



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة
(مُعتمدة) شهرياً

العدد السادس والثمانون
(أبريل 2023)

السنة التاسعة والأربعون
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها
مركز بحوث
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)

شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباع بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00 تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعتبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- تحصيل قيمة العدد من الباحث (نقدًا)، ويستلم الباحث عدد 6 مستلآت من بحثه 5 منها (مجانًا) و (15) جنيه للمستلة السادسة الإضافية ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: (+2) 01555343797
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد السادس والثمانون - أبريل ٢٠٢٣

تصدر شهرياً

السنة التاسعة والأربعون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَّمة
(اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر؛

أ.د. سوزان القبيني، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري

أ/ سونيا عبد الحكيم

أمين المركز

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس وحدة النشر

أ/ راندانوار وحدة النشر

أ/ زينب أحمد وحدة النشر

أ/ شيماء بكر وحدة النشر

د/ امل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة

المحرر الفني

إسلام أشرف وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة

وحدة الدعم الفني

تدقيق و مراجعة لغوية

د. تامر سعد الحيت

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة (المراسلات الخاصة) بالمجلة (إلى): د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.support.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير د. حاتم العبد

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيبي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارح جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

محتويات العدد 86

الصفحة

عنوان البحث

LEGAL STUDIES

الدراسات القانونية

1. الاتفاقات والممارسة اللاحقان كوسيلتين تفسيريتين للمعاهدات الدولية (قراءة تحليلية في الاستنتاجات المتبناة من قبل لجنة القانون الدولي)..
د. حاتم العبد
44-3
2. دور التشريعات البيئية في حماية مياه الخليج العربي من التلوث
الباحث/ وليد نور ثميم المطيري
88-46
3. الحق في الشكوى كآلية إجرائية للحماية الدولية لحقوق الإنسان
الباحثة/ هبة إبراهيم محمد عبطة
116-90

ARABIC LANGUAGE STUDIES

دراسات اللغة العربية

4. الترجمة والحراك النقدي في سلطنة عُمان «مجلة نزوي نموذجاً»
الباحث/ منصور بن محمد بن سالم السيابي
144-118
5. المصادر و دورها في صناعة معاجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية
الباحث/ صابر صلاح عامر عامر سلام
176-146

PHILOSOPHICAL STUDIES

الدراسات الفلسفية

6. الخصائص الأبستمولوجية لمفهوم التنوير بين الرؤية التاريخية و التحليل الفلسفي النقدي: دراسة تاريخية تحليلية
الباحثة/ فائزة محمد يحيى علي
198-179

MEDIA STUDIES

الدراسات الإعلامية

244-200 .7 العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالإتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة في ضوء البيئة الرقمية "دراسة ميدانية"
عبلة عبد النبي عبد العظيم مجاهد

266-246 .8 الأنشطة الاتصالية للقائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية
الباحث/ فهد بيان مناور الراجحي

• دراسات مكتبات ومعلومات

STUDIES OF LIBRARIES AND INFORMATION

314-268 .9 اتجاهات النشر في الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء بالقاهرة «دراسة ببليومترية»
الباحث/ سعيد عثمان محمد محمد غانم

TECHNICAL STUDIES

• الدراسات الفنية

346-317 .10 الدور السياسي للمسرح الديني الأفريقي في عهد الاستعمار.....
منى عرفة محمد أمين

LINGUISTIC STUDIES

• الدراسات اللغوية

28-1 .11 **Power Relations in Judy Upton's *Bruises*:
A Pragmatic and Conversational
Analysis Approach**

الباحثة/ نورا مصطفى مرتضى

الأنشطة الاتصالية للقائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني

في وزارة الداخلية الكويتية

Communication Activities of the Department of Security Information

in the Kuwaiti Ministry of Interior

الباحث/ فهد بيان مناور الراجحي

باحث دكتوراة بقسم الإعلام كلية الآداب – جامعة عين شمس

Researcher/ Fahad Bayan Munawer Al-Rajhi

PhD Researcher in the Department of Media

Faculty of Arts, Ain Shams University

alrajhifhd@gmail.com



www.mercj.journals.ekb.eg

المخلص:

سعت الدراسة إلى معرفة الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية، والوسائل المستخدمة في تنفيذها، وكيفية مساهمتها في تحقيق أهداف الوزارة عبر استخدام منهج أساليب الممارسة بالتطبيق على جميع القائمين في الاتصال في إدارة الإعلام الأمني في الوزارة والبالغ عددهم (٩٩) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية قد تمثلت في "إعداد وتحرير المعلومات للوسائل الإعلامية المختلفة" بنسبة (٩٣%)، وأن أبرز معايير اختيار هذه الأنشطة قد تمثلت في "المدة الزمنية المحددة للقيام بالأنشطة الاتصالية الأمنية" بنسبة (٨٤.٥%)، فيما تمثلت أبرز القضايا الأمنية التي تتناولها أنشطة إدارة الإعلام الأمني قد تمثلت في "حوادث السير والتوعية المرورية والتعامل مع الطرق" بنسبة (٨٧%).

وأظهرت الدراسة أن أبرز أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية قد تمثلت في "تقديم الخدمات الأمنية والمجتمعية" بنسبة (٩٢%)، فيما جاءت عبارة "إيضاح القوانين والإرشادات التي ينبغي الالتزام والتقيد بها" قد جاءت في الترتيب الأول بين العبارات التي تدور حول كيفية مساهمة الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في تحقيق أهداف وزارة الداخلية الكويتية بنسبة (٩٣%).

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، القائم بالاتصال، إدارة الإعلام الأمني، وزارة الداخلية الكويتية



Abstract

The study sought to know the communicative activities of the Security Media Department in the Kuwaiti Ministry of Interior, the means used in their implementation, and how they contribute to achieving the objectives of the ministry by using the method of practice methods by applying to all communicators in the security media department in the ministry, who are (99) single.

The study concluded that the most prominent communication activities carried out by the Security Media Department in the Kuwaiti Ministry of Interior were represented in “preparing and editing information for various media outlets” at a rate of (93%), and that the most prominent criteria for selecting these activities were represented in the “specified time period for carrying out communication activities.” security” by (84.5%), while the most prominent security issues addressed by the activities of the Security Media Department were represented by “traffic accidents, traffic awareness and dealing with roads” by (87%).

The study showed that the most important objectives of the communication activities carried out by the Security Media Department in the Kuwaiti Ministry of Interior were “providing security and community services” by (92%), while the phrase “clarifying the laws and instructions that should be adhered to and adhered to” came in the first place. Among the statements that revolve around how the communication activities of the Security Media Department contribute to achieving the goals of the Kuwaiti Ministry of Interior by (93%).

Key Words: Communication Activities, Department of Security Information, Kuwaiti Ministry of Interior.

المقدمة

يؤدي تنوع الأنشطة الاتصالية واختلافها في المؤسسات والمنظمات إلى تحقيق أهدافها بشكلٍ أسرع ومضمون وفق سياسة المؤسسة أو المنظمة ومعايير تلك الأنشطة وظروف كل نشاط، فعلى صعيد إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية؛ تهدف الإدارة من خلال برامجها وأنشطتها الاتصالية إلى تحقيق جملة من الأهداف المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع الكويتي والتي تختلف وفقاً للهدف من كل نشاط، والمدة الزمنية المقررة للتخطيط وتنفيذ النشاط، والإطار المكاني والجمهور المستهدف، إلى جانب العوامل والموارد المالية والبشرية المخصصة لتنفيذ النشاط، وتتناول تلك الأنشطة بشكلٍ عام القضايا الأمنية الأساسية والحساسة بهدف العمل على زيادة وعي الجمهور الكويتي حولها، إذ إن تحقيق الأمن داخل المجتمع الكويتي يعد هدفاً أساسياً ومطلباً مهماً لكافة القوى المجتمعية الأمنية منها وغير الأمنية⁽¹⁾، وتعتبر التوعية الأمنية للأفراد من أبرز أولويات الأجهزة الأمنية في الدولة ولا تقل أهميتها بالنسبة للقطاعات الأخرى في المجتمع، ذلك أن الأمن مرتبط بالأفراد والمؤسسات والمجتمع ككل، كما أن الجهل بالقضايا والمشكلات الأمنية والقوانين والتشريعات المتعلقة بها يؤدي إلى انتشار مختلف أشكال الجرائم وغياب الاستقرار الأمني والاجتماعي، وبذلك، فإن نشر الثقافة الأمنية ورفع مستوى الوعي الأمني لدى الأفراد من شأنه أن يساعد على مواجهة القضايا الأمنية بمهنية وحرفية مما يوفر الأمان والاستقرار للمجتمع⁽²⁾.

وبذلك، يرى الباحث أن من وظائف الأنشطة الاتصالية المهمة لإدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية رفع مستوى الوعي الأمني لدى الجمهور، وخصوصاً فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكبر والأهم في المجتمع الكويتي لما تمتلكه من خصائص جعلتها الفئة الأكثر تعرضاً للمخاطر الأمنية المنتشرة في داخل الكويت وخارجه، وبذلك تحاول هذه الدراسة معرفة دور هذه الأنشطة في توعية الشباب بالقضايا الأمنية؛ نظراً لأهمية هذا النوع من الدراسات، وخصوصاً في ظل ما تمر به المنطقة العربية من أزمات سياسية وأمنية قد تؤثر على المجتمع الكويتي، وخصوصاً بعد أحداث الربيع العربي والتي ساهمت في ظهور وانتشار العديد من القضايا الأمنية مثل قضايا الفساد والتسلح غير الشرعي والإرهاب والمخدرات ومختلف أشكال الجرائم، الأمر الذي يستدعي زيادة جهود إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية للتوعية الأمنية بالمخاطر المترتبة على تلك القضايا.



مشكلة الدراسة:

تسعى وزارة الداخلية الكويتية من خلال إدارة الإعلام الأمني فيها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المرتبطة بالمجتمع من خلال زيادة وعي الجمهور الكويتي بالقضايا الأمنية؛ تحقيقاً للأمن الداخلي، والذي يعد مطلباً أساسياً لمختلف القوى المجتمعية والسياسية في الكويت بصرف النظر عن توجهاتها وانتماؤها، لذلك فقد كان لزاماً على إدارة الإعلام الأمني في الوزارة أن تؤدي دوراً أكثر فاعلية في التوعية بمختلف القضايا الأمنية التي تحدث على الصعيد العالمي والعربي والكويتي الداخلي والمرتبطة بأمن الفرد والمجتمع من خلال أنشطتها الاتصالية في الوقت الذي تعتبر فيه المنطقة العربية منطقة ساخنة وملئية بالأحداث، وخصوصاً بعد ثورات الربيع العربي، حيث ظهرت العديد من القضايا مثل الفساد والتسلح غير الشرعي إلى جانب قضايا الإرهاب والمخدرات وغيرها. وبذلك تسعى هذه الدراسة إلى الكشف الأنشطة الاتصالية للقائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية.

أهمية الدراسة:

تتأتى أهمية هذه الدراسة من الحاجة إلى الدراسات التي تعنى بالأنشطة الاتصالية المرتبطة بالإعلام الأمني في ظل الأحداث الإرهابية التي تجري في المنطقة العربية، وما يتبعها من ظهور تنظيمات إرهابية جديدة تحاول التأثير على الفكر الأمني لدى الشباب؛ نظراً لكونهم الفئة الأكبر في المجتمع، حيث اتضح للباحث عدم وجود دراسة -بناء على البحث في الدراسات السابقة- تناولت دور الأنشطة الاتصالية لوزارة الداخلية الكويتية في توعية الشباب بالقضايا الأمنية، بالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت الأنشطة الاتصالية لممارسي لعلاقات العامة في المؤسسات والجهات غير الأمنية.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في التعرف إلى:

١. الأنشطة الاتصالية الأمنية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني.
٢. الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية الأمنية في وزارة الداخلية الكويتية.
٣. القضايا الأمنية التي تركز عليها إدارة الإعلام الأمني من خلال أنشطتها الاتصالية الأمنية.

الباحث / فهد بيان مناور الراجحي

٤. كيفية مساهمة الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في تحقيق أهداف وزارة الداخلية الكويتية.

تساؤلات الدراسة:

١. ما الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية؟
٢. ما القضايا الأمنية التي تتناولها الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية؟
٣. ما الوسائل الاتصالية المستخدمة لتنفيذ أنشطة إدارة الإعلام الأمني؟
٤. ما أهداف الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية؟
٥. كيف تساهم الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في تحقيق أهداف الوزارة؟

الدراسات السابقة:

يؤدي ممارسو العلاقات العامة العديد من الأنشطة المتنوعة التي يهدفون من خلالها إلى تحقيق أهداف المنظمة أو المؤسسة، وتحسين سمعتها، وبناء صورتها الحسنة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية، وفي هذه المجال توصلت دراسة وسام الزعبي (٢٠١٦)^(٢) إلى أن أبرز الأنشطة التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة قد تمثلت في "إعداد وتحرير التقارير والمطويات والنشرات والمطبوعات الأخرى"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Vakentini, 2013)^(٤) التي توصلت إلى أن ممارسي العلاقات العامة يعملون على نشر المعلومات الدقيقة، وتستبعد المعلومات غير الملائمة عند تنفيذ أنشطة العلاقات العامة".

وإلى جانب ذلك؛ توصلت دراسة أحمد علي (٢٠١٨)^(٥) إلى أن "الحرص على ربط المؤسسة أو المنظمة بالهيئات والمنظمات الأخرى" قد جاءت في مقدمة أنشطة العلاقات العامة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧)^(٦) التي توصلت إلى أن أبرز هذه الأنشطة هي "التعريف بالمؤسسة أو المنظمة"، كما تختلف دراسة إسماعيل أبو جراد (٢٠١٦)^(٧) مع تلك الدراسات، حيث أشارت إلى أن أبرز أنشطة العلاقات العامة قد تمثلت في "الأنشطة والبرامج التعليمية"، كما تختلف مع دراسة عدي الأمير (٢٠١٥)^(٨) التي توصلت إلى أن أبرز الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة هي "التعريف بالمنظمة".



١. الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة:

أثبتت العديد من الدراسات تعدد وتنوع الوسائل الاتصالية التي يستخدمها القائمون بالاتصال وممارسو العلاقات العامة في مختلف المنظمات والمؤسسات لتنفيذ الأنشطة الاتصالية المختلفة، فعلى صعيد الدراسات التي تناولت الوسائل الاتصالية غير المباشرة (الإلكترونية) توصلت كل من دراسة أحمد علي (٢٠١٨) ودراسة سارة العكور (٢٠١٥) إلى أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون وسائل الإعلام الحديث للتواصل مع الجمهور الخارجي، كما توصلت دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) إلى أن "مواقع التواصل الاجتماعي" قد جاءت في مقدمة هذه الوسائل، ومن جهة أخرى، اتفقت دراسة وسام الزعبي (٢٠١٦) ودراسة عدي الأمير (٢٠١٥) ودراسة هيا عاشور (٢٠١٤) ودراسة سليمان الخوالدة (٢٠١٤).

أما أبرز الوسائل الاتصالية غير المباشرة (غير الإلكترونية) المستخدمة في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة؛ توصلت دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) إلى أن "الوحة الإعلانات الداخلية" قد جاءت في مقدمة هذه الوسائل، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة وسام الزعبي (٢٠١٦) ودراسة عدي الأمير (٢٠١٥) اللتين توصلتا إلى أن أكثر وسائل الاتصال غير المباشر (غير الإلكترونية) استخداماً لدى ممارسي العلاقات العامة هي التقارير والمذكرات المكتوبة.

ومن جهة أخرى، أشارت دراسة (Mathew & Ogedebe, 2012) إلى أن "الملصقات" قد جاءت في مقدمة وسائل الاتصال الجمعي المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية هي "الملصقات"، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) ودراسة أحمد عتوم (٢٠١٠) اللتين خلصتا إلى أن أبرز هذه الوسائل قد تمثلت في "ورش العمل"، وتختلف دراسة إسماعيل أبو جراد (٢٠١٦) مع هذه الدراسات، حيث توصلت إلى أن "الرسائل النصية" قد جاءت في مقدمة هذه الوسائل، وأشارت دراسة وسام الزعبي (٢٠١٦) إلى أن أكثر وسائل الاتصال الجمعي استخداماً لدى ممارسي العلاقات العامة هي المحاضرات، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عدي الأمير (٢٠١٥) التي توصلت إلى أن أبرز الوسائل استخداماً هي "البيانات الصحفية"، كما تختلف مع دراسة سليمان الخوالدة (٢٠١٤) التي أشارت إلى أن أبرز هذه الوسائل هي "المؤتمرات".

وفي مجال وسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة؛ توصلت دراسة هبة غنيمة (٢٠١٤) ودراسة هدى خضير (٢٠٠٨) إلى أن التلفزيون هو الأكثر استخداماً بين الوسائل الاتصالية لتنفيذ أنشطة العلاقات العامة،

الباحث / فهد بيان مناور الراجحي

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أحمد علي (٢٠١٨) ودراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) ودراسة وسام الزعبي (٢٠١٦) ودراسة كرم الله الأمين (٢٠١٤) ودراسة عدي الأمير (٢٠١٥) اللواتي توصلن إلى أن أكثر وسائل الاتصال الجماهيري استخداماً لدى ممارسي العلاقات العامة هي شبكة الإنترنت، وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة سليمان الخوالدة (٢٠١٤) ودراسة أحمد عتوم (٢٠١٠) إلى أن أبرز هذه الوسائل قد تمثلت في الصحف اليومية.

٢. معايير اختيار الأنشطة الاتصالية وأهدافها:

تتعدد المعايير التي يتم بناءً عليها اختيار الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات المختلفة، حيث يرتبط بعضها بالميزانية المخصصة للأنشطة، ويرتبط بعضها بالإطار الزمني والمكاني والجغرافي والجمهور المستهدف من تلك الأنشطة، وفي إطار ذلك اتفقت كل من دراسة وسام الزعبي (٢٠١٦) ودراسة عدي الأمير (٢٠١٥) على أن أبرز معايير اختيار ممارسي العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية قد تمثلت في "المدة الزمنية المتاحة للقيام بالأنشطة الاتصالية"، في حين اتفقت دراسة أحمد علي (٢٠١٨) ودراسة إسماعيل أبو جراد (٢٠١٦) ودراسة هبة غنيمه (٢٠١٤)^(٩) على أن الميزانية المخصصة للأنشطة العلاقات العامة قد جاءت في مقدمة معايير اختيار الأنشطة، وتختلف هذه النتائج مع دراسة هيا عاشور (٢٠١٤) التي أوضحت أن أبرز العوامل المؤثرة على اختيار الأنشطة الاتصالية لدى ممارسي العلاقات العامة هو "عدم توفر العدد الكافي من الموظفين"، كما تختلف مع دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) التي توصلت إلى أن النطاق الجغرافي للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة يركز على العاصمة الكويت، مما يجعلها أحد أبرز معايير اختيار الأنشطة.

ومن جهةٍ أخرى، يحاول ممارسو العلاقات العامة تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال الأنشطة الاتصالية التي يقومون بها، حيث توصلت دراسة أحمد علي (٢٠١٨) إلى أن أبرز هذه الأهداف قد تمثلت في "كسب ثقة الرأي العام وتأييده"، كما أشارت دراسة محمد الخالدي (٢٠١٧) أن أبرز أهداف الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة قد تمثلت "تأسيس هوية المنظمة أو المؤسسة"، واتفقت دراسة عدي الأمير (٢٠١٥) ودراسة سليمان الخوالدة (٢٠١٤) على أن أبرز هذه الأهداف قد تمثلت في "رسم صورة ذهنية طيبة عن المنظمة"، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Mathew & Ogedebe, 2012) التي توصلت إلى أن أبرز أهداف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة هي "نشر الأنشطة وخلق التفاهم بين الجمهوريين



الداخلي والخارجي"، كما اختلفت مع دراسة جدعان الشمري (٢٠١٦)^(١٠) التي خلصت إلى أن ممارسي العلاقات العامة يرون أن أنشطتهم تساهم في تحقيق خطة التنمية بالدرجة الأولى.

الإطار النظري الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على نظرية المبادئ العامة والتطبيقات الخاصة والتي وضعها جيمس جرونج (James Grunig) عام (١٩٨٤) بعد ممارسته لمهنة العلاقات العامة لأكثر من عقدين، وتشتمل النظرية على أربعة نماذج للعلاقات العامة والتي ساعدت في إحراز تقدم كبير في هذا المجال^(١١)، إذ تبحث هذه النماذج في أشكال الاتصال وطبيعته في المؤسسات المختلفة^(١٢)، وتختلف هذه النماذج عن بعضها في الغرض أو الوظيفة التي تقدمها للمؤسسة التي تتبناها، ويركز (Grunig) على أن النماذج الأربعة ما هي إلا وسيلة مساعدة لفهم كيفية ممارسة العلاقات العامة في المنظمات، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذه النماذج عبارة عن تعميمات، والتعميمات دائماً ما تكون خادعة جزئياً؛ لأنها تحذف بعض الحقائق باستمرار^(١٣)، وفيما يلي شرح مفصل لهذه النماذج:

أولاً: نموذج الوكالة الصحفية: يعتمد نموذج الوكالة الصحفية على الاتصالات الدعائية والاتصالات أحادية الاتجاه^(١٤)، فالوكيل الصحفي في هذا النموذج يريد فقط تحقيق النجاح للخدمات التي يقدمها، في حين أن موثوقية هذه المعلومات ليست ذات أهمية كبيرة^(١٥)، لذا يشار إلى هذا النموذج على أنه نموذج للدعاية من خلال استخدام مختلف وسائل الإعلام، بحيث يتم نشر المعلومات المبالغ فيها والمتلاعب بها والمشوهة ودون تحديد أولويات البحث بهدف التأثير على الجمهور للتصرف بالطريقة التي تريدها المنظمة^(١٦)، لذا ومن أجل تحقيق هذا التأثير؛ فإن هذا النموذج يتضمن اتصالاً هابطاً يسير اتجاه واحد من الإدارة العليا إلى ممارسي العلاقات العامة العاملين بها، ومن المنظمة إلى جمهورها الخارجي دون الأخذ بعين الاعتبار رجوع الصدى للجمهورين الداخلي والخارجي^(١٧).

ثانياً: نموذج الإعلام العام: يسعى هذا النموذج إلى توجيه الغالبية العظمى من المعلومات الموضوعية من خلال وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الأخرى^(١٨)، وبالرغم من موضوعية المعلومات ودقة الرسائل الإعلامية إلا إنها لا تعتبر ضرورية بالنسبة للجمهور^(١٩)، إذ يقوم ممارسو العلاقات العامة بإرسال المعلومات والبيانات الدقيقة الكاملة عن المنظمة أو المؤسسة التي يعملون بها من خلال مختلف وسائل الإعلام والاتصال، وتكون هذه المعلومات معدة مسبقاً دون أخذ آراء ووجهات نظر

الباحث / فهد بيان مناور الراجحي

الجمهور بعين الاعتبار^(٢٠)، ويسعى هذا النموذج إلى تحقيق الحد الأدنى من الإقناع لدى الجمهور وتغيير سلوكه دون تغيير اتجاهات المنظمة من خلال نشر المعلومات العامة التي تعتمد على القليل من البحث قبل إجراء عملية الاتصال، ويتميز الاتصال في نموذج الإعلام العام بأنه أحادي الاتجاه ولا يعبر أي انتباه لردود فعل الجمهور، وبذلك، فإن هذا النموذج -على عكس نموذج الوكالة الصحفية الذي يهدف إلى الترويج للمنظمة والتأثير على الجمهور- يهدف إلى تقديم المعلومات للجمهور فقط، مما يجعله مختلفاً عن نموذج الوكالة الصحفية^(٢١).

ثالثاً: نموذج الاتصال غير المتوازن باتجاهين: الفكرة من هذا النموذج هو الوصول إلى عقل الجمهور وبناء الرسالة بطريقة تضمن الحصول على ردود الفعل الأكثر إيجابية وفعالية تجاه المنظمة^(٢٢)، إلا إن مدراء المنظمة في هذا النموذج يميلون إلى اختيار حلول المشكلات التي تواجههم (برامج العلاقات العامة) بناءً على مصالح المنظمة، إذ تكون حلولهم أحادية الجانب تركز على إقناع الجمهور لتغيير موقفه وسلوكياته دون إظهار أي استعداد لتغيير اتجاهات أو سياسة المنظمة^(٢٣)، ويوضح النموذج التطور الأخلاقي للعلاقات العامة التي انتقلت من نهج المصلحة الذاتية للمنظمة إلى نهج يتضمن اهتماماً بالجمهور، إذ وعلى عكس نموذج الوكالة الصحفية الذي يستخدم المعلومات كسلاح للتلاعب والسيطرة والتأثير على الجمهور للاعتراف بأراء وتوجهات المنظمة ليساهم في دعم أهدافها التنظيمية دون تغيير أي من أفعالها، فإن هذا النموذج يحاول إجراء الترتيبات الأخلاقية الضرورية والانتباه إلى ردود فعل الجماهير وأخذها بالاعتبار عن التخطيط للأنشطة التالية^(٢٤).

رابعاً: نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين: يطلق على هذا النموذج "نموذج العلاقات العامة الممتازة" ويعد نموذجاً مثاليًا لممارسة العلاقات العامة؛ نظراً لأن المنظمة تقوم بالتخطيط لسياساتها واستراتيجياتها وبرامجها وفقاً للبيئة الخارجية التي تعمل بها والتي تعكس خصائص الجمهور واتجاهاته^(٢٥)، ويهدف هذا النموذج إلى إيجاد نوع من الفهم المتبادل بين المنظمة والجمهور، إذ تعتمد المنظمة إلى خلق حوار مع جماهيرها بدلاً من إرسال رسائل إعلامية باتجاه واحد^(٢٦)، ووفقاً لهذه النماذج، فإن ممارسة العلاقات العامة الفعالة تحدث نتيجة لتراكم ممارسة النماذج الثنائية (نموذج الاتصال المتوازن وغير المتوازن باتجاهين)، إذ يمكن أن يتحقق النموذج غير المتوازن في حال ضغط المنظمة على الجمهور لقبول مواقفها واتجاهاتها، وقد يتحقق النموذج المتوازن في حال استخدام اتصالات العلاقات العامة لإقناع الطرفين لقبول مواقف واتجاهات عامة تصب في مصلحتيهما^(٢٧)، وأشار (Grunig) إلى أن النماذج



الأربعة التي طبقت في المقام الأول على القطاع الخاص؛ صالحة أيضاً للتطبيق على القطاع العام حتى وإن كان نموذج المعلومات العامة هو الأكثر استخداماً بين الإدارات العامة في كثير من البلدان، إذ يمكن استخدام النماذج الأخرى مثل نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين في القطاع العام في أجزاء أخرى من العالم^(٢٨).

وعلى الرغم مما سبق، وخلافاً لما وصلت إليه دراسة (Grunig & Hunt, 1984) من أن نموذج المعلومات العامة هو الأكثر انتشاراً بين إدارات العلاقات العامة بنسبة (٥٠%) من المنظمات المدروسة^(٢٩)، إلا إنه ثبت عكس ذلك في دراسة لاحقة أجراها (Grunig & Grunig, 1992) على عينة من المنظمات المختلفة، إذ ظهر أن هذا النموذج هو الأقل استخداماً بين المنظمات الخاصة، وأن المنظمات الوحيدة التي تطبق هذا النموذج هي الوكالات الحكومية، كما ثبت أن نموذجي الاتصال المتوازن وغير المتوازن في اتجاهين لم يظهرهما كأحد أبرز النماذج المهيمنة على عمل العلاقات العامة بغض النظر عن نوع المنظمة، وبالرغم من ذلك، فقد أكد (Grunig & Grunig, 1992) على أن النموذج المتوازن باتجاهين هو المكوّن الرئيس للتمييز في العلاقات العامة وإدارة الاتصالات^(٣٠).

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تقديم وصف لواقع الظواهر والأحداث والمواقف والآراء والاتجاهات، وإيضاح العوامل التي ساهمت في تشكيلها وتطورها، بهدف تقديم تفسيرات لها وتحليلها وتفكيكها إلى أجزائها من أجل التنبؤ بمستقبلها أو تقويمها أو تغييرها أو تدعيمها، وفي إطار ذلك، استخدم الباحث منهج مسح أساليب الممارسة بالتطبيق على ممارسي العلاقات العامة في إدارة الإعلام الأمني، بهدف معرفة الأنشطة التي يقومون بها، ومعايير اختيارها، والقضايا التي تتناولها هذه الأنشطة، ودورها في تحقيق أهداف وزارة الداخلية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يمثل مجتمع الدراسة الميدانية جميع القائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية والبالغ عددهم (٩٩) مفردة بواقع (٧٨) مفردة من الذكور و(٢١) مفردة من الإناث؛ ونظراً لمحدودية عددهم وسهولة الوصول إليهم؛ قام الباحث بإجراء حصر شامل على جميع القائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني، وقد بلغ عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (٩٣) استمارة بنسبة (٩٣.٩%) من العدد الكلي.

أداة جمع البيانات:

قام الباحث باستخدام الاستمارة (الاستبيان) الإلكتروني؛ نظرًا لانتشار فيروس كورونا وصعوبة مقابلة المبحوثين وجهاً لوجه بهدف الحصول على المعلومات والبيانات من القائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية، والتي تلزم لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن أسئلتها، واختبار فرضياتها.



نتائج الدراسة الميدانية:

- السمات الشخصية والمهنية للقائمين بالاتصال:

أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية من الذكور؛ إذ بلغ عددهم (٧٥) مفردة مقابل (١٨) مفردة من الإناث، وجاء من تبلغ أعمارهم (٢٥ سنة - أقل من ٣٣ سنة) في المرتبة الأولى بين المبحوثين، وبلغ عددهم (٤٤) مفردة، يليهم من تتراوح أعمارهم بين (٣٣ سنة - أقل من ٤٠ سنة)، وبلغ عددهم (٣٥) مفردة، ثم (٢٤) سنة فأقل، وبلغ عددهم (٨) مفردة، وفي المرتبة الأخيرة (٤٠ سنة فأكثر)، وبلغ عددهم (٦) مفردات، كما بلغ عدد من يحملون شهادة بكالوريوس (٦٤) مفردة، يليهم من يحملون شهادة ثانوية عامة فأقل؛ وبلغ عددهم (٢١) مفردة، ثم من يحملون شهادة دبلوم كلية؛ وبلغ عددهم (٦) مفردات، وفي المرتبة الأخيرة من يحملون شهادة دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه) وبلغ عددهم (٢) مفردة، وجاء ممن تراوح سنوات خبرتهم (٥ سنوات - أقل من ١٠ سنوات) في المرتبة الأولى وبلغ عددهم (٤٣) مفردة، يليهم من تتراوح سنوات خبرتهم (أقل من ٥ سنوات) و (١٠ سنوات - أقل من ١٥ سنة)؛ وبلغ عددهم (٢٣) مفردة لكل منهما، وفي المرتبة الأخيرة من تتراوح سنوات خبرتهم (١٥ سنة فأكثر)؛ وبلغ عددهم (٤) مفردة، كما جاء من يحملون رتبة مهني في المرتبة الأولى؛ وبلغ عددهم (٢٦) مفردة، يليهم من يحملون رتبة عسكري؛ وبلغ عددهم (٢٥) مفردة، ثم من يحملون رتبة مدني؛ وبلغ عددهم (٢١) مفردة، ثم من يحملون رتبة من ملازم إلى نقيب؛ وبلغ عددهم (١٦) مفردة، وأخيراً من يحملون رتبة رائد فأعلى؛ وبلغ عددهم (٥) مفردة.

الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني ومعايير اختيارها:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن أبرز الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية قد تمثلت في "إعداد وتحرير المعلومات للوسائل الإعلامية المختلفة" (٩٣%)، يليه "التأكد من صحة المعلومات التي تنتقل للجمهور والعمل على تصحيحها" (٩٠.٥%)، ثم "التعريف بالأجهزة الأمنية التابعة لوزارة الداخلية" (٨٨.٥%).

ويشير ذلك إلى اهتمام الإدارة بكمية ونوعية المعلومات الأمنية الموجهة إلى الجمهور الكويتي، حيث تعمل على إعداد وتحرير المعلومات للوسائل الإعلامية من خلال أقسامها المتعددة (قسم التلفزيون، والإذاعة، والصحافة، والإعلام الإلكتروني، وغيرها)، كما تعمل على متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام بهدف التأكد من صحة المعلومات التي تنتقل إلى الجمهور والعمل على تصحيحها، كما تعمل على التعريف بالأجهزة الأمنية وبيان اختصاصاتها وإيضاح كيفية الاتصال والإبلاغ لهذه الأجهزة في حال حدوث أي خلل أمني، ومن جهة أخرى تعمل إدارة الإعلام الأمني في إعداد الملصقات والإعلانات التوعوية، وتحرر المعلومات للوسائل الإعلامية المختلفة، وتتصدى للشائعات والمعلومات الخاطئة، كما تؤدي دوراً في الربط والتنسيق بين أنشطة الإدارة وأنشطة الأجهزة الأمنية الأخرى بطريقة تسهم في تشكيل الوعي الأمني لدى المواطنين.

إضافةً لما سبق؛ أظهرت النتائج أن أبرز معايير اختيار الأنشطة الاتصالية في إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية قد تمثلت في "المدة الزمنية المحددة للقيام بالأنشطة الاتصالية الأمنية" (٨٤.٥%)، يليه "الوسائل الاتصالية المتاحة لدى العاملين في إدارة الإعلام الأمني" (٨٤%)، ثم "الفئة المستهدفة من الأنشطة الأمنية لإدارة الإعلام الأمني" (٨٢.٥%).

ويشير ذلك إلى أن هناك العديد من الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني تكون مقيدة بالمدة الزمنية المحددة لتنفيذ النشاط، حيث تعد بعض الأنشطة على مستوى عالٍ من الأهمية وينبغي تنفيذها خلال فترة زمنية قصيرة؛ نظرًا لأنها مرتبطة بحدث أو قضية ما تهم الجمهور كأن يرتبط النشاط بقانون أو قضية أو ظاهرة جديدة يتطلب إعلام الجمهور بها وتوعيته حولها، كما تفرض بعض حالات الطوارئ والظروف الاستثنائية على إدارة الإعلام الأمني أن تنفذ أنشطتها الاتصالية الأمنية خلال فترة زمنية قصيرة، إلى جانب ما سبق؛ تؤثر الفئة المستهدفة من النشاط كذلك



على معايير اختيار الأنشطة الاتصالية؛ فمثلاً يرتبط العديد من الأنشطة بفئات محددة من الجمهور الكويتي، كما هو الحال في الأنشطة الاتصالية التي يتم تنفيذها في بدء العام الدراسي أو في موسم السفر والتخييم.

- القضايا الأمنية التي تتناولها أنشطة إدارة الإعلام الأمني:

خلصت النتائج إلى أن أبرز القضايا الأمنية التي تتناولها أنشطة إدارة الإعلام الأمني قد تمثلت في "حوادث السير والتوعية المرورية والتعامل مع الطرق" (٨٧%)، يليها "الجرائم بمختلف أشكالها وكيفية تجنبها والإبلاغ عنها" (٨٦%)، ثم "قضايا العنف اللفظي والبدني" (٨٥.٥%).

ويشير التنوع في هذه القضايا إلى أن اختيارها يعتمد على العديد من العوامل المؤثرات مثل اعتماد الإدارة على مختلف المصادر للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لاختيار القضية المراد معالجتها، فعند التخطيط للأنشطة الاتصالية؛ تعمل إدارة الإعلام الأمني على اختيار القضية الأمنية التي قد تكون مشكلة معينة ينبغي التصدي لها ومعالجتها، أو التحذير من الانخراط في بعض المشكلات والقضايا الخطيرة مثل الترويج للمخدرات أو المشاركة في عمليات إرهابية أو غيرها، وعلى صعيد آخر يمكن تفسير مجيء "حوادث السير، والجرائم المختلفة، وقضايا العنف اللفظي والبدني" في مقدمة القضايا التي تركز عليها إدارة الإعلام الأمني إلى أن هذه القضايا هي الأكثر انتشاراً داخل المجتمع الكويتي، وبالتالي تعطى لها أولوية التغطية لتوعية المواطنين بمخاطرها وكيفية الحد منها.

- الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني:

أظهرت النتائج أن وسائل الاتصال الجماهيري قد جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني بوزن نسبي (٩٤.٥%)، يليها الوسائل الإلكترونية بوزن نسبي (٨٢.٥%)، ثم وسائل الاتصال الجمعي بوزن نسبي (٧٤.٥%)، ثم وسائل الاتصال الشخصي المباشر بوزن نسبي (٧٢.٥%)، ثم وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر (غير الإلكترونية) بوزن نسبي (٦٢.٥%).

ويشير ذلك إلى قدرة وسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة في تنفيذ أنشطة إدارة الإعلام الأمني إلى الوصول إلى مختلف فئات الجمهور وفي وقت واحد، كما أنه من الممكن استخدام هذه الوسائل في إنتاج برامج مصورة متخصصة في التوعية الأمنية، كما أن اعتماد وسائل الإعلام الجماهيري مثل القنوات التلفزيونية وشبكة

الباحث / فهد بيان مناور الراجحي

الإنترنت على الصوت والصورة والنص معًا جعلها تأتي في مقدمة الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الأنشطة، كما يشير مجيء وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر (غير الإلكترونية) في آخر الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة الإعلام الأمني إلى أن استخدام هذه الوسائل يبقى محدودًا وضيئًا إذا ما قورنت بالوسائل الاتصالية الأخرى؛ نظرًا أن الوسائل الإلكترونية على سبيل المثال أكثر سرعة وفعالية من الوسائل غير الإلكترونية، كما نجحت الوسائل الإلكترونية مثل موقع وزارة الداخلية وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت وغيرها في جذب الجمهور أكثر من الوسائل غير المباشرة.

- أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني:

أظهرت النتائج أن أبرز أهداف الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية قد تمثلت في "تقديم الخدمات الأمنية والمجتمعية" (٩٢%)، يليه "التفاعل مع الجمهور المستهدف" (٩٠.٥%)، ثم "تعزيز ثقة المواطنين بالأجهزة الأمنية لوزارة الداخلية" و "نشر أخبار وزارة الداخلية والمعلومات الأمنية حيال المعلومات المختلفة (٨٨%) لكلٍ منهما.

وتشير ذلك إلى محاولة إدارة الإعلام الأمني تحقيق أهدافها واستراتيجياتها من خلال الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها، حيث تتحدد أهمية إدارة الإعلام الأمني تبعًا للوظائف والمهام التي تؤديها، كما تحاول إدارة الإعلام الأمني بناء جسور الثقة بين الوزارة والإدارة وبين الجماهير الداخلية والخارجية بما يضمن نجاح الأنشطة الاتصالية التي يتوقف نجاحها على الجمهورين الداخلي والخارجي للإدارة، كما يرى الباحث أن أساس عمل إدارة الإعلام الأمني يتمثل في تقديم الخدمات الأمنية والمجتمعية للجمهور، والتفاعل معه، وإشراكه في عملية التوعية بالمخاطر التي تهدد المجتمع الكويتي، وبالتالي تعمل الإدارة على نشر المعلومات الأمنية، وتقديم برامج توعوية أمنية شاملة، وتسلط الضوء على الخدمات الأمنية لوزارة الداخلية، مما ينعكس بشكل إيجابي على مستويات الوعي الأمني لدى المواطنين، ويعزز التعاون بين المواطنين والأجهزة الأمنية، ويسهم في تشكيل الصورة الذهنية الجيدة للأجهزة الأمنية ولوزارة الداخلية بشكل عام لدى المواطنين.

- كيفية مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف وزارة الداخلية:

أظهرت النتائج أن "إيضاح القوانين والإرشادات التي ينبغي الالتزام والتقيد بها" قد جاءت في الترتيب الأول بين العبارات التي تدور حول كيفية مساهمة الأنشطة



الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في تحقيق أهداف وزارة الداخلية الكويتية (٩٣%)، يليها "زيادة التفاعل بين الأجهزة الأمنية والجمهور لتحقيق أهداف وزارة الداخلية" (٩١.٥%)، ثم "متابعة ما ينشر عن وزارة الداخلية والرد عليه"، و "رسم صورة إيجابية عن الوزارة والأجهزة الأمنية لدى الجمهور" (٨٩.٥%) لكلٍ منهما.

ويشير ذلك إلى مساهمة الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني في تحقيق أهداف وزارة الداخلية الكويتية، حيث يتم التخطيط لهذه الأنشطة بطريقة تضمن تحقيق أهداف الوزارة، وخصوصاً في ضوء أن مهام التوعية الأمنية والإرشاد الأمني توكل إلى إدارة الإعلام الأمني، وبالتالي، تعمل الإدارة على إيضاح القوانين والإرشادات الأمنية التي من شأنها حماية المجتمع من الجرائم والحوادث والأزمات الأمنية، وتعمل الإدارة على بناء جسور التواصل بين الأجهزة الأمنية والجمهور لتحقيق أهداف الوزارة المتمثلة في إشراك المواطنين بعملية نشر الوعي الأمني داخل المجتمع، كما تؤدي الإدارة دوراً مهماً في بناء صورة إيجابية عن وزارة الداخلية لدى الجمهور عبر متابعة ما ينشر عن الوزارة والرد عليه ومحاربة الشائعات، وتعديل المعلومات غير الصحيحة في وسائل الإعلام؛ مما يساهم في تدعيم وبناء ثقة المواطنين وتأييدهم لوزارة الداخلية ولأجهزتها الأمنية؛ والذي يعد من أبرز الأهداف التي تسعى الوزارة إلى تحقيقها.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يطرح الباحث مجموعة من المقترحات والتوصيات التي تتمثل فيما يلي:

- توفير الإمكانيات والأدوات اللازمة لإدارة الإعلام الأمني في وزارة الداخلية الكويتية، وإيفاد المزيد من المتخصصين في مجال العلاقات العامة، وزيادة المخصصات المالية والميزانية المخصصة لتنفيذ الأنشطة الاتصالية، مما يساهم في زيادة فعالية هذه الأنشطة، والذي ينعكس بدوره على قدرتها على المساهمة في تحقيق أهداف وزارة الداخلية.
- العمل على تدريب وتطوير وتحسين أداء القائمين بالاتصال في إدارة الإعلام الأمني؛ وخصوصًا في مجال العلاقات العامة والأمن وإعلام الأزمات، بحيث يمكن أن يكون هذا التدريب بالتنسيق مع وسائل الإعلام الكويتية المقروءة والمسموعة والمرئية.
- رفع مستويات التعاون بين إدارة الإعلام الأمني ومختلف الأجهزة الأمنية؛ نظرًا لأن تلك الأجهزة هي المسؤولة عن الحفاظ على الأمن داخل الكويت، وحمايته من المخاطر والجرائم التي قد يتعرض لها المواطنون، وبالتالي، تعد الأجهزة الأمنية أحد أبرز الجهات التي يمكن أن تتعاون معها إدارة الإعلام الأمني لتحقيق أعلى مستوى من الفعالية لأنشطتها الاتصالية الأمنية.
- ضرورة أن تعمل إدارة الإعلام الأمني على تقييم أدائها، وقياس مستويات تفاعل الجمهور الكويتي مع أنشطتها الاتصالية، بهدف تعزيز الجوانب الإيجابية والتركيز على الأنشطة التي تلبي حاجات الجمهور الأمنية، ومعالجة الجوانب السلبية التي من شأنها أن تدفع الجمهور إلى عدم حضور الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام الأمني.



هوامش :

- (١) محمد الشمري (٢٠١٥) الأداء الاتصالي للعلاقات العامة في المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية الوعي بالأمن الداخلي، أطروحة دكتوراه غير منشورة (مصر: جامعة عين شمس، كلية الإعلام، قسم علوم الاتصال والإعلام).
- (٢) محمد قيراط، محمد (٢٠١٧) الإعلام والقضايا الأمنية: سبل التوعية وآليات المواجهة، الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ١١، ص ١٢.
- (٣) وسام الزعبي (٢٠١٦) أنشطة العلاقات العامة في وزارة السياحة والآثار الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الدراسات العليا).
- 4) Vakentini. C (2013) Public Relations in the Public Sector: The Role of Strategic Communication in the Italian Public Administration, Inergie, Rivista Di Studi e Ricerche, No. 92, pp. 93-113.
- (٥) أحمد علي (٢٠١٨) فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء شركات التأمين: دراسة وصفية تحليلية على شركة التأمين الإسلامية في الفترة من يناير ٢٠١٦-ديسمبر ٢٠١٧، رسالة ماجستير غير منشورة (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام).
- (٦) محمد الخالدي (٢٠١٧) الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويتي ودورها في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الدراسات العليا).
- (٧) اسماعيل أبو جراد (٢٠١٦) الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في تبني البنوك الفلسطينية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، مجلة الخدمة الاجتماعية، العدد ٥٥، صص ١٨١-٢٠٨.
- (٨) عدي الأمير (٢٠١٥) الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية: دراسة ميدانية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الدراسات العليا).
- (٩) هبة غنيم (٢٠١٤) الأنشطة الاتصالية للجمعيات الخيرية ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العمل الخيري في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة (مصر: جامعة الزقازيق، قسم الإعلام).

- ١٠) جدعان الشمري (٢٠١٦) دور العلاقات العامة في دعم جهود خطة التنمية الوطنية بدولة الكويت، *أطروحة دكتوراه غير منشورة* (مصر: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام).
- 11) Rex. C (2015) Upgrading Grunig and Hunt: A reconceptualization of Grunig & Hunt's public relations models from a CCO perspective, *Unpublished Master Thesis* (Copenhagen Business School: Department of International Business Communication) p.14.
- ١٢) راسم الجمال وخيرت عياد (٢٠٠٥) *إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي* (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص ٥١.
- 13) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Managing Public Relations* (California: Holt, Rinehart and Winston) p.21.
- 14) Duran. A et al (2017) Analysis of Public Relations Management as a Sustainable Pillar in Ecuadorian Organizations in Different Contexts, *Corporate Social Responsibility and Corporate Governance (Developments in Corporate Governance and Responsibility, Vol. 11, p. 202.*
- 15) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Op. Cit.*, p.29.
- 16) Matsika. B (2017) Communication Strategies Used by Investor Relations Practitioners to Build and Maintain Relationships with Investor Stakeholders, *Unpublished Master Thesis* (South Africa: Cape Peninsula University of Technology) p. 42.
- ١٧) راسم الجمال وخيرت عياد (٢٠٠٥) *مرجع سابق*، ص ٥٢.
- 18) Duran. A et al (2017) *Op. Cit.*, p. 202.
- 19) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Op. Cit.*, p.22.
- 20) Wilcox. D et al (2015) *Public Relations Strategies and Tactics*, 11th Ed (USA: Pearson Education) p 52.
- ٢١) راسم الجمال وخيرت عياد (٢٠٠٥) *مرجع سابق*، ص ٥٣.
- 22) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Op. Cit.*, p..22.
- 23) Kim. J & Ni. L (2013) Two Types of Public Relations Problems and Integrating Formative and Evaluative Research: A Review of Research Programs within the Behavioral Strategic Management Paradigm, *Journal of Public Relations Research*, Vol. 25, No. 1, p.26.
- 24) Matsika. B (2017) *Op. Cit.*, p. 43.
- ٢٥) راسم الجمال وخيرت عياد (٢٠٠٥) *مرجع سابق*، ص ٥٥.



- 26) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Op. Cit.*, p.23.
- 27) Anggreni. P (2018) The Role of Public Relations as A Management Function in Higher Education, *SHS Web of Conferences*, Vol.42, p.4.
- 28) Vakentini. C (2013) *Op. Cit.*, p. 97.
- 29) Grunig. J & Hunt. T (1984) *Op. Cit.*,
- 30) Grunig. J & Grunig. L (1992) “*Models of Public Relations and Communication*”, In: *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Ed: Grunig. J, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale).



Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal
(Accredited) Monthly



Issued by
Middle East
Research Center

Vol. 86
April 2023

Forty-ninth Year
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504
Online Issn: 2735 - 5233