

➤ الجزء الأول : كسب تعاون المواطنين

✓ تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية

مقدمة:

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

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

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

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

✓ مفهوم العلاقات العامة فى المؤسسة الأمنية :

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

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

ويعرف "القاموس العالمي الجديد ل وبستير" العلاقات العامة على أنها: "ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله، وذلك من أجل توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح وإنشاء نوع من العلاقة المتبادلة وتقييم رد الفعل" 1. وتعرفها "جمعية العلاقات العامة الأمريكية" بأنها: "نشاط موجه لبناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة وجمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين أو الجمهور بوجه عام، بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع".

وجاء في "قاموس أكسفورد" تعريف للعلاقات العامة بأنها "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع".

ووضعت "الموسوعة البريطانية" تعريفا حديثا للعلاقات العامة تقول فيه "أن سياسات وأنشطة العلاقات العامة قد تم تصميمها لنقل المعرفة وتطوير اتجاهات الجماهير نحو الأفراد أو منظمات الأعمال أو الأجهزة الحكومية أو أية مؤسسة أخرى".

في حين عرفت "جمعية العلاقات العامة الفرنسية" نشاط العلاقات العامة بأنه "صورة من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات العامة المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة".

من خلال ما تقدم من تعريفات يلاحظ أن أغلبها تشترك فى عناصر ومقومات أساسية وهى 6 :

- أنها فلسفة للإدارة تجاه المجتمع.
- أنها وظيفة تقوم على أسس علمية.
- أنها سياسات وأعمال وظيفية إدارية ثم اتصال وإعلام.
- أنها نشاط إعلامي ذو اتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور في شكل برامج إعلامية، ومن الجمهور إلى المؤسسة في شكل قياس وتقييم الرأي العام لجماهير المؤسسة.
- أنها نشاط يهدف إلى خدمة المصلحة العامة للجمهور أولا ثم مصلحة المؤسسة.

-أنها نشاط مستمر لا يتوقف عند إقامة علاقات طيبة بل يسعى إلى المحافظة عليها.

وتعرف العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية "بأنها نشاط مزدوج يتضمن إسداء النصح لإدارة المؤسسة الأمنية بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام، كما يتضمن إعلام الجماهير بما تحققه الأجهزة الأمنية من أعمال وذلك عن طريق الإعلام الصادق والهادف".

كما تعرف بأنها: "فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها المؤسسة الأمنية للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتها وأمنها جميعا، ولكسب ثقتها وتأييدها وتعاونها مع رجال الأمن وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الأمن". ويكون هذا الدعم علميا وثقافيا ومعنويا وسياسيا واجتماعيا لرجل الأمن، حتى ينهض هذه الأخير برسالته على أكمل وجه.

ويرى "جاسم خليل ميرزا" العلاقات العامة في الشرطة كمؤسسة أمنية بمدلولها الوظيفي: "أنها

تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل والمخطط سلفا المتبع للاتصال بالجماهير الواسعة، بغرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات، لتحقيق أمنهم واستقرارهم والعمل على كسب ثقتهم وتأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها".

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

✓ أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية

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

متطلبات العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية ومحدداتها: تحتاج إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الأمنية

إلى...

العناصر التالية:

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

- دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية

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

✓ مفهوم الصورة الذهنية في مجال العلاقات العامة:

- الصورة الذهنية هي وصف الشيء كما فهمه الإنسان واستقر في ذهنه وعقله فهي صورة عقلية تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر. ويرى "روبينسون" و"باولو" أن المفهوم البسيط لمصطلح صورة المنشأة يعني "الصور العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الشائعات والأقوال غير الموثوقة، ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا لن يحى من رؤوسهم".
- ويعرف "جيمس غراي" الصورة الذهنية بأنها "الانطباعات والمدرجات الكلية للجماهير المتعددة تجاه أعمال المؤسسة، حيث تشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية تجاهها".
- ويشير "علي عجوة" في تعريفه للصورة الذهنية إلى أنها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ماحولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.
- وما سبق يمكننا تعريف الصورة الذهنية في مجال الأمن بأنها النتائج النهائي للانطباعات والتصورات الذاتية التي تتكون في أذهان المواطنين بفئاتهم المختلفة عن المؤسسة الأمنية ورجال الأمن، نتيجة لما تقوم به تلك المؤسسة من ممارسات عند الاتصال بهم.

✓ أهداف الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية:

- تساعد الصورة الإيجابية للمؤسسة الأمنية في تحقيق مجموعة. من الأهداف والوظائف أهمها:**
- دعم وتطوير علاقات المؤسسة الأمنية مع الجماهير الداخلية والخارجية.
 - تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الأمنية.
 - المساهمة في صنع القرارات الأمنية وضمان تقبلها من الجمهور الداخلي والخارجي.
 - نجاح الحملات التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة للتوعية بالأنشطة الأمنية.

-ضمان موقف جماهيري مساند وقت الأزمات والمواقف الطارئة.

✓ دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية:

يعتبر إدارة وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة من أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة، بل أن الهدف النهائي لهذه الأخيرة في أي مؤسسة مجتمعية هو بناء وتدعيم الصورة الذهنية الإيجابية عنها في أذهان الجمهور.

ولقد برزت وهي الوظيفة ، " Image Maker ووظيفة تخصصية ضمن وظائف المشتغلين بالعلاقات العامة وهي وظيفة "صانع الصورة التي يقوم شاغلها بتحديد عناصر الصورة المرغوبة للمنظمة والتي تساعد على تحقيقها، ودراسة الأوضاع المعاكسة لتفادي آثارها السلبية على صورة المنظمة، أو إضعافها إلى أدنى حد ممكن .

وتقوم العلاقات العامة ببناء الصورة الذهنية المناسبة والانطباع الملائم عن المؤسسة لدى الأفراد والمنظمات الأخرى في المجتمع، مما يؤدي إلى توفير المناخ الإيجابي الذي تستطيع فيه المؤسسة ممارسة وظائفها الإنتاجية أو الخدمية، كما تقوم بتصحيح الانطباعات السيئة عنها لدى جماهيرها والتي قد تسببها معلومات خاطئة، وذلك بهدف استعادة ثقة الجمهور فيها.

وتعمل العلاقات العامة أيضا على النهوض بواجبات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نحو المجتمع المحيط انطلاقا من إدراك ممارس العلاقات العامة لمدى أهمية هذه الواجبات في تدعيم نشاط المؤسسة.

وحين نتحدث عن الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية فإنها تمثل أهمية قصوى في بناء جسور الثقة المتبادلة بينها وبين الجمهور، إذ ينبغي أن يكون من أحد عناصر تلك الصور إحساس العامة بأن الجهاز الأمني- الذي أوكل له المجتمع مهمة الأمن- جهاز محترف، وله قدرة وإمكانيات تدريبية وفنية على توفير أمنه وطمأنينته، وجدير بالمساعدة والتعاون معه. ومن جانب آخر تؤثر صورة المؤسسات الأمنية الإيجابية على نشاط المجرمين المحتملين في قرار ارتكاب الجريمة من عدمه، في ظل أجهزة أمنية تلمع إعلاميا وتحقق الردع لهم .

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

✓ إشكالية العلاقة (مؤسسة أمنية – مواطن) وأسباب تكون الصور الذهنية السلبية:

مهما يكن من حسن تنظيم وإدارة المؤسسة الأمنية أو مدى كفاءتها وأمانتها، فإن الحكم عليها رهن بما يلمسه أفراد الجمهور من خدمات كما هو رهن بطبيعة الصلة القائمة بينهما، فالواقع أن المواطنين يحكمون على

جهاز الأمن من خلال تصرفات أفراده ويتأثر حكمهم هذا بالتجارب الشخصية التي مرت بكل منهم، فإذا كانت التجربة حسنة أصبح المواطن عاملاً مساعداً لرجال الأمن، وإذا كانت غير ذلك صارت معوقاً للتعاون معه، ومما لا شك فيه أن تعاون الجمهور مع الأجهزة الأمنية يسهم بدرجة كبيرة في تحقيق استقرار أمني أكبر، ويعد من أهم أسباب نجاح هذه الأجهزة، ويكون هذا التعاون على مستوى استعداد المواطنين لتقديم المعلومات المساعدة للأمن في الوقت المناسب، وعلى التزامهم بتعليمات الأمن في الأوقات المحددة.

والواقع أن تحديد مقومات وملامح العلاقة المثالية بين المؤسسة الأمنية والمواطن يمكن أن يتم من خلال نقطتين تتعلق الأولى بالمؤسسة الأمنية؛ وهي أن يكون لديها قناعة تامة بأنها تؤدي عملاً اجتماعياً سامياً ونبيلاً لا غنى عنه بحكم ضرورته الاجتماعية، وبحكم أنه عنصر وشرط جوهري في قيام واستمرارية أي مجتمع، وإدراكها في الوقت نفسه أن المهمة الموكولة لها وما لديها من صلاحيات وسلطات للاضطلاع بها ما هو إلا تكليف من المجتمع.

أما الثانية فتتعلق بالجمهور؛ وتتمثل في أن يكون لديه القناعة التامة بأن المؤسسات الأمنية ما هي إلا خادمة له وترعى مصالحه وحقوق أفراده وواجباتهم تجاهه بتفويض منه، ومن ثم يقتضي هذا منه أن يتوفر لديه إحساس راسخ في ذهنه بأن الأمن مسؤولية مشتركة بينه وبين المؤسسات الأمنية، وأن هذه الأخيرة لا يمكنها وحدها أن تحقق الأمن المنشود دون مساندته.

تلك هي إذن، الصورة المثالية للعلاقة بين المؤسسة الأمنية والمواطن التي تفترض أن تتجسد في الواقع ويكون لها نتائج جيدة ومردود إيجابي، في تفهم المواطن لوجود مؤسسات الأمن والمهام التي تؤديها ورضاه عن الإجراءات التي تتخذها واستعداده للتعاون معها.

غير أن واقع الحال، سواء في الماضي أو في الحاضر، أمر آخر إذ أن تحقيق تلك العلاقة يظل أمراً صعب المنال في أغلب المجتمعات خاصة العربية منها، فالعديد من المعطيات الواقعية والدراسات في هذا الصدد تشير إلى أن العلاقة بين المؤسسات الأمنية والجمهور علاقة معيبة، ويشوبها الكثير من السوء حيث يظهر ذلك بوضوح في الصور الذهنية السلبية التي تشكلت لدى الجماهير عبر فترات زمنية طويلة ما زاد من النفور من هذه المؤسسات، والخوف منها، وعدم تقبل الإجراءات التي تتخذها وتفادي التعامل معها والتهرب من مساعدتها.

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

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

- الرواسب التاريخية: قد يرجع الحاجز النفسي الموجود بين رجل الأمن وبعض المواطنين إلى بعض الأسباب التاريخية،

إذ يقول السباعي في هذا الصدد: "كانت المناصب الرئيسية في الشرطة يتولاها بعض الأشخاص الذين كانوا يسخرون جهاز الشرطة لخدمة الاستعمار وأغراضه فورثت هيئة الشرطة كراهية الشعب للاستعمار"، الأمر الذي جعل المواطنين يتخوفون من الشرطة ويعملون على عدم التعامل مع أفرادها.

كما استخدمت المؤسسات الأمنية بصفة عامة كوسيلة لتقييد حرية المواطنين وإرهابهم، حتى أصبح رؤية منسوبي هذه المؤسسات يولد الشعور بالكرهية ويظهر النزاعات العدائية، وارتبطت صورة رجل الأمن لدى المواطنين بصورة الرجل المستبد الذي يكبت الحريات ويرهب الناس ويقمعهم، كما أدت بعض تجاوزات رجال الأمن إلى ترسيخ هذه الصورة السلبية. وقد توارثت الأجيال هذه الفكرة مما جلب فجوة بين أفراد المجتمع ومنسوبي المؤسسات الأمنية .

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

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

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

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

2- الأسباب التي تتعلق بالرأي العام:

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

3- أسباب سياسية واجتماعية:

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

مستوى السياسات القضائية والتشريعية ودقتها ونزاهتها ومستوى أداء المؤسسة الرسمية وغير الرسمية، كله يزيد من الأعباء الملقة على عاتق المؤسسات الأمنية، وتزداد معه حالات خروج الأفراد عن النظام والعدائية أكثر لمؤسسات الأمن الوطني.

4- أسباب إعلامية:

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

✓ آليات وإجراءات العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى

المواطن

من الواجب على أي مؤسسة أمنية أن تنشئ قسما أو هيئة متخصصة للعلاقات العامة مستقلة عن مهام الأقسام الأخرى، توكل لها مهمة أداء وظائف تخدم المسمى العلمي الذي وجد من أجلها، وتعمل في كافة المستويات التنظيمية والإدارية للمؤسسة، وأن يتم ربطها بالإدارة العليا، كي تدعمها ماديا ومعنويا بتخصيص ميزانية مستقلة لها من أجل تحقيق أهدافها، وحتى لا تظل مجرد اسم وظيفية غير مقنعة ودورها بروتوكولي مراسيمي فحسب.

فيما يأتي أهم الآليات والإجراءات التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة الأمنية لدى المواطن:

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

-إعداد قاعدة بيانات عن العاملين داخل المؤسسة الأمنية وعن التوظيف الوظيفي والتنظيمي، وعن اللوائح والتشريعات

والقوانين السائدة، والوسائل الإعلامية والمندوبين الصحفيين والمتخصصين وقادة الرأي، وغيرهم من الشخصيات والمؤسسات والجهات الممكن الاستعانة بها عند إجراء حملات أمنية مدروسة بشكل جيد وموجهة للجمهور أو لفئات معينة منه.

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

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

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

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

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

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

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

-اهتمام رجل العلاقات العامة بتعديل السلوكيات السلبية لبعض رجال الأمن في الاستخدام التعسفي للسلطة واستغلال القوة والأسلوب القسري في تصرفهم مع الجماهير، ومحاولة تقييدها ومعاقبة كل من يتجاوز الصلاحيات الممنوحة له، على اعتبار أن الفعالية في التعامل لا يجب أن تتعدى على احترام الحريات العامة، لأن ذلك يترتب عليه تكوين صور سلبية عن رجال الأمن ونفور أفراد المجتمع منهم، 23 خاصة وأن رجل الأمن هو واجهة الدولة والوجه الحي المتحرك للقانون، وأي

تجاوز أو خطأ في أداء مهامه وممارسة سلطاته سوف يفقدانه سمعته وهيئته وبالتالي سمعة وهيبة الدولة وهو ما يؤثر بشكل مباشر على علاقتها بالمواطن.

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

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

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

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

الذاتي. ويعمل رجال العلاقات العامة على نشر الثقافة الأمنية عن طريق ما يسمى بوظيفة الإعلام الأمني وهي " تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن الأجهزة الأمنية، وتنبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير لتحقيق التفاعل الإيجابي بينهما في إطار سياسة الدولة وقوانينها" .

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

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

-تنظيم حملات إعلامية للتوعية الأمنية بأسلوب مستحدث لا يكتفي بإبراز وتوضيح أدوار ووظائف المؤسسة الأمنية في حفظ الأمن ومكافحة الجريمة والإرهاب، بل يجب أن تشمل إظهار المصاعب والمخاطر التي تواجه رجال الأمن، وأن تقدم صوراً إنسانية بسيطة لرجال الأمن وأسره بدلاً من الصور التقليدية الجامدة، كما يجب إبراز الأدوار الجديدة في العمل

الأمني كمواجهة جرائم الانترنت والحفاظ على البيئة، وبرامج الرعاية والتأهيل الاجتماعي، مع ضرورة الالتزام بالمنهج العلمي في تصميم وتنفيذ تلك الحملات، وفق فئات الجمهور المستهدف والإمكانات المتاحة والأهداف المرجوة.

-الاعتماد على الإعلام الأمني الصادق كفيث يبث مشاعر الطمأنينة في نفوس الجماهير، من خلال تزويدهم بالمعلومات الأمنية الصحيحة التي لا تخل بالأمن ولكنها تساعد على معرفة الحقيقة، وتبصير الأفراد بكافة المعارف والخبرات الأمنية والاتصال بالجوانب الأمنية المختلفة اتصالاً لا ينفى أي نوع من الجهل أو عدم المعرفة أو الابتعاد عن الحقائق والثوابت

والمحددات الأمنية، وهذا ما يجسد المضمون الحقيقي للوعي الأمني. 26 فالخطاب الإعلامي الأمني يجب أن ينطلق من حسن الأداء والمصادقية في القول، وهذا يتوافق مع قول عالم الاتصال " ادوارد بيرنز " أن الأداء الصادق والإعلام الجيد هو من أهم عوامل النجاح للمنظمات العامة. كما ويتوافق مع قول " جان شوميلي " القائل اعمل جيداً وعرف بصدق عما تعمل.

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

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

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

-العمل على إقامة علاقات متينة بين المؤسسة الأمنية والمؤسسات الإعلامية وتعميق روح التنسيق بينهما في إطار من الاحترام المشترك والثقة المتبادلة من أجل توجيه جهودهما لخدمة المواطن وكسب تأييده كأولوية قصوى، إذ لطالما اعتبرت وسائل الإعلام من أكثر الأساليب قوة في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه ورسم صور ذهنية سواء كانت إيجابية أو سلبية

عن الأجهزة الأمنية. ومن أجل ذلك تقوم العلاقات العامة بالأنشطة بتزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات الأمنية، التي تهم المجتمع مع المتابعة الدورية لها ورصد كل ما يتعلق بأخبار الأمن والأجهزة الأمنية وإعداد التقارير لكل ما ينشر، ومطالبة وسائل الإعلام بالتحلي بالموضوعية في طرح ومعالجة المواضيع الأمنية، وإبراز صورة رجل الأمن بكل حيادية مع عرض الإيجابيات، وليس فقط التركيز على السلبيات التي تهدف لإثارة المشاهد. كما تقوم بمواجهة الهجمات الشرسة لحملة البرامج المختلفة، السينمائية والتلفزيونية والصحفية التي تسيء للمؤسسة الأمنية أو تمجد مرتكبي الجرائم والمخالفات، ناهيك عن الاهتمام بالإنتاج الإعلامي وإصدار أعمال مرئية ومسموعة ونشرات صحفية وإنشاء مواقع انترنت، يتولاها متخصصون في الإعلام الأمني، توضح دور المؤسسة الأمنية في خدمة المجتمع انطلاقاً من مبدأ المسؤولية الاجتماعية.

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

- ترسيخ مفهوم الشرطة المجتمعية أو ما يعرف بالشرطة الجوارية، إذ تعتبر أحد أهم وسائل الأجهزة الأمنية في تنفيذ سياساتها الأمنية، وبث رسائلها إلى المجتمع المحلي الذي تستهدفه في التوعية الأمنية، وأصبحت تعتمد كالفلسفة الجديدة في العمل الأمني بغرض تحسين صورتها في أذهان المواطنين، خاصة مع الطلب الملح من قبل الفئات الشعبية المختلفة لوجود شرطة ظاهرة للعيان ومألوفة ومقبولة لديهم.
- الاهتمام ببرامج التقويم والمتابعة للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة الأمنية، بهدف تقدير مدى نجاحها ورصد نواحي القصور فيها، من أجل العمل على تلافيها واتخاذ - الإجراءات التصحيحية والقرارات المناسبة في الخطط المستقبلية.

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

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

فيما يأتي أهم الإشكاليات والمصاعب التي تواجه العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية:

- 1- عدم اتفاق الممارسين والأكاديميين على مفهوم محدد للعلاقات العامة وأنشطتها وبرامجها المختلفة.
- 2- ضعف الإعداد العلمي للممارسين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الأمنية.
- 3- سيطرة العمل الشرطي على النشاط الاتصالي للعلاقات العامة، وإجراء أغلب الاتصالات بالجمهور الخارجي ووسائل الإعلام من خلال القيادات الأمنية والإدارة العليا دون الرجوع إلى إدارة العلاقات العامة أو التنسيق معها.
- 4- غياب الرؤية الاستراتيجية للعلاقات العامة في أغلب المؤسسات الأمنية العربية.
- 5- النظر إلى العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية موجهة لخدمة الإدارة العليا ورجال الأمن في المؤسسة الأمنية، الأمر الذي أضعف من دورها في إدارة الاتصالات مع الجمهور الخارجي.
- 6- أغلب أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية لا تسعى إلى إجراء البحوث والدراسات عن الرأي العام وتوجهاته نحو المؤسسة الأمنية وقياس الصورة الذهنية التي تتكون لديه عنها، وذلك نتيجة لعدم إدراك

الإدارة العليا لأهمية إجراء مثل هذه البحوث، أو لعدم وجود قسم متخصص للبحوث، فضلا عن ضعف المخصصات المالية لإجرائها.

7- وجود معوقات تواجه إدارة العلاقات العامة مع وسائل الإعلام، فنظرا لطبيعة ونوعية المعلومات الأمنية التي يلجأ الإعلاميون إلى الحصول عليها من مسؤولي العلاقات العامة - والتي قد لا يسمح بنشرها- فإنها تخلق توترات في العلاقة بين إدارة العلاقات العامة ووسائل الإعلام من ناحية، مما يؤثر سلبا على الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية لدى الجمهور من ناحية ثانية.

8- غلبة الممارسات الأمنية لدى رجال الأمن على الجانب الاتصالي والتخصصي في العلاقات العامة، مع ملاحظة ضعف الاستعانة بالمستشارين والمتخصصين أكاديميا ومهنيا في مجال العلاقات العامة .

9- غياب الهوية الإعلامية لإدارة العلاقات العامة، إذ لم يعد ممكنا ترك الممارسة الإعلامية الأمنية بالإدارة العامة للمصادفة أو للارتجال أو للرؤية الذاتية والشخصية، بل أصبح محتما امتلاك هوية متكاملة تحكم العملية الإعلامية وتشرطها نظرية وممارسة، وإن وجود هذه الهوية الإعلامية التي تركز على التوازن بين الإعلام والأمن، تجعل الإدارة تعي وجوده وتدرك أهميته، وتمتلك بالتالي ملامح متميزة وهوية خاصة .

الهوامش:

- حجاب محمد منير (2007) ، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، الطبعة الأولى: القاهرة، ، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- سلطان محمد صاحب (2011)، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، الطبعة الأولى: عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباع.
- الديلمي عبد الرزاق محمد (2011)، الهندسة البشرية والعلاقات العامة، الطبعة الأولى: عمان، دار وائل للنشر والتوزيع
- جرادات عبد الناصر أحمد(2009) ، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان: دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع
- بدوي محمد أحمد عبد المحسن (2006)، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
- قيراط محمد ، وائل إسماعيل عبد الباري (2006)، وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي وآفاق المستقبل، الشارقة
- بدوي محمد أحمد عبد المحسن، مرجع سبق ذكره، ص. 119
- دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية
- عوجة علي (2003)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع
- حسين هشام محمد علي(د.س)، العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم
- عبد الرزاق محمد سيف الدين، حسني عبد الخالق يسرا (2016)، المحددات النظرية والعملية للإعلام الأمني الوقائي- دراسة تحليلية، الرياض: دار جامعة نايف للنشر

- هلال ناجي محمد (د.س)، واقع العلاقة بين الجمهور والشرطة – دراسة اجتماعية، الشارقة: مركز بحوث شرطة الشارقة
- الحربي عبد الكريم بن عبد الله (1999)، مشاركة الشباب في دعم الأجهزة الأمنية، الرياض: مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية تاييف للعلوم الأمنية
- العنزري عبد الرحمن خلف (2008) ، العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، الحلقة العلمية: رفع كفاءة العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام في الأجهزة الأمنية، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
- الطراونة محمد إبراهيم (2008)، اتجاهات المواطن نحو رجل الأمن، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. 46

➤ الجزء الثاني : مهارات تكوين العلاقات في العمل

✓ أهمية تكوين علاقات ناجحة في العمل:

إن البشر مخلوقات اجتماعية بشكل طبيعي - فنحن نتوق إلى الصداقة والتفاعلات الإيجابية، لذلك من المنطقي أن تكون العلاقات الأفضل في العمل سبباً رئيساً في السعادة وكثرة الإنتاج.

توفر لنا علاقات العمل الجيدة العديد من الفوائد الأخرى، حيث يصبح العمل أكثر متعة عندما تكون لدينا علاقات جيدة مع من حولنا، أيضاً، من المرجح أن يوافق الأشخاص على التغييرات التي نريد تنفيذها ونحن أكثر إبداعاً.

والمأثر من ذلك، أن العلاقات الجيدة تمنحنا الحرية: فبدلاً من قضاء الوقت والطاقة في التغلب على المشاكل المرتبطة بالعلاقات السلبية، يمكننا بدلاً من ذلك التركيز على الفرص.

العلاقات الجيدة هي أيضاً ضرورية في كثير من الأحيان إذا كنا نأمل في تطوير وظائفنا، فعمل سبيل المثال، إذا كان رئيسك لا يثق بك، فمن غير المرجح أن ينظر إليك في حالة فتح مركز جديد، بشكل عام، نريد جميعاً العمل مع الأشخاص الذين نتعامل معهم بشكل جيد.

نحتاج أيضاً إلى علاقات عمل جيدة مع الآخرين في دائرتنا المهنية، كالمعلم والزبائن فالأمر لا يقتصر فقط على المدير أو الزميل في نفس المنصب.

على سبيل المثال، ستستفيد على الأرجح من تطوير علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في مؤسستك، هؤلاء هم الأشخاص الذين لهم مصلحة في نجاحك أو فشلك، سوف يساعدك تكوين الرابطة مع هؤلاء الأشخاص على التأكد من أن مشاريعك ومهنتك ستبقى في المسار الصحيح، لمعرفة من هم هؤلاء الناس، قم بعمل تحليل لأصحاب المصالح، بمجرد إنشاء قائمة الزملاء الذين لديهم اهتمام بمشاريعك وحياتك المهنية، يمكنك تخصيص وقت لبناء وإدارة هذه العلاقات.

العلاء والزملاء هم مجموعة أخرى تستحق المزيد من الاهتمام، على الرغم من أنك قد لا تكون قادرًا على إبقاء الجميع سعيدًا بنسبة 100٪ من الوقت، إلا أن الحفاظ على علاقات صادقة وثقة مع عملائك يمكن أن يساعدك على التأكد من أنه إذا فشلت الأمور، يتم الحفاظ على الضرر إلى الحد الأدنى. يمكن أن تؤدي العلاقات الجيدة مع العلاء أيضًا إلى زيادة المبيعات، والتقدم الوظيفي، وحياة أكثر مكافأة.

✓ طرق تكوين علاقات ناجحة في العمل:



إن، ما الذي يمكنك القيام به لبناء علاقات أفضل في العمل؟

تطوير مهاراتك الإجتماعية

تبدأ العلاقات الجيدة بمهارات اجتماعية من قبيب التعامل بطيبة وود ومعرفة منع تحول الإختلاف إلى خلاف وبناء أو اصر احترام وزمالة لاوتتأثر بظروف العمل وضغوطاته.

تحديد احتياجات علاقاتك

انظر إلى احتياجات علاقاتك الخاصة، هل تعرف ما تحتاجه من الآخرين؟ وهل تعرف ما يحتاجونه منك؟ فهم هذه الاحتياجات يمكن أن يكون له دور فعال في بناء علاقات أفضل.

الجدول الزمني لبناء العلاقات

خصص جزءًا من يومك نحو بناء العلاقات، حتى إذا كان 20 دقيقة فقط، فربما يتم تقسيمها إلى شرائح مدتها خمس دقائق.

على سبيل المثال، يمكنك الدخول إلى مكتب أحد الأشخاص أثناء تناول الغداء، أو الرد على مشاركات الأشخاص على **Twitter** أو **LinkedIn**، أو سؤال أحد الزملاء للحصول على كوب سريع من القهوة.

تساعد هذه التفاعلات الصغيرة على بناء أساس علاقة جيدة، خاصة إذا كانت وجهًا لوجه.

التركيز على الذكاء العاطفي الخاص بك

قضاء بعض الوقت في تطوير الذكاء العاطفي الخاص بك (EI) سيقوي من قدرتك فس التعرف على عواطفك الخاصة، وفهم ما يقوله لك الآخر بوضوح. كما يساعدك الذكاء العاطفي على فهم مشاعر واحتياجات الآخرين.

تقدير الآخرين

أظهر تقديرك كلما ساعدك شخص ما، من رئيسك إلى عامل النظافة، فكل منهم يريد أن يشعر بأن عملهم هو موضع تقدير، لذلك، أحيي بصدق الناس من حولك عندما يفعلون شيئاً جيداً هذا سيفتح الباب لعلاقات عمل رائعة.

كن ايجابيا

ركز على كونك إيجابي، الإيجابية جذابة ومعدية وستساعد على تقوية علاقاتك مع زملائك، لا أحد يريد أن يكون حول شخص سلبي طوال الوقت.

إدارة حدودك

تأكد من أنك تقوم بتعيين الحدود وإدارتها بشكل صحيح - كلنا نريد أن يكون لدينا أصدقاء في العمل، ولكن، في بعض الأحيان، يمكن أن تبدأ الصداقة في التأثير على أعمالنا، خاصة عندما يبدأ أحد الأصدقاء أو الزملاء في احتكار وقتنا.

إذا حدث ذلك، فمن المهم أن تكون حازماً بشأن حدودك، وأنت تعرف مقدار الوقت الذي يمكنك تخصيصه خلال يوم العمل للتفاعلات الاجتماعية.

تجنب النميمة

الثرثرة والإكثار في الكلام عن سياسات المكتب و "القييل والقال" هي القاتل لعلاقة الزملاء في العمل، إذا كنت تواجه تعارضاً مع شخص ما في مجموعتك، فتحدث معه مباشرة حول المشكلة، فالنميمة عن الوضع مع الزملاء الآخرين لن تؤدي إلا إلى تفاقم الوضع، وستسبب عدم الثقة والعداء بينكما.

الاستماع بنشاط

ممارسة [الاستماع الفعال](#) عند التحدث إلى العملاء والزملاء مهم جداً، حيث يستجيب الناس لأولئك الذين يستمعون حقاً إلى ما يقولونه، ركز على الاستماع أكثر مما تتحدث، وستعرف بسرعة على أنه شخص يمكن الوثوق به.

✓ فوائد تكوين علاقات ناجحة في العمل:

يبني الثقة

قد تكون الثقة هي جوهر كل نوع من العلاقات، سواء كانت شخصية أو مهنية، هذا ما يجبر الموظف على القيام بما يقوله، وعندما يلتزم بفعل شيء ما، يستمع إليه زملائه العمال ويراقبونه عن كثب، الثقة تحفز الموظفين على التواصل بشكل علني فيما بينهم للنقد البناء وكلمات التشجيع.

تعمل بيئة العمل المترابطة على تعزيز الثقة من الأعلى إلى الأسفل، فهي توفر للعمال تطمينات مستمرة بأن الآخرين لن يحاولوا حتى تحقيق مكاسب شخصية على حسابهم، وهم واثقون من أن زملائهم العمال لن يستفيدوا أبداً من نقاط ضعفهم ولن يغاروا أبداً من نقاط قوتهم، إنهم على يقين من أنهم لن يضطروا إلى مراقبة ظهورهم عند العمل مع بعضهم البعض.

يزيد من كفاءة العمل

كل عضو في مؤسسة ما لديه مكانته الخاصة، من خلال التعاون والعمل مع أعضاء الفريق الآخرين، يمكن للموظف العمل على ما يقوم به على أفضل وجه وتقليص الواجبات الأخرى لأولئك الذين يتخصصون فيها. يمكن أن تجعل المهام اليومية أكثر كفاءة.

يعزز الالتزام بالتفوق

وبصرف النظر عن الراتب، هناك عامل آخر يمكن أن يحسن تقديم الخدمة هو العلاقة العظيمة التي تربط كل عضو مع زملائه العمال، يمكن أن تساعد العلاقات المتناغمة داخل مكان العمل على تحسين تقديم الخدمة حيث أن الموظفين مكرسون لمساعدة بعضهم البعض، وفي الوقت نفسه، يمكن أن تؤدي علاقات العمل القوية إلى مشاركة الموظفين لأحد الأهداف النبيلة الشائعة: تحسين سمعة الشركة والحفاظ عليها عن طريق تقديم أفضل الخدمات الممكنة.

يمهد الطريق للابتكارات داخل مكان العمل

وكما يقول المثل، "رأسان أفضل من واحد" فالأفكار المبتكرة لا تأتي من شخص واحد فقط، وعادة ما ينبع من اقتراحات جميع الأعضاء داخل المجموعة، هذا لا يمكن أن يحدث إلا إذا كانت المجموعة تتمتع بعلاقة قوية في مكان العمل.

عندما يتمتع أعضاء الفريق بصداقة حميمة جيدة فيما بينهم، يمكنهم التفكير في الاقتراحات الرائعة التي يمكن أن تزيد من تحسين العمليات داخل الإدارة، مع تخصيص كل عضو لمساعدة بعضهم البعض، يمكن لمجموعة متناغمة تمهيد الطريق أمام الابتكارات التي يمكن أن تجعل الحياة في مكان العمل أفضل وأسهل.

يقتل من الإجهاد

أحد الأسباب الرئيسية للإجهاد هو الصدع بين زملاء العمل، بسبب التعامل السيئ بين بعضهم البعض، عادة ما يأخذ الموظف المزيد من الواجبات أو يحاول أن يفعل كل شيء بنفسه، لأنه لا يستطيع أو لن يشارك عمله مع زميله العامل، يمكن للضغط الناتج عن هذا النوع من الإعداد أن يؤثر سلباً على إنتاجية العامل والصحة العقلية والجسدية.

تشجع العلاقات القوية في مكان العمل كل عامل على العمل جنباً إلى جنب وحمل أعباء بعضهم البعض، مما يقلل بشكل فعال من التوتر بينهم ويساعدهم على التمتع بالصحة المثلى.

يساعد الإدارة على التركيز على نقاط أهم

لا يمكن أن تحقق المؤسسة نجاحاً إذا اضطرت قادتها إلى قضاء بعض الوقت في تسوية القضايا الإدارية أو التشغيلية النافهة، يساعد بناء علاقات عمل قوية على إنشاء مجموعة عمل هائلة يمكن أن تكون مسؤولة عن

التعامل مع هذه الأمور، والتي تمكن المدير في النهاية من توجيه المسار العام للمجموعة دون أن تضيق في التفاصيل.

يعزز معنويات الموظف

التغيب عن العمل، أو التأخر، أو عدم التحفيز على العمل كلها إشارات من الموظف تعكس شعوره بعدم يقينه من قيمته، لسوء الحظ، يمكن أن يؤثر هذا على الأداء العام للفريق وقدرته على تقديم خدمة مرضية. عندما يعمل الموظفون بشكل جيد، تكون سعادتهم ورضاهم تجاه عملهم دائماً، تعمل علاقات العمل الجيدة كقوة دافعة لكل عامل للقيام بأفضل ما يمكنه من أجل التفوق في منصبه.

- وقد أثبتت الدراسات العلمية أنك لو أحسنت التعامل مع الآخرين، فإنك تكون بذلك قطعت 85% من طريق النجاح للوصول إلى هدفك، ولكن كيف يتم بناء علاقات قوية مع الآخرين؟ يتم ذلك من خلال عدّة خطوات:

-الخطوة الأولى:-

إشعار الآخرين بأهميتهم: هناك عدّة طرق تصل بك إلى النجاح في إشعار الآخرين بأهميتهم، هي:
1- اقع نفسك مرّة واحدة فقط ولكن إلى الأبد بأن كل الآخرين مهمون وليكن اقتناعك هذا مخلصاً وتأكد أن من يؤثر في الآخرين هم أولئك الذين يؤمنون بأهمية هؤلاء الآخرين ويرون فيهم أشخاصاً مهمين بالفعل.

2- ووجه الإهتمام لهم من خلال ملاحظتك إياهم وما يقومون به، فإذا ما فعلت ذلك قدمت مجاملتك إليهم أي تعترف بأهميتهم وبالتالي تقدم دفعة كبيرة لروحهم المعنوية، وعندما يعترف فرد ما بأهميتنا نصبح أكثر ودأ وأكثر تعاوناً معه.

3- أبلغه أنه ترك لديك انطباعاً جيداً، وأمثلة طريقة لذلك أن تجعله يدرك أنه قد أثر فيك وأنه قد ترك انطباعاً في نفسك، عليه سوف يعتبرك هو وقتها أنك واحد من أذكى خلق الله وواحد من أكثر الناس أدباً ولطفاً فيمن قابلهم في حياته على الإطلاق، وإياك أن تتعالى عليه وإلا ستكون أغبي وأحمق خلق الله عند ذلك لأنه يشعر وقتها بضالة نفسه.

-الخطوة الثانية:-

اجعل شخصيتك جذابة: إن شخصيتك تحقق لك الكثير، فالجاذبية والديناميكية بوسعهما أن يجعلوا الآخرين يحبونك، فالناس لا تحب المترددين والفاشلين، ولكن ينجذبون نحو الذين يعرفون عنهم ماذا يريدون ويتوقعون الفوز والوائقين من أنفسهم ويؤمنون بها ويمكن أن يتم ذلك مبدئياً عن طريق:
1- اجعل خطواتك ذات جرأة واثقاً من نفسك وعيناك متطلعتين إلى هدف ما تستطيع أن تحققه لنفسك وبنفسك.

2- صافح الآخرين بثبات وحزم غير مبالغ فيه، وابتعد عن المصافحة بأيدي رخوة فهي سمة من سمات غير الواثقين من أنفسهم وكذلك ابتعد عن المصافحة بأيدي قوية جداً، فقد تشعر الآخرين بأنك إما أن تكون شخصاً متغطرساً متسلطاً أو أنك تخدعهم بقوة شخصيتك وتنقصك الثقة بنفسك، ارفع رأسك إلى أعلى وافرد كتفيك وامش بخطى واثقة.

3- اجعل نبرة صوتك تعبّر عن الثقة حتى يصل إلى الناس قبل أفكارك، فهو الذي يقوم بتوصيل مشاعرك، وعليه يحدد من يسمعك هل تتحدث بصوت ينم عن الشجاعة والإقدام أم اليأس والشجن والدموع، وكذلك تكلم بوضوح وبلا تردد.

- 4- كن ذا لياقة، فإذا أردت حب الناس كن شغوفاً بهم، فلا تجعل لسانك يخونك قط، فإن القدرة على الكلام مع اللياقة تزيدك طلاوة وتزيد من قوة تأثيرك في الناس على اختلافهم.
- 5- أضف صفة الحماسة إلى شخصيتك وتصرف بحماس وسرعان ما ستري أن ذلك سرى فيمن تتعامل معه، فيعاملك بمثلها وتكسبه.
- 6- عليك أن تصبر على الآراء والأفكار التي ترى في قرارة نفسك أنها غير متفقة معك، فإن من أسرار الشخصية الجذابة الإصغاء الواعي المشوب بالتقدير والعطف لآراء الآخرين، وتقبل الآخرين ودعمهم يتمتعون بالإسترخاء عندما يكونون معك.
- 7- لا بد لك من المرح والإشراق والتفاؤل، فهذا يحبك الآخرون ويلجأون إليك ويحبون صحبتك.
- 8- كن ذا مظهر لائق، فالمظهر اللائق يكسبك احترام النفس والإحساس بالثقة والإطمئنان، فالرجل الذي تشيع الفوضى في هندامه لا بد أن تشيع الفوضى في تفكيره كذلك.
- 9- لا تكن تقليدياً عند الثناء والمجاملة.
- 10- يجب أن يعرف الآخرون أنك تقدرهم وتقدر قيمتهم وعاملهم على أساس أن لهم قدراً لديك ووجه لهم الشكر دوماً وأشعرهم بأنك تخصهم بها وخدمهم.

- الخطوة الثالثة:

- أنشئ انطباعاً أولياً جيداً لدى الآخرين:
- عليك أن تتذكر دائماً أن أول كلمات تنطق بها أو مواقف تتخذها في البداية إنما تشكل النغمة الأساسية للموقف بصورة مطلقة، ويكون من الصعب بمكان أن تدفع من أخذ عنك انطباعاً سيئاً من البداية إلى تغيير فكرته عنك، ولذا لا بد من:
- 1- البدء بنغمة أساسها المودة وبالتبعية سيصبح اللقاء ودوداً وجهاز اللقاء لينفق مع طبيعة الهدف.
 - 2- سوف يتقبلك الطرف الآخر حسب تقييمك لنفسك، فإذا كنت ترى نفسك فاشلاً فهذا يعني أن تطالب الآخرين بأن يعتبروك فاشلاً ويتعاملون معك على هذا الأساس.
 - 3- يمكن الطرف الآخر من أن يعرف أنه قد ترك في نفسك انطباعاً جيداً عنه.
 - 4- يحكم الآخرون عليك من خلال آرائك في كل الأشياء مثل عملك ومؤسستك وآرائك في رئيسك وزملائك ورجالك.. وليس من خلال رأيك في نفسك فقط.
 - 5- كن إيجابياً وحوّل جو المقابلة إلى جو إيجابي يكن الإنطباع إيجابياً ولا تفعل العكس.
 - 6- إذا كنت تريد الإجابة عنها أسئلة ما بـ "نعم"، فلماذا تسأل أسئلة الإجابة عنها بـ "لا".
 - 7- توجه أسئلة تعني ضمناً أنك تتوقع متاعب أو تسعى إليها.
 - 8- كن بشوشاً ودوداً.

- الخطوة الرابعة:

- الود الفوري والصدقة السريعة: هل سمعت عن الود الفوري وتكوين الصداقات من أول لحظة، ذلك هو السحر الخاص القادر على إفشاء شعور بالمودة في الآخرين بسرعة، عليك بـ:
- 1- عدم الخشية أو الخوف من أن يقوم الطرف الآخر بصدك، قم بالمخاطرة ولا تخف وخذ المبادرة.
 - 2- تذكر دائماً أن معظم الناس توافقون إلى الود والصدقة مثلك تماماً.
 - 3- لا تقم بامتهان نفسك من أجل استثارة مشاعر الود في نفوس الآخرين أو أن تبدو وكأنك تسعى أن تكون جذاباً ولطيفاً.
 - 4- حافظ دائماً على شيئين هاميين: الهدوء والإبتسامة.

والإبتسامه الخالصة الطيبة المريحة الصادرة من أعماقك، والناس يستطيعون أن يميزوا ما بين الإبتسامه الحقيقية الخالصة وبين المزيفة، فإن وجدوا الأولى دفعهم هذا إلى الإحساس بالود والمودة.

-الخطوة الخامسة:-

انطق الكلمات الجيدة: إن نجاحك غالباً ما يعتمد على ما تملكه من مقدرة على التحدث واختيار الكلمات المناسبة، فكلما كان اختيارك جيداً للكلمات استطعت أن تصل إلى كيمياء الشخصية التي أمامك.

1- إذا كان حديثك مع شخص ما لأول مرة ابدأ بكلمات تبعث على الدفء عن طريق الأسئلة البسيطة أو الملاحظات الواضحة مثل الإسم، الحالة الإجتماعية، العمل، الأحوال الجوية... وستجد من هذا الحديث البسيط أن هناك حديثاً ودياً بدأ مع هذا الشخص وأصبح حديثاً ممتعاً.

2-دعه يتحدث عن نفسه بدفعه إلى الكلام وستحصل عندها على لقب المتحدث الجيد اللبق بدون أن تتكلم كثيراً.

3-لا تستخدم كلمة "أنا نفسي" أو "أنا شخصياً"، بل عليك بـ"أنت نفسك" للطرف الآخر.

4-وجه الأسئلة التي تهّم الآخرين: لماذا، أين، كيف؟ كيف استطعت أن تنجح في هذا؟ ماذا تقوم عندئذ؟... إلى غير ذلك من الأسئلة التي تكسبك سمعة أنك واحد من أمتع المتحدثين.

5-تحدّث عن نفسك عندما يدعوك الطرف الآخر لذلك ولا تفرض نفسك وحديثك عليه.

-الخطوة السادسة:-

اجذب الآخرين نحو وجهة نظرك: الوضع الطبيعي أنك عندما تصادف رأياً معارضاً لوجهة نظرك هي أن تتناقش وتجادل، وبالتالي تتمنى أن تتغلب عليه بطريقة أو أخرى. المهم أن يقتنع، كما أنه من الطبيعي أيضاً أن نأخذ الأمر بمثابة تهديد وصفعة موجهة لذاتنا، وعلينا أن نقوم بالرد بما ينال من ذاتنا ويتملكننا الانفعال، وقد يصل بنا الأمر إلى التهديد والوعيد والسخرية كما التهوين والتقليل من وجهة النظر الأخرى، كل هذا لا يؤدي إلى الفوز لأنك لا تغير رأي الطرف الآخر بالقوة أو تكسير عظامه. ولكن عليك بـ:

1-الإستماع والإصغاء الجيد لما يعرض الطرف الآخر لوجهة نظره ولا تقاطعه أثناء عرضه، وأعد عليه بعض النقاط التي قام بعرضها، وإذا انتهى أسأله عما إذا كان هناك ما يحب أن يضيفه، اجعله يشعر تماماً بأنك مهتم بوجهة نظره تماماً.

2-لا تتسرّع بقول كلمة "لا"، بل خذ لحظة للتفكير وأشعره بذلك حتى تعطي لديه انطباعاً بأنك فكّرت ولم تتسرّع، ولا تزدد من مدة التفكير فيظن أنك تتهرب أو حدث لك نوع من الإرتباك النسبي لما قاله.

3-ادرس كل النقاط التي يعرضها الآخر وستجد بها بعض نقاط تلتقي بها معه، اعترف بها وسلم بصحتها، وليس من المفيد أن تعارضه في كل النقاط التي تحمل وجهة نظره، وعندما ترى أن جميع نقاطه ووجهة نظره غير صحيحة لديك وافقه على بعض النقاط البسيطة وغير الهامة وعندما سيصبح لديه ميلاً أكثر للتسليم بوجهة نظرك.

4-عندما تبدأ في عرض وجهة نظرك كن هادئاً ولا تتفعل ولا تهدد ولا تلوح باستخدام القوة.

5-إذا قمت بتغيير وجهة نظر الطرف الآخر دعه يحفظ ماء وجهه ولا تحرجه وإلا فلن يخرج عن نطاق وجهة نظره السابقة وافترض أمامه أنك لو كنت مكانه لتبنييت وجهة نظره في ظل ما كان متوافراً من معلومات، وحاول دائماً أن تجد مبرراً لوجهة نظره أو لخطئه إن كان مخطئاً.

-الخطوة السابعة:-

امدح الآخرين وأثن عليهم: عليك أن تعرف أن المدح والثناء لهما مفعول المعجزة في النفس البشرية، فالجميع يستجيب لهما ويسعد بهما وتهيم روحه في السماء من فرط الرضا والإنبساط، كل هذا يتم وبكلمات بسيطة فقط:

- 1- اجعل مدحك صادقاً وغير روتيني وخص من تمدحه به ولا تداهنه أو تتملقه.
- 2- عيّر عن مدحك بوضوح ولا تتردد ولا تفترض أنه يعرف أنك تمدحه.
- 3- إذا كانت مجموعة من الأفراد ليكن مدحك لهم فرداً فرداً وبأسمائهم وليس مدح بالجملة "شكراً لكم جميعاً".
- 4- انظر إلى من تمدحه وتطلع إلى عينيه.
- 5- ابحث عن عمد عن الأشياء التي يمكن أن تمدح عليها الغير.
- 6- صب مدحك على الشيء الذي قام به الشخص وليس الشخص ذاته، فالأول يمكنك من الحصول على مزيد من النتائج والأخير يشعر من تمدحه بالمجاملة والإحراج والزهو.

-الخطوة الثامنة:

انتقد ولكن بدون حرج: من ممّا لا ينتقد غيره من الناس؟ الكل يتفانى في نقد الآخرين وتحت مسمى كل الدوافع: المصلحة العامة، المصلحة الخاصة، التقليل من شأن الآخرين، تصيد الأخطاء.. كل شيء مباح للنقد. المهم هو كيف تقلل من شأن هؤلاء؟
 بالتأكيد هذا على غير الصواب، فإذا أردت أن تنتقد شيئاً ترى فيه خطأ ما وتريد أن تصوب هذا الأمر لفاعله فعليك أن تتقن فن النقد وغرضه الأساسي هنا هو إبقاء من تقوم بنقده في طريقه الصحيح لا يعدل عنه ولا يغيره نتيجة لنقدك، ولإتقان فن النقد ست درجات:

*الأولى: السرية

إذا كنت تريد حقاً أن تصحح الخطأ وترى العمل في مساره الصحيح، عليك بنقد المخطئ سراً. فإنك إن نصحتة جهراً فقد فضحته والمرء يقبل النصيحة ولا يقبل الفضيحة حتى ولو كانت لديك أسمى الدوافع والقيم والحق في النقد. تذكر فقط لو كنت أنت المنتقد فكيف يكون حالك لو قام أحدهم بنقدك علانية، فهل كنت ستصمت وتلتزم بتنفيذ ما سمعته أم ربما تبحث عن مبررات تؤكد بها ما تفعله وربما تثور في وجه منتقدك وتسبه؟

إذا أردت أن يفعل بك ذلك فهذا شأنك، أما الآخرون فعليك أن تنصحهم سراً وإلا فالويل لك ولا تلومن إلا نفسك.

*الثانية: الكلمة الطيبة

كلما كنت رقيقاً في كلامك طيباً في حديثك لان لك الناس، فما بالك لو قدّمت المدح والثناء لمن تنتقده فكيف سيكون الحال؟ هنا إذا فعلت ذلك فقد ملكته دون رق أو عبودية فقلبه معك وعقله لك. افعّل به الآن ما شئت لتصح مسار العمل المنشود فهو طوع يمينك. وإذا فعلت العكس وبدأت بذمه والكيل له، فلا تلومن إلا نفسك.

*الثالثة: انقد العمل وليس صانع العمل

إذا كنت تبغي الإصلاح بالنقد فأنت هنا تهتم بالعمل وبالتالي نقدك يجب أن ينصبّ على العمل المؤدّى وليس على الذي أدّى هذا العمل.. أي عليك أن تركز على التصرف وليس على الشخص، فإذا فعلت ذلك فقد رفعت من قدره وشددت من أزره لتحسين عمله وليس لزيادة سلبياته ويمكن أن تختبر نفسك: هل توجه النصح والنقد لتتشفى ممن عمل هذا العمل وتتصيد له الأخطاء أم أنك حقاً تسعى نحو الفعالية والفاعلية في العمل؟

*الرابعة: قدّم الحلول

ما الهدف من نقدك للعمل وما الذي تعلمه من هذا النقد في عمله؟ فهو لو كان يدرك صحة أداء العمل ما كان له أن يخطئ فيه، دورك هنا أن تعطي وتقدم له الطريقة الصحيحة للعمل وكيف يتجنب حدوث هذا

الخطأ مرة أخرى.

وإياك أن تكون ناقداً ساخطاً على الدوام وجهك لا يعرف الإبتسامه.
ولا تقول لمن تنتقده "اتصرف المهم عليك أداء هذا الشيء بالطريقة الصحيحة"، أنت هنا لست بمسؤول
عن هذا الشخص وليس لك حق نقده، فكما لا يعرف هو كذلك أنت، فلا تعرّض نفسك للحرّج.

*الخامسة: انتقد مرة واحدة للخطأ الواحد

إذا قمت بالنقد مرة واحدة لأحد الأخطاء فلا غبار عليك، ولكن في الثانية أعطيت لمن تنتقده مبرراً
للدفاع عن نفسه بالخطأ، وفي الثالثة سيتفنن في أن يغيظك وينكد هو عليك، وفي الرابعة سيسخر منك،
وفي الخامسة سيعلم للجميع أنك تنتقده وأنه لا يستمع لك، وفي السادسة سيفكر في أن يقوم بطردك من
المكان الذي تقف فيه الآن، وفي السابعة سيفكر في التعرض لك إما بالضرب المبرح أو أن يترك لك
المكان بعد أن يقوم بتخريبه.

تذكر شيئاً واحداً أنه طالما تسعى نحو الوصول لعمل جيد وليس الفوز في معركة مع شخص ما يقوم
بهذا العمل، الفت نظره مرة واحدة فقط لما يفعله من خطأ وبنفس الشروط السابقة وإلا ف...

السادسة: اختم نقدك بإبتسامه

المقصود بالإبتسامه هنا أن يشعر من تنتقده بالودّ والحبّ والصفاء من جانبك وأنت تدرك أن ما فعله
عن دون قصد وليس متعمداً وليست ابنتامه صفراء خبيثة مأكرة أو ابنتامه بلاستيكية لا لون لها أو
طعم أو إحساس.
اربت على ظهره في ود وحنان وليس رفسه في قدمه ولا تهدد أو تتوعد واطلب منه التريث والهدوء
فالعمل في حاجة إليه فهو ابن الشركة وأنت أخوه وليس عبداً عند الشركة وأنت سيده ومولاه.
إما أن تنتقد الغير في سرية وبكلام طيب وتركز على العمل فقط مع تقديم الحلول للأخطاء وحنان بالغ
وود غير مفقود، وإما أن ينفرد العقد منك ولن تستطيع جمعه مرة أخرى.
إن فعلت النقد بفن كسبت إلى جانبك رجالاً كثيراً، وإن نقدت شخصاً واحداً بطريقة خاطئة التف حولك
الرجال ليوسعوك سلقاً بأفاهواهم وسحقاً بأقدامهم، فأنت عدو لهم.
إن نقدك للغير يمكن أن يمكنك من جذب الناس حولك أو يجعلهم أعداءً لك، فانظر هل تسلح جيشك
بالأعداء من رجالك أم تسعى نحو تعلم فن النقد دون تجريح.

المصدر : موسوعة مقالات مهارات النجاح - كتاب أنت والآخرون