



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة

دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية فيسبوك شرطة قالمة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

إشراف الأستاذة:
مكي أم السعد

إعداد

بوجنانة هاجر
قباي نرجس
رحال لبنى

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
أمال عبابنية	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
أم السعد مكي	أستاذ محاضر "أ"	مؤطرا
عثمانية عبد القادر	أستاذ محاضر "أ"	ممتحن

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وعرفانه

نشكر الله ونحمده سبحانه حمداً يليق بجلاله وعظيم سلطانه على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم وعلى توفيقه.

والشكر الجزيل للأستاذة المشرفة "مكي أم السعد" على إشرافها الذي كان لنا نعم المرشد وسراجاً منير بنصائحه وتوجيهاتها المقدمة لنا وكانت حافزاً لنا في إتمام هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر لأعضاء اللجنة المناقشة الأستاذة عبائية والأستاذ عبد القادر عثمانية الذين حملناهم عناء مراجعة هذا البحث، وكل الأساتذة المحترمين بقسم الاعلام والاتصال.

وإلى كل من قدم لنا يد العون قريباً كان أو بعيداً.

الإهداء

"وقل اعملوا فسيري الله عملكم ورسوله والمؤمنين"

إلى رمز العطف والحنان إلى من أهدتني الدفء والأمان إلى ربيع الحياة

وقارب النجاة وخلود الذكريات **أمي** الغالية أطال الله في عمرها.

إلى من كافح لأجلي من أجل أن أعيش وأتعلم من علمي النجاح كفاح إلى

صاحب المبادئ السامية إلى **أبي** الغالي أطال الله في عمره .

إلى إخوتي الذين يقاسمونني الحلوة والمرارة **«فريدة . عبد الغاني . خميسي»**.

إلى خالتي الغالية أطال الله في عمرها إلى كل أعمامي وعماتي وأبنائهم إلى أحوالي وزوجاتهم

وأولادهم وإلى زوجي الغالي وليد وعائلته الكريمة .

إلى رفقاء الدرب إلى من كافح معي لإنتاج هذا العمل المتواضع كلا من **«نرجس**

.لبنى .ليلي» . ولا أنسى الأستاذة الفاضلة مكي أم السعد .

إلى من يؤمن بالعلم دربا...والفكر نهجا...والبحث رشدا...

إلى من سكن قلبي وغاب عن فهمي بينما كنت أكتب هذه الكلمات اليهم

جميعا أهدي ثمرة جهدي بقلم عابر في ذاكرة الأيام

الإهداء

بوجنانة هاجر

الاهداء

هلوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين "

من أرضعتني الحجب والحنان... إلى رمز الحجب وبلسم الشفاه... إلى
القلب النابض البياض أمي الغالية أطال الله في عمرها .

إلى من عبد لي دروب الحياة بالحجب وإلى مرشدي ومخير دربي أبي
الغالي أطال الله في عمره .

إلى أخي الذي قاسمني الحلوة والمرارة عبد السلام .

إلى أقربائي وقربائتي خاصة جدتي حورية أطال الله في عمرها وخالاتي
وأبنائهم

وإلى عمتي الغالية دلال .

إلى زميلاتي اللذين كانوا رفقتي في إنجاز هذه المذكرة هاجر. لبنى

ولا أنسى الأستاذة الفاضلة التي أشرفت علينا مكي أم السعد.

إلى كل إنسان يحمل قلبا نقيا ينبض بحب الآخرين .

قبلي نرجس

الإهداء

إلى من ملأني حناناً..... وشحنتني أملاً..... وعلمتني كيف أرى الجمال بعين

البساطة **أمي** الغالية أطال الله في عمرها

إلى من كافح لأجلي من أجل أن أعيش وأحترم رغبتني واحتواني بصبره وبسط لي الأحلام... **أبي**

الغالي أطال الله في عمره

إلى توأم روحي وعمري إخوتي.... **"شهيانز عائشة وسيم"**

إلى قرة عيني الكتكوت الصغير إبنني الحبيب **يوسف** وإلى زوجي الغالي بلال وكل عائلته الكريمة

إلى أحوالي وخالاتي وأولادهم وإلى أعمامي وعماتي وأولادهم .

إلى زميلاتي اللذين كانوا رفقائي في إنجاز هذه المذكرة **"هاجر نرجس"** ولا أنسى أستاذتي

الفاضلة التي أشرفت علينا **مكي أم السعد**

رحال لبني

ملخص:

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة شرطة قلمة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي "ما مدى تأثير استخدام إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة، حيث تهدف هذه الدراسة الى إعطاء صورة واضحة عن إتيكيت الكلام وفن الاستماع والتأثير الذي يحدثه في بناء صورة المؤسسة، كذلك إظهار فعالية استخدام هذا الأخير في إنجاح مؤسسة شرطة قلمة وبناء صورتها.

تهدف الدراسة الى التعريف بإتيكيت الكلام وفن الاستماع وإبراز أهميتها ومدى مساهمتها في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة -شرطة قلمة -.

يمكن إدراج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي باستخدام تحليل المضمون لجمع البيانات تضمنت عدد من الفئات والتي رعينا فيها جانب الشكل والمضمون، وقد استخدمنا العينة القصدية المتكونة من 8 فيديوهات من أصل 102 متوفرة على الصفحة الرسمية فايسبوك لشرطة قلمة من الفتية الممتدة من 2017/11/16 الى غاية 2022/02/07

توصلت الدراسة الى نتيجة مفادها أن شرطة قلمة قد اهتمت بشكليات ومضمون نشر مادتها الاعلامية لمخاطبة جمهور والاستماع الى انشغالاته، سعيا إلى تحسين وتشكيل صورة إيجابية عن المؤسسة -شرطة قلمة - .

الكلمات المفتاحية: اتيكيت الكلام، فن الاستماع، الصورة الذهنية

Summary :

This study came to shed light the impact of speech etiquette and the art of listening in building the image of the institution-Guelma police- by answering the main question : wha Is the impact of speech etiquette and the art of listening in building the image of the institution .

As this study aims to give a clear picture of speech etiquette and the art of listening and influencing what It causes in building the image of the institution ,as well as showing the effectiveness of using the latter in the success of the Guelma police Institution and building its image .

The study aims to introduce speech etiquette and the art of listening and highlight its importance and the axtent of its contribution to the formation of the mental image of the institution Guelma police ,This research Can be included with in the description studies that In it ,we relied on the descriptive approach using content analysis to collect the data , which included a number of catégories ,in which we took care of the aspect of form and content ,and we used the intentional sample consisting of 8 video out of 102 are available on the official Facebook page of the company Guelma form 16/11/2017 to 07/02/2022. the study came to the conclusion that the Guelma police has been concerned with the formalités and content of publishing its media matériel to adresse an audience and listen to its concerns ,in an effort to improve and form a positive image of the Guelma police institution.

فهرس المحتويات	
-	شكر وعران
-	الإهداء
-	الملخص باللغة العربية وباللغة الإنجليزية
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الأشكال والصور
-	قائمة الجداول
أ	مقدمة
02	الإشكالية
03	مفاهيم الدراسة
05	أهداف الدراسة
05	أهمية الدراسة
05	أسباب اختيار الموضوع
06	المقاربة النظرية للدراسة
07	الدراسات السابقة
القسم الأول: تأثير اتيكيت الكلام وفن الاستماع على بناء صورة المؤسسة	
الفصل الأول: الصورة الذهنية: المفهوم، الخصائص، الأبعاد والمكونات	
12	تمهيد
12	المبحث الأول: الصورة الذهنية للمؤسسة
12	أولا: مفهوم الصورة الذهنية
13	ثانيا: أنواع الصورة الذهنية
14	ثالثا: خصائص الصورة الذهنية
15	رابعا: أبعاد ومكونات الصورة الذهنية
17	خامسا: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية
18	سادسا: أهداف وأهمية الصورة الذهنية
19	خلاصة
الفصل الثاني: اتيكيت الكلام وفن الاستماع: المفهوم، القواعد وتأثيرها في بناء صورة المؤسسة	

21	المبحث الأول: مفهوم وأنواع الاتيكييت
21	تمهيد:
21	أولا: مفهوم الاتيكييت
22	ثانيا: أنواع الاتيكييت وقواعده
31	ثالثا: أهمية الاتيكييت في بناء صورة المؤسسة شرطة قالمة
31	المبحث الثاني: خصائص اتيكييت الكلام وشروطه لبناء صورة المؤسسة
31	أولا: مفهوم اتيكييت الكلام
31	ثانيا: خصائص وقواعد اتيكييت الكلام في بناء صورة المؤسسة
32	ثالثا: شروط اتيكييت الكلام وأهميتها في بناء صورة المؤسسة
34	رابعا: مقاييس نجاح عملية الكلام
34	خامسا: معوقات اتيكييت الكلام في بناء صورة المؤسسة
35	سادسا: تأثير اتيكييت الكلام في بناء صورة المؤسسة
35	المبحث الثالث: أهداف وقواعد فن الاستماع لبناء صورة المؤسسة
35	أولا: مفهوم فن الاستماع
35	ثانيا: أنواع الاستماع وأهم مهاراته في بناء صورة المؤسسة
37	ثالثا: أهداف وقواعد فن الاستماع وأهميتها في بناء صورة المؤسسة
38	رابعا: معوقات فن الاستماع في بناء صورة المؤسسة
39	خامسا: تأثير فن الاستماع في بناء صورة المؤسسة شرطة قالمة
القسم الثاني: الاطار العام للدراسة التحليلية	
الفصل الأول: مجالات الدراسة التحليلية	
41	المبحث الاول: مجالات الدراسة
41	المجال الزمني
41	المجال المكاني
41	المجال البشري
41	المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية للدراسة:
41	منهج الدراسة
42	أدوات جمع البيانات
44	مجتمع وعينة الدراسة

الفصل الثاني: معالجة بيانات الدراسة التحليلية	
47	المبحث الأول: معالجة بيانات الدراسة التحليلية
47	التعريف بالمؤسسة الأمنية شرطة قالمة وصفحتها على الفاييسوك، لمحة تاريخية، المهام، الأهداف، الهيكل التنظيمي.
48	عرض وتحليل بيانات تحليل المحتوى
69	النتائج العامة
71	الخاتمة
73	قائمة المراجع
78	الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
48	فئة أشكال المادة الاعلامية	1
49	فئة الأساليب الاتصالية والاقناعية	2
59	فئة الوسائط المتعددة	3
60	فئة لغة النشر	4
61	فئة أشكال التفاعل مع الفيديو	5
62	فئة لغة التعليق	6
63	فئة الموضوع	7
64	فئة المصادر	8
65	فئة الجمهور المستهدف	9
65	فئة القيم	10
66	فئة الاتجاه	11
67	فئة الرد على التعليقات	12

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
18	يبين أهمية الصورة الذهنية	01
30	يبين أهمية الإتيكيت في بناء صورة المؤسسة	02

مقدّمة

تعد الصورة الذهنية من الموضوعات التي تهتم المؤسسات بدراستها وقياسها بشكل منظم وضعها من أولوياتها عند رسم خططها وتنفيذ قراراتها لدورها في تشكيل السلوك المجتمعي، والذي بناءً عليه تقوم المؤسسات، فالصورة الذهنية الايجابية لدى الآخرين تعد هدفاً أساسياً يسعى الجميع لتحقيقه على أي مستوى من المستويات حتى على مستوى الأفراد، فالصورة الذهنية تلعب دوراً بارزاً في نقل الأفكار وتوجيه المواقف نحو هدف محدد فهي تعمل على غرس أو تغيير الوعي حول فكرة أو سلعة أو خدمة بالإضافة إلى القيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الإيجابي للأفراد اتجاه المؤسسة.

ليس من السهل على المؤسسات ترسيخ صورة مقبولة لدى جمهورها المتنوع من حيث الحاجات إلا إذا بقيت هذه الأخيرة على تفاهم وحسن المعاملة وبناء علاقات متميزة يمكن من خلالها معرفة تطلعت الجمهور ومن ثم المضي في تحسين وترسيخ صورة جيدة لدى جمهورها.

تشكل الصورة الذهنية بناءً على آداب السلوك في معاملتها لجمهورها المختلف ومدى تتبع المؤسسة لقواعد المعاملة أو ما يعرف بفن الإتيكيت وهو صفة من الصفات التأثير التي تقاس به الصورة الذهنية فأى مؤسسة سواء كانت خدمتية، تجارية أو حكومية فالإتيكيت هو فن من فنون التعامل مع الآخرين وهو آداب السلوك يتعلق بتنفيذ التفاصيل وكيفية الالتزام بها في مختلف مجالات الحياة اليومية وهو ما جاءت به الديانات السماوية و خاصة ديننا الإسلامي والذي حث على حسن المعاملة بين الأفراد مع بعضهم البعض واللباقة في الحديث ومهارة أو فن الكلام يندرج تحت فنون الإتيكيت و هي مهارة ذات أهمية وتأثير كبير سواء في حياتنا اليومية أو العملية وهو وسيلة للتخاطب يستعملها الفرد للتواصل مع غيره وكذا التفاعل مع جميع مجالات الحياة ويساهم في التغلب على حواجز الخوف و الفشل الذي من شأنه أن يعيق العملية الاتصالية للأفراد مع بعضهم البعض، ونجد صفة الصمت أثناء الحديث فيمسي فن الاستماع و هذا الأخير الذي يجعل صاحبه يصمت و ينصت إلى من يتحدث إليه . مما يتيح الفرصة للتفكير بشكل سليم و الحصول على مميزات مفيدة مما ينعكس على صورة المؤسسة ومدى سعيها إلى تحسين سمعتها و صورتها والتأثير في جمهورها الخارجي .

ومن خلال دراستنا هذه تناولنا موضوع تأثير اتيكيت الكلام و فن الاستماع في بناء صورة المؤسسة ومن بين هذه المؤسسات "المؤسسة الأمنية لمديرية الأمن الوطني -شرطة قالمة- " لقد اعتمدنا على خطة بحث اشتملت على: القسم الأول تم تحديد المشكلة و فيما تتجلى أهمية الدراسة وأسباب اختيارها وأهدافها. وبما أن الدراسة هي تحليلية وصفية لمحتوى وشكل المادة الإعلامية الخاصة بالصفحة الرسمية - فايسبوك- لشرطة قالمة.

أما بالنسبة للقسم الأول فقد قسم إلى فصلين هما : الفصل الأول تم تخصيصه للحديث عن الصورة الذهنية للمؤسسة والفصل الثاني تطرقنا فيه إلى عموميات حول الاتيكيت، اتيكيت الكلام، فن الاستماع، وتأثير اتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء وتكوين صورة جيدة لمؤسسة شرطة قالمة.

أما القسم الثاني قسم الى فصلين هما الفصل الأول تضمن الاطار العام للدراسة من مجالات الدراسة

والاجراءات المنهجية للدراسة.

لنختتم بالفصل الثاني تناولنا فيه معالجة البيانات التحليلية، وعرض وتحليل بيانات تحليل المحتوى، ثم النتائج العامة للدراسة التي استخلصت على ضوء التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية وأخيرا الخاتمة.

الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية:

تعتبر الصورة الذهنية ذات أهمية كبيرة بالنسبة للفرد والمؤسسة. نظرا لما تقدمه من دور هام في تكوين انطباعات الصورة الطيبة واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك فقد أصبحت الصورة الطيبة هدفا تسعى اليه جميع المؤسسات التي تنشأ الى البقاء والاستمرارية .

ظهر مصطلح الصورة الذهنية في أوائل القرن العشرين حيث أطلقه "والتر ليبمان" وأصبح أساسا لتفسير الكثير من عمليات تأثير المهارات الاتصالية بشكل رئيسي والتي تستهدف ذهن الإنسان وتعرف الصورة الذهنية أنها الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنظمة أو التنظيم .

أصبحت المؤسسات في القرون الأخيرة تتعامل بفن الإتيكيت وخاصة المؤسسات الامنية الكبرى ،من أجل تنظيم وتدريب موظفيها على حسن البساطة والجمال في التعامل مع الآخرين ويعرف الإتيكيت في اللغة العربية بأداب السلوك والخصال الحميدة في التعامل مع الأفراد. ظهر مصطلح إتيكيت في فرنسا ومن أهم قواعده نجد فن الكلام ويعرف بأنه: نشاط لغوي شفوي يستخدمه الإنسان في مجالات الحياة للتعبير والتأثير في الآخرين،⁽¹⁾ وفن الاستماع هو عملية انسانية مقصودة تعني تعمد تلقي أي مادة صوتية بقصد فهمها والتمكن من تحليلها واستيعابها واكتساب القدرة على نقلها وأبداء الرأي فيها إذا طلب من المستمع ذلك⁽²⁾.

أصبحت العديد من المؤسسات الامنية بمختلف نشاطاتها ومجالاتها تعمل على تحسين صورتها وسمعتها وذلك من خلال تطبيق مجموعة من قواعد المعاملة التي تؤثر على جمهورها وإرضائهم وتغيير نظرهم بالإيجاب ،ومؤسسة المديرية العامة للأمن "شرطة قالمة" وغيرها من المؤسسات تعتمد على إتيكيت الكلام وفن الاستماع للتأثير في الجمهور والعمل على تحسين صورتها وأدائها .

وقد تطلبت منا دراستنا القيام بدراسة تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة الأمنية واخترنا فيديوهات خاصة بمديرية الأمن الوطني كعينة لدراستنا، ومن هنا يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير استخدام إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة شرطة قالمة لعينة من الفيديوهات على الصفحة الرسمية -فايسبوك- شرطة قالمة- من ناحية الشكل والمضمون ؟

التساؤلات الفرعية :

1. ما مدى تأثير استخدام إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة - شرطة قالمة - لعينة من

الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية - فايسبوك - من ناحية الشكل ؟

2. ما مدى تأثير استخدام إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة الأمنية لعينة من الفيديوهات

المنشورة على الصفحة الرسمية -فايسبوك- من ناحية المضمون ؟

¹ خلف العساف، عبد الله: ثقافة التواصل الفعال، الرياض، العبيكان للنشر، 2016، ص49

² <http://FLL.UNIV-BOUIRA.DZ> ,14/04/2022, 11 :16.

❖ تحديد مفاهيم الدراسة:

مفهوم التأثير:

أثر: جمع آثار، علامة أو رسم متخلف من شيء ما أثر أقدام، أثر عجالات في الرمل، علامة أو دليل شاهد على وقوع حادث.

التأثير:

إحساس بجدية عمل ما، التأثير برد شدة الواقع المؤثر، تأثير خبر، عمل يمارسه شيء على شخص أو على شيء آخر.⁽¹⁾

التعريف الإجرائي:

هو علاقة اجتماعية أين يَأثر فرد ما أو جماعة في سلوك فرد آخر وهو إحداث واقع جديد أثناء ممارسة عمل ما على أي شيء آخر.

• الصورة الذهنية:

يعرف هارولد ماركس: Harold H. marquis الصورة الذهنية بأنها هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد لآخر، وهي المشاعر تخلقها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات، وتعاملاتها مع الجماهير وعلاقتها مع المجتمع، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة.

ويعرف "Games Gray" الصورة الذهنية بأنها الانطباعات والمدرجات الكلية للجماهير المتعددة للمنظمة تجاه أعمالها، وتشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.⁽²⁾ وفي إطار ما تقدم فإن الجمع بين مفردتي الصورة والذهنية يقود إلى إنشاء مصطلح الصورة الذهنية وفي اللغة تعرف:

لغة: صورة الشيء وتصوره في هيئة وحقيقة وظاهرة يكونها الذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء.⁽³⁾ الصورة الذهنية: هي تعني شكل أو صفة الشيء كما فهمها الانسان وتدبرها واستقرت في ذهنه أو عقله فهي صورة ذهنية أو صورة عقلية ألن الصورة موجودة فيها، وكان العلماء العرب في مقدمة من استخدم الصورة الذهنية بشكل واضح حيث ميزها بأنها عبارة عن صورة موجودة في ذهن الانسان عن الاشياء وبينوا أهمية الادراك في حصول الصورة في العقل الانساني.⁽⁴⁾

¹ بن عمر، سامية: تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشأة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013، صص 24-25.

² عوجة علي، كريمة فريد: إدارة العلاقات العامة بين الاستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة، عالم الكتب، 2008، صص 128-129.

³ باقر، موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص52.

⁴ حب الدين علي، محمد يعقوب، وآخرون: العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في فترة 2010-2015، مجلة العلوم الادارية، جامعة افريقيا العالمية، العدد الاول، يونيو 2017، ص147.

التعريف الاجرائي: هي عبارة عن انطباعات واتجاهات ذاتية عن مؤسسة الشرطة وهي عملية متغيرة وليست لها خصائص ثابتة، ولاتنشأ في فراغ وانما تتأثر بجميع الظروف المحيطة بها .

● **مفهوم الاتيكيت:** يعرف قاموس أوكسفورد الاتيكيت بأنه القواعد التقليدية للسلوك الشخصي في المجتمع المؤدب وبعبارة أخرى هو مجموعة آداب السلوك وقواعده التي تسود العالقات الاجتماعية بين الاراد. لذلك ال يصح عد الاتيكيت مقصورا على جهة دون أخرى لأنه في الحقيقة يتصل بالفن والذوق والجمال و المنطق. (1)

يعرف الاتيكيت أنه فن الخصال الحميدة أو السلوك بالغ التهذيب وتتعلق قواعد الاتيكيت بآداب السلوك والخالق والصفات الحسنة. (2)

● إتيكيت الكلام :

لغة: حدث أي تكلم وأخبره - وروى حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم بالنعمة أشاعها وتشكر عليها فالنا الحديث وبه أخبره.

تحدث، تكلم ويقال: تحدث إليه، (تحدث) القوم: تحدثوا، الحديث هو كل ما يتحدث به من كالم وخبر، ويقال "الحديث ذوشجون" يتذكر به غيره. (3)

اصطلاحا: يعرفه حمدي الفرماوي التحدث أنه: مهارة إبداعية إنتاجية تعتمد على اخراج الاصوات اللغوية وفهمها ويتصل ذلك بعدة عمليات فسيولوجية كالتنفس وتذبذب أو سكون الثنايا الصوتية الموجودة في الحنجرة كما تعتمد حركة اللسان الذي يشكل مع الانسان والشفاه وسقف الحلق الصوت في صورته النهائية.. كما يعرفه أيضا نبيل عبد الهادي بقوله: يعد من ألوان النشاط المهمة للصغار والكبار وهي الخطوة الأولى في التعريف في اللغة العربية. (4)

التعريف الاجرائي: هو قدرة الشخص على التكلم ونقل المعلومات والأفكار والاحاسيس والمعتقدات، وهو عملية تفاعلية تعمل على بناء محتوى وموضوع يتحمل الانتاج والاستقبال والمعالجة وهذا ما تسعى المؤسسات الامنية للشرطة للتعريف بمؤسستها والتأثير في جمهورها لتحسين صورتها الذهنية .

● مفهوم فن الاستماع:

لغة: مشتق من كلمة السمع يعني حس الأذن والاستماع بمعنى الإصغاء ومفهوم هذه المهارة هو تلقي الاصوات

¹ سرمك حسن، كامل: لغة الجسد والاتيكيت في العمل الاداري، د ط ، بغداد، معهد الادارة ، 2012، ص09.

² عبد العزيز، عبد الله محمود: إدارة المطاعم السياحية، د ط ، عمان، الاكاديميون للنشر والتوزيع، 2015، ص147.

³ نائل خميس، محمد جمعة: فاعلية استراتيجية مثلث الاستماع في تنمية مهارتي التحدث والقراءة لدى طلاب الصف الثالث أساسي بمحافظة رفح، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2017، ص32.

⁴ رحلاوي، عليا، طايبي، هامة: تعليم مهارة التحدث في الطور الاول من التعليم الابتدائي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2017، ص ص20 - 21.

بقصد إدارة و فهم وتحليل وقد ينقطع لعامل ما.⁽¹⁾

اصطلاحاً: هو فهم ما يرد إلى الانسان من دلالات تأتيه من مرسل آخر ويكون عن طريق اللغة المنطوقة التي يصدرها البشر أو الاصوات المختلفة الاخرى كالموسيقى وأصوات الحيوانات المبهمة والسيارات والطائرات والاستماع – بناء على ذلك يعني كل ما يرد من رموز مفهومة أو غير مفهومة إلى دماغ الانسان عن طريق حاسة السمع.⁽²⁾

التعريف الاجرائي: الاستماع هو القدرة اللغوية تمارس بأداء مميز وياتقان فعال تهدف الى جذب انتباه المواطنين الخاصة بمؤسسة الشرطة التي تسعى من خلال الموضوعات التي تطرحها للتأثير فيهم من أجل التفاعل معها، سعياً الى كسب تأييدهم وتكوين صورة جيدة عن المؤسسة.

❖ أهداف الدراسة:

لأي دراسة علمية هناك أهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها وبعد تبين أهمية الذي قمنا باختياره مع ذكر الاسباب التي دفعتنا اختيار هذا الموضوع فإنه من المنطقي أن هناك مجموعة من الاهداف المحدودة وراء دراستنا لهذا الموضوع في حد ذاته وسنحاول الوصول إليها من خلال هذه الدراسة من أهمها:

- ✓ تعريف بإتيكيت الكلام وفن الاستماع ومدى تأثيره في تكوين صورة الذهنية للمؤسسة - لشرطة قالمة.
- ✓ إبراز أهمية إتيكيت الكلام وفن الاستماع في تكوين صورة الذهنية للمؤسسة شرطة قالمة .
- ✓ معرفة أساليب تنفيذ إتيكيت الكلام وفن الاستماع في تكوين صورة المؤسسة شرطة قالمة .
- ✓ تحديد مكانة إتيكيت الكلام وفن الاستماع في المؤسسة ومدى مساهمتها في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة شرطة قالمة.

❖ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تبين أهمية إتيكيت الكلام و فن الاستماع في المؤسسة الأمنية لمركز الشرطة بقالمة وأنها تساعد في معرفة مدى تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في تشكيل صورة حسنة للمؤسسة ، وكذلك أهمية الصورة الذهنية بالنسبة للمؤسسات الأمنية وزيادة اهتمام بهذا الموضوع يجعل بالنسبة الجمهور للدراسة أهمية كبيرة وهذا ما يخلق نوع من الرضا والثقة بينهما:

❖ أسباب اختيار الموضوع: في أي دراسة علمية بحثية يلجأ الباحث لدراسة موضوعه إلى عدة من أسباب

منها أسباب ذاتية وأسباب موضوعية وهي كالآتي:

❖ أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة موضوع إتيكيت الكلام وفن الاستماع وتأثيره في تشكيل صورة المؤسسة شرطة قالمة .

¹ دوبي أحمد رمضان، مهارة الاستماع و الكلام، رسالة ماجستير، جامعة مولانا مالك ابراهيم الإسلامية، إندونيسيا، ص3.

² عبد الله، خلف العساف، ثقافة التواصل الفعال، جامعة الملك، فهد للبتترول والمعادن، طهران، ص201-202.

- الاهتمام الذاتي لمعرفة كيفية تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في تشكيل صورة المؤسسة شرطة قامة .
 - قرب الموضوع من مجال تخصصي.
- أسباب موضوعية:

- التعمق أكثر في دراسة الموضوع تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع ومنفعة التي يؤديها في المؤسسة.
- معرفة كيف الاتيكيت الكلام وفن الاستماع أن يحسن من صورة المؤسسة وخاصة عند جمهورها الخارجي.
- معرفة أهمية الموضوع الصورة الذهنية للمؤسسة وخاصة في الوقت الحالي حيث أصبح شغلها الشاغل وهدفها الأساسي الذي تسعى اليه.
- نقص الدراسات بالنسبة لهذا الموضوع الذي دفعنا لدراسته وإثراء المنظومة العلمية.

❖ المقاربة النظرية: نظرية الصورة الذهنية:

يعتبر " لييمان " أول من وضع تعريفات للصورة الذهنية و يرى أن فهم الإنسان للعالم الذي يعيش فيه يأتي على مراحل من النضج و التطور و الحصول على المعلومات و أن تصرفات الناس تكون في حقيقة الأمر مبنية على الصورة الذهنية التي يكونونها عن أنفسهم و عن الآخرين و تتكون هذه الصورة نتيجة الاتصال الشخصي بالناس و الأصدقاء ،الاتصال الجماهيري بالصحف و الاذاعة و التلفزيون. ويرى "لييمان" أن هذه الصور تفيد في اقتصاد التفكير طالما أن الإنسان ليس لديه الوقت و الطاقة بحيث يستجيب لكل حادثة بفتنة و تمييز كافين فهو يسلك في ضوء التوقعات الشائعة.

وهنا يمكن القول بأن المؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر في الاستجابة للبيئة كما تتفق على ذلك معظم المؤلفات في علم النفس الحديث و يتجلى لنا ذلك من خلال مقولة " أن السلوك الانساني يبدأ بالمنبهات أو المؤثرات التي يستجيب لها الناس " و لكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها في ذهن الانسان هي التي تحدد الاستجابة.

فالإنسان يكون فكرة شخصية عن كل فرد يعرفه و كذلك عن أي جماعة من الناس و بالتالي تصبح الفكرة الشخصية عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة الصفات التي نتخيل و نسقطها على كل أصدقائنا. كتفسير لشخصياتهم الواقعية و يتم على أساسها التفاعل مع الآخرين ، و هذا المعنى ظهر في كتابات عديدة اتفقت في مجموعها على أن الأفراد في المجتمعات لا يستجيبون للمفهوم ذاته و لكن للصور التي تتشكل في عقول الأفراد حول هذا المفهوم و هذا ما يفرق بين الصورة المحيطة بالأفراد وتلك التي يختزنونها في عقولهم.⁽¹⁾

❖ علاقة نظرية الصورة الذهنية بدراستنا:

من خلال عرضنا لنظرية الصورة الذهنية و أهم ما جاءت به و مع وجود مديرية الأمن الوطني في خدمة

¹ سريدي شيماء، بوشارب سلاف ،صورة رجل الأمن لدى الرأي العام الجزائري بعد الحراك الشعبي ،مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قلمة ، 2020، ص27.

المواطن الجزائري و كافة الجهود المبذولة من طرفها لإحلال الأمن والأمان وكذا الحملات التحسيسية توعوية حول ارتداء الكمامات الطبية خلال جائحة كوفيد-19 وكذا الخرجات الميدانية للمساهمة في رفع الوعي و شرح آليات التطبيقية الجديدة بالمنشور الوزاري المتعلق بالإلغاء بالعمل بإجراء سحب رخص السياقة، بالإضافة لمتابعة و حماية التلاميذ عند إجراء الامتحانات النهائية مثل شهادة التعليم المتوسط.

يتبين أن هذه العلاقة ساهمت في تكوين صورة مديرية الأمن الوطني الايجابية لدى الجمهور و كيف أن هذه الصورة تحدد سلوكيات المواطنين اتجاه شرطة قلمة و ذلك بفضل الممارسات و الالتزام بفن التعامل الجيد و حسن الإصغاء لكافة التساؤلات المطروحة من طرف المواطنين و كذا الحملات التحسيسية التي تقام في خدمة المواطن لحمايته و الحفاظ على استقراره.

❖ الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة المنهج الذي يتبعه الباحث للاستفادة من خبرة الباحثين السابقين وما توصلوا إليه من خلال بحوثهم العلمية فمن غير الممكن أن ننجز أي دراسة بحثية علمية دون التطرق لها ، ومن أبرز الدراسات السابقة التي تطرقنا إليها في دراستنا هذه هي:

● الدراسة الأولى:

● بعنوان دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات -شركة الشرق العربي للتأمين-أمموجا- رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية الاعلام، جامعة البترا 2015 من إعداد الطالب اسلام أحمد البرايسة .

هدفت هذه الدراسة "دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات" الى التعرف على الاستراتيجيات والجهود التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتكوين الصورة الذهنية عن المنظمة في الشركة الشرق العربي للتأمين -أمموجا-وجاء التساؤل الرئيسي للدراسة :كيف تساهم العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية أو تحسنها للشركات شركة الشرق العربي للتأمين أمموجا وهدفها أيضا معرفة ما هي المهام التي يقوم بها موظف العلاقات العامة ؟

وما هي وسائل الاتصال المستخدمة؟

وما مدى تأهيل موظف العلاقات العامة للمساهمة في بناء الصورة الذهنية ؟

بالإضافة الى التعرف على مدى التعاون والتنسيق بين دائرة العلاقات العامة وادارة الاقسام الاخرى.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدموا استمارة استبيان كأداة جمع البيانات والمعلومات عن الشركة .

نتائج الدراسة :

أظهرت نتائج الدراسة أن الاستراتيجيات التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للشركة جاءت بتقدير مرتفع في حين جاءت الفقرة التي تنص على "أرى أن تكون دائرة العلاقات العامة من صنع

القرار بالمنظمة "بتقدير متوسط.

أظهرت الدراسة ان المهام التي يقوم بها موظف العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للشركة جاء بتقدير مرتفع، حيث جاءت في المرتبة الاولى الاعتراف بإنجازات الموظفين ومساهماتهم في مجال العمل وتكريمهم، بينما تراجعت في المرتبة الاخيرة حل المشكلات والصعوبات التي تواجه العاملين داخل الشركة .

أهم الوسائل التي يتم استخدامها في الشركة هي التقارير السنوية والدورية وخدمة الرسائل النصية والمجلات الخاصة بالشركة الاجتماعات في حين جاءت في المرتبة الاخيرة وبدرجة متوسطة الفضائيات والاذاعات والنشرات الاخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، فايسبوك، تويتر، واتساب.

توصيات الدراسة :

مزال هناك عدم فهم العاملين والادارة عن الصورة الصحيحة لعمل العلاقات العامة ويعزي ذلك الى ان الادارة العليا تنظر للعلاقات العامة على أنها وظيفة تسهيلات والخدمات.

يجب على دائرة العلاقات العامة أن تقوم بجراء بحوث دورية عن الشركة وجمهورها الداخلية والخارجية.

يجب أن تكون دائرة العلاقات العامة قريبة من مركز صنع القرار في الشركة .

● الدراسة الثانية:

بعنوان الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة والاعلام جامعة البترا الاردن 2014من غعداد خلف لافي الحلبا الحماد.

وجاء التساؤل الرئيسي للدراسة كالاتي:ما الصورة الذهنية لرجل الامن عند الرأي العام الاردني؟ وما العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الصورة؟

هدفت الدراسة الى التعرف على الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني بغية تدعيمها أو تغييرها أو تعديلها، بالإضافة الى الوقوف على مدى مساهمة كل من القوانين، والبيئة الاجتماعية، ووسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية لرجل الامن .

ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث أسلوب مسح الرأي العام الذي يعد من أساليب المنهج الوصفي، مستخدماً في ذلك أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة بلغت 450 شخص لجمع البيانات من عينة الدراسة التي تم اختيارها بطريقة عشوائية طبقية، من محافظات: اربد، وعمان، والكرك.

نتائج الدراسة :

- ان الرأي العام الاردني يحمل اتجاهها ايجابيا نحو رجل الامن العام .
- أن التعامل المباشر مع جهاز الامن يعد من اهم مصادر الصورة الذهنية لدى الرأي العام الاردني عن رجل الأمن بنسبة %64.8 يليه التلفاز بنسبة %60.9.
- إن الرأي العام الاردني راض عن أداء رجل الامن العام وسلوكه بنسبة %72.4.

توصيات الدراسة:

أن تضطلع ادارة الامن العام بمهمة توعية كوادرها وتثقيفهم، لرفع مستوى مهاراتهم الاتصالية بالرأي العام، من خلال اقامة دورات لهم بهذا الخصوص .
أن يتولى القائمون على المؤسسات الاعلامية مهمة تعزيز صورة رجل الأمن ودعمها.
أن يتفاعل رجل الامن مع المجتمع المحلي من خلال المشاركة في الفعاليات الاجتماعية لتقوية العلاقة بين رجال الأمن والمواطنين.

● الدراسة الثالثة:

بعنوان فاعلية وظائف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص علاقات عامة والاعلام سنة 2019 من إعداد صباح جابر حسين فزع الزبيدي .

جاءت الدراسة فاعلية وظائف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي، وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي ما فاعلية وظائف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي، وتكمن اهمية الدراسة في تزويد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة نظرا لما تقوم به الصورة الذهنية من دور مهم في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك وقد أصبح تكوين الصورة الطيبة هدفا أساسيا تسعى جميع المؤسسات الى تحقيقه .
تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مفهوم العلاقات العامة ومفهوم الصورة الذهنية لدر رجل الشرطة العراقي وكشف واقع العلاقات العامة في المؤسسات الامنية والشرطية .
استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة وتحليل الظاهرة ووصف طبيعة الظاهرة للعلاقات العامة والصورة الذهنية وأخذت العينة من مجتمع الدراسة الميدانية وبلغت 100 عينة.
نتائج الدراسة :

إن العاملين بإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية العراقية يتمتعون بكفاءة وخبرة والتدريب. وأوضحت الدراسة أن مفهوم الصورة الذهنية في المؤسسات الشرطية واضح ومفهوم ويتمثل في المرونة وفي التعامل والاحترام في العلاقة بين رجل الشرطة والجمهور.
توصيات الدراسة :

ضرورة وضع ميزانية كافية لقسم العلاقات العامة مع الاستعانة بكوادر من ذوي التخصص في العلاقات العامة .

على الادارة أن تحسن الاستماع لآراء من قبل الموظفين والعملاء .

ضرورة توفير عنصر المرونة من قبل الادارة للوصول لصيغة مشتركة للتعامل مع العملاء.

● الدراسة الرابعة:

بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.

دراسة ميدانية بمؤسسة الاملاح بقسنطينة". مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، بجامعة منتوري- قسنطينة . 2006-2007. من إعداد الطالبة "لقصير رزيقة"

مشكلة الدراسة: كيف تحاول المؤسسة التعريف بنفسها ومحاولة كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي؟
وقد ادرجت التساؤلات الفرعية كالتالي:

كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاقتصادية الاملاح لدى جمهورها الخارجي؟

هل تحظى مؤسسة الاملاح بمعرفة واسعة في أوساط أغلب جماهيرها؟

هل تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي؟

هل تحظى مؤسسة الاملاح بثقة جمهورها؟

هل تركز المؤسسة في علاقتها العامة على الوسائل المطبوعة ؟

فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على فرضية رئيسية وأربع فرضيات فرعية.

فرضية الرئيسية:

يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاملاح بقسنطينة لدى جمهورها الخارجي.
فرضيات الفرعية:

تحظى مؤسسة أمالح بقسنطينة بمعرفة واسعة في أوساط أغلب جمهورها الخارجي.

تحظى منتجات مؤسسة أمالح بقسنطينة بتقدير جمهورها الخارجي.

تفتقد مؤسسة الاملاح بقسنطينة بثقة جمهورها الخارجي.

يرتكز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الاملاح بقسنطينة على استعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل.

المنهج الدراسة: هو المنهج الوصفي لما له خصائص تتلاءم وطبيعة الموضوع.

نتائج الدراسة: وفق الفرضيات المطروحة نشاط العلاقات العامة يساهم في تحسين صورة المؤسسة وهذا يؤكد صدق الفرضية الرئيسية.

مؤسسة الاملاح تحظى بمعرفة واسعة لدى أغلب جمهورها وهذا ما يؤكد صدق الفرضية الاولى.

منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي وهذا ما يؤكد صدق الفرضية الثانية للدراسة. مؤسسة الاملاح

تحظى بثقة كبيرة من طرف جمهورها الخارجي مما نتج عنها عدم تصديق الفرضية الثالثة مما بين أن المؤسسة أن

لها مصداقية في تعاملها مع جمهورها الخارجي.

نشاط العلاقات العامة لمؤسسة الاملاح بقسنطينة يركز على استعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل وهذا يبين صدق الفرضية الرابعة للدراسة.

القسم الأول: تأثير اتيكيت الكلام وفن

الاستماع على بناء صورة المؤسسة

الفصل الأول: الصورة الذهنية: المفهوم،

الخصائص، الأبعاد والمكونات

تمهيد:

تعتبر الصورة الذهنية من السمات التي تعطي استنتاجات ومعطيات ومعلومات للفرد أو الجماعة عن نمط المؤسسة وماهي أبرز اتجاهاتها والخدمات التي تقدمها.

والصورة الذهنية ومن خلال مجموعة من التعريفات أنها مجموعة من المعطيات والمعلومات التي تكون غير مباشرة والتي من خلالها يمكن الحكم على المؤسسة بالسلب أو بالإيجاب وللتعمق في موضوع الصورة الذهنية للمؤسسة وتوضيحها أكثر قمنا أولاً بتعريف الصورة الذهنية، ثانياً أنواع الصورة الذهنية وأهدافها، ثالثاً قمنا بذكر خصائص الصورة الذهنية وأهميتها، ثم أبعاد ومكونات الصورة الذهنية وأخيراً العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية .

أولاً: مفهوم الصورة الذهنية:

إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعني بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء عابر أو غير حقيقي أو حتى مجرد وهم، فإن قاموس ويبستر في طبعته الثانية قد عرض تعريفاً لكلمة image بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي أحياء أو محاكاة لتجربة حسية كما أنها قد تكون تجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة. وهي أيضاً استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق.⁽¹⁾

يعرفها علي عجوة بأنها: "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو جنس أو شعب معين أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب لأنها تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها".⁽²⁾

● كما يرى كل من "روبيستون" و"بارلو" أن المفهوم البسيط لمصطلح "صورة المنشأة" يعني ببساطة الصور العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشأة والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة.⁽³⁾

● تعريف ابراهيم الداقوتي: يعرف الصورة الذهنية بأنها تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد و المجموعات لأن معظم تلك الصورة الذهنية عاطفية يصيبها النسيان أو التحويل أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى.⁽⁴⁾

¹ عجوة، علي: العلاقات العامة والصورة الذهنية: القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص 4.

² حردان، هادي الجنابي: الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، د ط، د م، البازوردي للنشر والتوزيع، ص 21

³ عجوة، علي: المرجع نفسه، ص 5.

⁴ باقر، موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، د ط، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 4، 201، ص 55-56.

- تعريف الدكتور جميل صليبا: الصورة الذهنية هي بقاء الاحساس في النفس بعد زوال المؤثر الخارجي أو عودة الاحساسات الى الذهن بعد غياب الاشياء عنها التي تثيرها وهي التي تعود الى مسرح الشعور دون تأثير حسي مباشر.
- وهناك تعريف آخر للصورة الذهنية قدمه كينيث بولدينج: Kenneth boulding عن طريقة تعريفه لصورة المرشح في الانتخابات بأنها: "مجموعة الانطباعات الذاتية التي تتكون في أذهان الباحثين وهذه الانطباعات يمكن أن تكون أفكارا عن القيم السياسية للمرشح أو عن شخصيته أو مقدرته القيادية، ويتكون الكثير من هذه الانطباعات في مناصب رئاسة الدولة من خلال ما تبثه وسائل الاتصال الجماهيرية.⁽¹⁾
- ويقدم وليم سكوت تعريفه للصورة الذهنية في اطار النظريات المعرفية بقوله بأنها: "صورة أمة (أو أي شيء آخر) تتكون من مجموع السمات التي يميزها المرء(أو يتخيلها) عندما يتأمل في هذه الأمة".⁽²⁾

ثانيا: أنواع الصورة الذهنية:

هناك عدة أنواع للصورة الذهنية حسب الآراء و وتصنيفات الباحثين نورد فيما يلي بعضها

❖ التصنيف الأول ويستفاليين وتنقسم إلى:

1. الصورة الذهنية الذاتية: وهي احساس المنظمة بنفسها، وإن بناء صورة ذهنية ناجحة يتطلب من المنظمات أن تبدأ بتغيير صورتها الذاتية، حيث أن التغيير في الصورة المدركة يقع على عاتق الافراد العاملين في المنظمة، وإن لاتصال الذي يجري بينهم وبين الجمهور يقوي أو يضعف الصورة الذهنية لديهم.
2. الصورة الذهنية المرغوبة: هي ما ترغب المنظمة في توصيله عن نفسها للجمهور ويجب أن تخطط المنظمة لصورتها في أذهان جمهورها بشكل جيد، حيث تكون واضحة وبدون غموض.
3. الصورة الذهنية المدركة: هي تصورات، وأحاسيس، والعلاقات، ويعكس الإدراك عند الاشخاص حقيقتهم وهو ادراكهم الشخصي الذي يؤثر على قراراتهم.⁽³⁾

❖ يقسم جيفنكيز انواع الصورة الذهنية كما يلي:

1. الصورة المرآة: هي الصورة التي ترى المنظمة نفسها من خلالها. صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة
2. الصورة الحالية: هي الصورة التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
3. الصورة الرغوبة: هي الصورة التي تود المؤسسة أن تكونها انفسها في أذهان الجماهير .
4. الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير.
5. الصورة المتعددة: تحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنظمة ويعطي كل منهم انطبعا مختلف عن

¹ علي ، عجوة : مرجع سابق، ص 6.

² حردان هادي الجنابي، مرجع سابق، ص21.

³ النوافلة، زين أكرم: الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة، رسالة ماجستير عي الاعلام والعلاقات العامة، جامعة الشرق الاوسط ، عمان ، 2020، ص18.

هذه المنظمة ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تطلها العناصر الإيجابية والسلبية، تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.

6. **الصورة الذهنية النمطية:** بدأت الاستعمالات الأولى لمصطلح الصورة الذهنية النمطية في الحقل المعرفي لعلم النفس حين استخدمه "ولتر مان" في كتابه "الرأي العام" حيث أوضح أن الإنسان يتعلم أن يرى بذهنه القسم الأعظم من العالم الذي لا يستطيع أن يراه أبدا وأن يلمسه وان يشمه أو يسمعه أو يتذكره وهو بالتدرج يصنع لنفسه و داخل ذهنه صوراً يمكن الاعتماد عليها عن العالم و ترجم الباحثين العرب مصطلح الى مصطلح الصورة النمطية والصورة كما ترى في شكل أو صفة الشيء او النمط هو جماعة من الناس أمرهم واحد وتعني أيضا الصنف كذلك أشار العرب المسلمون الأوائل و العلماء الى تفسيرات عديدة للصورة والى مصطلح الصورة النمطية على أنها شيء ينطبق على نمط ثابت أو عام، وخصوصا صور عقلية قياسية يحتفظ بها جميع أفراد المجموعة وتمثل رأيا مبسوطا أو موفقا وجدانيا قابلا للنقد.⁽¹⁾

ثالثا: خصائص الصورة الذهنية

➤ خصائص الصورة الذهنية:

هناك العديد من الخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية من بينها:

✓ **عدم الدقة:** أكد الكثير من الباحثين ان الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، ولعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي لا سيما الان الافراد عادة يلجؤون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.

✓ **الثبات والمقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تتحدد و تؤثر في كمية و كيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية وبعض هذه المتغيرات تتعلق بالصور ذاتها وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.

✓ **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية.

✓ **التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصورة في التنبؤ بالسلوك و التصرفات المستقبلية للجمهور أتجاه المواقف و القضايا والازمات المختلفة فالصورة الذهنية لدى الأفراد باعتجارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تتنبى بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا .

✓ **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان فالفرد لا يقف في تكوينه للصورة الذهنية عند حدود معينة، بل يتخطاها ليكون صورة عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه بل وتمتد الصورة التي يكونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صوراً ذهنية عن

¹ الحماد، خلف: وسائل الإعلام و منظمات المجتمع المدني، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، دار البازوردي للنشر والتوزيع، 2020، ص52.

الماضي، ويكون صوراً ذهنية عن الحاضر بالإضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح ان الإنسان يكون صوراً عن الأزمة و الأماكن المختلفة وفقاً لمعارفه ومدركاته ومشاهدته إضافة إلى قدرته على التحليل والاستنتاج.

- تؤدي إلى الإدراك المتحيز: تؤدي الصورة الذهنية إلى أدراكات متحيزة لدى الأفراد فالصورة الذهنية تبني أساساً على درجة التعصب لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، فمن خلال الصورة الذهنية يرى الأفراد جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ولا تتفق مع اتجاهاتهم.⁽¹⁾

رابعاً: أبعاد الصورة الذهنية ومكوناتها:

❖ أبعاد الصورة الذهنية:

تشتمل الصورة الذهنية على ثلاثة أبعاد أساسية وتتمثل في التالي:

1. البعد المعرفي: ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما وتعد الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة.
2. البعد الوجداني: يقصد به الميل بالإيجاب أو بالسلب اتجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد وتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي.
3. البعد أو المكون السلوكي: ويعكس سلوك الفرد بطبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة.⁽²⁾

❖ مكونات الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية الكلية للمنشأة من عناصر تندمج معاً لتشكيل الصورة الذهنية الكلية للمنشأة وهذه العناصر هي:

1. صورة العلامة التجارية: العلامة التجارية وهي الرمز المرئي لشعار المؤسسة، تتضمن دلالات اتصالية تساعد جمهور المتعاملين على تمييز هوية الشركة، وهي تتمثل في درجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة إيجابية عن المنظمة بتأثير دلالات الرمز على الجمهور، وما نسبة الثقة التي يحصل عليها الجمهور من خلال شعار المؤسسة.
2. صورة منتجات أو خدمات المنظمة: جودة منتجات أو خدمات أي المنظمة ومدى قدرتها على التمايز، ومسايرة التغيير مع اتجاهات العملاء ومواكبتها للتطور العلمي في إنتاجها أو خدماتها وطريقة تقديم هذه الخدمات تؤثر بمجملها على تقييم الجماهير و أعمال المنظمة ومدى كفاءة ادارتها وتساهم في تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير.

¹ المشهداني ، محمد جواد زين الدين: العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017، ص-ص 115-117.

² قبيلان، القبيلان، نجاح: الصورة الذهنية لمهنة المكتبات والمؤسسات المعلوماتية ومستقبلها، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، الرياض، 2016، ص6.

3. صورة إدارة المنظمة (فلسفة المنظمة): إدارة المنشأة هي فلسفة الإدارة في قيادة العمل، وتكمن قدرتها على الاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع الجهات المختلفة والإدارة الجيدة تساهم في خلق شعور لدى الجمهور بالأمان عندما يتعامل معها، والوصول إلى الثقة المطلقة.
4. برامج المسؤولية الاجتماعية للمنشأة: المسؤولية الاجتماعية للمنشأة تجسد الأعمال الفعلية للمنظمة وسياساتها الرسمية اتجاه المجتمع ككل وجاهير المنظمة في كل ما يصدر من قرارات و أفعال، والقيام بما ينبغي اتجاه الجمهور والمجتمع.
5. صورة المنظمة كمكان للعمل: وهذا العنصر يتمثل في توفير بيئة سليمة للعاملين، وخدمات اجتماعية وصحية وحوافز و أجور متميزة كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني و أثاث ونظافة ونظام العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل، وهنا لا بد من التعرف على مدى موافقة الجمهور وشعوره بالراحة والثقة والأمان خلال تعاطيه مع المنظمة في موقعها كمكان للعمل.
6. أداء موظفي المنظمة: وتتمثل في قدرة المنظمة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم وكفاءة وسرعة أداء المهام المنوط بهم مما يعطي انطباعاً إيجابياً نحوها وينبغي التعرف على الصعوبات والمشاكل التي يعاني منها جمهور المتعاملين مع المؤسسة، وسرعة إنجاز العمل، والشعور بالأمان والثقة مع العاملين فيها، ومدى الالتزام بثقافة وفلسفة المؤسسة.
7. كفاءة اتصالات المنظمة: الاتصال كما يحدده خبراء الاتصال هو طريق مزدوج الاتجاه لذلك فهو أقوى العوامل التي تتضمن لطرفي الاتصال أن يتفهم كل منها وجهات نظر الآخر، فيعمل على تحقيق رغباته، تجمعهم في ذلك المصلحة المشتركة بينهما. وتلجأ المنظمات في ممارسة أنشطتها الاتصالية الى وسائل الاتصال الجماهيري من صحف ومجلات وإذاعة مسموعة ومرئية وشبكات الانترنت، كما تلجأ في الغالب إلى وسائل الاتصال الخاصة بها والتي تتمثل في صحيفة النشأة ومجلاتها ونشراتها وأفلامها ومعارضها وتقاريرها ولوحة إعلاناتها إضافة الى الخطابات والمؤتمرات الصحفية والاتصال الشخصي بكافة صورته وأشكاله فضلاً عن دور الاعلان الخاص بالشركة في بناء الصورة الذهنية الذي يقوم بترويج صورة الشركة وإعلاء سمعتها أو لشرح طبيعة عمل الشركة وسياساتها واهتماماتها ومدى تبنيتها لقضايا جمهورها ومدى انخراطها في القضايا الاجتماعية.⁽¹⁾

¹ سعود، محمد ياسين: الصورة الذهنية للكليات الأهلية لدى طلبة الجامعات، دراسة مسحية لآراء الطلبة في كلية المأمون، المجلة العراقية، العدد (2/35)، صص 618-619.

خامسا: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة:

وتتمثل هذه العوامل في ما يلي:

➤ عوامل شخصية:

- السمات الذاتية الشخصية المستقبلية للمعلومات (تعليم - ثقافة - قيم)
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المؤسسة.
- عوامل اجتماعية:
- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم للمعلومات في اتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير .
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

➤ عوامل تنظيمية:

- استراتيجية إدارة المؤسسة التي تعكس فلسفة وثقافة المؤسسة .
- الأعمال الحقيقية للمؤسسة سياستها ومنتجاتها.
- شبكة الاتصالات الكلية للمنظمة وهي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية للمؤسسة مع جماهيرها.
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالمؤسسة والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمؤسسة والجماهير.
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع.
- توصل العلماء الى الصورة الذهنية انحدرت من الاتي:⁽¹⁾
 - الأسرة
 - المؤسسات التربوية
 - الانتاج المعرفي والثقافي
 - وسائل الاعلام.

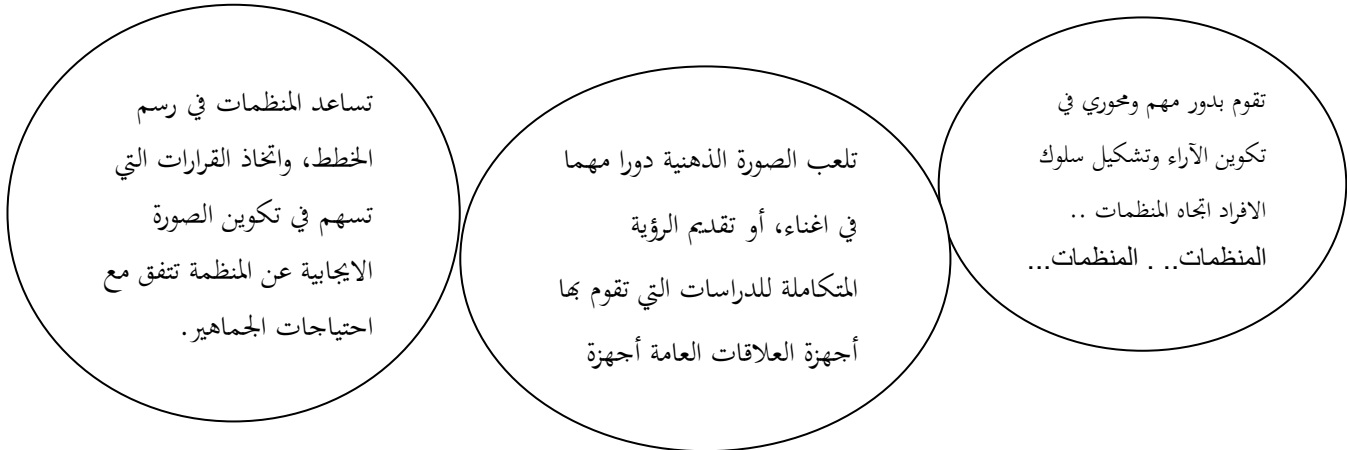
¹ غرسي هدى: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمانية، مذكرة انيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015، ص، 82-83.

سادسا: أهداف وأهمية الصورة الذهنية:

أهداف الصورة الذهنية:

- بناء استراتيجية الصورة الذهنية تسعى في البداية الى اضافة المشروعية على المؤسسة بمعنى اعطاء المؤسسة حقوق لم تكن تتمتع بها من قبل، بالإضافة الى جعلها عنصر فاعلا في المجتمع كما قلنا سابقا، وحتى أن هذه المشروعية تجعلها معروفة لدى الجمهور بمعنى تعريف بالمؤسسة لدى الجمهور.
- القضاء على الاشاعات التي يتم تروييحها عن المؤسسة، التركيز على الاتصال عن طريق الصورة ينهي الاشاعة سواء كانت داخلية أو خارجية وتعيد للمتعاملين ثقتهم في المؤسسة، وتحقيق أهداف مالية من خلال زيادة المبيعات، فالهدف الرئيسي للمؤسسات هو دائما تحقيق الربح.⁽¹⁾
- تهدف سياسة الصورة الى توسيع مجال النشاط أو حتى تغييره، وهنا يكون الاعتماد على الصورة كأداة لتوصيل الرسالة وخاصة من خلال إمضاء المؤسسة أو حتى مساهمتها في النشاطات الثقافية والاجتماعية.
- **أهمية الصورة الذهنية:** تقوم الصورة الذهنية بدور مهم ومحوري في تكوين الآراء، واتخاذ القرارات، وتشكيل سلوك الافراد، وتؤثر في تصرفاتهم اتجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، فهي تعكس الواقع وتنقل المعلومات عنه الى العقل الانساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة وانما يواجهه بشكل غير مباشر معتمدا على الوصف. وتكتسب الصورة اتجاه المنظمات أهمية خاصة من خلال تأثيرها على الجمهور، إذ تقوم الصورة الطيبة للمنظمة بتوجيه اتجاهات الجمهور وسلوكهم، وكلما ازدادت الصورة قوة سهلة استقطاب الجماهير والتأثير عليهم، وتأسيسا على ما سبق فإننا نوجز أهمية الصورة الذهنية للمنظمات في النقاط التالية:⁽²⁾

الشكل (1): أهمية الصورة الذهنية .



*مصدر الشكل: من إعداد أصحاب الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

¹ مسعود رشيدة، بسمة ، رحمان صيرينة: العلاقات العامة كمدخل لبناء الصورة الخدمية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة العقيد أكلي محند أو الحاج ، البويرة ، الجزائر، 2018، ص40.

² حماد خلف: مرجع سبق ذكره، ص، ص62-61.

خلاصة المبحث:

ومن خلال ما تم تداوله من ابرز الخصائص وأهمية الصورة الذهنية ومكوناتها وأنواعها والتي تبين ان الصورة الذهنية هي مفتاح المؤسسة وهي الواجهة التي تتمكن المؤسسة الأمنية من خلالها من تقديم نفسها للجمهور من خلال ما تقدمه من مجهودات يمكن القول أن الصورة الذهنية هي صورة عملية أي أنها ليست صورة هامشية جامدة ولكنها هي ظاهرة ديناميكية متفاعلة والصورة الذهنية لها عدة أشكال منها ما هو إيجابي وما هو سلبى أي أنها تتميز بالتطور والتغير وبهذا يمكن القول أن الصورة الذهنية هي المرآة للمؤسسة ومن خلالها يمكن للفرد أو الجماعات أو الجمهور الخارجي المحيط خارج المؤسسة أن يقيّمها.

القسم الاول: تأثير اتيكيت الكلام وفن

الاستماع على بناء صورة المؤسسة

الفصل الثاني: اتيكيت الكلام وفن الاستماع:

المفهوم، القواعد وتأثيرهما في بناء صورة

المؤسسة

المبحث الأول: مفهوم وأنواع الإتيكيت .

تمهيد:

يعتبر الإتيكيت من أساسيات التعامل من خلال حسن الخلق واللباقة مع الآخرين وطريق لتنظيم حياتنا العملية واليومية وهذا ما تعتمد عليه المؤسسة الأمنية للشرطة بقالملة في حسن تسيير عملها سواء من الداخل أو الخارج مع موظفيها وجمهورها الخارجي خاصة حتى تلقى سمعة واسعة وتكون صورة حسنة في محيطها الخارجي، ومن أهم ما يتوجب على المؤسسة توفره هو حسن المعاملة مع جمهورها الخارجي وذلك من خلال التعامل بإتيكيت الحديث وفن الاستماع، أي التواصل وتبادل الأحاديث وحسن الاستماع للآخرين وتكون عبر قواعد وشروط التي يجب على القائم بالاتصال أن تتوفر في شخصيته وتعامله في عمله داخل المؤسسة وخارجها حتى يكون صورة ذهنية إيجابية وتلقى سمعة واسعة تكسب ثقة جمهورها، ومن خلال هذا قمنا بتعريف ونشأة الإتيكيت مع تحديد أنواعه وأهم قواعده إضافة الى أهمية الإتيكيت .

أولاً: مفهوم الإتيكيت:

يعرف الإتيكيت بأنه أحد أنواع الثقافات الاجتماعية وجزء من النظام السلوكي الاجتماعي، أو ما يعرف بالآداب السلوكية غير المكتوبة، ودليل يحكمها بصفة انعكاس السلوك وتقاليد المجتمع المحلي أكثر من كونه عالمياً. كما أنه يعد أحد الرموز الأخلاقية لثقافة الشعوب وهو ليس موضحة متغيرة بقدر ما يميل الى الثبات.⁽¹⁾ يعرف الإتيكيت أيضاً: هو فن الخصال الحميدة أو "السلوك بالغ التهذيب وتعلق قواعد الإتيكيت بآداب والسلوك والأخلاق والصفات الحسنة.⁽²⁾

ثانياً: أنواع الإتيكيت وأهم قواعده في بناء صورة المؤسسة -شرطة قالملة -

هناك العديد من أنواع الإتيكيت والتي تختلف حسب طبيعة كل فرد ومن ابرز انواع التي يجب على القائم بالاتصال ان يتحلى بها في المؤسسة والتي يمارسها بشكل جوهري والتي يجب ان يلتزم بها ما يلي:

1. إتيكيت التعامل الرسمي والاجتماعي:

يكتمل السلوك الجيد بالأداء الراقي للإنسان وقدرته على التصرف عملياً بكل تهذيب، فيجذب المستمعين اليه ويحظى باحترامهم وينال إعجابهم وترتبط قيمة كل انسان بدرجة تهذيب سلوكه وادائه الاجتماعي.

ومن بين اهم قواعد موضوعات اتيكيت التعامل الرسمي والاجتماعي والتي يجب على القائم بالاتصال العمل بها حتى يكسب ثقة الجمهور ويحسن صورة المؤسسة بأسلوبه ومن أهمها:

■ اهم قواعد اتيكيت التعامل الرسمي والاجتماعي:

¹ النمري، ديان: خطوات الإتيكيت الدبلوماسية ، د ط، مركز الكتاب الأكاديمي ، د م ، د س، ص11.

² عبد الله محمود، عبد العزيز: إدارة المطاعم السياحية ، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان ، 2015، ص147.

- ✓ عليك ان تقبل نفسك كما انت، تقبل مظهرك واسلوبك ولكن حاول دائما تطويره، واحترم البدن الذي يحوي روحك بعدم تعريضه للإيذاء، أو القيام بأي شيء يشينك.
- ✓ يرتكب الانسان في حياته العديد من الاخطاء، ولكن يجب أن تكون هذه الاخطاء وسيلة لمعرفة الصواب وعدم العودة الى الخطأ مرة اخرى.
- ✓ معاملة الاخرين لك انعكاس لمعاملتك لهم، فإن كنت تعاملهم بمودة فسيبادلونك الكلمة الطيبة بمثلها والعكس صحيح.

■ أهم موضوعات إتيكيت التعامل الرسمي والاجتماعي:

أ) المجاملة:

قال تعالى: ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ آل عمران 159.⁽¹⁾

"لا تحقرن من المعروف شيئا ولو أن تلق أحاك بوجه طلق"

تعتبر المجاملة عموما دستور الاتيكيت والبروتوكول وخاصة التعامل الرسمي والاجتماعي ويمكن تعريف المجاملة بأنها: فن الارضاء، حيث تعطي فكرة طيبة عن صاحبها، كما انها تصل بسهولة الى القلب وبمعنى آخر اذا وضع الشخص في اعتباره عند كل تصرف شعور وإحساس وحقوق وتطلعات الاخرين ، فان ذلك يمثل البداية الصحيحة لأصول الاتيكيت.

ويستطيع الانسان بمراعاة شعور الاخرين ان يحقق نجاحا اجتماعيا ،ذلك من يضع في اعتباره التزامه نحو غيره أكثر من التزامه نحو نفسه يصبح احتمال خطأ أقل بكثير من الشخص الملم بقواعد الاتيكيت ،"ولكن وطنوا انفسكم إن احسن الناس ان تحسنوا وان أساءوا تجنبوا اساءتهم " وتدل المجاملة على الاخلاص والبساطة واللباقة على اصل الطيب وبصفة عامة فإن افضل ما توصف به المجاملة ذلك القول "احب لغيرك ما تحب لنفسك"⁽²⁾.

ب/البساطة:

"من تواضع لله رفعه"

تعتبر البساطة من أهم قواعد السلوك البشري ،فهي السلوك الذي يمنحك القدرة على التعبير عن نفسك وتعريف الاخرين بسجاياك . قال تعالى: ﴿تِلْكَ الدَّارُ الْآخِرَةُ نَجْعَلُهَا لِلَّذِينَ لَا يُرِيدُونَ عُلُوًّا فِي الْأَرْضِ وَلَا فَسَادًا وَالْعَاقِبَةُ لِلْمُتَّقِينَ﴾. القصص(83).⁽³⁾

لذلك يجب ان يدرّب الانسان نفسه على البساطة ،واكن في اطار الاعتداد بالنفس بالذات ،وان يكون الانسان صريحا وواضحا وشارته مرنة ومباشرة وتعبر عن ذاته بعيدا عن الخجل المفتعل والحياء المصطنع او التردد في

¹ سورة آل عمران الآية 109.

² محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: فن الاتيكيت والبروتوكول، القاهرة، المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2012، ص-ص 17-20.

³ سورة القصص، الآية 83.

عرض الافكار، وكلما كان الانسان صادقا مع نفسه واكتسب احترام الآخرين.⁽¹⁾

ج) الأسبقية:

تحتل الاسبقية منزلة مهمة جدا في مادة الاتيكيت لأن كل دولة او رئيس ،بل كل فرد يعتر بنفسه ،ولا يقبل ما يمس منزلته واعتباره ،ولذلك فإن الأسبقية موضوع شانك ومسؤولية دقيقة تقع على عاتق من يوكل إليه امر ترتيب وتنظيم الحفلات والدعوات.

وبرغم أن هناك قواعد عامة متعارف عليها: فإن القواعد المحلية لها أثرها يجب احترامها في موطنها، لذلك فإن من حق كل دولة ان تحدد ما يناسبها في نظام الاسبقية، وعلى المقيمين فيها بما فيهم الدبلوماسيون الأجانب وان يحترموا هذا النظام المحلي مادامت القاعدة الموضوعية تطبق عليهم جميعا، وعلى مختلف الطوائف والفئات والافراد، ومع ذلك فلا يكاد يوجد نظام الاسبقية محلي دون ان يشار الى بعض جوانبه بالنقد، ولذلك تميل معظم الدول الى عدم نشر انظمة أسبقيتها حتى لا تفسح المجال للانتقاد والشكوى.

1) الأسبقية بين الدول: يكمن تحديد الاسبقية بين الدول المستقلة بعدة طرق ،ولكل منها مزاياه وعيوبه لأن الدول برغم تفاوت حجمها وقوتها وثرواتها، تعتبر متساوية في السيادة والكرامة الوطنية وأهم هذه الطرق هي: أ) طريقة التناوب: إذا اجتمع مندوبي الدول في مؤتمر او لتوقيع اتفاقية دولية تعطي الاولوية لكل منها في مرة من المرات او مندوبها وبذكر اسمها قبل غيرها.

ب) طريقة القرعة: أي يحدد الترتيب والاولوية بطريقة القرعة

ج) طريقة الحروف الابجدية: وبموجبها يكون ترتيب الدول وفقا للحروف الاولى من اسمها وذلك باللغة الانجليزية أو الفرنسية او غير ذلك وفقا للغة الاولى التي تستخدم في تلك المناسبة هذه الطريقة تستخدم الان وهي تتبع في الامم المتحدة باللغة الانجليزية والجامعة العربية باللغة العربية.

يلاحظ في المؤتمرات أن رئاسة المؤتمر تترك مجاملة وبالإجماع للدولة المضيضة، أي التي ينعقد المؤتمر في أرضها وفي هذه الحالة يتولى رئيس وفدها رئاسة المؤتمر في حين يقوم زميله التالي له في عضوية الوفد برئاسة وفد بلاده.

1) الأسبقية بين الملوك: لم يعد الملوك ورؤساء الدول السيادة أي امتياز فيما بينهم وأصبح الجميع متساوين في المركز من جهة نظر المراسم والقانون الدولي. بصرف النظر عما يحملون من ألقاب.

ولا توجد اتفاقية أو قاعدة حتمية تحدد نظاما معيناً للأسبقية في حالة اجتماع بعضهم في مكان واحد فإذا اجتمع اثنان منهم، أعطى الرئيس المضيف الأسبقية للرئيس المضيف، وفقا لتقاليد الضيافة أما إذا اجتمع أكثر من اثنين، فقد جرى العرف على استطلاع الآراء في اجتماع تحضيرى لتقرير الاسبقية وفقا لإحدى القواعد الآتية:

■ تاريخ التاج (أقدمية العرش).

¹ محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره، ص28.

■ تاريخ تولي الحكم.

■ الترتيب الأبجدي لأسماء الدول.⁽¹⁾

(د) التقديم والتعارف: من خلال الحفلات الرسمية او المناسبات ذات طابع محلي او دولي ،تتطلب طبيعة عمل رجل العلاقات العامة او المراسم او من يعمل في السلك الدبلوماسي إلى التعرف على الآخرين او قد يكون الوسيط في تعريف شخصيتين ببعضهما البعض.⁽²⁾

(و) التحية والمصافحة: تعتبر المصافحة عن طريق تشابك الايدي الوسيلة المعتادة للتحية في معظم المجتمعات، وتتطلب المصافحة جهدا لأدائها إذا كان الشخص لا يلم بقواعد وأسلوب المصافحة السليم، لأن إطالتها تبعث على الضيق عند بعض الأشخاص فإذا كانت المصافحة بين رجل وسيدة فإذا اطالة تشابك أيديهما سيكون باعثا على لفت الانظار، وعلى العكس لا يجب ان يكون زمن المصافحة من القصر بحيث يبدوا وكأنه مجرد تلامس بين الأيدي.

ويراعي عند المصافحة مجموعة من المبادئ التالية:

- الشخص الأكبر منزلة هو الذي يبادر بمد يده مصافحا.
- يعم تحية السيدات قبل الرجال.
- ويجب على الرجل ألا يبدأ بمصافحة السيدة، ولكن المرأة هي التي تعطيه الإذن بالمصافحة، حيث تكون هي البادئة ومد اليد وفي غير ذلك كما في المجتمعات الإسلامية.
- يكتفي بإلقاء التحية.
- لا يجوز المصافحة فتلتقي يدي شخصين آخرين يتصافحان.
- من غير اللائق ان تتم المصافحة مع ارتداء القفاز.
- وعند ترك مكان الحفل يجب توديع المدعويين بلطف ومجاملة مع إضافة كلمة شكر عن تمتع بمأدبة او الحفل.

2- إتيكيت الحديث:

يعتبر الحديث وإجابته إحدى ضرورات المجتمع المتحضرة، ويتطلب فن الحديث متابعة المستمعين، والرغبة في سماع الحديث من خلال كل كلمة يقولها المتحدث.

¹ محمد العالم، صفوت: آداب المراسم والبروتوكول وفنون الاتيكيت ،جامعة القاهرة، 2017، ص ص9- 10.

² محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره، ص22.

ويعتبر الحديث موهبة من الله سبحانه وتعالى ، وهو من المواهب التي يستطيع الانسان تنميتها ، وهو ضرورة للمشتغلين في مجالات متنوعة وعلى اتصال بالجمهور أهمها العلاقات العامة والمراسم .

(أ) إدارة الحديث:

"خير الكلام ما قل ودل"

يستطيع الإنسان أن يحكم على شخصية إنسان آخر ومستوى تعليمه وثقافته ، وأسلوب حياته ، والوسط الاجتماعي الذي ينتمي اليه من خلال حديثه ومن نبرات صوته.

وفي المجتمع العربي هناك من يتحدثون بلغة المثقفين وآخرون لا يتخلون عن لهجاتهم المحلية وبين هذه وتلك عشرات اللهجات، وكذلك في الحضارة العربية.

ونتيجة لذلك يجب تجنب استخدام المصطلحات الخاصة بفئات اجتماعية معينة لأنها غالباً ما تحمل مدلولات يقتصر استعمالها على تلك الفئات الاجتماعية وفي حالات خاصة، ومن الأسلم استخدام اللغة الصحيحة والسهلة، إلا إذا كنت ضليعا وتعرف تاريخ وأسرار اللغة التي تتحدث بها، عندئذ لا شك أنك تعرف الكلمات الثقيلة التي يجب تجنبها وتستطيع ان تختار الكلمات والمصطلحات التي يقبلها المجتمع والمكان الذي نتحدث فيه دائماً "خاطبوا الناس على قدر عقولهم" ويعتبر الحديث بسهولة وبشكل صحيح مجموعة من الناس بلغة أجنبية، ليس من الامور السهلة واذا فمن المفيد التدرج على إدارة المحادثة، والبدء بممارستها مع مجموعة من المتحدثين باللغة العربية وتسجيل الملاحظات.⁽¹⁾

وتوجد بعض الحالات لا يستطيع فيها الانسان أن يطلق حديثه العنان فيقول ما يشاء ، وخاصة عندما يكون في اجتماع يضم أفكار متنوعة، وأعمار مختلفة، فاختيار موضوع الحديث في هذه الحالة ينبغي أن يناسب مختلف الأذواق ولا داعي للحديث في موضوع متخصص لا يلم به الحاضرون ومن المحظور استغلال مثل هذه القاعدة على حضارة أو مجتمع بعينه، فهي من آداب كل المجتمعات.

(ب) الحديث باللغات الأجنبية:

من المؤلف جدا لأي عربي ان يتكلم اللغة الانجليزية أو الفرنسية أو الألمانية أو الاسبانية أو الروسية أو اليابانية بلكنة واضحة ولهذا السبب فإن الحاجة ماسة عند الكلام أو في المقابلات الهامة أن ترتب حصيلتك اللغوية وأن تبحث عم لديك من مصطلحات مفيدة ومرتبطة بموضوع الحديث الذي تريد ان تعالجه ، ويعتبر متحدثي اللغة العربية بما فيها من ثروة زاخرة في أحرفها وتركيبها وبنيتها أكثر الشعوب قدرة على التكيف مع نبرات اللغات الأوروبية ،ولمن هذا التكيف يحتاج الى جهد ودراسة ولا علاقة له بالوراثة.⁽²⁾

ولكي يطمئن الانسان على وضعه يكفي أن تسمع الفرنسي يتحدث الإنجليزية والإنجليزي يتحدث الفرنسية لتعرف أن العربي محظوظ في سيطرته على نبرات اللغات الأجنبية ونطقها أفضل من غيره لكن المهم هو

¹ محمود أحمد ، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره، ص26، 25.

² عبد الله محمود، عبد العزيز : مرجع سبق ذكره، ص135.

تجنب الكلام المعيب والبناء اللغوي الخاطئ والكلمات الثقيلة قدر الإمكان ورفع الكلفة والمناداة بالاسم الأول للأشخاص: يدل التخاطب مع الآخرين بالناداة بالاسم الاول مجردا من الألقاب على رفع الكلفة بين المتخاطبين ويعتبر ذلك من الأمور الطبيعية بين أفراد الأسرة الواحدة أو الأصدقاء متقاربي السن، ولا يجوز عند التعارف لأول مرة أو أثناء المقابلات العمل أو المقابلات الرسمية أن ينادي الشخص الآخر باسمه مجرد من ألقابه سواء العملية أو الألقاب المتعارف عليها السائدة في المجتمع أو أن يتم مخاطبة شخص ما بلقب غير محبب الى نفسه.

(ج) الإصغاء:

حيث يعتبر الاتصال الجيد والواعي مهارة لازمة ومكملة لفن الحديث ، تستدعي التركيز وبذل الجهد ومن المقالات التي يرددها خبراء علم النفس أننا نفكر بأضعاف السرعة التي نتكلم بها، ولذلك حيث نصت تكون عقولنا في سباق، وعلى ذلك فإننا غالبا ما نستيقظ أو نطرح أفكارنا وأحكامنا ما يقال لنا طبقا لما يردد في أذهاننا، وليس طبقا لما نستقبله من رسائل أخرى.

لذلك يجب أن يستغل حكمة الإنصات الجيد والتفكير أثناء الإصغاء، وأن يكون الرد على ما يقال فعلا وهناك سببا آخر تقليدي، وهو أنه لا يستطيع الإنصات الجيد والفعال في الحوار لأنه كثيرا ما يطمح في "أخذ الميكروفون" والتحدث بدلا من الإنصات وبالتالي لا تكون لديه أصلا رغبة في معرفة ما يقوله الآخرون.

(د) لغة الجسم:

تعتبر الإيماءات والتعبيرات التي تصدر عن الإنسان بشكل إرادي أو لا إرادي في كثير من الأحيان من أقوى الكلمات، وهذا ما يسمى بلغة الجسم، فكما أن الصوت يعبر عن صاحبه فإن الجسم بتعبيراته المختلفة يعكس انطباعاتنا سواء كانت ايجابية أو سلبية.⁽¹⁾

2- إتيكيت الملابس:

يعطي الشخص أهمية للقواعد المنظمة والسائدة في المجتمع الذي يعيش فيه بالنسبة للملابس خاصة في المناسبات الرسمية، ولقد انتهت عادة ارتداء الملابس الرسمية وملابس التشريفات في معظم الدول بعد الحرب العالمية الثانية فيما عدا بعض الدول المعدودة، وخاصة الملكية منها التي لا تزال متمسكة بهذه التقاليد، أو في بعض المناسبات الخاصة بالمجتمع الدبلوماسي وحتى المبعوثون الدبلوماسيون فإن التغيير الحادث في المجتمعات بصفة عامة جعلهم يكتفون حاليا بارتداء الملابس المدنية العادية²، وكذلك الملابس الرسمية والغير رسمية في معظم المناسبات، على غرار المؤسسات الأمنية.

الملابس الرسمية:

¹ محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره، ص 25-28.

² محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره، ص 38.

وهي الملابس التي يتم ارتداؤها في المناسبات الرسمية مثل حفلات الزفاف وحفلات التكريم ومختلف الحفلات الرسمية الأخرى⁽¹⁾، كما نجد في مؤسسة الشرطة الجزائرية لباسا عصريا مستلهما من نماذج أزياء الشرطة الإيطالية الفرنسية وكذا الأمريكية باستعمال نوعيات فاخرة من القماش المستورد خصيصا للزبي الجديد. وقد تم تبني بذلتين احدهما للإطارات والتي تبدوا على الشكل الكلاسيكي باللون الأزرق القاتم وقميص أبيض، أما البذلة الثانية والتي يرتديها غالبية الأعوان الرتبة كالأمن العمومي، شرطة الحدود، الشرطة القضائية، بحيث تكون في شكل قميص من نوع "بولو" باللون الأزرق الفاتح وسروال ميداني من نوع الحربي "وحذاء من نوع "رنجرس"، إضافة الى جزام جامع أمريكي يضم جميع الوسائل "combat". التي يحتاج اليها لأداء مهامه.⁽²⁾

الملابس الرسمية المعتمدة في المؤسسات الأمنية لها أهمية كبيرة للتعبير على هيئة وصورة المؤسسات الأمنية. الملابس الغير رسمية: هي الملابس التي تستخدم للارتداء اليومي حيث تتسم الحضارة اليوم بالسرعة وقد أثر ذلك على اللغة والاحلاق، والسلوك، وطرق التعامل بين الناس كذلك المظهر العام للناس وملابسهم وفي كل الأحوال يجب أن يكون الانسان أنيقا وأكثر هنداما للتعبير على شخصيته. إتيكيت الحفلات والولائم:

يعتبر سلوك الشخص في الحفلات والولائم، وبصفة خاصة على المائدة انعكاس للمجتمع والطبقة التي ينتمي اليها هذا الشخص وتعتبر الحفلات والولائم مدخلا هاما للحياة الرسمية والاجتماعية ويحرص رجال السياسة والدبلوماسية على إقامة هذه الحفلات والمآدب من أجل كسب عدد من الصداقات وتسهيل عملية الاتصال بالناس.

● ولمزيد من التفصيل سنتناول الموضوعات التالية:

احترام المواعيد:

قال تعالى: ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴾ الإسراء 34.

تعتبر الدقة في المواعيد من الأمور الحتمية، وعدم الدقة في المواعيد ليس مجرد احدى الصفات التي تتنافى مع الذوق السليم بل تتعارض مع الأخلاق الحميدة أساس فنون الإتيكيت، وليس معنى احترام المواعيد هو الوصول الى مكان الاجتماع او المناسبة قبل الموعد فإن ذلك أيضا يعتبر من قبيل عدم احترام المواعيد لدخول مكان المناسبة قبل الموعد بوقت كبير.

وفي نفس الوقت ليس الحديث عن احترام المواعيد موجهها فقط الى المدعو للاجتماع او المناسبة او الحفل، ولكن الى الداعي أيضا، فقد يحضر أحد الأشخاص إحدى المناسبات في الموعد المحدد دون وصول الداعي فإن ذلك من قبيل الصفات التي تتنافى مع الذوق السليم وقواعد الإتيكيت.⁽³⁾

¹ <https://ar.strephonsays.com>.

² <https://army.alafdal.net>

³ محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان، مرجع سبق ذكره ، ص42.

الخطأ والاعتذار:

"كل ابن آدم خطاء، وخير الخطائين التوابين"

يرتبط السلوك المتحضر للإنسان حين يصدر منه أي خطأ أو نقد اتجاه الآخرين ضرورة الاعتذار عما بدر منه .

وقد يرى البعض أن هناك بعض الأمور التي يعتبرها بسيطة لا تستوجب الاعتذار بينما يرى الإنسان المتحضر أنها تستوجب ذلك وعلى سبيل المثال عندما يتخطى أحد الأشخاص مكتنا مزدحما بالناس مثل حفلات الاستقبال، إذ عد الاحتكاك بشخص ما فيا الطريق العام، أو الجلوس مضطرا في وضع عكس الاتجاه بشخص آخر أو عند صدور حركة طبيعية بصوت مسموع وخارجة عن الإرادة مثل العطس أو التجشؤ وبجانب هذه الأمور البسيطة في شكلها والكبيرة في دلالات السلوك المتحضر، يوجد نوعا آخر من الاعتذار وهو الاعتذار عن تلبية دعوة موجهة لنا.

فإذا وجهت لشخص دعوة لحضور إحدى المناسبات فعليه المبادرة واتخاذ القرار، والبت فيما إذا كان سيحضر هذه المناسبة أو سيعتذر عن عدم الحضور.

إتيكيت حفلات العشاء:

تعتبر ولائم العشاء إحدى المناسبات الاجتماعية، والتي تدل على الاحترام والتقدير من الداعي للمدعوين، وذلك أكثر من أي دعوة لحفل آخر. ومن الأمور التي يجب ان تراعى:

- توقيت إرسال بطاقة الدعوة.
- مواعيد الوصول والانصراف من الوليمة.
- ملابس حفل العشاء.
- عند الوصول الى مكان الحفل قبل العشاء.
- دخول قاعة الطعام والجلوس على المائدة.
- بعد الجلوس على المائد.

إتيكيت حفلات الغداء:

يعتبر الإتيكيت الخاص بمآدب الغداء أقل و أبسط منه في مآدب العشاء وتتركز أهم قواعد الإتيكيت لهذا النوع من المآدب ما يلي:

- يقود المضيف السيدة الأولى فقط الى مقعدها، ويتبعها باقي المدعوين، ثم السيدات المتزوجات ثم السيدات غير المتزوجات أولا فالرجال.
- تلبس الملابس العادية في ولائم الغداء.

- تكون قائمة الطعام في الغداء أبسط من قائمة الطعام في العشاء، وقد تتضمن أولاً الحساء.⁽¹⁾

إتيكيت الاجتماعات والمقابلات:

تعرف الاجتماعات بأنها جميع أشكال اللقاءات التي تتم بين الافراد لتبادل الافكار والآراء والمعلومات وتحقيق التفاهم بين المجموعة، وتعتبر الاجتماعات بكافة أشكالها أداة اتصال فعالة تستعين بها الإدارة في حل مشكلات العمل أو الحصول على البيانات والمعلومات لاتخاذ القرارات ورسم الخطط وتبادل وجهات النظر ومناقشتها مع المجتمعين .

ولكي يحقق الاجتماع أهدافه يجب أن يخطط له بحيث يحدد الغرض منه فلا يطالب من العضو التوجه الى اجتماع دون ان لا يعرف الغرض منه، كما يجب أن تحدد موضوعات المناقشة في الاجتماع والاعضاء الذين يشاركون فيه وموعده، فضلاً عن اعداد كافة الترتيبات اللازمة لعقد الاجتماع وإجراء المراجعة النهائية أو الكتيبات كوسيلة للإيضاح تسهل المهمة وليستوعب الأعضاء ما يقدمه من معلومات.

- أما المقابلات واللقاءات الرسمية فتعتمد بصفة أساسية على عملية تبادل الآراء والاخذ والرد بين طرفي المقابلة وعادة ما يكون الهدف من المقابلات أو اللقاءات تحقيق غرض أو عدة أغراض مما يلي:

- الحصول على المعلومات ومعرفة الحقائق.

- نقل المعلومات.

- التأثير أو الدفع.

- تحقيق التعاون.

إدارة الاجتماع:

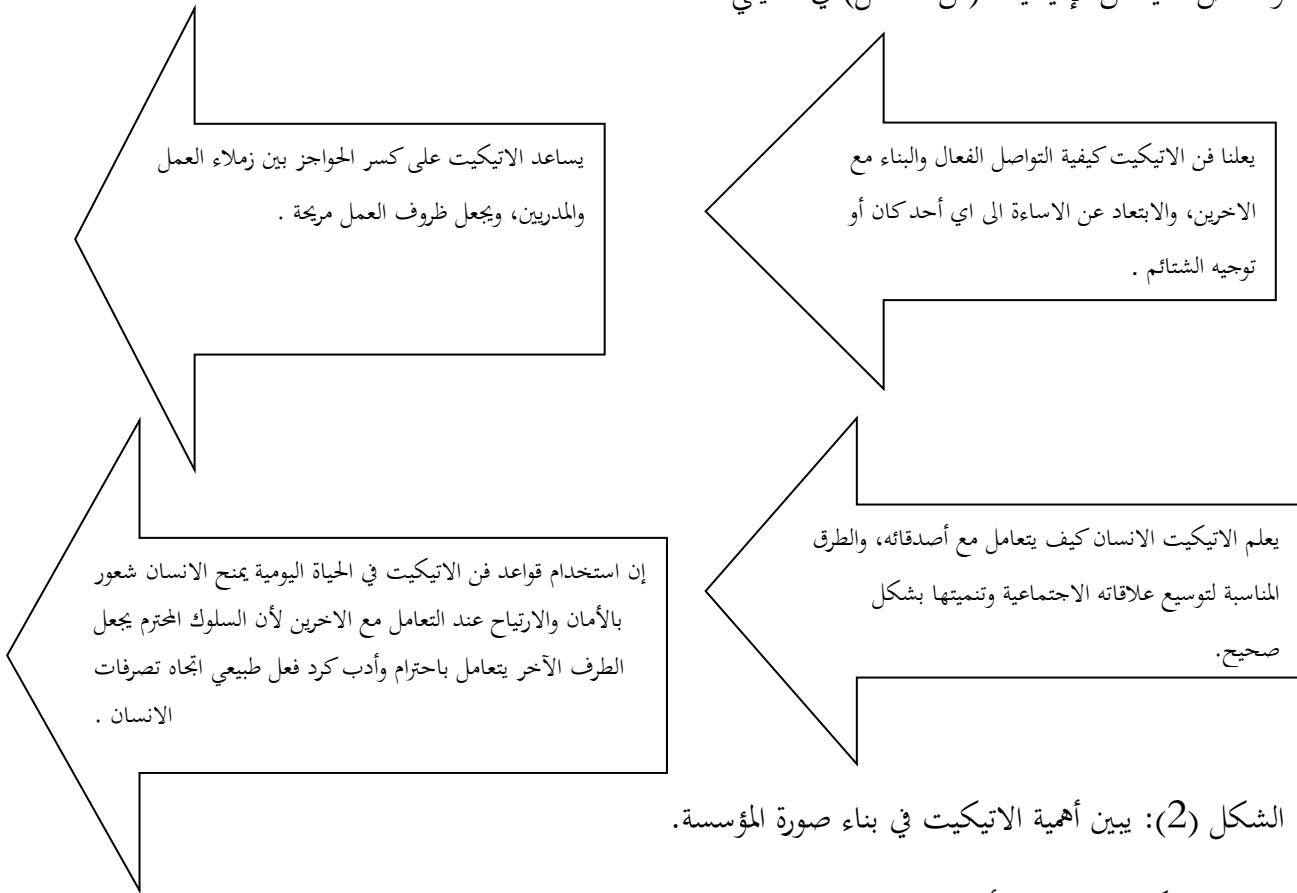
عند إدارة اجتماع يصبح من يرأسه في دائرة الضوء فبجانب المهارات الإدارية يجب أن يتمتع من يدير الاجتماع بالمعرفة التامة بالإتيكيت وبروتوكول إدارة الاجتماعات.

وتلخص اهم قواعد الاتيكيت والبروتوكول الواجب مراعاتها عند إدارة الاجتماع ما يلي:

- التفكير الجيد في موعد الاجتماع.
- إخطار المشاركين في الاجتماع قبل عقده بوقت كافي.
- تقديم الاعتذار في حالة عدم إخطار المشاركين قبل الاجتماع بوقت كافي.
- توزيع جدول أعمال الاجتماع قبل مواعده بوقت كافي.
- يقرر الداعي للاجتماع مسبقا الوقت المناسب لانتظار المشاركين المتأخرين عن الحضور.
- تقديم المشاركين الجدد الى الاجتماع بسلوك محامل.
- معاملة المسؤولين التنفيذيين الأصغر سنا بطريقة انسانية.

¹ محمود، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره ، ص33.

- الوعي والادراك لأي توتر يمكن حدوثه أثناء المناقشات والعمل على إزالته.
 - أن يضع رئيس الاجتماع مع من يحاولون أخذ أكثر من حقهم بذلك وسرعة بديهة.
 - العمل على أن يكون مكان الاجتماع مريحاً للجميع.
 - الثناء على كل من يقدم ايضاحات أو عرضاً أو كلمة في الاجتماع والثناء على كل من ساعد في الاعداد للاجتماع.
 - إبلاغ المجتمعين بموعد الاجتماع المقبل.⁽¹⁾
- أهمية الاتيكيت في بناء صورة المؤسسة:
- يؤدي الاتيكيت دور مهم في حياة المجتمع وخاصة في معاملاته، ومجاملاته، فالذوق الحضاري الجميل من طرف اعوان المؤسسة الامنية في التعامل الجيد مع المواطنين يسهل ويساعد كثيراً في تقبل الجمهور الخارجي لدور المؤسسة الامنية في الحفاظ على الاستقرار، وبذلك يعيش المجتمع في تضامن وتعاون وانسجام كامل، تدوب بينهم الحواجز الاجتماعية والعرقية والطائفية والقبلية والجهوية وينخرط مع المجتمع وتلخص أهمية فن الإتيكيت (فن التعامل) في ما يلي:⁽²⁾



الشكل (2): يبين أهمية الاتيكيت في بناء صورة المؤسسة.

مصدر الشكل: من إعداد أصحاب الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

¹ محمود، عبد الفتاح رضوان: المرجع سبق ذكره، ص 37.

² <https://www.annajah.net> 16-04-2022 17M45

وبهذا يمكننا القول بأن إتيكيت له تأثير كبير ومهم في ترقية أسلوب الإنساني في طريقة التعامل الأفراد مع بعضهم البعض وخاصة في المؤسسات مما يحسن من صورة المؤسسة وخاصة إذا كانت تعمل على تطبيق فن الإتيكيت مما يجعلها ترقى إلى مستوى الاحتراف وتلقى الاحترام وسمعة واسعة وكبيرة في محيطها الخارجي و من بينها المؤسسة الأمنية وهذا ما يسعى إليه العاملون بها وخاصة القائمين على الاتصال و العلاقات العامة و لهم دور في تحسين صورة المؤسسة من فن التعامل وطريقة التعامل بالكلام مع الجمهور والتجاوب بالاستماع مع بعضهم البعض مما يجعل العمل أكثر احترافية وهذا ما يحسن من صورة المؤسسة -شرطة قالمة -وتلقى التقييم من جمهورها الخارجي.

المبحث الثاني: خصائص إتيكيت الكلام وشروطه لبناء صورة المؤسسة:

أولاً: مفهوم إتيكيت الكلام:

لغة: هو عبارة عن الأصوات المفيدة، وعند المتكلمين هو المعنى القائم بالنفس الذي يعبر عنه بألفاظ، يقال: "في نفس الكلام".

اصطلاحاً: فهو الكلام المنطوق الذي يعبر به المتكلم عما في نفسه من هواجس وخواطر، أو ما يجول بخاطره من مشاعر وأحاسيس، وما يزخر به عقله من رأي أو فكرة، وما يريد أن يزود به غيره من معلومات إلى نحو ذلك.⁽¹⁾ ويعرف الكلام: هو القول و الخطاب الذي يحتوي على معنى معين، ويظهر على شكل مجموعة من الاصوات المتتالية كما يشمل الكلام عدة ألفاظ يستخدمها الانسان للتعبير عن نفسه.⁽²⁾

التعريف الاجرائي: هو قدرة المتكلم على نقل رسالته الشفوية الى المستمع بطريقة منظمة ولغة سليمة ونطقاً جيد وتكون إيماءات الوجه ولغة الجسد مناسبة حسب الوضعية أو حالة الموقف.

ثانياً: خصائص وقواعد إتيكيت الكلام في بناء صورة المؤسسة -شرطة قالمة -:

1. خصائص إتيكيت الكلام:

- 1- وجود هدف مفهوم وواضح لموضوع الكلام.
- 2- وجود استماع إيجابي بين أطراف الحديث مما يساهم في استمراريته.
- 3- توفير الجهد والوقت .
- 4- توفير فرص تدعيم الصداقة والتعاون وإزالة وتخفيض فرص التوقر.
- 5- يحمل تغذية عكسية مباشرة .

¹ إبراهيم، إباد عبد الحميد: المهارات الأساسية في اللغة العربية، د ط ، د م، مركز الكتاب الأكاديمي، كلية الشرطة ، د س، ص15.

² موسوعة طب 21: تعلم فن الكلام.

6- تقييم المفاهيم والآراء بين طرفي الاتصال أثناء اللقاء.⁽¹⁾

2. قواعد إتيكيت الكلام:

إن آداب الحديث هي ثمرة حضارية ومدنية متطورة باستمرار وهناك قواعد ذهبية في آداب الحديث وهي ما يلي:
القاعدة الأولى:

مراعاة الاعتدال في الكلام فلا تعمد الى التطويل الممل والاقبال المخل فإن الاكتفاء بالعبارات المبتورة المكونة من كلمة أو كلمتين يشعر الضيف أنك تستهين به.

القاعدة الثانية:

أن تحسن اختيار موضوع الحديث بما يناسب الحاضرين وبأسلوب ولهجة تتفق مع معلوماتهم مدركاتهم ومدى اهتمامهم.

القاعدة الثالثة:

لا تجعل حديثك في المجتمع معرضا لمعلوماتك الواسعة، اعرف حدود قدراتك وإمكانياتك ولا تثبت برأيك أثناء الحوار وتقبل الجدل والنقاش دون تعصب.

القاعدة الرابعة:

آداب الحديث ليس في حسن الكلام فقط وإنما من أهم أركانه حسن الاستماع.⁽²⁾

ثالثا: شروط نجاح إتيكيت الكلام وأهميتها في بناء صورة المؤسسة الأمنية :

❖ شروط نجاح إتيكيت الكلام:

يتطلب حسن الكلام شروط موضوعية لها قدرة التأثير وتكسب صاحبه التقدير والاحترام ونذكر:

1- أهمية المتكلم ويندرج تحتها: ملامح اللباس اللائق لمقتضى الحال والمناسبة فحسبه ينبئ عن شخصية ذات الحس الجمالي يؤثر في مدى تقبل المستمع للكلام.

أن يكون الوقوف أو الجلوس أثناء الكلام مناسبا، يدل على الاهتمام بالمتلقي، فالإقبال بالوجه، أو اعتدال القامة والاستخدام السليم لملامح الوجه والإشارات، ومواجهة المستمعين من المكان المناسب تعد خصالا حميدة من الضرورة مراعاتها.

2- نبرة الصوت:

وضوح الصوت وذلك بإخراج الحروف من مخارجها لئلا تتشابك في الكلمة الواحدة أو الكلمتان المتتاليتان أن يكون ارتفاع الصوت وخفضه مناسب لطبيعة التراكيب ودلالاتها فالاستفهام يتطلب تنغيما مغايرا للخبر أو الامر وهكذا يشعر المتلقي بتفاعل المتكلم مع النص الذي ينطقه حتى يؤثر فيه ويتفاعل معه.

¹ توبة، حولة: المهارات الاتصالية ودورها في تحسين سلوك العاملين، مذكرة ماستر اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2019، ص49.

² سعد، سلمان المشهداني: مرجع سبق ذكره، ص ص115، 117.

3- طبيعة الكلام:

من أهداف الكلام الافصاح والابانة عن فكرة ما، بأفضل اسلوب ولذلك ينبغي مراعاة ما يلي:

- مناسبة الكلام لطبيعة الموقف أو الموضوع الذي يتحدث عنه.
- دقة افصاح الكلام عن معانيه الخفية ويكون الايجاز من غير إخلال بالمعاني، لأن الاطالة والتكرار يذهبان رونق الكلام، فيعزف المستمع عنه ويميل أي تجنب الاستطراد والتفريغ غير الضروري حرصا على محورية الفكرة.
- الثقة بالنفس وامتلاك الشجاعة الادبية في التعبير.⁽¹⁾

❖ أهمية اتيكيت الكلام في بناء صورة المؤسسة -شرطة قالمه :-

للاتصال اربع مهارات رئيسية هي المحادثة ،الاستماع ،الكتابة ،القراءة ،ويعد التحدث الوسيلة الاساسية للتواصل، ويشكل أداة اتصال سريعة بين الافراد. والفرد الذي يتقن مهارات التحدث ويكون قادرا على ضبطه وإدارته ،غالبا ما يكون ذلك سببا من أسباب إحرازه النجاح في حياته العامة، وخاصة، لأن المتحدث يعطي انطبعا عن شخصيته للآخرين من خلال كلامه وأسلوبه في الحديث، لذلك يعتبر التحدث وسيلة يحقق بها الفرد ذاته من خلال تفاعله مع الآخرين⁽²⁾، وإن اتصال المؤسسة بجمهورها وحسن استخدام هذه المهارات الأربعة سينعكس على صورة المؤسسة و سمعتها في المحيط الخارجي.

وتكمن أيضا أهمية اتيكيت الكلام في:

- الكلام كوسيلة إفهام سبق الكتابة في الوجود.
- التدريب على الكلام يعود الانسان الطلاقة في التعبير عن أفكاره.⁽³⁾
- هو وسيلة لنقل الافكار من المتحدث الى المتلقي.
- وسيلة لنقل التأثير من شخص لآخر.
- وسيلة لإقناع الآخرين بوجهة نظر المتحدث.⁽⁴⁾

النتيجة مما سبق أن فن الكلام له أهمية كبيرة في تأثير وأخذ انطباع جيد على المؤسسة الأمنية للشرطة في حسن التعامل خاصة وبشكل كبير فن الكلام و فن الاستماع، لهذا يجب مراعاة قواعد وآداب الكلام التي يجب على القائمين بالاتصال التحلي بها أثناء حديثه مع الجمهور الخارجي للمؤسسة وذلك من خلال اختيار كلماته بعناية وأن يحدثهم بلباقة واحترام، بحيث يستطيع أن يؤثر فيهم ويحسن استماعهم اليه.

¹ عزوز، أحمد: الاتصال ومهاراته، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2016، ص،ص62-60.

² القمزي، حمد بن عبد الله: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال ، ط2، القاهرة ، روابط للنشر والتوزيع، 2017، ص84.

³ أغوس، جوكو تريونو، فعالية استخدام الطريقة المباشرة في تعليم مهارة الكلام، مذكرة ماجستير، جامعة مولانا مالك ابراهيم الاسلامية الحكومية بمالانج، 2009، ص19.

⁴ العساف، عبد الله خلف: ثقافة التواصل الفعال، الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 2016، ص50.

- وكل هذا يجذب الجمهور ويعطي نظرة إيجابية مما يزيد من سمعة المؤسسة ويعطي انطباع جيد عن المؤسسة
- رابعا: مقاييس نجاح عملية الكلام:
 - التفاعل بين الأفراد للتحديث.
 - الاهتمام بالحديث وعدم الانشغال بغيره.
 - المتابعة بحيث لا يكون الإصغاء من قبل المتلقي متوقفا على اللحظات الأولى من استقباله للحديث.
 - المناقشة حيث ينبغي على المتلقي أن يناقش المتحدث ولا يضل صامتا.
 - وفي لغة الجسد يجب أن يكون المتلقي مائلا بجسده نحو المتحدث وعليه علامات الرضى وفتحا يديه.
 - ويحدد يوسف أبو الحجاج وآخرون تقنيات التحديث الجذاب كالآتي:
 - استخدام النماذج والأمثلة.
 - الانتباه الى ردود أفعال الجمهور والقدرة على الاجابة بفاعلية عن أسئلتهم .
 - اختيار النغمة الصوت التي تناسب موضوع الحديث والتحكم في أسلوب نطق الكلمات.
 - تجنب الكلمات أو المعاني الصعبة أو المعقدة.
 - مراعاة تعابير الوجه وحركة اليدين والجسم التي تتلاءم مع سياق الحديث.
 - تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة لأفكار المتحدث (خاصة في حالة ارتفاع المستوى التعليمي للجمهور)⁽¹⁾
- خامسا: معوقات إتيكيت الكلام في بناء صورة المؤسسة:

1. ضحالة الافكار وضعف ترتيبها .
2. الوقوع في الاخطاء الفكرية أو المنهجية كالمغالطة في الاستدلال.
3. عدم ترابط الكلام وتفكك الجمل بسبب ضعف أدوات الربط في العربية عند المتحدث.
4. كثرة تكرار كلمات معينة في حديثه، أيوه، كذا، طيب، نعم، سيدي.⁽²⁾

¹ العساف، عبد الله خلف: المرجع نفسه، ص ص 54-55 .

² عطية، أيوب جرجيس، اللغة العربية تثقيفا ومهارات : كتاب يساعد على اتقان اللغة العربية نطقا وكتابة ، بيروت ، دار الكتب العلمية، 2012، ص ص، 22-23.

سادسا: تأثير إتيكيت الكلام (الحديث) في بناء صورة المؤسسة الأمنية -شرطة قالمة -:

لقد توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات أهمها وجود أثر ذو دلالة احصائية بين الكلمة المنطوقة (لكلام) بالإيجاب والسلب وهي أفضل نموذج لتأثير الكلام على الصورة الذهنية⁽¹⁾، كما ان الحديث عن مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة وعلاقتها بتحسين صورة المؤسسة يعني التركيز على مهارات الكلام كونه متغيرا ضمن العملية الاتصالية التي تعبر عن المؤسسة وتنشئ تلك التمثيلات والتصورات والانطباعات المشكلة للصورة الذهنية التي قد تتكون عنها.⁽²⁾

من خلال دراستنا وتحليلنا وجدنا انه يجب الاهتمام بالكلام كأحد عناصر التأثير والمزيج الترويجي والعمل على استثمار أبعاده لتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة شرطة قالمة.

المبحث الثالث: أهداف وقواعد فن الاستماع لبناء صورة المؤسسة:

أولا: مفهوم فن الاستماع :

يعرفه صلاح الدين مجاور: أن الاستماع يتضمن نشاطا يحتاج الى انتباه واع لأصوات التعبير المتحدثة وذلك من أجل الحصول على بعض الأفكار والمعاني.⁽³⁾

ويعرفه محمود رشدي خاطر وآخرون: أن الاستماع يعني السمع مع الفهم، والتفكير والاستجابة، كما هو عملية يعطي فيها السامع اهتماما خاصا، وانتباها مقصودا لما تتلقاه أذنه من أصوات.⁽⁴⁾

يعرفها محمد: انا نشاط عقلي ايجابي مقصود يقتضي التركيز والانتباه لإدراك الرسالة المسموعة وفهم المقصود منها.⁽⁵⁾

ثانيا: أنواع الاستماع وأهم مهاراته في بناء صورة المؤسسة شرطة قالمة:

1. أنواع الاستماع في بناء صورة المؤسسة شرطة قالمة:

¹ أوقال جميلة، شيروق فضيلة: دور الكلمة المنطوقة في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، مذكرة انيل شهادة الماستر، 2020، صفحة أولى .

² بوحيزة، محمد: مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الحوار الثقافي، جامعة أحمد بن بلة وهران 1 الجزائر، المجلد 10، العدد 1، 2021، ص 109.

³ الطحان، طاهرة أحمد: مهارات الاستماع والتحدث في الطفولة المبكر، ط2، عمان، الفكر للنشر والتوزيع، 2008، ص 16.

⁴ الطحان، طاهرة أحمد: مرجع نفسه، ص 16.

⁵ حرايزة، يونس، فرحان، مرام: فاعلية الوسائط المتعددة في تنمية مهارات اللغة العربية الاستماع والمحادثة لغير الناطقين بها في العاصمة عمان، مذكرة ماجستير، في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم، جامعة الشرق الاوسط، 2020، ص 11.

الاستماع المتبادل والغير متبادل: يفرق أندرسون ولينش بين الاستماع المتبادل والاستماع غير متبادل فالاستماع المتبادل يقصد به تلك المواقف التي يمكن للسامع فيها أن يتجاوب مع المتكلم ويناقش محتوى الرسالة على حين يشير الاستماع الغير متبادل الى مواقف مثل الاستماع الى الاذاعة او الى محاضرة حيث تكون الرسالة فيها موجهة من جانب واحد فقط أي من المتكلم الى السامع ويجدد أندرسون ولينش أوجه الصعوبة في فهم المسموع في أنها تتطلب من المستمع أن يوصف عددا من المهارات في آن واحد:

✓ التعرف على الرموز الكلامية وانتزاعها من الاصوات المحيطة بها

✓ تقطيع سبل الكلام الى كلمات محددة.

✓ فهم ما يحتويه المنطوق من قواعد نحوية وصرفية.

✓ في الاستماع المتبادل اعداد رد مناسب.

الاستماع المقرون بالحديث والاستماع الاكاديمي:

الاستماع المقرون بالحديث:

يضيف نيومان أن ريتشاردر يفرق في تحليله عملية فهم المسموع بين الاستماع المقرون بالحديث والاستماع الاكاديمي أي الاستماع في أثناء حوار عادي والاستماع الى محاضرة أكاديمية. وهناك عدة قدرات ينطوي عليها الاستماع المقرون بالحديث:

- تذكر عبارات مختلفة الاطوال على المدى القصير.
- التمييز بين الاصوات المتشابهة في اللغة الهدف.
- ادراك انماط نبرات الصوت المصاحبة للكلمات.
- إدراك بنية الايقاع في اللغة الهدف.
- التعرف على الاشكال المختصرة والكلمات.

الاستماع التحليلي الناقد:

وهو يعتمد على ما لدى المستمع من خبرة شخصية مسبقة، تجعله قادرا على فهم واستيعاب ما يلقيه إليه محدثه، فضلا عن قدرته على تحليل ما يستمع إليه وإبداء ما يراه فيه من رأي بشرط عدم التدخل بمشاعره الشخصية تجاه ما يتضمن هذا الحديث (1).

الاستماع الاستماعي: وهو ما يكون في حالة من الاعجاب بالمستمع اليه حيث يربطهما السود أو شيء من الحبة والتقدير، وغالبا ما يكون هذا النوع من الاستماع متضمنا لما يلي:

- الاستماع بمحتوى المادة المسموعة.
- جلسة المستمع بطريقة مريحة، لما في ذلك من استماع بما يستقبل من كلام محدثه.

¹ رينكامل، الخويسكي: مرجع سبق ذكره ، ص36.

- الاستجابة التامة للموقف الذي يجري فيه الاستماع عن رغبة وميل فيما يليق به الى محدثه.
- الاندماج بين المتحدث والمستمع والتأثر بصوته وآدابه وطريقة عرضه لموضوعه.

الاستماع النفعي (الاستماع بهدف الحصول على المعلومات):

إذ يعتمد فيه القائم بالاتصال الى الحصول على الحقائق والمشكلات التي يعانيتها الجمهور، لذلك لا بد من تحديد الفائدة الأساسية التي يقوم عليها موضوع الاتصال ،فضلا عن الجوانب الرئيسية التي يحتويها.⁽¹⁾

2. مهارات مهارة الاستماع:

- تتحدد مهارات مهارة الاستماع كما أشار اليها محسن علي عطية في كتابه:
- مهارة متابعة المتحدث مع التركيز الانتباه.
- مهارة استخلاص النقاط الرئيسية في الموضوع وتذكرها.
- مهارة الالتزام بأداب الاستماع.
- مهارة تحليل المسموع ،وتحديد مواطن القوة والضعف فيه .
- مهارة تدوين بعض الملاحظات حول المسموع.
- مهارة تذكر المسموع وحفظه.⁽²⁾

ثالثا: أهداف وقواعد فن الاستماع وأهميتها في بناء صورة المؤسسة -شريطة قائمة -:

1. أهداف فن الاستماع:

- 1- القدرة على الإصغاء والانتباه فضلا عن التركيز على المادة المسموعة.
- 2- تتبع المسموع والسيطرة عليه بما يتناغم مع غرض المستمع.
- 3- فهم المسموع بسرة ودقة خلال متابعة المتحدث.
- 4- غرس عادة الإنصات لكونها قيمة اجتماعية وتربوية مهمة في إعداد الفرد.
- 5- تنمية جانب التدوق الجمالي من خلال الاستماع الى المتحدثات العصرية.
- 6- إدراك معاني المفردات في ضوء سياق الكلام المسموع.
- 7- إصدار الحكم على الكلام المسموع واتخاذ القرار المناسب.⁽³⁾

2. القواعد الأساسية لفن الاستماع:

وتتمثل في:

¹ العامري، محمد عبد الحسن، الساعدي ، علي صادق: الاتصال المواجهي، الحملات الانتخابية وتأثيرها على الجمهور، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2021، ص،53.

² عالية رحلاوي، همادة طايبي: مرجع سبق ذكره ،ص11.

³ ابراهيم ،اباد عبد المجيد: مرجع سبق ذكره ، ص 14.

- تركيز الانتباه على حديث المرسل والتفرغ تماما له.
- عدم مقاطعة المرسل.
- تعمق في كلمات المرسل (قراءة وتفسير وفهم كلماته).
- نتهبه الى التعبيرات غير اللفظية التي تصدر من المرسل (حركات الجسم - تعبيرات الوجه).
- ركز على الهدف الرئيسي للمرسل.
- تجنب سرعة إطلاق الأحكام على حديث المرسل (تقييم حديثه بشكل موضوعي).
- يجب أن تصدر منك استجابة واضحة لرسالة المرسل فبدون ذلك لن يتم الإصغاء الفعال.⁽¹⁾

3. أهمية فن الاستماع في بناء صورة المؤسسة - شرطة قالمه :

الإصغاء الفعال مهارة يجب التدريب عليها واكتسابها وتكمن أهمية الإصغاء بالنسبة لكل من طرفي العملية الاتصالية فيما يلي:

1. الإصغاء وسيلة لفهم الذات:

فالإصغاء الفعال يكمن المرسل من الحصول على مردود صادق بحيث يفهم رأي الآخرين وبالتالي يتمكن من تطوير نفسه كما ان المستقبل المصغي يمتنع عن الدخول في مواقف دفاعية.

2. الإصغاء هو وسيلة لفهم الآخرين:

يمكن القائم بالاتصال حين يصغي للآخرين من فهم مشاعرهم واحترامها وتقديرها حيث لا يركز على مشاعره واهتماماته الشخصية.

3. الإصغاء وسيلة لمساعدة الآخر على التنفيس:

فالإصغاء لا يهدف الى تصحيح سلوك الآخر أو تقديم نصائح له ولكنه يهدف الى فهمه ومساعدته على التنفيس والتعبير عما يضايقه وبالتالي يمكن اعتباره وسيلة علاجية تستخدم لتحقيق هدف علاجي.⁽²⁾

يعتبر الاستماع لرجل العلاقات أو القائم بالاتصال من اهم مقومات الاستماع إذ يستطيع من خلال الاستماع أن يتعرف على ما يريد الآخرين قوله، وتكون لديه الفرصة للتعبير الكامل ، إضافة الى أن الإصغاء للآخرين يضمن فعالية القرارات التي يتخذها لأنها قد تبنى على معلومات تنقل اليه من خلال الحديث الشفوي ، ان حسن الانصات يحسن من صفات رجل العلاقات العامة ويحقق الأهداف المرجوة من عملية الاتصال مما يشكل صورة حسنة للمؤسسة.

¹ كنفني، جبلة: الذكاء الاجتماعي وعلاقته بمهارات الاتصال التنظيمي، مذكرة ماجستير قسم علم النفس، جامع محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2015، ص 67.

² بوزيد، شيماء: سمات القائم بالاتصال عبر الفضاءات العربية العامة، استقطاب الجمهور، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2017، ص ص 29-31.

رابعاً: معوقات فن الاستماع:

1	التشتت	ينبغي على المستمع أن يبذل جهده لمتابعة الخط الفكري للحديث وأن يصر على متابعة تفكير المتكلم في شغف مبتعداً ما أمكن عن التعاطفات، وأن يرتبط بين ما يسمعه وبين خبرته الشخصية. لذلك عليه أن لا يشرد بذهنه وأن يبقى قريباً من الفكرة .
2	الملل	قد يصيب الملل المستمع قبل أن ينتهي المتكلم لذا لا بد للمستمع أن يكون مستقبلاً نشطاً حتى إذا لم يجد ما يشبع شغفه، حيث أن الاستماع الهادف يتطلب مجهوداً من المستمع، وتوقفه عن التركيز يؤدي إلى فشل عملية الاستماع .
3	عدم التحمل	ليس من المفروض أن يعث الاستماع الجيد على الراحة، وإذا لم يكن المستمع مثابراً وصابراً، فلن يحدث الاستماع، لذا ينبغي أن يعد المستمع نفسه لعملية الاستماع، وأن يعود نفسه على التحمل والانصات والمتابعة والتفاعل .
4	التحامل	قد يواجه المستمع بعض الأخطاء في البناء اللغوي للمتحدث، لكنه لا ينصرف عن أفكاره بمثل هذه الأنماط من السلوك اللغوي فلا تتوقع الكمال في لغة المتحدث دائماً، أما المستمع المغالي في النقد فكثيراً ما يفقد كل ما يقال
5	التسرع	يميل الكثير من الناس إلى أن يسمعوا ما يتمنون سماعه، وبدلاً من الانتظار حتى يكمل المتحدث فكرته ينصرفون عن الاستماع لمجرد عدم تحقيق ميلهم، أو ينصرفون باستنتاجاتهم عن المعنى . علماً أن مصالح الشرطة وأعوان الأمن لا يتسرعون لا في الحكم ولا في القول بل أن عملهم يتميز بالدقة في العمل والاحترافية إضافة إلى ميزة الاستماع التي يتمتع بها أعوان الأمن ⁽¹⁾

خامساً: تأثير فن الاستماع في بناء صورة المؤسسة الأمنية:

من خلال دراستنا توصلنا إلى أن المؤسسات الأمنية بأشكالها المختلفة تسعى بشكل عام إلى النجاح عملها ولتحقيق أفضل مستويات الأداء وأن مهارة الاستماع تعد من الوسائل التي تساعد على فهم الشخص المتكلم وتأتي في مقدمة مهارات الاتصال التي يستخدمها الإنسان في التواصل مع الآخرين²، إلا أن مهارة الاستماع تأثر بشكل كبير في بناء صورة المؤسسة الأمنية إيجابياً، ونظراً لأهميته الكبيرة بكونه وسيلة لفهم الآخرين. وأن الاستماع هو الحصول على المعلومات من المتحدث أو الآخرين مع الالتزام بالهدوء وعدم إصدار أحكام مسبقة وإشعار

¹ القميري ، حمد بن عبد الله :مرجع سبق ذكره ، ص90.

² العمري ، محمد بن سعيد: العلاقة بين مهارة الاستماع لدى المدراء والرضا الوظيفي للمرؤوسين في مؤسسات الأعمال السعودية ،مجلة الاردنية لإدارة الاعمال ، المجلد 12، العدد3، 2016، ص628.

المتحدث بأهمية حديثه . كما يقال أن المتحدث الجيد هو المستمع الجيد فالاستماع هو أحد مهارات الاتصال التي يمكن تنميتها من خلال اكتساب عادات الانصات الجيد لدى الجمهور .⁽¹⁾

كل هذا يؤثر بشكل كبير في بناء وتشكيل صورة ذهنية حسنة للمؤسسة الامنية.

¹ <https://mih.86.tumblr.com>

القسم الثاني: الإطار العام للدراسة التحليلية

الفصل الأول: مجالات الدراسة التحليلية

الفصل الأول: مجالات الدراسة التحليلية:

- تحليل المحتوى هو أسلوب وأداة بحثية لوصف المحتوى الظاهر للمادة الاعلامية ، ويمتاز بأنه كمي، موضوعي، علمي، منظم.

حيث اعتمدنا في دراستنا التحليلية على عينة لمجموعة من الفيديوهات الموجودة على صفحة الفايسبوك الرسمية لشرطة قالمة ، حيث قمنا بتحليل الفيديوهات من ناحية الشكل والمضمون ضمن فئات تحليلية.

المبحث الأول: مجالات الدراسة :

مجالات الدراسة:

المجال الزمني: تم إعداد هذه الدراسة من خلال تحليل المحتوى لعينة من الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية لمركز الأمن الوطني على الفايسبوك، خلال الموسم الدراسي 2022/2021 ابتداء من شهر أفريل 2022 الى غاية شهر ماي 2022.

المجال المكاني : أجريت الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الشهير " فايسبوك "

المجال البشري: ويقصد به عينة الدراسة، والتي شملت مجموعة من الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية -فايسبوك -شرطة قالمة.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة:

❖ منهج الدراسة:

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بحيث يعرف المنهج الوصفي بأنه: من الأساليب الشائعة الاستخدام ، بين الباحثين و هو يهدف الى تحديد الوضع الحالي لظاهرة معينة، ومن ثم يعمل على وصفها فهو يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع و يهتم بوصفها بدقة.⁽¹⁾

ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي في رصد الظاهرة محل الدراسة، و من ثم يشرع الباحث في توصيفها من خلال المعلومات و البيانات المتاحة، بعد ذلك يقوم بوضع الأسئلة أو الفرضيات ثم التعمق في الدراسة و التعرف على مسببات المشكلة و تحليل النتائج ووضع الحلول من خلال رؤية الباحث، يساعد المنهج التحليلي على بلوغ نتائج و بالتالي أسس المنهج التحليلي تكمل إجراءات المنهج الوصفي.⁽²⁾

¹ فهد بن سيف الدين غازي ساعاتي ، الإدارة الرياضية :مناهج البحث العلمي في الادارة الرياضية ،القاهرة ، العربي للنشر ،2014،ص 93

² هوشات فوزية ،محاضرة مقياس منهجية البحث العلمي، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، كلية الحقوق ، 2022 ، ص 14 .

❖ أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات و يعد واحدا من أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم الرسائل الإعلامية الصحفية، و هو أسلوب البحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل و المضمون⁽¹⁾.

تعتبر استمارة تحليل المضمون احدى أدوات جمع البيانات و هي الاستمارة التي يصممها الباحث ليفرغ فيها محتوى كل مصدر في حالة إعدادها و تحتوي استمارة التحليل التي تشبه بطاقة التسجيل للمعلومات⁽²⁾. و تقسم استمارة تحليل محتوى الى: وحدات و فئات التحليل و لقد قمنا بإعداد استمارة تحليل مضمون تهدف الى تحليل عينة تضم 7 فيديوهات نشرتها مديرية الأمن الوطني على صفحتها الرسمية على موقع الفاييسبوك و أن هدف تحليل المضمون هو وصف المحتوى و تصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية و الشمول لاستخراج النتائج.

فئات الشكل: كيف قيل ؟

وهي الفئات التي يتم من خلالها وصف أسلوب العرض، وقد تناولت مجموعة البحث التقسيم كالآتي:

1. فئة الشكل للمادة الإعلامية: وهي الفئات المعتمدة في الفيديوهات الثمانية وقد كانت كالآتي:

● تقرير.

● رورتاج .

● تغطية .

2. فئة الأساليب الاتصالية والاقناعية: ونقصد بها نوعية الاساليب المستعملة بهدف إقناع الجمهور

بمضمون فيديوهات العينة وتم تقسيم الفئة الى ما يلي:

● مخاطبة الجمهور .

● أسلوب الاستماع .

● الاستمالات العقلية والعاطفية .

3. فئة الوسائط المتعددة: نقصد به نسيج الوسائط المتعددة المستخدم في فيديوهات العينة لدعم المحتوى

وقد قسمناه الى ما يلي:

● الصورة .

● نص مكتوب .

● الرابط .

¹ العزيز رشيد بتول، علي مراد فاتن: المعالجة لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية، مجلة كلية الآداب، العدد 99، 2011، ص883.

² الشربيني زكرياء أحمد، القرني محمد سالم: مناهج البحث في العلوم التربوية و النفسية و الاجتماعية، الرياض، مكتبة الشقري، 2013، ص113.

4. فئة لغة النشر: نقصد بها اللغة التي اعتمدت في الفيديوهات وقد قسمت إلى ما يلي:

- عربية.

- عربية فرنسية (العامية).

5. فئة أشكال التفاعل مع الفيديو: وهي تعد من أهم فئات الشكل وقد تناولت مجموعة البحث

الأشكال التالية:

- إعجاب.

- تعليق.

- مشاركة.

6. فئات لغة التعليق: وهي الفئة التي توضح اللغة المستخدمة من قبل المتفاعلين مع الفيديوهات وقسمت

كالآتي:

- العربية.

- الفرنسية.

- عربية بحروف فرنسية.

فئات المضمون: ماذا قيل؟

والتي تستهدف الاجابة على السؤال: جوانب تأثير اتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء الصورة الذهنية

للمؤسسة الامنية، وقسمت الى الفئات الآتية:

7. فئة الموضوع:

- رجال الشرطة ينظمون حملات توعوية ضد وباء كورونا والتقييد بالتدابير الوقائية.

- خرجات تحسيسية للتقييد بالقوانين المرورية للحفاظ على سلامة المواطنين.

- مساند الشرطة للتلاميذ في الأطوار التربوية.

- تنظيم مراسيم تدشين للأمن الحضري السابع بقالمة.

- تقرير حول المداهمات الامنية للدرك والشرطة لبعث الجرائم بقالمة.

8. فئة المصادر:

تستعمل هذه الفئة لتحديد مصادر المضامين الاعلامية لذلك حددنا مصادر المادة الاعلامية للصفحة

الرسمية فيسبوك لمديرية الامن قالمة:

- أعوان الأمن.

- مراسلون وصحفيون.

9. فئة الجمهور المستهدف:

ويقصد بهذه الفئة الجمهور الذي تستهدفه هذه الفيديوهات من العينة وقسمت الى ما يلي:

• الجمهور العام. (المواطنين بصفة عامة).

• الجمهور الخاص. (سائقين - تلاميذ).

10. فئة القيم:

حيث نريد أن نعرف من خلال دراستنا القيم التي تحاول بها المؤسسة ايصال صوتها للجمهور وهي :

• الحوار.

• حسن الاصغاء.

• القيمة الحوارية .

11. فئة الاتجاه :

وهي أكثر الفئات شيوعا، ومن خلال دراستنا حاولنا معرفة اتجاه فيديوهات العينة وقسمت الى ما يلي :

• الاتجاه السلبي.

• الاتجاه الايجابي.

• الاتجاه المحايد.

12. فئة الرد على التعليقات:

نريد أن نعرف من خلال هذه الفئة مدى اصغاء القائمين بالمؤسسة الى انشغالات الجمهور.

• يوجد رد على التعليقات.

• لا يوجد رد على التعليقات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يعتبر مجتمع الدراسة من الخطوات الأساسية في تصميم البحوث في تحديد مجتمع الدراسة، فهو الميدان

الذي ستطبق فيه الدراسة، و المصدر الأساسي في الحصول على معلومات الدراسة و بياناتها.

و يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج دراسته، و يعني

كافة العناصر التي يرغب الباحث في إجراء استدلال عنها.⁽¹⁾ و يمثل مجتمع الدراسة في هذه الحال "الصفحة

الرسمية لمديرية الأمن الوطني على الفايسبوك".

ويقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون: "هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد

دراسته خلال الإطار الزمني للبحث، كما يقصد بالمجتمع مجموعة رسائل متماثلة أو معبرة في حوامل التي يريد

الباحث معرفة خصائص مفرداتها.

❖ عينة الدراسة :

¹ أبو سمرة ، محمود أحمد و آخرون . مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين ، عمان ، اليازوري للنشر و التوزيع ، 2020 ، ص 45 .

يقوم الباحث باختيار عينة ممثلة من هذه القائمة و بأي عدد في حالة كون أفراد المجتمع متجانسين، أو اختيار عينة بالعدد المناسب في حالة كون أفراد المجتمع متباينين ، وفق شروط معينة بحيث تمثل المجتمع الأصلي . و تعرف العينة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة و إجراء دراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.⁽¹⁾

وبذلك فهي :المجموعة التي تؤخذ المعلومات منها لإجراء دراسة ما، أما المجتمع فهو تلك المجموعة الكبيرة التي ينوي الباحث ان يعمم النتائج عليها، وفي معظم البحوث تكون العينة أصغر من المجتمع وذلك لأن الباحث لا يستطيع الوصول الى كافة أفراد المجتمع الا نادرا.

بالنسبة لدراستنا و حتى تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي فقد تم اختيار العينة القصدية و تعرف أيضا بالعرضية أو العمدية و هي العينة التي يتم اختيارها لغرض معين أو قصد معين، حيث يعتمد الباحث ان تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا . وهي العينة التي يتم اختيارها على أساس من الخبرة السابقة، فقد يلاحظ الباحث من الدراسات السابقة أن مجموعة من المفردات يتمثل فيها من الخصائص ما يجعل نتائجها قريبة من نتائج المجتمع ككل ومن الملاحظ أن العينة العمدية هي أكثر العينات استخداما نظرا لسهولة الوصول الى المفردات، بالإضافة الى اعتقاد الباحث أن هذه المفردات تحديدا هي الأقدر على تزويده بالبيانات التي يحتاجها في دراسته.⁽²⁾

و ينتقي الباحث أفراد الذين هم من بين مفردات العينة على أساس قصدي.⁽³⁾

وتتمثل عينة الدراسة في مجموعة من الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية فايسبوك شرطة قلمة حيث اخترنا فيديو واحد من كل سنة بداية من سنة 2017 الى غاية سنة 2022 وهذا حتى نبرز أهمية فن التعامل بالكلام والاستماع الذي تعتمده مؤسسة الشرطة للتواصل والتفاعل مع المواطنين من خلال التوعية والتحسيس وكل هذا يصب في اطار تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

وتتمثل هذه العينة في مجموعة الفيديوهات الأتية :

1. لقاء عمل تحسيسي توعوي مشترك من تنظيم أمن ولاية قلمة تحت شعار "الحذر لا يزال قائما "سلامتنا بأيدينا" بالتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني 2020/11/17.
2. خرجة ميدانية من تنظيم قوات الشرطة بأمن ولاية قلمة حول شرح الآليات التطبيقية الجديدة بالمنشور الوزاري المشترك المتعلق بالإلغاء بالعمل بإجراء سحب رخص السياقة 2022/02/07.
3. روبرتاج حول مبادرة منحزة من قبل قوات الشرطة بأمن ولاية قلمة بخصوص توعية المواطنين على ضرورة ارتداء الكمامات لمجابهة تفشي وباء كورونا.

¹ المحمودي، محمد سرحان علي :مناهج البحث العلمي ،دار النهضة العربية ،بيروت ، 1999 ، ص160.

² القحطاني، راوية بنت أحمد : النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم ،العدد 20، ص،446.

³ أبو سمرة محمود أحمد، مرجع سابق، ص59.

4. رورتاج حول مراسيم تدشين الأمن الحضري السابع بالمدينة الجديدة بقالمة والفرقة المتنقلة للشرطة القضائية بحمام دباغ من قبل السيد /معالي وزير الداخلية والجماعات المحلية والوفد الوزاري المرافق له .2019/11/12.
5. قوات الشرطة بأمن ولاية قالمة تساند التلاميذ المقبلين على اجتياز شهادة التعليم المتوسط .2020 بتاريخ 2020/09/09.
6. مصالح الأمن العمومي بأمن ولاية قالمة تضع إجراءات خاصة لتأمين الدخول المدرسي .2017/10/16.
7. قوات الشرطة بأمن ولاية قالمة تشارك في الحملة التحسيسية التوعوية حول السلامة المرورية تحت شعار "رمضان مبارك - سوقوا بأمان" المنظمة من قبل المجموعات الإقليمية للدرك الوطني بقالمة .2021/04/18.
8. تقرير قناة النهار عن المدهمات الامنية للدرك والشرطة في ولاية قالمة .2018/07/16.

القسم الثاني: الإطار العام لدراسة التحليلية

الفصل الثاني: معالجة البيانات التحليلية

المبحث الأول: معالجة البيانات التحليلية

التعريف بالمديرية العامة للأمن الوطني:

المديرية العامة للأمن الوطني بالفرنسية la direction générale de la sûreté national اختصارا DGSN وكما يشير اسمها فهي تقوم بقيادة جهاز الشرطة في الجزائر وذلك تحت رعاية وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، تم إنشائها بموجب المرسوم المؤرخ في 22 جويلية 1962 لتخلف المديرية العامة للشرطة الوطنية الفرنسية بعد الاستقلال الجزائر عن فرنسا.

يقع مقر المديرية العامة للأمن الوطني بنهج محمد ونوري، باب الواد بالجزائر العاصمة وبها تقع أغلب المديريات والمصالح المركزية للأمن الوطني.⁽¹⁾

لمحة تاريخية عن المديرية العامة للأمن الوطني شرطة قائمة:

أولا: قبل الاستقلال

تمخض عن مؤتمر الصومام في 20 أوت تقسيم التراب الوطني إداريا وأنشاء المصالح من أبرزها مصلحة الشرطة والتي كان يعمل رجالها على جمع المعلومات وتدوينها في رسالة أسبوعية متضمنة في الرسالة الأسبوعية للاستعلامات وهو ضمن السير الحسن للثورة وفي سنة 1962 كلف عبد القادر حصار من طرف جبهة التحرير الوطنية بتوظيف المسبلين (وهم العناصر المدنية غير المعروفين لدى مصالح الاستخبارات الفرنسية) للمهام الشرطة والأمنية وذلك للفترة بين 19 مارس الى 05 جويلية 1962.

بعد تعيينه رئيسا للديوان العام قام عبد القادر حصار بتعيين مجاد محمد كأول مدير عام للأمن الوطني بتاريخ 05 جويلية 1962، وتم تسليمه المهام يوم 22 جويلية 1962 وهو التاريخ الذي تحتفل فيه الشرطة الجزائرية بيومها الوطني، ترأس المديرية العامة للأمن الوطني خلال هذه الفترة بعد المحامي محمد مجاد كل من السادة" يوسف أ محمد طايبي محمد العربي و يادي محمد الوسيني "وتم خلال هذه الفترة تدشين مدرسة حسين داي لتكوين الإطارات ومدرسة قسنطينة ومدرسة سيدي بلعباس.

ثانيا: بعد الاستقلال

شهدت المديرية العامة للأمن الوطني عدة تعديلات منذ سنة 1962 الى غاية ما وصلت إليه الآن: المرحلة المؤقتة من 19 مارس 1962 إلى 22 جويلية 1962 سجلت في هذه المرحلة قوة ثانوية مساعدة للشرطة بقرار 62/35 المؤرخ في 17 أفريل 1962 بمرسوم رقم 688/62 المؤرخ في 14 جوان 1962.

وفي 22 جويلية من نفس السنة اتخذت إجراءات تأطير المديريات بقصر الحكومة من بينها مديرية الامن الوطني.

¹ سويدي محمد ، حمودي رابح :العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تنظيم سياسي وإداري ،جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2019،ص،33.

وبالغم من تنظيم المديرية العامة للأمن الوطني في هياكلها استنادا إلى مرسوم 1963/01/26 ألى أنه في 14 سبتمبر 1963 شهدت المديرية إنشاء هيكل وطني للأمن (C.n.s) وذلك اتباعا للمرسوم رقم 365/63 المؤرخ في 14 سبتمبر 1963، إذ أنه في 20 ديسمبر 1963 شهدت تخرج الدفعة الاولى لإطارات الأمن الوطني من مدرسة الداى حسين ، إثر الاحتفال باليوم الاعلامي للأمن الوطني.

وفي فترة 1954 - 1965 اتخذت الاجراءات جديدة لتنظيم مصالح الشرطة، وذلك بإعطاء مكانة مرموقة للشرطة الجزائرية والتكوين المتعدد التقنيات؛ إذ أنه في 11 مارس 1965 أنشأ رئيس الجمهورية المديرية العامة للأمن الوطني؛ وكذا الهيكل التنظيمي للأمن؛ وذلك بالمرسوم رقم 72/65 وفي 12 جويلية أصبحت تابعة لوزارة الداخلية بموجب المرسوم رقم 185/65 من أجل معايشة أحسن للوقائع السياسية والاجتماعية والاقتصادية؛ حيث أنشأت المديرية الفرعية والمصالح المركزية وذلك في الفترة الممتدة بين 1965-1970⁽¹⁾

❖ المهام الخاصة المعتمدة في مؤسسة شرطة قالمية:

تتولى المديرية العامة للأمن الوطني في إطار صلاحياتها السهر على احترام القوانين والتنظيمات لا سيما:

- ضمان حماية الأشخاص والممتلكات.
- التحري ومعاينة المخالفات الجزائرية وكذا البحث وإلقاء القبض على مرتكبيها.
- الحفاظ واسترجاع الأمن العمومي.
- البحث عن المعلومات لفائدة السلطات المختصة.
- الوقاية من الجريمة والانحراف.
- مراقبة حركة تدفق الأشخاص على الحدود.
- المساهمة في عمليات أمن الدولة.
- السهر على حماية الموانئ، المطارات وبعض المؤسسات العمومية والممثلات الأجنبية.
- ضمان الشرطة الإدارية.
- المشاركة في العمليات الكبرى للدولة في إطار المهام المنوطة بها⁽²⁾

¹ سويدي محمد ،حمودي رابح :العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري، مذكرة ماستر تخصص تنظيم سياسي وإداري، جامعة أحمد دراية أدر، الجزائر، 2019، ص31-32.

² <https://mawsoati.com>

❖ الأهداف المعتمدة بمؤسسة الشرطة بقالمة:

- حفظ النظام العام حيث تمنع الشرطة أي مظاهر من شأها الاخلال بالنظام العام أو القوانين العامة مثل إحداث الفتن الداخلية أو التحريض على الأقليات الدينية في المجتمع.
- مراقبة تنظيم القوانين بحيث تراقب الشرطة العملية تطبيق القوانين العامة التي تقرها الجهات التشريعية في الدولة سواء المجلس النيابي أو البرلمان أو تلك التي يقرها رئيس الدولة ضمن صلاحيته في هذا الإطار.
- تأمين الحماية للمواطنين من أهم أعمال رجال الشرطة هي تأمين الحماية للناس سواء في الميادين العامة أو عند إعلان حالة الطوارئ.
- محاربة نشر الفتن والإشاعات.
- العمل على تطوير العمل الاجتماعي والانساني في جهاز الشرطة بما يساهم في تحقيق التقارب والعلاقة التبادلية بين الشرطة والمجتمع.
- تفعيل الدور الوقائي وسط المجتمع واشراك المجتمع بكل فئاته في المسؤوليات للأمن المجتمعي، وإزالة الحاجز النفسي لدى المواطنين في التعامل مع الشرطة.
- إيجاد حلول موضوعية وعملية للمشكلات الاجتماعية من خلال دفع الجمهور للمشاركة في تقويم الحالات والسلوكيات الخاطئة.
- تقديم الدعم النفسي والاجتماعي لضحايا الجريمة والحوادث البليغة والارهاب.
- إبراز الدور الاجتماعي المدني للشرطة الوطنية كقوة خادمة للشعب.
- فتح قنوات الاتصال بين الشرطة والمجتمع لزيادة الثقة والتفاعل الايجابي.
- تفعيل دور المجتمع ومؤسسات الضبط الاجتماعي للوقاية من الجريمة وذلك من خلال توفير آليات للتدخل المبكر والتصدي للقضايا والمشاكل الاجتماعية وحلها بطريقة ودية⁽¹⁾

❖ الوسائل الاتصالية بالمديرية العامة للأمن الوطني :

هي من الأساليب الاتصالية المعتمدة بالمديرية العامة للأمن الوطني والمتمثلة في ما يلي:

الخطوط الهاتفية المجانية الاتصال بالمصالح العملياتية للشرطة في أمن الولايات: على غرار رقم 1548 و 17 للتبليغ عن أي طارئ يستدعي تدخل الشرطة وقد وضع الخط الجديد 104 تحت تصرف المواطنين لتعزيز الخطتين وذلك لتدعيم الحماية لباقي الفئات الضعيفة كالمسنين المصابين فقدان الذاكرة وذوي الاحتياجات الخاصة الذين هم في

¹ كواسح، الزايد، مسعي محمد، عماد: الاتصال التنظيمي الداخلي في المؤسسة الامنية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي البواقي، الجزائر، 2021، ص 50-52.

خطر معنوي ونفسي، وفي هذا الإطار أكد المدير العام للأمن الوطني السابق / عبد الغاني هامل في كلمة قرئها نيابة عنه عميد الأول للشرطة ورئيس خلية الاتصال والصحافة /أعمر لعروم على أهمية وضع هذا الرقم الجديد من طرف الشرطة خدمة للمواطنين وذلك لأفشال أي محاولة للمساس و الاضرار بالأطفال والعمل على إعادتهم لأهاليهم سالمين ويأتي هذا الانجاز الجديد كذلك -مثل ما أضاف -تعزيزا للمخطط الوطني لإنذار باختفاء واختطاف الأطفال كذلك تنفيذا للتعليمات الوزارية الصادرة في أوت 2018 الرامية الى اضعاف الحماية والأمن والاستقرار داخل المجتمع.⁽¹⁾

● الموقع الإلكتروني: للمديرية العامة للأمن الوطني www.algeriepolis.dz

- الموقع يحتزل كل نشاطات المديرية العامة للأمن الوطني، وتبرز أهميته في سرعة وصول المعلومة الأمنية الى المواطن وخاصة شريحة الشباب والإعلاميين، الذين يستخدمون دعامة الأنترنت بكثرة .
- شبكة التواصل الاجتماعي: فايسبوك: تم تدشين الصفحة في عيد الشرطة 22 جويلية 2013، لمواكبة مجريات التطور التكنولوجي السريع، وتكون مؤسسة الشرطة بذلك أول جهاز أمني بالجزائر له صفحة خاصة على الفايسبوك، لتقريب الشرطة من المواطن .
- منتدى الأمن الوطني: أطلق في 14 فيفري 2013، بمناسبة يوم الشهيد، لتعزيز الفضاء الاعلامي التوعوي مع مختلف الفاعلين الاجتماعيين من الخبراء -مختصين -إعلاميين... الخ .
- مصلحة الانتاج السمعي البصري وإذاعة الامن الوطني: حيث باشرت خلية الاتصال والعلاقات العامة بشراكة وتنسيق مع الاذاعة الوطنية بإنتاج حصتين أسبوعيتين إحداهما مسجلة "في الصميم والثانية مباشرة لأمنكم"، لأهداف توعوية محضة، تحضير لإنشاء إذاعة الأمن الوطني (يمكن الاطلاع على نموذج الحصتين في العدد 15 من برنامج الشرطة "التحقيق"، تاريخ البث 20 جويلية 2015) إضافة الى برامج مماثلة على مستوى بعض الاذاعات المحلية، وتقوم مصلحة السمعي البصري المستحدثة بتعزيز التواصل بين الشرطة والمواطن من خلال بث المعلومات والبرامج المتخصصة في مجال التوعية وتوجيه المواطن ضمن رؤية أمنية هادفة تجسد مبدأ الشرطة الجوارية.⁽²⁾

¹ سوسدس محمد ، حمودي رابح ،مرجع سبق ذكره ،ص،59.

² عباد ، الويزة ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 214.

الهيكل التنظيمي الإداري للمديرية العامة للأمن الوطني



المصدر: سويدي محمد، حمودي رابح، مرجع سابق، ص 44.

• عرض وتحليل بيانات تحليل المحتوى:

1- فئات الشكل: كيف قيل؟

الجدول رقم (01): يمثل فئة شكل المادة الإعلامية المنشورة من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة

المؤسسة لدى الجمهور:

الفئة	التكرار	النسبة بالمائة (%)
تقرير	1	12.5
رورتاج	3	37.5
تغطية	4	50
المجموع	8	100

نلاحظ من الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى من أشكال المادة الإعلامية المنشورة من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور عادت الى التغطية (4) تكرارات ونسبة قدرت 50% لأن التغطية استغلت لمتابعة المستجدات للوضع الصحي في تفشي وباء كورونا، ومستجدات المنشور الوزاري المشترك المتعلق بإلغاء العمل بإجراء سحب رخص السياقة .

أما الفئة الثانية نجد الرورتاج ب(3) تكرارات ونسبة قدرت 37.5% فالرورتاج تم التركيز عليه نظرا لأهميته في مسألة التأثير من خلال التقنيات المستخدمة فيه، حيث استغل في وصف الأحداث لإثارة المشاهد، والاتصال بالجمهور الخارجي عن طريق المخاطبة والكلام حيث عرف هذا الأخير على أنه: القول والخطاب الذي يحتوي على معنى معين، كما يشمل الكلام عدة ألفاظ يستخدمها الإنسان للتعبير عن أفكاره وآراءه.⁽¹⁾

أما في ما يخص التقرير جاء بتكرار واحد ونسبة قدرت 12.5% فالتقرير الصحفي من الوسائل الإعلامية التي تنقل وتغطي الوقائع برؤية ذاتية والتعمق في تغطية الأخبار، وهو الصفة الإعلامية الأقل استخدام في طرح القضايا والوقائع التي تنشرها المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قلمة- حسب الفيديوهات المعتمدة في دراستنا. ومن خلال تحليلنا وجدنا ان المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قلمة- تعتمد بالخصوص على الوسائل الإعلامية الأكثر تأثير في الجمهور، نجد من بين هذه الأشكال الرورتاج والتغطية الصحفية والتقرير.

¹ موسوعة طب 21، تعلم فن الكلام.. <https://www.teb21.com..>

الجدول (2): فئة الأساليب الاتصالية والاقناعية المعتمدة من قبل شرطة قالمة :

النسبة (%)	التكرار	الفئة
33	8.35	مخاطبة الجمهور
33	8.35	أسلوب الاستماع
15	4	استمالات عقلانية
19	5	استمالات عاطفية
100	25.7	المجموع

يهدف تحليل المحتوى لعينة من الفيديوهات المنشورة على الحساب الرسمي لموقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لشرطة قالمة إلى إبراز متغير (الاتيكييت) المعتمد من قبل جهاز الأمن بالولاية والذي يظهر في سياقات مختلفة من خلال المحتوى المنشور بالصفحة على غرار:

- مراسيم تشييع الجنازة.
- الدخول الاجتماعي.
- مشاركة التلاميذ والطلبة في حملات التحسيس والتوعية.
- تكريم المتفوقين والفائزين.
- تنظيم سدود ودوريات لمراقبة حركة المرور ونقل البضائع.
- تنظيم حملات لفائدة السائقين.
- نشر رسائل توعوية مكتوبة.
- الاستعانة بوسائل الاعلام المحلية: المسموعة، المرئية والمكتوبة لنشر رسائل شرطة قالمة باعتبارهم شريك في أداء مهمتهم النبيلة.
- تأطير التظاهرات الرياضية.
- تأطير الاحتجاجات.
- الاشراف على مراسيم استقبال الضيوف والوافدين على المؤسسة والولاية.
- التصدي لمختلف الجرائم، واطهار مستوى اليقظة والتحفيز في التصدي لها.
- ابراز الوسائل المتطورة لجهاز شرطة الولاية.
- تنوع مصالح جهاز شرطة الولاية.



وهو ما يؤكد على تعدد وثرأ أنواع (الاتيكيت) المعتمد من قبل مصالح شرطة قالمة، ومع ذلك سيتم التركيز على إتيكيت (الكلام) و(فن الاستماع) بما يتوافق ودراستنا، حيث أن المر الواضح من خلال تصفح مجموع الصور (ألبوم الشرطة) على حساب الفيسوك يُظهر فيما يتعلق بهذان المتغيران بأن طريقة وقوف وكلام عناصر الشرطة والاستماع للجمهور والمشاركة في مختلف الفعاليات والتظاهرات المقامة بولاية قالمة (34 بلدية) تبرز قدر كبير جدا من: الاحترام، الالتزام، الانضباط، التفاني، الاصغاء، المشاركة، حماية الأرواح والممتلكات، وعدم التعدي بأي أسلوب لفظي أو جسدي على المواطنين، حرصا منهم على ان يأخذ القانون مجراه الطبيعي.

وفيما يتعلق بإتيكيت الكلام ومخاطبة الجمهور، تظهر الصور بأن رجل الشرطة عادة يقف على مسافة معينة من محدثه، سواء كان سائقا أو شخصا يعتزم تكرمه، مشاركة في تظاهرة تشييع جنازة،... وذلك لخلق مسافة امان واحترام

للجمهور، وعادة تكون إحدى يديه إلى الخلف ربما من جانب ابعاد أي مشاعر قد تتسلل للمواطنين بمجرد رؤية رجال الشرطة بزيهم الرسمي (الأزرق- الأبيض) حسب المصلحة التي يعملون بها.

رابط يظهر كل الصور المنشورة عبر الحساب الرسمي لشرطة قالمة علي (الفيسبوك):

<https://www.facebook.com/guelmapolice.dz/photos>

رسائل شرطة قالمة:

- لا تدع المخدرات تدمر حياتك.
- المكالمة أثناء السياقة كلفتها غالبية.
- حافظ على مسافة الأمان حافظ على سلامتك.
- احمي نفسك وعائلتك.
- حزام الأمان ينقذ حياتك.
- أنت مرهق؟ توقف!
- السرعة... أقصر الطرق إلى الموت احي السائق:
- الاستعمال السلي للأنترنز طريق نحو الانحراف.
- لا إفراط في السرعة موت محقق.



مجموعة صور تبرز تعدد وثرء في أنواع (الاتيكيث) المعتمد من قبل مصالح شرطة قالمة من صفحة (فيسبوك)، اختيار الباحثات.

والملاحظ من خلال الصور المدرجة أنه في كل منها يظهر احتواء وتأطير مصالح الشرطة بقالمة لمختلف الفعاليات والأحداث والأنشطة، وسيتم التفصيل في الأساليب الاتصالية وفقا للجدول التالية:



أولاً: فيما يتعلق بفئة (أسلوب مخاطبة الجمهور) من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة المؤسسة

أسلوب مخاطبة الجمهور من قبل شرطة قلمة

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المؤسسة الامنية تعتمد على (اسلوب مخاطبة الجمهور)، وذلك بغرض: نشر الوعي بين أوساط المواطنين، وتوجيههم بغرض حمايتهم في مواقف مختلفة، سواء تعلق الأمر بالجانب الصحي خاصة مع ظهور جائحة (كوفيد- 19) مطلع سنة 2020، او في سياق الحديث عن حوادث المرور، الدخول الاجتماعي، الامتحانات المصرية، وغير ذلك من المواقف التي تستوجب اعتماد أسلوب مخاطبة الجماهير غما بشكل مباشر عبر الدوريات التي تجوب الشوارع عبر مكبرات الصوت والتي عاشها الجمهور مع ظهور الجائحة، أو عبر وسائل الإعلام المختلفة، كذلك عبر الصفحة الرسمية (الفيسبوك) والموقع الالكتروني الخاصين بشرطة قلمة.

حيث قدرت نسبة (أسلوب مخاطبة الجمهور) بـ 33% ، وهو ما يعكس أهمية (الحوار المواجهي – الافتراضي) بين مصالح الشرطة والجمهور المحلي في سياق الحديث عن الشرطة (الجوارية) مفهوم للتقارب الكبير والانفتاح للجهاز الأمني على المحيط الاجتماعي بمختلف شرائحه، لتعزيز الثقة بينها وبين الجمهور.

تعدّ المخاطبة ذات أهمية كبيرة ويتجلى ذلك في ما يلي: تحدد مدى قدرة المؤسسة الأمنية (شرطة قلمة) على اكتساب مواقف إيجابية عند اتصالها بمواطني ولاية قلمة، حيث يتكون "موقف الحديث من المتحدث الذي

يحاول نقل فكرة معينة، أو طرح رأي محدد، أو الموضوع بعينه".⁽¹⁾

وبالتالي فإن مخاطبة الجمهور المحلي بولاية قالمة من قبل شرطة الولاية تعتبر من الاساليب الاتصالية ذات الأثر الكبير على الجمهور في محاولة للتأثير عليه وبأقناعه برسالة جهاز الأمن سواء كانت توعوية، او تعريفية لنقل معلومات ذات منفعة للجمهور، او في سياق تحقيق قيمة: القرب والحوارية وهذا هو الغرض الأساسي من المهام والهداف التي تسعى الشرطة إلى تحقيقها، وذلك ليستتب الأمن والاستقرار المجتمعي.

تعدّ قوة شخصية أعوان الامن كمحاورين جيدين ذات التأثير القوي الواضح والذي ينعكس في القدرة على استقطاب وجذب الجمهور بولاية قالمة، وهي عامل من العوامل المؤثرة في تشكيل وتعديل الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية على المستوى المحلي، مع ما يتميز به رجل الشرطة في المخاطبة من قدرة على تفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة لدعم النظرة الإيجابية عنها.

ومن خلال الفيديوهات المختارة بشكل قصدي والمشكلة لعينة دراستنا رصدنا فيديو يبين أهمية المخاطبة عند الشرطة بعنوان: "قوات الشرطة بأمن ولاية قالمة تشارك في حملة تحسيسية توعوية حول السلامة المرورية" تحت شعار: "رمضان مبارك سوقوا بأمان"، وفي هذا الفيديو تمت مخاطبة شرطة قالمة لمجموعة من السائقين لتوعيتهم بالخطر أثناء السياقة.

الفيديو الثاني بعنوان: خرجة ميدانية من تنظيم قوات الشرطة بأمن ولاية قالمة حول شرح الآليات التطبيقية الجديدة بالمنشور الوزاري المشترك المتعلق بإلغاء العمل بإجراء سحب رخص السياقة، وفي هذا الفيديو تمت مخاطبة مجموعة من السائقين حول الآليات التطبيقية الجديد والتي يجب التقيد بها.

الفيديو الثالث: لقاء عمل تحسيسي توعوي مشترك من تنظيم أمن ولاية قالمة تحت شعار "الخطر لا يزال قائما" سلامتنا بأيدينا " بالتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني، في هذا الفيديو تمت مخاطبة الجمهور بالزامية التقيد بالإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا.

كل ذلك بغرض تحقيق التّقارب والحوار الميداني بين جهاز الأمن والمواطنين، التعريف بالجهود الميدانية والرقمية -الافتراضية لمصالح شرطة قالمة في الواقع وعبر مواقع التواصل الاجتماعي: حملات، نشاطات.

تبني خططاً متنوعة، بالاستعانة بأطراف أخرى لها فعاليتها في المجتمع، منها: وسائل الإعلام، والأسرة، والمؤسسات الدينية والمؤسسات التعليمية.

حيث إن الغرض من ذلك، يصب في ترسيخ صورة ذهنية (مكتوبة ومسموعة ومرئية) عن جهود شرطة قالمة لمواجهة مختلف المخاطر والعمل على نشر ثقافة أمنية مجتمعية، والحث على اعتماد مقارنة (تشاركية مجتمعية).

¹ التميمي، رافد الصباح، يعقوب بلال ابراهيم: المهارات اللغوية ودورها في التواصل اللغوي، مجلة مداد الادب، العدد 11، ص، 280-281.

ثانيا: فيما يتعلق بفئة (أسلوب الاستماع) من قبل شرطة قالمة لتحسين صورة المؤسسة :

أسلوب الاستماع المعتمد من قبل شرطة قالمة

عكست نتائج تحليل المحتوى للعينة القصديية لمجموعة الفيديوهات المنشورة عبر الصفحة الرسمية لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) الخاص بشرطة قالمة، خلال الفترة الزمنية من الجدول أعلاه ان المؤسسة الامنية تعتمد على اسلوب الاستماع لمعرفة انشغالات الجمهور، حيث قد قدرت نسبة (أسلوب الاستماع) المعتمد من قبلها مع جمهور الولاية بـ 33 %، وهي نسبة مماثلة لأسلوب مخاطبة الجمهور بغرض تحسين ودعم صورة المؤسسة لديه. كما يعرف (أسلوب الاستماع) بأنه: "الانصات"، اذ لا يختلف عن معنى الاستماع والاصغاء، فالإنصات هو ايضا يتضمن الاستماع ولكن بدرجة أعلى من الاهتمام والانتباه لفهم المضمون وتحليله، معنى ذلك أن الاختلاف بينهما في الدرجة وشدة الانتباه⁽¹⁾، ويظهر أسلوب الاستماع والاصغاء والانصات من خلال الوسائل التي تتيحها الشرطة امام الجمهور لنقل انشغالاته ويسعى جهاز الأمن الجزائري من وراء التواجد الافتراضي إلى تعزيز مكانته لدى أفراد المجتمع، وتحقيق الانتشار، وتوزيع المعلومات بأقسام الحساب، على النحو التالي:

طبيعة المؤسسة:

Catégorie



Organisme gouvernementa

عنوان المقر الاجتماعي لشرطة قالمة:



RUE MEDJALDI SALAH, Guelma, Algeria

Adresse

رقم الهاتف:



037 26 06 30

Mobile

الايمل:



ccrp_sw-24@algeriepolice.dz

E-mail

الموقع الالكتروني:

Sites web et liens sociaux



<http://www.dgsn.dz/>

¹الطحان، طاهرة أحمد: مرجع سبق ذكره، ص15.

Site web

معلومات عامة:

Infos générales



Évaluation · 4,3 (50 avis)



Toujours ouvert

حساب الفيسبوك:

<https://www.facebook.com/guelmapolice.dz/about>

— صورة الصفحة الرسمية لشرطة قالمة على (الفيسبوك):



الصفحة الرسمية لشرطة قالمة

صورة رقم: 1 تبرز واجهة شرطة قالمة على حسابها الرسمي (الفيسبوك).

— خريطة موقع المديرية العامة للأمن الجزائري "Map" مع صفحة (الفيسبوك) الخاصة بها.



صورة رقم: 2 تبين خريطة شرطة قالمة "Map"

— <https://www.google.com/maps/place/S%C3%BBret%C3%A9+de+la+Wilaya,+Guelma/data=!4m2!3m1!1s0x12f05e0950d2fe23:0x6b053a35e15679a2?sa=X&ved=2ahUKEwjIrJiEsZP4AhWX87sIHRlxCw8Q8gF6BAGlEAE>

— الشعار: "الشرطة في خدمة الشعب".

— الأمن المعلوماتي: شروط الاستخدام، النشر، كوكيز.

تاريخ انشاء الحساب:



17 février 2017

Creation date



صورة رقم: 3 من الحساب الرسمية (الفيسبوك) لشرطة قالمة، تبرز استماع الأعوان لانشغالات المواطنين،

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=158099090051154&set=pcb.158099526717777>

يعد الاستماع من الاساليب التأثيرية في فهم واستيعاب المعاني وهذا ما تحرص عليه مديرية الامن في معرفة جميع انشغالات جماهيرها وبالتالي تعزز الثقة بينها وبين جمهورها، وهو ما يبرزه تعدد وسائل الاتصال الموضوعية تحت تصرف الجمهور المحلي، من هاتف، موقع الكتروني، صفحة فيسبوك، المقر الاجتماعي، البريد الالكتروني، إضافة الى الحصص الأسبوعية المخصصة عبر أثر إذاعة قالمة.

نجد في الفيديوهات أن أسلوب الاستماع معتمد بقوة لكونه مهارة اتصال لا يستغني عنها الفرد في مواقف الحياة التي يواجه فيها غيره، ويعرف الاستماع بأنه عملية عقلية تتطلب جهدا يبذله المستمع في متابعة المتكلم، وفهم معنى ما يقوله واختزان أفكاره واسترجاعها اذ لزم الامر بإجراء عمليات ربط بين الافكار المتعددة.⁽¹⁾

ومن خلال الفيديو الذي جاء بعنوان خرجة ميدانية من تنظيم قوات الشرطة بأمن ولاية قالمة حول شرح الآليات التطبيقية بالمنشور الوزاري الجديدة المشترك المتعلق بإلغاء العمل بإجراء سحب رخص السياقة، مما نلاحظ ان الاصغاء يعتبر الاسلوب الذي يعتمد عليه السائقين لفهم واستيعاب التعليمات التي تصدرها شرطة قالمة. الى ان الاستماع يعد من الاساليب التي تعتمد عليها الشرطة لتطوير علاقتها بالجمهور.

¹ المالكي، سلمان سالم سالم : أثر استخدام الفيديو التفاعلي في تنمية مهارة الاستيعاب السمعي بمادة اللغة الانجليزية لدى طلاب الصف الأول متوسط، رسالة ماجستير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التربية، جامعة الباحة، الرياض، 2013، ص، 22.

ثالثا: فيما يتعلق بفئة (أسلوب الاستمالات العاطفية والعقلانية) المعتمد من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة المؤسسة:

فئة الاستمالات العاطفية والعقلانية المعتمدة من قبل شرطة قلمة

يظهر فن اتيكيت الكلام والاستماع أيضا في مهام وأدوار مصالح شرطة قلمة عبر ما تنظمه من فعاليات، او تشارك السلطات الولائية في تنظيمها أو الاشراف عليها وتأطيرها من باب انه (جهاز أمن ولائي) يسهر على راحة وسلامة الأرواح والممتلكات، ويحتاج في مهمته لمحاربة كل أشكال الجريمة والتطرف، والتوعية والتحسيس، وتحمل المسؤولية المجتمعية إزاء مختلف القضايا والأحداث إلى تنوع أساليبه الاتصالية مع الجمهور المحلي من باب تحقيق مبدأ (الجوارية والقرب) من المواطنين.

1- اعتماد الاستمالات العاطفية لتحسين وإدارة صورة شرطة قلمة:

لم تخل الصفحة الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لشرطة ولاية قلمة، من عنصر (الاستمالات) في شقيها العاطفي والعقلي وقد عاينا من خلال الصور والفيديوهات المدرجة خاصة منها المختارة كعينة لدراستنا أنها تضمنت الكثير من الاستمالات، وبالعودة إلى تحليل الفيديوهات نجد في المرتبة الثالثة (الاستمالات العاطفية) وذلك بمعدل (5) تكرارات، بنسبة 19% تمحورت هذه الاستمالات حول: ذكر الثورة التحرير الجزائرية المجيدة، الترحم على أرواح الشهداء من طرف وزير الداخلية والجماعات المحلية والسلطات الولائية بمرافقة وتأطير شرطة ولاية قلمة.

وهذا من أجل ترسيخ هذا اليوم في أذهان الجمهور وتذكيرهم بالماضي.

مخاطبة الجمهور بمفردة تعكس صلة الرحم والقربان بين الشرطة والمواطنين: (اخي السائق:...) والغرض منها لفت انتباه (المخاطب) إلى مضمون الرسالة، وكذلك لرفع كل الحواجز بينهما، والتأكيد على أن ما تنشره الشرطة من رسائل إنما الغرض منها تأمين أقصى درجات الحماية والأمن لشخص يعد من (الأسرة الواحدة) والغرض من ذلك تحقيق أكبر قدر من الاستمالات العاطفية نحو شرطة ولاية قلمة في سياق تحسين وإدارة صورتها، لأن العودة دائما إلى مبدأ (الجوارية) مهم جدا في التأثير على الجمهور في مجتمع عايش عشوية سوداء- استمرت في وقاع الأمر لأكثر من عشرينين بالنظر إلى تداعياتها وآثارها على المجتمع الجزائري عموما وولاية قلمة على وجه الخصوص-، حيث تحتاج كثيرا المؤسسة الأمنية إلى تجسير الهوة بينها وبين الجمهور وتمتين العلاقات الأمنية- المجتمعية، لما تؤديه من مهام رئيسة حيث تقوم شرطة قلمة بمهمة حفظ الأمن والنظام العام بالمدن الكبرى والمناطق الحضرية بالإضافة إلى ضمان حماية الاشخاص والممتلكات وكذا التحقيق في الجرائم والقبض على الجناة، كما تؤدي مهام روتينية كمرقبة حركة المرور، المشاركة في الحملات التطوعية كحملة التشجير مع التلاميذ وكذا المشاركة في حملة لتوعية التلاميذ بالمدارس من مخاطر الالعاب الالكترونية، كل هذه المهام المؤدية من قبل - شرطة قلمة - للعمل على ترسيخ فكرة أن الشرطي قدوة حسنة .

كل هذه العمليات التي تقوم بها المؤسسات الدافع منها هو التأثير في الجمهور الخارجي وتحسين صورة المؤسسة

شرطة قالمة لدى جمهورها.

2- اعتماد الاستمالات العقلية لتحسين وإدارة صورة شرطة قالمة:

نجد في المرتبة الأخيرة أسلوب الاستمالات العقلانية الذي جاء بمعدل (4) تكرارات بنسبة 15% حيث ظهرت الاستمالات العقلانية في عينة الدراسة من خلال مخاطبة المواطنين للتقيد بأوامر السلامة المرورية والدعوة للحفاظ على أرواح السائقين، وكذلك التوعية بإجبارية ارتداء الكمامات خلال فترة ظهور جائحة (كوفيد-19)، وتقديم النصائح بالزامية التقيد بالإجراءات المقدمة من طرف الأمن للحفاظ على سلامة المواطنين، كلها استمالات عقلانية تسعى الى مخاطبة عقل المتلقي وتقديم حجج وشواهد المنطقية وجهة للتأثير في الجمهور عن طريق توضيح الحقائق المادية.⁽¹⁾

حيث تكررت الرسائل التالية ضمن مختلف الأنشطة والفعاليات التي قامت بها وأطرها مصالح شرطة ولاية قالمة، كما ظهرت في سلسلة من الشعارات والرسائل على النحو التالي:

رسائل شرطة قالمة:

- لا تدع المخدرات تدمر حياتك. المكالمة أثناء السياقة كلفتها غالية.

حافظ على مسافة الأمان حافظ على سلامتك. احمي نفسك وعائلتك.

حزام الأمان ينقذ حياتك. الاستعمال السلبي للأترنت طريق نحو الانحراف.

أنت مرهق؟ توقف! لا إفراط في السرعة موت محقق.

السرعة... أقصر الطرق إلى الموت. اخي السائق:

نلاحظ من خلال رسائل الشرطة الموجهة لمواطني ولاية قالمة (الجمهور المستهدف) بأن أسلوب (النهي) يتكرر بشكل مكثف (لا تدع، لا افراط، لا تسرع،...)، كما أن أسلوب الأمر (حافظ، أحمي،...) معتمد أيضا من خلال الرسائل الاتصالية للشرطة، زيادة على درجة كبيرة من الشعور والوعي إزاء مستعملي الطرقات بحالة (الإرهاق والتعب الشديدين) التي تنتبهما خاصة بالنسبة لمستعملي الطرقات البعيدة والتي جاءت في رسالة الشرطة (أنت مرهق؟ توقف!) حيث حملت الرسالة علامتي وقف: الاستفهام والتعجب في آن واحد، مفادها إذا كنت مرهقا لماذا تبخل على نفس بقسط من الراحة، ثم تواصل المسير بنشاط وحيوية - حسب ما ندركه من مضمون الرسالة-.

بالإضافة الى أسلوب التحذير الضمني الذي ورد في رسائل الشرطة التالية: "المكالمة أثناء السياقة كلفتها غالية، الاستعمال السلبي للأترنت طريق نحو الانحراف، السرعة... أقصر الطرق إلى الموت".

¹ الفلاح، فهد فادي، الاساليب الاتصالية للعلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية في المؤسسات الكويتية، المجلة العلمية لبحوث الاعلام تكنولوجيا الاتصال، العدد 9، يونيو 2021، ص28.



الصورة رقم 5 تبين عدم السرعة أثناء القيادة لأنها أقصر الطرق إلى الموت.

الجدول (03) فئة الوسائط المتعددة من قبل شرطة قائمة لتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور:

النسبة (%)	التكرار	الفئة
21	4	الصورة
37	7	نص مكتوب
42	8	فيديو
100	19	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر عادت إلى الفيديو (8) نسبة قدرت 42% حيث يكون هذا الأخير بأشكال عديدة أهمها الصورة المتحركة المتزامنة مع الصوت والتي تعرض على شكل فيديو⁽¹⁾، أجل عرض مختلف أنشطتهم القانونية والتحسيسية التوعوية مثل توعية المواطنين على ضرورة ارتداء الكمامات للوقاية من الفيروس، كما أن الفيديو يعد وسيلة من وسائل الاتصال الهامة التي تعتمد عليها المديرية العامة للأمن الوطني - شرطة قائمة - بدرجة كبيرة في التواصل مع الجمهور وإيصال صوتهم وبذلك السعي إلى تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي.

أما المرتبة الثانية نجد النص المكتوب بمعدل (7) تكرارات، أي بنسبة 37%، وقد خصت هذه النصوص الفيديوهات الداخلية وكذلك الخارجية، وتوضيحات محتوى المواضيع المتناولة في المادة الإعلامية المتناولة في عينة دراستنا، وكذلك أسماء معدي المادة وأسماء الشخصيات التي أدلت بتصريحات، كل هذه النصوص تدعم المحتوى الإعلامي وتسهل عملية الفهم لدى المتلقي.

أخيرا نجد فئة الصورة التي جاءت بمعدل (4) تكرارات، أي بنسبة 21% وقد جاءت الصور لتوضيح الفكرة المطروحة، وتدعيم المحتوى الإعلامي، نظرا لأهميتها في توسيع نطاق الفهم لدى المتلقي، وكذلك تحسين صورة

¹ ير الدين، بريزة: أثر الفيديو التفاعلي في تعليم بعض المهارات الأساسية في كرة السلة (المحاور، التصويب من القفز، التصويب من الثبات)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015، ص37.

شرطة قلمة لدى الجمهور، وذلك راجع لعمل المؤسسة الاحترافي، واعتمادها على الوسائط المتعددة في التواصل وهي: مصطلح يستخدم لوصف اتحاد البرامج والاجهزة التي تمكن المستخدم من الاستفادة من النص والصورة والصوت ومقاطع الفيديو.⁽¹⁾

حيث تعرف الصورة انها التمثيل البصري لأي مجسم سواء كان إنسان أو حيوان ،أو جماد يمكن رؤيته بالعين المجردة وذلك من خلال مجموعة من التقنيات المختلفة مثل الصور الفوتوغرافية أو الفيديوهات أو الرسوم .وللصورة أهمية كبيرة في توضيح وايصال المعنى وترجمة النصوص ،فالصورة دائما بألف كلمة ،وتكمن أهميتها في .
أما من أهم الوسائل الاتصالية لتوصيل الرسالة .

الصورة من اهم سبل التواصل ،حيث أن من خلال الصورة يمكن توصيل أي رسالة يحتاج اليها الإنسان دون الحاجة لمزيد من النصوص، كما تعمل الصورة على إثارة الانتباه وجذبه ،كما تعمل على لفت نظر القارئ أكثر من النص.

يعرف النص انه ما نطق وما كتب على حد سواء ،ويعرف أيضا أنه كل شيء يحمل الوضوح وهو ظاهرة لغوية تستخدم لتوضيح المعاني وشرح المواقف كما ان النصوص تحمل رسالة التبليغ والتوعية والتفسير .
تكمن أهمية النص المكتوب في :توصيل الرسائل المراد ايصالها للجمهور .

النصوص هي التي تزيل الغموض من المواقف والاحداث وتضع مجريات الامور بشكل جيد .⁽²⁾
من خلال تحليلنا نجد أن الصورة والفيديو والنص المكتوب لهم تأثير كبير في إبراز المهام وتفسير الظواهر والاحداث التي تجري في الواقع للدفع بالجمهور للتقرب ومعرفة مختلف النشاطات ،وهذا ما يبين مدى تأثيرهم على صورة المؤسسة -شرطة قلمة -لأنهم من الوسائل التي لها جذب وتأثير كبير في الجمهور .

جدول رقم (4) يمثل فئة لغة النشر المتعددة من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور:

الفئة	التكرار	النسبة
عربية	52	76%
العامة	16	24%
المجموع	68	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قلمة - تركز على استخدام اللغة العربية في مخاطبة الجمهور ، لأن العربية هي اللغة الرسمية المعتمدة في الإدارة الجزائرية، حسبما ينص عليه الباب الأول من الدستور، في مادته الثالثة التي تؤكد بأن: اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية للدولة"، كما انه وخلال شهر أكتوبر 2021 عمدت وزارتان، وهما: التكوين والتعليم المهنيين والرياضة والشباب إلى الإعلان عن "حصر

¹ خالد خليفة، أحمد محمد وآخرون: التصميم الفني للوسائط المتعددة في التعليم الهجين، مجلة الفن؛ علوم الانسانية، العدد 9، 2022، ص73.

²<https://www.almrsl.com>.

المعاملات الرسمية والوثائق باللغة العربية، في ظل أزمة دبلوماسية مع فرنسا، ليبدأ سريان الإعلان بداية شهر نوفمبر 2021، -مثلما ورد في الحسابات الرسمية للوزارتين-.

حيث وبالعودة إلى تحليل الفيديوها المعتمدة في عينة دراستنا جاء استخدام اللغة العربية بين مصالح شرطة قلمة والجمهور المحلي بـ (52) تكرار، أي بنسبة قدرت بـ 76%، ويمكن تفسير ذلك بحكم ان اللغة العربية هي الرسمية الأولى المستخدمة في ولاية قلمة -الجزائر، ويفهمها جميع شرائح المجتمع، وتعتبر لغة الكلام فن من فنون التواصل مع الناس، ويعرف الكلام (التحدث): هو ذلك الكلام المنطوق الذي يعبر به المتحدث عما في نفسه، وما يجول بخاطره من مشاعر، وما يزخر به عقله من رأي، أو فكرة، وما يريد أن يزود به غيره من معلومات في طلاقة وانسياب، مع الصحة في التعبير والسلامة في الأداء.⁽¹⁾

يكمن تأثير اللغة العربية لأنها تعتبر اللغة الرسمية التي تتعامل بها مختلف الجهات الامنية وبوجه الخصوص شرطة قلمة، لأنها اللغة التي تكتب بها النصوص والقوانين فهي اللغة المتداولة والمفهومة عند أغلبية الجمهور.

في المرتبة الثانية نجد اللهجة العامية (16) تكرار ونسبة قدرت بـ 24% وهي تعتبر اللهجة المحلية البسيطة والمتداولة بين عامة المجتمع وهي تسهل توصيل المعلومة والرسالة المراد توصيلها الى الجمهور، وتكمن أهمية مخاطبة الجمهور باللهجة العامية كونها بسيطة ومفهومة لدى أغلبية الناس، وأن التحدث أو الكلام هو ثاب مهارات اللغة العربية، وفن من فنونها، وهي وسيلة رئيسية في التواصل والتعبير بطلاقة ووضوح وبها يعبر الفرد عما يدور في ذهنه من أفكار.⁽²⁾

ومن خلال تحليلنا نستنتج أن مديرية الأمن الوطني -شرطة قلمة - تسعى جاهدة الى تسهيل توصيل المعلومة سواء باللغة العربية أو اللهجة العامية حتى يكون هناك تواصل وفهم بينها وبين الجمهور وتحسين صورتها أمام الجمهور الخارجي.

جدول رقم(05) تمثل فئة أشكال التفاعل مع الفيديو المتعددة من قبل شرطة قلمة لتحسين صورة

المؤسسة لدى الجمهور:

الفئة	التكرار	النسبة (%)
إعجاب	761	87
تعليق	45	5
مشاركة	73	8
المجموع	879	100

¹ القمزي، حمد بن عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص83.

² طايبي همامة، رحلاوي عالية: تعليم مهارة التحدث في الطور الاول من التعليم الابتدائي: مذكرة لنيل شهادة الماستر: جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2019، ص12.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكثر أشكال التفاعل التي يستخدمها متتبعي الفيديوهات التي تنشرها المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قالمة - على صفحتها الرسمية للفيسبوك، وجاءت (761) تكرار ونسبة 87% ويعتبر تسجيل الاعجاب من أسهل أشكال التفاعل لأنه يتطلب عملية النقر على زر الاعجاب الموجود مباشرة تحت المنشور والملاحظ من خلال تفريغنا للبيانات أن الحصة الأكبر كانت من نصيب الفيديوهات التي تستعرض حملات توعوية تحسيسية.

المرتبة الثانية عادت الى فئة المشاركة ب73 تكرار ونسبة 8% وهذا راجع لتضامن الجمهور العام مع المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قالمة - وما يدل على مشاركة المجتمع المدني مع الأمن، وهذا يعني أن المؤسسة تسعى الى تعزيز وبناء صورتها الذهنية وتغيير نظرة المجتمع في الوقت الحالي، وشغلها الشاغل خدمة المجتمع وحماية أمنه، فهي الناتج النهائي للانطباعات والتصورات الذاتية التي تتكون في أذهان المواطنين بفئاتهم المختلفة عن المؤسسة الأمنية ورجال الأمن، نتيجة لما تقوم به تلك المؤسسة من ممارسات عند الاتصال بهم⁽¹⁾. وأن مشاركة الجمهور للمنشورات والفيديوهات لمديرية الشرطة وذلك ناتج على اعجابهم بالمادة الاعلامية المطروحة وأهمية المواضيع التي تهم المواطن.

أما المرتبة الأخيرة كانت لفئة التعليق ب(45) تكرار ونسبة 5% وكانت أغلب هذه التعليقات عبارة عن شكر وتقدير لشرطة قالمة على مجهوداتهم المبذولة للحفاظ على سلامة المواطنين وتوعيتهم، هذه التعليقات تبين أن نظرة المواطن تغيرت اتجاه المديرية العامة للأمن الوطني شرطة قالمة وهذا ما يؤكد على مدى تغير نظرة الجمهور نحو المؤسسة مما يخلق تشكيل صورة حسنة عنها.

الجدول (06) يمثل فئة (لغة التعليق) ومدى تفاعلهم مع مصالح شرطة قالمة والمدرجة ضمن الفيديوهات التي تمثل عينة الدراسة على الحساب الرسمي للمؤسسة على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) يمكن تقسيمها بدورها كالتالي:

الفئة	التكرار	النسبة (%)
عربية	6	67%
فرنسية	2	22%
عربية- فرنسية	1	11%
المجموع	9	100

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من فئة لغة التعليق عادت الى اللغة العربية ب(6) تكرارات ونسبة 67% وهي القيمة الأكبر حيث أنها بوجه الخصوص موجهة للجمهور الجزائري بقالمة، وأن المديرية العامة للأمن

¹ مزيان، فوزي آيت عمر: دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، العدد (3)، 2019، ص246.

الوطني شرطة قامة والقائمين بالاتصال يعتمدون في تعاملاتهم مع مختلف الجماهير الحديث باللغة العربية كونها لغة عربية ومتداولة لدى الجمهور.

وان اتيكيت (الحديث) أو الكلام هو أن تحسن اختيار موضوع الحديث بما يناسب الحاضرين وبأسلوب ولهجة تتفق مع معلوماتهم ومدركاتهم ومدى اهتمامهم⁽¹⁾، وهذا ما ينطبق على الجمهور الذي يتعامل أكثر في تعليقاتهم باللغة العربية .

جاءت اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية عادت علة (2) تكرارات ونسبة 22% وذلك راجع الى الفئة القليلة التي تتفاعل باللغة الفرنسية لأن الجمهور لا يتعامل بها كثيرا .

أما المرتبة الاخيرة جاءت اللغة العربية بحروف فرنسية كونها أسلوب كتابة مبتكر من قبل جمهور الفيسبوك وعادت على تكرار واحد بنسبة 11% لأنها تعتبر اللغة المتداولة جدا عبر شبكات التواصل الاجتماعي وباقي المساحات التفاعلية الإلكترونية.

من خلال تحليلنا نستنتج ان لغة التعليق تعني لغة الكلام أو الحديث المعتمد من طرف الجمهور المتلقي للمادة الاعلامية ، ويعتبر الحديث عملية ارسال واستقبال رسائل متعددة وذلك عبر استخدام وسيلة اللغة والتي تعتبر فن من الفنون التي يصعب على الكثير من الناس إدراك اهميتها وتأثيرها في التواصل لغويا عبر اللقاء.⁽²⁾

2/: فئات المضمون:

الجدول (07) فئات الموضوع:

النسبة	التكرار	الفئة
25%	2	رجال الشرطة ينظمون حملات توعوية ضد وباء كورونا والتقييد بالتدابير الوقائية
25%	2	خريجات تحسيسية توعوية بالقوانين المرورية للحفاظ على سلامة المواطنين.
25%	2	مساندة شرطة قامة لتلاميذ
12.5%	1	تنظيم مراسيم تدشين للأمن الحضري السابع بقامة
12.5%	1	المداهمات الامنية للدرك والشرطة في ولاية قامة
100%	8	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن شرطة قامة ترتبط مع المواطن ولا يوجد حاجز بينهما من ضمن المواضيع التي تبين ذلك نجد كل من رجال الشرطة ينظمون حملات توعوية ضد وباء كورونا والتقييد بالتدابير الوقائية ، والخريجات

¹ المشهاني ، سعد سلمان : مرجع سبق ذكره ، ص 115-117.

² فوجاني ، علي : مهارات المتحدث الاعلامي طريقك للمنصات الاعلامية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2015، ص 29.

التحسيسية للتقيد بالقوانين المرورية للحفاظ على سلامة المواطن ومساندة التلاميذ في الأطوار التربوية حيث جاءت بتكرارين ونسبة 25% وهي النسبة الأعلى.

تبين المواضيع المطروحة أنها مواضيع تسعى الى تقرب شرطة قلمة الى المواطن مما يشكل ذلك صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة وهي الصورة التي تعمل المؤسسة الى الوصول لها وتحقيقها بدرجة أولى .

أما المواضيع الخاصة بتنظيم مراسيم التدشين الأمن الحضري السابع بقلمة والموضوع الخاص بالمداهمات الأمنية بتكرار (1) ونسبة 12.5% وهذا راجع الى أن شرطة قلمة تسعى جاهدة للقضاء على الجريمة بشتى أنواعها.

من خلال هذه المواضيع المطروحة نجد أن شرطة قلمة تعمل على توصيل رسائل توعوية للجمهور بإتباع الاساليب الاتصالية و الإقناعية للتأثير في الجمهور، الغاية من التأثير في الجمهور هو تحقيق بناء وتكوين صورة حسنة عن المؤسسة شرطة قلمة .

الجدول (08) فئة المصادر المعتمدة في المادة الاعلامية:

الفئة	التكرار	النسبة
أعوان الأمن (شرطة قلمة)	7	64%
مراسلون وصحفيون	4	36%
المجموع	11	100%

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المؤسسات الأمنية تعتمد على مصادرها الخاصة المتمثلة في أعوان الأمن (خلية الاتصال) وهي أعلى نسبة جاءت بـ7 تكرارات ونسبة قدرت بـ64% وهذا راجع الى أن أعوان الأمن لهم وسائل خاصة لنقل الأحداث والوقائع التي تخص الجمهور بصفة خاصة ،سواء عن طريق الحملات التوعوية ،ومساندة التلاميذ أو عبر الوسائل التي تعتمد عليها في مؤسستها للتأثير في جمهورها من خلال رقمها الأخضر 1048 لطرح انشغالات المواطنين أو من الخط 104 الجديد الذي اعتمده للتبليغ على اختطاف الأطفال ،والتواصل معها عن طريق موقعها الرسمي ومعرفة كل ما يخص نشاطات المؤسسة والتعرف على القوانين المطروحة وتعد خلية الاتصال الجهة الاتصالية التي تربط المديرية مع جمهورها ،ويعد أعوان الأمن الواجبة الأساسية لتوصيل الرسائل والتقرب من المواطنين والتأثير عليهم من خلال توعيتهم وتحسيسهم بأهم المواضيع سواء قانونية أو صحية .

أما المرتبة الثانية تخص المراسلون وكذلك الصحفيون حيث جاءت بـ4 تكرارات ونسبة قدرت بـ36% وهو ما يوضح أن المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قلمة - تعتمد على وسائل الاعلام في نشر منشوراتها وتوصيلها الى الجمهور كون وسائل الاعلام من الوسائل الأكثر استخداما لدى الشعب الجزائري بقلمة ،فالعلاقة هنا تكمن في أن وسائل الاعلام تربط شرطة قلمة بجمهورها من خلال إلقاء الضوء على الجهود التي تبذلها اجهزة الشرطة.

ومن هنا نصل الى أن شرطة قلمة والأفراد العاملين بها لهم دور فعال في نشر المعلومة دون إغفال أي جزء منها، وأن وسائل الاعلام لها دور في تشكيل الرأي وتعزز من التواصل بين الأفراد ،ومن هنا نجد أن العلاقة بين شرطة

قائمة ووسائل الاعلام هي علاقة تكاملية لأن كل واحدة منهم تكمل الأخرى مما يؤدي إلى تحسن من صورة المؤسسة -شرطة قائمة -لدى جمهورها الخارجي.

الجدول (09): فئة الجمهور المستهدف:

النسبة	التكرار	الفئة
62.5%	5	الجمهور العام
37.5%	3	الجمهور الخاص
100%	8	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قائمة - توجه رسائلها الى الجمهور العام إذ يعتبر هو المؤثر الاول، حيث اعتمدت شرطة قائمة على توجيه رسائلها للجمهور العام كأعلى نسبة وقدرت 62.5%، وذلك لزيادة درجة التأثير في مستوى الوعي من خلال توجيه المعلومات نحو الجمهور العام والذي يمثل المواطنين بصفة عامة وتم كل الجمهور الجزائري بقائمة.

أما الجمهور الخاص جاء بنسبة 37.5% ويقسم الى فئات مختلفة توجه لها الرسائل حسب اهتمام كل فئة، ومثال ذلك إلغاء العمل بإجراء سحب رخص السياقة وهو موجه بصفة خاصة الى السائقين، والقيام بإجراءات خاصة لتأمين الدخول المدرسي وهي موجهة الى التلاميذ وذلك للحفاظ على سلامة المواطن وتحقيق الامن له والحفاظ على ممتلكاته والحرص على توعيتهم وتوجيههم لضمان حياة أفضل، والدافع الرئيسي هنا هو تكوين صورة حسنة عن المؤسسة -شرطة قائمة -

الجمهور العام: هو المواطنين بصفة عامة.

الجمهور الخاص: السائقين، التلاميذ بصفة خاصة.

الجدول (10) فئة القيم:

النسبة	التكرار	الفئة
43%	6	الحوار
43%	6	حسن الاصغاء
14%	2	القيمة الجوارية
100%	14	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قائمة - تعتمد على قيمتي الحوار وحسن الاصغاء وجاءت ب 6 تكرارات ونسبة 43% وجاء ذلك في مجموعة من الخرجات الميدانية التي تتحاور فيها شرطة قائمة مع المواطنين حول التدابير الوقائية من فيروس كورونا، وكذا شرح الآليات الجديدة المتعلقة بإلغاء العمل بإجراء

سحب رخص السياقة مع الزامية التقيد بهذه التدابير لتحقيق الهدف الأساسي وهو الحفاظ على أمن وسلامة المواطن.

يأتي الحوار بأنه: النقاش عن طريق الكلام المباشر بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص بطريقة هادئة ومنظمة حول موضوع أو فكرة معينة⁽¹⁾.

تعد قيمة الحوار في المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قالملة - قيمة ضرورية في ميدان عملها ،لخلق نوع من التفاعل والتفاهم بينها وبين المواطنين ،وكذلك حسن الاصغاء من الصفات التي تحرص عليها ،ويعتبر هذا الأخير بانه :وسيلة ضرورية أو عامل من العوامل الرئيسية المطلوبة لفهم الآخرين لأن هذا الفهم يعتبر ضرورة للتواصل والتعامل مع الآخرين⁽²⁾ . والتأثير فيهم ضروري لخلق صورة حسنة عن المؤسسة الامنية.

أما المرتبة الأخيرة جاءت القيمة الحوارية بتكرارين ونسبة قدرت ب14%وتعتبر هذه القيمة ذات أهمية كبيرة لبناء صورة المؤسسة الأمنية لأنها تعتبر وسيط يربط بين المؤسسة وجمهورها وتعني :الشرطة الحوارية :وتعرف أنها تعني التداخل في حل الأنشطة المجتمعية ليس لتوفير الامن التقليدي فحسب ،بل تتجاوز الى توفير الامن العام ،بكل صوره ،سياسي ،اجتماعي ،ثقافي ،قيمي...الخ.⁽³⁾ فهي تؤثر على الجمهور بصفة عامة نظرا لأهميتها وسعيها الى تحقيق درجة كبيرة من التأثير لتحسين صورة المؤسسة الامنية.

الجدول (11) فئة الاتجاه: اتجاه المواطنين نحو المديرية العامة للأمن الوطني - شرطة قالملة :-

الفئة	التكرار	النسبة
الاتجاه السلبي	0	0%
الاتجاه الايجابي	45	100%
الاتجاه المحايد	0	0%
المجموع	45	100%

نلاحظ من الجدول اعلاه أن أعلى نسبة عادت الى الاتجاه الايجابي ب 45تكرار ونسبة 100% وبرز هذا الاتجاه في كل ما طرحه المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قالملة -من مواضيع هادفة لتغيير نظرة المواطن اتجاه شرطة قالملة ، وتزامنا مع الوضع الراهن أصبحت شرطة قالملة قريبة من المواطن من خلال مساندة الجمهور ودعمه خلال الجائحة . كل هذه الجهود المبذولة من قبل أعوان الأمن ومحاوله اندماجهم مع الجمهور الخارجي بقوة لدعم وتحسين صورة المؤسسة الامنية التي هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات ازاء منظمة ما ، وترتبط هذه التجارب بعواصف الأفراد واتجاهاتهم⁽⁴⁾.

¹ <https://units.imamu.edu.sa.30/05/2022.19:58>

² سليمان ،سناء محمد :سيكولوجية الاتصال الانساني ومهاراته ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2014،ص،199.

³ عباد ،لويظة :الإعلام الأمني من منظور الشرطة المجتمعية ، مجلة الرواق ، جامعة الجزائر 3،العدد5 ، جوان 2017،ص،206.

⁴ عمجوة ، علي ، فريد كريما: إدارة العلاقات العامة بين الادارة والاستراتيجية وادارة الازمات ، القاهرة ، عالم الكتب، 2008، ص،128-129.

كل هذه العمليات المنظمة من قبل شرطة قلمة تجعل المواطن يتفاعل معهم ويساندهم في انجاح خططهم العملية كما جاء في لقاء عمل تحسيسي توعوي مشترك من تنظيم أمن ولاية قلمة تحت شعار "الحذر لا يزال قائما" "سلامتنا بأيدينا" وكان ذلك بالتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني، ما يدل على مساندة المجتمع المدني لأعوان الأمن في أداء أعمالهم وإيصال صوتهم للجمهور .

أما الاتجاه السليبي والمحايد كانت النسبة معدومة وذلك راجع الى درجة الوعي الايجابية لدى المواطنين اتجاه مهام المؤسسة الأمنية لما تقدمه من نصائح لتوعية المواطنين للحفاظ على سلامتهم وأداء عملهم على أكمل وجه، وهذا التفاعل الايجابي للمواطنين راجع الى اتيكيت التعامل الرسمي والاجتماعي : بمعنى السلوك الجيد والأداء والراقي لأعوان الأمن نظرا لاحترافيتهم وقدرتهم على التصرف عمليا بكل تهذيب فيجذب المستمعين اليه وهذا ما يسعى اليه من أجل تحسين صورة المؤسسة الأمنية لدى الجمهور الخارجي .⁽¹⁾

الجدول (12): فئة رد -شرطة قلمة -على تعليقات الجمهور :

الفئة	التكرار	النسبة
يوجد رد على تعليقات	4	67%
لا يوجد رد على التعليقات	2	33%
المجموع	6	100%

في الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة كانت يوجد ردمن قبل شرطة قلمة على التعليقات ب (4) تكرارات ونسبة 67% في هذه الحالات كانت أغلبها رد أعوان الشرطة على تعليقات المواطنين الايجابية بالإعجاب إضافة الى الرد برسائل شكر وتقدير للمجتمع المدني المساند الأول لشرطة قلمة بدرجة أولى، وهو يعكس هنا فكرة التفاعلية بين الجمهور المستهدف شرطة قلمة القائمين على السهر لحماية المواطن وتلبية احتياجاتهم،ومن هنا نرى أن شرطة قلمة تعتمد على أسلوب الاستماع لانشغالات المواطنين وأن المديرية العامة للأمن الوطني -شرطة قلمة -لديها خلية الإصغاء والتي من خلالها يتم طرح انشغالات واستفسارات مثل شكاوي الجمهور والغرض هو السعي للتقرب من الجمهور وخلق مودة وتفاهم بينهم مما يخلق انطباعات وصورة حسنة عن مؤسسة -شرطة قلمة .

إلا أن الاكتفاء بالنشر فقط دون متابعة ردود أفعال الجمهور يفقد هذه المواقع تفاعل من قبل متابعيه ومنه يخفض من عدد المعجبين والمتفاعلين مع المحتوى المنشور وبالتالي تعيق عملية تحقيق الهدف الرئيسي من نشر المادة الاعلامية بغرض التأثير في الجمهور لتحقيق صورة حسنة عن المؤسسة -شرطة قلمة - .

حيث تحمل رسالة توعية وتحسيس المواطنين من تفشي الوباء وكذلك فيديوهات تحمل رسالة مساندة للتلاميذ الشاء الدخول المدرسي، فالاستماع هو نشاط عقلي ايجابي مقصود يقتضي التركيز والانتباه لإدراك الرسالة

¹ محمود ، عبد الفتاح رضوان: مرجع سبق ذكره ، ص 17.

المسموعة وفهم المقصود منها وهنا طبقت مديرية الشرطة الاستماع وهو ما يكون في حالة من الاعجاب بالمستمع اليه حيث يربطهما شيء من المحبة والتقدير وهذا راجع الى القدرة على الاصغاء والانتباه فضلا عن التركيز على المادة المسموعة والتأثير على الهدف الموجود في المحتوى الإعلامي لتكوين صورة جيدة عن المؤسسة الأمنية وترسيخها في أذهان الجمهور.⁽¹⁾

أما الفئة الثانية لا يوجد رد من قبل شرطة قائلة على تعليقات الجمهور، حيث قدرت نسبتها بـ 33% وهذا راجع الى أن شرطة قائلة تتبع قوانين وضوابط تجعلها غير قادرة على الرد على جميع تعليقات الجمهور . في أداء أعمالهم المفروضة عليهم لذلك لا تتمكن المؤسسة من الرد على كل تعليقات، وهذا ما يؤثر على صورة المؤسسة سلبا.

كما نرى في دراسة التي جاءت بعنوان مهارات رجل الشرطة في التعامل مع الجمهور وأثرها على فعالية تقديم الخدمة الامنية، حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع مهارات رجل الشرطة الانسانية في التعامل مع الجمهور وأثرها على فعالية تقديم الخدمة الامنية من وجهة نظر رجل الشرطة العامل في محافظة غزة . وكذلك التعرف على مدى توفر أساليب ووسائل تنمية هذه المهارات منها مهارة الاستماع التي تساعد على إيجاد الاصغاء ونجاح عملية الاتصال لخلق صورة حسنة عن المؤسسة .

¹ الخويسكي ، زين كامل : مرجع سبق ذكره، ص، 36.

نتائج الدراسة:

- استغلت شرطة قلمة موقعها على الصفحة الرسمية فايسبوك اغلب أشكال المادة الاعلامية المختلفة خاصة التغطية والربورتاج حتى تخدم اهدافها وهذا ما لمس من خلال الفيديوهات المختلفة الخاصة بشرطة قلمة على صفحتها، وذلك للتأثير على كل فئات الجمهور من أجل بناء صورة ايجابية عن المؤسسة -شرطة قلمة-.
- استغلت الصفحة الرسمية فايسبوك الخاصة بشرطة قلمة كل الوسائل المتعددة لدعم الطرح مما يوضح الاهتمام الذي تعتمده الصفحة لدعم رسائلها المتعلقة بالتوعية وفن التعامل بوجه الخصوص.
- المادة الاعلامية المطروحة على صفحة فايسبوك -شرطة قلمة- لاقت الاهتمام الكبير من قبل المستخدمين والمنخرطين، ونجد التفاعل بالتعليق ضعيف مقترنة بعدد المستخدمين ونسبة المشاهدة، كذلك التفاعل عن طريق المشاركة كان مقبول، أما الاعجاب فكان قوي جدا وهو ما يعبر بوضوح عن وصول ونجاح الرسالة الاعلامية .
- تسعى ادارة مؤسسة الشرطة القيام بمهمة تدريب وتثقيف مختلف كوادرها، وذلك لرفع مستوى مهاراتهم الاتصالية للتأثير في الجمهور.
- يسعى رجل الشرطة الى التفاعل مع المجتمع من خلال المشاركة في الفعاليات الاجتماعية وذلك لتقوية العلاقة بينه وبين المواطنين.
- من خلال الاساليب الاتصالية والاقناعية المعتمدة من قبل شرطة قلمة، نجد أسلوب مخاطبة الجمهور وأسلوب الاستماع وهي من أبرز الاساليب التي تتواصل بها مع الجمهور لمناقشة وطرح اهم القضايا التي تم الفرد والتي من خلالها يمكن أن تحسن صورتها أمام الجمهور.
- مهمة رجل العلاقات العامة بمؤسسة الشرطة هي استخدام أكثر الأساليب الاتصالية التي لها تأثير كبير على الجمهور وإعطاء نظرة ايجابية عن الصورة الذهنية عن المؤسسة.
- القيم التي لمست من خلال المواضيع المطروحة على مستوى فيديوهات العينة هي القيم التي تخلق نوع من التفاعل بين المواطنين وشرطة قلمة لينعكس بالإيجاب على صورة المؤسسة.

خاتمة

خاتمة:

تعتبر مؤسسة شرطة قلمة من المؤسسات التي لها تعامل كبير مع الجمهور، مما يتطلب منها الحرص على فن التعامل الجيد مع مختلف جماهيرها إذ يجب ألا تبنى من ناحية الشكل فقط وإنما من ناحية المضمون أيضا، من خلال أسلوب المخاطبة وأسلوب الاستماع، ويعتبران من الأساليب الاتصالية ذات الأثر الكبير لتقريب الشرطة من الجمهور، وذلك للتعرف على أهم انشغالاته واستفساراته وتوجيهه سواء من خلال التوعية والارشاد أو من خلال الحوار وحسن الإصغاء اليه، وبذلك تسعى الى تحقيق القيمة الحوارية حيث تعطي نظرة إيجابية عن مؤسسة الشرطة بقلمة .

من خلال دراستنا هذه نمهد الطريق لدراسات أخرى، تولى الاهتمام بمدى تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع وفاعليته في مؤسسة الشرطة، إذ تسعى بشكل عام الى إنجاح عملها لتحقيق أفضل مستويات الأداء، لخلق نوع من التواصل الفعال لتعزيز الثقة بينها وبين جمهورها وهو ما تبرزه تعدد وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسسة شرطة قلمة المتاحة للجمهور منها: الهاتف، البريد الإلكتروني، صفحة فايسبوك.

كما تبرز الحاجة كذلك للدراسات توضح أهمية فن التعامل في مؤسسة -شرطة قلمة -بما يخدم المصالح العامة وتسليط الضوء على تنسيق استراتيجيات التعاون والتفاعل بينها وبين جمهورها، بالاعتماد في ذلك على الأساليب الاتصالية والاقناعية التي لها تأثير كبير على الجمهور الخارجي لتحقيق أهدافها المراد الوصول اليه.

أخيرا هذه الدراسة تلفت النظر لمدى تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع واستغلاله أحسن استغلال لبناء صورة المؤسسة شرطة قلمة ، وهذا ما يبين أن إتيكيت الكلام وفن الاستماع من الفنون الاتصالية التي تسعى الى التأثير في الجمهور والعمل على إيصال المعلومة واعطاء ردة فعل ايجابية عن المؤسسة وما تقدمه من خدمات تفيد الجمهور وتعزز ثقته، مما ينتج عنها تأثير قوي، وهذا ما يحقق تشكيل وبناء صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة - شرطة قلمة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الكتب بالعربية

1. عجوة علي: فريد كريما: إدارة العلاقات العامة بين الادارة والاستراتيجية وادارة الازمات ، القاهرة ، عالم الكتب، 2008.
2. إبراهيم، إياد عبد المجيد: المهارات الأساسية في اللغة العربية، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، كلية الشرطة، 2015.
- أبو سمرة ، محمود أحمد و آخرون . مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين ،عمان ، اليازوري للنشر والتوزيع ، 2020 .
3. باقر، موسى :الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
4. باقر، موسى : ا لصورة الذهنية في العلاقات العامة، د ط، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
5. الحماد ،خلف: وسائل الإعلام و منظمات المجتمع المدني ، كلية الاعلام ، جامعة اليرموك ، دار اليازوردي للنشر والتوزيع ،2020.
6. خلف العساف، عبد الله: ثقافة التواصل الفعال ،الرياض ،البيكان للنشر،2016.
7. سرمك حسن، كامل: لغة الجسد والاتيكيت في العمل الاداري، د ط ، بغداد، معهد الادارة ، 2012.
8. سليمان ،سناء محمد: سيكولوجية الاتصال الانساني ومهاراته ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2014.
9. الشريبي زكرياء أحمد، القرني محمد سالم : مناهج البحث في العلوم التربوية و النفسية و الاجتماعية ، الرياض ،مكتبة الشقري ، 2013.
10. الطحان، طاهرة أحمد : مهارات الاستماع والتحدث في الطفولة المبكر ، ط2، عمان ،الفكر للنشر والتوزيع، 2008.
11. العامري، محمد عبد الحسن ،الساعدي ، علي صادق: الاتصال المواجهي ،الحملات الانتخابية وتأثيرها على الجمهور، القاهرة ،العربي للنشر والتوزيع، 2021.
12. عبد العزيز ،عبد الله محمود :إدارة المطاعم السياحية، د ط ، عمان ،الاكاديميون للنشر والتوزيع،2015.
13. عبد الله ،خلف العساف، ثقافة التواصل الفعال، جامعة الملك، فهد للبترول والمعادن، طهران.
14. عبد الله محمود، عبد العزيز :إدارة المطاعم السياحية ، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان ، 2015.
15. عجوة علي، كريما فريد: إدارة العلاقات العامة بين الاستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة ،عالم

- الكتب، 2008.
16. العساف، عبد الله خلف: ثقافة التواصل الفعال، الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 2016.
17. عطية، أيوب جرجيس، اللغة العربية تثقيفا ومهارات: كتاب يساعد على إتقان اللغة العربية نطقا وكتابة، بيروت، دار الكتب العلمية، 2012.
18. فرجاني، علي: مهارات المتحدث الاعلامي طريقك للمنصات الاعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
19. فهد بن سيف الدين غازي ساعاتي، الإدارة الرياضية: مناهج البحث العلمي في الادارة الرياضية، القاهرة، العربي للنشر، 2014.
20. القميري، حمد بن عبد الله: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، القاهرة، روابط للنشر والتوزيع، 2017.
21. محمود أحمد، عبد الفتاح رضوان: فن الاتيكيت والبروتوكول، القاهرة، المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2012.
22. المحمودي، محمد سرحان علي: مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، بيروت، 1999.
23. مد العالم، صفوت: آداب المراسم والبروتوكول وفنون الاتيكيت، جامعة القاهرة، 2017.
24. المشهداني، محمد جياذ زين الدين: العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، عمان، دار أجد للنشر والتوزيع، 2017.
25. النمري، ديان: خطوات الإتيكيت الدبلوماسي، د ط، مركز الكتاب الأكاديمي، د م، د س.

ثالثا: الرسائل الجامعية

1. بوزيد، شيماء: سمات القوائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة، استقطاب الجمهور، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2017.
2. أغوس، جوكو تريونو، فعالية استخدام الطريقة المباشرة في تعليم مهارة الكلام، مذكرة ماجستير، جامعة مولانا مالك ابراهيم الاسلامية الحكومية بمالانج، 2009.
3. أوقال جميلة، شيروق فضيلة: دور الكلمة المنطوقة في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، مذكرة انيل شهادة الماستر، 2020.
4. بن عمر، سامية: تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشأة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013.
5. توبة، خولة: المهارات الاتصالية ودورها في تحسين سلوك العاملين، مذكرة ماستر اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2019.
6. خير الدين، بريزة: أثر الفيديو التفاعلي في تعليم بعض المهارات الأساسية في كرة السلة (المحاوره،

- التصويب من القفز، التصويب من الثبات)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015.
7. دوني أحمد رمضان، مهارة الاستماع و الكلام، رسالة ماجستير، جامعة مولانا مالك ابراهيم الإسلامية، إندونيسيا.
8. رحلاوي، عليا، طايبي، همامة: تعليم مهارة التحدث في الطور الاول من التعليم الابتدائي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2017.
9. سردي شيماء، بوشارب سلاف، صورة رجل الأمن لدى الرأي العام الجزائري بعد الحراك الشعبي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قلمة، 2020.
10. سويدي محمد، حمودي رابح: العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تنظيم سياسي وإداري، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2019.
11. طايبي همامة، رحلاوي عالية: تعليم مهارة التحدث في الطور الاول من التعليم الابتدائي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر، 2019.
12. غرسي هدى: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمتية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015.
13. كتفي، جميلة: الذكاء الاجتماعي وعلاقته بمهارات الاتصال التنظيمي، مذكرة ماجستير قسم علم النفس، جامع محمد خضير، بسكرة، الجزائر، 2015.
14. كواسح الزايدي، مسعي محمد عماد: الاتصال التنظيمي الداخلي في المؤسسة الأمنية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2021.
15. لحرايزة، يونس، فرحان، مران: فاعلية الوسائط المتعددة في تنمية مهارات اللغة العربية الاستماع والمحادثة لغير الناطقين بها في العاصمة عمان، مذكرة ماجستير، في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم، جامعة الشرق الاوسط، 2020.
16. المالكي، سلمان سالم سالم: أثر استخدام الفيديو التفاعلي في تنمية مهارة الاستيعاب السمعي بمادة اللغة الانجليزية لدى طلاب الصف الاول متوسط، رسالة ماجستير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التربية، جامعة الباحة، الرياض، 2013.
17. مسعود رشيدة، بسمة، رحماني صبرينة: العلاقات العامة كمدخل لبناء الصورة الخدمية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة العقيد آكلي محند أو الحاج، البويرة، الجزائر، 2018.
18. نائل خميس، محمد جمعة: فاعلية استراتيجية مثلث الاستماع في تنمية مهارتي التحدث والقراءة لدى طلاب الصف الثالث أساسي بمحافظة رفح، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.
19. النوافلة، زين أكرم: الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة، رسالة

ماجستير عي الاعلام والعلاقات العامة، جامعة الشرق الاوسط، عمان، 2020.

رابعاً: المجالات العلمية

1. العمري، محمد بن سعيد: العلاقة بين مهارة الاستماع لدى المدراء والرضا الوظيفي للمرؤوسين في مؤسسات الأعمال السعودية، مجلة الاردنية لإدارة الاعمال، المجلد 12، العدد 3، 2016.
2. بوخبزة، محمد: مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الحوار الثقافي، جامعة أحمد بن بلة وهران 1 الجزائر، المجلد 10، العدد 1، 2021.
3. التميمي، رافد الصباح، بعقوب بلال ابراهيم: المهارات اللغوية ودورها في التواصل اللغوي، مجلة مداد الادب، العدد 11.
4. حب الدين علي، محمد يعقوب، وآخرون: العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في فترة 2010-2015، مجلة العلوم الادارية، جامعة افريقيا العالمية، العدد الاول، يونيو 2017.
5. خالد خليفة، أحمد محمد وآخرون: التصميم الفني للوسائط المتعددة في التعليم المجهين، مجلة الفن وعلوم الانسانية، العدد 9، 2022.
6. سعود، محمد ياسين: الصورة الذهنية للكليات الأهلية لدى طلبة الجامعات، دراسة مسحية لآراء الطلبة في كلية المأمون، المجلة العراقية، العدد (2/35).
7. عباد، لويزة: الإعلام الأمني من منظور الشرطة المجتمعية، مجلة الرواق، جامعة الجزائر 3، العدد 5، جوان 2017.
8. العزيز رشيد بتول، علي مراد فاتن: المعالجة لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية، مجلة كلية الآداب، العدد 99، 2011.
9. الفلاح، فهد فادي، الاساليب الاقناعية للعلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية في المؤسسات الكويتية، المجلة العلمية لبحوث الاعلام تكنولوجيا الاتصال، العدد 9، يونيو 2021.
10. مزيان، فوزي آيت أعمر: دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، العدد 2.
11. القحطاني، راوية بنت أحمد: النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد 20.

خامساً: المحاضرات.

1. هوشات فوزية: محاضرة مقياس منهجية البحث العلمي، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، كلية الحقوق، 2022.

سادساً: المقالات

1. عزوز، أحمد: الاتصال ومهاراته، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2016.

2. قبلان، قبلان، نجاح: الصورة الذهنية لمهنة المكتبات والمؤسسات المعلوماتية ومستقبلها، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، الرياض، 2016.

3. موسوعة طب 21: تعلم فن الكلام. <https://www.teb21.com>.

سابعاً: المواقع الإلكترونية

1. <http://www.annajah.net>
2. <http://FLL.UNIV-BOUIRA.DZ>
3. <https://WWW.ELSADA.NET>
4. <https://units.imanu.edu.sa>
5. <https://ar.strephonsays.com>
6. <https://alafdal.net>
7. <https://tumbir.com>
8. <https://almrsal.com>
9. <https://mawsoati.com>

ملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم :

هذه الاستمارة نقدمها في إطار انجاز مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان: تأثير إتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء صورة المؤسسة -شرطة قالمة - مستخدمين بذلك أداة تحليل المحتوى لمجموعة من الفيديوهات المنشورة على الصفحة الرسمية فايسبوك -شرطة قالمة -

وتنقسم استمارة تحليل المحتوى الى ما يلي :

فئات الشكل: كيف قيل ؟

وهي الفئات التي يتم من خلالها وصف أسلوب العرض، وقد تناولت مجموعة البحث التقسيم كالأتي:

1. فئة الشكل للمادة الإعلامية: وهي الفئات المعتمدة في الفيديوهات الثمانية وقد كانت كالآتي :

• تقرير.

• رورتاج .

• تغطية .

2. فئة الأساليب الاتصالية والاقناعية :ونقصد بها نوعية الاساليب المستعملة بهدف إقناع الجمهور

بمضمون فيديوهات العينة وتم تقسيم الفئة الى ما يلي :

• مخاطبة الجمهور .

• أسلوب الاستماع .

• الاستمالات العقلية والعاطفية .

3. فئة الوسائط المتعددة :نقصد به نسيج الوسائط المتعددة المستخدم في فيديوهات العينة لدعم المحتوى

وقد قسمناه الى ما يلي :

• الصورة .

• نص مكتوب .

• الرابط .

4. فئة لغة النشر :نقصد بها اللغة التي اعتمدت في الفيديوهات وقد قسمت الى ما يلي :

• عربية .

• عربية فرنسية (العامة)

5. فئة أشكال التفاعل مع الفيديو: وهي تعد من أهم فئات الشكل وقد تناولت مجموعة البحث الأشكال

التالية :

- إعجاب .
- تعليق.
- مشاركة .

6. فئات لغة التعليق :وهي الفئة التي توضح اللغة المستخدمة من قبل المتفاعلين مع الفيديوهات وقسمت كالآتي:

- العربية .
- الفرنسية .
- عربية بحروف فرنسية .

فئات المضمون: ماذا قيل ؟

والتي تستهدف الاجابة على السؤال :جوانب تأثير اتيكيت الكلام وفن الاستماع في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة الامنية ،وقسمت الى الفئات الآتية :

7. فئة الموضوع :

- رجال الشرطة ينظمون حملات توعوية ضد وباء كورونا والتقييد بالتدابير الوقائية .
- خرجات تحسيسية للتقيد بالقوانين المرورية للحفاظ على سلامة المواطنين .
- مساند الشرطة للتلاميذ في الأطوار التربوية .
- تنظيم مراسيم تدشين للأمن الحضري السابع بقالمة .
- تقرير حول المداهمات الامنية للدرك والشرطة لبئر الجرائم بقالمة .

8. فئة المصادر:

تستعمل هذه الفئة لتحديد مصادر المضامين الاعلامية لذلك حددنا مصادر المادة الاعلامية للصفحة

الرسمية فيسبوك لمديرية الامن قالمة :

- أعوان الأمن .
- مراسلون وصحفيون .

9. فئة الجمهور المستهدف :

ويقصد بهذه الفئة الجمهور الذي تستهدفه هذه الفيديوهات من العينة وقسمت الى ما يلي :

- الجمهور العام .(المواطنين بصفة عامة)
- الجمهور الخاص .(سائقين -تلاميذ)

10. فئة القيم :

حيث نريد أن نعرف من خلال دراستنا القيم التي تحاول بها المؤسسة ايصال صوتها للجمهور وهي :

- الحوار .
 - حسن الاصغاء .
 - القيمة الجوارية .
11. فئة الاتجاه :

وهي أكثر الفئات شيوعا ،ومن خلال دراستنا حاولنا معرفة اتجاه فيديوهات العينة وقسمت الى ما يلي :

- الاتجاه السلبي .
- الاتجاه الايجابي .
- الاتجاه المحايد .

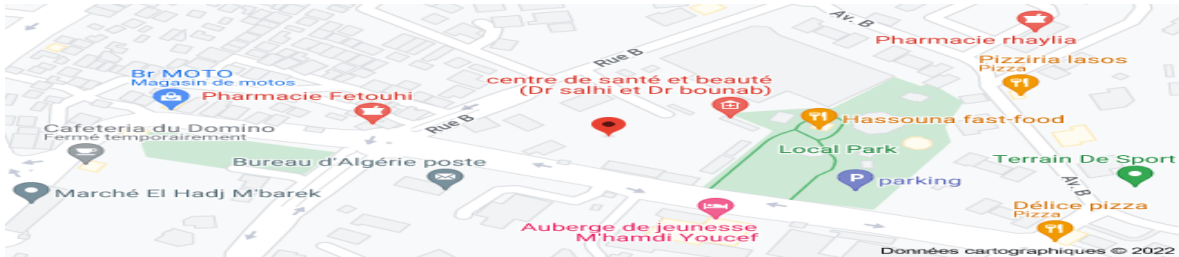
12. فئة الرد على التعليقات:

نريد أن نعرف من خلال هذه الفئة مدى اصغاء القائمين بالمؤسسة الى انشغالات الجمهور .

- يوجد رد على التعليقات .
- لا يوجد رد على التعليقات .



الصورة رقم 01: تبرز الواجهة الرسمية لشرطة قالمة على حسابها الرسمي (فايسبوك)



الصورة رقم 02: تبين خريطة موقع المديرية العامة للأمن الجزائري .



الصورة رقم 03: من الحساب الرسمي لفيسبوك لشرطة قالة: تبرز استماع الأعوان لإنشغالات الجمهور



الصورة رقم 04: تبين عدم السرعة أثناء السياقة لأنها أقصر الطرق الى الموت.



الصورة رقم 05: هنا مجموعة من الصورة تبرز تعدد وثناء في أنواع الاتيكييت المتعددة من قبل مصالح شرطة قالمة من الصفحة الرسمية فايسبوك