

دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية

The role of public relations in forming the positive mental image of the security institution

أ. فوزي آيت أحمد مزيان

جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة 2 (الجزائر)

تاريخ الاستلام : 2019-06-19 ؛ تاريخ المراجعة : 2019-09-17؛ تاريخ القبول : 2019-09-30

ملخص:

إن طبيعة عمل المؤسسة الأمنية لا يتمتع عادة بالقبول والود الذي تتمتع به أي مؤسسة أخرى لأن رجل الأمن هو التجسيد الفعلي للسلطة، التي تظهر أمام الأفراد في صورة الأوامر والنواهي التي تحد من رغباتهم وأهوائهم، لذلك تعتمد المؤسسة الأمنية على تعاون المواطن وتفهمه في أداء مهامها في أحسن الظروف. ولما كانت العلاقات العامة هي الجهاز المسؤول في تفعيل هذا التعاون وبناء خطوط متبادلة من الاتصال والفهم بينهما، كان لا بد من الاستفادة من هذا الدور البناء في ترسيخ صورة إيجابية في أذهان المواطنين عن المؤسسة الأمنية ورجل الأمن كوسيلة لتحقيق تعاون حقيقي يسهم في رفع مستوى الأداء الأمني.

ونحاول في هذه الورقة البحثية معالجة العلاقة الثنائية "مؤسسة أمنية - مواطن" وإشكالية تكون الصور الذهنية النمطية السلبية، والدور البارز الذي يمكن أن تمارسه العلاقات العامة في تغييرها وتصحيحها وتدعيم الصور الإيجابية وإقناع المواطن أن تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي هو مهمة تضامنية تتشارك فيها كل الأطراف المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: علاقات عامة، مؤسسة أمنية، صورة ذهنية، وعي أمني، ثقافة أمنية.

Abstract:

The nature of the work of the security institution does not usually have the acceptance and affection possessed by any other institution because the security man is the actual embodiment of power, which appears in front of individuals in the form of orders and prohibitions that limit their desires. Therefore, the security institution depends on the citizen's cooperation and understanding its performance of tasks in the best conditions. Since public relations is the responsible body for activating this cooperation and building mutual lines of communication and understanding between them, it was necessary to take advantage of this constructive role in establishing a positive image in the minds of citizens about the security institution and the security man as a means to achieve real cooperation that contributes to raising the level of security performance.

In this article, we attempt to deal with the bilateral relationship "security institution - citizen" and the problem of stereotypical and negative mental images, as well as the preponderant role that public relations can play in modifying, correcting and improving positive images, and convincing citizens that security and social stability are a task of solidarity shared by all stakeholders in society.

Keywords: public relations, security institution, mental image, security awareness, security culture.

مقدمة:

تظهر الأهمية البالغة للعلاقات العامة الناجحة في النظم الإدارية الحديثة، من خلال الأدوار الحيوية التي تسند إليها والتي تتعلق بإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة، وتكوين صورة ذهنية طيبة عنها لدى جماهيرها باستخدامها كافة الوسائل والأساليب الاتصالية والإعلامية الممكنة، من أجل حمايتها من كل التهديدات والمخاطر أيا كان شكلها، وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، إذ أن نجاح المؤسسة لا يتوقف على ما تحققه من إنجازات إذا لم تتمكن من إبراز هذه الإنجازات إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها.

وإذا كانت العلاقات العامة ضرورة قصوى في المؤسسات عموماً، فإنها ألزم ما تكون بالنسبة للمؤسسات الأمنية، ذلك أن طبيعة عمل هذه الأخيرة لا يتمتع عادة بالقبول والود الذي يتمتع به أي مؤسسة أخرى؛ لأن رجل الأمن هو التجسيد الواقعي للسلطة التي تظهر أمام الأفراد في صورة الأوامر والنواهي المختلفة التي تحد من الرغبات الطبيعية للأفراد في ممارسة حرياتهم وأهوائهم دون قيود، فتصبح بذلك العلاقات العامة دعامة أساسية في تفعيل هذا التعاون.

ولما كانت إدارة العلاقات العامة هي الجهاز المسؤول عن بناء علاقات متبادلة من الاتصال والفهم والقبول والتعاون بين المؤسسة وجماهيرها، كان لا بد من الاستفادة من هذا الدور البناء في رسم صورة ذهنية إيجابية لدى المواطن عن المؤسسة الأمنية وتعزيزها وإيجاد الشرعية اللازمة لهذه المؤسسات وجعلها مألوفة لديه، كوسيلة لتحقيق تعاون حقيقي وإيجابي مثمر يسهم في رفع مستوى الأداء الأمني، ويجعل المجتمع أكثر أمناً وطمأنينة.

وانطلاقاً من أن تغيير الصورة الذهنية السلبية للمواطن عن المؤسسات الأمنية ودعم تعاونه معها هو من المهام الرئيسية لهيئة العلاقات العامة من خلال ممارستها لآليات مختلفة ومتعددة، فإننا نحاول في هذا المقال أن نناقش دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى المواطن. وما هي الآليات والإجراءات التي تمارسها العلاقات العامة في بناء وتدعيم هذه الصورة؟ وأبرز المشكلات والمعوقات التي تواجهها في ذلك؟

I. مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية:

على الرغم من أن مصطلح العلاقات العامة أصبح شائعاً في كثير من العلوم في مطلع القرن العشرين، إلا أن ذلك لا يدل على وضوح مفهومه وبساطة مضمونه، إذ أن الخبراء والباحثين لم يتوصلوا إلى تعريف محدد له، فانعكس ذلك على مستوى ممارسة العلاقات العامة كنشاط عملي ينجز تحت مسميات مختلفة تتداخل فيها الكثير من المهام الإدارية الأخرى.

وتدور أغلب تعريفات العلاقات العامة حول ترسيخ أطر التعاون وتوجيه الرأي العام والتأثير على أفراد المجتمع لتوجيههم حسب رغبة القائم بالاتصال، في إطار الود والتفاهم المتبادل ومحاولة الوصول للجماهير والتأثير عليها بأقرب طريقة.

ويعرف "القاموس العالمي الجديد لـ وبستير" العلاقات العامة على أنها: "ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله، وذلك من أجل توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح وإنشاء نوع من العلاقة المتبادلة وتقييم رد الفعل"¹. وتعرفها "جمعية العلاقات العامة الأمريكية" بأنها: "نشاط موجه لبناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة وجمهورها كالعاملين والموظفين والمساهمين أو الجمهور بوجه عام، بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع"². وجاء في "قاموس أكسفورد" تعريف للعلاقات العامة بأنها "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع"³. ووضعت "الموسوعة البريطانية" تعريفاً حديثاً للعلاقات العامة تقول فيه "أن سياسات وأنشطة العلاقات العامة قد تم تصميمها لنقل المعرفة وتطوير اتجاهات الجماهير نحو الأفراد أو منظمات الأعمال أو الأجهزة الحكومية أو أية مؤسسة أخرى"⁴. في حين عرفت "جمعية العلاقات العامة الفرنسية" نشاط العلاقات العامة بأنه "صورة من السلوك وأسلوب للإعلام

والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات العامة المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة⁵.

من خلال ما تقدم من تعريفات يلاحظ أن أغلبها تشترك في عناصر ومقومات أساسية وهي⁶:

- أنها فلسفة للإدارة تجاه المجتمع.
- أنها وظيفة تقوم على أسس علمية.
- أنها سياسات وأعمال وظيفية إدارية ثم اتصال وإعلام.
- أنها نشاط إعلامي ذو اتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور في شكل برامج إعلامية، ومن الجمهور إلى المؤسسة في شكل قياس وتقييم الرأي العام ل جماهير المؤسسة.
- أنها نشاط يهدف إلى خدمة المصلحة العامة للجمهور أولاً ثم مصلحة المؤسسة.
- أنها نشاط مستمر لا يتوقف عند إقامة علاقات طيبة بل يسعى إلى المحافظة عليها.

وتعرف العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية بأنها نشاط مزدوج يتضمن إسداء النصح لإدارة المؤسسة الأمنية بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام، كما يتضمن إعلام الجماهير بما تحققه الأجهزة الأمنية من أعمال وذلك عن طريق الإعلام الصادق والهادف⁷. كما تعرف بأنها: "فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها المؤسسة الأمنية للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتها وأمنها جميعاً، ولكسب ثقتها وتأييدها وتعاونها مع رجال الأمن وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الأمن". ويكون هذا الدعم علمياً وثقافياً ومعنوياً وسياسياً واجتماعياً لرجل الأمن، حتى ينهض هذه الأخير برسالته على أكمل وجه. ويرى "جاسم خليل ميرزا" العلاقات العامة في الشرطة كمؤسسة أمنية بمدولها الوظيفي: "أنها تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل والمخطط سلفاً المتبع للاتصال بالجماهير الواسعة، بغرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات، لتحقيق أمنهم واستقرارهم والعمل على كسب ثقتهم وتأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها"⁸.

إن العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية لا تقوم على فرض مبادئ وأساليب خاصة في التعامل، وإنما تهدف إلى كسب احترام الرأي العام ومسايرته ومعرفة جميع السبل لتبصير الجمهور وتوضيح الحقائق له، فيتحقق بذلك الترابط بين طرفي العلاقة⁹، ولذا فإن عمل العلاقات العامة في مجال المؤسسات الأمنية مبني على التوصل بالإعلام والإقناع والتكيف لكسب التأييد العام لأنشطتها، وتحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور المتعامل معها.

II. أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية:

تبرز أهمية المسؤولية التي تنتهض بها العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية من خلال الدور الحيوي جدا الذي تؤديه هذه الأخيرة في تحقيق أمن المجتمع، وكذا الدور التعاوني المهم الذي تمارسه الجماهير في إقرار الأمن ومكافحة الانحراف والجريمة والوقاية منهما، إذ تحتل العلاقات العامة هنا موقع الوسيط بينهما، فإن كانت المؤسسة الأمنية تهدف إلى نشر رسالتها المتمثلة في تحقيق أمن المجتمع وحمايته عن طريق تأييد الجماهير وتعاونها، والجماهير في الوقت نفسه يهتما بالدرجة الأولى العيش تحت مظلة الأمن والاستقرار، فإن العلاقات العامة تعمل على تحقيق هذه الأهداف والغايات للطرفين، وعلى هذا الأساس تزداد الحاجة الملحة للمؤسسة الأمنية إلى جهاز للعلاقات العامة تفوق حاجة كل الأجهزة الأخرى.

III. متطلبات العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية ومحدداتها: تحتاج إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الأمنية إلى العناصر التالية:

- الاتصال التفاعلي بينها وبين الأجهزة الإعلامية والجمهور المستهدف وتدعيم هذا التفاعل بإجراء بحوث للرأي العام، والمعرفة بالأساليب والنظريات العلمية التي تسهم في تشكيله.

- القدرة على التخطيط وتعلم المهارات الإدارية والاتصالية واكتساب مهارات التنسيق مع الآخرين.
- ضرورة تبعية إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية إلى مستوى الإدارة العليا حتى تأتي برامجها متفقة مع سياسات المؤسسة.

- الالتزام بالمصداقية والشفافية والقيم الأخلاقية العالية.¹⁰

IV. مفهوم الصورة الذهنية في مجال العلاقات العامة:

الصورة الذهنية هي وصف الشيء كما فهمه الإنسان واستقر في ذهنه وعقله فهي صورة عقلية تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر. ويرى "روبينسون" و"ياولو" أن المفهوم البسيط لمصطلح صورة المنشأة يعني "الصور العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الشائعات والأقوال غير الموثوقة، ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا لن يحى من رؤوسهم"¹¹. ويعرف "جيمس غراي" الصورة الذهنية بأنها "الانطباعات والمدرجات الكلية للجماهير المتعددة تجاه أعمال المؤسسة، حيث تشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية تجاهها"¹². ويشير "علي عجوة" في تعريفه للصورة الذهنية إلى أنها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة 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، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها."¹³

ومما سبق يمكننا تعريف الصورة الذهنية في مجال الأمن بأنها النتائج 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.

V. أهداف الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية: تساعد الصورة الإيجابية للمؤسسة الأمنية في تحقيق مجموعة من الأهداف والوظائف أهمها:

- دعم وتطوير علاقات المؤسسة الأمنية مع الجماهير الداخلية والخارجية.
- تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الأمنية.
- المساهمة في صنع القرارات الأمنية وضمان تقبلها من الجمهور الداخلي والخارجي.
- نجاح الحملات التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة للتوعية بالأنشطة الأمنية.
- ضمان موقف جماهيري مساند وقت الأزمات والمواقف الطارئة.

VI. دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية:

يعتبر إدارة وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة من أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة، بل أن الهدف النهائي لهذه الأخيرة في أي مؤسسة مجتمعية هو بناء وتدعيم الصورة الذهنية الإيجابية عنها في أذهان الجمهور. ولقد برزت وظيفة تخصصية ضمن وظائف المشتغلين بالعلاقات العامة وهي وظيفة "صانع الصورة" Image Maker، وهي الوظيفة التي يقوم شاغلها بتحديد عناصر الصورة المرغوبة للمنظمة والتي تساعد على تحقيقها، ودراسة الأوضاع المعاكسة لتفادي آثارها السلبية على صورة المنظمة، أو إضعافها إلى أدنى حد ممكن¹⁴. وتقوم العلاقات العامة ببناء الصورة الذهنية المناسبة والانطباع الملائم عن المؤسسة لدى الأفراد والمنظمات الأخرى في المجتمع، مما يؤدي إلى توفير المناخ الإيجابي الذي تستطيع فيه المؤسسة ممارسة وظائفها الإنتاجية أو الخدمية، كما تقوم بتصحيح الانطباعات السيئة عنها لدى جماهيرها والتي قد تسببها معلومات خاطئة، وذلك بهدف استعادة ثقة الجمهور فيها.

وتعمل العلاقات العامة أيضا على النهوض بواجبات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نحو المجتمع المحيط انطلاقا من إدراك ممارس العلاقات العامة لمدى أهمية هذه الواجبات في تدعيم نشاط المؤسسة. وحين نتحدث عن الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية فإنها تمثل أهمية قصوى في بناء جسور الثقة المتبادلة بينها وبين الجمهور، إذ ينبغي أن يكون من أحد عناصر تلك الصور إحساس العامة بأن الجهاز الأمني- الذي أوكل له المجتمع مهمة الأمن- جهاز محترف، وله قدرة وإمكانات تدريبية وفنية على توفير أمنه وطمأنينته، وجدير بالمساعدة والتعاون معه. ومن جانب آخر تؤثر صورة المؤسسات الأمنية الإيجابية على نشاط المجرمين المحتملين في قرار ارتكاب الجريمة من عدمه، في ظل أجهزة أمنية تلمع إعلاميا وتحقق الردع لهم¹⁵.

وعليه فإن الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة الأمنية لدى المواطن، تمثل أحد أهم العوامل التي تتعكس بدورها على فاعلية جهود هذه المؤسسة، ومستويات أدائها في تحقيق الأمن في المجتمع، مما يجعل هذه الوظيفة لدى العلاقات العامة في هذه النوع من المؤسسات من أولويات أعمالها ونشاطاتها الاتصالية.

VII. إشكالية العلاقة (مؤسسة أمنية - مواطن) وأسباب تكون الصور الذهنية السلبية:

مهما يكن من حسن تنظيم وإدارة المؤسسة الأمنية أو مدى كفاءتها وأمانتها، فإن الحكم عليها رهن بما يلمسه أفراد الجمهور من خدمات كما هو رهن بطبيعة الصلة القائمة بينهما، فالواقع أن المواطنين يحكمون على جهاز الأمن من خلال تصرفات أفرادها ويتأثر حكمهم هذا بالتجارب الشخصية التي مرت بكل منهم، فإذا كانت التجربة حسنة أصبح المواطن عاملا مساعدا لرجال الأمن، وإذا كانت غير ذلك صارت معوقا للتعاون معه، ومما لا شك فيه أن تعاون الجمهور مع الأجهزة الأمنية يسهم بدرجة كبيرة في تحقيق استقرار أمني أكبر، ويعد من أهم أسباب نجاح هذه الأجهزة، ويكون هذا التعاون على مستوى استعداد المواطنين لتقديم المعلومات المساعدة للأمن في الوقت المناسب، وعلى التزامهم بتعليمات الأمن في الأوقات المحددة.

والواقع أن تحديد مقومات وملامح العلاقة المثالية بين المؤسسة الأمنية والمواطن يمكن أن يتم من خلال نقطتين تتعلق الأولى بالمؤسسة الأمنية؛ وهي أن يكون لديها قناعة تامة بأنها تؤدي عملا اجتماعيا ساميا ونبيل لا غنى عنه بحكم ضرورته الاجتماعية، وبحكم أنه عنصر وشرط جوهري في قيام واستمرارية أي مجتمع، وإدراكها في الوقت نفسه أن المهمة الموكولة لها وما لديها من صلاحيات وسلطات للاضطلاع بها ما هو إلا تكليف من المجتمع. أما الثانية فتتعلق بالجمهور؛ وتتمثل في أن يكون لديه القناعة التامة بأن المؤسسات الأمنية ما هي إلا خادمة له وترعى مصالحه وحقوق أفرادها وواجباتهم تجاهه بتفويض منه، ومن ثم يقتضي هذا منه أن يتوفر لديه إحساس راسخ في ذهنه بأن الأمن مسؤولية مشتركة بينه وبين المؤسسات الأمنية، وأن هذه الأخيرة لا يمكنها وحدها أن تحقق الأمن المنشود دون مساندته¹⁶.

تلك هي إذن، الصورة المثالية للعلاقة بين المؤسسة الأمنية والمواطن التي يفترض أن تتجسد في الواقع ويكون لها نتائج جيدة ومردود إيجابي، يتمظهر في تفهم المواطن لوجود مؤسسات الأمن والمهام التي تؤديها ورضاه عن الإجراءات التي تتخذها واستعداده للتعاون معها. غير أن واقع الحال، سواء في الماضي أو في الحاضر، أمر آخ؛ إذ أن تحقيق تلك العلاقة يظل أمرا صعب المنال في أغلب المجتمعات خاصة العربية منها، فالعديد من المعطيات الواقعية والدراسات في هذا الصدد تشير إلى أن العلاقة بين المؤسسات الأمنية والجمهور علاقة معيبة، ويشوبها الكثير من السوء حيث يظهر ذلك بوضوح في الصور الذهنية السلبية التي تشكلت لدى الجماهير عبر فترات زمنية طويلة ما زاد من النفور من هذه المؤسسات، والخوف منها، وعدم تقبل الإجراءات التي تتخذها وتفادي التعامل معها والتهرب من مساعدتها.

وهناك العديد من العوامل والأسباب التي تقبع خلف الصورة الذهنية السلبية عن المؤسسات الأمنية منها ما يتعلق بالمؤسسات الأمنية في حد ذاتها، ومنها ما يتعلق بأفراد المجتمع، كما أن هناك أسبابا سياسية واجتماعية وأخرى متعلقة بوسائل الإعلام، نوجزها في الآتي:

1. الأسباب التي تتعلق بالمؤسسات الأمنية: للمؤسسات الأمنية دورا في تدهور علاقتها مع أفراد المجتمع نتيجة لعدة أسباب أهمها:

- **الرواسب التاريخية:** قد يرجع الحاجز النفسي الموجود بين رجل الأمن وبعض المواطنين إلى بعض الأسباب التاريخية، إذ يقول السباعي في هذا الصدد: "كانت المناصب الرئيسية في الشرطة يتولاها بعض الأشخاص الذين كانوا يسخرّون جهاز الشرطة لخدمة الاستعمار وأغراضه فورثت هيئة الشرطة كراهية الشعب للاستعمار"¹⁷، الأمر الذي جعل المواطنين يتخوفون من الشرطة ويعملون على عدم التعامل مع أفرادها. كما استخدمت المؤسسات الأمنية بصفة عامة كوسيلة لتقييد حرية المواطنين وإرهابهم، حتى أصبح رؤية منسوبي هذه المؤسسات يولد الشعور بالكراهية ويظهر النزاعات العدائية، وارتبطت صورة رجل الأمن لدى المواطنين بصورة الرجل المستبد الذي يكبت الحريات ويرهب الناس ويقمعهم، كما أدت بعض تجاوزات رجال الأمن إلى ترسيخ هذه الصورة السلبية. وقد توارثت الأجيال هذه الفكرة مما جلب فجوة بين أفراد المجتمع ومنسوبي المؤسسات الأمنية¹⁸.

- **طبيعة عمل المؤسسات الأمنية:** حيث تستدعي طبيعة عمل المؤسسات الأمنية تطبيق الأنظمة والقوانين والتعليمات، والتي ينظر إليها أفراد المجتمع على أنها قيود على الحرية الشخصية، وبالرغم من كون هذه القيود في صالحهم ووضعت غالبا برضاهم، إلا أنهم لا يقبلون التعرض لهذه الإجراءات بترحيب وارتياح¹⁹.

- **اتساع ميدان العمل الأمني:** إذ لم يعد عمل المؤسسات الأمنية مقصورا على الجماعات الصغيرة بل اتسعت وتنوعت مهامها، خاصة مع ازدياد التطور الحضاري والعمراني واتساع نطاق المدن، مما زاد من الأعباء الملقاة على عاتق هذه المؤسسات. واتساع ميدان عمل الأجهزة الأمنية يتطلب وضع تنظيمات ولوائح تفرض مزيدا من القيود— مما يزيد من سخط المواطنين على رجال الأمن، ويزيد من ترسيخ الصورة الذهنية السلبية²⁰.

- **عوامل تعود إلى سلوكيات رجال الأمن:** حيث أن بعض السلوكيات الخاطئة من قبل بعض رجال الأمن قد تجعل العلاقة بين رجل الأمن والمواطن سيئة، الأمر الذي يؤدي إلى عزل رجل الأمن عن المواطن وامتناع هذا الأخير عن تقديم المساعدة له في مجال عمله، وترسيخ صورة سلبية بجميع جوانبها وأبعادها، ومثل هذه التصرفات تثير هزات عنيفة في الرأي العام وخاصة إذا ما نشرت في وسائل الإعلام، وقد تؤدي بالتالي إلى زعزعة علاقة رجل الأمن بالمجتمع إذا لم تتم مواجهتها بحسم أو ردعها بالكيفية التي تتناسب مع خطورتها، كما تزيد من الانطباعات السيئة عن المؤسسات الأمنية لدى المواطن.

- **ضعف المستوى التعليمي والثقافي لبعض رجال الأمن:** ويترتب عن ذلك التعامل مع الجمهور بصورة غير مناسبة وإشعار أفراد المجتمع بهيبة وسطوة رجل الأمن ولو باستخدام القوة، مما قد يؤدي إلى كراهية منسوبي المؤسسات الأمنية عامة.

2. الأسباب التي تتعلق بالرأي العام:

كأن يتسم سلوك المواطنين بالسلبية في منع الجرائم قبل وقوعها رغم ظهور الشواهد التي تشير إلى أنها على وشك الوقوع، ورغم قدرتهم على منعها أو إيقاف مجرى نفاذها بأنفسهم أو الاستعانة برجال الأمن في الوقت المناسب، ولا شك أن هذا التمرد من جانب بعض الأفراد يؤدي إلى انحسار الفكرة القانونية كأداة للضبط، وبالتالي تآزم علاقتهم مع رجال الأمن.

3. أسباب سياسية واجتماعية:

المؤسسات الأمنية في البلدان غير المستقرة سياسيا أكثر عرضه للنقد من غيرها، إذ يمارس رجال الأمن سلطاتهم في دعم القيادة السياسية في الدول التي تتصف الأنظمة الحاكمة فيها بالأنظمة الدكتاتورية والمستبدة والمتسلطة²¹، وهذا ما يؤدي إلى خلق بؤر التوتر والخروج عن الشرعية ونمو الحركات المعادية للنظام. كما أن سوء الوضع الاجتماعي والثقافي السائد في الدولة ودرجه شرعيه النظام السياسي، وانخفاض مستوى السياسات القضائية والتشريعية ودقتها ونزاهتها

ومستوى أداء المؤسسة الرسمية وغير الرسمية، كله يزيد من الأعباء الملقاة على عاتق المؤسسات الأمنية، وتزداد معه حالات خروج الأفراد عن النظام والعدائية أكثر لمؤسسات الأمن الوطني.

4. أسباب إعلامية:

قد تسهم وسائل الإعلام في ترسيخ صورة سلبية عن المؤسسات الأمنية حينما تركز على إظهار سلبيات رجال الأمن وتوجيه الانتقادات حول ممارساتهم بغرض إثارة المتلقي، وهو ما يزيد الفجوة أكثر ولا يخدم أهداف تحقيق الأمن في المجتمع، نتيجة إضعاف هيبة هذه المؤسسات وعدم قدرتها على الوفاء بمهام وأعباء العمل الأمني.

VIII. آليات وإجراءات العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى المواطن:

من الواجب على أي مؤسسة أمنية أن تنشئ قسما أو هيئة متخصصة للعلاقات العامة مستقلة عن مهام الأقسام الأخرى، توكل لها مهمة أداء وظائف تخدم المسمى العلمي الذي وجد من أجلها، وتعمل في كافة المستويات التنظيمية والإدارية للمؤسسة، وأن يتم ربطها بالإدارة العليا، كي تدعمها ماديا ومعنويا بتخصيص ميزانية مستقلة لها من أجل تحقيق أهدافها، وحتى لا تظل مجرد اسم وظيفية غير مقنعة ودورها بروتوكولي مراسيمي فحسب. ونذكر فيما يأتي أهم الآليات والإجراءات التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى المواطن:

1. إجراء بحوث ودراسات علمية عن المؤسسة الأمنية وجماهيرها، وتقوم العلاقات العامة في هذا الإطار بـ:

- إعداد قاعدة بيانات عن العاملين داخل المؤسسة الأمنية وعن التوصيف الوظيفي والتنظيمي، وعن اللوائح والتشريعات والقوانين السائدة، والوسائل الإعلامية والمندوبين الصحفيين والمتخصصين وقادة الرأي، وغيرهم من الشخصيات والمؤسسات والجهات الممكن الاستعانة بها عند إجراء حملات أمنية مدروسة بشكل جيد وموجهة للجمهور أو لفئات معينة منه.²²

- القيام ببحوث الرأي العام من خلال دراسات دورية تستهدف اكتشاف اتجاهات الجماهير تجاه المؤسسة الأمنية، واعتقاداتهم بشأنها ودرجه تفهمهم لها وما يحبونه وما لا يحبونه لديها ومدى تقديرهم لها وآرائهم فيما يتعلق بسياساتها، وكذا البحث في بواعث سلوكياتهم السلبية نحوها وقياس المظهر الاجتماعي لها في نفوسهم، والتعرف على مدى برامج أعمال العلاقات العامة. وكل هذا من شأنه توفير أفضل المعلومات لصناع القرار في الإدارة العليا للمؤسسة، تمكنهم من إعادة النظر في سياساتهم وقراراتهم وتساعدتهم في رسم خطط كفيلة بالإعلام والإقناع لإزالة سوء الفهم والتحيز الحاصل، وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية لدى الجماهير والوصول إلى توافق اجتماعي بينهما.

- دراسة البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الأمنية وما يحدث بها من تغيرات بهدف التنبؤ بوقوع الأزمات ومن ثم مواجهتها والتصدي لها قبل تفاقم حدتها.

2. تعيين عدد من الكفاءات المتخصصة التي لديها المؤهلات العلمية والخبرة الكافية والقدرات الإبداعية والإمكانات المتميزة في مجال العلاقات العامة، يمكنها تحديد الجماهير الإستراتيجية للمؤسسة الأمنية وصياغة مضامين الرسائل الاتصالية واختيار الوقت المناسب والوسيلة الأفضل، وتستطيع أكثر من غيرها إنجاز الدراسات والبحوث العلمية وإجراء الاستطلاعات المختلفة. إلى جانب الاهتمام بتنظيم برامج تدريبية دورية لكوادر العلاقات العامة تتناسب مع التطور الحاصل في الأجهزة الأمنية والمجتمع ككل.

3. أن تكون جهود العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية أفعالا وليست ردود أفعال؛ أي أن تكون مرسومة مسبقا من خلال تصميم خطة للعلاقات العامة يتم من خلالها تحديد أهداف المؤسسة الأمنية ورسم الطريق الذي ينبغي الالتزام به للوصول إلى تحقيق هذه الأهداف، شرط أن تتماشى مع الظروف والتطورات الحاصلة للبيئة الخارجية وللمجتمع بشكل عام.

4. **اهتمام هيئة العلاقات العامة برجل الأمن**، انطلاقاً من مفهوم "أن العلاقات العامة في أي مؤسسة تبدأ من الداخل"، وأن جمهورها الداخلي هو أحسن سفير لها، إذ كلما كان أداء هذا الأخير سليماً وكان سلوكه تجاه المواطنين جيداً كلما أثر ذلك إيجاباً في أذهانهم. ونذكر فيما يلي بعض الآليات التي تتخذها العلاقات العامة في هذا الإطار:

- إشعار الإدارة العليا في المؤسسة الأمنية بحسن إعداد واختيار رجال الأمن القادرين على جذب الجمهور وكسب تعاطفه في مواقع التعامل معه في الميدان، والعمل على إعادة تأهيلهم من خلال البرامج والدورات الأمنية المتخصصة، وهذا من أجل رفع مستواهم العلمي والفني والثقافي والقضائي، ورفع روح المسؤولية لديهم، ومنحهم القدرة على مواجهة المواقف والمشكلات بصفة احترافية، كخطوه تمهيدية لإظهارهم بصورة أفضل لدى الجماهير المختلفة. ويقدر ما تتجح إدارة المؤسسة الأمنية في إعداد رجل الأمن الكفاء، بمقدار ما تكسب إلى جانبها وسيلة إعلامية ناجحة لا يقل مفعولها عن أي وسيلة إعلامية أخرى.

- تثقيف رجال الأمن على مفهوم المواطنة والحرص على تنمية ثقافة الحوار في نفوسهم وزيادة درجة تقبلهم للآخر، والحياد في التعامل مع الأفراد المختلفين، والأهم من ذلك كله تلقينهم وتعليمهم تمثل بروتوكولات التهذيب المدني الحديث، وتعريفهم بحقوق الإنسان وحدودها الوطنية والحضرية، وتبصيرهم بأن حسن التعامل مع المواطن هو ضمان لتعاونهم.

- اهتمام رجل العلاقات العامة بتعديل السلوكيات السلبية لبعض رجال الأمن في الاستخدام التعسفي للسلطة واستغلال القوة والأسلوب القسري في تصرفهم مع الجماهير، ومحاولة تقييدها ومعاقبة كل من يتجاوز الصلاحيات الممنوحة له، على اعتبار أن الفعلية في التعامل لا يجب أن تتعدى على احترام الحريات العامة، لأن ذلك يترتب عليه تكوين صور سلبية عن رجال الأمن ونفور أفراد المجتمع منهم،²³ خاصة وأن رجل الأمن هو واجهة الدولة والوجه الحي المتحرك للقانون، وأي تجاوز أو خطأ في أداء مهامه وممارسة سلطاته سوف يفقدانه سمعته وهيئته وبالتالي سمعة وهيبة الدولة وهو ما يؤثر بشكل مباشر على علاقتها بالمواطن.

- استخدام الإعلام الأمني المتخصص في نشر المعرفة بين رجال الأمن أنفسهم وتزويدهم بكل جديد في مجال تخصصاتهم من خلال المحاضرات والندوات والخطب وجميع وسائل التوعية المتاحة التي تكفل تهيئتهم نحو الأفضل في أداء الواجبات والمهام المناطة بهم.

- الحث عن التخلي عن الثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسات الأمنية والتي تتسم بالشدّة والحزم في تنفيذ الأوامر والتعليمات ضمن التسلسل التدريجي للسلطة داخلها، وهو ما يشكل ضغطاً على رجال الأمن وينعكس سلباً على تصرفاتهم التي قد تتسم بالقسوة، مما يسهم في ترسيخ صورة رجل الأمن المستبد في أذهان المواطنين.

- الدعوة إلى تحسين الوضع الاجتماعي لرجل الأمن وزيادة الحوافز المادية ورفع الروح المعنوية التشجيعية، كخطوة أساسية في محور القيم السلبية السائدة لديه كإهمته أكثر بالجانب المادي للوظيفة دون إدراك لأهميتها وحساسيتها، وعدم التفاني في العمل بإخلاص وأمانة. إلى جانب ذلك محاولة التخفيف من الضغوطات المحيطة بالعمل الأمني والضغط النفسي التي من شأنها أن تقلل من مستويات أدائه.

5. **القيام بأنشطة اتصالية متنوعة** تهدف إلى نشر ثقافة أمنية قادرة على إعادة بناء الثقة المفقودة بين الأجهزة الأمنية والمواطن، وتحقيق التقارب بينهما، وتحسين صورة هذه الأجهزة لديه حتى تكسب تأييده وتعاونهم. فلا شك أن أحد أسباب توجس المواطن وإحجامه عن التعامل الإيجابي مع رجال الأمن هو الجهل بمفردات الثقافة الأمنية، إذ يكتمل مفهوم هذه الأخيرة في ذهن ووعي المواطن حينما يدرك أنه بالتعاون مع المكلفين بالأمن، إنما يساعد نفسه ويسهم في تحقيق أمنه الذاتي.

ويعمل رجال العلاقات العامة على نشر الثقافة الأمنية عن طريق ما يسمى بوظيفة الإعلام الأمني وهي " تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن الأجهزة الأمنية، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف

التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير لتحقيق التفاعل الإيجابي بينهما في إطار سياسة الدولة وقوانينها"²⁴.

وبذلك يمكننا القول أن العلاقة ما بين الأمن والمجتمع لا يمكن أن تتجسد إلا بوجود الإعلام الأمني القادر على كسر الحواجز النفسية والاجتماعية والسياسية والإنسانية بينهما، ونذكر في ما يلي أهم الأنشطة التي يمارسها القائمون بالاتصال في العلاقات العامة في مجال الإعلام الأمني:

- تغيير الصورة النمطية المتكونة لدى الجمهور عن المؤسسات الأمنية بأنها ذراع السلطة لتثبيت أركان النظام الحاكم، وإقناعه أن هذه المؤسسات هي سلطة مستمدة من المجتمع ووجدت من أجل حمايته والسهرة على أمنه وراحته، وأنها مستعدة دائماً لتقديم معونتها إليه في كل ما يتعلق بسلامة وجوده في المجتمع، وأنها قادرة على تذليل الصعوبات التي تعترضه أثناء تعامله مع غيره في كل ما يهدد استقراره ومصالحه.

- تنظيم حملات إعلامية للتوعية الأمنية بأسلوب مستحدث لا يكتفي بإبراز وتوضيح أدوار ووظائف المؤسسة الأمنية في حفظ الأمن ومكافحة الجريمة والإرهاب، بل يجب أن تشمل إظهار المصاعب والمخاطر التي تواجه رجال الأمن، وأن تقدم صوراً إنسانية بسيطة لرجال الأمن وأسره بدلاً من الصور التقليدية الجامدة، كما يجب إبراز الأدوار الجديدة في العمل الأمني كمواجهة جرائم الإنترنت والحفاظ على البيئة، وبرامج الرعاية والتأهيل الاجتماعي، مع ضرورة الالتزام بالمنهج العلمي في تصميم وتنفيذ تلك الحملات، وفق فئات الجمهور المستهدف والإمكانات المتاحة والأهداف المرجوة.²⁵

- الاعتماد على الإعلام الأمني الصادق كقيل بيبث مشاعر الطمأنينة في نفوس الجماهير، من خلال تزويدهم بالمعلومات الأمنية الصحيحة التي لا تخل بالأمن ولكنها تساعد على معرفة الحقيقة، وتبصير الأفراد بكافة المعارف والخبرات الأمنية والاتصال بالجوانب الأمنية المختلفة اتصالاً لا ينفي أي نوع من الجهل أو عدم المعرفة أو الابتعاد عن الحقائق والثوابت والمحددات الأمنية، وهذا ما يجسد المضمون الحقيقي للوعي الأمني.²⁶ فالخطاب الإعلامي الأمني يجب أن ينطلق من حسن الأداء والمصادقية في القول، وهذا يتوافق مع قول عالم الاتصال " ادوارد بيرنز" أن الأداء الصادق والإعلام الجيد هو من أهم عوامل النجاح للمنظمات العامة. كما ويتوافق مع قول " جان شوميلي " القائل اعمل جيداً وعرف بصدق عما تعمل.²⁷

- التقليل من نشر التعليمات والقرارات الجديدة، التي يتصل أغلبها بالجانب الأمني الإلزامي التثبيهي خاصة في ظل ثقافة التغيير والتحولات المتسارعة في بيئة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وأن تأخذ، بدل ذلك، الشكل الإرشادي والتوعوي.

- إجراء الاتصالات بشكل متوازن بين الجمهور الداخلي والخارجي، مع الحرص على إشراك العاملين بالمؤسسة الأمنية في عمليات الاتصال لمنع الشائعات وتداول الأخطاء عند إدارة الأزمات والأحداث الطارئة.

- الاستعانة بعدد من قادة الرأي والأشخاص البارزين ومؤسسات المجتمع المدني عند الاتصال بالجمهور من أجل الحصول على ثقته وتحقيق أهداف المؤسسة الأمنية.²⁸

- العمل على إقامة علاقات متينة بين المؤسسة الأمنية والمؤسسات الإعلامية وتعميق روح التنسيق بينهما في إطار من الاحترام المشترك والثقة المتبادلة من أجل توجيه جهودهما لخدمة المواطن وكسب تأييده كأولوية قصوى، إذ لطالما اعتبرت وسائل الإعلام من أكثر الأساليب قوة في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه ورسم صور ذهنية سواء كانت إيجابية أو سلبية عن الأجهزة الأمنية. ومن أجل ذلك تقوم العلاقات العامة بالأنشطة بتزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات الأمنية، التي تهم المجتمع مع المتابعة الدورية لها ورصد كل ما يتعلق بأخبار الأمن والأجهزة الأمنية وإعداد التقارير لكل ما ينشر، ومطالبة وسائل الإعلام بالتعليق بالموضوعية في طرح ومعالجة المواضيع الأمنية، وإبراز صورة رجل الأمن بكل حيادية مع عرض الإيجابيات، وليس فقط التركيز على السلبيات التي تهدف لإثارة المشاهدين. كما تقوم بمواجهة الهجمات الشرسة لحملة البرامج المختلفة، السينمائية والتلفزيونية والصحفية التي تسيء للمؤسسة الأمنية أو تمجد مرتكبي الجرائم والمخالفات،

ناهيك عن الاهتمام بالإنتاج الإعلامي وإصدار أعمال مرئية ومسموعة ونشرات صحفية وإنشاء مواقع انترنت، يتولاها متخصصون في الإعلام الأمني، توضح دور المؤسسة الأمنية في خدمة المجتمع انطلاقاً من مبدأ المسؤولية الاجتماعية.

- ترسيخ ثقافة أمنية تشاركية في الحس الاجتماعي العام، بأن الأمن بمفهومه الواسع هو مسؤولية اجتماعية لا بد أن يتضامن فيها المواطنون جميعهم، لأنه يشكل حاجة أساسية لعيشتهم، ويتحقق ذلك عن طريق التنسيق والتعاون بين المؤسسات الأمنية والمؤسسات التربوية والتعليمية والإعلامية لنشر ثقافة الأمن المدنية، بما يضمن تقديم صورة مختلفة ومحبة عن رجل الأمن، وينمي التوجه الإيجابي نحو التعاون مع الأجهزة الأمنية في تحقيق الأمن الاجتماعي العام.

6. **ترسيخ مفهوم الشرطة المجتمعية** أو ما يعرف بالشرطة الجوارية، إذ تعتبر أحد أهم وسائل الأجهزة الأمنية في تنفيذ سياساتها الأمنية، وبث رسائلها إلى المجتمع المحلي الذي تستهدفه في التوعية الأمنية، وأصبحت تعتمدها كفلسفة جديدة في العمل الأمني بغرض تحسين صورتها في أذهان المواطنين، خاصة مع الطلب الملح من قبل الفئات الشعبية المختلفة لوجود شرطة ظاهرة للعيان ومألوفة ومقبولة لديهم.

7. **الاهتمام ببرامج التقويم والمتابعة للأنشطة الاتصالية** التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة الأمنية، بهدف تقدير مدى نجاحها ورصد نواحي القصور فيها، من أجل العمل على تلافيتها واتخاذ الإجراءات التصحيحية والقرارات المناسبة في الخطط المستقبلية.

IX. المشكلات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في تكوين الصور الذهنية عن المؤسسة الأمنية:

ونعني هنا بالمشكلات مجموعة من المفاهيم الخاطئة والشائعة في بيئة عمل العلاقات العامة وتتطلب سرعة العمل على تصحيحها وفق رؤية علمية شاملة، وقد أثبتت كثير من الدراسات الأجنبية والعربية وجود هذه الإشكاليات بدرجات مختلفة سواء في المؤسسات الأمنية أو غيرها من مؤسسات المجتمع. ونذكر فيما يأتي أهم الإشكاليات والمصاعب التي تواجه العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية:

1. عدم اتفاق الممارسين والأكاديميين على مفهوم محدد للعلاقات العامة وأنشطتها وبرامجها المختلفة.
2. ضعف الإعداد العلمي للممارسين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الأمنية.
3. سيطرة العمل الشرطي على النشاط الاتصالي للعلاقات العامة، وإجراء أغلب الاتصالات بالجمهور الخارجي ووسائل الإعلام من خلال القيادات الأمنية والإدارة العليا دون الرجوع إلى إدارة العلاقات العامة أو التنسيق معها.
4. غياب الرؤية الاستراتيجية للعلاقات العامة في أغلب المؤسسات الأمنية العربية.
5. النظر إلى العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية موجهة لخدمة الإدارة العليا ورجال الأمن في المؤسسة الأمنية، الأمر الذي أضعف من دورها في إدارة الاتصالات مع الجمهور الخارجي.
6. أغلب أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية لا تسعى إلى إجراء البحوث والدراسات عن الرأي العام وتوجهاته نحو المؤسسة الأمنية وقياس الصورة الذهنية التي تتكون لديه عنها، وذلك نتيجة لعدم إدراك الإدارة العليا لأهمية إجراء مثل هذه البحوث، أو لعدم وجود قسم متخصص للبحوث، فضلاً عن ضعف المخصصات المالية لإجرائها.
7. وجود معوقات تواجه إدارة العلاقات العامة مع وسائل الإعلام، فنظراً لطبيعة ونوعية المعلومات الأمنية التي يلجأ الإعلاميون إلى الحصول عليها من مسؤولي العلاقات العامة - والتي قد لا يسمح بنشرها - فإنها تخلق توترات في العلاقة بين إدارة العلاقات العامة ووسائل الإعلام من ناحية، مما يؤثر سلباً على الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية لدى الجمهور من ناحية ثانية.

8. غلبة الممارسات الأمنية لدى رجال الأمن على الجانب الاتصالي والتخصصي في العلاقات العامة، مع ملاحظة ضعف الاستعانة بالمستشارين والمتخصصين أكاديمياً ومهنياً في مجال العلاقات العامة²⁹.

9. غياب الهوية الإعلامية لإدارة العلاقات العامة، إذ لم يعد ممكناً ترك الممارسة الإعلامية الأمنية بالإدارة العامة للمصادفة أو للارتجال أو للرؤية الذاتية والشخصية، بل أصبح محتماً امتلاك هوية متكاملة تحكم العملية الإعلامية وتشرطها

نظرية وممارسة، وإن وجود هذه الهوية الإعلامية التي تركز على التوازن بين الإعلام والأمن، تجعل الإدارة تعي وجوده وتذكر أهميته، وتمتلك بالتالي ملامح متميزة وهوية خاصة³⁰.

خاتمة:

لقد تجاوز مفهوم العمل الأمني للمؤسسات الأمنية تلك النظرة المهنية الضيقة للعملية الأمنية برمتها، كمجرد وظيفة تقوم بها في حدود التشريعات والقوانين والأنظمة، لتصل إلى حدود اعتبارها فنا يمارس وفقا لأهداف ووسائل ترمي إلى تحقيق نتائج ملموسة تنعكس على أمن واستقرار المجتمع، وهذا يعني تعاضد الدور الذي تقوم به المؤسسات الأمنية مع بروز المسؤولية الأمنية التشاركية، والذي يعني أن تحقيق الأمن بمفهومه الشامل هو مهمة معقدة تتقاسمها مع الجماهير المختلفة للمجتمع. إن الخلفية التاريخية للعلاقة بين المؤسسات الأمنية وعامة المواطنين - والتي تشير مثلما ذكرنا سابقا إلى السلبية عموما- والوضع الأمني الراهن الصعب الذي يعيشه المجتمع الدولي والعربي بصفة خاصة، قد شكلوا نوعا من الخبرة السلبية لدى الجماهير ونوعا من ثقافة الشك والتوجس اتجاه هذه المؤسسات، كأجهزة تعمل على حماية الأنظمة الحاكمة وبسط سيطرتها وبقائها؛ وبذلك فإن إعادة بناء الثقة من جديد بين المواطن والمؤسسة الأمنية وكسب تأييد الجماهير وتعاونها، يستدعي ضرورة قصوى لتحسين الصورة السيئة لهذه المؤسسة كتحديد أكبر لها، وكأولوية لنجاح الوظيفة الأمنية التي وجدت من أجلها، مع وجود إرادة سياسية للتغيير والتعديل والتوصل إلى حلول وأفكار جديدة لحل مجمل الإشكالات المذكورة سلفا، وأول هذه الحلول وأكثرها جدية، هو تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية كسبيل أمثل في تصحيح تلك العلاقة المهترزة، وتغيير الصور النمطية السلبية للمؤسسات الأمنية ورجل الأمن، وكإستراتيجية أمنية بديلة تعتمد على الأساليب العلمية في تنفيذها، وتتبنى مبدأ المسؤولية الاجتماعية التي تبدأ من السلطة ومن هذه المؤسسات وليس من المواطن، انطلاقا من المبدأ الأساسي في الاتصال وهو " أن العلاقات العامة الناجحة تبدأ من الداخل ". ولا شك أن إصلاح وتجديد دورها سيمكنها من التعامل الفعال في إدارة الصورة الذهنية وتصحيح المفاهيم الخاطئة المنتشرة لدى الجماهير وجعلها أكثر إيجابية.

الهوامش:

¹ أحباب محمد منير (2007)، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، الطبعة الأولى: القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص. 32.

² سلطان محمد صاحب (2011)، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، الطبعة الأولى: عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، ص. 34.

³ الديلمي عبد الرزاق محمد (2011)، الهندسة البشرية والعلاقات العامة، الطبعة الأولى: عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص. 40.

⁴ المرجع نفسه، ص. 34.

⁵ جرادات عبد الناصر أحمد (2009)، لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان: دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، ص. 9.

⁶ المرجع نفسه، ص. 24.

⁷ بدوي محمد أحمد عبد المحسن (2006)، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 120.

⁸ قيراط محمد، وائل إسماعيل عبد الباري (2006)، وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وآفاق المستقبل، الشارقة، ص. 46.

⁹ بدوي محمد أحمد عبد المحسن، مرجع سبق ذكره، ص. 119.

¹⁰ المرجع نفسه، ص. 120، 121.

¹¹ HERBERT Nicole (1987), *l'entreprise et son image*, Paris Dunod, p. 7.

¹² GRAY James (1986), **Managing the corporate image, the Key to public trust**, Green Wood Press, West Pont , p. 20.

¹³ عجوة علي (2003)، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ص. 9، 10.
¹⁴ حسين هشام محمد علي (د.س.)، **العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي**، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، ص. 42. على الخط <https://www.abahe.uk/Research-Papers/Public-relations-between-the-conviction-and-Negligence.pdf> (تاريخ الزيارة: 2019/12/20).

¹⁵ عبد الرزاق محمد سيف الدين، حسني عبد الخالق يسرا (2016)، **المحددات النظرية والعملية للإعلام الأمني الوقائي - دراسة تحليلية**، الرياض: دار جامعة نايف للنشر، ص. 112.

¹⁶ هلال ناجي محمد (د.س.)، **واقع العلاقة بين الجمهور والشرطة - دراسة اجتماعية**، الشارقة: مركز بحوث شرطة الشارقة، ص. 25.

¹⁷ الحربي عبد الكريم بن عبد الله (1999)، **مشاركة الشباب في دعم الأجهزة الأمنية**، الرياض: مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ص. 46.

¹⁸ العنزي عبد الرحمن خلف (2008)، **العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، الحلقة العلمية: رفع كفاءة العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام في الأجهزة الأمنية**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 16.

¹⁹ الشهري فايز عبد الله (2008)، **العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية: أسس وقواعد التعامل، الحلقة العلمية: رفع كفاءة العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام في الأجهزة الأمنية**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 7.

²⁰ العنزي عبد الرحمن خلف، مرجع سبق ذكره، ص. 20.
²¹ الطراونة محمد إبراهيم (2008)، **اتجاهات المواطن نحو رجل الأمن**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 46.

²² شومان محمد علي (2009)، **دور الإعلام الأمني في تصحيح المفاهيم الخاطئة**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 15.

²³ الطراونة محمد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص. 29.
²⁴ ميرزا جاسم خليل (2006)، **الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق**، الطبعة الأولى، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ص. 17.

²⁵ شومان محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص. 16.
²⁶ خربوش خالد عبد الحميد (2014)، **الإعلام الأمني وحقوق الإنسان بين القيم والقرارات**، القاهرة: عالم الكتب للنشر، ص. 64.

²⁷ المشاقبة بسام عبد الرحمن (2012)، **الإعلام الأمني**، الطبعة الأولى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص. 187.
²⁸ شومان محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص. 17.

²⁹ المرجع نفسه، ص. 13.

³⁰ السبيبة ممدوح خليفة (2015)، **تصور استراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي**، رسالة ماجستير في العلوم الاستراتيجية، الرياض: جامعه نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 98.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

فوزي آيت أمر مزبان (2019) **دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية** . مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 11 (03) /2019 الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص (254-243)