جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

مركز الدراسات والبحوث

مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية

د. علي بن فايز الجحني

الرياض

١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م

٤٠١

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

مدخل إلى
العلاقات العامة والإنسانية

د. علي بن فايز الجحني

الطبعة الأولى
الريـــاض
١٤٢٧هـ ـ ٢٠٠٦م

(٢٠٠٦)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ـ الرياض ـ
المملكة العربية السعودية. ص. ب ٦٨٣٠ الرياض: ١١٤٥٢
هاتف ٢٤٦٣٤٤٤ (ـ١ـ٩٦٦) فاكس ٢٤٦٤٧١٣ (ـ١ـ٩٦٦)
البريد الإلكتروني: Src@nauss.edu.sa

Copyright©(2006) Naif Arab University
for Security Sciences (NAUSS)

ISBN 4 - X -9795-9960

P.O.Box: 6830 Riyadh 11452 Tel. (966+1) 2463444 KSA
Fax (966 + 1) 2464713 E-mail Src@nauss.edu.sa.

(١٤٢٧هـ)جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الجحني، علي بن فايز
مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية ـ الرياض، ١٤٢٦هـ
٢٨٠ ص، ١٧ × ٢٤ سم
ردمك: ٤ ـ × ـ ٩٧٩٥ ـ ٩٩٦٠
١ ـ العلاقات العامة ٢ ـ العلاقات الإنسانية أ ـ العنوان
ديوي ٢, ٦٥٩ ١٤٢٧/٣٩٣٤

رقم الايداع: ١٤٢٧/٣٩٣٤
ردمك: ٤ ـ × ـ ٩٧٩٥ ـ ٩٩٦٠

حقوق الطبع محفوظة لـ
جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

كافة الأفكار الواردة في هذا الكتاب تعبر عن رأي صاحبها،
ولا تعبر بالضرورة عن وجهة نظر الجامعة

المحتــويات

المقدمـــــة ٥

الفصل الأول : ماهية العلاقات العامة ١١

١ . ١ التطور التاريخي للعلاقات العامة ١٤

١ . ٢ تعريف العلاقات العامة ١٨

١ . ٣ اهمية العلاقات العامة ٢٣

١ . ٤ علاقة العلاقات العامة والإنسانية بالعلوم الأخرى ٢٧

١ . ٥ خصائص العلاقات العامة ٣٢

١ . ٦ نحو وجهة إسلامية للعلاقات العامة والإنسانية ٤٠

الفصل الثاني :ماهية العلاقات الإنسانية ٤٧

٢ . ١ التطور التاريخي للعلاقات الإنسانية ٥٠

٢ . ٢ تعريف العلاقات الإنسانية ٥٥

٢ . ٣ العلاقات الإنسانية في الإسلام ٥٨

٢ . ٤ الأمن النفسي والعلاقات الإنسانية ٦٦

٢ . ٥ الفرق بين العلاقات الإنسانية والعلاقات العامة ٧٢

٢ . ٦ الروح المعنوية ٧٥

الفصل الثالث: الإعلام الأمني والرأي العام ٨٣

٣ . ١ الإعلام الأمني ٨٦

٣ . ٢ الرأي العام ٩٣

٣ . ٣ خصائص الرأي العام ٩٥
٣ . ٤ الرأي العام وأثره في الحد من الجريمة ٩٦
٣ . ٥ الرأي العام والأجهزة الأمنية في العالم العربي ٩٧
الفصل الرابع: العلاقات العامة والبحث العلمي ١٠٣
٤ . ١ أهمية البحث في مجال العلاقات العامة والإنسانية ١٠٦
٤ . ٢ تجربة ونموذج ١١٢
٤ . ٣ معوقات البحث العلمي ١١٧
٤ . ٤ مواصفات الباحث في مجال العلاقات العامة ١٢٠
٤ . ٥ التعاون مع مراكز وإدارات البحوث ١٢١
الفصل الخامس : العلاقات العامة والنظريات الإعلامية ١٢٧
٥ . ١ النظريات الإعلامية ١٣٠
٥ . ٢ واقع الإعلام المعاصر ١٣٩
٥ . ٣ وسائل الإعلام والسلوك الإجرامي ١٤٩
٥ . ٤ وسائل الإعلام والجنوح ١٥٣
الفصل السادس:العلاقات العامة والنظم السياسية ١٥٧
٦ . ١ التعريف بالنظام السياسي ١٦٠
٦ . ٢ وظائف النظام السياسي ١٦٢
٦ . ٣ تحليل النظام السياسي ١٦٦

الفصل السابع : العلاقات العامة في الأزمات.....١٦٩
٧ . ١ نماذج العلاقات العامة في الأزمات.....١٧٢
٧ . ٢ الضوابط الرقابية.....١٨٧
٧ . ٣ استعدادات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات والكوارث.١٩١
الفصل الثامن : العلاقات العامة والأمن.....١٩٧
٨ . ١ مفهوم الأمن.....١٩٩
٨ . ٢ العلاقات العامة في محيط الأجهزة الأمنية في الدول العربية...٢٠٤
٨ . ٣مؤسسات التعليم والأمن والتحديات المعاصرة.....٢١٠
٨ . ٤ الحماية الأمنية والفكرية لحقوق الإنسان.....٢٢٤
المراجـــــع ٢٣١
الملاحـــــق.....٢٥١

المقدمـــة

يرجع اهتمامي بموضوع العلاقات العامة إلى أكثر من خمس وعشرين سنة مضت وذلك حينما كنت أدرس الإعلام في برنامج الدراسات العليا، ثم عدت إلى الاهتمام بهذا الموضوع مرة أخرى من خلال البحث والتأليف والإشراف، ثم تكرس الاهتمام بهذه المادة حينما أسند لي تدريس مقرر العلاقات العامة والإنسانية لطلاب مرحلة الدكتوراة بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. وفي ضوء هذه المسيرة، شعرت بأنه قد آن الأوان لإعداد كتاب في هذا الموضوع يكون واحد من المراجع التي يرجع إليها الطلبة والباحثين والمهتمين.

لقد برزت العلاقات العامة كعلم وفن اتصال بعد الحرب العالمية الثانية وإن كانت قديمة حيث واكب نموها مراحل تطور البشرية وتهدف فيما تهدف إليه تحقيق التفاهم المتبادل بين الناس، عن طريق تعميق الفهم والمعرفة والتوعية لبناء المستقبل على قاعدة تلمس الخلل، ومواضيع التفتح والأمل لتصحيح المواقف وإبراز الصور الايجابية في إطار المنهجية والموضوعية. وقد اتخذت ممارستها عدة أشكال وفق نشوء وتطور المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وما نتج عنها من ظهور حاجات ملحة لأنشطة جديدة تهتم بعلاقات المؤسسات الصناعية والتجارية مع جماهيرها.

وتنتمي العلاقات العامة إلى مجموعة من العلوم الاجتماعية التي تتفاعل مع مطالب الإنسان، إذ استعان هذا العلم في تطوره بعلم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم الاقتصاد، وعلم الإدارة، وعلم الإعلام، وعلم السياسة والعلوم التربوية والأمنية والعسكرية والاستراتيجية وغيرها من العلوم ذات الصلة بسلوك البشر في ظل الطفرة المعرفية، واتساع أفق المخترعات والمكتشفات وتقنيات الاتصال والتواصل الحديثة.

وتقوم العلاقات العامة على أساس أن المنظمة بصفة عامة ما هي إلا نظام مفتوح يجب أن يتفاعل مع مجموعة النظم المحيطة به فيؤثر فيها ويتأثر بها وفق درجة من التكيف والتفاعل بين المنظمة ومجتمعها، وانطلاقاً من العمل على تحسين الصورة الذهنية للمنظمة، كما تسعى إلى كسب تأييد الرأي العام، وفي ذات الوقت تقوم بتوضيح الخدمات والإنجازات التي قدمتها وتقدمها المنظمة للجماهير وتهتم بالعنصر البشري باعتباره من أهم عناصر الإنتاج من خلال توفير ظروف العمل المناسبة، ورسم سياسات تمكن من إقامة علاقات جيدة بين الرؤساء والمرؤوسين تقوم على الاحترام والتعاون في أداء العمل، بالاضافة إلى الاهتمام بتقديم الخدمة الثقافية والاجتماعية والنفسية للعاملين مما يؤدي إلى رفع روحهم المعنوية، وبالتالي ينعكس على أدائهم، وهي بذلك تسعى إلى الاعتراف بقيمة الجهد والانجاز والإبداع وتوطيد العلاقات الحسنة على مستوى المنظمة داخلياً وخارجياً. ولا ننكر إنها من ناحية المبالغة قد تأخذ اتجاهاً غير متزن، تنميقاً ومغالطة وتجميلاً لواقع معين.

ومما لا شك فيه أن العلاقات العامة (Public Relations) ظاهرة اجتماعية ومن أهم الوظائف الحيوية في المنظمة الحديثة، وقد عرفها الإنسان منذ أن عرف الحياة داخل المجتمع الإنساني، قادته إليها الفطرة التي غرسها المولى عز وجل في نفسه ألا وهي حب الالتقاء بالآخرين والتعرف بهم والتعايش معهم، ثم يحاول التأثير على الجماعة، ويغير من سلوكها بالقدر الذي يخدم مصالحه. وبتطور المجتمعات وبظهور بعض صور السلطة داخل المجتمعات كالتي كان يمارسها أصحاب النفوذ في المجتمعات البدائية أو ممن يحسبون على الدين استطاع هؤلاء أن يفرضوا سيطرتهم على المجتمع حيث لجأوا إلى العلاقات بهدف إقناع الجماهير بأشخاص وبطريقتهم في ممارسة السلطة. والحضارات

القديمة عرفت أيضاً العلاقات العامة كوسيلة من وسائل التأثير في الجماهير، فنجد في حضارة وادي النيل حفريات ونقوش تخاطب وتسجل بطولات الملك وأعماله وتحث الجماهير على طاعته، كما أن الآشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة من خلال ترقيم انتصاراتهم وبجانبهم صور ملونة لأسرهم ويعرضونها في القصور وفي الساحات والشوارع.

أما الحضارة اليونانية فقد كانت من أولى الحضارات اهتماماً بتطوير أساليب التأثير في الرأي العام حيث استخدموا (السفسطائيون) وهم عبارة عن أشخاص يحترفون الإقناع وذلك من خلال امتلاكهم لفنون الكتابة والخطابة التي تمكنهم من إقناع الغير، وكذلك الحال عند الرومان، وفي العصور الوسطى أكمل الغربيون ما كان قد بدأه الرومان في هذا المجال، ودخلت مرحلة الصراع بين الكنيسة ورجال الفكر مرحلة كان لابد فيها من التأثير على أفراد الشعب وإقناعهم، كما استعانوا بفكر الحضارة الإسلامية في هذا الخصوص لاخراجهم من الأزمات التي يعانون منها باعتبار الإسلام أقام العلاقات بين الناس على مرتكزات واضحة تصون كرامة الإنسان وتحفظ حقوقه وكان من الأسس البارزة في هذه العلاقة العدل في المعاملة، واحترام آدمية الإنسان وكرامته واعتبار الناس في الأصل واحد (كلكم لآدم وآدم من تراب) وقال تعالى ﴿ **يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ** ﴿١٣﴾ ﴾ (سورة الحجرات).

ثم حث الإسلام على التعاون الإنساني قال تعالى ﴿ ... **وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ** ﴿٢﴾ ﴾ (سورة المائدة) وعلى بناء العلاقات العامة والإنسانية على التسامح،

واحترام الحرية الشخصية والتمسك بالفضيلة والوفاء بالعهد. وقد أخذت العلاقات العامة في العصر الإسلامي ولا زالت شكلاً أعم وأشمل من مجرد التأثير إذ أن حسن الخلق أصبح هوالأساس والدين هو المعاملة، وابتكر الإسلام أساليب جديدة لاشاعة المعلومات ونقلها عن طريق الخطب والمواعظ الدينية والدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.

ثم ظهرت المجتمعات الحديثة والنهضة الأوروبية، وتقدمت وسائل الاتصال ووسائل الانتقال، وانتشر العلم وظهرت وسائل الإعلام الحديثة، وبدأ العالم الصناعي يشعر بأهمية العلاقات العامة في واقع ملئ بالايجابيات والسلبيات داخل تلك المجتمعات ومحاولة تعزيز التعاون مع الجماهير وكسب رضاهم وثقتهم وبالتالي تحسين سلوكهم بما يخدم المصالح المشتركة بين أبناء المجتمع الواحد. وبمعنى آخر فإن الحصول على ثقة الجمهور هو هدف استراتيجي من أهداف أي منشأة، ومن صميم نشاطها وبرامجها ومنجزاتها.

إن هذا الكتاب الذي يحمل عنوان «مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية» هو محاولة متواضعة سعيت فيه إلى تقديم هذا الموضوع وانجازه بالكيفية التي تم بها، وذلك لما أحسست به باعتباري أحد اعضاء هيئة التدريس بكلية الدراسات العليا وعميد مركز الدراسات والبحوث سابقاً وعميد كلية التدريب حالياً من حاجة الطلبة والمهتمين في الوطن العربي إلى كتاب تطورت مفرداته وفصوله في قاعات الدراسات العليا.

هذا وقد استدعت طبيعة الكتاب تقسيمه إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات الإنسانية.

الفصل الثالث: الإعلام الأمني والرأي العام.

الفصل الرابع : العلاقات العامة والبحث العلمي .

الفصل الخامس : العلاقات العامة والنظريات الإعلامية .

الفصل السادس : العلاقات العامة والنظم السياسية .

الفصل السابع : العلاقات العامة في الأزمات .

الفصل الثامن : العلاقات العامة والأمن .

وفي الختام أود أن اقدم جزيل الشكر والتقدير لمعالي رئيس جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، و إلى جميع السادة الكتاب الذين قرأت لهم، واستفدت من دراساتهم والذين أشرت إليهم أو لم أشر في قائمة مراجع الكتاب، وأن نسيت فلن أنسى طلابي في الدراسات العليا الماجستير والدكتوراه حيث كانت موضوعات هذا الكتاب مجالاً واسعاً للحوار والنقاش والتفاعل. نرجو الله أن يكون فيه الفائدة والاضافة الجادة لكل دارس ولجميع المهتمين والممارسين للعلاقات العامة والإنسانية، والشكر موصول لكل من أسهم في إخراج هذا الكتاب على نحو ما انتهى إليه .

والله ولي التوفيق ، ، ، ،

المؤلف

الفصل الأول

ماهية العلاقات العامة

١ . ماهية العلاقات العامة

لم تعد العلاقات العامة علماً وفناً من علوم وفنون العلوم الحديثة فحسب، بل إنها أحد فنون الاتصال الحديثة تسعى إلى أن ترضي كل شخص، سواء خارج المؤسسة أم داخلها عن طريق الاقناع. كما يمكن القول بأن العلاقات العامة إحدى وظائف المنظمة التي تهدف من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الصلات التبادلية مع جماهيرها بغرض إيجاد درجة مناسبة من القبول والتكييف مع الجماهير (الطخيس والجريتلي، ١٩٨٤ : ١٧)، وهي كذلك نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بين المؤسسة والمجتمع، ومن أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على إبراز الصورة المشرفة لها كمؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه وتعزيز هذه الصورة التي تبرز حرص المؤسسة على الصالح العام والقيام بالبحوث التي تخدم وظائفها. أما على المستوى الداخلي للمنظمة فإننا نجد أن العلاقات الإنسانية على وجه الخصوص تهتم بتحديد كيفية تحقيق التعاون بين الرؤساء وبين المرؤوسين من خلال إيجاد بيئة عمل صالحة، ومناخ تسوده الألفة والتعاون المشترك بين العاملين من أجل تحقيق تماسك الجماعة الداخلية وسلامة بنائها وزيادة كفاءتهم الانتاجية وترقية الوعى فيهم بأهمية الدور الذي يقومون به ورفع الروح المعنوية وحل المشكلات والنزاعات إذا وجدت، مع الاهتمام بسمعة المنظمة وظهورها بمظهر طيب في الداخل وبالتالي ينعكس على سمعتها في المجتمع الخارجي (أبو إصبع، ١٩٩٨ : ٧٩).

وبالرغم من أن العلاقات العامة الحديثة بوصفها نشاطاً اتصالياً قد ولدت مع مطلع القرن العشرين فإنها كنشاط إعلامي وجهود اتصالية تبذل للإقناع وحث الناس لاعتناق أفكار معينة أو الابتعاد عن تصرفات محددة وجدت حتى في المجتمعات البدائية، وتطورت مع تطور تلك المجتمعات. وهذا لا

يجعلنا نغفل حقيقة أن هذا المصطلح أصبح اليوم شائع الاستعمال في حقول عديدة، بل وحتى في الحياة اليومية، وهذا لا يدل على وضوح مفهومه أو ببساطة مضمونه فمن الممكن أن يستعمل اللفظ عدة أشخاص وكل منهم يعني شيئاً مختلفاً عن الآخر (سليمان وآخرون، ١٩٨١ : ١٢).

وفي هذا الفصل سنتناول الموضوعات التالية :

- التطور التاريخي للعلاقات العامة.
- تعريف العلاقات العامة.
- أهمية العلاقات العامة.
- علاقة العلاقات العامة والإنسانية بالعلوم الأخرى.
- خصائص العلاقات العامة.
- نحو وجهة إسلامية للعلاقات العامة والإنسانية.

١ . ١ التطور التاريخي للعلاقات العامة

يمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى العلاقات العامة القديمة أي في العصور الأولى لحياة الإنسان حيث كانت القبائل البدائية تحتاج إلى إعلام من أجل حماية مصالحها والمحافظة على بقائها، كما كانت القبيلة بحاجة إلى إيجاد رابطة من التعاون والتفاهم بين أفرادها فكان التواصل يتم عن طريق الحفلات والمناسبات الاجتماعية. أما العلاقات العامة في الحضارات الإنسانية القديمة فقد تقدمت أساليب ممارستها تقدماً كبيراً، فقد كان الآشوريون هم أول من ابتدع النشرات المصورة، كما اهتم قدماء المصريين بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعرهم من خلال اتباعهم لأساليب شتى كتأليه الفرعون وتقديس الكهنة وتشييد المعابد

والمقابر الفخمة . وقد ساهم الرومان في تطوير أساليب التأثير في الرأي العام على أيدي خطباء مشهورين، كما فضلوا الإدارة الجماعية . أما العلاقات العامة في العصور الوسطى، فكانت المجتمعات الغربية تحت سيطرة الكنيسة التي كانت تمقت الفكر ولم يكن هناك من وسيلة فعالة لاستمرار أنشطة العلاقات العامة التي بدأها الرومان وازدهرت في زمانهم إلا من خلال ما يصلها من خلال نوافذ الأندلس من سلوك حضاري إسلامي يتسم بالتسامح إلى أن بدأت الكنيسة الكاثوليكية تنشط بالدعوة إلى الدين المسيحي وبدأت تستخدم أساليب الاتصال السائدة المتوارثة آنذاك من أساليب اليونان ثم الرومان . ويمكن القول بأن تطور العلاقات العامة بمفهومها الحديث في الولايات المتحدة الأمريكية قد مر بمراحل هي (البدر، ١٤١٢ : ١١) هي :

المرحلة الأولى ١٩٠٠ ـ ١٩١٤م : وكان السائد فيها سيطرة الشركات ورجال الأعمال، وكانت مكاتب النشر تضخ المعلومات من جانب واحد، إلا أن جهود بعض الرواد ومنهم (إيفي لي Ivy Lee و Bernays وCreel وGarret) ومساهماتهم في هذا المجال أدت إلى تحول في النظر إلى الجمهور على أساس أن له دوراً بارزاً في نجاح المؤسسة أو عدم نجاحها .

وأهم الكتب التي تم تأليفها في تلك المرحلة :

-Edward Bernays, Crystallising Public Opinion,1923.

- James Derriman Public relations in Business,Mamagement University Press of London,1964,

- Bettran Canfield Public Relations:Principles, Cases,and Problems, 1968.

وكان من بين الجامعات التي أفردت تخصصات للعلاقات العامة: جامعة بوسطن، جامعة سيراكيوز، والجمعيات الخاصة بالعلاقات العامة في بعض الدول المتقدمة كالجمعية الأمريكية، والجمعية البريطانية، والجمعية الكندية.

المرحلة الثانية ١٩١٥ـ١٩١٩م: وهي مرحلة الحرب العالمية الأولى وتميزت هذه المرحلة بدخول الحكومات كعنصر مؤثر في الرأي العام، وأنشئت لجان الإعلام لاستقطاب عدد ممن لهم باع في التأثير الإعلامي ونجحوا فعلاً في استقطاب الرأي العام.

المرحلة الثالثة ١٩٢٠ـ١٩٢٩م: وهذه المرحلة هي مرحلة انطلاقة الازدهار الاقتصادي بعد انتصار أمريكا وحلفائها في الحرب، وظهر عدد من رواد هذا العلم الذين كان لهم دور بارز في مرحلة الحرب، وأنشأوا نواة لشركات العلاقات العامة الحديثة.

المرحلة الرابعة ١٩٣٠ـ١٩٣٩م: وهي مرحلة الرئيس روزفلت التي اتسمت بالتوسع في برامج الخدمة الاجتماعية وإيجاد فرص العمل للعاطلين الأمر الذي تطلب برامج علاقات عامة فعالة لإفساح السبيل للإصلاحات المطلوبة.

المرحلة الخامسة ١٩٤٠ـ١٩٤٥م: وهي مرحلة الحرب العالمية الثانية والتي تطلبت جهوداً كبيرة في ميدان العلاقات العامة وقد اتسمت بتعبئة الرأي العام نحو مناصرة الحلفاء ثم دخول أمريكا الحرب.

المرحلة السادسة ١٩٤٦ـ١٩٦٥م: وهي مرحلة الازدهار الاقتصادي وهي ايضاً مرحلة اتساع نطاق دراسة العلاقات العامة حيث ازدهرت برامج العلاقات العامة في المؤسسات الخاصة

والعامة، وانتشرت المؤسسات المختصة في الاستشارات في ميدان العلاقات العامة، كما ظهر سيل جارف من أوعية المعلومات عن العلاقات العامة من مقالات وبحوث وكتب ونشرات، كما كان هناك اتساع في عدد البرامج التي تدرس العلاقات العامة، مع الاتجاه إلى عالمية ممارسة هذا الفن ووضع مقاييس علمية ومهنية للممارسة.

المرحلة السابعة ١٩٦٦ ـ ١٩٩٢م: وهو عصر المعلومات، الذي قرب المسافات وألغى الفوارق بين الشعوب إلى حد كبير، وقد اتسم هذا العصر بوفرة المعلومات وسرعة نقلها واستخدمت الأقمار الصناعية كوسيلة مهمة في نقل المعلومة.

المرحلة الثامنة: وهذه المرحلة التي بدأت من عام ١٩٩٣م إلى الآن، وهي مرحلة طفرة المعلومات والاتصالات وعصر الإنترنت والفضائيات والعولمة.

أما على صعيد أوروبا فلم تأخذ العلاقات العامة شكل الانتشار الذي حدث في أمريكا ففي فرنسا بدأ ظهور هذا النشاط في عام ١٩٤٦م وفي هولندا عام ١٩٤٦م وفي النرويج عام ١٩٤٨م وفي كندا عام ١٩٤٠م، أما في إنجلترا فقد كان دينجو أول من مارس ما يمكن أن يوصف بنشاط علاقات عامة وذلك في القرن الثامن عشر، أما في العالم العربي فنجد أن في مصر أنشيء في كل وزارة مكتب يعني بالشئون العامة كبداية لأنشطة العلاقات العامة بالمفهوم الحديث وذلك عام ١٩٥٣م، أما في المملكة العربية السعودية فإنه يوجد من الدارسين لهذا العلم من يرى أن شركة أرامكو هي أول من أنشأ واعتمد نشاط العلاقات العامة اعتباراً من عام ١٩٥٠م.

ومع تطور مفاهيم العلاقات العامة وأنشطتها على مستوى العالم أنشئت عدة جمعيات للعلاقات العامة في مختلف دول العالم إلى أن أنشئت جمعية العلاقات العامة الدولية (International Public Relations Association) في عام ١٩٥٥م (*).

١ . ٢ تعريف العلاقات العامة

بالنظر إلى أدبيات العلاقات العامة نجد عدداً كبيراً من التعريفات للعلاقات العامة، تركز على أن العلاقات العامة وظيفة تهتم بعلاقة المؤسسات المختلفة بالجماهير وتتفق على أن وظيفتها تشمل كل ما من شأنه التأثير في العلاقة بين المؤسسات والجماهير ونسوق الآن عدداً من التعاريف:

١ ـ تعرفها جمعية العلاقات الأمريكية بأنها: «نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحول سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع» (خيرالدين، ١٩٧٣: ١٦).

٢ ـ وتعرفها مجلة أخبار العلاقات العامة بأنها: «وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة بالصالح العام، وتنفذ برنامجاً لكسب تأييد الجمهور وتفهمه» (خيرالدين، ١٩٧٣: ١٥ ـ ١٦).

(*) في بعض المراجع العربيج تسمى الاتحاد الدولي للعلاقت العامة، رابطة العلاقات العامة الدولية، وفي هذا السياق لابد من الإشارة إلى أن استعراض المراحل التاريخية لتطور العلاقات العامة موضوع طويل وقد اجملنا ما يحتاج إلي تفصيل حسب خطة الكتاب

٣ ـ يعرفها معهد العلاقات العامة البريطاني بأنها : «الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين أي هيئة وجمهورها» (خير الدين ١٩٧٣ : ١٧).

٤ ـ العلاقات العامة هي «وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوّمَ وتتنبأ بالآراء والاتجاهات وردود الفعل المتوقعة من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجي وهي التي تتحكم في عملية الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة».

٥ ـ وقيل أنها : «نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة لجماهير المؤسسة، وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير» (بدر، ١٩٨٢ : ١٦٨).

٦ ـ تعرفها دائرة المعارف البريطانية بأنها : «عبارة عن مظاهر النشاط المتصلة بتفسير وتحسين الصلة أو العلاقة بين هيئة ما سواء كانت هذه الهيئة ذات شخصية اعتبارية أو ذات صفة فردية أو يملكها فرد واحد وبين جمهور له ارتباط أو اتصال بهذه المؤسسة» (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤ : ٣٩ـ ٤٠).

٧ ـ العلاقات العامة هي «الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويعضدونها في اهدافها، ويشجعونها في نشاطها» (حسين، ١٩٨٤ : ١١).

٨ ـ العلاقات العامة هي «الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه» (عجوة، ١٩٨٥ : ٢٠).

٩ ـ ويقال هي «العمل على إيجاد وإقامة علاقة طيبة وحسنة بين المنظمة وكل من جماهيرها الداخلية والخارجية تلك العلاقة القائمة على الثقة المتبادلة» (ميرزا، ١٩٩٠ : ٢٠).

١٠ ـ وتعرف في الأجهزة الأمنية بأنها : «تلك الجهود المخططة والمنظمة المبذولة لتدعيم استمرارية العلاقات الطيبة والحسنة بينها وبين الجماهير الداخلية والخارجية تحقيقاً لرفع مستوى العمل فيها وتلبية أهداف وغايات تخدم المصلحة العامة» (ميرزا، ١٩٩٠ : ٢٢).

١١ ـ أما عن تعريف العلاقات العامة في الشرطة فتعرف بأنها «فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعاً ولكسب ثقتهم وتعاونهم مع رجال الشرطة وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الشرطة علمياً وثقافياً ومعنوياً لينهض برسالته على أكمل وجه» (البدر، ١٤١٢).

١٢ ـ أما جون مارستون وهو أستاذ في العلاقات العامة، وله محاولات عديدة في بلورة مفهوم العلاقات العامة، فيرى أن العلاقات العامة هي : «النشاط الإداري الذي يزن تصرفات الجمهور ويحدد السياسات والأعمال التي تتواءم مع رغباته ومصالحه ثم وضع البرامج والأعمال التي تؤدي إلى قبول الجمهور وتفهمه للمؤسسة» (البدر، ١٤١٢ : ٧٩).

١٣ ـ العلاقات العامة هي «الاتصال المخطط المقنع، المقصود به التأثير في الجمهور المهم» (البدر، ١٤١٢ : ٨٥).

١٤ ـ العلاقات العامة هي «أي جهد تبذله المؤسسة وأي قرار تتخذه، وأي سياسة تتبناها، وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها ما دامت تهدف

إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها» (العناد، ١٤١٤ : ١٥).

١٥ ـ أما الموسوعة الأمريكية فتصف العلاقات العامة على أساس أنها : «الفن الذي يقوم على التحليل والتفسير لموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول جماعة ما بقصد تهيئة السبل أمام الجمهور لكي يعترف بالفائدة التي يتضمنها ذلك الموضوع وأنه (أي الجمهور) يستفيد فعلاً من وراء ذلك».

١٦ ـ وفي تعريف آخر عرفتها جمعية العلاقات الدولية (IPRA) بأنها : «فن وعلم تحليل الظواهر والتنبؤ بنتائجها لإرشاد قادة ومديري المؤسسات إلى ما يجب عمله طبقاً لبرامج وأعمال مخططة تساعد على تحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور معاً».

١٧ ـ وقد عرفها ميلتون بأنها : «الأداء الصادق والإعلام عنه».

والناظر في هذه التعاريف يجد أنها لم تستقر بعد وأنه لا يوجد إجماع بين الباحثين على تعريف محدد، وهذا يدل على أنه لا زال يكتنف مفهوم العلاقات العامة الغموض العلمي، حيث ينظر إليه البعض من وجهة نظر إدارية بحته، بينما ينظر إليه البعض من وجهة نظر اجتماعية أو إعلامية، وآخرون يهتمون بتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور وتلميعها، وبعضهم يهتم بالتغذية الراجعة وقياس الرأي العام.

ويميل الباحث إلى التعريف الذي يرى أن العلاقات العامة ما هي إلا «أي جهد تبذله المؤسسة، وأي قرار تتخذه، وأي سياسة تتبناها، وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها ما دامت تهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها» (العناد، ١٤١٤ : ١٥) لعمومية هذا التعريف وشموليته،

حيث أنها تؤثر في أفعال وتصرفات وقرارات ورسائل المؤسسة لكي يتحقق لها التكيف مع بيئتها الجماهيرية والمؤسسية والاجتماعية، ويؤكد على أنها وظيفة اتصالية تربط المؤسسة بالجماهير فتنقل الرسائل في الاتجاهين بما يحقق تعزيز التفاهم والتعاون بينهما.

وأياً ذهبت التعاريف فهي تنطلق من الآتي:

١ ـ العلاقات العامة علم وفن.

٢ ـ أنها تتضمن مجموعة من العلاقات التبادلية بين المنظمة وجمهورها.

٣ ـ أنها تتضمن جهوداً مستمرة ومرسومة ومخططة.

٤ ـ أنها أعم وأشمل من العلاقات الشخصية.

٥ ـ أنها أعم واشمل من العلاقات الإنسانية التي تهتم بالجمهور الداخلي للمؤسسة.

٦ ـ أنها تتكون من ثلاثة عناصر رئيسة هي المنظمة والجمهور وعملية الاتصال.

٧ ـ أنها تعمل على تحسين صلات المنظمة وتواصلها بجماهيرها.

٨ ـ أنها تسعى للتعرف على حاجات الجمهور والعمل على تلبيتها.

٩ ـ أنها تعمل على جعل الناس يميلون إلى التعامل معها.

١٠ ـ أنها تسعى إلى استقطاب فريق عمل ذو مستوى عالٍ.

١١ ـ أنها مهنة لها أصولها المهنية.

١٢ ـ أنها تهتم بكسب تأييد الرأي العام.

١٣ ـ أنها محكومة بمجموعة من الأسس القابلة للتطبيق.

وتقوم وظيفة العلاقات العامة على وجود ثلاثة عناصر أساسية هي:

المنظمة، والجمهور، وقنوات الاتصال بين الجمهور والمنظمة، مما يعني أن المنظمة يجب أن تقيم قنوات مناسبة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، وهذا يتطلب دراسة أساليب ووسائل الاتصال واختيار أكثرها فاعلية وتأثيراً على جمهور المنظمة، وكذلك دراسة مدى مناسبة هذه الوسائل لتحقيق أهداف العلاقات العامة، وتحديد الوسائل التي يمكن من خلالها التعرف على اتجاهات الجماهير مثل بحوث الرأي العام، وتحليل المواد الإعلامية (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤ : ٣٢)، وتركز بصفة عامة على المحاور التالية :

أ ـ العلاقات العامة تهتم بعلاقة المؤسسة بالجمهور .

ب ـ العلاقات العامة تشتمل على الجهود والسياسات والأعمال والأنشطة التي تؤثر على علاقة المؤسسة بجماهيرها .

جـ ـ العلاقات العامة عملية باتجاهين تتضمن إصدار رسائل للجماهير واستقبالها منهم .

د ـ العلاقات العامة تستهدف تعزيز التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها .

١ . ٣ أهمية العلاقات العامة

شهدت العلاقات العامة اهتماماً كبيراً من قبل الكثير من الدول سواء على مستوى الحكومات ومؤسساتها وقطاعاتها أو على مستوى القطاع الخاص نظراً للتطور الاقتصادي والاجتماعي المتسارع مما أدى إلى إيجاد إدارات خاصة للعلاقات العامة جهزت بالوسائل المادية والبشرية اللازمة، كما رصدت لها الأموال وتم وضع الخطط والبرامج اللازمة لإنجاحها لكونها غدت وظيفة ونشاط على خارطة القطاع الحكومي والقطاع الخاص وحتى القطاع التطوعي .

وترجع أهمية العلاقات العامة إلى الأسباب التالية :

١ ـ تزايد تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما يتطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تضعها والقرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها .

٢ ـ اتساع السوق وزيادة حجم الانتاج وتعاظم النفقات مع وجود منافسة حادة تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين .

٣ ـ تعاظم قوة الرأي العام واتساع المشاركة السياسية ، وازدياد ثقافة الجماهير مما يتطلب اتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بالجماهير .

٤ ـ لكسب تأييد الجمهور الخارجي .

٥ ـ بناء اسم المنشأة وصبغ هذا الاسم بشهرة رسمية تلقى استحسان الجماهير .

٦ ـ نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعى فيها اتجاهات الرأي العام .

٧ ـ التوعية بأهداف المنظمة والعمل على إيضاح خططها للجمهور .

٨ ـ الارتفاع بمستوى الخدمات المقدمة .

٩ ـ تنمية وتنسيق التعاون مع المنظمات الأخرى في المجتمع .

١٠ ـ تنمية وتدعيم تفاهم مستمر مع وسائل الإعلام .

١١ ـ مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها المنشأة ، وهذا لا يتعارض مع ما تردده أدبيات العلاقات العامة من أن وظائفها تدور في فلك خمس وظائف ، وهي : البحث ، والتخطيط ، والاتصال والتنسيق ، والتقييم .

١٢ ـ توفر وسائل الاتصال الحديثة ساعد على إيجاد الكثير من منافذ الوصول إلى الجمهور .

١٣ ـ الاهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح افراده .

١٤ ـ زيادة الاتصال بين دول العالم لإقامة أسس علاقات طيبة بين اعضاء الأسرة الدولية .

١٥ ـ بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها ، وذلك لدعم بقاءها واستمراريتها وتأكيد هويتها وانتماءها للبيئة (زويلف والقطامين ، ١٩٩٤ : ١٩ـ٢٠) .

إضافة إلى ما سبق ، فإن مجموعة من المختصين ترى أن أهمية العلاقات العامة تعود إلى الفوائد التي تحققها للمنظمة ، ومنها كسب ثقة الجمهور مما يؤدي إلى زيادة شهرة المنظمة وتحسين سمعتها وارتفاع مكانتها لدى الجمهور مما يزيد من مصداقيتها ومن حجم المبيعات في المؤسسات الصناعية والتجارية ، وفي منظمات الخدمات تؤدي العلاقات الحسنة إلى فهم وتقدير الجمهور لرسالة المنظمة وانجازاتها وخدماتها ، كما إن العلاقات العامة تسهم في أن تسود علاقات عمل طيبة ، مما يؤدي إلى الانسجام واستقرار أفراد المنظمة ، كما تسهل العلاقات العامة تمويل المنظمات ، وتساهم في حسن تقدير وتفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو من قبل الجمهور ، كما أنها ترشد الإدارة إلى ما فيه صالح الجماهير ، وتحقق الثقة بين الطرفين . (هاشم ، ١٩٩٦ : ٢٤ـ٢٦) .

وقد يكون من المفيد هنا الاشارة إلى ذلك الرأي الذي يقول بأن كثيراً من المشكلات التي تواجهها أي منظمة أو منشأة في تعاملها مع جمهورها الداخلي أو الخارجي يرجع إلى الفشل في الاتصال بين المنشأة وهذا الجمهور ، ولا يمكن علاج هذه المشكلات إلا بوجود نظام فعال للاتصال بجماهير المنشأة بما يكفل تقديم وشرح أهداف المنشأة وسياساتها وانجازاتها لجماهيرها والوقوف على آراء واتجاهات الجماهير والانتفاع بالمعلومات الراجعة (Feedback) في

صياغة سياسات المنشأة وخططها وبرامجها، بما يتفق وآراء ومطالب الجمهور، وهذه مسئولية العلاقات العامة في المنشأة (هاشم، ١٩٩٦: ٩-١٠).

لقد آن الأوان أن تدرك الحكومات في العالم العربي أهمية العلاقات العامة في مسيرة التنمية بحيث تسخر الامكانات المادية والمعنوية للنهوض بأجهزتها وبنائها بناء سليماً لكسب القلوب والعقول داخل البلاد وخارجها وفق أسس علمية ومنهجية وحقائق يشعر بها المواطن العربي. لقد صرفت وزارة الخارجية الأمريكية على سبيل المثال عام ٢٠٠٣م مليار دولار على العلاقات العامة على مستوى العالم، وذلك بهدف العمل على إقناع العالم بأن الولايات المتحدة تريد أن تربح السلام في العالم.

وهذه المعلومات جاءت في تقرير داخلي للحكومة الأمريكية بعد أن توصلوا إلى نتيجة مفادها أن العداء للأمريكيين قد وصل إلى مستوى مزعج جداً. وجاء في التقرير الصادر عن وزارة الخارجية الأمريكية إن ما تحتاجه الولايات المتحدة هو تغيير صورة أمريكا لدى الرأي العام العالمي والشرق الأوسط بشكل خاص، ولكن الأهم من كل ذلك كما يقول التقرير، وهو تغيير أساسي في الاستراتيجية المتبعة في هذا المجال، ويطالب التقرير زيادة الميزانية المخصصة للعلاقات العامة التي تقوم بها وزارة الخارجية الأمريكية.

ومن الخطوات التي قامت بها وزارة الخارجية الأمريكية في محاولاتها لكسب القلب والعقل العربي هو إقامة إذاعة سميت «سوا» والتي تبث الأغاني الأجنبية وبعض نشرات الأخبار الموجهة، واصدار مجلة شهرية أطلق عليها أسم «هاي» والتي تحاول أن تبعد القارئ العربي عن المشاكل اليومية التي يعيشها، وعملت على اقامة محطة تلفزيونية فضائية باسم «الحرة» للسير في هذا الاتجاه أيضاً (الرياض، ع١٢٩٦٩: ٩).

وبناء على ذلك يلمس المتتبع أن في بعض الجهات الحكومية والمؤسسات الأهلية على امتداد الوطن العربي صوراً متضادة، ففي الوقت الذي يلاحظ بروز المناخ الصحي الفاعل الذي يسوده الرضى والانكباب على العمل والإنتاج في صفوف أفراد الجماعة، نجد في الوقت نفسه بيئة كئيبة، منفرة يكثر فيها التنازع والبغض والاستياء وتدني مستوى الإنتاج. وهذا يعود إلى أسباب عديدة يأتي في مقدمتها ضعف دور العلاقات العامة في تلك الجهات، والأنظمة السائدة فيها.

١ . ٤ علاقة العلاقات العامة والإنسانية بالعلوم الأخرى

١ . ٤ . ١ علاقتها بعلم النفس

علم النفس هو ذلك العلم الذي يدرس سلوك الكائنات الحية (الإنسان والحيوان) وما ورائها من عمليات عقلية (شعورية أو لاشعورية)، أو دافعية وذلك من أجل الوصول إلى القانون الذي يحكم هذه السلوك لنتمكن من فهمه وضبطه والتحكم به، والتنبؤ به (رشوان، ١٩٩٠ : ٤٧) والعلاقات الإنسانية هي الاهتمام بالفرد داخل المنظمة: بدوافعه، بعلاقته وشعوره حتى يقوم بالعمل بيسر وسهولة وبدون أي ضغوط، وعلم النفس ضروري وأساسي لعلم العلاقات العامة والإنسانية.

١ . ٤ . ٢ علاقتها بعلم الاجتماع

يدرس علم الاجتماع التجمعات الإنسانية ـ المجتمع الإنساني ـ أي يختص بكل ما هو إنساني اجتماعي. أو بكل ما يتعلق بالإنسان من الناحية الاجتماعية، وكل ما يتعلق بالمجتمع من الناحية الإنسانية (رشوان، ١٩٩٠ : ١٠٨). ومن هنا نجد أن هناك علاقة وطيدة بين العلاقات العامة والإنسانية وبين علم الاجتماع. (عوض، ١٩٨٦ : ٢٦).

١ . ٤ . ٣ علاقتها بعلم الإدارة

يتفق علم الإدارة أصلاً مع علم العلاقات الإنسانية في مجال العمل وتنظيم الإدارة وتنسيق الجهود الإنسانية في العلاقات العامة والإنسانية ويتطلب تفصيلها في المجالات الآتية : إدارة الأفراد، وإدارة المبيعات، وإدارة التطوير، وإدارة الشئون القانونية (زويلف والقطامين، ١٩٩٤ : ٣٩)، وجميع هذه الإدارات لابد من إيجاد علاقات عامة بها ووضع خطط إعلامية وبرامج للعلاقات العامة بها حتى يتم العمل والإنتاج فيها بيسر وسهولة .

اما علاقتها بالتسويق، فإن التسويق والإعلان أداة من أدواته، وانه يبرز المحاسن فقط، كما يتصف بالتكيف الوقتي، بينما تتصف العلاقات العامة بالعمل الدائم من أجل أحداث تأثيرات إيجابية في الجمهور والعمل على تعزيز تلك التأثيرات للوصول إلى التفاهم المشترك بين المنشأة وجمهورها .

١ . ٤ . ٤ علاقتها بالاقتصاد والتاريخ والسياسة والعلوم الأمنية

إن للعلاقات العامة والإنسانية علاقة مع علم الاقتصاد وحيث أنه يدرس الإنتاج وتوزيع التنمية والمال مما يتطلب علاقات إنسانية للمحافظة على سير الانتاج وخطة جيدة للتوزيع وعدم تأثر المنتج عند المنافسة . وكذلك لها علاقة بعلم التاريخ الذي يسرد ماضي الإنسان وما مر به من أحداث والتي تساعد العلاقات العامة بربطه بالحوادث السابقة وتحسينها إذا كانت غير جيدة والمحافظة عليها واستمرارها إذا كانت علاقات جيدة ولها علاقة بعلم السياسة وتوزيع السلطة في المجتمعات المختلفة ويأتي دور العلاقات العامة في حشد الرأي العام للتأييد أو عدم التأييد للمرشحين وكذلك تسهيل أعمال المنظمات الخدمية وما تقوم به من دور جيد للمواطن، ومعرفة مواطن القوة والضعف بها بالاضافة إلى دور العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية الذي لا يختلف

عليه اثنان فلها دور أيضاً في المجال الشرطي، والمرور، والجوازات، والدفاع المدني وجميع القطاعات الأخرى (الشبل وآخرون، ١٤١٦ : ١٥٧).

ومما يجدر ذكره أن هناك مجموعة من العناصر تسهم في تكوين الصورة الطيبة لأجهزة الأمن ودور العلاقات العامة بها وهي :

١ ـ إعلام الجماهير بدور الجهاز في مكافحة الجريمة وقدرته على تحقيق الأمن.

٢ ـ الإعلام عن الخدمات الأمنية التي تقدمها الجهات الأمنية.

٣ ـ الاهتمام بالمكان الذي يؤدي الجهاز خدماته من خلاله.

٤ ـ امتلاك الجهاز للتكنولوجيا الحديثة.

٥ ـ مظهر رجل الأمن الذي يقدم الخدمات الأمنية.

٦ ـ كيفية تعامل رجال الأمن مع الجماهير.

٧ ـ التعاون بين رجال الأمن والجمهور.

٨ ـ التوعية والتثقيف الأمني.

١ . ٤ . ٥ علاقتها بالعلاقات الإنسانية

تبحث العلاقات العامة في علاقة مؤسسة ما بجمهورها الداخلي والخارجي على شكل جماعي وعلى شكل فردي أحياناً، في حين العلاقات الإنسانية تبحث في السلوك الإنساني والدوافع التي تلعب أدواراً هامة في علاقات الفرد المختلفة ونفسية العامل في صورها المختلفة وردود الفعل سواء كانت ايجابية أم سلبية.

١ . ٤ . ٦ علاقتها بالإعلام

تعمل وسائل الإعلام على نقل الحدث إلى من لم يره بشكل يجعله يحس به، سواء كان ذلك الحدث ساراً أو مزعجاً وسواء كان محلياً أم

خارجياً، أما بالنسبة للعلاقات العامة فهي تفسر أنشطة المؤسسة للجمهور وتفسر اهتمامات الجمهور للمؤسسة بشكل يجعل كل طرف يتفاعل مع الآخر ويقدره حق قدره.

والحق فإن العلاقات العامة ترتبط بالعمل الإعلامي ارتباطاً وثيقاً، فعن طريق الوسائل الإعلامية تستطيع إدارات العلاقات العامة شرح سياستها وتوصيل الرسالة التي تود ترسيخها في أذهان المجتمع عن المؤسسة أو المنظمة مع ملاحظة أن العلاقات تختلف عن الإعلام من حيث الطبيعة والدور والوظائف، فالوظيفة الدعائية للعلاقات العامة هي تجميل الواقع والسياسات وحتى الأشخاص ووضع وتنفيذ الاستراتيجيات الكفيلة بتكوين صور ذهنية عن الواقع ويختفي هنا الطابع النقدي في العمل الدعائي الذي يمارس ضمن الإطار العام للوظيفة الدعائية للعلاقات العامة وهي تجميل الواقع والسياسات وحتى الاشخاص ووضع وتنفيذ الاستراتيجيات الكفيلة بتكوين صور ذهنية عن الواقع، ويختفي هنا الطابع النقدي في العمل الدعائي الذي يمارس ضمن الإطار العام للوظيفة الدعائية للعلاقات العامة.

١ . ٤ . ٧ علاقتها بالدعاية

الدعاية كلمة أسيء استخدامها وانقلب مفهومها إلى مفهوم ممجوج إذ أصبح الكثير من الناس يرى أنها عبارة عن نقل الحقيقة محرفة، مزادة أو منقوصة، من أجل التأثير فيمن نقلت إليهم سلباً أو ايجاباً، وهي تختلف عن العلاقات العامة فالعلاقات العامة اصطلاح حديث يبحث في المنشأة عن أوجه القوة لتعزيزها وأوجه الضعف لعلاجها وينقل ذلك إلى الجمهور، كما أنها تنقل مطلب وشكاوى واهتمامات الجمهور إلى المنشأة فهي تقوم بدراسة المنشأة دراسة واقعية لمعرفة إيجابياتها وسلبياتها، ثم دراسة الجمهور

الذي تريد التعامل معه من أجل معرفة ما يريد وكيفية تحقيقه، ومعرفة ما لا يريد وكيفية تلافيه. ومثال ذلك فإن التثقيف السياسي نشاطاً من أنشطة العلاقات العامة المتخصصة لكنه كالدعاية إذا انحرف عن الهدف الأصلي فانه يصبح ممجوجاً وغير موضوعي، بينما تركز أنشطة العلاقات العامة الصحيحة على بث الحقيقة عن المنشأة وجمهورها مهما كانت مرة، مع العمل على تقليل المرارة أو تلافيها (البدر، ١٤١٢: ٩٦؛ والعناد، ١٤١٤: ٦١).

ومن خلال ما تقدم يظهر بأن العلاقات العامة علم حديث يعتمد على مجموعة من العلوم الاجتماعية، بالاضافة إلى علاقتها بأصول البحث العلمي، فالعلاقات العامة على علاقة وثيقة بالعلوم الاجتماعية كعلم النفس، وعلم الاجتماع، والاقتصاد، والإدارة والاحصاء، وعلم السياسة، ذلك أنها تعتمد على هذه العلوم في جعل برامجها أكثر نجاحاً كما مر بنا.

فعلم النفس ـ على سبيل المثال ـ يجعل رجل العلاقات العامة يفرق بين تصرفات الفرد وردود الأفعال في المواقف المختلفة، وعلم الاجتماع يمكنه من معرفة معايير التفاعل الاجتماعي ونتائجه، وعلم الإدارة يمكنه من ترتيب إدارته ترتيباً يؤدي إلى نجاحها، اما علم الاقتصاد فهو أساس لعمل الخطط الناجحة، ويأتي علم الاحصاء ليزن النتائج بموازين موضوعية وكذلك علم السياسة لمعرفة أساليب المشاركة والحوارات والحريات، والتوجهات السياسية. أيضاً فعلى رجل العلاقات العامة الناجح أن يلم بالعلوم الاتصالية المختلفة إذ يجب عليه أن يلم بأساليب الكتابة والبلاغة ومعرفة الفنون الصحفية والعلم بدلالة الألفاظ، ذلك أن هذه العلوم هي وسيلته في تحقيق أهدافه وغاياته المتمثلة في إحداث التأثير المطلوب في المجتمع.

أما عن علاقة أصول البحث العلمي بالعلاقات العامة فهي علاقة وثيقة ذلك أن البحث العلمي هو الوسيلة التي تمكن رجل العلاقات العامة من

التعرف على المشكلات بشكل يجعل حكمه أكثر دقة وأقرب إلى الموضوعية إضافة إلى أنه لن يستطيع تحديد المشكلة إلا إذا استطاع بحثها طبقاً للأصول المتعارف عليها في البحث العلمي لذلك الفرع من المعارف، ثم عالجها بالأسلوب الإحصائي المناسب للمشكلة (البدر، ١٤١٢ : ١٢١).

١ . ٥ خصائص العلاقات العامة

بالرغم من الاختلاف الذي حصل بين المهتمين بهذا العلم في وضع تعريف جامع مانع للعلاقات العامة وذلك كما أسلفنا على ضوء التطور التاريخي الذي مرت به العلاقات العامة، أو على ضوء الخلفية العلمية والعملية لمن تناولوا هذا الموضوع سواء كانوا من علماء الاجتماع أو الإدارة أو الإعلام أو السياسة إلا أنه يمكن استخلاص مجموعة من الخصائص العامة التي تميز هذا العلم عن غيره وذلك على النحو التالي :

١ ـ العلاقات العامة وظيفة بالغة الأهمية، وتؤمن بأن مصالح الجماهير إحدى المسئوليات للإدارة والعاملين في المنشأة، كما أنها ترجمة لسياسات وتصرفات المنشأة.

٢ ـ العلاقات العامة أداة اتصال ذات اتجاهين، الأول ينقل اتجاهات الجماهير إلى الإدارة، والثاني يوصل السياسات والممارسات إلى الجماهير.

٣ـ العلاقات العامة نشاط يبدأ من داخل المنشأة، فيكَّون العلاقات الطيبة بين العاملين في المنشأة قبل الاتجاه إلى الجماهير الخارجية.

٤ ـ العلاقات العامة هي جهود مرسومة تهدف إلى التأثير في جماهير معينة لكسب ثقتها وحملها على تقبل أهداف محددة، كما أنها مستمرة لأن الطبيعة الإنسانية متقلبة مما يقتضي استمرار نشاطها.

٥ ـ العلاقات العامة هي مجموعة من المهارات والطرق الفنية التي توجه بغية كسب ثقة الجماهير وتمر في مراحل متتابعة هي البحث والتخطيط والاتصال والتقييم.

٦ ـ العلاقات العامة هي جهود تسلك الأسلوب العلمي والمبادئ والقيم الأخلاقية في جميع تصرفاتها وتنشر الحقائق ولا تخفي شيئاً عن جماهيرها بما يحقق كسب ثقتها. (العناد، ١٤١٤ : ٣٢).

٧ ـ العلاقات العامة مسئولية اجتماعية فلابد من أن يتعزز لدى المنشأة بأن وجودها هو من أجل المجتمع، وأن نجاحها وفشلها يمكن أن تؤثر فيه علاقاتها بذلك المجتمع الذي تعيش فيه وتتعامل معه. (البدر، ١٤١٢ : ١١٠).

٨ ـ العلاقات العامة تعتمد على أسلوب علمي في معرفة المشكلات لدى التنظيم من ناحية والجماهير من ناحية أخرى.

٩ ـ تستخدم العلاقات العامة وسائل الاتصال أو الإعلام الشامل لتحسين الصورة الذهنية لدى جماهير المنظمة وإيجاد نوع من العلاقات الطيبة.

١٠ ـ العلاقات العامة جهة استشارية للإدارة العليا في المنظمة أو المنشأة.

١١ ـ توفر بعض الصفات في من يؤدي وظيفة العلاقات العامة منها: العلم، الفن، المهارة، الخبرة.

١٢ ـ الاستمرارية بحيث لا تكون وقتية أو موسمية.

أما عن الخصائص والسمات الشخصية للعاملين في العلاقات العامة فمنها:

أ- الأخلاق الفاضلة، ذلك أن حسن الخلق مطلوب في كل إنسان وأحوج ما يكون رجل العلاقات العامة إلى الخلق الكريم في تعامله مع الآخرين، ولنا في رسولنا محمد ﷺ أسوة حسنة، فقد امتدحه المولى عز وجل بقوله ﴿ **وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ** ﴿٤﴾ ﴾(سورة القلم).

ب- التواضع ولين الجانب، فهو يهتم بالآخرين ويحسن معاملتهم محاولاً التعرف على أفكارهم وآرائهم والإندماج معهم ومحاولة إقناعهم والتأثير عليهم باللباقة والأسلوب العلمي والمصارحة والشفافية.

ج- الموضوعية والاتزان، فيجب أن يكون رجل العلاقات العامة على درجة كبيرة من الموضوعية في سلوكه وجميع أعماله، وأن يقيس الأمور بميزان عادل بعيداً عن الأهواء الشخصية والانفعالات التي قد تعود بالضرر على المؤسسة التي يعمل بها.

د- الشجاعة في الرأي والخيال الخصب والابتكار، فرجل العلاقات العامة صاحب رأي وقضية ورسالة، وعليه أن يدافع عن رأيه أمام جمهور الرأي العام، وكذا عند تبنيه خطط وآراء موضوعية ليطرحها على رؤسائه بما يحقق الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها، كما أن عليه أن يكون ذو فكر وخيال وابتكار مميز في تعامله مع مختلف القضايا التي تهم عمل العلاقات العامة.

هـ- حب الاستطلاع، ومعرفة الجديد حول ما يقال عن المؤسسة التي ينتمي إليها، وبذل قصارى جهده في سبيل الوصول إلى الحقائق ومحاولة توضيح ما يدور بطرق علمية موثقة ومقنعة، كما أن رجل العلاقات أن يتابع كل جديد، وأن يقرأ قراءة صحيحة كل ما يدور حوله، ويحلل كل ما يقع تحت يده من أخبار وقضايا تهم رجل العلاقات العامة.

و ـ إجادة فن الاستماع : أي أنه يستمع لكل ما يقال ويحاول الرد على ما سمعه بطريقة مقنعة وأن لا يتجاهل بعض الأمور، بل يتابع الأخبار أولاً بأول بأذن صاغية تميز كل ما يرد إليها .

ز ـ الكتابة والخطابة : الكتابة فن والخطابة كذلك ورجل العلاقات المميز هو الذي يجيد هذه المهارات لأنها من صميم عمله وأحد الأدوات التي يصل بها إلى قلوب أفراد المجتمع .

ك ـ الاتصال والقياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة (الرأي العام) التي لها صلة بالمنظمة أو المنشأة .

ل ـ مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بها .

م ـ تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها .

ن ـ تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها (عجوة، ٢٠٠٠ : ٢٥) .

ونظراً لأهمية العلاقات العامة وما تقوم به من مهام ومسئوليات، فقد عقدت عدة اتفاقيات على مستوى الجمعية الدولية للعلاقات العامة وذلك لتحديد ما يجب أن يقوم به موظف العلاقات العامة وما يجب أن يتجنبه على ضوء المبادئ والقيم والأخلاقيات الاجتماعية المتعارف عليها في هذا المجال دولياً وطبقاً لميثاق الأمم المتحدة، ففي أثينا عام ١٩٦٥م على سبيل المثال عقدت بين أعضاء الجمعية الدولية للعلاقات العامة، وأعضاء المركز الأوربي للعلاقات العامة (European Center of Public Relations (ECPR)) ما اصطلح على

تسميتها بـ«قانون أثينا للعلاقات العامة» الذي يتضمن أن على كل عضو في الجمعية الدولية للعلاقات العامة أن يحاول جاهداً القيام بما يلي :

١ ـ أن يسهم بتحقيق الشروط الأخلاقية والحضارية التي تمكن الإنسان من التمتع بحقوقه المعترف بها في «الإعلان العالمي لحقوق الإنسان» الصادر عن الأمم المتحدة في عام ١٩٤٨م . (سليمان وآخرون، ١٩٨١ : ٢٦٩)

٢ ـ أن يشجع على إيجاد أنماط وشبكات الاتصال التي تمكن من خلال تعميم المعلومات الأساسية كل فرد من أفراد المجموعة من الاطلاع وتحمل المسؤولية كجزء من الفريق المتعاهد .

٣ ـ أن يتصرف في جميع الأحوال والظروف بطريقة تستحق كسب ثقة كل اولئك الذين يتصل بهم .

٤ ـ أن يأخذ بعين الاعتبار أن حقيقة كون مهنته ذات طبيعة عامة، تجعل من سلوكياته حتى في المسائل الشخصية ذات أثر مباشر على الأحكام الصادرة على مهنته ككل .

٥ ـ أن يحترم من خلال ممارسته لمهنته المبادئ الأخلاقية وقواعد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان .

٦ ـ أن يحترم كرامة الفرد الإنساني، وأن يعترف بأن لكل فرد الحق في أن يكوّن بنفسه آراءه وأحكامه الخاصة .

٧ ـ أن يخلق الظروف المعنوية والنفسية للتبادل الحقيقي للآراء، وأن يعترف بحقوق الأطراف المتعاقدة في إيضاح وجهات نظرهم وفي التعبير عنها .

٨ ـ أن يعمل في جميع الظروف على ملاحظة مصالح الأطراف المتعاقدة بتأسيس علاقة مباشرة وملحة بين حاجات ورغبات الجمهور المعني من جهة، وبين حاجات ورغبات مؤسسته من جهة أخرى .

٩ ـ أن يحترم وعوده وارتباطاته والتي يجب ترتيبها بأسلوب منظم بعيد عن الارتباك، وأن يعمل باخلاص وأمانة في جميع المناسبات لكي يضمن ثقة كل من عملاءه الحاليين والسابقين إضافة إلى العاملين في مؤسسته.

١٠ ـ أن لا يقوم باخضاع الحقيقة إلى أية اعتبارات أخرى.

١١ ـ أن لا يقوم بتوزيع معلومات غير مبنية على حقائق معتمدة ودقيقة أو على حقائق كان بالامكان تدقيقها ولكنها لم تدقق أو تؤيد صحتها.

١٢ ـ أن لا يقوم بتقديم مساعدته إلى أي مشروع أو عمل يمكن أن يضر بالأمانة الأخلاقية أو بالكرامة الإنسانية.

١٣ ـ أن لا يقوم باستخدام أي طريقة أو أية فنون يمكن أن تؤثر على عقول أو دخائل نفوس الأفراد لجعلهم يتصرفون بطريقة غير رشيدة أو لا عقلانية.

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد وضعت ما تسميه دستوراً أخلاقياً لآداب مهنة العلاقات العامة بحيث يكون لأعضاء المهنة إرشادات سلوكية، ويكون للإدارة كذلك فهم واضح للمعايير السلوكية. ويهدف إلى تطوير معايير الخدمة العامة والسلوك بين اعضاء الجمعية حتى تصبح العضوية في الجمعية بمثابة شعار للسلوك الأخلاقي الحميد، وقد نقح عدة مرات، وفيما يلي أهم تلك القواعد:

١ ـ يلتزم العضو بعلاقات ومعاملات عادلة نحو العملاء أو نحو أصحاب العمل أو نحو الزملاء أو نحو الجمهور العام.

٢ ـ يكرس العضو حياته المهنية لما فيه خير وصالح الجمهور العام.

٣ـ يلتزم العضو في تصرفاته بالمعايير المقبولة قبولاً عاماً والمتعلقة بالدقة، والصدق، والذوق السليم.

٤ ـ يلتزم العضو بعدم تمثيل مصالح متعارضة أو متنافسة بدون موافقة صريحة من أصحاب هذه المصالح بناء على حقائق واضحة تعطى لهم. كذلك يلتزم العضو بعدم وضع نفسه في مواقف تتعارض فيها مصالحه الشخصية مع واجباته إزاء العملاء أو أصحاب العمل أو عضو آخر أو الجمهور العام، ما لم تعلن كافة الحقائق عن هذه المصالح للأطراف المعنية.

٥ ـ يلتزم العضو بعدم إفشاء الأسرار التي اؤتمن عليها من قبل عملاء أو اصحاب عمل سابقين أو حاليين، أو استخدامها بما يضر بمصالحهم.

٦ ـ يلتزم العضو بعدم النشر المتعمد لأي معلومات كاذبة أو مضللة للجمهور.

٧ ـ يلتزم العضو بأن يعلن استعداده للكشف عن أسماء العملاء أو أصحاب العمل الذين يقوم بعمل اتصالات عامة لصالحهم.

٨ ـ يلتزم العضو بعدم الإضرار المتعمد بسمعة أو بمصلحة أي عضو آخر أو أي عميل أو صاحب عمل.

٩ ـ يلتزم العضو بعدم تعمد الإساءة إلى سمعة المهنة أو سمعة أي عضو آخر، ومع ذلك إذا كان لدى العضو دليل على ممارسة عضو آخر لتصرفات غير أخلاقية أو غير قانونية تسيء إلى المهنة، فإنه يلتزم بتقديم هذه المعلومات فوراً إلى الجمعية للتصرف.

١٠ ـ يلتزم العضو عند أدائه خدمات لعميل أو لصاحب عمل بعدم تقاضي عمولات أو أتعاب أو مبالغ أخرى أياً كانت صورتها من غير هذا العميل

أو صاحب العمل، بدون موافقة صريحة منهما بعد الكشف عن كل الحقائق.

١١ ـ يلتزم العضو بأن يقطع علاقاته مع أي منظمة عندما يتبين له أن هذه العلاقة تتطلب منه الخروج على قواعد وآداب مهنة العلاقات العامة.

إن هذه القواعد تؤكد مدى ارتباط عمل العلاقات العامة بمحددات الأخلاق والسلوك الإنساني الرشيد التي هي إحدى ركائز محددات البيئة الاجتماعية التي جرى تفصيلها آنفاً. وفي هذا السياق فانه لابد من الاشارة إلى أن الإسلام له الاسبقية في تقرير مبادئ ومفاهيم العلاقات العامة وحقوق الإنسان بالشكل والكيفية التي تتواءم وتنسجم مع الفطرة البشرية السوية والنزعة الإنسانية الحضارية، فالحب والتعاون واحترام كرامة الإنسان وإعمار الأرض وتكوين العلاقات الإنسانية الحميمة والحث على كل ما يجلب للإنسان الخير والأمن والسعادة في دنياه وأخراه والبعد عن كل ما يعوق الحياة والنمو أو يجلب الألم والأذى والضرر، كل هذه من مبادئ الإسلام ومرتكزاته وهو المعيار الحقيقي الذي يخضع له المؤمنين الموحدين في كل مكان وزمان.

وفي إطار العلاقات العامة والإنسانية فإنه لابد من التأكيد المستمر على ديناميكية العلاقات العامة التي تتجسد في مراقبة التغير الاجتماعي وبخاصة ما يتعلق بالمنشأة ورعاية مصالحها، ومداومة الاتصال أي أنها ليست عملية وقتية تظهر بين الحين والآخر، والعمل على قياس مدى الموائمة بين مصلحة الجمهور ومصلحة المنشأة، واخيراً الإقناع وهو الهدف النهائي لانشطة العلاقات العامة (البدر، ١٤١٢ : ٩٣).

وبمعنى آخر فإنه يمكن القول بأن المعطيات الأساسية لدراسة علم العلاقات العامة تتجلى من خلال طبيعة دورها كحلقة وصل بين المنشأة من ناحية وجماهيرها من ناحية أخرى إضافة إلى كونها وظيفة اجتماعية تسهم في خدمة مصلحة جماهير المنشأة الداخلية، وجماهيرها الخارجية، والمصلحة العامة للمجتمع، واخيراً باعتبارها وظيفة تسويقية للمنشأة (العناد، ١٤١٤ : ٤٢).

١ . ٦ نحو وجهة إسلامية للعلاقات العامة والإنسانية

تعتبر العلاقات العامة في الإسلام أساس المجال التطبيقي لعلم الأخلاق والسلوك والدعوة في ميدان التفاعل مع الآخرين، وقد اعتنى الدين الإسلامي الحنيف بالإنسانية فكرم الإنسان وحدد له مجموعة المبادئ والأسس هي مصدراً عظيماً ومنهلاً لأسس ومبادئ شئون الإنسان ومن ذلك العلاقات العامة، ويظهر ذلك جلياً في أسلوب الدعوة الإسلامية وما أثمرت عنه من انتشار الدين الإسلامي في مناطق شاسعة من العالم من خلال الدعوة الإسلامية كما يظهر ذلك أيضاً من خلال الاهتمام بالرأي العام، ومن خلال إقرار مبدأ الشورى والتأكيد عليه في آيات كثيرة في القرآن الكريم وأحاديث نبوية شريفة قال تعالى ﴿ **فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ...﴿١٥٩﴾** ﴾ (سورة آل عمران)، وقال تعالى ﴿ **ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ...﴿١٢٥﴾** ﴾ (سورة النحل).

هذا بالاضافة إلى اهتمام الدين الإسلامي بالعلاقات الإنسانية من خلال الاختيار المناسب للعاملين وتوفير ظروف العمل المناسبة لهم، والالتزام بالمبادئ الاخلاقية في التعامل مع الآخرين والتفاعل مع الجماعة قال الرسول

الأمين صلوات الله وسلامه عليه «المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا»، وفي قوله ﷺ«أو لا أدلكم على شيء إذا فعلتموه تحاببتم، افشوا السلام بينكم» (رواه مسلم)، وقال «انما بعثت لأتم مكارم الأخلاق».

كما إهتم الإسلام بالعلاقات الدولية وعلاقة الدولة الإسلامية بغيرها من الدول وذلك من خلال احترام المعاهدات والمواثيق . وبالتالي يمكن القول أن اتصاف أي شخص بصفات المسلم المطلوبة منه يكفي لأن يكون رجل علاقات عامة ناجح، وكل ما يحتاجه هو الحصول على تدريب في أصول الاتصال وأصول الإقناع، وهذه صفات مكتسبة يمكن السيطرة عليها بشيء من المران والمثابرة في التحصيل (البدر، ١٤١٢ : ٥٨).

وفي هذا السياق فإنه من الأهمية بمكان إعادة النظر في مناهج تدريس العلاقات العامة في العالم العربي والإسلامي لتشمل تصحيح مسارها، وتأصيلها بحيث تكون متوافقة مع فكر الأمة وعاكسة لتلك المبادئ والقيم السامية، والنظرة الكلية الشاملة للإنسان، وتحقيق التوازن المطلوب. وأهم متطلبات هذه الوجهة أن يكون القرآن الكريم والسنة النبوية وأقوال الصحابة والسلف الصالح والعلماء والتراث الإسلامي أهم المصادر، مع التركيز على الإنسان وتكريمه وتحري الصدق والموضوعية، وفي الوقت نفسه التعامل مع أدبيات العلاقات العامة والإنسانية العالمية من منطلق الاستفادة مما لا يتعارض مع الثوابت خاصة وأن مفردات العلاقات العامة والإنسانية شديدة التأثر بالظروف المناخية والمعيشية، وبالعوامل الحياتية وما فيها من تجارب وخبرات زمانية ومكانية اضافة إلى تأثرها بمختلف الأدوار والأفكار والمدارس. وبذلك تصبح مادة العلاقات العامة والإنسانية في الجامعات العربية والإسلامية لها ذاتيتها وهويتها المميزة (ابوعراد، ١٤٢٣ : ٣٥).

أما عن تطور العلاقات العامة فهي قديمة قدم المجتمعات ذاتها، وقد مورست في الماضي بشكل أو بآخر، إلا أن تطورها في العصر الحديث صار أمراً ملموساً، فقد اصبحت علماً يدرس في الجامعات له أصوله وقواعده، كما أنها اصبحت مهنة معترف بها، ووظيفة أساسية من وظائف المنظمات، حيث نجد أنها تستمد مصادرها من عدد من العلوم مثل علم الاجتماع وعلم النفس والعلوم الإدارية وعلم الاجناس والتسويق والمنطق والفلسفة وغيرها من العلوم، إلا أن المصدر الحقيقي للعلاقات العامة والإنسانية يكمن في الدين الإسلامي الحنيف، حيث اعتنى بالإنسانية فكرم الإنسان وحدد له المبادئ والأسس التي تسمو بنفسه وتحقق كرامته وحريته وتمكنه من التعامل مع الآخرين في إطار من الود والتفاهم بحيث يستطيع العيش في مجتمع تسوده الفضيلة والعدالة والإخاء، كما أن أسلوب الدعوة الإسلامية ونظرة الإسلام الفريدة إلى طبيعة الرأي العام، وشريعته في العلاقات الإنسانية وفي العلاقات الدولية تتسم بالسمو والرفعة والإحكام (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤ : ١٢ ـ ١٣).

وفي هذا الإطار، فإن الثورة الصناعية أدت إلى تعقيد العلاقات بين الناس، وتولد لدى الناس شعور سلبي تجاه تلك المؤسسات الصناعية الضخمة أسهمت الصحف بدور بارز فيه مما استدعى تلك المؤسسات للاستعانة بمن لديهم القدرة والكفاءة لإعادة التوازن إلى المجتمع. وتذكر أدبيات العلاقات العامة بأن (دورمان ايتون) يعد أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة عام ١٨٨٢م إلا أن الاستخدام الحقيقي للعلاقات العامة طبقاً للمفهوم الحديث لم يتم إلا على يدي (إيفي ليد بيتر لي)، الذي أدرك بأنه يجب أن يدعم النشر بعمل جيد يذاع للجمهور ليعرف عنه، وقد استخدم في برامجه ما يسمى بالقناة ذات الاتجاهين اتجاه ينقل إلى الجمهور

ما تعمله المؤسسة، واتجاه آخر ينقل إلى المؤسسة ما يدور في نفوس الجماهير من شعور عن المؤسسة أو ما لديه من معلومات عنها.

وقد مر تطور العلاقات العامة بمفهومه الحديث في الولايات المتحدة الأمريكية بعدة مراحل ابتداء من عام ١٩٠٠م وهي مرحلة الاعتماد على مكاتب النشر لضخ المعلومات من جانب واحد مروراً بمراحل الحرب العالمية الأولى والثانية وما تلاها من ازدهار اقتصادي وازدهار ونمو في هذا العلم، ووصولاً إلى عصر المعلومات الذي قرب المسافات والغى الفوارق بين الشعوب وما تميز به هذا العصر من وفرة المعلومات وسرعة نقلها واستخدام الأقمار الصناعية كوسيلة مهمة في نقل المعلومات.

وعود على بدء، فإن الكثير من الكتاب قد تحدثوا عن تطور العلاقات العامة والإنسانية ومنهم من قسمها إلى قسمين: العصر القديم، والعصر الحديث، ومنهم من قسمها إلى ثلاثة اقسام وهي العصور القديمة، والعصور الوسطية، والعصر الحالي. ونميل إلى التقسيم الأخير، ففي العصور القديمة نجد أن قدماء المصريين كان لهم دور في إبراز الرأي العام وكذلك عند الإغريق في دعم القادة وتقوية جماهير يتهم لدى الشعب. اما في العصور الوسطى فنجد أن العلاقات العامة والإنسانية قد تطورت وخصوصاً في عهد الدولة الإسلامية وفتوحاتها، فقد كانت الحضارة الإسلامية حضارة تقدم وحضارة اسلوب ومضمون، والإسلام له الأسبقية في تقرير مبادئ وأسس العلاقات بين الناس على أساس من العدل واحترام كرامة الإنسان، والوفاء بالعهد والمواثيق، واشاعة الفضيلة والتسامح بين بني البشر، ثم جاء (إيفي لي) الذي يقال أنه هو المؤسس الحقيقي لها وذلك في عام ١٩٠٦م عندما كان نائباً للمدير العام لشركة بنسلفانيا للفحم والخطوط الحديدية. وقد يعتبر هذا بداية العصر الحديث للعلاقات العامة، حيث تم انشاء مكاتب استشارية للعلاقات العامة

في أمريكا، وتم الاعتراف بدور العلاقات العامة، وبدأ يتطور هذا العلم وخصوصاً في الحربين العالميتين الأولى والثانية، واستخدم سلاح العلاقات العامة لرفع الروح المعنوية للجنود وتحطيم الروح المعنوية للعدو، وزاد دور العلاقات العامة بازدياد دور الدولة المعاصرة والتقدم الصناعي والتكنولوجي.

والباحث في العلاقات العامة في الشركات الكبرى لابد له أن ينظر إلى محطات تطورها من خلال مفهوم العلاقات العامة نفسها، وكيف تدار من خلال سياسة التسويق للمنتج والسعر، والمكان، والترويج، والفلسفة التسويقية للمنشأة ذاتها. ولا يغفل بحال من الأحوال علاقة العلاقات العامة بوسائل الإعلام، كل ذلك يسهم في بناء اسم جيد، وسمعة قوية عائدة النجاح والتفوق خاصة في ظل التطبيق الفعلي لمهام وأنشطة العلاقات العامة التي تتمثل في القيام بالعمليات التالية:

١ ـ البحوث وجمع المعلومات والكشف عن الحقائق.

٢ ـ التخطيط والبرمجة.

٣ ـ التنفيذ والاتصال.

٤ ـ قياس النتائج وتقويم البرامج.

وعلى ضوء ما سبق، فإنه يمكن تلخيص أهم وظائف العلاقات العامة في تلك الفترات التاريخية من تطورها بالنقاط التالية:

أ ـ تعريف الجمهور بالمنظمة فيما يتعلق بماضيها وحاضرها ومستقبلها، وشرح سياساتها له وأي تعديل أو تغيير فيها بما يؤدي إلى زيادة الاهتمام بها وقبول التعاون معها.

ب ـ مد الجمهور بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدته على تكوين رأيه على أساس من الحقائق.

جـ ـ استطلاع الرأي العام لدى الجمهور الخارجي والداخلي لكشف كافة التطورات التي تحدث فيه، وبحث جميع القضايا التي تستأثر باهتمام الإدارة ودراستها وتحليلها، واقتراح الحلول المناسبة لكل منها حتى تفيد من نتائج هذه الدراسات في رسم سياساتها واتخاذ قراراتها.

د ـ حماية المنظمة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة مع تهيئة الجو المناسب بينها وبين الأفراد وبين بعضهم سواء داخل المنظمة أو خارجها.

هـ ـ تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة بالمنظمة تحقيقاً للتنسيق بينهم وإيجاد التفاهم والإنسجام المتبادل.

وفي ضوء تطور العلاقات العامة في هذا العصر، عصر المعلومات والمنجزات، وعصر تلاشي المسافات، وتواصل الثقافات، وتكاثر المنافع والرفاهيات، فإن للعلاقات العامة أهمية كبيرة على الرغم من أنه صاحبها كممارسة في العالم العربي صوراً سلبية وثقة مهتزة وصلة ضعيفة مع جماهيرها.

الفصل الثاني

ماهية العلاقات الإنسانية

٢ . ماهية العلاقات الإنسانية

مقدمـــة

لقد احتل مفهوم العلاقات الإنسانية مساحة كبيرة في مجال الدراسات المعاصرة لأهميته بالنسبة للإنسان في مجال الإنتاج والتطوير، اذ يركز هذا المفهوم بشكل أساسي على المفاهيم والاتجاهات الاجتماعية والسلوكية التي توضح اهمية الفهم المتبادل بين المدير والعاملين، ويقتضي ذلك الأمر فهم شخصية العاملين، وتحليل سلوكهم، والتعرف على دوافعهم وحاجاتهم، ورغباتهم واتجاهاتهم وذلك حتى يمكن إيجاد جسر من التفاهم المتبادل، بحيث يمكن تحقيق التعاون المشترك في العمل، وتعزيز روح الفريق المتكامل والمنسجم والقادر على تحقيق أهداف المنظمة.

والعلاقات الإنسانية في هذا العصر أصبحت لها مكانة كبيرة في جميع أوجه النشاط البشري ومن بينها الإدارة، وهي تدخل في جميع عملياتها دخولاً أساسياً إذ من الأمور البديهية التي لا تغيب عن الباحثين أن مفهوم العلاقات الإنسانية لم يجئ الاهتمام به من زاوية مرضية أو حادثاً عابراً لم يسبقه معاناة وتفكير ودراسة، بل من المؤكد أنه برز الاهتمام بالعلاقات الإنسانية على أثر الحاجة الملحة، ونتيجة لعوامل عديدة في سلسلة التطور الفكري والعلمي باعتبار الإنسان هو محور العلاقات الإنسانية دون منازع الذي يقوم بالعمل وصنع الإنتاج، وهو في ذات الوقت مكون الإدارة، ونجاح وفشل الإدارة في منشأة ما يتوقف على الجهد الإنساني.

وفي هذا الفصل سنتناول المواضيع التالية:

١ ـ التطور التاريخي للعلاقات الإنسانية .
٢ ـ تعريف العلاقات الإنسانية .
٣ ـ العلاقات الإنسانية في الإسلام .
٤ ـ الأمن النفسي والعلاقات الإنسانية .
٥ ـ الفرق بين العلاقات الإنسانية والعلاقات العامة .
٦ ـ الروح المعنوية .

٢ . ١ التطور التاريخي للعلاقات الإنسانية

يشير مصطلح العلاقات الإنسانية إلى الاهتمام بالعنصر البشري باعتباره من أهم عناصر الإدارة والعمل والإنتاج، بل أنه العنصر الأهم في نجاح أي منظمة .

ولا شك أنه مهما استخدم من نظم، ومهما استخدم من أحدث المعدات والوسائل، فإننا لن نستطيع تحقيق أهداف المنظمة بنجاح دون وجود درجة من التفاعل بين الفرد وبيئة عمله (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤ : ٢٨٥) .

وعلى هذا فإن تحديد مدلول العلاقات الإنسانية بالسياسات التي تهدف إلى تحسين علاقة المنظمة بجمهورها الداخلي من خلال ما توفره له من رعاية واهتمام وظروف عمل مناسبة محصلته في النهاية تحقيق هدف كل منهما إلى العاملين والمنظمة بصورة متوازنة .

وفي هذا السياق تعد العلاقات الإنسانية أحد أشكال العلاقات العامة، فمجال العلاقات العامة يتسع بدرجة أكبر من مجال العلاقات الإنسانية، إلا أن هناك ترابطاً وثيقاً وأساسياً بين الوظيفتين، بحيث لا يمكن الفصل

بينهما بأي حال من الأحول، فلا يمكن أن نتوقع نجاح أي برنامج للعلاقات العامة دون توافر برنامج ناجح للعلاقات الإنسانية. وصحيح انه يوجد تباينً في أهداف الافراد داخل المنظمة إلا أن هذا التباين يجب ألا يخرج عن نطاق الاهداف العامة للمنظمة، فالإطار العام الذي يحكم تباين الأهداف الجزئية للافرد يتحدد بالهدف العام للمنظمة، وإن حدث عكس ذلك أدى الأمر إلى فشل المنظمة ذاتها، والتعارض الجزئي لأهداف العاملين يطلق عليه اصطلاحاً تصارع توجيه الأهداف وهذا التصارع يستلزم وجود مجموعة من السياسات التي تقرب بين أهداف الأفراد والمجموعات داخل التنظيم، وتزيد من درجة تعاونهم وتعمل على القضاء على الخلافات وتهيئة كافة الظروف التي تمكن من تحسين الصلات داخل المنظمة وتؤدي إلى استخدام كافة القوى البدنية والفكرية والابداعية الكامنة في نفوس الأفراد.

وعلى هذا يمكن تحديد مفهوم العلاقات الإنسانية في النقاط التالية:

١ ـ أنها تركز على الأفراد أكثر من التركيز على الجوانب المادية في الأداء.

٢ ـ إثارة دوافع الأفراد هو العامل الأساس في العلاقات الإنسانية.

٣ ـ تهدف العلاقات الإنسانية إلى الإنتاج والتنظيم في جو يسوده التفاهم.

٤ ـ العلاقات الإنسانية تسعى من خلال التعاون والتفاهم إلى إشباع الحاجات وتحقيق الأهداف التنظيمية.

٥ ـ من خلال العلاقات الإنسانية تتوافق أهداف المنظمة مع أهداف العاملين بها (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤ : ٢٨٧).

وتعمل العلاقات الإنسانية على تحقيق مجموعة من الأهداف التي تعمل على وضع التزام المنظمة الاجتماعي تجاه العاملين فيها موضع التنفيذ.

وبوجه عام فإن برنامج العلاقات الإنسانية يهدف إلى تحقيق الآتي :

١ ـ تنمية المسئولية المتبادلة بين المنظمة والعاملين فيها لتحقيق نتائج إيجابية تمكن من التقليل من حجم الخلافات التي قد تنشأ بينهما .

٢ ـ الارتفاع بمستوى الكفاية الإنتاجية من خلال تنمية التعاون الإختياري بين العاملين وتوفير مبدأ المشاركة في اتخاذ القرارات ، وتقرير السياسات ، مما يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للأفراد .

٣ ـ التنبؤ بالحاجات والعمل على حل المشكلات والاحتياط لها واستخدام كافة الوسائل التي تمكن من التعرف على هذه المشكلات ، ووضع الحلول المناسبة لها سواء كان ذلك في صورة أجور مناسبة أو ظروف عمل مناسبة أو تحقيق نوع من الرعاية الاجتماعية للعاملين أو توفير برامج تدريبية مناسبة لهم .

٤ ـ وضع الأسس التي تمكن من إشعار كل فرد بمدى أهميته في المنظمة ، وكذلك توفير الفرص المناسبة للتقدم والاستقرار في العمل .

٥ ـ تدعيم وإيجاد روح من الود والتفاهم بين العاملين بعضهم ببعض ، من خلال توفير النظم المناسبة التي تعمل على القضاء على المشكلات بين هؤلاء العاملين .

ولذلك يعرفها (كيث ديفز) بقوله : «إن العلاقات الإنسانية تعني دفع الناس للعمل بروح معنوية عالية من خلال إشباع حاجاتهم ورعايتهم مما ينمي العمل الجماعي وتحقق أهداف المنظمة» .

ويقول باحث آخر إزاء تعريف العلاقات الإنسانية : «إنها ترشيد للسلوك الإنساني بأساليب إجتماعية وقواعد سلوكية ومثالية» .

إن التطور التاريخي للعلاقات الإنسانية يقتضي إدراك حقيقة أن الروابط الإنسانية قديمة قدم الإنسان، فمنذ بداية الحياة وهذه الروابط موجودة، إلا أنها كانت بشكل غير منظم وتتجسد في القبيلة والعشيرة وأي تجمع بشري في أي موقع في أنحاء العالم. وبمرور الزمن ظهر نوع جديد من العلاقة بين أصحاب الأعمال والعمال وهو ما يدعى «بالإتجاه الأبوي» أساسه العطف على العمال والموظفين والعمل على رعاية شئونهم وإرضاء ميولهم وتحقيق رغباتهم كما يفعل الأب مع أبنائه، فكان صاحب العمل يتوقع مقابل ذلك ولاء العمال والموظفين له واحترامهم إياه طالما أنه يقدم لهم ما يعتبره صالحاً، وبمعنى آخر بدأت فلسفة العلاقات الإنسانية تتجه نحو العدالة مع الحزم. وبعد أن نمت الصناعة وتقدمت بخطوات واسعة، نشأت نظم جديدة وأساليب مختلفة للقيادة داخل المؤسسات والمصانع تخدم العمل والعمال ويكون من شأنها أداء نوع معين من العمل، إذ أنهم يريدون استغلال المعارف والخبرات والمواهب والميول بالطريقة التي تمكن من خلق وعي كامل ومعرفة وفهم للأعمال التي يقوم بها العمال مما يشعرهم بالرضا والإشباع.

وتعتبر الثورة الصناعية هي الأساس العلمي في تكوين العلاقات الإنسانية بشكل علمي في الغرب، ومن هنا كان اهتمام (فريدريك تايلور) بالإدارة ودورها في دفع العاملين لإدارة أعمالهم حيث أجرى بحثاً أراد منه تحليل العمل خطوة خطوة ووضع عدداً من المبادئ التي تركز على إنسانية الإنسان تعليلاً بأسباب المناخ الإدارية وأحوال المعيشة ومنها:

أ- يجب أن تنظر الإدارة إلى العمل على أنه مركّب منطقي محدد بأسباب ومسببات للعمال وحاجة المجتمع.

ب- اهتمام الإدارة بشخصية العامل وآرائه.

وبعد ذلك خرجت مساهمات حركة العلاقات الإنسانية على يد (التون مايو Elton Mayo)وزملائه في جامعة هارفارد من خلال تجاربهم على العمال في شركة كهرباء بالولايات المتحدة الأمريكية ومصانع أخرى مما أدى إلى الاهتمام بالعلاقات الإنسانية . وتطورت عناصر العلاقات الإنسانية من حيث : الفلسفة والأهداف، التنظيم الرسمي، الرقابة، النظام الاجتماعي في العمل، التنظيم غير الرسمي . ووضع المختصون ما يسمى بدستور للعلاقات الإنسانية الذي يحتوي على ما يتعين على الأفراد والجماعات أن يسترشدوا ببنوده التي قد تفيدهم في مهارات تعاملهم الاجتماعي المشترك، وفي تحقيق ذاتهم للارتفاع بمستواهم وبمستوى عملهم وبمستوى المنشأة بصفة عامة . وهذه البنود تنضوي تحت حروف الكلمة الانجليزية (Human Touch) ومعنا ها اللمسة الإنسانية :

١ ـ استمع إليه . H= Hear him

٢ ـ تفهم شعوره . U= Understand his feeling.

٣ ـ حرك رغبته . M = Motivate his desire.

٤ ـ قدر مجهوده . A= Appreciate his efforts.

٥ ـ مده بالأخبار . N= News him.

٦ ـ دربه . T= Train him.

٧ ـ أرشده . O= Open his eyes.

٨ ـ تفهم تفرده . U= Understand his uniqueeness.

٩ ـ اتصل به . C= Contact him.

١٠ ـ كرمه . H= Honour him.

٢ . ٢ تعريف العلاقات الإنسانية

١ ـ تعرف بأنها : «فن التعامل الفاضل الناجح، المتركز على وضوح الرؤيا والاقتناع والتشويق القائم على أسس علمية بين أفراد وجماعات أي هيئة أو منشأة بطريقة واعية من الفهم والتعاون المتبادل بينهم مع إشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية لتحقيق الأهداف المنشودة للهيئة أو المنشأة مع توفير البيئة المريحة في العمل ومراعاة القوانين والمعايير الاجتماعية، والعرف والعادات السليمة للمجتمع والقيم الإنسانية المستمدة مبادئها من الدين الإسلامي الحنيف» .

٢ ـ وقيل هي : «فن الرعاية الشاملة للفرد داخل المؤسسة والسعي إلى احترام آدميته وتعميق شعور الانتماء والولاء لديه وذلك من خلال العمل على تحقيق متطلباته الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، وخلق ظروف ملائمة للعمل تجعله يحس بأنه جزء من الكل قادر على الإسهام الفعال والمؤثر لتلبية ما تحتاج إليه المؤسسة في تحقيق اهدافها» .

٣ ـ وقيل انها : «فن رعاية الأفراد والعاملين بجهاز الشرطة والعمل على تحقيق احتياجاتهم المختلفة بغرض الارتقاء بمستوى الأداء الوظيفي لتحقيق المصالح المشتركة سواء للفرد أو للجهاز نفسه» (ميرزا، ١٩٩٠) .

٤ ـ وقيل أنها : «الروابط المختلفة التي تأتي في مجال العمل، حيث تجمع الأفراد والجماعات في مجتمع واحد» .

٥ ـ وقيل أنها مجال الإدارة : يعني بإدخال الأفراد في موقف العمل، بطريقة تحفزهم إلى العمل معاً بأكبر إنتاجية، مع تحقيق التعاون

بينهم، وإشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية» (عبدالوهاب، د. ت).

٦ـ وقيل أنها: «مجموعة السياسات التي تهدف إلى تحسين علاقة الأنظمة بجمهورها الداخلي، من خلال ما توفره لهم من رعاية واهتمام وظروف عمل مناسبة، مما يؤدي إلى درجة مناسبة من الإشباع لجميع الأطراف بحيث يتحقق هدف كل منها بصورة متوازنة» (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤).

٧ـ وقيل أن العلاقات الإنسانية في المجال الإداري هي: «إندماج الأفراد العاملين في موقف عمل وبطريقة تدفعهم للعمل متعاونين وبكفاءة عالية مع إشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية» (الباز، د.ت: ١١٠).

٨ـ وقيل أن: «العلاقات الإنسانية هي دراسة الناس أثناء العمل، لا بوصفهم أفراداً فحسب بل بوضعهم أعضاء في جماعات ودية للعمل وبوصفهم رجال تنفيذ في الإدارة وبقدر ما يزداد الوعي بهذه العلاقات والفهم لمغزاها بقدر ما تتحسن القدرة على توجيه وقيادة هؤلاء الناس» (الباز، د.ت: ١١٠).

هذا وإن تعددت تعريفات العلاقات الإنسانية وتنوعت فإن العلاقات الإنسانية تهدف إلى الإرتقاء بالإنسان في مجال العمل وتجنيبه مظاهر التخلف الإداري وتردي الإنتاج، وبروز ثغرات وظواهر غير صحية في المنشأة.

ومن هذه التعاريف جميعها نستطيع القول أن للإسلام مفاهيمه

ومنطلقاته ومبادئه في ميدان العلاقات الإنسانية فهناك علاقات ودية وإنسانية وأخوية بين الأخ وأخيه والجار وجاره والمدرس وطلابه والزوج وزوجته والأب وأبنائه والرئيس ومرؤوسيه والحاكم والمحكوم والمدعى والمدعى عليه.

من هذا المنطلق أقام الإسلام علاقات طيبة دعائمها العدل والمحبة والمساواة والصدق والتفاعل المثمر بين الأفراد والجماعات في جميع أوجه نشاطاتهم، وكل إنسان في مجتمعه يراقب ذاته ويعمل بوحي من ضميره المنبثق من وازع ديني قوي تجاه الآخرين.

والتعاريف التي وردت للعلاقات الإنسانية ليس فيها اختلاف في الظاهر بيد أنه قد يكون المنطق والمعتقد مختلف، فالعلاقات الإنسانية في الإسلام تختلف تمام الاختلاف عن العلاقات الإنسانية في غيره، إذ أن العلاقات الإنسانية في المجتمع غير المسلم تقوم على النفعية والكسب المادي، بعكس الإسلام الذي يحض على العمل بصدق وعلى الإيثار، بل اعتبر الإسلام من يقوم بعمله على الوجه المرضي فإنه بالاضافة إلى حصوله على الأجر المعين لهذه الوظيفة فإن له ثواباً في آخرته، لأن الشريعة الإسلامية من غاياتها حماية الناس من اعتداء بعضهم على بعض وحماية حريتهم وحقوقهم والدفاع عن كيان الأمة والعمل على إقامة نظام العدالة الاجتماعية واجتثاث أصول الشر، والدعوة إلى الخير، وصلة الأفراد بعضهم ببعض، مما يكفل للبشرية الأمن الحقيقي والتقدم الذي تنشده، والحد من المآسي التي أوجدتها حضارة الآلة وماديتها الطاغية التي اعتبرت الإنسان في كثير من الأحيان كالآلة الصماء متناسين مشاعر الإنسان وقدراته الشخصية.

٢ . ٣ العلاقات الإنسانية في الإسلام

لا شك أن الدين الإسلامي هو خاتم الأديان وهو الدين الصحيح الذي ارتضاه الله للناس كافة قال تعالى : ﴿ **وَمَن يَبْتَغِ غَيْرَ الإِسْلام دِينًا فَلَن يُقْبَلَ منْهُ وَهُوَ فِي الآخِرَةِ منَ الخَاسِرِينَ ﴿٨٥﴾** ﴾ (سورة آل عمران) .

ومن هذا المنطلق جاء الدين الإسلامي يحوي الأسس والدعائم السليمة التي تقوم عليها العلاقات الإنسانية السوية المبنية على المحبة والمنفعة المتبادلة من غير ضرر ولا ضرار، وتدعو إلى استقامة الفرد وتبين تعامله مع أفراد المجتمع المسلم على أسس من الاحترام والثقة والمحبة والتحلي بصفات أخلاقية رفيعة تجعل من الفرد المسلم ـ وبحق ـ رجل علاقات ناجح يؤمن بربه محترماً مواثيقه ووعوده صادقاً مع نفسه وغيره يستحي أن يأتي بما يخل بالشرف . ولنا أسوة حسنة في رسول الله ﷺ رجل العلاقات الإنسانية الأول في هذا الكون فالمواقف الإنسانية كثيرة تبين لنا فن التعامل مع الناس، ومن هذه المواقف موقفه من الرجل الذي كان يسيء إليه عليه الصلاة والسلام ويضع الأذى والقاذورات في طريقه عليه الصلاة والسلام فلما افتقده الرسول الكريم وعلم أن الرجل مريض ذهب إليه يعوده ويسأل عنه فأسلم ذلك الرجل .

ومن الأسس التي تقوم عليها العلاقات الإنسانية في الإسلام ما يلي :

١ ـ الرحمة واللين : فالإسلام دين رحمة للعالمين ويقوم على المعاملة الحسنة والعلاقات الإنسانية الطيبة . قال الله تعالى ﴿ **فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّه لِنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانفَضُّوا منْ حَوْلِكَ . . .﴿١٥٩﴾** ﴾ (سورة آل عمران) .

٢ ـ احترام كرامة الإنسان : لقد أرسى الإسلام منذ أربعة عشر قرناً مبدأ احترام كرامة الإنسان وجعل ذلك حقاً من حقوقه ، فلا يجوز لأحد الانتقاص منها أو إهدارها لأن الله كرم هذا الإنسان وفضله على كثير ممن خلق ، قال الله تعالى : ﴿ **وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُم مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا** ﴿٧٠﴾ ﴾ (سورة الإسراء ، ٧٠) ، ومن هنا فإن الشعور بالكرامة يدفعنا إلى الإعلان امام أنفسنا أننا أهل للاحترام ومن هنا نفرضه على الآخرين .

٣ ـ اعتبار الناس أمة واحدة : من الأسس التي تقوم عليها العلاقات الإنسانية في الإسلام مبدأ عدم التمييز بين الناس لأي اعتبارات ، بل دعا الإسلام إلى الاحترام المتبادل بين الناس والشعوب والجماعات . فقد قال تعالى : ﴿ **يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ** ﴿١٣﴾ ﴾ (سورة الحجرات) . وقد حارب الرسول ﷺ التفرقة وكافة صور التمييز في المعاملة ووضعت المساواة في مصاف الأسس والمبادئ العامة التي تحكم العلاقات والسلوك الإنساني .

٤ ـ الحرية الشخصية : وهي من أولى الحريات وأهمها وتعني حرية الفرد الجسمانية وحريته في التنقل داخل الدولة والخروج منها والعودة تبعاً لإرادته وحقه في الأمن وسرية المراسلات . وحرية الذات تعني قدرة الشخص على التصرف في شئون نفسه ، والمحافظة على كرامته ووجوده غير معرض للإهانة في ذاته أو مشاعره (الشيشاني ، ١٩٨٠) .

٥ ـ العدل : إن العدل من أسماء الله الحسنى وصفة من صفاته سبحانه وتعالى وهي ـ أي العدالة بين الناس ـ من أقرب القربات إلى الله ومطلوب من الناس القيام بها دون تخصيص بنوع دون نوع أو طائفة دون أخرى يستوي في ذلك الأسود والأبيض، الذكر والأنثى حتى تقوم علاقة متينة بين أفراد المجتمع قائمة على السلوك الإنساني القائم على مبدأ الشرع الحنيف. واجتناب الظلم واقامة العدل، وقول الحق، قال تعالى: ﴿ ... **وَلا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلاَّ تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ** ﴿٨﴾ ﴾ (سورة المائدة).

٦ ـ التسامح والمعاملة الحسنة: قال الله تعالى ﴿ **فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ** ﴿١٥٩﴾ ﴾ (سورة آل عمران). ففي هذه الآية نجد مبدأً سلوكياً يقوم على الأخلاق الطيبة والمعاملة الحسنة وكسب مؤيدين للدعوة الإسلامية بالتعامل الحسن والتسامح والعلاقات الإنسانية الطيبة وفي آية أخرى يقول المولى ﴿ **ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ** ...﴿١٢٥﴾ ﴾ (سورة النحل).

٧ ـ الأخلاق الفاضلة وحسن السلوك:

أ ـ حسن الخلق: قال تعالى ﴿ **وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ** ﴿٤﴾ ﴾ وقال تعالى: ﴿ ... **وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ** ... ﴿١٥٩﴾ ﴾ (سورة آل عمران).

ب ـ الصدق والوفاء بالعهد والأمانة: قال تعالى ﴿ **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ** ﴿١١٩﴾ ﴾ (سورة التوبة)، وقال تعالى

﴿ وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلاً إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾ ﴾ (سورة النحل)، وقال ﷺ (لا إيمان لمن لا أمانة له، ولا دين لمن لا عهد له).

ج- العزيمة والشجاعة: قال تعالى ﴿ ... وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴿١٧﴾ ﴾ (سورة لقمان).

د- الصبر: قال تعالى ﴿ ... إِنَّمَا يُوَفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُم بِغَيْرِ حِسَابٍ ﴿١٠﴾ ﴾ (سورة الزمر)، وقال ﷺ (الصبر نصف الإيمان، واليقين الإيمان كله).

هـ- الحلم والأناه والرفق: قال تعالى ﴿ خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ ﴿١٩٩﴾ ﴾ (سورة الاعراف)، وقال ﷺ (إن الرفق لا يكون في شيء إلا زانه، ولا ينزع من شيء إلا شانه).

و- التقوى والحياء والورع: قال تعالى ﴿ ... وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَل لَّهُ مَخْرَجًا ﴿٢﴾ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ... ﴿٣﴾ ﴾ (سورة الطلاق)، وقال ﷺ (إن أولى الناس بي المتقون من كانوا وحيث كانوا)، وقال ﷺ (الحياء خير كله).

ز- العفو والتسامح: وقال تعالى ﴿ وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوقِبْتُم بِهِ وَلَئِن صَبَرْتُمْ لَهُوَ خَيْرٌ لِّلصَّابِرِينَ ﴿١٢٦﴾ ﴾ (سورة النحل)، وعن بن مسعود رضي الله عنه قال (كأني انظر إلى رسول الله ﷺ يحكي نبياً من الأنبياء صلوات الله وسلامه عليهم، ضربه قومه فأدموه، وهو يمسح الدم عن وجهه ويقول «اللهم اغفر لقومي فأنهم لا يعلمون»).

ح ـ الرحمة والمحبة : قال تعالى ﴿ **مُحَمَّدٌ رَّسُولُ اللَّه وَالَّذينَ مَعَهُ أَشدَّاءُ عَلَى الْكُفَّار رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ ... ﴿٢٩﴾** ﴾ ، وقال ﷺ: (لا تنزع الرحمة إلا من شقي) .

ط ـ النظام وعدم الفوضى : قال تعالى ﴿ **إِنَّ اللَّهَ يُحبُّ الَّذينَ يُقَاتلُونَ في سَبيله صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَانٌ مَّرْصُوصٌ ﴿٤﴾** ﴾ (سورة الصف) ، وقال ﷺ: (لتسون صفوفكم أو ليخالفن الله بين وجوهكم يوقع بينكم العداوة والبغضاء واختلاف القلوب) .

ى ـ العدالة في الأقوال والأفعال : قال تعالى ﴿ **إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بالْعَدْل وَالإِحْسَان وَإِيتَاء ذي الْقُرْبَىٰ ... ﴿٩٠﴾** ﴾ (سورة النحل) ، وقال ﷺ: (لا يستقيم إيمان عبد حتى يستقيم قلبه ، ولا يستقيم قلبه حتى يستقيم لسانه) .

٨ ـ المعاملات بين الأفراد :

أ ـ بين الجار وجاره والصديق وصديقه ، قال ﷺ (الجار أحق بشفعته ، له الأفضلية في شراء دار جاره) .

ب ـ بين العامل ورب العمل : قال تعالى ﴿ **وَلكُلٍّ دَرَجَاتٌ مِّمَّا عَملُوا وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾** ﴾ (سورة الاحقاف) وقال تعالى ﴿ **وَإِنَّ لَكَ لأَجْرًا غَيْرَ مَمْنُونٍ ﴿٣﴾** ﴾ (سورة القلم) ، والمعاملات بين البائع والمشتري والتعاون على البر والتقوى والنصيحة ، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، والمبادرة إلى فعل الخيرات والقيادة الصالحة وهناك الآيات والأحاديث النبوية التي تدل على سماحة الإسلام في العلاقات الإنسانية بين بني البشر (مرسي ، د.ت : ٤٠ ـ ٦٠) .

والكلمة الطيبة دعامة أساسية في العلاقات الإنسانية قال تعالى: ﴿ **أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلاً كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ تُؤْتِي أُكُلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٥﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِن فَوْقِ الأَرْضِ مَا لَهَا مِن قَرَارٍ ﴿٢٦﴾ يُثَبِّتُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا بِالْقَوْلِ الثَّابِتِ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الآخِرَةِ وَيُضِلُّ اللَّهُ الظَّالِمِينَ وَيَفْعَلُ اللَّهُ مَا يَشَاءُ ﴿٢٧﴾** ﴾ (سورة إبراهيم).

يشبه الله تعالى الكلمة الطيبة بالشجرة الطيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء والكلمة الخبيثة يشبهها بالشجرة الخبيثة التي اجتثت من فوق الأرض ما لها من قرار. فالكلمة الطيبة كالشجرة الطيبة أغصانها مثمرة وجذورها ثابتة، والكلمة الخبيثة كلمة الباطل كالشجرة الخبيثة تظل هشة وجذورها في التربة حتى لكأنها قريبة من وجه الأرض وما هي إلا فترة ثم تجتث من فوق الأرض فلا قرار لها ولا بقاء فالخير الأصيل لا يذبل، ولا يموت مهما زاحمه الشر وأخذ عليه الطريق، قال علي بن أبي طلحة عن ابن عباس في قوله (مثل كلمة طيبة) شهادة أن لا إله إلا الله (كشجرة طيبة) وهو المؤمن (أصلها ثابت) أي قلب المؤمن (وفروعها في السماء) أي يرفع بها عمل المؤمن إلى السماء.

فالكلمة الطيبة مثل شجرة طيبة، فروعها طيبة، وأوراقها طيبة، وثمارها طيبة، الأصل ثابت، والفرع في السماء، والثمر في القلوب، مطلوب ومحبوب ومن زرع كلمة طيبة، تنبت شجرة طيبة وطرحت ثمراً طيباً وظلاً ظليلاً يستظل به يوم القيامة.

فالكلمة الطيبة زاد في الدنيا وثواب في الآخرة وهي محبة وإخاء وقول معروف سديد فمن بخل بالكلمة أن يقولها وبالأسلوب السهل أن يستعمله فلا خير فيه لأن البخل بها أشد خطراً وأكثر ضرراً من البخل بالمال طالما أنها

تحق حقاً أو تقلل خصومة أو تنشر خيراً، كما أنها دليل على حسن أخلاق قائلها وكرم طبعه. قال تعالى: ﴿ **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلاً سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَن يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾** ﴾(سورة الأحزاب).

والعلاقات العامة والإنسانية في الغرب تستمد مصادرها من علوم أخرى إلا أن المصدر الحقيقي للعلاقات العامة والإنسانية في المفهوم الإسلامي يكمن في الدين الإسلامي الحنيف حيث اعتنى بالإنسانية، فكرم الإنسان وحدد له المبادئ والأسس الاخلاقية التي تسمو بنفسه وتحقق كرامته وحريته وتمكنه من التعامل مع الآخرين في إطار من الود والتفاهم بحيث يستطيع العيش في مجتمع تسوده العدالة والإخاء والمواساة، كما أن أسلوب الدعوة الإسلامية يتسم بالسمو والرفعة والإحكام، فالدين الإسلامي هو دين العدل والرحمة الذي لا يعرف الظلم ولا العدوان أو الاستغلال والاضطهاد.

وقد تم تطبيق العلاقات الإنسانية في الإسلام في عهد الرسول ﷺ عند قيامه بنشر الدعوة الإسلامية والذي نبع أساساً من صدق الدعوة وعدالتها وقد دخل الإسلام القلوب لكثير من الشعوب للتعامل الإنساني حيث أن أساس الفتوحات الإسلامية هو ألا يقتلوا طفلاً ولا شيخاً ولا أمرأة وألا يحرقوا زرعاً وألا يقطعوا شجرة وأن يدخلوا القلوب وينشروا العدل والحق والفضيلة بين البشر وبذلك انتشر الإسلام بهذا الأسلوب الأمثل في مخاطبة الناس بالاضافة إلى عدل وإنسانية من تولى القيادة في الأمصار، والقضاء في عهد عمر رضي الله عنه كان يقوم بالعسس بنفسه ويتفقد أحوال المسلمين ويرعى مصالحهم، فهذه هي روح الإسلام في العلاقات الإنسانية التي لم تعرف الدنيا مثلها.

وتأسيساً على ما تقدم، نجد أن العلاقات الإنسانية تهدف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تعمل على وضع التزام المنظمة الاجتماعية والإنسانية موضع التنفيذ، ولذلك تسعى إلى تحقيق ما يلي:

١ ـ تنمية المسئولية المتبادلة بين المنظمة والعاملين فيها لتحقيق نتائج إيجابية تمكن من التقليل من حجم المتعارضات التي قد تنشأ بينهما.

٢ ـ الارتفاع بمستوى الكفاية الإنتاجية من خلال تنمية التعاون الاختياري بين العاملين، وتوفير مبدأ المشاركة في اتخاذ القرارات، وتقرير السياسات مما يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للأفراد.

٣ ـ التنبؤ بالمشكلات والحاجات الخاصة للعاملين ووضع الحلول المناسبة.

٤ ـ وضع الأسس التي تمكن من إشعار كل فرد بأهميته في المنظمة، وكذلك توفير الفرص المناسبة للتقدم والاستقرار في العمل.

٥ ـ تدعيم وإيجاد روح من الود والتفاهم بين العاملين بعضهم ببعض، من خلال توفير النظم المناسبة التي تعمل على القضاء على المشكلات بين هؤلاء العاملين.

٦ ـ تعزيز التفاعل مع مجموعة النظم المحيطة بالعلاقات العامة وتكوين علاقات جيدة بين العاملين داخل المنشأة في جو يسوده التفاعل والتعاون والانسجام بين جميع الأطراف. (الطخيس، والجريتلي، ١٩٨٤: ١١).

٧ ـ السعي لتحقيق التوازن والرضا للعاملين داخل المنظمة.

٨ ـ تتصف العلاقات الإنسانية في الغالب بالتنظيمات غير الرسمية داخل المنظمة.

وفي اطار التطبيقات في مجال إدارة عمليات العلاقات الإنسانية داخل المنظمات، فقد تناول الإسلام العلاقات الإنسانية أيضاً من خلال الإشارة إلى المرتكزات التالية:

١ ـ الاختيار المناسب للعاملين.

٢ ـ توفير ظروف العمل المناسبة من حيث الأجور أو عدد ساعات العمل.

٣ـ الالتزام بالمبادئ الأخلاقية في آداب التعامل والتفاعل مع الجماعة.

٤ ـ الالتزام بحقوق الإنسان.

٢ . ٤ الأمن النفسي والعلاقات الإنسانية

إن الإيمان الصادق، والقيام بما أمر الله به، والابتعاد عما نهى عنه، ومن ذلك الحفاظ على الصلاة والزكاة، والصوم وجميع العبادات والحقوق من شأنه أن يقّوز المؤمن برضى الله عز وجل ويولّد طمأنينة وأمن نفسي لا مثيل له، وبالتالي تتطور وتتحسن علاقة هذا الإنسان بالمنشأة التي يعمل بها في إطار إشباع حاجياته ودوافعه المشروعة.

وبناء على ذلك فإن من آثار الإيمان والرضى ما يلي:

١ ـ يولد في نفس معتقده هدوءاً وطمأنينة وأملاً وارتفاعاً في مستوى الانتاجية والانسجام مع الآخرين.

٢ ـ تتحدد أهدافاً واسعة في الحياة فتخرجه عن الإنهماك والانغماس الكامل في المشاكل اليومية التي تستهلك عليه كل حياته.

٣ـ يغرس في النفس مخافة الله ومن يعرف الله فسيقف عند حدوده ويحاسب نفسه، قبل أن يحاسبه أحد وأن أي منشأة تسود العاملين فيها مخافة الله والتمسك بأخلاقيات العمل لهي منشأة ناجحة.

٤ ـ الإيمان يمد صاحبه بالشجاعة في القول والعمل .

٥ ـ الإيمان يجعل صاحبه عفيفاً شريفاً نزيهاً .

٦ـ المؤمن بهذه الكيفية يدرك نعمة الخلق قال تعالى ﴿ **هَلْ أَتَىٰ عَلَى الإِنسَانِ حِينٌ مِّنَ الدَّهْرِ لَمْ يَكُن شَيْئًا مَّذْكُورًا ﴿١﴾ إِنَّا خَلَقْنَا الإِنسَانَ مِن نُّطْفَةٍ أَمْشَاجٍ نَّبْتَلِيهِ فَجَعَلْنَاهُ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٢﴾** ﴾ (سورة الإنسان) .

٧ ـ يدرك نعمة الإنسانية فقد شاء الله أن يخلقه بشراً سوياً ويستخلفه في الأرض ويفضله على كثير من خلقه : ﴿ **وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُم مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً ﴿٧٠﴾** ﴾ (سورة الاسراء) . ويتبع ذلك حسن الصورة الحسية والمعنوية : ﴿ **لَقَدْ خَلَقْنَا الإِنسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾** ﴾ (سورة التين)، وقوله ﴿ **... وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ صُوَرَكُمْ... ﴿٣﴾** ﴾ (سورة التغابن) .

٨ ـ يدرك نعمة العقل والعلم : ﴿ **اقْرَأْ وَرَبُّكَ الأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾** ﴾ (سورة العلق)، وفي قوله ﴿ **وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ وَالأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾** ﴾(سورة النحل) .

٩ ـ يدرك نعمة البيان النطقي والخطي : ﴿ **الرَّحْمَنُ ﴿١﴾ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ﴿٢﴾ خَلَقَ الإِنسَانَ ﴿٣﴾ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ﴿٤﴾** ﴾ (سورة الرحمن)، وقوله ﴿ **الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾** ﴾(سورة العلق) ﴿ **نٓ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴿١﴾** ﴾ (سورة القلم) .

١٠ ـ يدرك نعمة الإيمان والهداية إلى صراط الله المستقيم : ﴿ **... وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الإِيمَانَ وَزَيَّنَهُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمُ الْكُفْرَ وَالْفُسُوقَ**

وَالْعِصْيَانَ أُوْلَئِكَ هُمُ الرَّاشِدُونَ ﴿٧﴾ فَضْلاً مِّنَ اللَّهِ وَنِعْمَةً وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٨﴾ ﴾ (سورة الحجرات)، وقوله تعالى ﴿ يَمُنُّونَ عَلَيْكَ أَنْ أَسْلَمُوا قُل لاَّ تَمُنُّوا عَلَيَّ إِسْلامَكُمْ بَلِ اللَّهُ يَمُنُّ عَلَيْكُمْ أَنْ هَدَاكُمْ لِلإِيمَانِ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ ﴿١٧﴾ ﴾ (سورة الحجرات).

١١ ـ يدرك نعمة الأخوة والمحبة: ﴿ ...وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُم بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا ... ﴿١٠٣﴾ ﴾(سورة آل عمران)، وقوله ﴿ وَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنفَقْتَ مَا فِي الأَرْضِ جَمِيعًا مَّا أَلَّفْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَّفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٦٣﴾ ﴾ (سورة الأنفال).

إن هذه المبادئ والقيم تضفي على الإنسان روح الأمن والسلام والرضى والعمل الجاد المثمر ذلك لأن صدق الممارسة من أعظم أسباب الأمن والطمأنينة، في حين أن الجحود والتخاذل والتهاون في أداء الواجبات الدينية والدنيوية من أعظم أسباب الاضطراب والتخلف وتدهور الإنتاج.

إنه ليس هناك أدنى شك عند المهتمين بمشكلات الإنسان المعاصر في أن مقومات الحياة الكريمة المستقرة جاء بها الإسلام حيث اهتم بهذه القضايا اهتماماً كبيراً، لذلك حين امتن الله على قريش بأنه أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف. فإن ذلك من أجل إيجاد مجتمع تتوافر فيه عناصر الحياة الفاضلة، ومقومات الحياة الكريمة، وإنه إذا كان «إبراهام ماسلو» في نظريته للحاجات التي أخرجها إلى حيز الوجود عام ١٩٤٣م اعتبرت عند الغربيين فتحاً كبيراً في هذا المجال فإننا نستطيع أن نقول إن الإسلام قد سبق إلى ما هو أعظم من ذلك منذ أنزل الباري رب العالمين قوله تعالى: ﴿ فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ﴿٣﴾ الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَآمَنَهُم مِّنْ خَوْفٍ ﴿٤﴾ ﴾ (سورة قريش)

وفي هذه الآية تتبين أهمية الإطعام والأمن أي الحاجات الفيزيولوجية المادية والحاجات السيوسيولوجية الأمنية لأنه ليس هناك إنتاج بدون طعام ولا طعام بدون أمن فالأمن والإطعام متلازمان ولذلك كان في طليعة الأمور التي تهدد كيان الإنسان وتنغص عليه حياته. من هنا فشلت الأنظمة والاتجاهات الوضعية التي تتحكم في المجتمع البشري اليوم في توفير الإطعام والأمن للناس وإيصال المجتمع بالتالي إلى الاستقرار والطمأنينة، فمن المعلوم أن المجتمع البشري اليوم يئن من الإجرام والفوضى التي تعم أرجاءه ويتحكم فيه الفقر والجوع والخوف والنزاعات، فمجتمعات كالمجتمعات الغربية مثلاً التي بلغت شأوا مادياً في التطور والحضارة نرى البطالة والمخدرات والجريمة تهدد استقرارها فضلاً عن الأمراض النفسية المتنوعة الأخرى.

وفي مجتمع كالمملكة العربية السعودية وغيرها من الدول العربية والإسلامية التي تؤمن بالشريعة الإسلامية نجد أن نسبة الجريمة متدنية، وعندما تقع الجريمة فإن معظم القائمين بها عناصر ضعيفة الوازع الديني أو تكون غالباً حديثة عهد بمقومات انضباط المجتمع. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أثر الشريعة الإسلامية وقدرتها على توفير الحاجات المادية والحاجات الأمنية للإنسان والوفاء بجميع مستلزمات حياة الإنسان الكريمة، أي تقرير مجتمع الأمن والكفاية.

إن الإسلام قد بين الحاجات الأساسية للإنسان كقواعد للحياة، وهي المذكورة في هذه الآية: قال تعالى ﴿**إِنَّ لَكَ أَلاَّ تَجُوعَ فِيهَا وَلا تَعْرَىٰ ﴿١١٨﴾ وَأَنَّكَ لا تَظْمَأُ فِيهَا وَلا تَضْحَىٰ ﴿١١٩﴾**﴾ (سورة طه).

وإذا كان «ماسلو» قد ذكر حاجات الإنسان في نظريته المشهورة فإننا لا نستبعد أن يكون قد أخذها عن الإسلام، ولكن بعض الكتاب الغربيين وكعادتهم لا يعترفون بفضائل العرب والمسلمين عليهم - إلا قليلاً منهم - فمن المعروف أثر الفكر الإسلامي والحضارة العربية والإسلامية على المجتمع الإنساني بصفة عامة، فهناك الجامعات الإسلامية التي كانت في الأندلس وقرطبة وغيرها والتي كانت مناراً يشع منها نور العلم والمعرفة في جميع المجالات، وقد اعترف بعض المنصفين من الغرب بذلك الأثر الذي أحدثه الفكر الإسلامي والحضارة الإسلامية في نمو وأزدهار الحضارة الغربية.

والناظر في تطبيقات نظرية ماسلو على مواقف العمل الفعلية في بيئات مختلفة وفي بلاد أخرى غير الولايات المتحدة الأمريكية سوف يظهر لنا نتائج مختلفة لأنه ليس كل الناس (الموظفين والعاملين) يتبعون ترتيباً واحداً في إشباع حاجاتهم حسب المدرج الهرمي عند «ماسلو» كذلك فإن وجود الفروق الحضارية والأنظمة الاقتصادية والمعتقدات الدينية يؤثر على إشباع حاجات الإنسان ودرجة تسلسلها.

وفي المجتمع الإسلامي الأول ساد الأمن والاستقرار والرخاء فتحقق الإشباع لكل فرد واختفى فيه الفقر والجوع. فالحاجة إلى الإطعام قد توفر لكل فرد يعيش في ظل المجتمع مسلماً أو غير مسلم. والأمن قد حل بالمجتمع نتيجة لوجود الدولة العادلة التي تحفظ أرزاق الناس وتيسر لهم السبل لتحصيل الرزق، وتضبط حركة الإطعام والأمن في ظل القيم والأخلاق وتحقق كذلك التكافل التام والإشباع الكامل في ظل الممارسة الدقيقة للتعاليم الإسلامية على ساحة الواقع.

لذلك كان البحث يجب أن ينصب عند دراسة نظرية «ماسلو» على ما بعد حاجات الإطعام وحاجات الأمن. وهذا جانب غالباً ما يهمله الفكر

الغربي ولا يحاول أن يضع له الحلول السليمة لأن الجانب الأخلاقي الذي يمكن أن ينعكس تأثيره على هذه الأنماط عند الغربيين والماديين يرتبط بعلاقات الإنتاج وأوضاع السياسة.

إن إبراهام ماسلو يرى أن الإنسان لديه دوافع نحو عدد من الحاجات، وهذه الحاجات تندرج حسب إشباعها ودرجة إلحاحها في مدرج هرمي . . . هي الحاجة المادية (الفيزيولوجية) الحاجة إلى الأمن، الحاجة إلى الصداقة والعلاقات الاجتماعية، الحاجة إلى احترام النفس واحترام الآخرين، والحاجة إلى تحقيق الذات.

ويرى كذلك أن الإنسان في عمله مدفوع لكي ينجز ويؤدي عمله برغبة لإشباع حاجاته الداخلية، وأن الحاجة التي تؤثر على السلوك هي الحاجة غير المشبعة، وأنه عندما تشبع حاجات الإنسان المادية الأساسية تبدأ الحاجة إلى الأمن بالإلحاح وهكذا بالنسبة للحاجات الأخرى، والحاجات كما يراها هي:

١ ـ الحاجات الفسيولوجية.

٢ ـ حاجات السلامة والأمن.

٣ ـ الحاجة إلى الحب والإنتماء.

٤ ـ الحاجة إلى التقدير.

٥ ـ الحاجة إلى إثبات الذات.

وإشباع هذه الحاجات له كبير الأهمية في الحقل الإداري لأن إشباعها يسهم في تكوين الشخص السوي، كما أن لها تأثير كبير على ارتفاع الروح المعنوية وتقدم الإنتاج، وفي نفس الوقت فإن انخفاض الروح المعنوية يمكن إرجاعه إلى مدى نسبة الحرمان من هذه الحاجات وغيرها، حيث توجد

علاقة وطيدة ووثيقة الصلة بين الإتجاهين، السلوك الإنساني وحاجات الإنسان. فإذا ما أشبعت حاجات الإنسان أمكنه تلبية متطلبات العمل الذي يقوم به أما إذا أهملت وأغفلت حاجاته فإن هذا يعني قلة الإنتاج والقصور في العطاء.

لذلك فإن دراسة الحاجات الإنسانية وترشيدها واعطائها ما تستحقه من البحث والتركيز من شأنه أن ينعكس على مستوى الأداء الوظيفي إنجازاً وحسن أداء، بل وتدفعه دفعاً نحو الإسهام بنصيب أنفع وأرشد في مسيرة أعمال المنشأة التي يعمل بها.

٢ . ٥ الفرق بين العلاقات الإنسانية والعلاقات العامة

العلاقات العامة إطار عام يشمل في طياته العلاقات الإنسانية التي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من العلاقات العامة، حيث أن العلاقات العامة بإطلاقها تشمل العلاقة مع جمهور المنظمة سواء كان هذا الجمهور داخلياً أو خارجياً، وقد ظهر مصطلح العلاقات الإنسانية ليشير إلى العلاقات التي تهتم بالجمهور الداخلي أي العاملين في المنظمة وبذلك أصبح مدلول العلاقات العامة ينصرف في أول وهلة إلى التعامل مع الجمهور الخارجي. والاختلاف بين العلاقات العامة بمفهومها الشامل والعلاقات الإنسانية يقتصر على الاهتمام بالجمهور الداخلي فاستخدام هذا المصطلح «العلاقات الإنسانية» لا يتسع لعموم اعمال العلاقات العامة وإنما يقتصر على التعبير عن التعامل مع الإنسان في محيط بيئة العمل بشكل يشعره بقيمته الفردية ويقدر له كرامته لما يقدمه للمنظمة مما لا تؤديه الآلات، ولذلك قيل عن العلاقات الإنسانية إنها: «الهندسة الإنسانية التي تحقق للمؤسسة إنتاجاً وفيراً وللموظف أو العامل الرضا النفسي» (البدر، ١٩٩٢ : ٩٦). في حين أن العلاقات العامة

تحاول إيجاد جو من التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور، فإذا كانت العلاقات الإنسانية تهتم بالموائمة بين العامل بوصفه فرداً وبين المؤسسة بحيث يؤدي للمؤسسة ما يستطيعه وتؤدي له المؤسسة ما يشعره بالرضا والطمأنينة، فإن العلاقات العامة تتناول الفرد كأساس للمجموعة أي كواحد من جمهورها سواء كان هذا الجمهور داخلياً أو خارجياً لتتخذه نواة لتكوين جمهور راض عن المؤسسة ومتعاطف معها (البدر، ١٩٩٢ : ٩٦).

إذاً فالعلاقات الإنسانية جانب من جوانب العلاقات العامة إذ تختص بالعاملين بالمنظمات وإن كان يعد هذا الجانب في مقدمة برامج العلاقات العامة. ذلك أن الجمهور الداخلي الذي تعني به برامج العلاقات الإنسانية يعتبر جزء مهم وله اعتباره لاتصالهم المستمر بالعالم الخارجي ولكثرة اعدادهم خاصة في المنشآت الضخمة (حسن، ١٤٠٤ : ٩٥).

وهناك فرق بين العلاقات الإنسانية والعلاقات العامة يتمثل في أن العلاقات العامة تبحث في علاقة مؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي، في حين أن العلاقات الإنسانية تبحث في السلوك الإنساني والدوافع التي تؤدي أدواراً مهمة في علاقات العامل ونفسيته في صورها المختلفة وردود الفعل سواء كانت إيجابية أم سلبية.

ولئن كانت العلاقات العامة في الأصل علاقات إنسانية لأنها تتم بين إنسان وآخر إلا أن مصطلح العلاقات الإنسانية لا يتسع لهذا المفهوم إذ يستخدم هذا المصطلح للتعبير عن التعامل مع الإنسان في المجال العلمي والإداري وبين المؤسسة بحيث يؤدي العامل أو الموظف للمؤسسة ما يستطيعه وتؤدي له المؤسسة من الرعاية ما يشعره بالرضى في الوقت الذي تتناول العلاقات العامة الفرد كواحد من الجمهور الداخلي أو الخارجي تتخذه نواة لتكوين جمهور راض عن المنشأة متعاطف معها (البدر، ١٩٩٢ : ٩٦).

والحق فإنه أياً كانت الاختلافات فإن العلاقات العامة تهتم بدراسة سلوك الناس أفراداً وجماعات على أسس علمية ودراسات بحثية وذلك بهدف تنظيم وإثراء العلاقات الإنسانية، ولا يمكن الفصل بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية بشكل تام حيث أن مجال الاثنين هو تحقيق العلاقات الرشيدة سواء فيما بين اعضاء المؤسسة الواحدة بعضهم البعض أو فيما بين هؤلاء والجماهير الخارجية فوحدة الهدف ومجال العمل بينهما يشكلان أساساً راسخاً للتكامل والارتباط الوثيق بينهما فكلاً من العلاقات الإنسانية والعامة تسعى إلى إيجاد تفاهم متبادل وتعاطف وتراحم وتعاون إيجابي لصالح الفرد والمجتمع (ميرزا، ١٩٩٠ : ١٥١)، وإن كانت العلاقات الإنسانية جزء من كل، أي أنها جزء من علم العلاقات العامة، حيث أن العلاقات العامة تمتاز بالعمومية والشمول وخاصة من حيث اتصالها بالعاملين في المؤسسات بالاضافة إلى الجماهير الخارجية سواء في المجتمع المحلي أو الوطني أو القومي أو العالمي، بينما العلاقات الإنسانية تعنى في المقام الأول بجماهير المؤسسة الداخلية على مختلف فئاتهم ومستوياتهم (عبدالوهاب، ١٩٨٤ : ١٤).

وتوصف العلاقات الإنسانية بأنها تحاول إيجاد جو من التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور. كما أن المفهوم الحديث للعلاقات الإنسانية لا يقصر دورها على رعاية الجماهير الداخلية بل تسعى أيضاً نحو الوصول إلى الجماهير الخارجية ورعايتهم لكسب ودهم وتعاونهم وكذا مشاركتهم في الأزمات والكوارث والأفراح والأتراح (البدر، ١٩٩٢ : ٩٦).

وتأسيساً على ما سبق، فإنه لا يمكن الفصل التام بين كل من العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية فصلاً كاملاً يؤدي إلى استقلال كامل إلا أن أهم الفروق التي تختص بها العلاقات الإنسانية تتمحور فيما يلي :

١ ـ العلاقات الإنسانية تسعى إلى كسب الجمهور الداخلي وتهتم بالعنصر البشري .

٢ ـ العلاقات الإنسانية تساهم في تحقيق هدف المنظمة من خلال التعامل الجيد .

٣ ـ العلاقات الإنسانية هي المسئولة في تطبيق سياسات المنشأة بهدف التأثير في اتجاهاتهم على مستوى المنظمة .

٤ ـ تسعى العلاقات الإنسانية إلى رفع الروح المعنوية لدى العاملين .

٥ ـ العلاقات الإنسانية تكون لها خاصية حيث تكون موجهة إلى فئات معينة .

٦ ـ وجود العلاقات الإنسانية بدرجة أكبر في القطاع العام لتحقيق أهداف المنشأة حيال تحقيق الصالح العام ورفع الروح المعنوية .

٢ . ٦ الروح المعنوية

تمثل الروح المعنوية عنصرا بالغ الأهمية في تكوين العلاقات الإنسانية في أي منشأة باعتبارها ردة الفعل الوجداني والعقلي للفرد تجاه عمله ، أو هي ما يسيطر على المجموعات في التنظيمات الرسمية وغيرها من ترابط فيما بينها وانسجام في الهيئات التي يعملون فيها .

إن من العوامل التي تساعد على رفع الروح المعنوية للمرؤوسين مدى التوافق والانسجام وتوافر نظام مناسب يسمح بالتعرف على شكاوي ومقترحات المرؤوسين مما يؤدي إلى إيجاد درجة كبيرة من المشاركة وفضلاً عن أهمية شكل التنظيم وطبيعته ، ونمط القيادة .

إن الصلة بين العلاقات الإنسانية والروح المعنوية وطيدة، وذلك أن العلاقات الإنسانية تتجذر وتتكون بوجود الروح المعنوية العالية، كما أن الروح المعنوية تؤثر في مقدار العمل الذي يقوم به الشخص ذلك أن الروح المعنوية الهابطة تقلل الإنتاج وتضعف الثقة والإبداع، في حين أن الروح المعنوية العالية تزيد من الإنتاج وتزرع الثقة وتدعو للإبداع. من هنا يتبين أهمية العلاقات الإنسانية في العمل، وتحقيق عملية الإشباع والرضى النفسي، هذه وتلك مجتمعة ترتقي بالإنتاج، وتدفع منسوبي المؤسسة إلى مزيد من العطاء الأمر الذي يترتب عليه نجاحهم في حياتهم.

ومساهمة العلاقات العامة في تكوين الروح المعنوية داخل المنشأة إنما يتجسد فيما يقوم به مسؤول العلاقات العامة باعتباره المخطط والمنفذ الأول للعلاقات الإنسانية في داخل المنشأة أو في بيئتها (الوسط الذي تقع فيه). والمدير الناجح هو الذي يستطيع كسب تقدير الآخرين، ويأخذ في الوقت نفسه من الفرد أقصى ما يستطيع، ويتبع طريقة عادلة وشورية في إدارته، ويسعى لحل مشاكل العاملين ويعطي سلطات للآخرين في مناخ تنظيمي يشعر العاملين بالرضا عن أدائهم ويقوي الرغبة في العمل مع الآخرين. ومن شأن هذا أن يساعد في رفع الروح المعنوية للعاملين ويوفر لهم الأمن النفسي والوظيفي، ليس ذلك فحسب بل أن هناك أموراً يمكن أن تساعد في رفع الروح المعنوية للعاملين، مثل:

- الحرص على توفير ظروف العمل السارة.
- الشعور بالانتماء.
- المعاملة العادلة في العمل.

ـ الاعتراف بقيمة الفرد .

ـ تحقيق احترام الذات .

ـ إيجاد حوافز وبيئة صالحة للعمل والابداع .

لاشك أن تشجيع المدير لمرؤسيه على الاعتماد على النفس وعلى الاستعداد لتقديم المشورة عندما يطلب منهم ذلك وأن لا يغمط المدير من شأن الفرد بل يشعره بالتقدير والاحترام ، كل ذلك يعزز الروح المعنوية ويرقى بها إلى أسمى الدرجات .

قد يطغى الجانب الإداري تحت ظروف معينة على الجوانب الأخرى لأسباب أهمها الخلل أصلاً في التخطيط لأنشطة ا لعلاقات العامة والإنسانية وكيفية الممارسة الإدارية الرشيدة وتوزيع العمل على العاملين ، بيد أن الملاءمة بين العاملين وظروف البيئة الإدارية في المنشأة تظل من أهم المتطلبات في ظل استيعاب الركائز التالية :

١ ـ زيادة الاهتمام بجمهور المنشأة الداخلي والخارجي .

٢ ـ تكثيف الحوار المستمر مع العاملين في المنشأة .

٣ ـ الإلمام بالتطورات الحديثة في مجال العلاقات العامة والإنسانية .

٤ ـ متابعة تنفيذ الاستراتيجيات والتقييم المستمر .

٥ ـ رفع مستوى أداء العاملين .

٦ ـ التخطيط لجعل كافة هذه الأنشطة تحت مظلة العلاقات العامة والإنسانية .

٧ ـ إجراء البحوث والتواصل المدروس مع الجمهور ووسائل الإعلام .

وعلى كُلٍ فإن هناك أنواعاً ثلاثة للقيادة في مجال العلاقات العامة هي :

القيادة الترسلية : تلك التي يترك فيها أمر القيادة للأفراد .

القيادة التسلطية : التي تقوم على الاستبداد بالرأي واستخدام الفرض والإرغام .

القيادة الشورية : التي تقوم على أساس احترام الفرد وتوفير مناخ الرأي الآخر .

ورجل العلاقات العامة والإنسانية الناجح يعمل على تحسين الأداء الوظيفي في ضوء العلاقات الإنسانية و روح الشورى مستظلاً بالمبادئ والقيم الإسلامية لتحقيق الأهداف التالية :

١ ـ إتاحة الفرصة للجميع لتحقيق ذواتهم .

٢ ـ ترسيخ قيم العمل الجاد وأخلاقياته .

٣ ـ توزيع المسئوليات على العاملين ومحاولة بناء كوادر قيادية منهم .

٤ ـ تشجيع المواهب واكتشافها في المنشأة .

٥ ـ توفير مناخ يسمح بإبداء الرأي والرأي الآخر .

والمسؤول في العلاقات العامة و الإنسانية بحكم مركزه يكون عادة حلقة الإتصال الثابتة ، كما أن إيمانه العميق بقيمة كل فرد من أفراد المجموعة التي يعمل معها وأن لكل فرد قدرا من الامكانات المتاحة التي يمكن تنميتها ، كل ذلك يكون له آثاره وتداعياته في نمو الروح المعنوية .

وفي كل الأحوال فإن رجل العلاقات العامة الجاد هو القادر على مواجهة المواقف المختلفة ومعاملة الآخرين كزملاء مشاركين له في العمل لصالح المنشأة وجمهورها إذا هو استصحب المؤشرات السابقة بثقة واقتدار .

ولا يقصد بثقة المدير بنفسه أن يرضى بما يسيء للمنشأة، أويصل به الأمر إلى الغرور فلا يعمل على استمرار نموه مهنياً ولا يقبل أي جديد في فن الإدارة، وكما يثق المدير بنفسه عليه أن يثق بالعاملين معه وأن يؤمن بأن كلا منهم يستطيع أن يسهم في مسيرة البناء والتطور للصالح العام، وهكذا نرى أن ثقة المدير في منسوبي المنشأة مع المتابعة عامل أساس لتوفير جو من العلاقات الودية التي يسودها الاحترام المتبادل.

إن قوة أي مجموعة من الأفراد وامكانياتها أكبر دائماً من مجموع القوى والإمكانيات التي توجد لكل فرد فيها على حده. من هنا تتضح أهمية الإنسجام والتآلف بين العاملين في أقسام العلاقات العامة، ويتطلب ذلك أن يؤمن كل فرد بقيمة زميله ومراعاة العامل الإنساني عند اتخاذ أي قرار. ومما يساعد العاملين على تكوين علاقات إنسانية أن يحاول كل منهم الاهتمام بشئون غيره من العاملين، ومن المفيد أن يكثر منسوبوا العلاقات العامة في المنشأة من عقد الجلسات الاجتماعية الخاصة بهم وأن يعمل برنامج لمثل هذه الاجتماعات والزيارات التي تروح عنهم وتزيد من فهم بعضهم البعض، وتقوي أواصر العلاقات الإنسانية بينهم.

ويعد خبير العلاقات العامة عمليات العلاقات العامة حجر الزاوية، لذا ينبغي أن يعمل في جو صحي وسليم يساعده على أداء مهمته بنجاح، فإذا ساد التعاون والتآزر والتآلف هذه الفئة فإن ذلك يعتبر مؤشراً قوياً على وجود جو من العلاقات الإنسانية السلمية مما يدعو إلى تعزيز هذا المناخ بالآتي:

أ ـ أن يؤمن كل فرد بقيمة العمل الجماعي.

ب ـ مراعاة العامل الإنساني عند اتخاذ قرار يمس أحد أعضاء المجموعة.

ج ـ البعد عن التكتلات.

والحق أنه يجب أن تسود روح المحبة والألفة بين منسوبي المنشأة وينبغي أن تنتشر بينهم روح الزمالة فضلا عن إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية، ويمكن إشباع حاجاتهم بواسطة ما يلي :

١ ـ تنظيم جميع منسوبي العلاقات العامة على نحو يحقق التجانس بينهم .

٢ ـ تنظيم وترتيب وتوزيع الأعمال .

٣ـ الاكثار من أوجه النشاطات المتنوعة .

٤ ـ اشتراك الجميع في وضع الخطط والبرامج .

٥ ـ تشكيل مجمع إدارة العلاقات العامة في أي منشأة على نحو يتيح للجميع النمو في جو عائلي .

٦ـ فتح أبواب المناقشة المنظمة للعاملين فهي فرصة تعود العاملين على الأخذ والعطاء وإبداء آرائهم .

٢ . ٦ . ١ معايير الروح المعنوية

إن هناك حاجة لتتبع الروح المعنوية للعاملين من يوم لآخر في أي منشأة فاعلة ومنتجة . فالإدارة تعمل من خلال الأفراد وتتقابل معهم وجها لوجه طوال فترة العمل، كما تتصل بهم وتلقى إليهم وتتلقى منهم البيانات يوميا، وهو ما يعطي للإدارة الفرصة لتلمس معنويات العاملين .

وبجانب الاتصال اليومي من خلال علاقات العمل فهناكً مؤشرات للروح المعنوية (Morale Indicators) يمكن أن تعتمد عليها الإدارة كمقاييس للروح المعنوية . ومن هذه المؤشرات :

١ ـ دوران العمل .

٢ ـ الإنتاجية .

٣ ـ الاسراف والضياع .

٤ ـ سجلات الجودة .

٥ ـ التغيب عن العمل والتأخر عن المواعيد .

٦ ـ الشكاوي .

٧ ـ تقارير الحوادث .

٨ ـ سجلات التدريب .

إن هذه المؤشرات ليست بنفس درجة دقة استقصاءات الروح المعنوية إلا أنها مع ذلك يمكن أن تشير إلى أية تغييرات هامة في معنويات الأفراد . ومن مزايا هذه المؤشرات أن البيانات عنها متوفرة في أغلب الأحيان . كما أنها بيانات موضوعية مدونة في سجلات وتصلح كمقياس للاتجاهات على مدى فترة من الزمن .

فإذا كانت الروح المعنوية بين الأفراد مرتفعة فيمكن أن تتوقع انخفاضاً في معدل دوران العمل وتحسينا في الانتاجية وتعاونا من جانب الأفراد في محاربة الاسراف والضياع ، وتحسينا في الجودة ومراعاة بدرجة أكبر للانتظام في العمل واتباع التعليمات . وبالعكس من ذلك إذا كانت الروح المعنوية منخفضة (الشنواني ، ١٩٩٤ : ٤٧٩) .

الفصل الثالث

الإعلام الأمني والرأي العام

٣ . الإعلام الأمني والرأي العام

تواجه المجتمعات البشرية التطورات السريعة والمستجدات المتلاحقة التي اصبحت سمة من سمات هذا العصر لحرص الإنسان على مواكبة عجلة التقدم العلمي والتقني على كل المستويات .

والإعلام الأمني له فلسفته ومقاصده في إعداد الكوادر الفنية المؤهلة والمهارات العالية التي تساعد على زيادة تأثير وفاعلية ما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام وعن جهات الأمن من نشاطات إعلامية ذات طابع أمني ينمي المدارك ويصقل المهارات ويقدم أكبر قدر ممكن من التوعية الأمنية المتوازنة . ومثل هذا النوع من الإعلام المتخصص له دوره، وله أثره في تنوير الرأي العام، خاصة إذا استخدم على أسس علمية واضحة الأهداف .

ويعد الإعلام الأمني نظاماً إعلامياً يخدم الجوانب الأمنية بكافة أبعادها عن طريق توظيف وسائل الإعلام وبما وصلت إليه من تقنيات عالية من إيصال المعلومات والمعارف التي تحمل الأسس والمفاهيم الأمنية، وتعمل على تعديل السلوك والاتجاهات نحو الأفضل .

وفي هذا الفصل سنتناول المواضيع التالية :

- الإعلام الأمني .
- الرأي العام .
- خصائص الرأي العام .
- الرأي العام وأثره في الحد من الجريمة .
- الرأي العام والأجهزة الأمنية في العالم العربي .

٣ . ١ الإعلام الأمني

ولا يقف الإعلام الأمني عند نقل المعلومات الأمنية الصادقة إلى الناس فحسب، بل يسعى إلى إيجاد وتأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق والتمشي بالتعليمات والأنظمة التي تكفل أمن الإنسان وسلامته في شتى مجالات الحياة، ومن ذلك تأصيل وتعميق التعاون والتجاوب مع مختلف قطاعات الدولة لما يحقق خدمة أوجه الأمن والاستقرار، وهذا يتطلب تعبئة الشعور العام، وتغذيته بالنافع المفيد، ليتقبل الإنسان ما تقتضيه سلامته وأمنه بروح عالية ومعنوية مرتفعة وهمة قوية ونفس راضية مطمئنة انطلاقاً من تعدد اختصاصات الإعلام الأمني، هذا على الصعيد الخارجي، اما على الصعيد الداخلي فإنه يتولى نشر المعرفة بين صفوف رجال الأمن أنفسهم وتزويدهم بكل جديد في مجال تخصصاتهم، وإقامة المحاضرات والندوات وكل وسائل التوعية الممكنة التي من شأنها أن تسهم في ترقية اهتماماتهم نحو الأفضل في أداء واجباتهم بكل إخلاص وتضحية (الجحني، ١٤٢١ : ٣٣).

إن قطاعات الأمن في الوطن العربي ومؤسسات الإعلام المختلفة هي القادرة ـ مهنياً وعلمياً ـ على تنفيذ استراتيجية الإعلام الأمني بما تستمده من رصيدها المعرفي وخبراتها السابقة شريطة إحداث تأثير إعلامي داخلي يكون من أولوياته تكريس الأمن والرضاء، وقيم العدل والخير والحرية المسؤولة في ظل الثوابت وقيم الأمة. ولا ننكر أهمية توظيف المواهب الإعلامية والمهارات لتحقيق أهداف رسالة الإعلام الأمني مركزين على جدوى الخصوصية التي يمكن أن تحظى بها الرسالة الأمنية في وسائل الإعلام من وقت ملائم ومساحة معقولة وكثافة منطقية وتدرج مدروس.

واذا كانت مهمة الأمن هي محاربة الجريمة والمحافظة على الأمن والتصدي للعابثين بأمن الأمة، فإن هذه المهمة ـ في الحقيقة ـ لا تقف عند هذا الحد بعينه، بل لا بد من إيجاد مناخ فعال ومثمر من التعاون الناجح بين رجال الأمن والجمهور في سبيل تحقيق الأمن والاستقرار، لأنه بدون التعاون البناء فإن الجهود من طرف واحد تظل محدودة الإمكانية وغير متكاملة، ولذلك فإن خير من يقوم بتعميق جسور التعاون هي وسائل الإعلام بما تمتلك من تأثير وقدرة على تنمية الوعي الاجتماعي وتوطيد الانسجام الداخلي.

إن مسؤولية الإعلام الأمني تتجه في الدرجة الأولى إلى محاولة تهيئة مناخ أمني مستقر تتم من خلاله التنمية الشاملة والتعاون الإيجابي بين رجل الأمن وبين أفراد المجتمع ومعرفة الآراء والاتجاهات وتبادل الأفكار بين رجال الأمن ورجال الإعلام وإيجاد قابلية وإحساس لدى المواطنين نحو أمن المجتمع ومصالحه وما يتطلب منهم، فالأمن مسؤولية تضامنية مشتركة والجميع ركاب في سفينة واحدة، فإذا كان ربان السفينة والذين على متنها بالطبع المجتمع برمته على درجة من الوعي واليقظة والحرص، فسيتنبهون إلى الخلل ويتعاونون على درء الأخطار مقدرين أهمية الأمن، فإذا قاموا بكل ذلك نجوا جميعاً ولو أن شخصاً واحداً عطل عليهم سفينتهم في ظل تساهلهم أو غفلتهم هلكوا جميعاً.

يقول الشاعر:

ولو ألف بانٍ خلفه هادم كفى فكيف ببان خلفه ألف هادم

هذا ومما يساعد على كسب ثقة الرأي العام وتعزيز التعاون مدى التزام رجال الأمن بالأصول المرعية سواء فيما يتعلق بتعاملهم أو في مظهرهم

وسلوكهم أو تأديتهم عملهم أو الجهود الإنسانية التي يمكن أن يقدموها لطفل ضل طريقه أو شيخ كبير يود قطع الشارع أو إنسان تعطلت سيارته أو إسعاف مريض أو إنقاذ غريق إلى غير ذلك من الخدمات الإنسانية الأخري.

فالعلاقة بين الجمهور ورجل الأمن تتطلب التعاون الإيجابي بين العديد من الجهات المعنية لخدمة مقاصد الأمن والتنمية الشاملة. هذا وتتضح أهمية رفع شعار إن كل مواطن إنما هو خفير أو رجل أمن مما يستوجب على أبناء الوطن العربي أن ينظروا إلى غيرهم ممن يقدرون أهمية التعاون بين الأجهزة الأمنية والجمهور (الجحني، ١٤٢١ : ٣٥؛ صديق، ٢٠٠٢ : ١٩).

هذا ولكي تتغير الصور السلبية والممارسات الخاطئة التي تشكو منها الأطراف المعنية، فإنه يتعين أن تبدأ أجهزة الأمن في الوطن العربي بتقويم ذاتها، بدءاً من عملية اختيار وتأهيل وتدريب العاملين في هذا الحقل وما تتطلب العملية الأمنية من كفاءات قيادية ومنشآت حديثة وأجهزة متطورة، فلنتصور أن إدارة ما من الإدارات التي لها علاقة بالجمهور تمارس مهامها في مبان نظيفة، وأن العاملين فيها يحسنون استقبال المراجعين وينهون إجراءاتهم أولاً بأول ومظهرهم جذاب ومنطقهم مهذب والآليات المسلمة لهم في حالة جيدة والأجهزة من اتصالات سلكية ولاسلكية ومحطات إنذار وحاسبات آلية وشبكات مراقبة تلفزيونية وكشافات وأرشيف معلومات وأثاث مكتبي متكامل وكراس للمراجعين ومطعم لمن يحتاج إلى وجبة غذائية، وأجهزة الأمن والسلامة متكاملة، وفوق هذا تفاعل وتعامل صادق ومخلص إذا كان هذا وغيره مما تحتاج متوفر فإن أفراد الجمهور من خلال الاحتكاك المباشر اليومي سينقلون صورة إيجابية عن الأمن ورجاله، وستكون أكبر دافع للتعاون مع الساهرين على الأمن (الجحني، ١٤٢١ : ٣٦).

وأحسب أن هذه الطريقة هي البداية الصحيحة لمرحلة جديدة من تغيير سوء فهم الرأي العام في الوطن العربي عن المؤسسات الأمنية، فالانطباعات السيئة التي خلفتها عهود الظلام والجهل والاستعمار والممارسات الخاطئة حتى أصبح ينظر إلى رجل الأمن في بعض الأقطار على أنه أداة للبطش والتنكيل والتعسف زاد على ذلك إساءة التصرف من البعض ممن يحسبون على رجال الأمن وتدني مستواهم الثقافي والمهني. وكل هذا لن يصل إلى مستواه المنشود إلا بتفاعل الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام، وتفاعل وسائل الإعلام مع الأجهزة الأمنية وأن يشكل كل منهما للآخر وللمجتمع روافداً تثري التنمية بكل مقومات النجاح والاستقرار.

ورجل الأمن يستطيع كذلك ـ كما مر بنا ـ الإسهام في توطيد أواصر الصداقة والثقة وكسب ود واحترام وتقدير الجمهور من خلال الإلمام الدقيق بواجباته ومسؤولياته.

أما على صعيد رسالة الإعلام الأمني فإنه يتعين علينا أن نشير إلى الآتي:

١ ـ التوعية الأمنية بحيث يترسخ في ذهن الفرد بأن عليه دوراً يجب أن يقوم به ومن ذلك أن يسد المنافذ التي قد تؤدي إلى تشجيع المجرم على ارتكاب جريمته مثل: اتخاذ الاحتياطات اللازمة للمحافظة على الاشياء الثمينة لديه أو على متجره ومنزله، وأن يتعاون مع جيرانه في الحفاظ على الأمن في حدود إمكانياته وإيجاد رأي عام مستنير ينبذ الإنحراف والمنحرفين ويقف صفاً واحداً ضد كل ما يعكر صفو الأمن والاستقرار (الجحني، ١٤٢١: ٣٧).

٢ ـ توفير المعلومات الصحيحة للرأي العام بقدر ما تقتضيه متطلبات المهنة مع دراسة وتحليل الاتجاهات وتوثيق العلاقة وغرس قيم الخير والمسؤولية والتضحية لخدمة الوطن وأمنه واستقراره.

٣ـ إمداد وسائل الإعلام بالأخبار التي تصدر عن أجهزة الأمن وتيسير سبل الحضور ومتابعة المنجزات والمشروعات والمناسبات الأمنية .

٤ـ تنظيم محاضرات وندوات لرجال الأمن انفسهم، واحاطتهم بكل ما يرفع من مستوى ادائهم وانتاجهم وينمي مستوياتهم المهنية والعلمية .

٥ـ إقامة الندوات وتنظيم المحاضرات وعقد المؤتمرات والمسابقات، والمهرجانات والمعارض من أجل إيجاد وعي أمني يسهم في بسط الأمن ويقطع دابر الجريمة والمخالفات والتجاوزات الأخرى .

٦ـ العمل من أجل إصدار المجلات والنشرات والكتب . . . بعد التأكد من جدوى وصلاحية محتواها الفكري والأمني .

٧ـ إعداد البرامج الأمنية وتقديمها للإذاعة والتلفزيون والمساهمة في الصحف اليومية وإيصال رسالة الإعلام الأمني إلى المواطنين بشكل واضح ومبسط ومدروس، وعبر منابر عديدة .

٨ـ تقديم المشورة اللازمة في كل ما يحقق مقاصد الأمن واحتياجاته الإعلامية .

٩ـ تنمية الوعي الأمني على جميع الأصعدة ووفق استراتيجية واضحة المعالم والأهداف .

١٠ـ إبراز الدور الذي تؤديه الأجهزة الأمنية في سبيل راحة وسلامة وأمن الفرد والمجتمع من خلال القيام بكل ما من شأنه أن يزيد من اهتمام أبناء المجتمع على إتقان دورهم في مسيرة التنمية وتعزيز أهمية العمل المنتج البناء للأمة . هذا ولابد من التأكيد على أن كل النقاط السالفة الذكر لابد وأن تستصحب معها التفاعل الخلاق،

وتحقيق الأمن الإعلامي الذي يكفل تدفق المعلومات الصحيحة للجمهور وأجهزة الإعلام عبر قنوات شرعية وبأسرع الطرق وفي وقت مناسب (الجحني، ١٤٢١ : ٣٩).

وثمة ملاحظة جديرة بالتنويه وهي أنه إذا كان رجل الإعلام الأمني بصدد معالجة كثرة الحوادث في مدينة ما، فإنه ينبغي طرح الموضوع من حيث بيان أهمية الالتزام بقواعد السير والسلامة وآداب الطريق واحترام الأنظمة والتعاون مع رجال المرور وضرورة الحصول على رخصة قيادة وأهمية ربط حزام الأمان والتحذير من مخالفة قواعد السير والتهور في القيادة وفي مجال آخر مثل مجال المخدرات فإن بيان أضرارها وتبصير الجمهور بآثارها الخطيرة وأن أي شخص يتعامل مع هذه الآفة ليس له إلا مصير واحد هو «الهلاك والدمار»، وفي مجال الدفاع المدني والحماية المدنية تأتي أهمية التركيز الإعلامي على توضيح أساليب الأمن والسلامة وأهمية توافر شروطها في المدرسة، والمصنع والعمارة والنيابة، إلى غير ذلك مما هو معلوم لدى الجهات المختصة إذ أن من أهم اولويات العمل الأمني في التعامل مع الكوارث هو الاهتمام الشديد بوسائل الإعلام والاتصال والتعامل مع ضحايا الكوارث وتشجيع الجمهور على الأعمال التطوعية، والمشاركة الإيجابية في التخفيف من الأضرار المحتملة، وتهيئة الناس للأحداث والأزمات وكيفية التعامل معها. وفي كل الأحوال فانه لابد من تطوير استراتيجيات مستقلة لكيفية التعامل مع وسائل الإعلام من خلال اتخاذ الإجراءات التالية:

١ ـ بناء علاقة وطيدة ومستمرة مع وسائل الإعلام.

٢ ـ تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات التي تحتاجها والتي تهم الأمن واستقرار المجتمع.

٣ـ الاستفادة من الأساليب والدروس التي نجحت إعلامياً في معالجة الكوارث والأزمات السابقة على مستوى العالم.

٤ـ الاهتمام بمراكز الطوارئ والمراكز الإعلامية وتجهيزها بما تحتاج إليه.

وعلى وجه الاجمال، فإن تصميم الاستراتيجيات لا يلغي حدوث الكوارث والأزمات، ولكن من المؤكد أنها تقلل من الأضرار وتعمل على احتواء الأخطار التي قد تتولد أثناء الحدث وبعده وهذا يجعل تحقيق المواءمة بين ما تقدمه المؤسسات الإعلامية وما تقدمه المؤسسات الأمنيةحيوي تتجسد في ديمومته الاتصال، وجاذبية البرامج واتساع نطاق التأثير.

والإعلام الأمني حديث النشأة في الدول العربية ومع حداثة عهده، فقد حاول وما زال يحاول إثبات وجوده وقد نجح وقطع أشواطاً متقدمة، فعلى مستوى الدول العربية منفردة فقد بذلت جهود في توظيف الرسالة الإعلامية بكافة أنواعها لمواجهة القضايا الأمنية وتوعية المواطن العربي بما يحقق المقاصد الأمنية ومن ذلك:

١ـ التوعية المرورية.

٢ـ التوعية بأضرار المخدرات وسبل مكافحتها.

٣ـ نشر أخبار الجرائم مع التأكيد على «أن الجريمة لا تفيد» وأن المجرم لا يمكن أن يفلت من العقاب.

٤ـ الإعلام في مجال الأمن والسلامة والوقاية من الأخطار.

٥ـ الدعوة لإبراز الدور الحقيقي لرجال الأمن وما يقومون به من مهمات ذات طابع إنساني اجتماعي.

ولا شك أن التوعية المرورية والتوعية في مجال مكافحة المخدرات نالت الاهتمام الأكبر من اهتمام الإعلام الأمني على المستوى القطري، وعلى

مستوى الدول العربية مجتمعة. من هنا فإنه لا يمكن أن نغفل الدور الذي يمكن أن يقدمه الإعلام الأمني في مجال التنشئة الاجتماعية السليمة، والتوعية بالانظمة واللوائح، وما يدخل في نطاق الوظيفة الإدارية والوظيفة القضائية مما يساعد على دعم رسالة الأمن ومعاونة أجهزته على أداء وظائفها داخل المجتمع، وهذا يدخل في نطاق أهداف الإعلام الأمني الوقائية والتوعوية والاجتماعية والسياسية والنفسية والثقافية.

٣ . ٢ الرأي العام

الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية طبقات المجتمع الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح الأغلبية مساً مباشراً وهو محصلة التفاعل بين مقومات البناء الاجتماعي أو مجموعة الوحدات التي لا تعيش منعزلة عن بعضها، بل تندمج وترتبط فيما بينها بروابط فعالة تؤثر كل وحدة منها في الأخرى كما تتأثر بها وقد يتخذ التفاعل شكلاً آخر وهو التصادم أو التناقض الذي يوجد الحركة ويدفع إلى التطور (التهامي، ١٩٧٢ : ٢٥)، ومن أهم هذه المؤسسات الفاعلة الأسرة حيث يتلقى الفرد مبادئه وقيمه وتراثه ويواجه بيئته المبكرة، ثم المدرسة وهي تقوم بدور أساس في تعليم وتوصيل المعرفة وتفسير المبادئ والتراث والتقاليد وتعميق القيم، كما تعتبر المؤسسة الدينية والإعلامية دعامة أساسية في تكوين الاتجاهات والتعبير عنها، فضلاً عن تشكيل أبعاد ظاهرة الرأي العام التي من أهمها :

أولاً : البعد التاريخي حيث تمثل ظاهرة الرأي العام تعبيراً عن تطور معين لجماعة ارتبطت بإقليم محدد وعاشت في زمن معين.

ثانياً : البعد الاقتصادي ويشتمل على محاور ثلاثة : الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وتأثير هذه القضايا على الرأي العام مؤكد وخاصة عندما يتعرض أي بلد لأزمة طاحنة.

ثالثاً : البعد السياسي حيث ردة الفعل تجاه الموقف أو الأزمة وأساليب التأييد أو المعارضة لهذا الرأي أو ذاك.

رابعاً : البعد السيكولوجي ويشير إلى الروح المعنوية التي توجه الرأي العام وتدفعه إلى الانطلاق والتفاعل الإيجابي مع الحدث (جابر، ١٩٨٢ : ١٩١)(الجحني، ١٤٢١ : ٢٣٤).

و الرأي العام يتكون من العديد من العناصر حيث تتفاعل مع بعضها، ومنها : النشأة والبيئة، الدين والتقاليد، الثقافة الاجتماعية، نوعية الثقافة، الوقائع والمشكلات، الزعماء والنخب في المجتمع، تأثير وسائل الإعلام والشائعات، التربية والتعليم والتجارب الإنسانية والحضارية، والظروف الحاليةً والمستقبليه، والأوضاع الثقافية والسياسية والأمنية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد تناول المهتمون أنواع الرأي وذلك من خلال البحث والتحليل، والمحاولات الجادة لدراسة أنماطه، وقد اتفقت معظم الآراء المستخلصة من الدراسات العلمية على أن انواع الرأي العام عديدة من ذلك على سبيل المثال :

رأي عام صريح وظاهر، رأي عام مؤقت، الرأي العام اليومي، رأي عام أغلبية، رأي عام أقلية، رأي عام مثقف، رأي عام منساق. . . (حاتم، ١٩٧٣ : ١٢٣).

٣ . ٣ خصائص الرأي العام

١ ـ يظل الرأي العام ساكناً كامناً حتى يبرز أمر يهم الجماعة .
٢ ـ يصبح الرأي العام الجاري هو محاولة للتقليل من التصادم والقلق وخيبة الأمل التي تنتاب بعض الجماهير .
٣ ـ يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية وتوافقه معها .
٤ ـ يصبح الرأي العام الباطني ظاهراً، أي أنه يكشف عن نفسه حينما يكون الدافع المؤثر قوياً، ويظهر للعيان .
٥ ـ الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للحوادث الهامة، والأزمات الطارئة والتي تمس هموم المجتمع وتلامس واقع الناس وأفراحهم وآلامهم .
٦ ـ إذا أعطى أي شعب فرصة التعليم والإعلام فإن الرأي العام فيه يبدو صلب العود ولا يسهل خداعه عن طريق الدعاية أو تضليله بالشائعات .
٧ ـ الرأي العام هو نبض الشارع والتعرف عليه ضرورة تمليها المصالح وصناعة القرار السليم (حاتم، ١٩٧٣ ؛ عبدالحليم، ١٤٠٠ ؛ الأبياري، ١٩٨٥) .

وتأسيساً على ما تقدم فان أفضل السبل لحماية الرأي العام من الجريمة وشتى صنوف الانحرافات تكمن في تحصين المجتمع وتعميق إيمانه بدينة وبأهداف أمته ومنع كل ما من شأنه انحراف الرأي العام سواء بفعل الجهل أو بفعل التيارات المضللة والمدسوسة وهذا يحتاج إلى توعية الرأي العام وتبصيره من جهة وإلى تحليل وقياس الرأي العام من جهة ثانية لمعرفة ما ينطوي عليه أصلاً وما يلقى فيه فعلاً من شوائب (الفارسي، ١٤٠٧ : ٤١) (جابر، ١٩٨٢ : ١٩١) .

إن الرأي العام في العالم العربي سريع التأثر بما يُشاهد ويسمع ويقرأ من حوادث وآراء وأنباء مما يسهل على وسائل الإعلام العربية التمتع بثقة الجمهور فتعمل على توجيه أفكاره ومشاعره إلى الاتجاه المناسب (الجحني، ١٤٢١ : ٢٣٧).

ولا شك أن هناك بعض الباحثين الذين يرون أن خير استراتيجية للوصول بالرأي العام إلى تحقيق التعاون الأمني الإيجابي من محاربة للرذيلة، والانتصار للفضيلة هو أن تعمل وسائل الإعلام على تكثيف الحملة الإعلامية على الإجرام والمجرمين ومحاربة كل خارج عن المبادئ والقوانين والآداب المرعية، وبث روح احترام آدمية الإنسان وكرامته والنظام، مع العمل الدؤوب على انتهاز كل فرصة ممكنة لتنفير الجمهور من الجريمة واستهجان عمل الجاني والابتعاد ما أمكن عن السياقات التي قد يستشف منها العطف على المجرم، أو التماس العذر له، أو وصفه بصفة من الصفات المحببة للجمهور كالرجولة أو الشجاعة أو الجرأة أو المهارة أو الذكاء أو الوفاء. بل يمكن أن يصور رجل الإعلام المحترف للقارئ أو المشاهد حالة المجني عليه وأسرته الذين تركوا بغير عائل يرعاهم ويقوم على شؤونهم. وهذا أمر يتطلب من رجل الإعلام أن يستخدم كل ما أوتي من كياسة، ومهارة وحذق ودقة في التقدير وبراعة في الأسلوب (شحاتة وآخرون، ١٩٨٧ : ٢٤).

٣ . ٤ الرأي العام واثره في الحد من الجريمة

لا نزاع في أن الرأي العام في أي بلد من البلدان له أثره في مكافحة الجريمة لأن حراسة الأمن ومحاربة الإجرام تحتاج إلى جهود الأمة لتتظافر مع جهود الحكومة وليس هناك جهاز أمن في الوجود مهما بلغ من الكفاءة ودقة النظام يستطيع أن يقوم بمهمة حفظ الأمن إذا لم يلق من الرأي العام

المعاونة والتأييد الكاملين، فحسن القيام بهذه المهمة لا يتحقق إلا اذا أدرك الجمهور حق الإدراك بأنه متضامن في مسؤولية القضاء على الإجرام وأن نصيبه في هذا الجانب لا يقل عن نصيب رجل الأمن، ولذلك كان من أنجح الاستراتيجيات التوعوية إعداد الرأي العام ضد الإجرام، وجعل الجمهور يشعر بمسئوليته من هذه الناحية وبقدرته على مكافحة الإجرام. فالإجرام ما هو في الواقع إلا حرب قائمة ضد المجتمعات وواجب الحكومات حماية الفرد والجماعة، يقابله ويتممه من جانب ذلك الفرد والجماعة واجب المعاونة والمساندة، فالمسؤولية تضامنية مشتركة (التهامي، ١٩٧٢) (إمام، ١٩٨٢) (شحاته وآخرون، ١٩٨٧ : ٢٥).

٣ . ٥ الرأي العام والأجهزة الأمنية في العالم العربي

إن الرأي العام العربي لا ينقصه مطلقاً حسن الاستعداد للتعاون مع السلطات الأمنية في مكافحة الإجرام غير أن هذا الاستعداد يعوزه الكثير من التوعية والتوجيه ويتأثر بذلك العامل المنتشر بين كثير من أفراد المجتمع، وهو عامل الجهل وما يتفرع عنه من قصر النظر وضعف الإدراك للواجب العام الذي يحمل على الاعتقاد أن واجب مقاومة الجريمة إنما هو من شأن الحكومة وحدها وأنه لا دخل له فيه وكذلك من الدوافع ما قد يعانيه المبلغ عن حالات معينة من مضايقات ومساءلات تصل إلى حد الإهانة مما يولد في نفس المبلغ إحباطات وردة فعل سيئة. وقد يكون منها دافع الخوف في حالة التبليغ أو الشهادة ومنها دافع التهرب من افتراض تعطيل مصلحة شخصية أو التعرض للمضايقة بسبب طول إجراءات التحقيق وتعقيدها وكثرة التأجيلات وصعوبة المواجهات كما ذكرنا وهو المظهر السلبي لعدم التعاون في شكل الوقوف من الإجرام موقف المتفرج أو موقف الإهمال وعدم الاكتراث. والأمثلة في هذا النوع الأخير تبدو في عادة التستر وفي

عدم قيام البعض بعمل جدي من أعمال الوقاية لحماية نفسه ضد الإجرام وإلقاء كل العبء على رجال الأمن. (الجحني، ١٤٢١: ٢٤١).

فنرى الواحد مثلاً لا يتخذ الاحتياطات الضرورية في منزله في حالة سفره، أو تراه إذا ما اقتنى ثروة اكتفى بوضعها في منزله بدلاً من ايداعها في البنوك أو مكان محصن مأمون، وتراه اذا ما استقدم خادماً عنده لا يوجه أي عناية للاستقصاء عنه، أو إذا كان صاحب مؤسسة فإنه لا يعير أي اهتمام للعاملين تحت مسؤوليته. إن التعاون بين رجال الأمن والجمهور يجب أن يقوم على أساس تبادل المعونة بمعنى أن الأجهزة الأمنية ومن خلال الإعلام الأمني يجب أن لا تكف من جانبها عن انتهاز كل فرصة ممكنة لإرشاد الجمهور إلى ما يجب أن يقوم به إنطلاقاً من أن للرأي العام دوره كقوة ضاغطة تستهجن ارتكاب الجريمة في حالة تغذيته بما يسهم في استتباب الأمن، والتعاون الجاد فيما يحقق خدمة التنمية وصون المكتسبات والمنجزات.

إن إيجابيات الإعلام الأمني في تعزيز مسيرة الأمن والاستقرار كثيرة شريطة توفير الإمكانات والكوادر المؤهلة ومن خلال ذلك يمكن أن يسهم في إنجاز ما يلي:

١ ـ يسمح الإعلام الأمني بانسياب وتدفق المعلومات الصحيحة للرأي العام وأجهزة الإعلام الأخرى عبر قنوات شرعية للحيلولة دون التأويلات والتكهنات والشائعات.

٢ ـ يمكن من خلال الإعلام الأمني إطلاع الرأي العام على حجم المخاطر والتحديات المعاصرة.

٣ـ تقديم صورة متكاملة عن حالة الأمن والجهود المبذولة وحركة الجريمة داخل المجتمع.

٤ ـ يمكن من خلال الإعلام الأمني رصد الظواهر الإجرامية على الصعيد المحلي والدولي وتحليل مدلولاتها لإمكانية التوقع والتنبؤ بها لمكافحتها (الزعنون، ١٤٢٠ : ١٧).

٥ ـ حجب المعلومات الصحيحة عن الأمن والجريمة يؤدي إلى انتشار الشائعات والأقاويل ويدفع الإنسان للحصول على المعلومات من مصادر أخرى قد تكون معادية أو تعمل على تأويل الأحداث. خصوصاً أن العصابات الإجرامية أصبحت تسيطر على الكثير من الصحف والقنوات الإعلامية الخارجية، أو من خلال تضخيم الحدث من أجل التسويق وتحقيق الربح.

٦ ـ من خلال الإعلام الأمني يتم قياس اتجاهات الرأي العام تجاه شتى القضايا المطروحة على الساحة، ومن ثم اتخاذ التدابير المناسبة في ظل الصلات المتبادلة بين رجال الأمن وبين الجمهور .

٧ ـ نشر الجهود الأمنية التي تتبع في مكافحة الجريمة والأجهزة التقنية المستخدمة في كشف الجرائم والقدرة التدريبية العالية للأجهزة الأمنية بطرق حذره ومدروسه تردع كل من تسول له نفسه ارتكاب جريمة لعلمه أن فرصة الإفلات من العقاب تبدو مستحيلة.

٨ ـ إن النشر الصحيح يتيح الفرصة للتعرف على الأخطاء التي وقع فيها الضحايا وبالتالي يعمل المواطنون على تفاديها.

٩ ـ إن نشر صور المتهمين الهاربين الخطيرين يساعد على عمليات الضبط ويدفع الجمهور لتقديم المعلومات اللازمة للقبض على الجناة أو الحذر من حبائلهم.

١٠ ـ يمكن من خلال الإعلام توضيح الأنظمة والقوانين واللوائح وتبصيرهم بالحقوق والواجبات ومنع التذرع بالجهل بالقوانين (الجحني، ١٤٢١ : ٢٤٤).

١١ ـ يمكن من خلال الإعلام الأمني استقبال شكاوي الجمهور ودراستها عبر القنوات الرسمية بأسرع وقت معززة العلاقة بين المواطن والأجهزة الأمنية.

١٢ ـ يمكن من خلال الإعلام الأمني تعريف الجمهور بحقوقهم وواجباتهم وحقوق وواجبات رجل الأمن وذلك لمنع تعسف بعض رجال الأمن وأن رجل الأمن ليس خارجاً عن نطاق المسؤولية والمحاسبة.

١٣ ـ يمكن عرض بعض الصور والمشاهد الحية لمجرمين ضلل بهم أو تابوا من أعمال انحرافية.

١٤ ـ يمكن من خلال الإعلام الأمني اعتراف أجهزة الأمن بأخطائها إذا حصلت لأن الاعتراف دليل قوة مع بيان أن المخطئ سينال عقابه.

١٥ ـ حث الرأي العام على اتخاذ مواقف سلبية من المجرمين الذين يشكلون خطراً على مسيرة المجتمع وأمنه (الزعنون، ١٤٢٠ : ١٨).

١٦ ـ يمكن استخدام الإعلام الأمني في تعميق علاقة المواطن بالسلطة والمشاركة في الأحداث والمناسبات وصنع القرار (الزعنون، ١٤٢٠ : ١٩).

١٧ ـ توعية الجمهور وتنمية القدرة على توقع الأحداث الإجرامية والظواهر السلبية ومظاهر الإنحراف في المجتمع، للتصدي لهذه الظواهر السلبية.

١٨ ـ تبصير أفراد المجتمع بخطورة الجريمة وتعميق كراهيتهم لها حتى لا يقعوا ضحية لها .

١٩ ـ تنبيه أفراد المجتمع بالوقاية من الجرائم التي تقع نتيجة الإهمال والتهاون .

٢٠ ـ التعريف بالأنظمة بطريقة مبسطة ، وتوضيح بعض المخالفات التي يجهلها كثير من المواطنين (الجحني ، ١٤٢١ : ٢٤٥) .

٢١ ـ توجيه أفراد المجتمع لاحترام الأنظمة والانضباط الاجتماعي .

٢٢ ـ عدم الاكتفاء بنشر الجرائم أو الأخبار ذات الأثر السلبي على المجتمع ، بل شرح الدوافع المؤدية إلى إتيان ذلك السلوك والتعليق عليه .

٢٣ ـ مواجهة الظواهر الاجتماعية والمشكلات الأمنية الطارئة والتي تؤثر على نمو وتقدم المجتمع مثل التشرد والتسول وغير ذلك .

٢٤ـ تهيئة المجتمع لتقبل الأشخاص الذين ارتكبوا الجريمة أو أمضوا فترة العقوبة لضمان عدم انعزالهم أو عودتهم مرة أخرى .

إن هذه النقاط وغيرها يجب أن تحكمها ضوابط المصلحة المبنية على استراتيجية واضحة الأهداف ، والمقومات والوسائل والآليات فلكل مجتمع خصوصيته وخصوصية الحياة الأمنية فيه وخصوصية المواضيع والأحداث والمصادر ، والجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية ، ونجاح الإعلام الأمني في أداء رسالته هو نجاح للجهاز الأمني في أي دولة ، ونجاح الأجهزة الأمنية يعتمد أساساً على توظيف الإمكانات والطاقات وعلى قدرتها في مواكبة التطورات العلمية والعملية التي تحتم عليها تحدياً كبيراً يستوجب إثبات قدرتها على ملاحقة المستجدات في عالم متغير تحمل أيامه كل جديد

في شتى المجالات، كما تحمل المفاجآت والأزمات في نفس الوقت. وباختيار الكفاءات المؤهلة يتحقق الأمل المنشود كما أن هذا من شأنه أن يقيم الحجة على دعاة التسلية في وسائل الإعلام العربية، ويفند اعتذارهم بأن ضآلة المادة الأمنية في الإذاعة والتليفزيون والصحافة عائد إلى عدم تجاوب الأجهزة الأمنية في بعض الدول العربية، وإحجامهم عن المشاركة الفاعلة من خلال وسائل الإعلام. (الجحني، ١٤٢١: ٢٤٦).

وأخيراً فإن الإعلام الأمني يستطيع أن يواكب المستجدات ويغذي الرأي العام بطرح متزن بما يعزز الأمن والاستقرار من خلال تسخير الوسائل الإعلامية المتاحة لخدمة أمن واستقرار المجتمع.

الفصل الرابع

العلاقات العامة والبحث العلمي

٤ . العلاقات العامة والبحث العلمي

إن الناظر فيما تقدمه البحوث العلمية المتعمقة من خدمات واسهامات جليلة على كل صعيد يجد أنه بالفعل يصح أن يطلق على هذا العصر عصر البحث والتفوق العلمي أو عصر انفجار المعلومات للكم الهائل من المعلومات التي وفرتها قنوات عديدة وخدمات الانترنت . وهذا الفيض من المطبوعات جعل مراكز البحوث والباحثين أمام ضرورة اقتضتها ظروف العصر وأملاها تدفق المعلومات الكثيف بشكل لابد معه من أن تلجأ تلك المؤسسات إلى التركيز على جملة من الأهداف وبحسب ما يتوافق مع تخصصها وأغراضها العلمية .

والبحوث في مجالات العلاقات العامة وأنشطتها لها مواصفات ومقاييس متى اختلت تعثر البحث العلمي وقلت جدواه .

وفي هذا الشأن يحسن أن أوضح أهمية البحث العلمي ومعوقاته ومواصفاته ومقاييسه كمرتكز مهم في نجاح خطط ومشاريع العلاقات العامة لأنه بدون البحوث والاستقصاء لا يمكن التعرف على طريقة تفكير الناس ، وردود أفعالهم المتوقعة تجاه الظروف والأحوال المختلفة .

هذا ونتناول في هذا الفصل النقاط التالية :

- أهمية البحث في مجال العلاقات العامة والإنسانية .
- تجربة ونموذج
- معوقات البحث العلمي .
- مواصفات الباحث في مجال العلاقات العامة .
- التعاون مع مراكز وإدارات البحوث .

٤ . ١ أهمية البحث في مجال العلاقات العامة والإنسانية

يعني البحث في مجال العلاقات العامة تجميع المعلومات والبيانات والحقائق وتحليل مختلف العوامل المؤثرة على علاقات المنشأة داخلياً وخارجياً . والحديث يطول في التفصيل بين الحقائق الموضوعية Objective Facts وهي الحقائق التاريخية والمادية التي يمكن ملاحظتها وقياسها بالرجوع إلى مصادر متعددة، والحقائق الذاتية أو الشخصية Subjective facts المرتبطة بما يفكر فيه الناس وما يشعرون به في وقت معين وهي معلومات يتسنى الوقوف عليها من خلال مسح الاتجاهات Attitude Survey إن البحث وجمع الحقائق والمعلومات عن اتجاهات الرأي العام لجماهير المنشأة الداخلية والخارجية وأفكار هذه الجماهير وميولها نحو المنشأة وأهدافها وسياساتها وبرامجها وإنجازاتها هي الأساس الذي يقوم عليه برنامج العلاقات العامة (هاشم، ١٩٩٦ : ١٢٧) .

وباتمام خطوة تجميع المعلومات والحقائق، فإنه يمكن البدء في وضع السياسات والاستراتيجيات الخاصة ببرامج فعالة للاتصال .

هذا ولا شك أن جمع المعلومات والبيانات والحقائق عن اتجاهات الجمهور المستهدف يساعد في تحقيق عديد من الأهداف وبصفة خاصة الأهداف التالية :

١ ـ يساعد البحث في سد الثغرة التي يحدثها انعزال الإدارة العليا عن الاتصال الشخصي بجماهير المنشأة، ويوفر لها تغذية مرتجعة (Feedback) عن إدراك وآراء واتجاهات جماهير المنشأة، وكذا القدر من السمعة والثقة التي تتوافر لدى جماهيرها .

٢ ـ يساعد البحث في تحسس الاتجاهات الأساسية لجماهير المنشأة وما تحتاج هذه الجماهير معرفته حتى يمكن إعداد وصياغة الرسائل المناسبة (Messages) التي توجه لهذه الجماهير باستخدام وسائل الاتصال المناسبة التي تناسب كل جمهور من هذه الجماهير، وهذا توفره البحوث والدراسات.

٣ ـ يساعد البحث في الوقوف على الإدراك الحقيقي للجمهور وليس مجرد انطباعات عنه. ويمتد بحث إدراك الجمهور ليشمل الصورة الذهنية للمنشأة لدى الجمهور حتى يمكن فيما بعد توجيه الاعتبار إلى الاتجاهات والمدركات الايجابية والسلبية عند تصميم برنامج العلاقات العامة.

٤ ـ يساعد البحث في الوقوف على أوجه القوة للمنشأة والتي نقيم ونبني عليها السمعة الطيبة.

٥ ـ يساعد البحث في التعرف على قادة الرأي (Opinion Leaders) الذين يمكنهم التأثير في الجماهير المستهدفة (Target Audiences).

٦ ـ يساعد البحث في توفير الوقت والتكلفة بالتركيز على أهداف صحيحة وجماهير رئيسة (Key Audiences).

٧ ـ يساعد البحث في عمل اختبار أولي للرسائل (Messages) ولقنوات الاتصال (Communication channels) المقترحة وذلك على أساس تجريبي قبل تنفيذ البرنامج الكامل للعلاقات العامة.

٨ ـ يساعد البحث في تحقيق اتصال ذي اتجاهين (Tow-Way Communication) حيث أن المعلومات المرتدة أو المرتجعة من الجماهير (Feedback) يمكن أن تستخدم في تعديل وتوفيق الرسائل

الموجهة إلى الجمهور، وكذلك تفيد في اختيار وسائل الاتصال المناسبة (Media).

٩ ـ يقلل البحث من المخاطرة ويزيد من قدرة المنشأة على اتخاذ قرارات مسئولة وقائمة على حقائق ومعلومات وتغذية مرتجعة Feedback.

١٠ ـ يساعد البحث في الكشف عن مواقع ومواطن الاضطرابات والتهديدات والمشاكل، والتحذير المبكر منها للتعامل معها ومعالجتها قبل تعاظمها، حيث أن المشاكل نادراً ما تحدث فجأة إذ هي تبدأ اولاً كظواهر مزعجة ثم تكبر وتتفاقم وتنفجر.

١١ ـ يساعد البحث في مساندة وتدعيم الاقتراحات والتوصيات التي يقدمها أخصائيو العلاقات العامة للإدارة العليا التي تريد أن تصل إليها حقائق وليس مجرد انطباعات أو تخمينات. وبذلك يساعد البحث في ضمان إقرار الإدارة لاستراتيجية العلاقات العامة بالمنظمة.

١٢ ـ يساعد البحث في توفير المعلومات والحقائق التي يؤسس عليها برنامج العلاقات العامة (هاشم، ١٩٩٦ : ١٣٠).

لا شك أن ما كتب في مجال العلاقات العامة والإنسانية يمتد ليشمل دراسة أهداف المنشأة وتاريخها وطبيعة عملها وحجمها وخططها المستقبلية وتنظيماتها الإدارية وسياساتها وبرامجها وانجازاتها وموقفها بالنسبة للمنشآت الأخرى المماثلة واحتمالات نموها وأنظمة العمل بها ومركزها المالي والمشاكل التي تواجهها سواء كانت داخلية أو خارجية والعوامل التي أدت إلى وجودها وكذلك المشكلات المحتمل مواجهتها في المجالات المختلفة للمنشأة (هاشم، ١٩٩٦ : ١٣٠).

كذلك من الأهمية بمكان دراسة حاجات المنشأة وأوجه قوتها (Strengths) وأوجه ضعفها (Weaknesses) فهذه كلها مجالات أساسية يجب فحصها ودراستها عند تخطيط برنامج العلاقات العامة.

كما أنه يجب دراسة مختلف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة والتي تؤثر في تكوين اتجاهات الرأي العام للجماهير المعنية.

والحق أن البحث في مجال العلاقات العامة عملية مستمرة حيث أن نشاط العلاقات العامة ذاته نشاط مستمر بطبيعته. ولا يقتصر إجراء البحث على فترة القيام بالحملة الإعلامية (Informational campaign) وإنما البحث مستمر للوقوف على اتجاهات الرأي العام الذي هو ديناميكي وحركي بطبيعته متأثراً في ذلك بالأحداث والمواقف والظروف المتغيرة. كذلك تبرز أهمية البحث عند تخطيط مجالات نشاط العلاقات العامة وتنفيذها وأيضاً عند مراجعتها للوقوف على مدى نجاح الخطة أو البرنامج الموضوع (هاشم، ١٩٩٦: ١٤١).

وتأسيساً على ذلك كان من أهم ما ينبغي أن يعنى به في مجال العلاقات العامة البحث العلمي الذي ينطلق من الإيمان بأهميته، فهو طريق الأجيال نحو غد آمن مستقر، وهو معبر الدول من التخلف والتخبط إلى التقدم والتخطيط المدروس وحل المشاكل. وما من أمة أخذت به إلا أوصلها إلى ما تبتغيه. فالمشكلات الكثيرة والتحديات المتعددة في كثير من دول العالم الثالث إنما تعزى معظم أسبابها إلى إغفال بحث الظواهر والحوادث واقتراح الحلول وفق الأسلوب العلمي المدروس والقائم على التخصص والمنهجية.

إن إدارات العلاقات العامة لا يمكن أن تعمل بعيداً عن البحث العلمي وإيجابياته، فبالإضافة إلى مراكز البحث المتخصصة فيها والتي تستجيب

مباشرة لاحتياجاتها وتخطيطاتها، فإن ذلك لا يحول ـ بطبيعة الحال ـ دون الاستعانة ببقية مراكز البحث العلمي المتخصصة في الجامعات ومراكز البحوث نظراً لما يمثله البحث العلمي من أهمية لكافة أنشطة العلاقات العامة ومن ذلك الوجوه التالية :

١ ـ أنه من خلال البحث العلمي يمكن تتبع تطور اتجاهات الظواهر والسلوكيات غير السوية في المجتمع إحصائياً، والتنبؤ بهذه الاتجاهات مستقبلاً في ضوء ما يجري في المجتمع من تطورات، وأحداث، وكذلك الكشف عن اسبابها واساليب مقاومتها وهذا من شأنه أن يساعد في إيجاد الحلول والتصدي والمجابهة لكل ما يؤثر على كفاءة العمل والأداء.

٢ ـ تتبع حركة المجتمع وتطوراته، والكشف عن المشاكل الجديدة فيه، والتي قد تستوجب أن تضطلع الجهات المعنية بدور فعال في حلها أو الاستعداد لمواجهتها.

٣ ـ تقويم أساليب أداء العاملين في المنشأة لواجباتهم، كل في مجال اختصاصه مع اقتراح التعديلات الواجب إدخالها في النظم وفقاً للمستجدات والظروف الزمانية والمكانية.

٤ ـ تطويع العلم لخدمة أغراض المنشأة وخدمة المجتمع.

٥ ـ تدريب رجال العلاقات العامة على التفكير العلمي السليم في حل المشاكل والمعوقات التي تقابلهم في حياتهم العملية، وذلك من خلال صياغة الأسئلة الصحيحة والنقد البناء والتقويم السليم.

٦ ـ تنمية القدرات الابداعية لدى العاملين في مجال العلاقات العامة بحيث تشكل لديهم حساً بمشاكل المجتمع وأمانة في التعامل مع

النصوص وثقة في النفس وشجاعة أدبية وحساسية للمشكلات وقدرة على التحليل.

٧ـ التعامل مع جمهور المنشأة من خلال إجراء الدراسات والبحوث العلمية سواء كانت بحوث استطلاعية (Explorators Researches)، أو بحوث وصفية (Descriptive Researches) أو بحوث تفسيرية (التعليلية) (Explanatory Researches)، أو البحوث التاريخية (Historical Researches).

٨ـ يساعد على بلوغ الأهداف المتوخاة من التعليم والتأهيل المهني الجيد والاحتكاك بالأجهزة المماثلة في العالم واكتساب خبرات جديدة ترفع من مستوى العاملين لوظائفهم ونقل ما يصلح للتطبيق.

٩ـ البحث العلمي يساعد على توفير قواعد معلومات متكاملة ومنظمة، إذ أن الدول المتقدمة قد اتجهت إلى تكوين مراكز للمعلومات العلمية تستخدم فيها أحدث الأنظمة وأدقها، حيث تقوم بجمعها وتحليلها وتخزينها بعد تبويبها وتصنيفها بما يخدم الغرض، ويمكن من استرجاعها عند الحاجة اليها بيسر وسهولة، ويتولى الحاسب الآلي هذا الدور في حفظ المعلومات واسترجاعها إذ لا يتصور أن يكون هناك عمل منظم سليم دون أن تتوافر المعلومات الصحيحة، كما أن الاهتمام بالمعلومات المتحصلة لا تقل أهمية عن جمعها من مصادرها المتعددة. ومن هذا المنطلق برزت الحاجة إلى تطوير أساليب وخطط العمل في العلاقات العامة، وإدخال التقنيات الحديثة من خلال استخدام جهاز الحاسب الآلي وصولاً إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

أ ـ تحقيق عنصر الشمول والتكامل للمعلومات .

ب ـ توفير عنصر الحماية اللازمة من اعتبارات التلف أو الفقد .

ج ـ ضمان الدقة في رصد واسترجاع المعلومات عند الحاجة .

د ـ توحيد طرق نقل وتبادل المعلومات والتخاطب بها .

هـ ـ اختصار الوقت والجهد .

و ـ التحديث المستمر للبيانات والمعلومات المحفوظة لتحقيق فاعلية الاعتماد عليها والاستفادة منها .

ز ـ التوسع في طرق الاستعلام والبحث الفني بما يحقق الفائدة المرجوة من قطاع المعلومات .

ح ـ تجنب الاعتماد الكامل على العنصر البشري، وبالتالي تجنب احتمالات الخطأ .

ط ـ تذليل مشكلة توافر الحيز المكاني الذي يستوعب الحجم الهائل للمعلومات المحفوظة والمستجدات وتحقيق السرعة المطلوبة .

٢ . ٤ تجربة ونموذج

في سياق تجارب الدول في مجال اهمية توفر الدافع والرغبة في البحث والتعليم والتفوق، ننظر إلى اليابان من خلال قصة طالب ياباني يملك الاستعداد والطموح والرغبة الأكيدة في خدمة بلده والإنسانية (تاكيو أوساهيرا) الذي ابتعث من قبل حكومته إلى المانيا للدراسة في جامعة هامبورج، يقول هذا المواطن الياباني عن تجربته مع الابتعاث والتعلم (سفر، ١٤٠٩ : ٨٨) : «لو أنني اتبعت نصائح أستاذي الألماني الذي ذهبت لأدرس على يديه في جامعة هامبورج لما وصلت إلى شيء . كانت حكومتي

قد أرسلتني لأدرس أصول المكانيكا العلمية وكنت أحلم بأن أتعلم كيف أصنع محركاً صغيراً، كنت أعرف أن لكل صناعة وحدة أساسية أو ما يسمى موديل وهو أساس الصناعة كلها، فإذا عرفت كيف تصنعه وضعت يدك على سر هذه الصناعة كلها. وبدلاً من أن يأخذونني الأساتذة إلى معمل أو مركز تدريب عملي، أخذوا يعطونني كتباً لأقرأها، وقرأت حتى عرفت نظريات الميكانيكا كلها، ولكنني ظللت أمام المحرك وكأنني اقف أمام لغز لا يحل، وفي ذات يوم، قرأت عن معرض محركات إيطالية الصنع كان ذلك أول الشهر وكان معي راتبي وجدت في المعرض محركاً قوة حصانين ثمنه يعادل مرتبي كله، فأخرجت الراتب ودفعته وحملت المحرك وكان ثقيلاً جداً، وذهبت إلى حجرتي ووضعته على المنضدة، وجعلت أنظر إليه كأنني انظر إلى تاج من الجواهر. وقلت لنفسي: هذا سر قوة أوروبا لو استطعت أن أصنع محركاً كهذا لغيرت اتجاه تاريخ اليابان» (سفر، ١٤٠٩: ٨٨).

واستمر المبتعث الياباني في وصف قصته قائلاً: «وطاف بذهني خاطر يقول: إن هذا المحرك يتألف من قطع ذات أشكال وطبائع شتى، مغناطيس كحدوة حصان، وأسلاك، وأذرع وعجلات، وتروس وما إلى ذلك، لو أنني استطعت أن أفكك قطع هذا المحرك وأعيد تركيبها بالطريقة نفسها التي ركبوها بها ثم شغلته فاشتغل أكون قد خطوت نحو سر (موديل) الصناعة الأوروبية.

وبحثت في رفوف الكتب التي عندي حتى عثرت على الرسوم الخاصة بالمحركات وأخذت ورقاً كثيراً وأتيت بصندوق أدوات العمل ومضيت أعمل: رسمت منظر المحرك بعد أن رفعت الغطاء الذي يحمي أجزاءه ثم جعلت أفككه قطعة قطعة وكلما فككت قطعة رسمتها على الورق بغاية

الدقة واعطيتها رقماً وشيئاً فشيئاً فككته كله ثم أعدت تركيبه وشغلته فاشتغل كاد قلبي يقف من الفرح. استغرقت العملية ثلاثة أيام، كنت آكل في اليوم وجبة واحدة ولا أصيب من النوم إلا ما يمكنني من مواصلة العمل. وحملت النبأ إلى رئيس بعثتنا فقال: حسناً ما فعلت، الآن لا بد أن أختبرك، سآتيك بمحرك متعطل وعليك أن تفككه وتكتشف موضع الخطأ وتصححه وتجعل هذا المحرك العاطل يعمل وكلفتني هذه العملية عشرة أيام. عرفت أثناءها مواضع الخلل فقد كانت ثلاث من قطع المحرك بالية متآكلة صنعت غيرها بيدي صنعتها بالمطرقة والمبرد» ويواصل حديثه قائلاً:

«بعد ذلك قال رئيس البعثة، عليك الآن أن تصنع القطع بنفسك ثم تركبها محركاً، ولكي أستطيع أن أفعل ذلك التحقت بمصانع صهر الحديد وصهر النحاس والألمونيوم بدلاً من أن أعد رسالة الدكتوراه كما أراد مني اساتذتي الألمان تحولت إلى عامل ألبس بدلة زرقاء، وأقف صاغراً إلى جانب عامل صهر معادن، كنت أطيع أوامره كأنه سيد عظيم، حتى كنت أخدمه وقت الأكل مع أنني من أسرة ساموراي، «ولكنني كنت أخدم اليابان وفي سبيل اليابان يهون كل شيء».

قضيت في هذه الدراسات والتدريبات ثماني سنوات، كنت أعمل خلالها ما بين عشر وخمس عشرة ساعة في اليوم بعد انتهاء يوم العمل كنت آخذ نوبة حراسة، وخلال الليل كنت أراجع قواعد كل صناعة على الطبيعة.

وعلم الامبراطور بأمري فأرسل لي من ماله الخاص خمسة آلاف جنيه، اشتريت بها أدوات مصنع محركات كاملة وأدوات وآلات. وعندما أردت شحنها إلى اليابان كانت النقود قد فرغت فوضعت راتبي وكل ما ادخرته وعندما وصلنا إلى (نجازاكي) قيل لي: إن «الامبراطور يريد أن يراني. قلت لن استحق مقابلته إلا بعد أن أنشئ مصنع محركات كامل».

ويواصل هذا الدارس شرح قصته بقوله : «استغرق ذلك ـ العمل ـ تسع سنوات، وفي يوم من الأيام حملت مع مساعدي عشرة محركات صنعت في اليابان قطعة قطعة حملناها إلى القصر ووضعناها في قاعة خاصة، بنوها لنا قريباً منه وأدرناها ودخل الأمبراطور وانحنينا نحييه وابتسم»، وقال: «هذه أعذب موسيقى سمعتها في حياتي: صوت محركات يابانية خالصة».

واختتم أوساهيرا الياباني موضوعه بالقول: «هكذا ملكنا الموديل وهو سر قوة الغرب ونقلناها إلى اليابان، نقلنا قوة أوروبا إلى اليابان، ونقلنا اليابان إلى أوروبا، ثم وبعد ذلك نمت عشر ساعات كاملة لأول مرة في حياتي منذ خمس عشر سنة» (سفر، ١٤٠٩ : ٨٨).

انتهت قصة (تاكيو أوساهيرا) إنها قصة مدهشة حقاً، ومثيرة للإنتباه وأعظم ما فيها هو : هذا الانتماء الكامل والولاء الصادق والاستسلام المدهش لحاجة الأمة الحقيقية والعشق الواضح للعلم والبحث والتفوق والعمل المنتج والطموح الذي لا يعرف الملل أو الكلل. وهذا هو في الحقيقة واحد من أسرار تفوق اليابان حيث آمن واقتنع الشعب الياباني بأهمية البحث العلمي والعمل المثمر البناء.

والحق أن التجربة اليابانية خير مثال، فتلك الأمة التي انغلقت على نفسها زمن غير قصير، كان من الممكن أن تظل مثل غيرها، لاهثة خلف ما تمن به الدول المتقدمة عليها، ولكن جاء الانفتاح على الحضارات الأخرى مدروساً وموجهاً حيث أرسلت البعثات العلمية إلى دول العالم المتحضر، وبدأ سباق قوي تدفعه أحاسيس وطنية غاية في القوة لإثبات الذات والابتعاد عن التخلف والعزلة. وها هي الآن اليابان كما نراها سباقة إلى كل جديد

في عالم التقنية والتطور ووفرة المعلومات عن كل ما يهم الإنسان الياباني بفضل وعي شبابها واستعدادهم، واخلاصهم للعمل .

وتأسيساً على ما سبق، فإنه حتى في عصر العلم والتنوير والجامعات، ومراكز البحوث العلمية المتطورة، يظل أكبر تحد يواجه الباحث (ندرة المعلومات) أو صعوبة الحصول عليها على الاجمال وعلى الخصوص في الميدان الأمني. فالمعلومات هي حجر الزاوية وركيزة أساسية لنجاح البحث العلمي. وفي العالم العربي فإن الحصول على المعلومات يتطلب عناءً وجهداً، وكثيرون لا يستطيعون الوصول إليها، وأصبح دور البحث العلمي في التنمية ضيئلاً وهزيلاً ومن هنا تأتي الخطورة حيث أنه إذا لم يكن هناك وفرة معلومات وتسهيلات فإن هذا يعني عدم وجود أبحاث علمية متميزة تخدم الأهداف التنموية المنشودة.

والمعلومات الواجب توافرها في البحوث في مجالات العلاقات العامة تختلف عن البحوث العلمية في مجال الطب والهندسة والعلوم. وهذا الاختلاف ينشأ أساساً من طبيعة هذه البحوث. فمثلاً البحث العلمي الذي يخدم العلاقات العامة يحتاج إلى معلومات عن جهود المنشأة من كافة النواحي، وعن كل ما يتعلق بالمجتمع من الناحية السكانية، والاقتصادية، والجغرافية، والتشريعات والأنظمة، ومجالات التنمية، والأعراف والتقاليد، والعوامل المناخية، وبقدر ما يتوافر لإدارة العلاقات العامة من معلومات عن خصائص جمهورها من حيث السن والدخل والمستوى المهني والعلمي إلى غير ذلك، تستطيع توجيه رسائلها بسهولة وتزداد كفاءة الاتصال زيادة إيجابية، بينما البحث العلمي في الطب وغيره يحتاج إلى معلومات محددة في نفس المجال وهو ما يسمى (Experimental Research)

ومن هنا تتضح أهمية استعانة إدارات العلاقات العامة بالباحثين المتميزين بجانب الباحثين المتفرغين فيها أصلاً، وتعزيز التعاون وتبادل المعلومات التي تساعد على إعداد البحوث العلمية الجادة في مجالاتها. هذا وإن ما يهيئ لمثل هذه الأجواء تعميم قواعد المعلومات اللازمة وربطها بمراكز البحوث المتخصصة وإيجاد الإدارات المهتمة بهذا الشأن. فمثلاً في الدول الغربية ومع وجود المكتبات المنتشرة في طول تلك الديار وعرضها ومع وجود التقنية الحديثة مثل الحاسب الآلي نجد أن هناك من الناحية التنظيمية إدارات فدرالية مسؤولة عن تبويب المعلومات لدعم المؤسسات العلمية والباحثين بتوفير المعلومات التي يحتاجونها لعمل بحوثهم بيسر وسهولة، وهذا التنسيق والتنظيم يوفر في حقيقة الأمر جهداً كبيراً على الباحثين ويشجعهم على إيجاد الدراسات المتعمقة في جميع المجالات، ويحول دون تكرار الجهود وتبديد الأوقات والطاقات.

٤ . ٣ معوقات البحث العلمي

إن الكم الهائل من المعلومات الموجودة في المجلات الدورية العلمية المتخصصة في كل مجال معين، وتعدد المؤتمرات العلمية التي تعقد باستمرار ووجود ما يسمى (Index) التي تعطيك اسم أي مجلة دورية، في أي مجال ترغب أن تبحث عنه، وخدمات الحاسب الآلي والانترنت إذ ما عليك إلا أن تعطيه موضوعاً معيناً ويبحث لك عن كل ما كتب في هذا الموضوع، زد على ذلك أيضاً تسهيلات نظم الإعارة بين المكتبات بحيث إذا لم يوجد البحث في المكتبة القريبة منك تستطيع أن تحصل عليه من مكتبة أخرى في وقت قياسي، كل هذه التسهيلات أسهمت في تطور البحث العلمي بيسر وسهولة.

من هذه النظرة، يمكن القول أن سر نجاح البرامج العلمية والبحوث والدراسات المتعمقة في الدول المتقدمة إنما يعزى إلى ما يلي (الجحني، ١٤٢٠ : ١١٢) :

١ ـ سهولة الحصول على المعلومات بسبب تقديرهم لأهمية البحث العلمي .

٢ ـ توفر الإمكانات الحافلة التي تساعد الباحث على أداء البحث العلمي من مكتبات مدرسية إلى مكتبات عامة إلى وجود شبكة تربط بين المكتبات ليسهل إعارة الكتب فيما بينها أو ما يسمى الإعارة بين المكتبات (Inter Library Loan) .

٣ ـ تعود الشباب في تلك الدول المتقدمة على عملية البحوث واستخدام المكتبات منذ الصغر .

٤ ـ تعميق مفهوم أهمية البحث العلمي، ودعم القطاعات الخاصة والعامة للبحث .

٥ ـ تطبيقات نتائج البحوث .

والبحث العلمي في العالم الثالث على الإجمال يتعرض لشبه أزمة ترجع أساساً إلى المعوقات التالية :

أ ـ الإخلال بأصول البحث العلمي، وعلى درجات متفاوتة .

ب ـ الافتقار إلى الأصالة والإبداع في العديد من البحوث والدراسات .

جـ ـ الاعتداءات المتباينة على حقوق الملكية الفكرية .

د ـ صعوبة الحصول على المعلومات المطلوبة .

ونتيجة لذلك برزت عدة ظواهر تهدد مجالات البحث العلمي في تلك المجتمعات وتتمثل في الآتي : (الجحني، ١٤٢١ : ١١٣)..

- التقليد.
- التلفيق.
- التوفيق.
- الجمود.
- الافتقار إلى الأصالة العلمية.
- ضعف التكوين الثقافي والعلمي.
- ضعف الوازع الأخلاقي.
- ضعف التوعية بأهمية البحوث العلمية.
- ضعف الإشراف المتخصص.

وفي هذا السياق برزت أمور أخرى لابد من النظر إليها بتدبر وإيجاد الحلول لها بوعي وجرأة ومنها قضية التنسيق والإنفاق المالي على البحوث والقواعد المعلوماتية والتفرغ للبحث العلمي وتوفير المرافق العلمية، والاقتناع بأهمية البحث العلمي الأمني وإيجاد رأي عام يحبذ البحث كسبيل إلى التقدم والتطور ومواجهة المشكلات .

ويمكن القول أنه يظل أهم معوقات بحوث العلاقات العامة والإنسانية : المعوق المالي، والمعوق الأكاديمي. ويمكن التجاوز عن المعوق المالي وذلك من خلال إدراج الدول في ميزانياتها بنداً خاصاً بالبحث العلمي، وأن يصرف على هذا الأمر بسخاء وفق خطط تحقق خدمة الأهداف المتوخاة. أما المعوق الأكاديمي، فيمكن أيضاً- إيجاد حلول تعالج مسألة ابتعاد الباحثين الجادين عن البحث وقلة المساعدين وضعف المكتبات وقلة الاحتكاك بمراكز البحوث الخارجية وتأخر النشر العلمي وعدم الربط بين مشاكل المجتمعات وخطط التنمية من جهة والبحث العلمي من جهة ثانية. وكذلك هجرة

العقول العربية المؤهلة إلى الجامعات ومراكز البحث في الخارج والإغراءات الممنوحة لهم (خضر، ١٤١٢ : ٨٢).

والحقيقة التي لا يرقى إليها أدنى شك، أن أي برنامج أو نشاط من برامج وانشطة العلاقات العامة يجب أن يخطط ويصمم استناداً إلى تحليلات ومعلومات دقيقة، وهذا ما لا يتأتى إلا من خلال إجراء البحوث العلمية.

٤ . ٤ مواصفات الباحث في مجال العلاقات العامة

يعني البحث في مجال العلاقات العامة تجميع المعلومات والبيانات والحقائق وتحليل مختلف العوامل المؤثرة على علاقات المنشأة بشرائح المجتمع المختلفة وفي هذا الإطار فإن هناك بعض المواصفات الأساسية التي يمكن من خلالها التعرف على المنتج العلمي الجيد الذي يستحوذ على الاهتمام. ولما كانت أغلب الدراسات والبحوث في مجال العلاقات العامة تأخذ الصفة أو الغالب الاجتماعي فإن الإلمام بالمنهج العلمي في الدراسات الاجتماعية مطلب لا غنى عنه، من هنا جاءت أهمية بيان المواصفات الأساسية لكل باحث في هذا المجال ومن أهمها :

- الأمانة العلمية؛ إذ لا بد أن يكون الباحث صادقاً وأميناً في كتابته.
- الاعتماد على النفس.
- الموضوعية في الكتابة ونقصد بذلك الابتعاد عن التحيز لفكرة معينة أو إصدار الأحكام المسبقة، أو إهمال بعض الحقائق التي تتعارض مع أفكار الباحث.
- استعمال المصادر الحديثة وعدم الاكتفاء بالمصادر القديمة.

- التسلسل في الأفكار وحسن ربط الجمل بعضها ببعض، إذ أن من أصعب المشاكل التي يواجهها أي مشرف في عمله هي عدم تجانس الأفكار، وعدم الدقة في التعبير وصعوبة الربط بين الجمل، وغياب التسلسل المنطقي للأفكار (بوحوش، ١٩٨١ : ٣٢).
- الابتعاد عن الحشو، وتداخل الأفكار.
- عدم المغالاة في الاقتباس من الآخرين إلا عند الاقتضاء.
- الدقة في فهم آراء الغير، وفي نقل عباراتهم، واحترام آرائهم.
- التوازن بين الأبواب والفصول والمباحث والمطالب والعناوين الفرعية حتى لا يطغى جزء من الدراسة على بقية المواضيع.
- تطابق عنوان البحث مع المحتوى.

٤ . ٥ التعاون مع مراكز وإدارات البحوث

إن التنسيق والتعاون الوثيق بين إدارات ومراكز البحوث مطلب لا غنى عنه، لأن غياب التنسيق والتعاون يعيق نجاح خطوات البحوث، أو يكررها، ويجعل الاستفادة منها محدودة. فحرى بجميع مراكز البحوث في العالم العربي أن تتعاون في هذا المجال قدر الإمكان، وأن تستفيد من الدراسات والخبرات والجهود السابقة وأن يقدم ـ في الوقت نفسه ـ لها كل عون مادي ومعنوي لتواصل أعمالها في خدمة المجتمع العربي وتنميته بعيداً عن النزعة الانفرادية في العمل التي قد تسبب خللاً في الأداء وضعفاً في الانتاج ومحدودية في الحلول.

ثم إنه لكي يصل البحث العلمي في العلاقات العامة إلى المستوى المنشود فإنه يتعين إعداد فرق من الباحثين علمياً حتى يمكن أن يعول عليهم

في تقديم البحوث المتميزة، والحلول والرأي والمشورة الواضحة المبنية على الدراسة المتكاملة والمتأنية، والمنطلقة أساساً من المنهج الواضح في النظر للمشاكل والأحداث والظواهر الاجتماعية. كذلك فإن الإلمام- مثلاً- باللغات الأجنبية يعطي البحوث الأمنية عمقاً وجودة وقيمة، مع إعطاء موضوعي الأصالة والوازع الاخلاقي ما يستحقانه من اهتمام، وتوفير قواعد معلوماتية متكاملة للتعليم والبحث والإرشاد والتوعية لتحقيق أهداف الاستراتيجية الأمنية وخدمة العلوم الأمنية على أرقى مستوى (الجحني، ١٤١٨: ١٢٦).

إن التحديات في مجال العلاقات العامة والإنسانية كثيرة ومتنوعة كما أن المشكلات التي تواجه العالم في تصاعد مستمر في الوقت الذي أخذ فريق من مفكري العالم ينبه بوضوح إلى خطورة ذلك خصوصاً في مجال العلاقات العامة ، ومجال الجريمة والعنف والإرهاب بكافة صوره، ومشاكل البيئة، وتناقص المواد الطبيعية أو عدم ترشيدها، وتضخم المدن وتضاؤل الريف، واستمرار الحروب والصراعات الإقليمية والدولية، وانتشار المخدرات، وترويج المبادئ الهدامة، وأنماط الجريمة المنظمة، كل هذه المشاكل العالمية تشكل تحد حقيقي للتنمية، وأحسب أن البحث العلمي خير معين لإيجاد الحلول لكافة المشكلات والتحديات التي تواجه الإنسان.

إن تطور حركة الترجمة، وما تم إنشاؤه من كليات ومعاهد الألسن وإعداد المترجمين لم يكن تطوراً اعتيادياً بالحسابات المتعارف عليها. لقد كان بمثابة طفرة في متغيري الزمان والمكان، بحيث باتت الترجمة ومراكز البحث عامل حسم في صيغ المعادلات الحديثة وكسر الأرقام التقليدية.

ولعل المتتبع لمجريات الأمور وما تمر به الشعوب من قفزات وانجازات يلحظ ما وصلت إليه بعض الدول. وكان أهم خاصية من خصائص انطلاقة

تلك الدول هي استيعابهم وهضمهم لما يدور على ساحة الدول المتقدمة ومن ثم ترجمة النافع المفيد إلى لغاتهم المحلية وفق رؤية ناضجة توظف دور الترجمة العلمية والتقنية والأدبية في المجال الحضاري فاليابان مثلاً خرجت ـ وكما هو معروف ـ من الحرب العالمية الثانية مهيضة الجناحين مدمرة الاقتصاد والبنية التحتية تقريباً، فأخذت تلملم جراحها وآلامها واوضاعها إلا أنها مع كل ذلك لم تستسلم لمرارة الهزيمة وفداحة المأساة ونتائجهما بل شمرت عن سواعد الجد وأعادت ترتيب أوضاعها بطريقة مذهلة ثم انطلقت عبر مسيرة مخطط لها واضعة في الاعتبار أهمية ترجمة أحدث ما توصلت إليه الدول المتقدمة في شتى المجالات إلى اللغة اليابانية للوقوف على أسرار التقنية والنهضة لديهم.

وقبل هذا، فإن العرب قاموا منذ القدم باسهامات جليلة في مجال الترجمة، واستفادوا من شتى العلوم، وشهدت الترجمة في تلك الأثناء مداً متطوراً ونسقاً حضارياً مزدهراً، فلقد بات واضحاً تفوق العقل المسلم في كل مجال مما أسهم ـ في حقيقة الأمر ـ في نضج التلاقح الحضاري والمعرفي، وفي تطور طرق الترجمة، وتطور مادتها وتنوع أغراضها إلى حد بيان ما ينبغي أن يتحلى به المترجم من دراية يقول الجاحظ في كتاب الحيوان: «ولا بد للترجمان أن يكون بيانه في نفس الترجمة في وزن علمه في نفس المعرفة، وينبغي أن يكون أعلم الناس باللغة المنقولة، والمنقول إليها».

وبشكل عام فإنه سيجد قطاع كبير من العاملين في الدول الصناعية أنفسهم يعملون بشكل أو بآخر في نطاق صناعة المعلومات بحثاً وترجمة وتأليفاً ونشراً وبكافة الوسائل. الأمر الذي يؤكد بروز تقنية المعلومات على غيرها، إذ ستصل إلى ذروتها في غضون سنوات قليلة. ويشير مؤلف هذا

الكتاب أيضاً على أنه من لم يسارع إلى اللحاق بركب المعلومات فإنه سيظل على هامش أطلس العالم. وبمراجعة الأرقام التي جاءت في ذلك الكتاب وكما يقول ـ أحد خبراء الإعلام ـ وجد أن الدول العربية ما زالت في حاجة إلى جهد كبير من أجل صناعة المعلومات وانتاجها، وهذا يتطلب أن تقوم المؤسسات والمراكز العلمية ومراكز الدراسات الاستراتيجية بالتحليل، والتفكير العلمي والعملي، وبخاصة في مسائل البحوث والترجمة، وتوظف المعلومات التي تتوافر لديها من خلال مؤسساتها ومراكزها لتنوير مجتمعاتها.

وتمثل المراكز والبحوث والدراسات العلمية دوراً حيوياً مهماً في تطوير المجتمعات والرقي بها في شتى المجالات. والناظر في ما تقدمه مثل هذه المؤسسات والمراكز في الدول المتقدمة من خدمات واسهامات، يجد انه بالفعل يصح أن يطلق على هذا العصر، عصر البحث والتفوق العلمي، أو عصر انفجار المعلومات، إذ أشارت بعض الاحصائيات إلى أنه يصدر في العالم ما يزيد على (٦٠٠,٠٠٠) ستمائة ألف كتاب في كل عام. و(١٥٠) مائة وخمسون ألف دورية. وهذا الفيض من المطبوعات جعل مراكز البحوث والمكتبات أمام ضرورة اقتضتها ظروف العصر، واقتضاها تدفق المعلومات الكثيف بشكل لا بد معه من أن تلجأ تلك المؤسسات التي تعني بالكتاب والبحث والترجمة إلى التركيز على جملة من الأهداف بقدر ما يتوافق مع تخصصها وأغراضها العلمية المحددة.

إن الاستشراف أو دراسة المستقبل مطلب أساسي وحيوي للأمة الناهضة وبخاصة التخطيط الاستراتيجي الذي يعتمد على وفرة المعلومات ومهارة تحليلها، ودراسة المستقبل أصبح في الواقع علماً يدرس في كثير من الجامعات وهذا ليس بمستغرب، فالإنسان لم ينفك عن التطلع إلى المستقبل،

ومحاولة التعرف عليه وكشف أسراره وسبر خباياه في حدود العلم البشري المتاح الذي وهبه الباري للإنسان وعلى ضوء الاستقراء والاستشراف توضع الخطط التي تخدم الأهداف المنشودة، وبتضافر هذه المعطيات وهذا الجهد الإنساني المبدع في تشكيل وبلورة مقاصد معينة، تشكل ملامح وصور الواقع والمستقبل. (الجحني، ١٤٢١: ١١٤).

إن في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من ٢٠٠ مؤسسة كبيرة تضم نخبة من أرباب التخصصات العلمية وتعني بجميع القضايا تقريباً، حيث يطلب من هذه المؤسسات أن تقوم بدراسة المشكلات، وتقديم الحلول المناسبة لها، وفق معلومات موثقة، يكون لمسألة ترجمة ما عند الآخرين نصيب الأسد في تقرير الحقائق أو دراسة الأحوال، أو وضع السياسات وتبني المواقف.

وإذ جاز لنا القول فإن الكثير من الدول في العالم الثالث، لم تضع بعد البحث العلمي والترجمة في قائمة أولوياتها. ويدل على هذا اذا علمنا أن نصيب البلاد النامية من البحث العلمي كلها لا يتجاوز ٥٪ بينما ٩٥٪ من الأبحاث العلمية تقوم بها الدول المتقدمة. وفي تقديرات أخرى فإن ٩٥٪ من علماء العالم ينحصرون في أوروبا وأمريكا واليابان، و٥٪ فقط في الدول الإسلامية وهذه الإحصائيات لا تتناسب حقيقة مع قدرات العالم الإسلامي، حيث يملك ٥٠٪ من بترول العالم و٤٠٪ من المواد الأولية، و٤٠٪ من سكان العالم، و٢٠٪ من مساحات قارات العالم الخمس.

وفي مجال الانفاق على البحوث العلمية والترجمة فقد تزايد حجمها في الدول المتقدمة ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً بلغ حجم الانفاق على البحث العلمي أربعة وعشرين بليون دولار مع بداية السبعينات، ثم

قفز هذا الرقم في بداية الثمانينات ليصل إلى حوالي ٣٥ بليوناً من الدولارات، وقد تزايد في الأعوام الأخيرة وهذا هو سر تقدمهم. يقول العالم الأمريكي هتشنيس Hutchins في كتابه «المجتمع المتعلم» أن الإنفاق على البحث العلمي في الولايات المتحدة الأمريكية قد تضاعف أكثر من مائتي (٢٠٠) مرة خلال ربع قرن فقط . . . وأن هذا الإنفاق قد وضع في موضعه.

إن الابداع والحضور الفعال لتلك المؤسسات والمراكز والأهمية التي تتبوأها إنما تعزى إلى تفهم أصحاب الشأن والمتخصصين في تلك المجتمعات لأهمية التفكير الاستراتيجي والبحوث العلمية والدراسات المستقبلية التي اعتبروها السبيل الأوحد لتطوير بلدانهم وشعوبهم على كل صعيد. وعلماء الوطن العربي في أمس الحاجة ـ دون ريب ـ إلى معرفة نتاج تلك المؤسسات والمراكز العلمية لإثراء رصيدهم المعرفي وإبراز إسهاماتهم وتفعيل الحياة الثقافية والفكرية في الوطن الكبير للنهوض بخطط التنمية والتنوير بما لا يتعارض مع هوية الأمة وثوابتها الأساسية، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال البحث العلمي ومشاريع الترجمة، واستيعاب منجزات العصر.

لا شك أن للترجمة تحديات ومعوقات كثيرة. كما أن لها أجواءها وشروطها متى ما اختلت أو اهتزت أو تعثر التواصل، والتفاعل الحضاري، والأخذ والعطاء. وفي هذا السياق فإنه لا يجب أن نغفل أن هناك من وفقهم الله من أبناء الوطن إلى نشر أطروحاتهم سواء ما كتب باللغة العربية أو بلغات أخرى ومنهم من قام مشكوراً بالإسهام في ترجمة بعض أعمال علماء غربيين كبار، نالت استحسان وثناء غالبية الباحثين العرب، وهناك ترجمات متصرفة، حرص أصحابها على تقديمها للقارئ العربي سواء في مجال الفكر والنظريات أو مجال العلوم والأدبيات على الاجمال، وقد سدت تلك الجهود على قلتها بعض الفراغ في المكتبة الأكاديمية.

الفصل الخامس

العلاقات العامة والنظريات الإعلامية

٥ . العلاقات العامة والنظريات الإعلامية

ان التطور الذي حصل في ميدان الإعلام والاتصالات لم يكن تطوراً اعتيادياً بالحسابات المتعارف عليها . لقد كان بمثابة قفزة في الاتصالات والمواصلات حيث بات الإعلام أو الاتصال من خلال وسائله العديدة عامل حسم في صيغ المعادلات الحديثة وكسر الأرقام التقليدية نتيجة لما يحدثه في العقل البشري من تأثيرات سلبية أو إيجابية . وإذا كان كذلك فالإعلام والاتصال لا ينفصل عن الواقع الاجتماعي والإنساني السائد في المجتمع من خلال عملياته الأربع (المرسل، والمستقبل، والموضوع، ووسيلة الاتصال) هذه العملية الإعلامية هي التي تسهم بشكل كبير في صياغة الأفكار وتكوين الشخصية وتحديد المواقف بفعل النفاذ والتأثير والجاذبية (الجحني، ١٤٢١ : ١٣) .

ولما كانت العلاقات العامة إحدى الدعائم الأساسية لبرامج وانشطة أي جهاز أو منشأة لما تقدمه من اعمال تتنامى وتتسع طبقاً لحجم ومسؤوليات المنشأة ذاتها، فقد اجمع خبراء ومنظري العلاقات العامة على أهمية وسائل الإعلام لتقديم برامج وانشطة وأهداف العلاقات العامة إلى الجمهور .

لقد اصبحت هذه الوسائل بالنسبة للعلاقات العامة بمثابة الهواء والماء والغذاء للإنسان والمعادلة الحاسمة في نجاح أدوات العلاقات العامة في أي منشأة واخفاقها هو في مدى إدراك العاملين فيها لأهمية وسائل الإعلام والتفاعل معها لخدمة مصالح جماهيرها الداخلية والخارجية ومصلحة المجتمع . وفي هذا الفصل سنتناول المواضيع التالية :

- النظريات الإعلامية .
- واقع الإعلام المعاصر .

ـ وسائل الإعلام والسلوك الإجرامي.
ـ وسائل الإعلام والجنوح.

٥ . ١ النظريات الإعلامية

في عصرنا الراهن المليء بوسائل الإعلام بمختلف أنواعها نتساءل عن دور هذه الوسائل في التعليم والتوعية وبرامج العلاقات العامة والإنسانية الايجابية التي تدفع بالمجتمع إلى التنمية الاجتماعية والثقافية السليمة، والتي تساعد على بناء جيل واع دينياً وأخلاقياً واجتماعياً وثقافياً. وحتى يمكن أن تؤدي العلاقات العامة دورها، فإنه لابد من التعرف على نظريات الإعلام السائدة والمفاهيم التي تحكم الفكر الإعلامي لاسيما وأن واقع الحال يقول أن معظم الوسائل الإعلامية العالمية يطغى عليها عامل الربح التجاري والإثارة، ومن ثم فهي تلجأ إلى البرامج السطحية والترفيهية التي تكفل لها جذب عامة الجمهور وتحقيق أكبر ربح مادي ممكن، وقد انتقلت العدوى إلى وسائل الإعلام في الدول النامية.

إن تلك المحطات توجه برامجها الترفيهية السطحية إلى فئة الشباب لأنهم هم الطبقة المستهدفة من قبل المعلن التجاري الذي يحاول إقناعهم بشراء السلع الاستهلاكية المتنوعة وأسباب فكرية وعقائدية محاولاً الدخول إلى عقولهم ومخيلاتهم وتغيير نمط تفكيرهم وسلوكياتهم إلى ما يتوافق مع أهدافهم. هذا في الوقت الذي يكون الصغار والشباب هم أحوج فئة للإعلام الراقي والتعليمي الهادف والمتزن.

والسؤال المطروح هو: كيف يمكن لوسائل الإعلام الجادة أن تقدم البديل الإعلامي الراقي والجذاب في نفس الوقت خاصة لفئة الصغار

والشباب؟ ربما كان من المفيد التذكير بأن هذه الإشكالية بدأت منذ بداية الإرسال الإذاعي نفسه واستمرت مع ظهور التلفزيون، وتفاقمت الآن مع ظهور البث بالأقمار الصناعية وانتشار العولمة الإعلامية. ومعروف لدى خبراء الإعلام أن فلسفة الإعلام الإليكتروني (الإذاعة والتلفزيون) تنقسم إلى نوعين أساسيين هما: المحطات التجارية التي تسعى للربح كهدف أساسي، والمحطات الحكومية أو شبه الحكومية (غير الربحية) التي تسعى لبث التوعية والتعليم بالاضافة إلى التسلية (الحلوة، ١٤٢٣: ١٤).

والفرق بين هذين النموذجين واضح حيث نجد أن من أهم وأقدم الأمثلة غير الربحية هو هيئة الإرسال البريطانية (BBC) حيث تعتمد هذه المؤسسة على ميزانية حكومية مستقلة، وتتبع فلسفة إعلامية منذ بداية تأسيسها، ولعل مبدأها يتلخص بالقانون الذي وضعه أول رئيس لها وهو جون ريث (John Reith) الذي قال إن هدف الإذاعة هو (التعليم والأخبار والترفيه)، فوضع التعليم في المقدمة، أما الترفيه فيأتي في المرتبة الثالثة كعامل مكمل أو مساعد لجذب المستمعين عن طريق الإذاعة. وطبق نفس المفهوم على الإرسال التلفزيوني عندما دخلت الـ(BBC) عصر التلفزيون. والجدير بالذكر أن معظم الدول النامية اتخذت من تجربة هيئة الإرسال البريطانية نموذجاً لها في إدارة وسائل إعلامها الوطنية والتي رغبت من خلالها بنشر التعليم والتوعية ومساعدتها على تحقيق خططها التنموية (الحلوة، ١٤٢٣: ١٤).

أما النموذج الثاني (التجاري) فيمثله الإعلام الأمريكي، حيث نشأت محطات الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة تجارية بحتة، ولم تنشأ أي محطات حكومية أو شبه حكومية (أهلية غير ربحية) إلا في وقت لاحق ومتأخر وعلى نطاق محدود إلى الآن. ومذهب المحطات التجارية يمكن

تلخيصه بالعبارة التي هي شعار الإعلام التجاري «إن ما يرضي الزبون هو الصحيح!». ولذلك تكون الكثير من النوع الترفيهي السطحي الذي يرضى أذواق عامة الجمهور، وقد لا يسعى ـ إلا في حالات نادرة ـ إلى الارتقاء بوعي هذا الجمهور أو تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة. وفي عصر العولمة الإعلامية يشتد الصراع بين النموذجين، ويبدو أن الأغلبية العددية هي للنموذج التجاري، ولكن هذا لا يعني أن النموذج التعليمي الثقافي فقد دوره أو خرج من المعركة، بل على العكس نجد انه في الامكان تقديم البديل الإعلامي الراقي الذي يستقطب جمهوراً متزايداً. ويتم ذلك بزيادة الميزانيات وانتاج برامج تعليمية وأفلام وثائقية ودراما راقية تفرض شعبيتها في سوق الإعلام.

إن المحطات العربية الحكومية تستطيع الدخول في المنافسة مع المحطات التجارية وتستطيع أن تكسب هذه المنافسة في حال اتباع التخطيط العلمي السليم وتسخير طاقاتها الفنية لإنتاج البرامج التعليمية والإخبارية ذات المحتوى الراقي والجودة الفنية العالية. وبهذا تكون قدمت البديل التعليمي والثقافي والتوعوي أو التنويري. وفي كل الأحوال فإن المدارس التي تحكم تقريباً فلسفة الإعلام تنبثق من أربع نظريات سائدة في العالم: النظرية السلطوية، والنظرية الليبرالية، والنظرية الشيوعية أو النظرية الاستبدادية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية. إن هذه النظريات قديمة وبعضها اختفى واندثر بإنهيار الاتحاد السوفيتي السابق وبظهور «حرية الصحافة» أو الحرية الإعلامية، حيث لم يعد الإعلام حكراً على أحد. (Nimmo & Mansfeild,1982,p.2)

وهذه النظريات كلها ذات نزعة ونشأة غربية أو شرقية، بمعنى أن روح المادية النفعية متغلغلة فيها. فالوظيفة التي تقوم بها وسائل الإعلام في النظرية

الأولى أي النظرية السلطوية تتركز في مساندة السلطة التي تعمل تحت مظلتها بالاضافة إلى مساندة طبقة الصفوة التي تضع القواعد والأنظمة التي تسير السلطة . ومضمون فلسفة هذه النظرية لا يتسع لمفهوم حرية وسائل الإعلام إلا بالقدر الذي يحبذ ويوافق عليه النظام السياسي ويسمح به فقط .

أما ظهور هذه النظرية بشكل واضح ومدروس فقد كان في القرنين السادس عشر والسابع عشر وذلك مع اختراع المطبعة وفي هذا العصر كانت هذه النظرية تنظر إلى الإنسان باعتباره تابعاً للدولة والصحافة ما هي إلا أداة لنشر موقف الدولة واتجاهاتها على الجمهور وإبلاغه ما هو الصواب وما هو الخطأ اعتماداً على تفسيراتها ومستخدمة وسائل الإعلام كوسيلة لتحقيق أهدافها وغاياتها . وفي انجلترا سمح للقطاع الخاص بامتلاك الصحافة ولكن ذلك اقتصر في البداية على الأثرياء كما أنشأت الدولة الصحف الرسمية التي تسير في الخط الذي تضعه الحكومة .

وبعد ذلك بدأ القطاع الخاص يدخل بشكل أكبر في النشاط الإعلامي ومعه بدأت الصعوبات تظهر في مواجهة هذه النظرية وذلك بسبب صعوبة التحكم في وسائل الإعلام الخاصة ، وأخذت الدولة تطور أساليبها للتحكم في وسائل الإعلام وذلك من خلال نظام الترخيص ثم نظام الرقابة السابقة واللاحقة والذي تلاه نظام المحاكمات العامة ونظام التمويل السري لهذه الوسائل وأخيراً أنظمة الضرائب التي تفرضها الدولة على الصحف التي توجه النقد اللاذع وحيث تؤثر الضرائب في أرباح الصحيفة فتضطر إلى تخفيض لهجتها (حمزة ، د . ت : ٩٩ ؛ الخطيب ، ١٤٠٢ : ٤٤٤) .

لقد كانت هذه النظرة تستند إلى الفكرة القائلة بأن الحقيقة لا تنبع من جمهور العامة بل تنبع من أذهان الخاصة ، والخاصة قليلو العدد في كل أمة

وطبقاً لهذه النظرية فإن هؤلاء هم الحكماء وتقع عليهم مهمة التوجيه والإرشاد وقيادة الجماعات والأفراد ومعنى ذلك أن الفكر الإنساني طبقاً لهذه النظرية حكر على هذه الطبقة وأن المعرفة وقف عليها وملك لها دون سائر الطبقات الأخرى في المجتمع وعلى ذلك يكون العمل الإعلامي وقفاً عليها والإعلام المبني على هذه النظرية لا غاية له غير خدمتها (حمزة، د. ت، ص٩٠).

وبايجاز، كان ينظر للعلاقة بين السلطة والإعلام في ظل هذه النظرية على النحو التالي:

١ ـ السلطة هي صاحبة الحق المطلق في السماح بظهور وسائل الإعلام والترخيص لها وهي التي تملك الحق في اغلاقها أو مصادرتها.

٢ ـ الإعلام يعبر عن رأي السلطة، والسلطة هي من تملك الحق في اخبار العامة بما يجب أن يعرفوه عن سياسات الدولة.

وإذا انتقلنا إلى النظرية الثانية وهي النظرية الليبرالية أو الحرية والتي يرى اصحابها أن وسائل الإعلام تتمتع في ظلها بالحرية الكاملة وأن الدور المنوط بوسائل الإعلام القيام به انطلاقاً من هذه النظرية هو توفير سوق حرة للأفكار والأخبار والتحليلات ووجهات النظر وكل ما يتعلق بأنماط الإعلام والمعرفة.

وقد تطورت نظرية الحرية في القرن السادس عشر وصقلت في القرن الثامن عشر عندما وجدت المفاهيم التحررية طريقها في إطار دساتير الدول، ونظرياً تعتبر الصحافة المتحررة نقيض تام لصحافة السلطة فالتحررية تضع الفرد فوق الدولة وليس تحتها وتنظر إلى الإنسان على أنه عاقل وعلى الرغم من أنه غير كامل كفرد إلا أن الأفراد مجتمعين سوف يصلون إلى أفضل

القرارات للمصلحة العامة للمجتمع. فالناس لديهم القدرة على التمييز بين الخطأ والصواب في صنع القرارات ومن أجل ذلك يكون وصول الناس إلى أفكار الآخرين غير محدود، ومن حق الناس الذين يسعون إلى تنوير الآخرين ولا يقصدون تضليلهم أن يكون في استطاعتهم مخاطبة العقل العام لأمة بأكملها بخصوص ما يعتقد أنه الحقيقة (بيتنر، ١٩٨٧ : ٤٤٧).

لقد مهدت هذه النظرية لظهور الديمقراطية السياسية كما مهدت لظهور أنواع أخرى من الحريات كالحرية الدينية والحرية الاقتصادية أو حرية التجارة. وفي ظل هذه النظرية أصبح للفرد في المجتمع الأوربي كيانه المستقل عن كيان الدولة، كما أصبح من حقه أن يعتمد على نفسه لا على الصفوة أو الخاصة في الوصول إلى الحقيقة دون الرجوع في ذلك إلى الاستقراطية الفكرية (حمزة، د. ت : ٩٠).

إن تلك المفاهيم الغربية تمثل خروجاً عن الضوابط التقليدية وتدعو إلى التحرر التام والخروج عن كل الضوابط والقيود والذي يجب في ظله أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية تامة في كل ما تعرض وما تنشر وأن مجال الإعلام مجال مفتوح لا حكر ولا حجر عليه باعتباره منبر لعرض كل أنماط المعرفة ووجهات النظر والأفكار والآراء ومنتدى التحليلات والأخبار وساحة مفتوحة للترفيه واللهو. وهذه النظرية تدعو إلى تحلل وسائل الإعلام من قيود الحكومة ورقابة المجتمع وبموجبه لها الحق أن تقول ما تشاء وتعرض ما تريد دون حسيب أو رقيب ووفقاً لذلك تتحرر وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية من مفهوم تبعية الإعلام للدولة وتعيش في ظل المفهوم التحرري. إلا أن واقع الحال يوحي بأن الحرية المطلقة للإعلام في أي دولة من الدول ليست إلا خرافة ولا وجود لها على الإطلاق والأبعد من ذلك أن الضوابط الإعلامية أمر متباين ومعقد للغاية لدرجة أنه من الصعب بل

من المستحيل مقارنة حرية الصحافة أو الإعلام في دولة ما بحريته في دولة أخرى (النجعي، ١٤١٧ : ٣٠).

اما النظرية الثالثة فهي النظرية الاستبدادية (الشيوعية) التي تعتبر وسائل الإعلام فيها أداة في يد السلطة تستخدمها لخدمة أهدافها ومواقفها وسياساتها وصياغة اتجاهات الناس على النحو الذي تريد. يقول وليم اتود (Willim Atwood) أن فلسفة وسائل الإعلام في تلك المجتمعات التي تأخذ بهذه النظرية ترتكز على استقاء كافة توجهاتها ومواقفها وتحليلاتها وسياساتها مباشرة من الحزب الشيوعي، بل وتلعب تلك الوسائل أدوار التضليل والخداع في تشكيل ميول المجتمعات الشيوعية واتجاهاتها. وقد شخّص ذلك أحد المتخصصين بقوله عن الصحافة: «الصحافة هي الأداة التي تستخدمها الدولة ـ في النظم الماركسية ـ لتخدم مصالحها سواء بغرض الإثارة والتفريق أو التوحيد والاندماج، وبعبارة أخرى فإن الهدف الأساسي من نشر الأخبار يكون في تحقيق تقدم سياسي معين وتقوية الأجهزة البيروقراطية وابقاء أصحاب المناصب العليا في السلطة بتحسين صور تهم أمام الجماهير» (Atwood,1982,p.321). وبمعنى آخر فإن حرية الإعلام في النظرية الشيوعية تعني وضع وسائل الإعلام في يد المنظمات الشعبية التي يديرها الحزب الشيوعي. وهذه المنظمات هي التي تسير وسائل الإعلام لخدمة المجتمع وبدون أي وجه من أوجه الاستغلال. وتركز النظرية الشيوعية على الملكية العامة لموارد الثروة ووسائل الإنتاج وكذلك وسائل الإعلام لتعبر عن مصلحة المجتمع وأهدافه بمنأى عن نزوات وأطماع الأفراد وأنانيتهم فالملكية العامة لهذه الوسائل ستؤدي من وجهة نظرهم إلى إتاحة حرية التعبير على نطاق شعبي واسع، وإلى حماية وسائل الإعلام من أخطار الإعلان وإلى رفع مستوى مضمون المادة الإعلامية، ويزعم الشيوعيون بأن

إعلامهم هو وحده الذي يتمتع بالحرية الحقيقية. وقد عبر عن ذلك لينين بقوله في تعريفه للجريدة بأنها ليست أداة من أدوات الدعاية الجماعية أو الإثارة الاجتماعية بقدر ما هي أداة للتنظيم الاجتماعي.

ويمكن القول بأن الإعلام الشيوعي ليس إعلام (خبر) كما هو الحال في الإعلام الغربي. ذلك أن الخبر لا ينشر للعامة إلا إذا كان هناك ما يبرر نشره من وجهة نظر الحزب (حمزة، د. ت: ١٦٨).

ومن مساوئ النظرية الشيوعية الاستبدادية ما يلي:

١ ـ أنها تلغي عقل الفرد وتحرمه حقه في المعرفة والإلمام بما يجري حوله من أحداث حتى يحكم عليها من وجهة نظره وآرائه الشخصية.

٢ ـ تعريض الشعوب المحكومة بهذه النظرية لعمليات غسل أدمغة جماعية تتم عبر وسائل الإعلام الجماهيري.

٣ ـ تعتبر وسائل الإعلام أجهزة توجيه ودعاية سياسية أكثر منها أجهزة للإعلام.

٤ ـ تنظر الحكومة المسيطرة على وسائل الإعلام إلى الإنسان على أساس أنه تابع وليس له الحق في المناقشة أو الاختيار أو التفكير.

٥ ـ تقتصر حرية التعبير والنشر على الأعضاء الحزبيين.

٦ ـ تضع الحزب الشيوعي وسياساته بمنأى عن الهجوم والنقد في وسائل الإعلام.

٧ ـ لا تلتزم بالصدق والأمانة والموضوعية.

٨ ـ تدمج بين الرأي والخبر مما يؤدي إلى تلوين الخبر ويفقده الموضوعية (حنيفة، ١٤٠٦: ١٣١).

أما نظرية المسؤولية الاجتماعية فتركز على خدمة مصالح المجتمع من وجهة نظر المنادين بها، فهي تسمح للصحفيين ورؤساء التحرير وأصحاب الكلمة والرأي بتطبيق القواعد والضوابط التي يضعونها لأنفسهم، غير أنهم إن فشلوا في تحقيق ذلك فإن السلطة قد تتخذ إجراءات لحماية مصالحها ومصالح الناس (الجحني، ١٤٢١ : ١٦).

وتقوم هذه النظرية على فلسفة مؤداها أن وسائل الإعلام في مختلف أشكالها وأنواعها المقروءة والمسموعة والمرئية هي عبارة عن أدوات لخدمة المجتمع وتحقيق غاياته وطموحاته، ومع تطور المجتمعات البشرية وتقدم وسائل الاتصال في ظل طفرة المعلومات واستمرار النمو التقني باضطراد الذي صاحبه فعالية وسائل الإعلام المختلفة وزيادة دخلها باعتبارها مورداً اقتصادي يدبر موارده المالية من خلال التسويق والدعاية والإعلام، ونظراً لأن مفهوم حرية الإعلام كما هو في النظرية الليبرالية التي يرى أصحابها أن وسائل الإعلام تتمتع بالحرية الكاملة وهذا وهم قد لا يتطابق مع الواقع الحقيقي الذي تتنافى فيه الحرية الكاملة لمختلف الجوانب ناهيك عن وسائل الإعلام التي على درجة عالية من الحساسية والأثر في أفكار وأذواق الشعوب والمجتمعات. ومع ارتفاع مستوى التعليم ورقي المجتمعات فكرياً وثقافياً فقد أصبحت الجماهير ترغب في اتصال موضوعي صادق وموثوق يعتمد على صدق الرسالة الإعلامية. ويعتبر رد فعل الرأي العام ومعرفة نوع الاستجابة والتأثير الذي تحدثه الرسالة الإعلامية ضرورة تقتضيها اكتمال دورة الاتصال، فالاتصال لا يقتصر على توجيه المعلومات والآراء بل يمتد لمعرفة رجع الصدى. ولكي يكتمل الحوار بين المرسل في الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون أو غيرها من الوسائل غير المباشرة ينبغي أن تفتح قنوات التعبير عن الرأي للمستقبل لكي يعبر عن رأيه فيما يقال ويعلق على هذا الرأي من

جانب المرسل وتستمر عملية الحوار حتى يتحقق التفاهم (عجوة وآخرون، ١٩٨٩ : ١٦).

٥ . ٢ واقع الإعلام المعاصر

لا شك أن العالم يعيش نقلة حضارية فكرية تعززها تكنولوجيا متقدمة غيرت وجه وسائل الاتصال الجماهيري وزادت من فعاليتها وتأثيرها وأصبحت الدول التي تملك التقنية ووسائل الاتصال ومخزون المعلومات تؤثر أكثر من غيرها وتوجه الرأي العام في مختلف دول العالم بما يخدم مصالح الطرف الأقوى وينقل فكره وثقافته وعاداته وتقاليده وحضارته لغثها وسمينها إلى الشعوب الأخرى. وقد تملكت دول العالم الغربي وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية جل وسائل الإعلام والاتصال بينما ترضخ الدول النامية لهذا المد الإعلامي مما يحمل وسائل الإعلام في هذه الدول مسؤولية التصدي الإعلامي لهذا المد مع القيام بالوظيفة الإعلامية الأساسية وهذا هو مطلب المجتمع الذي يرغب من وسائل الإعلام أن تحقق وتحفظ مصالحه، إذ أن زيادة التعليم وما استتبعه من زيادة حجم توزيع الصحف وانتشار وسائل الإعلام واحتكار ملكيتها من قبل عدد قليل من الملاك كل هذه المستجدات أدت إلى تراجع مفهوم حرية الإعلام وقيام مفهوم جديد تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية والذي يعني أن الحرية هي واجب ومسؤولية في وقت واحد.

ومع التطور المذهل في وسائل الاتصال وثورة المعلومات وما صاحبه من ارتفاع مستوى الفكر والثقافة لدى الأمم والشعوب فإن هذا جعل من الضرورة أن توائم وسائل الإعلام بين خدمة النظام السياسي والمحافظة عليه ورعاية مصالح أفراد المجتمع بما يحقق غاياتها ويلبي طموحاتها.

ويرتكز مفهوم المسؤولية الاجتماعية على الأسس التالية :

١ ـ الحفاظ على النظام السياسي القائم وذلك عن طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تكون رأي مستنير .

٢ ـ صيانة مصالح الأفراد والجماعات مع مراقبة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص .

٣ ـ خدمة النشاط الاقتصادي عن طريق الاعلانات التجارية .

٤ ـ تقديم الأخبار والبرامج وأنواع التسلية والترفيه للناس (النجعي ، ١٤١٧ : ٢٩) .

وتأسيساً على كل ما سبق ، فإن هذه النظريات قد لا تحقق المفهوم الإعلامي العصري إلا أنها تعتبر مرجع معرفي لأدبيات الإعلام في الوقت الراهن إذ أن نظرية السلطة كانت تلعب دور مؤثر في زمن الإقطاع ، والنظرية الليبرالية التي يرى انصارها أن وسائل الإعلام لها الحرية الكاملة فيما تنشر وتعرض فهذا يتنافى مع واقع الحال ولا ينسجم مع النظم والضوابط القانونية التي تسنها الدول لتسيير نظم الحياة في المجتمع وقد تتعارض حرية وسائل الإعلام مع خصوصيات الناس وطرق معيشتهم . أما النظرية الثالثة هي النظرية الشيوعية (الاستبدادية) فهي تتنافى مع حق وحرية التملك وتعتبر وسائل الإعلام جميعها حكر على الدولة ومؤسسة من مؤسساتها وبالتالي فقد انهارت هذه النظرية بأنهيار الاتحاد السوفيتي واندثرت معه . أما ما يتعلق بمسؤولية النظرية الاجتماعية فهي تعمل على الموائمة بين النظم السياسية ومصالح الأفراد ولكنها تظل رهن النظم والقواعد التي تخططها الدول لتسيس وسائل الإعلام وإن ظهرت وسائل الإعلام بأنها تقدم مصلحة الأفراد وتهتم بقضاياهم فإن توجيهاتها تظل مرتبطة من الباطن بما يخدم الأنظمة السياسية وجماعات الضغط والمصالح وبدرجات متفاوتة .

وهذا لا يتنافى مع كون أن لكل دولة لها فلسفتها الإعلامية الخاصة ذات المضمون والخصوصية التي تتفرد بها وإن اشتركت مع الآخرين في بعض الجزئيات. من هذا المنطلق يصعب على الباحث أن يجد دولتين في العالم يمكن أن تتطابق تماماً نظرتهما إزاء طبيعة العلاقة بين الطرفين ـ وسائل الإعلام ـ والسلطة ـ فلكل دولة طريقتها وأساليب تعاملها ونمط هيمنتها أو تسامحها. ولاعطاء صورة أكثر تفصيلاً، فإن ملر ورفرز (Rivers & Miller) يشيران في دراستهما عن الحكومات ووسائل الإعلام إلى أربعة جوانب يمكن من خلالها اكتشاف العلاقة بين النظم السياسية ووسائل الإعلام. وهذه الجوانب هي:

١ ـ مدى تأثير النظام على وسائل الاتصال.

٢ ـ نظم توصيل المعلومات التي تتبعها الحكومة (والمقصود بذلك نمط أو طبيعة الوسائل المتوفرة للحكومات لنقل المعلومات سواء كان ذلك عبر القنوات الرسمية أو غير الرسمية).

٣ ـ تأثير وسائل الاتصال على السلطة.

٤ ـ طبيعة وسائل الاتصال الاخبارية والعمليات التي تقوم بها والمبادئ التي تستند إليها وملكيتها والجمهور الذي توجه إليه، والعوامل الاقتصادية والفنية التي تؤثر فيها والمصادر التي تحصل منها على المعلومات، والصفات المميزة لها.

وفي بحث بعنوان «الحكومة ووسائل الإعلام الاخبارية» أشار الباحث فيها إلى أن التجربة البريطانية تعتبر معتدلة من وجهة نظره. ويجب الاسترشاد بها في أي دراسة للعلاقة بين نظام الحكم ووسائل الإعلام، وقد خلص (Boyce) إلى النتيجة التالية «يمكن أن نقول أنه على الرغم من أن

العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام في بريطانيا قد تطورت على نحو ما في غير صالح وسائل الإعلام خلال الخمسين عاماً الأخيرة إلا أن ذلك اسهم في تيسير مهمة حكم البلاد. وأصبحت وسائل الإعلام في بريطانيا تمثل يوماً بعد يوم القيم السائدة في البلاد بطريقة عرفية، فهي تتخطى أي نزاع، وتحاول تقريب وجهات النظر، وتشدد على القيم الجماعية، وتؤكد صحة القواعد التي يسير عليها النظام السياسي» (Chaffee,1975,p.218).

وفي الولايات المتحدة تلعب جماعات الضغط دوراً خطيراً في التأثير على وسائل الإعلام وهذا يصطدم بمقولة الرئيس الثالث للولايات المتحدة الأمريكية توماس جيفرسون حيث قال عن هذه الملاحظة: «عندما تصبح الصحافة حرة، ويكون بمقدور كل مواطن أن يقرأ ويكتب فيها فإن الجميع سيكونون آمنين» (Neustadt,1981,p.72).

ولكن السؤال الذي يفرض نفسه على صعيد الواقع هو: هل الكاتب أو الصحفي حر في أن يعبر عن رأيه حول قضية من القضايا دون أن يعير القيم والقوانين واللوائح والأنظمة والأعراف في مجتمعه أي اهتمام؟ والجواب بالطبع لا، والأمر يحتاج إلى تفصيل، فالحرية في الإعلام حالة مثالية ونظرية تختلف على صعيد الواقع وتتباين ممارساتها من بلد إلى بلد كما تختلف تأثيراتها (بنان، عكاظ، ١٤١٦: ع١٠٧٧٣). ففي أمريكا مثلاً يكون لوسائل الإعلام الأثر والتأثير على مستوى المحليات أو الولايات أكبر من تأثيرها على المستوى القومي، فالمنافسة بين قنوات المعلومات على المستوى الأول أقل منها على المستوى الثاني الزاخر بالمنافسة وعلى الرغم من التأثير الكامن في وسائل الإعلام إلا أن هناك عدة تحفظات على مدى قوة هذا التأثير، ولعل أكبر عائق يحول دون تأثيرها هو توفر مصادر أخرى للمعلومات أياً كانت هذه المصادر (الجحني، ١٤٢١: ٢٠).

وهذا لا ينفي التهم الموجهة نحو وسائل الإعلام الأمريكية والغربية على الإجمال حيث إن هناك من يرى أن تلك الوسائل مسؤولة عن تفشي بعض الأمراض، والعنف والجرائم والمخدرات والكره لسياسة أمريكا ومن ذلك على سبيل المثال دورها الذي يتمثل في الآتي:

١ ـ انخفاض مستوى التذوق الثقافي بشكل عام.
٢ ـ زيادة معدلات الجنوح عند الأطفال.
٣ ـ الإسهام في الانهيار العام في المجتمع.
٤ ـ تهدئة الرأي إلى حد السطحية.
٥ ـ القضاء على القدرات الخلاقة في المجتمع.
٦ ـ انتشار الجرائم وأعمال الإرهاب.
٧ ـ تزايد الكره لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية الخارجية بسبب الصراع العربي الإسرائيلي والانحياز الأمريكي لإسرائيل.
٨ ـ الإسهام في ترويج ما يطلقه بعض رجال الدين في الولايات المتحدة من أفكار ونعوت غير لائقة في حق المسلمين والقرآن الكريم ورسول الهدى ﷺ.
٩ ـ غض الطرف عن الإجراءات التعسفية ضد العرب والمسلمين من قبل السلطات الأمنية وسلطات الهجرة والجمارك نتيجة لأحداث الحادي عشر من سبتمبر فضلاً عن السكوت عن المعتقلين في جوانتانامو حيث أن رؤية هؤلاء البائسين وهم يعاملون في أقفاصهم باساليب لا إنسانية يثير مشاعر الإنسانية جمعاء وخاصة المسلمين منهم (جريدة الوطن، ١٤٢٣، ع٨٧٠: ١٤).

هذا ومن أجل المزيد من التعمق في معرفة ما دار في بعض الدراسات السابقة ذات الصلة، فإننا نأتي على ذكر دراسة بعنوان: «الإرهاب

والإعلام» حيث أشارت الدراسة إلى أنه يتعين على الإعلام في الدول المتقدمة أن لا يكون هدفه الربح فقط وانما يتعين عليه أن يقوم بدور نشط في تبصير المجتمعات، وتثقيفها خاصة وأن دعاة الإرهاب والقائمين به سواء من منظمات إرهابية أو أفراد قد استغلوا وسائل الإعلام والحريات المتاحة للوصول إلى أهدافهم (Farnen R,1990,p.99-143).

وعن نظريات تأثير الإعلام في الجريمة يقول أحد الباحثين : تنتمي بحوث الإعلام والجريمة إلى بحوث التأثير الإعلامي حيث تأثرت بنظريات التأثير الإعلامي ونماذجه، كما أسهمت بدور كبير في تطوير هذه النظريات والنماذج وخاصة فيما يتعلق بتأثير التلفزيون في زيادة أو خفض العنف والجريمة لدى الفرد والمجتمع.

ولا شك أن بحوث ودراسات تأثير وسائل الإعلام كانت مجالاً مشتركاً لتخصصات مختلفة كالإعلام وعلم النفس والاجتماع والسياسة.

ولصعوبة الفهم العميق لعمليات التأثير، فإنه لم يظهر نموذج متفق عليه بين الباحثين يقدم تحليلاً كاملاً لتأثيرات الإعلام على الأطفال والمراهقين، إلا أن ذلك لا يعني أنه لم يظهر العديد من النظريات والنماذج التي تحاول تحديد عمليات التأثير الإعلامي والعوامل المرتبطة بها وتفسيرها. ويمكن القول أن كل نظرية من نظريات التأثير الإعلامي تركز على جانب من الجوانب، فهناك من يركز على الآثار المباشرة والسريعة بينما تركز نظريات أخرى على الآثار الطويلة أو غير المباشرة، وهناك من يركز على آثار الإعلام على القيم والاتجاهات والسلوك للفرد بينما يركز آخرون على تأثيرات الإعلام في المجتمع والثقافة والمنظمات الاجتماعية ومن الصعب القول أن إحدى هذه النظريات صحيحة وبقية النظريات خاطئة لأننا نحتاج لإجراء مزيد من البحوث والدراسات التكاملية والمقارنة.

ولما كان الإعلام ـ في نظر البعض ـ يعد أحد محددات السلوك المنحرف أو أحد العوامل المؤثرة فيه حيث أكدت كثير من الدراسات التي أجريت في مجتمعات عديدة على تأثير الصحف والمجلات وكتب الخيال والمغامرات وبرامج الإذاعة والتلفزيون وأفلام السينما في السلوك الإجرامي ولا سيما جرائم العنف والعدوان خاصة لدى الأطفال والمراهقين فإن نظريات الإعلام والجريمة وما تقدمه من إطار تفسيري للتأثير الإعلامي في الجريمة وخاصة التلفزيون قد وضعت المجتمعات الإنسانية على أعتاب مرحلة خطيرة. ودراسات الإعلام والجريمة في الواقع يقودها مجموعة من الفرضيات التي تطورت وتبلورت في ثلاث نظريات أساسية هي التعلم الاجتماعي، والتفريغ، والغرس مع ملاحظة أن أصل نظرية التعلم يرتبط بعلم النفس الاجتماعي وسيكولوجية التعلم، كما أن نظرية الغرس تضرب بجذورها إلى رؤية أرسطو الفلسفية للمسرح والدراما، بالإضافة إلى إسهامات فرويد والتحليليين (شومان: ١٤٢٠: ١٤) (الجحني، ١٤٢١: ٢٦).

ويقتصر تناول النظريات الثلاث على ما تقدمه من إطار تفسيري لتأثير الإعلام في الجريمة وخاصة التلفزيون في العنف والجريمة لدى الأطفال المراهقين. وتجدر الإشارة إلى أن بعض الباحثين يتعاملون مع هذه النظريات كفرضيات أو نماذج قابلة للتطوير (Comstock,1983) وهو ما يعكس الخلاف بين الباحثين حول معنى وحدود النظرية في مجال التأثير الإعلامي عامة. وأياً كان الأمر فإن أغلبية الباحثين الذين اهتموا بدراسة تأثير الإعلام في الجريمة يسلمون بوجود هذه النظريات الثلاث وقد استخدموها بطرق مختلفة، رغم اختلاف اتجاهاتهم النظرية والبحثية، من هنا نجد أن المعارضين والمؤيدين لوجود علاقة بين مضامين العنف والجريمة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني والإنحراف لدى الأطفال والمراهقين يستخدمون هذه النطريات.

وفي العالم العربي والإسلامي فإن نجاحات الإعلام فيها ضئيلة وهزيلةً وقد شخص أحد الكتاب هذا الحال في مقال له فقال :

«إن هناك اجتماعات سرية وعلنية غير رسمية ـ بين صناع القرار وبين رجالات الإعلام في أمريكا وأوروبا . وهناك دعوات غذاء وعشاء حميمة وهناك بالتالي علاقات وطيدة بينهما بالاحترام ومصانة بوعي كل من الطرفين بأهمية الآخر ودوره الكبير في رعاية وحماية مصالح الأمة، ولذا حافظ كل منهما على حدوده التي يجب أن يقف عندها وحرص كل منهما على بناء قوة الآخر حين يتعلق الأمر بهدف استراتيجي أو مصلحة عليا هذه القوة تولدت من خلال الحرب التي يشنها كل منهما على الآخر في الظروف العادية وتعاظمت من خلال مناخ الحرية الذي يتيح لكل منهما أن يتصرف كما يشاء على قواعد آمنة ما دامت آليات اللعبة متقنة وأطرافها مكتملة، وهيبة القانون محفوظة» . ويواصل القول بأنه : «وفي ضوء هذا الفهم فإن ما يتطلع إليه من الإعلام ما زال صعب المنال ليس لأن أحد يريد ذلك، ولكن لأن النوايا الحسنة وحدها لا تكفي فثقة الجمهور العربي في إعلامه مهتزة إن لم تكن معدومة في مواقع كثيرة والصلة بين صناع القرار العرب وبين الإعلاميين ضعيفة إن لم تكن معدومة هي الأخرى، والوصول إلى المعلومات في وطننا العربي كله يتطلب عناء وجهداً . . . ولهذا أصبح دور الإعلام العربي في التنمية ضيئلاً وهزيلاً وأصبح أي تأثير ينتظر منه في حياة الناس سراباً هذا في الظروف العادية، أما في الأزمات فإن أزمة الإعلام تتضاعف لأن مصداقيته المهزوزة أو المعدومة ـ في الظروف العادية ـ تصبح أشد نكاية وأعظم وبالاً عليه حيث يتحول إلى ردة فعل لا يثق فيها ولا يصدقها أحد ومهما عرض من حقائق موثقة فإنها تظل في موضع الشك والتساؤل» . ويختم الكاتب مقاله بقوله : «إن الإعلام الأمريكي أو

الأوروبي عندما يكتب أو يبث فيما يتعلق بالقضايا الخارجية وخاصة في الأزمات يصبح سلاحاً في يد صاحب القرار يستند إليه ويلوح به، أما إعلامنا العربي فإنه حين يفعل مثل ذلك يصبح سلاحاً ضد صانع القرار، فالكل يحتج عليه والكل يقمعه والكل يدفعه دفعاً للاعتذار عن حقيقته أو التأسف على وجهة نظر مخلصة، لأن هذا الإعلام العربي لم يصل إلى ما وصل إليه نظيره الأوروبي والأمريكي من حرية ونفوذ في الداخل بحيث تجعله أداة ضغط فاعلة في الخارج، ولهذا ظل كسيحاً، وحين تحتاج إليه الأمة يخرج متخبطاً لا يكاد يحسن الوقوف فما بالك بالمشي في حقول الألغام» (الغامدي، ١٤٢٣ : ١٥).

إن تعثر الإصلاحات والحريات والمشاركة والشفافية كانت، وما زالت، وراء العديد من الأزمات التي يعاني منها العالم العربي والإسلامي. يقول طاهر المصري في مقابلة نشرت في جريدة الوطن السعودية العدد (١٢١٣) في ٣/ ١٢/ ١٤٢٤هـ ما يلي:

إن الديمقراطية في العالم العربي مغيبة، وأنه على الرغم من وجود مؤسسات عربية ذات شكل أو طابع ديمقراطي إلا أنها تفتقر إلى وجود ممثلين ديمقراطيين حقيقيين، وأن معظم الحكومات العربية تسيطر بنفوذ قوي على الإرادة السياسية، وتهيمن على مصادر أرزاق المواطنين، وعلى كافة مؤسسات الجيش، وتشكل منهم بطانة من المستفيدين.

وأشار المصري في تصريحاته ـ إبان زيارته الخاطفة إلى لاهاي لعقد حوار عربي هولندي حول الديمقراطية في الأنظمة العربية والدور الأوربي المرتقب ـ إلا أن العراق في ظل نظام صدام حسين يعد نموذجاً واضحاً لغياب الديمقراطية، حيث حول صدام العراق إلى مجموعات مثلت ارتباطاً وطنيا

له، وجمع حوله الحرس الخاص به، وعناصر من الجيش، ولكن انفض الجميع من حوله ولم يعد يسانده هؤلاء بعد أن فقد النفوذ والسلطة، وقال: «إنه حذر مبكراً، وقبل حرب العراق العرب من افتقار العالم العربي إلى الديمقراطية، وأثار ذلك على هذه الدول. وانتقد بشدة الأسلوب الذي تتخذه الولايات المتحدة الأمريكية في العراق الذي يسعى لإقامة ما تطلق عليه بالديمقراطية، مؤكداً أن أسلوب أمريكا هذا لا يساعد العالم العربي على الثقة فيها، وأنه على الحكومات العربية تطوير نفسها قبل أن يفرض عليها التطوير من الخارج، وأن تسعى لتحديث نظم الحكم والإدارة فيها. وأشار المصري إلى أن لأوروبا دوراً في تحقيق وتطوير الديمقراطية في الدول العربية لمصلحة أوروبا نفسها، مؤكداً أن أوروبا ساعدت وتساعد في هذا الإطار، وليس العكس كما يعتقد كثيرون، كما أن أمريكا بدورها قد قدمت مساعدات لحكومات الدول غير الديمقراطية، ولكن نظراً للصراع العربي الإسرائيلي لم تقم أمريكا بدورها في العالم العربي لتحديث وتطوير الديمقراطية كما ينبغي، وقد اشاراً إلى أن قهر الفلسطينين أكبر دليل على ذلك، وهو القهر الذي يجرح المشاعر العربية ويؤلمها.

وقد شكك الوزير الأردني في الانتخابات التي تجرى في الدول العربية، وأكد أن معظم البرلمانيين الذين يصلون للسلطة هم زبائن للحكومة، ويعملون من أجل بقاء السلطة وحماية النظام، وأن صوت الناخب يتم إجهاضه، ولا يصل إلى المرشح الحقيقي، وطالب المصري بتطوير المجتمعات المدنية في الدول العربية، وباستقلالية هذه المؤسسات للعمل بحيادية، وذلك لتحقيق هدف إجراء الاصلاحات. وطالب بتغيير القوانين للتوصل إلى البداية الحقيقية للديمقراطية، واتهم البرلمانات العربية بعجزها، وعدم قدرتها على التقدم في مشروعات قوانين تفيد المجتمع مشيراً

إلى أن الحكومات هي التي تقوم بهذه الوظيفة، وأن هناك الحاجة الماسة إلى مجتمع مدني قوي .

وبصرف النظر عن الاتفاق أو الاختلاف مع ما أورده المصري إلا أنه من المؤكد أنه لكي ينجح الإعلام العربي فإنه لابد أن يشع أجواء الحريات المسؤولة وأن يكون دور السياسي دور الموجه (خضور، ١٤٢٠ : ٨٣) .

من هنا يتعين على العاملين في العلاقات العامة وهم يتعاملون مع وسائل الإعلام وأن يدركو الإيجابيات والسلبيات الإعلامية، وأن يحسنوا اتقان التوازنات وفهم منطلقات النظريات الإعلامية .

٥ . ٣ وسائل الإعلام والسلوك الإجرامي

لا شك أن بعض المهتمين بعلوم الجريمة قد تجاهلوا خطورة الإعلام، فلا نكاد نجد غير لمسات سريعة خاطفة حول الجوانب السلبية للإعلام في عصرنا الحاضر، والواجب ضرورة النظر في إنشاء أقسام ودراسات خاصة في مؤسسات التعليم العالي تهتم بهذا الجانب وتدرس الآثار الاعلامية على الجريمة سلباً وإيجاباً وتعين القائمين على أمور الأمن والإعلام معا، ذلك لأن الاهتمام بدراسة تأثير الإعلام جنائياً من شأنه مكافحة الجريمة ودرء الاخطاء المتوقعة مستقبليا . يقول حول هذا المعنى أحد الباحثين :

«إذا كان السجن هو المدرسة الاعدادية للجريمة فإن التلفزيون هو المدرسة الثانوية إن لم يكن جامعة الجريمة أيضاً، ومعنى ذلك أن وسائل الإعلام قد تقوي من الرغبات المنحرفة والميول المريضة بين النشء» (إمام، ١٩٨١ : ١٣٣) .

من هذا يتضح مدى الترابط بين الجريمة ووسائل الإعلام إن هي «أي وسائل الإعلام» لم توجه الوجهة السليمة حيث أن نتائجها فاقت التصورات

على مستوى العالم من حيث أنها تهدد حريات الأشخاص في أي زمان وفي أي مكان وتربي الخوف والذعر والفرقة الاجتماعية وعدم الاحساس بالانتماء والعزله والصراع والظلم والاستخفاف بالسلطة، فضلاً عن كون نتائجها الاجتماعية تولد عدم الثقة في عدالة منصفة وفعاله وفي أجهزة أمنية قادرة، ومن آثارها ما يلي: (الجحني، ١٤٢٠: ١٣٥):

١ ـ تقوية الاحساس بالعجز وعدم الأمان.

٢ ـ تعمل على الاقلال من دور الجمهور في المشاركة الفعالة المجدية.

٣ ـ تؤدي إلى زيادة المظاهر الشاذة في المجتمع وضعف التماسك الاجتماعي.

٤ ـ تؤدي إلى بروزالاتجاه الاستقطابي والحاق الضرربوحدة الأمة.

٥ ـ كما أن المجرمين ينظرون إلى جرائمهم فيعتبرون أنفسهم أصلا ضحايا النظام الاجتماعي، فيبرر هذا لهم ارتكاب السلوك الاجرامي إذ أن التذبذب بين القمع والتسامح، كما أن عدم التجانس في النظرة إلى القيم والمعاييرالنابعة من البيئة يؤدي إلى المساهمة في إيجاد جو من عدم الاستقرار والقلق اللذين يقويان دون ريب من السلوك الانحرافي في المجتمع.

أما النتائج النفسية للجريمة فهي مدمرة وفادحه وذلك حينما يتوقع الإنسان تهديدا محتملا في أية لحظة، فهو يعيش حالة ذعر واضطراب وهلع ينجم عن ذلك فقدان الثقة المتبادلة والقلق الاجتماعي المتزايد الذي ينجم عن الخوف من الجريمة بصفة عامة.

ثم إن الخوف من الجريمة أيضاً يضعف التفاعل والتلاحم والتضامن الاجتماعي والتنمية التي هي من الأهمية القصوى لايجاد مجتمع حيوي آمن

متطور هذا على مستوى الجرائم العادية، أما على مستوى الجريمة المنظمة فإنها هي الأخرى لها آثارها العديدة على المجال السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي والتنموي، والصحي، وعلى سبيل المثال تشير تقديرات الأمم المتحدة إلى أن التجارة العالمية في المخدرات والمقدرة بـ(٥٠٠) بليون دولار، قد فاقت ما تمثله التجارة العالمية من النفط سنوياً. (مؤتمر الأمم المتحدة CONF/E 2188، 1995).

كما تم تقدير الأموال العائدة من الجريمة المنظمة بصفة عامة بحوالي ٥٪ من الاقتصاد العالمي، فيما أصبحت نشاطات الإجرام المنظم من أخطر عوامل تقويض الكيان الاقتصادي للدول نظراً لتغلغل عوائد الجريمة في الاقتصاد المشروع للدول ثم الاعتماد على هذه الأموال مستقبلاً (الجحني، ١٤٢١: ١٤٢). كما إن الإتجار غير المشروع في العقاقير المخدرة يعتبر مصدر خسائر كبيرة لكثير من البلدان فهو يتجه لإعاقة العديد من أفراد المجتمع بصورة دائمة، وذلك بسبب ادمان تلك العقاقير وممارستهم العديد من الأنشطة الإجرامية كوسيلة لتأمين قيمة جرعتهم اليومية من المخدر، وهكذا فإن تداول العقاقير المخدرة واستهلاكها يعتبران طريقاً سريعاً في إيجاد الجريمة والبؤس. كما أن صحة الملايين وقدرتهم على الإسهام بصورة فعالة في جهود التنمية التي تبذلها بلدانهم تتأثربشكل كبيرنتيجة استهلاك قدرمن منتجات صيدلية وغذائية معينة لا تفي بالحد الأدنى لمعاييرالسلامة، وقد يتعذر بوجه خاص تحري انعدام هذه المسئولية الجنائية في البلدان التي تعاني من نقص الموارد وبالتالي عدم كفاءة الرقابة الرسمية على جودة المنتجات الطبية المعروضة للبيع.

ودور الإعلام في مكافحة أو ترويج أو انتشار الجرائم أمر لا شك فيه، فالأفلام تظهر رؤساء العصابات والمجرمين بصورة توحي بتفوقهم وذكائهم

وتمجد براعاتهم ومهاراتهم، وهو أمر مشاهد وواقع من خلال تأثير الإعلام على الافراد خاصة إذا علمنا أن هناك رأياً قوياً يرى أن الجريمة عبارة عن مهنة يتعلمها الفرد من الآخرين وليست صفة يرثها الفرد. فعندما تبث وسائل الإعلام اساليب وطرق الجريمة يتم تعلّمها كما تتعلم الدوافع والبواعث والتبريرات والاتجاهات على اعتبار أن السلوك الإجرامي متعلم أو مكتسب من خلال التفاعل مع أشخاص آخرين، وللمبالغة والجذب والاثارة في كمية العنف ونوعيته (الجحني، ١٤٢١ : ١٤٨).

إن اعتماد وسائل الإعلام العربية والإسلامية على البرامج الأجنبية(الغربية) زاد من تفاقم وخطورة المشكلة، ففي عالمنا العربي مثلاً تبين أن المسلسلات الأجنبية تشكل ٣٣٪ من مجموع البرامج المستوردة، وتشكل الأفلام ٢٤٪، والمنوعات الخفيفة ٢١٪، والبرامج الرياضية ١٠٪، والدراما والبرامج الثقافية ٧٪، والموسيقى العالمية ٥٪، وبذلك تصل نسبة البرامج الأجنبية ذات الطابع الترفيهي إلى ٨٨٪.

وعلى هذا فان إسهام وسائل الإعلام الاجنبية في وقوع الجرائم وازديادها قضية متفق عليها بين المتخصصين، وكما قد يحدث انحراف بعض الناس عن طريق الصحبة السيئة نتيجة التأثر بالاتجاهات والميول والسلوك الذي يقود في نهاية الأمر إلى الانزلاق في تيار الجريمة، فإننا لا نكون بعيدين عن جادة الصواب إذا رأينا أن بعض وسائل الإعلام المعاصر تأخذ نفس الحكم.

وقد شخص صاحب السمو الملكي الامير نايف بن عبدالعزيز وزير الداخلية في المملكة العربية السعودية والرئيس الفخري لمجلس وزراء الداخلية العرب ورئيس مجلس إدارة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية هذه الظاهرة أحسن تشخيص عندما قال: «أن مثل هذه المسلسلات والأفلام

وكذلك بعض الروايات البوليسية لم تخرج بالتأكيد إلا بقصد الكسب المادي وليس بقصد فائدة المجتمعات، إن هذه الافلام تعتمد على الاثارة والتشويق وهي غير مفيدة وضارة بل قد تساعد من يريد ارتكاب الجريمة» (جريدة الجزيرة، ع٢٧١٩: ١٣).

٥ . ٤ وسائل الإعلام والجنوح

تمثل وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر أهمية كبرى للتواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع ومن أبرز وسائل التواصل العامة (Mass communication) الصحف ـ والإذاعة ـ والمذياع ـ والتلفاز . . . الخ. وهي في نفس الوقت وسيلة العلاقات العامة الفعالة.

وبقدر ما تحمل هذه الوسائل من ايجابيات فإنها تحمل من طرف آخر سلبيات على الأنماط السلوكية الأمر الذي يتبعه زيادة معدلات الجنوح والجريمة طبقاً لآثارها في مختلف المجالات الدينية والسياسية والاقتصادية والتربوية والثقافية والاجتماعية وعلى العامة والخاصة من أبناء المجتمع (علي، ١٩٧٦: ٦٩).

وعادة ما تختلف وتتباين استجابات الأفراد بما يوحى إليهم عبر وسائل الإعلام، وقد يكون جانب المبالغة والمغالاة في وصف الأحداث ما يؤثر على الواقعية من وراء النشر أو التصوير، وما يتبع ذلك من عدوانية إو انحرافية من جانب الصغار أوالكبار (الجحني، ١٤٢١: ١٥٠).

وفي هذا الاتجاه تمنع كثير من الدول وسائل اعلامها ومنها الصحافة من أن تتناول بالتغطية والتحليل بقصد الاثارة أنباء هروب الجناة، التفاصيل التي اتبعها الجناة في ارتكاب جرائم القتل والسطو والسرقة وغير ذلك مما يعرض الأمن وسلامة القائمين عليه للخطر (الجحني، ١٤٢١: ١٥٣):

وتتبنى معظم الصحافة الأمريكية هذا الاتجاه التوسعي نظرا لتمتعها بحرية كبيرة وظناً منها بأن هذا أجدى لمحاربة الجريمة .

وأما أنصار الاتجاه الثاني المعارض للنشر ، فيبدي خشية من التأثر السيء على الصغار وضعاف النفوس وذوي الميل إلى الإجرام الذي قد يدفعهم نشر أنباء الجريمة إلى الإقدام على محاكاة مرتكبها سعياً وراء بطولات زائفة ولا سيما إذا مجدت الصحيفة المجرم أو أظهرت عطفا عليه .

والتوسع في نشر تلك الأخبار يجعل الجريمة جذابة والمجرم شخصا خاليا وتكون النتيجة أن الشباب المغامر يحاول أن يقتفي أثر هؤلاء المجرمين ليكون له نصيب من بريق الجريمة .

ومن الدراسات التي اهتمت بنشر أو معارضة انباء الجريمة تجد أنه تتنازع الصحافة في مواقفها من نشر أنباء الجريمة أو الاحجام عن نشرها أكثر من عامل ، فهي تسعى إلى رواج توزيعها وإذا نجحت في جذب أكبر عدد من القراء إليها ، فإن هذا الأمر يغريها بنشر أنباء الجريمة إلى جانب سائر النواحي الاخبارية ، ويثير الخلاف حول نطاق النشر عن الجريمة وتبلور في اتجاهين متعارضين : أولهما : ينادي بضرورة توسيع هذا النطاق ، وثانيهما : ينادي بضرورة تضييقة ولكل من الاتجاهين حجته . أما عن حجة الاتجاه الموسع من نطاق النشر عن الجريمة باعتبارها ظاهرة اجتماعية فهو قولهم أن الجريمة لا تكافح باغلاق الأعين عنها ، ولا مجال لتعليم النشء وتربيته من طرق اخفاء الشر عنه ، وحجبه عن طريقه ، ولا خوف من نشر انباء الجرائم لأن كل شخص مجرم يقابله في أي بلد عشرات الالوف من المواطنين الشرفاء ، والصحافة هي مرآة المجتمع ، بل ويرون أن هذا النشر من شأنه أن يقدم للمجتمع خدمة كبرى في ميدان محاربة الجريمة والتوقي منها قبل وقوعها على اعتبار أن الصحافة هي مرآة المجتمع ، فينبغي أن تسجل كل ما يقع

فيه من خير وشر ولأن الجريمة ظاهرةاجتماعية ومن واجب الصحافة أن تسجلها حتى يعلم الناس أحوال بلدهم وإلا كانت في زعمهم مقصرة في حق قرائها ومجافية لرسالتها، ونشر أخبار الجرائم بدون هوادة يعتبر تحذيرا فعالا لمن تسول لهم أنفسهم ارتكاب جريمة . . . وأن كشف الستار عن نشاط العصابات والحملات الشديدة على المقامرة والمخدرات والرذيلة كل ذلك يساعد الشرطة في حربها ضد الجريمة في رأي أصحاب هذا الإتجاه، هذا ويذهب أهل الإتجاه إلى أبعد من ذلك فيقولون:

«إن الصحف تكشف للجمهور أخلاق المجرمين وحيلهم وأساليبهم المختلفة في ارتكاب جرائمهم وخاصة ما يتصف منها بالابتكار أو الغرابة أو الذكاء أو ما يقتبس من البيئات الاجرامية في المجتمعات الأجنبية في الخارج كالطريقة الأمريكية في السرقة، ولهذا يكون الجمهور متيقظا لهذه الأساليب الاجرامية ويتخذ ما يلزم من الاحتياط، فلا يقع بسهولة في حبائل المجرمين» (عبدالقادر، د. ت).

إن هذه الآراء والاتجاهات حول نشر أخبار الجريمة بدون تثبت واتزان إنما هو خفة واستهتار بالمجتمعات وقيمها والقصد من وراء ذلك الرواج والكسب والإثارة فضلاً عن غياب النظرة الشمولية للأمن، فالمعركة مع المجرمين ليست معركة خاصة بينهم وبين رجال الأمن، ولكنها معركة الجمهور أو الشعوب مع الخارجين على الأنظمة والقوانين.

ولذلك لابد من إيجاد سياسة تحكم العلاقة بين رجال الأمن ووسائل الإعلام على أن تلتزم وسائل الإعلام بميثاق شرف المهنة خصوصا في مجال أنباء الجريمة وذلك بعدم تصوير المجرم بصورة جذابة أو مشوقة أو كبطل يحتذى أو تصوير الجريمة وأسلوبها بشكل تفصيلي ومثير وعنيف وعلى أن تراعى مصالح الأمة العليا وأن تسخر الصحف طاقتها لخدمة الحق

والفضيلة واطلاع الرأي العام من خلال موضوعات وتحقيقات وحملات ملائمة من شأنها أن تؤدي إلى مشاركة إيجابية (الجحني، ١٤٢١ : ١٥٧).

وحول التحفظ في الإفراط في نشر تفاصيل الجرائم فإن كثيراً من الباحثين انتهوا إلى القول بأن: الرأي الراجح هو أنه لا يصح منع نشر أنباء الاجرام ولا إباحة نشرها وإنما يجب أن يترك لرجال الصحافة المتميزين مختلف أنواع الانباء وتقدير ما يترتب على نشرها من ضرر أو فائدة وتغليب أحد هذين العاملين على الآخر.

وجملة القول فإن التفسير العلمي يقتضى اجراء الدراسات المقارنة والدراسات التجريبية المخبرية لتشخيص التأثير المباشر أو غير المباشر حتى وإن كانت هناك قناعة تامة بما تحدثه وسائل الإعلام الغربية من آثار ضارة بسلوك الأفراد واتجاهاتهم. وبما أن وسائل الإعلام تعمل في إطار نظام سياسي فإن دراسة هذا النظام السياسي من قبل العاملين في العلاقات العامة في غاية الأهمية (الجحني، ١٤٢١ : ١٧٣).

الفصل السادس

العلاقات العامة والنظم السياسية

٦ . العلاقات العامة والنظم السياسية

لاشك أن العلاقات العامة لها ارتباط بالعديد من العلوم والمعارف ـ كما مرّ بنا ـ لمن يدرس مساقات العلاقات العامة أو يمارس أعمالها على درجة كبيرة من الأهمية .

ويخطئ من يظن أنه يمكن أن ينجح العاملون في العلاقات العامة في أي بلد دون فهم عميق من قبلهم للنظام السياسي بحيث توزن المسائل بميزان المصلحة العامة ويتعاملون في نطاق البيئة والأعراف السائدة ، وعلم السياسة من العلوم المهمة التي يتعين على خبير العلاقات العامة أن يوائم بينه وبين العلاقات العامة ، فعلم السياسة يدور حول دراسة الظاهرة السياسية وأولويات الأمة وكلياتها ، ومؤسساتها العامة ، والاساليب التي يتم بها اختيار القيادات السياسية ، وبلورة البرامج والقطاعات السياسية العامة الجامعه للدولة ، وإرساء أنظمتها وقوانينها وتشريعاتها ، وإدارة أجهزتها ، وتوجيه طاقاتها وامكاناتها ومواجهة التحديات الداخلية والخارجية التي تحيط بالأمة وفهم أدوات القوة والتأثير على المستوى الداخلي والخارجي على مستوى الانظمة السياسية والعلاقات الدولية وعلى مستوى النظام السياسي المحلي ذاته . من هنا كان من الضروري تسليط الضوء على مفهوم النظام السياسي من أجل التعرف عليه ، وفي هذا الفصل سنتناول المواضيع التالية :

١ ـ التعريف بالنظام السياسي .

٢ ـ وظائف النظام السياسي .

٣ ـ تحليل النظام السياسي .

٦ . ١ التعريف بالنظام السياسي

مما لا شك فيه أنه أصبح النظام السياسي مصطلحاً شائعاً في حقل العلوم السياسية وفي مجال الحكومات المقارنة لدرجة أنه أصبح يعكس ماكان يعرف إصطلاحاً بالحكومة أو الأمة أو الدولة وحظي بإنتشار واسع وقبول بين صفوف الأكاديميين المعنيين لأسباب عديدة يأتى في طليعتها إشتمال هذا المصطلح على أبعاد كثيرة واحتوائه على معظم المناشط السياسية والإقتصادية والإجتماعية ذات الوزن المؤثر في مسيرة الحياة في المجتمع (الجحني، ١٤٢١ : ١٨١) .

وفي إطار بلورة ماهية النظام السياسي، فإنه يتعين علينا أن نستعرض جملة من أقوال بعض العلماء في تعريفاتهم للنظام السياسي .

النظام لغة : يقال نظمه نظما ونظاما : ألفّه، ونظمت اللؤلو إذا جمعته في السلك كما يقال نظمت الشعر وكل شيء قرنته بآخر أو ضممت بعضه إلى بعض فقد نظمته ونظام كل أمر : ملاكه، ونظم والإنتظام : الاتساق، ومن هذا يتضح أن أصل النظم الجمع، أما نظام فيطلق على نظام معين مثل : نظام المرور، نظام التقاعد، نظام الشركات، وهكذا .

أما النظام السياسي في الإصطلاح : فيرى (لموند) أن النظام السياسى «نظام التفاعلات الموجودة في كل المجتمعات المستقلة والتى تضطلع بوظيفتي التكامل والتكيف داخلياً (أى في إطار المجتمع ذاته) وخارجيا بين المجتمع والمجتمعات الأخرى وقد اختصر(لموند) مقولته السابقه إلى أن النظام السياسى هو « النظام الشرعى القادر على صيانة وتحويل النظام إلى أعماق ضمير المجتمع »(العمري وهاشم، ١٤١٣ : ٢١٧) .

وقيل بأن النظام السياسى : «مجموعة المؤسسات والقوى الظاهرة والخفية التى تتوزع فيما بينها نظرياً وعملياً آلية التقرير السياسي» (سرحان، ١٩٩٠ : ١٢) وأحسب أن هذا التعريف يتسم بالوضوح والتوازن بين المدارس السياسية التقليدية والحديثه .

وبالنظر إلى هذه التعاريف مجتمعه نجد أن النظام السياسى ليس الهياكل الدستورية فحسب وإنما يشتمل إضافه إلى ذلك الأبنية السياسية الرسمية وغير الرسمية، وعمليات الاتصال والمكونات الثقافية والاقتصادية والسياسة والاجتماعية والدينية أي أنه ليس الحكومة في بلدما ولكنه أوسع منها وأشمل فالحكومة جزء من النظام السياسى، إذ أنه يتعلق بالمؤسسات الرسمية المعنية بصنع وتنفيذ القرارات ومباشرة عمليات التقاضى وهو الإطار الذى تتم فيه العمليات التنظيمية والتنفيذية والقضائية والإدارية إضافة إلى التنظيمات الاجتماعيه والفعاليات الأخرى غير الحكومية التى تشكل جزءاً من النظام السياسى ونمطاً من أنماط التفاعل التى تحدث خارج الأجهزة الحكومية (المنوفي، ١٩٨٧ : ٤٢؛ مهنا والصالحي، ١٩٨٥ : ٢٤٩).

وفي ضوء الاهتمام بدراسة النظم السياسية فإن النظام السياسي لايمكن تصور وجوده على أرضية الواقع دون الوحدات والهيكل والمؤسسات وقد تعددت تصنيفات النظم السياسية وتعددت صورها بتعدد المدارس والتيارات السياسية والقانونية والاجتماعية التى تهتم بدراسة النظم السياسية، ومع هذا التعدد فإن عملية التصنيف ذاتهامؤقتة بحيث لايوجد مقياس ثابت للنظم السياسية ممايجعل مسألة التصنيف في تحول وتغير مستمر (الجمل، ١٩٦٩ : ١٤٩)، الأمر الذي يجعل من الصعب بمكان أن يعثر في العالم على نظامين سياسيين متشابهين تماماً إلى درجة التطابق وهذا الأمر هو ما يفسر تعدد الأنظمة (المنوفي، ١٩٨٧ : ٥٠).

وتأسيساً على كل ماسبق، فإن النظام السياسي وفق مفهومه التقليدي كان يعنى بدراسة شكل الحكومة ونظام الحكم والمؤسسات التى تمارس السلطة في الدولة، بيد أن هذا المفهوم قد تغير وتطور ليصبح المقصود بالنظام السياسي : النسق المتكامل من المبادىء و الأفكار والقيم «والإيديولوجيات والعقائد» التى تسود أى مجتمع فضلاً عن المؤسسات التى تعلن بها الدولة عن شخصيتها وتمارس بها سيادتها، يضاف إلى هذا أهداف السلطة العامة ومجالات تدخلها وأسلوب إتخاذ القرار السياسي فيها وعلاقات القوى داخل الدولة وكيفية وضع إستراتيجية الدولة موضع التطبيق. (الجحني، ١٤٢١، ص١٨٦).

٦ . ٢ وظائف النظام السياسي

أجمل الباحثون وظائف النظام السياسي فى وظائف أربع :

١ ـ الوظيفة العقدية.

٢ ـ الوظيفة التطويرية.

٣ـ الوظيفة التوزيعية.

٤ ـ الوظيفة الجزائية.

٦ . ٢ . ١الوظيفة العقدية

هي أولى الوظائف الأصلية للنظام السياسي المعاصر إذ لايوجد نظام فى العالم لايحمل عقيدة أو أيديولوجية يعبّر عنها ويبشربها ويقدمها للعالم على أنها ذات مضمون فكري يحتذى، هذا على المستوى الخارجي، أما على المستوى الداخلي فإن هذه الوظيفة هي وسيلة شرعية النظام السياسي والقانوني وكل نظام معين يملك ديناميكية معينة تتمثل في برنامج سياسي يسعى إلى تنفيذه وصولاً لتلك الاستراتيجية.

٦ . ٢ . ٢ الوظيفة التطويرية

يسعى النظام السياسي الفعال ليجعل مكوناته وأطره التشريعية أو التنظيمية في تطور دائم ليتجنب التوترات الداخلية التى يمكن أن تحدث نتيجة ظهور المستجدات فالتطور السياسي يعني عملية التفاعل الذاتي مع الأوضاع السياسية و الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وما يرتبط بذلك من قفزات متتابعة من وضع إلى آخر. وبعبارة أخرى فإن التطور السياسي هنا يعني : تدخل الحكومة بما يكفل التقدم واقتراح النظم وتعديل الخطط والآليات والاستراتيجيات والأطروحات لاستيعاب جميع القوى السياسية الجديدة والتعبير عن الحقائق الاجتماعية المتجددة بحيث يصير الإطار النظامي رداءً صالحاً لذلك الجسد في صورته الجديدة (الجحني، ١٤٢١ : ١٩١ ؛ مهنا والصالحي، ١٤١٣ : ٢٧٢).

٦ . ٢ . ٣ الوظيفة التوزيعية

ويقصد بالوظيفة التوزيعية تحقيق ما يسمى بالعدالة التوزيعية بحيث تواجه مقتضيات التطور بما يفرضه هذا من سرعة وحزم وسمو عن مستوى المصالح الفردية أو النزعات الذاتية. (مهنا والصالحي، ١٩٨٥ : ٢٧٣).

٦ . ٢ . ٤ الوظيفة الجزائية

وهي تلك الوظيفة المرتبطة بتحديد ما يقع على عاتق الدول بخصوص السقطات والاخلالات والمخالفات التى قد تحدث داخل المجتمع والتى تتضمن انتهاكاً أوخرقا للقواعد الثابتة والمستقرة في حياة الجماعة وبهذا المعنى تعتبر الوظيفة الجزائية وظيفة تابعة أي تسعى لحماية الوظائف الأخرى.

ومن الجدير بالذكر أن وظائف النظام السياسي في الإسلام متعددة ومتشعبة، ومنها: وظيفة النظر في المظالم، وإقامة علوم الدين والدنيا، توفير وسائل العمران، التكافل الاجتماعي، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، توفير الأمن والاستقرار والعدالة الاجتماعية، المحافظة على سلامة النظام السياسي من الداخل والخارج، صد الاعتداءات، ورفع مستوى الرعية في جميع المجالات بما يتوافق مع الشريعة الإسلامية (محفوظ، الخطيب، ١٣٩٣: ١٤٦)، ولكن لكي يكون النظام السياسي في أى أمة نظاماً فعالاً ومنسجماً مع نفسه وشعبة ودرجة الرضا متوفرة، فإنه لابد وأن يتصف بجملة من الأمور منها (الفارسي، جريدة الجزيرة، ع٧١٤٧):

١ ـ أن يأخذ بالمباديء والقيم التى يؤمن بها الناس فيطبق مقاصدها مع توفير أساسيات الحياة وضروراتها الملحّة: كالتعليم والصحة والرعاية الاجتماعية وفرص العمل . . . الخ في يسر وسهولة، ودون أى تحيز أو تمييز بين مواطنيها.

٢ ـ أن يسمح للفرد بأن يحقق أقصى طموحاته المشروعة في إطار الأنظمة وضوابط المصلحة العامة واحترام القيم المرعية وحقوق الآخرين.

٣ ـ أن يسعى لتوفير أقصى درجات الأمن والرفاهية لمواطنيه والتطور الدائم والنمو سياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

٤ ـ أن يعمل في إطار علاقاته الدولية على توفير الأمن، والمحافظة على الاستقرار والسلام العالميين.

٥ ـ أن يسعى من خلال المفهوم الاقتصادي القائم على مبدأ الاعتماد المتبادل واستقرار النظام المالي والاقتصاد العالمي.

٦ ـ أن يدرك مسؤولياته الدولية ويسهم إسهاماً إيجابياً وفاعلاً في تطور ونمو الدول التى لا تملك الوسائل اللازمة لذلك ويقدم المساعدات الخارجية في حدود الامكانيات المتاحة .

٧ ـ أن يستشعر مسؤولياته الإنسانية وواجباته الدولية بمد يد العون لمن يحتاج إليه ، ويعمل على تخفيف مصائب البشر عند وقوع الكوارث والأزمات .

٨ ـ أن يقف إلى جانب المظلومين ويناصر أصحاب القضايا العادلة ويسهم في إنجاح الجهود الرامية إلى تحقيق الاستقرار الدولي وصولا إلى مجتمع عالمي يسوده الاستقرار والسلام والتعاون .

٩ ـ أن يسعى لحل المشاكل الإقليمية والدولية عبر الحوار الحضاري القادر على حل المشاكل والنزاعات سلمياً دون اللجوء إلى العنف والاستفزاز والتحدي والاستيلاء غير المشروع على أراضي الغير أو الاعتداء على حقوقهم .

١٠ ـ أن يهتم بشئون مواطنيه ويكثف الجهد لتوفير سبل العيش الكريم لهم ويحفزهم على طلب الرزق مع تأمين أسبابه المشروعة .

١١ ـ أن يعالج قضاياه الداخلية وشؤون رعاياه على أسس وقواعد ثابتة من الشرعية لا تتغير ولا تتبدل من يوم لآخر ، ولا تنتهك بالتعديلات الاستثنائية والوقتية تبعا لتغير الظروف أو الأشخاص .

١٢ ـ أن يحترم حقوق الإنسان سواء في رعاياه أو في غيرهم ، ويعالج همومهم ومشاكلهم بميزان الحق والعدل .

١٣ ـ أن يهتم ببناء ذاته في شتى المجالات متحرراً من الخوف منضبطاً بالقيم والمقاصد النبيلة .

٦ . ٣ تحليل النظام السياسي

إن عملية تحليل النظم السياسية وتصنيفها ودراسة أشكالها، وملاحظة مابينها من اختلافات وتشابه عملية قديمة جداً ومن أجل ذلك تعددت المناهج التى تساعد على تحليل النظم السياسية ومن هذه المناهج مايلي : المنهج المؤسسى، المنهج الجماعي، منهج النخبة، ومنهج صنع القرار.

٦ . ٣ . ١المنهج المؤسسي

يقوم هذا المنهج على دراسة المجالس وقيادات الدول والمحاكم والوزارات والقوى السياسية والنقابات والجماعات لمعرفة أهداف تلك المؤسسات وكيفية انتقاء أعضائها، والعلاقات فيما بينها واختصاصاتها ونفوذها على الصعيد الوطني وفعاليتها، كما يهتم هذا المنهج بالتعّرف على توزيع الأدوار داخل تلك المؤسسات ونطاق تأثرها. إلا أن هذا المنهج يؤخذ عليه عدم صلاحيته لدراسة النظم السياسية في الدول التى تخلو من المؤسسات السياسية الحديثه (المنوفي، ١٩٨٧ : ٦٤).

٦ . ٣ . ٢المنهج الجماعي

يقوم هذا المنهج على دراسة الجماعة الأكثر تأثيراً في الحياة السياسية ومن ذلك جماعات المصالح والنقابات العمالية ومقدار تفاعلها مع مؤسسات الحكم. هذا ويكثرتطبيق دراسة هذا المنهج على النظم السياسية الغربية على وجه الخصوص.

٦ . ٣ . ٣ منهج النخبة السياسية

ويركز هذا المنهج على دراسة النخب الحاكمة ، وكيفية توزيع القوة بينها ، وطرق التعَّرف على هذه النخب ، وذلك من خلال أسلوب المناصب التى يشغلونها، ومن خلال أسلوب القرارات التى تصدرعنهم.

٦ . ٣ . ٤ منهج صنع القرار

ويعتمد هذا المنهج في تحليل النظم السياسية على تحليل وتحديد القرار السياسي وأساليب اختيار صانعيه، وإطار صنعه وعمله، ومن أشهر تصنيفات صانعي القرار : تصنيف بول مودي Paul Moody في كتابه «صنع القرار ، ١٩٨٣م) حيث قدم أنماطاً ستة لصانعي القرارات، وهي :

١ـ النمط الاقتصادي : الذى يبحث عماهو نافع وعملي .

٢ـ النمط الجمالى : المحب للجمال والذي يهتم بالانسجام والتفرد والنشاط .

٣ ـ النمط النظري : الذى يسعى إلى كشف الحقيقة لذاتها ومعرفة التنوع والرشد .

٤ ـ النمط الاجتماعي : وهو العاطفي المحب للناس وغير أناني .

٥ ـ النمط السياسي : الذى يسعى أساساً إلى القوة والنفوذ والشهرة .

٦ ـ النمط الديني : وهو الذى تدور قيمه العليا حول الطابع الروحي والتجربة الذاتية (Moody,1983,p.17)

وفي إطار تطوير النظم السياسية في العالم والمراحل التى مرّت بها والشرعية التى تنطلق منها فإن علماء السياسة قد تناولوا خمس محطات أساسية تؤثر في تفاعل النظام السياسي مع بيئته المحلية والإقليمية والدولية وهذه المحطات هى : تحديد الهوية، مبدأ الشرعية، المشاركة السياسية، التوزيع، والتأثير السياسي على أنه في الوقت نفسه لا ينبغي للباحث أن يتجاهل تحديات النظم السياسية المعاصرة وهي التحديات التي تنبع من اعتبارات سياسية واقتصادية واجتماعية وفنية .

ومن أهم تلك التحديات التى كشفت عنها التطبيقات العملية في العالم: الانقسامات داخل هذه النظم، والمواريث الاجتماعية، وجمود الأنظمة واللوائح، وعدم الاستفادة بالشكل المطلوب من التقدم العلمي والتكنولوجي في مجال ادارة التنمية وقضايا المشاركة والحريات وتكافؤ الفرص. (الجحني، ١٤٢١: ٢٠٢).

وتأسيساً على كل ما سبق، فإن العلاقات العامة لا تعمل من فراغ وإنما تعمل ضمن واقع نظام سياسي واجتماعي واقتصادي معين تتأثر به ومدعوة إلى استيعابه لأداء رسالتها على الوجه المطلوب.

الفصل السابع

العلاقات العامة في الأزمات

٧ .العلاقات العامة في الأزمات

تتطلب التطورات المختلفة الاستعداد التام لمواجهة الحوادث الطارئة والكوارث والأزمات التي بدأت تنتشر على مستوى العالم بصورة غير مسبوقة، واحسنت بعض الجهات والوزارات بتشكيل لجنة مركزية للطوارئ فيها تنبثق منها عدة لجان فرعية تعرف كيف ومتى تقوم بعمليات إطفاء الحرائق والإنقاذ والإشراف على عمليات الإخلاء والإيواء ومتابعة تنفيذ اشتراطات السلامة، والعمل على تدريب الاختصاصيين والاختصاصيات على رعاية الأطفال والشيوخ والنساء الذين فقدوا ذويهم ولم شمل الأسر المشردة. وهناك العديد من الجهات التي تتطلب مسؤوليتها تشكيل لجان أو فرق طوارئ خاصة التي تتولى مسؤولية وجود أعداد كبيرة من البشر تحت سقف واحد مثل وزارات التربية والصحة والتعليم العالي والتعليم الفني التي تتحمل مسؤولية آلاف المدارس والمستشفيات والجامعات والمعاهد والكليات والتي ينضوي تحتها الملايين من المواطنين وتتطلب المسؤولية أخذ الاحتياطات والإجراءات لحماية هذه الأعداد من الكوارث والحوادث المتوقعة وغير المتوقعة (جريدة الوطن، ع١٢١٤ : ٧).

والناظر في أدبيات العلاقات العامة اثناء الأزمات والكوارث يلحظ أنه لا يوجد حتى عام ١٩٦٠م إلا قليل من المعلومات عن العلاقات العامة في الأزمات. ومن عام ١٩٦٠م وحتى عام ١٩٨٠م بدأت تظهر بعض المقالات التي عالجت هذا الموضوع والتي كتبت بواسطة ممارسين للعلاقات العامة شرحوا فيها كيف واجهوا أزمات معينة بنجاح. وأخذ الاهتمام يتزايد حول موضوع إدارة الأزمات بوجه عام والعلاقات العامة في الأزمات على وجه الخصوص لأسباب كثيرة اهمها استمرار وعي الرأي العام وقوته،

وارتفاع تقنية وسائل الإعلام وقوة تأثيرها، وفي هذا الفصل نتناول النقاط التالية:

- نماذج العلاقات العامة في الأزمات.
- الضوابط الرقابية.
- استعدادات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات.

٧ . ١ نماذج العلاقات العامة في الأزمات

أخذت تهتم بعض الجمعيات المتخصصة في العلاقات العامة مثل الجمعية الدولية للعلاقات العامة، والجمعية الأمريكية للعلاقات العامة في إقامة الندوات والمحاضرات والحلقات الدراسية عن العلاقات العامة ودورها في الأزمات.

عمدت الكثير من الجامعات وخاصة الجامعات الأمريكية بتدريس العلاقات العامة في الأزمات كمادة مستقلة ومن ثم أصبح للعلاقات العامة أو الاتصالات في الأزمات مهمات ووظائف راسخة ليست مجال جدال أو تشكيك، وعزز هذا الدور، موضوع: «إدارة القضايا» كمجال حديث نسبياً أسند في الغالب إلى وظائف العلاقات العامة.

وفي عام ١٩٩٢م قام كل من باجانت ودوفيل (Pauchant and Douville) وهما من رواد حقل إدارة الأزمات، بدراسة متعمقة في موضوع إدارة الأزمات للتعرف على التطورات التي حدثت له منذ عام ١٩٨٦م وحتى عام ١٩٩١م حيث بحثوا ثمانية مواضيع رئيسية تأتي تحت حقل إدارة الأزمات وهي: بناء النظرية، قضايا التقنية، ذاتية وثقافة المنظمة، بناء الهيكل، قضايا الاتصالات، إدارة أطراف الأزمة، الاستراتيجية والنقد

الاجتماعي، وقد كتبت من قبل أربعة وعشرون كاتباً أكاديمياً من أشهر ما كتب في هذا الموضوع.

هذا ويوجد عدد لا بأس به من النماذج التي شرحت أو فسرت العلاقات العامة في الأزمات وهذه الدراسة ستقتصر على النماذج التي نتجت من جهود أكاديمية على افتراض أنها أكثر جدية من غيرها. وهي ثلاثة نماذج حسب ترتيبها الزمني.

٧ . ١ . ١ نموذج مارا (Marra Model,1992)

يقوم نموذج مارا (Marra) على فكرة قياس قوة العلاقات بين المنظمة وجماهيرها المعنية كمتغير رئيسي مستقل، لقياس نجاح المنظمة في إدارة الأزمة. وقد حددت (Marra) في نموذجها ست متغيرات تؤثر على مدى نجاح العلاقات العامة في التعامل مع ظروف الأزمات وهذه المتغيرات هي:

١ ـ العلاقات (Relationships)

والعلاقات هي المتغير الرئيسي المستقل في هذا النموذج ويقصد بها علاقات المنظمة مع جماهيرها المعنية. والعلاقات أما تكون ايجابية أو سلبية أو محايدة. وعندما تكون علاقات المنظمة ضعيفة مع جماهيرها في الأوقات العادية، فإن هذه العلاقات تزداد سوءاً أثناء الأزمات. والعلاقات الإيجابية كما وضحها هذا النموذج هي: الثقة، التفاهم، الرضا، المصداقية، التعاون، والتوافق بين المنظمة وجماهيرها.

٢ ـ اتصالات الأزمة: العمليات والممارسة (Crisis Communication Processes and Practices)

المنظمة عندما تواجه أزمة ما، فإنها قد تختار واحد من استراتيجيات الاتصال التالية:

١ ـ استراتيجية «السكوت» أو «لا تعليق».

٢ ـ استراتيجية الاتصال باتجاه واحد. أو الاتصال غير المتناسق (غير المتوازن) (Non-Symmetric Communication)

٣ـ استراتيجية الاتصال بإتجاهين أو الاتصال المتناسق (المتوازن) (Symmetric Communication)

ويرجع سبب اختيار المنظمة استراتيجية «السكوت» أو «لا تعليق» إلى سبب تاريخي يعود إلى ضعف الرأي العام في أزمنة سابقة. أما السبب الثاني فهو نفسي سيكيولوجي ذلك أن الأزمة ذات تأثير نفسي عميق على المديرين مما يجعل أكثرهم لا يرغب بالتحدث عنها والبعض الآخر يفضل الهروب عن مواجهة الأزمة وآخرون يرفضون وجودها أصلاً.

وإذا اختارت المنظمة أن تشارك جماهيرها المعلومات عن الأزمة فهي قد تختار أما أسلوب اتصال غير متناسق (غير متوازن) أو أسلوب اتصال متناسق (متوازن). أسلوب الاتصال غير المتناسق يعني الاتصال باتجاه واحد يقوم على محاولة الاقناع والتأثير على الجماهير لمصلحة المنظمة بدون أخذ بالاعتبار مصلحة تلك الجماهير.

وفي المقابل استراتيجية الاتصال المتناسق هي بعكس استراتيجية الاتصال غير المتناسق، فهي تعني اتصال ذو اتجاهين (Tow - Way Communication) يؤسس على الحوار لمصلحة الطرفين المنظمة وجماهيرها. واستراتيجية

الاتصال المتوازن تشير إلى أن الجماهير ترغب وتحتاج وتطلب وبسرعة معلومات كاملة عن ظروف الأزمة.

٣ ـ اتصالات الأزمة (Crisis Communication)

وتعني الاتصالات القائمة على خطط موضوعة مسبقاً من أجل التعامل مع ظروف الأزمة، وخطط اتصالات الأزمة تشتمل على أنشطة فنية ومنطقية لتوفير الاتصالات اللازمة لإدارة الأزمة أثناء وقوعها.

٤ ـ اتصالات الخطر (إعلام الخطر) (Risk Communication)

ويقصد باتصالات الخطر، الاتصالات التي تتم بين المنظمة وجماهيرها وخاصة الخارجية قبل وقوع الأزمة بوقت طويل. وهي تعني إعلام وتثقيف الجماهير المعنية بالمنظمة عن احتمال وقوع أزمات أو مخاطر قد تؤثر عليها.

٥ ـ أيديولوجية اتصالات المنظمة (Organization Communication Ideology)

ويقصد بأيديولوجية المنظمة، الثقافة أو المناخ السائد في المنظمة، أو الفلسفة التي تؤمن بها المنظمة، والأيديولوجية هي عبارة عن المعتقدات والاتجاهات والتوقعات والمعايير التي يعتنقها العاملون بالمنظمة. بعض المنظمات تملك أيديولوجية اتصالية منفتحة تشجع وتساعد على الاتصالات داخلياً بين العاملين بالمنظمة وخارجياً مع الجماهير المعنية بالمنظمة. وفي المقابل يوجد بعض المنظمات منغلقة على نفسها سواء من الداخل أو من الخارج ومن ثم هي بطبيعتها متكتمة على المعلومات ولا تشجع على الاتصال.

٦ ـ نفوذ الوظيفة القانونية للمنظمة(Influence of an Organization Legal Function)

إن أدبيات إدارة الأزمات تشير إلى أن قوة نفوذ الإدارة القانونية بالمنظمة متغير قوي يؤثر في أداء العلاقات العامة عند مواجهة الأزمة. فعند نشوب الأزمة دائماً ما تتعارض النصائح المقدمة إلى الإدارة بين القائمين على العلاقات العامة والإدارة القانونية. فالمحامين أو رجال القانون في المنظمة ينصحون الإدارة بالتكتم مع الجماهير أثناء الأزمة خوفاً من أن تلحق بالإدارة مساءلات قانونية قد تكلفها الكثير في المحاكم، وعكس ذلك فإن رجال العلاقات العامة دائماً ما ينصحون الإدارة أن تقول الحقيقة وبأسرع وقت ممكن من أجل تحقيق أهداف طويلة الأمد وقد لا تكون ملموسة على المدى القريب مثل سمعة المنظمة وصورتها أمام الجماهير.

٧ . ١ . ٢ نموذج هرد (Hurd Model 1992)

تقوم فكرة نموذج هرد (Hurd) على تأسيس نظام اتصال متكامل لدعم ومساندة فريق إدارة الأزمة أثناء مواجهتهم للأزمة. يتكون النموذج من سبعة دعائم كل دعامة تساند الأخرى بهدف تكوين نظام اتصال شامل فعال ومتناغم بين فريق إدارة الأزمة أنفسهم، وكذلك تأمين قنوات اتصال الفريق للوصول إلى المعلومات المطلوبة أثناء الأزمة بسرعة وبدقة. أيضاً تأمين قنوات اتصال بين فريق إدارة الأزمة والأطراف المعنية بالأزمة وخصوصاً وسائل الإعلام وهذا يشمل تحديد الرسالة المناسبة للحدث واختيار الوسيلة لبعث الرسالة ومن ثم تأمين تغذية مرتجعة للتعرف على مدى فعالية الاتصال.

ويقوم هذا النموذج على الآتي :

الدعامة الأولى : الربط (Connectivity)

والمقصود بالربط في هذا النموذج، هو تأمين خطوط اتصال إحتياطية (Back-up) مفتوحة بين الأطراف المعنية بالأزمة وايضاً بينهم وبين ما يحتاجونه أثناء الأزمة من معلومات وبيانات واحتياجات مطلوبة لمواجهة الأزمة فيما لو تعطلت أو انهارت قنوات الاتصال الرئيسية في المنظمة نتيجة كارثة حلت بها . وهذه القنوات الاتصالية الاحتياطية مثل : أطباق فضائية (Satellite dishes) أو هواتف نقالة أو قنوات راديو مفتوحة .

الدعامة الثانية : تصحيح البيانات (Data Correction)

إن جودة ودقة البيانات والمعلومات المقدمة لفريق إدارة الأزمة، من العوامل الرئيسية في نجاح إدارة الأزمة . دائماً ما يصاحب عملية الاتصال تشويش (Noisy) قد يؤثر ويحرف الرسالة (The Massege) . وللتغلب على هذه المشكلة يجب الإعادة والاستمرار في إعادة الرسالة حتى يتبدد الغموض أو التشويش عند المتلقي لها . وصحة الرسالة يعززها تلقيها أكثر من مصدر موثوق . فكلما كثرت المصادر كلما كانت الرسالة أكثر صحة ومصداقية في نظر الآخرين .

الدعامة الثالثة : تصفية وتنقية البيانات (Filtering)

يصاحب وقوع الأزمة إنهمار غزير من المعلومات والبيانات على الأطراف المسؤولة عن إدارة الأزمة (فريق إدارة الأزمة) . والكثير من هذه المعلومات والبيانات غير مناسبة أو غير صالحة مما يربك ويؤثر على متخذي

قرار الأزمة ويهدر الكثير من وقتهم الذي هو أغلى الموارد في هذه اللحظة . لذلك يجب تقنين المعلومات والبيانات التي تصل إلى أطراف إدارة الأزمة وعدم السماح إلا للبيانات والمعلومات المفيدة التي لها علاقة مباشرة بالأزمة القائمة . وأفضل طريقة لتصفية وتنقية المعلومات والبيانات المتعلقة بالأزمة . هي عن طريق تخصيص بعض الخبراء المدربين لتلقي البيانات والمعلومات أولاً لتقنينها وتصفيتها واستبعاد ما هو غير مناسب لظروف الأزمة الحالية . ومن ثم إيصال البيانات والمعلومات ذات العلاقة بالأزمة إلى فريق إدارة الأزمة أو الأطراف المعنية بالأزمة .

الدعامة الرابعة : اختيار وسيلة الاتصال (Media Choice)

إن تحديد الرسالة الإعلامية المناسبة للحدث واختيار الوسيلة الإعلامية الفعالة لإرسال هذه الرسالة من ضروريات إدارة الأزمة الجيدة . وهذا من شأنه تقليل خاصية عدم التأكد في مثل هذه الأحداث وتحقيق التعاون والتفاهم بين المنظمة وجماهيرها . تقوم هذه الدعامة على نظرية إثراء وسيلة الاتصال وتعني هذه النظرية أن ممارسي الاتصال يختارون الوسيلة المتوافقة للهدف من الاتصال . أي أن الهدف من الاتصال النهائي هو الذي يحدد الوسيلة الاتصالية . وهناك أربعة عوامل تؤثر على وسيلة الاتصال كما ترى هرد (Hurd) وهي :

١ ـ التغذية المرتدة .

٢ ـ تعدد الوسائل .

٣ ـ تنوع اللغة .

٤ ـ الاتصال الشخصي .

الدعامة الخامسة : ذاكرة المنظمة (Organizational Memeroy)

لا شك أن الفكرة الرئيسية من هذه الدعامة هي أن التجارب والخبرات التي مرت بها المنظمات يجب أن تسجل في ذاكرة المنظمة للإستفادة منها مستقبلاً لتحسين عملية مواجهة الأزمة. وهذا يعني أن الدروس المستخلصة من الأزمات الماضية تعتبر عامل مهم ومفيد كمدخلات لمرحلة الأزمة الحالية التي تمر بها المنظمة.

بالإمكان تسجيل الخبرات والتجارب التي مرت بها المنظمة في الأزمات الماضية في وثائق أو ملفات أو أية وسيلة تخزين يتاح الاطلاع عليها من قبل المعنيين بإدارة الأزمة بهدف الإستفادة منها وتلافي سلبيات ما حدث في الماضي.

ومن الممكن في هذه الناحية، كذلك الإستفادة من تجارب وخبرات المنظمات الأخرى التي مرت بظروف أزمات مشابهة لما قد تمر به المنظمة من أزمات ويكون ذلك عن طريق عدة طرق منها: استضافة من مروا بمثل هذه التجارب ليقدموا خلاصة تجاربهم في مواجهة ظروف الأزمة. وإحدى الطرق. هي مشاهدة تسجيلات مصورة عن أحداث أزمة وقعت في الماضي لاستخلاص الدروس والعبر وخاصة لفريق إدارة الأزمة لتكون أحداث ما رأوا مماثلة في ذاكرتهم ليتجنبوا سلبيات ما شاهدوا ويستفيدوا من جوانب النجاح في عملية مواجهة الأزمة.

الدعامة السادسة : قيم المنظمة (Organization Values)

إن القيم التي تؤمن بها المنظمة تحدد إلى حد كبير الكيفية التي يتصرف بها فريق إدارة الأزمة أثناء مواجهتهم للأزمة. وقيم المنظمة سواء كانت قيم

ظاهرة علناً أو ضمنياً متفق عليها من قبل العاملين بالمنظمة ذات تأثير قوي على متخذي قرار الأزمة في عملية اختيار أولويات مواجهة الأزمة.

الدعامة السابعة : المعالجة الجماعية (Group Process)

الأزمة لحظة حرجة في المنظمة تشكل صعوبات حادة أمام متخذ القرار في أي قرار يتخذه في ظل دائرة من عدم التأكد ومحدودية البدائل بسبب ما يشكله من ضيق الوقت كعامل مؤثر على ضرورة إتخاذ قرارات سريعة. أطراف إدارة الأزمة في الغالب لن يكون لديهم الوقت الكافي لإختبار ومسح جميع أو اكثر البدائل المتاحة في عملية اتخاذ القرار.

للتغلب على هذه المشكلة، يمكن اعتماد بعض أدوات اتصال آلية المعالجة الجماعية. من هذه الأدوات الاتصالية الجماعية عملية العصف الذهني (Brainstorming). والعصف الذهني تعني ببساطة أن جماعة متخذي القرار يجتمعون وجهاً لوجه ويطرحون أكبر قدر من بدائل إتخاذ القرار بوقت محدد سلفاً، ويتم تسجيل الأفكار المطروحة بدون تقييم لتشجيع عملية الاتصال بينهم وبعد ذلك تصنف البدائل على أساس مدى ملائمة هذه البدائل لأولويات مواجهة الأزمة من حيث الكفاءة والفعالية.

وللتأكد من جودة القرار وفعاليته يمكن استخدام فكرة أو طريقة «محامي الشيطان» (Devils advocate) وفكرة محامي الشيطان تقوم على تحديد شخص أو مجموعة صغيرة من الأشخاص من بين متخذي القرار، مهمتهم هي إظهار نقائص القرار محل النقاش ولماذا يجب عدم إتخاذه. والطريقة الثانية في هذا المجال، استخدام المناظرة الجدلية (Dialectic Debate). وهذه الطريقة تبدأ بطرح سؤال منطقي ومعقول عن ما هو أفضل بديل أو قرار يمكن اتخاذه لمواجهة الأزمة؟ ومن ثم يمرر هذا السؤال على الجميع للإجابة عليه بهدف الخروج بأفضل البدائل المتاحة لمواجهة ظروف الأزمة الحالية.

٧ . ١ . ٣ نموذج الفونسو هريرو (Alfonso Herrero)

يتكون نموذج الفونسو هريرو (Alfonso Herrero) من أربعة مراحل رئيسية هي :

١ ـ إدارة القضايا (Issues Management)

وتعتمد إدارة القضايا على الآتي :

١ ـ مسح البيئة المحيطة بحثاً عن الإتجاهات العامة التي قد تؤثر فيها في المستقبل القريب .

٢ ـ جمع المعطيات عن القضايا التي يحتمل أن تثير المتاعب ومن ثم تقييمها .

٣ ـ تطوير استراتيجية للاتصالات وتركيز جهودها على منع حدوث أي أزمة أو إعادة توجيه مسارها .

٢ ـ التخطيط المنعي أو الوقائي(Preventive or Protective Planning)

من أجل البحث عن تحذير إضافي فإن المربع الذي يحمل تسمية «التخطيط المنعي أو الوقائي» في الشكل السابق يسهم في رصد البيئة المحيطة مع مرحلة إدارة القضايا كما أنه يستخدم المعلومات والتحذير ونظم الاتصالات الداخلية .

توجه المنظمة مواردها في مرحلة إدارة القضايا إلى تحديد القضية التي تمثل تهديداً والعمل في التأثير على مسارها . أما في مرحلة التخطيط الوقائي فيضاف عنصر آخر هو الوقاية .

وفضلاً عن ذلك فإن مرحلة التخطيط الوقائي هي نقطة البدء في عملية إدارة الأزمة في بعض المواقف مثل : الحرائق، الإنفجارات، الأعاصير والفيضانات، حيث تكون المفاجآت حتمية . وعند هذه المرحلة يحين الوقت للقيام بما يلي :

١ ـ وضع سياسة تتسم بالمبادرة حيال المشكلة .

٢ ـ إعادة تحليل ارتباطات المنظمة بجمهورها .

٣ ـ اختيار الأعضاء المحتملين لفريق إدارة الأزمة .

٤ ـ تحديد الممثل الملائم للمنظمة في إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام .

٥ ـ تحديد الرسالة والهدف والمنافذ الإعلامية التي ستستخدم في تنفيذ خطة إتصالات الأزمة .

وفي هذه المرحلة أيضاً يجب أن تقيم الإدارة ما يلي :

أ ـ أبعاد المشكلة .

ب ـ درجة تحكم المنظمة في الوقت .

جـ ـ الخيارات التي يمكن للمنظمة أن تختار من بينها في تطوير خطة نوعية لمواجهة الأزمة .

٣ ـ الأزمة (The Crisis)

عند هذه النقطة ربما تكون المنظمة قد فقدت جميع المبادرات النشطة . فإذا لم تكن خطة مواجهة الأزمة موجودة أو إذا كان الموقف قد قوبل بسوء التصرف، فإن رد المنظمة يتعين أن ينحصر في التأثير في الأحداث واستخدام إجراءات الطوارئ التي قد تقلل من أي ضرر قد ينتج من الأزمة . وتتضمن هذه المرحلة وفقاً لهذا النموذج ما يلي :

١ ـ تقييم استجابة المنظمة للأزمة .
٢ ـ إجهاض الدعاية السلبية مع إبلاغ زبائن المنظمة بالإجراءات التي اتخذت لحل المشكلة .
٣ـ توجيه رسالة من المنظمة إلى جمهورها المعني والاستعانة بالخبراء والبدء في تنفيذ برنامج الاتصالات الداخلية . (Alfonso,1994,p.97-98).

ما بعد الأزمة (The Post-Crisis)

هناك في كل أزمة مرحلة «ما بعد الأزمة» حيث تحن المنظمة إلى الأيام المجيدة السابقة . بعد انقضاء الأزمة يجب على المنظمة أن تقوم بالآتي :

١ ـ الاستمرار في إيلاء الاهتمام لجماهيرها المتنوعة .
٢ ـ الاستمرار في مراقبة المشكلة إلى أن تتناقص حدتها .
٣ـ الاستمرار في إطلاع وسائل الإعلام على إجراءاتها إذا دعت الضرورة إلى ذلك .
٤ ـ تقييم كيفية عمل خطة الأزمة إن وجدت، وكيفية استجابة الإدارة والعاملين للموقف .
٥ ـ دمج هذه التغذية المرتدة في خطة الأزمة وتحسينها ومنع أي أزمات مستقبلية .
٦ ـ تطوير استراتيجية طويلة الأمد للاتصالات لتقليل الأخطاء الناجمة عن الأزمة (Alfonso,1994,p.98) .

أما دور العلاقات العامة قبل وقوع الأزمة فيكمن في البحث عن الحقائق الإعلام بالخطر إدارة القضايا والتخطيط لمواجهة الأزمات . ولاهمية إعداد خطة لمواجهة الأزمة فإن أدبيات إدارة الأزمات تشير إلى أن خطة اتصالات الأزمة على سبيل المثال تتكون من الخطوات التالية :

الخطوة الأولى : تكوين الفريق

وتكوين الفريق هو الخطوة الأولى التي تبدأ منها الإعداد للخطة . حيث يتم اختيار أعضاء الفريق من إدارة العلاقات العامة يرأسهم مدير إدارة العلاقات العامة في المنظمة . ويتم توزيع بقية المهام على الأعضاء حسب خبراتهم وخلفياتهم . فعضو يكون مسؤولاً عن تنسيق الاتصالات ، وعضو مسؤولاً عن العلاقات الخارجية ، وآخر يكون مسؤولاً عن العلاقات مع العاملين ، وآخر مهمته مراجعة وتقييم ما يكتب أو يقال عن المنظمة في وسائل الإعلام وغير ذلك من المهام التي ستتحدد بناء على تصورات ما قد تكون عليه الأزمة .

الخطوة الثانية: إعداد السيناريوهات

وكما في الإعداد لخطة إدارة الأزمة فإن الإعداد لخطة اتصالات الأزمة تقوم على مفهوم سيناريوهات لما قد تكون عليه ظروف الاتصالات في الأزمة وذلك بعد جمع الحقائق والمعلومات والبيانات اللازمة لعملية التخطيط .

الخطوة الثالثة : تعيين الناطق الرسمي

الناطق أو المتحدث الرسمي هو الشخص المخول بالتكلم نيابة عن المنظمة في وقت الأزمة مع وسائل الإعلام والأطراف الأخرى ذات العلاقة بالمنظمة (Dettelbak,1993,p.26) . والمتحدث الرسمي يعتبر من أهم عوامل نجاح المنظمة في إدارة الأزمة لأنه يمكن أن يؤثر على الكيفية التي سيتناول بها الإعلام الأزمة والذي بدوره سيقرر مدى تقبل الرأي العام لموقف المنظمة .

الخطوة الرابعة : تحديد الجمهور

الجمهور هو القطاع الرئيس الذي يهم العلاقات العامة، وتقوم على دراسته لتحقيق المصالح المشتركة بينه وبين المنظمة. وينقسم الجمهور تقليدياً إلى قطاعين رئيسيين هما : الجمهور الخارجي الذي يهم المنظمة، والجمهور الداخلي ويتمثل بالعاملين في المنظمة. وعند تحليل أو دراسة الجمهور يجب الأخذ بالاعتبار ما يلي :

١ ـ أن يتواجد هذا الجمهور؟ .

٢ ـ هل يمكن الوصول إليه مباشرة؟ أم يجب استخدام وسائل الإعلام؟ هل يكفي اللجوء إلى البريد أو التلغراف أو الفاكس؟ .

٣ ـ هل يكفي عقد مؤتمر صحفي لنصل إلى فئات الجمهور المعني، أم أن الرسالة لن تصل بهذا الأسلوب؟ .

٤ ـ هل يمكن الاتصال بالأطراف المعنية خلال يوم واحد، أم أن تنفيذ برنامج الاتصال سيستغرق عدة أيام؟ .

٥ ـ هل تتوافر لدى المنظمة المعلومات الصحيحة عن أسماء وعناوين الاشخاص الذين يعتبر الاتصال بهم أمراً ضرورياً عند وقوع الأزمة (مثل قادة الرأي العام)؟ .

٦ ـ هل يمكن تقدير شكل التوزيع الديموغرافي للجمهور؟ .

٧ ـ ما هو مستوى اللغة التي سيخاطب بها الجمهور في حالة اختلاف مستواه التعليمي والثقافي (Barton,1993,p.123-124) .

الخطوة الخامسة : تحديد الهدف

إنه لكي يكون الاتصال فعالاً أثناء الأزمة، يجب أن تحدد الخطة الهدف أو الأهداف من الاتصال بكل فئة من فئات الجماهير بدقة ووضوح. فمثلاً

الهدف من الاتصال مع وسائل الإعلام هو كسب وتأييد الرأي العام، والهدف من الاتصال مع العاملين قد يكون من أجل رفع الروح المعنوية لديهم. وقد يكون الهدف من الاتصال مع الدفاع المدني والشرطة لطلب المساعدة.

الخطوة السادسة: تأسيس مركز اتصالات (غرفة عمليات)

من الضروري إقامة مركز اتصالات أو غرفة عمليات وخاصة للمنظمات الكبرى مثل الوزارات، حيث أن اجتماع فريق إدارة الأزمة في بداية الحالات الطارئة في مكان مناسب تتوافر فيه الوسائل اللازمة لمواجهة الأزمة سيسمح لفريق إدارة الأزمة بمراجعة الوقائع والخيارات والبيانات والاستراتيجيات والقيام بكل ما هو ضروري لمواجهة الأزمة بفعالية وكفاءة.

ينبغي أن تكون خطط الاتصالات وخطط الطوارئ موجودة دوماً في المركز ومعروفة لدى الجميع وخاصة أعضاء فريق إدارة الأزمة. يجب التأكد أن المركز يحتوي على طاولة اجتماعات وخطوط هاتف وأجهزة فاكس وحواسب آلية وطابعات وورق وأقلام وبيان بأرقام الهواتف المحلية وأرقام تلفونات الأعضاء وآلات ناسخة وتلفزيون وآلات تسجيل وفيديو وخرائط ومكاتب إخبارية وقوائم بأرقام الشرطة وجهاز المطافئ. وينبغي أيضاً وجود خطة للحصول على الوجبات السريعة إذ أنه من الصعب أن يفكر المرء ومعدته خالية.

الخطوة السابعة: تقييم الخطة

إن التقييم هو الخطوة الأخيرة في عملية إعداد خطة اتصالات الأزمة حيث يقوم فريق إدارة الأزمة بعد انقضاء الأزمة بتقييم وفحص كافة جوانب الأزمة وما تحقق من نجاح أو فشل.

وبنظرة فاحصة على أدبيات العلاقات العامة والإعلام في الأزمات نجد أن إدارة الأزمة أصبح علماً وفناً له أصوله وقواعده ويلعب فيها الإعلام دور مؤثر، هذا وإذا كان التعامل مع الأزمة بالشكل التقليدي يتم من خلال إنكارها وعدم الاعتراف بها، فإن الطريقة غير التقليدية تعتمد على استراتيجية واضحة المعالم والأهداف توضح كيفية التعامل معها من خلال تكوين فريق عمل يهتم بتحديد الرؤية العامة للأزمة وتشخيصها ووضع استراتيجية التعامل معها ومتابعة تطور الأزمة بالوضوح والدقة المطلوبة، إذ من المصلحة العمل على إيجاد توازن عقلاني بين إثراء وخدمة الموقف الرسمي، وإشباع جوع الجماهير ونهم الرأي العام الذي يتعطش للأخبار والذي يرفض أن يكون متفرجاً أو شاهداً محايداً، وهي معادلة على درجة كبيرة من الأهمية خاصة في خضم النشاط الإعلامي الهائل على كل صعيد ولكن لا يعني هذا النيل من ذرائع الاعتبارات الأمنية المعتبرة والمصالح العليا.

وفي هذا السياق تبرز أهمية الضوابط الرقابية التي لا تعني بحال من الأحوال أن تصبح وسائل الإعلام عديمة المصداقية أو مهزوزة الصورة وإنما عليها أن تحمل الهموم الاجتماعية بمسؤولية وبموضوعية وحرية راشدة.

٧ . ٢ الضوابط الرقابية

يمكن النظر إلى الرقابة والتحكم في وسائل الإعلام الغربية من خلال قوانين المطبوعات الضارة وقوانين الحد من الحصول على المعلومات والضغوط على وسائل الإعلام. وهناك العديد من القوانين التي تجعل من وسائل الإعلام حامية للأمن ولسمعة وأملاك وحقوق أفراد المجتمع. و في مجال الأمن فانه في وقت السلم لا يحق لوسائل الإعلام الاطلاع أو التدخل

في مسألة الأمن القومي، اسرار السياسة الخارجية، الملفات الشخصية والطبية، التغطية الكاملة للمحاكمات، ومجالس البلديات وملفات البحث والتحقيقات المصنفة لأغراض قانونية. واذا كان الإعلام الغربي الرأسمالي يعلن في اصرار أنه لا توجد أية ضوابط رقابية، فإن الواقع هو خلاف ذلك حيث هناك رقابة وإن لم تكن بذلك الوضوح. بعد هذا الاستهلال نشير إلى أن: الرقابة الإعلامية والأمنية ـ كما أسلفنا ـ تختلف من دولة لأخرى، ومصدر هذا الاختلاف أو هذا التباين في وجهات النظر يعود للمفاهيم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية السائدة في كل دولة من هذه الدول يقول أحد المتخصصين: «إنه من خلال مشاهداته لطبيعة ما يعرض على شاشات تلفزيونات معظم الدول العربية والإسلامية من البرامج السياسية والاجتماعية والثقافية والإعلانات التجارية وبرامج المنوعات نستطيع أن نتعرف على الكثير من هذه الأسس والضوابط الرقابية كما يمكن وضع هذه الضوابط الرقابية التي قد تكون مدونة أو غير مدونة أو في إطار المسئولية الاجتماعية ضمن النقاط التالية» (النجعي، د. ت: ١٢٠):

١ ـ الضوابط الرقابية الدينية.

٢ ـ الضوابط السياسية.

٣ ـ الضوابط الاجتماعية.

٤ ـ الضوابط الأمنية.

هناك من يقول أن بعض الإعلاميين لا يهمهم إلا تحقيق السبق والانفراد بالأخبار والتغطية بصرف النظر عن النتائج، وهذه التقديرات قد تؤدي إلى اختلاف مع وجهة النظر الأمنية وما تتطلبه من سياسات واجراءات يعتقد الكثير أنها ضرورية لتأمين الجبهة الداخلية، وقد تشمل هذه الإجراءات

منع النشر أو على الأقل تأجيل نشر بعض المعلومات والتفاصيل (الغامدي، ١٤٢٣ : ١٠).

إن هذه الإشكالية وما تطرحه من تحديات تتطلب نوعاً من الحوار بين رجال الأمن والإعلاميين للتوصل إلى حلول وسط تحقق مصالح الطرفين، وتقنع الإعلاميين بأهمية مراعاة الاعتبارات الأمنية في التغطية الإعلامية للحدث.

وهذا يحتم أن نطرح جملة من الأسئلة ذات الصلة وهي:

١ ـ ما مدى فعالية الرقابة الإعلامية الأمنية أثناء الأزمات؟.

٢ ـ ما مدى أهمية الرقابة الإعلامية الأمنية أثناء الأزمات في الحد من التجاوزات ؟.

٣ـ ما مدى التأثير الإيجابي أو السلبي الذي يلحق بالأمن من وجود الرقابة الإعلامية الأمنية أثناء الأزمات أو عدم وجودها؟.

٤ ـ ما مدى أهمية الإعلام الأمني في مواجهة الأزمات؟.

٥ ـ ما درجة مساهمة البرامج الإعلامية في الحد من الأزمات؟.

٦ ـ ما هي معوقات برامج التوعية الأمنية؟.

٧ـ ما هي الحلول العلمية اللازمة لزيادة فاعلية البرامج الإعلامية الأمنية؟.

٨ـ ماذا لو وجدت بعض الشائعات المغرضة؟.

٩ ـ ماذا لو اهتزت صورة الجهة المعنية بالتصدي للكارثة أو الأزمة؟.

أسئلة تحتاج إلى دراسات معمقة، والحق أنه في وقت الأزمات فان الوضع مختلف إلا أنه مما يجدر الإشارة إليه أن هذه الأسس أو الضوابط

الرقابية السابقة لا يمكن أن تكون نهائية بمعنى أنها كاملة وغير قابلة للزيادة أو النقصان أو التعديل في بعض الأحيان. كما أن تطبيقات هذه القواعد أو الضوابط الرقابية تختلف من دولة لدولة ومن مؤسسة تلفزيونية إلى مؤسسة تلفزيونية أخرى فالأوضاع الداخلية والخارجية تلعب دوراً مهماً في تفاعلات الأزمة سلباً وايجاباً وتزداد رقابة الجهات الرسمية ذات العلاقة ويحتدم الجدل بين حق الجمهور في التعرف على حقيقة ما يحدث ومقتضيات الأمن، إلا انه مما يجب التركيز عليه هو أهمية أن تكون العلاقة بين الفريق المعني بالتحكم وقيادة الأزمة ووسائل الإعلام على درجة عالية من التفاهم والتنسيق، ومما يسهل ذلك هو الاستعداد الأمني والإعلامي للأزمة قبل وقوعها من خلال الآتي:

١ ـ انشاء مركز تحكم وقيادة.

٢ ـ انشاء مركز إعلامي.

٣ ـ إعداد ملف معلومات متكامل يكون في متناول رجال الإعلام يوضح الامكانيات والخدمات وجميع الأنشطة خاصة وأن وسائل الإعلام تكون متلهفة للمعلومات فلابد من إملاء الفراغ مع الالتزام بالحقائق والمصداقية، والانطلاق من ضوابط يجب مراعاتها من أهمها:

أ ـ ضرورة الدقة والحذر والإلمام بالحقائق التفصيلية.

ب ـ الاعتراف بالأخطاء إذا وجدت.

جـ ـ أن التصريحات الرسمية ذات الطبيعة الفنية والقانونية لابد من تحريرها بشكل دقيق لا لبس فيه وأن تلتزم وسائل الإعلام باذاعتها أو نشرها كما أعلنت.

د ـ أن تكون للمتحدث الرسمي القدرة على التعامل بموضوعية وعدم انفعال مع وسائل الإعلام التي تذيع أو تنشر أخباراً أو تقاريراً غير صحيحة أو غير مكتملة في معلوماتها، وأن يكون التوجه الايجابي في مثل هذه الحالات هو نشر الحقائق الصحيحة والكاملة.

هـ ـ أن تنشر الحقائق بالسرعة اللازمة متى ما تم التحقق من صحتها وذلك للحد من الشائعات التي تتكاثر مع التعتيم.

و ـ يجب على المتحدث أن يكون مقنعاً وأن يحرص على إقامة علاقات جيدة مع مندوبي وممثلي وسائل الإعلام ولن يتأتى ذلك إلا إذا كان مدركاً حقيقة عملهم الإعلامي، أيضاً فانه من الضروري أن يكون لدى المتحدث الرسمي خبرة إعلامية مناسبة (شعبان، ١٩٩٧ : ٤٧).

وعلى هذا فانه لابد من مراعاة الاعتبارات الأمنية والمصالح العليا، وفي الوقت نفسه إطلاع الرأي العام أثناء الأزمات وبالكيفية التي تحقق التعاون والتفاهم والثقة المتبادلة بين الجميع لا سيما والعالم يعيش طفرة تقنيات الاتصالات الحديثة التي تتميز بأنها سريعة الانتشار، ورخيصة الكلفة وذات جاذبية وعابرة للحدود. (الحارثي، ١٤٠٩ : ٢٣٥).

٧ . ٣ استعدادات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات والكوارث

لاشك أنه بقدر ما يكون هذا العصر هو عصر المعلومات والتقنية والتحولات المذهلة فإنه في نفس الوقت عصر محفوف بالكوارث والمخاطر والأزمات مما يستدعي أجهزة الأمن والإعلام والعلاقات العامة وكافة

طاقات العمل والحماية أن تكون على أهبة الاستعداد للتصدي لجميع الأوضاع والأحداث بما يناسبها من أدوات ووسائل واستراتيجيات فاعلة تعمل على الحد من الأزمات والكوارث.

وبتحليل الكارثة على سبيل المثال يلاحظ أنها تتصف بالخصائص التالية (الفرائضي، ١٤٢٠ : ٦):

١ ـ وجود نقطة تحول أساسية في أحداث متتابعة ومتسارعة.

٢ ـ تقع نتيجة حدث مفاجئ غير متوقع مثل الزلازل.

٣ ـ تسبب في بدايتها صدمة ودرجة عالية من التوتر.

٤ ـ التهديد للمصالح الأساسية للأطراف المعنية.

٥ ـ تصاعد مفاجئ يؤدي إلى نقص شديد في البدائل المطروحة لمواجهة الأحداث المتسارعة في ظل ضيق الوقت المتاح ونقص المعلومات والإمكانيات اللازمة.

٦ ـ المواجهة تتطلب مواجهة التغيرات الفجائية والتحكم في الطاقات والإمكانيات وإعادة النظر في وسائل التنبؤ.

٧ ـ بروز أبعاد وآثار خطيرة مما يحتم إيجاد استراتيجيات للكوارث تكون واضحة الأهداف والوسائل وآليات التنفيذ.

وهذا لن يتأتى إلا من خلال إستيعاب المرتكزات الأساسية للكوارث الطبيعية وكيفية مواجهة الإنسان للخطر وتكيفه معه وتصنيف الأخطار الطبيعية والتعرف على الزمن والمكان للكوارث.

إن نجاح العلاقات العامة في التعامل مع وسائل الإعلام والجهات المسؤولة عن مواجهة الكوارث والأزمات يتطلب اتخاذ الإجراءات التالية:

١ ـ بناء علاقة وثيقة مستمرة مع وسائل الإعلام.

٢ ـ تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات اللازمة والمناسبة التي تحتاجها.

٣ ـ دراسة الأساليب التي سبق لوسائل الإعلام العمل بها في حالات الكوارث والأزمات.

٤ ـ تحديد حالات معينة نجحت فيها وسائل الإعلام في التعامل النموذجي مع الكوارث والأزمات.

٥ ـ تحديد المجالات المطلوب التوعية فيها، وتهيئة الجمهور للأحداث وكيفية التعامل معها فتنذر السكان وتعطي التعليمات اللازمة للحد من الخسائر بالأرواح والممتلكات إذا وقعت الأزمة أو الكارثة.

أما بعد الأزمة أو الكارثة فإن أجهزة الإعلام تساعد في الكشف عن الضحايا وبث التوجيهات والتعليمات للجمهور المعني مع تحديد مراكز الإغاثة والإيواء باعثة الأمل والتخفيف من معانات المصابين. وفي حال غياب إعلام دقيق وصحيح، فإن الناس يتلقون الشائعات المنتشرة.

٦ ـ إن الوقاية تتطلب تعاوناً منظماً بين مختلف الأجهزة والهيئات المعنية في الدولة من جهة، وبين الدول من جهة أخرى.

٧ ـ رصد الشائعات المغرضة وسرعة الرد عليها.

٨ ـ تنمية الوعى لدى المواطنين.

٩ ـ الاهتمام ببرامج التطوع حيث أصبح التطوع مطلباً أساسياً، وقد أدركت الأمم المتحدة أهمية التطوع فاستحدثت يوماً عالمياً للتطوع.

والتطوع جهد يجسد التكافل الاجتماعي ويعكس أبعاد حضارية وانسانية وهو عطاء وبذل دون أجر أو مقابل. وفي دول كثيرة تلقى الأعمال

التطوعية اهتماماً كبيراً فالمرأة في أمريكا مثلاً تجمع ما يصل قيمته إلى ٢٨ بليون دولار سنوياً لاعمال تطوعية، وبلغ عدد المتطوعين في ذلك البلد ٩٥ مليوناً أي ثلث السكان. وفي عام ١٩٩٤م قدم الأمريكان أعمالاً تطوعية مدتها ١٢٠ مليار ساعة تقدر قيمتها بـ: ١٧٦ مليار دولار. وفي ألمانيا ساهم الألمان في بناء وطنهم بعد الحرب العالمية الثانية من خلال تطوعهم وكذلك اليابانيين وهي انجازات معروفة لتلك المجتمعات. (الوطن السعودية، ع٣٥٤: ١٨).

وبناء على ما سبق فإن للعلاقات العامة وسائلها العديدة ولكل وسيلة منها طبيعته الخاصة في مواجهة الأزمة ومنها: الإذاعة، التلفزيون، الصحافة، المؤتمرات، الندوات، المحاضرات واللقاءات . . . الخ. ولضمان فاعلية هذه الوسائل فإنه يتعين أن تتمتع بالمصداقية والفورية والتوقيت المناسب وأن تركز على توعية الجمهور بالحماية الذاتية من مخاطر الكوارث والأزمات وكيفية مواجهتها وسبل معالجتها وفي الوقت نفسه التأكد من تدفق المعلومات المرغوبة بين الجمهور والأجهزة المعنية. وفي هذا الإطار لابد من الاجابة على مثل الاسئلة التالية عند حدوث أي كارثة.

١ ـ كيف وقعت الكارثة؟.

٢ ـ كيف تدير الجهات المعنية الكارثة؟.

٣ ـ متى عرفت الجهة المعنية لأول مرة بالكارثة؟.

٤ ـ لماذا لم تستطع تلك الجهة مثلاً من رصد أي إشارة مبكرة لتنذر بقرب وقوع الكارثة أو الأزمة؟.

وهكذا فإن العلاقات العامة أثناء الأزمات والكوارث تلعب دوراً مهماً حيث أنها تستطيع أن تنشر الوعى وتخفف ما يكتنف أفكار المصابين من

غموض، وما يعتري أفراد المجتمع من تساؤلات وذلك بتقديم معلومات صحيحة وأكيدة لهم بعيداً عن الارجاف والشائعات والاخبار المضللة (الفرائضي، ١٤٢٠ : ٢٤).

وفي كل الأحوال فإن من أهم عوامل نجاح العلاقات العامة في مواجهة الكوارث والأزمات إنما يتمحور في دراسة العوامل الداخلية والخارجية والمستقبلية للوضع وعلى مفاهيم الوقاية والسلامة ومفاهيم الاستعداد ومفاهيم الاستجابة والتنفيذ والمعالجات السليمة. والمساعدة في إعادة الوضع بعد الكارثة أو الأزمة إلى حالته الطبيعية والاصلاح والتأهيل.

وفي إطار تقييم أداء العلاقات العامة واتصالاتها بشكل عام نأتي الآن على تقييم أداء العلاقات العامة بعد انقضاء الأزمة إذا حصل أزمة لا سمح الله ومحاولة فحص كافة الجوانب وما تحقق من نجاح أو فشل فقد توصل المهتمين بتقييم الخطط إلى نموذج تقييم يعبأ من قبل المشاركين بإدارة الأزمة وهو وإن كان بسيط ومختصر فإنه يعطي صورة لا بأس بها عن جوانب الضعف ومن ثم العمل على معالجتها والأخرى لتعزيزها وتقويتها.

إن هذا التقييم ليس إلا مؤشر من مؤشرات أخرى وأساليب يمكن اتباعها لتقييم جهود العلاقات العامة في الأزمات على الاجمال ومنها الأساليب التالية:

١ ـ مقارنة النتائج التي حققها برنامج العلاقات العامة بالأهداف المحددة.

٢ ـ إجراء مسح Survey لآراء واتجاهات وردود فعل الناس.

٣ ـ إجراء بحوث ميدانية موجهة Controlled Field Experiments حيث تقارن نتائج استطلاع آراء شريحة أو عينة تجريبية من جمهور معين

بنتائج استطلاع آراء شريحة أو عينة أخرى لم تشملها انشطة العلاقات العامة .

٤ ـ إجراء مقابلات شخصية مع عينة من الجمهور المنشود للوقوف على مدى التغيير في اتجاهاته بتأثير من انشطة العلاقات العامة .

٥ ـ إعداد تقارير دورية لمتابعة تنفيذ أنشطة العلاقات العامة أولاً بأول .

٦ ـ مقارنة النتائج المحققة في مجالات معينة قبل وبعد تنفيذ العلاقات العامة .

الفصل الثامن

العلاقات العامة والأمن

٨ . العلاقات العامة والأمن

إن التحديات التي تواجه الأمن في أي بلد كثيرة ومتنوعة منها الداخلية ومنها الخارجية ومنها المشترك بين العوامل الداخلية والخارجية ويدخل فيها العوامل البشرية التي للإنسان دخل فيها كالحروب وارتكاب الجرائم والتخريب والإفساد، ومنها ما هو خارج عن إرادته كالزلازل والبراكين والفيضانات والعواصف والنوازل الأخرى . (الجحني، ١٤٢١ : ٣٢) .

وفي هذا الفصل سنتناول المواضيع التالية :

- مفهوم الأمن .
- العلاقات العامة في محيط الأجهزة الأمنية في الدول العربية .
- مؤسسات التعليم والأمن والتحديات المعاصرة .
- الحماية الأمنية والفكرية لحقوق الإنسان .

٨ . ١ مفهوم الأمن

٨ . ١ . ١ الأمن في اللغة

إن أصل الأمن في اللغة يعني : طمأنينة النفس وزوال الخوف، والإنسان يكون آمنا إذا استقر الأمن في قلبه، وأمن البلد : اطمئنان أهله فيه، وأمن فلان على كذا : وثق فيه واطمأن وجعل أمينا عليه قال تعالى : ﴿ **قَالَ هَلْ آمَنُكُمْ عَلَيْهِ إِلاَّ كَمَا أَمِنتُكُمْ عَلَىٰ أَخِيهِ مِن قَبْلُ** ... ﴿٦٤﴾ ﴾ (سورة يوسف) .

٨ .١ .٢ الأمن في الاصطلاح

تتعدد المعاني التي يمكن الحاقها بالأمن كما أن أنماط الأمن تتباين باختلاف أنماط المخاطر الأمنية التي يمكن أن يواجهها المجتمع، وترجع صعوبة تحديد معنى الأمن إلى أن طبيعته تتبلور في مسألة حسية نفسية وتتأثر كثيراً بالقيم والنظم وبنوعية المجتمع والفرد على حد سواء، كما أنها تتغير من وقت إلى وقت مما يجعلها حالة متذبذبه لا تتسم بالثبات، كما أن صعوبه تحديد أبعاد الأمن وأنماطه ترجع إلى أن فكرة الأمن تعد من الأفكار اللصيقة بمختلف صور الحياة الإنسانية التي يزاولها الإنسان على الأرض وهي فكرة ترتبط ارتباطاً وثيقا بشتى صور الحاجات البشرية ووسائل إشباعها.

وحتى يغطي مفهوم الأمن هذا الاتساع غير المحدد لمعانيه وأبعاده، فقد اتجه الفكر الأمني إلى عناصر التغيرات الحسية والنفسية التي تؤكد استقرار الطمأنينة في نفوس أفراد المجتمع وكل ما يبعد أسباب الخوف والقلق عن مسار أنشطتهم بشتى صورها سعياً وراء إشباع الأهداف المادية والمعنوية المشروعة للإنسان.

والأمن في جملته: «محصلة لمجموعة من الإجراءات التربوية والوقائية والعقابية التي تتخذها السلطة لصيانته واستتبابه داخلياً وخارجياً انطلاقاً من المبادئ التي تدين بها الأمة ولا تتعارض أو تتناقض مع المقاصد والمصالح المعتبرة.

وهذه الرؤية قد روعي فيها النظرة الشمولية إذ أن مسألة الأمن وتوفيره على الصعيد الداخلي والخارجي تحتاج إلى الشمول وإلى خطط تربوية واستراتيجية متكاملة تبدأ أول ما تبدأ من مرحلة النشأة من خلال الأسرة الصغيرة ثم المدرسة والجامعة مروراً بمراحل النمو المختلفة ثم تأتي الخطط

الوقائية لمنع أي اخلالات أو خروق للأنظمة والأعراف، وحين لا تفلح هذه الجسور والسياجات التربوية والأخلاقية في منع الجريمة فانه يجئ سياج البرنامج العقابي والاستصلاحي وما يتبع ذلك من إرشاد وتقويم وعلاج هو مدار فلسفة العقوية، ومن هذا المنطلق ارتبطت التنمية وآفاق ازدهارها بالأمن والاستقرار الاجتماعي والسياسي والاقتصادي (الجحني، ١٤٢١: ٥٤).

ويرتبط الأمن بالعمران الإنساني من مرتكزين الأول مرتكز أنه الدافع الأساسي لهذا العمران، والثاني مرتكز أنه المفضي إلى وجود السلطة السياسية اللازمة لتعهد ورعاية هذا العمران ولذلك صارت السلطة تعبيراً عن ضرورة اجتماعية قبل أن تكون تعبيراً عن حاجة سياسية فالأمن يعد أهم القوى المحركة لوجود العمران الإنساني. تعليلاً بأن مكانة الأمن من العمران الانساني مكانه رفيعه يلزم من وجوده الوجود ومن عدمه العدم، ويمكن استعراض أكثر من رأي في هذا المجال.

أولاً: الأمن مرادف لإشباع الحاجات الضرورية للإنسان والتي لا يستقيم وجوده بدونها.

ثانياً: الأمن مرادف لتحقيق السعادة الإنسانية.

ثالثاً: الأمن مرادف للاستجابة إلى نوازع الفطرة والتوافق معها وهي الفطرة التي غرسها الله في النفس الإنسانية.

رابعاً: الأمن يفضي إلى العمران الإنساني وهو مرادف لمفهوم المصلحة بمعناها الشامل طبقاً لحاجة بني آدم لبعضهم البعض وهو رأي ابن تيمية الذي اعتبر ولاية أمر الناس«من أعظم واجبات الدين بل لاقيام للدين إلا بها فان بني آدم لا تتم مصلحتهم إلا بالاجتماع لحاجة

بعضهم إلى بعض ولابد لهم عند الاجتماع من الحاجة إلى رأس» (ابن تيمية، ١٩٧١ : ٢٠).

خامساً: الأمن تعبير عن حاجة طبيعية وعضوية ووظيفية في آن واحد ما دام العمران الإنساني ضروري (ابن خلدون، د. ت، ط٤). وهو جوهر السياسة الشرعية التي«مبناها وأساسها الحكم ومصالح العباد في المعاش والمعاد وهي عدل كلها ومصالح كلها وحكمة كلها ».

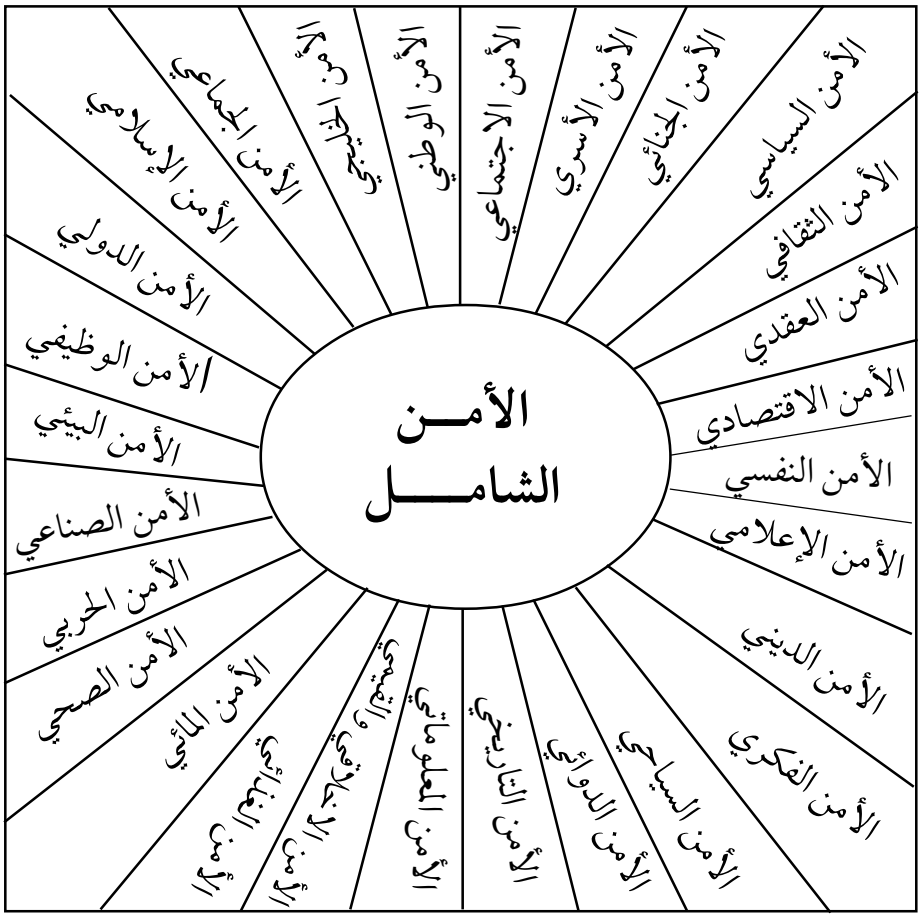
جاء في تعريف معنى السياسة الشرعيةبأنها: «استصلاح الخلق بإرشادهم إلى الطريق المنجي في الدنيا والآخرة».

وقد التصق الأمن بالسياسة الشرعية في الإسلام كمرتكز أساس لها يرعاها، ويدافع عنها ويحميها ويصد عنها غوائل التهديد والاختراق فوجوده في حياة المجتمع يكفل استمرارية السياسة الشرعية حفظاً ودفاعاً وحماية وارتقاءً.

ومن هنا لايعدو الحديث عن الأمن أن يكون حديثا عن الحياة كلها، حيث تبنى عليه سعادة الإنسان واحترام كرامته وآدميته وتحقيق مطالبه المشروعة في إطار المصالح المعتبرة: الدين، النفس، العقل، العرض والمال (الجحني، ١٤٢١ : ٥٩).

وفي ضوء الحقيقة السابقة فإن المفهوم الشامل للأمن يمد مسؤليات مرفق الأمن إلى كافة الإجراءات التي تدعم وترسخ جميع مقومات الأمن ودعم عناصر التنمية، والإسهام في حل المشكلات الاجتماعية بما يدعم الاستقرار السياسي والاقتصادي، ويحقق العدالة وجميع هذه الجهود رغم ابتعادها الظاهري عن مجال الإجراءات الأمنية المباشرة إلا أنها تدخل في مفهوم الأمن الشامل بالنظر الى ما تحدثه من آثار في تحقيق الأهداف الأمنية المختلفة (العوجي، ١٩٨٤ : ٣٥).

منظومة مداخل الأمن الشامل



وتأسيساً على ذلك، تعددت العلوم التي لها صلات قوية بالعلوم الأمنية مما يؤكد أهمية النظر إلى الأمن بمنظار شمولي إذ لا يكاد يوجد فرع علمي ينأى عن صلته بالعلوم الأمنية ويأتي في قمة العلوم ذات الصلة الوطيدة بالعلوم الأمنية: العلوم الشرعية والقانونية، والإدارية، والاقتصادية، والسياسية، والإعلامية، والاجتماعية، والنفسية، والجغرافية، والتربوية، إلى غير ذلك من العلوم والمعارف الإنسانية التي

ترتبط بالعلوم الأمنية تمدها وتغذيها بمعلومات تخدم أغراضها. أما المناهج البحثية التي تتفق مع العلوم الأمنية فهي عديدة ومن أهم المناهج منهج الدراسات التاريخية والمنهج التحليلي ومنهج دراسة الحالة، ومنهج المسح الاجتماعي، وطريقة تحليل المضمون . . . الخ.

والنظرة الشمولية للأمن هو منهج يعتمد على الحفاظ على الضرورات الخمس- ويركز على بناءالأسرة بناءاً سليماً والتنشئة الصالحة والقيام بالتكاليف وحسن التعامل والأخلاق ويحث على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتكافل الاجتماعي وتعميق الأواصر بين أفراد المجتمع وبما يحقق حياة كريمة آمنة مزدهرة للإنسان.

٨ . ٢ العلاقات العامة في محيط الأجهزة الأمنية في الدول العربية

لا تختلف العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية من حيث طبيعتها ووظائفها عن العلاقات العامة في أي مؤسسة أخرى، وإن كانت ظروف الأجهزة الأمنية وطبيعة عملها تعطي العلاقات العامة أهمية خاصة، حيث أن أجهزة الأمن تقوم بتطبيق القوانين واللوائح والأنظمة التي قد يراها البعض على أنها قيود على الحريات الشخصية وإن كانت هذه القيود تفسر من وجهة النظر الأمنية والنظامية على انها لصالح سلامة المجتمع كله، ولكن الأفراد في الغالب وخاصة في المجتمعات الأقل حضارة لا يتقبلون بالترحاب والارتياح ما تفرضه عليهم أجهزة الأمن من قواعد واجراءات، مما يؤدي إلى توتر العلاقات بين الجماهير والأجهزة الأمنية أحياناً، ويتطلب وجود نظام علاقات عامة متميز وفعال يعمل وفق خطط مدروسة لاكتساب ثقة المواطن وتعاونه، وذلك لن يتأتى بسهولة في ظل الطبيعة الخاصة لأعمال

الأجهزة الأمنية، وإنما يتطلب من جهاز الأمن تعريف المواطن برسالة رجال الأمن في تحقيق الأمن وتنفيذ الأنظمة والقوانين، وإبراز الجهود الجبارة لأجهزة الأمن لتحقيق الأمن والاستقرار، بالاضافة إلى شرح سياسات جهاز الأمن لتحقيق أهدافه وتوضيح دور المواطن في ذلك، وإمداد المجتمع بالبيانات والمعلومات التي تساعده على تكوين رأي عام صحيح تجاه أجهزة الأمن، والتأكد من أن كافة الأخبار التي تنشر عن أجهزة الأمن صحيحة ومناسبة من حيث الشكل والمضمون، والمبادرة إلى تصويب ما كان خاطئاً منها، وأخيراً التعرف على اتجاهات الجماهير ورغباتهم ونقلها للمسئولين ليتم تعديل السياسات بما يتفق معها ما أمكن.

أما في مجال العلاقات الإنسانية في الأجهزة الأمنية فمن الواجب على المعنيين بالعلاقات العامة والإنسانية بالأجهزة الأمنية تجاه جمهوره الداخلي، شرح سياسة الجهاز وخططه للعاملين بحيث تجتمع على هدف واحد وأسلوب عمل مشترك، وتشجيع الاتصال بين القيادة والقاعدة على مختلف المستويات، ورفع الروح المعنوية للعاملين من خلال الاهتمام بمشكلاتهم ورعايتهم صحياً واجتماعياً . . . ولا شك أن تفعيل دور العلاقات الإنسانية في الأجهزة الأمنية يحقق العديد من الفوائد، منها على سبيل المثال ما يلي:

١ ـ ايجاد جو من التفاهم بين العاملين داخل جهاز الأمن بما يمكن من رفع الروح المعنوية وتحقيق التعاون بينهم بما يؤدي إلى زيادة كفايتهم الإنتاجية وتماسكهم.

٢ ـ تحقيق الرضا بين العاملين وتنمية درجة إنتماءهم لهيئات الأمن مما يزيد من درجة ولائهم ويعمق الدور الأمني الذي يقومون به.

٣ ـ الحد من المشكلات والاختلافات التي قد تنشأ بين العاملين أثناء العمل .

٤ ـ تنمية روح الابتكار والإبداع والتطوير في العمل من خلال تشجيع المقترحات والمبادرات وتقديم الحوافز المناسبة . (الطخيس ، والجريتلي ، ١٩٨٤ : ١٤٢ ـ ١٤٣) .

٥ ـ الارتقاء بسمعة المرفق الأمني والعاملين فيه في نظر المجتمع الخارجي وظهوره بمظهر مشرف في الداخل والخارج .

وفي المجال الخارجي هناك الكثير مما يمكن أن يقدم وخاصة أن الأجهزة الأمنية تتعامل مع فئات مختلفة منهم الأجانب الذين يفدون إلى البلد للعمل أو الزيارة ، بالاضافة إلى التعامل مع المؤسسات والهيئات الحكومية والأهلية ، والتعامل مع المواطنين ذوي الصلة المباشرة بأجهزة الأمن والجمهور الخارجي العام ، وكذلك التعامل مع هيئات ووكالات الإعلام ، والسلطات العسكرية والمدنية وغيرها ، مما يحتم وجود برامج علاقات عامة مدروسة بعناية من حيث الهدف والرسالة والوسيلة والوقت المناسب لتوصيل رسائل معينة تجاه كل فئه مما سبق ، ورسالة الإعلام الأمني في الأجهزة الأمنية ممكن تحديدها من خلال الهدف والجمهور المستهدف ، ومن أبرز تلك الوسائل : وسائل الإعلام ، الزيارات ، الندوات والاجتماعات ، والمؤتمرات والمحاضرات ، وغيرها من اللقاءات ، ومن المسائل التي سنتحدث عنها في موضوع الإعلام الأمني .

ولا شك أن هناك الكثير من المعوقات التي تحد من إقامة علاقات حسنة بين الأجهزة الأمنية والجماهير في العالم العربي ، ومن أهم هذه المعوقات :

١ ـ طبيعة عمل الأجهزة الأمنية ووظائفها في المجتمع .
٢ ـ رواسب الماضي مما يسبب حواجز نفسية بين المواطن ورجل الأمن ، أي العوامل التاريخية ولا سيما في عصر الاستعمار .
٣ ـ اتساع ميدان عمل الأجهزة الأمنية مع قلة الامكانيات في كثير من الدول .
٤ ـ ضعف المستوى التعليمي والثقافي لبعض منسوبي الأجهزة الأمنية .
٥ ـ مسئولية الأجهزة الأمنية عن أخطاء أفرادها ، بمعنى إذا أخطأ فرد من الشرطة وصمت الشرطة كلها بالخطأ والقصور ، وهذا من الأسباب التي تؤزم الموقف من رجال الأمن .
٦ ـ إظهار رجل الأمن بصورة غير مناسبة في بعض وسائل الإعلام .
٧ ـ عوامل أخرى ترجع إلى وسائل الإعلام من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالجريمة والمسلسلات والمسرحيات التي تغذي روح العداء وعدم التعاون والاستهتار .

وهناك عدد من الوسائل يمكن من خلالها معالجة هذه المعوقات في سبيل إقامة علاقات جيدة بين الأجهزة الأمنية والجمهور منها :

أ ـ حسن أداء رجل الأمن لعمله .
ب ـ استقامة السلوك الشخصي لرجل الأمن .
جـ ـ التعامل الجيد مع المواطنين .
د ـ الروح الإنسانية في أداء العمل .
هـ ـ تبسيط الإجراءات .
و ـ الاهتمام بالخدمات الإنسانية والاجتماعية .

ز ـ الاهتمام بالإعلام الأمني والإعلام العام .

حـ ـ إدخال مقررات توعوية وثقافية وأمنية في التعليم العام والعالي .

ط ـ الاهتمام بالدور الأسري والتربوي .

وتقوم موضوعات العلاقات العامة والإنسانية على الدور الذي تؤديه للمنظمة وجمهورها الخارجي من حيث العلاقات الإنسانية داخل المنظمة والاهتمام بالعنصر البشري فيها ، وذلك للأسباب التالية وهي :

١ ـ دور الفرد الرئيس في تحديد الكفاءة الانتاجية للمنظمة .

٢ ـ ما تتسم به محددات السلوك البشري من تعقد وتشابك .

٣ ـ ما تتسم به محددات السلوك البشري من التغيرات المستمرة .

٤ ـ ما يتسم به السلوك البشري عموماً من التباين الواضح بين الأفراد .

٥ ـ صعوبة التنبؤ بالسلوك البشري بصفة عامة .

لذا كان لزاماً أن يكون هناك دور أساس للعلاقات العامة والإنسانية داخل المنظمة ، ويأتي بعد ذلك الجمهور الخارجي الذي سوف تتعامل وتتفاعل معه المنظمة ، وإخراج صورة مناسبة وبالشكل الذي يرضى ويقنع الجمهور لا سيما وأن الجمهور وكما يقول علماء النفس الاجتماعي يتصف بالآتي :

١ ـ سهولة التأثير عليه واقناعه ومراضاته .

٢ ـ تأثره بالإعلام .

٣ ـ مبالغته في الأحداث سواء مفرحة أو مؤلمة .

٤ ـ مقاومته للتغير .

٥ ـ التهاب مشاعر الجماهير حينما يظنون أن في ذلك نفعاً لهم .

٦ ـ قدرة الفرد على الانتقال من بيئته الأولى إلى البيئة العصرية الحديثة .
٧ ـ خبرات الفرد هي التي تقرر الاستجابة للأحداث .
٨ ـ يتصف الفرد بالتخيل وما يتفق مع حاجاته .
٩ ـ تؤثر العواطف التي لا تستند إلى العقل في كمية ونوع المعلومات التي يتعرض لها .
١٠ ـ العقيدة لها أثرها على تقبل الأفراد للمعلومات . (زويلف والقطامين، ١٩٩٤ : ٨٨) .

إن الصفات السابقة تبرز لنا دور العلاقات العامة وتعاملها مع هذه الصفات مما يجعل منسوبي إدارة العلاقات العامة في المنظمة ممن يفترض انهم يتمتعون بخبرات وتطوير في أسلوب العلاقات العامة مع الجمهور وإخراج صورة المنظمة بالشكل الذي يتقبله هذا الجمهور لكي يتعاون ويتبادل معها المنافع المادية أو الخدمية، ويتعين أن نفرق بين الجمهور الذين يعملون بالمنظمة والجمهور الخاص بالمنظمة الذين يتعاونون مباشرة معها والجمهور العام . فالجمهور العام بالمنظمة لابد له من علاقات إنسانية جيدة تؤدي إلى ترابطهم وتحفيزهم على الإنتاج وذلك عن طريق معرفة مشاكلهم وحلها وإعطائهم الحوافز المادية والمعنوية وتأمين المرتبات المجزية لهم في العمل بالإضافة إلى تشجيع العلاقات غير الرسمية في العمل دون إضرار به، أما الجمهور الخاص بالمنظمة فهم العملاء والموزعين وعموم المستفيدين، فهؤلاء يحتاجون إلى معرفة معوقات العمل وتذليلها ومعرفة اتجاهات الرأي العام، وكذلك القضاء على المشاكل التي تواجههم أثناء التعامل مع المنظمة أو المستفيدين من الخدمة . ويأتي في الأخير الجمهور العام وهذا يحتاج إلى عموميات عن المنظمة والتعريف بها لمعرفة ما تقوم به من أعمال وما تؤديه من خدمات للمجتمع .

٨ . ٣ مؤسسات التعليم والأمن والتحديات المعاصرة

إن مؤسسات التعليم العام والعالي والتعليم على الإجمال مسؤولة عن تعميق الهوية والانتماء في نفوس الأجيال وتأصيل البناء الحضاري انطلاقاً من الثوابت للمجتمعات العربية والإسلامية .

من هنا يتجلى دور مؤسسات التعليم وخاصة الجامعات تجاه أمن المجتمع في الوطن العربي من خلال مهامها واختصاصاتها الأساسية والتي تتمثل في محور التدريس ومحور البحث العلمي ومحور خدمة المجتمع .

ومن خلال النظر في دور الجامعات العربية في مجال الأمن من خلال محور التدريس يلاحظ أنه لا زال هذا الدور دون المستوى المنشود، والمأمول الارتقاء به إلى المستوى الذي يتماشى مع المستجدات ومع التطور المعرفي في شتى مناحي الحياة .

إن التخصص الأمني في الجامعات لا زال محدوداً أو معدوماً وأحسب أن أهم أسباب عدم التوسع في مجال العلوم الأمنية من قبل الجامعات هو الاتكاء على أن هناك كليات ومعاهد متخصصة في العلوم الأمنية وتحاشياً للإزدواجية من جهة، ومن جهة ثانية عدم وجود الخبراء في مجال الأمن ومكافحة الجريمة مما يتطلب أن تقوم الجامعات باعتماد خطة علمية يدرج فيها استحداث مقررات ومناهج تخدم مسيرة الأمن الاجتماعي والأمن التنموي بشكل عام مثل مقرر الأمن العربي الجماعي التوعية المرورية الثقافة الأمنية الأمن الفكري الإعلام الأمني الوقاية من الجريمة إدارة الأزمة وغير ذلك من المقررات ذات الصلة المباشرة بالأمن بمفهومه الشامل .

والحق فإن الجامعات ستظل مصنعاً للمعرفة وإعداد الأطر وخدمة المجتمع والأسئلة المطروحة في هذا الصدد هي :

١ ـ ما مدى نجاح التعليم العام والعالي في الدول العربية في توليد المعارف والعلوم الأمنية؟ .

٢ ـ ما مدى نجاح مؤسسات التعليم في الدول العربية في توظيف المعارف في خدمة الأمن بمفهومه الشامل؟ .

٣ ـ هل استطاعت الجامعات في الدول العربية تطوير مقررات وبرامج تتلائم مع احتياجات الأجهزة الأمنية؟ .

٤ ـ كم نسبة أعضاء هيئة التدريس الحاصلين على الماجستير والدكتوراه في العلوم الأمنية أو لديهم خبرات في المجال الأمني؟ .

٥ ـ كم عدد أعضاء هيئة التدريس الذين انضموا إلى أي جامعة عربية بعد أن خدموا في الأجهزة الأمنية والقطاعات العسكرية على الاجمال .

٦ ـ ما مدى الموائمة بين مخرجات التعليم واحتياجات الأمن بمفهومه الشامل؟ .

٧ ـ ما مدى تنمية وعي طلاب التعليم العام والعالي بالأمن الوطني من منظور تربوي وإنساني؟ .

وفي إطار جدوى الدراسات المكثفة التي تقوم بها مؤسسات التعليم في الوطن العربي وخاصة الجامعات العربية عن التحديات التي تواجه الأمة العربية ولكون معظم الجامعات العربية على وجه الخصوص لا تقدم المواد العلمية التي تندرج تحت مسمى الأمن العربي الجماعي وبعض المقررات ذات الصلة فإننا نقترح ذلك من خلال رؤية منهجية تنجز في محصلتها النهائية وعياً أمنياً شاملاً ويسهم في الاستقرار والأمن . ويسهم كذلك في تعميق التعاون والوعي الذاتي وإثبات الوجود والقدرة على مواجهة كافة

أشكال الجرائم وكل ما يعكر صفو الأمن والاستقرار، إذ أن التأثير الخارجي السلبي على أي أمة لا يعكس فقط ما اضحى عليه الخارج أو الغير من قوة ومكر وتدبير بل ما أضحى عليه الداخل من تساهل أو تراخي أو ضعف. (الجحني، ١٤٢٤: ١٠٨).

إن اعجابنا بما وصلت إليه العديد من الجامعات العربية الاعضاء في اتحاد الجامعات العربية، إلا أن ذلك لا يجعلنا نتجاهل تلك الاخلالات ومنها النظرة إلى رجال الأمن وتجاهل حقوقهم واستبعاد المؤهلين منهم والراغبين في التدرج الوظيفي في التدريس ضمن كادر اعضاء هيئة التدريس، وفي هذا الصدد فإن الجامعات المصرية قد خطت خطوات متقدمة تحسب لها من حيث استقطاب الكفاءات العلمية من الأجهزة الأمنية والعسكرية على الاجمال حتى وصل الكثير منهم إلى عمداء كليات ورؤساء جامعات مشهورة كما في الجامعات الأوروبية والأمريكية وغيرها. ولذلك عندما يأتي الوقت الذي يُحترم العلم والتخصص والكفاءة ولا ينظر إلى لون البشرة واللهجة أو القبيلة أو المنطقة عندها نقول أن الجامعة مرموقة ومشهورة وهذه من جملة التحديات في الجامعات العربية والتي منها الحرب النفسية والحملات المعادية للشريعة الإسلامية وعقوباتها ومبادئها وقيمها.

٨ . ٣ . ١ الحرب النفسية

ليس أخطر على الأمم من تخريب مبادئها وأمنها الفكري وتوهين عزائم أفرادها وبذر بذور اليأس والانهزامية بين صفوفها، وهو ما يواجه العالم الإسلامي خاصة أن الإعلام المعاصر المعادي قد عمل على ترويج الأفكار والتيارات الهدامة وبث سمومها لذلك لا غرو أن يسمى هذا العصر بعصر (الصراع الإعلامي) لانتقال الحروب إلى هذه الدائرة الأكثر أهمية وهي

دائرة الأفكار والتيارات والفلسفات التي وإن تعددت مسمياتها فإنها تستهدف أولاً وأخيراً الإنسان العربي المسلم بما تهدف إليه من تحطيم المبادئ والقيم الأخلاقية بهدف الوصول إلى تحقيق مكاسب في ميدانين :

الميدان الأول:

إقصاء العرب والمسلمين عن دينهم وتحويلهم إلى المبادئ الهدامة .

الميدان الثاني:

تحويل ولاء العرب والمسلمين إلى تلك المزاعم الباطلة والمبادئ الهدامة .

وللإعلام في هذا العصر مكانة بالغة القوة والاختراق واكتسب هذه المكانة من معطيات شتى منها :

أولاً : استفادة وسائل الإعلام من مجموعة العلوم التجريبية مثل الضوء الصورة، الفضاء، الحركة، الطباعة .

ثانياً : استفاد الإعلام من العلوم الإنسانية للدخول في حلبة الصراع الدولي .

ثالثاً : ضغوط الحياة الحديثة على الإنسان المعاصر حملته على طلب الترفيه فاستطاع الإعلام أن يقدم لطلاب الترفيه ما يريدون .

رابعاً : أتاح الإنتاج الإعلامي الضخم فرصاً واسعة للربح المادي مما مكنه من النفوذ .

خامساً : نجاح الحرب النفسية في النيل من العدو المستهدف بدون حروب . (الجحني، ١٤٢١ : ١٠٢) .

أما طرق الوقاية من الحرب النفسية فإنه يمكن إجمالها فيما يلي :

أولاً : الإيمان والوعي والمعرفة بأهداف العدو وأساليبه في الحرب النفسية .

ثانياً : الحد من ترويج الشائعات .

ثالثاً : تحقيق التناسق والتوازن والتكامل للتغلب على التوترات والصراعات التي يتعرض لها الإنسان العربي المسلم .

لا شك أنه يوجد حقائق أصيلة تريد الحرب النفسية والشائعات المعادية تدميرها، ذكرها أنور الجندي في كتابه «شبهات التغريب في غزو الفكر الإسلامي» حيث أشار إلى إنه من أبلغ مظاهر التغريب استخدام الحرب النفسية، وتشويه الحقائق الأصيلة التي يريد العدو طمس معالمها ومن تلك الحقائق :

أولاً : عرف المسلمون الإسلام ليس دينا فحسب ولكنه دين ومنهج حياة وهو نهج متكامل مترابط .

ثانياً : إن فهم الإسلام فهماً صحيحاً عميقاً قد أعطى البشرية شحنة من القول والإيمان والتضحية دفعتها إلى تحقيق بناء الأمة وإقامة الدولة .

ثالثاً : من أهم عوامل القدرة على مواجهة الحرب النفسية ومقاومتها : الحفاظ على اللغة والتاريخ والتراث .

رابعاً : انتصر العرب والمسلمون دائماً بالوعي الكامل لتاريخهم ودورهم في الحضارة العالمية وما قدموه لها من مناهج وتطبيقات إضافية علمية، ولقد بلغوا الذروة بتقديمهم المنهج العلمي التجريبي الذي كان مفتاح كل الإنتصارات العلمية الحديثة .

خامساً : أوصى الإسلام أتباعه باليقظة ودعاهم إلى عرض كل ما يتصل بهم على منابعه الأصلية .

سادساً : لقد كان الإسلام قادراً على التجدد من خلال مقوماته ولم تخل حقبة من تاريخه حتى في أشد عصوره ضعفاً من المصلحين والمجددين من ذوي العقول المستنيرة .

سابعاً : إن الطريق الوحيد الذي حفظ وجود العرب والمسلمين هو حماية الثوابت والمبادئ من الشبه والشكوك التي تطرحها الفلسفات المادية وإن أكثر عوامل النصر في مفهوم الإسلام هو حماية الأصالة وحفظ الذاتية .

ثامناً : عرف على مدى تاريخ العرب والمسلمين قدرتهم الدائمة على مقاومة كل عدوان ، وكان الإسلام عاملاً أساسياً وقاسماً مشتركاً في كل حركات التحرر التي قامت بها الشعوب العربية والإسلامية .

تاسعاً : عرف العرب والمسلمون الإسلام منهجاً متكاملاً جامعاً بين العقل والروح وبين الدنيا والآخرة ، وسطاً بعيداً عن التطرف والغلو والأفكار المنحرفة .

٨ . ٣ . ٢ العقوبات الإسلامية

تكفل العقوبات المقررة في الإسلام شرعاً للمسلمين ما يرعى المصالح ويضمن الأمن والاستقرار ذلك أن في الإسلام علاجا لكل داء وعقوبةمقررة تستأصل الشر من جذوره وتثبّت العدل والأمن والألفة والمحبة ، كيما ينصرف الناس إلى مستقبل حياتهم لاتشغلهم نوازع الخوف من مجرم أو منحرف . والإسلام منصف حتى مع المجرمين يتعامل معهم من منطلق العدل والرحمة والعطف .

فمن سماحة هذا الدين أن تقوم العقوبة على المجرم الذي ارتكب الجرم وفق مبدأين :

أولهما : محاربة الجريمة والمجرمين من خلال أغراض العقوبة في الشريعة الإسلامية التي منها :

١ ـ ردع المذنب بمعاقبته على ما أقدم على فعله جزاء ما اقترفه من المعصية .

٢ ـ زجر أفراد المجتمع وكفهم عن مقارفة الجرائم .

٣ ـ حفظ كيان الأمة وحمل الناس فيها على الاستقامة .

٤ ـ تحقيق المصالح ودفع المفاسد لتستقيم الأمور وتصلح الأحوال ويعم الأمن .

٥ ـ إقامة العدل بين الناس .

٦ ـ إصلاح الجاني .

٧ ـ تكفير عن الذنب المترتب على الجرم ، وتطهير الجاني حيث ذهب كثير من العلماء إلى أن العقوبات الشرعية إضافة إلى أنها زواجر عن الوقوع في الجريمة ، فإنها تعد بالنسبة للمسلم جوابر عمن استوفيت منه في الدنيا عدا حد الحرابة ، فإن العقوبة الأخروية لا تسقط عن المحارب إلا اذا تاب لقوله تعالى : ﴿ ... **ذَلِكَ لَهُمْ خِزْيٌ فِي الدُّنْيَا وَلَهُمْ فِي الآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿٣٣﴾ إِلاَّ الَّذِينَ تَابُوا** ... ﴿٣٤﴾ ﴾ (سورة المائدة) .

وثانيهما : العناية بشخص المجرم عناية فيها الرحمة والعطف وذلك عند ارتكابه جرماً غير حدي ويتحقق ذلك في مجال الجرائم التعزيرية . فهنا ينظر إلى دافع الجريمة على اعتبار أن الإنسان قد ابتلي من داخل نفسه وخارجها .

وعلى هذا فالعقوبة هي آخر ما تلجأ إليه الشريعة الإسلامية في تقويم العوج وإصلاح الخلل بعد إتمام واستكمال جميع المراحل التي منها :

١ ـ التهذيب النفسي .

٢ ـ تكوين رأي عام فاضل لا يظهر فيه الشر ويكون فيه الخير واضحاً معلناً .

٣ـ العقاب لأنه ردع للجاني وزجر لغيره ومنع لتكرارالوقوع في الجريمة .

إن تطبيق النظم العقابية المستمدة من الإسلام يحد من وقوع الجرائم والانحرافات . والإسلام لم يكتف في مواجهة الإخلال بالأمن وارتكاب الجرائم بخط دفاع واحد وإنما أحاط الفرد بسياجات أمن متعددة بدأ بما يمكن أن يسمى بالسياج الذاتي أو سلطة الأمن الذاتية المتمثلة في مراقبة الله تعالى في السر والعلن ، ثم السياج الأمني و السياج الاجتماعي أوالرأي العام الذي يمقت الجريمة ويساعد على تقديم مرتكبيها للعدالةلينالوا جزاء مااقترفوا (الجحني ، ١٤٢١ : ٤٥) .

٨ . ٣ . ٣ التطبيق للإسلام

إن خير دليل على كمال الشريعة الإسلامية وشموليتها هاتان التجربتان :

التجربة الأولى : التي كانت في صدر الإسلام الأول في عصر النبوة والخلفاء الراشدين ومن سار على نهجهم القويم .

والتجربة الثانية : هي نجاح تطبيق الشريعة الإسلامية في المملكةالعربيةالسعودية وهذا دليل واضح على أن التشريع الإسلامي يؤدي

عمليا إلى الحد من الجريمة و يعالج جميع أوجه الحياة معالجة صالحة لكل زمان ومكان. فالنظام الإسلامي يحقق العدل والمساواة والشورى ويحمي حق المجتمع وحريات الفرد في ميزان منضبط لايدانيه اجتهادات البشر، لأن الشريعة الإسلامية نظام إلهي شامل مترابط الأركان والأجزاء ويؤثر كل منها في الآخر وفيما يلي نعرض جملة من المبادئ الأساسية التي لها تأثير قوي في حياة المجتمع المسلم (الجحني، ١٤٠٣ : ١١٢).

٨ . ٣ . ٤ روح الاعتدال في الإسلام

تسود أحكام الإسلام روح الاعتدال فهي تنبذ التطرف والغلو والإرهاب وتحبذ التوسط والاعتدال والتسامح وأدلة منهج الاعتدال و التوسط في الإسلام كثيرة : فمنها قوله تعالى : ﴿ **وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيداً . . .** ﴿١٤٣﴾ ﴾ (سورة البقرة) وكذلك قوله عز وجل : ﴿ **وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا** ﴿٢٩﴾ ﴾ (الاسراء، ٢٩).

٨ . ٣ . ٥ حماية الحرية الفردية دون اطلاقها

تحمي الشريعة الإسلامية وتقرر الحريات الفردية تعبيراً عن قيمة الفرد، ومن ذلك حرية الرأي التي عبر عنها القرآن الكريم في قوله تعالى : ﴿ **وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ . . .** ﴿١٠٤﴾ ﴾ (سورة آل عمران) وقوله عز وجل : ﴿ **ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ . . .** ﴿١٢٥﴾ ﴾ (سورة النحل) ولكن الحرية الفردية ليست طليقة في الإسلام من كل قيد فهي مقيدة بعدم الإضرار بالآخرين، كما هي مقيدة أيضا بعدم الإضرار بالمصلحة العامة للمجتمع فالحرية لا يجوز أن تتضمن الإخلال بنظام المجتمع أو بوحدة الأمة وتماسكها.

٨ . ٣ . ٦ حماية الإسلام للملكية الفردية مع تقييدها للصالح العام

يحمي الإسلام الملكية الفردية الخاصة للأموال، وهناك أدلة كثيرة تؤكد هذه الحماية من ذلك قوله تعالى ﴿ **وَلا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بالإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾** ﴾ (سورة البقرة) وتقرير القرآن الكريم لعقوبة رادعة على جريمة سرقة مال الغير وهي قطع اليد خير دليل على ذلك، قال تعالى: ﴿ **وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالاً مّنَ اللَّهِ واللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٣٨﴾** ﴾ (سورة المائدة).

وتصل حماية الشريعة للمال إلى حد بعيد في تطبيق عقوبة الحرابة على قاطعي الطرق الذين يسعون في الأرض فسادا معتدين على النفس والمال، فقد قال عز وجل: ﴿ **إِنَّمَا جَزَاء الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الأَرْضِ فَسَادًا أَن يُقَتَّلُوا أَوْ يُصَلَّبُوا أَوْ تُقَطَّعَ أَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُم مّنْ خِلافٍ أَوْ يُنفَوْا مِنَ الأَرْضِ ذَلِكَ لَهُمْ خِزْيٌ فِي الدُّنْيَا وَلَهُمْ فِي الآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿٣٣﴾** ﴾ (سورة المائدة).

٨ . ٣ . ٧ التكافل الاجتماعي في الإسلام

من أهم مظاهر التكافل الاجتماعي في الشريعة الإسلامية الحرص الشديد على تحقيقه، وصور ذلك كثيرة من أهمها دعوة الإسلام للتعاون و فرض الزكاة، وحث الإسلام على الصدقات وأعمال البر و الاحسان والتعاون والتضامن بين المسلمين في أعمال الخير والنفع المشترك، لأن في التعاون قوة للمسلمين أغنيائهم وفقرائهم وتكافلاً فيما بينهم قال تعالى: ﴿ ... **وَتَعَاوَنُوا عَلَى البرّ وَالتَّقْوَىٰ وَلا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ والْعُدْوَانِ ... ﴿٢﴾** ﴾ (سورة المائدة)وقول النبي ﷺ (المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا) كما قال عليه الصلاة والسلام (مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى).

٨ . ٣ . ٨ الدولة في الإسلام ودورها في رعاية المصلحة العامة

إن للدولة وفقاً للمبادئ الإسلامية دوراً إيجابياً في رعاية المصالح العامة للمجتمع فالدولة في الإسلام تقوم بكل عمل يؤدي إلى جلب المصالح ودفع المضار، فوظائف الدولة ليست مجرد واجبات سياسية لحماية الأمن وإقرار العدل فقط ولكنها أيضاً واجبات اجتماعية واقتصادية وثقافية فضلاً عما هناك من واجبات دينية، وكل ما يحقق رخاء وقوة المجتمع.

والناظر في الشريعة الإسلامية يجد أنها إذا كانت قد شددت على بعض الجرائم فإن ذلك من أجل :

١ ـ الحفاظ على وحدة الجماعة واستقرارها لتظل الجبهةالداخلية قوية متماسكة.

٢ ـ الحفاظ على الأمن وصونه بحيث ينعم الجميع في ظله بحياةسعيدة لا يعكرها خوف ولاتنغصها جرائم واضطرابات.

وتأسيساً على كل ما سبق فإن منهج الإسلام ورؤيته لتوطيد الأمن وقاية ومنعاً ومكافحة واستتباباً يتسم بالواقعية والفعالية والثبات والسمو لأنه ينطلق في رؤيته من نقطة أساسية هي : أنه يتعامل مع الإنسان بكل مايحمل هذا الإنسان من خير وشر، وتؤدي العلاقات العامة وظيفة مهمة في تهيئة مناخ ملائم يتم من خلاله تصحيح السلوكيات السلبية.

وجملة القول فإن سياسة الحد من الجريمة تحتم ما يلي :

١ ـ تعزيز التنمية الشاملة.

٢ ـ اتخاذ التدابير الوقائية.

٣ ـ تعزيز الجهود الرسمية.

٤ ـ تعزيز الجهود الأهلية.

٨ . ٣ . ٩ الفساد الإداري

يسري الفساد الإداري في أي أمة حين تبتلى به مسرى الداء العضال فيعصف بمقوماتها ويذهب بأخلاقها وتهدرمصالحها وتعود عليها بالوبال والدمار لكونه يفتك بالمجتمع فتكاً ذريعاً، ويقوض دعائمه ويهدر قيمه ونظامه (الجحني، ١٤٢٤ : ٧٠).

إن الأمراض الاجتماعية هي تلك الأمراض التي تنتشر في أي مجتمع بوسائل وأساليب متعددة منها «العدوى» وما نحن بصدده ليس الحديث عن الصحة الجسمية للإنسان كائناً حياً وإنما بما يتعلق بسلامة جسم مجتمعه وصلاحيته وفعاليته في الحركة والبناء ومن أشد هذه الأمراض فتكاً وخطورة الرشوة التي تخلخل عرى الترابط والتلاحم الأخلاقي في جسد المجتمع، والفساد هذا المرض السرطاني الخطر المتمخض عن فساد الأخلاق واهتزاز الأمانة والثقة والتوازن في كيان المصابين بهذا المرض، وظاهرة الفساد هي موضوع نقاش واسع النطاق في الوقت الحاضر وقد أصبح يشكل في الدول الصناعية قضية هامة أسفرت عن إبرام معاهدات واتفاقيات لمحاربة الفساد من بينها اتفاقية عام ١٩٩٧م لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن مكافحة رشوة الموظفين العموميين. والفساد هو انعدام في الأمانة وأنواعه وصوره وأكثر أشكاله شيوعاً الرشوة، ولذلك استحق الراشي والمرتشي والرائش البعد عن رحمة الله (الجحني، ١٤٠٣ : ٣١).

والرائش هو الذي يسهم في نقل هذا المرض بين طرفيه لتسري العدوى بين أعضاء المجتمع مما يتطلب من المجتمع الإسلامي بقيمه وأخلاقياته أن يحرص ـ دائماً وأبداً ـ على استئصال هذه الأمراض الاجتماعية الخطيرة

لكي لا تفسد معنوياته ومقوماته وتسبب لأفراده الإعاقة في طموحاتهم ومقدراتهم.

فالأمم لا تنهض إلا بأخلاقها والحفاظ على مبادئها وكرامتها وشحذ عزائم شبابها للجد والعمل والمثابرة وإعطاء كل إنسان حقه المشروع، وبهذا تنمو المواهب وتزدهر الحياة وترفرف راية الأمن والمحبة وتجني الأمة ثمار ذلك رقياً وتقدماً وعزاً فإذا استباح الناس الرشوة وكل أنماط الفساد امتدت الأيدي الملوثة التي تملك من الأمر شيئاً لتجتث آمال الموهوبين وتهضم قدر العاملين وتطفئ جذوة عقول النابغين فلا ترى صاحب حق ينال حقه إلا إذا قدم جعلاً لمن عنده وسيلة الحصول عليه، ولا ترى ذا مظلمة يطمع في رفع مظلمته عنه إلا برشوة من يقدر على رفعها، وتكون الطامة الكبرى إذا بلغ الأمر بالمرتشي أن يساوم الراشي في مقدار الرشوة ويجهر بذلك دون حياء أو خجل، فتكون الرشوة سوقاً نافقة وتجارة رابحة ويومئذ تضيع الأمانة والكرامة وتهضم الحقوق ويقبر النبوغ ويتلاشى الجد في العمل والحرص على أداء الواجب والدأب في سبيل المصلحة العامة والسهر على خدماتها والعمل على تقدمها، ويحل محل ذلك الخمول والضعف ووهن العزيمة وعقم العقول وضياع المصالح وتفشي الجرائم وتبلد الحس وفتور الهمم.

إن الرشوة مصيدة للأمانة حيث يقصر صاحب العمل فيما تعهد به ولا يفي بشروط العقد مقابل دفع شيئاً معيناً اشترى به ضمير من يتولى الأمر أو يشرف عليه وعلى هذا فالرشوة إذا فشت في أمة من الأمم واستمرأ الناس تعاطيها فحدث عن مفاسدها ولا حرج (القطان، ١٤١٣ : ١٨٨).

إن لجريمة الرشوة آثارها السيئة على الفرد والأخلاق والمجتمع والعلاقات الاجتماعية والاقتصاد والتطور الحضاري وفوق هذا وذاك لها آثار على العقيدة والعبادات والأمن ومن آثارها السيئة في إفساد الضمائر والأمن والذمم أنها : تفسد القلوب وتوجد الشحناء، وتزيد في الظلم وترفع رأس الجور والحيف كما أنها تطمس معالم العدالة في الأمة وتميت الضمائر وتقوض دعائم المجتمع وتزعزع الأمن والاستقرار كذلك فإن من الانعكاسات السلبية للفساد الإداري ضعف قواعد ونظم العمل الرسمية والمسؤولين عنها، فضلاً عن التخلف الإداري والهدر في إمكانات الجهاز الإداري ذاته (الجحني، ١٤٠٣ : ١١١).

وهذا يحتم أن تسهم العلاقات العامة من خلال الاستعانة بوسائل الإعلام في توعية الناس وتوضيح أخطار الفساد الإداري وغرس الفضائل والخصال الحميدة، التي تحث على مكارم الأخلاق والأمانة وتوظيف العديد من رجال الإعلام الأكفاء وتزويدهم بالمعلومات الكافية، وعقد الندوات التلفزيونية مع كبار العلماء والمتخصصين وإقامة المحاضرات العامة واللقاءات التي تهدف إلى الحد من ارتكاب جريمة الرشوة والعواقب الوخيمة التي تنتظر مرتكبها في الدنيا والآخرة، مع التركيز على أهمية التربية الإسلامية وتعميق جذورها مع استشعار أهمية الإخلاص والنزاهة والشفافية والتحذير من الخيانة والكسب الحرام وإساءة استخدام السلطة. إن النزاهة والعفة والعدل أوسمة المجد يحملها الإنسان الصالح لدينه وأمنه.

٨ . ٤ الحماية الأمنية والفكرية لحقوق الإنسان

إن المرتكزات الأساسية للحماية الأمنية لحقوق الإنسان في الإسلام كثيرة من حيث احترام كرامة الإنسان وحقه الحياتي وعدم التعسف في استخدام السلطة، وحظر التعذيب والمعاملة اللا إنسانية، وبمعنى آخر حفظ المصالح الأساسية وتتمثل في الدين والنفس والعقل والعرض والمال. والآن ندلف إلى بيان بعض المرتكزات الأساسية للحماية الأمنية لحقوق الإنسان (الجحني، ١٤٢٣ : ٤١) :

١ ـ لا جريمة ولا عقوبة إلا بموجب أحكام الشريعة والعقوبة شخصية قال تعالى : ﴿ **وَأَن لَّيْسَ لِلإِنسَانِ إِلاَّ مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾** ﴾ (سورة النجم) وقال ﴿ **مَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَلا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ حَتَّىٰ نَبْعَثَ رَسُولاً ﴿١٥﴾** ﴾ (سورة الإسراء).

٢ ـ المتهم برئ حتى تثبت إدانته وعلى المدعى إثبات اتهامه وليس على المتهم إثبات براءته «البينة على من ادعى واليمين على من أنكر»، والشك يفسر لصالح المتهم «ادرؤا الحدود بالشبهات» فضلاً عن المستوى العالي للإثبات.

٣ ـ المساواة بين البشر، قال تعالى : ﴿ **... مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ... ﴿٣٢﴾** ﴾ (سورة المائدة) وقال : ﴿ **يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾** ﴾(سورة الحجرات) وقال تعالى : ﴿ **يَا أَيُّهَا الإِنسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ ﴿٦﴾ الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ ﴿٧﴾**

فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ ﴿٨﴾ ﴾ (سورة الانفطار) وقال تعالى: ﴿ وَيُطْعِمُونَ الطَّعَامَ عَلَىٰ حُبِّهِ مِسْكِينًا وَيَتِيمًا وَأَسِيرًا ﴿٨﴾ ﴾ (سورة الإنسان) وقال عمر بن الخَطَّاب رضي الله عنه «متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحرارا».

٤ـ كفالة الأمن للجميع: وقد كفل الإسلام حقوق الإنسان في المراحل التالية:

أ ـ مرحلة الاتهام، قال تعالى: ﴿ ... وَإِنَّ الظَّنَّ لَا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا ﴿٢٨﴾ ﴾ (سورة النجم) وقال ﷺ: «إياكم والظن فإن الظن أكذب الحديث» (السيوطي، الجامع الصغير، ١/ ٤٤٨).

ب ـ إحضار المتهم: إن على المتهم إذا دعي إلى الحضور أن يجيب ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنكُمْ ... ﴿٥٩﴾ ﴾ (سورة النساء).

ج ـ تحريك الدعوى: إن الحكم فيما يكون بين العباد مرجعه القرآن الكريم والسنة المطهرة كما جاء في قوله تعالى: ﴿ إِنَّا أَنزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِتَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ بِمَا أَرَاكَ اللَّهُ وَلَا تَكُن لِّلْخَائِنِينَ خَصِيمًا ﴿١٠٥﴾ ﴾ (سورة النساء).

د ـ تفتيش المتهم: يتم تفتيش المتهم بغرض كشف الجريمة أي لضرورة قائمة وهو أمر تجيزه الشريعة والأصل في الإسلام هو المحافظة على حرمات الناس وحرياتهم الشخصية.

هـ ـ حرية التنقل: إن حرية التنقل مكفولة في الإسلام ولا يجوز تقييدها إلا إذا اصطدم هذا الحق بمصلحة عامة.

و ـ حرمة المسكن : كفل الإسلام حرمة المسكن وكفل أمن الناس في بيوتهم قال تعالى : ﴿ **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّىٰ تَسْتَأْنِسُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٢٧﴾ فَإِن لَّمْ تَجِدُوا فِيهَا أَحَدًا فَلا تَدْخُلُوهَا حَتَّىٰ يُؤْذَنَ لَكُمْ وَإِن قِيلَ لَكُمُ ارْجِعُوا فَارْجِعُوا هُوَ أَزْكَىٰ لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨﴾** ﴾ (سورة النور) وقوله تعالى : ﴿ ... **وَلا تَجَسَّسُوا وَلا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ... ﴿١٢﴾** ﴾ (سورة الحجرات) .

ز ـ قرر الإسلام حق كل فرد في المجتمع الإسلامي وقرر حريته في التصرف في مسكنه بما يضمن له مصالحه وراحته الشخصية داخل مسكنه إلى جانب فرض العقوبات على الذين ينتهكون حرمة مساكن الغير .

٥ ـ إن الإسلام يأمر بالتعامل الحسن مع الإنسان أياً كان هذا الإنسان مسلماً أو كافراً قال تعالى : ﴿ ... **وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ... ﴿٨٣﴾** ﴾ (سورة البقرة) ولم يقل للمسلمين فقط .

٦ ـ إن الإسلام هو أول من قرر مبدأ تسليم المجرم الهارب من وجه العدالة ، وبين عدم جواز إيوائه ، بل حث الناس على أن يكونوا ضده قال تعالى : ﴿ ... **أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا ... ﴿٣٢﴾** ﴾ (سورة المائدة)وهذا يعني أن الإسلام قد سبق كل القوانين في تقرير تسليم المجرم وأكد على أهمية أن تتضافر الجهود من أجل الوقوف في وجه المجرم لأنه بجريمته النكراء أصبح خصماً للإنسانية جميعاً ، قال رسول الله ﷺ «لعن الله من أحدث أو آوى محدثاً» .

٧ـ الشريعة الإسلامية غايتها هي: تحصيل مصالح الناس، والحماية الأمنية لحقوقهم أحياءً وأمواتاً مسلم أو غير مسلم لدرجة أن الشريعة الإسلامية منعت سب الأموات محافظة على كرامتهم قال ﷺ: «لا تسبوا الأموات فإنهم قد أفضوا إلى ما قدموا» والنهي عن سب الأموات مطلقاً يشمل المسلمين وغيرهم.

٨ـ العقوبات في الإسلام تطهير وردع لكل من تسول له نفسه الإخلال بالأمن، والاستقرار قال تعالى: ﴿**وَلَكُمْ فِي الْقِصَاصِ حَيَاةٌ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ** ﴿١٧٩﴾﴾ (سورة البقرة). والجرائم لا يقتصر ضررها على الجاني والمجني عليه فحسب وإنما يتعدى ذلك إلى المجتمع لما يلحق به من إضرار بالمصالح المحمية في الشريعة الإسلامية. ولذلك قرر الإسلام العقوبات تأديباً وردعاً وزجراً.

٩ـ الشريعة الإسلامية تلتمس للمتهم درء الحد بالشبهات قبل الحكم عليه بالعقوبة ولا تهمل كذلك الجاني إذا صدر عليه الحكم، وإذا تحتم التنفيذ فإنها تأمر بحسن التنفيذ، وقد يسقط الحكم عنه في حالات كذلك، ويؤجل في أخرى لمصلحته (الجحني، ١٤٢١هـ: ٩٥).

وتأسيساً على كل ما سبق، فإن الحماية الأمنية لحقوق الإنسان في الإسلام تأتي من أحكام الشريعة الإسلامية، إذ لا يجوز القبض على إنسان أو حبسه إلا لضرورة وفي أحوال معينة، ولا يجوز إكراهه أو تعذيبه لانتزاع اعتراف منه أو أن يطلب إليه تقديم دليل ضد نفسه، ولا يجوز اقتحام حياته الخاصة إلا لضرورة وبأمر مسبب وفي أحوال خاصة، كما أنه لا يجوز انتهاك حرمة مسكنه أو سرية مراسلاته. وبمعنى آخر فإن كل حق يُعطى يقابله

ضمانات وقيود وحدود بالنسبة للمتهم وهو برئ حتى تثبت إدانته فلا يجوز الضرب أو الشتم أو الإهانة أو الظلم أو الافتراء والتدليس، فكل إنسان له التكريم المطلوب سواء كان شاكياً أو شاهداً أو متهماً أو مجنياً عليه أو سجيناً في حدود ما يقرر. (الجحني، ١٤٢٤: ٤٠ ـ ٤٥).

هذا ولأهمية ندوة «حقوق الإنسان في الإسلام» التي نظمها مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي في جدة بالمملكة العربية السعودية، في الفترة ما بين ٨ ـ ١٠ محرم ١٤١٧هـ الموافق ٢٥ ـ ٢٧ مايو ١٩٩٦م، نورد فيما يلي بعض توصياتها تعميماً للفائدة وتوثيقاً للجهود:

١ ـ «التأكيد على أهمية مشاركة العالم الإسلامي بواسطة ممثليه وخبرائه في الملتقيات التي تتناول موضوع حقوق الإنسان للإسهام في صياغتها بصورة أساسية دون الاكتفاء بالنقد أو التعليق على التصورات الدولية بشأنها.

٢ ـ عقد ندوات بين خبراء المسلمين وبين نظرائهم من غير المسلمين للتعريف بحقوق الإنسان في الإسلام وأن يتزامن بعضها مع انعقاد لجنة حقوق الإنسان بجنيف.

٣ ـ تأصيل حقوق الإنسان وبيان مصادرها الشرعية من الكتاب والسنة وآثار الصحابة والتابعين إثباتاً لسبقها وتأكيداً لتأثيرها في المواثيق الدولية.

٤ ـ مطالبة الفقهاء والعلماء ببلورة آليات محددة لتطبيق حقوق الإنسان من المنظور الإسلامي وترتيب الإجراءات المناسبة لمتابعة ذلك.

٥ ـ التنمية حق من حقوق الإنسان أينما كان لاستحداث ظروف أفضل للبشرية، لما للتنمية من علاقة وثيقة بالتقدم وبالرغم من تأرجح

بعض الاتجاهات بين تقديم التنمية ومنح الحقوق المدنية والسياسية فإنه لا يتسنى مواكبة التطورات الحضارية المعاصرة إلا بالإقبال الجاد على التنمية في الأقطار الإسلامية وعلى وجه الشمول للمجالات المتنوعة الفردية والاجتماعية.

٦ ـ إدانة الممارسات المخالفة لحقوق الإنسان التي تقع على المسلمين وغيرهم إنطلاقاً من المبادئ الإسلامية القائمة على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ودرء الظلم بإطلاقه.

٧ ـ إدانة استغلال حقوق الإنسان وتحميل المفهوم الغربي لها على المفهوم الإسلامي باتخاذها ذريعة للتدخل في شؤون العالم الإسلامي وتمرير المخططات الثقافية والاجتماعية والسياسية المنافية لمبادئ الإسلام ولمصالح الشعوب الإسلامية.

٨ ـ الاستفادة من المواثيق الدولية الخاصة بحقوق الإنسان في مجال الأقليات للعمل من أجل رفع الظلم عن الأقليات الإسلامية وغيرها، وتمكينها من الالتزام بخصائصها الحضارية.

٩ ـ السعى لدى أولى الأمر في الدول الإسلامية لتعزيز ما جاء به الإسلام من حقوق والتزامها وتطبيقها وذلك للتصدي للهجمات الموجهة ضد المنهج الإسلامي ولتلافي ما قد يقع من شروخ وتوجهات سلبية في المجتمع وذلك رعاية لمصالح الشعوب الإسلامية» (انظر فعاليات الندوة لدى مجمع الفقه الإسلامي بمنظمة المؤتمر الإسلامي).

وعطفاً على ما سبق، فإن العلاقات العامة ملتزمة بإيصال كل ذلك إلى الجمهور وبيان احترام الأجهزة الأمنية للحريات وكفالتها وبذل كل جهد

مستطاع لإقامة أكبر حجم ممكن من التوعية والاتصالات المرضية، مع القيام بأداء وظيفتها بأكبر قدر من الفاعلية والكفاءة وتغذية وسائل الإعلام بالمعلومات الصحيحة.

٨ . ٤ . ١ الأمن الفكري

يأتي الأمن الفكري على رأس قائمة منظومة الأمن لأهميته وحساسيته النابعة من مخاطبته للعقل أساساً وصلته الوثيقة بكل أصناف الأمن الأخرى: الأمن السياسي، والعسكري، والاقتصادي، والجنائي، الثقافي. . . الخ.

إن تحقق الأمن الفكري لدى الفرد يؤمن تحققاً تلقائياً للأمن في الجوانب الأخرى كافة ذلك لأن العقل هو مناط القيادة العليا الواعية المميزة الموكلة بكل أصناف الأمن، فإذا صلحت هذه القيادة صلح كل أجزاء عائلة الأمن وإذا فسدت فسدت أجزاء عائلة الأمن الأخرى (الجحني، ١٤٢١ : ٨١).

فلو نظرنا إلى الجانب السلبي في حالة إذا لم يتحقق لدى الفرد الأمن الفكري بمعنى أنه لم يعد يملك الحصانة الفكرية اللازمة ضد أية تيارات فكرية منحرفة أو اتجاهات هدامة ذات مفاهيم مادية متعددة مختلفة كالدعوة إلى الإباحية أو المفاهيم التخريبية للذات وللآخرين كاللجوء إلى المخدرات أو اللجوء إلى أعمال الشغب والتفجيرات والإرهاب والعنف وغير ذلك من الأساليب الإجرامية التي يقوم بها أولئك الأشخاص الذين ذابت شخصيتهم وهويتهم من خلال فقدهم للحصانة الفكرية التي تقيهم شر ذلك الوباء (الطلاع، ١٤٢٠ : ٢١).

إن رسالة الأمن الفكري تتلخص بتوفير السلامة والطمأنينة للجميع ضد كل الاتجاهات المنحرفة التي من شأنها تقويض البناء الفكري القويم

وإحلال أفكار ومفاهيم بديلة ذات منطلقات هدامة من شأنها أن تؤدي بشكل أو بآخر إلى الاضطراب والخلل الاجتماعي الفكري.

وانطلاقاً من ذلك فإن مقتضيات العمل الأمني يحتم إعطاء الأمن الفكري أهميته وأولويته نظراً لحساسية ذلك الجانب وخطورته بحكم تبؤوه دوراً قيادياً مميزاً من بين كل الجوانب الأمنية الأخرى وتربعه على قمة الهرم الأمني ممتداً إلى عامة هيكله شاملاً لقاعدته ومحيطاً برمته (الطلاع، ١٤٢٠: ٢١).

ومما لا شك فيه، فإنه يصح أن يقال أن الأمن الفكري بالنسبة لبقية أصناف الأمن هو بمثابة سيد أفراد عائلة الأمن المدبر، ومنه ينبثق الجميع وعنه يأخذ الجميع وعلى قدر صلاح ونجاح ذلك السيد يصلح وينجح أفراد عائلته. وما أشبه من حيث المبدأ مكانة الأمن الفكري بين أصناف الأمن بمكانة القلب بالنسبة لبقية أعضاء الجسد، إذ يقول المصطفى ﷺ: «ألا إن في الجسد مضغة إذا صلحت صلح الجسد كله وإذا فسدت فسد الجسد كله ألا وهي القلب» كذلك الحال بالنسبة لمكانة الأمن الفكري إذا صلح صلح السلوك بإذن الله، وإذا فسد فسد حال الإنسان ومآله (الجحني، ١٤٢١: ١٨٨).

لا شك أن المعادلة الصعبة لإيجاد جو أمني مستقر يكمن في قضيتين: الأولى تتمثل في إعداد الفرد إعداداً فكرياً صحيحاً، والثاني: تحصين ذلك البناء الفكري تحصيناً قوياً من خلال بناء السياج الفكري الرصين الذي يمكن الفرد من النقد والتمييز والفرز والتمحيص لكل ما يعترضه من تيارات هدامة. إذ أنه في حقيقة الأمر إذا صلح الفكر ومنطلقاته اندفعت طاقات الإنسان إلى البناء والسلوك الحميد كالسيل الهادر يشق طريقه في الاداء

والانجاز نحو آفاق التقدم والأرتقاء. وأن للفكر علاقة وثيقة بالأنشطة والسلوكيات الإنسانية إن خيراً فخير وإن شراً فشر والفكر السوي أسمى نشاط ذهني وإنساني ولا حجر عليه. كما أن الانحرافات والنشاطات المضرة بمصالح الناس ومقاصد الشرع يكون وراءها فكر معتل ومسموم ومغشوش.

وبناء عليه، فإن الفكر الإسلامي السليم بمثابة العمود الفقري وهو حجر الزاوية للأمن الاجتماعي وله علاقة بكل الميادين المختلفة، ذلك أن الفكر المنضبط والملتزم ينبثق عنه استقامة حياة الناس، وأمنهم (الجحني، ١٤٢١ : ٣٤).

إن والفكر الإسلامي بمنطلقاته ومفاهيمه المنهجية في التوحيد والإيمان بالله يلتزم مقدمة أساسية في نظره العلمي في أي حقل من حقول المعرفة والعلم، وهذه المقدمة الأساسية العامة هي التيقن بأن الحق والحقيقة والصواب والخطأ والخير والشر حقائق موضوعية يجب معرفتها والسعى إلى إدراكها في ضوء ما أودع الله الخلائق والكائنات من طبائع وسنن وفطرات، وحسبما أوحى الله به إلى الإنسان وأرشد إليه من غايات ومن معايير نزلت بها الرسالات وأرسل بها الرسل. ومن هذا المنطلق فالعقل السليم عقل يسعى للمعرفة على شرطها وحسب معطياتها الموضوعية، لا على أساس من الاهواء والذوات والضلالات، فلا يضيع له جهد ولا يضل به طريق. (ابوسليمان، ١٤٠١ : ١٨٠).

قال تعالى : ﴿ **وَلَو اتَّبَعَ الحَقُّ أَهْوَاءَهُمْ لَفَسَدَت السَّمَوَاتُ وَالأَرْضُ وَمَن فيهنَّ ...** ﴿٧١﴾ ﴾ (سورة المؤمنون)، وفي قوله تعالى : ﴿ **... وَمَنْ أَضَلُّ ممَّن اتَّبَعَ هَوَاهُ بغَيْرِ هُدًى مّنَ اللَّه ...** ﴿٥٠﴾ ﴾ (سورة القصص)، وقوله : ﴿ **أَفَرَأَيْتَ مَنِ اتَّخَذَ إِلَهَهُ هَوَاهُ وَأَضَلَّهُ اللَّهُ عَلَىٰ علْمٍ ...** ﴿٢٣﴾ ﴾ (سورة الجاثية).

إن من المهم معرفة الجانب العلمي في قضايا الأمن الفكري لأن الجانب النظري والفلسفي لا يغني ولا يقدم التفسير الحقيقي لواقع الممارسة الاجتماعية. إذ أن الانحراف الفكري نتيجة لمدخلات فكرية ضالة، فينطلق صاحب هذا الفكر المنحرف من منطلق الهوى والنزوة وجهل الغاية والمقصد، ويسعى لتبرير انحرافاته الفكرية والسلوكية باسم الدين أو خلاف ذلك، بل لقد ظهرت جماعات تدافع وبقوة عن الممارسات الشاذة، والنماذج المنحرفة، والشراذم البدائية المنعزلة، حتى وصل الأمر إلى الدفاع عن عدوانهم وظلمهم وطغيانهم وفسادهم قال تعالى: ﴿ ... **وَلا تُفْسِدُوا فِي الأَرْضِ بَعْدَ إِصْلاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾** ﴾(سورة الأعراف) وقوله تعالى﴿ **أَمْ نَجْعَلُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَالْمُفْسِدِينَ فِي الأَرْضِ أَمْ نَجْعَلُ الْمُتَّقِينَ كَالْفُجَّارِ ﴿٢٨﴾** ﴾ (سورة ص).

٨ . ٤ . ٢ الحس الأمني

يعرف الحس الأمني بتعاريف عدة من أهمها: أنه ذلك الشعور أو الإحساس المتولد داخل النفس والمعتمد على أسباب أو عوامل موضوعية تؤدي إلى توقع الجريمة بقصد منعها أو إلى ضبط مرتكبيها بقصد العقاب عليها (خليل، ١٩٩٧)، وقيل أنه: «التحسس والشعور بكل شيء يخل بالأمن، أو يدعو إلى الخوف (البيانوني، ١٤١٠: ٥٣).

وكذلك عُرّف بأنه: «ذلك الاستعداد الفطري لدى رجل الأمن والميل الوجداني والشعوري والنفسي حيث يعمل على اكتشافه بعد استشعاره به ثم تعظيمه اعتماداً على مكونات داخلية غالباً ما تتوافر في الإنسان بحكم خلقته واستعداده ساعياً نحو اكتساب خبرات ومهارات أمنية أساسها قوة الملاحظة وتوارد الخواطر وصولاً إلى مناقشة الأحداث بصورة فاحصة

ومتأنية دون أن تتجاوز ومضات الحدث الأمني الذي يعرض له أو يتبع بصره عليه أو يعرض عليه أو يتواجد فيه .

والحس الأمني : «صفة خاصة من صفات الشخصية التي تمكن من يمتلكها التعرف على الأشياء وإدراكها والتمييز بينها ومن ثم تفسيرها كلياً صحيحاً، والتوقع الصادق لكل الاحتمالات، كما تمكنه من أن يستشعر الأخطار ويعرف مصادرها وبالتالي يستطيع القضاء عليها قبل وقوعها أو مواجهتها بفاعلية فور وقوعها .

ويتشكل الحس الأمني بالمراس والخبرة والفراسة والحدس الصائب في إطار الوعى المتنامي لدى رجل الأمن وقوة الملاحظة والتدقيق في الأمور والحكم عليها والربط بين الأحداث ومعرفة الأشياء الشاذة والملفتة للنظر (أحمد، ١٤٢٣ : ٢٩).

ومن الشواهد على الحس الأمني ما وقع حينما ذهب الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه قبل إسلامه إلى منزل ابن عمه سعيد وكان بداخل المنزل سعيد وخباب بن الأرت وفاطمة زوج سعيد فلما سمعوا صوت عمر رضي الله عنه تغيب خباب، وخبأت فاطمة بنت الخطاب الصحيفة .

ويعتمد الحس الأمني على نوعين من العناصر أولهما : عناصر ذات طبيعة وجدانية أو حسية تتمثل في الشعور الوجداني أو الإحساس الذاتي تجاه أمر يجعل رجل الأمن يستشعر بوجوده ويعتقد في حدوثه . وثانيهما : عناصر ذات طبيعة موضوعية أو عقلانية وهي المعطيات التي يعتمد عليها الحس الأمني بعد حدوث تلك الومضة الداخلية لدى رجل الأمن والتي تجعل منه إحساس عقلاني يعتمد على مسببات حقيقية أو ضوابط موضوعية أو مظاهر مادية تنبئ عن أي إحساس عاطفي فقط . وتعتبر العناصر

الموضوعية للحس الأمني ضمانات تحول دون تعنت رجل الأمن وتعسفه في الاعتماد على الحس الأمني بدون مبررات موضوعية (البيانوني، ١٤١٠ : ٥٣).

وبناء على ذلك قيل بأن الحس الأمني عند رجل الأمن هو: «أن يكون ذا حدس صائب وفراسة تامة ليدرك بوفور عقله وصائب حدسه من أحوال العدو بالمشاهدة ما كتموه من النطق به ويستدل فيما هو فيه ببعض الأمور على بعض، فإذا تفرس في قضية ولاح له أمر يعضدها قوي بحثه فيها بانضمام بعض القرائن إلى بعض» (أحمد، ١٤٢٣ : ٣١).

لقد اهتم الإسلام بتنمية الحس الأمني لدى المسلمين وجعل الفرد المسلم مسؤول عن أمن بلده، كما هو مسؤول عن أمن نفسه وماله وأسرته وكل ما يخصه كما في قوله ﷺ: «كل رجل من المسلمين على ثغرة من ثغر الإسلام الله الله لا يؤتي الإسلام من قبلك».

٨ . ٤ . ٣ التعاون بين حفظة الأمن والجمهور

إن رجل الأمن يحتاج إلى معاونة الجمهور ولن تستطيع أجهزة الأمن أن تضطلع بأعبائها ما لم يتعاون معها ويشدوا أزرها وما لم يكن الجمهور على علم بما يقوم به جهاز الأمن من أعمال وما يبذله في سبيل تنفيذها من جهود وما لم يكن هذا الجمهور راضياً عن الطريقة التي تؤدى بها هذه الجهود. وبدون معاونة الشعوب تصبح الأجهزة الأمنية في العالم العربي ضعيفة في حمل أمانتها، وموضعاً للسخرية، ومحلاً لكل نقد ولوم. فإذا أحيط الجمهور علماً بأنظمة وقوانين الأجهزة الأمنية ولوائحها واجراءاتها والتفسيرات الخاصة بها والغرض منها، وضحت له مصلحته في وجودها واقتنع بضرورتها فيقبل على التعاون مع رجال الأمن ويقدم لهم المساعدات

والمعلومات التي تسهل عليهم أعمالهم ويمتنع عن ارتكاب المخالفات مما يرفع عن كاهل رجال الأمن الكثير من العبء ويوفر لهم الوقت والجهد. وتتطلب المشاركة في هذا المجال توضيح هذه الأمور التي تختص بها الأجهزة الأمنية حتى يقوى الترابط بين الطرفين. ويمكن تحقيق ذلك من خلال النشاطات التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المناسبات المختلفة مثل: يوم الشرطة العربي، يوم الدفاع المدني، أسبوع المرور، اليوم العالمي لمكافحة المخدرات، وتوزيع النشرات التوضيحية والهادفة والتعريف بأرقام الهواتف المجانية لتقديم المعلومات والإخباريات عما هو مهم وملفت للنظر (الحربي، ١٤٢٠: ٩١).

إن للبرامج التي تقوم بها العلاقات العامة من أجل كسب ثقة الجمهور وإيصال المعلومات التي تعبر من خلالها عن أواصر المحبة والإخاء أهمية كبيرة، فالزيارات المتبادلة بين المواطنين لمراكز وأقسام وإدارات الأمن ليتعرف المواطنون على العمل الذي تقوم به الأجهزة الأمنية والدور الملئ بالتضحية من أجل نشر الأمن والطمأنينة وحفظ الأرواح والممتلكات وتنفيذ الأنظمة والقوانين. كما أن عقد الندوات والمحاضرات تزيد من الوعي مع العناية باختيار المحاضرين ممن لديهم الخبرة لتثقيف وتنوير أذهان الجمهور. كما أن وسائل الإعلام - التي تعد من أهم وسائل العلاقات العامة - يمكنها التأثير على الرأي العام وتغيير اتجاهاته وتنشيطه سواء كان ذلك لتنمية الوعي الأمني وزيادة الشعور بالمسؤولية أو لتوضيح المجهودات التي تبذلها الأجهزة الأمنية في سبيل القيام بواجباتها.

وبصورة عامة تعد وسائل الإعلام المرتكز الأساس في تكوين علاقات وصلات وطيدة بين الأجهزة الأمنية والجمهور بصفة عامة، ويمكن استخدام هذه الوسائل في العديد من المجالات مثل: تنمية الوعي الأمني، وبيان أسلوب

التبليغ عن الجرائم، وتوضيح كيفية أخذ الاحتياطات الأمنية، ونشر كافة البيانات والمعلومات التي تهم المواطنين والجمهور .(الحربي، ١٤٢٠ : ٩٤).

وتستطيع العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية مثلاً، أن تعمل في إطار التعاون والتواصل مع الجمهور على ما يلي :

١ ـ تعميق الوعي لدى الجماهير وذلك بشرح الإرشادات الأمنية بالنسبة لكثير من المجالات مثل إرشادات المرور، والوقاية من الحريق، والمخدرات ومكافحة الإرهاب، وإرشادات تجنب وقوع المواطن فريسة للنشالين والمحتالين، وحوادث سرقات السيارات أو المنازل أو المتاجر والرشاوي وغيرها.

٢ ـ توضيح ما تقوم به الأجهزة الأمنية من خدمات في إطار دورها الاجتماعي والإنساني من أجل راحة وخدمة المواطن والمقيم.

٣ ـ التأكيد على أهمية تقبل المواطنين للنظم والتعليمات والقوانين التي تسهر الأجهزة الأمنية على تنفيذها، ولا يأتي ذلك إلا بشرح الأنظمة والقوانين وتوضيح الحكمة منها ومدى نفعها للمجتمع.

٤ ـ تعميق الحس الأمني بشكل يضمن لكل فرد في المجتمع الحفاظ على نفسه وعرضه وماله وكل ما يحقق الصالح العام.

٥ ـ تنفيذ برنامج ثقافي وإعلامي في حقل مكافحة الجريمة والوقاية مع الاستفادة في هذا الجانب من رجال الأمن المتقاعدين خاصة المؤهلين منهم حيث يشكلون رصيداً ضخماً وطاقات يحسن الاستفادة منها في الجوانب الثقافية والتوعوية والبحثية.

٦ ـ إقامة اللافتات في الطرق والساحات العامة بقصد تعميق الإرشاد والتحذير من الظواهر والآفات التي تهدد أمن المجتمع وتطوره.

٧ ـ إعلام الجمهور بالجهود الأمنية وإمدادهم بالمعلومات التي تجيب على تساؤلاتهم.

٨ ـ تنمية الوعي الأمني لدى المواطنين وحثهم على التعاون وتطبيق الأنظمة والتعليمات والتبليغ عن الجرائم والمخالفات.

٩ ـ إتباع الأساليب الإنسانية في التعامل بالإضافة إلى ظهور رجل الأمن بالمظهر المناسب.

١٠ ـ إقامة صلات وطيدة مع أجهزة الإعلام والإستفادة من كافة الخبرات وإقامة نوع من التعاون الأمني لتطوير عمل الأجهزة الأمنية. (الشبل، أحمد وآخرون، ١٤١٦هـ: ١٤٩).

ولا شك أن مد جسور الثقة وتوطيد العلاقة بين رجل الأمن والمواطن له ثماره الايجابية حين يبلغ التعاون مداه من حيث الادلاء بالمعلومات التي تساعد في اكتشاف الجريمة والحد منها دون خوف أو تردد إلى درجة أن المجرم يشعر أن هناك رقيب في كل شارع وكل حارة من رجل الأمن فقط. وحتى نصل في العالم العربي إلى هذا المستوى المنشود لابد من استخدام كل الوسائل المناسبة لردم الفجوة بين الطرفين بما في ذلك استخدام مدخل الرعاية Sponsorship التي تقوم به بعض المنشآت والمؤسسات الكبرى الأهلية في الدول المتقدمة وهو اسلوب من اساليب دعم علاقة المنشأة بالمجتمع حيث تقوم الجهة المختصة ممثلة في إدارات العلاقات العامة برعاية برامج إعلامية أو احداث رياضية أو اجتماعية أو ثقافية، ومن صور الرعاية في المجالات المختلفة الصور التالية:

١ ـ رعاية المسابقات الرياضية مثال ذلك: سباق الخيول أو الهجن أو كرة القدم أو السباحة أو القوارب أو الدراجات أو غير ذلك من

الوان الرياضة التي تعكس اهتمامها بالشباب من ناحية صحته البدنية والنفسية وتنظيم الانتفاع بوقت فراغه.

٢ - تقديم دعم مالي لمؤسسات تعليمية لشراء ما تحتاجه من أجهزة ومعدات فنية.

٣ - تقديم دعم مالي لمؤسسات ثقافية كالمكتبات العامة والمتاحف والهيئات المشتغلة بالتثقيف والتوعية للمواطنين والمؤسسات التي تقوم بتقديم مختلف البرامج الهادفة والآداب المحلية والعالمية وغيرها.

٤ - رعاية بحوث طبية أو اجتماعية.

٥ - تخصيص منح مالية للطلبة غير القادرين مادياً.

٦ - تخصيص جوائز ومكافآت للطلبة المتفوقين.

٧ - رعاية إقامة المعارض سواء معارض عامة أو تجارية.

٨ - تخصيص دعم مالي لأغراض خيرية عامة.

٩ - رعاية إصدار مطبوعات إرشادية مثال ذلك خرائط الطرق ولوحات إرشادية لمستخدمي الطرق السريعة والنشرات الرياضية وغيرها.

١٠ - رعاية أحداث محلية مثل المهرجانات والبرامج التلفزيونية والحفلات الرياضية وغيرها.

١١ - رعاية مسابقات مهنية للمشتغلين بتخصصات مهنية كالأطباء والمهندسين وغيرهم وتخصيص منح ومكافآت مالية لهذا الغرض.

١٢ - رعاية دراسة وبحث قضايا الرأي العام سواء كانت قضايا اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها.

١٣ - رعاية مسابقات لتطوير الذوق والحس الفني والجمالي مثال ذلك تنسيق الحدائق الخاصة وتصميم المباني وغيرها.
١٤ - رعاية برنامج لتشجير وتخضير الأراضي في وسط وحول المدن.
١٥ - تقديم جوائز في برامج ثقافية أو اجتماعية أو رياضية.
١٦ - تكريم المتفوقين في مختلف المجالات.
١٧ - تكريم المتفوقين من رجال الأمن.
١٨ - الأخذ بمفاهيم الجودة الشاملة وفي الأسس العلمية.

المراجـع

أولاً: المراجع العربية

إبراهيم، حسنين توفيق (١٤١٧هـ). الفكر العربي واشكالية الأمن القومي، مجلة التعاون، ع٤، محرم ١٤٠٧هـ.

أبن تيمية، أحمد (١٩٧١). الحسبة ومسؤولية الحكومة الإسلامية، تحقيق: صلاح عزام، القاهرة: دار الشعب.

أبو اصبع، صالح خليل (١٩٩٨). العلاقات العامة والاتصال الإنساني، عمان: دار الشروق.

أبو سليمان، عبدالحميد أحمد (١٤٠١هـ). أزمة العقل المسلم، الرياض: الدار العالمية للكتاب الإسلامي.

أبو عراد، صالح (١٤٢٣). حولية كلية المعلمين في أبها «لماذا الدعوة إلى توجيه العلوم والمعارف توجيهاً إسلامياً»، أبها: مطابع الجنوب.

أحمد، إبراهيم علي (١٤٢٣هـ). رجل الأمن في الإسلام، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

أحمد، محسن عبدالحميد (١٤٢٠هـ). التعاون الأمني والتحديات الأمنية، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الأبياري، فتحي (١٩٨٥). الإعلام الدولي والدعاية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

ـــــــــــــــ(١٩٨٥م). الإعلام والرأي العام، الإعلام والصحافة واثرهما في الرأي العام، دار المعرفة الجامعية.

إمام، إبراهيم (١٩٨١). العلاقات العامة والمجتمع، ط ٤، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.

ـــــــــــــــ (١٩٨٢م). فن العلاقات العامة والإعلام، (د. ن).

الباز، علي (د. ت). العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، الإسكندرية: دار الجامعات المصرية.

البدر، حمود بن عبدالعزيز (١٤١٢هـ). أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.

ـــــــــــــــ (١٩٩٢م). العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات، الرياض: زهران للنشر والتوزيع.

بدر، أحمد (١٩٨٢م). الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، الكويت: وكالة المطبوعات.

بدر، عبدالمنعم (١٤١٨م). تطوير الإعلام الأمني، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

بوحوش، عمار (١٩٨١م). دليل الباحث في إعداد البحوث والدراسات الجامعة، عمان: منشورات المنظمة العربية للعلوم الإدارية.

البيانوني، محمد ابوالفتح (١٤١٠هـ). تنمية الحس الأمني عند المسلم ضرورة حتمية، مجلة الأمن، العدد الأول، الرياض: الإدارة العامة للعلاقات والتوجية بوزارة الداخلية.

بيتنر، جون (١٩٨٧م). الاتصال الجماهيري، ترجمة: عمر الخطيب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

التهامي، مختار (١٩٧٢م). الرأي العام والحرب النفسية، القاهرة: دار المعارف.

جابر، سامية محمد (١٩٨٢م). الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية.

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية (١٤٢٤هـ). مكافحة الفساد، الرياض: مطابع جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الجحني، علي بن فايز (١٤٠٣هـ). الأمن في ضوء الإسلام، الرياض: مكتبة المعارف.

ـــــــــــــــ (١٤٠٣هـ). مكافحة جريمة الرشوة في الإسلام، الرياض: مكتبة المعارف.

ـــــــــــــــ (١٤٢٣هـ). جهود جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية في مجال حماية الملكية الفكرية، بحث في كتاب حقوق الملكية الفكرية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ـــــــــــــــ (١٤٢٤هـ). قنوات الإعلام الأمني، بحث في كتاب العمل الإعلامي الأمني: المشاكل والحلول، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الزمنية.

ـــــــــــــــ (١٤٢١هـ). الإرهاب: الفهم المفروض للإرهاب المرفوض، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ـــــــــــــــ (١٤٢١هـ). الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ـــــــــــــــ (١٤١٨هـ). رؤية للأمن الفكري، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، ع٢٧، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

جريدة الرياض، العدد ١٢٩٦٩.

جريدة الوطن، العدد ٣٥٤، العدد ١٢١٤ .

الجمل، يحيى (١٩٦٩م). الأنظمة السياسية المعاصرة، بيروت: دار النهضة العربية.

الجيزاوي، فاروق (د.ت). العلاقات العامة بين الشرطة والشعب، القاهرة: دار الشعب.

حاتم، محمد عبدالقادر (١٩٧٣م). الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.

ـــــــــــــــ (١٩٧٣م). الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، بيروت: مكتبة لبنان.

الحارثي، ساعد خضر (١٤٠٩هـ). الإعلام السعودي: النشأة والتطور، الرياض: القمم للإعلام.

الحربي، عبدالكريم عبدالله (١٤٢٠هـ). دور مشاركة الشباب في دعم الأجهزة الأمنية، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

حسن، محمد حربي وآخرون (١٤٠٤هـ). العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات.

حسين، علي (١٩٨٤م). العلاقات العامة، بيروت: دار النهضة العربية.

حمزة، عبداللطيف (د.ت). الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة: دار الفكر.

خضر، عبدالفتاح (١٤١٢هـ). أزمة البحث العلمي، الرياض: مطبعة السفير.

خضور، أديب (١٤٢٠هـ). الإعلام والأزمات، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ـــــــــــــــــــــ(١٤٢٠هـ). أولويات تطوير الإعلام الأمني، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الخطيب، عمر عودة (١٣٩٣هـ). لمحات في الثقافة الإسلامية، بيروت: مؤسسة الرسالة.

الخطيب، محمد عجاج (١٤٠٢هـ). لمحات في المكتبة والبحث والمصادر، بيروت: مؤسسة الرسالة.

خيرالدين، حسن محمد (١٩٧٣م)، العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق، القاهرة: مكتبة عين شمس.

رشتي، جيهان أحمد (د.ت). الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: المطبعة الفنية.

رشوان، حسين عبدالحميد (١٩٩٠م). العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

الزعنون، فيصل (١٤٢٠هـ). مفهوم الأمن والتعليم والإعلام، ورقة القيت في المؤتمر العربي الأول للتعليم والأمن، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

زويلف، مهدي حسن؛ والقطامين، أحمد (١٩٩٤م). العلاقات العامة والنظرية والأساليب، عمان: دار حنين.

سفر، محمود محمد (١٤٠٩هـ). دراسات في البناء الحضاري، سلسلة دراسات كتاب الأمة، قطر.

سليمان، فخري جاسم وآخرون (١٩٨١م). العلاقات العامة، بغداد: المكتبة الوطنية.

الشبل، أحمد وآخرون (١٤١٦هـ). العلاقات العامة وتطبيقاتها في المجال الأمني، الرياض: مؤسسة الممتاز للطباعة والتجليد.

ـــــــــــــــ (١٤١٦هـ). أسس العلاقات العامة، كلية الملك فهد الأمنية، الرياض.

شحاته، محمد نور (١٩٨٧م). استقلال المحاماة وحقوق الإنسان، القاهرة: دار النهضة العربية.

شعبان، حمدي محمد (١٩٩٧م). الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، كلية التدريب، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الشعلان، فهد (١٤١٩هـ). إدارة الأزمات، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الشيشاني، عبدالوهاب (١٩٨٠م). حقوق الإنسان وحرياته الأساسية في النظام الإسلامي والنظم المعاصرة، مطابع الجمعية العلمية الملكية.

صديق، عبدالمحسن البدوي (٢٠٠٢م). التغطية الصحفية لشؤون الجريمة، الخرطوم.

الطخيس، إبراهيم عبدالرحمن؛ والجريتلي، عماد (١٩٨٤م). العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية، ط ٣، الرياض: مطابع الشرق الأوسط.

الطلاع، رضوان ظاهر (١٤٢٠هـ). أمن فكري إسلامي، الرياض: مطابع العصر.

عبدالحليم، محيي الدين (١٤٠٠هـ). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة: مكتبة الخانجي.

عبدالقادر، حسن (د. ت). الرأي العام والدعاية والصحافة، القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.

عجوة، علي (٢٠٠٠م). الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٤، القاهرة: عالم الكتب.

ـــــــــــــــــ (١٩٨٥م). دراسات في العلاقات العامة والإعلام، القاهرة: عالم الكتب.

ـــــــــــــــــ وآخرون (١٩٨٩م). مقدمة في وسائل الاتصال، جدة: مكتبة مصباح.

عسيري، عبدالرحمن محمد (١٤٢٠هـ). العمل الإعلامي الأمني العربي: المشكلات والحلول، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

علي، حسين محمد (١٩٧٦م). المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.

العمري، بكر عمر؛ وهاشم وحيد (١٤١٣هـ). النظام السياسي السعودي.

العناد، عبدالرحمن حمود (١٤١٤هـ). تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة، الرياض: مطابع التقنية للأوفست.

العوجي، مصطفى (١٩٨٤م). الأمن الاجتماعي، بيروت: مؤسسة نوفل البيروتية.

عوض، السيد حنفي (١٩٨٦م). العلاقات العامة والاتجاهات والمجالات، القاهرة: مكتبة وهبة.

الغامدي، قينان (١٤٢٣هـ). نجاحات الإعلام، جريدة الوطن السعودية، العدد ٨٦٤.

الفارسي، فؤاد (١٤٠٧هـ). الإعلام والصراع العالمي، جدة : تهامة.

ـــــــــــــــ (د. ت). «الديمقراطية : الحكم الجيد»، مقال في جريدة الجزيرة، العدد ٧١٤٧.

الفرائضي، عبدالعزيز عبدالله (١٤٢٠هـ). محاضرة غير منشورة بعنوان : الإعلام الأمني اثناء الكوارث والأزمات، الرياض : جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الفهيد، علي (١٤١٩هـ). دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الملك سعود.

القطان، مناع (١٤١٣هـ). تاريخ التشريع الإسلامي، الرياض : مكتبة المعارف.

المنوفي، كمال (١٩٨٧م). أصول النظم السياسية المقارنة، الكويت : شركة الربيعان للنشر والتوزيع.

مهنا؛ والصالحي، محمد نصر (١٩٨٥م). علم السياسة بين التنظير والمعاصرة، الإسكندرية : منشأة المعارف.

ميرزا، جاسم (١٩٩٠م). العلاقات العامة في الشرطة، (د. ن).

النجعي، علي بن محمد(١٤١٧هـ). الإعلام . . . مفاهيم، الرياض : مطبعة سفير.

هاشم، زكي محمود (١٩٩٦م). العلاقات العامة : المفاهيم والأسس العلمية، الكويت : شركة ذات السلاسل للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Alfons, G.Herreo."How to Mange a Crisis Before or whenever it Hublic Relations Quarterly, Spring, 1990.

Barton, Laurence.(1993) Crisis in organizations, management and communication in the heat of chaos, south-western Publishing company.

Dettelback, William. "Communication during a crisis" Bank Marketing, Vol:25, Apr, 1993.

George, Lee Anne. Library Research Skills Workbook. Washington D.C. George Washington University, 1986.

Meyer, Herbert E.& Meyer.Jill M.How to write. Washington D.C. Storn King press,1986.

Moody, Paul (1983) Decoson making macraw, Hill Book Crime. New York.

"The Crisis Life Cycal" Journal of Public Relations Research, Vo1: 8,Nov,1994.

Turabian, Kat L.Amanual for writers.Chicago. The University of Chicago Press,1973.

Willis, Hulon. writing term papers.New York,1983.

الملاحق

تقييم جهود العلاقات العامة

من المفيد في مجال تقييم جهود العلاقات العامة في أي منشأة أوجهة من الجهات وكما أشار أهل الاختصاص استخدام اساليب عديدة من الطرق ومنها: مدخل قائمة الفحص أو المراجعة (Checklist Approach) لتقييم البرنامج. وتضم هذه القائمة عدداً من الأسئلة يمكن من واقع الإجابة عنها التعرف على أوجه القوة والضعف في برنامج العلاقات العامة. ومن أمثلة الاسئلة التي تتضمنها هذه القائمة الأسئلة التالية:

١ ـ هل توجد سياسة للعلاقات العامة في المنشأة أقرتها الإدارة العليا توضح إلتزام الإدارة بدعم جهود العلاقات العامة؟.

٢ ـ هل المسئولية النهائية عن العلاقات العامة منوطة بمدير العلاقات العامة؟.

٣ ـ هل يتوافر لجهاز العلاقات العامة العدد اللازم من المختصين؟.

٤ ـ هل يتوافر لجهاز العلاقات العامة ميزانية كافية لتنفيذ برنامج العلاقات العامة؟.

٥ ـ هل لمسئول العلاقات العامة حق الاتصال المباشر بالإدارة العليا؟.

٦ ـ هل مسئول العلاقات العامة بالمنشأة هو أول من يعرف عن الأحداث الهامة بالمنشأة؟.

٧ ـ هل يطبق برنامج داخلي فعال للعلاقات العامة ذو اتجاهين؟.

٨ ـ هل تم تخطيط برنامج العلاقات العامة بصورة جيدة؟.

٩ ـ هل حدد برنامج العلاقات العامة الجماهير المنشودة ووضع خطة لمقابلة احتياجات الإتصالات بهذه الجماهير؟.

١٠ ـ هل يستخدم برنامج العلاقات العامة أساليب متنوعة وجيدة للإتصال؟ .

١١ ـ هل توجد خطة متاحة للتصرف والاتصال في وقت الأزمات والمواقف الطارئة؟ .

١٢ ـ هل لمسئول العلاقات العامة دور في التخطيط طويل الأجل بالمنشأة؟ .

١٣ ـ هل يتم توفير معلومات مرتجعة (Feedback) من الجماهير الداخلية والخارجية عن رد فعلهم لسياسات وانجازات المنشأة، وهل يتم تحليل هذه المعلومات بطريقة فعالة؟ .

١٤ ـ هل تنشر كافة النشرات الأخبارية (News Releases) التي ترسل لوسائل الإعلام؟ .

١٥ ـ هل يتعاون مندوبو ومراسلو وسائل الإعلام مع المنشأة في تغطية أحداثها؟ .

١٦ ـ هل تلقى نوعية القصص الخبرية (News Stories) التي تعدها المنشأة اهتمام وسائل الإعلام؟ .

١٧ ـ هل تغطي وسائل الإعلام كافة النقاط الأساسية الواردة في النسخة الأصلية للرسالة الإخبارية المرسلة إليها لنشرها؟ .

١٨ ـ هل تصل الرسائل الإعلامية إلى كافة الجماهير المستهدفة؟ .

١٩ ـ هل فهم الجمهور المستهدف الرسالة التي نقلت إليه؟ .

٢٠ ـ هل تعاون الرسالة الإعلامية في خلق سمعة طيبة للمنشأة؟ .

٢١ ـ هل يتوافر لجماهير المنشأة معلومات وافية عنها في الوقت الذي يجب أن يكون لديهم فيه هذه المعلومات؟ .

٢٢ ـ هل هناك ظروف غير مرئية لم يتم التنبؤ بها أثرت على نجاح برنامج العلاقات العامة؟ .

٢٣ ـ هل يدرك الموظفون أنفسهم كجزء هام من جهود العلاقات العامة بالمنشأة .

٢٤ ـ هل يتم تشجيع الموظفين على أن يكونوا سفراء للمنشأة لدى الجماهير الخارجية التي تسعى المنشأة لاكتساب تأييدها ومساندتها؟ .

٢٥ ـ هل يعتز الموظفون بمنشأتهم ويفخرون بالإنتماء إليها؟ .

٢٦ ـ هل نجحت الجهود الإعلامية في خلق سمعة طيبة للمنشأة لدى جماهيرها؟ .

٢٧ ـ هل يتم تلقى نصح ومشورة قادة الرأي والخبراء لتحسين وتطوير أداء وإنجازات المنشأة؟ .

٢٩ ـ هل هناك أوجه للتحسين والتطوير يمكن إدخالها على خطة أو برنامج العلاقات العامة؟ .

وفي نفس السياق هناك أساليب يمكن من خلالها تقييم جهود العلاقات العامة ومنها الآتي :

١ ـ مقارنة النتائج التي حققها برنامج العلاقات العامة بالأهداف المحددة .

٢ ـ إجراء بحوث ميدانية موجهة حيث تقارن نتائج استطلاع آراء شريحة أو عينة تجريبية من جمهور معين شملتها الحملة الإعلامية بنتائج استطلاع آراء شريحة أو عينة أخرى لم تشملها الحملة الإعلامية وكذلك اجراء مسح (Survey) لآراء واتجاهات وردود فعل جمهور المنشأة قبل وبعد تنفيذ برامج العلاقات العامة .

٣ـ إجراء مقابلات شخصية مع عينة من الجمهور المنشود للوقوف على مدى التغيير في اتجاهاته بتأثير من خطة أو برنامج العلاقات العامة.
٤ـ إعداد تقارير دورية لمتابعة تنفيذ برنامج العلاقات العامة.
٥ـ مقارنة النتائج المحققة في مجالات معينة قبل وبعد تنفيذ خطة أو برنامج العلاقات العامة.
٦ـ تحليل ما ينشر عن المنشأة في وسائل الإعلام المختلفة بعد تنفيذ خطة أو برنامج العلاقات العامة ومقارنته بالوضع قبل تنفيذ الخطة أو البرنامج.
٧ـ مقارنة مقدار التغطية التي تحظى بها المنظمة من قبل وسائل الإعلام (هاشم، ١٩٩٦ : ٢٨٩).

وهناك المدخل المتكامل لتقييم فاعلية وظيفة ونشاط العلاقات العامة في المنشأة حيث صمم نموذج استبيان يتضمن عدداً من الأسئلة تعتبر في مجموعها بمثابة مدخل متكامل لتقييم فاعلية نشاط العلاقات العامة في المنشأة، والتعرف على ما قد يكون هناك من قصور في بعض جوانب هذا النشاط واتخاذ ما يلزم لمعالجتها بما يكفل تحقيق دور ايجابي وفعال لوظيفة العلاقات العامة. (هاشم، ١٩٩٦ : ٢٩٦ـ٣١٨).

نموذج استبيان لتقييم فاعلية وظيفة ونشاط العلاقات العامة(*)

إن تقييم جهود العلاقات العامة عملية مستمرة في مختلف الأوقات والظروف وذلك للوقوف على الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية واتخاذ الإجراءات اللازمة لتلافي السلبيات وتعزيز الايجابيات، وعليه فإننا نسوق

(*) نقل هذا النموذج من كتاب العلاقات العامة للمؤلف زكي هاشم بتصرف مع استبعاد بعض العبارات التي لا تتفق مع خط الكتاب. وفي كل الأحوال فإن الأخذ بهذا الاستبيان يقتضي مراجعات واعتبارات عملية لا يجهلها الباحث.

النموذج التالي وهو عبارة عن استبيان يتضمن عدداً من الأسئلة وهي : تعتبر في مجموعها بمثابة مدخل متكامل لتقييم فاعلية نشاط العلاقات العامة في أي منشأة أو جهة من الجهات . (هاشم، ١٩٩٦، ص٢٩٥) .

١ ـ هل يوجد نشاط للعلاقات العامة بالمنشأة؟ ( ) نعم ( ) لا

٢ ـ في حالة وجود نشاط للعلاقات العامة بالمنشأة، ماهي ـ من بين الأهداف التالية ـ

أهداف هذا النشاط؟ .

( ) ٢/ ١ دعم ثقة الجماهير بالمنشأة وبناء سمعة طيبة لها عن طريق زيادة فهم وتقدير الجماهير لرسالة المنشأة وأهدافها وسياساتها وانجازاتها .

( ) ٢/ ٢ كسب ثقة الجماهير بالمنشأة، وهذا يؤدي إلى بناء سمعة طيبة لمنتجاتها والترويج لها ومن ثم زيادة حجم المبيعات إلى جانب تسهيل تقديم المنشأة لمنتجات جديدة للسوق .

( ) ٢/ ٣ تحقيق علاقات عمل طيبة وهذا من شأنه تسهيل تدبير احتياجات المنشأة من أفراد القوى العاملة ذوي الكفاءة حيث يمكن اجتذاب أفضل العناصر البشرية إلى جانب تحقيق درجة مناسبة من الاستقرار للعمالة .

( ) ٢/ ٤ تسهيل عملية تمويل احتياجات المنشأة نتيجة الثقة التي يوليها المساهمون والمؤسسات المالية بالمنشأة .

( ) ٢/ ٥ حسن تقدير وتفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أوالجماهير الخارجية التي تتعامل معها المنشأة أو المجتمع المحلي بصفة عامة .

( ) ٢/ ٦توجية وإرشاد الإدارة إلى ما فيه صالح الجماهير حيث يكون من السهل على الإدارة أن تقف على آراء واتجاهات الجماهير لتكون تحت نظرها عند وضع الخطط ورسم السياسات والبرامج .

( ) ٢/ ٧كسب ثقة الموردين والوسطاء والمستهلكين والمساهمين والدوائر الحكومية بالمنشأة وتوطيد أواصر الصداقة والمنفعة المتبادلة معهم جميعاً .

( ) ٢/ ٨الرد على ما يوجه للمنشأة من انتقادات أو اعتراضات أو شائعات تزعزع من ثقة الجماهير بها .

( ) ٢/ ٩توجيه نظر الجمهور إلى مجالات خاصة من مجالات المنشأة .

( ) ٢/ ١٠تطوير منتجات وانجازات المنشأة .

( ) ٢/ ١١توفير علاقات طيبة مع العاملين ورفع معنوياتهم بما يكفل زيادة انتاجيتهم .

( ) ٢/ ١٢اكتساب ثقة جمعيات وفئات معينة

( ) ٢/ ١٣التأثير في الرأي العام للجمهور العام أو الخاص .

( ) ٢/ ١٤أهداف أخرى :

.....

.....

.....

٣ـ في حالة عدم وجود نشاط للعلاقات العامة بالمنشأة، ما هي أسباب عدم ممارسة هذا النشاط؟ .

( ) ٣/ ١عدم وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة بالمنشأة.

( ) ٣/ ٢عدم توافر خبرات تخصصية في مجال العلاقات العامة بالمنشأة.

( ) ٣/ ٣عدم اقتناع الإدارة العليا بالمنشأة بأهمية العلاقات العامة.

( ) ٣/ ٤أسباب أخرى:

.....

.....

.....

.....

٤ ـ هل يوجد بالمنشأة جهاز متخصص للعلاقات العامة؟

( ) نعم ( ) لا

٥ ـ في حالة وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة بالمنشأة:

٥ ـ١ ما مسمى الجهاز:

٥ ـ٢ ما هو المستوى الإداري لهذا الجهاز:

( ) إدارة عامة ( ) دائرة

( ) إدارة ( ) مراقبة

( ) قسم ( ) وحدة

( ) شعبة ( ) مستوى آخر:

٥ ـ٣ التبعية التنظيمية لهذا الجهاز:

( ) الجهاز يتبع رئيس مجلس الإدارة مباشرة .

( ) الجهاز يتبع الرجل الأول في المنشأة .

( ) الجهاز يتبع المدير العام مباشرة .

( ) الجهاز يتبع مدير الشئون الإدارية .

( ) الجهاز يتبع مدير المبيعات .

( ) الجهاز يتبع جهة أخرى :

.....

.....

٥/ ٤ ما هو التنظيم الداخلي لجهاز العلاقات العامة بالمنشأة :

(الإدارات والأقسام والشعب التي يتضمنها هذا الجهاز واختصاصات كل وحدة تنظيمية منها) .

٦ ـ في حالة عدم وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة بالمنشأة، هل توجد جهة أخرى بالمنشأة تمارس نشاط العلاقات العامة؟ .

( ) نعم ( ) لا

٧ ـ في حالة وجود جهة أخرى تمارس نشاط العلاقات العامة بالمنشأة :

٧ ـ١ ما مسمى هذه الجهة :

٧ ـ٢ ما هي تبعيتها التنظيمية :

٧ ـ٣ ما هي اختصاصاتها :

.....

.....

.....

٧ـ٤ هل هذه الجهة هي أفضل جهة لممارسة نشاط العلاقات العامة بالمنشأة؟ .

( ) نعم ( ) لا

وما هي الأسباب في الحالتين :

.....

.....

.....

.....

٨ـ ما أسباب عدم وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة بالمنشأة؟ :

( ) ٨ـ١ عدم توافر متخصصين في مجال العلاقات العامة بالمنشأة .

( ) ٨ـ٢ عدم وجود مخصصات مالية لنشاط العلاقات العامة بالمنشأة .

( ) ٨ـ٣ عدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة بالمنشأة .

( ) ٨ـ٤ أسباب أخرى :

.....

.....

.....

٩ـ من بين الاختصاصات التالية ، ما هي الاختصاصات التي يمارسها جهاز العلاقات العامة بالمنشأة؟ وما درجة ممارسة كل اختصاص منها؟ .

الاختصاص	درجة الممارسة		
	بصفة دائمة	أحياناً	نادراً
( ) ٩ـ ١ الاتصال بالمؤسسات الصحفية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن المنشأة.			
( ) ٩ـ ٢ متابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن المنشأة في وسائل الإعلام المختلفة.			
( ) ٩ـ٣ تلقي الشكاوى التي ترد من جماهير المتعاملين مع المنشأة وتحويلها إلى جهات الاختصاص لدراستها والرد عليها.			
( ) ٩ـ ٤ استقبال الزوار والخبراء الأجانب والوفود وتيسير اقامتهم.			
( ) ٩ـ ٥ تنظيم الحفلات التي تقام في المناسبات			
( ) ٩ـ ٦ تقديم الهدايا في المناسبات.			
( ) ٩ـ ٧ تنظيم عقد المؤتمرات والندوات			
( ) ٩ـ ٨ القيام باعمال خاصة بالتسهيلات (مثال ذلك استخراج جوازات سفر أو تصاريح اقامة، تأشيرات، حجز تذاكر السفر، حجز بالفنادق وغير ذلك من خدمات).			
( ) ٩ـ ٩ تنظيم اقامة المعارض أو الاشتراك بها الاختصاصدرجة الممارسة بصفة دائمةأحياناً نادراً			
( ) ٩ـ ١٠ اصدار نشرات وكتيبات			
( ) ٩ـ ١١ تخطيط حملات إعلامية أو إعلانية			
( ) ٩ـ ١٢ الترويج لمنتجات المنشأة			
( ) ٩ـ ١٣ القيام بانشطة رياضية أو ثقافية أو اجتماعية			
( ) ٩ـ ١٤ تخطيط برامج العلاقات العامة			
( ) ٩ـ ١٥ تحليل اتجاهات الرأي العام للجماهير التي تتعامل معها المنشأة			
( ) ٩ـ ١٦ اختصاصات أخرى:			

١٠ ـ هل يوجد تداخل بين أنشطة جهاز العلاقات العامة في المنشأة وانشطة اجهزة أخرى داخل المنشأة؟ .

١١ ـ في حالة وجود تداخل بين أنشطة جهاز العلاقات العامة وأنشطة أجهزة أخرى :

١١ ـ ١ ما هي الأنشطة التي يمارسها جهاز العلاقات العامة حالياً وتخرج عن دائرة اختصاصه والمفروض أن تقوم بها أجهزة أخرى بالمنشأة؟ وما هي هذه الأجهزة؟

.....

.....

.....

١١ ـ ٢ ما الانشطة التي تمارسها حالياً أجهزة أخرى بالمنشأة ومن المفروض أن تكون من اختصاص جهاز العلاقات العامة بالمنشأة؟

.....

.....

.....

١٢ ـ ما حجم وخبرات القوة الوظيفية العاملة بجهاز العلاقات العامة بالمنشأة؟

(الاسم ـ الوظيفة ـ الدرجة ـ المؤهل العلمي وتاريخ الحصول عليه ـ عدد سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة سواء بالمنشأة أو في منظمات أخرى سبق العمل بها ـ البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة) .

١٣ ـ هل القوة الوظيفية العاملة بجهاز العلاقات العامة بالمنشأة كافية ـ كماً ونوعاً ـ للنهوض باختصاصات هذا الجهاز بكفاءة عالية؟

( ) نعم ( ) لا

(وما هي الأسباب في الحالتين)

.....

.....

.....

١٤ ـ هل توجد ميزانية مخصصة لنشاط العلاقات العامة بالمنشأة؟

( ) نعم ( ) لا

١٥ ـ على أي أساس يتم تحديد ميزانية العلاقات العامة بالمنشأة؟

.....

.....

.....

١٦ ـ ما مقدار الميزانية المخصصة لممارسة نشاط العلاقات بالمنشأة ؟

.....

.....

١٧ ـ هل هذه الميزانية تكفي لممارسة نشاط العلاقات العامة بكفاءة؟

( ) نعم ( ) لا

(وما هي الأسباب في الحالتين) :

.....

.....

.....

١٨ ـ ما أنشطة العلاقات العامة الرئيسية التي يحول نقص مخصصاتها المالية دون ممارستها بكفاءة وفاعلية؟

.....

.....

.....

١٩ ـ هل تستعين المنشأة بخدمات جهات استشارية خارجية في مجال العلاقات العامة؟

( ) نعم ( ) لا

٢٠ ـ في حالة الاستعانة بخدمات جهات استشارية في مجال العلاقات العامة:

٢٠ ـ ١ ما مسمى الجهة الاستشارية:

٢٠ ـ ٢ ما طبيعة الخدمة الاستشارية: ( ) دائمة ( ) مؤقتة.

٢٠ ـ ٣ ما نوع الخدمة الاستشارية:

( ) معاونة المنشأة في وضع برنامج العلاقات العامة.

( ) تدريب العاملين بجهاز العلاقات العامة بالمنشأة.

خدمات استشارية أخرى:

.....

.....

.....

٢١ ـ من بين الجماهير التالية، ما هي الجماهير التي للمنشأة اتصال بها في مجال العلاقات العامة؟ وما مدى هذا الاتصال؟

الجماهير	مدى الاتصال		
	بصفة دائمة	أحياناً	نادراً
٢١ـ١ العاملون بالمنشأة			
٢١ـ٢ العاملون بإدارات وجهات أخرى			
٢١ـ٣ جمعيات وفئات معينة			
٢١ـ٤ المساهمون			
٢١ـ٥ المستهلكون للسلعة			
٢١ـ٦ المنتفعون بالخدمة			
٢١ـ٧ الموزعون			
٢١ـ٨ الموردون			
٢١ـ٩ الدوائر الحكومية			
٢١ـ١٠ الوسائل الإعلامية			
٢١ـ١١ المجتمع المحلي			
٢١ـ١٢ جماهير أخرى			
٢١ـ١٣ مرافق وقطاعات أخرى			

٢٢ـ ما أهداف الاتصال بالجماهير التي للمنشأة علاقات معها في مجال العلاقات العامة؟

.....

.....

.....

٢٣ ـ من بين وسائل الاتصال التالية، ما هي الوسيلة (أو الوسائل) التي تستخدمها المنشأة للاتصال بكل جمهور من جماهيرها؟ مع ايضاح مدى استخدام هذه الوسيلة :

وسيلة الاتصال	الجمهور الذي يستخدم هذه الوسيلة للاتصال به	مدي استخدام الوسيلة		
		بصفة دائمة	أحياناً	نادراً
٢٣ ـ ١ الصحف اليومية				
٢٣ ـ ٢ المجلات العامة				
٢٣ ـ ٣ المجلات المتخصصة				
٢٣ ـ ٤ مجلة خاصة تصدرها المنشأة				
٢٣ ـ ٥ نشرات خاصة تصدرها المنشأة				
٢٣ ـ ٦ المراسلات				
٢٣ ـ ٧ الكتيبات				
٢٣ ـ ٨ الملصقات				
٢٣ ـ ٩ لوحة الاعلانات				
٢٣ ـ ١٠ الاتصال الهاتفي				
٢٣ ـ ١١ إذاعة داخلية بالمنشأة				
٢٣ ـ ١٢ الأحاديث والخطب العامة				
٢٣ ـ ١٣ الاجتماعات الدورية والمؤتمرات				
٢٣ ـ ١٤ الإذاعة (الراديو)				
٢٣ ـ ١٥ التلفزيون				
٢٣ ـ ١٦ الأفلام				
٢٣ ـ ١٧ المعارض				
٢٣ ـ ١٨ زيارات للمنشأة				
٢٣ ـ ١٩ خدمة الإنترنت				
٢٣ ـ ٢٠ وسائل أخرى :				

٢٤ ـ هل تلجأ المنشأة إلى استخدام «الإعلان المدفوع» لنشر الرسالة الإعلامية؟ (حيث يتم شراء مساحات أو وقت معين في إحدى وسائل الإعلام لنشر أو إذاعة الرسالة الإعلامية)

( )نعم ( )لا

٢٤ ـ ١ في حالة الإجابة بنعم، ما هي الوسائل الإعلامية التي تستخدمها المنشأة لنشر «الإعلان المدفوع» ومدى هذا الاستخدام؟

الوسائل	مدى الاستخدام		
	بصفة دائمة	أحياناً	نادراً
( ) الصحف اليومية			
( ) المجلات العامة			
( ) المجلات المتخصصة			
( ) الإذاعة (الراديو)			
( ) التلفزيون			
( ) وسائل أخرى:			

٢٥ ـ هل تعد المنشأة تخطيطاً لبرامج العلاقات العامة بها؟

( ) نعم ( ) لا

٢٦ ـ في حالة وجود تخطيط للعلاقات العامة بالمنشأة، من الذي يتولى تخطيط برامج العلاقات العامة؟

( ) ٢٦ ـ ١ جهاز متخصص للعلاقات العامة بالمنشأة.

( ) ٢٦ ـ ٢ أجهزة أخرى بالمنشأة: (ما هي؟).

( ) ٢٦ ـ ٣ هيئة استشارية خارجية:

.....

.....

٢٧ ـ ما المدى الزمني لخطط العلاقات العامة بالمنشأة؟

( ) ٢٧ ـ ١ قصير المدى: (أقل من سنة).

( ) ٢٧ ـ ٢ متوسط المدى: (سنة إلى أقل من ثلاث سنوات).

( ) ٢٧ ـ ٣ طويل المدى: (ثلاث سنوات فأكثر).

( ) ٢٧ ـ ٤ تخطيط استراتيجي.

٢٨ ـ هل يوجد تنسيق بين التخطيط في مجال العلاقات العامة والتخطيط في المجالاتالأخرى بالمنشأة؟.

( ) نعم ( ) لا

٢٩ ـ في حالة وجود تنسيق بين التخطيط في مجال العلاقات العامة والتخطيط في المجالات الأخرى بالمنشأة، كيف يتم تحقيق هذا التنسيق؟:

( ) ٢٩ ـ ١ عن طريق إحاطة جهاز العلاقات العامة علماً بمختلف خطط التنمية.

( ) ٢٩ ـ ٢ عن طريق اشتراك المشرف على جهاز العلاقات العامة في لجان التخطيط المختلفة بالمنشأة.

( ) ٢٩ ـ ٣ عن طريق قيام جهاز العلاقات العامة بتقديم المشورة للإدارات والأقسام المعنية بالمنشأة لرسم سياسات سليمة للعلاقات العامة مع الجماهير المختلفة.

( ) ٢٩ ـ ٤ طرق أخرى للتنسيق:

.....

.....

.....

٣٠- أي من الموضوعات التالية يشملها برنامج العلاقات العامة بالمنشأة؟ .

( ) ٣٠-١ تعديل أو تطوير سياسات المنشأة بما يكفل اتفاقها مع الأهداف المنشودة، وبحيث تتفق مع الرأي العام السائد للجماهير .

( ) ٣٠-٢ شرح وتوضيح سياسات المنشأة للعاملين وللجماهير الأخرى المتعاملة مع المنشأة والذين تؤثر فيهم سياسات المنشأة بهدف كسب تأييدهم ومؤازرتهم .

( ) ٣٠-٣ تحديد الموضوعات والمواد الإعلامية التي يتم التركيز عليها عند الاتصال بالجماهير .

( ) ٣٠-٤ إعداد الحملات الإعلامية اللازمة والتوقيت الزمني المناسب لها .

( ) ٣٠-٥ اختيار وسائل الإعلام المناسبة للاتصال بالجماهير .

( ) ٣٠-٦ تحديد كيفية استخدام الإمكانيات والموارد الخاصة المتاحة من خبراء وأموال وامكانيات فنية وغيرها بما يكفل تحقيق الأهداف المنشودة من جهود العلاقات العامة .

( ) ٣٠-٧ تحديد أبعاد وخطوات عمليات البناء والتصحيح في مجال العلاقات العامة بما يكفل بناء الثقة الجماهيرية أو استعادتها بعد فقدها .

( ) ٣٠-٨ متابعة تنفيذ برنامج العلاقات العامة .

( ) ٣٠/٩ موضوعات أخرى :

.....

.....

.....

٣١ـ إلى أي مدى يعتمد تخطيط برنامج العلاقات العامة في المنشأة على إجراء البحوث؟

( ) بصفة دائمة ( ) أحياناً

( ) نادراً ( ) لا تجرى بحوث

٣٢ـ إذا كانت خطط العلاقات العامة بالمنشأة تعتمد على إجراء البحوث، فما هي الوسائل المستخدمة لجميع البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء هذه البحوث؟ مع بيان مدى مدى استخدام هذه الوسائل:

الوسائل	مدى الاستخدام		
	بصفة دائمة	أحياناً	نادراً
( ) ٣٢ـ١ الاستقصاءات			
( ) ٣٢ـ٢ المقابلات الشخصية			
( ) ٣٢ـ٣ الاتصال بالبريد			
( ) ٣٢ـ٤ الاتصال الهاتفي			
( ) ٣٢ـ٥ الإنترنت			
( ) ٣٢ـ٦ الملاحظة الشخصية لظواهر معينة			
( ) ٣٢ـ٧ التقارير			
( ) ٣٢ـ٨ الاجتماعات والمناقشات			
( ) ٣٢ـ٩ تحليل ما تنشره وسائل الإعلام			
( ) ٣٢ـ١٠ تحليل الشكاوى والتظلمات			
( ) ٣٢ـ١١ تتبع وتحليل الشائعات			
( ) ٣٢ـ١٢ وسائل غير مباشرة (بيانات ومعلومات جاهزة للاستخدام مثل البحوث والدراسات والاحصائيات والوثائق التي تصدرها هيئات مختلفة).			
( ) ٣٢ـ١٢ وسائل أخرى:			

٣٣ـ ما البحوث التي أجرتها المنشأة في مجال العلاقات العامة خلال السنوات الخمس السابقة، والهدف منها وتاريخها:

موضوع البحث الهدف من اجراء البحث تاريخ إجراء البحث

.....

.....

.....

٣٤ـ هل تبذل محاولات لقياس الرأي العام للجماهير التي تتعامل معها المنشأة؟

( ) نعم ( ) لا

٣٥ـ في حالة قياس اتجاهات الرأي العام لجماهير معينة، يجب ايضاح كل جمهور منها والهدف من قياس الرأي العام لهذا الجمهور ومدى هذا القياس:

الجمهور	مدى قياس الرأي العام		
	بصفة دورية	أحياناً	نادراً
.....			
.....			
.....			

٣٦ـ ما هي الوسائل المستخدمة لقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنشأة المختلفة؟ مع ايضاح مدى استخدام كل وسيلة منها:

الوسيلة	الجمهور	مدى استخدام الوسيلة		
		بصفة دورية	أحياناً	نادراً
( ) ٣٦ـ١ إجراء دراسات وبحوث ميدانية باستخدام الاستقصاءات أو الاستبيانات				
( ) ٣٦ـ٢ إجراء مقابلات شخصية				
( ) ٣٦ـ٣ مناقشات واجتماعات عامة				
( ) ٣٦ـ٤ الملاحظة الشخصية للسلوك				

الوسيلة	الجمهور	مدى استخدام الوسيلة		
		بصفة دورية	أحياناً	نادراً
( ) ٣٦-٥ تحليل مضمون المواد الإعلامية (دراسة تحليلية لما تنشره أو تذيعه وسائل الإعلام عن المنشأة)				
( ) ٣٦-٦ دراسة وتحليل الشكاوى والتظلمات				
( ) ٣٦-٧ تتبع وتحليل الشائعات				
( ) ٣٦-٨ وسائل أخرى:				

٣٧- هل تستعين المنشأة بهيئات استشارية خارجية لإجراء البحوث في مجال العلاقات العامة؟

( ) نعم ( ) لا

في حالة الإجابة بنعم، ما اسم هذه الجهة؟:

.....

٣٨- إذا كانت المنشأة لا تعد تخطيطاً لبرامج العلاقات العامة بها، فما أسباب ذلك؟.

( ) ٣٨/ ١ عدم وجود جهاز متخصص بالمنشأة لهذا الغرض.

( ) ٣٨/ ٢ نقص المعلومات والبيانات المتاحة اللازمة لعملية التخطيط.

( ) ٣٨/ ٣ صعوبة التخطيط في مجال العلاقات العامة حيث أن مجالها الرئيسي-وهو اتجاهات الرأي العام-غير ملموس ويصعب التنبؤ به وتحديده وقياسه.

( ) ٣٨/ ٤ عدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية التخطيط في مجال العلاقات العامة .

( ) ٣٨/ ٥ أسباب أخرى :

.....

.....

.....

٣٩ـ هل يتم تقييم جهود العلاقات العامة في المنشأة؟

( )نعم ( )لا

٤٠ ـ في حالة إجراء تقييم لجهود العلاقات العامة في المنشأة، ما مدى إجراء هذا التقييم؟

( ) بصفة دورية ( ) أحياناً ( ) نادراً

٤١ ـ في حالة إجراء تقييم لجهود العلاقات العامة في المنشأة، أي من الجوانب التالية يتم من خلالها تقييم برنامج العلاقات العامة؟ :

( ) ٤١ ـ١ البحث عن مدى كفاءة أعضاء جهاز العلاقات العامة ومدى الحاجة إلى تدريبهم لرفع كفاءتهم .

( ) ٤١ ـ٢ البحث عن أهمية النتائج التي تم تحقيقها من خلال تنفيذ البرنامج .

( ) ٤١ ـ٣ البحث عن مدى نجاح الموضوعات الإعلامية في التأثير على فئات جماهيرية معينة .

( ) ٤١ ـ٤ البحث عن مدى نجاح وسائل الاتصال (الإعلام) المستخدمة في التأثير على آراء وافكار واتجاهات فئات جماهيرية معينة ونجاحها في توصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المعني ومدى استجابة هذا الجمهور لمحتويات الرسالة .

( ) ٤١ـ٥ البحث عن مدى نجاح برنامج العلاقات العامة في دعم الثقة الجماهيرية بالمنشأة وبأهدافها وسياساتها وانجازاتها .

( ) ٤١ـ٦ البحث عن مدى تحقيق البرنامج الإعلامي للأهداف العامة للمنشأة .

( ) ٤١ـ٧ جوانب أخرى :

.....

.....

.....

٤٢ ـ ما الأساليب التي تتبعها المنشأة لتقييم جهود العلاقات العامة بها؟ :

( ) ٤٢/ ١ مقارنة النتائج المحققة بالأهداف المحددة سلفاً في خطة العلاقات العامة .

( ) ٤٢/ ٢ إجراء استقصاءات أو استبيانات لاستطلاع آراء واتجاهات وردود افعال الجماهير المعنية وذلك قبل وبعد تنفيذ خطة العلاقات العامة والمقارنة بين نتائجهما .

( ) ٤٢/ ٣ إجراء مقابلات شخصية مع عينة من الجمهور المعني للوقوف على مدى التغير في الاتجاهات بتأثير خطة العلاقات العامة .

( ) ٤٢/ ٤ إعداد تقارير دورية لمتابعة تنفيذ خطة العلاقات العامة أولاً بأول .

( ) ٤٢/ ٥ مقارنة النتائج المحققة في مجالات معينة قبل وبعد تنفيذ خطة العلاقات العامة (مثال ذلك : حجم المبيعات ـ معدلات الاستهلاك ـ نسب الاصابة بأمراض معينة ـ معدلات الغياب ودوران العمالة ـ معدلات الشكاوى والتظلمات ـ معدلات الحوادث . . . وغيرها) .

( ) ٤٢ـ٦ تحليل ما ينشر عن المنشأة في وسائل الإعلام بعد تنفيذ خطة العلاقات العامة ومقارنته بالوضع قبل تنفيذ الخطة.

( ) ٤٢ـ٧ تقدير وحكم شخصي على النتائج.

( ) ٤٢ـ٨ أساليب أخرى:

.....

.....

.....

٤٣ـ في حالة عدم القيام بتقييم جهود العلاقات العامة في المنشأة، ما اسباب ذلك؟

( ) ٤٣ـ١ لا يوجد جهاز للقيام بهذا النشاط.

( ) ٤٣ـ٢ لا توجد خطط ٥للعلاقات العامة.

( ) ٤٣ـ٣ أسباب أخرى:

.....

.....

.....

٤٤ـ هل تقدم الإدارة العليا العون والتأييد اللازم لجهود العلاقات العامة في المنشأة؟

( ) نعم ( ) لا

(ما هي الأسباب والأسانيد في الحالتين؟):

.....

.....

.....

٤٥ ـ ما هي أهم المشاكل والمعوقات التي تحول دون ممارسة نشاط العلاقات العامة في المنشأة بفاعلية؟ :

.....

.....

.....

٤٦ ـ ما هي أهم المقترحات والتوصيات لمعالجة مثل هذه المشاكل؟ :

.....

.....

.....

استمارة تقييم أداء العلاقات العامة في الأزمات

الاسم (اختياري) : .....التاريخ : .....
الإدارة : ..... تلفون داخلي : .....
ماذا كان دورك في .....
.....
هل أنت راض عن طريقة إبلاغك بالأزمة؟ : .....
ما السبب في رضاك أو عدم رضاك؟ : .....
كيف يمكن تحسين طريقة الإبلاغ؟ : .....
ما عدد الساعات التي بذلتها في معالجة الأزمة؟ : ؟ : .....
ما تقديرك لكفاءة اعضاء فريق إدارة اتصالات الأزمة (١ ضعيف، ١٠ ممتاز) : .....
وباستخدام نفس المقياس، ما تقديرك لدور العلاقات العامة : .....
١ ـ مع وسائل الإعلام .....
٢ ـ مع فريق إدارة الأزمة .....
٣ ـ مع العاملين.....
٤ ـ مع الأطراف الأخرى : (رجال الأمن، أخرى.....
هل لديك تعليقات خاصة بشأن بعض اعضاء فريق الأتصالات؟
إذا كنت لاحظت تميزاً في الأداء أو قصوراً شديداً.....
.....
كيف يمكن تحسين خطة إدارة إتصالات الأزمات مستقبلاً: .....
.....

من أجل تقديم خدمات أفضل

استطلاع الرأي المراجعين

يسر الإدارة أن تضع بين أيدي المراجعين نموذجاً لاستطلاع الرأي من أجل تقديم خدمة أفضل ولمعرفة وجهة النظر حول الخدمات التي تقدمها الإدارة، لذلك تأمل الإدارة من السادة المراجعين التعاون في تعبئة هذا النموذج ووضعه في الصندوق المخصص لذلك.

يرجى وضع علامة ( ) أمام الإجابة المناسبة

س : ما المعاملة التي حضرت لإنجازها؟

.....

.....

س : ما المدة التي استغرقتها معاملتك؟

☐ ربع ساعة ☐ ثلث ساعة ☐ نص ساعة ☐ ساعةأكثر من ذلك، حدد: .....

س: كم مرة ترددت على الإدارة ؟

☐ مرة في السنة ☐ مرتين في السنة ☐ أكثر من مرتين في السنة

س: ما اللغة التي تخاطب بها مع الموظف؟

☐ العربية ☐ الانجليزية ☐ لغات أخرى

س : كيف كانت معاملة الموظف تجاهك؟

☐ مهذبة ولطيفة ☐ عادية ☐ غير لطيفة

س : هل واجهتك صعوبات في الوصول إلى القسم المختص؟

☐ نعم ☐ لا

س : إذا كان الجواب (بنعم) فاذكر تلك الصعوبات؟

.....

.....

س : هل أنت راض عن أداء الموظف المختص؟

☐ نعم ☐ لا

س : إذا كان الجواب (لا) فاذكر أسباب ذلك :

.....

س : هل لديك أية اقتراحات؟ أذكرها :

.....

.....

وجملة القول : فإن هذا الاستبيان وما أوردناه في هذا الملحق لا يغطي بطبيعة الحال كل جهود العلاقات العامة في أي منشأة حديثة، إنما هو مؤشر جيد، إذا علمنا أن تقييم مثل تلك الجهود ليس من الأمور السهلة في ظل الكثير من المسائل التي هي غير قابلة للقياس، ويصعب وزنها وتقييمها في ضوء معايير متفق عليها. وفي هذا الإطار فقد تم إيراد وتثبيت هذا الاستبيان ليكون عوناً وتسهيلاً للباحثين والدارسين في الوصول للأهداف المنشودة.