



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

الموضوع:

دور أنشطة العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن

-التوعية المرورية نموذجا-

دراسة ميدانية مواطن+شرطة

تحت إشراف الاستاذة:

-مونيا دحدوح.

من إعداد الطلبة:

-جهينة خليفي.

-طاوس خاف الله.

-بورقة مروى.

لسنة الجامعية: 2019-2020.

ملخص الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة تعتبر الأسلوب الأمثل في بناء علاقة متينة بين الشرطة و المواطن باعتبار أنها تعتمد أسلوب التخطيط المسبق للاتصال بجماهيرها الواسعة بغرض نشر برامجها التوعوية الهادفة لإرشادهم وإقناعهم بمدى جدية الشرطة في ما تؤديه في سبيل تحقيق ورفع المستوى ضمن أجهزتها , و قد ظهرت الحاجة لها خاصة مع تطور عمل الشرطة حيث أصبح وقائي أكثر منه ردعي فكانت الشرطة بحاجة للتواصل الدائم مع جمهورها من المواطنين بما أنها كانت الأولى التي أدركت أهمية دور العلاقات العامة في إضفاء العمل الأمني تلك البراعة المهنية و المعنوية التي تدعم أداء الرسالة الأمنية بقدر واف من النبل و القيم العالية , فينسجم المواطن طواعية في التعامل مع رجل الأمن و تحمل المسؤولية الأمنية .

حاولت الدراسة تقديم صورة حول الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما هو الدور الذي تلعبه أنشطة العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن ؟

و تندرج تحته الأسئلة الفرعية الآتية :

1. ما هو واقع العلاقات العامة في الشرطة ؟
2. ما هي الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة في سبيل نشر التوعية الأمنية المرورية ؟
3. كيف تساهم العلاقة بين الشرطة و المواطن في تفعيل التوعية الأمنية المرورية ؟
4. ما مدى فاعلية العلاقات العامة في نشر التوعية المرورية ؟

حيث خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

- تعمل أنشطة العلاقات العامة في الشرطة على أنشطة عديدة و أبرزها الحملات التوعوية و التحسيسية ومنه فإن العلاقات العامة في الشرطة تمارس وظائفها على أكمل وجه و هو ما أقرت به النظرية الوظيفية حيث اعتمدنا عليها لدراسة وظائف العلاقات العامة حيث أن العلاقات العامة في الشرطة تمارس وظائفها أيضا في التوعية المرورية.

- المواطن لا يعي كامل الوعي بالدور الإعلامي و التوعوي و الإرشادي و التحسيس الذي تقوم به العلاقات العامة في الشرطة وذلك لأن العمل الشرطي الجزائري خاصة في مجال التوعية الأمنية و نشرها لدى المواطن متواضع مقارنة بما هو عليه الشرطة في الإمارات و غيرها من الدول التي تطرقنا إليها نظريا و التطور الذي تشهده في المجال الأمني و أهميته و العلاقات العامة فيه حيث أصبحت همزة وصل بين الشرطة و المواطن مما أدى إلى جعل الجمهور ينجذب لهذا التطور, في حين لا تزال العلاقات العامة في بلادنا لا ترقى للمستوى المطلوب و لم تجد بعد المكانة التي تستحقها.
- العلاقات العامة الحسنة بين الشرطة و المواطن تساهم في التواصل بينهما و منه تفعيل الرسالة التوعوية الأمنية للشرطة.

Summary :

Public relations is considered the best way to build a solid relationship between the police and the citizen, as it adopts a pre-planning method for communicating with its vast masses in order to spread its awareness programs aimed at guiding them and convincing them of the extent to which the police are serious about what they are doing in order to achieve and raise the level within their agencies, and the need for it has emerged especially With the development of the police work, where it became more preventive than deterrent, so the police needed constant communication with its citizens, since it was the first to realize the importance of the role of public relations in imparting security work that professional and moral prowess that supports the performance of the security mission with adequate nobility and high values , So the citizen voluntarily agrees to deal with the security man and assume security responsibility.

The study attempted to present a picture of the role that police public relations can play in publishing

Citizen security awareness by raising the following problem:

What is the role played by public relations activities in spreading security awareness among the citizen?

And fall under the following sub-questions:

1. What is the reality of public relations in the police?

2. What are the effective communication means used by public relations in the police in order to spread traffic security awareness?

3. How does the relationship between the police and the citizen contribute to activating traffic security awareness?

4. How effective is public relations in spreading traffic awareness?

As the study concluded with a number of results, the most important of which are:

- Public relations activities in the police work on many activities, most notably the awareness and awareness campaigns. Among them, the public relations in the police perform their functions to the fullest, and this is what was approved by the functional theory as we relied on it to study public relations functions as the public relations in the police perform their functions as well Traffic awareness.

- The citizen is not fully aware of the informational, awareness, advisory and sensitizing role that public relations in the police carry out, because the Algerian police work, especially in the field of security awareness and its dissemination to the citizen, is modest compared to what the police are in the Emirates and other countries that we have discussed Theoretically and the development it is witnessing in the field of security and its importance and public relations in it, as it became a link between the police and the citizen, which led to the public being attracted to this development, while public relations in our country still do not live up to the required level and have not yet found the place they deserve. .

- Good public relations between the police and the citizen contribute to communication between them, and from that to activate the police security awareness message.

شكر و عرفان:

قال الله تعالى "ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه" سورة لقمان: 12

و قال رسوله الكريم صل الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس, لم يشكر الله عز وجل"

أشكر لربي جل ثناءه و تقدست أسماءه أن حبب إلي العلم و يسر سبله, و رزقني تلقيه على أيدي أهله الكرام.

ثم أتوجه بجزيل الشكر و عظيم الامتنان إلى كل من:

- إلى من وقفت بجانبنا و ساندتتنا خطوة بخطوة ناصحة موجهة داعمة عظيم الشكر لأستاذتنا و مؤطرتنا في هذه الدراسة مونيا دحدوح.
- لكل من علمنا و درسنا و لقننا علما أوصلنا به إلى هذه اللحظة لكل الأساتذة و المعلمين في مشوارنا الدراسي.
- لكل الأساتذة و العاملين في قسم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات.
- لكل أفراد جامعة 8 ماي 1945 قائلة فردا فردا من الحارس إلى المدير.
- إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله, و كافة أفراد العائلة.
- إلى كل من ساندنا في هذا العمل بقول أو بفعل.

-شكر عظيم كبير من القلب لكم جميعا-

الإهداء:

إلى من قال فيهما سبحانه و تعالى: "ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا" إلى من بيهما افتخر و لولاهما لم أكن و لم أصل إلى عرق القلب أبي و زمزم حياتي أُمي, إلى سندي في الحياة إخوتي و أخواتي, إلى كل أفراد عائلتي الغالية إلى صديقاتي العزيزات أخوات التي أحببتهم لي الحياة.

إلى من علمتني فك الحرف و جر القلم معلمتي الأولى وهيبة ساعد.
لو كانت تهدي للإنسان قيمته أهديتكم الدنيا و مافيهما

-جهينة-

إلى أغلى ما في الوجود و أكرم و أحن موجود إلى من يعجز اللسان عن شكرهما والذي أطال الله في عمرهما إليكما أهدي جهدي و ثمرة عملي, و إلى سندي في الحياة زوجي و نعم الزوج, و إلى أغلى صديقاتي عامة و خاصة جهينة خليفي لك كل الشكر والعرفان.

-مروى-

أهدي عملي هذا إلى والديا الغاليين و إلى أختي الغالية رحمها الله عز وجل.

-طاوس-

خطة الدراسة:

مقدمة

الفصل الأول: إشكالية و اطر الدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

1. تحديد الإشكالية

2. أهمية الدراسة و أهدافها

3. أسباب اختيار الموضوع

4. تحديد مفاهيم الدراسة

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

1. الدراسات السابقة

2. البناء النظري

ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة

1. منهج الدراسة

2. أدوات جمع البيانات

3. عينة الدراسة

الفصل الثاني: مدخل عام للعلاقات العامة في الشرطة

أولاً: العلاقات العامة في الشرطة

1. مدخل إلى العلاقات العامة

2. مفهوم العلاقات العامة في الشرطة

3. أهمية العلاقات العامة في الشرطة

ثانياً: أنشطة العلاقات العامة في الشرطة

1. مجالات العلاقات العامة في الشرطة

2. وسائل العلاقات العامة في الشرطة

3. العلاقات العامة بالشرطة و الإعلام الأمني

ثالثاً: نماذج عن التوعية المرورية في الشرطة

1. التجربة الوطنية

2. التجربة العربية

3. التجربة الغربية

الفصل الثالث: التوعية الأمنية المرورية

أولاً: التوعية الأمنية

1. مفهوم التوعية الأمنية

2. مجالات التوعية الأمنية

3. أهمية و أهداف التوعية الأمنية

ثانياً: التوعية المرورية

1. مفهوم التوعية المرورية

2. أهداف التوعية المرورية

3. خصائص التوعية المرورية

ثالثاً: العلاقات العامة و التوعية الأمنية المرورية

1. العلاقة بين الشرطة و المواطن

2. العلاقات العامة والتوعية الأمنية

3. العلاقات العامة و التوعية الأمنية المرورية

الفصل الرابع: الفصل التطبيقي

أولاً: أنشطة العلاقات العامة في امن ولاية قالمة

ثانياً: واقع العلاقات العامة في شرطة ولاية قالمة في مجال التوعية المرورية

ثالثاً: الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة لنشر التوعية الأمنية

رابعاً: العلاقة بين الشرطة و الجمهور و دورها في تفعيل التوعية المرورية

خامساً: فاعلية العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية المرورية

نتائج الدراسة و مناقشتها

خاتمة.

مقدمة:

يعد نشر الأمن في المجتمع وغرس إحساس الشعور به في نفس المواطن من مهام الأجهزة الأمنية, حيث اليوم لم تعد تقتصر مهام الشرطة على الردع و الاعتقال ومكافحة الجريمة بمختلف أنواعها... و غيرها بل أصبحت مهام الشرطة تمتد إلى النشاط الإعلامي التوعوي و كذا السعي لتحسين العلاقة بينها و بين المواطن.

حيث أصبحت الشرطة إضافة إلى مهمة حفظ الأمن تمارس نشاطات أخرى تتمثل في نشاطات أخرى تتمثل في نشاطات إعلامية, توعوية, إرشادية... و غيرها بهدف نشر الوعي الأمني لدى المواطن.

و تعتمد الشرطة في هذه المهمة على العلاقات العامة حيث تعتبر العلاقات العامة إذا ما أحسنت استخدامها بمثابة القوة التي تتمكن الشرطة من خلالها أن تحقق أفضل النتائج في نشر التوعية و إرشاد المواطن وكذا تحسين علاقتها مع الجمهور.

حيث أن العلاقات العامة تعتبر همزة وصل بين المؤسسة الأمنية و جمهورها, كما أن الرسالة الشرطية التي تسعى الشرطة إلى إيصالها للمواطن بهدف نشر التوعية الأمنية وخلق ثقافة أمنية و رفع مستوى الحس الأمني لديه متوقف على مدى نجاح أنشطة جهاز العلاقات العامة بالشرطة, كما أن مهمة العلاقات العامة هو تحسين العلاقة بين رجل الشرطة و المواطن و منه خلق جو من التعاون و الثقة و تبديد الأفكار السلبية في عقل المواطن عن رجال الشرطة, و كذا تعريفه بمهام و جهودات الشرطة.

لذا فإن الشرطة تعتمد على جهاز العلاقات العامة في نشاطها الإعلامي التوعوي و تسعى جاهدة لتفعيل أنشطة و حملات العلاقات العامة في سبيل التوعية الأمنية.

الفصل الأول : إشكالية و أطر الدراسة

أولا : إشكالية الدراسة

1-الإشكالية :

تعد العلاقات العامة في الشرطة من أهم المرتكزات الحيوية التي تعتمد عليها الشرطة في إبراز الجهود التي تؤديها في سبيل إقناع الجماهير بمدى أهمية الجهود التي تبذلها لحفظ أمنهم و استقرارهم و كذا حمايتهم .

فالعلاقات العامة تعتبر الأسلوب الأمثل في بناء علاقة متينة بين الشرطة و المواطن باعتبار أنها تعتمد أسلوب التخطيط المسبق للاتصال بجماهيرها الواسعة بغرض نشر برامجها التوعوية الهادفة لإرشادهم وإقناعهم بمدى جدية الشرطة في ما تؤديه في سبيل تحقيق ورفع المستوى ضمن أجهزتها , و قد ظهرت الحاجة لها خاصة مع تطور عمل الشرطة حيث أصبح وقائي أكثر منه ردعي فكانت الشرطة بحاجة للتواصل الدائم مع جمهورها من المواطنين بما أنها كانت الأولى التي أدركت أهمية دور العلاقات العامة في إضفاء العمل الأمني تلك البراعة المهنية و المعنوية التي تدعم أداء الرسالة الأمنية بقدر واف من النبل و القيم العالية , فينسجم المواطن طواعية في التعامل مع رجل الأمن و تحمل المسؤولية الأمنية .

وفي سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الأمنية يعتمد جهاز العلاقات العامة بالشرطة على مجموعة استراتيجيات تتمثل في الوظيفية الإعلامية الهادفة إلى توعية الجماهير و تطوير صور الأنشطة و البرامج الإعلامية التي يعتمدها هذا الجهاز في توعية المواطنين , وكذا الاستخدام الأمثل لأفضل تقنيات الاتصال المتاحة لضمان أفضل تواصل مع الجماهير المستهدفة , في حين تعتمد وظيفة الاستعلام لإجراء بحوث مسحية لجماهيرها و ذلك للحصول على مؤشرات حقيقية لتبدأ نشاطها وتمارسه , أما عن استراتيجيات التخطيط في العلاقات العامة فتبدأ من إدارة العلاقات العامة في جهاز الشرطة من عمليات تنظيم و إشراف و رقابة على جميع الأنشطة التي تمارسها , فالمراقبة تكون لرصد ما يحدث في البيئة الخارجية و التنظيم للأنشطة التي تمارسها , و نظرا للأهمية التي تلعبها إدارة العلاقات العامة في الشرطة يستدعي ذلك أن تكون أهدافها ملائمة للواقع و أن تكون رسائلها مؤثرة و فعالة تقاس نتائجها على أرض الواقع حيث أن رجل العلاقات العامة في الشرطة أن يكسب ثقة و تعاون الجمهور و في المقابل إيصال الرسالة الأمنية بفاعلية , وهنا ففاعلية الرسالة مرهون بمدى تفوق العلاقات العامة بالشرطة بتزويد المواطن بالمعلومات الأمنية و نشر التوعية الأمنية و رفع مستوى المسؤولية و الحس الأمني لدى المواطن ,

وكذا تعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه واستقراره حيث تهدف العلاقات العامة في الشرطة من خلال نشاطاتها بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي و المتمثل في رجال الشرطة و الجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين بمختلف شرائحهم بخلق جو من الثقة و التعاون ومنه خلق نشاط يجمع الجمهوريين و المتمثل في نشر التوعية الأمنية في المجتمع و بين مختلف شرائحه , و بالتطور الحاصل في عصرنا الحالي و كذا الاقتصاد حيث أصبح للناس احتياجات كثيرة و كذا بات المجتمع و أفراده يميلون إلى حياة السرعة في كل مجالات الحياة اختصارا للوقت و الجهد , و كذلك لمواكبة تطور العالمي , ومن التغيرات الجذرية التي حصلت بين العصر القديم و العصر الجديد والتي جعلت للمجتمع متطلبات جديدة لكي يستطيع إكمال صورة الحياة الجيدة بنظره هي وسائل النقل و الطرقات حيث أن تطور وسائل النقل عن العصر القديم جعل لكل بيت سيارة و لكل قرية حافلة ولكل ولاية طائرة , و بتطور هذه الوسائل تطورت الطرقات و ربطت بين مختلف مدن الوطن مما سهلت حركة و تنقل المواطنين و اختصرت المسافات , و لكن في ظل هذا كله لا يمكن أن نغفل عن ما خلفه هذا الأمر من حوادث و كوارث مرورية عبر الطرقات و الذي تسبب في الكثير من الجازر الدموية خلفتها حوادث المرور المختلفة , ومنه فان واجب التوعية الأمنية يقع على عاتق أجهزة العلاقات العامة في الشرطة خاصة في جانب التوعية المرورية و حفظ السلامة المرورية للمواطنين من حوادث و كوارث الطرقات .

فنشر التوعية الأمنية المرورية أصبحت إستراتيجية تتبعها المؤسسات الأمنية لتحقيق التكيف و الضبط الاجتماعي خاصة بعد ما شهده العالم في السنوات الأخيرة من تغيرات أثرت على مختلف مجالات الحياة , و قد أفرزت هذه التغيرات حاجة هذه المؤسسات إلى تنمية التوعية الأمنية حول السلامة المرورية و تعميمها بين الأفراد و إيجاد بيئة تساعد على التطور و حفظ أمن المواطن , و بما أنه دائما ما يكون جهاز الشرطة نظرا لخصوصيته في موقف حساس في علاقته مع الجمهور فالعلاقات العامة تمثل رأس الرمح في تطبيع هذه العلاقة ومنه نشر التوعية الأمنية المرورية لدى المواطن في ظروف جيدة .

ومن خلال ما تقدم ذكره نطرح الإشكال التالي :

ما هو الدور الذي تلعبه أنشطة العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن ؟

و تندرج تحته الأسئلة الفرعية الآتية :

5. ما هو واقع العلاقات العامة في الشرطة ؟

6. ما هي الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة في سبيل نشر التوعية الأمنية المرورية ؟

7. كيف تساهم العلاقة بين الشرطة و المواطن في تفعيل التوعية الأمنية المرورية ؟

8. ما مدى فاعلية العلاقات العامة في نشر التوعية المرورية ؟

2-أهمية الدراسة و أهدافها :

2-1- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا البحث في تناوله أحد أهم فرع من فروع الإعلام و الاتصال ألا و هو العلاقات العامة و الذي يستمد أهميته من الدور و النشاط الذي يقوم به , من خلال تفعيل الاتصال بين المنظومة الأمنية و المواطنين , عن طريق التعريف بالخدمات الأمنية التي تقوم بها أجهزة الشرطة , وكذا توفير المعلومات الكافية من أجل الشراكة و التحسيس بدوره الفعال في تحقيق العملية الأمنية و حفظ الاستقرار . و تتضح أهمية الدراسة أيضا في إبرازها لمكانة العلاقات العامة في الشرطة و بالأجهزة الأمنية مقارنة بما هي عليه في المؤسسات الأخرى ذات النشاط المختلف . و معرفة مدى إمكانية تحقيق خطط و غايات العلاقات العامة بالشرطة على أرض الواقع .

2-2- أهداف الدراسة :

● معرفة دور و أهمية العلاقات العامة في الشرطة و إبراز ما يمكن أن تقوم به لبناء العلاقة

بين الشرطة و الجمهور .

● توضيح دور الشرطة في إطار عمل العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن

● إلقاء الضوء على الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في الشرطة لنشر الوعي الأمني

لدى المواطن.

3-أسباب اختيار الموضوع:

أ-أسباب ذاتية :

- ✓ الربط بين مجال التخصص اتصال وعلاقات عامة و الظاهرة المدروسة .
- ✓ محاولة إثراء الحقل المعرفي بدراسة جديدة نوعا ما في مجال العلاقات العامة و دورها الهام في الشرطة لنشر التوعية الأمنية .

ب-أسباب موضوعية :

- ✓ الكشف عن الدور الهام الذي تلعبه أنشطة العلاقات العامة بالشرطة في نشر الوعي الأمني و الثقافة الأمنية لدى مختلف شرائح المجتمع .
- ✓ محاولة التعريف بمختلف الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في أجهزة الشرطة والجهود المبذولة من قبل الشرطة من أجل بناء علاقة جيدة مع المواطنين من اجل إشراكهم في تحقيق العملية الأمنية و تشكيل التوعية الأمنية لديهم .
- ✓ توضيح أهمية العلاقات العامة كفرع من فروع الإعلام و الاتصال و دورها الإعلامي الذي تمارسه على مستوى أجهزة الشرطة في سبيل التوعية الأمنية و كذا التعريف بمهام الشرطة , و بأن نشاطها ليس ردعي و فقط بل يتعداه إلى النشاط التوعوي و الإرشادي و كذا محاولة تغيير النظرة السلبية عن الشرطة لدى المواطن .

4-تحديد مفاهيم الدراسة :

1-الدور :

لغة: من فعل دار , يدور , دوارا أي تحرك في اتجاهات متعددة في مكانه و كلمة الدور مستعرة من حياة المسرح و أول من استعملها بهذا المعنى هو نيتش , حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح , و كأن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة , و أفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة و المختلفة حسب اختلاف مراكزه.¹

اصطلاحا: بما أننا بصدد إعطاء مفهوم اصطلاحى عن الدور فيمكن القول أنه هناك العديد من الأبحاث التي تناولت مفهوم الدور , و توصل عدد من العلماء لإعطاء تعاريف مختلفة للدور .

¹ عصمت عدلي, علم الاجتماع الأمني, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2001 . ص 14

- فالدور هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين , و للدور معنى استثنائي و آخر معياري الأول يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به مثال ذلك أن يرتبط دور معين جنس معين باعتبار أن ذلك أمر بديهي أو شائع داخل المجتمع , أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور و الدور المقابل و يتم تحديد هذا المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع .¹

- و الدور هو مجموعة من الأفعال المكتسبة يؤديها شخص معين في وضع معين و يتحدد هذا الفعل وفقاً لتوقعات المجتمع من جهة و دوافع الشخص من جهة ثانية .

- و الدور كذلك هو مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة و تحوي مواقف معينة و قيم و سلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة , فهو كيفية التمتع بالحقوق و تحمل الواجبات التي يمنحها المركز , أي أن الدور هو الجانب الحركي للمركز .²

إجرائياً : سنعرف الدور على الأساس الوظيفي بما أننا ندرس وظيفة العلاقات العامة في الشرطة و دورها في نشر التوعية الأمنية و منه فالدور هو الوظيفة التي تؤديها العلاقات العامة بجهاز الشرطة من أجل توعية الأفراد و كذلك نشر التوعية الأمنية لدى المواطن من خلال أنشطتها و برامجها التي تهدف إلى تنمية الحس الأمني لدى المواطن , بل ان هذا الدور يعد من واجباتها الأساسية بما أن قيامها بهذا الدور يؤثر بشكل إيجابي على نشر التوعية الأمنية لدى المواطنين و الرفع من حسهم الأمني و كذا وعيهم الأمني .

2-العلاقات العامة :

لغة : هي عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين : الأولى العلاقات , و الثانية العامة و العلاقات جمع علاقة و العلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر , و بذلك فالعلاقات هي الروابط و الآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك , و الاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية , أما العامة فتشير إلى الجماهيرية , و يقصد بها الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه و نشاطاته بالهيئة أو المنظمة .³

اصطلاحاً : حسب المعاجم و القواميس :

¹ نفس المرجع . ص 15
² قباري إسماعيل , علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال, دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام , منشأة المعارف , مصر , 1984 . ص 76.
³ محمد منير حجاب , المعجم الإعلامي , ط1 , دار الفجر لنشر و التوزيع , مصر , 2004 . ص 364

-عرفها قاموس ويسمير : " بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة , أو اتحاد , أو حكومة , أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة طيبة و سليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين و المستخدمين و حملة الأسهم و كذلك الجمهور بوجه عام و ذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه ."¹

-أما قاموس المصطلحات الإعلامية عرف العلاقات العامة : "على أنها العلاقات القائمة على الاحترام المتبادل ."²

-المعجم الإعلامي يعرف العلاقات العامة على أنها : "الجهود الإدارية المخططة و المستمرة و الهادفة و الموجهة لبناء علاقات سليمة و مجدية قائمة على أساس التفاعل و الإقناع و الاتصال المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها لتحقيق أهداف مصالح الأطراف المعنية , و لتحقيق الانسجام الاجتماعي و البيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع , و النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق و المعلومات و الأفكار و شرحها و تفسيرها , و تطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة ."³

-يعرف المعهد البريطاني العلاقات العامة بأنها : " الجهود المخططة و المرسومة و التي يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة و جماهيرها ."⁴

التعريف الإجرائي : من خلال ما سبق ذكره من تعاريف يمكننا استخلاص تعريف إجرائي حسب موضوع بحثنا كما عرفها الدكتور محمد منير حجاب في كتابه العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة كالآتي :

هي الجهود الإدارية الخلاقة و المدروسة و المستمرة و الهادفة و الموجهة لبناء علاقات سليمة و مجدية , قائمة على أساس التفاعل و الإقناع و الاتصال المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها , لتحقيق أهداف و مصالح الأطراف المعنية و لتحقيق الانسجام الاجتماعي و البيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع و النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق و المعلومات و

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان, العلاقات العامة و الاعلام من منظور علم الاجتماع, المكتب الجامعي الحديث, مصر, 2004. 17.

² محمد فريد محمود عزت, قاموس المصطلحات الاعلامية , دار الشروق للنشر و التوزيع, الاردن, 2007. ص 288.

³ محمد منير حجاب, مرجع سابق. ص 364

⁴ أسامة كامل, محمد الصريفي, ادارة العلاقات العامة, مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية, البحرين, 2006. ص 10.

الأفكار و شرحها , و تفسيرها و تطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة .

3-التوعية الأمنية :

فيل تعريف التوعية الأمنية سنتطرق قبل ذلك لتعريف التالي :

-تعريف الوعي,التوعية:

بتداخل مفهوم الوعي مع مفهوم التوعية بشكل متلاحم و متكامل يمكن اعتبارهما وجهين لعملة واحدة لا يكون لأي منهما قيمة ولا تقوم له قائمة إلا بالوجه الآخر , فلا توعية من دون وعي و التوعية تقود الى الوعي , و ان الشخص الواعي يكون قادر على نقل جرعة التوعية أكثر من غير الواعي .¹

و منه نعرف الوعي و التوعية كالآتي :

*مفهوم الوعي:

لغة : حفظ القلب الشيء و وعى الشيء و الحديث يعيه وعيا و أوعاه , حفظه و فهمه و قبله فهو واع , و فلان أوعى من فلان أي أحفظ و أفهم , قال الأزهري : الوعي الحافظ الكيس الفقيه يقال أوعى جدعه و استوعاه إذا استوعبه .²

اصطلاحا : لا يوجد تعريف متفق عليه بين الأوساط الأكاديمية لمصطلح الوعي فهناك من يرى أن الوعي هو الإدراك أو صحوة الفكر أو العقل و الوعي في الاصطلاح في علم الاجتماع هو إدراك الفرد لنفسه و للبيئة المحيطة به .³

*مفهوم التوعية :

لغة : التوعية من مصدر وعي و هي التفهيم والتوضيح و الإرشاد , وهي مأخوذة من الوعي وهو الحفظ و الفهم و الإدراك والعمل , و الأصل في الوعي ضم الشيء و ما التوعية إلا ضم معلومات إلى معلومات , وهي بمثابة إفهام الغير و تحفيظهم ما ينبغي عليهم فعله و إرشادهم .¹

¹ عمر صالح بن عمر, مفهوم الوعي و التوعية و أهميتها, كلية الشريعة و الدراسات الاسلامية, جامعة الشارقة , الامارات, 2014. ص37.

² ابن منظور, معجم لسان العرب, دار النوادر, سوريا, 1920. ص 397

³ عمر صالح بن عمر, المرجع السابق.ص 39

اصطلاحاً : وهي توضيح الشيء أو التوجيه نحو أمر مرغوب فيه من خلال القيام بمجموعة معينة من الأنشطة و هي أيضا نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى للمتلقي تجنب الضرر أو تجنب الكارثة التي قد تحدث قبل وقوعها , و هي مجموعة من الأنشطة التواصلية و التربوية الهادفة إلى إيجاد حس في نفوس الناس يترجم إلى سلوك أو عمل .²

-تعريف الأمن :

لغة : نقيض الخوف , و يقابلها باللاتينية Securitas و معناها الطمأنينة و الثقة و هدوء النفس الناتج عن عدم الإحساس بالخوف في كل ما يهدد الإنسان في نفسه أو ماله سواء من أخطار عمدية , طبيعية كانت أو بشرية .³

وتفيد قواميس اللغة أن الأمن ضد الخوف , أي نقيضه أي أن الأمن هو عدم الخوف , أيا كان مصدر هذا الخوف فردا كان أو جماعة حاكما كان أو محكوما .⁴

اصطلاحاً : يرى الدكتور حضور أن مفهوم الأمن صعب في تحديد تعريفه نتيجة الغموض و الالتباس الذي لا يزال محيطا بالظاهرة الأمنية كموضوع للدراسات الأمنية ومنه صعوبة إخضاعها لقواعد المعرفة النظرية , و ديناميكية الحالة الأمنية و صبغتها الخاصة , إضافة إلى اختلاف الموقع العلمي التي تتم من خلاله النظرة للأمن و كذا تنوع الباحثين و التداخل بين العلوم فان هذا لا يؤدي إلى إنضاج علم امني , بل يؤدي تعميق التنوع و الارتباك .

و عدم وجود وحدة المفاهيم المتعلقة بالأمن يظهر الاختلاف بين من ينظر نظرة جزئية ومن ينظر إليه نظرة شاملة تكاملية , وكذا تعدد الظاهرة الأمنية و صعوبة السيطرة عليها أو تحديد ماهيتها بدقة , لأنها عموما ظاهرة اجتماعية , والأمن ظاهرة مرتبطة بالإنسان , هذا ما يفسر ظاهرة توأمة الإنسان و الأمن , لان الأمن مطلب دائم لحياة الإنسان وحفظها و لاستمراره , ومنه فان الأمن كان و سيزال لصيق الصلة بحاجة الأفراد .⁵

¹ ابن فارس, معجم مقاييس اللغة, دار الجبل , لبنان , 1990.ص 124

² عمر صالح بن عمر, مرجع سابق. ص 40

³ اللواء أحمد كامل, مجلة الشرطة, المديرية العامة للأمن الوطني, جانفي 1990.ص 37,36

⁴ فهد عبد العزيز, الأمن و الاعلام في الدولة الاسلامية, المركز العربي للدراسات الأمنية, الرياض, 2006.ص 103.

⁵ أديب حضور, الاعلام الامني, المكتبة الاعلامية, دمشق, 2002.ص 28

و يرى اللواء فؤاد كامل أن مفهوم الأمن لا يقتصر على مفهوم الأمن لا يقتصر على مفهوم التحرر من الخوف بل يشمل كذلك ازدهار الأمانى الفردية و الجماعية و القومية , و قد يكون الأمن اما امن فرد أو امن عام أو امن قومي .¹

- مفهوم التوعية الأمنية :

اصطلاحا : يعرف الدكتور بركة بن زامل الحوشان التوعية المنية بأنها : " ضمان أدراك الفرد لذاته و إدراكه للظروف المحيطة به و تكوين اتجاه عقلي ايجابي نحو الموضوعات العامة للمجتمع و تشتمل على اتجاه عقلي يعكس تصور الفرد لذاته و لأهمية سيادة الأمن على المواقف الاجتماعية و الظروف المحيطة في المجتمع , و يتبلور ذلك في ترسيخ مفهوم الوقاية من الجريمة في الأذهان و تعلم الأفراد كيفية إدارة حياتهم المعيشية العادية بطرق و أساليب تكفل لهم و لذويهم و أموالهم الحماية و الأمن , و دفع الجمهور للمشاركة في أداء ما يزيد من فعالية الأمن بالجهود الذاتية و المشاركة في وضع حلول لما يعرض من مشكلات عامة ."²

و يعتبرها الدكتور جاسم خليل ميرزا بأنها : "مجموعة الأنشطة و الفعاليات التي تستخدمها إدارة التوعية المنية للوصول إلى الجماهير على اختلاف فئاتهم عبر وسائل الأعلام المختلفة لتزويدهم بالمعلومات الأمنية لضمان تفاعلهم الايجابي مع جهاز الشرطة في إطار من التفاهم و الحرص الكامل على مصلحة المجتمع لذا فهي تعتبر محور إدارة التوعية الأمنية باعتبارها جزءا من منظومة العمل الشرطي ."³

إجرائيا : سنعرف التوعية الأمنية إجرائيا وفقا لموضوع دراستنا كالآتي :

التوعية الأمنية هي تلك الجهود التثقيفية التربوية و الإعلامية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في الشرطة من اجل دفع المواطنين إلى الالتزام بالقوانين الأمنية و كذا الحد من الخسائر المادية و البشرية التي قد تحدث جراء حوادث المرور أو حوادث السرقة و كذا الجرائم وغيرها من المشاكل التي تهدد أمن المجتمع .

فالتوعية الأمنية تعد من بين النشاطات التي لها دور كبير في الوقاية من كل الحوادث و الجرائم المهددة للمجتمع , لكن يحدث إذا ما تم إتباع منهجية حديثة و عملية من قبل إدارة العلاقات العامة في الشرطة حول مواضيع التوعية الأمنية المختلفة و كذا الوقاية من الجريمة .

¹ مجلة الشرطة, مرجع سابق, ص 37

² جامعة نايف للعلوم الأمنية, الاعلام الامني العربي قضاياه و مشكلاته, مركز الدراسات و البحوث, الرياض, 2002. ص 157.

³ جاسم خليل ميرزا, الاعلام الامني بين النظرية و التطبيق, مركز الكتاب للنشر, القاهرة, 2005. ص 201.

4-التوعية المرورية :

هي عملية ترجمة الحقائق المتعلقة بقواعد السير , و آدابه و تحويلها إلى أنماط سلوكية مرورية سليمة على مستوى الفرد و الجماعة , و ذلك بتطبيق الأساليب التربوية الحديثة للحد من الحوادث المرورية .¹

وهي : " عملية منظمة و مدروسة تستهدف تغيير اتجاهات و آراء و أفكار و مواقف الأفراد و الجماعات , و تمكينهم من التفاعل و التعامل بيقظة و فهم كاملين . "

و يعرفها أديب حضور : " التوعية المرورية عبارة عن منظومة السياسات و الخطط و البرامج الهادفة إلى إنتاج مضامين و رسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية , و تقوم بنشاطات و فعاليات مختلفة وتستخدم وسائل اتصالية مختلفة من اجل نشر هذه المضامين و الرسائل التي تشكل خطابا مروري توعوي متكامل إلى مختلف الشرائح الاجتماعية و مختلف الجماهير المعنية بالمسألة المرورية . "

كما ترتبط التوعية المرورية بدرجة وعي الفرد في الجوانب الثلاث التالية :

■ المعرفة بقوانين المرور و أسبابها .

■ الاتجاهات الايجابية نحو القوانين المرورية و رجال المرور .

■ السلوكيات الايجابية في القيادة .

وعليه فإن التوعية المرورية تعنى بصورة عامة بتلقي الفرد جملة من المعارف و المعلومات , و تدريبه على تطبيقها ميدانيا , و إكسابه قيما و عادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقا كان أو راكبا , أو راجلا .²

ثانيا : الإطار النظري للدراسة :

1-الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

الإعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره

¹ زكرياء شعبان,دراسة تحليلية لكتب لغتنا العربية في ضوء مضامين التربية المرورية,جامعة البلقاء التطبيقية, الأردن, 2004.ص30.
²تباني عيبر,الحملات الاعلامية الاذاعيةالخاصة بالتوعية المرورية, مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال,جامعة بسكرة, 2012. ص 14.

دراسة لأمنية حمراي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة سنة 2010
و قد تمحورت الإشكالية حول العلاقات العامة في الشرطة و بأنها تركز على دعمتين أحدهما الإعلام الأمني
العام و الأخرى الإعلام الأمني الخاص و كان التساؤل الرئيسي المطروح على النحو التالي : ما دور العلاقات
العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر ؟ اندرجت تحته أسئلة فرعية كالآتي :

1. أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر ؟
2. هل تساهم العلاقات العامة في الشرطة في التوعية المرورية ؟
3. هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا دورا في التخفيض من حوادث المرور بالجزائر ؟

و طرحت الباحثة فرضيات تمثلت في :

فرضية عامة :

تساهم العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر .

و فرضيات جزئية كالآتي :

1. تساعد العلاقات العامة الايجابية بين الشرطة و الجمهور على تطوير الإعلام الأمني في الجزائر .
2. تساهم العلاقات العامة بالشرطة بفضل نشاطاتها التوعوية في التوعية المرورية .
3. تؤدي العلاقات العامة بالشرطة دورا في تحسين الأمن المروري بالتخفيض من حوادث المرور بالجزائر .

و استخدم في هذه الدراسة المنهج المسحي , و استخدم أدوات الاستبيان الملاحظة و المقابلة و خلصت

الباحثة إلى عدة نتائج أهمها :

■ العلاقات العامة الجيدة بين الشرطة و الجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين ومنه تفعيل الرسالة الأمنية.

■ خلصت الدراسة إلى إن نسبة 51,5 بالمائة من المبحوثين يعتقدون بأن الشرطة تنحصر مهامها في المهام الأمنية فحسب حيث يغيب الدور الإعلامي , التوعوي , الإرشادي و التحسيسية الصادر عن قسم العلاقات العامة بالشرطة .

■ و عن علاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بمدى ارتفاع مستوى الثقافة الأمنية فقد أثبتت النتائج أن من تعرضوا لتلك الوسائل قد ساهم تعرضهم في رفع مستوى ثقافتهم الأمنية بشكل كبير بلغت نسبته 56,89 بالمائة.¹

الدراسة الثانية :

العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الإعلام .

دراسة للدكتور عبد المحسن بدوي محمد أحمد في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض في المملكة العربية السعودية سنة 2006 .

تركز الدراسة على أن وجود جهاز العلاقات العامة الفعال في الأجهزة الأمنية يعد ضرورة اجتماعية من ضروريات التقدم و الحدائة بما إن الأجهزة الأمنية تعد جزءا أصيلا من المجتمع و تعمل في ظلّه و تستهدفه و تعمل على تلبية حاجاته .

و تبني الباحث في هذه الدراسة على الفروض التالية :

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

2. تمثل إدارة العلاقات العامة وسيلة للتواصل و تبادل المعلومات و الخبرات بين الأجهزة الأمنية و الإعلامية و بعد التنسيق من أهم وظائف العلاقات العامة في إطار تفعيل العمل الإعلامي الأمني .

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

و اعتمد الباحث على عينة من العاملين بإدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية لبعض الدول العربية و انبثق عن هذه الدراسة نتائج تمثلت في :

1. آمنت الدول المشاركة على ضرورة التنسيق بين العلاقات العامة و الأجهزة الإعلامية بشكل

متبادل .

¹أمنية حمراني,الإعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره,مذكرة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة,جامعة باتنة, 2010.

2. التأمين على قيام جهاز العلاقات العامة بهذا الدور التنسيقي .
3. ضرورة التنسيق التام بين العلاقات العامة في الأمن و الأجهزة الإعلامية في المؤتمرات الصحفية .
4. ضرورة دعوة الأجهزة الإعلامية للمشاركة في الاحتفالات الرسمية .
5. القائمين على أمر العلاقات العامة بالدول العربية يشغلون مناصب شرطية¹ .

الدراسة الثالثة :

الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العم الأردني .

دراسة لخلف لاني الحلبا الحماد دراسة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة و الإعلام جامعة البتراء – الأردن سنة 2014 .

تركز الدراسة على التعرف على الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني بغية تدعيمها أو تغييرها أو تعديلها , بالإضافة إلى الوقوف على مدى مساهمة كل من القوانين و البيئة الاجتماعية ووسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الأمن.

و تبلورت مشكلة الدراسة في السؤال الآتي :

ما الصورة الذهنية لرجل الأمن عند الرأي العام الأردني ؟

و اندرجت تحتها الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما اتجاهات الرأي العام الأردني نحو رجل الأمن ؟
2. ما مصادر الصورة الذهنية السائدة لدى الرأي العام الأردني عن رجل الأمن ؟
3. ما السمات العامة لرجل الأمن من وجهة نظر الرأي العام ؟
4. إلى أي مدى تساهم وسائل الأعلام في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الأمن ؟

و اعتمدت عدة فروض نذكر منها :

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعود إلى السمات الديموغرافية لجمهور الرأي العام في

تشكيل الصورة الذهنية لرجل الأمن .

¹ عبد المحسن بدوي,العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام,جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية,الرياض, 2006.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعود إلى ما تقدمه وسائل الإعلام في تشكيل الصورة

الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام

و خلصت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت أهمها في :

1. الرأي العام الأردني يحمل اتجاهها ايجابيا نحو رجل الأمن العام .
2. التعامل المباشر مع جهاز الأمن يعد من أهم مصادر الصورة الذهنية لدى الرأي العام الأردني على رجل الأمن بنسبة 64,8% .
3. إن الرأي العام الأردني راض عن أداء رجل الأمن العام و سلوكه بنسبة 72,4% .
4. فروق دالة إحصائية تعود للسمات العامة لرجل الأمن في تشكيل صورته الذهنية .¹

2-البناء النظري :

*النظرية الوظيفية:

النظرية الوظيفية هي من النظريات المهمة في علم الاجتماع , تستمد أصولها و أفكارها من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين و المعاصرين , الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية . تركز النظرية بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات و النظم الاجتماعية و معرفة دورها الوظيفي , و هذا ما تمثل في أفكار رواد علم الاجتماع الغربيين و المعاصرين .²

على العموم نجد أن النظرية الوظيفية قد اهتمت بالوظيفة أكثر من اهتمامها ببنى الظاهرة أو الغير الظاهرة , و هذا جعلها واقعية إلى حد كبير و بعبارة أخرى فإن " الاتجاهات الوظيفية تستخدم لتفسير الدور و الوظيفة الاجتماعية اللذين تقوم بهما ظاهرة معينة أو نظام معين في البناء أو النسق , أو التنظيم الاجتماعي باعتباره جزء منه , فكل نظام في النسق الاجتماعي يرتبط مع بقية النظم الأخرى " .³

-النظرية الوظيفية ودراسة العلاقات العامة :

¹ خلف لافي الحماد, الصورة الذهنية لرجل الأمن الأردني, مذكرة ماجستير في الصحافة و الاعلام, جامعة البتراء, الأردن. 2014.

² عبد الله محمد عبد الرحمن, سوسيولوجيا الاتصال و الاعلام, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2005. ص 146.

³ ياسين خضر البياتي, النظرية الاجتماعية, ط1, الجامعة المفتوحة, طرابلس, 2002. ص 109.

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة قصد التعرف على الدور الوظيفي المناط بالعلاقات العامة, و لاسيما بعد تزايد الاهتمام بهذه الوظيفة من طرف معظم المؤسسات , إذ أن التعقيدات الراهنة التي تعرفها المجتمعات الحديثة جعلت من العلاقات العامة أحد أهم وظائف أي إدارة مهما كان مجالها .

ومنه يجد الباحثون في ميدان العلاقات العامة حاجة ماسة لدراسة العلاقات العامة , و الدور الذي تؤديه في المؤسسة والذي يمثل فائدة تساعد على تقدم المؤسسة و تطورها , و كذا معرفة دور العلاقات العامة في التنظيم وكشف العلاقات المتبادلة بين الممارسين و وظائفهم و أدوارهم من خلال جهاز العلاقات العامة , و يمكن تحديد مكانة جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة مقارنة بالدور الذي تؤديه بفعالية .¹

و في ضل هاته النظرية نستطيع التعرف على مختلف وظائف العلاقات العامة و دورها في نشر التوعية الأمنية , و نعتمد هذه النظرية في البحث النظري و الميداني , و كذا في تحليل نتائج دراستنا .

ثالثا : الإطار المنهجي للدراسة

1- منهج الدراسة :

بعد تحليل موضوع الدراسة و الذي يحمل عنوان : دور العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن استنتجنا أن المنهج الأنسب الذي يمكننا الاعتماد عليه ضمن هذه الدراسة الوصفية هو منهج المسح بالعينة .

بما أن منهج المسح بالعينة يعتبر من أنسب المناهج العلمية الذي يلائم الدراسة الوصفية , و تلك التي تستهدف وصف بناء و تركيب جمهور وسائل الإعلام و أنماط سلوكه.²

ومنه اعتمدنا منهج المسح بالعينة كمحاولة لقياس مدى الوعي الأمني لدى المواطن و كذا معرفة رأيه في دور العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية الأمنية لدى جمهور المواطنين و كذا مدى تأثيرهم برسائلها و أنشطتها. و كذلك اعتمدنا منهج المسح بالعينة لأن مجتمع الدراسة واسع نوعا ما بما أننا سنأخذ عينة كبيرة نوعا ما من جمهور المواطنين لإجراء الدراسة عليهم لمعرفة مدى تأثير العلاقات العامة في الشرطة على التوعية الأمنية لديهم.

¹ حمراني أمينة, مرجع سابق. ص 44

² محمد عبد الحميد, دراسات الجمهور في بحوث الاعلام, ط1, عالم الكتب, القاهرة, 1993. ص 122.

و منهج المسح بالعينة لا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات , بل يلجأ إلى مختلف الأساليب كالاستبيان , الملاحظة , المقابلة .. وغيرها .¹

2- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة الاستبائية في جمع بيانات الدراسة لأنها أكثر أداة يمكننا من خلالها جمع أكبر قدر من المعلومات عن موضوع الدراسة و اعتمدت دراستنا على استمارتين استبائيتين, حيث الاستمارة الأولى وجهت للمواطن لجمع معلومات حول إذا ما كان للعلاقات العامة و أنشطتها دور في نشر التوعية الأمنية لديه و تضمنت ثلاثة محاور:

- المحور الأول: لمعرفة معلومات عامة حول العينة.
 - المحور الثاني: يتضمن 8 أسئلة بهدف معرفة العلاقة بين الشرطة والمواطن و مدى مساهمتها في تفعيل التوعية الأمنية المرورية.
 - المحور الثالث: يتضمن 9 أسئلة بهدف معرفة فاعلية العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية الأمنية المرورية.
- في حين الاستمارة الثانية وجهت لأفراد الشرطة العاملين في إدارة الاتصال و العلاقات العامة في أمن ولاية قلمة و تضمنت أيضا ثلاثة محاور:
- المحور الأول: لجمع معلومات عامة عن العينة.
 - المحور الثاني: يتضمن 9 أسئلة بهدف معرفة واقع العلاقات العامة في شرطة ولاية قلمة في مجال التوعية الأمنية المرورية.
 - المحور الثالث: يتضمن أيضا 9 أسئلة بهدف معرفة الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة لنشر التوعية الأمنية.

3- عينة الدراسة:

سمير محمد حسين, الاعلام و الاتصال بالجمهور و الرأي العام, ط3, عالم الكتب, القاهرة, 1996, ص 147.

*عينة دراستنا هي عينة عرضية(عينة الصدفة) و تتمثل في اختيار أفراد العينة عبر اختيار الأفراد الذين يعترضوننا في طريق بحثنا.

حيث توزيع استمارات الاستبيان بطريقة عشوائية على كل من يصادفنا أثناء التوزيع.

و تتمثل عينة دراستنا المعنونة بدور أنشطة العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن في المواطن و أفراد الشرطة حيث تمثل مجتمع الدراسة في 80 مفردة من المواطنين, و 15 مفردة من رجال الشرطة العاملين في إدارة الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة أمن ولاية قلمة.

*المجال المكاني و الزماني:

يتمثل المجال المكاني في ولاية قلمة و أمن ولاية قلمة, و امتدت المدة الزمنية للبحث من جمع معلومات نظرية و كذا جمع البيانات و تحليلها و استخلاص النتائج من الفاتح جانفي إلى 20 أوت 2020.

الفصل الثاني : مدخل عام للعلاقات العامة في الشرطة

سنتناول في هذا الفصل مفهوم العلاقات العامة في الشرطة , أنشطة العلاقات العامة في الشرطة , تجارب العلاقات العامة في الشرطة في مجال التوعية المرورية

أولا :العلاقات العامة في الشرطة

1-مدخل إلى العلاقات العامة:

لم تعد العلاقات العامة علما و فنا من علوم و فنون العلوم الحديثة فحسب , بأنها أحد فنون الاتصال الحديثة تسعى إلى أن ترضي كل شخص سواء خارج المؤسسة أم داخلها عن طريق الإقناع , كما يمكن القول بأن العلاقات العامة إحدى وظائف المنظمة التي تهدف من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الصلات التبادلية مع جماهيرها بغرض إيجاد درجة مناسبة من القبول و التكيف مع الجماهير.¹

وفي هذا الجزء الذي يحمل عنوان مدخل إلى العلاقات العامة سنتناول فيه العناصر التالية :

أ-مفهوم العلاقات العامة

¹علي بن فايز الجحني, مدخل الى العلاقات العامة و الانسانية,جامعة نايف العربية للعلوم الامنية,الرياض, 2006.ص 13.

ب-نشأة العلاقات العامة و تطورها

ج-مبادئ العلاقات العامة

د-أهمية و أهداف العلاقات العامة

أ-مفهوم العلاقات العامة :

في عام 1976 قام ريكس هارلو في مقالته عن " بناء تعريف للعلاقات العامة " في مجلة العلاقات العامة ,
مجلد 4 , عدد 2 , ص : 34-42 بدراسة 472 تعريفا للعلاقات العامة و توصل إلى :

إن العلاقات العامة وظيفة إدارية مميزة تساعد على إقامة و تدعيم خطوط متبادلة من الاتصال و التفاهم و
القبول و التعاون بين المنظمة و جماهيرها بما فيها التعامل الفعال مع المشكلات و القضايا المرتبطة , كما أنها
تساعد الإدارة على أن تبقى على علم بالرأي العام , و أن تستجيب له و تجدد و تؤكد على مسؤولية الإدارة تجاه
خدمة المصلحة العامة كما أنها تساعد الإدارة على مواكبة التغير الحادث و الاستفادة منه بكفاءة و الذي هو
بمثابة إنذار مبكر للمساعدة على توقع الاتجاهات كما أنها تستخدم البحث و أساليب الاتصال الأخلاقية بوصفها
أدوات أساسية لها .¹

تعرفها جمعية العلاقات العامة الفرنسية " العلاقات العامة هي طريقة للسلوك و أسلوب الإعلام و الاتصال
يهدف إلى إقامة علاقات مفعمة بالثقة و المحافظة عليها , تقوم هذه العلاقات العامة على المعرفة و الفهم
المتبادلين بين المنشأة ذات الشخصية الاعتبارية التي تمارس وظائف و أنشطة , و بين الجماهير الداخلية و الخارجية
التي تتأثر بتلك الأنشطة و الخدمات."²

عرفها جريزويلد في نشرته الدورية " أنباء العلاقات العامة " : هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل
الاتجاهات و تحديد خطط و سياسات المؤسسة بما يتفق و مصلحة الجمهور و تنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة
الجمهور مع المؤسسة و كسب رضاه و تفهمه .³

¹ساندرا كان, المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة, ترجمة و تقديم:مدحت أبو النصر, المركز القومي للترجمة, القاهرة, 2014, ص 15, 16.

²جميل أحمد خضر, العلاقات العامة, ط1, دار المسيرة للطباعة و النشر, 1998, ص 23

³ علي عوجة, الأسس العلمية للعلاقات العامة, عالم الكتب, القاهرة, 1988, ص 17

يعرفها ادوارد بيرنيز بالخبير بالعلاقات العامة بأنها : " التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع و الملائمة بين

سياسات المؤسسة و اتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة و نشاطها. "

أما المعهد البريطاني فقد أوضح بأن العلاقات العامة هي : " الجهود الإدارية المخططة و المستمرة لبناء و صيانة و تدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها. " ¹

تعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها : " وظيفة إدارية دائمة و منظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق التفاهم و التأييد و المشاركة. "

و تعرفها مجلة أخبار العلاقات العامة بأنها : " العلاقات العامة وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور و تربط بين السياسات و الإجراءات للفرد أو المنظمة بالمصالح العامة و تنفيذ برنامجا عمليا للحصول على فهم الجمهور و تقبله. " ²

و يعرفها إبراهيم إمام بقوله : " نشر المعلومات و الأفكار و الحقائق مشروحة مفسرة لجمهور المؤسسة و ذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة و جماهيرها. " ³

و يقدم جيمس شوارتز تعريفا للعلاقات العامة بقوله أنها : " عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها للمحافظة و تعزيز الفهم و الثقة بين الزبائن و المساهمين و المستخدمين و جيران المؤسسة و الحكومة و الجمهور بشكل عام , و ذلك من خلال التحليل الذاتي , و التصويب داخليا و من خلال جميع أساليب التعبير خارجيا . "

و نلاحظ من هذه التعاريف أنها تحتوي جميع العناصر التي تشكل نشاط العلاقات العامة كمهنة و ذلك من حيث صلتها بالإدارة و نشاطها الاتصالي و صلتها بالرأي العام و دورها البحثي و دورها في خدمة الجمهور من خلال هاته التعريفات يمكننا معرفة عناصر العلاقات العامة و هي :

- الجمهور وهم يعرفون بأصحاب المصلحة و هو نوعان الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي , و الجمهور الداخلي هو جميع مستخدمي المؤسسة و الذين يمكن أن يتم تصنيفهم حسب طبيعة أعمالهم

¹ عبد الناصر أحمد جرادات, أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق, دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع, عمان, 2009, ص 18.

² صالح أبو اصبح, الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة, دار مجدلاوي للنشر و التوزيع, عمان, 2006, ص 399.

³ إبراهيم امام, العلاقات العامة و المجتمع, مكتبة الأنجلو المصرية, دار المعرفة, القاهرة, 1976, ص 19.

أو مسؤولياتهم الإدارية , و الجمهور الخارجي هو الزبائن و المساهمين و قادة المجتمع و الجمعيات الخيرية و وسائل الإعلام و الحكومة و الإنسان العادي .

- عملية إدارية : و تتم هذه العملية باستمراريتها لمساندة الإدارة في تحقيق أهداف المؤسسة .
- عملية ذات هدف : و هدف العلاقات العامة يتسم بتعزيز سمعة المؤسسة عند جمهورها و التعرف على آراء هذا الجمهور .
- عملية اتصالية : و هي عملية ذات اتجاهين تستخدم وسائل الاتصال الجماهيري من إذاعة و صحافة و تلفزيون و الانترنت و غيرها ومن خلال أنشطة اتصالية مثل الإعلان و الإشهار , و كذلك تستخدم وسائل أخرى مثل المعارض و الندوات و المؤتمرات و إصدار المطبوعات .
- عملية ذات طابع علمي إذ تستخدم التخطيط و تستخدم منهج البحث العلمي للحصول على معلومات دقيقة و آراء موثوقة من الجمهور .¹

ب-نشأة العلاقات العامة و تطورها :

يعتبر نشاط العلاقات العامة بإطاره العام نشاطا قديما جدا إلا أنه يمكن القول بأن جذور العلاقات العامة بشكلها و معناها , تعود إلى عام 1802 م , حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون أول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة إلى الكونغرس , و أشار الآخرون إلى أن ذلك كان في عام 1907 م .

و يذكر أن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة المحامي الأمريكي درومان أيتون وذلك في عنوان

محاضراته "العلاقات العامة و واجبات المهن الشرعية" و الملقاة في مدرسة بيل للقانون عام 1882 م .

كما استخدم اصطلاح العلاقات العامة سنة 1906 م , و كذلك في عام 1913 م , من خلال أحاديث مديري شركات سكك الحديد في بليتمور و أوهايو حول " سكك الحديد و مشكلات العلاقات العامة " .²

و في رأي الدكتور علي عجوة أستاذ العلاقات العامة في كلية الإعلام بجامعة القاهرة , أن أول من استخدم

تعريف العلاقات العامة هو تيو درفيل رئيس شركة التلفزيون و التلغراف الأمريكية عام 1908 م , حيث ظهر هذا

¹ صالح أبو اصبع, العلاقات العامة و الاتصال الانساني, جامعة الاستقلال, طبعة الكترونية, فلسطين, 2019. ص15,14.

² عبد الناصر أحمد جردات, مرجع سابق ص 27

التعريف على رأس تقرير الشركة المتضمن تأكيد حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير و تجنب ما يتعارض مع هذه المصالح.¹

فقد نشأت العلاقات العامة في كنف الشركات التجارية التي آمنت بأن إرضاء الجماهير كفيل بالمحافظة على مركزها. فقد نمت من طفل صغير في نهاية القرن التاسع عشر حتى أصبحت شقيقة للإعلان في منتصف القرن العشرين.²

و بذلك أصبح نشاط العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسات و الشركات التي تسعى للحصول على ثقة الجمهور و تأييده , مما جعل أصحاب الأعمال و رؤساء الشركات يستعينون بأخصائيين في العلاقات العامة , و استخدام وسائل الإعلام كوسيلة اتصال للتأثير على الجماهير .

و منذ عام 1919 م و خاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى , ازدادت النشرات و الأبحاث عن العلاقات العامة كما أصبح لها قواعد و أصول و مبادئ أخلاقية و مهنية بفضل إنشاء جمعيات للعلاقات العامة كجمعية العلاقات العامة الأمريكية , المعهد البريطاني للعلاقات العامة و غيرها من المعاهد و الجمعيات العلمية.³

و مع زيادة الاهتمام بهذا النشاط زاد عدد الكليات و المعاهد التي تدرس موضوع العلاقات العامة ضمن برامجها الدراسية و منح الشهادات العليا في هذا الموضوع , كما زاد وجود أجهزة مستقلة للعلاقات العامة في العديد من المؤسسات و الشركات.

و الجدير بالذكر أن من أشهر المشتغلين بالعلاقات العامة و ساعد على تطويرها و إرساء قواعدها ووضع الكثير من مبادئها خلال رحلته في هذه المهنة هو ايفي لي و الذي يستحق فعلا لقب " أبو العلاقات العامة " حيث كان من أوائل الذين نادوا بعدم جدوى الترويج ما لم يصاحبه أفعال طيبة , كما أنه أول من استخدم الإعلان كوسيلة من وسائل العلاقات العامة لتحقيق أهدافها . فهو أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب مديري الشركات حيث فسرها بأنها عملية مزدوجة الاتجاه تبدأ بمعرفة اتجاهات و آراء الجمهور و نشر الحقائق و المعلومات عن الشركة بصدق و أمانة , و التي على ضوءها تقوم الشركات بإعادة النظر في خططها و سياستها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام و المصلحة العامة.⁴

¹ علي عجوة, مرجع سابق, ص 6

² عبد الناصر جردات, مرجع سابق, ص 28

³ حسن محمد خير الدين, العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق, مكتبة عين شمس, القاهرة, 1976, ص 66.

⁴ محمود محمد الجوهري, دليل العلاقات العامة للمؤسسات و الشركات, الدار القومية للطباعة و النشر, القاهرة, 1964, ص 20.

كما يعد ادوارد بيرنز من أبرز الشخصيات بعد ايڤي لي في دفع العلاقات العامة إلى الأمام , و هو أول من استخدم عبارة " مستشار العلاقات العامة " عام 1920 م .¹

ج- مبادئ العلاقات العامة :

تستند العلاقات العامة في أداء مهامها على جملة من المبادئ يلتزم بها المختصون في عملهم بتلك العمليات المخططة و المرسومة و المبدأ هو :قاعدة أساسية لها صفة العمومية يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة و المعرفة و المنطق أو باستخدام الطرق العملية كالتجريب و القياس , و على الرغم من الاتفاق على المبادئ التي يلتزم بها العاملون بالعلاقات العامة إلا أنها تختلف في أساليب تطبيقها تبعاً لعدة اعتبارات أهمها :

- طبيعة نشاط المؤسسة : فالمؤسسات التي تشتغل بأعمالها مرافق العامة أو التي يقوم بإنتاج و توزيع السلع الاستهلاكية الأساسية تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الإداري لأعمال العلاقات العامة و طبيعة و نوعية ممارستها داخل التنظيم .
- حجم و نوعية الجمهور الذي يتصل بالمؤسسة سواء كان داخليا أو خارجيا و مدى القدرة على التأثير فيه و استجابته و نوعية الوسائل المستخدمة مع ذلك الجمهور .
- مدى إيمان المؤسسة بأهمية المسؤوليات و الالتزامات الاجتماعية الملقاة على جهاز العلاقات العامة بما نحو مصالح الجماهير المختلفة المتصلة بها .
- شخصية خبير العلاقات العامة بالمؤسسات : من حيث استعداداته و مهاراته و خبرته و إعداده و قدرته على التعامل مع الجمهور كما تستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس أوضحها " ادوارد - ليرنيز " في قاعدتين أساسيتين هما : الأداء النافع أولا و الأخبار الصادقة في نطاق واسع ثانيا و أوضح أن القاعدة الثانية مكملة للأولى .²

ومنه نستخلص مجموعة من المبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة و تتمثل في :

1. إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة و مخططة , تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط و البحث العلمي و التنظيم و التنسيق و التقييم , شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى .

¹ علي عجوة, مرجع سابق.ص 10

² عبد المحي محمد صالح و آخرون, العلاقات العامة و الإعلام في الخدمة الاجتماعية, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2004. ص 40.

2. تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر و متأثر في الوقت نفسه , فهي تتصف بالديناميكية و الحيوية و قوة
الفاعلية , فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ و العطاء و الفهم المتبادل و الاستجابة المباشرة و
الإيجابية من جانب كل من الطرفين , و هي سياسات و أعمال ثم اتصال و إعلام , فهي تعكس
وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة , و تعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك
اتصال ذو اتجاهين .¹

3. أنها لا تقتصر على مؤسسات معينة, بل أنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية و الخاصة سواء
كانت تجارية أم صناعية أم اجتماعية .

4. أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة , و هذا يتضمن الفلسفة العامة
للمؤسسة و إحساسها بمسئوليتها الاجتماعية , و التزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات و
كذلك قيامها بتنمية الثقة و الاحترام المتبادل بين طرفين " مؤسسة و جمهورها" .

5. معرفة بالأساليب النظرية و العملية لتشكيل الاتجاهات و تغييرها , و هذا يستوجب تفهما
لطبيعة السلوك البشري .

6. ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة مع
سياسات المؤسسة , كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة .

7. يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالرأي العام , حيث من دون وجود الجمهور لا
يكون هناك نشاط للعلاقات العامة , فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من
الحقيقة و الصدق لكسب تعاطفه و ثقته , فعندما يكون للرأي العام قيمة و أهمية بالنسبة لإدارة
المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال .²

د-أهمية و أهداف العلاقات العامة :

د-1-أهمية العلاقات العامة :

شهدت العلاقات العامة اهتماما كبيرا من قبل الكثير من الدول سواء على مستوى الحكومات و مؤسساتها و
قطاعاتها أو على مستوى القطاع الخاص نظرا للتطور الاقتصادي و الاجتماعي المتسارع مما أدى إلى إيجاد إدارات
خاصة للعلاقات العامة جهزت بالوسائل المادية و البشرية اللازمة , كما رصدت لها الأموال و تم وضع الخطط و

¹ أحمد كمال أحمد, العلاقات العامة, ط2, مكتبة القاهرة الحديثة, مصر, 1992. ص 22

² حسين محمد علي, المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة, ط1, مكتبة الأنجلو المصرية, دار المعرفة, القاهرة, 1976. ص 137.

البرامج اللازمة لإنجاحها لكونها غدت وظيفة و نشاط على خارطة القطاع الحكومي و القطاع الخاص و حتى القطاع التطوعي.¹

و منه فأهمية العلاقات العامة تكمن في ما يلي:

- المساهمة في انتشار علاقات طيبة في المنظمة مما يسهل جلب أفضل الكفاءات العاملة و تحقيق استقرارها, و من ثم تساعد العلاقات العامة على تخفيض في معدل دوران العمل.
 - في المنظمات الصناعية تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تسعى لكسب ثقة الجمهور الداخلي و الخارجي مما يؤدي إلى زيادة شهرتها , وتحسين سمعة منتجاتها و هذا ما يساعد على زيادة المبيعات .
 - تبدو أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية فقد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد , و قد تكون هناك بدائل لها , مما يصعب من دورها العام على جمهورها خاصة الخارجي
- 2.

- تتضح أهمية العلاقات العامة في المنظمات الحكومية من خلال دورها العام في تحسين العلاقة بين الحكومة أو الوزارة أو الجمهور , و قد لمست المنظمات الحكومية أن العلاقات العامة هي السبيل لإيجاد التعاون الكامل بين المنظمة و البيئة الموجودة بها , وبين الأفراد و الجماعات داخل المنظمة نفسها من ناحية أخرى.³

- تساعد العلاقات العامة الطيبة في حسن تقدير المشاكل الإدارية سواء من طرف العاملين إذ يكونوا على اطلاع بحقيقة الموقف , أو من قبل الجمهور من خلال إدراكه للحقائق الخاصة بالمنظمة .
- تساهم العلاقات العامة الجيدة في توجيه الإدارة على ما فيه صالح للجمهور, إذ يكون من السهل على الإدارة الوقوف على أداء الجماهير المتعامل معها من أجل أخذها بعين الاعتبار.⁴

إضافة إلى ما سبق , فإن مجموعة من المختصين ترى أن أهمية العلاقات العامة تعود إلى الفوائد التي تحققها للمنظمة , و من كسب ثقة الجمهور مما يؤدي إلى زيادة شهرة المنظمة وتحسين سمعتها و ارتفاع مكانتها لدى الجمهور مما يزيد من مصداقيتها و من حجم المبيعات في المؤسسات الصناعية و التجارية , و في منظمات الخدمات تؤدي العلاقات الحسنة إلى فهم و تقدير الجمهور لرسالة المنظمة و إنجازاتها و خدماتها , كما أن

¹ عل بن فايز الجحني,مرجع سابق,ص 23

² محمد جاسم فليح, العلاقات العامة والرأي العام, الجامعة العربية المفتوحة بالدنمارك, كلية الآداب, قسم الاعلام, 2006.ص 7.

³ أحمد محمد المصري, العلاقات العامة, مؤسسة شباب الجامعة, الاسكندرية, 2006. ص 10.

⁴ هناء حافظ بدوي, الاتصال بين النظرية و التطبيق, المكتب الجامعي الحديث, الاسكندرية, 2003. ص 273.

العلاقات العامة تسهم في أن تسود علاقات عمل طيبة , مما يؤدي إلى الانسجام و استقرار أفراد المنظمة , كما تسهل العلاقات العامة تمويل المنظمات , و تساهم في حسن تقدير و تفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو من قبل الجمهور , كما أنها ترشد الإدارة إلى ما فيه صالح الجماهير , و تحقق الثقة بين الطرفين .¹

د-2- أهداف العلاقات العامة :

يمكن أن نلخص أهداف العلاقات العامة في ما يلي:

- بناء اسم المنظمة و ترسيخ هذا الاسم بسمعة و شهرة تلقى استحسان من الجماهير التي تتعامل معها المنشأة.
- ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة و ذلك يضم أكبر الكفاءات التي ترغب في العمل في المنشأة إذا ما اشتهرت تلك المنشأة و عرفت بالسمعة الجيدة.
- نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة و الاستعانة بالمعلومات المرتدة من تلك الجماهير في توقع مستوى نجاح تلك السياسات.
- استخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات و تطبيقها .
- الحصول على رضا المجتمع و اعتراف الرأي العام و كسب تأييده و محاولة جعل المنشأة متفهمة لخطتها و سياستها و خلق الانطباع المناسب و الجيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور.
- مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة و تحسين خدماتها للجمهور و دعم سمعتها.
- مواجهة الأزمات و الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة أو المنشأة و مساعدتها على تجاوز تلك المواقف بأقل خسارة ممكنة.²

2- مفهوم العلاقات العامة في الشرطة:

تعتبر ممارسة العلاقات العامة في الشرطة بشكل متفاعل و إقناعي من ضروريات العمل الأمني و أساسياته و على الرغم من غياب توفر دراسة خاصة بأساليب هذه الممارسة في مديريات الأمن و الشرطة , إلا أنه يمكن اعتماد طرق و أساليب الممارسة العامة للعلاقات العامة في منظمات الأعمال المختلفة باعتبار أن الأجهزة الأمنية

¹ علي بن فايز الجحني, مرجع سابق. ص 25

² محمد منير حجاب, العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة, ط1, دار الفجر للنشر و التوزيع, القاهرة, 2007. ص 52,53.

منظمات أعمال ينطبق عليها ما ينطبق على منظمات الأعمال الأخرى , من حيث تبني إستراتيجية واضحة المعالم لممارسة العلاقات العامة في إطار القيام بوظائف ومهام معينة استعانة بعمليات التخطيط و الأبحاث و البرامج و اعتماد نماذج تطبيقية مع تنظيم محكم لجهاز العلاقات العامة.

و تعرف العلاقات العامة بالشرطة أنها: " فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم و أمنهم جميعا , و لكسب ثقتهم و تأييدهم و تعاونهم مع رجال الشرطة و في نفس الوقت تعمل على إعداد و دعم جهاز الشرطة , و يكون هذا الدعم علمي و ثقافي و معنوي و سياسي واجتماعي لرجل الشرطة لينهض هذا الأخير برسالته على أكمل وجه. "¹

-و عمل العلاقات العامة في الشرطة هو عبارة عن نشاط يتضمن ثلاث شعب هي:

1. إعلام الجمهور.
2. إغراؤه لتعديل اتجاهاته وتصرفاته.
3. بذل جهود للتوفيق بين هذه الاتجاهات.

لذا فالعلاقات العامة بالشرطة لا تقوم على فرض مبادئ و أساليب خاصة في التعامل و إنما تهدف إلى كسب احترام الرأي العام و مسابته و معرفة جميع السبل لتصبير الجمهور و توضيح الحقائق له فيتحقق بذلك الترابط بين طرفي العلاقة و يعرف العلماء العلاقات العامة بأنها : عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة المتعاملين معها.²

ومن التعريفات المعاصرة للعلاقات العامة في الأجهزة الأمنية هي: " نشاط مزدوج يتضمن إساءة النصح لإدارة المؤسسة الأمنية بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام , كما يتضمن إعلام الجماهير بما تحققة الأجهزة الأمنية من أعمال و ذلك عن طريق الإعلام الصادق و الهادف."

ومنه فإن العلاقات العامة في الشرطة هي الجهود الإدارية الخلاقة المخططة و المدروسة و المستمرة و الهادفة و الموجهة لبناء علاقات سليمة و مجدية قائمة على أساس التفاعل و الإقناع و الاتصال المتبادل بين الجهاز الأمني و جمهوره و ذلك لتحقيق أهداف و مصالح الأطراف المعنية و لتحقيق الانسجام الاجتماعي و البيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع و النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل

¹ أمينة حمراني, مرجع سابق, ص 135,134
² علي عجوة, مرجع سابق, ص 23. (بتصرف)

النشر المتاحة لنشر الحقائق و المعلومات و الأفكار و شرحها و تفسيرها و تطبيق الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة الأنشطة المختلفة.¹

3- أهمية العلاقات العامة في الشرطة:²

تبرز أهمية العلاقات العامة في الشرطة من خلال الدور الذي يلعبه الرأي العام في إقرار الأمن و نشر التوعية الأمنية, و حيوية الدور الذي يؤديه العاملون في جهاز الشرطة بصفة عامة في تحقيق رسالتها و أهدافها.

و يمكن أن نستشف أهمية و دور العلاقات العامة في الشرطة بناء على التعريف الذي أدرجه الدكتور جاسم خليل ميرزا للعلاقات العامة بالشرطة اعتبارا في قوله: " العلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل و المخطط سلفا , و المتبع للاتصال بال جماهير الواسعة بغرض توعيتهم و إرشادهم و إقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات لتحقيق أمنهم و استقرارهم و العمل على كسب ثقتهم و تأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها و رفع مستوى الأداء في جهازها."

و من خلال هذا التعريف نستنتج عناصر أهمية العلاقات العامة التي تندرج فيما يلي:

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

■ تعدد وتنوع أساليب التوعية و الإرشاد و الإقناع: تهدف رسالة الشرطة إلى توعية الجماهير بالمخاطر التي تحيط بهم وتعكر صفو أمنهم و استقرارهم, ليس هذا فحسب بل و تعتمد الشرطة إلى إرشادها إلى مثل هذه المخاطر بتوجيه النصائح و الإرشادات لها بتفاديها مع عدم إغفال موضوع الإقناع الذي توفر أجهزة الشرطة له جميع السبل من اجل تحقيقه لأنه و متى اقتنع الناس برسالة الشرطة أصبح عندهم الاستعداد للتعاون و إيجاد الثقة المتبادلة. و تظهر أهمية الآثار المترتبة عن تحقيق رسالة العلاقات العامة في توعية الجماهير و إرشادهم فضلا عن إقناعهم من خلال التعدد والتنوع الكبيرين لوسائل

¹ عبد المحسن بدوي, مرجع سابق, ص 120

² محمد قيراط, وائل اسماعيل, وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة, جامعة الشارقة, الامارات, 2006, ص 46.

الاستقبال المتاحة أمام رجال العلاقات العامة لإحداث هذا الأثر الثلاثي لدى الجماهير ذلك أن مثل هذا التعدد يتيح فرصة المفاضلة و الاختيار للأسلوب الأكثر ملائمة سواء من الإلتباع في ظل تحقيق عنصري السرعة والفاعلية في إحداث الأثر له على وجه لا يتوقف له عدد من الأساليب , و هذا الأمر يتوقف على الظروف المحيطة بكل حالة على حدا و بطبيعة الهدف المخطط له و بتوعية الطائفة الجماهيرية الموجه لها, وبالتوقيت المتخذ خلاله الأسلوب المعني و جميعها أركان أساسية لانتقاء أكثر تلك الأساليب ملائمة, و لضمان ترتب الآثار الإرشادية و الإقناعية لدى جماهير العلاقات العامة الداخلية و الخارجية على حد سواء.

■ كسب ثقة و تأييد الجماهير: من الطبيعي أن الشرطة حين تضطلع بنشر رسالتها و تحقيق أهدافها أن تعمل في المقام الأول على كسب ثقة و تأييد المواطن لها, و تتأمل منهم المساعدة لأنه من دون مساعدته فإن الفشل سيكون مآل جهودها و جميع نشاطاتها, إذ هناك أمثلة كثيرة عن جهود الجماهير التي ساهمت في الكشف عن جرائم وقعت أو كادت تقع, و هذا ما يؤكد مدى أهمية تعاون الجماهير مع أجهزة الشرطة في أداء رسالتها الأمنية, هذا و ليس ثم شك في أن توفر عنصري الثقة و التأييد من جانب جماهير العلاقات العامة أمر لن يتحقق إلا إذا اجتمع له شرطان أساسين, أحدهما يتحرى القائمون على أمر الاتصال بالجماهير من رجال العلاقات العامة الصدق و الأمانة في الكشف عن الحقائق و في القيام بمهامهم إذ من دون ذلك لن يحظوا بالثقة عن أول اصطدام بالواقع, و ثانيهما أن تتصف عملية الثقة بكونها متبادلة من الطرفين أي من جانب كل من الجماهير و القائمين على أمر العلاقات العامة.

■ رفع مستوى رجال الشرطة: و يتعلق هذا العنصر بالدرجة الأولى بالعاملين في جهاز الشرطة من عسكريين و مدنيين ذلك أن ما تقوم به العلاقات العامة بالشرطة لأفراده من رعاية في المجالات المختلفة الاجتماعية أو الثقافية أو المعنوية و رفع مستوى أدائهم المهني من خلال رفع مستواهم المادي و المعنوي سينعكس بلا شك بدوره على إدارة العلاقات العامة في أجهزة الشرطة و بالتالي تحقيق أحسن النتائج وكذا تؤيد العلاقة بين الشرطة والجمهور ومنه القضاء على كل ما من شأنه المساس بأمن المواطن.¹

ثانيا: أنشطة العلاقات العامة في الشرطة

¹ محمد قيراط, اسماعيل عبد الباري, المرجع السابق. ص 47

تتنوع أنشطة العلاقات العامة في الشرطة و تتغير حسب المواضيع المطروحة و المواقف و الظروف وسوف نتعرض في هذا الجزء إلى مجالاتها و وسائلها وعلاقتها بالإعلام.

1-مجالات العلاقات العامة في الشرطة:

تمارس الشرطة عملها الأساسي في حفظ الأمن العام عن طريق منع الجريمة قبل وقوعها باتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لوقف أي نشاط ضار, كما تقوم بضبط الجريمة إذا وقعت و الكشف عن مرتكبيها و تقديمهم للقضاء. كما تتحمل الشرطة مسؤولية تنفيذ القوانين و النظم و اللوائح التي تنظم علاقات الأفراد مع بعضهم و مع الأجهزة السيادية في الدولة ضمانا لتحقيق الانضباط العام داخل المجتمع. وفي سبيل تحقيق هذه الوظائف ينبغي أن تحرص الشرطة على الاستفادة من كافة الطاقات المتاحة للأفراد و الجماعات لتحقيق أعلى قدر من التجاوب بين هذا الجهاز المكلف بتحقيق الأمن العام و جميع أفراد الشعب المستفيدين من استتباب هذا الأمن. و لكي يتحقق هذا التجاوب ينبغي أن تلجأ الشرطة إلى الاستعانة بكل وسائل الاتصال الجماهيرية و المباشرة لنشر الوعي الشرطي, و خلق جو من الثقة بين الشرطة و الشعب فقد ثبت أن استقرار الأمن أو اختلاله في أي مجتمع لا يرجع إلى كفاءة رجل الشرطة فقط بقدر ما يرجع إلى ارتقاء وعي الجماهير و يقظتها و مدى استنكارها للجريمة, و المعونة التي تقدمها لرجال الشرطة في حربهم ضد الجريمة و المجرمين, و يعني هذا أن المعيار النهائي لنجاح أي إدارة شرطية إنما هو تأييد المواطنين لها.¹

و يتوقف هذا التأييد على وجود جسر من التفاهم المتبادل الذي يقوم أساسا على استمرار الاتصال بين الشرطة و الجماهير في مختلف المواقع, و يتم الاتصال بين الشرطة و الشعب من خلال القنوات التالية:²

1. الاتصال الجماهيري من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية و تتولاه إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية من خلال مجموعة من الخطط القصيرة و المتوسطة و البعيدة التي تستهدف تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير أساسها الحرص على تحقيق الأمن و حماية الحقوق و احترام الحريات و كفاءة الأداء بالنسبة للخدمات التي تقدمها الأجهزة الشرطية المختلفة, كما يقوم قادة الشرطة في الوحدات الفرعية و الإدارات المختلفة, بالمشاركة في هذا الاتصال من خلال التعامل المستمر مع رجال الإعلام و بصفة خاصة في حالات الحوادث أو المناسبات.

¹ حسين محمد علي, مرجع سابق. ص 243,244

² علي السيد, إبراهيم عوجة, الإعلام الأمني و العلاقات العامة في مجال الشرطة, ط1, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2005. ص 170.

2. الاتصال المباشر بالجمهور الذي يتردد على أقسام الشرطة و إداراتها الفرعية داخل هذه الوحدات. وهذه فرصة ملائمة لكسب تأييد هذا الجمهور للشرطة عن طريق تسيير إجراءات التعامل و تقديم للخدمات في سهولة و يسر, و لتحقيق ذلك ينبغي وضع العلامات الإرشادية داخل هذه الوحدات و توجيه العاملين فيها إلى ضرورة معاملة المواطنين بصورة طيبة و ضبط النفس في مواجهة حالات الغضب.
3. الاتصال المباشر بالجمهور خارج أقسام الشرطة في الطرق العامة و أمام المنشآت الحيوية, وهذا يتطلب مزيجاً خاصاً من الحزم في مواجهة المخالفات و القدرة على التوجيه الحسن و المساعدة في المواقف الصعبة و سلامة التصرفات الشخصية و ابتعادها عن الشوائب و الشكوك.
4. الاتصال المباشر بقيادة الرأي في الوحدات الإدارية في القرى و المدن لمعرفة الاتجاهات العامة و إقامة جسور التفاهم مع القواعد الشعبية من خلال هذه القيادات التي تملك تأثيراً غير رسمي على هذه القواعد يفوق التأثير الرسمي بشكل كبير مما يضمن تحقيق التعاون الفعال بين الشرطة و الشعب.
5. الاتصال الجمعي المباشر بالتجمعات الشعبية في المنشآت العامة و في المدن و القرى و المشاركة في أداء الواجب الاجتماعي في العزاء و الأفراح و المساهمة في الأنشطة الشعبية و تنظيم المسابقات و المهرجانات المشتركة في إطار برنامج لتحقيق العلاقات الطيبة بين الشرطة و الشعب خارج إطار العمل التقليدي.

2- وسائل العلاقات العامة في الشرطة:

- في سبيل نشر التوعية الأمنية و المرورية تعتمد إدارة العلاقات العامة في الشرطة على العديد من الوسائل المباشرة و الغير مباشرة و تتمثل أبرز هذه الوسائل في:
1. الصحافة المكتوبة: تمثل الوسائل الإعلامية المطبوعة إحدى الوسائل المستخدمة من قبل جهاز العلاقات العامة بالشرطة في مجال الأمن المروري و التوعية, فالفن الصحفي و ما يحتويه من أخبار, تعليقات, مقابلات, آراء المتخصصين و العامة, شكاوي, اقتراحات, صور, رسوم فوتوغرافية و كاريكاتورية كل ذلك يؤدي إلى أهمية دور الصحافة في التوعية المرورية.¹

¹ علي الباز, الاعلام و الاعلام الامني ط1, مكتبة الاشعاع الفنية, الاسكندرية, 2001, ص 106.

ويتجلى دور الصحافة في التوعية المرورية و تجسيد الأمن المروري من خلال:¹

* استكتاب بعض من الكتاب المعروفين بين الحين و الآخر حول ما يقع من حوادث المرور.

* نشر المعلومات عن أنظمة و قوانين المرور و أنواعها و عقوبات مخالفة هذه القوانين من خلال

الحمالات الصحفية التي يعدها رجال الأمن المروري.

* الإعلان عبر الصحف عن احداث الوسائل التي تم اكتشافها في ميدان المرور, و التي توفرت لدى

الجهات المسؤولة عن الأمن المروري, و ذلك ليكون هذا الإعلان بمثابة تنبيه و ردع لمن تسول له نفسه

من السائقين مخالفة القانون.

* تجنب الدخول في تفاصيل حوادث المرور, و صياغة الخبر على نحو مثير يجذب البعض إلى التفكير

في أن يخوضوا تجربة مماثلة لما قرؤوه.

2. الإذاعة: حيث تستفيد العلاقات العامة في الشرطة من الطرق العديدة التي يمكن استعمالها و

الاستفادة منها إذا ما استخدمت الإذاعة كوسيلة لإيصال الرسائل التوعوية المرورية, إذ يمكن أن تتطرق

إلى حدث يتعلق بالمرور في أي موجز عادي, كما يمكن التطرق إلى المشكلة المرورية عبر حصص تربوية

في شكل بحوث, حوار, مناقشات.²

كما أن الراديو وسيلة سهلة, فاستعمال الأغاني, القصص, التمثيليات, يمكن أن يكون فعالا في

عملية الاتصال و إيصال رسائل التوعية المرورية, فالفرد و بطريقة غير مباشرة نجده يتعلم و يتوعى بكل

مرونة فهو يتلقى بلياقة تامة دون أن ترغمه على تغيير رأيه كرها أو باعتماد القوة.³

و لقد أثبتت الإذاعة نجاعتها في العديد من الميادين و المشكلات خاصة المرورية منها نظرا لفعاليتها

عند استخدامها في الإعلام الأمني المروري, و مخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان و بأسرع وقت

خاصة في مناطق الازدحام المروري و الاختناقات التي تحدث اثر وقوع الحوادث المرورية و توجيه السائقين

إلى طرق بديلة. كما أن الرسائل الإعلامية المقدمة في الإذاعة تشعر المستمع بأن الرسالة قد أعدت من

أجله و تخاطبه بصفة شخصية, مثل القول أخي السائق, عزيزي قائد المركبة... و هذا يسهم في حد ذاته

في تفاعل الجمهور مع مثل هذه البرامج, كما يمكن الاستفادة من تنوع و قصر المدة الزمنية للبرامج

الإذاعية في تقديم بعض الرسائل الإعلامية المختصرة كالإرشادات المرورية و الرسائل التوعوية التي تداع في

¹ محمد خيرى وآخرون, تغيير الرأي العام و علاقته بالاتجاه نحو الجريمة, دار النشر بالمركز العربي للدراسات الامنية, الرياض, 1987. ص 176.

² شعباني عبد المالك, دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين, مذكرة ماجستير, جامعة قسنطينة, 2002. ص 170.

³ نبيلة بوخيزة, الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر, مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال, جامعة الجزائر, 1995. ص 158.

الفترة الصباحية, كما أن مخاطبة الإذاعة لجميع الفئات بما يتفق و اهتماماتهم و ثقافتهم يساعد على انتشار الرسالة.

إن تغطية احتياجات الجمهور في ميدان المرور, و عن هذا يقول عرسان عبد اللطيف عن دور العلاقات العامة و الإذاعة خاصة في التقليل من ظواهر الازدحام: "...فإن الازدحام المروري ظل مسيطرا على الكثير من الشوارع و لم تخف حدته إلا في الفترة الأخيرة عندما اخذ التعاون و التنسيق بين أجهزة الإعلام و أجهزة المرور طريقه إلى التطبيق و التنفيذ, الموظف قبل أن يتحرك إلى مقر عمله يستمع و هو في سيارته إلى التقارير المرورية التي تبث من خلال الإذاعة المسموعة, وهي توضح الحالة المرورية في الشوارع و على ضوء هذه التقارير...يستطيع السائق تحديد الطريق الذي يسلكه."¹

و من الطرق التي يمكن أن تستخدمها الإذاعة في التوعية نذكر:²

* اجتماعات الراديو حيث يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على مجموعة المستمعين, قد يدوم عدة دقائق حول حوادث المرور و كيفية الوقاية منها, و من ثم مناقشة هذا البرنامج لقياس مدى فهمهم له, و قد أثبتت التجارب أن هذه النوادي لها ميزة خاصة من حيث تقوية و زيادة الوعي العام بالمشكلات و حلولها.

* الإعلانات المرورية في الراديو حيث يمكن للراديو بث إعلانات قصيرة و بسيطة تعمل على رفع مستوى الوعي المروري للأفراد.

3. التلفزيون: من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا و تأثيرا, و نظرا للدور الذي يلعبه في مجالات التدقيق و التعليم فهو وسيلة وقاية للمجتمع ما يحفظ أمنه و استقراره, و كذا سلامتهم لتحقيق هذا الدور الايجابي يجب التركيز على ضرورة التكامل و التفاعل بين التلفزيون و الأجهزة الأمنية مما يسهم في دعم رسالة الشرطة في المجتمع, كما يمثل الوسيلة الأمثل لحمات التوعية المرورية, من خلال أسلوب العرض و جودته مما يمكن القائم بالاتصال في مجال المرور " العلاقات العامة في الشرطة" من تقديم رسالته الإرشادية للجمهور بدرجة عالية من المصداقية كما يتيح التلفزيون المرونة الكافية في اختيار القالب الذي يمكن تقديم الرسالة الإرشادية و التوعوية باجتناح أخطارها, بفضل نقله لفعاليتها المصاحبة لها من ندوات, محاضرات, مسابقات ومناسبات و احتفالات شرطية مع إمكانية إنتاج دراما تلفزيونية للتوعية بالمشكلة المرورية.

¹ عرسان عبد اللطيف, الاعلام المروري, مجلة الأمن و الحياة, العدد 246, 2002, ص 70.
² سمير محمد حسين, الاعلام و الاتصال بالجمهور و الرأي العام, ط3, عالم الكتب, القاهرة, 1996, ص 233.

و بفضل الاتصال المباشر مع الجماهير يمكن التعرف على أداؤها ومقترحاتها فيما يتعلق بمشكلة المرور, وتلقي شكواهم و الرد عليها من خلال برامج مفتوحة كما يمكن من خلال التعاون مع الإدارة العليا للمرور, الاستعانة ببعض نماذج القدوة من المشاهير في المجتمع و التوعية المرورية من خلال تقديم برامج التوعية أو مسابقاتها أو المشاركة في الندوات و المحاضرات التي يمكن للتلفزيون أن يبثها.¹

لذلك فإن التلفزيون و باعتباره أقوى وسائل الإعلام من حيث تأثيره على المشاهدين له إمكانيات متنوعة و في مجالات عديدة على رأسها المجال الاجتماعي و ما يترتب عنه من توعية ووقاية من مختلف الأزمات, خاصة تلك الظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع و أفراده.²

و أهمها حوادث المرور, فالتلفزيون يلعب دورا في التوعية من مخاطرها لكن يجب عليه مراعاة:

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

- استخدام برامج الأسرة و برامج الأطفال.

- توصية المسؤولين عن التلفزيون بتجنب الأفلام و البرامج التي تعرض صورا مثيرة عن السياقة بتهور و عن لحظات الجنون الشبابية.³

و حتى تحقق هذه البرامج أهدافها الإعلامية فإنه من الخطأ اقتصر البرامج فيها على استضافة المسؤولين من رجال المرور لنصح الجماهير بالالتزام بقواعد المرور فهي طريقة غير مجدية و تدفع بالإنسان إلى العناد و السخرية من قواعد المرور, بل إن مآسي المرور يمكن تناولها في أفلام و مسلسلات درامية, كما تصلح للتناول الكوميدي, أما عن البيروقراطية في إدارات جمارك السيارات و إدارات المرور فلا تصلح للتناول الكوميدي.⁴

4. السينما: و هي وسيلة ذات شعبية كبيرة و تحقق فوائد عديدة عند استخدامها في حملات التوعية المرورية كالاستفادة منها مثلا في تقديم المضمون الإعلامي المقدم و توضيح مزاياه فتسمح للقائم بالاتصال في المجال المروري- العلاقات العامة في الشرطة- بتقديم رسالته الإرشادية و تسمح أيضا بفرصة استهداف منطقة جغرافية محددة و تركيز بعض الأفكار المرورية في دور سينما خاصة بهذه المناطق المستهدفة بما يتناسب مع أسباب الحوادث بها. كما يظهر الدور الفعال في الإقناع و ذلك بفضل توظيفها الفيلم التسجيلي و تقديم معلومات حول ميكانيك السيارات و صيانتها و عن القيادة السليمة,

¹ حمراي أمينة, مرجع سابق, ص 149, 150.

² عماد الدين سلطان, مختصر الدراسات الأمنية, المركز العربي للدراسات و التدريب, الرياض, 1986, ص 332.

³ محمد خيرى و آخرون, مرجع سابق, ص 176

⁴ قباري محمد اسماعيل, مرجع سابق, ص 279

كما أن السينما تخاطب جمهور الشباب من الجنسين باعتبارهم أكثر تأثراً بالمشكلة المرورية, مما يسمح بالتأثير الإيجابي عليهم, فاعتماد العلاقات العامة في الشرطة على وسيلة السينما مثمر إلى حد ما فإنتاج فيلم سينمائي عن كلية الشرطة, وعن طلبتها و أسلوب حياتهم و تدريباتهم...

كل ذلك يؤدي إلى توضيح الصورة لدى المواطنين و خاصة الشباب الذين قد لا يعرفون الكثير عن مرحلة إعداد الطالب ليكون ضابطاً أو شرطياً, و بالمثل فإن إنتاج أفلام أخرى عن رجال المباحث أو المطافئ, أو عن المرور و مشكلاته و مآسيه قد يؤدي إلى نتائج طيبة مماثلة.

5. الانترنت: إن الانتشار الهائل لشبكة الانترنت و التوسع المستقبلي لها جعلها من أبرز وسائل الاتصال في الوقت الحاضر, الأمر الذي دفع المؤسسات الشرطية المختلفة إلى الاستفادة من التقنيات العالية لها في التواصل مع الجمهور المستهدف, مع الأخذ بعين الاعتبار البعد عن أسلوب الوعظ و الإرشاد المباشر, مع ضرورة ربطك الموضوع و المعلومات بالاهتمام المباشر للفرد, فعلى سبيل المثال يمكن توضيح أثر عدم الالتزام بقواعد المرور على الأشخاص.¹

6. النشر: يمثل النشر إحدى الوسائل المستخدمة في مجال العمل المروري, من صحافة و مجلات متخصصة و دوريات و من ثم يمكن أن تساهم هذه الوسائل في تقديم الخدمة المرورية للجماهير, فالنشرات الدورية و الكتيبات و المجلات التي تصدر عن هيئة الشرطة جهاز العلاقات العامة من حين لآخر لشرح ظاهرة معينة أو للتحديث عن الجهود التي تبذلها الشرطة في مناسبة معينة, و يجب أن تتضمن تلك النشرات أو الكتيبات أو المجلات, أو إحصائياً و أرقام و معدلات عن حوادث المرور و ارتفاعها و انخفاضها و أسباب ذلك, و جهود الشرطة و واجبات المواطنين للمساعدة على استقرار الأمن, و الاحتياطات الواجب اتخاذها من جانب المواطنين محافظة على حياتهم و أموالهم بأسلوب بسيط يمكن أن يستعان فيه بالشخصيات المحبوبة للجمهور في شرح ضرورة تعاون الجمهور مع الشرطة.

7. الإعلان: لقد أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة و أداة فعالة في التأثير, فالإعلانات المرئية و المسموعة, أو الملصقات و اللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري و تنمية الوعي العام تجاه المشكلات المرورية, فوضع الإعلانات الإرشادية في الطرقات و الميادين أو لصقها على الحافلات و أعمدة الإنارة, أو من خلال اللوحات الإعلانية المضاءة في الشوارع من شأنه أن يساهم في نشر التوعية المرورية بين الأفراد و يحثهم على التعاون مع جهاز الشرطة للحد من الحوادث المرورية.

¹ محمد منير حجاب, مرجع سابق. ص 562

كما أن الإعلان يخدم إدارة العلاقات العامة في الشرطة في سبيل تحسين المرور من خلال مجموعة مزايا لتحقيق التوعية المرورية.

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

-التعرف على هذه الخدمات و كذا توجيه مستعملي الطرق بالعناصر الأساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل السابق, الطريق, السيارة, نظام المرور, و رجال المرور.

-التعرف و الوعي بهذه التفاصيل يؤدي إلى زيادة و تعميق التوعية المرورية.¹

8. مندوبي الصحف في المجالات الشرطةية: من المفيد أن نضيف بأنه غالبا ما تخصص الصحف مندوبين

يختص كل منهم بقطاع معين من قطاعات الأنشطة التي تغطي أخبارها, فيوجد مندوب أو مندوبين يتخصصون في تغطية أخبار التعليم. و آخرون لتغطية أخبار وزارة الداخلية ومن المفيد أن توثق أجهزة العلاقات العامة في وزارة الداخلية صلاتها بهؤلاء المندوبين, فبواسطة هذا التعاون يمكن نشر أخبار معينة بصورة مهمة لإعلام الجمهور بجهود الشرطة في القبض على المجرم أو في سبيل تنظيم حركة المرور, أو لإرشاد الجمهور بالوسائل التي يستطيع بها تفادي الوقوع في شباك هؤلاء المجرمين, أو في سبيل تفادي حوادث المرور على الأقل نسبيا و التقليل من مخاطرها, بواسطة هذا التعاون أيضا يمكن بالاتفاق مع المندوبين تأجيل نشر موضوع معين أو قضية لأسباب تقدرها الجهات الأمنية المختصة. مثل إن نشر موضوع معين سيؤدي إلى إثارة نتائج ضارة بالنسبة للأمن العام, أو انه سيثير ردود فعل سيئة لدى المواطنين بالنسبة للشرطة أو أنه سيهز صورة رجال الشرطة القادرين دائما على حفظ الأمن..ويمكن لجهاز العلاقات العامة في الشرطة أن يدعوا مندوبي الصحف و المجالات أو الصحفيين عموما إلى الحفلات التي تقيمها في المناسبات المختلفة للشرطة للاحتفال.²

9. المتحدث الرسمي: و هذا النظام يقضي بأن يكون أحد الأشخاص هو المتحدث الرسمي عن إدارة الشرطة, فإن وجد بالجهاز خبراء في العلاقات العامة, كان الخبير بالعلاقات العامة بالشرطة هو المتحدث الرسمي وإن لم يوجد فالرئيس هو المتحدث الرسمي مع ضرورة توفير جملة من الخصائص في هذا المتحدث

¹ أمينة حمراي, مرجع سابق, ص 152

² المرجع نفسه, ص 153

الرسمي كصفات القيادة و أن يكون ملما بالأعمال و النظم و أن يكون مدريا على الخطابة كله في سبيل تحقيق القدرة الاتقاعية للجمهور بهدف التعاون مع الشرطة من أجل تحسين الأمن المروري.¹

10. الندوات: هي وسيلة من وسائل الإعلام بالجماهير, و تنتج للحضور فرصة الحوار و النقاش, و تبادل الرأي فالندوة هي اجتماع من الخبراء و المتخصصين للإسهام في دراسة موضوع أو مشكلة تتحلى فيها الفرصة للمناقشة و إبداء الآراء حول الموضوع كما يتم فيها تبادل المعلومات و الخبرات و التفاعل بين المرسل و الجمهور, تستخدمها إدارة العلاقات العامة في الشرطة للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات, و يشترط في الندوة الفعالة حسن اختيار الأفراد و المؤطرين, و تنظيم مواضيعها بدقة, و تتيح هذه الوسيلة للقائم بالندوة أن يلمس ردة الفعل السريعة و المباشرة لرسالته من خلال تجاوب الحضور أي المتلقي , لذا فهي تعتبر من أفضل أنواع الإعلام المستخدم في التوعية المرورية, كما تبرز أهميتها خاصة مع فئة الشباب لأنها تتيح فرصة التحوار و طرح الأسئلة و التعقيب عليها و تقديم الآراء و الاقتراحات و الاستفسارات بحرية و من دون قيود حول المواضيع المرورية المطروحة.

11. المحاضرات: تختلف عن الندوة في عدم سماحها بمشاركة الجمهور إلا بموافقة الحاضرين و هي وسيلة اتصال فعالة تستخدم لنقل الأفكار و المعلومات لأعداد كبيرة من الناس في نفس الوقت و يمكن استخدام هذه الوسيلة مثلا عند طرح تعديلات مقترحة في قانون المرور, أو الشروع في تقديم خدمة مرورية و تنظم معظم إدارات المرور في الدول العربية مثل هذه الندوات و المحاضرات في المناسبات الخاصة كأسابيع المرور مثلا.²

12. المسابقات: تعتبر إحدى الوسائل التي تستعمل بغية جذب الجمهور و انتباهه, و كذا خلق الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية, و من ثم نشر التوعية المرورية و توعية الجماهير بحجم و أخطار الحوادث الناجمة عن عدم الالتزام بقواعد المرور, وذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة, و يتم أيضا تنظيم مثل هذه المسابقات أحيانا في برامج الحملات المرورية, و تداع في مختلف وسائل الإعلام, كما تخصص جوائز للفائزين في هذه المسابقات التي تتميز بإمكانية توظيفها لتوعية جميع أفراد المجتمع على مختلف فئاتهم و أعمارهم و يكسر بها الروتين اليومي.

¹ محمود السباعي, إدارة الشرطة في الدولة الحديثة, مجلد 2, الشركة العربية للنشر, القاهرة, 1963, ص 582, 581.
² محمود محمد الجوهري, العلاقات العامة بين الدعاية و الاعلام, مكتبة الأنجلو المصرية, القاهرة, 1968, ص 32.

13. اللقاءات اليومية بين رجل الشرطة و المواطن: و هنا يجب أن تطبق العلاقات العامة بصورة جيدة و مباشرة, فمن يحضر للإبلاغ أو من يستدعي للشرطة, أو من تستوقفه الشرطة من أجل التحقق من رخصته... كل ذلك يمكنه أن يكون غدوات أو وسائل للتأثير في الجمهور -سلبا أو إيجابا- ينبغي إذن أن يتجلى رجل الشرطة كونه رجل علاقات عامة في هذه اللقاءات بكل الصفات التي يجب ان تتوفر في رجل العلاقات العامة كالحلم و الصبر و الرقة و قوة الشخصية و العدل و عدم التحيز لطرف معين و المساواة في المعاملة و تقدير مشاعر الآخرين.

و لربما يعتقد الكثيرون إن التجهم كصفة تدل على قوة الشخصية أو أهمية العمل أو المنصب, غير أنها إذا ما اكتنفت عمل الشرطي أدى هذا المظهر حتما إلى عكس المطلوب, بل إن مثل هذا التصرف يؤدي إلى انطباع مضاد لدى المتعامل مع الشرطة, و ليس من السهل تغييره بكل أدوات العلاقات العامة و وسائلها و كثيرا ما يظل في نفوس الأفراد, و يستطيع رجل المرور أن يطبق كل تعليمات عمله بكل دقة و لكن في صورة ممتازة تترك أثرا طيب لدى من يتعامل معه من الأفراد و بالتالي في الجمهور عموما.

14. جولات الاستطلاع لزيارة مقر الشرطة: هناك إحساس لدى الأفراد بالرهبة من مقر الشرطة و عملها, ذلك أنهم يجهلون ما يتم بداخلها و بمجرد إزالة تلك الرهبة بدعوة المواطنين. و خاصة الأجيال الجديدة و الشباب لزيارة مقر الشرطة و التعرف على الجهود التي تبذل و الأجهزة الحديثة التي تساعد على كشف الجرائم و أدلتها سيؤدي بلا شك غالى إزالة ذلك الخوف و تلك الرهبة, غير أن إزالة الرهبة ليس معناها زوال احترام أفراد الشرطة.

و ستؤدي تلك الزيارات إلى معرفة المواطنين بجهود الشرطة و واجباتهم للتعاون معها و هذا هو هدف العلاقات العامة.¹

15. الاستعراض و المعارض: تعتبر المعارض التوعوية احدي الطرق و الوسائل المهمة للتعريف و التوعية بالمشكلة المرورية, التي تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات الايجابية بين الجهة المنظمة و الجمهور, كما يتضمن استخدام المعارض في الإعلام المروري عادة المشكلة المرورية و القضايا الرئيسية التي يتم التركيز عليها خلال فعاليات أسبوع المرور و تقام في الأماكن العامة كالحدائق, الأسواق, المدارس يتم خلالها تقديم و

¹ علي الباز, مرجع سابق. ص 147

عرض الإرشادات المرورية في شكل صور و إحصائيات و أفلام و شعارات توعوية في مجال المرور، و توزيع المطبوعات والمنشورات الصادرة عن دوائر الشرطة بمناسبة أسبوع المرور أو تنظيم الحملات التوعوية المرورية. ولا شك أن قيام الشرطة باستعراضات تتضمن عرض قواتها، و نشاطاتها و أجهزتها سيؤدي إلى إحساس الأفراد بجهود الشرطة و يؤدي إلى إحساس غيرهم من ذوي النزعات الإجرامية أو اللامبالاة أو عدم المسؤولية و الحس الأمني المروري خاصة في قوة الشرطة و فعاليتها مما يجعلهم يتخلون عن الأفكار السيئة التي تراودهم.

16. دعوة بعض أفراد الجمهور: فدعوة الشرطة لبعض أفراد الجمهور خاصة الشباب و كذلك رجال الإعلام بهدف مصاحبته أثناء قيام رجالها بالدوريات أو بعض حالات ضبط الجرائم أو المجرمين أو تنظيم حركة المرور يمكن للإفراد (المواطنين) من عيش صعوبات حياة رجل الشرطة و جهوده و تضحياته مما سيكون له بالغ الأثر في إقناع الجمهور مع رسالة الشرطة و يمثل اعتماد العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الوسيلة فعالا إلى حد ما لحث الجمهور على التعاون مع رجل الشرطة سبيل استئجاب الأمن خاصة المروري منه.¹

17. إشراك في أعمال الشرطة: تعتبر وسيلة اشتراك الجمهور بطريقة فعالة في أعمال الشرطة طريقة تعتمد على العلاقات العامة بالشرطة و تتبع بعض أجهزة الشرطة في الولايات المتحدة الأمريكية هذه الوسيلة بإنشاء منظمات عامة يتطوع فيها أفراد الجمهور للمساهمة في أعمال الشرطة و من الأفضل أن تقتصر هذه المساهمة على بعض عمليات الشرطة كمرعاية الأحداث ووقايتهم من الانحراف و كذا تنظيم حركة المرور، دون بعض الأعمال الأخرى ذات الحساسية الخاصة مثل ما يتعلق منها بأعمال المباحث...

* إن اعتماد جهاز العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الوسائل مباشرة كانت أو غير مباشرة من شأنه أن يحدث أثرا بليغا في سلوك المواطنين و إيقاظ الحس الأمني و المسؤولية في نفس كل فرد، إذ على المواطن فهم رسالة الشرطة و يتعين عليه القيام بواجبه وإضافة ذلك الواجب لواجبات رجل الشرطة في سبيل تحقيق الأمن و تحسينه خصوصا على مستوى الطرقات، كما يتعين على جهاز العلاقات العامة هو الآخر تطوير ممارسة العلاقات العامة في الأجهزة الشرطة و التصدي للعجز و القصور بسبب ما قد تتعرض له

¹ أمينة حمراي، مرجع سابق، ص 155

العلاقات العامة من عراقيل. و قد يأتي ذلك القصور في ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بسبب التطبيق غير السليم لمبادئ هذا العلم أو الإخفاق في تحديد الأهداف المخططة له.¹

3-العلاقات العامة بالشرطة و الإعلام الأمني:²

كثيرا ما يخلط الناس بين العلاقات العامة و بين الإعلام, و إن كان الخلط بينهما هو خلط بين الاتصال كوسيلة للعلاقات العامة و بين العلاقات العامة في حد ذاتها ' فإن الخلط كذلك يأخذ صورة أخرى بين الوسيلة و الهدف.

فليس الهدف الرئيسي للعلاقات العامة بالشرطة هو الاتصال بالجمهور الداخلي أو الخارجي بواسطة الإعلام فذلك الاتصال بالجمهور.

و من جانب آخر فليست العلاقات العامة هي الإعلام و هذا يعني:

- أن كلا من العلاقات العامة و الإعلام يعدان هما ذاتهما من وسائل الاتصال بالجمهور. مثلهما في ذلك مثل وسائل أخرى كالإعلان و الدعاية.. و غيرهما.

- إن الإعلام ليس هو كل وسائل العلاقات العامة, فبجانبه توجد وسائل اتصال أخرى.

-توجد طرق أخرى للعلاقات العامة في الشرطة على سبيل المثال تستعين بها بغية تسهيل عمل الشرطة و ممارسة عملها عموما كتقديم النصح و المشورة للعاملين مثلا.

- عمل الشرطة و ممارسة عملها عموما كتقديم النصح و المشورة للعاملين مثلا. وفي هذا يقر روبين بحق أن الإعلام ليس إلا وجها من وجوه العلاقات العامة و لا يشترط أن يكون جانب من جوانب كل برنامج للعلاقات العامة.

- ازدواجية الطريق في العلاقات العامة بعكس الإعلام, و في ذلك يقول ادوارد بيرتر في معرض تفرقة بين العلاقات العامة و غيرها من وسائل الاتصال بالجمهور: " إن العلاقات العامة قد تستخدم الإعلام أحيانا, على إن العلاقات العامة تعتبر طريق ذا اتجاهين, في حين أن الإعلام طريق ذو اتجاه واحد."

¹ محمد قيراط و وائل اسماعيل عبد الباري, مرجع سابق. ص 53

² علي الباز, مرجع سابق. ص 88,87

إلا أن الإعلام أو بالأحرى وسائل الإعلام لم تعد في عصرنا الحالي طريق وحيد الاتجاه يؤدي إلى إعلام الجماهير أو صب المعلومات و الأخبار في عقول الجماهير و قلوبهم, بل أصبح الإعلام إلى حد كبير وسيلة مزدوجة تبدأ بالجماهير و تنتهي بالجماهير, فهي تبدأ بهم بمحاولة حبس نبض الجماهير لمعرفة ميولها و اتجاهاتها نحو ما تقدمه تلك الوسائل الإعلامية. و تنتهي بالجماهير حيث تصب تلك الوسائل الإعلامية كل جهدها ووسائلها الإعلامية للجمهور, و نظرا لدورها الفعال في بناء و توجيه الرأي العام و التأثير في الجماهير تعتمد على العلاقات العامة بالشرطة بهدف توصيل الرسالة الشرطية.

و بما أن موضوع دراستنا أمني سنتطرق بالذكر إلى نوع من الإعلام الخاص بالأجهزة الأمنية و هو الطابع الخاص للتحليل الأمني من الأنواع الصحفية كالتقرير الأمني أو تحرير الخبر الأمني و يعرف بالإعلام الأمني و يتمحور موضوعه حول المادة الإعلامية التي تعالج الأحداث و الظواهر و التطورات الأمنية بجوانبها المختلفة و في مجالاتها كافة, و يعرف الإعلام الأمني على انه المعلومات الكاملة و الجديدة و المهمة التي تغطي كافة الأحداث و الحقائق و الأوضاع و القوانين المتعلقة بأمن المجتمع و استقراره, و تكمن أهمية الإعلام في انه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنية الصادقة إلى الجمهور فقط بل يسعى إلى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية و المادية بكل مقومات النجاح التي تكفل الالتزام بالتعليمات و الأنظمة من اجل امن و سلامة الإنسان في شتى مجالات الحياة الأمر الذي أوجب تأصيل و تعميق التعاون و التجاوب مع مختلف قطاعات الدولة لخدمة و استقرار هذا الأمن, و يزيد الإعلام الأمني من الارتباط بين المجال الأمني و وسائل الإعلام من اجل توفر كافة العناصر المطلوبة لتوعية و تقدم الشعوب في ظل المصادقية و المعلومة الأمنية الحقيقية من مصدر موثوق.¹

ثالثا: نماذج عن التوعية المرورية في الشرطة:

هناك عدة نماذج منها الوطنية, العربية و الدولية..

1-التجربة الوطنية:

تضبط حركة المرور في الجزائر في سبيل التوعية الأمنية المرورية و الحد من حوادث المرور من جانبيين الجانب التشريعي المتمثل في القوانين و الإجراءات و الثاني جانب ردعي رقابي يقوم به الجهاز الأمني عملا على فرض

¹ أمينة حمراني, مرجع سابق, ص 45

تطبيق القانون" فالقوة دون قانون, و القانون دون قوة كلاهما ذريعة للتعسف" و الأطراف المعنية في هذا الجهاز الأمني هي الدرك و الشرطة.¹

إن العمل الشرطي لم يعد مقتصرًا على النشاط التقليدي الموجه إلى الفئة القليلة من الخارجين عن القانون و مخالفه, فإدارة الشرطة تطورت و أصبحت منظمة خاصة ذات أهداف و تمارس أنواعًا متعددة من النشاط المهادف إلى خدمة أعداد متزايدة من المواطنين ورعاية مصالحهم.²

و في الجزائر و لضمان حركة المرور و التنقل الآمن للأشخاص و البضائع عمدت المديرية العامة للأمن الوطني إلى إنشاء المديرية الفرعية للوقاية و أمن المرور المتفرعة عن مديرية الأمن العمومي المتكفلة بمهمة التوعية و الوقاية و الردع , و قد تم إنشاء هذه المديرية الفرعية طبقًا للمرسوم رقم 72 المؤرخ في 18 أكتوبر 1992 و هي تتكون من ثلاثة مكاتب هي:³

- مكتب الوقاية و المرور: المتكفل أساسًا بترقية عمليات الوقاية و المرور, و المشاركة في حملات الوقاية المرورية و استغلال الطرق و المناهج المستعملة في الدول المتقدمة.

- مكتب المرور: الذي يعني باحترام التشريعات و نصوص القوانين و النظم في مجال حركة المرور, النقل الخاص, نقل الأموال و كذا إعداد التقارير المتعلقة بإحصائيات حوادث المرور و تقييم العمليات الردعية و إعداد الدراسات و البحوث التي تهدف إلى تحسين حركة المرور.

- المكتب التقني: يتكفل بإعداد الدراسات حول تجهيزات أمن المرور و وسائل المراقبة الخاصة كأجهزة الرادار كما يقوم بإنجاز الدعائم التربوية و السمعية البصرية و إجراء البحوث في إطار تحسين التجهيزات. إلا أن دور الجهاز الأمني لا ينحصر في الجانب الردعي العقابي فحسب كما أشرنا بل يتعداه إلى ما يسبق الردع و العقاب, ألا وهو التشريع و يتمثل في:

- التشريع: يقوم بدور مهم في مجال التشريع من خلال اشتراكه في وضع كافة التشريعات و القوانين و الأنظمة التي تهدف إلى ضبط و تنظيم النقل و المرور على الطريق و وضع القواعد المرورية السليمة التي تحفظ حق المجتمع و تسهم في السلامة المرورية.

¹ الوقاية خير من العلاج, مجلة الوقاية و السياقة, عدد 1, الجزائر, 2006, ص 28, 29.
² مركز الدراسات و البحوث, المسؤولية الأمنية للمرافق في الدول العربية, المركز العربي للدراسات الأمنية, السعودية, 1986, ص 357.
³ شنيطي حفبظة, المديرية الفرعية للوقاية و أمن الطريق, مجلة الشرطة, عدد 75, الجزائر, 2005, ص 31.

● الرقابة و التنفيذ: حيث يقوم بها من خلال عدد من الإدارات المختصة و هي إدارة ترخيص السائقين و المركبات, إدارة المرور و إدارة الدوريات الخارجية, و تتلخص هذه الواجبات في تنظيم المرور, ضبط المخالفات التشريعات و نصوصها القانونية, تنظيم المخططات الحوادث و منح التراخيص من خلال عملية فحص المركبات.

● الإجراءات الهندسية و الفنية: التي تتم بالتعاون و التنسيق مع الجهات الأخرى ذات العلاقة في هذا المجال تتمثل بأهم هذه الإجراءات في تحديد أماكن التقاطعات الخطيرة اتجاهات السير و وضع الإشارات المرورية اللازمة لها.¹

● التوعية و الثقافة و التعليم المروري: من خلال مباشرة عمل إعلامي تجاه المواطن, بهدف إظهار حضور سلطة الدولة و كذا المساهمة مع المؤسسات الإعلامية في النشاطات الوقائية التعليمية.²

و قد عملت الجزائر منذ بدايات القرن 21 على إيجاد حلول علمية للحد من آثار معضلة حوادث المرور التي باتت تهدد سلامة و أمن الأفراد حيث سعت جاهدة للقضاء على إرهاب الطرقات و الحد من مخلفاته السنوية, و في هذا الصدد وضعت مجموعة من الآليات التي من شأنها توفير الأمن عبر الطرقات و المسالك و الوقاية من حوادث المرور و سعت الشرطة الجزائرية إلى إيجاد حلول قابلة للتجسيد العلمي و متماشية و طبيعية المشكلات الملحوظة ميدانيا, و تكون هذه الحلول تهدف في مجملها إلى ردع السائقين عن كل الممارسات السلبية التي تكبد الجزائر مئات الأرواح سنويا.

و نذكر من بين الإجراءات التي دخلت حيز التنفيذ سنة 2017:

- إلزامية حزام الأمان للأشخاص في المقاعد الأمامية و اجباريته للأشخاص في المقاعد الخلفية في المركبات الخاصة بنقل الأفراد عبر الطرق و منع نقل الأطفال الأقل من 10 سنوات في المقاعد الأمامية.
- ترقية السياسة الخاصة بالوقاية عبر طرق من خلال:

■ تربية و إعلام المواطن من اجل ترقية الانضباط في استعمال المسالك العمومية الفيلة
بضمان أمنه.

■ التنظيم الدوري للحملات الخاصة بالوقاية و الأمن في الطرق.

¹ أمينة حمراني, مرجع سابق, ص 94

² فتيحة بن عباس, دور الاعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور, مذكرة ماجستير في العلام و الاتصال, جامعة الجزائر, 2004, ص 197.

■ الحراسة و المراقبة الدائمتين لحركة المرور في الطرق من طرف المصالح المؤهلة.

■ وضع التجهيزات الأمنية في الطرق و صيانتها بصفة دائمة.¹

- استحداث نظام الرخصة بالنقاط و هي أداة معيارية و بيداغوجية تهدف إلى جعل السائقين يتحملون مسؤولياتهم تجاه مخالفتهم لقواعد حركة المرور من خلال نظام تسيير النقاط المخصصة لكل حائز على رخصة سياقة. و يخصص لرخصة السياقة رصيد نهائي من النقاط يحدد ب24 نقطة و يتم تخفيض هذا الرصيد بقوة القانون في حالة ما ارتكب صاحب الرخصة مخالفة. و يخصص لرخصة السياقة خلال الفترة الاختيارية رصيد أولي يقدر ب12 نقطة و في حالة فقدانها في تلك المرحلة يصبح ملزم بمتابعة تكوينه لاسترجاع نقاطه.

- تصميم لوحات و إرشادات ضوئية و لافتات المرور وفق المقاييس و المعايير العالمية ذلك لأن وضع لوحات متكاملة مهم جدا لمستعملي الطريق فمن شأنه أن يقلل من شعور السائق بالقلق لاستعماله الطريق الخطأ للوصول إلى هدفه خاصة في الأماكن التي يرتادها الزوار كما من شأن هذا الإجراء أن يساهم في تحسين تدفق الحركة المرورية.

- تعزيز دور وسائل الإعلام في التوعية المرورية حيث أن وسائل الإعلام تضطلع بدور التوعية بناء على ما تملكه من خصائص و مميزات حيث تعمل وسائل الإعلام بمختلف أنواعها على تعزيز السلوكات الايجابية الهادفة إلى التأثير في إنجاح الحملات المرورية عبر فضاءاتها المختلفة, و رغم الجهود التي يبذلها هذا القطاع في الجزائر من اجل التقليل من حوادث المرور و توعية المواطن بمخاطر الطريق بموجب ما يعرضه من برامج في هذا الشأن, إلا أن هذا الدور لازال ضعيفا حيث بإمكانها أن تؤدي دورا أكثر فعالية و ذلك من خلال التركيز على النقاط التالية:

1. أن تؤدي وسائل الإعلام دورها وفقا للقواعد العلمية القادرة على تحقيق النتائج على

أرض الواقع و إقناع المتلقين بضرورة و أهمية إتباع القواعد المنظمة لحركة السير.

2. المبادرات الإعلامية يجب أن تساهم فيها جميع وسائل الإعلام و بكل وسائله.²

- تكثيف الدوريات المرورية على الطرق السريعة و تزويد جهاز الأمن بالتقنيات و الوسائل الحديثة و إقامة نقاط مراقبة ثابتة في الطرق الوطنية التي تعرف حركة مرور كثيفة و في المحاور التي تشهد حوادث مرور متكررة و تعريض كل سائق يقوم بتصرفات غير قانونية لعقوبات ردية.

¹ محمد الاخضر بن عمران, فارس مزوزي, آليات الوقاية من حوادث الطرقات, مجلة الباحث للدراسات, المجلد 6, العدد 3, جامعة باتنة, 2019, ص 246
² المرجع السابق, ص 247, 250

كما أن الدوريات تلعب دورا هاما في السهر على احترام قانون المرور خاصة الدوريات على متن الدراجات النارية التي أثبتت نجاعتها نظرا لصغر حجمها الذي يساعدها على سرعة التنقل في كل الظروف و مهما كان حجم المرور, و تعمل أعوان المرور على التأكد من توفر العديد من النقاط في السائق أبرزها حالته الجسمانية و النفسية التي تسمح له بالسياسة في أحسن الظروف بالإضافة إلى التأكد من الوثائق اللازمة للمركبة و مدى صلاحيتها مع مراعاة ضرورة توفر شروط السلامة و الأمن في المركبة.¹

2-التجربة العربية:

هناك عدة تجارب عربية منها:

-الإمارات العربية المتحدة:

على الرغم من نجاح جهود دولة الإمارات خلال السنوات الماضية في بلوغ أعلى مستويات السلامة المرورية العالمية و تقليل نسب الحوادث و الإصابات و الوفيات الناجمة عنها, إلا أن هناك آمالا مشتركة من الجهات المعنية و كافة شرائح المجتمع وصولا إلى نتائج أفضل بما يحافظ على سلامة مستخدمي الطرق و تحقيق تنقل آمن و سهل لهم.

و في هذا الإطار حدد أعضاء في المجلس الوطني الاتحادي و الأجهزة الشرطة و خبراء في السلامة المرورية 20 مقترحا تسهم في خفض حوادث المرور و كذا التوعية الأمنية متمثلة في مايلي:²

- التحديث الدوري و المستمر للمناهج التعليمية بمختلف شركات تعليم قيادة المركبات.
- إكساب المتقدمين للحصول على رخصة القيادة مهارات التعامل مع التكنولوجيا المتطورة بالمركبات الحديثة.
- إدراج مناهج تعليمية خاصة بالسلامة المرورية في جميع المراحل التعليمية.
- ضرورة الالتزام بالتوقف الكلي عند إشارة قف عند تقاطع الطرق.
- عدم تجاوز الإشارة الضوئية الحمراء و عدم تزويد المركبات بالإضافات.
- ضرورة ترك مسافة كافية بين المركبات و إعطاء أفضلية العبور للمشاة في الأماكن المخصصة لعبورهم.

¹ المرجع نفسه,ص 251

² 20 مقترحا لتقليل الحوادث المرورية, مجلة البيان,العدد 14446, الامارات العربية المتحدة,2020,ص 12.

- الامتناع عن استخدام الهاتف أثناء القيادة و الالتزام بربط حزام الأمان و عدم التهور.
- تعميم مشروعات الأنظمة المرورية الذكية لتشمل الطرق الرئيسية و الفرعية كافة على مستوى الدولة.

- ضرورة وجود سيارات الإسعاف على مسافات مناسبة في الطرق الخارجية لسرعة الاستجابة في الحوادث الجسيمة.

- التوسع في بناء المرافق الطبية المتخصصة في علاج و إعادة تأهيل المصابين في حوادث الطرق.
- ضرورة وجود دور توعوي و فعال للأسرة يسهم في ترسيخ مفاهيم السلامة المرورية لدى الأبناء.
- تكثيف الحملات من الجهات المعنية لتوعية قائدي المركبات و مستخدمي الطرق لجعل الطرق أكثر أماناً.

- عدم القيادة أثناء التعب و تحت تأثير الأدوية و التأكد من الطيبب أنها لا تؤثر على الإدراك أو النظر.

- أهمية الفحص الدوري للمركبة و التأكد من سلامتها وصلاحية جميع أجزائها.
- ركوب الأطفال في المقاعد المخصصة لهم بالمركبة لأهميتها في حمايتهم من آثار الحوادث المرورية.
- اخذ الحيطة و الحذر خاصة خلال فترة التقلبات الجوية و الالتزام بالقوانين و اللوائح المنظمة للسير و المرور.

- تكثيف الدوريات على مختلف المناطق بالإضافة إلى الحملات الضبطية الميدانية.
- تحديد الطرق الساخنة التي تسجل أكبر عدد من الحوادث و وضع الخطط الإستراتيجية للحد منها.

- عدم التجمهر في أماكن الحوادث للسماح لفرق الشرطة و الإسعاف للوصول في أسرع وقت.
- التوسع في تركيب حواجز و أسجحة على الطرق و إعادة تأهيل الموجود منها لمنع مرور الحيوانات بشكل عشوائي.

كما تعتبر الإمارات من أفضل الدول على مستوى العالم في تسخير الأنظمة الذكية و التقنيات المتطورة في مجال تعزيز السلامة المرورية, حيث تنتشر كاميرات المراقبة و الأبراج الذكية و الرادارات المتطورة على كافة الطرق الرئيسية ما يتيح متابعة حالة الحركة المرورية على مدار الساعة و اتخاذ الإجراءات اللازمة للحد من ظاهرة الازدحام المروري و مخالفة السائقين غير ملتزمين بقواعد السير و المرور, و تجري الجهات المرورية المختصة في كل إمارات

الدولة مراجعات دورية للسرعات القصوى على الطرق الحيوية و الرئيسية بهدف خفض أو رفع مستوى السرعات بما يحافظ على سلامة مستخدمي الطرق و تحقيق تنقل آمن و سهل لهم, و تولي الدولة سلامة السائقين و الركاب و المشاة قدرا كبيرا من الأهمية, فمنذ مطلع يوليو 2017 بدأت الإمارات بتطبيق القرارين الوزاريين 177 و 178 بخصوص إصدار رخص القيادة و تجديدها, و القواعد و الإجراءات الخاصة بالضبط المروري, و ذلك لبلوغ أعلى مستويات السلامة المرورية.¹

كما أن المخالفات الحضورية و الغيابية سنة 2020 انخفض بنسبة 20 % مقارنة بالعام 2018 و يرجع السبب في تحقيق ذلك إلى جهود إدارة المرور و الدوريات بأقسامها و فروعها المختلفة و استمرار الحملات المرورية التوعوية على مدار العام التي ساهمت في تعزيز الوعي و الثقافة المرورية لدى مستخدمي الطريق, و التزامهم بقوانين السير و المرور.

كما تنظم إدارة المرور و الدوريات عددا من الحملات المرورية التوعوية كل فترة بناء على دراسة الإحصائيات بأكثر المخالفات المرورية ارتكابا و أهم الأسباب المؤدية للحوادث و ذلك بهدف التركيز على تلك الأسباب و محاولة الحد منها.

كما تعمل الشرطة على تكثيف برامج التوعية المرورية عبر مختلف الوسائل الميدانية و الإعلامية المختلفة لنشر التوعية المجتمعية بعدة لغات, بهدف تعزيز السلامة المرورية و تحقيق الأمان المجتمعي على طرق الإمارات, و الحد من الحوادث البليغة التي يروح ضحيتها زهرة شباب الوطن و التي ساهمت في ارتفاع الوعي بين مستخدمي الطرق من قائدي المركبات و المشاة و أشار إلى أن عدد المخالفات المرورية المسجلة العام الماضي بلغ 32250 مخالفة مرورية دون مخالفات الرادار بتجاوز السرعة القانونية.²

كما أن إدارة المرور و الدوريات في شرطة رأس الخيمة تطلق 8 حملات مرورية توعوية ضمن أجندتها السنوية منها 4 حملات رئيسية تنفذها الإدارة العامة للتنسيق المروري بوزارة الداخلية بالتعاون مع إدارات المرور في الدولة, بالإضافة إلى 4 حملات توعوية تنفذها إدارة المرور و الدوريات بالقيادة العامة لشرطة رأس الخيمة مؤكدا دور المعارض التي تنظمها إدارة المرور البالغ عددها 4 معارض مرورية في العام الواحد, كما تطلق الشرطة على المبادرة التي تنظمها و التي تهدف إلى نشر الثقافة المرورية اسم دورية "ثقف" و هدفها الرئيسي هو نشر الثقافة المرورية و

¹ المرجع السابق.ص 12

² المرجع نفسه.ص 13

التوعية لجميع مستخدمي الطريق من خلال الحملات التوعوية التي تنظمها إدارة المرور و الدوريات, بالإضافة إلى وضع خطة متكاملة للمحاضرات المرورية التوعوية.

و تشير الإحصائيات المرورية الصادرة عن شرطة إماره عجمان إلى انخفاض الحوادث البليغة بنسبة 11% عن العام 2018, على جانب انخفاض حوادث الدهس بنسبة 18% و كانت أبرز مبادرات شرطة عجمان المرورية و منها برامج التوعية المرورية التي تنظم على مستوى الدولة من قبل وزارة الداخلية و هي حملات على مدار العام, إضافة إلى الحملات التي تنظمها شرطة عجمان و يتم فيها التركيز على قراءة المؤشرات الأساسية للحوادث المرورية, منها تخصيص يوم بلا مخالفات مرورية بهدف زيادة التوعية لقائدي المركبات بعدم ارتكاب مخالفات مرورية قد تؤدي لوقوع حادث و يتم تحرير مخالفة مرورية و إعفاء السائق من قيمة المخالفة و إعلامه بالأمر بهدف التوعية.

و حرصت الإدارة العامة للمرور في شرطة دبي على إطلاق مبادرات للحد من التجاوزات المرورية التي تتسبب في الحوادث, تضمنت مبادرات تحفيزية للسائقين الملتزمين كالنقاط البيضاء و مبادرة تسوية المخالفات المرورية, و ذلك بالتزامن مع إطلاق العديد من البرامج التوعوية المبتكرة و نشر تقنيات متطورة لضبط المتهورين و المخالفين, حيث ساهمت هذه المبادرات و المشاريع في خفض الحوادث البليغة ب 14% بعد تطبيق مبادرة تسوية المخالفات المرورية و التي أتاحت للسائقين الذين تم تحرير مخالفات مرورية بحقهم عدم دفع 100% من المخالفات بشرط عدم ارتكاب مخالفة أخرى على مدار 12 شهرا منذ انطلاق المبادرة في فبراير 2019 و 75% على مدى تسعة أشهر و 50% على مدى ستة أشهر مؤكدة أنه في الربع الثاني من المبادرة استفاد أكثر من 425 ألف و 371 سائقا منها, و أوضحت شرطة دبي أن مبادرة تسوية المخالفات المرورية رافقتها انخفاض في نسبة البلاغات المرورية و حوادث المصابين و الوفيات خلال الفترة من الأول من فبراير حتى الأول من أغسطس من العام 2019 مقارنة بالفترة ذاتها من عام 2018 إلى جانب انخفاض في نسبة المخالفات بمعدل 2% للفترة نفسها.¹

و في ما يتعلق بمبادرة النقاط البيضاء أظهرت إحصائيات الإدارة العامة للمرور في شرطة دبي, ارتفاع أعداد الملتزمين في القيادة الآمنة و ذلك وفق نظام النقاط البيضاء, حيث بلغ عدد الملتزمين منذ بداية العام الماضي 87 ألف و 562 سائق, منهم 69 ألفا و 402 رجل و 18 ألف و 160 امرأة, و فاز منهم 3600 سائق مقارنة ب 65 ألف و 298 ملتزما خلال العام 2018 و فاز منهم 2600 سائق.

¹ المرجع نفسه, ص 12

و إلى جانب هذه المبادرات التشجيعية أطلقت شرطة دبي مبادرات توعوية منها مبادرة "يوم بلا حوادث" يطبق في اليوم الأول من العام الدراسي ليكون يوماً بلا حوادث مرورية بليغة أو وفيات و تقوم فكرته على توعية السائقين وأفراد المجتمع على وثيقة تعهد عن طريق الموقع الإلكتروني, و يتم عمل سحوبات يمنح على أثرها الفائزون مكافآت, و تسهم هذه المبادرة في توعية أفراد المجتمع والطلبة بأهمية الالتزام بالسرعة المحددة في الطرق, كما أطلقت شرطة دبي بالتعاون مع شرطة أبو ظبي حملة رمضان بلا حوادث وذلك بتوزيع وجبات الإفطار على السائقين للحد من الحوادث المرورية التي ترافق الازدحامات في أوقات الذروة, خاصة قبل الإفطار حيث أن معظم السائقين يحاولون الوصول إلى منازلهم قبل موعد الإفطار بزمن قصير, ما يجعلهم عرضة لارتكاب المخالفات المرورية.

و إلى جانب ذلك طبقت القيادة العامة لشرطة دبي 6 إجراءات لضبط المتهورين منها زيادة عدد رادارات ضبط السرعة و أجهزة مراقبة الإشارة الحمراء على الشوارع المهمة و في المناطق الأكثر كثافة, ونشر أجهزة لرصد مخالفات خطرة تتسبب في حوادث قاتلة بالإضافة إلى تطوير أجهزة معنية بضبط السائقين غير الملتزمين بخط السير الإلزامي.

كما أن قطاع طرق في الإمارات يشهد تطوراً مستمراً أسهم في تعزيز السلامة المرورية, و أدى إلى حصولها على المركز الأول عالمياً في جودة الطرق خلال خمسة أعوام متتالية 2014-2018 كما أن التشريعات و القوانين و النظم المرورية المطبقة في دولة الإمارات تلعب دوراً مؤثراً في تقليل نسب الحوادث, حيث كشفت إحصائيات صادرة عن وزارة الداخلية عن انخفاض عدد وفيات الحوادث المرورية في الدولة بنسبة 34.2% خلال 5 سنوات متراجعة من 712 وفاة في عام 2014 إلى 468 وفاة في 2018 و تشير الإحصائيات إلى تراجع عدد الحوادث المرورية الجسيمة بنسبة 24.1% خلال الفترة نفسها, حيث انخفضت من 4895 حادثاً في 2014 لتصل إلى 3712 حادثاً في 2018.

و تعمل الإمارات على تطوير قواعد السير و المرور و السلامة المرورية و تحسينها اعتماداً على عناصر متعددة أهمها: الضبط المروري و التوعية و التثقيف و الإجراءات الهندسية و الخدمات الطبية و الإسعاف و نشر المعرفة بالسلامة المرورية لمستخدمي شبكة الطرق, إضافة إلى إعطاء الأولوية في تلك المعرفة للأطفال و المراهقين عبر إدخال برامج السلامة المرورية في المناهج.¹

¹المرجع السابق.ص 12,13

3- التجربة الغربية:

هناك عدة تجارب غربية نذكر منها:

-السويد:

أصبحت طرق السويد من الأكثر أماناً على مستوى العالم, فقد نجحت في تقليص حوادث الطرق بنحو أربعة أضعاف خلال الأربعة عقود الأخيرة على الرغم من تضاعف أعداد السيارات على الطريق خلال نفس الفترة. وهي تتمتع بأحد أقل معدلات حوادث الطرق على مستوى العالم, فبحسب تقرير سلامة الطرق الصادر عن منظمة الصحة العالمية لعام 2015 بلغ معدل الوفيات 2.8 شخص لكل 100 ألف نسمة من السكان أي أقل من ثلث متوسط المعدل الأوروبي (9.3 شخص) و المعدل الأمريكي (10.6 شخص).¹

كما أن السويد تتمتع بأقل معدل ضحايا لحوادث المرور و الحقيقية فإن الفضل في ذلك يعود إلى خطة الشرطة و الحكومة السويدية المعروفة بالرؤية صفر التي تستهدف إقامة نظام للسلامة على الطرق السريعة يضمن عدم وقوع حوادث مميتة أو إصابات خطيرة على كل الطرق, و المبدأ الأهم في خطة الرؤية صفر هو أن حياة و صحة الإنسان تمثل الأولوية الأولى لنظام الطرق و تأتي قبل الحاجة إلى سهولة الحركة و غيرها من أهداف أي نظام للمرور البري, في الوقت نفسه فإن موفري أنظمة المرور و الجهات الرقابية يتقاسمون المسؤولية مع مستخدمي الطرق.

و تهدف السلطات السويدية إلى خفض معدلات الوفيات في حوادث المرور إلى صفر في الوقت الذي يزداد فيه عدد مستخدمي الطرق السريعة في البلاد.

و قد نجحت السويد في تحسين معدلات السلامة المرورية من خلال وضع حدود قصوى للسرعة على الطرق و مراقبة الالتزام بالسرعات المقررة حيث يوجد حوالي 1500 كمين ثابت لمراقبة السرعة على الطرق.

كما أنشأت 12.6 ألف مسار آمن لعبور المشاة مثل الجسور, و زودت الطرق بأضواء كاشفة و مطبات إضافية لتخفيف السرعة, و قد نتجت هذه الإجراءات عن الحد من وفيات المشاة نتيجة لحوادث الطرق بنحو النصف خلال السنوات القليلة الأخيرة.

¹ طرق المرور في السويد الأكثر أماناً على مستوى العالم, جريدة الرياض, العدد 17231, السعودية, 2015.

وقد نجحت هذه الإجراءات بالفعل في الحد من إجمالي حوادث المرور إلى النصف منذ عام 2000 و تعمل الشرطة السويدية على تطبيقها بكل حزم حتى لا تسمح للأخطاء البشرية المقصودة أو غير المقصودة بإعاقة تحقيق المعدل الصفري المستهدف للحوادث, و يلزم ربط أحزمة الأمان لجميع ركاب السيارة سواء في المقاعد الأمامية أو الخلفية, كما يشترط إضاءة الكشافات الأمامية طوال 24 ساعة من ساعات من ساعات الليل أو النهار, و يمنع منعاً باتاً القيادة بعد تناول أي نوع من المسكرات مهما كانت نسبة تناوله, و يتراوح الحد الأقصى المسموح للسرعة من 110 كم في الساعة على الطرق السريعة إلى 50 كم في الساعة داخل المدن و القرى.

و تنشر إدارة المرور السويدية كاميرات المراقبة على طول الطرق السريعة خاصة الريفية منها. ولديها أحد أكبر نظم كاميرات المراقبة نسبة إلى عدد السكان في العالم, و هي لا تهدف إلى إلقاء القبض على السائقين, و إنما إلى إرشادهم لتهدئة السرعة عند مناطق بعينها, فالسلطات ترفض إطلاق وصف "كاميرات المراقبة" عليها, و إنما تصنفها بأنها "كاميرات الأمان". و لا تحصل الشرطة أي رسوم على هذه الطرق لأنها لا تريد مواجهة اتهام بأن الهدف من وضع الكاميرات هو زيادة العائدات الحكومية, و إنما تهدف في المقام الأول إلى التأكيد للمواطنين على أن كل تلك الإجراءات هي من أجل سلامتهم فتشجعهم على تطبيقها دون الحاجة إلى الرقابة و تصبح جزءاً من الثقافة العامة للشعب.

لكن الطموح السويدي يتجاوز تلك الإجراءات التقليدية و يخطط لاستخدام التقنيات الأحدث للحد من الأخطاء البشرية التي تسبب نحو 90% من حوادث الطرق, فعلى سبيل المثال تخطط السويد لإدراج أدوات تقنية داخل السيارات تستشعر تناول السائق لبعض المسكرات من عدمه و تحذره أوتوماتيكياً بعدم القيادة و هو في تلك الحالة, و إصدار تنبيهات الكترونية مماثلة في حالة عدم ربط حزام الأمان أو تجاوز السرعة المحددة.

بل إنها تهدف التخلي عن العنصر البشري في قيادة السيارة بالكامل من خلال توسيع استخدام السيارات ذاتية القيادة في شوارعها, و لن يكون ذلك بعيداً فشركة فولفو للسيارات تتعاون مع وزارة النقل السويدية في الوقت الحالي لبدء اختبار سير هذا النوع من السيارات في شوارع مدينة جوتنبرج مدينة رئيسية على الساحل الغربي للسويد.¹

كما يوجد بالسويد لوحات على طول الطريق الرئيسية لإبلاغ مستخدمي الطرق عن تردد الإذاعة المليئة الذي يمكن وصول المعلومات لمستخدمي الطرق يسمى (نظام البيانات اللاسلكي) وكل سيارة مزودة بهذا الجهاز الجديد

¹قانون المرور في السويد, موقع صوت السويد, نشر في 2018/2/4 على الموقع الإلكتروني <http://sverigesrost.se>, الاطلاع 2020/7/13.

يمكنها تلقي رسائل عاجلة عن السلامة على الطرق من محطة إذاعية بغض النظر عن البرنامج الذي يستمع إليه السائق أثناء القيادة, إذ انه عند إرسال رسالة عاجلة عن المرور عن طريق محطة إذاعية يحرك النظام تلقائيا التردد المضبوط على الراديو إلى تردد نظام البيانات اللاسلكي, و تصل معلومات المرور إلى مستخدم الطرق من الراديو المزودة به تلك السيارة.¹

الفصل الثالث: التوعية الأمنية المرورية

سوف نتعرض في هذا الفصل إلى التوعية الأمنية من خلال مفهومها, مجالاتها, أهميتها و أهدافها و التوعية المرورية من خلال مفهومها, أهدافها و خصائصها و أخيرا العلاقات العامة و التوعية الأمنية المرورية

أولاً: التوعية الأمنية:

1- مفهوم التوعية الأمنية:

التوعية الأمنية نشاط يستهدف مساعدة الناس على تحقيق حالة الأمن من خلال جهودهم و أدائهم الشخصي, و تستهدف التوعية الأمنية إثارة اهتمام الناس لتحسين و تطوير إحساسهم بالمسؤولية عن حالة الأمن لذويهم و أسرهم و مجتمعاتهم بشكل علمي مخطط.

و التوعية الأمنية هي الغاية التي تناشدها المؤسسات الأمنية, و التوعية الأمنية تعني جملة من المعاني و المفاهيم التي تعبر عن هذه الغاية, فهي تستهدف آثار الوعي لدى أي مشكلة أو قضية, و خلق إحساس بهذه المشكلة أو القضية, و وضعها في منطقة الشعور بالنسبة للفرد غير الواعي بهذه المشكلة رغم إحاطتها به إحاطة السوار بالمعصم.

و الهدف من ذلك هو الوصول إلى الوعي الأمني و الذي يعني الإدراك الواعي, و كيفية التعامل مع القضايا و الأحداث التي تحقق الأمن و الاستقرار الإنساني و المجتمع, و تحافظ على سلامته و لذلك فهو إحساس بروح المسؤولية و الأحداث الأمنية في الماضي و الحاضر.²

و التوعية الأمنية هي بث و نشر المعرفة بين أفراد الشعب و تزويدهم بكل ما يتعلق بحياتهم اليومية من الناحية الأمنية الشاملة من خلال ترقية اهتمامهم و فهمهم الواقعي لمعنى المواطنة الحقيقية و ترسيخ مبدأ الإخلاص و

¹ أمينة حمراني, مرجع سابق, ص 150

² فواز عبد الله المخرج, الجودة و التوعية لبرامج الاعلام الامني العربي, جامعة نايف للعلوم الامنية, الرياض, 2006. ص 51.

التضحية و الإيثار بما يحقق الأهداف المنشودة خدمة لأمنهم الشخصي و خدمة لمقاصد الأمن العام وفق إستراتيجية مدروسة يتعاون بها المواطنون مع كيان الدولة الرسمي بمختلف أجهزته لتوفير جو من الاستقرار الذي يواجهه كافة أشكال التنشئة الاجتماعية و أساليب الانحراف و الجريمة و غيرها و ذلك بهدف مواجهة أي اختلال في القيم و الأخلاق التي تساعد على نشر الجريمة و الانحراف.¹

2-مجالات التوعية الأمنية:

تتعدد مجالات التوعية بتعدد و شمولية الأمن العام, فكلما صار الأمن مهددا في مكان ما اتسع المجال أمام الإعلام الأمني للقيام بدوره التوعوي إلا أن هنالك مجالات تعد من صميم عمل الشرطة كالعامل في مجال الجريمة و المرور و الدفاع, و البيئة و لذا أعد دليل عربي نموذجي للتوعية الأمنية و الوقاية من الجريمة يتناول مختلف الميادين و المجالات الأمنية, اشتمل على ثلاثة أقسام هي التوعية المرورية, التوعية في مجال الدفاع الأمني و التوعية لوقاية المواطن العربي من الوقوع ضحية الجريمة.²

و عند الحديث عن التوعية الأمنية لا بد لنا إن نتحدث عن مجالاتها و تحديدها لإعداد الخطط و البرامج من قبل إدارة العلاقات العامة في الشرطة التي تجري عبرها التوعية , و تتمثل مجالات التوعية الأمنية في ما يلي:

1. مكافحة الجريمة: و من أهم واجبات الشرطة اتخاذ التدابير الوقائية قبل وقوع الجريمة, فمن واجبها القيام بمهام التوعية بها و آثارها السالبة على الفرد و المجتمع قبل وقوعها. فلا بد من التعريف بالجرائم و العقوبات المترتبة عليها علها تكون رادعة, كما يمكن إجراء دراسات لرصد مدى ارتفاع الجريمة في المجتمع و تحذيره من معتادي الإجرام, فالجريمة لها عواقب في المجتمع و الضرر لا يقتصر على جماعة دون أخرى بل يمتد ليشمل المجتمع بكل قطاعاته و فئاته.

فبمجرد أن يرتكب المجرم الأعمال الشنيعة يكون وول المتضررين أسرته التي ستنال حظها من السمعة السيئة و العار الذي يلحق بها من جراء ارتكاب ابنها لجرم و إن لم يكن لها يد فيه, و تمتد العواقب من الأسرة ذلك المجتمع الصغير لتلحق بالمجتمع الكبير.(ولذا فأن الوعي بمخاطر الجريمة و الانحراف لا يقتصر على مرتكبيها أو ضحاياها بل تمتد لتصل أطرافا أخرى في المجتمع و هذا يزيد من أهمية التوعية الأمنية) لذا يكون من أهم ضرورياتها رفع درجة الوعي في المجتمعات و التعريف بأضرارها و ما تجره عليها من عواقب وخيمة, و

¹عابد الحميدان,الإعلام الامني و المجتمع في مواجهة المخدرات,الملتقى الثالث لكلية العلوم الاجتماعية,جامعة الكويت,الكويت, 2004.ص 9.

² علي بن فايز الجحني, الاعلام الأمني و الوقاية من الجريمة, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2000.ص 51.

لأن العواقب تشمل المجتمع بأسره صارت التوعية بمخاطر الجريمة و الانحراف ضرورة اجتماعية ملحة و واجبا أمنيا.¹

2. التوعية المرورية: العمل في مجال التوعية المرورية مسؤولية فردية بما يلتزم به الفرد من ضوابط و قوانين أثناء القيادة بالتزام المسارات الصحيحة, و التحلي بروح قائد المركبة المثالي حفاظا على نفسه في المقام الأول ثم على الآخرين, فالقيادة مسؤولية اجتماعية لما تخلقه من أضرار و خسائر تعم المجتمع بأسره, و التوعية في جانب المرور لا تقل شأنًا عن التوعية في المجالات الأخرى, و لكي تناسب الحركة بسهولة و يسر و يتجنب شركاء الطريق كل ما يقود إلى المهالك جراء الاستخدام السيئ للطريق كان لا بد لشرطة المرور أن تضع الضوابط و القوانين التي تنظم الحركة و إعلام الجمهور بها, و أهم واجبات التوعية المرورية التعريف بآداب السير و سلوكياته و كيفية استخدام الطريق و التخطيطي و معرفة إشارات و علامات المرور.

هذه التوعية ترسل لشرائح متعددة في المجتمع, و لكن تتجلى أهمية التوعية في المرحلة المبكرة لحياة الإنسان, فالأطفال في المدارس هم الأكثر استخداما للطريق و الأكثر عرضة للحوادث المرورية و هي تؤدي بجياتهم أو تسبب لهم إعاقات دائمة بسبب جهلهم و عدم درايتهم بأبسط قواعد المرور. فالطفل لديه قدرة عالية على الاستيعاب و الفهم و كلما تلقى أي كمية من المعلومات كانت أكثر رسوخا و ثباتا, و هذا يؤكد ضرورة و أهمية التوعية المرورية و إعطائها حيزا في المناهج الدراسية.²

3. مكافحة المخدرات: المخدرات صارت الخطر الذي يدهم الشباب و يهدر طاقاتهم, فهي آفة ظهرت في المجتمعات تدمر العقل و الجسم و تؤثر على الصحة العامة, و تخلف ضحايا من العاطلين عن العمل الذين فقدوا الثقة بأنفسهم و تملكهم الشعور بعدم الرضا بالواقع و التطلع الزائد, و لأن الدمار يصيب شريحة هامة في المجتمع, لذا نالت مكافحة المخدرات اهتمام الإعلام الأمني فاعتمدت خطة عربية لمكافحةها و كان ذلك بموجب القرار (216) بتاريخ 1994/1/5 م و تهدف الخطة في جوهرها إلى حماية و تحصين جميع فئات المجتمع العربي ضد الاستعمال غير المشروع للمخدرات, و توعية المتورطين في قضايا المخدرات, و تشجيعهم على التخلص من هذا الخطر الداهم, و عودتهم إلى المجتمع أصحاب صالحين, لا بد أن تتم التوعية لكافة شرائح المجتمع خاصة الأسر لتتوهم بأضرارها للقيام بإرشاد أبنائهم

¹ ايمان عبد الرحمان أحمد, دور الاذاعة في نشر التوعية الأمنية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2010. ص 37.
² المرجع السابق. ص 38

و متابعتهم من خلال التربية السليمة, و التنشئة القويمة, و نسبة للضرر البالغ الذي تخلفه المخدرات في المجتمع ووضعت السلطات المختصة قوانين رادعة لمن يروج و يتاجر بهذه السموم الفتاكة, كما قامت المؤسسات الشرطة بإنشاء المصححات العلاجية للمتعاطين تقوم بالإشراف عليها و متابعتها.¹

4. توعية الأحداث و السجناء: هنالك مؤسسات إصلاحية تضطلع الشرطة بأمرها فهي تقوم بالإشراف على دور الفتيات و الفتيان و محاكم الأحداث لذا يتوجب وضع خطة العامية أمنية تهدف إلى إرشاد مثل هذه الشرائح بمخاطر الجريمة و القوانين الرادعة, كما تعمل على تقويمهم بتقديم النصيح بناء على خطط تربوية لمعالجة مثل هذه الحالات, فمن واجب الجهات الأمنية تقديم الثقافة القانونية للسجناء لمعرفة حقوقهم القانونية و إرشادهم بالعمل عن طريق التربية الروحية التي ترقى بالنفوس مع الاهتمام بنقل هذه التجارب عبر وسائل الإعلام للمجتمع لأخذ العظة و الاعتبار.²

5. الوعي البيئي: صيانة البيئة و المحافظة عليها أمر ضروري و مهم لان البيئة هي المصدر الذي يمد الإنسان بكافة الضروريات و الأساسيات و يمثل الأمن البيئي ركيزة أساسية لاستقرار أي مجتمع من المجتمعات و ذلك لكون البيئة تمثل مصدرا أساسيا لكافة الاحتياجات الأساسية كما إن الإخلال بها في أي مكان في العالم يمثل تهديدا مباشرا لمعظم إن لم يكن جميع سكان الكرة الأرضية. إن صيانة الموارد الطبيعية و الحفاظ عليها يتعلق بالفرد في المقام البول, لأنه يتعامل مباشرة مع البيئة حوله, و هنالك بعض الممارسات الخاطئة و الاستخدام الجائر للبيئة تؤدي إلى إلحاق الضرر بها لأن الإنسان هو الذي يحدث تلوث مياه البحار و الأنهار بإلقاء القاذورات و الفضلات و مخلفات الصناعة مما يؤدي إلى تلوث و إتلاف الماء كمصدر للشرب و الاستهلاك اليومي. و هنالك أيضا الضرر الذي يلحق بالتربة, إضافة إلى تلوث الجو الذي يتضرر منه الكائنسان مباشرة من خلال استنشاق مباشر لهواء نقي و هذا دور الإعلام الأمني في خلق الوعي البيئي لدى كافة شرائح المجتمع فيعمل الإعلام الأمني على مستوى الفرد بترقية سلوكه و توعيته بالاضطرار الناجمة عن التلوث حتى يكون عاملا أساسيا في الحفاظ على البيئة ثم العمل على مستوى المجتمع و التوعية وحدها لا تكفي بل يتحتم وضع موجهات تقضي بكيفية التخلص من مخلفات الصناعة و غيرها و عقوبات في حالة المخالفة و عدم الالتزام.³

¹ المرجع نفسه. ص 39

² أمير حسن حماد, كفاءة برامج التلفزيون في تعزيز الوعي الأمني, ماجستير في الاعلام الامني, جامعة الرباط الوطني, السودان, 2015. ص 39.

³ المرجع السابق. ص 40

6. التوعية المائية: إن الأمن المائي يرتبط بالأمن البيئي, و لكن لأهميته تكثف الجهود لأجل الحفاظ على البيئة المائية و الإعلام الأمني لا ينحصر عمله في المجالات السابقة الذكر فحسب بل يتخطاها إلى العمل في كل مجال يهدد الأمن و الاستقرار فهو منوط به تقديم رسائل التوعية الأمنية في المجال المائي فيما يتعلق بتوعية المواطن حول الاستخدام الأمثل للمياه و ترشيد الاستهلاك مع العمل على تنمية الموارد المائية تفاعليا للوقوع في أزمة مياه.

7. امن المجتمع: تتم فيه التوعية من المخاطر التي تحيط به و الحفاظ عليه من الشائعات و ما تخلفه من بلبلة و عدم استقرار و ذلك ببث المعلومات المضللة في المجتمع, امن المجتمع يتمثل أيضا في الحفاظ على قيمه و سلوكه و مثله و ذلك بمحاربة مظاهر الفساد و المعتقدات الخاطئة بما فيها من دجل و شعوذة و خزعبلات و عادات دخيلة على المجتمعات.

8. التوعية بالأمن الاقتصادي: الأمن الاقتصادي هو العامل الأساسي في ترقية و ازدهار النظم الاقتصادية و من ثم تطور الدولة فمن خلال الإعلام الأمني يمكن توجيه رسالة توعوية اقتصادية تعمل على مكافحة الاحتيال و أساليب الغش و التزوير و التهرب من الضرائب و الرسوم الأخرى و جرائم التهريب عبر الحدود و غيره من الجرائم التي تهز أركان الاقتصاد.¹

3- أهمية التوعية الأمنية و أهدافها:

للتوعية الأمنية أهمية كبيرة و أهداف متعددة نذكر منها مايلي:

أ- أهمية التوعية الأمنية:

تلعب التوعية الأمنية دورا كبيرا و فعالا في الحد من المشكلات و الآفات و خفض معدل الجريمة و الحد من انتشارها, و ذلك من خلال الرسالة الإعلامية الأمنية التي تبثها إلى الجمهور باعتماده على برامج واعية و متطورة و قابلة للتحديث و مرنة و صادقة لكي تحصل على أعلى درجات الإقناع للوصول إلى المتلقي, و توليد الثقة عنده لتصبح برامج التوعية الأمنية مقبولة, و بذلك تحقق الهدف المنشود من الرسالة الإعلامية الأمنية المتخصصة التي تواكب التطورات في مجال الاتصالات و التنمية. و تحتل وسائل الإعلام بكافة أشكالها المراكز الأولى و الأساسية للتعرف و التفاعل مع مختلف القضايا الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية التي تحاكي المجتمع, و يتحمل الإعلام الأمني المسؤوليات الكبيرة و الأساسية في مستوى الوعي العام الذي يعيشه أي مجتمع دون

¹ المرجع نفسه. ص 41

استثناء، و خاصة عندما يبحث في القضايا أو المشكلات التي تعاني منها جميع المجتمعات العالمية لما لها من آثار مدمرة و انعكاسات هائلة على مختلف قطاعات المجتمع و فئاته، و هو الأمر الذي يحتم علينا أن نوضح أهم النقاط الأساسية التي ينبغي على برامج التوعية الأمنية بشكل عام و التركيز على أهميتها لكي تكون لرسالتها عبر وسائل الإعلام دور في الحد من انتشار المشكلات، و حتى تعد الخطط و البرامج الفاعلة التي يكون لها تأثير مباشر من خلال توظيف الإمكانيات الهائلة و الأشكال و المضامين الإعلامية الجذابة و المشوقة التي تحظى بكثافة هائلة في الاستماع و المشاهدة من قبل الجمهور، و قدرة فائقة على التأثير في العقل و الوجدان، و مما لاشك فيه يعد الإعلام الأمني خط المواجهة الأول الذي يساهم في الحد من انتشار المشكلات و الآفات، و ذلك من خلال استعانتة ببرامج التوعية الأمنية التي يمكن حصرها و بيان دورها عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحافة التي تشمل المجالات و النشرات و الملصقات و اللوحات في الأماكن العامة، الإذاعة، التلفزيون و الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و المنتديات مع عدم إغفال الوسائل التعليمية و الدينية في مجال التوعية و كذلك ما تعرضه الندوات و المناقشات و الملتقيات و المؤتمرات مما يرفع نسبة الوعي بها و التذكير بمدى خطورتها.¹

ب- أهداف التوعية الأمنية:

يمكن تحديد أهداف التوعية الأمنية فيما يلي:

- التوعية المرورية و تبصير المواطن بأخطار السرعة و آثارها و على حوادث الطرق و أهمية الالتزام بقواعد و آداب المرور و غيرها من الغايات الأمنية.
- التوعية بأضرار المخدرات و سبل مكافحتها و أخطار تعاطيها.
- نشر أخبار الجرائم و تأكيد قيم (أن الجريمة لا تغيب) و (المجرم يفلت يد العدالة).
- الإعلام الوقائي من عديد من الأخطار مثل الحرائق أو مواجهة الكوارث سواء الطبيعية أو الصناعية أو المتخلفة عن الحروب بحسب حاجة كل دولة لهذه التوعية.²
- تحقيق التعاون و التلاحم بين الشرطة و الشعب من خلال التواصل الدائم عبر الحملات التوعوية الأمنية.

¹ عايد علي الحميدان، معايير برامج التوعية الأمنية (التوعية الأمنية بين الواقع و المأمول)، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2013، ص 13.

² ابراهيم ناجي، واقع التوعية الامنية في الدول العربية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 1998، ص 29.

- تنمية السلوك الاجتماعي العام: أي تحقيق الأمن و الطمأنينة و السكينة من خلال القيام بحملات إعلامية توعوية لتوعية الرأي العام و تنويرهم و إرشادهم بواجبهم حيال القضايا الأمنية.
- توفير قاعدة معلومات أمنية تضمن للرأي العام حق ما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمني و مشكلاته لأن حجب المعلومات الصحيحة عن الأمن جريمة.¹
- تأصيل و تعميق التعاون و التجارب بين الجمهور و مختلف قطاعات الدولة لما يحقق خدمة أوجه الأمن و الاستقرار.
- تعديل اتجاهات متلقي الرسالة عن طريق برامج التوعية الأمنية المخططة القوية و الفاعلة في مواجهة الظواهر الإجرامية و الإقناع بالسلوك الأمني.
- نشر المعرفة بين صفوف رجال الأمن و تزويدهم بكل جديد في مجال تخصصهم و إقامة الندوات و المحاضرات و كل ما من شأنه أن يساهم في ترقية اهتمامهم نحو الأفضل في أداء واجباتهم و خدمة مواطنيهم بكل إخلاص.
- التصدي للمؤثرات السلبية عن الأمن الاجتماعي و العمل على تحصين أفراد المجتمع ضد المؤثرات و الثقافات الوافدة بحكمة و بصيرة.²

ثانيا: التوعية المرورية

1- مفهوم التوعية المرورية: تتعدد تعاريف التوعية المرورية و تتنوع و قد اخترنا منها ما يأتي:

التوعية هي واجب ديني و اجتماعي و لا تفرض بقانون بل بتحرك المجتمع عندما يستشعر بالخطر, ومن حيث أنها واجب ديني يلتزم بها المجتمع بحكم ما حثت عليه الأديان السماوية, على ضرورة أن يحمي الفرد نفسه و أسرته و مجتمعه ضد أي معتدي على قيمه و تقاليد, و تبدأ هذه التوعية بالنصيحة التي تهدف إلى النهي و اجتناب ما يعرضهم للخطر.

و هي واجب اجتماعي على أفراد المجتمع بحكم انتمائهم للمجتمع, و الفرد يدافع عن أسرته و بيته مما يسيء إليها, فالتوعية هي بداية لأول طرق الوقاية, و قد اهتمت العديد من الأجهزة في مختلف العالم في التوعية المرورية

¹ بسام عيد الرحمان المشاقبة, الاعلام الامني, ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع, عمان, 1012. ص 181.

² بركة بن زامل الحوشان, الاعلام الامني و الامن الاعلامي, ط1, جامعة نايف العربية للعلوم الامنية, الرياض, 2004. ص 28.

بهدف تقديم أحدث الوسائل و أنجح الابتكارات للوصول إلى أفضل و أنجح المستويات لوقاية أفراد من حوادث المركبات. و يقصد بالوعي المروري الإلمام بمعلومات أساسية مرتبطة بمواقف يتعرض لها المشاة أو السائقين أثناء السير أو في المواقف الطارئة و الحوادث.

كما يعرف بأنه المعلومات المرورية التي يجب أن يدركها الأطفال و قد يطلق عليه الثقافة المرورية و يربط ذلك بأهداف نظرية و عملية عن التعليمات المرورية التي تضمن السلامة على الطريق سواء للمشاة أو السائقين أو المركبات.

وبمفهومه الشامل هو اليقظة الحسية و المعنوية و المعرفة و الإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة و طريق و أشارات و أنظمة و قوانين و غيرها مما ينعكس إيجابا على الشخص و حسن قيادته و مراعاته للأنظمة المرورية المختلفة.¹

أما التوعية المرورية فهي عبارة عن منظومة السياسات و الخطط و البرامج الهادفة لإنتاج مضامين و رسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية, و تقوم بنشاطات و فعاليات مختلفة و تستخدم وسائل اتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين و الرسائل التي تشكل خطابا مروريا توعويا متكاملا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية و مختلف الجماهير المعنية بالمسألة المرورية.²

و منه فإن التوعية المرورية تنطوي على ما يلي:³

1. مطلوب من الأفراد الإتمام برفع مستوى الوعي المروري لديهم و تطوير الذات بالحصول على المعلومات المفيدة من المصادر الحقيقية و عدم الاعتماد الكلي على دور العلاقات العامة في التوعية المرورية.

2. هناك مسؤولية كبرى على المجتمع بتطوير الحس الأمني و المروري للأفراد و زيادة مفاهيم حول كل ما يتعلق بالمرور من مركبات و أنواع المخالفات و التقيد بوسائل السلامة المرورية.

3. إن التوعية الإعلامية المرورية هي مجموعة عمليات متكاملة و مخططة تبعد عن العشوائية و الأرتجال بهدف تحقيق السلامة المرورية.

¹ عبد الله الخلف, دور أفلام التوعية المرورية في رفع مستوى الوعي المروري, أطروحة ماجستير, جامعة نايف العربية, الرياض, 2005. ص59.

² خضور أديب محمد, حملات التوعية المرورية العربية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2007. ص13.

³ حمد السمراي, دور الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالامن العام في التوعية المرورية, مذكرة ماجستير, جامعة نايف, الرياض, 2011. ص33.

4. إن التوعية المرورية هي جهود إعلامية هادفة تعتمد على وسائل و تقنيات متطورة تساهم في

ترسيخ الوعي المروري.

2- أهداف التوعية المرورية:

تهدف التوعية المرورية إلى ما يلي:

1. تكوين نسق معرفي مروري لدى مختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية عن مختلف جوانب الحياة المرورية و ذلك من خلال تقديم معلومات و بيانات و حقائق من شأنها تعريف المواطن بحقائق الأهداف و الظواهر والتطورات و المشاكل المرورية, و أن من شأنها أن تتيح للمعني بالمسألة المرورية أن يكون على اطلاع معرفي بوقائع الحياة المرورية و هذا من شأنه أن يؤدي تراكميا إلى تكوين النسق المعرفي المروري لدى الأفراد و المجتمع.

إن المعلومات التي يتم تقديمها إلى المتلقي المناسب و في الوقت المناسب و بالوسيلة المناسبة هي الأساس الذي تنطلق منه عملية التوعية, و هي الأرضية الصلبة التي يبنى عليها الوعي المروري.

2. تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد و المجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية, ان الاقتصار على تقديم المعلومات قد تمكن الفرد من الدراية بما حدث, و لكنها لا تمكنه بالضرورة من فهم ما حدث حيث يمثل الاطلاع على الوقائع الخطوة الأولى في عملية التوعية أما الخطوة الثانية فهي تفسير هذه الوقائع و شرحها و تحليلها و إيضاح معانيها ووضعها في السياق العام الذي أنتجها.

و لا تهدف التوعية المرورية إلى تقديم عمل إعلامي أو دعائي أو علاقات عامة يريد ان يؤثر بسرعة و لفترة قصيرة, بل تهدف لتقديم عمل إعلامي يقوم على المعرفة و الفكر, و يخاطب أساسا الذهن و يستخدم الاستمالات الذهنية و العاطفية و ذلك من أجل أن يشكل أساسا لتوعية مرورية لها صفة الثبات و الاستمرارية.

3. تكوين نسق اتجاهات مروري متكامل لدى الفرد و المجتمع إزاء الجوانب المختلفة من المسألة المرورية حيث تسعى التوعية المرورية لزرع اتجاهات مرورية جديدة و سليمة لتغيير أو تعديل اتجاهات مرورية خاطئة.

4. تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد و المجتمع و يتضمن منظومة من القيم المرورية التي تسهم في تحصين الفرد و المجتمع من الإقدام على سلوك مروري خاطئ و مضر بالفرد و المجتمع, و يدفعه للإسهام الفعال في تحقيق السلامة المرورية.¹

و الأهداف الرئيسية للتوعية المرورية هي:²

- تحقيق التوعية المرورية بين مختلف المركبات.
- توضيح أهمية استخدام الأنظمة و إتباع التعليمات المرورية, و ما لتلك الأهمية من دور في الحفاظ على حياة الأشخاص مرتادي الطريق.
- تعويد الناس على التقيد بإشارات المرور.
- تقوية العلاقة القائمة بين المواطنين و رجال المرور, و محاولة أن يشعر المواطن بأنه رجل مرور قبل أن يكون مواطنا.

3- خصائص التوعية المرورية:

تتمثل خصائص التوعية المرورية فيما يلي:

1. الاستمرارية: يجب أن تتصف بالاستمرارية و الديمومة فهي بالتالي عملية مستدامة و ليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة, و ذلك حتى ترسخ الثقافة المرورية لدى الفئة الموجهة إليها و تخلق لديهم نسقا معرفيا و سلوكيا ايجابيا, لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية المرورية. و القاعدة العامة تقول أن التعليم الهادف يهذب السلوك و التوعية المستمرة تعزز المعرفة لذلك فإن إفرازات التعليم و التوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعيا و يستجيب في ذاته لندائها.
2. الشمولية: التوعية المرورية عملية شاملة, بمعنى أنها تشمل مختلف المجالات المرورية, و جميع جوانب الحياة و تستهدف الوصول الى جميع الشرائح الاجتماعية.
3. التكامل: التوعية المرورية عملية متكاملة, بمعنى أنها تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية (البشرية, الهندسية, القانونية, العمرانية...) و تهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية (الاقتصادية,

¹ تباري عيبر, مرجع سابق ص 151

² محمد سعد الدين ببيان, التربية المرورية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2010. ص 29

النفسية، الاجتماعية) و تنطلق من حقيقة أن هذه الأطراف متكاملة، وبالتالي فإن الجهد التوعوي المروري يجب أن يكون متكاملًا.

4. المنهجية و الانتظام و التماسك: التوعية المرورية عملية منهجية منتظمة و متماسكة، تحدد أسسها و منطلقاتها و أهدافها، و تضع الخطط و البرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأطراف، و هذا ما يفسر كون التخطيط و البرمجة هما الدعامتان القويتان اللتان تقوم عليهما التوعية المرورية.
5. التجدد و التطور: التوعية المرورية عملية متجددة و متطورة، حيث تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية من الضروري التجديد و الابتكار في مضامين التوعية المرورية، وفي الخطاب المروري و في الوسائل و الموضوعات و أساليب المعالجة المستخدمة.¹
6. التفاعلية: التوعية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين و الإكراه و تعتمد أسلوب التفاعل و تنجح في رفع فعالية الناس و تفاعلهم مع الأهداف الإستراتيجية لتوعية المرورية.²
7. تنوع الرسائل و تكاملها: إن تنفيذ التوعية المرورية في أوساط المجتمع يستوجب استغلال و استعمال جميع وسائل الإعلام و الاتصال، و التي تعتبر جزء ضروري متكون للتنظيم الاجتماعي للمجتمعات الحديثة كالمدارس، المساجد، مدارس السياقة... فكلما تعددت وسائل الدعم المعتمدة أمكن إيصال الرسالة التوعوية الوقائية إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة و بالتالي يمكن توعية شرائح عريضة من المجتمع.³

ثالثا: العلاقات العامة و التوعية الأمنية المرورية:

1- العلاقات العامة بين الشرطة و المواطن:

دائما ما تكون العلاقة بين الشرطة و المواطن متوترة و في أغلب الأحيان يكون هناك جفاء في التعامل من كلا الطرفين و هذا يعود إلى ضعف العلاقة بينهما و هناك عدة عوامل ومؤثرات تدخل في إضعاف العلاقة بين الشرطة و المواطنين وهي عوامل تاريخية نفسية، اجتماعية، ثقافية وإعلامية يتوالى ذكرها في الآتي:

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

¹ تيباني عبيد، مرجع سابق، ص 153

² أديب محمد خضور، مرجع سابق، ص 15

³ الهاشمي بوطالبي، الاستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور، مجلة الوقاية و السياقة، العدد 6، المركز الوطني للوقاية، الجزائر، 2007، ص 39.

على إدارة الشعب.

ومن الناحية التاريخية سجل على أجهزة الشرطة استخدامها للعنف ضد المواطنين من سكان البلاد لدرجة لجان معها إلى استخدام السلع ضد أبناء الوطن وأدمت ظهورهم بسياطها وسلبت حريتهم بدون وجه حق، مما أدى إلى كراهية الشرطة من طرف المواطنين.¹

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

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

هذا مع العلم أن للإعلام أثر كبير على تكوين اتجاهات الرأي العام، إذ يمكن الاستغلال الأمثل له أجل التأكيد على تعاون الجمهور كما هو الحال في أعمال البحث الجنائي والتعرف على المفقودين الغارين وفي الإتيان والدفاع المدني ونشر الوعي و الإرشاد في مجالات الحياة العامة التي تفيد وتوفر الكثير من الجهد والمال للمواطنين.²

*العلاقة بين الشرطة و المواطن في الجزائر:

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

معاناة الشعب لمدة 132 سنة من الاستعمار، جعلته يتعدكليات عن الشرطي والقانون وكل من يساعد الشرطي من قريب أو من بعيد خائف " يبرع"، أما من يستطيع مراوغة القوانين فهو "بطل"، وتوالت هذه العقلية

¹مصطفى عبد المجيد كاري، التنسيق بين جهود المواطنين في مكافحة الجريمة، المركز العربي للدراسات، الرياض، 1993، ص144.

² المرجع نفسه، ص 147، 148.

لدى الأجيال.

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

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

بالإضافة على استعمال السلطة للشرطة في مهام لا تمت بصلة لمهام الشرطة، وكمثال عن ذلك : في سنة 1980 كنفَت الشرطة بحملة ضد التغيّيات في العمل، نشر الألبسة على الشرفات، محاربة الأحياء القصدية... إلخ.¹

*إجراءات إستراتيجية لتطوير العلاقات العامة بين الشرطة و المواطن:

-الاختيار الجيد للعناصر المراد أو إدماجها في العمل الشرطي وذلك باختيار أفضل العناصر من جنود وضباط وفتيين وعناصر مساعدة.

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

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

-الرقابة السليمة والمستمرة هذه العناصر، والمتابعة الواعية لكل فرد من أفراد القوة سواء من الأجهزة الرقابية، أو من الرقابة الداخلية لقيادة القوات في كل موقع على حدا.

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

¹ آيت عمر مزيان فوزي، الضبط الاجتماعي الرئيسي و الوقاية من الجريمة، ماجستير علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003، ص140.

-الحرص على المظهر اللائق والسلوك المحترم لرجال الشرطة ومستوياتها، الأمر الذي يترك انطبعا حسنا لدى جمهورهم، وجعلهم لا يشعرون نحوهم بالرهبة بل بالود والرضا والتقدير والاحترام والإعجاب، انطلاقا من الدور الإنساني الذي تؤديه الشرطة في مواقعها وعلى امتداد مساحات الأقطار والمجمعات التي يعمل بها رجالها.¹ إن هذه العناصر والاستراتيجيات إذا عمل أصحاب القرار داخل إدارة الشرطة بما فطن المؤكد أن صورة الشرطي سوف تتحسن لدى المواطنين ويكون عمله ذا طابع سهل نوعا ما إذا ما لقي مساعدات من قبل المواطن في إطار تحسين تلك العلاقة التي يجدر بجهاز الشرطة أن يعمل على تحسينها قدر الإمكان، ومن بين الإستراتيجية الأخرى الهادفة أيضا إلى تطوير العلاقة بين الشرطي والمواطن نذكر على سبيل المثال:

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

تعتبر الإستراتيجية خطوة هامة في تأسيس علاقات وطيدة مع الجمهور باعتبار أن خدمة الشرطي مهمة نبيلة إذ ينبغي عليه إزالة الحواجز النفسية وغرس بذور المحبة والتعاون مع الجمهور. -الاستعانة بأوامر ونواهي العقيدة الدينية لتفعيل التعاون بين الشرطي والجمهور حيث أنه من المقومات التي تدعو إليها الشريعة الإسلامية توفير الأمن، وللدين تأثير كبير على سلوك الفرد واتجاهاته وأفكاره، لذلك فالدين يلعب دورا في توطيد العلاقة.

استغلال سلك التربية والتعليم: وذلك بتوفير التنسيق بين الجمهور وإدارات الشرطة وتكوين رأي عام مساند للشرطة في مكافحة الجريمة ومعاقبة المجرمين، وحث طلبة المدارس على لعب الدور المطلوب في إعانة الشرطة العاملة على نشر الأمن وخلق جيل متفهم للرسالة الشرطية. -استغلال الشعور الوطني للمواطنين في المحافظة على الوطن وأمتهم بتعميق شعور المواطنين بمسؤولياتهم في حفظ الأمن والاستقرار والنهوض بوطنهم بفضل إحلال الأمن والطمأنينة.

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

¹مجلة الأمن و الحياة، عدد217، أمنية ثقافية، العلاقة بين المواطن و رجل الأمن، مطابع أكاديمية بين العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2000، ص42.

- كسب ثقة رجال الصحافة والإعلام وتسخيرهم في خدمة القضايا الشرطية في إطار ما يعرف بالإعلام الأمني العام، باعتبار أن أجهزة الشرطة في حاجة ماسة لأجهزة الإعلام كونها تلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وتغلغلها داخل الأوساط الاجتماعية، ومدى مقدرتها على التأثير عليها، لذلك ينبغي على رجال الشرطة استغلال هذه الأجهزة لخدمة أمن المجتمع واستقراره.

- تفعيل العلاقة بين وزارات ومؤسسات الدولة الرسمية المؤثرة في خلق الرأي العام بغرض توجيهه وتسخيره في خدمة القضايا الأمنية.¹

2- العلاقات العامة و التوعية الأمنية:

تلعب العلاقات العامة دورا مهما في خلق صورة ايجابية لها تمام الرأي العام بالاعتماد على خطط و برامج تعتمد على التأثير على الجمهور من خلال أنشطة اتصالية تهدف إلى حفظ الأمن و الاستقرار للمجتمع و مكافحة الجريمة بكل أنواعها و أشكالها.

كما أن طبيعة عمل الشرطة تحتم عليها الاحتكاك مع المواطنين لأن الوظيفة الرئيسية لرجال الشرطة هي تحقيق الأمن و الاستقرار في المجتمع و هذا ما تقوم به العلاقات العامة على غرس و دعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير و هذا يعاون المجتمع و هذا ما تقوم به العلاقات العامة على غرس و دعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير و هذا يعاون المجتمع و التنظيمات على التغلب و مواجهة العقبات التي تحول دون تحقيق الاستقرار من خلال حملات التوعية و الأنشطة التي تدعو إلى نشر الوعي و التوعية بالقوانين.²

كما أن العلاقات العامة في الشرطة يعتبر أهم عمل لها هو تنظيم حملات إعلامية للتوعية الأمنية بأسلوب مستحدث في سبيل حفظ الأمن و مكافحة الجريمة و الإرهاب, ومن اجل ترسيخ ثقافة أمنية تشاركية في الحس الاجتماعي العام بأن الأمن بمفهومه الواسع هو مسؤولية اجتماعية لا بد أن يتضامن فيها المواطنون جميعهم لأنه يشكل حاجة أساسية لعيشتهم و يتحقق ذلك عن طريق التنسيق و التعاون بين المؤسسات الأمنية و المؤسسات التربوية و الإعلامية لنشر ثقافة الأمن, بما يضمن تقديم صورة مختلفة و محببة عن رجل الأمن و ينمي التوجه الايجابي نحو التعاون مع الأجهزة الأمنية في تحقيق الأمن العام.³

¹ أمينة حمراني. مرجع سابق.ص 146

² ناجي محمد هلال, واقع العلاقة بين الشرطة و الجمهور, دراسة اجتماعية, مركز بحوث شرطة الشارقة, الامارات. 2006. ص 25.
³ فوزي آيت عمر مزيان, دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الايجابية عن المؤسسة الامنية, مجلة الباحث, جامعة قسنطينة, 2019. ص 252.

و تعد المسؤولية الاجتماعية هي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة و التي يجب أن يطبقها كل الممارسين لها, فمن المهم أن تضع الشرطة في اعتبارها المجتمع الذي تعمل فيه و تلك المسؤولية الاجتماعية يجب أن تكون من بين مهام جهاز العلاقات العامة من خلال قيامها بنفع المجتمع و تقديم خدمات و أنشطة توعوية لنشر ثقافة أمنية لدى أفراد المجتمع.

و يعني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لجهاز الشرطة أن تمتد أيادي جهاز العلاقات العامة في الشرطة لحياة المجتمع ليس فقط من خلال حسن قيامه على تحقيق الأمن و إنما من خلال التواجد الفعلي في حياة الجماهير و المساهمة في المجتمع و تطوره, كما يمكن لجهاز العلاقات العامة في الشرطة القيام بحملات اجتماعية بهدف التوعية الأمنية لدى المواطن من خلال تقديم المساعدة و الرعاية للمؤسسات الاجتماعية المختلفة كـرعاية المسنين و الطفولة و غيرها, كما أنه من الضروري التعاون مع الأجهزة الإعلامية لإنتاج المواد و المضامين الإعلامية المناهضة للمخدرات و التدخين و كافة صور الانحراف كل ذلك في سبيل التوعية الأمنية وهذا ما يجعل المجتمع يشارك أفراد جهاز العلاقات العامة في الشرطة المسؤولية في نشر التوعية الأمنية لدى كافة المواطنين.¹

و يتحقق دور العلاقات العامة في الشرطة في دعم التوعية الأمنية و نشرها يتحقق من خلال سلطات ممنوحة لرجال الشرطة قبل المواطن و يكون ذلك بصورة دائمة بحدود استخدام السلطات الممنوحة له في نطاق عمله فإن توعية المواطن إعلاميا بأن الأمن العام يمثل خدمة للمواطنين وليس سلطة عليهم و ان السلطات الممنوحة لرجال الأمن إنما تستهدف بالدرجة الأولى حماية امن المواطن و تحقيق سلامة المجتمع الذي يعكسه مفهوم الأمن الحديث في دلالاته و اعتباره.

و من الجدير بالذكر أن ميدان عمل الشرطة لم يعد يقتصر ضمن نطاق المجتمع التقليدي حيث أدى التطور الحضاري وخطط التنمية إلى زيادة أعباء الشرطة و اتساع ميدان عملها, و هو ما استلزم تطوير أساليب تدريب رجال الشرطة و كذا العمل من اجل رفع المستوى التعليمي لأفراد المؤسسة الأمنية لإظهار رجل الأمن بصورة مناسبة في المجتمع.²

¹ علي عوجة, محمد يوسف, إدارة و تخطيط العلاقات العامة, كلية الاعلام, جامعة القاهرة, مصر, 2005, ص210, 212.
² سعد بن علي الشهراني, دور الاندية الامنية و العسكرية في التوعية الامنية, ط1, جامعة نايف العربية للعلوم الامنية, الرياض, 2009, نسخة الكترونية.

و إذا كان مجال التوعية الأمنية من المجالات الهامة التي يمكن أن تسهم فيها مؤسسات المجتمع و ذلك من خلال رفع مستوى القيم و الإدراك و التعاون فإن العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية يقع عليها العبء الأساسي في مجال التوعية الأمنية و لكن ذلك يأتي كجزء من وظيفتها الأصلية.

و تعتبر التوعية من أهم أولويات الأجهزة الأمنية في الدولة كما أنها لا تقل أهمية عن قطاعات أخرى في المجتمع نظرا لأن موضوع الأمن يهم كل أفراد و مؤسسات المجتمع و لتوفير الأمن يجب كذلك مشاركة الجميع فالأمن يعتبر العنصر الحيوي في حياة الشعوب و من دونه لا استقرار و لا تنمية شاملة و لا ازدهار، فالفرد في المجتمع بحاجة إلى امن حتى يعيش حياة كريمة وحتى يؤدي واجباته في المجتمع على احسن وجه، إن الجهل بالقضايا الأمنية و القوانين و التشريعات المتعلقة بها يؤدي إلى انتشار الجرائم و غياب مختلف مكونات المجتمع عن التعاون و المساعدة في توفير الأمن و حمايته بحيث أن الأمن هو قضية الجميع و ليس أجهزة الأمن فقط ومن هنا تأتي أهمية البرامج التوعوية و التعليمية من اجل نشر ثقافة أمنية في المجتمع و الأجهزة الأمنية و الدولة في مواجهة القضايا الأمنية بمهنية و حرفية و تبصر و في توفير الأمن للجميع.

و من أهم الطرق و الوسائل لتحقيق التوعية حول القضايا الأمنية حملات العلاقات العامة و البرامج الإذاعية و التلفزيونية و الإعلام الجدد و شبكات التواصل الاجتماعي، و العبرة هنا ليس في الوسيلة بقدر ما هي في التخطيط المنهجي و الدقيق و العلمي للعملية برمتها فالبحث العلمي و التخطيط الاستراتيجي هما أساس نجاح الوصول إلى الجمهور و تحقيق التوعية بالقضايا الأمنية، و المقصود هنا بالبحث العلمي و التخطيط هو عدم التسرع و التركيز على الإلمام بالقضية من مختلف جوانبها و كذلك دراسة متأنية و محاولة الوصول إليه برسالة يفهمها و يستوعبها و بوسيلة يتعامل معها باستمرار و بوفاء فالرسالة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الإطار المرجعي للجمهور، من جهة أخرى يجب المتابعة و الإدارة الجيدة لعملية التوعية و التركيز على التنفيذ المحكم و الدقيق، كما لا يجب أن ننسى عملية التقييم للتأكد من نقاط القوة و النجاح و نقاط الضعف و الفشل وكل هذا لا يمكن أن يقوم ب هالا جهاز العلاقات العامة في الشرطة كذلك بإشراك المجتمع المدني و مختلف القوى الفاعلة في المجتمع في الحملات الإعلامية بهدف التوعية الأمنية، فالقضايا الأمنية تهم المجتمع بأسره أفراد و عائلات و مؤسسات و من ثم فإن انحراط الأسرة و المدرسة و المسجد و الثانوية و الجامعة و مؤسسات المجتمع المدني بمختلف أنواعها أمر لا جدال فيه على المؤسسات الإعلامية أن تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية كما ينبغي و يجب أن تولي اهتماما كبيرا بالقضايا الأمنية و بالوعي الأمني وان تتعامل معها بحرفية و مهنية و ليس بمنطق السبق الصحفي و الإثارة وغير

ذلك، فالأمن أيا كان نوعه ليس للإثارة و التشويق بل أهم من ذلك بكثير. وهنا يتوجب على وسائل الإعلام و على جهاز العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية و المجتمع المدني التنسيق و التعاون للتعامل مع القضايا الأمنية بحرفية و مهنية و مسؤولية كما يجب الإشارة هنا إلى ضرورة الاستثمار في الإعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي نظرا للإمكانيات الكبيرة و القدرات الهائلة التي تتميز بها لتحقيق التواصل و الحوار و النقاش من اجل توعية أمنية فعالة تخدم المجتمع برمته.¹

3-العلاقات العامة و التوعية المرورية:

تعد مشكلة المرور من المشاكل الأمنية التي تسبب القلق للأجهزة الشرطية من واقع ارتفاع معدلاتها بشكل ملفت للنظر, فقد أصبحت مشكلة المرور من أهم المشاكل في العصر الحالي لما للحوادث المرورية من تأثير مباشر على مختلف الجوانب الاجتماعية و الاقتصادية و الصحية و الأمنية.و مع تطور المجتمعات و الانفتاح و الزيادة في عدد السكان و نمو و تطور الأنشطة اليومية فقد أدى ذلك إلى زيادة أعداد السيارات و وسائل النقل العام مما أدى معه إلى ظهور مشكلة المرور المتمثلة في زيادة الحوادث المرورية و الاختناقات و الازدحام و نظرا لأهمية المشكلة المرورية تعمل الأجهزة الأمنية على توعية المجتمع من خلال البرامج الاتصالية و الحملات الإعلامية وذلك من خلال العلاقات العامة حيث تعد عنصرا هاما في الترويج لخدمة المرور لأن وجود علاقات طيبة بين طرفي التعامل(الشرطة-المواطن) في مجال التوعية المرورية يساعد على وجود تفاهم مشترك ومن ثم تقديم الخدمة بشكل ملائم للاحتياجات المطلوبة.

و كما سبقت الإشارة إلى أن مشكلة حوادث المرور تعد من المشكلات الرئيسة التي تعاني منها المجتمعات البشرية و نظرا لتنامي المشكلة عاما بعد عام فقد استدعى الأمر ضرورة جذب المواطنين لخطورتها و ذلك عن طريق استخدام أساليب متنوعة و جذابة في لفت انتباه الجماهير إليها و ذلك لا يكون إلا عن طريق جهاز العلاقات العامة في الشرطة حيث يمكن لهذا الجهاز القيام بما يلي:

- خلق الوعي المروري لدى الجمهور بالخدمات المرورية و ذلك عن طريق الجهود التعليمية و الإرشادية التي تقوم بها الأجهزة المعنية في مجال التوعية المرورية.
- إعداد البرامج التوعوية و الإرشادية التي تهدف إلى نشر الثقافة المرورية بين قائدي المركبات و مستخدمي الطرق من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

¹ محمد قيراط, من اجل توعية أمنية فعالة, الموقع الالكتروني لجريدة الشرق <https://mal-sharq.com>, قطر, 2020, الزيارة 2020/7/22.

- خلق صورة ذهنية طيبة لجهاز المرور في عيون و أذهان الجماهير من خلال كسب ثقتهم و تحقيق التكامل و الاندماج بين الطرفين للتصدي للمشكلات المرورية.

- توضيح الرؤية للجماهير التي تستفيد من التوعية المرورية و الخدمة القائمة منها و الجديدة و من ثم الاستجابة للجهود التي تبذلها الأجهزة الأمنية و الحكومية لتحسين خدمة المرور.

و تعد المعارض المرورية التوعوية التي تنظمها إدارة العلاقات العامة في الشرطة هي إحدى الطرق الهامة للتعريف و التوعية بالمشكلة المرورية, حيث تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقة بين الجهة المنظمة و الجمهور.¹

كما أن العلاقات العامة تهدف إلى توعية الجماهير بالأهداف التي تطمح إليها و تعليم الجمهور بأسلوب عملها و نوع نشاطها و خططها, لكي تسهل التنسيق بينها و بين المواطن.

و مما لاشك فيه أن حملات التوعية المرورية تهدف إلى توعية و تثقيف مستخدمي الطريق بقواعد و آداب المرور و تحفيزهم على الالتزام بها و تطبيقها إلا أنها لا تكفي لوحدها لتحقيق هذا الهدف حيث لا بد أن ترافقها حملات لتنفيذ الرقابة المرورية و ذلك لتحقيق أفضل النتائج المرجوة و للتحقق من مدى التزام المواطنين و تفهمهم لمضامين حملات التوعية المرورية, فالهدف الأساسي هو تغيير السلوك و ليس التزود بالمعلومة و تخزينها حيث أن الجانب المعرفي و المتمثل في معرفة قواعد المرور و مستلزمات السلامة على الطريق وحده لا يكفي و يجب أن يرافقه الالتزام الكامل بقواعد المرور لأن تطبيق الأمور التي أصبح السائق أو المشي أو الراكب يعرفها من تفعيل الوعي المروري هي الهدف المرجو و دور الرقابة المرورية يأتي ليكمل و يدعم هذه المعرفة بشكل عملي و هذا لا يمكن أن ينجح إلا من خلال جهاز العلاقات العامة لأنه يخطط و ينفذ و يراقب و يقيم.²

الفصل الرابع: الفصل التطبيقي

أولاً: أنشطة العلاقات العامة في أمن ولاية قالمة في سبيل التوعية المرورية.

عن أرشيف إدارة الاتصال والعلاقات العامة بمديرية امن ولاية قالمة:

¹ جاسم خليل ميرزا, العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الاعلام, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2008. نسخة الكترونية
² النقيب المهندس فرح الجلامدة, التوعية المرورية و أثرها للحد من الحوادث المرورية, إدارة السير المركزية, الأردن, 2014. نسخة الكترونية.

● تمارس خلية الاتصال و العلاقات العامة في امن ولاية قالمة في سبيل التوعية المرورية للمواطن العديد من الأنشطة التوعوية و التحسيسية سنذكر منها ابرز الأنشطة التي قامت بها في الفترة الأخيرة و هي:

● نشاط تحسيسي أطلقته خلية الاتصال و العلاقات العامة بأمن ولاية قالمة بمختلف امن دوائرها(بوشقوف,لخزارة,هيليوبوليس,قلعة بوصبع...) بتاريخ 2020/7/29 حملة تحسيسية تحت شعار"احذروا سلامة الركاب مسؤوليتكم" بالتعاون مع جمعية الممرنين المحترفين للسياسة حملة تحسيسية حول حوادث المرور لفائدة سائقي حافلات السفر عبر الولايات على مستوى محطات نقل المسافرين مع انتهاء فترات انتظار الحافلات في تكوين سريع للركاب بالتنسيق مع مصالح الحماية المدنية في مجال الإنقاذ و إسعاف المتضررين من الحوادث. في الوقت الذي يهتم فيه المواطنين المتواجدين في إقليم الاختصاص لغرض قضاء عيد الأضحى مع ذويهم و عائلاتهم نظمت هذه الحملة للحد من الحوادث المرورية التي يمكن أن تتورط فيها الحافلات. حيث تضمنت جملة قيمة من الإرشادات التي عملت على تحسيس السائقين بمسؤوليتهم تجاه سلامة الركاب و ذلك من خلال جملة من الإجراءات الوقائية البسيطة أوالها احترام مسافة الأمان,ضرورة اخذ السائق لقسط كاف من الراحة قبل السياقة و أثناءها أحيانا إن اقتضى الأمر ذلك او شعر بتعب مفاجئ خاصة إذا كانت المسافة طويلة بين الولايات, كما سجلت هذه الحملة حضور جمعية الممرنين المحترفين للسياسة حيث عملت على تذكير السائق بالقوانين التي يجب الالتزام بها و المسؤولية الملقاة على عاتقه بما انه بصدد نقل عشرات المواطنين يوميا, مع ضرورة احترام مسافة الأمان, كما عمدت عبر إرشاداتها إلى إعلام السائق بالإجراءات العقابية في حال عدم التزامه بالقواعد المرورية لعربات نقل المسافرين كإجراء تخويفي من شأنه أن يساهم في اعتدال السائق تجاه المناورات و المخاطرة بحياة الركاب و اغتنمت الفرصة لعض دليل من 24 ورقة خاص بالقيادة المثالية للدراجات النارية و هذا راجع إلى حوادث المرور التي تتورط فيها المركبات ذات عجلتين المزودة بمحرك خاص بحكم أن هذه الفئة من السائقين اغلبهم شباب يفقدون حياتهم يوميا بشكل مستمر و منهم من يتعرض إلى عاهات مستديمة تصل إلى حد الإعاقة و من اجل حماية هذه الفئة و بالتنسيق مع المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق تم طرح جملة من الإرشادات لنشر ثقافة الانضباط لدى سائقي الدراجات النارية و سائقي الحافلات أهمها الالتزام بنظم السير, عدم الالتصاق بينهم لكي لا تتحول

سهولة قيادة الدراجات النارية إلى سهولة في موت أصحابها تم وضع جملة من الإرشادات التقنية و الخطوات الوقائية لضمان سلامة ركبها.

● نظمت مصالح الأمن في دائرة بوشقوف ولاية قلمة من خلال خلية الاتصال و العلاقات العامة حملة تحسيسية تحت شعار "لدخول اجتماعي آمن احتراموا قانون المرور" و هذا خلال الفترة الممتدة من 4 إلى 10 أوت 2020 حيث تهدف هذه الحملة إلى توعية مستعملي الطريق (السائقين,الركاب,الراجلين..) بكل الجوانب المتعلقة باحترام و تطبيق قواعد السلامة المرورية, إنذار المواطنين بتفاهم حوادث المرور المترتبة عن سلوكيات مستعملي الطريق و التركيز على مخاطرها و انعكاساتها الوخيمة على المجتمع. تفعيل العمل الوقائي عبر المحاور والطرق الرئيسية و التي تعرف كثافة مرورية مضاعفة خاصة في الفترتين الصباحية و المسائية اللتان تصاحبان تدفق هائل للتلاميذ و العمال من و إلى المؤسسات التربوية بالإضافة إلى التواجد الميداني بالقرب من المؤسسات التربوية من اجل توجيه و توعية التلاميذ بالسلامة المرورية من جهة و تأمين المحيط المدرسي من جهة أخرى, و حسب خلية العلاقات العامة فإن الدراسات التحليلية أثبتت أن العامل البشري لا يزال هو المتسبب الرئيسي في حوادث المرور,و ذلك عبر ارتكابه جملة من المخالفات أبرزها الإفراط في السرعة و التجاوز الخطير و عليه تركز الجهود خلال هذه الحملة على التحسيس من مخاطر السرعة المفرطة و التجاوز الخطير خصوصا في المناطق العمرانية, عدم احترام مسافة الأمان, المناورات و التجاوزات الخطيرة و السير على اليسار, استعمال الهاتف المحمول أثناء القيادة عدم استعمال حزام الأمان في المقاعد الأمامية, نقل الأطفال في المقاعد الأمامية, عدم استعمال الراجلين الممرات المخصصة لهم, عدم سير الراجلين على الأرصفة أو حواف الطرقات المهيأة لهذا الغرض بالإضافة الى التعريف بالرقم 1548 المخصص لاستقبال نداءات الخطر و التبليغ عن الحوادث و موقع طريقي لمعرفة حالة الطرقات و هم موضوعين في خدمة المواطنين دائما.

* و من خلال هاته النشاطات نستنتج أن خلية الاتصال و العلاقات العامة في أمن ولاية قلمة تتفاني في توعية المواطن مروريا من خلال الحملات التي تنظمها سواء وحدها أو بالتعاون مع الجمعيات و منظمات المجتمع المدني.

ثانيا: واقع العلاقات العامة في شرطة ولاية قلمة في مجال التوعية الأمنية المرورية:

*المعلومات الشخصية:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
20%	3	أنثى
80%	12	ذكر
100%	15	المجموع

جدول رقم (1) يوضح جنس العينة

النسبة المئوية	التكرار	السن
20%	3	30-25
53.33%	8	40-31
26.66%	4	50-41
100%	15	المجموع

الجدول رقم (2) يوضح الفئة العمرية للعينة

يوضح الجدول رقم 1 جنس العينة و نفسر أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في عينة المبحوثين من الشرطة هو أن الذكور هم الأكثر انضماما لصفوف الشرطة من الإناث و هو أمر معروف في مجتمعنا. يوضح الجدول رقم 2 نسب الفئات العمرية للعينة من أفراد امن ولاية قلمة حيث تتراوح أعمارهم ما بين 25 و 50 سنة حيث أعلى نسبة لفئة 40-31 سنة بنسبة 53.33% ثم فئة 50-41 سنة بنسبة 26.66% و أخيرا فئة 30-25 سنة بنسبة 20%.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة هم في أعمار الكهولة كما تحتوي على الشباب و لكن بنسبة قليلة و هذا ما يدل على الخبرة لدى العاملين في جهاز الاتصال و العلاقات العامة في أمن ولاية قلمة بالنظر لعامل السن فهو يدل على أن هؤلاء الأفراد لديهم زمن طويل في العمل الشرطي مما كون لديهم خبرة.

*أما عن المنصب فكل المبحوثين يعملون في جهاز الاتصال و العلاقات العامة في أمن ولاية قلمة.

1- جهاز العلاقات العامة في مديرية أمن ولاية قلمة:

النسبة المئوية	التكرار	جهاز العلاقات العامة
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم (3) يمثل تواجد جهاز العلاقات العامة

يوضح الجدول أعلاه نسب إذا ما كان هناك جهاز علاقات عامة في مديرية أمن ولاية قلمة و كانت النسبة مئوية لنعم يوجد جهاز علاقات عامة في أمن ولاية قلمة و منه نستنتج أنه و بالفعل تمارس الشرطة في ولاية قلمة العلاقات العامة و تخصص لها مكان في هيكلها التنظيمي تحت اسم خلية الاتصال و العلاقات العامة.

2- أهم نشاطات جهاز العلاقات العامة:

النسبة المئوية	التكرار	النشاطات
6.66%	1	إبراز جهود الشرطة
13.33%	2	إيصال الرسالة الشرطة
20%	3	تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن
66.66%	10	حملات توعوية و تحسيسية
100%	15	المجموع

جدول رقم (4) يمثل نشاطات جهاز العلاقات العامة

يوضح الجدول أعلاه نسب النشاطات التي يمارسها جهاز العلاقات العامة في شرطة ولاية قلمة حيث كانت النسبة الأعلى للحملات التحسيسية و التوعوية بنسبة 66.66% و تليها نسبة 20% لتحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن ثم نسبة 13.33% لإيصال رسالة الشرطة و أخيرا إبراز جهود الشرطة بنسبة 6.66%. و منه نستنتج أن أهم نشاط تمارسه العلاقات العامة في الشرطة هو التحسيس و التوعية ثم ممارسة نشاط العلاقات العامة الأساسي و هو تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن, حيث نلاحظ إنها مرتفعة مقارنة مع إبراز جهود الشرطة و إيصال الرسالة الشرطة و منه ندرك أهمية هذه النشاطات بالنسبة لجهاز العلاقات العامة في الشرطة و منه أهميتها في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن.

3- نشاط جهاز العلاقات العامة ضمن إدارة الأمن المروري:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

جدول رقم (5) يوضح نشاط العلاقات العامة في الأمن المروري

يوضح الجدول أعلاه نسبة ما إذا كان جهاز العلاقات العامة ينشط ضمن الأمن المروري أم لا حيث كانت أغلبية أفراد العينة مؤكدة على أن جهاز العلاقات العامة ينشط ضمن إدارة الأمن المروري و هذا يعني أن جهاز الاتصال و العلاقات العامة في امن ولاية قلمة ينضم نشاطه أيضا ضمن إدارة الأمن المروري و هذا ما يدل على سعي العلاقات العامة في الشرطة في ولاية قلمة على حفظ الأمن عبر الطرقات و توعية الأفراد مروريا.

4- تنظيم إدارة العلاقات العامة في الشرطة نشاطات خاصة بالتوعية المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

جدول رقم(6) يوضح ممارسة العلاقات العامة للتوعية المرورية

يوضح الجدول أعلاه نسب إذا ما كانت إدارة العلاقات العامة تنظم نشاطات خاصة بالتوعية المرورية و كانت أغلبية العينة تؤكد تنظيم إدارة العلاقات العامة نشاطات توعية مرورية. و منه نلاحظ أن إدارة العلاقات العامة في الشرطة لا تنشط فقط ضمن إدارة الأمن المروري كهيكل تنظيمي إنما تنظم بالفعل نشاطات و حملات توعية مرورية بهدف توعية المواطنين.

5-نشاطات العلاقات العامة الخاصة بالتوعية المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
73.33%	11	حملات توعوية و تحسيسية عبر الطرقات
13.33%	2	حصص إذاعية
13.33%	2	أيام دراسة و دراسات عمل
100%	15	المجموع

جدول رقم(7) يوضح نشاطات التوعية المرورية

يوضح الجدول أعلاه نسب نشاطات العلاقات العامة الخاصة بالتوعية المرورية حيث كانت أعلى نسبة للحملات التوعوية و التحسيسية عبر الطرقات بنسبة 73.33% ثم بنسب متساوية الحصص الإذاعية و أيام الدراسة و دراسات العمل ب 13.33%.

و منه نستنتج أن أهم نشاط تمارسه العلاقات العامة ضمن التوعية المرورية هو تنظيم الحملات التوعوية و التحسيسية عبر الطرقات حيث يمكن أن يصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف للحملة وهم السائقين و مستعملي الطرقات, ثم تليها الأيام الدراسية و دراسات العمل و كذا الحصص الإذاعية, حيث تكون دراسات العمل و الأيام الدراسية في مراكز الشرطة حول دراسة المشاكل المرورية و كيفية حلها و كذا كيفية تنظيم الحملات و الأنشطة التوعوية, و الحصص الإذاعية تكون بالتعاون مع الإذاعة الجهوية بهدف إلقاء حصص عبر الأثير الإذاعي لأن السائقين كثيرا ما يستمعون لموجات الراديو أثناء السياقة و بذلك وصول الرسالة التوعوية للجمهور المستهدف.

6-تفاعل المواطن القالمي مع نشاطات التوعية المرورية حسب رأي الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

جدول رقم(8) يوضح تفاعل المواطن مع نشاطات التوعية المرورية

يوضح الجدول أعلاه نسب تفاعل المواطن القالمي من نشاطات التوعية المرورية حسب رأي الشرطة و نسبة 100% بأن المواطن القالمي يتفاعل مع نشاطات العلاقات العامة في الشرطة و هذا حسب ما يراه رجال الشرطة بأن المواطن يتفاعل معهم في حملات التوعية و التحسيس و الأيام الدراسية و غيرها من النشاطات و هذا ما سنراه لاحقا حول إذا ما كان رأي المواطن القالمي بالفعل يتفاعل مع نشاطات التوعية المرورية أولا.

7- مساهمة نشاطات العلاقات العامة في التوعية المرورية لدى المواطن القالمي حسب رأي الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم(9) مساهمة العلاقات العامة في التوعية المرورية لدى المواطن

يوضح الجدول أعلاه نسب مساهمة نشاطات العلاقات العامة في التوعية المرورية لدى المواطن القالمي حسب رأي الشرطة حيث أن أغلبية العينة أكدت على أن نشاطات العلاقات العام تساهم في توعية المواطن القالمي مروريا.

و منه يعني أن نشاطات العلاقات العامة تساهم في نشر التوعية المرورية لدى المواطن القالمي و ذلك حسب ما يراه رجال الشرطة من خلال حملاتهم التوعوية و مدى تفاعل المواطن معها و النتائج التي يتحصلون عليها.

8- إقامة حملات و أنشطة التوعية المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	أسبوعية
100%	15	المجموع

الجدول رقم(10) يوضح إقامة حملات التوعية المرورية

يوضح الجدول أعلاه نسب إقامة حملات التوعية المرورية حول إذا ما كانت تقام بصفة أسبوعية أو شهرية..و غيرها، و كانت النسبة 100% لأنها تقام أسبوعيا.

و منه نستنتج أن جهاز الاتصال و العلاقات العامة في أمن ولاية قلمة يهتم كثيرا بالتوعية المرورية حيث يقيم كل أسبوع نشاطات و حملات تحسيسية عبر طرقات الولاية بهدف توعية المواطن القالمي بخطورة حوادث المرور و نتائجها.

ثالثا: الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة لنشر التوعية الأمنية المرورية

1- استخدام العلاقات العامة في الشرطة في أنشطتها وسائل إعلامية و اتصالية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم(11) يوضح استخدام الوسائل الإعلامية و الاتصالية

يوضح الجدول أعلاه نسب استخدام العلاقات العامة في الشرطة في أنشطتها لوسائل إعلامية و اتصالية و كانت النسبة 100% لنعم تستخدم العلاقات العام في الشرطة وسائل إعلامية و اتصالية في أنشطتها.

و منه نستنتج أن العلاقات العامة في الشرطة أثناء تنظيمها لأنشطتها التوعوية و التحسيسية تحرص على استخدام الوسائل الإعلامية و الاتصالية المختلفة و ذلك بهدف الوصول لأكثر فئة من الجمهور المستهدف و إيصال رسالتها لكافة المواطنين لتحقيق غاياتها التوعوية.

2- الوسائل الإعلامية و الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة في الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	جميعها
100%	15	المجموع

جدول رقم(12) يوضح الوسائل الإعلامية و الاتصالية

يوضح الجدول الوسائل الإعلامية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في الشرطة و كانت النسبة 100% لأن الجهاز يستخدمها جميعها و هي وسائل إعلامية و اتصالية مختلفة.

و منه نلاحظ أن العلاقات العامة في الشرطة تسعى إلى استخدام كافة وسائل الإعلام و الاتصال مكتوبة و سمعية مرئية و سمعية مرئية و كذا الوسائل التكنولوجية الحديثة و مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الوصول إلى أهدافها وغاياتها و هي التوعية الأمنية و المرورية للمواطن و ذلك عبر بث و نشر رسائلها التوعوية عبر كافة الوسائل الإعلامية و الاتصالية, و كذا تنوع الوسائل يعني الوصول إلى كافة شرائح المجتمع, فعلى سبيل المثال السائقين يستمعون كثيرا للإذاعة في حين الشباب يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي و هكذا..

3-تعاون إدارة العلاقات العامة مع منظمات المجتمع المدني في تنظيم حملات التوعية المرورية:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	100%
المجموع	15	100%

الجدول رقم(13)يوضح تعاون العلاقات العامة مع المنظمات المدنية

يوضح الجدول أعلاه نسب تعاون إدارة العلاقات العامة مع منظمات المجتمع المدني في تنظيم حملات التوعية المرورية و أغلبية العينة أكدت على تعاون العلاقات العامة في الشرطة مع منظمات المجتمع المدني.

و منه نستنتج أن العلاقات العامة في الشرطة تنظم و بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني أنشطة و حملات خاصة بالتوعية المرورية مثلا على مستوى المدارس لتوعية الأطفال بخطورة الطريق و منه يتبين أن العلاقات العامة في الشرطة لا تكفي فقط باستعمال الوسائل الإعلامية و الاتصالية بل تتعدى ذلك إلى تنظيم حملات تحسيسية على مستوى منظمات المجتمع المدني للوصول إلى أكبر عدد من المواطنين و منه نشر الوعي الأمني و المروري لدى كافة فئات المجتمع.

4-مساهمة التعاون مع منظمات المجتمع المدني في تقوية الاتصال مع المواطن:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	100%
المجموع	15	100%

الجدول رقم(14)يوضح مساهمة منظمات المجتمع المدني في التواصل مع المواطن

يوضح الجدول أعلاه نسب إذا ما كان التعاون مع منظمات المجتمع المدني يساهم في تقوية الاتصال مع المواطن أم لا وكانت النتيجة 100% نعم يساهم التعاون مع منظمات المجتمع المدني في تقوية الاتصال مع المواطن.

و منه نستنتج أن تعاون الشرطة مع منظمات المجتمع المدني تسهل التواصل مع المواطن حيث يكون بإمكان الشرطي التعامل بسهولة و إيصال رسالته بطريقة سلسلة ودون شواحن سلبية بينه و بين المواطن لأنهم في مكان ليس بغريب عن المواطن حيث يجد الراحة في التعامل مع الشرطي.

5-مساعدة الوسائل الاتصالية و الإعلامية في التواصل مع المواطن في سبيل التوعية المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم(15)يوضح مساعدة الوسائل في التوعية المرورية

يوضح الجدول أعلاه نسب إذا ما كانت الوسائل تساعد في التواصل مع المواطن في سبيل التوعية المرورية و كانت اغلبيه العينة تؤكد أنها تساعد, و منه نستنتج أن استخدام العلاقات العامة في الشرطة أثناء تنظيم نشاطاتها التوعوية المرورية المختلفة الوسائل الإعلامية و الاتصالية و كذا التعاون مع منظمات المجتمع المدني كل ذلك يساعد و كثيرا على التواصل مع المواطن و بكافة الطرق, لأن استخدام وسائل مختلفة يعني الوصول إلى كافة شرائح المجتمع المختلفة و منه نشر التوعية المرورية في كل المجتمع.

6-مساعدة الوسائل الاتصالية و الإعلامية في رفع الوعي المروري لدى المواطن حسب رأي الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم(16)يوضح مساعد الوسائل في رفع الوعي لدى المواطن

يوضح الجدول أعلاه إذا ما كانت الوسائل المختلفة تساعد على رفع الوعي المروري لدى المواطن حسب عينة المبحوثين من الشرطة و كانت الإجابة دائما بالأغلبية الساحقة تؤكد بأن استخدام الوسائل الاتصالية و الإعلامية

تساعد على الرفع من الوعي المروري لدى المواطن, و منه نستنتج أن الوسائل الإعلامية و الاتصالية المستخدمة في أنشطة العلاقات العامة الخاصة بالحملات التوعوية المرورية تساهم و بشكل كبير في رفع الوعي لدى المواطن و هذا ما تحدثنا عنه سابق, و سنراه لاحقا إذا ما كان المواطن واعي مروريا أم لا.

7-مساعدة وسائل و حملات العلاقات العامة في خفض حوادث السير في ولاية قلمة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
100%	15	نعم
100%	15	المجموع

الجدول رقم(17)يوضح مساعدة وسائل و حملات العلاقات العامة في خفض حوادث السير

يوضح الجدول أعلاه بأن كافة أفراد العينة من الشرطة و بنسبة 100% يؤكدون على أن وسائل و حملات العلاقات العامة ساعدت على خفض حوادث السير في ولاية قلمة,ومنه نستنتج أن لوسائل و حملات العلاقات العامة في الشرطة دور كبير جدا في خفض حوادث المرور عبر طرق وولاية قلمة و ذلك نظرا لأهمية العلاقات العامة في الشرطة في توعية المواطن و حفظ أمنه و سلامته مروريا.

رابعا:العلاقة بين الشرطة و الجمهور و دورها في تفعيل التوعية الأمنية المرورية

*البيانات الشخصية:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
21.25%	17	أنثى
78.75%	63	ذكر
100%	80	المجموع

جدول رقم (18)يوضح جنس عينة المواطن

يوضح الجدول جنس عينة المواطنين ومن خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الذكور مثلت 78.75% و في ما يخص الإناث فمثلت نسبة 21.25% و يعود ذلك لأن الذكور هم الأكثر سيطرة كما أنهم الأكثر احتكاكا بالشرطة بالنسبة للانا فالمرأة في مجتمعنا لا تزال أكثر احتشاما في السيادة.

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
52.5%	42	30-18
30%	24	40-31
12.5%	10	50-41
5%	4	51 فأكثر
100%	80	المجموع

جدول رقم(19) يوضح الفئات العمرية للمواطن

يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الفئات العمرية لعينة الدراسة كمتغير يؤثر في العمليات الاجتماعية و يلعب دورا هاما في الدراسات التي تم المجتمع.

و يتضح منه أن أعمار عينة الدراسة تتراوح غالبا ما بين 18-40 سنة حيث أن الفئة العمرية 18-30 هي التي تمثل النسبة الأعلى ب 52.5% و هي تمثل فئة الشباب و هم في اغلب الأحيان الفئة الأكثر تهورا في السياقة و هم للأسف الأكثر تعرضا للحوادث المرورية ومنه فهي الفئة الأكثر استهدافا من الحملات التوعوية المرورية, تليها فئة 31-40 سنة بنسبة 30% و تليها فئة 41-50 سنة بنسبة 12% في حين مثلت فئة 51 سنة فأكثر نسبة 5% فقط من المبحوثين.

و يمكن تفسير انخفاض النسبة للفئتين العمريتين 41-50 سنة و فئة 51 سنة فأكثر إلى أن هذه الأعمار هم أكثر و عيا و اتزاناً في الحياة العامة و في السياقة خاصة بما إنها تعي غالبا عواقب حوادث المرور, كما أنهم على وعي تام بأن قدراتهم الصحية تضعف كلما تقدموا أكثر في العمر و بالتالي فإنها لا تسمح لهم بالسياقة المثلى لذلك يكونون أكثر حذرا. في حين أن فئة الشباب و تتمثل في الفئتين 18-30 سنة و 31-40 سنة هما الفئتين الأكثر تعرضا للحوادث المرورية بسبب عدم الوعي الكامل بالعواقب.

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
23.75%	19	موظف
35%	28	تجار و حرفيين
11.25%	9	طلبة جامعيين
17.5%	14	عاطلين
12.5%	10	سائق سيارة اجرة
100%	80	المجموع

جدول رقم(20) يوضح مهنة أفراد العينة

يوضح الجدول المهن و تنوعت المهن في عينة الدراسة و قد حصرناها في خمس فئات و كانت النسبة الأكبر لفئة التجار و الحرفيين بنسبة 35% و تليها فئة الموظفين بنسبة 23.75% ثم فئة العاطلين بنسبة 17.5% ثم فئة سائقي سيارات الأجرة بنسبة 12.5% و في الأخير فئة الطلبة الجامعيين بنسبة تمثلت في 11.25%. و تعود اختلاف و تنوع المهن و بالأخص ارتفاع فئة التجار و الحرفيين يعود إلى أننا اعتمدنا العينة الصدفية حيث وزعت الاستثمارات على كل من يصادفنا في الشارع و لهذا كانت الحصة الأكبر لهذه الفئة لان الاستثمارات وزعت في الشارع الرئيسي التجاري.

1-العلاقة بين المواطن و رجال الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
22.5%	18	جيدة
53.75%	43	عادية
10%	8	سيئة
13.75%	11	لا توجد
100%	80	المجموع

جدول رقم(20) يوضح العلاقة بين المواطن و الشرطة

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي يتضمن نسب علاقة المواطن مع رجال الشرطة حيث كانت النسبة الأكبر إلى أن العلاقة عادية بنسبة 53.75% تليها نسبة أن العلاقة جيدة ب 22.5% ثم لا توجد علاقة بنسبة 13.75% و في الأخير العلاقة سيئة بنسبة 10% فقط.

و منه يتضح أن العلاقة بين الشرطة و المواطن في اغلب الأحيان حسب آراء عينة البحث هي عادية أي أنها لا سيئة و ليست جيدة بما أن النسبة الأكبر من النصف, وهو أمر عادي و ليس بجديد, لان العلاقة بين الشرطي و المواطن يجب أن تكون عادية و هذا أمر طبيعي في مجتمعنا لان الشرطي يجب أن يقوم بعمله و المواطن يجب أن يحترمه و ليس هناك داعي لتكوين علاقات حتى تكون سيئة أو جيدة.

تليها العلاقة بأنها جيدة بنسبة 22.5% و هذا يدل على أن العلاقة بين الشرطة و المواطن ليست سيئة إلى حد كبير كما هو شائع بين أفراد المجتمع على أن العلاقة بين رجال الشرطة و المواطن دائما ما تكون متوترة و سيئة و هذا ما تؤكدته نسبة 10% فقط من المبحوثين يؤكدون أن العلاقة سيئة, في حين أن هناك مجموعة من أفراد العينة متمثلة بنسبة 13.75% يرون انه لا توجد علاقة بينهم و بين رجال الشرطة و هذا يوضح أن هناك أفراد لا يتعاملون أبدا مع رجال الشرطة و كذلك لا يتعرضون لأنشطتهم و بالتالي يكون الوعي لديهم منعدم بسبب أنهم لا يهتمون بعمل الشرطة ولا بأنشطتهم خاصة التوعوية منها.

و منه يتضح انه يجب أن تكون العلاقة بين الشرطة و المواطن علاقة طيبة فالأفراد لا يمكنهم أن يشعروا بالراحة و الأمن إلا بحماية رجال الشرطة لهم ولا يمكن أن يستقر المجتمع إلا بتواجدهم و سهرهم على تطبيق القانون.

2- مهمة الشرطة في نظر المواطن:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
60%	48	حفظ الأمن
21.25%	17	مساعدة المواطن
13.75%	11	التوعية و الإرشاد
5%	4	كل ماسبق
100%	80	المجموع

جدول رقم (22) يوضح مهام الشرطة

يتضح من خلال الجدول رقم 22 الموضح أعلاه و الذي يمثل مدى معرفة الجمهور من المواطنين بمهمة الشرطة فإن الغالبية من المواطنين يعرفون الوظيفة الأساسية للشرطة و المتمثلة في حفظ الأمن حيث استحوذت على نسبة 60% تليها نسبة 21.25% و هي تمثل النسبة التي أرجعت مهمة الشرطة إلى مساعدة الأفراد و ثالثا نسبة

13.75% ممن ارجعوا مهمة الشرطة إلى التوعية و الإرشاد في حين كان هناك آراء أخرى للمواطنين بنسبة 5% و اجمعوا على أن مهمة الشرطة تكمن في كل ماسبق ذكره .

و تدل هذه النسب على أن آراء المواطن متباينة حول مهمة الشرطة لكن أجمعت النسبة الأكبر على أن مهمة الشرطة الرئيسية هي حفظ الأمن غير أن الآراء الأخرى أيضا مهمة بالنظر إلى أن المواطن يرى أن التوعية و الإرشاد و مساعدة المواطن هما مهمتين أساسيتين بالنظر إلى أن المواطن يرى أن التوعية و الإرشاد و مساعدة المواطن هما مهمتين أساسيتين لأن مساعدة المواطن و حفظ أمنه يتحقق عبر توعيته و إرشاده من خلال أنشطة العلاقات العامة في الشرطة.

3-تعاون المواطن مع رجل الشرطة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
7.5%	6	دائما
23.75%	19	أحيانا
22.5%	18	لا أبدا
46.25%	37	عند الضرورة
100%	80	المجموع

جدول رقم(23)يوضح تعاون المواطن مع الشرطة

يوضح الجدول أعلاه و الذي يمثل نسب تعاون المواطن مع رجال الشرطة حيث تمثل نسبة 46.25% التعاون عند الضرورة مع الشرطة تليها 23.75% ممن يتعاونون مع الشرطة أحيانا و من لا يتعاملون أبدا مع الشرطة كانت النسبة 22.5% و أخيرا من يتعاملون مع الشرطة بنسبة 7.5%.

و تختلف هذه النسب حسب آراء افراد عينة الدراسة و حسب تجاربهم الشخصية حيث نلاحظ ان النسبة الاكبر تعود الى انهم يتعاونون مع رجال الشرطة عند الضرورة أي ان هذا يبين ان المواطن لا يتدخل في عمل الشرطة الا اذا لاحظ ان الامر بالفعل يستدعي تدخله في حين ان النسبة الثانية كانت انهم يتعاونون احيانا فقط مع رجال الشرطة أي ان المواطن يعلم من خلال هاته النسبتين بمهام الشرطة و اهدافها النبيلة, و ان جهود الشرطة تعود دائما الى حفظ امن المواطن و خدمته و ذلك لأنهم يتعاونون معهم عندما يشاهدون ان الشرطي أو عمله يتعرض للإهانة أو الظلم أو الاعاقاة في جعله يطبق القانون, في حين تبين نسبة من لا يتعاونون ابدا مع

رجال الشرطة ان هؤلاء يرون ان الشرطي عليه ان يقوم بعمله لوحده و انه لا يجب ان يتدخل في شؤون الشرطة و يفضل ان يظل بعيدا عنهم و ان يشاهد فقط و هذه الفئة تسيء فهم الشرطة و تجهل جهودهم غالبا ولا تعلم مدى أهمية عملهم, على عكس الفئة التي تساعد الشرطة دائما و هي الفئة الأقل في المبحوثين و هي تعد الأكثر وعيا بمهمة الشرطة.

و من خلال هذه النسب نلاحظ انه كلما كانت العلاقة بين الشرطة و المواطن حسنة يكون أكثر معرفة و علما بمهمة الشرطة و بالتالي فذلك يساهم في خلق جو يسهل تقبل المواطن للإرشادات و الأنشطة التوعوية الخاصة بالشرطة, و بالتالي يصبح التفاعل بينهما ساري المفعول و كذا يتفهم المواطن الرسالة الأمنية و بالتالي نجاح الرسالة الإعلامية للعلاقات العامة في الشرطة.

4-أسباب تعاون المواطن مع الشرطة:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
حسن معاملتهم	0	0%
يحفظون الامن العام	33	53.22%
يخدمون المواطن	23	37.09%
المصلحة الشخصية	6	9.67%
المجموع	62	100%

جدول رقم(24)يوضح أسباب تعاون المواطن مع الشرطة

من خلال تحليل الجدول رقم 24 و الذي يوضح اسباب تعاون المبحوثين مع الشرطة أن السبب الرئيسي لتعاون المواطن مع الشرطة هو ان هذا الاخير يسعى لحفظ الامن العام بنسبة أكثر من النصف, و يمكن ارجاع سبب ذلك الى ان الافراد على معرفة تامة بأن مهمة الشرطة تكمن في حفظ الامن كما أشرنا سابقا, و لذلك يتعاون المواطن معهم ليتمكنوا من حفظ الامن العام و اتمام مهمتهم على اكمل وجه في حين سبب ان الشرطة تخدم الوطن فكانت سبب ثاني لأن المواطن ليس على قناعة تامة بأن الشرطي يخدم الافراد و ذلك لأن المواطن دائما ما يرى ان مهمة الشرطة هي حفظ الامن العام لا غير لانه يعتبر تجسيد للسلطة و القانون و ان عمله ردعي لا غير متناسيا ان الشرطة جزء من الشعب و انهم دائما ما يسعون لتقديم نشاطات تحسيسية توعوية ارشادية في سبيل توعية المواطن و حفظ امنه و استقرار حياته.في حين كانت للمواطن اسباب اخرى ذكرها و كانت تصب

في مجملها على ان المواطن يساعد الشرطي و يتعاون معه عندما يكون في ذلك شيء من مصلحته الشخصية او لخدمة تهمه و هذا ما يدل على ان المواطن هو ايضا دائما مايسعى الى خدمة نفسه ولا يهتم كثيرا بالتعاون مع الشرطة, في حين كان سبب التعاون مع الشرطة بسبب حسن تعامله في الاخير بنسبة صفرية و هذا يدل على ان قناعة المواطن تامة و لا نقاش فيها على ان تعامل الشرطي معهم دائما ما يكون سيئا و ان الشرطة لا تتعامل مع المواطن معاملة حسنة و طيبة و هذا ما يؤدي أو بالاحرى ادى الى اتساع الهوة بين الطرفين مما قد يؤدي الى عرقلة مهمة الشرطة من جهة و يزعزع ثقة الافراد في كفاءة و امانة الشرطي من جهة اخرى.

5-سبب عدم تعاون المواطن مع الشرطة:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
جفاء المعاملة	4	22.22%
تعسفهم و تسلطهم	5	27.77%
سوء اداء المهنة	6	33.33%
كل ماسبق	3	16.66%
المجموع	18	100%

جدول رقم(25)يوضح اسباب عدم التعاون مع الشرطة

لاحظنا في جدول سابق ان نسبة من لا يتعاونون مع الشرطة هي 22.5% و قد تم استفسارهم حول ذلك و الجدول اعلاه يمثل نسب عدم تعاون المواطن مع الشرطة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 ان سوء أداء المهنة في عمل الشرطة يمثل النسبة الاكبر حسب افراد العينة و ذلك هو السبب الذي جعل المواطن يعرض عن التعاون مع رجال الشرطة نظرا للنظرة السلبية التي يحملها عنه و كذلك الحكم المسبق الذي دائما ما يأخذ عن الشرطة من قبل المواطن.

في حين ان التعسف و التسلط من قبل الشرطة جاء كسبب ثاني من اسباب المواطن في عدم تعاونه مع الشرطة و ذلك يعود دائما الى سوء العلاقة بين الشرطة و المواطن خاصة ان بعض افراد المجتمع ينظرون للشرطي على انه العصا الغليظة للقانون لا كحافظ لأمنهم و حياتهم, و ذلك ما يجعل المواطنين ينفرون من الشرطي و كذا من مساعدته, رغم ان الشرطي احيانا يضطر لاستعمال القوة مرغما عل الخارجين عن القانون لا لتعسفه او

تسلطه بل لأن عمله هو حماية امن المواطن و استقرار الوطن و محاربة الجريمة و السلوكيات السلبية و كذا الافراد الذين لا يحترمون القانون.

في حين كان جفاء المعاملة كسبب ثالث من اسباب المواطن لعدم تعاونه مع الشرطة و هو سبب مهم لا يمكن التقليل من شأنه لأنه يجعل المواطن ينفر من رجال الشرطة و ذلك نتيجة للمعاملة التي تتميز بالجفاء من قبل رجال الشرطة, لكن المواطن ايضا و نظرا للنظرة السيئة التي يحملها عن رجال الشرطة فهو دائما ما ينتظر هفوة صغيرة منهم ليتهمهم بسوء اداء المهنة و التقصير و جفاء المعاملة.

6- لجوء المواطن للشرطة عند تعرضه لمشكلة:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	52.5%
لا	38	47.5%
المجموع	80	100%

جدول رقم(26) يوضح لجوء المواطن لشرطة

يوضح الجدول رقم 26 نسب تردد المواطن على مراكز الشرطة حين يتعرض لمشكلة, ومن خلال النسب نلاحظ ان اكثر من نصف المبحوثين يلجأون للشرطة في حال تعرضهم لمشكلة ما على الرغم من انهم يظنون ان الشرطة لا تساعد المواطن كما رأينا سابقا الا انهم يلجأون لها لحل مشكلاتهم و ذلك يعود الى فكرة ان مهمة الشرطة هي حفظ الامن العام و بما انهم تعرضوا لمشكلة فذلك هدد امنهم فعلى الشرطة هنا ان تحل المشكلة لتقوم بواجبها. في حين كانت نسبة من لا يلجأون للشرطة 47.5% و هي ايضا نسبة كبيرة من المبحوثين, و يمكن تفسير ذلك ذلك بعدم وجود ثقافة امنية كافية تدعو الافراد للجوء الى الشرطة لان العمل الشرطي الجزائري و خاصة في مجال التوعية الامنية ونشرها لدى المواطن.

7- تعامل الشرطة مع المواطن لحل مشكلته:

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
ساعدتك في حل المشكلة سريعا	14	33.33%
تباطؤا معك في حلها	18	42.85%
لم يكثرثوا لك	8	19.04%
تعسف وتسلب	2	4.76%
المجموع	42	100%

جدول رقم(27) يوضح تعامل الشرطة مع المواطن

يوضح الجدول اعلاه نسب طريقة تعامل الشرطة مع المواطن عند لجوءه اليه في حال تعرضه لمشكلة. و نلاحظ من خلال الجدول ان الشرطة دائما ما تسعى الى الوقوف الى جانب المواطن و الاهتمام بمشاكله و شكاياه حتى و ان كانت النسبة في ان الشرطة تتباطى في حل مشكلة المواطن الا انه يتم حلها في النهاية فلا يمكننا ان نغض النظر عن الضغط الذي يقع على عاتق الشرطة اثناء اداء مهامها لهذا فإن حل المشكلة لن يكون سريعا, أي ان الشرطة تتفاني في اداء واجبها من اجل خدمة المواطن, و كما اشرنا مسبقا فإن الموقف السلبي الذي يحمله المواطن على الشرطة دائما ما يلعب دور في جعل المواطن يرى ان الشرطة تتعامل معه ببطيء او لا تكثرث لمشاكله, و النظرة المسبقة عن الشرطي لدى المواطن دائما ما تكون سلبية في مجملها, الا انه و بشكل عام الشرطة دائما ما تقف مع المواطن و تحاول حل المشاكل التي يتعرض لها بأسرع وقت ممكن في سبيل حفظ امن و استقرار الوطن و المواطنين.

8- اقتراحات المواطن لتقوية العلاقة بين الشرطة و المواطن:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
الاحترام و الثقة المتبادلة	10	12.5%
حفظ الامن	5	6.25%
حسن المعاملة وعدم التعسف و التسلط	11	13.75%
العمل بشفافية (الغاء المحسوبية)	5	6.25%
المساعدة و التعاون المتبادل	6	7.5%
حسن اداء المهنة	8	10%
التوعية الامنية و التحسيس	17	21.25%
تطبيق القانون و التقيد به	18	22.5%
المجموع	80	100%

جدول رقم(28) يوضح اقتراحات المواطن لتقوية العلاقة بين الشرطة و المواطن

يمثل الجدول اعلاه نسب اقتراحات المحوثين لتقوية العلاقة بين الشرطة و الشعب, و من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ ان تطبيق القانون و التقيد به نال اكبر نسبة لتقوية العلاقة بين الشرطة و المواطن و هذا ربما عائد الى ان المواطن يرى بأن الشرطة يمكن عملها في تطبيق القانون و جعل المواطن يتقيد به, ثم التوعية الامنية و التحسيس ايضا بنسبة كبيرة أي ان المواطن بحاجة الى التوعية و التحسيس و الارشاد من قبل الشرطة من اجل تعريف المواطن أكثر عن الشرطة و مهامها و اهمية عملها لكي يزيل الشواحن و العقبات بين الطرفين و منه تحسين العلاقة بينهما, في حين ان حسن المعاملة و عدم التسلط هو اقتراح يراه المواطن حل للعوائق بين الشرطة و المواطن حيث ان الفرد يرى ان الشرطي متعسف و متسلط و يتعامل مع المواطن بصور سيئة و هذا دائما راجع الى الصورة السلبية عن الشرطة لدى المواطن, في حين اقتراح الاحترام و الثقة المتبادلة حيث يرى الافراد انه يجب ان يكون هناك احترام بين الطرفين و علاقة مبنية على الثقة و هنا نستنتج انه عندما يكون الشرطي غير متعسف و يقوم بتطبيق القانون على اكمل وجه و تحسين الشرطي من عمله في أداء مهمته الشرطية و حفظ الامن و العمل بشفافية يكسب احترام المواطن و ثقته و يتعاون هذا الاخير مع الشرطة, و كل هاته الاقتراحات التي اتت من آراء الجماهير كلها تصب في معنى واحد و هو تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن لذا يجب على الشرطي أن يؤدي مهامه بكفاءة و ان يكون حذر و حكيم اذ ان الخطأ الذي يرتكبه شرطي واحد ينسب الى الشرطة ككل.

خامسا:فاعلية العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية الامنية المرورية

1-ممارسة الشرطة لنشاط اعلامي توعوي اعتمادا على جهاز العلاقات العامة:

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
18.75%	15	نعم
46.25%	37	احيانا
7.5%	6	لا
27.5%	22	لااعلم
100%	80	المجموع

جدول رقم(29)يوضح ممارسة الشرطة لنشاط إعلامي توعوي

يمثل الجدول أعلاه و المتعلق بالنشاط الإضافي الإعلامي التوعوي الذي تمارسه الشرطة بالاعتماد على جهاز العلاقات العامة, و من خلال قراءة الجدول نلاحظ ان اكبر نسبة هي لأن الشرطة تمارس العلاقات العامة احيانا فقط و هذا يدل على ان المواطن لا يرى كثيرا ممارسات و أنشطة العلاقات العامة الخاصة بالتوعية و الاعلام كثيرا على ارض الواقع و هذا ما يفسر بإجابتهم احيانا, في حين ان الاجابة بنعم كانت بنسبة لا بأس بها و هذا يدل على ان الافراد على معرفة بنشاط العلاقات العامة في الشرطة,وهذا يدل على ان الافراد لديهم ثقافة امنية نوعا ما مقارنة بالنتائج التي حصلت عليها امين حمراي في دراستها الاعلام الامني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره سنة 2010 حيث كانت نسبة عدم علم الافراد بنشاط الاعلامي التوعوي للشرطة اعتمادا على العلاقات العامة هي 47.5% و هي نسبة مرتفعة اذا ما قارناها بدراستنا حيث كانت 27.5% فقط, و هذا ان دل فإنه يدل على ارتفاع الوعي لدى الافراد و كذا ثقافتهم الامنية و هذا ما تبينه ان الشرطة لا تمارس نشاط اعلامي حيث انها صغيرة جدا.

و منه فإن علم الافراد بالنشاط الاعلامي التوعوي الذي تمارسه الشرطة بالاعتماد على العلاقات العامة شيء جيد لأن العلاقات العامة بالشرطة تفيد و كثيرا في تحسين العلاقة بين رجال الشرطة و المواطن و تساعد على خلق جو من التفاعل و التعاون بينهما مما يجعل الرسالة الاعلامية الامنية اكثر فاعلية و مرونة في وصولها للجمهور.

2- دور جهاز العلاقات العامة في الشرطة حسب رأي المواطن:

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
36.25%	29	التوعية الامنية
13.75%	11	تحسين مستوى عمل الشرطة
47.5%	38	تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن
2.5%	2	كل ما سبق
100%	80	المجموع

جدول رقم(30) يوضح دور جهاز العلاقات العامة في الشرطة

يوضح الجدول اعلاه نسب دور جهاز العلاقات العامة حسب رأي الجمهور, و من خلال قراءة الجدول نلاحظ انه حسب رأي الجمهور دور جهاز العلاقات العامة هو تحسين علاقة الشرطة و المواطن لأنها نالت على اعلى نسبة و ذلك راجع الى سوء العلاقة بين الشرطة و المواطن و هذا هو واقع العلاقة بين الطرفين وهو واقع مؤسف جدا, و هذا ما يعلمه الطرفين جيدا خاصة الشرطة و لذلك فإن المواطن يرى أن الشرطة تحتاج لتحسين علاقتها مع الافراد لتتمكن من كسب ثقتهم و تعاونهم معها, و النسبة التي تليها هي التوعية الامنية للأفراد و هذا ما يحتاجه المواطن فعلا ليعرف جهود الشرطة و دورهم الكبير في حماية و حفظ المجتمع, ثم ثم تلتها بنسبة 13.75% تحسين مستوى عمل الشرطة و هذا يبين ان الافراد يعلمون جيدا حاجة الشرطة لجهاز العلاقات العامة و دوره الفعال لتحسين عمل الشرطة و تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن و كذا نشر التوعية الامنية بين الافراد و اقتناعهم بضرورة التقيد بالقوانين و احترامها.

3-زيارة المواطن للأبواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية:

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
20%	16	نعم
80%	64	لا
100%	80	المجموع

جدول رقم(31) يوضح زيارة المواطن للأبواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية

يبين الجدول اعلاه نسبة الاقبال على الابواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية و كانت النسبة الاعلى لعدم زيارتها و يمكن تفسير ذلك هو عدم اهتمام الافراد بهذا النوع من الفعاليات التي تنظمها الشرطة, كما يمكن تفسيرها بقلة هاته الفعاليات و الانشطة لأنها تقام في المناسبات في اغلب الاحيان...

4- استفادة المواطن من زيارته للأبواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
التعرف على كتب عن عمل الشرطة و مهامهم	5	31.25%
التقرب من رجال الشرطة و تكريس الروابط الاخوية	4	25%
التوعية الامنية و المرورية	7	43.75%
المجموع	16	100%

جدول رقم(32) يوضح استفادة المواطن من زيارته للأبواب المفتوحة

يوضح الجدول اعلاه نسب لاستفادة المبحوثين الذين قاموا بزيارة الابواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية. ومن خلال قراءتنا لبيانات الجدول نستنتج ان من قاموا بزيارة النشاطات التي تنظمها العلاقات العامة في الشرطة و المتمثلة في الابواب المفتوحة و المعارض و الاسابيع المرورية حتى و ان كانوا بنسبة قليلة مقارنة بمن لم يزوها الا ان جميع من حضروا اجمعوا على انهم استفادوا من هذه الانشطة مهما كانت الفوائد، فهذا يدل في الاخير على ان أنشطة العلاقات العامة و المتمثلة في الابواب المفتوحة المعارض و الاسابيع المرورية اثبتت نجاعتها في افادة الافراد خاصة ممن يملكون استعداد و رغبة في الاستفادة و تقوية علاقتهم بالشرطة، و كذا يدل ذلك على ان العلاقات العامة في الشرطة تساهم بدرجة كبيرة في رفع مستوى الثقافة الامنية لدى الافراد.

5- سبب عدم اهتمام الافراد بالابواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
انعدام الوقت	18	28.12%
لم تصادفي مثل هذه الانشطة	11	17.18%
لا تقام أنشطة كهذه(حبر على ورق)	21	32.81%
ليست ضرورية	14	21.87%
المجموع	64	100%

جدول رقم(33) يوضح سبب عدم اهتمام الافراد بالابواب المفتوحة على الشرطة

يوضح الجدول اعلاه اسباب عدم اهتمام المواطن بأنشطة العلاقات العامة و المتمثلة في الابواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الاسابيع المرورية، و من خلا الجدول نلاحظ ان اعلى نسبة هي لدم اقامة هاته الانشطة و

ايضا لمن لم تصادفهم مثل هذه الانشطة هي نسبة لا بأس بها و هذا يدل على ان أنشطة كهذه لا تقام كثيرا حسب رأي المواطن لأنها مجرد حبر على ورق و امر دون تنفيذ وهو ما يتعارض مع الشرطة الذين أقرؤا بأن حملات التوعية تقام بصفة أسبوعية, كما ان المواطن لا يسمع و لا يصله خبر بأمر إقامة مثل هذه الانشطة لأنه لا يتم الاعلان عنها بالشكل المناسب أو الاشهار عنها بشكل واسع, و ايضا يمكن ان مثل هذه الانشطة لا تقام فعلا خاصة الابواب المفتوحة على الشرطة نظرا لخصوصية جهاز الامن كما ان المواطنين الذين عبروا على انه ليس لديهم وقت او ان الانشطة التوعوية ليس ضرورية فهم ممن لا يهتمون بأمر هذه الانشطة و لا يؤمنون بها في حياتهم و ذلك دائما يعود الى النظرة السلبية عن رجال الشرطة, فهم ليسوا حتى مستعدين لتحسين العلاقة معهم.

6- اقتراحات المواطن لتطوير العلاقات العامة في مجال التوعية المرورية:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
تنوع الوسائل التوعوية	23	28.75%
تكثيف الحملات التوعوية	35	43.75%
تحسين مضمون الرسائل الأمنية	20	25%
كل ما سبق	2	2.5%
المجموع	80	100%

جدول رقم(34) يوضح اقتراحات المواطن لتطوير العلاقات العامة في مجال التوعية المرورية

من خلال قراءة الجدول اعلاه يتضح ان تكثيف الحملات التوعوية من قبل العلاقات العامة بالشرطة هو الحل المثالي للتوعية المرورية لتفادي وقوع الحوادث المرورية بأكبر قدر ممكن و ذلك لمدى اهمية الانشطة و الحملات التوعوية في خفض حجم حوادث المرور عبر الطرقات و نشر الوعي الامني و المروري لدى المواطن و هذا ما وضحته النسبة الاعلى لهذا الاقتراح ب43.75% و هو ما تؤكد ذات النتيجة التي تحصلت عليها امينة حمراي في دراستها الاعلام الامني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره و التي كانت كذلك كأعلى نسبة ب53.04%.

7-رفع أنشطة العلاقات العامة من الوعي المروري لدى المواطن:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	67.5%
لا	26	32.5%
المجموع	80	100%

جدول رقم(35)يوضح رفع أنشطة العلاقات العامة من الوعي المروري لدى المواطن

من خلال قراءة الجدول اعلاه نلاحظ ان معظم الجمهور يرى بأن الانشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في الشرطة ترفع من الوعي المروري لدى الافراد و بالتالي فهذا يدل على فعاليتها و نجاعتها في صياغة الرسائل التوعوية المرورية و اختيار الوسائل التي توصل تلك الرسائل للجمهور .

8-أسباب عدم رفع العلاقات العامة من الوعي المروري حسب الرأي المواطن:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
حوادث المرور في ارتفاع دائم	9	34.61%
عدم احترام الأفراد لقوانين المرور	9	34.61%
نقص الوعي المروري	8	30.76%
المجموع	26	100%

جدول رقم(36)يوضح أسباب عدم رفع العلاقات العامة من الوعي المروري

من خلال قراءة الجدول رقم 36 نلاحظ ان الافراد حكموا على العلاقات العامة في الشرطة على انها لا ترفع من الوعي المروري لدى المواطن بالنظر الى ان الافراد لا يحترمون قوانين المرور و ينتج عنه حوادث مرورية و التي في ارتفاع دائم و ذلك راجع لسبب نقص الوعي المروري لدى الافراد و الذي سجل نسبة متقاربة جدا مع الاسباب الاولى و هو ما يدل على ان العلاقات العامة في الشرطة لا تقوم بعملها بالشكل المناسب مما ادى الى حكم الافراد على العلاقات العامة في الشرطة بهذا الشكل .

9- تقييم المواطن لعمل العلاقات العامة:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	14	17.5%
متوسط	40	50%
متدني	26	32.5%
المجموع	80	100%

جدول رقم(37) يوضح تقييم المواطن لعمل العلاقات العامة

من خلال قراءة الجدول رقم 37 نلاحظ بأن نصف افراد المبحوثين يرون ان عمل العلاقات العامو في الشرطة في نشر التوعية المرورية هو متوسط اي ان المواطن متفائل نوعا ما بأن العلاقات العامة في الشرطة تساهم و لو بشئ قليل في نشر الوعي الامني المروري و تكوين ثقافة امنية لدى الافراد, و مدى تطلعهم لأنتشار الامن على مستوى الطرق و هو ماتؤكدده نسبة من قيموها بالعمل الجيد حتى لو كانت نسبة قليلة فهناك من المواطنين من يرون ان العلاقات العامة تقوم بعمل جيد في الشرطة في حين ان الافراد الذين قيموا عمل العلاقات العامة على انها في مستوى متدني و ذلك راجع دائما الى اسباب ذكرها المواطن سابقا.

10- سبب فشل حملات التوعية حسب رأي المواطن:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
الشرطة	28	35%
المواطن	52	65%
المجموع	80	100%

جدول رقم(38) يوضح سبب فشل حملات التوعية

من خلال الجدول رقم 38 نستنتج ان النسبة الاكبر كانت للمواطن بأنه هو سبب فشل الحملات التوعوية ذلك لأن المواطن دائما ما يحمل نظرة سلبية و فكرة مسبقة سيئة على الشرطة و ذلك ما يجعله لا يقبل على أنشطة الشرطة و الحملات التوعوية للعلاقات العامة في الشرطة مما يجعلها تفشل كما ان الشرطة لها دور في ذلك ايضا بما انها لا تبذل مجهود معتبر لتحسين العلاقة بينها و بين المواطن في سبيل تطبيق القانون عامة و الامن المروري خاصة.

11-مقترحات المواطن لإشاعة التوعية المرورية في الطرقات:

النسبة المئوية	التكرار	المقترحات
26.25%	21	تطبيق القانون المروري و التعامل بشفافية في تطبيقه
20%	16	صيانة الطرقات و قيام الشرطة بعملها على احسن وجه
31.25%	25	تكثيف حملات التوعية المرورية
22.5%	18	تنويع و تطوير الوسائل التكنولوجية في مجال الامن المروري
100%	80	المجموع

جدول رقم(39)يوضح مقترحات المواطن لإشاعة التوعية المرورية في الطرقات

من خلال قراءة الجدول رقم 39 نستنتج ان المواطن بحاجة ماسة الى تكثيف حملات التوعية المرورية من قبل جهاز العلاقات العامة في الشرطة من اجل التقليل من حوادث المرور وكذا تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن لأن المواطن يرى ان الشرطة لا تقوم بالتطبيق الحسن للقانون المروري و لا تتعامل بشفافية حسب ما رصدناه من آراء افراد العينة اثناء مرحلة الاستبيان فمعظم المواطنين يحملون نظرة سلبية و يرون ان الشرطة تتعامل بالمحسوبية و تميز فرد على آخر حسب المعرفة, و ايضا الشرطة بحاجة لتنويع و تطوير الوسائل المستخدمة في الامن المرورية و التوعية المرورية و استخدام الوسائل التكنولوجية الاكثر تطورا في اىصال الرسائل التوعوية المرورية و كذلك صيانة الطرقات و على الشرطة ان تقوم بعملها على اكمل وجه من اجل أولا تحسين العلاقة بينها و بين المواطن و منه اشاعة التوعية المرورية بين مستخدمي الطريق.

*نتائج الدراسة و مناقشتها:

بعد انهاء عملية افراف البيانات التي تحصلنا عليها و تحليلها و تفسيرها نستخلص جملة من النتائج و المتمثلة

في:

- تعمل أنشطة العلاقات العامة في الشرطة على أنشطة عديدة و ابرزها الحملات التوعوية و التحسيسية ومنه فإن العلاقات العامة في الشرطة تمارس وظائفها على أكمل وجه و هو ما اقرت به النظرية الوظيفية حيث اعتمدنا عليها لدراسة وظائف العلاقات العامة حيث أن العلاقات العامة في الشرطة تمارس وظائفها أيضا في التوعية المرورية.
- المواطن لا يعي كامل الوعي بالدور الاعلامي و التوعوي و الارشادي و التحسيس الذي تقوم به العلاقات العامة في الشرطة وذلك لأن العمل الشرطي الجزائري خاصة في مجال التوعية الامنية و نشرها لدى المواطن متواضع مقارنة بما هو عليه الشرطة في الامارات و غيرها من الدول التي تطرقنا اليها نظريا و التطور الذي تشهده في المجال الامني و اهميته و العلاقات العامة فيه حيث اصبحت همزة وصل بين الشرطة و المواطن مما أدى الى جعل الجمهور ينجذب لهذا التطور, في حين لا تزال العلاقات العامة في بلادنا لا ترقى للمستوى المطلوب و لم تجد بعد المكانة التي تستحقها.
- تستخدم العلاقات العامة في الشرطة الوسائل الاتصالية و الاعلامية المختلفة المباشرة و الغير مباشرة كما تطرقنا اليها نظريا, و ايضا تتعاون مع منظمات المجتمع المدني في سبيل تقوية الروابط بين الجمهور و الشرطة في سبيل التوعية المرورية.
- العلاقات العامة الحسنة بين الشرطة و المواطن تساهم في التواصل بينهما و منه تفعيل الرسالة التوعوية الامنية للشرطة, و هي ذات النتيجة التي حصلت عليها أمينة حمراي في الدراسة السابقة الاعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره حيث تمثلت في لعلاقات العامة الحسنة بين الشرطة و الجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين و منه تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية.
- في ما يخص التعرض لوسائل العلاقات العامة في الشرطة فإن المواطن لا يقوم بزيارة الابواب المفتوحة و المعارض و الاسابيع المرورية باعتبارها وسائل توعوية للعلاقات العامة في الشرطة و هذا راجع دائما الى نقص الثقافة الامنية.

الخاتمة:

في خاتمة دراستنا المتواضعة حول دور أنشطة العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية لدى المواطن لا يسعنا القول سوى أن تجربة العلاقات العامة في الشرطة في سبيل توعية المواطن أمنيا في الجزائر متواضعة جدا مقارنة بما حققته دول الخليج العربي من ففزة نوعية في إيصال الرسالة الأمنية بواسطة جهاز العلاقات العامة. وعلى الرغم من تواضعها إلا أن أجهزة العلاقات العامة بالأجهزة الشرطة و التي تسعى لتطوير و تفعيل رسائل الشرطة بهدف غرس ثقافة أمنية و نشر الوعي لدى المواطن.

حيث خلال نتائج الدراسة الميدانية تم التوصل إلى أن للعلاقات العامة الجيدة بين الشرطة و المواطن فضل كبير في تسهيل إيصال الرسالة الأمنية و تفعيلها رغم جعل العديد من المواطنين عن مهام المؤسسات الأمنية التي تتعدى مهمة حفظ الأمن إلى ممارسة نشاطات إعلامية و فعاليات توعوية الأمر الذي يشكل عائق أمام جهاز العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطنين و تحسيسهم بضرورة الالتزام بالقوانين خاصة ما تعلق منها بحفظ الأمن المروري و تحسينه. لكن رغم الدور الايجابي الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطنين إلا أن الحديث عن إمكانية في نشر التوعية الأمنية المرورية لا يزال مبكرا، بسبب عدم رغبة المواطن في التعاون مع الشرطة و كذا نظرتة السلبية للشرطة و ذلك يحول دون تحسن الأمن المروري ودون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة رغم دورها في التوعية المرورية لأن تحسن مستوى هذا الأمن لا يحصل بمجرد دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسينه بل بتعاون مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن حرقهم للقوانين واستهتارهم بها وكذلك عدم احترامهم لها يقف عائق أمام جهود العلاقات العامة في تحسين الأمن المروري و نشر الوعي لدى المواطن و بالتالي إثمار نتائج طيبة لكلا الطرفين.

قائمة المراجع:

معاجم و قواميس:

1. ابن فارس, معجم مقاييس اللغة, دار الجليل , لبنان , 1990.
 2. ابن منظور, معجم لسان العرب, دار النوادر, سوريا, 1920.
 3. محمد فريد محمود عزت, قاموس المصطلحات الإعلامية , دار الشروق للنشر و التوزيع, الأردن, 2007.
 4. محمد منير حجاب, المعجم الإعلامي, ط1 , دار الفجر لنشر و التوزيع, مصر, 2004.
- الكتب:
5. إبراهيم إمام, العلاقات العامة و المجتمع, مكتبة الأنجلو المصرية, دار المعرفة, القاهرة, 1976.
 6. أحمد كمال أحمد, العلاقات العامة, ط2, مكتبة القاهرة الحديثة, مصر, 1992.
 7. أحمد محمد المصري, العلاقات العامة, مؤسسة شباب الجامعة, الإسكندرية, 2006.
 8. أديب حضور, الإعلام الأممي, المكتبة الإعلامية, دمشق, 2002.
 9. حضور أديب محمد, حملات التوعية المرورية العربية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2007.
 10. أسامة كامل, محمد الصريفي, إدارة العلاقات العامة, مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية, البحرين, 2006.
 11. قباري إسماعيل, علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال, دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام , منشأة المعارف, مصر, 1984.
 12. بسام عبد الرحمان المشاقبة, الاعلام الامني, ط1, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2011.
 13. بركة بن زامل الحوشان, الاعلام الامني و الامن الاعلامي, ط1, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2004.
 14. جاسم خليل ميزرا, الاعلام الأممي بين النظرية و التطبيق, مركز الكتاب للنشر, القاهرة, 2005.
 15. جميل أحمد خضر, العلاقات العامة, ط1, دار المسيرة للطباعة و النشر, 1998.
 16. حسين محمد علي, المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة, ط1, مكتبة الأنجلو المصرية, دار المعرفة, القاهرة, 1976.
 17. حسين عبد الحميد أحمد رشوان, العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع, المكتب الجامعي الحديث, مصر, 2004.
 18. حسن محمد خير الدين, العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق, مكتبة عين شمس, القاهرة, 1976.
 19. ساندرا كان, المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة, ترجمة و تقديم: مدحت أبو النصر, المركز القومي للترجمة, القاهرة, 2014.
 20. سمير محمد حسين, الإعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام, ط3, عالم الكتب, القاهرة, 1996.
 21. سمير محمد حسين, الإعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام, ط3, عالم الكتب, القاهرة, 1996.
 22. صالح أبو اصبح, العلاقات العامة و الاتصال الانساني, جامعة الاستقلال, طبعة الكترونية, فلسطين, 2019.
 23. صالح أبو اصبح, الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة, دار مجدلاوي للنشر و التوزيع, عمان, 2006.
 24. عبد المحسن بدوي, العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2006.
 25. عبد الناصر أحمد جرادات, أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق, دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان, 2009.
 26. عبد الله محمد عبد الرحمان, سوسيولوجيا الاتصال و الاعلام, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2005.
 27. عصمت عدلي, علم الاجتماع الأممي, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2001.
 28. علي بن فايز الجحني, مدخل الى العلاقات العامة و الانسانية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2006.
 29. علي عوجة, الأسس العلمية للعلاقات العامة, عالم الكتب, القاهرة, 1988, ص 17.
 30. علي عوجة, محمد يوسف, ادارة و تخطيط العلاقات العامة, كلية الاعلام, جامعة القاهرة, مصر, 2005.
 31. علي السيد, ابراهيم عوجة, الاعلام الامني و العلاقات العامة في مجال الشرطة, ط1, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2005.
 32. علي الباز, الاعلام و الاعلام الامني ط1, مكتبة الاشعاع الفنية, الاسكندرية, 2001.
 33. فهد عبد العزيز, الأمن و الاعلام في الدولة الاسلامية, المركز العربي للدراسات الأمنية, الرياض, 2006.

34. فواز عبد الله المحرج، الجودة و التوعية لبرامج الاعلام الامني العربي، جامعة نايف للعلوم الامنية، الرياض، 2006.
35. محمدعبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
36. محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007.
37. محمد خيرى وآخرون، تغيير الرأي العام و علاقته بالاتجاه نحو الجريمة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الامنية، الرياض، 1987.
38. محمود محمد الجوهري، دليل العلاقات العامة للمؤسسات و الشركات، الدار القومية للطباعة و النشر، القاهرة، 1964.
39. محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة بين الدعاية و الاعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1968.
40. محمود السباعي، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، مجلد2، الشركة العربية للنشر، القاهرة، 1963.
41. ياسين خضر البياتي، النظرية الاجتماعية، ط1، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 2002.
- المذكرات و الرسائل العلمية:**
42. أمينة حمراي، الاعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة باتنة، 2010.
43. الهاشمي بوطالبي، الاستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور، مجلة الوقاية و السلامة، العدد6، المركز الوطني للوقاية، الجزائر، 2007.
44. إيمان عبد الرحمان أحمد، دور الاذاعة في نشر التوعية الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010.
45. أمير حسن حماد، كفاءة برامج التلفزيون في تعزيز الوعي الأمني، ماجستير في الاعلام الامني، جامعة الرباط الوطني، السودان، 2015.
46. ابراهيم ناجي، واقع التوعية الامنية في الدول العربية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 1998، ص 29.
47. آيت عمر مزيان فوزي، الضبط الاجتماعي الرئيسي و الوقاية من الجريمة، ماجستير علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003.
48. جاسم خليل ميزان، العلاقة بين الاجهزة المرورية ووسائل الاعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2008. نسخة الكترونية
49. جامعة نايف للعلوم الامنية، الاعلام الامني العربي قضاياها و مشكلاتها، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، 2002.
50. حمد السمراني، دور الادارة العامة للعلاقات و الاعلام بالامن العام في التوعية المرورية، مذكرة ماجستير، جامعة نايف، الرياض، 2011.
51. خلف لافي الحماد، الصورة الذهنية لرجل الأمن الأردني، مذكرة ماجستير في الصحافة و الاعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2014.
52. زكرياء شعبان، دراسة تحليلية لكتب لغتنا العربية في ضوء مضامين التربية المرورية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2004.
53. سعد بن علي الشهراني، دور الاندية الامنية و العسكرية في التوعية الامنية، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2009، نسخة الكترونية.
54. شعباني عبد الملك، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2002.
55. عبد الله الخلف، دور أعلام التوعية المرورية في رفع مستوى الوعي المروري، أطروحة ماجستير، جامعة نايف العربية، الرياض، 2005.
56. عابد الحميدان، الاعلام الامني و المجتمع في مواجهة المخدرات، الملتقى الثالث لكلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، الكويت، 2004.
57. عايد علي الحميدان، معايير برامج التوعية الأمنية (التوعية الأمنية بين الواقع و المأمول)، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2013.
58. عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي و التوعية و أهميتها، كلية الشريعة و الدراسات الاسلامية، جامعة الشارقة، الامارات، 2014.
59. تباري عبير، الحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة بسكرة، 2012.
60. عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات و التدريب، الرياض، 1986.
61. علي بن فايز الجحني، الاعلام الأمني و الوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2000، ص 51.
62. فتيحة بن عباس، دور الاعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور، مذكرة ماجستير في العلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004.
63. النقيب المهندسة فوح الجلادمة، التوعية المرورية و اثرها للحد من الحوادث المرورية، ادارة السير المركزية، الاردن، 2014. نسخة الكترونية.
64. محمد قيراط، وائل اسماعيل، وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، جامعة الشارقة، الامارات، 2006.
65. محمد جاسم فلحي، العلاقات العامة والرأي العام، الجامعة العربية المفتوحة بالدنمارك، كلية الآداب، قسم الاعلام، 2006.
66. محمد الاخضر بن عمران، فارس مزوزي، آليات الوقاية من حوادث الطرقات، مجلة الباحث للدراسات، المجلد6، العدد3، جامعة باتنة، 2019، ص 246
67. محمد سعد الدين بيان، التربية المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010، ص 29.
68. مصطفى عبد المجيد كاري، التنسيق بين جهود المواطنين في مكافحة الجريمة، المركز العربي للدراسات، الرياض، 1993، ص 144.
69. مركز الدراسات و البحوث، المسؤولية الأمنية للمرافق في الدول العربية، المركز العربي للدراسات الأمنية، السعودية، 1986.

70. نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1995، ص 158.
71. لاجي محمد هلال، واقع العلاقة بين الشرطة و الجمهور، دراسة اجتماعية، مركز بحوث شرطة الشارقة، الامارات، 2006، ص 25.
72. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2003.

المجلات و الجرائد:

73. اللواء أحمد كامل، مجلة الشرطة، المديرية العامة للأمن الوطني، جانفي 1990.
74. الوقاية خير من العلاج، مجلة الوقاية و السياقة، عدد 1، الجزائر، 2006.
75. شنيي حفيظة، المديرية الفرعية للوقاية و أمن الطريق، مجلة الشرطة، عدد 75، الجزائر، 2005.
76. طرق المرور في السويد الأكثر امانا على مستوى العالم، جريدة الرياض، العدد 17231، السعودية، 2015.
77. فوزي آيت عمر مزيان، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الايجابية عن المؤسسة الامنية، مجلة الباحث، جامعة قسنطينة، 2019.
78. عرسان عبد اللطيف، الاعلام المروري، مجلة الأمن و الحياة، العدد 246، 2002.
79. 20 مقترحا لتقليل الحوادث المرورية، مجلة البيان، العدد 14446، الامارات العربية المتحدة، 2020.

المواقع الالكترونية:

80. قانون المرور في السويد، موقع صوت السويد، نشر في 2018/2/4 على الموقع الالكتروني <http://sverigesrost.se:htt>، الاطلاع 2020/7/13.
81. محمد قيراط، من اجل توعية أمنية فعالة، الموقع الالكتروني لجريدة الشرق <https://mal-sharq.com> قطر، 2020، الزيارة 2020/7/22.

الملاحق:

*استمارة استبيان خاصة بمواطني مدينة قالمة:

1- البيانات الشخصية :

- 1-الجنس : ذكر انثى
- 2-السن : 30-18 40-31 50-41
- 51 فاكثر
- 3- المهنة :

2- العلاقة بين الشرطة و المواطن و مساهمتها في تفعيل التوعية الامنية المرورية :

- 1- كيف هي علاقتك مع رجال شرطة المرور ؟
جيدة عادية سيئة لا توجد
- 2- ماهي مهمة الشرطة في رأيك :
حفظ الامن مساعدة المواطن التوعية و الارشاد
- 3- غير ذلك
4- هل تتعاون مع رجال الشرطة ؟
دائما أحيانا لا أبدا عند الضرورة
- 5- ما هو سبب تعاونك مع رجال الشرطة :
حسن معاملتهم لأنهم يحفظون الامن العام لأنهم يخدمون المواطن
- اخرى تذكر

6- ماهو سبب عدم تعاونك مع الشرطة ؟

سوء اداء المهنة

تعسفهم و تسلطهم

جفاء المعاملة

اخرى تذكر

7- هل سبق لك و تعرضت لمشكلة لجأت فيها للشرطة ؟

لا

نعم

8- كيف كان تعامل الشرطة معك ؟

لم يكثرثوا لك

تباطؤا معك في حلها

ساعدتك في حل المشكلة سريعا

غير ذلك

9- هل هناك ما تقترحه لتقوية العلاقة بين الشرطة و المواطن ؟

.....
.....
.....

3-فاعلية العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية الامنية المرورية :

1- تمارس الشرطة اضافة الى نشاطها الامني نشاطا اعلاميا توعويا بالاعتماد على جهاز العلاقات العامة:

نعم أحيانا لا لا أعلم

2- في رأيك ما هو دور جهاز العلاقات العامة في الشرطة :

تحسين مستوى عمل الشرطة

التوعية الامنية

تحسين العلاقة بين الشرطة و المواطن

اخرى تذكر

3- هل سبق لك وزرت الأبواب المفتوحة على الشرطة و المعارض و الأسابيع المرورية ؟

لا

نعم

4- اذا كان نعم فماذا استفدت.....

.....

.....

- و اذا كان لا فما هو عدم اهتمامك بمثل هذه الانشطة ؟.....

.....

.....

5- ماذا تقترح لتطوير العلاقات العامة بالشرطة في مجال التوعية المرورية ؟

تكثيف حملات التوعية

تنويع الوسائل التوعوية

تحسين مضمون الرسائل الامنية

غير ذلك.....

.....

6- في نظرك هل ترفع أنشطة العلاقات العامة في الشرطة من الوعي المروري لدى المواطن ؟

لا

نعم

7- اذا كانت الاجابة لا فلماذا ؟

عدم احترام الافراد لقوانين المرور

حوادث المرور في ارتفاع دائم

نقص الوعي المروري

غير ذلك.....

.....

8- ماهو تقييمك لعمل العلاقات العامة في الشرطة في نشر التوعية المرورية ؟

متدني

متوسط

جيد

9- في رأيك هل سبب فشل الحملات التوعوية يعود الى :

المواطن

الشرطة

10- ماهي مقترحاتك لإشاعة التوعية المرورية بين مستخدمي الطريق.....

.....

.....

.....

*استمارة استبيان خاصة بشرطة امن ولاية قالمة:

1-معلومات شخصية :

- 1-الجنس : ذكر انثى
- 2-السن : 30-25 40-31 50-41
- 51 فما فوق

3-المنصب.....

2-واقع العلاقات العامة في شرطة ولاية قالمة في مجال التوعية الامنية المرورية :

1-هل يوجد جهاز علاقات عامة في مديرية الامن في ولاية قالمة ؟

- نعم لا

2-فيما تتمثل أهم نشاطاتها ؟

.....

.....

3-هل ينشط جهاز العلاقات العامة ضمن ادارة الامن المروري ؟

- نعم احيانا لا

4-هل تنظم ادارة العلاقات العامة في الشرطة نشاطات خاصة بالتوعية المرورية ؟

- نعم احيانا لا

5-اذا كانت الاجابة نعم ففيما تتمثل هذه النشاطات؟

.....

.....

6- هل يتفاعل المواطن القالمي مع هذه النشاطات ؟

نعم احيانا لا

7- اذا كان لا حسب رايتك ما هو السبب ؟.....

.....

8- هل تساهم هذه النشاطات في التوعية المرورية لدى المواطن القالمي ؟

نعم لا

9- هل تقام حملات و أنشطة في التوعية المرورية بصفة ؟

اسبوعية شهرية دورية
سنوية مناسبة

- اخرى تذكر.....

2- الوسائل الاتصالية الفعالة التي تستخدمها العلاقات العامة في الشرطة لنشر التوعية الامنية المرورية؟

1- في سبيل التوعية المرورية تستخدم ادارة العلاقات العامة في انشطتها و سائل اعلامية و اتصالية ؟

نعم لا

2- فيما تتمثل هذه الوسائل ؟

كتيبات و مطويات اذاعة و تلفزيون ابواب مفتوحة
حملات تحسيسية مواقع التواصل الاجتماعي جميعها

3- وسائل اخرى تذكر.....

4- هل تتعاون ادارة العلاقات العامة في الشرطة مع منظمات المجتمع المدني في تنظيم حملات التوعية المرورية ؟

لا

احيانا

نعم

5- هل يساهم ذلك في تقوية الاتصال مع المواطن ؟

لا

نعم

6- هل تساعد هذه الوسائل في التواصل مع المواطن في سبيل التوعية المرورية ؟

لا

نعم

7- هل استخدام هذه الوسائل في أنشطة العلاقات العامة تساعد في رفع الوعي المروري لدى المواطن ؟

لا

نعم

8- هل ساعدت وسائل و حملات العلاقات العامة في خفض حوادث السير في ولاية قلمة ؟

لا

نعم

9- اذا كان لا فما هو السبب ؟.....

.....

.....

.....