

مقدمة :

الحمد لله الوهّاب خلق الإنسان من تراب وعلمه الحكمة وفصل الخطاب، وصلي الله علي نبي الأُمّية ورسول البشرية محمد ابن عبدالله وعلى اله وصحبه وسلم تسليما كثيرا، أما بعد:

تطور عمل الدولة عما كانت عليه في السابق حيث كان عمل الدولة التقليدي يتمثل في المحافظة على الأمن الداخلي للدولة وصيانة حدودها، أما في العصر الحديث فقد تطور دور الدولة وأصبح شاملا لجميع أوجه الحياة المتنوعة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية وتطورت تبعا لذلك خدماتها والتي لا تزال بعض تلك الخدمات مقصورة على الدولة ولم تستطع مؤسسات أخرى القيام بها ومنها وبلا أدنى شك الخدمات الأمنية.

وتمثل العلاقات العامة أهمية كبرى في كل حكومة ولكل مؤسسة عامة أو خاصة كونها وسيلة ربطها بجمهورها التي ازداد وعيها الثقافي وارتفعت توقعاتها وتطلعاتها وأملها في أن يتوفر لها العيش الكريم المناسب بواسطة المؤسسات الخادمة لها في القطاعين العام والخاص.

فمهمة العلاقات العامة " إيجاد الترابط الوثيق بين المصلحة التابعة لها والمتعاملين معها من المصالح الأخرى والجمهور، فما هي إلا مجال من مجالات الخدمة الإنسانية " (القحطاني، بدون)

والعلاقات العامة تختلف في مفاهيمها وفي تطبيقاتها تبعا للشخص الموجود على قمة الهرم الوظيفي وهي بذلك تتشكل حسب المفاهيم الخاصة والشخصية لذلك المسئول، فالمدير الواعي الفاهم لمسئوليته جيدا والعارف بأهمية العلاقات العامة وأهميتها وحقيقتها دورها بلا شك غير المدير الذي لا يعرف عن العلاقات العامة سوى جزئية بسيطة جدا تنحصر غالبا في الأعمال ذات العلاقة بالضيوف والزائرين، وهذه الجزئية وان كانت ذات أهمية إلا أنها تمثل جزئية بسيطة في الإطار العام لمفهوم العلاقات العامة.

ومن هنا فان بعض المدراء يولون العلاقات العامة اهتماما خاصا ويستشيرونها في مختلف القرارات التي يصدرونها انطلاقا من مفهومهم لدور العلاقات العامة في التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها، في حين نجد في الطرف الأخر نوعية أخرى من المدراء يختصر دور العلاقات العامة إلى مجرد استقبال الضيوف وإعداد برامجهم.

وبحثنا هذا هو محاولة لإلقاء نظرة سريعة على العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية بين النظرية والتطبيق
واسأل الله أن يوفقي في ذلك فان وفقت فمن الله وحده وله الفضل والمنة وان لم أوفق فمن نفسي
والشيطان.

ماهية العلاقات العامة :

بالرغم من وجود العلاقات العامة منذ آلاف السنين إلا أن وجودها كعلم له قواعده وأصوله
لم يتحقق إلا في الآونة الأخيرة، ومع ذلك فان الاختلاف في تحديد مفهوم العلاقات العامة لا يزال
قائما فتختلف النظرة إلي هذا الدور باختلاف المسؤولين عن قيادة العمل.

ولا شك أن عدم وضوح هذا الدور سيؤدي تبعا إلى سلبيات عديدة لعل من أهمها تضارب
الاختصاصات وعرقلة سير العمل ولا يساعد على التنظيم السليم لإدارة العلاقات العامة وتكون
المحصلة النهائية والحتمية سوء أداء تلك الإدارة وعدم استطاعتها الوفاء بواجباتها الأساسية.

ومن هنا فالحاجة ملحة لتحديد هذا الدور من خلال تحديد ماهيته والذي يبدأ بتعريف
واضح لمفهوم العلاقات العامة، وان كان وضع تعريفا واحدا لشيء ما أمر ليس بالسهل نظرا
لاختلاف المفاهيم إلا أن سنقتصر هنا على ذكر أهم هذه التعاريف التي وضعها أهل الاختصاص ومن
هذه التعاريف :

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة حيث عرفت العلاقات العامة كوظيفة تخطيطية
فقالت بأنها " وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة
والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي
العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن اجل تحقيق تعاون مثمر أكثر،
ومن اجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها" (موثق في
ناصر، ١٩٩٨م، ص ١٧٤)

كما عرفت العلاقات العامة بأنها " مجموعة من الأنشطة والأعمال المخططة المدروسة التي
يقوم بها موظفوها الإدارات المتخصصة في العلاقات العامة بغرض نشر الحقائق الموضوعية والمعلومات
الصادقة عن المنظمات الحكومية للجمهور، والتعرف على آرائه ورغباته، والتأثير فيها بما يساعد على

تدعيم الثقة والتعاون بين الجمهور والمنظمات الحكومية ويضمن الأداء المتكامل للخدمات التي تقدم للجمهور" (حميد، ١٩٩٢م، ص ٤١٤)

أما التعريف الموجز والمفيد هو ما عبر عنه ميلتون بقوله " العلاقات العامة هي الأداء الصادق والإعلام عنه " (موثق في مذكرة المهارات السلوكية الأمنية، بدون، ص ٩)

وهذا التعريف اعتبر العلاقات العامة مرآة تعكس بوضوح وصدق حقيقة المؤسسة، ولا يمكن أن تعكس الصورة أفضل من الحقيقة. (مذكرة المهارات السلوكية الأمنية، بدون)

نشأة العلاقات العامة وتطورها :

بالرغم من أن العلاقات العامة الحديثة والهادفة إلى المواءمة بين مصلحة المؤسسة وجمهورها المؤثرة فيها لم تظهر إلا في القرن العشرين إلا أن الباحث في جذور التاريخ يجد وبوضوح تام أن العلاقات العامة عرفت منذ قديم الزمن، ففي العصور الأولى لحياة الإنسان احتاجت القبائل البدائية للإعلام من اجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها، وقد كان رئيس القبيلة هم المناط به حشد الرأي العام عند الحاجة إلى ذلك.

ثم ومع تقدم الحضارة تقدمت معها أساليب العلاقات العامة فقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى (١٨٠٠) قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية استخدام البذور والتخلص من القوارض.

كما أوضحت الآثار أيضا أن الآشوريين هم أول من عرفوا النشرات المصورة، أما قدماء المصريين فقد اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعره واستخدموا في ذلك شتى الأساليب، وطور الرومان أساليب التأثير في الرأي العام على أيدي خطباء مشهورين في التاريخ مثل سيسرو ومارك انطونيو.

وفي العصور الوسطى وعندما كانت أوروبا تغط في سبات عميق من التخلف والجهل، عرف الإسلام المبادئ العامة للإدارة وللعلاقات العامة حيث تأخذ منحى اشمل واعم من التأثير السياسي على الرأي العام فقط إذ أصبح حسن الخلق هو الأساس كما تضمنت الشريعة جميع الأصول الأخلاقية السليمة التي يستند إليها فن العلاقات العامة الحديث، فالدين المعاملة، أضف إلى ذلك تنوع

الإسلام في طرق نشر المعلومات وابتكر أساليب جديدة منها الخطب المنبرية في الجمع والأعياد، كما استعمل الشعراء في إلهاب حماس الناس وعرفت الدواوين التي كانت وسيلة جيدة لنشر المعلومات وجمعها، ولا يمكن إغفال دور المساجد العظيم والشامل في تسيير الأمور اليومية والحياتية للناس.

وفي العصور الحديثة تعقدت العلاقات بين الناس وخاصة بعد الثورة الصناعية التي خلقت أوضاعاً جديدة لم يكن الناس على دراية بها، ودفع هذا إلى التفكير في وسائل لإعادة توازن المجتمع وقامت المؤسسات الكبرى بذلك إلا أنها ركزت على ضح المعلومات في اتجاه واحد ودون مراعاة الدقة والأمانة في ذلك. ثم تطورت الفكرة وظهر دورمان ايتون الذي كان أول من استخدم عبارة " العلاقات العامة" عام ١٨٨٢م في محاضرة ألقاها في جامعة ييل. ثم ظهر من يعرف بابي العلاقات العامة إيفي ليد بيتر لي والذي ركز على إعلام الجمهور بصدق وأمانة ووضوح حتى لو كان ثمن ذلك الاعتراف بالخطأ. وتتابع الاهتمام بالعلاقات العامة فشهدت فرنسا وهولندا عام ١٩٤٦م بداية ظهور أنشطة العلاقات العامة، وفي مصر أنشئ في كل وزارة مكتب يهتم بالشئون العامة وكان ذلك عام ١٩٥٣م، أما في السعودية فيعتقد أن شركة أرامكو هي أول من انشأ هذا النشاط الحيوي وكان ذلك عام ١٩٥٠م. (البدر، ١٤٢١هـ)

العلاقات العامة في المجال الحكومي :

تطور دور الدولة عما كانت عليه في السابق حيث أصبحت الدولة مسؤولة عن أفرادها منذ ولادتهم وحتى وفاتهم ويدخل ضمن مهامها توفير أقصى درجات الراحة ورغد العيش وحل مشاكلهم المختلفة من مرض وجهل وبطالة الخ.

ومن هنا فالحاجة إلى وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تعي مسئولياتها تماماً وقادرة على الوفاء بواجباتها بات أمر ملح ومطلب مهم، ولذلك أيضاً بات تحديد مسئوليات وواجبات هذه الإدارة مطلب أساسي لتمكين تلك الإدارة من القيام بواجباتها.

والعلاقات العامة في الأجهزة الأمنية - كأحد أجهزة الدولة - لا يختلف كثيراً عن أي جهاز آخر إلا بقدر اختلاف المهام الخاصة لكل جهاز وان كانت ظروف الأجهزة الأمنية وطبيعة الأعمال الموكلة إليها تعطي العلاقات العامة بعداً مهماً وخصائص مميزة، فالدور الأساسي لهذه الأجهزة الأمنية هو تطبيق الأنظمة والقوانين والتي يمكن النظر إليها كقيود على الحرية الشخصية -

وان كانت هذه القيود هي في صالح الأفراد ووضعت غالبا برضاهم – إلا أن الأفراد في أي مجتمع لا يقبلون ما تقوم به الأجهزة الأمنية بترحيب وارتياح. لذا فان اكتساب ثقة المواطن وتعاونه يبدو أكثر صعوبة ومشقة أمام الأجهزة الأمنية عنها عن غيرها من أجهزة الدولة حيث أن الاحترام أساسه الحب والارتياح وهو الأمر الذي يلقي أعباء إضافية على كاهل إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية لتحقيقه. (مذكرة المهارات السلوكية الأمنية، بدون)

وبصفة عامة فان أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية هي :

١. التوعية والإرشاد والإعلام : أي إعلام المواطن بوجه النشاط الحكومي بغرض خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهم برأيه ورضاه عن نشاط حكومته.
٢. كسب رضا الجمهور وتأييد سياسته : وهذا يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاستئناس بآراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة والتي تساهم في قبولها عند وضعها
٣. معرفة الرأي العام فيما يختص بتقييمه لمستوي الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية طلباته قدر الإمكان على أن لا تتعارض تلك الطلبات مع المصالح العامة للدولة.
٤. دحض الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق والمكاشفة.
٥. الاهتمام بشؤون موظفيها وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل لهم ومراعاة العلاقات الإنسانية والاجتماعية. (خضر، ١٩٩٨م)

أنواع الجماهير في الأجهزة الحكومية:

يمكن تصنيف أنواع الجماهير في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى نوعين رئيسيين هما :

١. الجمهور الداخلي : ويقصد به موظفي الجهاز. فثقة الموظفين في الجهاز وسياسته وعدالته تساعدهم على عكس صورة حقيقية للجهاز أمام الآخرين، ولذا وجب الاهتمام بالجمهور الداخلي وتكثيف البرامج التدريبية والإرشادية له.

ومن أهداف إقامة علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي ما يلي:

أ- الحصول على ثقة الموظفين وضمان تأييدهم لسياسة المنظمة.

ب- الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.

ج- اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.

د- توعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

٢. الجمهور الخارجي : ويتمثل في المستفيدين من خدمات الجهاز سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات الخاصة أو وسائل الأعلام أو الأفراد. ويركز هنا على أهمية التعامل مع هذه الجماهير بصدق والعمل على إبراز الحقائق كون ذلك هو الوسيلة الوحيدة لكسب ثقتهم وبناء علاقة جيدة معهم. ومن أهداف التعامل مع الجمهور الخارجي الآتي :

أ- قياس الرأي العام والتعرف على اتجاهاته نحو الجهاز.

ب- إعلام المسؤولين نتائج هذا القياس لتمكينهم من اتخاذ الإجراءات المناسبة حيال هذا التوجه.

ج- إبلاغ الجمهور الحقائق الخاصة بالجهاز من حيث أهدافه وفلسفته وسياسته

د- مقاومة الدعايات المغرضة وإيجاد تفهم كامل وودي نحو الجهاز. (جودة، ١٩٩٩م)

هـ- تعريف المواطنين برسالة الجهاز وإبراز الجهود التي يبذلها الجهاز لصالح الوطن والمواطنين.

و- إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات التي تساعد على تكوين رأي إيجابي وصحيح نحو الجهاز.

ز- التأكد من أن الأخبار التي تنشر عن الجهاز صحيحة ومناسبة مع العمل على تصحيح الخاطئ منها.

ح- دعم علاقة الجهاز بقيادة الرأي العام كونهم قادرين على التأثير على قاعدة كبيرة من الجمهور.

ط- لا يقتصر دور الإدارة على إقناع الرأي العام بسياسة الجهاز وإنما يمتد ليشمل الاستجابة لما هو مناسب من آراء واتجاهات الجمهور قد تفرض على الجهاز تغيير سياسته، ويخطئ الجهاز إذا اعتقد أن التمسك بسياسة الجهاز أمر مبدأ لا يقبل الجدل والنقاش، فسياسة الجهاز يجب أن توزن بميزان الصالح والصائب. (مذكرة المهارات السلوكية الأمنية، بدون)

تخصّص العاملين بإدارات العلاقات العامة وتدريبهم:

جهاز العلاقات العامة هو جهاز متخصص في المقام الأول ولكي يتمكن من القيام بواجباته على الوجه المطلوب فلا بد من توفير الموظفين المؤهلين لذلك، فسياسة وضع الرجل المناسب في المكان المناسب مهمة جدا هنا حيث أن اختيار وتعيين الموظفين المتخصصين سيؤثر حتما على مستوى أداء إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة وأداء الجهاز بصفة عامة.

وغنى عن الذكر الإشارة إلى أن اغلب موظفي إدارات العلاقات العامة في بعض- إن لم يكن كل - الأجهزة ليسوا من المتخصصين في مجال العلاقات العامة وهنا تبرز الحاجة الملحة لتدريب هؤلاء الموظفين للارتقاء بمستواهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم وتغيير اتجاهاتهم بهدف تمكينهم من أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

وتدريب العاملين في العلاقات العامة ليس قاصرا على الموظفين غير المتخصصين فقط وإنما يمتد ليشمل كل موظفين الإدارة حيث أن تنمية المهارات والقدرات أمر مطلوب خاصة وأننا الآن في عصر الانفجار المعلوماتي الذي تتجدد معه المعرفة دوما وبالتالي وجب اللحاق بالركب و إلا أصبح التخلف سمة الإدارة والعاملين بها.

وفي دراسة أجريت في المملكة العربية السعودية توضح أهمية التحاق العاملين في العلاقات العامة ببرامج تدريبية متخصصة توصل الباحثون إلى النتائج الآتية :

أسباب ضرورة التحاق العاملين في العلاقات العامة ببرامج تخصصية في مجال العلاقات العامة

النسبة	الأسباب
ب	

المتوية	
٣٩.٤	أهمية التدريب في رفع كفاءة الأداء وتطوير القدرات وتنمية المهارات، وأهمية تنمية روح الاستجابة واتخاذ القرارات لدي العاملين في مجال العلاقات العامة
١٤.٣	رفع مستواهم وإيجاد رجل العلاقات العامة المتخصص
١٠.٧	وجود الجديد في أعمال العلاقات العامة وأساليبها بصفة مستمرة، مما يتيح لإدارة العلاقات العامة أن تقوم بدور فعال مدروس
٧.١	بعض العاملين في الإدارة غير متخصصين علميا في مجال العلاقات العامة
٧.١	إكسابهم مهارة التخطيط في تطبيق أعمال العلاقات العامة
٧.١	لم تسمح الفرصة قبل ذلك بالتدريب في مجال العلاقات العامة
٧.١	تنمية المهارات لدي مسئولي وموظفي العلاقات العامة السعوديين وخصوصا أن الحاجة ماسة إلى سعودة الوظائف وهو ما يتطلب أن تكون اليد السعودية مدربة تدريبيا عاليا حتى يمكن دعم سنوات الخبرة بالتدريب
٣.٦	قلة خبرة سنوات الخبرة للمشرفين على إدارات العلاقات العامة، مما يتطلب وجود برامج تدريبية متطورة لهم
	احتياج العلاقات العامة إلى المتابعة والتجديد واكتساب الخبرة من الآخرين، وهو ما يتيح التدريب

المصدر : معهد الإدارة العامة، الرياض، ندوة واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، ١٤١٣هـ، ص ٧٣، جدول رقم ٢٤. والموثق في حضر ١٩٩٨م

صفات وخصائص رجل العلاقات العامة:

إن طبيعة عمل العلاقات العامة تستوجب اتصاف العاملين بها بعدة صفات منها :

١. أن يكون ذو ثقافة عالية.

٢. أن يتمتع بشخصية اجتماعية جذابة.

٣. أن يكون لبقاً في التخاطب مع الآخرين.

٤. أن يكون قادراً على المبادأة في إقامة الاتصال مع الآخرين.

٥. أن يكون قادراً على إقناع الآخرين.

٦. أن يكون أهلاً لكسب ثقة الآخرين.

٧. أن يتعدى في تعامله مع الآخرين عن الهجومية.

٨. من اللائق أن يكون حسن المظهر.

٩. أن يكون متقناً لإحدى اللغات الأجنبية الواسعة الانتشار. (ناصر، ١٩٩٨م)

تطبيقات للعلاقات العامة في المجال الأمني :

الشرطة في خدمة الشعب، مقولة لم تأتي من فراغ وإنما وضعت بناء على أسس فعلية لما تقدمه الشرطة من خدمات للمواطنين ولذلك فيجب أن تكون العلاقة مع الطرف الآخر علاقة قائمة على الاحترام والتقدير والتعاون والذي يأتي في مقدمة مهام إدارة العلاقات العامة ويمكن أن يتحقق بالآتي:

١. تشجيع المواطن على التعاون مع الأمن العام لمساعدته في تنفيذ المهام المناطة به.

٢. إرشاد المواطنين فيما يتعلق بسلامتهم وتجنب الأخطار.

٣. تبسيط القوانين وشرحها للناس بسهولة ويسر.

٤. رفع الروح المعنوية لموظفي الجهاز.

٥. بناء جسور من الثقة المتبادلة مع وسائل الإعلام والمبينة على الصدق والحقائق.

٦. شرح دور الأمن العام في القضاء على الجريمة وتوفير الأمن والحماية والسلامة للمواطنين.
(جودة، ١٩٩٩م)

العلاقات العامة والإدارة العليا :

العلاقات العامة هي مسئولية إدارة الجهاز قبل أن تكون مسئولية الإدارة المختصة بها، ذلك أن العلاقات العامة هي سياسات وأعمال قبل أن تكون اتصالات وأعلام. وتؤثر الإدارة العليا في العلاقات العامة بعدة إشكال :

١. فلسفة الإدارة العليا تجاه الجمهور : أي مدي إيمان تلك الإدارة بأهمية رأي الجماهير والأخذ بما عند وضع سياسات الجهاز.

٢. مدي تفهم الإدارة العليا لطبيعة ودور العلاقات العامة : أن الكثير من الإداريين حتى في الدول المتقدمة لا يفهمون طبيعة عمل العلاقات العامة بصورة صحيحة، حيث يعتقد البعض أن مهمتها هي الإعلان عن سياسة الجهاز، أو الدعاية للجهاز بالمبالغة في وصف الإنجازات، كما قد يفهم البعض بان المهمة الأولى للإدارة هي التركيز على أشخاصهم ونشر أخبارهم وصورهم، وقد يفهم البعض بان مهام العلاقات العامة تنصب في الدفاع عن الجهاز وقت أزمات فقط وانه لا حاجة إلى نشاطها إذا لم تكن هناك مثل هذه الأوضاع، وأخيرا قد يعتقد البعض وهم الغالبية أن عمل العلاقات العامة يقتصر على مجرد استقبال الضيوف وإعداد برامجهم .

٣. سياسة العاملين : من المعروف أن نجاح العلاقات العامة لا يقتصر على الجمهور الخارجي فقط بل يشمل الجمهور الداخلي أي العاملين بالجهاز ومدي رضاهم أو عدم رضاهم عن الجهاز وسياسته الأمر الذي ينعكس على أدائهم داخل الجهاز وعلى نقل انطباع جيد أو سيئ عن الجهاز للجمهور الخارجي.

٤. السياسة الإعلامية للجهاز : أي السياسة التي يتبناها الجهاز حول نشر المعلومات عن الجهاز وصلته بوسائل الإعلام العامة. (خضر، ١٩٩٨ م)

ومن هنا فان سياسة إدارة العلاقات العامة تتشكل في الغالب بناء لمفهوم الإدارة العليا في الجهاز فان كانت تلك المفاهيم صحيحة فيغلب على إدارة العلاقات العامة قيامها بواجبها على أحسن وجه، أما كانت تلك المفاهيم خاطئة أو قاصرة فذلك سيؤثر حتما في أداء عمل العلاقات العامة وإنتاجها. ولا نغفل هنا دور ومفاهيم رئيس إدارة العلاقات العامة والذي يأتي في المرتبة الثانية في التأثير في عمل وإنتاج إدارة العلاقات العامة بعد دور الرئيس العام فاليد الواحدة لا تصفق كما يقولون

الخاتمة :

تطرقنا في هذا البحث إلى الطرق الصحيحة لأداء عمل إدارات العلاقات العامة ورأينا كيف يجب أن تكون وما الأخطاء التي يقع فيها الكثير من مدراء القطاعات ومدراء الإدارات، فالنظرية كفكرة جميلة – والنظريات دوما كذلك – ولكن المشكلة تكمن في التطبيق وهناك غالبا بون شاسع بين النظرية والتطبيق فما تقوله النظرية لا نجده عند التطبيق وبالتالي تفقد النظرية جدواها بل وينعكس الأداء فبدلا من تحسين الأداء فانه يتجه إلى الأسوأ بسبب سوء التطبيق.

وما ينطبق على أي جهاز أو إدارة ينطبق على الأجهزة الأمنية فهي جزء من المنظومة الكلية لأجهزة الدولة وهي قطاعا ليست النموذج الأمثل أو الجهاز الأكمل من بين أجهزة الدولة. وحصرا الأمر في قضية العلاقات العامة فان إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية غالبا في واد والنظرية في واد آخر حيث لا يلمس من إدارات العلاقات العامة سوى التركيز على جزئية بسيطة جدا من واجبات ومهام العلاقات العامة والتي تنحصر غالبا في مجرد استقبال الضيوف وإعداد برامجهم، ومتابعة ما ينشر في وسائل الإعلام بسطحية ودون تعمق أو تفعيل هذه المتابعة كما ينبغي.

وهنا أجد انه من الضرورة بمكان وضع بعض الاقتراحات التي أرى أنها يمكن أن تساهم في الارتقاء بمستوى أداء العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية، ومن هذه المقترحات :

١ . تصحيح مفاهيم مدراء القطاعات بداية بأهمية العلاقات العامة وبدورها الصحيح.

٢ . وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، هو أمر مهم في كل القطاعات والإدارات ولا يمكن أن نستثنى العلاقات العامة منها، فما لم يكن مدير الإدارة مؤهل وواعي تماما لدوره ودور إدارة العلاقات العامة فلن تنجح الإدارة في القيام بعملها على الوجه المطلوب.

٣. العمل على انتقاء الموظفين المؤهلين للعمل في العلاقات العامة والحرص على الارتقاء بمستواهم
دوما عن طريق الدورات التدريبية ففاقد الشيء لا يعطيه.

٤. دعم إدارات العلاقات العامة ماديا وبشريا لتتمكن من القيام بوظائفها كما ينبغي ومن ثم
محاسبتها إذا وجد أي تقصير.

هذا والله اسأل أن أكون قد وفقت في توضيح واجبات العلاقات العامة نظريا وتطبيقيا في هذا
البحث المختصر، فان وفقت فمن الله وحده وله الحمد والمنة وان كان غير ذلك فمن نفسي
والشيطان ولكن عذري أنني اجتهدت ولكل مجتهد نصيب

المراجع:

البدر، حمود عبدالعزيز (١٤٢١هـ). أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، الرياض : دار
العلوم.

جودة، محفوظ احمد (١٩٩٩). العلاقات العامة : مفاهيم وممارسات، القاهرة : دار
زهرا.

حميد، محمد عثمان (١٩٩٢). الإدارة العامة، القاهرة : دار النهضة.

خضر، جميل احمد (١٩٩٨ م). العلاقات العامة، عمان : دار المسيرة.

القحطاني، محمد احمد معبر (بدون). الاتصالات الإدارية، جدة : دار الشروق.

المهارات السلوكية الأمنية (بدون). مذكرة تدرّس في المعهد العالي للعلوم الأمنية بأكاديمية
نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض : الناشر.

ناصر، محمد جودت (١٩٩٨). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، عمان : مجدلاوي.

لتحميل نسختك المجانية

ملتقى البحث العلمي
RENDEZVOUS OF SCIENTIFIC RESEARCHES
WWW.RSSCRS.INFO

