة

لا تستطيع المؤسسات العصرية الاستغناء عن العلاقات العامة كون أنها بحاجة لتسويق نفسها وبحاجة إلى أن تتواصل باستمرار مع جماهيرها المختلفة كما أنها بحاجة كذلك إلى التعرف على جماهيرها من خلال الدراسات والأبحاث والاستطلاعات حتى تحقق التفاهم الكامل بينها وبين عملائها على أحسن وجه.

فالمجتمع الديمقراطي لا يستطيع الاستغناء عن العلاقات العامة التي تقوم أساساً على مبدأ احترام الفرد واحترام الراي العام واعتماده في صناعة القرارات المختلفة.

لكن الملاحظ أنه رغم الدور المحوري والاستراتيجي للعلاقات العامة على مستوى المؤسسات وعلى مستوى جماهيرها وعلى مستوى المجتمع، مازال الكثير في الوطن العربي ينظر للعلاقات العامة على أنها مهنة المدح والتسييح للمؤسسة والحصول على أكبر حجم ممكن من التغطية في وسائل الإعلام المختلفة والتأكيد على نشر صورة المدير وكبار المسؤولين في الصحف والمجلات، ويختلف واقع العلاقات العامة اليوم تماماً عن هذا الفهم الخاطئ لمهنة تلعب دوراً استراتيجياً في حياة المؤسسات، فهي وظيفة إدارية لا تقل أهمية على الإدارة المالية أو إدارة التسويق لصناعة القرار الرشيد في المؤسسة.

إن مهنة العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين تحتاج إلى ممارسين أكفاء يتمتعون بمهارات اتصالية وإدارية وبخبرة معتبرة في العلاقات الإنسانية وقدرة كبيرة على دراسة الراي العام واستعماله في اتخاذ القرارات الرشيدة التي تؤدي إلى التفاهم التام بين المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي.

أما دراسة العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية (الشرطة) يساعد إلى حد كبير في فهم واقع هذه المهنة وما هي نقاط الضعف ونقاط القوة فيها وما هي سبل تطويرها والرقى بها .

فالعلاقات العامة اليوم تتطلب عملاً جاداً وعلمياً مبنياً على التخطيط المنهجي الاستراتيجي وعلى الاتصال الفعال المتكافئ والمتوازن بين المؤسسة وجماهيرها، وعلى إدارة رشيدة وفعالة تمكن العلاقات العامة من تنفيذ برامجها وخططها في أرض الواقع وتحقيق النتائج والأهداف المسطرة، فالعلاقات العامة الناجحة والفعالة والمؤثرة هي التي تؤمن بالأفعال قبل الأقوال.

تمثل العلاقات العامة اليوم بعداً استراتيجياً في العملية الإدارية داخل المؤسسة ومن هنا يتوجب على الممارسين لهذه الوظيفة عدم الاكتفاء بالمهارات الاتصالية فقط، فإن مهارات الإدارة والتخطيط والبرمجة هي عناصر أساسية من عملهم، فممارس العلاقات العامة اليوم بحاجة إلى القدرة على فهم الراي العام، والقدرة على تخطيط برامج العلاقات العامة، والقدرة على إنتاج الرسائل المقنعة والفعالة

الخاتمة

لمختلف وسائل الإعلام ولمختلف الجماهير وكذلك القدرة على تقييم مختلف الأعمال والأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، وكذلك القدرة على التفاعل والتعامل بطريقة إيجابية فعالة مع الأزمات التي قد تمر بها المؤسسة، فالعلاقات العامة كما تمارس اليوم في مجتمع المعلومات والمجتمع الرقمي تتطلب فهم عميق لعمليات الاتصال وتحكم كبير في مناهج الإدارة واستيعاب كبير لمحيط المؤسسة الذي تتفاعل وتتعامل معه.

و لهذا يمكن القول بأن الأجهزة الأمنية(الشرطة) تلعب دورا هاما في تنظيم الأزمات أو الحالات الفجائية في المجتمع وهي التي يقع عليها واجبات حماية أمن المواطن والدفاع عنه في الداخل، وتؤثر طبيعة هذه المهام التي تؤديها على الأسلوب الذي تتبعه في أعمالها وعلاقاتها بين المؤسسات والمنظمات الأخرى في المجتمع، وعلى الصورة الذهنية التي يتم تكوينها عنها وحاجتها الماسة لتعريف المواطن بأنشطتها التي ترتبط بمصالحهم، حيث أن أغلبية الناس تكاد تجهل مهمات الأجهزة الأمنية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها بسبب عدم توفر إعلام أمني راشد قادر على تفسير الحاجز النفسي بين الطرفين.

إن وجود مكاتب العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية (الشرطة) يزيد من الارتباط بين المجال الأمني ووسائل الإعلام ، وأن غياب هذا الارتباط يفقد المجتمع عنصرا أساسيا من العناصر المطلوبة لوعيه وتقديمه فالوعي الأمني الذي تهدف وسائل الإعلام إلى نشره وتعميقه يعمل على تحرير الإنسان من قيد الجاهلية، وما يتبعها من شعور بالإحباط، وما ينتج عنها من تقصير عن القيام بواجبه الأمني واستغلال الطاقات والقدرات على الوجه الأكمل.

كما تعمل مكاتب العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية (الشرطة) على توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمنية ذات الصلة بحمايته في الحاضر والمستقبل، وربطه بقضايا المجتمع ومشكلاته، لأن حجب المعلومات الصحيحة عن الأمن والجريمة يؤدي إلى الاعتماد على الشائعات والأقوال الخاطئة أو المبالغ فيها بدلا عن الحقائق التي تمتلكها أجهزة الأمن ، وفي ظل غياب المعلومة تنتشر الإشاعة مما يدعو المواطنين إلى اللجوء إلى وسائل الإعلام الخارجية لمعرفة ما يجري داخل مجتمعهم ، هذا الإعلام الخارجي الذي لا يلتزم بالتأكد بمصلحة المواطن أو الوطن و قد تكون له دوافع عدوانية يبثها عبر وسائله الإعلامية بأساليب مغرضة من خلال ما ينشره أو يذيعه من أخبار تستهدف أمن و استقرار البلاد، الشيء الذي يتطلب وجود ذرع حصين يقي الأمة شرور الفتن.

و نعتقد أن خير ما نختم به هذه الرسالة، هو عرض بعض الاستنتاجات و المقترحات التي نرى أنها قد تكون مساهمة منا في الموضوع فنوجزها فيما يلي:

الخاتمة

1- اهتمام المديرية العامة للأمن الوطني بوظيفة العلاقات العامة الموجهة إلى الجمهور الخارجي، إذا تحتل مكانة هامة في المديرية كما أنها توفر لها جميع الإمكانيات التي تفرضها خاصة و أن المديرية العامة للأمن الوطني تعرف تحولات عديدة مع الأوضاع التي عرفتها البلاد منذ 1989 إلى يومنا هذا سواء على المستوى الوطني أو الدولي ، مما حتم عليهم اتخاذ كافة التدابير و الاحتياطات لمعالجة المواقف المتنوعة و المستخدمة.

2- إن العلاقات العامة بالمديرية العامة للأمن الوطني نابعة من أهداف استراتيجية و سياسية للدولة التي بدورها وفرت لها جميع الإمكانيات و التقنيات التي أصبحت تتحكم فيها أكثر فأكثر ، فهي لا تهمل وظيفة العلاقات العامة من ناحية تحديد المصالح ، النشاطات و الوسائل المادية و البشرية، خاصة بعد تنصيب المدير العام للأمن الوطني السيد/ عبد الغاني هامل الذي حرص شخصيا علي توفير كل الامكانيات للنهوض بمكاتب العلاقات العامة و مواكبتها للتطورات العالمية و إستعمال الوسائل الحديثة مع إشراف جميع الفاعلين في المجتمع.

3- كما أن مكتب العلاقات العامة اسند إلى مختصين و خبراء في علم النفس و الاجتماع و الاتصال ذو كفاءات عالية و أصحاب تجارب في هذا المجال.

4- كما اختصت العلاقات العامة بالتوجه إلى الأيام الإعلامية و الحملات التحسيسية على مستوى جميع أنحاء الوطن، مع إشراك جميع القنوات الإعلامية في نشاطاتها لتوضيح الصورة الصحيحة لجهاز الأمن الوطني .

5- إنشاء مكاتب خاصة بالعلاقات العامة على مستوى كل أمن الولايات وهذا من أجل إيصال الرسالة الامنية لجميع المواطنين و مواكبة الاحداث عن كثب حسب كل منطقة عاداتها و تقاليدها و إيجاد الحلول المناسبة لها في الوقت المناسب.

لكن رغم الجهود المبذولة في هذا الميدان و التطور الذي شهدته المديرية العامة للأمن الوطني في هذا المجال ،إلا أن العلاقات العامة فيها لقيت بعض الصعوبات نذكر منها:

- عدم تخصيص ميزانية خاصة للعلاقات العامة.
- قلة الدراسات ،خاصة منها الدراسات الجادة في مجال العلاقات العامة.
- نقص العنصر البشري في بعض المكاتب مما يصعب في أداء مهامها على أكمل وجه.
- عدم وجود مدارس متخصصة في مجال العلاقات العامة

مما سبق يتبين لنا انه رغم الجهود المبذولة في مجال بناء علاقات عامة و تقوية العلاقات مع المواطن إلا أن النقص مازال قائما مما دفعني إلى التوصيات التالية:

أولاً: الاعتماد على الدراسة العلمية كأداة لوضع العلاقات العامة و يقصد بذلك:

- التعرف على اتجاهات الرأي العام قصد التأثير عليه.
- التقدير العقلاني للأحوال و الوقت و الإنسان.

الخاتمة

- قياس مستوى الأداء و إمكانية تصحيحه وفق إمكانيات الواقع و المكان.
- إنشاء مكاتب للعلاقات العامة على مستوى أمن الدوائر.
- الاهتمام بتدريب الإطارات بالمديرية العامة للأمن الوطني (الشرطة) لرفع مستوى كفاءتهم والمشاركة في صنع القرار الأمني، وإتاحة الفرصة أمام المجتمع وأفراده لإمداد المؤسسة الأمنية بالبيانات والمعلومات اللازمة.
- تحمل العبء من أخطاء أفراد المجتمع ومؤسساته لأسباب خارجة عن مسؤوليتهم وتشجيع المنافسات البناءة ونشر روح العلاقات الإنسانية بينهم.
- اتخاذ التدابير اللازمة نحو إزالة العوائق والعقبات بين أفراد المجتمع والمديرية العامة للأمن الوطني و كذا العمل على حمايتهم، وزيادة حماسهم وتجاوبهم.
- ضرورة الاعتماد على البرامج الإعلامية الأمنية لتشجيع أفراد المجتمع على التعاون موطني ع المديرية العامة للأمن الوطني (الشرطة)
- ضرورة عقد ندوات ومؤتمرات يلتقي فيها إطارات (الشرطة) مع الرؤساء والعاملين بالمؤسسات الاجتماعية الأخرى ، وخاصة رجال الشريعة، والإعلام، والتعليم، وقادة الفكر في المجتمع، يتم خلالها عرض أهم القضايا الأمنية التي تهم المجتمع لإثارة همم أفراد المجتمع ووعيهم وإرشادهم إلى المساهمة بالتعاون مع رجال الأمن.
- تعزيز دور الأسرة في تنمية روح التعاون بأبنائها مع رجال الأمن وتحسين صورتهم، وتشجيعهم على التعاون كواجب ديني و وطني.
- ضرورة تطوير أساليب التصدي في عمليات المشاركة لبناء جسور الثقة بين المديرية العامة للأمن الوطني (الشرطة) و مختلف الشرائح الاجتماعية الأخرى مع تحفيزهم وحثهم على المشاركة لتحقيق فاعليتها.
- ضرورة بناء علاقة تعاون وثيقة بين رجال الأمن وبقية أفراد المجتمع لكون رجال الأمن جزء من ذلك المجتمع ليس لهم الانفصال عنه أو العيش في عزلة عن حركة ذلك المجتمع أو ما يتم فيه من نشاطات مختلفة.
- أهمية التنسيق بين المديرية العامة للأمن الوطني (الشرطة) وبقية مؤسسات المجتمع المدني السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية وغيرها.
- بناء الأجهزة الأمنية على الواقعية وحاجة المجتمع والبعد بها عن التضخيم والزيادة المفرطة في بناء الأجهزة الأمنية على مختلف تخصصاتها وواجباتها.
- ضرورة النهوض بمنسوبي رجال الأمن من خلال برامج التدريب المكثفة ورفع مستوى الوعي لديهم لكونهم من أفراد المجتمع.

الخاتمة

- أهمية إظهار الأمن بأنه مسؤولية مشتركة بين جميع أفراد المجتمع وليس مسؤولية رجال الأمن وحدهم لما لذلك من أثر في تخفيف مستوى الجرائم والإخلال بالأمن ومن ثم رقي المجتمع وتطوره.
- توعية رجال الأمن بأنهم من عناصر المجتمع وأن جزء من رسالتهم هو الإسهام في تطور المجتمع وتتميته من خلال الإخلاص والتفاني في أداء أعمالهم على الوجه الأمثل الذي يخدم البناء المجتمعي.
- رفع درجة الأمن الذاتي لدى أفراد المجتمع حيث أن ارتفاع الحس الأمني لدى الجمهور يخفف العبء على المديرية العامة للأمن الوطني ومن ثم خفض نفقات الأمن الاقتصادية.
- تطوير المناهج الدراسية بمدارس الشرطة لتشتمل جميع الدروس و إدراج مادة العلاقات العامة كمادة أساسية في جميع مراحل التكوين الخاصة بقوات الشرطة.

الفهرس:

إهداء

شكر

- 02.....مقدمة.
- 10.....الفصل الأول: مفهوم العلاقات العامة.
- 11.....المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة و المفاهيم المشابهة لها: ➤
- 12.....أ- تعاريف الجمعيات و المعاهد الدولية للعلاقات العامة:
- 13.....ب - تعاريف بعض الباحثين و المختصين للعلاقات العامة :
- 17.....ج - العلاقات العامة و المفاهيم المشابهة لها:
- 23.....➤ المبحث الثاني: أهمية و أهداف العلاقات العامة:
- 23.....أ- أهمية العلاقات العامة:
- 25.....ب - أهداف العلاقات العامة:
- 33.....➤ المبحث الثالث: أساليب و برامج تنظيم أعمال العلاقات العامة:
- 33.....(أ) أسلوب الاستعانة بمستشار خارجي للعلاقات العامة:
- 34.....(ب) أسلوب الاعتماد على جهاز داخلي للعلاقات العامة:
- 35.....ج- اختصاصات إدارة العلاقات العامة:
- 37.....د- أخصائي العلاقات العامة:
- 41.....هـ- برامج العلاقات العامة.
- 43.....1. البحوث و الاستماع:
- 45.....2. التخطيط
- 50.....3. تحديد وسائل الاتصال المناسبة:
- 51.....➤ المبحث الرابع: آليات تفعيل العلاقات العامة لتحقيق فعالية مخرجات الإدارة.
- 51.....- وسائل الاتصال:
- 52.....أولاً: الوسائل الشفوية أو المنطوقة.
- 53.....ثانياً: الوسائل المكتوبة:
- 55.....ثالثاً: الوسائل المرئية.

الفهرس

- 66.....الفصل الثاني: الهيكلية التنظيمية للمديرية العامة للأمن الوطني.....
- 67.....المبحث الأول: تاريخ الشرطة الجزائرية.....
- 67.....-الشرطة الجزائرية أثناء المرحلة الانتقالية 19 مارس الى 05 جويلية 1962.....
- 67.....- الشرطة الجزائرية عادة الاستقلال المرحلة الأولى 1962 إلى غاية 1965.....
- 69.....-الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الثانية 1965-1977.....
- 72.....-الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الثالثة 1977-1995.....
- 73.....-الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الرابعة 1995-2010.....
- 74.....-الشرطة الجزائرية في الجزائر المستقلة المرحلة الخامسة من 2010 إلى يومنا هذا.....
- 76.....➤ المبحث الثاني: أهمية و أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني.....
- 77.....أ-أهمية العلاقات العامة في جهاز الامن الوطني.....
- 82.....ب-) أهداف العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني.....
- 84.....ج -وظائف العلاقات العامة في المديرية العامة للأمن الوطني.....
- 86.....➤ المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في حل الأزمات الأمنية في جهاز الأمن الوطني.....
- 86.....(أ)- الهيكل التنظيمي لفريق خلية الأزمة :.....
- 94.....ب- مراحل تسير الأزمة :.....
- 99.....المبحث الرابع:آليات تفعيل العلاقات العامة في جهاز الأمن الوطني لحل الأزمات.....
- 99.....مكتب العلاقات العامة:.....
- 100.....المكاتب الجهوية للإعلام والعلاقات العامة :.....
- 101.....منتدى الأمن الوطني :.....
- 101.....مكتب السمعي البصري :.....
- 102.....إذاعة الامن الوطني:.....
- 102.....مكتب الموقع الالكتروني:.....
- 103.....شبكة التواصل الاجتماعي للأمن الوطني:.....
- 103.....مكتب الإصدارات:.....
- 103.....مكتب جناح المعارض :.....
- 107.....خلاصة الفصل.....

الفهرس

111.....	الفصل الثالث: إستراتيجية الأمن الوطني في حل أزمة غرداية.....
111.....	المبحث الأول: تعريف ولاية غرداية.....
115.....	مدينة غرداية قبلة السفراء والدبلوماسيين الأجانب.....
116.....	سياح وطنيون وأجانب تدخلوا لإنقاذ غرداية.....
119.....	المبحث الثاني: أزمة غرداية الأسباب و التطور.....
119.....	أ- أسباب أزمة غرداية:.....
126.....	ب-تطور أزمة غرداية.....
136.....	المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في حل أزمة غرداية
136.....	1- الإجراءات التي اتبعتها المديرية العامة للأمن الوطني في تسيير أزمة غرداية.....
136.....	أ- تشكيل خلية أزمة:.....
139.....	-خصائص فريق إدارة أزمة غرداية:.....
139.....	1 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة قبل أزمة غرداية :.....
140.....	2 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة خلال أزمة غرداية:
141.....	3 - دور خلية الاتصال و العلاقات العامة بعد أزمة غرداية:
145.....	خاتمة
151.....	قائمة المراجع.....
159.....	الفهرس.....