



من تأسيس الإعلام الأمني إلى خلق برامج للتوعية المرورية  
قراءة في الإستراتيجية العامة للمؤسسات الأمنية الجزائرية

**From the Constitution of the Security Media to the Creation of Sensitization Programs  
The General Strategy of Algerian Security Institutions**

عبد القادر بغدادباي (1)

<sup>1</sup>المركز الجامعي غليزان، أستاذ محاضر أ، baghdadbey75@hotmail.fr

تاريخ القبول: 10 / 17 / 2019

تاريخ المراجعة: 09/6 / 2019

تاريخ الإيداع: 8/31 / 2019

**ملخص**

تركز هذه الورقة البحثية على الإستراتيجية العامة للمؤسسات الأمنية الجزائرية بداية بالتأسيس لأرضية الإعلام الأمني وتثمينه، وهذا من خلال تطوير جهاز العلاقات العامة داخلها نظرا لجديته وإسهامه الكبيرين في النهوض بهاته المؤسسات وترقيتها، وكذا تحقيق الأهداف المسطرة الموجهة إلى جماهير مستهدفة بطريقة نظامية، وصولا إلى تحقيق التوعية المرورية وإستراتيجيتها وفعاليتها في الحد منها ونشر الوعي المروري لدى مستعملي الطريق وتحقيق السلامة المرورية.

**الكلمات المفاتيح:** الإعلام الأمني، التوعية المرورية، الإستراتيجية العامة، جهاز العلاقات العامة، السلامة المرورية.

**From the Constitution of the Security Media to the Creation of Sensitization Programs  
The General Strategy of Algerian Security Institutions**

**Abstract**

This research paper focuses on the general strategy of Algerian security institutions, starting with the establishment of the security media platform and its appreciation, by developing the public relations system within it, because of its and its great contribution to the advancement of these institutions and their promotion, as well as to the systematic realization of the objectives set for target audiences in a systematic way. to enhance awareness, strategy and efficiency of traffic in reducing and disseminating traffic knowledge among road users and achieving traffic safety.

**Key words:** security Media, Traffic Awareness, the Overall Strategy, Public Relations, Traffic Safety.



## مقدمة:

لقد اشتغل القائمون بالإعلام والمهتمون بقطاع الصحافة والإعلام عموماً بتوصيف الإعلام المتخصص، أو ما يسمى التخصص في الإعلام، إذ يعتبر الإعلام المتخصص أحد مستحدثات العصر الحديث، حيث يعمل على تلبية احتياجات الجمهور والتعمق في معالجة القضايا والاعتناء بالجزئيات التي تشغل الجمهور المتلقي، والإعلام الأمني أحد التخصصات والفروع التي ظهرت مؤخراً، حيث يعنى بضمان الأمن والاستقرار للمجتمع، وتصحيح السلبيات والوقاية من مسببات الجرائم والانحراف، وتغيير تلك السلبيات لدى أفراد المجتمع من خلال تبصيرهم بخطورة الآثار والمشاكل الاجتماعية التي تمس أمنهم وسلامتهم ودعوتهم للمساهمة في علاجها والوقاية منها.

وفي مجال آخر غير بعيد عن اهتمامات الجمهور، يعد الأمن أحد مقومات ازدهار البلدان فهو أساس التنمية والاستمرار فضلاً عن إضفاء الشعور والاطمئنان الذي يضمن للفرد العيش في أمان ورفاهية تمكنه من الابتكار والإنتاج وارتفاع نسبة الأداء وتقدم المجتمع، وكل هذا لا يمكن تحقيقه إلا من خلال الإعلام الذي يمثل سلطة وأداة فعالة في التأثير إلى جانب قدرة الإعلام للوصول إلى مختلف الفئات والطبقات، وعليه عمدت المؤسسات الأمنية والإعلامية إلى التنسيق وتكثيف الجهود مكافحة الجريمة والانحراف ومحاولة اجتثاث مسبباتها من المجتمع، وإيصال الحقائق لجميع الأفراد ومحاولة التوعية والوقاية من كافة مسببات الجرائم وكل ما يؤدي إلى الانحراف. بما في ذلك التوعية بمخاطر الطريقة وسيل تفاديها تكريساً لمبدأ التوعية المرورية.

## المدخل المنهجي للدراسة:

### 1. إشكالية الدراسة :

لقد أثبتت الدراسات الإعلامية الحديثة ومختلف التجارب المؤسساتية الرائدة عبر العالم الأهمية التي يكتسبها جهاز العلاقات العامة فيها، ومدى كبر المسؤوليات المنوطة بها في إطار ذلك التنظيم، إضافة إلى كيفية تأدية العلاقات العامة لعملها وتحقيق أهدافها، ومن هنا فالحاجة إلى وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تعي مسؤولياتها تماماً وقادرة على الوفاء بواجباتها أمر ملح ومطلب مهم، ولذلك أيضاً بات تحديد مسؤوليات وواجبات هذه الإدارة مطلب أساسي لتتمكن تلك الإدارة من القيام بواجباتها والعلاقات العامة في الأجهزة الأمنية - كأحد أجهزة الدولة - لا تختلف كثيراً عن أي جهاز آخر إلا بقدر اختلاف المهام الخاصة لكل جهات وإن كانت ظروف الأجهزة الأمنية وطبيعة الأعمال الموكلة



إليها تعطي العلاقات العامة بعد مهما وخصائص مميزة، فهي تحتل أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة، وتشد إليها أدوارا حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة وما تقدمه من خدمات لمجتمعها وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها.

وتتميز العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها هذه الأخيرة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، فالعلاقات العامة بها بمدلولها الوظيفي تعبر عن الأسلوب العلمي الأمثل والمخطط سلفا والمتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم وإرشادهم بما تؤديه الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها.

وفي سياق إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الأمنية يستفيد جهاز العلاقات العامة الأمني من دعامة الإعلام الأمني، سواء كان هذا الإعلام إعلاما أمنيا ذو طابع حساس للحد من الجريمة كقيام جهاز العلاقات العامة بالشرطة بتنظيم احتفال باليوم العالمي للمخدرات، أو كان هذا الإعلام إعلاما أمنيا ذو طابع توعوي تنقيفي يهدف لتحسين الأمن المروري عبر الطرقات كتنظيم معارض توعية للتعريف والتوعية بالمشاكل المرورية من خلال فعالية الحملات المرورية وأسابيع السلامة المرورية بغرض توفير الأمن للمواطن، خصوصا ما نلاحظه في الآونة الأخيرة ازدياد حوادث المرور التي قد راح ضحيتها مواطنين أبرياء.

هذا ما ترمي إليه جهود العلاقات العامة بأجهزة الأمن من خلال الإعلام الأمني المروري واستخدام برامج وحملات العلاقات العامة في توعية وتنقيف السائق والمواطن بقواعد وعلامات المرور، من أجل التقليل من الإصابات والحوادث التي تحدث على مستوى الطرق.

مما سبق ذكره سنحاول أن نحتوي فكرة التأسيس للإعلام الأمني كتخصص تعنى به أجهزة الأمن الجزائرية والذي تبلورت مهامه إلى خلق البرامج التوعوية المرورية التي تعنى بمستعملي الطريق، وهذا أضحي من بين أهم الشغل الشاغل للجهات الأمنية نظرا للأرقام والنسب الصادمة للوفيات وحوادث الطرقات المختلفة التي أضحت تصدها الطرقات في السنوات الأخيرة بالجزائر، وكيفية مساهمة تفعيل جهاز العلاقات العامة ودوره في تفعيل الرسالة الإعلامية في التوعية المرورية ومدى فعالية ومساهمة في نشر الوعي الأمني المروري وتغيير الصورة الذهنية لدى الأفراد وتكوين قناعات داخلية لديهم بأهمية التعاون مع الجهات الأمنية من أجل حل المشاكل التي تحل بأمن وسلامة المواطن.

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

ما مدى فعالية الإعلام الأمني المروري بالحد من حوادث المرور ضمن الإستراتيجية العامة للمؤسسات الأمنية الجزائرية؟



## 2. أهمية الدراسة:

من المعلوم أن أهمية البحث تتوقف على أهمية الظاهرة التي تتم دراستها، وعلى قيمتها العلمية وما تحقّقه من نتائج لأجل الاستفادة منها. وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتطرق تسليط الضوء على التسلسل الاستراتيجي للجهات الأمنية في تشديد العمل بجهاز العلاقات العامة والذي أخذ منحى خلق منحى علمي جديد هو الإعلام الأمني، وتظهر الدقة والجديّة أكثر في الدراسة من خلال أهمية العلاقات العامة ودورها في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية في التوعية المرورية وحلول عدة مشكلات باتت تؤرقنا والوقاية والحد من خطورة حوادث المرور التي تحصد ثروتنا البشرية، والتقليص من إرهاب الطرقات، الناتج أساسا بسبب غياب الثقافة المرورية في حركة المواصلات والتي لا يمكن نشرها إلا من خلال المزيد من التوعية والإرشاد والتعليم التي تقوم بها الجهات المختلفة بدءا بالأجهزة الأمنية والأسرة والمدرسة والمجتمع المدني، وهذا بدوره يؤدي إلى الحد من خطر حوادث المرور وتحقيق السلامة المرورية.

## 3. أهداف الدراسة:

إن الغاية من الدراسة موضوع أو ظاهرة في البحوث العلمية الجامعية بالدرجة الأولى تعود إلى محاولة إبراز جوانب القوة في تطوير استعمال جهاز العلاقات العامة وتثمينه داخل المؤسسات الأمنية الجزائرية والذي أضحى موضوع الساعة، وكذا التركيز على أدوار جهاز الشرطة والدرك الوطني ومختلف الجهات الأمنية في ترقية الإعلام الأمني كتخصص تعنى به هذه الجهات لوحدها وتسخيره لتزكية وتعزيز خدماتها إزاء الجمهور على غرار إعداد برامج ومخططات موجهة للجمهور من أجل التوعية المرورية وتسليك الضوء على مخاطر الطريق التي باتت تؤرق مستعمليه، وبالتالي توضيح مكانة الإعلام الأمني في نشر وتمير الرسالة الأمنية التوعوية والتنقيفية من المعلن إلى المجتمع والتي يمكن لها من خلالها في الأخير أن تقيس فاعليته في التأثير على المجتمع وتغيير سلوكه وتحقيق التوعية المرورية، باستخدام مختلف المواد والسبل والمحطات المتعلقة بالعلاقات العامة مثل المطبوعات والمطويات والحملات التوعوية الإعلامية في توجيه سلوك الفرد وتحقيق السلامة المرورية.

## 4. مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

إن تحديد المصطلح يبدأ أولا بتحديد إطاره النظري من خلال مراجعة القواميس والمعاجم والموسوعات العلمية، حيث يقوم الباحث بإعطاء التعريف العلمي الشائع لدى الباحثين لهذا المصطلح، ثم تحديد معناها الإجرائي المستخدم في البحث، وفي بعض الأحيان يلجأ لوضع معاني إجرائية خاصة بالمصطلحات المستخدمة. (1)



هي بمثابة الأداة التحليلية التي يستخدمها الباحث في تحليل الظواهر الاجتماعية وتساؤه على تحديد أبعاد الإشكالية وحدود المتغيرات فهناك، تعريفات تصورية تصف المفاهيم مجردة، وهناك تعاريف إجرائية تتعلق بنظرة الباحث للموضوع أو الوحدات التحليل التي يوظفها في تفسير الظاهرة المدروسة (2) ومن المصطلحات التي قمنا بتحديدتها هي كالتالي:

#### - العلاقات العامة:

يضم مصطلح العلاقات العامة مفهومين وهما:

**العلاقات:** وتعني التواصل الناجم عن التفاعل فردين أو أكثر إذ أن العلاقة بين الأفراد المجتمع تحقق بعد حدوث سلسلة من ردود الأفعال الناجمة عنهم وهذا ما يسمى بالتفاعل، قد يكون هذا التفاعل ايجابيا فتكون النتيجة علاقات اجتماعية قائمة على التعاون والارتباط بين الأفراد وقد تكون سلبيا ما يؤدي إلى حدوث علاقات متوترة يعبر عنها بالصراع ويؤدي هذا إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد.

**العامة:** وتعني جمهور الناس، وتتمثل العلاقات هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور في المجتمع. (3) إن البناء اللفظي للكلمة يتكون من كلمة "علاقات" وتعني وصلة الصلات والاتصالات التي تتم بين هيئة أو موسوعة ما وال جماهير المتعاملة معها.

وكلمة عامة يقصد بها جماهيرية أي مجموعة الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها ونشاطاتها بالهيئة أو المؤسسة. (4)

كما جاء في قاموس Webster إن العلاقات العامة هي مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة، أو أي نظام في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين، المستخدمين، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه.

وأهم ما جاء في هذا التعريف أنه لم يحضر نشاط العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات أو المهن أو غيرها بل أنها تمارس في كافة المؤسسات المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية، ووضح هذا التعريف أيضا هدف العلاقات العامة المتمثل في إقامة وخلق علاقات طيبة مع الجماهير التي تتعامل معها.

وتعرض إلى النوعين من الجماهير سواء كانت الجماهير الخارجية (ممولين أو مستهلكين) أو الجماهير الداخلية أي أولئك العاملين بالمؤسسة. (5)

**لغة:** يتكون مصطلح العلاقات العامة من كلمتين هما: العلاقات تعني الصلات والروابط وخبول الاتصال بين الإدارة والعامة



**اصطلاحاً:** يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة من واقع التعريفات الكثيرة التي ذكرها الباحثون المتخصصون في مجال العلاقات العامة وكذلك الجهات والمنظمات المعنية بذلك. (6)

- **تعريفها جمعية العلاقات العامة الأمريكية:** نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة متجهة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع. (7)

- **التعريف الإجرائي:**

هي نشاط أو جهاز يربط بين المؤسسة وجمهورها الداخلي أو الخارجي من أجل كسب ثقة الجماهير .

- **الإعلام الأمني:** هو: "الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام، والعمل على تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير (8)

- يرى **بركة رامل حوشان** بأن الإعلام الأمني نمط إعلامي هادف يخدم الموضوعات والقضايا الأمنية ويهدف إلى سيادة الأمن في ربوع المجتمع، موجهاً إلى الجمهور العام والخاص، ومستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان ومؤثرات فنية آخرين معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار ذات العلاقة بالأمن التي يتم عرضها بطريقة موضوعية، وهو مسؤولية رجال الإعلام وذلك من منطلق مسؤولياتهم الثقيلة الملقاة على عاتقهم وتؤديها هذه الوسائل في إطار وظيفتها الاجتماعية والسياسية في المجتمع، حيث أنها مسؤولية مباشرة عن الإسهام في حركة تطور المجتمع والالتزام بغاياته وطموحاته، وهو إعلام لا تضطلع به إدارات الإعلام والعلاقات في الأجهزة الأمنية فقط لكنه إعلام يهدف إلى المواجهة الحاسمة والسريعة لكل ما يهدد وظيفة الأمن وكسب ثقة الناس. (9)

**الإعلام الأمني:** يعرف بأنه تلك الرسائل والمعلومات والإخبار الصادقة التي تصدر عن جهاز الشرطة وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الشرطة في أذهان الجماهير لتحقيق التفاوض الإيجابي بين الشرطة والجماهير في إطار سياسة الدولة وقوانينها. (10)

**التعريف الإجرائي للإعلام الأمني:**

يقصد به كافة الأنشطة الإعلامية والاتصالية مقصودة ومخطط لها، من طرف رجال الأمن من خلال صياغة رسائل إعلامية هادفة تحمل في طياتها كل الجهود التي تقوم بها المؤسسات الأمنية باستخدام مختلف الوسائل الإعلامية (المسموعة، المرئية، المكتوبة) وفق نمط اتصالات متبادلة بين الشرطة والإعلام والجمهور في إطار إستراتيجية أمنية شاملة.

- **التوعية المرورية:**



تلقي الفرد حملة من المعارف والمعلومات، وتدريبه على تطبيقها ميدان وإكسابه قيما وعادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق، سائق كان أو راكبا أو راجلا. (11)

#### - التعريف الإجرائي للنوعية المرورية:

هي جهود إعلامية تثقيفية تجعل الشباب يلتزمون بقواعد المرور من أجل الحد من حدة الخسائر البشرية والمادية من خلال الاعتماد على منهجية حديثة وعملية بالاستغلال وسائل الإعلام في تقديم مواضع المرور والسلامة المرورية بالتعاون مع الأجهزة الأمنية في إطار الإعلام الأمني كل هذا لنشر سلوكيات مرورية ايجابية للشباب السائقين

#### - تعريف الدور:

لغة: يقال دار ويدور ويستدار إذ طاف حول الشيء، إذ عاد إلى الموضوع الذي ابتداءً به.

اصطلاحا: وضع اجتماعي به مجموعة من الخصائص الشخصية ومجموعة من أشكال النشاط التي يغزو إليها القائم بها في مجتمع معين أو صياغة مألوفة في مجموعة من الأفعال التي يؤديها الشخص في موضع التفاعل الاجتماعي. (12)

يقصد به المشاركة في وظيفة أو مهمة بمنصب كبير، وهو أيضا طريقة قيام شخص بدوره في موقف معين.

#### - تعريف الرسالة:

هي المضمون الذي يتم إرساله للطرف الآخر خلال العملية الاتصالية، وهذه الرسالة تقوم إدارة العلاقات العامة بإرسالها مستخدمة أدوات ووسائل الاتصال المتاحة لها. (13)

### الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة:

#### 1. العلاقات العامة في المؤسسات:

قد يتفق معظم المهتمين بشؤون العلاقات العامة على حداثة هذا العلم وأنه في وقت وجيز أصبح يشكل أحد أهم العلوم التي أصبحت تدرس في مختلف المعاهد والجامعات وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أهميتها في الحياة العلمية والعملية، إلا أنه وبحكم حداثة يبقى من العلوم الاجتماعية التي لزالتمت عمل على تطوير نفسها من خلال العمل على التطوير مناهجها وأساليبها بما يتوافق والواقع الاجتماعي وعليه سوف نسرد في هذا الفصل أساسيات العلاقات العامة للتعرف على هذا العلم الحديث .

#### ماهية العلاقات العامة:



إن ما يمكن ملاحظته هو وجود عدة تعاريف أعطيت لهذا المفهوم، ولعل السبب في ذلك راجع إلى انتماءات العلماء لمختلف التخصصات العلوم الاجتماعية من خلال خلفياتهم وفلسفتهم في تعريف هذه الظاهرة الجديدة، ويمكن القول أن صفة الحداثة لهذه الظاهرة وبداية تبلورها لم تتم إلا مع بداية مطلع القرن الماضي ما جعل هنالك حالة من عدم الاتفاق حول تعريف موحد للعلاقات العامة حيث لا يوجد تعريف جامع مانع لها وفيما يلي سوف نستعرض مجموعة من التعريفات الأجنبية والعربية بحكم ظهورها في أوروبا أولاً، ولكن قبل ذلك لا بأس أن نلقي نظرة حول أهم التعريفات التي جاءت بها مجموعة من المعاجم والمجلات والدوائر والمعاهد حول العلاقات العامة.

في محاولة الوصول إلى تعريف موحد للعلاقات العامة طلبت مجلة *Public Relation News* في عام 1974 من مشتركها والمشتغلين بالعلاقات العامة أن يقترحوا تعريفاً، فحصلت على 2000 اقتراح إذا كشف عن اختلاف كبير حول مفهوم العلاقات العامة. إلا أنه تم استخلاص تعريف موحد من طرف المجلة والمتمثل في أن: «العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور وربط السياسات وأعمال الفرد والمنشأة بالصالح العام، وتنفيذ برنامجاً لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه» (14). ويبين هذا التعريف أن العلاقات العامة هي إحدى الوظائف أو الأنشطة الإدارية حيث تقوم بتحليل اتجاهات الجماهير اتجاه المنشأة وربط هذه الاتجاهات بالإجراءات التي تقوم بها المنشأة لصالح الجمهور.

يعرف قاموس *Webster's new collegiate dictionary* العلاقات العامة بأنها: «مجموعة من النشاطات يقوم بها هيئة أو اتحاد أو الحكومة أو أي نظام في بناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه» (15). ومن خلال هذا التعريف يمكن القول إن العلاقات العامة لا تقتصر على نوع معين من المؤسسات أو الأجهزة أو على نوع معين من المهن فهي تشمل جميع المؤسسات الصناعية والتجارية والخدماتية وغيره، بالإضافة إلى الأجهزة الحكومية وغير الحكومية كما أشار كذلك إلى هدف الرئيسي لهذا الجهاز والمتمثل في خلق مجموعة من العلاقات الطيبة والجيدة مع مختلف الجماهير المنشأة سواء كانت بالداخل مع موظفين أو الخارج مع المستهلكين والممولين وغيرهم من أجل كسب ثقتهم ورضائهم.

وفي سنة 1948 كون معهد العلاقات العامة البريطاني لجنة من بين أعضائه لتقوم بتعريف العلاقات العامة فكان التعريف التالي الذي أصبح التعريف الرسمي للمعهد: «العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها» (16)، ونلاحظ من



خلال هذا التعريف الحرص الشديد في المحافظة على العلاقة الموجودة بين المنشأة وجماهيرها والعمل على تعزيزها

### العلاقات العامة والإعلام:

يرجع الكثير أن نشاط العلاقات العامة هو الإعلام، إلا أنه في الواقع يختلف كل واحد عن الآخر ويقول \*إبراهيم إمام\* في هذا الصدد: «من الخطأ القول بأن الإعلام هو العلاقات العامة لأنه لا يعدو أن يكون أداة من أدواتها، ولا يشغل الإعلام جانب الأكبر من نشاطات العلاقات العامة» (16)، وهنا نجد أن العلاقات العامة أوسع وأشمل في نشاطاتها من الإعلام، وأن هذا الأخير يعتبر أحد الوسائل المستعملة في العلاقات العامة وليس العكس. فالإعلام بهذا المعنى إذا نشر للأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمة للصالح العام، في حين العلاقات العامة هي عمليات الإعلام بالإضافة إلى تلقي ردود الفعل من طرف هذه الجماهير فهي بذلك تستعمل عملية ذات اتجاهين من خلال التأثير والتأثر بالرأي العام.

وعليه يمكن القول أن هناك فروق واضحة بين هذه المفاهيم، حيث تعتمد العلاقات العامة على هذه الأنشطة الاتصالية من إعلان وتسويق وإشهار وترويج ودعاية وإعلام كأساليب لنشر المعلومات والحقائق .

### أهمية العلاقات العامة:

يجب على مختلف المنشآت خاصة تلك التي تتعامل مباشرة مع الجماهير التتبع المستمر لكل المستجدات التي تطرأ على الرأي العام من خلال التأييد المستمر لهذه الجماهير الواسعة. وبهذا يمكن أن نوضح أهمية العلاقات العامة في بيان بعض ما يمكن أن تحققه للفرد و المجتمع و المؤسسات فيما يلي:

- العمل على تهيئة الرأي العام و مفاوضته على تقبل بعض الأفكار و الآراء الجديدة و الاقتناع بها، و إيجاد جمهور يؤيد و يساند الهيئات والمؤسسات بما يقوي و يدعم الروابط و الصلات بين المنشآت و جماهيرها، مما يجعل هناك تعاوناً بينهما بما يؤدي في النهاية إلى تماسك المجتمع.
- تتيح العلاقات العامة للهيئات و التنظيمات و المؤسسات و الشركات إمكانية التعرف على الاتجاهات الحقيقية للجماهير و كذا رغباتهم و احتياجاتهم من خلال ما يعرف ببحوث العلاقات العامة، و هذا ما يساعد هذه المنشآت من إحداث تعديلات مناسبة في سياستها و خطط عملها بما تتماشى و رغبات هؤلاء الجماهير و تحقيق الصالح العام لكل الأطراف.
- كما تبرز أهمية العلاقات العامة و بشكل واضح في تقديمها لجماهيرها الداخلية خدمات إنسانية متنوعة مما ينعكس ايجابيا على المردود العام، في حين أن تحقيق الرعاية الإجتماعية والعدالة التامة أمران



- يحققان للعامل للإحساس بالحياة الكريمة و الابتعاد عن كل ما هو سلبي من غطرسة و استفزاز و استغلال، الشيء الذي يخلق، نوع من الاطمئنان النفسي لهم.
- أهمية غرس المسؤولية الاجتماعية و دعمها في أوساط الجماهير.
  - وفي المقابل يمكن حصر أهمية العلاقات العامة في المجتمعات النامية على وجه الخصوص من حيث الاعتبارات التالية
  - رغبة الحكومات الوطنية في الإتصال بالجماهير و الوقوف على اتجاهاتها، و تحويل الاتجاهات السلبية إلى اتجاهات إيجابية.
  - سعي الحكومات بالدول النامية للاتصال بالجماهير من أجل تغيير عاداتها و أفكارها و سلوكياتها و تحويلها في اتجاه التنمية والتغلب على مقاومتها للتعبير التي يكون مبعثها عادة الخوف من التغيير.
  - رغبة الحكومات في الإعلام و التوعية بأهدافها المتجددة بغية تحقيق فهم الجمهور لها و إيمانه بها و تعاونه في تحقيقها.
  - محاولة الحكومات تغيير الأفكار السيئة عن العمل الحكومي و التي يمكن أن يكون مبعثها ما يلي:
  - الاعتقاد بعدم كفاية الجهاز الحكومي و تخلف أساليبه.
  - عدم كفاية الخدمات الحكومية و نقصها، رغم حاجة الجماهير بالدول النامية إلى المزيد منها.
  - الأفكار الموروثة عن الماضي نتيجة التسلط الإستعماري على الأجهزة الحكومية والتحكم في مصالح المواطنين.
  - سوء معاملة الأهالي و السكان على أيدي الموظفين الذين يتعاملون معهم من خلال عوامل الاستنكار و اللامبالاة. (17)

## وظائف العلاقات العامة:

يتفق الكثير من المشتغلين بالعلاقات العامة من وجهة نظر "محمد عبد الفتاح" في مؤلفه "العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية" توجد خمسة وظائف أساسية للعلاقات العامة 1 بالإضافة إلى وظيفة التقويم و هي على النحو التالي: البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارة، الإنتاج،

### 1. البحث:

و هنا يتم الاهتمام بالدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين كل من الجماهير الداخلية و الخارجية للمنشأة، و ذلك للتعرف على الرأي السديد الذي يبنى على قاعدة من الإدراك السليم لأبعاد القضايا العامة الاقتصادية والاجتماعية و السياسية و الدولية.

### 2. التخطيط:



وهو ثاني وظيفة تقوم بها العلاقات العامة، وتعتبر من العمليات المهمة، ويعرف التخطيط بأنه "لا يستهدف فقط تحقيق ما يجب أن يكون، وإنما يرمي إلى الوصول إلى أقصى ما يمكن أن يكون" و بذلك يكون التخطيط أسلوب و منهج و وسيلة لإحداث تغييرات مقصودة، و لتحقيق أهداف معينة، و ذلك بتعبئة جميع الموارد و الطاقات البشرية والمالية و التنظيمية لتحقيق أهداف مرغوب فيها و متفق عليها بأقل تكلفة ممكنة و بأدنى جهد و في أقصر وقت مستطاع، في حين يعرف "ميلفين وبيبر" التخطيط بأنه " عملية إتخاذ قرارات منطقية عن أهداف المستقبل ووسائل تحقيق هذه الأهداف، و التي تعتمد على وضوح و رسم الإجراءات و القيم المتضمنة للطرق البداية للعمل، و تباعا تتضمن توضيح التقدم والإختيار بين نظم العمل

و قد عرف التخطيط للعلاقات العامة بأنه "عملية تحديد الأهداف، التي يسعى خبير العلاقات العامة لتحقيقها، و البرامج اللازمة لتحقيق هذه الأهداف مع الأخذ في الاعتبار الإمكانية و القيود المحيطة بهذه العملية (18)

### 3. التنسيق:

ترتكز هذه الوظيفة أساسا على عامل الاتصال، حيث تتم وظيفة التنسيق من خلال الاتصال بالمسؤولين في الداخل و الخارج، فيتصل الخبراء بالمدراء و رؤساء الأقسام وكبار الموظفين و يقدم لهم الأخبار و المعلومات و التوصيات المتعلقة بالعلاقات العامة التي تؤثر على سير المنشأة من جهة، و من جهة أخرى يقوم الخبراء بالإتصال بقيادة الرأي العام في الخارج من المعلمين و الأئمة و رؤساء النقابات و رجال الأعمال.

### أهداف العلاقات العامة :

كل إدارة من إدارات المنشأة لها أهداف تسعى لتحقيقها، و تظهر أهداف إدارة العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المجال الإداري بمعنى أن إدارة العلاقات العامة تهدف إلى إيجاد وخلق التفاهم المتبادل بين المنشأة و جماهيرها، و كذلك إقامة سمعة طيبة لها في أوساط العمل و المحافظة على إستمرار الإتصالات فيما بينهم، مع التصدي لأي محاولة للنيل من هذه السمعة أو الإتصالات، و بشكل عام فإنه يراعى في تحديد أهداف إدارة العلاقات العامة أن تكون:

- محددة وواضحة و صريحة و مفهومة.
- واقعية و عملية من حيث قابليتها للتحقيق و إمكانية التنفيذ
- مرتبطة بأهداف المؤسسة ككل.



و عموما تهدف العلاقات العامة في أي منشأة كانت خاصة أو عامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف. (19)

### خصائص العلاقات العامة:

يجمع الكثير من المهتمين و الدارسين للعلاقات العامة أنها تتميز بمجموعة من الخصائص سواء على مستوى المفهوم أو الوظيفة أو مجال التطبيق أو المشتغلون بها...الخ.

و عليه سوف نتطرق لأهم خصائصها والتي لخصها كل من "محمد منير حجاب" و"سحر محمد وهبي" في مؤلفهما "المدخل الأساسية للعلاقات العامة في النقاط التالية:

- إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منشأة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب وإنما ينبغي أيضا أن يلعب دورا إجتماعيا، و لهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنشأة.

- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه كل إدارة و يجب على هذه الأخيرة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله والوصول إلى علاقات عامة طيبة، و التي تعتبر أحد أهم المسؤوليات الكبرى الموكلة لكل مدير في المنشآت. (20)

- إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية و قليلة الأهمية بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنشآت، فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، عملية اتصال دائم و مستمر بين طرفين أساسيين هما المنشآت و جماهيرها التي تتعامل معها سواء الداخلية أو الخارجية و كلاهما مؤثر و متأثر في نفس الوقت، و من تم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية و الحيوية والاستمرارية و قوة الفاعلية بين الطرفين.

- يجب على إدارة العلاقات العامة أن تتبع من السياسات ما يعكس فلسفة خدمة الصالح العام لا على أساس الكلمات الجوفاء و إنما على أساس الأفعال.

- القصدية، فالعلاقات العامة نشاط مخطط و مرسوم لإحداث تأثير مرغوب فيه، و في وقت محدد وبأسلوب معين ومختار .

- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع و الجمهور، و هذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنشأة. في حين يرتكب كثير من المدراء خطأ كبير عندما يتصورون أن الجمهور لا يهتم بما تفعله المنشأة، و كثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور إنما هو مسار للإفتخار والزهو بالنفس والتعالي. (21)



- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام و انتزاع موافقة الجماهير أي أنها تدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق و التكيف و التعاون.
- تركز العلاقات العامة على حقيقة علمية هي أن الإنسان اجتماعي بطبيعته، و لا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع الذي يوجد فيه و لذلك يعتبر محور اهتمام العلاقات العامة.
- تركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي التي تساعد على تلمس احتياجات الجماهير و دراسة آرائها و اتجاهاتها و تحسس. مشكلاتها، و نقل هذه الدراسات بأمانة و صدق إلى المستويات الإدارية العليا، لهذا فهي لا تعتمد على الارتجال أو الصدفة. (22)
- العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط و هذا يعني أنها ليست نشاطا عشوائيا كما أنها ليست نشاطا وقتيا يبدأ حين تقع المنشأة في أزمة و ينتهي بانتهاء الأزمة، ذلك لأن أنشطتها طويلة المدى و نتائجها بعيدة الأثر و لا يمكن أن ننتظر نتيجة سريعة من برنامج العلاقات العامة، و إنما النتيجة تحدث تدريجيا و على مدى طويل فهي تتعامل مع الإنسان و آرائه و مواقفه و اتجاهاته و ليس من السهل تغييرها بين يوم و ليلة، و هذا سبب جوهرها لضرورة التخطيط في العلاقات العامة.

#### أنشطة العلاقات العامة:

- لقيام بالوظائف السابقة وتحقيق الأهداف المرجوة فإن إدارة العلاقات العامة القيام بالأنشطة والأعمال والتي تتركز في معظمها في الجوانب الإعلامية والاتصالية باعتبارها النشاط الرئيسي للعلاقات العامة والمتمثلة فيما يلي: (23)
- القيام بدور المركز الإعلامي الرئيسي للمؤسسة وقناة الاتصال الرسمية بين المؤسسة وجماهيرها.
- تزويد الجمهور من خلال وسائل الإعلام المناسبة بالحقائق والآراء بما يجعله على دراية ومعرفة بسياسات المؤسسة و آخر ما توصلت إليه من تطور في شتى المجالات.
- جمع المعلومات عن مدى التغيير في اتجاهات الجمهور نحو سياسات وأعمال المؤسسة.
- تخطيط وإدارة البرامج الإعلامية الخاصة بالمؤسسة.

## II. الإعلام الأمني في المؤسسات الأمنية الجزائرية:

- مفهوم الإعلام الأمني:





## - أهمية الإعلام الأمني:

تكمن أهمية الإعلام الأمني في أنه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنية الصادقة إلى الجمهور فقط، بل يسعى إلى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية و المادية بكل مقومات النجاح التي تكفل الإلزام بالتعليمات و الأنظمة من أجل أمن و سلامة الإنسان في شتى مجالات الحياة، الأمر الذي أوجب تأصيل و تعميق التعاون و التجاوب مع مختلف قطاعات الدولة لخدمة و استقرار هذا الأمن .

و قد ذكر الحوشان حول أهمية الإعلام الأمني بأنه يستمد أهميته بشكل عام من حياة الشعوب و الدول على اختلاف درجات و عيها و تطورها، كما يزيد من الارتباط بين المجال الأمني ووسائل الإعلام، حيث يعد غياب هذا الارتباط سببا رئيسيا لفقد المجتمع عنصرا مهما من العناصر المطلوبة لوعيه و تقدمه بل يصبح هو ذاته مهددا أولا لأمنه في ظل غياب المصادقية و التحقق من مصدر المعلومة الأمنية. (27)

إضافة إلى ذلك يكتسب الإعلام الأمني أهميته كذلك من جوهره المتمثل في الأمن و الأهمية الحيوية لهذا الأخير في حياة الشعوب واستقرارها وقدرتها على الازدهار، و اتساع نطاقه ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ذلك لأن الشعور بالأمن يدفع الفرد إلى العطاء المثمر والإسهام في حركة البناء والتقدم، وتظهر أهمية وجود إعلام أمني في عجز أي جهاز أمني عن القيام بمفرده بمهمة توفير هذا الأمن و حمايته، وحاجة الأجهزة الأمنية إلى تعاون المواطنين معها، وضرورة تكامل جهود الأجهزة الأمنية مع المواطنين والمقيمين لتكون في خدمة أمن الفرد و المجتمع (28)

كما تزداد أهمية الإعلام الأمني في ظل التنامي الواضح لمعدلات الجريمة و الإرهاب الذي يتعرض له الوطن من الداخل و الخارج معا، الأمر الذي يتطلب ربط المواطنين بهموم بلادهم اطلاعهم على الحقائق الكاملة حول سلامتهم و توعيتهم بغرس المفاهيم الأمنية حيث تتجسد أهمية الإعلام الأمني في غرس تلك المفاهيم الأمنية لدى أفراد المجتمع بهدف حمايتهم من الخروج على السلوك الإيجابي من ناحية، وبتث الطمأنينة والاستقرار من ناحية أخرى، فمع ازدياد خطورة الجرائم تظهر أهمية الإعلام الأمني في مهمته الوقائية باعتبار أن التوعية هي سبيل الوقاية من الجريمة و الوعي الأمني يجنب المجتمع العديد من الماسي. (29)

## أهداف الإعلام الأمني:



إن الإعلام الأمني يستهدف هدفا رئيسا وهو مساعدة جهاز الأمن في أداء رسالته ولتحقيق ذلك فإن الإعلام الأمني يسعى نحو أمرين أساسيين، يتمثل أولهما في زيادة التأثيرات الإيجابية للإعلام التي تصب في صالح الرسالة الأمنية، أما الآخر فيتمثل في مكافحة الآثار السلبية التي تضر بلمجتمع وأمنه حيث إن بمقدور الإعلام الأمني أن يساهم في تحقيق أهداف الأمن بواسطة استثمار الإعلام وذلك بالمبادرة ببيت ونشر الحقائق عن الأمن، و من خلال توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجماهير حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمنية ذات الصلة بحياته في الحاضر والمستقبل وقضايا المجتمع ومشكلاته.

بمعنى تحقيق الأمن الإعلامي أي انسياب وتدفق المعلومات الصحيحة للمواطن وأجهزة الإعلام عبر قنوات شرعية مسؤولة وبأسرع وقت ممكن بما يكفل قطع الطريق على أية معالجات مغرضة أو تأويلات لا تحتلها الظروف الدقيقة على المستوى المحلي والإقليمي. (30)

إضافة للأهداف السالفة الذكر أهداف أخرى نصنفها في محاور كما يلي:

#### أ- أهداف تثقيفية:

وترتبط بنشر الثقافة الأمنية، والعرض الموضوعي للأحداث الأمنية، والقضايا ذات العلاقة هدف تحقيق تأثير تلقائي إيجابي، يحقق تفاعل الرأي العام مع هذه الأحداث والقضايا أولا، بأول دون ما حاجة إلى استقاء المعلومات من مصدر غير موثوق

#### ب - أهداف توجيهية:

ويتم ذلك من خلال التأثير على الرأي العام لتبني اتجاهات أمنية تواكب سياسة الأجهزة الأمنية، من خلال الحساب المواطنين معارف ومعلومات أمنية وتنمية مهاراتهم، لتفعيل دورهم الوقائي ومشاركتهم أجهزة الأمن في قيامها بل ورها الضبطي أو العلاجي.

#### ج- أهداف ترفيهية:

ويقصد ها الإعلام عن الأنشطة ذات الطابع الترفيهي التي خلق مشاعر الود والأنفة بين رجال الأمن الجمهور مثل: تنظيم مسابقات ترفيهية بين الشرطة وأفراد المجتمع، مثل طلاب الجامعات والمدارس والكليات، الأمر الذي يؤدي إلى كسر الحاجز النفسي بين الشرطة كجهاز وبين أفراد المجتمع وطوائفه.

#### د - أهداف اجتماعية:



تتمثل في حماية المجتمع من الأخطار والتحديات التي تهدد قيمه مبادئه وأصالته وأخلاقياته وتؤخر تقدمه مثل الظواهر الداخلية على المجتمع من انحراف الأحداث، وتعاطي المخدرات وتفشي الجريمة.

(31)

#### ه - أهداف وقائية:

وتتحقق من خلال توعية المواطنين بتدابير الحفاظ على أمنهم واستقرارهم وسلامة ممتلكاتهم بإتباع أسلوب الوقاية خير من العلاج ، وكذلك التعريف بدور المواطن في مساعدة الشرطة وتحمل المسؤولية الأمنية من خلال الوقاية من أخطار الحريق وغيره من الكوارث الطبيعية أو الصناعية أو الناجمة عن الحروب

#### و - أهداف اقتصادية:

وتتمثل في الحفاظ على أموال وممتلكات الجمهور والمواطنين، من خلال تعميق الوعي الأمني لديهم لتجنب وقوع الحوادث فيما يتعلق بسرقة السيارات والمنازل والمتاجر، وتبصير المواطن بأساليب وطرق تنفيذ هذه الجرائم وكيفية الوقاية منها محققة بذلك الحفاظ على اقتصاديات المجتمع.

#### ي - أهداف توعوية:

وتتمثل في توظيف الرسالة الإعلامية بكل أنواعها لتوعية المواطنين، بإتباع السلوكيات الرشيدة، والحفاظ على أمن المجتمع واستقراره، وعدم الانسياق وراء الدعايات المغرضة والهدامة (32) و من بين هذه السلوكيات التوعية بكيفية التعامل مع العديد من الأخطار، مثل : الحرائق والحوادث المرورية والكوارث الطبيعية، كالزلازل مثلاً و غيرها.

#### خصائص الإعلام الأمني:

يتسم الإعلام الأمني بجملة من الخصائص حسب رؤية الدكتور أديب خضور:

#### - خصوصية الحياة الأمنية:

أو المجال الأمني وهي المرآة العاكسة للمجتمع الذي توجد فيه، فكما ضاق مفهوم الأمن، ضاقت الحياة الأمنية واغتنت كلما اتسع، و باتساع الأمن اتسعت حدود الحياة الأمنية فأصبح الموضوع الأمني، غنياً، ومتنوعاً، ومعنياً بالكثير من المجالات ليتوسع كذلك الجمهور المعني بالموضوع الأمني ولقد انعكس مجمل هذا التطور في الإعلام الأمني، الذي تتجسد مهمته الأساسية في رصد ومواكبة الحياة الأمنية.

(33)

#### - خصوصية الموضوع الأمني:



وهو المادة الإعلامية التي تعالج الأحداث، والظواهر والتطورات الأمنية بجوانبها المختلفة وعموما يمكن القول أن الموضوع الأمني بعدة خصائص منها الاتساع و الشمولية نتيجة اتساع الإطار الأمني الحديث، حساسية نتائجه والآثار المترتبة على فعاليته ونشره، الدقة في تفسير وتحليل المعلومات والوقائع، و جماهريته .

#### - خصوصية الحدث الأمني:

يتسم الحدث الأمني بجملة من الخصائص باعتباره يشكل لحظة في سياق، واللحظة مهما كانت كثيفة وغنية فإنها تبقى مؤقتة وزائلة ، أما السياق فهو دائم ومستمر و الحدث الأمني متجدد، ومتسع باستمرار، ديناميكي وفجائي، ومن جهة أخرى فهو يجذب اهتمام شرائح واسعة من الجمهور المتنوع من حيث: السن، الجنس، درجة التعليم، المستوى الثقافي والوضع الاجتماعي والنفسي وغيره (34) وهناك من يضيف إلى تلك الخصائص خصائص أخرى كالوسيلة الإعلامية الأمنية، مصادر الإعلام الأمني، جمهور الإعلام الأمني و الكادر الإعلامي الأمني الذي تتوقف عليه مهمة إعداد الرسائل الإعلامية الأمنية.

أما عن خصائص مصادر الإعلام الأمني فتعتبر المصادر الرسمية مصدرا رئيسة للإعلام الأمني و قد تكون الوحيدة أحيانا و تتمتع بقدر كبير من الرسمية و بالتالي المصدقية غير أنها تخضع لقواعد عمل كثيرا ما تجعلها متحفظة، أما المصادر الخاصة فتتمثل في الأشخاص و الجهات المعنية بالحدث الأمني، إضافة إلى الخبراء و المتخصصين نظرا لشمولية و عمومية الموضوع الأمني الاستعانة بهم لإلقاء الضوء على الحدث الأمني .

كما يتسم جمهور الإعلام الأمني هو الأخر - كخاصية من خصائص الإعلام الأمني - بسمات تتمثل في تنوعه، كثرتة، تباين حاجاته، و تفاوت درجات تركيز فئاته.

و كآخر خصائص الإعلام الأمني نذكر الكادر الإعلامي باعتباره أصبح يمثل حاجة قصوى فرضها العمل الإعلامي الأمني إذ يشترط في الكادر الإعلامي الأمني أن يكون ذو تأهيل إعلامي، أمني و أسلوب إعلامي متخصص. (35)

و يمكن تقسيم خصائص الإعلام الأمني إلى اثنتين، خصائص الإعلام الأمني الخاصة التي سبقت إليها الإشارة من خصوصية الحياة الأمنية و الحدث و الموضوع الأمني و غيرها و خصائص الإعلام الأمني العامة فالإعلام الأمني باعتباره إعلام متخصص يمثل الأمن جوهره و صلب اهتمامه، فهو بذلك إعلام لا بد أن يتوفر على خصائص كثيرة، من أبرزها نذكر أنه إعلام هادف للتأثير في الآخرين، و إعلام صادق المحتوى، متعاون مع مختلف الوسائل الإعلامية، إعلام ايجابي هادف لتحقيق التفاعل الايجابي بين الجماهير و جهاز الشرطة.



### III. التوعية الأمنية ضمن برنامج المؤسسات الأمنية الجزائرية

#### تعريف التوعية المرورية.

تعتبر التوعية المرورية إحدى أهم الوسائل التي من شأنها تغيير السلوكيات الخطيرة التي نراها ونرصدها يوميا على الطرقات من طرف السائقين، وذلك لما تلعبه من دور في زيادة الوعي المروري لديهم، بصفة أن السائق هو المتسبب الأول في الحوادث المرورية، وذلك عن سلوكه المتأثر بعدة عناصر أهمها السن وثقافته وخبرته في السياقة وحالته الاجتماعية.....، لذلك فالتوعية المرورية ضرورية لها من دور في نشر الوعي المروري بين مختلف الفئات، والتحذير من الأخطار الحوادث على المجتمع وذلك بتعليم وترسيخ آداب وقواعد المرور حرصا على سلامة النفس البشرية ، ومحافظة على الأملاك الخاصة والعمومية (36)

وقد تعددت التعاريف حول التوعية المرورية حيث يرى " الدغمي " بان التوعية المرورية يقصد بها " ... نشر الوعي المروري وذلك بتصحيح المفاهيم الخاطئة بالإقناع عن طريق المعلومات السليمة والحقائق الثابتة.....".

أما " عبد الرزاق التحافي " فيعرف التوعية المرورية من حيث " هي جهد فكري هادف لتكوين سلوك جماهيري ملتزم بتشريعات المرور وأخلاقياته وآدابه ".

ويرى إن الوعي المروري يتكون من جانبين: (37)

الأول/جانب فكري : ويتمثل في الثقافة المرورية وتشمل الإلمام بقانون المرور وقواعد السياقة الآمنة ومعرفة إشارات المرور المحلية والدولية.

الثاني/ جانب عملي : وهو الممارسة اليومية لهاته الثقافة وذلك عند عملية سياقة المركبة في الطريق العام.

#### خصائص وشروط التوعية المرورية .

إن التوعية المرورية وبرامجها من الممكن أن تؤثر في سلوكيات السائقين السلبية، وتغيرها إيجابا وذلك إذا ما تمت على نحو سليم ومدروس، ولا يأتي ذلك إلا بتسخير الوسائل والإمكانيات على مستوى الأجهزة المختلفة في المجتمع التي تعمل للقضاء على المخالفات المرورية، ويرى "مصطفى العوجي " : أن حجم المخالفات الواقعة على مختلف الأنظمة والقوانين والغش، وعدم الاستقامة المتعلقة بأنظمة السير ... ومعظمها واقع على أنظمة السير بالخصوص، وهذا دليل على ضعف التربية المدنية وضعف تعلم الأفراد على ضبط سلوكهم الاجتماعي (38)



لذلك فانه يتوجب وضع سياسة متكاملة حتى يتم تحقيق أهداف التوعية المرورية، وذلك وفق شروط وخصائص معينة .

ويمكن تحديد شروط وخصائص التوعية المرورية كما يلي :

**-الاستمرارية :** حيث أن برامج وحملات التوعية المرورية يجب أن تتصف بالدوام والاستمرار في تنفيذها وتتابعها، وذلك حتى تترسخ لدى الفئة الموجهة إليها، وتخلق لديهم نسقا معرفيا وسلوكيا إيجابيا حول السلامة المرورية وقواعدها، لذلك فان الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية المرورية " حتى لا يؤدي النسيان دوره، والقاعدة العامة تقول أن التعليم الهادف يهذب السلوك والتوعية المستمرة تغرز المعرفة لذلك فان إفرزات التعليم والتوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعيا بها ويستجيب من ذاته لندائها " . (39)

**- الشمولية :** فيجب أن تكون برامج التوعية المرورية شاملة لكل الجوانب المرورية ومشكلاتها كما أنها تشمل كل الفئات المعنية من مستعملي الطريق، وتشمل كذلك السلوكيات السلبية المشاهدة والمتسببة في المشكلات المرورية .

**- متكاملة :** إن المشكلة المرورية متعددة العوامل كالبشرية، التقنية والتشريعية، والأسباب كالاقتصادية النفسية والاقتصادية، لذلك فان عملية التوعية المرورية كذلك يجب أن تتصف بالتكامل وبالتالي فمضمونها وتنفيذها يقتضي أن يكون متكاملًا من حيث أعمال هاته الأسباب والعوامل في برامج التوعية المرورية .

**- تنوع الأسلوب :** إن عملية التوجيه والإرشاد والتفوييم للسلوك الإنساني ليست سهلة، خاصة عندما يتعلق الأمر بالسلوكات المرورية السلبية، ذلك أن كثيرا من مستعملي الطرق يميل إلى عدم الاهتمام وعدم الاكتراث بقواعد وآداب المرور، لذلك كان من الضروري أن يتنوع أسلوب التوعية المرورية ما بين الترهيب والترغيب والتحذير والإقناع، وذلك ضمن مراحل وخطوات التوعية المرورية، فيمكن أن تصاحب حملات التوعية المرورية تنفيذ القوانين المرورية من طرف القائمين عليها، فعند تطبيق النظام، يمكن تكوين وتشكيل وعي مروري(40)

**- تنوع الوسائل :** إن تنفيذ التوعية المرورية في أوساط المجتمع يستوجب استغلال واستعمال جميع وسائل الإعلام، التي هي جزء ضروري مكون، وضرورية للتنظيم الاجتماعي للمجتمعات الحديثة المعقدة، ويمكن من خلال هذه الوسائل إيصال الرسائل التوعوية عبر التلفزيون الإذاعة، حيث أنه يجب دراسة خصائص الإعلام وقوة تأثير كل منها فقد لا تناسب وسيلة معينة جمهورا معيناً(41)، إضافة إلى الوسائل والأماكن التعليمية، المساجد، المطويات، أجهزة الأمن المروري....



**التجديد والتطوير:** إن التوعية المرورية أسلوب ووسيلة يقصد منها إيصال الرسائل المرورية إلى الفئة المستهدفة، وهاته الوسائل تتجدد وتتطور حسب التغيرات الاجتماعية وحسب التقنيات الحديثة، فمثلا الدول المتطورة تلجأ إلى المهرجانات والمسيرات الكبرى حتى يتم إبلاغ وإعلام كل الأفراد في المجتمع إضافة إلى الجداريات التي تحمل رسائل توعوية تيرمج على مستوى الطرقات والأحياء الكبرى.

## الجهات القائمة على التوعية المرورية

تتعدد الجهات المنوط بها تفعيل الأمن والسلامة المرورية في المجتمع وتختلف من حيث مسؤوليتها ما بين التربوية، التعليمية، الضبطية، الدينية، الإرشادية....

### 1- الأسرة:

تعتبر الأسرة إحدى المؤسسات الاجتماعية وأهمها وهي أول مؤسسة عرفتها البشرية، وهي المؤسسة الاجتماعية الأولى المسؤولة عن تطوير شخصية الفرد من النواحي الاجتماعية والنفسية والعقلية والأخلاقية، ولها دور أساسي في تكوين الأبناء الذين هم رجال في المستقبل وشخصية الفرد تتكون في البادئ ضمن الوسط الأسري.

ويتعلم الفرد في الأسرة معنى المسؤولية ويبدأ منها الوعي الاجتماعي ومبادئ السلوك الاجتماعي، من خلال ترسيخ القيم والمعايير في هذا الفرد (42) ويمكن لهذا الوسط أن يقوم بعملية التدريب على السلوك المناسب وغرس الأخلاق وتكوين الاتجاهات والميول، وبالتالي فإن لها دورا هاما في عملية التربية المرورية في سبيل تشكيل الوعي المروري لدى الفرد.

والأولياء هم المثل الأعلى للأبناء في المراحل الأولى للطفولة وهم يسهرون على توجيههم، ويمكن أن يكونوا مثلا يحتذي به في التصرف على الطرق، بما يضمن سلامة المرور ويمكن أن يساعدوا على تنشئة جيل مسؤول من مستعملي الطرق (43)

### 2- المؤسسات التعليمية:

من أهم المواضيع التي تشغل المجتمعات اليوم هو قضية التعليم والتربية وإعداد أفراد المجتمع من خلال الأساليب والأدوات التعليمية المتعددة، وعندما نتحدث عن التعليم فإننا نقصده من خلال مؤسساته المختلفة، من مدارس ومعاهد وجامعات، وذلك من خلال المختصين ذوي الخبرات والمعارف، فإذا ركزنا على الجانب المروري، فإن هاته المؤسسات لها دورا فعالا ومتميزا، حيث أن العمليات التعليمية في مجملها قدف إلى إحداث تغيير سلوك المتعلم ضمن ثلاثة مجالات: (44)

أ. **المجال المعرفي:** الذي يمكن من خلاله إضافة خبرات جديدة إلى خبرات المتعلم السابقة.



- ب. المجال النفسي الحركي: وهو يمكن من اكتساب مهارات لم يكن قادرا على أداءها والقيام بها.  
ج. المجال الوجداني: إذ يعمل التعلم على بناء سلوكات جديدة عوض سلوكات غير حضارية .

### الأجهزة المشرفة على النقل:

تختلف هذه الأجهزة حسب نشاطاتها التي تقوم بها ما بين المراقبة والإشراف والتوجيه والتنسيق في مجال النقل والمرور، إضافة إلى دور التكوين، وتتعدد هاته المسؤوليات حسب النظام المعتمد في كل دولة من حيث هذا الجانب، والتي أيضا من مهامها ويقع على عاتقها مسؤولية الوقاية والأمن عبر الطرق.

ومن شأن هاته الجهات المساهمة في إعداد نشاطات وبرامج و حملات التوعية المرورية، وذلك ضمن برنامج إستراتيجية عامة للوصول إلى السلامة المرورية بزيادة الوعي المروري، وتعزيز مبدأ الثقافة المرورية للتخفيف من حجم الكوارث الناجمة عن السلوكات المرورية المرتكبة من طرف السائقين، وتؤكد منظمة الصحة العالمية أنه ينبغي على كل دولة أن تعد إستراتيجية للسلامة على الطرق تكون متعددة القطاعات من ضمنها الوكالات المعنية بالنقل، وأنه ينبغي أن تكون مرتبطة بالإستراتيجيات المنفذة في قطاعات أخرى وتشمل فئات من الحكومة(45)

ويمكن لهاته الجهات نشر وترسيخ مبدأ السلامة المرورية لمستخدمي الطرق من خلال توسيع دائرة الوعي المروري وفي الجزائر تتمثل هاته الأجهزة في:

### وزارة النقل:

تعتبر وزارة النقل جهازا تنفيذيا، وهي إحدى المؤسسات الوطنية، تمثل الدولة في الجانب المروري وتضطلع هذه الوزارة بدور حيوي وهام للنهوض وتحسين مستوى السلامة المرورية، بالمشاركة والتعاون مع الجهات الأخرى، مثل التنسيق مع الجهات الأمنية لجمع المعلومات الخاصة بحوادث المرور، وإيجاد الإستراتيجيات لرفع مستوى السلامة المرورية، حيث تعمل في سبيل ذلك على:

- إقامة الندوات والملتقيات وطنيا وعربيا ودوليا في مجال السلامة مع جهات الإدارة والأمن المروري، وكذا هيئات المجتمع المدني.
- الإشراف على إعداد وتأطير برامج وحملات التوعية المرورية.
- إصدار الملصقات و المنشورات الخاصة بالتوعية المرورية.
- التواصل مع الجهات الأخرى ضمن اللجنة الوطنية للسلامة المرورية.
- التنسيق والمشاركة مع لجان السلامة المرورية في الدول العربية.



### المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق:

وفي سبيل الإسهام في مبادرات الوقاية والتوعية المرورية عكفت وزارة النقل على تأسيس المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق سنة 1988.

وهذا المركز يعمل على تنشيط وتنفيذ برامج وحملات التوعية المرورية عبر الوطن، من خلال الملتقيات والندوات، وتدعيم الجمعيات الناشطة في مجال الوقاية، إضافة إلى تفعيل برامج التربية المرورية حيث يصرح مدير المركز بقوله: "... نحد جهود العاملين على الوقاية مركزة ومنصبة أساسا على الإنسان من حيث تربيته وتعيده منذ نعومة أظفاره على القواعد الأساسية للتعامل... و ذلكم بغرس روح الانضباط والالتزام في نفوس الناشء... ثم تأتي عملية التوعية المستمرة..." (46)

حيث يتم التركيز من خلال الاستمرارية على أهم مستعملي الطريق وأول مسبب للحوادث المرورية وهم السائقون، وذلك بتوعيتهم بمخاطر المجازفة والمغامرة حيث تكون التوعية مستندة على المناهج العلمية... والتزويد بالنصائح.

### مديريات النقل:

توجد هاته المديريات على مستوى كل ولاية، حيث أنها تمثل وزارة النقل على مستوى هذه الولايات، وتقوم بتنفيذ برامجها، وإعداد التقارير الخاصة بالوضع المروري للولاية، إضافة إلى الإشراف على مدارس السياقة، وتسليم رخص النقل الخاص والعمومي. وفي الجانب الوقائي تقوم "اللجنة الولائية للوقاية من حوادث المرور" في المديريات بالتنسيق مع الجهات الأمنية والمجتمع المدني لتفعيل برامج السلامة المرورية، وإقامة الندوات والملتقيات النشر الوعي المروري، إضافة إلى توزيع النشرات والكتيبات الخاصة بتشريعات المرور، والتعليمية الخاصة بنصائح وإرشادات و آداب المرور لمستعملي الطرق.

### أ - مدارس السياقة:

لقد اهتمت قرارات "مؤتمر فيينا" سنة 1968 بمدارس تعليم السياقة وبرامجها، وتبنت هاته القرارات الهيئات العربية المتفرعة عن جامعة الدول العربية، كمؤتمر المرور الذي انعقد في القاهرة عام 1972، ومؤتمر مديري المرور بالدول العربية في تونس 1985، حيث تمت التوصية في المؤتمر الأول بالتوسع في إنشاء مدارس تعليم السياقة، على أن يتعلم فيها قاندي السيارات فن القيادة السليمة وأصولها، أما في المؤتمر الثاني تم التوجيه بجعل التوعية المرورية جزء من السياسة التربوية في جميع المراحل الدراسية (47)



## ب - الجمعيات:

تعتبر الحركة الجمعوية إحدى المؤسسات الفاعلة في المجتمع المدني وركنا أساسيا فيه، حيث تكمن أهميتها في مدى فعاليتها وتأثيرها في المجتمع، واهتمامها بشؤون المواطنين ومعاناتهم من مختلف الآفات والظواهر السلبية التي من بينها حوادث المرور.<sup>1</sup>

والجمعية هي اتفاق بين مجموعة من الأشخاص، لاستخدام معلوماتهم وخبراتهم وجه ودهم في أنشطة لتحقيق التعاون في مجال معين.

وتتنوع الجمعيات بتنوع الأنشطة التي تزاولها، وهي تلعب دورا اجتماعيا مهما.

وفي المجال المروري فإن هناك جمعيات تقوم بعدة نشاطات وتتمثل في:

- القيام بعمليات التوعية والتحسيس بمخاطر حوادث المرور وعواقبها.
- تنشيط ملتقيات وندوات حول الأنظمة المرورية والسلوكات، والمشكلة المرورية.
- تقديم التوصيات والاقتراحات للجهات المرورية المعنية (48)

## ج - المساجد:

إن أحد أهم مقاصد الشريعة الإسلامية هو حفظ النفس، وإن الاعتداء على حق الحياة يعد جريمة تحرمها الشريعة من خلال عدة مواضع في القرآن الكريم، وفي سنة الرسول (ص).  
و بتفعيل الحلق الإسلامي الذي مقصده الخوف من الله وطاعته، وطاعة رسول الكريم (ص) وتفعيل الوازع الديني، وتذكير الناس بالخوف من الله في هذا الجانب، فلا شك سيكون له الأثر الكبير في الحد من حوادث المرور، وتوظيف الوازع الديني له دور فعال في التوعية المرورية من حيث أن الالتزام بقواعد السير هو أمر ديني أكثر منه دنيوي.

ويتم كل ذلك من خلال المساجد عن طريق الخطب والحلقات والمحاضرات والندوات.

## خاتمة:

إن الحديث عن الأدوار المفصلية التي تعنى بها المؤسسات الأمنية عبر التراب الوطني وعلى اختلافها، بان صدها جليا من خلال التأثيرات المباشرة وغير المباشرة في المجتمع، ولقد كان لتقوية وتممين وتطوير جهاز العلاقات العامة الدور البالغ في ذلك، خصوصا وأن ذلك أفرز نمطا جديدا من الإعلام حظي به هذا القطاع ألا وهو الإعلام الأمني كتخصص مستقل، والذي أصبح من اختصاص المؤسسات الأمنية دون منازع، وعلى اثر ذلك يمكن القول إن الأجهزة الأمنية تقوم بالدور المنوط بها من خلال

<sup>1</sup> - مرجع سبق ذكره، ص 20



تسخير وسائل العلاقات العامة لخدمة المواطن بالدرجة الأولى و التي تلعب دور مهم ومحوري في نقل الرسائل التوعوية التي ترمي إلى مخاطبة العقل لتكوين إنسان واعي ومتزن في قيمه وسلوكياته وهذا الأمر يجسد الخطوة الأولى للقضاء على سلوكيات مرورية عفوية وغير مخططة .ومحاولة إقناع السائقين وإشراكهم في عملية التوعية بالاعتماد على مختلف الوسائل سواء التقليدية أم الحديثة كالمطويات والمحاضرات والأيام الدراسية والحملات التحسيسية وحتى الرسائل القصيرة عبر الهواتف النقالة ومواقع التواصل الاجتماعي التي تدعم كل الأنشطة التي تقوم بها المديرية العامة للوقاية والأمن عبر الطرق كل هذا في سبيل التقليل من حوادث المرور .

إلا أن الجانب الإعلامي النظري وحده لم يعد كافيا ولا يمكن أيضا الاعتماد فقط على الرسائل الإعلامية الأمنية كآليات مساهمة في نشر ثقافة التوعية المرورية لدى مستعملي الطريق، وإنما البدء في إشراك كل الفاعلين الاجتماعيين من أسرة ومؤسسات تربية ومساجد وجمعيات ومؤسسات أمنية وإعلام على أن تسهم بشكل كبير في ترسيخ ثقافة مرورية وقائية توعوية التي تندرج ضمن إستراتيجية الوطنية للسلامة المرورية. وموازة مع موضوع دراستنا لا يمكننا أن ننكر حقيقة اجتهاد ودور العلاقات العامة في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية في التوعية المرورية من أجل الحد من الحوادث المرور ونشر الوعي المروري والثقافة المرورية في تحقيق الأمن والسلامة المرورية للفرد. إلا أن التربية والثقافة الشعبية تبقين أساس التنمية المجتمعية كافة وبالخصوص في مجال السياقة واستعمال الطريق وانتهاج السلوكات الحضارية والتربوية.

#### - الإحالات والهوامش :

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005، ص84
2. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010، ص23-24
3. محمد حربي حسن، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1991، ص 21-22
4. محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ط، 1997، ص9-10
5. حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997، ص109
6. عبد العزيز صالح، الإدارة العامة المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص203-204
7. علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2006، ص18
8. جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني: بين النظرية والتطبيق، ط1، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2006، ص3



9. بركة زامل حوشان، الإعلام الأمني والأمن الإعلامي، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص24
10. جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص17.
11. الهاشمي بوزيد بوطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية "التعليم والسلامة المرورية"، مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص10
12. إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة، عمان، ط1، 2012، ص94
13. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة والمبادئ والتطبيق " رؤية معاصرة"، دار القلم للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص32-34
14. موفق حمداني وآخرون، مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006، ص207
15. محمد مصطفى أحمد: " الخدمة الاجتماعية في العلاقات العامة"، دار المعرفة الجامعية، 2003. ص26.
16. هناء حافظ بدوي: «العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية»، أسس النظرية ومجالات التطبيقية، 2003، ص26.
17. محفوظ أحمد جودة: "العلاقات العامة مفاهيم وممارسات" زهران للنشر والتوزيع، 1997، ص15.
18. جميل أحمد خضر، مرجع سبق ذكره، ص66
19. المرجع نفسه، ص67.
20. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار حرير للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص52
21. نفس المرجع، ص53.
22. المرجع نفسه، ص54.
23. جميل أحمد خضر، مرجع سبق ذكره، ص75.
24. محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص61، 62
25. نفس المرجع، ص62
26. حمدي محمد شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، د ط، الشركة المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2005، ص44
27. تركي بن صالح عبد الله الحقباني، مدى إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية، دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات العليا، 2006، ص17
28. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، العمل الإعلامي الأمني، المشكلات والحلول، مركز الدراسات العربية، 2005، ص15
29. عصمت عدلي، مدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، د ط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص250
30. جامعة نايف للعلوم الأمنية، العمل الإعلامي الأمني، المشكلات والحلول، ط1، مركز الدراسات والأبحاث بالرياض، ص18
31. عصمت عدلي، مدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، د ط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص225
32. جاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز الكتاب للنشر، 2006، ص24-25
33. أديب خضور، الإعلام الأمني، المكتبة الجامعية، د ط، دمشق، ص36.
34. نفس المرجع، ص37
35. يزيد ال سعود، دور الأجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية، دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، الرياض، 2007، ص49
36. بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإعلام جامعة الجزائر، 2004، ص46.
37. نفس المرجع، ص47



38. أديب محمد خضور، حملات التوعية العربية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2007، ص36
39. نفس المرجع، ص37.
40. ملفين ديفلير وساندرا بول روكنيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 1992، ص434
41. جمال محمد أبو شنب، السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص218
42. زايد بن عجير الحارثي، واقع المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى الشباب السعودي وسبل تنميتها، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض السعودية، ط1، 2001، ص95
43. مجلة العلوم الإنسانية، العدد19، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص19
44. مجلة العلوم الإنسانية، العدد23، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2005، ص6
45. بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2004، ص58
46. نفس المرجع، ص59.
47. عبد العزيز بن ناصر الهزاع، برامج مدارس تعليم قيادة السيارات، الرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2004، ص20
48. نفس المرجع، ص21.

#### - قائمة المصادر والمراجع:

##### أولا / القواميس والمعاجم:

1. (محمد منير حجاب)، 2004، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
- ثانيا / الكتب:
1. (الجحني علي بن فايز)، 2006، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض.
2. (أبو جلال إسماعيل سلمان)، 2012، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة، ط1، عمان.
3. (الجوهر محمد ناجي)، 2004، العلاقات العامة والمبادئ والتطبيق " رؤية معاصرة"، دار القلم للنشر والتوزيع، ط1.
4. (أحمد محمد مصطفى)، 2003، الخدمة الاجتماعية في العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر .
5. (الدليمي عبد الرزاق محمد) 2013، العلاقات العامة في التطبيق، دار حرير للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر .
6. (أبو شنب جمال محمد)، 2002، السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، د ط، الإسكندرية، مصر .
7. (الحارثي زايد بن عجير)، 2001، واقع المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى الشباب السعودي وسبل تنميتها، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض السعودية
8. (بدوي هناء حافظ)، 2003، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية الأسس النظرية ومجالات التطبيقية، ب ط، القاهرة.
9. (بن مرسلني أحمد)، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر .
10. (بوطالبي الهاشمي بوزيد)، 2006، فعاليات حملات التوعية المرورية "التعليم والسلامة المرورية"، مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ب ط، الرياض.
11. (جودة محفوظ أحمد)، 1997، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات" زهران للنشر والتوزيع، ب ط، مصر .
12. (حسن محمد حربي)، 1991، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، ب ط، العراق.



13. (حسين عبد الحميد، أحمد رشوان)، 1997، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، مصر.
14. (حوشان بركة زامل)، 2004، الإعلام الأمني والإعلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ب ط، الرياض.
15. (حمداني موفق وآخرون)، 2006، مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن.
16. (حمدي محمد شعبان)، 2005، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، الشركة المتحدة للتسويق والتوريدات، د ط، مصر.
17. (كشك محمد بهجت)، 1997، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، مصر.
18. (مصباح عامر)، 2010، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر.
19. (ميرزا جاسم خليل)، 2006، الإعلام الأمني: بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر، ط 1، القاهرة.
20. (صالح عبد العزيز)، 2000، الإدارة العامة المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، ط 1، 2000.
21. (عدلي عصمت)، 2005، مدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية، د ط، الإسكندرية.
22. (خضور أديب)، 1999، الإعلام الأمني، المكتبة الجامعية، دار المعارف، د ط، دمشق.
23. (خضور أديب محمد)، 2007، حملات التوعية العربية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، د ط، الرياض، السعودية.
24. (ملفين ديفلير وساندر بول روكنيش)، 1992، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، د ط، القاهرة، مصر.

#### ثالثا / المجلات والدوريات:

1. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، العدد 19، الجزائر، 2003.
  2. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 23، الجزائر، 2005.
- #### رابعا / الرسائل الجامعية:
1. (بن عباس فتيحة)، 2004، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر.
  2. (عبد العزيز بن ناصر الهزاع)، 2004، برامج مدارس تعليم قيادة السيارات، الرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
  3. (يزيد ال سعود)، 2007، دور الأجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية، دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، الرياض.
  4. (تركي بن صالح عبد الله الحقباني)، 2006، مدى إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية، دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات العليا.