

بسم الله الرحمن الرحيم



**جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا**  
**كلية الدراسات العليا**



**دراسة فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي الأمني  
بوزارتي الداخلية السودانية والقطرية (2013-2017م)**

**A Study of the Effectiveness of Public Relations  
Strategic Security Planning, in Sudanese and Qatari  
Ministries of Interior (2013-2017)**

**بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإتصال تخصص (العلاقات العامة والإعلان)**

**إشراف البروفيسور:**

**حسن أحمد الحسن يوسف**

**إعداد الطالب :**

**الصدیق الزبير يوسف أحمد**

**1440هـ - 2018م**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الآية

(أَفَمَنْ يَمْشِي مُكِبًّا عَلَى وَجْهِهِ أَهْدَىٰ أَمَّنْ يَمْشِي سَوِيًّا عَلَىٰ صِرَاطٍ

مُسْتَقِيمٍ) صدق الله العظيم

سورة الملك الآية (22)

# الإهداء

إلى روح أمي :

في الفردوس الأعلى

إلى أبي :

الذي أوردني بحر العاشقين الهائمين بحب رسول الله صل الله عليه وسلم

إلى إخوتي وأخواتي:

سندي ودعمي وعوني

إلى زوجتي وأبنائي:

أهلي ومسيرتي وامتدادي

إلى زملائي وأساتذتي :

أهدى هذا الجهد المتواضع

## الشكر والعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده ورسوله صلي الله عليه وسلم ، ولا أنسى الفضل لأهل الفضل أمي رحمة الله عليها، وأبي وأخوأي وأخواتي وزوجتي وأبنائي وبناتي ولأهلي وعشيرتي الذين كانوا السند والعون لي في حياتي والشكر لكل أساتذتي في المراحل الدراسية المختلفة ولكل زملائي، والشكر موصول لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وللأساتذة بكلية الدراسات العليا بكلية علوم الاتصال ثم الشكر أجزلة للبروفيسور: حسن أحمد الحسن يوسف المشرف علي هذا البحث والذي قدم لي ثمرة علمه ولم يبخل علي بجهده وعلمه فكان نعم الأب والمربي الجليل وأفادني كثيرا بتصويباته وتوجيهاته فله من الله خير الجزاء وواسع العطاء. وللدكتور: عكاشة أبو العلا حامد وكيل جامعة الخرطوم الأسبق المناقش الخارجي والدكتور: مجذوب بخيت محمد توم المناقش الداخلي عميد كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا الأسبق والشكر للسيد البروفيسور: محمد حسين سليمان أبو صالح والسيد البروفيسور علي عيسى بمعهد البحوث والدراسات الاستراتيجيه بجامعة أم درمان الإسلامية والشكر للسيد عميد كلية علوم الاتصال والسيد الفريق شرطة: السر أحمد عمر والسيد العميد محمود حسين الجنال الملحق العسكري بسفارة دولة قطر بالسودان والسيد المقدم شرطة: نجوى فرح المحاضر بجامعة الرباط الوطني والسادة العاملين بمكتبة كلية علوم الاتصال ، مكتبة كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية ، والمكتبة المركزية جامعة أفريقيا العالمية ، ومكتبة كلية الإعلام جامعة الرباط الوطني ، ومكتبة أكاديمية علوم الاتصال ، ومكتبة أكاديمية الأمن العليا ، ومكتبة أكاديمية الشرطة العليا ومكتبة مركز تدريب الضباط بالشرطة ، ومكتبة الأكاديمية العسكرية ، وأصلي وأسلم علي معلم البشرية وعلي آله وصحبه وسلم.

## المستخلص

تناولت هذه الدراسة وهي بعنوان فاعليه العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني وهي دراسة وصفية تحليلية على وزارتي الداخلية بالشرطة السودانية والقطرية، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقات العامة وإستراتيجيتها في التخطيط الاستراتيجي ومعرفة أهم المعينات المادية والبشرية في التخطيط وتطبيقاتها المختلفة والمساهمة في إيجاد الحلول للمعوقات الإستراتيجية، وتتخلص مشكلة الدراسة في فقدان جسور التواصل بين الجمهور ورجل الشرطة وأوضح الباحث في هذه الدراسة الوسائل والأساليب المناسبة لتطوير هذه العلاقة وبناء وتعزيز الثقة بينهما وتحسين الصورة الذهنية للجمهور تجاه رجل الشرطة. وأختار الباحث منهج التحليل الوصفي لتحديد ووصف الحالة وأستخدم الباحث لجمع المعلومات الإستبانه وهي الوسيلة المناسبة لذلك. واشتملت الدراسة علي خمسة فصول تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وتناول الفصل الثاني مفهوم العلاقات العامة وتعريفها ومفهوم التخطيط الاستراتيجي الأمني.

كما تناول الفصل الثالث العلاقات العامة والإستراتيجية الأمنية وإشتمل علي العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية وأحتوي علي محور الإعلام الأمني وعرض الفصل الرابع الخطط الإستراتيجية بوزارة الداخلية السودانية والقطرية وأحتوى الفصل الخامس على الدراسة الميدانية وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

الانطباع العام للمبجوثين من الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية كان إيجابيا حول فعالية العلاقات العامة، ومعظم المبجوثين يوافقون علي أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل الإعلامي لأداء واجباتهم وتحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية للشرطة، ومعظم المبجوثين يوافقون بشدة علي انه يوجد تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية بالإعلام الأمني بالشرطة.

وتوصل الباحث للتوصيات التالية:

إقامة الدورات التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين بالعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية، والتركيز على برامج التوعية لأي أخطار متوقعة، وتشجيع الدراسات العليا في مجال العلاقات العامة بالشرطة.

## **Abstract**

This research dealt with the effectiveness of public relations in security strategic planning. This is an analytical descriptive study, applied on the Ministry of Interior Affairs and police in both Sudan and Qatar. The research aims to identify public relations and its strategy in strategic planning, and also to identify the most important material and human resources in planning, and its different applications, and also to contribute to find solutions for strategic obstacles. The problem of the research lies on lack of communication between the public and the police. The researcher showed the different ways of developing this relation and to consolidate trust and good image of police.

The researcher adopted the descriptive analytical methodology, to identify the case, also the researcher used the questionnaire. The study included five chapters. The first chapter dealt with the methodology framework, the second chapter the concept of public relations and its definition and the concept of security and strategic planning. The third chapter dealt with public relations and strategic security, it discussed public relations in strategic security, it contained the access of security information, the fourth chapter discussed strategic planning in both Ministries of Interior Affairs in Sudan and Qatar, the fifth chapter was a field study. The researcher reached to the following conclusion:

The general impression of researchers is that the general information administration and public relations in Sudanese police and Qatari police, let to positive impression of the effectiveness of public relations, and most researchers agree to the fact that training sessions qualify workers in public relations in applying the strategic plan of police, and most researchers strongly agree on the fact that there really exist evaluation and measurement in strategic plans in police strategy.

The recommendations of the researcher are as follows:

It is necessary to help training sessions- interior and exterior- in public relations in both Sudan and Qatar, an stress in the awareness to the expected changes and to encourage high studies for policemen.

## فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
(أ)	البسمة
(ب)	الاستهلال
(ج)	الإهداء
(د)	الشكر والعرفان
(هـ)	المستخلص
(و)	المستخلص باللغة الانجليزية (abstract)
(ز)	جدول الموضوعات
<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار المنهجي</b>	
2	المقدمه
3	أهمية البحث
3	أهداف البحث
4	دوافع اختيار موضوع البحث
5	مشكلة البحث
5	أسئلة البحث
6	فرضيات البحث
6	منهج البحث
6	أدوات البحث
8	حدود البحث
8	مصطلحات البحث
13	الدراسات السابقة

<b>الفصل الثاني</b>	
<b>مصطلحات ومفاهيم</b>	
20	المبحث الأول: العلاقات العامة
36	المبحث الثاني: التخطيط الاستراتيجي
49	المبحث الثالث: الإستراتيجية الأمنية
<b>الفصل الثالث</b>	
<b>العلاقات العامة والإستراتيجية الأمنية</b>	
53	المبحث الأول: العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية
57	المبحث الثاني: محاور الإعلام الأمني
65	المبحث الثالث: مرتكزات التخطيط الاستراتيجي الأمني
<b>الفصل الرابع</b>	
<b>الخطط الإستراتيجية بوزارة الداخلية السودانية والقطرية والتحليل الاستراتيجي</b>	
85	المبحث الأول: الخطة الأمنية بوزارة الداخلية السودانية
92	المبحث الثاني: الخطة الأمنية بوزارة الداخلية القطرية
105	المبحث الثالث: التحليل الاستراتيجي للشرطة بالدولتين
<b>الفصل الخامس</b>	
<b>الدراسة الميدانية</b>	
113	أولاً : نبذه عن إجراءات التحليل
115	ثانياً : عرض وتحليل البيانات
168	ثالثاً : المقابلات
<b>النتائج والتوصيات</b>	
172	رابعاً: النتائج
175	خامساً: التوصيات
177	سادساً: المصادر والمراجع
-	الملاحق

# الفصل الأول

## الاطار المنهجي

## المقدمة

تعتبر العلاقات العامة من الوظائف المهمة في الإدارات والمؤسسات والمنظمات في دعم وظيفة الاتصال بينها وبين جماهيرها للوصول إلي تحقيق الأهداف. ولا يحدث هذا إلا عبر خطة إستراتيجية فاعلة يتم تنفيذها عبر برامج متنوعة ومختلفة تستند إلي الخبرات العلمية والعملية برؤية تستوعب الاحتياجات والمطلوبات وكيفية تنفيذها في فترات زمنية قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأمد للوصول إلي الغايات علي الوجه المطلوب وبأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية ممكنة.

العلاقات العامة نتيجة للتطور الذي حدث في وسائل الاتصال المختلفة والتطور التقني المتسارع أصبحت تستخدم كل هذه الوسائل مما كان له أثر كبير في العمل وأصبحت تعول عليها كل الإدارات في الوصول إلي أهدافها فالشرطة بالرغم من مهمتها ووظيفتها الأساسية في حفظ الأمن وتنفيذ القانون الذي يتعارض مع مصالح الكثير من المتعاملين معها إلا أنها استطاعت الوصول إلي شرائح المجتمع المختلفة بتقديم خدماتها المرتبطة بالجمهور عبر برامجها المختلفة بكافة الوسائل لبيسط هئية الدولة وتطبيق مبدأ سيادة حكم القانون .

ففي هذا البحث يحاول الباحث أن يصل إلي فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني وذلك عبر دراسة حالة تجربة إدارة العلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية وكيف استفادت من التطور العلمي والتقني وهل تمكنت من ذلك وما مدي القصور وماهية الوسائل الأفضل والظروف المناسبة للوصول إلي الأهداف .

ويرى الباحث أن هذه الدراسة سوف تضيف مزيدا من المعرفة من خلال الإطلاع علي هذه التجارب المتنوعة في مجال العلاقات العامة بالنسبة للشرطة السودانية والقطرية ، كما أنها تفتح الباب للباحثين لمزيد من الدراسات التي تمكن الشرطة من القيام بدورها في حفظ الأمن والسلام الداخلي والتوعية المطلوبة .

## أهميه البحث :

يجب علي الباحث أن يوضح أهمية بحثه في عبارات مقننة وتبرز أهمية البحث عادة في جانبين هما ( الجراح ، 2014م ، ص66):

1. ما هي الأهمية النظرية للبحث وأين تقع نتائج الدراسة في حل المشكلات الخلفية النظرية .

2. ماهي الأهمية التطبيقية للبحث وكيفية الاستفادة من النتائج في الواقع الحياتي .

تأتي أهمية هذا البحث في أنه يبحث في فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني والتأكد من ذلك من خلال برامج العلاقات العامة بالتطبيق علي الشرطة وتجربتها لدى دولتي السودان وقطر وأهمية وسائل الاتصال التي تستخدمها في الوصول إلى الأهداف الإستراتيجية الأمنية من خلال البرامج المتنوعة والخدمات المتعددة لتحقيق الأهداف الكلية للشرطة وأثر ذلك في المجتمع وعلاقته بالتطور في إطار الخطة العامة للإستراتيجية القومية الشاملة لمؤسسات الدولة المختلفة .

## اهداف البحث:

إن تحديد أهداف البحث يساهم في توجيه الباحث لنوعية المعلومات لإنجاز بحثه فيجب أن تكون الأهداف محددة ودقيقة ويمكن قياس مدي تحقيقها وتكون ذات صلة بموضوع البحث و معرفية أي للتعرف على مجموعة الأهداف عن طريق البحث (عثمان، 2006م: ص106).

## يهدف البحث إلي الأتي:

1. التعرف علي العلاقات العامة الحديثة وإستراتيجيتها في التخطيط .
2. التعرف علي الإستراتيجية الأمنية وأهميتها.
3. التعرف علي عناصر التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة وأهدافه للوصول للغايات العامة .
4. التعرف علي فاعلية ومفهوم الإعلام الأمني وأهميته.
5. التعرف علي المعينات المادية والبشرية في التخطيط وتطبيقاتها المختلفة.
6. المساهمة في إيجاد الحلول للمعوقات الإستراتيجية.

## دوافع إختيار موضوع البحث:

التفكير في إختيار موضوع للبحث ليس بالأمر السهل، لذلك وبعد استشارة مجموعة من المختصين والأكاديميين والباحثين ولعدة دوافع وأسباب تم إختيار موضوع البحث وهي تتلخص في الآتي:-

## دوافع علمية:

يعتبر علم العلاقات العامة بالأهمية بمكان بما له من دور بارز في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة عند المجتمع مما دفع الباحث لإختيار موضوع البحث ليتناوله بالدراسة والبحث فيه.

## دوافع عامه :

1. تعمل العلاقات العامة علي إبراز دور الشرطة في المجتمع .
2. حاجه العلاقات العامه إلي دعم المجتمع والباحثين لتحسين أدائها بصورة جيدة
3. صلة العلاقات العامة بالمجتمع من خلال الأخبار والعلومات والنشرات وبرامج التوعية والإرشاد وغيرها من البرامج المجتمعية الأخرى .
4. معرفة البرامج والمهام التي تقدمها إدارة العلاقات العامة وتقييمها وتقويمها .
5. علاقة الشرطة بالمجتمع بما تقوم به من مهام وواجبات تؤثر سلبا علي فاعلية العلاقات العامة .

## الدوافع المجتمعيه :

1. معرفه وتحليل معوقات عمل العلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية.
2. المساهمة في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات وتطوير الأداء والوصول إلى الأهداف .
3. العمل من خلال المجتمع المدني لبسط الأمن والسلام .

## دوافع خاصه :

1. عمل الباحث بالشرطة وقناعاته بأهمية عمل العلاقات العامة بالنسبة للشرطة .
2. قناعة الباحث بأهمية البحوث والدراسات التطبيقية علي الإدارات الشرطةية .
3. الرغبة العمل في مجال العلاقات العامة والحصول علي درجة الدكتوراه تخصص (العلاقات العامة والإعلان).

## مشكلة البحث :

تأتي مشكلة هذا البحث في الغموض الذي يكتنف دور العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية وأهميتها ومعرفتها وتطبيقها ومدى فعاليتها والالتزام بالسياسات طويلة الأجل وذلك لأن مفهوم التطور والتقدم الحديث ارتبط بالتخطيط والاهتمام بها مما اتفقت عليه الكثير من دول العالم المختلفة لذلك جاءت هذه الدراسة لمعرفة المعوقات التي تؤدي للقصور والخروج برؤية إستراتيجية تحقق الغايات التي تسعى الدولة لها عبر علاقات عامة فاعلة في التخطيط الإستراتيجي الأمني للشرطة . وبناءا عليه يري الباحث أنه يجب دراسة هذه المشكلات ومعرفة الجوانب المرتبطة بها والمؤثره فيها والمشاركة في إيجاد الحلول المناسبة لها .

## أسئلة البحث:

هي الأسئلة التي يفترضها الباحث وتقتضيها الظروف التي تمكنه من الإجابة عليها خلال بحثه وهي:

1. ما مفهوم العلاقات العامة وأهدافها وأنشطتها ؟
2. ما مفهوم التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ؟
3. كيف تسهم العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية ؟
4. ما البرامج والأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة لدعم الاستراتيجية الأمنية ؟
5. كيف تؤدي العلاقات العامة دورها في بناء الإستراتيجية الأمنية ؟
6. ما هي الوسائل الاتصالية المناسبة لتوصيل أنشطة العلاقات العامة الإستراتيجية للجمهور؟
7. ما المشاكل والصعوبات التي تواجه تنفيذ أنشطة العلاقات العامة ؟
8. ما الإعلام الأمني وما طبيعة الدور الذي يضطلع به ؟
9. إلي أي مدى إستفادت الشرطة السودانية والشرطة القطرية من البرامج المتوافرة للوصول للأهداف وما نوع الخدمة التي تقدمهما ؟
10. ما الحلول والمقترحات التي تساهم في الوصول للأهداف الإستراتيجية للعلاقات العامة ؟

ثانياً :

### فرضيات البحث:

الفرض إجابة تخمينية احتمالية مؤقتة لأحد أسئلة المشكلة ثم يختبر صحة إجابته بعد جمع الأدلة والبراهين والأسانيد (عثمان، 2006م، ص101).

1. العلاقات العامة تساهم في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة بالدولتين .
2. تسهم الدولة بوضع الخطط الإستراتيجية وتشرف علي تنفيذها .
3. العاملون بالعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الاستراتيجي ومدركون لفاعليته في تحقيق الأهداف .

### منهج البحث:

الإجراءات والأساليب التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها. أختار الباحث منهج التحليل الوصفي فهو أنسب المناهج العلمية استخداماً في مثل هذه البحوث .

وهو ( يقوم بوصف الظواهر والأحداث وتحليلها والخروج بنظريات وقوانين بقصد التعميم والتنبؤ ) (الشيخ ، 2008م ، ص 45).

والمنهج الوصفي له عدة خطوات وتقسيمات وهي كالآتي :- (الجراح ، 2015م ، 79-89) :

1. الشعور بالمشكلة وبلورتها وصياغتها .
2. تحديد مجتمع الدراسة واختيار الأدوات وجمع المعلومات .
3. الوصول للنتائج وتحليلها وتعميمها ومعرفة استنتاجاتها .

### أدوات جمع المعلومات :

هي الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات وهناك من أدوات ووسائل لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة للبحث العلمي وهي (الجراح، 2014م، ص145) وأختار الباحث لبحثه الوسائل التي تناسبه وهي:

### الملاحظة OBSERVATION:-

المعايشة والمراقبة لمجريات الأحداث وهي من أهم أدوات البحث العلمي، وهي نوعان: ملاحظة بالمشاركة وملاحظة بدون مشاركة. وتعتبر أقدم طرق جمع المعلومات وأهم خطواته (عثمان ، 2006م ، ص300) .

وهي أيضا وسيلة قديمة علي مر الزمان للحصول علي المعرفة واكتسابها ولها أقسام أخرى كالآتي وهي (عنان وباهي ،2005م ،ص142-143):

1. الملاحظة البسيطة وهي بالمشاركة.
2. الملاحظة المنظمة وهي تحتاج للتحكم والتميز الدقيق والضبط العلمي.
3. الملاحظة العلمية تعتمد علي الأسلوب العلمي وتتطلب الضبط و التحكم واستخدام التكنولوجيا.
4. الملاحظة الداخلية والتأمينية والخارجية والموضوعية وهي خاصة ومقننة وتعتمد علي التكامل الداخلي والسلوك الظاهري.

### ومن أهم مزاياها :

1. دقة المعلومات بسبب ملاحظة الظواهر في ظروفها الطبيعية.
2. هي أكثر الوسائل لجمع المعلومات.
3. دقة التسجيل بسبب إجراءه أثناء فترة الملاحظة.

### المقابلة INTERVIEW:

وهي التي تساعد في جمع المعلومات والمقابلة تكمن أهميتها في الأتي(الشيخ، 2008م، ص45):

1. تمكن الباحث من اللقاء مباشره بالمبحوث دون وسيط.
2. إنها تفيد الدراسة والتشخيص والعلاج .
3. تعتبر وسيلة مهمة لتحقيق التنفس الوجداني عن المبحوث وهمومه.

### الاستبانة QUESTIONNAIRE :

( هو الاستفتاء أو الاستقصاء أو الاستطلاع ، وهو عبارة عن حوار كتابي في شكل جدول أو استمارة من الأسئلة والعبارات علمية تطرح علي المبحوثين ، مع ترتيب درجات متفاوتة مقابلة لهذه العبارات تتيح للمبحوث إجابات متنوعة ، يختار منها ما يوافق معلوماته وخبراته ) ( عثمان ، 2006م ص300) .

### تحليل أسوات SWOT :

يعني ( القوة والضعف والفرص والمهددات ويتم بعد إنجاز الأنواع الأخرى من التحليل) (أبوصالح ، 2013م ،ص87) .

## **حدود البحث:**

تعنى المجال الموضوعي والمجال المكاني والمجال الزماني الذي يجري فيه البحث وقد حدد الباحث حدود مكانية وزمانية وهي:

## **الإطار المكاني:**

الحدود الجغرافية لولاية الخرطوم وهو مكان وجود العاملون بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية ودولة قطر لوجود العاملين بإدارة العلاقات العامة بالشرطة القطرية .

## **مجتمع البحث :**

كل العاملين بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية بولاية الخرطوم والعاملين بإدارة العلاقات العامة بالشرطة القطرية بقطر.

## **الإطار الزمني للبحث:**

حدد الباحث الفترة الزمنية للبحث في الفترة ما بين 2013م - 2017م وذلك للتطور الذي حدث في وسائل الاتصال وفي العمل في هذه الفترة وذلك بتواجد الباحث في هذه الفترة بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية.

## **عينه البحث :**

لا يمكن تطبيق البحث علي كل أفراد مجتمع البحث لذلك سوف يتم اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث يكون حجمها متناسبا مع حجم مجتمع البحث وذلك وفق شروط البحث العلمية المتبعة .

## **مصطلحات البحث :**

### **1. فاعلية :**

تستخدم كلمة فاعلية في كثير من الدراسات والأبحاث وقد تعرضت لعدة تفسيرات وتعني هذه الكلمة لغة :

## الفعال لغة :

الفاعلية من الناحية اللغوية تعرف بأنها مقدرة الشيء علي التأثيرالأصل اللغوي للفاعلية هو الفعل "فعل" الذي مشتقاته "فاعل" و"فعال"، والفاعلية مصدر صناعي، أختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والإيقان. **الفاعلية في الاصطلاح :**

تقابل كلمة "الفاعلية" العربية كلمة (Efficiency) في المعاجم الغربية وهي تتحدد عندهم بكونها وصفاً لكل شيء فعال.

**التعريف الإجرائي :** (هي الأنشطة والأفعال القابلة للقياس إذا كانت متوقعة أو مستهدفة أو نتائج ملاحظه ) .

## 2. العلاقات العامة :

العلاقات لغة :

علق بالشيء علقا وعلقه نشب فيه - وعلق الشيء ، وعلق بت علاقة وعلوقا : لزمة . علق بقلبه علاقة ، بالفتح . وكل شي وقع موقعة فقد علق معلقه ( عبد الله علي وآخرون، ص3071).

## العلاقات العامة اصطلاحا:

دائرة المعارف البريطانية عرفتها بأنها:- ( هي السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو الفرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية) ( السردى ، عليان ، ص 34).

وهي (العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط يهدف من خلالها إلي كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين لهم علاقة بها والمحافظة عليها عن طريق

تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان بالمصلحة العامة) ( السردى ،عليان ، 34).

وقد عرفها الدكتور علي عجوه بأنها هي (الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الانطباعات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ماهر ممكن ومشروع).

ومن خلال هذه التعريفات المتعددة للعلاقات العامة يقودنا ذلك إلى معرفة ومكانة العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة وأهميتها في أداء المؤسسات ، والعلاقات العامة لا تزال في حاجة لاجتهاد الباحثين للوصول إلى تعريف محدد وذلك للمفاهيم الخاطئة تجاهها أدى كل ذلك إلى صعوبة تعريف دقيق وشامل وموحد ( الشر بيني ، ص 21 ).

#### التعريف الاجرائي :

هي الأنشطة التي تقوم بها الإدارة للوصول إلى اهدافها ببرامج متعددة وعبر وسائل مختلفة .

#### التخطيط لغة :

الخط : الطريقة المستطيلة في الشئ والجمع خطوط وقد جمعة العجاج علي أخطاط

والخط : الطريق ، يقال ألزم ذلك الخط ولا تظلم عنه شيئاً .

و التخطيط : التسطير والتهذيب والتخطيط كالتسطير تقول خطت علي ذنوبه أي سطرت . والخطة : كالخط كأنها اسم للطريقة ( عبدا لله علي وآخرون ، ص 1198 ).

قال الأصمعي من أمثالهم في الاعتزام علي الحاجة : جاء فلان وفي رأسه خطة ، إذا جاء وفي نفسه حاجة وقد عزم عليها . وفي حديث الحديبية : لايسئلوني خطة يعظمون فيها حرمان الله إلا أعطيتهم إياها ، وفي حديثها أيضا : أنة قد

عرض عليكم خطة رشد فاقبلوها أي أمرا واضحا في الهدى والاستقامة ( عبدا لله علي وآخرون ،ص1199 ).

أما كلمة Clarification الأجنبية، فتدل على التصميم والتخطيط، وهي مشتقة من كلمة Planifier التي تعني بدورها خطط وصمم. **التخطيط اصطلاحا:**

التخطيط هو عبارة عن مجموعة من الطرائق والتصاميم والمناهج والأساليب والتدابير التي نلتجئ إليها من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف والغايات على المستوى البعيد والمتوسط والقريب.

ويمكن القول : (إن التخطيط إستراتيجيه وطريقة تقنية ناجحة للتحكم في المعطيات الموضوعية إما بطريقة كمية إحصائية تجريبية وإما بطريقة استقرائية وصفية استنتاجيه. ومن هنا، فالتخطيط تصور نظري وإجراء تفسيري يعتمد على قراءة الأسباب الدافعة مع تبيان العلل والحيثيات التفسيرية التي تكون وراء ظاهرة معينة، كما أن التخطيط تصميم تنبئي يتحكم في الظواهر المستقبلية ويستشرفها عن طريق إعداد خطط وتدابير للإحاطة بالظاهرة أو تطويقها أو فهمها أو تفسيرها من أجل الشروع في بناء تصاميم توقعية ناجحة ) .

**التعريف الإجرائي للتخطيط :**

هو الطريقة أو المنهج أو الوسيلة التي يتم إتباعها للوصول إلي الأهداف .  
**الإستراتيجية الأمنية :**

**الأمن لغة :**

أمن.الأمان الأمانة بمعنى . وقد أمنت فأنا أمن ، وأمنت غيري من الأمن والأمان .

والأمن ضد الخوف . والأمانة ضد الخيانة . قال ابن سيده : الأمن نقيض الخوف ، أمن فلان بأمن أمنا وأمنا . وقولة عز وجل (وَإِذْ جَعَلْنَا الْبَيْتَ مَثَابَةً لِّلنَّاسِ وَأَمْنَا وَاتَّخِذُوا مِن مَّقَامِ إِبْرَاهِيمَ مُصَلًّى وَعَهِدْنَا إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ أَنَّ طَهِّرَا بَيْتِيَ لِلطَّائِفِينَ وَالْعَاكِفِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ (125) وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَارْزُقْ أَهْلَهُ مِن

الثَّمَرَاتِ مَنْ آمَنَ مِنْهُمْ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَأُمْتَعَهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ وَيُئْسِ الْمَصِيرُ سورة البقرة الآية 125 – 126) قال أبو إسحق : أراد ذا أمن ، فهو آمن وأمن وأمنوا وأميين ( عبدا لله وآخرون ، ص140).أما

الإستراتيجية لغة :

لإستراتيجية لها معاني كثيرة وشهد المفهوم تطوراً كبيراً ولكن بداية الاستخدام قد ارتبط بالمجال العسكري فكلمة إستراتيجية (strategy) يرجع أصلها إلي الكلمة اليونانية استراتيجوس (strategists) وهي تعني فنون الحرب وإدارة المعارك ( أحمد ، 2013م ، ص54 ).

الإستراتيجية اصطلاحاً :

هي (الخطة أو مجموعة الخطط – الموحدة والمتكاملة والشاملة التي يسعى من خلالها أي تنظيم لتحقيق رسالته وغايته وأهدافه بطريقة تكفل تحقيق التوافق والتوازن بين كل من المعطيات والمتغيرات البيئية والموارد والإمكانيات المتاحة للتنظيم ورسالة وغايات وأهداف التنظيم ومن ثم الإسهام في تحقيق رؤيته وطموحاته المستقبلية ) (أبو الفضل ،2005م ، ص24 ).

وتم تعريف الإستراتيجية علي أنها:– ( قدرات الدولة علي استهلاك القوة الشاملة وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق وتأمين المصالح الإستراتيجية الوطنية ) ( مرغني ، 2012م ، ص31 ).

التعريف الإجرائي :

فالإستراتيجية هي كل الأفكار والآراء والأطروحات التي تساعد الدولة وتزيد من قدرتها التنافسية العالمية ويكون ذلك عبر مؤسسات الدولة المختلفة فهي تستفيد من نقاط القوة وتعالج نقاط الضعف الوصول إلى أهدافها.

## الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :

عنوان الدراسة :

فاعلية دراسة الجمهور في التخطيط الإذاعي ( أحمد ، 2012م ) دراسة تطبيقية علي الإذاعات السودانية وتلفزيون السودان 2008 - 2009م ، منهج الدراسة : التحليل الوصفي .

وسيلة الدراسة : الاستبانة و المقابلة

هدفت الدراسة إلي :

معرفة مدي اهتمام القائم بالاتصال بدراسات الجمهور وانعكاسه علي التخطيط الإذاعي .

أهم النتائج :

1. أسهم التخطيط الإذاعي في تحقيق الأهداف الكلية للإذاعة السودانية وتلفزيون السودان .
2. يهتدي المخطط الإذاعي بالخطة الإستراتيجية للدولة عند القيام بعملية التخطيط الإذاعي .
3. أسهم التخطيط الإذاعي في تحقيق الأهداف الكلية للإذاعة السودانية وتلفزيون السودان .
4. أبانت الدراسة أنه يتم وضع الأهداف الكلية في الاعتبار عند القيام بعملية
5. التخطيط الإذاعي بالإذاعة السودانية وتلفزيون السودان .

علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث :

هدفت هذه الدراسة إلي معرفة مدي اهتمام القائم بالاتصال بدراسات الجمهور وانعكاسه علي التخطيط الإذاعي أما الدراسة قيد البحث فهي تهدف إلي التعرف علي معرفة فاعلية العلاقات العامة الحديثة وأهميتها في التخطيط الاستراتيجي الأمني فالدراستان تلتقيان في مفهوم الفاعلية إلا أن الدراسة السابقة تطبيقها علي الإذاعة السودانية والدراسة قيد البحث تطبيقها علي الشرطة السودانية والشرطة القطرية .

## الدراسة الثانية :

فاعلية الأداء الاتصالي في تحقيق أهداف المؤسسات الطوعية بالسودان (خوجلي ،  
2014م )

بالتطبيق علي جمعية الهلال الأحمر السوداني(2009م - 2012م ) ، رسالة دكتوراة  
غير منشورة .

## منهج البحث :

التحليل الوصفي والتاريخي .

## وسيله البحث :

الاستبانة . المقابلة

## أهم الأهداف :

1. تسليط الضر علي وظائف العلاقات العامة وأساليب ممارستها .
2. كفاءة الاتصال المباشر مع الجمهور الداخلي .
3. مدى ارتباط وظيفة العلاقات العامة بتقسيمات العمل الطوعي .

## أهم النتائج :

1. عدم وجود الكادر المؤهل الذي يقوم بعمليات البحث العلمي وعدم وجود ميزانية  
مخصصة للبحث العلمي .
2. الاهتمام المتعظم للعلاقات الخارجية بوسيلة التقرير السنوي في أدائها الاتصالي .
3. فاعلية نشاط إدارة العلاقات الخارجية في دفع عجلة الإنجاز .

## الدراسة الثالثة :

التخطيط الاستراتيجي لدعم معينات النقل البري بالشرطة السودانية ( بابكر ،  
2015م )

دراسة حالة قوات الشرطة السودانية( 2008 م - 2015 م ) ، رسالة دكتوراة غير  
منشورة .

منهج الدراسة :- المنهج التاريخي . التحليل الوصفي

أدوات البحث :- الاستبانة والمقابلة

### أهم الأهداف :

1. معرفة دور التخطيط الاستراتيجي وأهميته في دعم معينات النقل البري بالقوات النظامية .
2. إبراز أهمية قطاع النقل البري بقوات الشرطة .
3. إجراء تحليل استراتيجي لمنظومة قطاع النقل البري بقوات الشرطة .
4. بناء خطة إستراتيجية لتطوير وتحديث قطاع النقل البري بقوات الشرطة .

### أهم النتائج :

1. لا يوجد قسم خاص بالتخطيط والبحوث بالإدارة العامة للنقل والصيانة .
2. لا توجد خطة إستراتيجية لتطوير وتحديث قطاع النقل البري بقوات الشرطة والخطط الموجودة هي عبارة عن خطط عادية وسياسات وموجهات عامة لتطوير قطاع النقل .
3. قلة الورش الثابتة لصيانة مركبات الشرطة .
4. عدم وجود ورش لمركبات الشرطة بالولايات .
5. تنوع المركبات بقوات الشرطة يؤثر علي الإمداد الفني وعمليات الصيانة .

### علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث:

تناولت الدراسة مفهوم التخطيط الاستراتيجي وأثره في دعم معينات النقل البري في القوات النظامية بالتطبيق علي الشرطة السودانية أما الدراسة قيد البحث فهي تتناول مفهوم فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني فالدراستان تشتركان في مفهوم الإستراتيجية .

### الدراسة الرابعة :

### عنوان الدراسة :

وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية ( الحاج ، 2009م ) ، رسالة لنيل درجة الماجستير غير منشورة .

منهج الدراسة : وصفي تحليلي .

أدوات البحث: الملاحظة المقابلة الإستبانة.

### أهم الأهداف:

1. التعريف بوظيفة العلاقات العامة في المجال الأمني .

2. وتوضيح دور رجل الشرطة أو الأمن العامل في العلاقات العامة.
3. دراسة ومعرفة انطباعات الجمهور عن مؤسسة الشرطة واتجاهاتهم نحو سياساتها وبعض إجراءاتها الأمنية.
4. طرح أنسب الأساليب التي يمكن أن تقود إلي تطوير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

#### **علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث:**

تناولت الدراسة مفهوم التخطيط الاستراتيجي وأثره في دعم معينات النقل البري في القوات النظامية بالتطبيق علي الشرطة السودانية أما الدراسة قيد البحث فهي تتناول مفهوم فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني فالدراستان تشتركان في مفهوم الإستراتيجية .

#### **الدراسة الخامسة :**

#### **عنوان الدراسة :**

دور التخطيط الاستراتيجي الإعلامي في المحافظة علي الأمن القومي ( عثمان ، 2011م )

دراسة حالة السودان في الفترة من 2004م - 2009م ، رسالة لنيل درجة الماجستير غير منشورة .

**منهج الدراسة :** التحليل الوصفي

**أدوات الدراسة :** الإستبانة والمقابلة

#### **أهم الأهداف:**

1. معرفه إستراتيجية الإعلام الوطني السوداني.
2. معرفة إستراتيجيه الأمن القومي السوداني.
3. معرفة دور التخطيط الإستراتيجي الإعلامي في الحفاظ علي الأمن القومي السوداني.

#### **أهم النتائج:**

1. ضعف التنسيق بين الأجهزة الإعلامية والأمنية خاصة في مجال وضع وتنفيذ الإستراتيجية الأمنية ومهددات الأمن القومي.

2. عدم الاهتمام الكافي من الدولة بالإعلام وضعف التمويل رغم وجود الإستراتيجية الإعلامية.

3. ضعف التأهيل الإعلامي المتخصص في القضايا الأمنية خاصة مجال الإعلام الأمني.

#### علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث:

تناولت الدراسة دور التخطيط الاستراتيجي الإعلامي في المحافظة علي الأمن بالتطبيق علي الشرطة السودانية أما الدراسة قيد البحث فهي تتناول مفهوم فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني فالدراستان تشتركان في مفهوم الإستراتيجية .

#### الدراسة السادسة:

##### عنوان الدراسة :

أثر التخطيط في العلاقات العامة علي ترقية الأداء في المؤسسات ( اليأس، 2009م )  
( دراسة حالة الهيئة العامة للطيران المدني (2005 م - 2007 م) ، رسالة لنيل درجة الماجستير غير منشورة .

أحمد صديق محمد اليأس . جامعة أم درمان الإسلامية

منهج الدراسة : المنهج التاريخي ومنهج التحليل الوصفي .

أدوات الدراسة : الإستبانة والمقابلة

##### أهم أهداف الدراسة :

1. بيان جهود العلاقات العامة في رفع الأداء في المؤسسات .
2. عمل بحوث للعلاقات العامة لتطوير النشاطات المختلفة في المؤسسة .
3. تطوير أساليب التخطيط العلمي داخل المؤسسات .
4. وضع أسس يبني عليها التخطيط للتوصل للتنبؤ وتقليل عناصر المخاطرة .

##### أهم النتائج :

1. أتضح أن هدف العلاقات العامة تكوين صورة ذهنية جيدة .
2. العلاقات العامة للطيران المدني تتبع للمدير .
3. التخطيط بإدارة العلاقات العامة للطيران المدني موجود .

4. التخطيط للعلاقات العامة قصير الأجل في أغلبه .
5. تمارس العلاقات العامة وسيلة الاتصال بصورة فاعلة .

### علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث :

تتناول هذه الدراسة التخطيط للعلاقات العامة في ترقية الأداء في المؤسسات العامة بالتطبيق على الهيئة العامة للطيران المدني بجمهورية السودان فالدراستان تبحثان في أثر وفاعلية العلاقات العامة .

### الدراسة السابعة :

### عنوان الدراسة:

دور العلاقات العامة في التوعية المرورية ( بخيت ، 2011م )

دراسة تطبيقية على إدارة مرور ولاية الخرطوم (2007 – 2009م ) ، رسالة لنيل درجة الماجستير غير منشورة .

منهج البحث: المنهج التاريخي .

أدوات البحث: الاستبيان المقابلة

### أهم الأهداف:

1. يحتاج دور العلاقات العامة في تحقيق التغيير للسلوك الخاطئ والمخالفات ومن ثم تدعيم الثقة والترابط بين الشرطة والجمهور .
2. التعرف على المشكلات التي تواجهها العلاقات العامة بإدارة المرور والتي تحد من عدم تحقيق التوعية المرورية .
3. التعرف بأبعاد التوعية المرورية ومراحلها وما هي أفضل الوسائل الإعلامية المستخدمة فيها والتي تساعد على إنجازها .

### أهم النتائج:

1. أشارت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة تسعى إلى تغيير الاتجاهات السلبية لمستخدمي الطريق إلى اتجاهات إيجابية .
2. وضحت الدراسة أن المخصصات المالية غير كافية من أجل إدارة النشاط .
3. أوضحت الدراسة أن أهم المشاكل التي تعترض العلاقات العامة في أدائها هي المالية والاتصالية والتي تعيق نشاطاتها .

### علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث :

تتناول هذه الدراسة دورالعلاقات العامة في التوعية المرورية بالتطبيق علي شرطة ولاية الخرطوم بجمهورية السودان فالدراستان تبحثان في العلاقات العامة إلا أن الدراسة قيد البحث فهي تبحث فاعلية العلاقات العامة وهي علم يستخدم كل وسائل الاتصال وما يحدث من نتائج علي التخطيط الاستراتيجي الأمني .

## الفصل الثاني

### مصطلحات ومفاهيم

المبحث الأول: العلاقات العامة

المبحث الثاني: التخطيط الاستراتيجي

المبحث الثالث: الإستراتيجية الأمنية

## المبحث الاول

مفهوم وتعريف وأهمية العلاقات العامة

**مفهوم العلاقات العامة :**

تقوم العلاقات العامة علي فكرة تحقيق التفاهم الإنساني والذي يمثل جوهر العلاقات العامة ، الذي يستلزم التفكير والتخطيط لتحقيق هذا التفاهم الذي هو أقرب إلي الهدف المرحلي منة إلي الوسيلة المباشرة (الشريبي ، 2006م ، ص 32).

العلاقات العامة هي نشاط أي جماعة أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة وفعالة بينها وبين فئة من الجمهور (موجود ، 1996م ، ص 15).

ان العلاقات العامة بمفهومها الحديث لم تظهر إلا في هذا القرن حيث يتضح إن هذه الممارسة موجودة من القدم لأن الإنسان كائن اجتماعي أينما وجد تكون له علاقات وتعامل مع المجتمعات الأخرى وذلك يظهر من خلال الأنشطة والممارسات والتفاعل اليومي.

والواقع إن وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات هي إحدى الوظائف المستحدثة ولم تأخذ شكلاً كاملاً كوظيفة إدارية إلا في العصر الحديث ، وقد وردت العديد من التعريفات للعلاقات العامة إلا أنها تلتقي جميعها في وضوح أهداف المنشأة وكيفية تطويرها فالعلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المنشأة وبيئتها الخاصة ولن تستطيع المنشأة القيام بأداء مهامها وأعمالها إلا إذا كانت هناك ثقة متبادلة وتفاهم مشترك بينها وبين جماهيرها (السردى ، 2011م ، ص 254) .

**تعريف العلاقات العامة:**

نجد أن توجد تعريفات مختلفة للعلاقات العامة كثيرة إلا أنها جميعها تشترك في تعدد وظائف العلاقات العامة وأهميتها والتعريف بدورها في تعزيز الثقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي وشرح أنشطتها وتحسين صورتها وإبراز الجانب الإيجابي لها. وجاء تعريف العلاقات العامة كآتي :

### تعريف كتلب وسنتر وبروم :

(وظيفة الإدارة التي تحدد وتؤسس وتديم علاقات متبادلة مفيدة بين منظمة الأعمال وجماهيرها المختلفة التي يعتمد عليها نجاحها أو فشلها ) (الجوهر، 2004م ، ص17).

### تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية :

( نشاط أي صناعة أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشئة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور بوجه عام لكي تحرر سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع ).

### تعريف الجمعية الفرنسية :

( تلك الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستقرارها بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تفتتح بشكل مباشر أو غير مباشر من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها ) (المزاهرة ، 2015م ، ص29).

### تعريف دائرة المعارف البريطانية :

( هي السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو الفرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية ) (السردى ، 2011م ، ص14).

### تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية :

وهي ( العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط يهدف من خلالها إلي كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين لهم علاقة بها والمحافظة عليها عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان بالمصلحة العامة ) (السردى ، 2011م ، ص14).

### تعريف الدكتور علي عجوة بأنها هي :

(الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الانطباعات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ماهر ممكن ومشروع) (إمام ، 1968م ، ص69).

## تعريف العلاقات العامة في الشرطة :

وهو تعريف حمود بن عبدالعزيز البدر قال بأنها ( الجحني ، 2006م ، ص20):  
( فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة لإقناع الجماهير بمدي أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا ولكسب ثقتهم وتعاونهم مع رجال الشرطة وفي نفس الوقت تعمل علي إعداد ودعم جهاز الشرطة علميا وثقافيا ومعنويا لينهض برسالته علي أكمل وجه ) .

ومن خلال هذه التعريفات المتعددة للعلاقات العامة يقودنا ذلك إلي معرفة ومكانة العلاقات العامة ، والتي لا تزال في حاجة لاجتهاد الباحثين للوصول إلي تعريف محدد وذلك للمفاهيم الخاطئة تجاهها ، أدي كل ذلك إلي صعوبة تعريف دقيق وشامل وموحد ( الشربيني ، 2006م، ص21).

ويري الباحث إن كثرة التعريفات إنما تدل علي أهمية علم العلاقات العامة وتأثيرها في الأعمال والمؤسسات والوزارات والمنظمات والشركات المختلفة .

### أهداف العلاقات العامة :

هنالك أهداف تسعى العلاقات العامة إلي تحقيقها وهي تتلخص في الآتي 0 ( اللوزي ، 2010م ، ص97) :

1. إطلاع الجمهور وكذلك العاملين وبكل وضوح علي الأهداف المرغوب في تحقيقها .
2. القيام بإجراء الدراسات الميدانية لقياس الاتجاهات لدي الجماهير والتعرف عليها وتقديمها للإدارة .
3. دراسة البيئة التنظيمية الداخلية ودعمها والعمل علي تطويرها وتقييمها وتقويمها .
4. محاولة كسب رضا ودعم الجماهير والعاملين لما تقدمه المنظمة .
5. تقديم المعلومات ودعم اتخاذ القرار لتحقيق الأهداف .
6. ضرورة العمل علي تحقيق رغبات وحاجات الأفراد والمنظمات والجمهور .
7. هذه الأهداف قد أوردها الدكتور موسي اللوزي في كتابة أسس العلاقات العامة الطبعة الأولى صفحة (57) بنفس الكيفية .

وقد أورد عبد الرزاق الديلمي في كتابة العلاقات العامة وإدارة الأزمات أيضا أن هنالك مجموعة من الأنشطة تسهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة وهي (الديلمي ، 2015م ، ص 27):

1. التعرف علي اتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي.
2. نقل اتجاهات الرأي العام للإدارة العليا.
3. إقناع الجمهور بضرورة تعديل السلوك السلبي.
4. تنمية التعاون بين المؤسسة وجمهورها.
5. حماية المؤسسة من أي هجوم عليها.
6. تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة.
7. تهيئة مناخ مناسب لعمل المؤسسة.
8. دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها .
9. تنفيذ جميع أنشطة العلاقات العامة بالالتزام بعملية تتمثل في :  
البحث ، التخطيط ، التنفيذ ، المتابعة .

#### أنواع العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة الدعامة الرابعة من دعائم الإدارة بالإضافة إلي الإنتاج والتوزيع والتمويل وذلك عبر مناشطها المختلفة خاصة بعد الطفرة الاقتصادية والإعلامية والتي انتظمت دول العالم المختلفة وبرزت شركات متعددة الأنشطة والجنسيات وتفرعت علوم العلاقات العامة وأصبح لها أنواع يحددها بعض الباحثين في الأتي ( البكري ، 2011م ، ص 22 ):

1. العلاقات العامه التجارية .
  2. العلاقات العامه الصناعية.
  3. العلاقات العامه السياسية.
  4. العلاقات العامه العسكرية.
  5. العلاقات العامة في مناحي الحياة الأخرى .
- أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية :
- وتتلخص في الأتي ( محمد ، 2011م ، ص39 — 40):

1. الحصول علي تأييد الرأي العام وهو جسور الثقة بينة وبين الحكومة .
2. القيام بشرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة .
3. شرح القوانين الجديدة وأي تغيرات أو تعديلات فى القوانين .
4. تنمية الإحساس بالمسؤولية لدي الموظفين من خلال وسائل الاتصال المعروفة .
5. تحسين العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي .
6. تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة صحف مجلات تلفزيون .
7. الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية إذا تعرضت إلي انتقادات أو هجوم من قبل الآخرين .
8. إرشاد المواطنين لما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة .

#### مفهوم الاتصال في العلاقات العامة :

جاء تعريف العلاقات العامة كالأتي ( سلطان ، 2015م ، ص15):  
(تلك العملية الهادفة إلي نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل التنظيم أو خارجه باستخدام وسيلة أو وسائل معينة خلال إطار موقفي يجمع بينهما لغرض تحقيق التفاعل والتفاهم نحو تحقيق الأهداف ) ومن خلال هذا التعريف يتضح الأتي :

1. وجود رسالة .
2. نقل وتبادل المعلومات .
3. توضيح مضمون الرسالة بين المرسل والمتلقي .
4. وضوح أهداف الرسالة ووجود الهدف منها .
5. الإطار الموقفي .

#### عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة :

هنالك عوامل ساهمت في الاهتمام بالعلاقات العامة وهى ( سلطان ، 2015م ، ص20) .

الثورة الصناعيه والإنتاج الكبير .

1. زيادة حدة المنافسة .
  2. تزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام .
  3. تطور وسائل الاتصال .
  4. تزايد علاقات الاعتمادية .
- فقد أورد منصور عثمان محمد زين في كتابه العلاقات العامة الدولية أسبابا أدت إلي اهتمام الإدارة بالعلاقات العامة والتأكيد علي أهميتها وهي (محمد زين ، 2011م ، ص28):

1. اتساع هيكل المنشآت المعاصره.
  2. ابتعاد المنشآت عن الاتصال المباشر بالجمهور .
  3. ظهور شبكة واسعة من وسائل الاتصال الحديثة .
  4. التنافس الحاد بين المنشآت الصناعية والتجارية .
  5. ظهور المنشآت الكبيرة وذات رؤؤس الأموال الضخمة .
  6. الثورة الصناعية وما أحدثته من تطور كبير .
  7. تغير أشكال الحياة الفردية والجماعية .
  8. نمو الطبقة المتوسطة.
- طبيعة العلاقات العامة :**

تتمثل طبيعة العلاقات العامة في النقاط التالية ( السردى ، 2011م ، ص255-256 ) :

1. العلاقات العامة نشاط مخطط له .
  2. العلاقات العامة طريقة منظمة للتأثير في الرأي العام .
  3. العلاقات العامة ليست بديلا للأداء الجيد في المؤسسات .
  4. العلاقات العامة ليست دعاية .
  5. العلاقات العامة نشاط موجه للعاملين والجمهور الخارجي .
- مبادئ العلاقات:**

العلاقات العامة لها أسس ومبادئ كبقية العلوم الإنسانية الأخرى ومن أهم هذه المبادئ ( الديلمي ، 2015م ، ص27 ) :

1. قل الحقيقة ودع الجمهور يعرف ماذا يحدث .
  2. أثبت الحقائق بالأفعال يتحقق إدراك المؤسسة ب90% أفعال 10% أقوال .
  3. أستمع للعميل أفهم ما يريد العملاء ، وأجعل الإدارة العليا علي معرفة بذلك .
  4. قم بالإدارة للغد ، أخلق سمعة طيبة للمؤسسة .
  5. أجري العلاقات العامة كما لو أن المؤسسة ككل تعتمد عليها .
  6. أبقى هادئاً حيويًا وذو روح مرحى ، ونسق الجهود .
- وقد وردت أيضا مبادئ العلاقات العامة كالأتي ( عبد السميع ، ص22 — 50):

1. البدء من داخل المؤسسة .
  2. مراعاة الصدق والأمانه .
  3. التمسك بالأسلوب المهني .
  4. الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي لتغطية المساوي .
  5. إظهار الحقائق في صراحة ووضوح .
  6. المساهمة في رفاهية المجتمع أكثر من الربح والخسارة للمؤسسة .
  7. إتباع منهج البحث العلمى .
  8. التعاون مع المؤسسات الإعلامية الأخرى بمهنية
- العلاقات العامة العسكرية والشرطية واهدافها :**

في كثير من الدول العربية والأجنبية لا توجد إدارة تحمل اسم العلاقات العامة ولكن توجد فروع أو أقسام أو إدارات لها علاقة أو تمارس عمل العلاقات العامة وتقوم بوظائفها مثلا التوجيه المعنوي أو إدارة الشؤون العامة أو الخدمات أو الإدارة الاجتماعية أو إدارة المراسم وهي تساعد القوات في أداء مهامها والوصول ألي أهدافها العسكرية وذلك باستخدام وسائل الاتصال المختلفة .

وأهم أهدافها الأتي ( جادين ، 2016م ، 118 — 119):

1. توعية القوات والشعب بالحروب والنزاعات المحلية الإقليمية والعالمية .
2. تطوير القدرات العسكرية والقتالية ونقل التكنولوجيا .
3. تحسين صورة القوات وتعبئة الشعوب لمساعدتها للقيام بواجباتها .
4. نقل أنشطة القوات ونفطية الأحداث العسكرية لكسب ثقة الشعوب .

5. تحريض وسائل الإعلام ووسائله لاحترام الأسلوب المتميز للإعلام العسكري في استعمال الخدعة والحرب النفسية والحيل وغيرها من الوسائل المختلفة .  
أهمية العلاقات العامة:

مهما اختلفت التقسيمات الداخلية للعلاقات العامة لابد من تواجد أقسام لتباشر المسؤوليات الآتية ( جادين ، 2016م ، ص121 ):

1. مسؤولية البحث والتخطيط والمتابعة والتقييم وإعداد البرامج .
2. مسؤولية إعداد المواد التحريرية وإنتاجها .
3. مسؤولية تقديم الخدمات المعاونة والترفيهية .
4. مسؤولية تنظيم الموارد وتنظيم الأعمال .

وتأتي أهمية العلاقات العامة لدورها المتعاظم ووظيفتها التي تؤديها في المؤسسات المختلفة كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون بين أفراد المجتمع وقد علم القادة والزعماء أهمية التأثير في الرأي العام للجمهور وذلك من خلال الخطب الجماعية والشعر وذلك للتعريف بالقبيلة والنقوش الأثرية في المعابد وذلك لتمجيد الانتصارات الحربية وفي أوقات السلم تكون اللقاءات للأغراض الترفيهية والاجتماعية والدينية ولذلك أهتم بها العلماء والمختصين وأصبحت علم تناولته الدراسات المختلفة ويعتبر إيفلي رائد العلاقات العامة الحديثة وقد بدأ حياته كمراسل صحفي ثم مديراً بمكتب العلاقات العامة وهو يعتبر أول من وضع مبادئ العلاقات العامة وربطها بالنزعة الإنسانية والخدمية، وقد حدد إيفلي أهم وظائف العلاقات العامة في الآتي : ( غريب ، ص62 )

وظيفة العلاقات العامة :

1. مساعدة الجمهور علي التنقيف والإقناع والمشوره الموجه له .
2. استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية سليمة .
3. الإقناع أي خدمة اهتمامات الجماهير والعمل علي ضبط مستوي هذه الاهتمامات.

ويري بعض الباحثين أن من وظائف العلاقات العامة هي :

1. وضع برامج العلاقات العامة وإدارتها في مجال علاقة الوحدة ب جماهيرها الداخلية والخارجية .
2. الإشراف علي الصحف أو الكتيبات أو النشرات التي تصدرها الوحدة.
3. مراجعة كل ما ينشر عن الوحدة .
4. إعداد الوحدات جميع الأخبار والمقالات والصور وجميع وسائل التعبير التي تنقل عن الوحدة .

#### **علاقة العلاقات العامة بالعلوم الإنسانية الأخرى :**

والعلاقات العامة هي نشاط اتصالي زادت أهميتها في الفترة الأخيرة بزيادة المعارف المتنوعة والتطور في وسائل الاتصال الحديثة كالإذاعة والتلفزيون والصور والمجلات والخطب العامة وغيرها وهذه الوسائل تختلف فعاليتها حسب سهولتها وتكاليفها والجمهور المستهدف والزمان والمكان المحدد للعملية الاتصالية. وهناك ارتباط بين العلاقات العامة والعلوم الإنسانية الأخرى نأخذ منها علي سبيل المثال الآتي ( الجمحي ، 2006م ، ص27 – 20 ) :

#### **علاقتها بعلم النفس :**

علم النفس هو العلم الذي يدرس سلوك الكائنات الحية وما وراءها من عمليات عقلية أو دافعية وذلك من أجل الوصول إلي القانون الذي يحكم هذا السلوك للتمكن من فهمة وضبطه والتحكم به وكذلك العلاقات العامة فهي تهتم بسلوك الفرد وعلاقته بأفراد المؤسسة للنهوض بها.

#### **علاقتها بالعلوم الأمنية :**

وذلك لمعرفة مواطن القوة والضعف في المؤسسات الأمنية وعلاقتها بالمجتمع وذلك باعتبار أن الأمن خدمة تقدمها الأجهزة الأمنية بالإضافة للخدمات الأخرى مثل المرور والجوازات والدفاع المدني وغيرها.

#### **علاقتها بالإعلام :**

تعمل وسائل الإعلام علي نقل الأخبار عن طريق الوسائل الإعلامية المختلفة سواء كانت أخبار سارة أو غيرها محليه إقليمية أو عالمية أما العلاقات العامة فهي تفسر أنشطة المؤسسة للجمهور وتفسر اهتمامات الجمهور للمؤسسة بشكل يجعل

كل طرف يتفاعل مع الآخر ويقدره حق قدرة . والحق فإن العلاقات العامة ترتبط بالعمل الإعلامي بما يمكن أن تضيفه من تحليل وشرح للوصول إلي أهداف المؤسسة .

### صفات رجل العلاقات العامة :

يجب أن يتصف رجل العلاقات العامة بصفات تميزه عن بقية الموظفين الذين يشغلون وظائف أخرى وذلك لأهمية الدور الذي يقوم به في المؤسسة وهذه الصفات تتلخص في الآتي (المشرف 2011م ، ص72):

1. النشاط
2. حسن المظهر والمنطق
3. الشخصية المستقرة والمتزنه
4. الشجاعه والموضوعيه
5. الاقناع والإحساس العام
6. الذكاء والخيال الخصب
7. التكيف علي الظروف المختلفة
8. الكياسه واللباقه
9. الاستقامه والصدق

### العلاقات العامة عبر العصور المختلفة :

. يعتبر جهاز العلاقات العامة حلقة الوصل بين المؤسسة و عملائها الداخليين والخارجيين. حيث أصبحت المؤسسات اليوم تعير اهتماما كبيرا لهذا الجهاز الذي يخدم المؤسسة من خلال وظائفه الرئيسية التي تقوم على: التعريف بالمؤسسة، والبحث، والتخطيط، الاتصال، والتنسيق، ثم التقييم.

تعتبر العلاقات العامة من الأدوات التي أستخدمها الإنسان في العصور القديمة لتساعده في عملية الاتصال واختيار الوسيلة المناسبة في عملية نقل الرساله .

العلاقات العامة عند البابليين و الفراعنه:

اهتم قدماء المصريين بالسيطره على أفكار الجمهور وتحريك مشاعرهم من خلال إتباعهم لأساليب شتي كتأليه الفرعون وتقديس الكهنة وتشيد المعابد والمقابر الفخمة

وأتبعوا مع شعوبهم أسلوب الاتصال الخطابي لنقل أخبار المجتمع و أنباء الحروب و الانتصارات لأفراد مجتمعاتهم.

### العلاقات العامة عند اليونان :

كان الأسلوب الاتصالي أكثر تطوراً نظراً لارتفاع ثقافة شعوبهم الذين تأثروا كثيراً بفلاسفتهم العظماء: أمثال أفلاطون و سقراط و تلميذه أرسطو. فكان اليونانيون يستخدمون القصائد الشعرية و النشرات الإخبارية اليومية لإعلام الشعب بالأحداث المحيطة.

وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة لتوصيل الرسالة الأمنية : —  
تلجأ العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية في ممارسة نشاطها الاتصالي إلي التنسيق مع الأجهزة الإعلامية الجماهيرية كالصحف والإذاعة والتلفزيون والسينما وناشري الكتب الثقافية العامة بالإضافة للمسرح ويتوقف استخدام كل وسيلة إلي المتغيرات التالية ( أحمد ، 2006 ، ص162 )

1. طبيعة الفكرة المطروحة التي تسعى الأجهزة الأمنية لتحقيقها .
2. خصائص الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية .
3. تكاليف استخدام الوسيلة الإعلامية بالنسبة لأهمية الهدف الأمني المطلوب تحقيقه .
4. أهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع الأمني .
5. ما تحققه الوسيلة من تأثير علي الجمهور المستهدف بالرسالة الأمنية .

### العلاقات العامة في الإسلام :

جاء الإسلام بالعودة إلي مبادئ وقيم أساسية أهمها عبادة الله وتوحيده وعدم الشرك به وهي العبادات أما المعاملات فهي باحترام حقوق الآخرين من بني البشر وقد دعي إلي ذلك القرآن الكريم والسنة وقد ساوي الإسلام بين الناس في الحقوق والواجبات وبين المرأة والرجل والأبيض والأسود والعربي والعجمي وهو ما يعرف بمفهوم العلاقات العامة الحديثة ومصدر ذلك القرآن الكريم والسنة النبوية الصحيحة فقد وردت آيات من كتاب الله تعالى تؤكد ذلك قال تعالى : (وَكُلًّا نَقُصُّ

عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرٌ لِلْمُؤْمِنِينَ (سورة هود الآية 120) وقد جاءت أهداف الإسلام في ثلاثة محاور هي (المشرف ، 2011م ، ص5—20):

### 1. الاعلام :

وهو الدعوة إلى الله تعالى وهي وظيفة الأنبياء وأهم ما جاء به الرسل (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين) (125) (سورة النحل الآية 125) قال تعالى :—(خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ (199) سورة الأعراف الآية (199) ويقول سبحانه وتعالى : — ( يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ (1) قُمْ فَأَنْذِرْ (2) ( المدثر الآيتان 1 — 2).وهي الدعوة إلى الله تعالى وتبليغ رسالته إلى كافة الناس (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (28) (سورة سبأ الآية 28).

### 2. الاقناع :

قال تعالى : — (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ (44) سورة البقرة الآية 44 ويقول أيضا (فَبِمَا نَقْضِهِمْ مِيثَاقَهُمْ لَعَنَّاهُمْ وَجَعَلْنَا قُلُوبَهُمْ قَاسِيَةً يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ وَنَسُوا حَظًّا مِمَّا ذُكِّرُوا بِهِ وَلَا تَرَالُ تَطَّلِعُ عَلَى خَآئِنَةٍ مِنْهُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِنْهُمْ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاصْفَحْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ (13) سورة المائدة الآية (13) ويقول سبحانه وتعالى : — ( يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (2) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ (3) (سورة الصف الآيتان 2 — 3). ويكون بالالتزام بالمنهج الذي تدعو الناس إليه وان تتطابق الاقوال الأفعال.

### 3. الشورى (المشاركة) :

والشورى من أهم المبادئ التي دعت لها الشريعة الإسلامية فقد طبقها الرسول صلي الله عليه وسلم والصحابة من بعده رضوان الله عليهم وأمر القرآن الكريم بذلك في قوله تعالى : (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ

حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُتَوَكِّلِينَ (159).

فقد أستخدم المسلمون وسائل اتصالية إبداعية، حيث أستخدم الرسول عليه الصلاة والسلام وسائل الاتصال الشخصي و الجمعي لمخاطبة الأفراد و الجماعات وذلك لنشر الرسالة السماوية بالاستناد على البراهين والحجج في تلك المخاطبات لإقناع الناس بالإسلام و الدخول فيه. وقد تنوعت الوسائل التي أستخدمها في نقل الرسالة، حيث كان عليه الصلاة و السلام يوفد الرسل و يرسل الرسائل الخطية إلى الملوك و الأمراء ليدعوهم إلى الإسلام . و خلاصة القول، فإن أخلاقيات الوظيفة العامه ومن بينها العلاقات العامة- من وجهة نظر إسلامية عبارة عن : (مجموعة من المبادئ والقواعد النابعة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ) جميعنا يعلم أن الدعوة الإسلامية لم تأخذ نهج الإرغام بل اعتمدت على البراهين والإقناع والحجة في نشرها ومن أهمية العلاقات العامة في الإسلام أنها كانت تستخدم منذ قديم الزمان وقد أستخدمها الرسول صلى الله عليه وسلم في وسائل الاتصال الشخصي وغير الشخصي حيث كان يوفد الرسل ويبعث الكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم إلى الدخول في الإسلام ، ومن أهم الوسائل الحديثة التي يقوم عليها علم العلاقات العامة هو أسلوب الإقناع وقد دعا الدين الإسلامي إلى المعاملة الحسنة والمعشر الطيب لما في ذلك من أثر في تصفية النفوس وتقريبها بعضها من بعض .

العلاقات العامة والمنظور الإسلامي:

هناك ارتكاز لأبجديات العلاقات العامة إن تكون علاقه حسنه تقام بين المؤسسة والجمهور ،وتعتمد اعتمادا رئيسي على نجاح إقامة علاقة حميمية بين جميع أطراف العلاقات بأشكالها المختلفة. وقد نادى الإسلام بذلك منذ بدء بعثة نبينا محمد صلى الله عليه وسلم ،وهنا بعض الأمثلة لذلك :- وغيرها والمتتبع لكل هذه العناوين يكاد يجزم أن الدين الإسلامي لم يترك صغيرة ولا كبيرة في العلاقات الإنسانية ومن ثم العلاقات العامة إلا تحدث عنها وأفاد فيها، حتى إننا لن نخطئ إذا قلنا أن الإسلام وضع العلاقات العامة موضع التنفيذ منذ 1900 عام،

قبل أن يعلن أساتذة ومعهدة العلاقات العامة أن هناك علماً تم تأسيسه وهو " العلاقات العامة."

وهناك ما تتميز به العلاقات العامة في الإسلام أنها أكثر أصالة من العلاقات العامة الحديثة:

ويوضح لنا د. عبد الوهاب الكحيل الفروق بين العلاقات العامة الحديثة والعلاقات العامة الإسلامية ( شبكة الانترنت ) ...

أولاً :

إن العلاقات العامة الحديثة تهتم بممارسة العلاقات العامة من أجل هدف محدد، حيث تقصر هذا النشاط على الهيئات والمؤسسات بهدف إرضاء الجماهير، وتحقيقها للأرباح المادية أو تحقيق بعض المكاسب السياسية لبعض الأفراد، بينما يتسع مجال العلاقات الإسلامية، ليكون الهدف منه إنشاء العلاقات الودية القائمة على المحبة وتكوين مجتمع بشري متكاتف ومتماسك.

ثانياً :

تعتمد العلاقات العامة الحديثة على تقديم الجوانب المشرقة لبعض الأشخاص، أو المؤسسات أو الهيئات، دون الجوانب الأخرى، وقد تكون هذه الجوانب المشرقة صادقة وقد تكون كاذبة أو مختلقة، أما العلاقات العامة الإسلامية، فتمتد أبعادها، لتجعل حياة جميع الأفراد في المجتمع الإسلامي، كلها مشرقة دائماً، وليس فيها مكان للجوانب غير المشرقة، فهي لا تتصنع هذا ولا تختلقه..

ثالثاً :

أما الفارق الثالث فيمكن في أن العلاقات العامة الإسلامية أكثر أصالة وعمقاً من العلاقات العامة الحديثة، وذلك لأن العلاقات العامة الإسلامية، تبدأ بالعلاقات الخاصة، وبنائها بناءً حسناً، أما العلاقات العامة الحديثة، فإنها يتم تعليمها للفرد بعد كبره، وللمشتغلين بها فقط

وكلا منا يحتاج لمعرفة أخلاقيات العلاقات العامة في الإسلام

وقد تمثل اهتمام الإسلام بالخلق اشتمال القرآن والسنة على تحديد عدد من الآيات والأحاديث التي ذكرت في مدح حسن الخلق، وأهميه الأخلاق ومدى اهتمام الإسلام

تعليل الرسالة بتقويم الأخلاق، وإشاعة مكارم الأخلاق، جاء في الحديث الشريف عن النبي انه قال: (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق) جاء أناس إلى رسول الله فقالوا: "من أحب عباد الله إلى الله تعالى؟ قال: (أحسنهم خلقاً)

( وسئل رسول الله: (أي المؤمنين أكمل إيماناً؟ قال: أحسنهم خلقاً ويرى الباحث أيضاً أن (الغاية لا تبرر الوسيلة): شعار يجب أن تضعه مهنة العلاقات العامة خاصة لقد كان هذا واقع العلاقات العامة في العصور القديمة.

العلاقات العامة في العصر الحديث: فقد ظهرت العلاقات العامة بمفهومها الحديث مع بداية القرن العشرين. حيث كان للتقدم الاقتصادي و الصناعي في المجتمعات الأوروبية و الأمريكية و ظهور الثورة الصناعية آنذاك دورا كبيرا في إخراج المفهوم الحديث للعلاقات العامة و إحداث ثورة كبيرة في هذا المجال قادها الثنائي الأمريكي البارع "أيفي لي" و "إدوارد بارنيز". حيث كانا و مازالا يتنافسان على لقب "أبو العلاقات العامة" رغم وفاتهما ، ويرى المتخصصون في هذا المجال أن الفضل يعود لهما في تطوير مفهوم العلاقات العامة ومجالاتها المتنوعة.

ومع التطور الهائل في مجال الصناعة ظهرت العديد من الشركات وتوسعت الكثير منها، مما ضاعف أعداد الجماهير التي تتعامل معها، الأمر الذي شكل صعوبة على أصحاب الأعمال في الاتصال بهذه الجماهير الغفيرة و كيفية كسبهم و الحصول على رضاهم. هذه الأسباب دفعت المختصين إلى دراسة واقع العلاقات العامة في المؤسسات، وكيف لها أن تكون حلقة الوصل بينها وبين عملائها لإعلامهم بالأخبار وكسبهم والحصول على رضاهم مع الالتزام بالمبادئ الأساسية التي تقوم عليها العلاقات العامة وهي: الشفافية ، الثقة ، والمصادقية .

واليوم أصبحت العلاقات العامه تخصصا و مجالا مهما وحيويا لا يمكن الاستغناء عنه. فأصبحت الشركات الكبرى تعير هذا المجال كل الاهتمام ، لأنه هو الجهاز الذي يقودها للوصول إلى جماهيرها و تحقيق الأهداف المنشودة . يعزي بعض المتخصصين نجاح أي مؤسسة إلى نجاح إدارات العلاقات العامه فيها من خلال القيام بوظائفها الرئيسة بكل حرفية و منهجية وأصبحت المؤسسات اليوم تهتم بهذا الجهاز اهتماما كبيرا ، لأنها ترى أنه أحد الأسباب الرئيسة لنجاحها. فأصبحت تركز على استقطاب المهرة في هذا الجانب و تساعدهم على تطوير أنفسهم ليقودوا دفة العلاقات العامه ، التي تقوم على العلم و المهارة و الابتكار لتحقيق الأهداف المنشودة .

## المبحث الثاني

### مفهوم وتعريف التخطيط الاستراتيجي

#### مفهوم التخطيط :

التخطيط فكرة قديمة قدم التاريخ الإنسانية وقد ظهر مع وجود الحضارات البشرية إلا أن التخطيط في مفهومه العملي حديث العهد ، إذ يرجع إلي أوائل الربع الثاني من القرن العشرين بعد الخطة الخمسية التي نفذها الإتحاد السوفيتي عام 1928م وبعد ذلك انتشرت فكرة التخطيط من أجل إحداث التقدم الإجتماعي والاقتصادي المنشود .

والتخطيط في جوهره لا يخرج من كونه عمليات منظمة واعية لاختيار أحسن الحلول الممكنة للوصول إلي أهداف معينة ، وهو بعبارة أخرى مرحلة التفكير المنظمة التي تسبق العمل والذي ينتهي باتخاذ القرارات المتعلقة بما يجب عمله وكيف ومتى يتم عمله وهناك فرق بين التخطيط والخطة ، فالتخطيط عملية مستمرة ، أما الخطة فهي وضع التخطيط في صورة برنامج ينفذ عبر مراحل وخطوات وتحديد زمني ومكاني ( أحمد ، 2012م، ص 2 ).

من الوظائف الهامة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة هو عملية التخطيط وهو بصوره عامة عملية ذهنية وقدرات فكرية تستند علي الخبرات العلمية والعملية وتتعامل مع الحقائق بغرض التنبؤ بالاحتياجات والمتطلبات وحجم العمليات لفترات زمنية قد تكون طويلة أو قصيرة الأمد والتخطيط في إدارة العلاقات العامة يشتمل علي جوانب متعددة ( عليان ، الطوباسي ، 2005م ، ص 285 ):

1. تحديد الأهداف التي تسعى الإدارة لتحقيقها.
  2. تحديد الإمكانيات المتاحة (مادية بشرية).
  3. تحديد الأساليب والوسائل المراد اتخاذها لتحقيق الأهداف.
- و تتعلق عملية التخطيط بمعرفة الأهداف ماذا يريد؟ ومتى؟ وكيف؟ والاستفادة القصوى من الإمكانيات المتاحة وبأقل تكلفة وكفاءة في تحقيق الأهداف المرتقبه والوصول الى الغايات المطلوبة.

ويمكن القول أن التخطيط (عمل يسبق التنفيذ دائماً وهو يرسم الإطار العام الذي يحدد الأنشطة والأعمال الواجب أداءها بهدف الوصول إلي تحقيق الأهداف.

ويشتمل التخطيط علي الآتي ( أبو صالح 2016م ، ص29 — 30 ):

1. تحديد تكاليف عمل المنظمة .

2. تحديد الاهداف والسياسات وفلسفه العمل .

3. تحديد الإطار الزمني .

4. تحديد ثقافة المنظمة.

5. تحديد التنسيق الداخلي والخارجي.

**انواع التخطيط:**

تختلف أنواع التخطيط حسب الأسس الآتية ( عليان ، الطوباسي ، ص285 ):

1. الأساس الزمني.

2. المنطلق الذي تشمله الخطه.

3. طبيعه النشاط.

4. طبيعة المشكلات المستخدمة.

**التخطيط وفق الأساس الزمني:**

**التخطيط طويل المدى:**

يستغرق من عشر إلى ثلاثين سنة .

يتم اللجوء له لتحقيق الأهداف التي تتطلب وقت طويل لتنفيذها:

التغيير في الهيكل الاجتماعي والاقتصادي .

ورفع المستوى المعيشي والصحي والتعليمي .

اعداد الكفاءات الإدارية والفنية والمهنية .

**التخطيط متوسط المدى:**

يتراوح ما بين ثلاث إلى خمس إلى سبع سنوات .

يعتبر العمود الفقري للخطط الطويلة .

النتائج الفعلية له تؤخذ كأساس لتعديل تقديرات التخطيط طويل المدى .

## التخطيط قصير المدى:

يعتبر مجرد شريحة من التخطيط متوسط المدى .

يعتبر وسيلة لتحقيق التخطيط المتوسط .

عبارة عن عدد من البرامج والمشاريع المعدة للتنفيذ لمدة سنة لتحقيق الأهداف والسياسات العامة.

حسب نطاق التخطيط ومداه ( المصري ، 2016م ، ص 10-15 ) :

## التخطيط الشامل:

يهدف إلى التحكم في مختلف قطاعات النشاط في الدولة أو المنظمه .

يقوم على تقدير الإمكانيات والموارد حاليا ومستقبلا .

## التخطيط الجزئي :

يتم اللجوء إليه نظرا لمحدودية الموارد ويهدف إلى التحكم في قطاع معين من النشاط الذي تقوم به الدولة أو المنظمة ويركز على الأهداف والبرامج في ضوء الإمكانيات المتاحة .

## التخطيط وفق نطاق الخطة:

أ. خطة رئيسه تشمل مجال العلاقات العامة ككل

ب. خطة فرعية تختص كل منها بنطاق محدد فرع أو قسم للإدارة .

## التخطيط وفق المشكلات المستهدفة:

### أ. التخطيط الوقائي:

وهو نوع من التخطيط مبني علي دراسات وبحوث رشيدة تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط توطيد علاقات ودية بين المنشأة و جماهيرها والعمل علي كل ما يودي إلي سوء الفهم وتعارض المصالح.

### ب. التخطيط الاعلامي:

وهو تخطيط يتسم بالحركة ويقف متأهبا للنزول إلي الميدان لمواجهة أي أزمة أو موقف فماجي ويبدأ بعد حدوث المشكلات وهو يتصف بالسرعة والحسم وذلك بتوقع حدوث الإخطار المحتملة وكيفية علاجها بإخراج البيانات لتصحيح وتلطيف الأجواء بين المؤسسة ومنسوبيها بكل شفافية ونزاهة.

مزايا التخطيط ( المصري ، 2016م، ص36 ):

للتخطيط الاستراتيجي مزايا في كل المؤسسات ويلعب دورا بارزا في كل البرامج والعلوم المختلفة وخاصة مجال العلاقات العامة فهو يؤثر فيها وتؤثر فيه فنجد أن التخطيط يحقق للعلاقات العامة المزايا الآتية :

1. الابتعاد عن العشوائية .
2. تبني برنامج متكامل متوافق مع إستراتيجية المنظمة المؤسسة .
3. التحديد الدقيق للموارد البشرية والمادية .
4. يؤدي إلي إمكانية التنبؤ بالمشكلات .
5. يبرز اهداف العلاقات العامة بوضوح .
6. يسهل مهمة مدير العلاقات العامة في إتجاه القرارات والتوجيه والرقابة والتقييم والتقويم .
7. تفعيل عملية الاتصال الداخلي .
8. تأكيد ثقة الجمهور بالمؤسسة من خلال الاتصال الخارجي .

**تخطيط الطوارئ أو الظروف المفاجئة :**

ويكون في حالة النزاع بين المؤسسة ومنسوبيها وحتى لا يصل الأمر إلي تفجير كارثة وهذا تكون في حالة تعديل اللوائح والقوانين أو التصفية أو غيرها حني لاتصل الأمور إلي كارثة محققة.

ولكل هذا فإن هنالك مبررات لضرورة إخضاع نشاط العلاقات العامة لمنطق التحديد وأهمية التخطيط تنبع من الأسباب الآتية( عدنان ، الطوباسي ، ص293 ):

1. تنسيق صور العلاقات العامة.
2. تعبئة الموارد والإمكانيات والوصول للأهداف.
3. يساعد علي إختيار انسب والوسائل الإعلامية لنقل الجهود للمستفيدين .

4. لتخطيط يساعد في تحديد النطاق الزمني لتحقيق الأهداف.
  5. يساعد في تحديد وتطبيق وسائل الرقابة أثناء التنفيذ.
  6. التخطيط يحد من احتمالات الازدواجية في التنفيذ بتوزيع المسؤوليات.
- ومن أهم جوانب التميز والاختلاف بين التخطيط الإستراتيجي وبين التخطيط طويل الأجل يتمثل في افتراضات كل منهما فيما يتعلق بالبيئة والأوضاع المستقبلية ويتمثل كذلك في موقف كل منهما تجاه هذه الأوضاع والمتغيرات والمستجدات البيئية (أبو الفضل، 2005م).

الفرق بين التخطيط والتخطيط الاستراتيجي (الطاهر ، 2016م، ص 47 — 49):

1. التخطيط العادي يهتم بالبيئة المحلية والتخطيط الاستراتيجي يشمل البيئة الدولية.

2. التخطيط الاستراتيجي يشمل مصالح الأجيال الحالية والقادمة والاهتمام بالبيئة وتنمية واستقلال الموارد أما التخطيط فهو يسعى لتحقيق مصالح ولا يراعي تعقيدات المستقبل وقد يحدث استنزاف للموارد وتدمير للبيئة .

3. التخطيط العادي أهدافه محدودة في فترة طويلة فهو يسعى إلى تحقيقها أما التخطيط الاستراتيجي يسعى إلى أهداف طويلة وبعيدة وطموحة تتفرع منها أهداف أخرى أثناء الخطة .

4. التخطيط العادي غالبا ما يجري الواقع أما التخطيط الاستراتيجي يعمل على بلورة عدد من الأهداف والتي أحداث التغيرات المطلوبة لتحقيق الهدف الاستراتيجي المطلوب .

5. التخطيط يسعى للتنبؤ بالمستقبل ودراسة الماضي والحاضر أما التخطيط الاستراتيجي يسعى إلى تشكيل المستقبل من خلال تحقيق أهداف كبرى تتصف بالجرأة والمبادرة قد يسبق تحقيقها إجراء تغييرات أساسية وجوهرية في البيئة .

### التخطيط في الإسلام:

قد جاء القرآن الكريم والسنة النبوية وذلك لتوضيح معالم طريق الدنيا وكيفية الوصول إلى مرضات الله جل جلاله كذلك جاءت آيات وأحاديث كثيرة تشرح للناس مفاهيم وكيفية الوصول إلى الأهداف والغايات ، وهي تصريف شؤون

الدولة وسياستها الداخلية والخارجية وتنظيم علاقة الحاكم بالمحكومين ، ومعرفة ما علي الحاكم من واجبات نحو الأمة أفرادا وجماعات ، وما له عليها من حقوق وهو ما يسمي بفلسفة الحكم الإسلامي وهي خير تعبير للعلاقات العامة ولن نتحقق هذه الأهداف إلا في ظل مبادئ ودعائم وقيم راسخة تعمل علي تحقيقها .

وهناك تعريفات للتخطيط الإسلامي وأشملها هو ( أسلوب عمل جماعي يأخذ بالأسباب لمواجهة توقعات مستقبلية ويعتمد علي منهج فكري عقدي ، يؤمن بالقدر ويتوكل علي الله ، ويسعي لتحقيق هدف شرعي هو عبادة الله وتعمير الكون ) ( أحمد ، 2012م ، ص34 — 39 ). وبالرغم من هذا التعريف إلا أن التخطيط يعتمد علي العمل الفردي الجماعي علي حد سواء وهو علم يرتبط ويؤمن أصحابه بالغيب كما أخبر الله علي لسان رسوله صلي الله عليه وسلم في قوله تعالى : ( قُلْ لَا أَمْلِكُ لِنَفْسِي نَفْعًا وَلَا ضَرًّا إِلَّا مَا شَاءَ اللَّهُ وَلَوْ كُنْتُ أَعْلَمُ الْغَيْبَ لَأَسْتَكْبَرْتُ مِنَ الْخَيْرِ وَمَا مَسَّنِيَ السُّوءُ إِنْ أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ وَبَشِيرٌ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ (188) ( سورة الأعراف الآية (188). وعلم الغيب لله جل جلاله وحدة لذلك أمتدح الله سبحانه وتعالى الذين يؤمنون بالغيب وجعله من صفات المتقين قال تعالى : (الم (1) ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ (2) الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ (3) (سورة البقرة الآيات 1—3). ومن ذلك التعريف وهذه الأسس توجد عدة عناصر للتخطيط الإسلامي وهي :

## 1. التفكير والاعتبار:

وهي من أعمال العقل للتدبر والاستفادة فيما يعود للناس بالخير في الحياة الدنيا وفي الآخرة وفيها قوله تعالى : ( وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ (20) وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ (21) ( سورة الداريات الآيتان 20 — 21). وأيضا قوله تعالى : — ( أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ (17) وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ (18) وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ (19) وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ (20) فَذَكَرْ إِذَا أُنْتِ مُذَكَّرٌ (21) لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ (22) ( سورة الغاشية الآيات17 — 22) .

## 2. الشورى :

وهي مبدأ لاتخاذ القرارات في حالة السلم والحرب وهذا يعتبر بعد إستراتيجي مخطط له للخروج برؤية صحيحة ومدروسة وهو أمر إلزامي للرسول وأصحابه ومن يأتي بعدهم لانتهاجه والعمل به وقد نزلت سورة كاملة تحمل هذا الاسم لبيان العناية بالشورى والاهتمام بها والتنبية إلي عظم أهميتها . قال تعالى : — (وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ (38) ( سورة الشورى الآية 38) وذلك للدلالة علي الاستفادة من جمع المعلومات عند تنفيذ الخطة . (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (159) ( سورة آل عمران 159 الآية) وهذه صفة المؤمنين ويلتزم بها الرسول صلي الله عليه وسلم قبل المؤمنين ( وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (43) (سورة النحل الآية 43) .

### 3. الهدف والغاية من التخطيط :

ومما جاء من القران الكريم قوله تعالى ﴿أَفَمَنْ يَمْشِي مُكِبًّا عَلَى وَجْهِهِ أَهْدَىٰ أَمَّنْ يَمْشِي سَوِيًّا عَلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾ ( سورة الملك الآية 22). والصراط المستقيم هو الطريق السوي الذي يوصل إلي الهدف في أقصر طريق وأسرع زمن وهو غاية التخطيط وقال تعالى ( قل هذا سبيلي أدعوا إلي الله علي بصيرة أنا ومن إتبعني وسبحان الله وما أنا من المشركين) . وهذا هو قول الله مخبراً عن سيدنا يوسف في دعوته إلي الله وهو منهج الأنبياء في الدعوة إلي الله.

وقوله تعالى ( أهدنا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ (6) ( سورة الفاتحة الآية 6 ) وهذه دعوة المؤمنين لله سبحانه وتعالى بأن يهديهم ربهم إلي الطريق السوي. ومن الآيات أيضاً قوله تعالى : ( قُلْ كُلٌّ مُتَرَبِّصٌ فَتَرَبَّصُوا فَسَتَعْلَمُونَ مَنْ أَصْحَابُ الصِّرَاطِ السَّوِيِّ وَمَنْ اهْتَدَى (135) ( سورة طه الآية 135 )

. (وَاتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ (77) ( سورة القصص الآية 77) .  
أي أن علي الإنسان أن يحسن ويتقن عمله لنيل رضا الله وهذه دعوة إلي تجويد الأداء للخروج بأقل تكلفه وخسائر وهذا من دواعي التخطيط الجيد . وأيضا قولة

تعالى : (الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ (41) ومن الأشياء المدمرة الفساد وذلك في قوله تعالى : ( فَكَايِنٌ مِنْ قَرْيَةٍ أَهْلَكْنَاهَا وَهِيَ ظَالِمَةٌ فَهِيَ خَاوِيَةٌ عَلَى عُرُوشِهَا وَبِئْرٍ مُعَطَّلَةٍ وَقَصْرٍ مَشِيدٍ (45)

وهذه هي الغاية من الخلق ، وقوله تعالى ( وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهُ عَلَى مَا فِي قَلْبِهِ وَهُوَ أَلَدُّ الْخِصَامِ (204) وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ (205) وَإِذَا قِيلَ لَهُ اتَّقِ اللَّهَ أَخَذَتْهُ الْعِزَّةُ بِالْإِثْمِ فَحَسْبُهُ جَهَنَّمُ وَلَبِئْسَ الْمِهَادُ (206) وهذه الآيات تبين الجانب السيئ للتخطيط من أعداء من الإسلام من اليهود والنصارى وأعاونهم ، وقال صلى الله عليه وسلم (خط رسول الله خطأ وخط خطوطاً حوله وقال..)

وقال في بدر (أمنزلة أنزلها الله أم هو الرأي والحرب والمكيدة) .

#### 4. ربط التخطيط بالمشيئة والتوكل على الله :

مهما كان الهدف بعيداً أو صعباً فلا بد من الرجوع إلى مشيئة الله تعالى قولاً ونطقاً وذلك في قوله تعالى : — (وَلَا تَقُولَنَّ لِشَيْءٍ إِنِّي فَاعِلٌ ذَلِكَ غَدًا (23) ، وهناك آيات تدل على أن التوكل قبل كل عمل وذلك في قوله تعالى : — (وَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَالْمُنَافِقِينَ وَدَعْ أَذَاهُمْ وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلًا (48) وذلك في الثقة في ما عند الله تعالى من نصر وغيره .

#### 5. بذل الأسباب والوسائل المشروعة :

وهي إعداد القوة المادية والمعنوية بدنية أو فكرية ويدل على ذلك قوله تعالى ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ (60) ، (لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ (25) وهذه الآية تدل على إعداد القوة المادية العسكرية وما للحديد من منافع أخرى.

## 6. المدة الزمنية والمرحلية في التخطيط :

وهي كل ما يواجه الإنسان في الحياة من قريب أو بعيد وهي أن التخطيط علم مرتبط بالزمن وهو عملية مستمرة وشاملة وذلك في قوله تعالى: — (وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ (77) ، وفي قوله تعالى :—( يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتَنْظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (18).

(سورة الحشر الآية 18)

### طبيعة التخطيط وأهميته :

1. التخطيط له أولوية على الوظائف الإدارية الأخرى فهو أول الوظائف الإدارية.
2. بدون التخطيط لن يكون هناك تنظيم أو توجيه أو رقابة .
3. التخطيط ذو أهمية في تحقيق الأهداف فهو يساعد في تحقيقها ويساهم في وضوحها للعاملين .
4. بدون التخطيط يصبح العمل ارتجاليا .
5. يقلل من النشاط العشوائي أثناء التنفيذ .
6. يساعد التخطيط على تقليل التكاليف .
7. يوفر التخطيط طرقا جديدة وابتكارية لتحقيق الأهداف .
8. تزداد الحاجة للتخطيط بسبب عدم التأكد من المستقبل . وتزداد المقدرة على التنبؤ كلما انخفضت المدة الزمنية اللازمة لتنفيذ الخطة

### مفهوم التخطيط :

1. التقرير سلفا بما يجب عمله وكيف ومتى ومن سيقوم به .
2. الاختيار من بين البدائل من الأهداف والسياسات والإجراءات والقواعد مع تحديد الوسائل لبلوغها .
3. عمل ذهني يعتمد على التفكير العميق والرؤية الصائبة التي يستخدمها المخطط في رؤية حاضرة ومواجهة مستقبلية .
4. التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل بخطوات منظمة .

## مزايا التخطيط :

1. وسيلة لمواجهة المستقبل بخطوات مدروسة ومنظمة .
2. يوضح الاهداف المراد تحقيقها .
3. يهتم بتوفير الإمكانيات الأزيمة لتحقيق الأهداف .
4. يهتم بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة ( مادية أو بشرية ) .
5. وسيلة مناسبة لتنفيذ الأهداف في الوقت المناسب، وتحديد الوقت اللازم لكل مرحلة من مراحل العمل .
6. يساعد في تحقيق التنسيق بين جميع الأعمال وأوجه النشاط المختلفة ومنع الازدواجيه .
7. يحقق الرقابه الداخلية والخارجية ، لأن التخطيط يمثل الركن الأول للرقابة.
8. يحقق الأمن النفسي للعاملين ويرفع من مستوى رضاهم عن أعمالهم .

## التخطيط على مستوى الدولة :

1. التخطيط مسؤلية مشتركة بين جهاز التخطيط والوزارات والمصالح الحكومية .
2. تتولى الأجهزة الحكومية (الوزارات المختلفة ) المشاركة في التخطيط نظرا لما يتوفر لديها من خبرة ودراية بالمسائل الفنية والإدارية والتجربة العمليه والإلمام بالمشاكل التي تواجه التنفيذ .
3. جهاز التخطيط يعتبر جهازا استشاريا ليس له سلطة ملزمة على الأجهزة الحكومية.
4. يتولى جهاز التخطيط إعداد مشروع الخطة العامة السنويه ، ولا بد أن يتم اعتماد الخطة من قبل الجهاز التشريعي لكي تصبح ملزمة .
5. يطلق على التخطيط على مستوى الدولة التخطيط القومي .

## أهداف التخطيط القومى :

1. رفع المستوى المعيشي وزيادة دخول الأفراد وزيادة فرص العمل .
2. رفع المستوى الثقافي كما وكيفا .
3. رفع المستوى الصحي بتوفير المستشفيات والقضاء على الأوبئة .
4. القضاء على البطالة وتوفير الكوادر البشرية العاملة .

5. زيادة الإنتاج باستخدام التكنولوجيا الحديثه .

6. زيادة الاستثمار والاكتفاء الذاتي .

### **التخطيط على مستوى المنظمة :**

1. إدارة التخطيط تقع على عاتق جميع المديرين في المنظمة .
2. تزداد أهمية التخطيط كلما ارتفعنا في السلم الإداري .
3. يقوم المديرين بوضع الخطوط العريضة للخطة ثم تقديمها للمرؤوسين لوضع التفاصيل .
4. من الأفضل أن يشارك المديرين المرؤوسين في وضع الخطة عن طريق أخذ المقترحات والتوصيات والإمداد بالمعلومات لما في المشاركة من فوائد عالية:

1. كل موظف مهما قل مستواه التنظيمي يشارك في التخطيط.
2. قد توجد في بعض المنظمات وخاصة الكبيرة إدارة للتخطيط ولكن مهمة التخطيط لانهصر عند تلك الإدارة .

حسب جغرافية التخطيط ( أحمد ، 2012م ، ص15)

### **التخطيط القومي :**

هو التخطيط الذي يتم على مستوى الدولة لكافة أقاليم وقطاعاتها .

### **التخطيط الإقليمي :**

يتم اللجوء له عندما يكون هناك تفاوت في درجة التقدم بين الأقاليم .

يهدف إلى إيجاد التوازن بين أقاليم الدولة .

لا يمكن فصل الأهداف الإقليمية عن الأهداف العامة للدولة . يضمن تماسك الهيكل الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع . يساعد على القضاء على أسباب التوتر الاجتماعي .

## حسب موضوع التخطيط :

### التخطيط الإداري:

هو التخطيط القائم على تخطيط الأهداف العامة ذات الصبغة الإدارية البحتة مع تحديد الوسائل اللازمة لتحقيقها خلال فترة زمنية محددة.

يعتبر أحد الركائز الهامة لكل أنواع التخطيط لضمان تحقيق الأهداف بأقصى قدر من الكفاية.

قد يكون شامل وجزئي وإقليمي .

#### 1. تخطيط القوى العاملة :

2. يهدف إلى تحديد الاحتياجات من القوى العاملة من حيث العدد والتخصصات المختلفة والمدى الزمني .

3. يهدف لرفع مستوى الأداء للعاملين والتوزيع العادل بين الإدارات .

4. ضروري لكفاءة أي منظمه .

5. وسوف أتناول في الفصل التالي مفهوم الإستراتيجية الأمنية وأهدافها وأنواعها ومستوياتها المختلفة بالتفصيل .

## المبحث الثالث

### مفهوم وتعريف الإستراتيجية الأمنية

الاستراتيجية لها معاني كثيرة وشهد المفهوم تطوراً كبيراً ولكن بداية الاستخدام قد ارتبطت بالمجال العسكري.

ويري الباحث أن الإستراتيجية الأمنية هي الخطط والأنشطة التي يتم اتخاذها بواسطة الدولة عبر مؤسساتها المختلفة وهي مجموعة تدابير للسيطرة علي الجانب الأمني سواء كان داخلياً وخارجياً من أي مهددات والتوصل إلي حلول وإيجاد بدائل سريعة في حالة فشل الخطط الأولية التي يتم رسمها للوصول إلي الأهداف والغايات بأقل تكلفة وأقل زمن ممكن.

فكلمة إستراتيجية (strategy) يرجع أهلها إلي الكلمة اليونانية استراتيجوس (strategists) وهي تعني فنون الحرب وإدارة المعارك (أحمد، 2013م ، ص 54).

والإستراتيجية بهذا المفهوم هي (الخطة أو مجموعة الخطط - الموحدة والمتكاملة والشاملة التي يسعى من خلالها أي تنظيم لتحقيق رسالته وغاياته وأهدافه بطريقة تكفل تحقيق التوافق والتوازن بين كل من المعطيات والمتغيرات البيئية والموارد والإمكانيات المتاحة للتنظيم ورسالة وغايات وأهداف التنظيم ومن ثم الإسهام في تحقيق رؤيته وطموحاته المستقبلية ( أبو الفضل ، ص 24 ).

فالإستراتيجية هي كل الأفكار والآراء والأطروحات التي تساعد الدولة وتزيد من قدرتها التنافسية العالمية ويكون ذلك عبر مؤسسات الدولة المختلفة فهي تنفيذ من نقاط القوة وتعالج نقاط الضعف وتعمل علي الاستفادة من الفرص.

وتواجه المهددات للوصول إلي أهدافها.

وتم تعريف الاستراتيجية علي أنها:

( قدرات الدولة علي استهلاك القوة الشاملة وتهيئة الأوضاع المطلوبة لتحقيق

وتأمين المصالح الإستراتيجية الوطنية) (مرغني، 2012م ، ص 31)

**أنواع الإستراتيجيات:**

هنالك أنواع عديدة من الإستراتيجيات أهمها:

**1. إستراتيجية الدفاع:**

وهي إستراتيجية تعمل علي بناء القدرات التفاوضية والتنافسية ولا تسعى إلي المواجهة.

**2. استراتيجية المبادرة أو الهجوم:**

وهي إستراتيجية تعمل علي تحقيق أهداف إستراتيجية وقد تقود إلي الهجوم.

**3. استراتيجية المنطقة الوسطي:**

وبها تستطيع الدولة الدفاع عن مصالحها إلا إنها لا تبادر بالهجوم علي الآخرين.

**4. استراتيجية القوة العظمى:**

وتصل فيها الدولة إلي امتلاك القوة الشاملة وتستطيع الدولة تحقيق أهدافها عبر كل

الوسائل المتاحة عن طريق حلفاء أو منفردة كالولايات المتحدة الأمريكية.

مستويات الإستراتيجية:

**1. المستوى الأعلى:**

أو الاستراتيجية العامة للدولة أو الإستراتيجية القومية وهي الإستراتيجية التي

تعمل علي حشد طاقات الدولة للوصول إلي تحقيق الأهداف الكلية حسب

الإمكانات المتاحة للدولة هي تعتبر الأساس لمستويات الإستراتيجية الأخرى.

**2. المستوى الأدنى:**

هي الإستراتيجية التي تنفذ لتحقيق أهداف أدنى للوصول إلي الأهداف الكلية مثل

الاستراتيجية الإقتصادية أو الأمنية وهي تخصصية .

**3. المستوى الأكثر تحديداً:**

وهي استراتيجية القطاعات مثل استراتيجية الشرطة.

**الاستراتيجية الأمنية:—**

الإستراتيجية الأمنية تهدف هذه الإستراتيجية إلي الحفاظ علي قدرة الدولة من

خلال محور الدفاع والأمن وهي تسعى للسيطرة علي المهددات الخارجية

والتحديات الداخلية وذلك بالتنسيق بين أجهزة الشرطة والقوات المسلحة وجهاز الأمن.

المهددات الأمنية والدفاعية( عبد الله ، ص 111 )

1. إفرازات الصراعات القومية والدولية.

2. الغزو الثقافي والفكري.

3. الأخطار الطبيعية (جفاف- تصحر- زلازل- فيضانات الخ)

4. المخلفات الصناعية.

5. الانفتاح السالب علي المجتمع السوداني.

6. بروز ظواهر التطرف والإرهاب.

وكل هذه المهددات تؤثر علي الأمن القومي السوداني وذلك في مجالات مختلفة سياسية واقتصادية وعسكرية وغيرها .

وسوف يتناول الباحث في الفصل الثالث فاعلية العلاقات العامة والإستراتيجية الأمنية ومركزاتها وذلك في ثلاثة مباحث المبحث الأول يتناول فاعلية العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية والمبحث الثاني يتناول الإعلام الأمني أهدافه وخصائصه ودوره في فاعلية العلاقات العامة والمبحث الثالث يتناول مرتكزات التخطيط الاستراتيجي الأمني.

## الفصل الثالث

### العلاقات العامة والإستراتيجية الأمنية

المبحث الأول: العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية

المبحث الثاني: محاور الإعلام الأمني

المبحث الثالث: مرتكزات التخطيط الاستراتيجي الأمني

## المبحث الأول

### فاعلية العلاقات العامة في الاستراتيجية الأمنية

العلاقات العامة كعلم في جوهرها لا تختلف كثيراً عن بقية العلوم الاجتماعية الأخرى الاقتصادية والاجتماعية والفنية والمهنية ، فكل هذه العلوم يمكن التخطيط لها إلا أن تخطيط العلاقات العامة يختلف لأنه يبحث في مواضيع مختلفة ومتنوعة ، يبحث في الإنسان نفسه والجمهور والرأي العام ووسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها العلاقات العامة في الوصول إلي الأهداف والغايات وكيفية تطويرها والرسالة ونوعها حسب ما تقتضيه الظروف المتاحة .

وبعد التطور السريع والهائل الذي تم في وسائل الإعلام المختلفة أدرك المهتمين والمتخصصين الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الوصول إلي الأهداف وكيفية تسخيرها وتنفيذ وتصميم برامج مناسبة للوصول إلي الرضا العام والإقناع والسيطرة علي المستقبل ومن ذلك يمكن أن نستخلص مجموعة من الحقائق التي يمكن أن تتيح عملية الاتصال وتجعله أكثر فاعلية وتأثيراً للوصول إلي الأهداف بأقصر طريق وهي ( شعبان ، 2008م ، ص 8 — 9 )

1. كلما كانت سيطرة المرسل علي المستقبل أزداد التأثير الذي ينشده المصدر.
2. كلما كانت الرسالة موائمة لأراء المتلقي يزداد تأثير الاتصال.
3. ان الاتصال الجماهيري يمكن أن يكون مؤثراً في أحداث التغيرات في الموضوعات غير المألوفة والتي لا ترتبط باستعدادات المتلقي.
4. كلما كان المصدر يتمتع بالمصداقية والشفافية لدي المستقبل إنعكس ذلك علي نجاح الاتصال وتأثيره .

## مفهوم العلاقات العامة الإستراتيجي:

مفهوم العلاقات العامة الإستراتيجية أو وسائل الإعلام وهي عبارة عن الوسائط

التي تستخدمها العلاقات العامه وتقوم على:

مرسل ، وسيلة ، رسالة ، مستقبل ، هدف .

إن العلاقات العامة تستخدم نفس الوسائل للوصول إلي الأهداف المنشودة،

فالعلاقات العامة هي نشاط مخطط تقوم به المؤسسات للوصول إلي أهداف معينة

إلا أنه في إطار الإستراتيجية الكلية فنجد أن العلاقات العامة الإستراتيجية ترمي

إلي تحقيق أهداف قومية شاملة تمكن الدولة من تحقيق غاياتها الكلية علي كل

المستويات . وتكون الأهداف ذات أبعاد إستراتيجية تستقطب معها كل القطاعات

والوزارات والولايات وإعلام الدولة بصورة شاملة وتكون أهدافه متناغمة

ومنسجمة تؤدي في نهايتها إلي الغايات المطلوبة .

أهداف العلاقات العامة الإستراتيجية ( أبو صالح ، ص 206 ):

1. امتلاك القوة الاستراتيجية.

2. تحقيق قدر من السيطرة على وسائل الإعلام.

3. توفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية.

4. التواصل الفاعل مع مواطني الدولة.

5. إحداث تأثير أساسي في الجمهور العالمي.

6. بلورة رأي عام عالمي.

7. تحقيق القدرات التنافسية باستخدام الإعلام.

البعد الإستراتيجي للعلاقات العامة ينطلق من مفهوم أهداف ورؤية إستراتيجية

عميقة ، لا تستسلم للواقع إنما تكون جريئة وغير متوقعة وفق إستراتيجية

تواجه كل الظروف البيئية المحيطة بها ، وتواجه المهددات وتنتصر عليها

للوصول إلي غاياتها وأهدافها والعلاقات العامة الإستراتيجية تنشئ الوصول

إلى العالمية وتخرج من ثوب المحلية وبذلك فهي تصطدم بأحداث وتتقاطع معها إستراتيجيات أخرى لذلك فهي تختار المدخل المناسب واللغة والأجهزة المناسبة ، والانتشار العالمي والجودة وتنشد التميز والجاذبية التي تؤهلها للوصول إلى عقول المستقبلين وتنال رضاهم في سبيل الوصول للأهداف.

ف نجد ان مهمة العلاقات العامة في الإستراتيجية الأمنية هي:

المهمة التي تقوم بها وسائل الإعلام إلا أنها تنظر إلى هذه الوسائل ببعد إستراتيجي عميق. فالعلاقات العامة وهي تستخدم وسائل الإعلام نجد أن ما بينها وبين الإستراتيجية الأمنية خطان متوازيان حيث إن وسائل الإعلام تحاول عكس الأنشطة فهي دائماً تتخاطب بشفافية مع الجمهور في التوعية والنشر وإرسال المعلومات المختلفة فهي بذلك تتناقض مع الإستراتيجية الأمنية بمفهوم السرية في العمليات الأمنية إلا أن ذلك لا يمنع أن يكون النشر في الأعمال وفي برامج التوعية وغيرها مما يصلح لجلب المصالح أما فيما يخص بالأعمال الأمنية التي تحتاج إلى سرية أن تتم هذه الأعمال بكل تكتم وأن تستخدم الوسائل والأساليب المناسبة في كل عمل

الاستراتيجية الإسلامية في عهد الرسول صلي الله عليه وسلم :

أرسل الله سبحانه وتعالى الرسول صلي الله عليه وسلم إلى الناس كافة شاهدا ومبشرا ونذيرا وداعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا ومهمة الأنبياء التبليغ لرسالة الله سبحانه وتعالى وبدأت الدعوة سرية ثم أصبحت جهرية ونحن نعلم جميعا بذلك وهذا ما يقتضيه الحال ومن صفات المرسلين الصدق والأمانة والتبليغ وهذا الأمر يتماشى مع الرسالة الإعلامية التي كان يقوم بها الرسول إلا أن هنالك خطط حربية وتكتيك إستراتيجي لا يمكن كشفه لأعداء الإسلام حتى يتمكن من تبليغ الدعوة إلى أكبر عدد ممكن ومن دون أن يعترضه أحد فقد ورد في سيرة الرسول صلي الله عليه وسلم إنه عندما كان يريد التحرك بالجيش إلى جهة محددة

كان يسأل عن منطقة في اتجاه آخر حتي لا يعلم العدو المكان الذي كان يقصده وهذا ما حدث في فتح مكة عندما سأله إعرابي في الطريق قال من أين أنتم ؟ قال له الرسول صلي الله عليه وسلم : (من ماء) وهو جواب يقتضيه المقام فقد أراد به الرسول صلي الله عليه وسلم كتمان تحرك جيش المسلمين عن قريش (العجلوني ، 2010م ، ص616).

فقد ورد أيضا أن خروج الرسول صلي الله عليه وسلم للهجرة كان في الليل حتى لا يعلم المشركين بخروجه وأنة كان برفقته سيدنا أبوبكر الصديق رضي الله عنه فيلقي الرجل ابابكر فيقول من هذا الرجل الذي بين يديك ؟ فيقول هذا الرجل يهديني الطريق ، فيحسب السائل أنة طريق السفر) (المبارك فوري، ص188) .  
وأیضا ورد عنة صلي الله عليه وسلم أنة في معركة بدر الكبرى عندما نزل بالجيش في موقع ما قال له الحباب بن المنذر بن الجموح رضي الله عنه أهي منزلة أنزلها الله إياها أم هي الرأي والحرب والمكيدة ؟ قال صلي الله عليه وسلم : (بل هي الرأي والحرب والمكيدة) . (ابن هشام ، القسم الأول للجزأين الأول والثاني، ص620) وهذا يعتبر إستراتيجية أمنية للوصول إلي الأهداف برؤية إستراتيجية عميقة .

ومما كان من أمر التخطيط الأمني بالنسبة للرسول صلي الله عليه وسلم في أمر الدعوة اختياره مكان مخصص لذلك وهي دار الأرقم بن أبي الأرقم بقرض المشاورة والتعليم وتنظيم اللقاءات السرية والجماهيرية وكان يهتم بذلك بسرية تامة ويجمع المعلومات عن العدو ( الصلاتي ، 2008م ، ص93 — 94 ).

## المبحث الثاني

### الإعلام الأمني ودوره في فاعلية العلاقات العامة

#### تعريف الأمن:

الأمن لغةً ضد الخوف وهو يعني الشعور بالإطمئنان والسكينة بسبب انتفاء الخوف والمهددات التي تعيق جانباً من جوانب الحياة، أو الحياة كلها أو امتلاك القدرة علي مجابهة المهددات (كمال ، 1012م ، ص 19). يقول تعالى : (الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (4)

#### الأمن اصطلاحاً:

عرف العلماء الأمن بعده تعريفات أبرزها تعريف كونس رأيت ويقول بأنه (التحرر من الخوف).

ويعرف قاموس المحيط الأمن بأنه الشعور بالتحريير من الخوف والخطر ويقول لبيمان: ( إن الدولة تكون آمنة حينما لا تضطر للتضحية بمصالحها المشروعة). وعلي الرغم من سهولة تعريف الأمن إلا أن البعض يذهب إلي صعوبة تعريفه للعديد من الأسباب الآتية (شعبان ، ص 6) :

1. الغموض والالتباس ولا توجد قواعد نظرية المعرفه .
  2. الطبيعة الخاصة بالحالة الأمنية وديناميكيته .
  3. اختلاف الموقع العلمي الذي يتم من خلاله النظرة إلي الأمن .
  4. عدم وحدة المفاهيم المتعلقة بالأمن ( جزئية — شاملة )
- مفاهيم الأمن ( شعبان ، ص 9):

#### 1. أمن الفرد:

هو حمايته من الأخطار التي تهدده .

## 2. أمن المجتمع :

وهو ما تبزله الجماعة لتوفير حماية المجتمع من أي مهدد وهو يتجاوز إجراءات الشرطة وغيرها إنما يشمل معاني الأخلاق والضبط الاجتماعي وغيرها من خلال المنظمات والدين ودور العبادة والعادات .

## 3. الأمن الداخلي:

هو مجموعة الجهود والإجراءات الوقائية والعقابية وتقوم بهذا الدور أجهزة الشرطة والقضاء .

ويري الباحث أن العلاقة بين المجتمع والشرطة محور ارتكازها في هذه النقطة حيث أن الشرطة من واجباتها المراقبة والمتابعة والتفتيش وفتح البلاغ والتحري وتنفيذ القبض وتوجيه التهمة والتقديم للمحاكمة وتنفيذ العقوبات والأحكام التي تصدرها المحاكم الإدارية والقضائية مما يتعارض مع مصالح الكثير من الناس وهذا ما يجعل الشرطة في المواجهة مع المجتمع ويؤثر ذلك في تقييم أدائها عند المجتمع وهنا يأتي الدور الأساسي الذي يلعبه الإعلام الأمني بما يقوم به من مهام أساسية من توعية أمنية وإرشاد وتوجيهات وشرح لدور وأهمية الشرطة وأنشطتها المختلفة وما تلعبه في بسط الأمن والاستقرار وبالتالي ينعكس ذلك علي التنمية والاستقرار .

## 4. الأمن القومي :

هو حماية الدولة من كل ما يهدد أمنها الداخلي والخارجي وبسط نفوذها وسياستها.

## مفهوم الأمن القومي :

مفهوم الأمن القومي له عدة مقومات رئيسية من أبرزها المقوم المعنوي وهو فكرة الدولة ذاتها والمقوم المادي (الأرض والشعب) والمقوم المؤسسي (الحكومة والمؤسسات الدستورية والسياسية ) كما أن للأمن عدة أبعاد عسكرية وسياسية

وإقتصادية وإجتماعية وبيئية.والمقصود بالأمن القومي هو ☺ الدومة ، ص17 –  
( 18 ) ( سلامة الدولة من الأخطار القائمة والمحتملة التي تهددها داخليا وخارجيا  
وتأمين مصالحها، وتهيئة الظروف المناسبة لتحقيق أهدافها وغاياتها القوميه ) .

### العلاقة بين الإعلام والأمن:

والإعلام وسيلة من وسائل التأثير علي الجماهير، ففي العصر الجاهلي كانت القبيلة  
تحتفي بالشاعر لأنه لسان حالها والمدافع عنها أمام الأخریین وهو بذلك يعتبر  
وسيلة إعلامية في ذلك الوقت.

ومنذ قديم الزمان وقبل انتشار وسائل الإعلام الحديثة كان الخبر ينتشر بين الناس  
من خلال تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار الصحيحة عن طريق المقربين من  
الحكام وهم يعرفون بالناقلين أو المروجين ( ميرزا ، 2006م ، ص13 ).

### مفهوم الإعلام الأمني:

التطور السريع الذي صاحب ثورة المعلومات في الفترة الأخيرة أدى إلي  
انتشار وسهولة المعلومات عبر الوسائط الإعلامية المختلفة مما زاد في تدفق  
مزيد من الأخبار المتنوعة وهذا التدفق الإعلامي ساهم في تداول العلوم المختلفة  
والإعلام يعتبر من الدراسات الاجتماعية التي زاد عليها الإقبال والتناول مما عزز  
من أهمية دوره في الحياة ولذلك ظهرت علوم وتفرعت منها فروع مختلفة  
متخصصة وكان من هذه الفروع الإعلام الأمني فهو العلم الذي يختص ويهتم  
بنشر التوعية الأمنية ونشر الحقائق فأصبح بذلك وسيلة من وسائل الإعلام الفاعلة  
للوصل إلي الغايات التي تنشدها الدولة.

وقد وردت عدة تعريفات للإعلام الأمني ولكن جميعها تتفق في المحافظة  
علي مكتسبات الدولة والمحافظة عن قيمها وتقاليدها وموروثاتها وقد عرف بأنه :  
(الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة لإلقاء الضوء علي

العمل الشرطي بوجه عام والعمل علي تكوين صورة طيبه عن الشرطة في أذهان الجماهير) ( زين ، 2011م ، ص 20 ).

كما عرف بأنه: ( الإعلام الذي يراعي المصالح الوطنيه لكل دولة دون أن يتناقض مع رسالة الإعلام وأهميتها) ( الباحث ، 2017م ) .

ومن خلال هذه التعريفات نجد أن الإعلام الأمني أعلام هادف متخصص ، يقوم علي الصدق والموضوعية ومتعاون مع وسائل الإعلام الأخرى للوصول إلي غاياته وأهدافه من خلال البرامج متنوعة ومتعددة تتسم وتتوافق مع سياسة الدولة العامة ، التي يتم رسمها عبر إستراتيجية الإعلام التي تحدد ملامح الدولة وطريقة الحكم والدستور بصفة عامة . إذن الإعلام الأمني هو إعلام صادق يتعامل مع الظروف المختلفة والأحداث بكل شفافية وتجرد وأمانة للمحافظة علي النسيج الاجتماعي في المجتمع ويشتمل علي العناصر الآتية :

#### 1. المرسل:

وهو الجهة التي تقوم بإعداد الرسالة وإرسالها عن وسائلها المختلفة والتي تتناسب مع نوعية الخبر والجمهور المستهدف وتختار الزمان المناسب وهنا المرسل هو الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية السودانية وإدارة الإعلام بوزارة الداخلية بدولة قطر وهما مسؤولتان عن تحليل الأحداث والقضايا الأمنية المستهدفة عن طريق حملاتها الإعلامية المنظمة وبرامج التوعية المختلفة.

#### 2. المستقبل:

وهو الجمهور الذي يتلقي الرسالة عبر الوسائل المختلفة أو المؤسسات أو رجل الشرطة.

### 3. الرسالة:

وهو مضمون المادة الإعلامية التي يتم إرسالها واستقبالها وهي توجيهات أو معلومات أو أخبار أو برامج أو توعية إعلانات ويتم تناولها بالشرح والتحليل والتعليق.

### 4. الوسيه:

وهي الوسيط الذي يتم بواسطته إرسال المادة الخبرية المعدة بالانترنت أو إذاعة وتلفزيون أو صحف ومجلات منشورات وغيرها.

### 5. رجع الصدى أو الاثر :

وهو ما يسمى بالتغذية الراجعة لتكوين الرأي العام ومعرفة إتجاهاته وتوجيهه، وهو الحوار والعصف الذهني الذي يتم بين المستقبل والمرسل، ويتم تحليل هذه المخرجات والمناقشات للاستفادة من تقييم وتقويم الرسالة الإعلامية ومدى الاستفادة منها وتصحيحها للوصول إلى الأهداف.

### أهداف الإعلام الأمني ( زين ، ص 32 ):

#### 1. أهداف تثقيفيه :

وهي توعية الجمهور ونشر الثقافة الأمنية التي تساهم في تحقيق الأمن والاستقرار والرفاهيه .

#### 2. أهداف توجيهية:

هي العملية التي يتم من خلالها حشد الطاقات لتحقيق الأمن بمشاركة الجمهور لتحقيق شعار ( الأمن مسئولية الجميع ) وهي بذلك أهداف توعويه.

#### 3. أهداف ترويجية :

وهي عملية الترويج للسلع والمنتجات وكيفية تسويقها ومدى صلاحيتها وجودتها وذلك بغرض منافستها .

#### 4. أهداف ترفيهيه:

وهي الأعمال التي تقوم علي البرامج والأنشطة المجتمعية والتي تحسن العلاقة بين الجمهور والشرطة فهي بذلك تعتبر أهداف اجتماعية.

#### 5. أهداف وقائيه :

وهي تعرف بالمخاطر وذلك بغرض الحفاظ علي أمن وسلامة المواطن والحفاظ علي الأرواح والممتلكات ( زين ، ص32 )  
وظائف الإعلام الأمني ( شعبان ، ص73 ):

1. رصد اتجاهات وسائل الإعلام الحلية والعالمية وتحليل مضمونها .
2. رصد وتحليل شكاوي المواطنين ضد الشرطة ومعالجتها بالتنسيق مع الأجهزة الأخرى .

3. التقطيه وإعداد البيانات والأخبار المتعلقة بالشرطة .

4. دعم العلاقة الإيجابية مع الأجهزة المختلفة والطرح الإيجابي للقضايا المختلفة .
5. تطوير فاعلية أداء العاملين بالشرطة واستخدام الوسائل المتطورة وإعداد البرامج وبنها وطرح المبادرات الجيدة للوصول للأهداف.

#### خصائص الإعلام الأمني :

يتميز الإعلام الأمني بالخصائص الآتية ( خضور ، 2006م ، ص41 – 47 )

1. المجال الأمني : وهو الحياة الأمنية وقد تطور إلي مفهوم الأمن الشامل .
2. الموضوع الأمني : يتميز بالحساسية وهو يحسن الحياة الاجتماعية المتجزرة في المجتمع ويحتاج للنقاش .
3. الحدث الأمني : ويتميز بالسرعة والجاذبية رسميا وشخصيا لأنه يتعلق بالجوانب الخفية للفرد والجماعة والمؤسسة .
4. الظاهرة الأمنية: وهي نتيجة حالة أمنية أو اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية.

5. وسيلة الإعلام الأمني: وهي وسائل رسمية أو تجارية أو وسيلة متوازنة وتخلق نوع من التوازن عن طريق التناول وفق المسؤولية الاجتماعية .

6. مصادر الإعلام الأمني: هي تتوفر للتغطية الإعلامية وهي وسائل رسمية ذات مصداقية وثقة أو مصادر خاصة وهي أشخاص أو مؤسسات لها مصلحة في ذلك أو جزاء وهم مختصون .

7. جمهور الإعلام الأمني: وهو واسع ومتباين ويتميز بعدم الجدية غالبا وإهتماماته مختلفة.

8. الكادر الإعلامي الأمني: ويجب أن يكون مؤهل وقادر علي إنجاز المهمة .

استراتيجية رجل الإعلام الأمني ( الحاج موسي ، ص 12 )

( لابد من التأهيل العلمي والعملية لرجل الإعلام وتسليحه بالقدرة علي التوصيل الثقافي . فلا بد أن يكون الإعلامي مدركا إدراكا كاملا لماهية المطلوب منه وملما إماما بطبيعة موقعة ودورة في الاستراتيجية الثقافية والإعلامية العامه . ويعلم كيف يطلع بدوره ويعرف المداخل المناسبة لاستقطاب الكفاءات الوطنية كافة للإسهام الفاعل معه في هذا الدور ) .

ويري الباحث أن شخصية رجل العلاقات العامة وقدرته علي الإقناع والتأثير علي الآخرين لها دور كبير في التأثير علي أدائه والوصول إلي أهدافه المطلوبة والتي يمكن تحقيقها عبر الخطط الإستراتيجية المعدة لذلك وهي تعتبر القوة الشرعية أو ما يسمى ( بالسلطة ) . فقد أورد ماكس فيبر تعريف القوة الشرعية بالآتي :

( تعنى القدرة علي إقناع الآخرين اقتناعا ورضا من جانب هؤلاء الآخرين ) . وقد أرجع فيبر مصدر الشرعية أو القبول في السلطة إلي أربعة مواقع ( جامع ، 2000م ، ص 125- 126 ) .

1. المصدر العقلاني : أو التبريري أو السببي وفيه يطيع المحكوم الحاكم وينصاع له لأنه يقتنع بما يقوله له أو يأمره به بصرف النظر عن السبب .
  2. المصدر القانوني : وفيه يطيع المحكوم الحاكم بسبب القانون وحكم الوظيفة .
  3. المصدر الكاريزمي : وفيه يطيع المحكوم الحاكم بسبب تأثير الشخصية وهو ما يعرف بشخصية الرجل العظيم للتغير الاجتماعي .
  4. المصدر التقليدي : وفيه يطيع المحكوم الحاكم بسبب أنة الشخص القوي والمؤثر وحامي التقاليد وممثلها .
- وسوف يتناول الباحث في المبحث التالي مرتكزات التخطيط الاستراتيجي الأمني للشرطة .

## المبحث الثالث

### مرتكزات التخطيط الاستراتيجي الأمني للشرطة

تعتبر الخطط الإستراتيجية ذات أهمية كبيرة خصوصاً في المجال الأمني لأن الأمن هو من أولويات التنمية والاستقرار والإنسان بطبيعته يميل إلى الاستقرار وذلك حتى يتمكن من ممارسة أنشطته الحياتية بكل هدوء وطمأنينة .

مزايا التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة بالأجهزة الأمنية ( أحمد ، 2006 م ، ص131 ):

1. تنفيذ برامج أمنية متكاملة توجه من خلالها الجهود لتحقيق أهداف الأجهزة الأمنية

2. كسب تأييد قيادات الأجهزة الأمنية لهذه الأنشطة مع زيادة المشاركة في تنفيذها.

3. التأكيد علي الجوانب الإيجابية في العمل الأمني بدل البرامج الدفاعية في أجهزة الإعلام.

4. اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في تنفيذ البرامج .

5. التنسيق مع وسائل الإعلام في كيفية توصيل الرسالة الأمنية .

وحتى ممارسة العبادات وإقامة الدين يحتاج إلي الأمن حيث نجد أن كل الشرائع الدينية جاءت للمحافظة علي الممتلكات والأرواح وآخر الرسائل جاءت للمحافظة علي الكليات الخمسة وهي المحافظة علي النفس والنسل والمال والدين والعرض وهي من المسلمات التي تحتكم إليها الشريعة الإسلامية ولكن قبل الدخول في أهمية الخطط الإستراتيجية الأمنية بالشرطة وما هي أهم مركزاتها يجب أن نتعرف علي أهم المرتكزات الإسلامية للإعلام فقد أوردها الدكتور محمد أحمد أنور كما يلي ( أنور ، ص91 ):التوجه الإسلامي للأمم .

1. عرض الثقافات والعادات الإسلامية وآداب السلوك الحميد .

2. الأصالة والمعاصرة مع مواكبة التطورات العالمية في مجال الإعلام .
  3. إقرار مبدأ المسؤولية الاجتماعية بحيث يكزن الإعلام دورة في التوجيه والتعليم والتنمية الاجتماعية ومحاربة الجريمة بكافة أشكالها .
  4. توفير المعلومات الأمنية الخاصة بالتوعية ضد الجريمة .
  5. تحليل كافة الحقائق المتعلقة بالجريمة وتقديم الجريمة بالتحليل والشرح والتوضيح .
  6. المصادقية مع استخدام المنهج العلمي لمعرفة احتياجات الجمهور في مجال التوعية الأمنية والوقاية من الجريمة .
  7. الالتزام بمبدأ سيادة القانون والبعد عن الأخذ بالشبهات مع تنفيذ كافة القيم الدينية في هذا الإتجاه .
  8. الالتزام بمبادئ الإعلام العالمية التي أقرتها كافة الدول .
  9. الالتزام بالمسؤولية الأدبية والأخلاقية .
- ويري الباحث أن هذه المرتكزات تؤثر في وضع الاستراتيجية للدول المصادقة عليها وفي عمل رجل العلاقات العامة والوصول إلي أهدافه الإستراتيجية المطلوبة عبر برامج مختلفة والمتنوعة . ولنتعرف علي هذه المرتكزات بالتفصيل لابد أن نتعرف علي مفهوم الشرطة وواجباتها وأهدافها .
- مفهوم الشرطة:**
- الشرطة هي كلمة موجودة منذ أزمان بعيدة عبر التاريخ وكانوا يسمون العسس وذلك في خلافة سيدنا عثمان بن عفان رضي الله عنه وتطور هذا المفهوم وفي الخلافة الفاطمية كان رجال الشرط يسمون المعونة ( وتعني معاونة الحكام ومعاونة أفراد الشعب وقد استعملت في مصر في الخلافة الفاطمية) ( بشري ، 1997م ، ص4 ) .

وكلمة شرطة أطلقت علي رجال الذين يقومون بخدمه الأمن الداخلي لأنهم كانوا يلبسون أشرطة تميزهم عن عامة الناس وقد ورد في القرآن الكريم في قوله تعالى ﴿فَهَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا السَّاعَةَ أَنْ تَأْتِيَهُمْ بَغْتَةً فَقَدْ جَاءَ أَشْرَاطُهَا فَأَنَّى لَهُمْ إِذَا جَاءَتْهُمْ ذِكْرَاهُمْ﴾ (18) (سورة محمد الآية 18) أي أماراتها ونلاحظ أن كلمة شرطة هي كلمة عربية وتقابلها باللغة الإنجليزية كلمة (police) وهي رجل البوليس ووظيفة الشرطة لها مسميات مختلفة باختلاف اللغات إلا أن العمل الشرطي بصفة عامة ينحصر في مهمة حفظ الأمن والسلام الداخلي . تم الاتفاق علي مسمي واحد في الدول العربية وجاء ذلك في المؤتمر الثاني لقادة الشرطة والأمن العرب وصدر قرار رقم (3) وذلك لتوحيد المسميات الأمنية وتم اعتماد كلمة الشرطة لتحل محل كلمة بوليس التي كانت سائدة سابقاً ( بشري ، ص21 ) .

ونلاحظ أن الغرض من نشأت قوات الشرطة لتحقيق غايات وأهداف وهي حفظ الأمن والسلام وتحقيق هيبة الدولة وسيادة حكم القانون.

### تعريف الشرطة:

وقد وردت الكثير من التعريفات لمصطلح الشرطة وعرفها I. GWILSON (الشرطة هي إعداد من الرجال والنساء مدربون تدريباً خاصاً لمساعدة الدولة مساعدة مستمرة وفعاله علي مدار الساعة لافرار السلام العام) (بشري ، ص40).

قوات الشرطة السودانية:

وتم تكوين قوات الشرطة السودانية وهي قوات نظامية مهمتها حفظ النظام والاستقرار وهي قوات علي رأسها مدير عام قوات الشرطة وهي تتبع لوزارة الداخلية.

وكانت بدايتها منذ أكثر من قرن من الزمان وتدرجت وتطورت مهام هذه القوات إلي أن صدر قانون الشرطة للعام 2008م وعرف الشرطة السودانية علي إنها (وزارة الداخلية . 2012م، ص7):

(قوة نظامية خدمية ، الانتماء لها مكفول لكل السودانين بما يعكس تنوع وتعدد المجتمع).

أهداف قوات الشرطة السودانية ( بشري ، ص 10 ):

1. تنفيذ القانون وحفظ السلام.
  2. تحقيق الأمن الداخلي للبلاد والمساهمة في تحقيق الأمن القومي بالتنسيق مع الأجهزة المختصة.
  3. تحقيق التعاون الدولي والإقليمي والثنائي في مجال مكافحة الجريمة .
- تدرجت واجبات رجل الشرطة بتدرج القوانين الصادرة ( الحسن ، 2012م ، ص 18 – 20 ):

واجبات قوات الشرطة في السودان محددة في قانون الشرطة وقد صدر أول قانون للشرطة السودانية في العام 1908م وهو قانون البوليس للعام 1908م وفيه أقتصر دور الشرطة في تنفيذ الأوامر في مجال الحراسة والاعتقال وحفظ الأمن والنظام بشكل عام فقد كان دور الشرطة تنفيذا إضافة إلي اختصاصات أخرى كإجراء التحقيق والتحري وقد صدر قانون الشرطة سنة 1977م ثم صدر قانون 1992م ففي كل هذه القوانين تتفق واجبات الشرطة ثم جاء قانون 1999م وأضيفت إليه واجبات أخرى وهي :

1. القيام بأعمال البحث الجنائي الفني والأدلة الجنائية وفقا للقانون .
  2. القيام بمكافحة المخدرات والمؤثرات العقلية
- ثم صدر أخيرا قانون الشرطة لسنة 2008م وهو يعتبر القانون الساري حتي الآن ونورد فيما يلي بعض واجبات قوات الشرطة السودانية كما أوردها محمد الأمين البشري .

واجبات قوات الشرطة السودانية في قانون 2008م : ( بشري ، ص 11 )

1. المحافظة علي أمن الوطن والمواطنين.
  2. سلامة الأَفس والأموال والأعراض.
  3. منع الجريمة واكتشاف ما يقع منها.
  4. المحافظة علي المال الهامل والمفقود أو المضبوط أو المستولي عليه والتصرف فيه وفقاً للقانون.
  5. توعية الجمهور بالمعلومات والوسائل التي تساعد علي مكافحة الجريمة وتنفيذ واجبات الشرطة بما يحقق إشراك الجمهور في معاونة قوات الشرطة ودعمها.
- وقد جاء في نص المادة(123) من الدستور الانتقالي لسنة 1998م أن قوات الشرطة هي قوات نظامية التكوين مهمتها أمن الوطن والمواطنين ومكافحة الجريمة وحماية الأموال ودرء الكوارث والحفاظ علي أخلاق المجتمع وآدابه والنظام العام ( دستور السودان الانتقالي ، 1997م ).
- وبوجه عام نجد أن الشرطة السودانية كقوة نظامية تتبع لوزارة الداخلية السودانية فهي ملزمة بأداء واجباتها ومسئولة تماماً أمام القانون في أي تقصير في أداء واجبها فالشرطي هو جزء من المجتمع يخدم في الشرطة لصالح المجتمع وفي خدمته لتحقيق شعار الشرطة (الشرطة في خدمة الجميع).
- فهو مسئول أيضاً أمام القانون وملزم باللوائح والقوانين التي تنظم العمل الشرطي.
- وقد جاء نص المادة (1/148) ليوأكب الدستور للعام 2015م وحتى تتمكن الشرطة من مهامها والتزاماتها عرفت المادة قوات الشرطة السودانية بالآتي:
1. قوات الشرطة قوات نظامية قومية التكوين مهمتها خدمة أمن الوطن والمواطنين، مكافحة الجريمة، حماية الأموال، درء الكوارث والحفاظ علي أخلاق المجتمع وآدابه والنظام العام.

2. قوات الشرطة تتولاها الأجهزة الاتحادية تخطيطاً وإعداداً وتدريباً وتشرف على قطاعات منها، وتشرف الولايات على القطاعات التي تليها وفي حالة الطوارئ يرجع الإشراف عليها جميعاً للأجهزة الاتحادية.

### أهمية الخطط الإستراتيجية بالشرطة السودانية:

نتيجة للتطور الذي حدث في العالم مؤخراً يستوجب ذلك أن يتبعه تطور في أجهزة الدولة السودانية عموماً ووزارة الداخلية كمؤسسة من مؤسسات الدولة السودانية واكبت هذا التطور وهي تطلع بدورها في أداء مهامها ووظائفها واختصاصاتها والتي حددها المرسوم الدستوري رقم (2013/45) اختصاصات وزارة الداخلية في الآتي ( خطة العام 2014م – ص8. ):

1. وضع الضوابط والنظم واتخاذ الإجراءات والتدابير لحماية الأنفس والممتلكات والمرافق والمنشآت العامة وحمايتها من التعدي والإخطار والكوارث.
2. توعية الجمهور بالمعلومات والوسائل التي تساعد على مكافحة الجريمة وتنفيذ جميع واجبات الشرطة والعمل على إشراك الجمهور في معاونة قوات الشرطة
3. تنظيم السجل المدني والجوازات والجنسية والبطاقة الشخصية القومية وتنظيم جميع شئون الهجرة.
4. وضع المعايير والتنظيم لتدريب وتأهيل وإعداد الشرطة قومياً وولائياً.
5. وضع المعايير للحفاظ على الأخلاق الفاضلة والآداب والنظام العام وذلك بالتنسيق مع الجهات ذات الصلة.

قوات الشرطة وهي تنفذ عملها وتؤدي واجباتها وفق الدستور والقانون واللوائح المنظمة للعمل عبر خطط استراتيجية تتسق وتتناغم مع الخطة الاستراتيجية الشاملة للدولة في إطار مؤسساتها المختلفة والتي ترمي إلى تحقيق الأهداف الكلية التي تسعى الدولة للوصول إليها.

وتلتزم فيها وزارة الداخلية بالموجهات العامة للاستراتيجية العامة.

راعت الاستراتيجية ربع القرنية تهيئة الظروف التي تحقق الأهداف مع أخذ المتغيرات الإقليمية والدولية في الاعتبار كما راعت التنسيق بين (القوات المسلحة وقوات الشرطة).

**جاء التخطيط من خلال المحاور التالية:**

**المحور الأول: القوات المسلحة.**

**المحور الثاني: قوات الشرطة.**

**المحور الثالث: جهاز الامن.**

**مراحل استراتيجية الشرطة السودانية :**

وتتبلور الخطط الإستراتيجية لقوات الشرطة(متوسطة طويل المدى) في رؤية مفصلة علي مراحل تضمنت ( عبدا لله ، ص112 ).

1. التركيز على التطور التقني والالكتروني في مجال مكافحه الجرائم وسبل حماية الدولة من المهددات الداخلية والخارجية.

2. تحقيق أشواق وطموحات قوات الشرطة في بسط الأمن وهيبة الدولة وحماية المشروعات القومية الإقتصادية ،السياسية والاجتماعية والقومية المدرجة في الاستراتيجية

3. تحقيق أعلى درجات الأمن والاستقرار رغم المهددات الماثلة والتحديات المستقبلية للامه السودانية.

وتمثل هذه الفترة الزمنية للبحث الخطة الخمسية الثانية من الخطة الاستراتيجية الربع قرنيه التي بدأت من العام 2007م وتمتد لمدة ربع قرن من الزمان وهي ملزمه لكل قطاعات ووزارات ومؤسسات الدولة .

ولما كان التخطيط الاستراتيجي بمفهومه العلمي جديدا علي الثقافة السياسية السودانية تم تكوين وحدات للتخطيط الاستراتيجي في الوزارات القومية وأمانات

المجالس للتخطيط الاستراتيجي بالولايات لتعمل متناغمة مع الأمانة العامة للمجلس القومي للتخطيط الاستراتيجي (الخطة الخمسية الثانية ، 2012م ، ص 8).

الأهداف الاستراتيجية لوزارة الداخلية السودانية :

( خطة العام 2014م ، ص 11)

بسط هيبة الدولة وتعزيز دعائم الأمن والسلام الاجتماعي وحقوق الإنسان وتقديم أفضل الخدمات الشرطية للمجتمع وتعزيز آليات البحث العلمي في المجال المهني.

أهداف الخطة الاستراتيجية وأهم مرتكزات :

1. حماية المواطنين في أنفسهم وأموالهم وعقائدهم وأعراضهم ومحيطهم البيئي

وتقديم أفضل الخدمات الشرطية للمجتمع وتعزيز آليات البحث العلمي في

المجال العلمي و المجال الأمني .

2. مكافحه الجريمة والوقاية منها منعا وكشفا وملاحقة الجناة وتنفيذ القانون

والأحكام وفق المعايير المعتمدة في تدابير الأمن الوقائي.

3. تنمية وثقافة السلام الإجتماعي .

4. تعزيز الثقة في المجتمع المدني لتحقيق برامج منع الجريمة.

5. تحقيق الاستقرار الوظيفي للقوات .

6. حماية اللاجئين والنازحين وضمان استقرار وضعهم الأمني.

## قوات الشرطة القطرية

النشأه :

تم تشكيل النواة الأولى للشرطة النظامية في قطر بتاريخ 10/09/1949 م ،واختصت آنذاك بتوفير الأمن والحماية للمواطنين وحفظ النظام بتسيير دوريات متحركة والقيام بمهمة الحراسات الثابتة على الأماكن الحيوية في العاصمة ، وتنظيم حركة المرور ، وفي عام 1970م صدر القانون رقم (5) لسنة 1970 م بتحديد اختصاصات الوزارات الأجهزة الحكومية الأخرى في الدولة.

وباشرت وزارة الداخلية منذ ذلك الوقت اختصاصاتها ومهامها بتوفير الطمأنينة والأمن وتنظيم قوات الشرطة بما يضمن صيانة امن الوطن والمحافظة على سلامة وامن المواطنين والمقيمين واتخاذ كافة الوسائل اللازمة لمنع وقوع الجرائم والعمل على كشف ما يقع منها بالإضافة إلى معالجة الشؤون المتعلقة بالجنسية وإصدار وثائق السفر وتنظيم دخول وإقامة للأجانب في البلاد وتنظيم السجون . وبذلت وزارة الداخلية من ذلك الوقت جهوداً مقدرة ومتواصلة استطاعت من خلالها بناء أجهزة أمنية قادرة ومتطورة أثبتت جدارتها وقدرتها على تحمل المسؤولية وتحقيق الأمان المنشود وحماية المجتمع.

ومواكبة للنهضة الشاملة التي تشهدها دولة قطر بقيادة حضرة صاحب السمو الشيخ / تميم بن حمد آل ثاني أمير البلاد المفدى و سمو الأمير الوالد الشيخ / حمد بن خليفة آل ثاني يتنامى دور وزارة الداخلية والإدارات التابعة لها في حفظ الأمن والاستقرار لتحقيق متطلبات التنمية والنهضة الشاملة في البلاد.

وحققت وزارة الداخلية خلال السنوات القليلة الماضية العديد من النجاحات والانجازات من خلال خطط التطوير والتحديث المعتمد على توفير الإمكانيات البشرية والفنية من خلال توفير الأجهزة والمعدات النفسية والتوسع في تطوير الخدمات المقدمة للجمهور وفق خطط إستراتيجية أمنية فعالة تستوعب متطلبات الحاضر والمستقبل قائمة على روح التعاون والمبادرة وتفعيل الشراكة المجتمعية

بين الأجهزة الشرطة والمجتمع أفرادا وهيئات ومؤسسات لتحقيق مفهوم المسؤولية المشتركة في توفير المزيد من الأمن والاستقرار في المجتمع.

بتاريخ 26 يونيو 2013م إصدار حضرة صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني أمير البلاد المفدى مرسوما أميريا بتشكيل الحكومة حيث تولى معالي الشيخ عبد الله بن ناصر بن خليفة آل ثاني منصب رئيس الوزراء ووزير الداخلية. حيث كان يشغل معالي منصب وزير الدولة للشئون الداخلية منذ فبراير 2005م، فيما يتولى منصب مدير عام الأمن العام بوزارة الداخلية سعادة اللواء الركن سعد بن جاسم الخليفة المدير الحالي منذ العام 2004م.

**تأسيس الشرطة القطرية: (الموقع الرسمي لوزارة الداخلية القطرية ، 2017م)**

بدأ تأسيس قوة الشرطة القطرية بشكل نظامي في عام 1949، وفي نهاية عام 1950م تأسست النواة الأولى لأقسام الشرطة حيث تم تحديد أربعة أقسام ذات نطاق جغرافي على النحو التالي:

1. قسم الدوحة

2. قسم مسييد

3. قسم دخان

4. قسم القيادة القسيمة

في 1954م صدر مرسوم حركة المرور في قطر، ثم في عام التالي تم إنشاء النواة الأولى لقسم شرطة الإطفائية وكان يضم عدد (6) جيب وسيارة صهريج ماء سعة (800) جالون. وفي عام 1963 صدر قانون لتنظيم دخول وإقامه الأجانب في قطر.

في عام 1965 صدر قانون بشأن صدور البطاقات الشخصية للمواطنين والمقيمين ممن تزيد أعمارهم على ستة عشرة عاماً. وفي 1970 صدر قانون والذي بموجبه تم تحديد الوزارات بعشر وزارات، وجاءت وزارات الداخلية بالترتيب الثالث لتلك الوزارات وبذلك أصبحت وزارة الداخلية تختص بتوفير الأمن

والطمأنينة للمواطنين والمقيمين، والعمل على التزامهم بالنظام العام واحترامهم له، وتنظيم قوة الشرطة بما يضمن صيانة أمن الوطن من الداخل والمحافظة على سلامة وأمن المقيمين فيها، واتخاذ كافة الوسائل اللازمة لمنع وقوع الجرائم.

### تنظيم قوة الشرطة (1972-1989م) :

صدر المرسوم الأميري في 1972م بتعيين اللواء حمد بن خليفة آل ثاني قائداً عاماً للقوات المسلحة، وتعيين الشيخ خالد بن حمد آل ثاني وكيلاً لوزارة الداخلية، وشغل هذا المنصب حتى صدور الأمر الأميري حيث عين وزيراً للداخلية. كما صدر المرسوم الأميري بتعيين قائداً لقوات الشرطة في تلك السنة.

تم إنشاء قسم للبعثات بقيادة الشرطة في عام 1974م وقد بدأ بإيفاد عدد من الضباط والرتب الأخرى للدراسة وتلقى دورات تدريبية في مجالات الشرطة المختلفة. وفي تلك السنة انضمت دولة قطر لعضوية المنظمة الدولية للشرطة الجنائية (الإنتربول) وأنشئ المركز الوطني للإنتربول، كما أصبحت دولة قطر عضواً في مجلس وزراء الداخلية العرب. في 1975م أنشئ قسم العلاقات العامة بقيادة الشرطة ليكون حلقة الوصل إعلامياً بين الشرطة والجمهور. وشاركت دولة قطر في أول مؤتمر لوزراء الداخلية العرب بالقاهرة في سبتمبر 1977م بوفد برئاسة وزير الداخلية.

انتقلت وزارة الداخلية من المبنى الواقع على شارع عبد الله بن جاسم بمنطقة الجسرة إلى المبنى الجديد بمنطقة البدع في عام 1980م، وانتقلت قيادة الشرطة من داخل مبنى القيادة العامة بالرميلة إلى المبنى الجديد لوزارة الداخلية.

وفي 1984/4/3م بث قسم العلاقات العامة أول حلقة من برنامج (الشرطة معك) عبر تلفزيون قطر، كما أصدرت العلاقات العامة العدد الأول من مجلة (الشرطة معك) في 1989 /6/26م.

## هياكل وتنظيم :

في عام 1989م صدر الأمر الأميري بإعادة تشكيل مجلس الوزراء حيث عين الشيخ عبد الله بن خليفة آل ثاني وزيراً للداخلية، وشغل هذا المنصب حتى عام 2001م .

وفي 30/10/1996م صدر الأمر الأميري بتشكيل مجلس الوزراء حيث عين الشيخ عبد الله بن خالد آل ثاني، وزيراً للدولة للشؤون الداخلية.

فيما صدر الأمر الأميري بتعديل تشكيل مجلس الوزراء بتاريخ 2001/1/2م وتعيين سعادة الشيخ عبد الله بن خالد آل ثاني وزيراً للداخلية ، وسعادة الشيخ حمد بن ناصر بن جاسم آل ثاني وزيراً للدولة للشؤون الداخلية.

### تحديث هياكل الوزارة ومواكبة التطور:

في 15/2/2005 صدر الأمر الأميري بتعديل تشكيل مجلس الوزراء حيث عين بموجبه الشيخ عبد الله بن ناصر بن خليفة آل ثاني وزيراً للدولة للشؤون الداخلية وعضواً بمجلس الوزراء .

### عين رئيساً لمجلس الوزراء ووزيراً للداخلية بتاريخ 2013/6/26م.

بتاريخ (2014/6/24) أصدر معالي الشيخ عبد الله بن ناصر بن خليفة آل ثاني رئيس مجلس الوزراء وزير الداخلية قرارات متعلقة بتحديث الهيكل التنظيمي لوزارة الداخلية، والتي تم بموجبها ضم عدد من الإدارات تحت مسمى (إدارة عامة) لتصبح (9) إدارات هي:

1. الإدارة العامة للأمن العام.
2. الإدارة العامة للشؤون القانونية.
3. الإدارة العامة للجنسية والمنافذ وشؤون الوافدين.
4. الإدارة العامة لأمن السواحل والحدود.
5. الإدارة العامة للدفاع المدني.
6. الإدارة العامة للمباحث الجنائية

7. الإدارة العامة للمرور.

8. الإدارة العامة لنظم المعلومات.

9. الإدارة العامة للإمداد والتجهيز.

كما تم استحداث إدارتين هما ( إدارة الشرطة المجتمعية وإدارة التفتيش والرقابة )

قوات الشرطة القطرية كبقية قوات الشرطة في معظم الدول الأخر فقد ورد في

الدستور القطري فبالمادة (57) ما يلي :

(إحترام الدستور، والامتثال للقوانين الصادرة عن السلطة العامة، والالتزام بالنظام

العام والآداب العامة، ومراعاة التقاليد الوطنية والأعراف المستقرة، واجب على

جميع من يسكن دولة قطر، أو يحل بإقليمها).

#### قانون الشرطة القطري:

الواجبات والأعمال المحظوره والتأديب يجب على عضو قوة الشرطة ما يلي:

1. الولاء التام للأمير.

2. المحافظة على مصالح الوطن وأداء الواجبات بكل دقة وأمانة وإخلاص.

3. مراعاة القوانين والأنظمة المعمول بها.

4. تنفيذ الأوامر والتعليمات التي يصدرها إليه رؤساءه الأعلى رتبة أو الأقدم في

الرتبة عند التساوي فيها.

5. المحافظة على الضبط والربط والالتزام حسن السيرة والظهور بالمظهر اللائق

بالرتبة والوظيفة.

6. القيام بالعمل المنوط به بنفسه وتخصيص وقت العمل لأداء واجبات الوظيفة.

ونجد أن المادة (66) من قانون الشرطة القطرية تجوياً الأداء القوات أورد بعض

## المواد للمحاسبات كالأتي :

يحظر على عضو قوة الشرطة ما يلي:

1. الاشتغال بالسياسة أو الانضمام لأي حزب أو جمعية أو منظمه ذات مبادئ أو ميول سياسية.
2. إفشاء أي معلومات تتعلق بعمله ويظل هذا الالتزام قائماً بعد انتهاء خدمته.
3. الإدلاء بأي تصريح أو بيان عن أعمال وظيفته عن طريق الصحف أو غير ذلك من طرق النشر، دون إذن بذلك من وزير الداخلية أو من ينيبه.
4. الإحتفاظ بأي نسخه من الأوراق الرسمية أو نزع ورقة من الملفات المخصصة لحفظها، ولو كانت خاصة بعمل كلف به شخصياً.
5. الاشتغال بالتجارة.
6. أداء أي عمل للغير بأجر، ويستثنى من ذلك أعمال الوصاية أو القوامه أو الوكالة عن الغائبين فيجوز أداؤها بأجر إذا كانت تربطه بالقاصر أو المحجور عليه أو الغائب صلة قربي أو نسب حتى الدرجة الرابعة. وكذا أعمال الحراسة على الأموال التي يكون شريكاً أو ذا مصلحة فيها، أو تكون مملوكة لمن تربطه به صلة قربي أو نسب حتى الدرجة الرابعة .
7. وفي جميع الأحوال يجب على عضو قوة الشرطة ان يخطر وزارة الداخلية، ويجب أن يحفظ الاخطار في ملف خدمته.
8. الزواج من أجنبية بالمخالفة لأحكام القانون رقم (21) لسنة 1989، بشأن تنظيم الزواج من الأجانب.
9. قبول الهدايا والإكراميات والمنح سواء كان ذلك مباشرة أو بالواسطه.

10. شراء أو استئجار أي مال تطرحه وزارة الداخلية أو السلطات القضائية أو الإدارية ولو عن طريق المزاد العلني، وكذلك لصالح من تربطه به صلة قرى أو نسب حتى الدرجة الرابعة.

11. الاقتراض من أي جهة غير حكومية لها علاقة بوزارة الداخلية.

#### المادة (67):

تحدد بقرار من وزير الداخلية العقوبات الانضباطية، والرؤساء الذين يتولون توقيعها. المادة(68):

يعاقب تأديبياً كل من خالف الواجبات المنصوص عليها في هذا القانون أو في القرارات الصادرة من وزير الداخلية أو يخرج على مقتضى الواجب في أعمال وظيفته، أو يسلك سلوكاً أو يظهر بمظهر من شأنه الإخلال بكرامة الوظيفة، وذلك مع عدم الإخلال بإقامة الدعوى المدنية أو الجنائية عند الاقتضاء.

يعفى عضو قوة الشرطة من العقوبة إذا ثبت أن ارتكاب المخالفة كان تنفيذاً لأمر صادر إليه من رئيسه. وفي هذه الحالة تكون المسؤولية على مصدر الأمر وحده. ولا يسأل عضو قوة الشرطة إلا عن خطئه الشخصي.

#### مرتكزات الخطة الإستراتيجية لوزارة الداخلية القطرية :

انطلاقاً من اهتمام وزارة الداخلية بتطبيق إستراتيجيتها بطريقة تتميز بالكفاءة والفعالية ، أصدر سعادة الشيخ / عبد الله بن ناصر بن خليفة آل ثاني وزير الدولة للشئون الداخلية القرار رقم (8) لسنة 2011م بتعديل مسمى إدارة الجودة الشاملة و اختصاصاتها وهيكلها التنظيمي الصادر في 17يناير 2011م. كإحدى إدارات وزارة الداخلية وهي منوطة بالتنفيذ والتخطيط لهذه الإستراتيجية، ومتابعتها

وتعديل مسارها وفقا للتطورات المستقبلية، ووفق اختصاصات الإدارة، لتكوين قاعدة قوية للعمل وفق نظام مؤسسي راسخ.

### إختصاصات الإدارة:

اختصاصات إدارة التخطيط الاستراتيجي بموجب قرار وزير الداخلية رقم (64) لسنة 2014 م:

1. اقتراح الخطة السنوية للإدارة وتنفيذها بعد اعتمادها في إطار السياسية العامة للوزارة.
2. إعداد مشروع إستراتيجية وزارة الداخلية بالتنسيق مع الجهات المعنية الأخرى بالوزارة ومتابعة تنفيذها بعد اعتمادها.
3. وضع القواعد الأساسية لإعداد الخطط التشغيلية للإدارات ومراجعتها بالتنسيق مع إدارات الوزارة واللجان وفرق العمل المختلفة.
4. تحديد البرامج والمشاريع اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية بالتنسيق مع الإدارات المعنية مع متابعة تنفيذ التزامات الوزارة تجاه إستراتيجية التنمية الوطنية للدولة.
5. نشر ثقافة ومفهوم العمل الاستراتيجي لدى الإدارات بالوزارة .
6. تقديم الاستشارات الفنية لتطبيق متطلبات معايير الجودة الدولية وتحقيق التوافق بينها وبين نظم العمل بإدارات الوزارة.
7. تقديم الخدمات الاستشارية والتدريبية في مجال توثيق الإجراءات والتدقيق الداخلي لنظم العمل بالتنسيق مع الإدارات المعنية.
8. وضع نظام لقياس الأداء المؤسسي وفق المعايير والمؤشرات المطلوبة ، واقتراح التوصيات التي تؤدي إلى الارتقاء بمستوى الأداء.
9. توفير وتحليل الإحصائيات الخاصة بالوزارة، بالتنسيق مع الإدارات .

10. الإشراف على عمل الأقسام التابعه للإدارة والعمل على تطويرها وتوفير احتياجاتها المادية والبشرية بالتنسيق مع جهات الاختصاص بما يضمن حسن سير العمل.

11. اقتراح مشروع الموازنة السنوية للإدارة.

12. أى مهام أخرى يكلف بها.

### أقسام الإدارة:

تضم إدارة التخطيط الاستراتيجي الأقسام التالية :

1. قسم التخطيط والمتابعة

2. قسم إدارة المشاريع والبرامج

3. قسم نظم الجودة

4. قسم قياس الأداء المؤسسي

5. قسم المعلومات والإحصاء

6. قسم الشؤون الإدارية

### مركزات الخطة الاستراتيجية لوزارة الداخلية القطرية 2011م - 2016م :

تطمح وزارة الداخلية من خلال إنجاز واجباتها ومهامها إلى أن ينعم المجتمع والدولة بالاستقرار والرفاهية ، لذا هي تحرص على أن تضع استراتيجيتها التي تجسد فهماً عميقاً للتحديات والتهديدات الأمنية وسبل مواجهة تأثيراتها ، وتبني وسائل فاعلة للتغلب عليها. تتمثل هذه التحديات ، بتحديات داخلية ، أي من داخل بيئة الوزارة ، وتحديات خارجية ، في الوقت ذاته تفرز هذه التحديات تهديدات عدة، مباشرة أو غير مباشرة ، وظاهرة أو مستترة ، تستهدف أمن دولة قطر واستقرارها.

وقد أعلنت وزارة الداخلية، عن استراتيجيتها الخمسية ( 2011 – 2016 ) يوم الاثنين 2011/1/31م، وترتكز على ثلاثة محاور رئيسية هي: ( الرؤية والرسالة والهدف )، ووفقاً لرؤية وطنية مستقبلية واضحة ومدروسة تستمد إطارها ومنهجها من الرؤية الوطنية لدولة قطر (2030). وإن رؤية الإستراتيجية ورسالتها وأعمدها المتجسدة في ركائزها تصب كلها في تحديد سبل مواجهة تلك التحديات والتهديدات بما يضمن حماية أمن واستقرار دولة قطر .

وتضمنت الاستراتيجية هدفا لإرساء مبادئ حقوق الإنسان وجعلها أكثر رسوخا، وشملت أهدافا لتوثيق العلاقة بالمجتمع من خلال ضمان حسن التعامل.. وحسن الأداء للخدمات وسرعة إنجاز المعاملات. وأهتمت بالعنصر البشري من خلال تحسين وتطوير معايير التجنيد للعمل بوزارة الداخلية، وإعداد قيادات من الصف الأول والصف الثاني من أجل تطوير العمل ورفع مستوى الأداء والوعي الثقافي والعلمي بين العاملين، بما يتناسب مع المتغيرات التنموية السريعة.

وبنيت الاستراتيجية على مكافحة الجريمة وقائياً وعلاجياً من خلال تأهيل القائمين على مكافحة الجريمة بالدورات التدريبية والوسائل التقنية الحديثة التي تمكنهم من الوصول إلى المجرمين ومكانهم بأقصر الطرق، وكذلك خلق علاقة متميزة مع منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية العاملة في مجالات الاستشارات العائلية ومراكز التأهيل الاجتماعي بهدف تقويم سلوك المنحرفين وإنشاء مراكز بحوث متخصصة تابعة لوزارة الداخلية تعمل على متابعة تنفيذ هذه الاستراتيجيات وتنظيم آلية استقدام العمالة الوافدة.

وانطلاقاً من حرص وزارة الداخلية على قيام الإستراتيجية بقاعدة قوية والعمل وفق نظام مؤسسي راسخ فقد اصدر سعادة معالي رئيس مجلس الوزراء ووزير الداخلية قراراً بإنشاء إدارة التخطيط الاستراتيجي كأحدى إدارات وزارة الداخلية وهي منوطة بالتنفيذ والتخطيط لهذه الاستراتيجية والمتابعة لها وتعديل مسارها وفقاً للتطورات المستقبلية .

## إدارة التخطيط الاستراتيجي :

إنطلاقاً من اهتمام وزارة الداخلية بتطبيق استراتيجيتها بطريقة تتميز بالكفاءة والفعالية، أصدر سعادة وزير الدولة للشئون الداخلية القرار رقم (8) لسنة 2011م بتعديل مسمى إدارة الجودة الشاملة واختصاصاتها وهيكلها التنظيمي الصادر في 17 يناير 2011م. كإحدى إدارات وزارة الداخلية وهي منوطة بالتنفيذ والتخطيط لهذه الإستراتيجية، ومتابعتها وتعديل مسارها وفقاً للتطورات المستقبلية، ووفق اختصاصات الإدارة، لتكوين قاعدة قوية للعمل وفق نظام مؤسسي راسخ.

### ومن أبرز اختصاصات الإدارة:

1. متابعة تنفيذ استراتيجية وزارة الداخلية.
2. وضع القواعد الأساسية لإعداد الخطط التشغيلية للإدارات ومراجعتها بالتنسيق مع الإدارات واللجان وفرق العمل المعنية.
3. تحديد البرامج والمشاريع اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية بالتنسيق مع الإدارات المعنية مع متابعة تنفيذ التزامات الوزارة تجاه إستراتيجية التنمية الوطنية للدولة.
4. نشر ثقافة مفهوم العمل الاستراتيجي لدى الإدارات بالوزارة.
5. تقديم الاستشارات الفنية لتطبيق متطلبات معايير الجودة الدولية وتحقيق التوافق بينها وبين نظم العمل بإدارات الوزارة.
6. وضع نظام لقياس الأداء المؤسسي وفق المعايير والمؤشرات المطلوبة واقتراح التوصيات التي تؤدي إلى الارتقاء بمستوى الأداء.
7. توفير وتحليل الإحصائيات الخاصة بالوزارة بالتنسيق مع الإدارات.
8. اقتراح مشروع الموازنة السنوية للإدارة.

## الفصل الرابع

### الخطط الإستراتيجية لوزارة الداخلية السودانية والقطرية والتحليل الاستراتيجي

المبحث الأول: الخطة الأمنية لوزارة الداخلية السودانية

المبحث الثاني: الخطة الأمنية لوزارة الداخلية القطرية

المبحث الثالث: التحليل الاستراتيجي للشرطة بالدولتين

## المبحث الأول

### الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية السودانية

لمعرفة الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية يرى الباحث أنه لابد من معرفة المراحل المختلفة المتعاقبة التي مرت بها هذه الإدارة لتصل إلى ما وصلت إليه في الهيكل التنظيمي لذلك كان لابد من إيجاز الأتي (أحمد ، 2003م ، ص 5) :

لم يكن إعلام الشرطة بمفهومه الحديث موجوداً إلا إنه تطور مع تطور وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة وتفرع مهام الشرطة وتعدد اختصاصاتها وتطور أعمالها التي تقوم بها والواجبات التي تؤديها وسائل الإعلام المختلفة والمتنوعة وبتقدم العلوم الإنسانية وانتشار التعليم في المجتمع ونسبة لأن مهام قوات الشرطة هي مهام مجتمعية تقوم بها كمهام خدمية أصبح من الضروري تطور العمل بصفة عامة ولمواكبة هذا التقدم تطور عمل إعلام الشرطة بغرض التوعية وشرح أنشطة الشرطة وشرح دورها في حفظ الأمن والسلامة للمجتمع ونتيجة لذلك التطور كانت بداية مجلة الشرطة وصدر أول عدد لمجلة الشرطة السودانية في العام 1964م وكانت الكتابة في العدد الأول باللون الأسود وقد صدر من قسم العلاقات العامة التابع لفرع المواصلات والاتصالات برئاسة قوات الشرطة وكان هذا العدد يحمل اسم (مجلة البوليس) وعندها كانت الشرطة يطلق عليها اسم بوليس السودان وكان هذا العدد يحتوي علي مواضيع مختلفة للتعريف بأنشطة الشرطة في العاصمة والولايات وقد كان ذلك العمل نواه لإعلام الشرطة الذي ظهر فيما بعد وتطور إلي أن أصبحت إدارة عامة تحمل اسم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ومديرها برتبة لواء شرطة وكان ذلك بصدور القرار الوزاري رقم (5) بتاريخ 1992/12/17م وتعليمات السيد المدير العام والتي تقتضي بإنشاء إدارة عامة للإعلام والعلاقات العامة والتوجيه المعنوي ويتولي

قيادتها ضابط برتبة لواء شرطة ويكون بحكم منصبه ناطقاً رسمياً باسم قوات الشرطة وذلك تأكيداً لدور الإعلام وأخيراً صدر القرار الوزاري \_ (285) لسنة 2000م بإنشاء إدارة مساعد المدير العام للتوجيه والخدمات وتضم هذه الإدارة دائرة الخدمات الاجتماعية وإدارة الإعلام والعلاقات العامة وإدارة المناشط الرياضية. تم تغيير مسمى الإدارة إلي مسمى هيئه التوجيه والخدمات حالياً وتتكون الهيئة من الإدارات العامة التالية:

1. الإدارة العامة للخدمات الطبية.

2. الإدارة العامة للتوجيه المعنوي.

3. الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة.

4. الإدارة العامة للخدمات الاجتماعية.

5. الإدارة العامة للمناشط.

تختص هيئة التوجيه والخدمات بالآتي (أحمد ، 2003م ، ص5) :

1. توظيف كافة الوسائل في عكس دور الشرطة في مجال استتباب الأمن إبراز الأمن وتحمل مسؤولياتهم في هذا الجانب.

2. عكس إنجازات الشرطة في أجهزة الإعلام المختلفة.

3. توفير المعينات الفنية التي تسهم في تطوير وترقية أعمال الإعلام والتوجيه والخدمات.

4. إصدار الأوامر المستديمة والتعليمات الخاصة التي تنظم أعمال الإعلام والتوجيه المعنوي ومتابعة تنفيذها.

5. القيام بواجبات المراسم الشرطية وترقية وتطوير العمل المراسمي والاهتمام بالإرث والأدب الشرطي القائم علي الانضباط والتنظيم الدقيق للواجبات والأعمال .

6. عقد المؤتمرات والسمنارات وورش العمل بصورة راتبه أو غير راتبه لتطوير وترقية الأداء .

7. إعداد الخطط والسياسات العامة اللازمة للارتقاء بالعمل في مجال التوجيه المعنوي وسط قوات الشرطة.

8. تنفيذ برامج التوجيه المعنوي بين قوات الشرطة لأجل خلق الشرطي الرسالي والتمسك بالدين والخلق القويم المدرك لدور الشرطة في المجتمع.

9. العمل علي إعلاء قيم حب الله والوطن والرباط وتقدير العمل الشرطي.

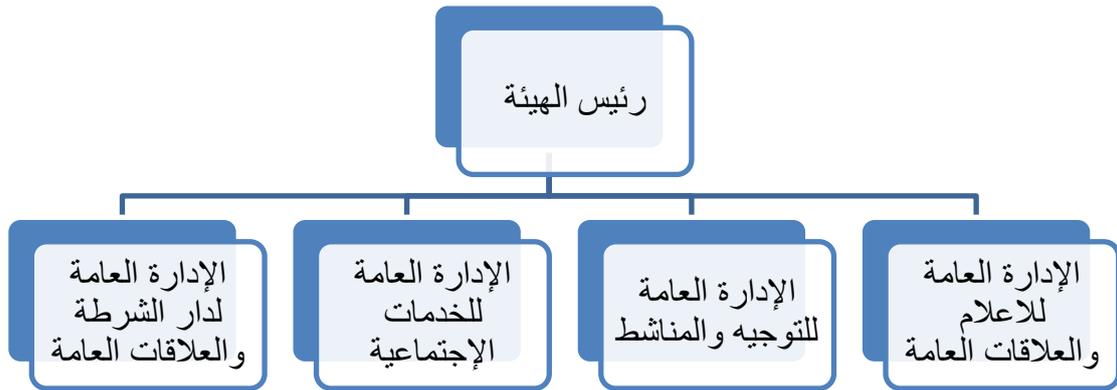
10. الارتقاء بالنشاط الرياضي والثقافي والفني في وسط قوات الشرطة.

هيكل الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة:

تتبع الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة لهيئة التوجيه والمناشط ورئيس

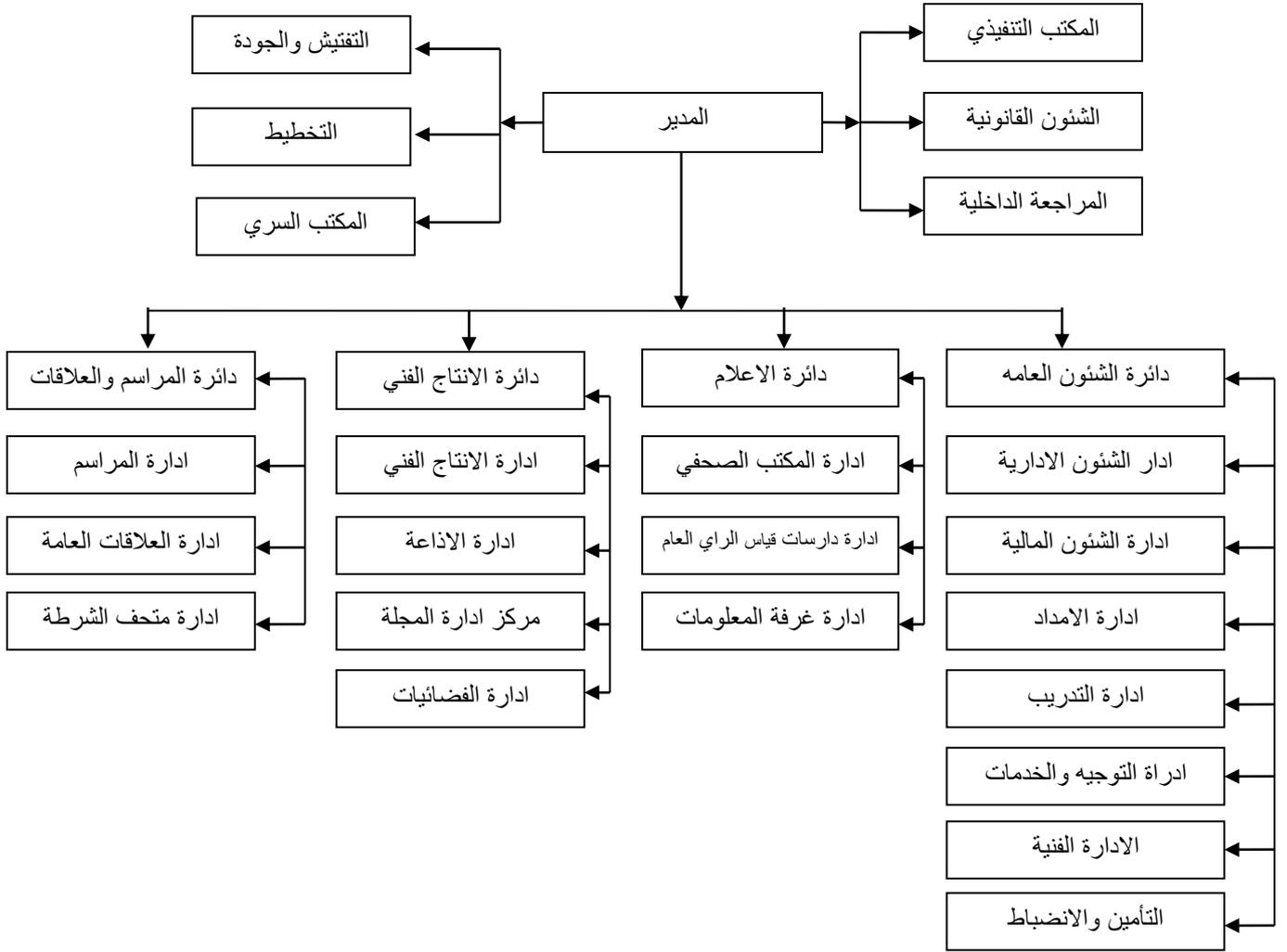
الهيئة وهو مساعد المدير العام للتوجيه والمناشط وهو الناطق الرسمي باسم قوات

الشرطة ( أحمد ، 2003م ص5).



شكل يوضح الهيكل التنظيمي لهيئة التوجيه والخدمات

## شكل يوضح هيكل الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامه السودانيه



### أهداف الإدارة العامة للإعلام هي:

- أ. التوعية الأمنية لأفراد المجتمع.
- ب. إنشاء علاقة بين الشرطة والمجتمع لخدمة أهداف الشرطة.
- ج. عكس مناشط الشرطة علي كل المستويات.
- د. تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي المواطن.
- هـ. خلق علاقات بين الشرطة وأجهزة الإعلام الأخرى.
- و. زيادة معرفة رجل الشرطة بدوره والإلمام بمهامه لتحسين وتجويد الأداء الشرطي.

## وظائف الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة:

تقوم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوظائف متعددة ومتنوعة وذلك حسب نوع الرسالة والجمهور المستهدف منها والوسيلة التي تقوم بإرسال الرسالة وهي برامج توعية ودينية وثقافية واجتماعية يتم تصميمها حسب الخطة العامة ورؤية تتوافق مع رسالة الشرطة وموجهات الدولة العامة وسياساتها . وللوصول إلي هذه الأهداف تقوم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالوظائف التاليه (أحمد ، ص6):

1. متابعة وتحليل ورصد المواضيع التي تتناولها الصحف اليومية عن الشرطة ومنسوبيها والأنشطة المختلفة عبر التقرير الصحفي اليومي .
2. الإشراف علي التغطيات الصحفية للأنشطة والبرامج والفعاليات اليومية للشرطة والوزارة وإعداد الأخبار.
3. الإشراف علي الموقع الإلكتروني والأخبار الاجتماعية والاحتفالات والمناسبات
4. إعداد البرامج المسموعة والمرئية التوعوية والدينية والثقافية وبثها عبر الوسائل المختلفة والمناسبة.
5. إعداد وإصدار المنشورات والإعلانات واللافتات والكتيبات ومجله الشرطة والدوريات وغيرها.
6. الإشراف علي أعمال المراسم في المؤتمرات واللقاءات.
7. العمل علي تطوير العلاقات بين أجهزة الإعلام الأخرى والجمهور.
8. تمليك المواطن المعلومات وتوضيح الحقائق عبر الوسيلة المناسبة وعن طريق الناطق الرسمي باسم قوات الشرطة.

تقوم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بهذه الوظائف بحيادية وكل احترافية ولها في ذلك خبرات ممتدة عبر السنين وتجارب ثرة في كافة واجباتها مما يعزز علاقتها بالمجتمع ، ولان كل الخدمات التي تقوم بها

الشرطة ذات علاقة مع المجتمع فإنها تحاول أن تحقق شعارها وحلمها في الوصول إلى أهدافها عبر برامجها المختلفة. وشعارها (الشرطة في خدمة الشعب) يري الباحث أنها في سبيل الوصول إلى ذلك فهي بين أمرين أولهما إنها هي المسؤلة عن تنفيذ القانون والذي يمثل الهم والواجب ومن واجبات وأولويات الشرطة المكلفة للقيام به وهي بذلك لا تتنازل ولا تتخاذل في هذا الدور الذي أقسم كل منسوبي الشرطة للقيام به ،أما الأمر الثاني وهو علاقتها بالجمهور فهي تملي عليها حسن التعامل معه وتذليل كافة العقبات التي تقف دون ذلك وهي بين هذا وذاك يري المواطن أن رجل الشرطة متزمت ومستبد وغير متعاون مما يكون عبئاً ثقيلاً علي رجل الشرطة.

وفي سبيل ذلك وهذه المعادلة الصعبة تبذل الشرطة قصارى جهدها في تصحيح هذه المفاهيم وفي تحسين الصورة الذهنية للمواطن حول رجل الشرطة وبناءً علي ذلك تقوم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بتوصيل هذه المفاهيم عبر وسائل متعددة تعكس الجهد المتعاظم الذي تبذله في أداء مهامها عبر خطط إستراتيجية ممرحلة لتؤكد القيام بدورها خدمة للمجتمع تستخدمها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة وأهم هذه الوسائل:— ( أحمد ، ص6 )

#### 1. الصحافة :

إعداد التقارير والتحليل والرد علي كتابة الصحفيين وقياس الرأي العام لاتجاهات الصحافة المحلية والإقليمية والعالمية وحشد الطاقات لعكس الأنشطة والفعاليات والمؤتمرات وغيرها.

#### 2. الشبكة الإلكترونية (العنكبوتية) :

إعداد الأخبار الاجتماعية والثقافية والفعاليات ويتم ذلك عبر المكتب الصحفي للشرطة والذي يتبع للإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة .

### 3. الإذاعة :

توجد إذاعة fm والتي تبث أعمالها عبر التردد 99.6 وهي إذاعة متخصصة تعد البرامج الثقافية والدينية والفنية والاجتماعية والفعاليات المختلفة وبها برامج توعيه متنوعة .

### 4. المجالات :

تستخدمها الإدارة وتصدر مجلة الشرطة وهي مجلة متخصصة لإبراز الأنشطة والفعاليات المختلفة وتصدر مجلات أخرى لإدارات الشرطة الأخرى وتشرف علي تحريرها وإخراجها.

### 5. اللافتات:

يتم إعداد وتصميم اللافتات والمطبقات والكتيبات المختلفة التي تعكس دور الشرطة في المجتمع وسعيها في أداء واجباتها وذلك عبر إدارة الإنتاج الإعلامي. ( أحمد ، ص7 )

### 6. التلفزيون:

تمتلك الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة استديوهات وأجهزه متطوره لإعداد البرامج التلفزيونية وتقوم بإعداد الحلقات الخاصة ببرنامج ساهرون بالقناة السودانية وإعداد ومونتاج الأفلام والإعلانات التي تسهم في تسهيل الأداء الشرطي.

ويتم التدريب علي كل هذه الوسائل للطلاب والدارسين من الشرطة ومنسوبيها وطلاب الجامعات المختلفة لتوكيد الشراكة المجتمعية وتحقيق أهدافها وتحسين صورتها أمام الجمهور.

## المبحث الثاني

### إدارة الإعلام بالشرطة القطرية وتطورها

#### أقسام ومهام إدارة الإعلام بالشرطة القطرية

#### النشأة والبدايه ☺ الموقع الإلكتروني للشرطة ، قطر )

في 1975م أنشئ قسم العلاقات العامة بقيادة الشرطة ليكون حلقة الوصل إعلامياً بين الشرطة والجمهور. وشاركت دولة قطر في أول مؤتمر لوزراء الداخلية العرب بالقاهرة في سبتمبر 1977م بوفد برئاسة وزير الداخلية. انتقلت وزارة الداخلية من المبنى الواقع على شارع عبد الله بن جاسم بمنطقة الجسرة إلى المبنى الجديد بمنطقة البدع في عام 1980م، وانتقلت قيادة الشرطة من داخل مبنى القيادة العامة بالزميلة إلى المبنى الجديد لوزارة الداخلية.

#### اقسام الإدارة :

#### قسم الإعلام الأمني :

ويختص بوضع الخطة السنوية للأنشطة الإعلامية وإعداد وتنفيذ البرامج الإعلامية الأمنية المرئية والمسموعة والمقروءة و الالكترونية وتصميم وإصدار المطبوعات الخاصة بوزارة الداخلية والقيام بشئون الرصد الإعلامي و الرأي العام والتوثيق وإقامة المعارض الأمنية والتنسيق مع الجهات ذات الصلة بشأن المحاضرات والندوات والإشراف على موقع وزارة الداخلية على شبكة الإنترنت .

#### قسم المراسم والعلاقات الإنسانية :

ويختص بكافة الأعمال المر اسمية والبروتوكولية والتحضيرية للاجتماعات وزيارات الوفود الرسمية وكافة الشؤون المتعلقة بذلك من حجوزات واستقبالات ومتطلبات ضيافة ونقل وترحيل وذلك بالتنسيق مع الجهات المعنية ، كما يقوم

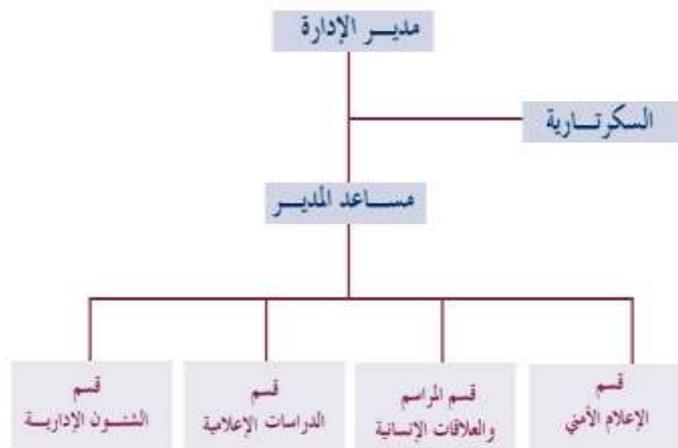
القسم بمهام ومتطلبات العلاقات الإنسانية بين منتسبي الوزارة والعمل على تقوية أواصرها واقتراح سياسات التحفيز وتعزيز الانتماء لقوة الشرطة بجانب الإشراف مشاركة وزارة الداخلية في المعارض المختلفة داخل وخارج البلاد.

#### قسم الدراسات والخدمات الإعلامية :

ويختص بوضع الخطط البحثية في المجالات ذات الصلة والتعاون مع الجهات المختصة في الدولة بجانب وضع أسس تقييم الأنشطة الإعلامية لوزارة الداخلية بالإضافة إلى بحث الأساليب الكفيلة بإبراز رسالة وزارة الداخلية بأسلوب علمي ومنهجي يؤدي إلى تعريف الجمهور بالخدمات التي تؤديها وزارة الداخلية وطرق الحصول عليها.

#### قسم الشؤون الإدارية :

ويختص بالقيام بكافة الأعمال الإدارية والكتابية لتسهيل أعمال الإدارة واتخاذ كافة ما يلزم من إجراءات لتحقيق ذلك ، بالإضافة إلى الإشراف على كل ما يتعلق بشؤون العاملين وإعداد الموازنة بالتنسيق مع جميع الأقسام والجهات المعنية في الوزارة.



الهيكل الإداري لإدارة العلاقات العامة للشرطة القطرية

## برامج وفعاليات:

تقوم إدارة العلاقات العامة بالتعاون والتنسيق مع الإدارات الأخرى في وزارة الداخلية بتنظيم العديد من الأنشطة والفعاليات بشكل دوري وهي :

وفي 1984/4/3م بث قسم العلاقات العامة أول حلقة من برنامج (الشرطة معك) عبر تلفزيون قطر، كما أصدرت العلاقات العامة العدد الأول من مجلة (الشرطة معك) في 1989/6/26 م .

### الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية القطرية :

يعود إنشاء أول موقع لوزارة الداخلية إلى شهر مارس عام 2002م، ويعتبر موقع وزارة الداخلية من المواقع ذات التنوع الشامل، حيث يعتبر المحتوى تفاعلي مع الجمهور كونه مصدرا رئيسيا للمعلومات والخدمات وتستفيد منه شريحة كبيرة من المجتمع ، كما يعد الموقع الأبرز والأكبر لوزارة قطرية، كما يشتمل على العديد من الخدمات الإلكترونية التي توفر على المستخدم الوقت والجهد من خلال إجراءات معاملاته إلكترونياً.

### أهداف موقع الوزارة الإلكتروني :

وزارة الداخلية حددت أهدافها بصورة واضحة من إنشاء موقعها على شبكة الإنترنت من خلال إستراتيجية تقوم على الاستفادة مما وفرته التكنولوجيا الحديثة خصوصا بعد الانتشار الواسع للإنترنت، وتتمثل تلك الأهداف في الآتي:

1. إبراز الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها وزارة الداخلية في مجال تحقيق الأمن والاستقرار الذي هو أساس التنمية الشاملة في البلاد.
2. تيسير وتسهيل الخدمات المقدمة للجمهور داخليا وخارجيا لانجاز معاملاته والحصول عليها من خلال موقع وزارة الداخلية.

3. دعم العلاقة الإيجابية التي تربط بين الشرطة والجمهور باعتبار أن الأمن مسئولية مشتركة ومطلب يسعى إليه الجمهور وتنشده الشرطة من خلال التواصل السريع والفعال بين وزارة الداخلية والجمهور.
4. تحقيق التفاعل والمشاركة للجمهور ليكون مشاركا برأيه (مرسلا) بدلا من أن يكون مستقبلا فقط وذلك من خلال الوسائط الالكترونية المختلفة ( بريد الكتروني ، إعلام اجتماعي ، روابط تفاعلية).
5. مساعدت الجمهور المتلقي فيه حماية نفسه وممتلكاته ضد المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها من خلال توظيف الانترنت في بث رسائل التوعية التي من شأنها تحقيق تلك الغاية.
6. الترويج للخدمات التي تقدمها وزارة الداخلية في مناطق الدولة المختلفة لتوفير عاملي الزمن والمسافة للجمهور.

#### صفحات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي :

دشنت وزارة الداخلية صفحاتها التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي شملت (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام) لتكون بمثابة نافذة تفاعلية مع الجمهور ليتمكن من خلالها التعرف على أنشطة وفعاليات الوزارة وإبداء رأيه على تلك الصفحات. وتأتي هذه الخطوة بعد دراسة مستفيضة للتطورات المسارعة في مجال "الويب" وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي أو ما بات يعرف بالإعلام الجديد القائم على التفاعل والمشاركة من خلال أفراد مساحات للتواصل مع قطاع واسع من الجمهور. وتهدف وزارة الداخلية من إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى مشاركة الجمهور في نشر التوعية الأمنية من خلال ابتكار أساليب، والتعرف على رأي الجمهور في هذا الشأن، وإتاحة الفرصة للجمهور للمشاركة في شتى الخدمات التفاعلية المطروحة في موقع وزارة الداخلية على شبكة الإنترنت.

## الروابط التفاعليه :

إنطلاقاً من تعزيز التعاون المشترك بين وزارة الداخلية وفئات المجتمع المختلفة بما يساهم في تطوير آليات المشاركة في تحقيق الأمن و الوقوف على آراء الجمهور حول القضايا المطروحة ومدى علاقتها بأمن الفرد والجماعة ، يطرح الموقع من خلال نافذة الروابط التفاعلية بابين للتعرف على لآراء الجمهور حيال القضايا المختلفة ، ويتمثلان في " قضايا للنقاش " و " استطلاع الرأي " ، حيث يتناولان قضايا تهم المجتمع بكافة أطيافه ، وذلك بهدف الوقوف على آليات المعالجة المختلفة و توظيف ما يطرحه الجمهور من آراء وأفكار ومقترحات بناء من شأنها تحقيق المزيد من الأمن والاستقرار في المجتمع ، إضافة إلى إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء رأيه في حرية تامة والتفاعل مع مختلف القضايا التي تهمه ذات العلاقة بوزارة الداخلية والأجهزة التابعة لها إضافة إلى الوقوف على اتجاهات الرأي العام المتعلقة بقضايا النقاش المقترحة والعمل على توظيفها لخدمة المجتمع.

## خدمات متميزه :

### خدمة مطراش :

تعتبر خدمة مطراش (الرسائل القصيرة) أحد أهم الخدمات المقدمة للأفراد والتي من خلالها يتسلم المشترك بها رسائل قصيرة على هاتفه بشأن المعاملات والخدمات التي تخصه مثل تاريخ انتهاء رخصة السواعة أو المركبة وتاريخ انتهاء الوثائق الرسمية الخاصة به وكذا الحال بالنسبة للخدمات المتعلقة بالتأشيرات ومن هم على كفالتة.

### خدمة مطراش 2:

أطلقت وزارة الداخلية خدمة «مطراش 2» والتي تهدف إلى توفير وقت المواطنين والمقيمين إلى الحد الأقصى، حيث سيتمكن مستخدمها من تنفيذ العديد من الخدمات، بحيث يمكن إنجاز معاملة فعلية عن طريق الهاتف النقال ودفع الرسوم المتعلقة بتلك المعاملة وليس فقط التنبيه كما السابق، وهذا هو الفرق

الجوهري بين خدمة «مطراش» و«مطراش 2» وخدمة مطراش 2 متوفرة على الايبل ستور وبإمكان أي شخص يقوم بتنزيلها والاشتراك فيها إذا كان مواطناً أو مقيماً.

### خدمة أمر:

خدمة موجهة لكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة من الرجال والنساء وذلك لتمكينهم من إنجاز معاملاتهم عن طريق موظفين مختصين يقومون باستقبالهم عند وصولهم للمراكز الخدمية التابعة لإدارة الخدمات الموحدة بالإدارة العامة لجوازات المنافذ وشؤون الوافدين.

### خدمة العضيد:

يقدم خدمة التواصل بين أفراد المجتمع بكافة شرائحه بهدف الحفاظ على أمن المجتمع واستقراره، ويعمل القائمين على البرنامج على إقامة الفعاليات والمهرجانات التي تدعم الشراكة الحقيقية بين المجتمع والأمن ويتم التواصل بين البرنامج والجمهور من خلال جميع أجهزة الاتصال الحديثة "الهاتف المجاني والبريد الإلكتروني والفاكس والاتصال المباشر" ومن خلال الأفراد المتواجدين في المؤسسات والأماكن العامة وذلك من أجل تلقي الملاحظات و الأفكار التي يتم عرضها من خلال هذه الخدمة و اتخاذ اللازم حيالها.

### خدمه طوارئ الصم 992:

أطلقت وزارة الداخلية خدمه متميزة وهي "خدمة طوارئ الصم" والتي فازت بدرع التميز الذهبي للخدمات الذكية 2013م مع شهادة البراءة من المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية ، وهي خدمة تعد الأولى من نوعها في الشرق الأوسط ويستفيد منها أكثر من 500 شخصاً من هذه الفئة. وتأتي هذه الخدمة في إطار حرص وزارة الداخلية على الاهتمام بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة. وتهدف هذه الخدمة الجديدة إلى تسهيل تواصل هذه الفئة مع قسم خدمة الطوارئ ليتسنى لهم تقديم أي بلاغات دون الاستعانة بمترجم وذلك عن طريق خدمات الجيل الثالث

حيث سيكون على الشخص الأصم وضع الهاتف أمامه في حالة الإبلاغ عن أي حادثة أو واقعه ويقوم بشرح البلاغ الذي حدث بلغة الإشارة على أن يقوم أشخاص متخصصون في خدمة طوارئ الصم بالتواصل معهم بلغة الإشارة أيضاً.

### مناسبات أمنية وشرطية :

تشارك إدارة العلاقات العامة في جميع المناسبات الشرطية والأمنية الخليجية والعربية والدولية، وذلك من منطلق الحرص على تجسيد أطر التعاون وبلورة المفاهيم الأمنية وتأكيدتها وتفعيل هذه المناسبات لخدمة الأهداف الأمنية والوقائية، وهذه المناسبات تشمل.

### أولاً : المناسبات الأمنية :

الإحتفال باليوم العالمي للدفاع المدني 3/1 من كل عام أسبوع المرور لدول مجلس التعاون الخليجي مارس- أبريل من كل عام.اليوم الدولي لمكافحة المخدرات 6/26 من كل عام. أسبوع المرور العربي . يوم الشرطة العربي 18 ديسمبر من كل عام.

### ثانياً: مناسبات أخرى تشارك فيها الإدارة :

الاحتفال بيوم البيئة القطرية.الاحتفال باليوم العالمي للمرأة. الاحتفال بيوم الأسرة.

### ثالثاً: المهرجانات والإحتفالات :

تشارك وزارة الداخلية ممثلة بإدارتها الأمنية ذات الصلة في العديد من المهرجانات والاحتفالات من أجل ترسيخ مفهوم المسؤولية المشتركة في تحقيق الأمان في المجتمع .

## النشاط الإعلامي:

تمارس إدارة العلاقات العامة نشاطها الإعلامي الموجه للجمهور في الداخل والخارج عبر مجموعة من الوسائط الإعلامية الخاصة بها وبعض الوسائط الجماهيرية من خلال التعاون مع وسائل الإعلام المحلية وذلك من خلال الأتي:

1. الإعلام المرئي.
2. الإعلام المسموع.
3. الرصد الإعلامي والرأي العام.
4. الإعلام المقروء.
5. الإعلام الإلكتروني.
6. أنشطة إعلامية أخرى.

## أولاً: الإعلام المرئي:

### برنامج قضايا أمنية :

تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد وتقديم برنامج أمني أسبوعي يتم بثه عبر القناة الفضائية القطرية وقد بدأ بثه في عام 1984م، ويتناول البرنامج العديد من الموضوعات الأمنية والاجتماعية والثقافية والإعلامية ... ولمواكبة التطور في مجال الإعلام والنقلة الكبيرة التي شهدتها وسائل الأعلام المرئية فقد تم تطوير البرنامج ليؤدي رسالته الإعلامية الأمنية وبالتالي تحول البرنامج إلى بث على الهواء مباشرة بمشاركة واسعة من المختصين والخبراء في مختلف مجالات القضية الأمنية المطروحة.

## حلقات التوعية القصيره :

تحرص إدارة العلاقات العامة في مجال الإعلام المرئي أيضا على إعداد وتقديم حلقات قصيرة عبارة عن ( سلوغونات مرئية ) لا تتعدى مدتها دقيقة واحدة ويتم بثها بين فقرات البرنامج بتلفزيون قطر وتتناول مختلف موضوعات السلامة.

## التقارير والحوارات :

في إطار توصيل رسالتها الإعلامية الإخبارية تحرص العلاقات العامة على التنسيق مع بعض البرامج التلفزيونية التي يتم تقديمها عبر القناة الفضائية القطرية من خلال تزويدها بالإخبار والتقارير عن أنشطة الوزارة كما تعمل الإدارة أيضا على تسهيل أي مهام إعلامية بالتنسيق مع إدارة التلفزيون والشركات والمؤسسات بهذا المجال .

## ثانياً: الإعلام المسموع :

### برنامج الشرطة معك الإذاعي :

برنامج إعلامي أمني أسبوعي تعده وتقدمه إدارة العلاقات العامة بالتنسيق مع إذاعة قطر منذ عام 2000م ، ويناقش العديد من الموضوعات الأمنية والمهنية والقانونية والاجتماعية لتنمية وتعميق الوعي الأمني والوقائي .

### برنامج وقفه أمنية :

هذا البرنامج عبارة عن حلقات إذاعية لا تتجاوز مدتها ثلاث دقائق ويقدم خلال الفترة الصباحية ، ويتناول موضوعات توعية وإرشادية تتعلق بالسلامة العامة بالإضافة إلى الجوانب الإخبارية الضرورية.

## الفقرات الإرشادية:

وهي جمل إرشادية وتثويرية وتوعيه تهدف إلى لفت انتباه المستمعين لموضوع أمني أو مروري أو إعلامي وقائي خاص بالسلامة أو الطمأنينة العامة.

## التنسيق مع البرامج الإذاعية :

تساهم الإدارة بتزويد البرامج الإذاعية مثل برنامج وطنى الحبيب صباح الخير وبرنامج الأسرة ومساء الخير بالمعلومات والأخبار والأنشطة المتعلقة بالوزارة ويشمل التعاون متابعة ما يثار من موضوعات ومقترحات وشكاوى والرد عليها.

## ثالثاً: الرصد الإعلامى والرأي العام:

تقديرًا من وزارة الداخلية لما يطرح عبر وسائل الإعلام المختلفة من موضوعات ذات صلة باختصاصات ومهام وزارة الداخلية وإدارتها الأمنية تقوم الإدارة برصد ومتابعة هذه الموضوعات لتحقيق جملة من الأهداف مثل :

1. تعزيز التواصل مع المجتمع .
2. معرفه اتجاهات الرأي العام و تحليلها.
3. إعداد تقرير صحفي يومي يوزع على صانعي القرار بوزارة الداخلية .
4. رصد أهم المشكلات ذات الصلة بالرأي العام و تحليلها و رفعها للمسؤولين.
5. التوثيق الإعلامى لإصدارات إدارة العلاقات العامة باعتباره إرثاً حضارياً و ثقافياً للأجيال القادمة .

## رابعاً: الاعلام المقروء

### مجلة الشرطة معك :

مجلة أمنية ثقافية توعوية دورية تتناول موضوعات مختلفة و بدأ إصدار عددها الأول عام 1989م ، ثم أصبحت مجلة شهرية ويشارك في تحريرها نخبة من العسكريين والمدنيين والأدباء والعلماء والمختصين، وقد ساهمت المجلة في إثراء المعرفة ونشر الوعي الأمني والوقائي لدى المواطنين والمقيمين ، وتوزيع نحو 2000 نسخة لوزارة الداخلية بدول مجلس التعاون العربية الشقيقة و الوزارات و الهيئات و المؤسسات داخل الدولة .

### الصحافة :

تولي إدارة العلاقات العامة اهتماماً ملحوظاً بالصحافة وتعمل على تعزيز أطر التعاون معها من خلال الأتي :

1. تزويدها بأخبار الوزارة وأنشطة وزارة الداخلية و الأجهزة التابعة لها .
2. دعوة الصحافة المحلية و ممثلي البرامج و الفعاليات التي تنظمها وزارة الداخلية في المناسبات المختلفه .
3. تسهيل مهام الصحفيين المحليين والمراسلين في الحصول على المعلومات أو إجراء الحوارات و المقابلات و التحقيقات الصحفيه.
4. تزويد الصحف بالفقرات الإرشادية و التوعوية لنشر مفاهيم السلامه وسط القراء .

## المطبوعات:

تصدر الإدارة العديد من المطبوعات بالتنسيق مع مطابع الشرطة والإدارات الأمنية ذات الصلة، كما تشرف على إعداد وتصميم وإصدار النشرات التعريفية والكتيبات والبوسترات والملصقات الإرشادية والتوعية نذكر منها :

ماذا تفعل إذا ؟ - سلامه الحجاج - السفر عن طريق البر - حماية المسن واجب وطنى - وزارة الداخلية وحماية الأسرة - مجتمع خال من المخدرات - السلامة البحرية.

## خامساً: الإعلام الإلكتروني:

يشكل الإعلام الإلكتروني احد الوسائل الإعلامية الهامة المعتمدة على تكنولوجيا الاتصال والانترنت ويعتبر نافذة فتحت آفاقا عديدة واتسعت من خلالها الرؤيا وأصبحت المعلومة عن طريقها ملكاً للجميع من خلال المشاهدة والقراءة والاستماع فى آن واحد .

لذا فقد حرصت العلاقات العامة على الاستفادة من هذه الوسيلة الإعلامية من عدة أوجه :

1. تطوير وتحديث موقع وزارة الداخلية على شبكة الانترنت وتزويده بالأخبار والمعلومات والخدمات التى تهتم الجمهور .
2. متابعة الرسائل التى ترد عبر البريد الإلكتروني لوزارة الداخلية [Info@moi.gov.qa](mailto:Info@moi.gov.qa) والتنسيق مع الجهات المختصة للرد أو إبداء الرأي حولها.
3. الاهتمام بآراء الجمهور ومقترحاتهم المطروحة عبر المنتديات والمدونات الشخصية.

4. نشر استطلاع للرأي العام على الصفحة الرئيسية لموقع وزارة الداخلية لمعرفة رأي الجمهور واتجاهاته حول الخدمات التي تقدمها الوزارة أو القضايا والموضوعات ذات العلاقة بمجال عمل وزاره ، بالإضافة إلى طرح استطلاع رأي ومسابقات على مواقع الإدارات الأمنية في موقع وزارة الداخلية.

سادسا: أنشطة إعلامية أخرى:

الندوات واللقاءات العلمية:

تولى الإدارة اهتماما كبيرا بالندوات العلمية والمحاضرات الأمنية المتخصصة لذا نظمت العديد من الندوات نذكر منها:  
ندوة بعنوان مكافحة الإرهاب وغسل الأموال 2006م  
مؤتمر تعريفي بقانون المرور بمناسبة بداية تطبيقه وغيرها.

## المبحث الثالث

### التحليل الاستراتيجي (اسوات)

هو تحليل استراتيجي يستخدمه علماء الإدارة الإستراتيجية عند الشروع في بناء أي خطة استراتيجية للدولة وعلى مستوى القطاعات والمؤسسات المختلفة لمعرفة مدى نجاح الخطة وكيف يمكن الاستفادة من الموارد واستغلالها بطريقة تمكنها من الوصول إلي الأهداف الإستراتيجية.

فتحليل أسوات هو نوع من أنواع أدوات البحث التي أشار الباحث انه سوف يتبع هذه الطريقة ويستخدمها في تحليل البيانات للوصول إلي أهداف هذا البحث وقد أشار الباحث إلي تعريفه سابقاً . حتي تتم الفائدة يري الباحث أن يتم مزيد من الشرح لكيفية إجراء هذا التحليل.

وهو يعني تحديد نقاط القوة والفرص ونقاط الضعف والمهددات وهي كالآتي ( أبو صالح ، 2013 ، ص 405 ):

#### 1. نقاط القوة :

تعني الأوضاع المزايا التي يمكن توفرها من خلال الترتيبات الإستراتيجية التي تعتمد عليها الدولة أو المنشأة لتحقيق مصالحها الإستراتيجية وهي ترتبط بتحليل عناصر القوة بالبيئة الداخلية وهنا نعني بها ( الكادر المؤهل - المال - الأجهزة - المستفيدين - البرامج وغيرها ) .

#### 2. الفرص:

وهي الظروف التي تتشكل من وجود نقاط القوة وهي عبارة عن أنماط ثقافية واجتماعية وأمنية الخ يمكن الاستفادة منها لتحقيق مصلحة وذلك عبر مجموعة من الأهداف الإستراتيجية بالاستناد علي نقاط القوة لمعالجة نقاط الضعف للتعامل مع المهددات وما يعنينا في هذا البحث هنا هو الفرصة المتولدة من

وجود الأجهزة والمعدات والكادر المتدرب ونحوها في تقديم برامج هادفة وذات رسالة للوصول الى الأهداف الإستراتيجية.

### 3. نقاط الضعف:

هي كل الأوضاع والظروف الداخلية التي تعيق أو تؤثر علي تحقيق المصالح الإستراتيجية للدولة أو المنشأة مثل ضعف ( الكادر - التمويل - والقبلية - والصراعات المسلحة وغيرها ). وهي بذلك تمثل ثغرات ونقاط قوة للمنافسين ويمكن استغلالها لضرب المصالح الإستراتيجية لذلك يجب معرفة نقاط الضعف لمعالجتها وفق الخطة الكلية للدولة.

### 4. المهددات:

وهي تعني كل الأوضاع في البيئة الخارجية والتي تشكل عقبة للوصول الى تحقيق الأهداف الإستراتيجية وهي معالجة للمهددات الداخلية والإقليمية والعالمية بغرض التوصل الى حلول للوصول الى رؤية تمكن المؤسسة الى أهدافها المنشودة.

### التحليل والظروف المتاحة للشرطة بالسودان وقطر :

ومن خلال هذا الشرح لتحليل أسوات يشرع الباحث في ذكر هذه النقاط بالتفصيل في تحليل الظروف والإمكانات المختلفة بالنسبة للخطط الاستراتيجية للإدارات العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية وهي مفصلة كالاتي ( الباحث ، 2017م ) :

### أولا :

ظروف الخطة بالنسبة لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية :—

## نقاط القوة :

1. تفهم قيادة قوات الشرطة لأهمية دور العلاقات العامة والإعلام يساهم في الدعم اللا محدود لبرامج وأنشطة الإدارة .
2. طبيعه عمل الشرطة يساهم في تعاون المؤسسات والأجهزة والوزارات والمجتمع وتفهم دورها ورسالتها.
3. استخدام الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة لكل وسائل الاتصال (إذاعة ، تلفزيون، صحافة ، وغيرها) وتوفر هذه الأجهزة بالإداره .
4. التزام وزارة الداخلية كوزارة سيادية بموجهات الإستراتيجية العامة للدولة يجعلها تعمل وفق خطط مرسومة يساهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة.
5. وجود الكادر البشري المؤهل والمدرّب يسهل من مهمة إدارة العلاقات العامة .
6. الأنشطة والمهام المتعددة لقوات الشرطة يعزز من أهمية واجبات الإدارة.
7. الانتشار الواسع لقوات الشرطة وطبيعة علاقته بالمجتمع يزيد ويضاعف من أهمية دور الإدارة.
8. الخبرات الإدارية والتجارب والممارسة العمليه ساهمت في تسهيل مهمة الإدارة .
9. سعي قوات الشرطة للانضباط والنظام يدفع إلي التجويد والتميز ويحسن من صورتها.

## الفرص:

1. توصيل وبث رسالة الشرطة عبر القنوات الاتصالية المتاحة بالاستفادة من التعاون الموجود.
2. استخدام القوات المنتشرة وتدريبها لعكس أنشطة الشرطة ومهامها المختلفة.
3. الاستفادة من وسائل الاتصال والأجهزة واستخدامها في نشر الوعي.

4. مساهمة الإدارة في الأنشطة المجتمعية المختلفة في المجتمع عبر الأنشطة تعزز من أهمية دورها في الأمن.
5. حاجة المجتمع المتجددة للأمن تزيد من حاجتهم لتكثيف الرسالة الإعلامية.
6. توسيع دائره البث الإذاعي لتشمل كل ولايات السودان والدول المجاورة.
7. الاستفادة من التنوع السكاني ومبدأ قومية الشرطة وتنوع الرسالة لتعبر الحدود.
8. الاستفادة من القيم والموروثات السودانية لحشد طاقات المجتمع ومشاركته في حفظ الأمن والنظام.

#### نقاط الضعف:

1. تغيير المدراء يقلل من الكفاءة الإدارية ومتابعة المشاريع والخطط.
2. انتشار الجهل والتردى الاقتصادي والعطالة في المجتمع يسهم في انتشار الجريمة وإمكانية وقوعها ويزيد من صعوبة عمل الإدارة ويجعل ويزيد الكراهية بين الشرطة وفئة المجرمين.
3. التزام الشرطة بتنفيذ القانون بحيادية يشوه الصورة الذهنية للمواطن تجاه الشرطة.
4. انتشار القوات في المجتمع يزيد من احتمال الاحتكاكات بين أفراد الشرطة والمجتمع.
5. حفظ الأمن والنظام يجعل الشرطة في مواجهة المجتمع.
6. بسط هيبة الدولة وسيادة حكم القانون تزيد من تزمتم المواطن وتظهر رجل الشرطة كأداة من أدوات البطش التي تستخدمها الحكومة.
7. الخطط الاستراتيجية الطويلة الأمد تحتاج إلي صرف لا تستطيع الدولة تحقيقه والخطط الإعلامية تعتبر أكبر من ميزانية الدولة نفسها.
8. التنوع يساهم في انتشار القبلية والجهوية.

9. الأخطاء المهنية التي يرتكبها رجال الشرطة أثناء العمل تساهم في تشويه الصورة الذهنية للمواطن تجاه رجل الشرطة.

#### المهددات:

1. إنتشار وسائل الإعلام وإستخدامها للتقنيات العالية الجودة تقلل من جاذبية الإعلام المحلي الموجه.

2. إنتشار الأجهزة الذكية وسهولة حملها وإستخدامها ساهم في إنتشار الجريمة المنظمة العابرة للقارات.

3. السياسات العالمية والإحتكار والسيطرة ساهمت في تدهور الإعلام المحلي.

4. التشويش والإرهاب والحصار الإيدلوجي والفكري أضعف من رسالة الإعلام المحلي.

5. عدم وجود لغات مختلفة ومحدودية الرسالة وضلوعها في المحلية وعدم إنتشار البث الإذاعي يضعف من الرسالة ووصولها الي أهدافها.

6. الإختلاف الفكري والأيدلوجي وتعارض المصالح ساهم في تشويش الرسالة.

7. إنتشار مفهوم الحرية والشفافية والكرامة الإنسانية زاد من تملل وتزمت المجتمعات وكراهيتها لرجل الشرطة.

8. صناعة الإعلام تحتاج الي ميزانيات وأجهزة وتعزيزات غير متوفرة للشرطة وأجهزتها المختلفة.

ثانيا ( الباحث ، 2017م ):

ظروف الخطة بالنسبة لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالشرطة القطرية :—

#### نقاط القوة :

1. النظام الملكي والإستقرار السياسي والوضع الإقتصادي وزيادة دخل الفرد والرفاهية ساهم في العملية الأمنية .

2. صغر حجم الدولة وقلة عدد السكان يساهم في سهولة التوعية الأمنية والإستقرار الأمني.
3. سهولة وإمكانية المراقبة والإنتشار الأمني يساهم في الأمن.
4. عدم التنوع الإثني والفروقات الإجتماعية يساهم في بسط الأمن.
5. الوعي الفكري والتقافي والإستقرار الأسري يساهم في العملية الأمنية .
6. اللغة الواحدة والدين والمصير عوامل مساعدة في الأمن .

#### الفرص:

1. توصيل وبث رسالة الشرطة عبر القنوات الإتصالية المتاحة بالإستفادة من الإمكانيات المادية والفكرية العلمية الموجودة.
2. التدريب الممتاز للقوات المنتشرة وتوفير الأجهزة والأسلحة والآليات والتغنيات لعكس أنشطة الشرطة ومهامها المختلفة يقلل من الأخطاء.
3. الإستفادة من وسائل الإتصال والبث الحي والأجهزة وإستخدامها في الوصول للعالمية .
4. المشاركة الفاعلة في كل المناسبات المحلية والإقليمية والدولية بالمال والمساهمات في كل الأحوال .

#### نقاط الضعف:

1. صغر حجم الدولة وقلة عدد السكان يساهم في الصورة الذهنية السيئة لرجل الشرطة في حالة الأخطاء .
2. قلة السكان يظهر من خلالها التأثير السيئ للوافدين والأجانب بظهور قيم جديدة في المجتمع .
3. قوانين الإستثمار والسياحة والتطور السريع تؤدي الي إنتشار مظاهر الفوضى الناعمة وتغير السلوك ونمط الحياة وإحتمال وقوع جرائم تخل بالأمن والسلامة العامة .

4. حداثة الدولة وحداثة تجربتها وقلة قواتها يجعل بنيتها ضعيفة للمواجهة في الظروف الصعبة .

5. الصراع الداخلي حول نظام الحكم يؤثر سلبا في الأمن .

6. الحرب والحصار الدولي المفروض علي الدولة يؤثر علي الأستقرار والأمن الداخلي .

7. الإخلاف الأيدولوجي والصراع الإقليمي والدولي والهيمنة حول الثروة يهدد الأمن والسلم الداخلي.

#### المهددات:

1. الأمكانات الإعلامية والتقنية العالية التي تمتلكها الدولة القطرية تجعلها عرضة للصراع العالمي والإختلاف الأيدولوجي مع كثير من الدول ذات النفوز العالي مما يؤثر في الإستقرار والأمن .

2. إمكانيات الدولة وثرائها يغري الطامعين في التدخل والدخول والإقامة بقطر مما يجعلها عرضة للمشكلات الأمنية والصراعات .

3. السياسات العالمية وتعارض المصالح والأيدولوجيات والإحتكار والسيطرة والتنافس العالمي علي الموارد والثروات يساهم في زعزعت الأمن والإستقرار بقطر.

4. نزعة الشعوب للتحرير والمناشدة بالحرية والديمقراطية يغري الشعب والشباب القطري علي ممارسة الضغوط علي النظام مما يؤثر علي الأمن.

5. تعتبر دولة قطر سوق عالمي بما تتميز به من الإمكانيات الأقتصادية والبرية والجوية والبحرية مما يجعلها عرضة لتجارة المخدرات والمهربين مما يعمل علي نسف الأستقرار والأمن .

وبهذا إنتهي الباحث من الجانب النظري للبحث وتحليل أسوات (SOWT) للظروف المتوفرة لإدارة العلاقات العامة التي تم تطبيق البحث عليها من خلال مجتمع البحث للتأكد من أهداف البحث وصحة فروض البحث . وسوف يتناول جمع المعلومات لتغطية وتكملة الجوانب التي تحتاج الي إضافات حسب توجيهات المشرف ومساعدته والخبراء والمختصين وذلك عن طريق الإستبانة .

## الفصل الخامس

### الدراسة الميدانية

## الدراسة الميدانية

أولاً : مجتمع الدراسة :

لقد تم تصميم الإستبانة وعرضها علي المشرف والذي وجه ببعض التعديلات والتصويبات كما وجه بعرضها علي المحكمين والمختصين والخبراء وتعديلها وإعدادها في صورتها النهائية وهم :

1. البرفيسور: حسن محمد الزين.جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
(السودان)

2. الدكتور: عبد المولى موسى محمد.عميد كلية علوم الاتصال بجامعة  
السودان للعلوم والتكنولوجيا الأسبق (السودان)

3. الاستاذة : نجوى فرح إدريس المحاضر بجامعة الرباط الوطني (السودان)  
وتم إجراء بعض التعديلات حسب توجيهاتهم وتصويبها ومن ثم تم عرضها علي  
المبجوثيين وملئها إستعان الباحث في توزيع الإستمارات وجمعها ببعض المعاونين  
وتم التحليل وأتبع الباحث الأتي .

### منهجية التحليل :

تلعب دراسات تقييم الرأي العام دوراً كبيراً في تحديد نقاط القوة والضعف  
والفرص والمهددات لأداء المؤسسة ، ومن ثم تساعد في التحسين المستمر والإرتقاء  
بمستوى الخدمة من خلال الجودة والتطور ورسم السياسات وتحقيق الرؤية ( Vision)  
والرسالة للمؤسسة(Mission). وقد سعي الباحث لمعرفة فاعلية العلاقات  
العامة وأشطتها المختلفة في التخطيط الاستراتيجي والأمني ومن ثم ترقيتها .

## المحور الأول : الخصائص العامة :

1. بيانات الدراسة إتمدت على المصادر الأولية وأشتملت على الاستبيان من عينة ضمت العاملين في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية حيث بلغ حجم العينة عدد (100) مبحوث .
2. قام الباحث بتحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences) اختصاراً (SPSS) .
3. أستخدمت الدراسة في التحليل منهجية التحليل الوصفي لتحديد الخصائص العامة للمبحوثين من حيث النوع والعمر والتعليم وغيرهما ، وقد تم ذلك في صورة جداول تكرارية ومقطعية ونسب ورسومات بيانية .
4. تم إستخدام الوسط الحسابي المرجح ( Weighted average ) لبناء الرضا العام للمستطلعين .
5. لضبط الجودة في مراحل إدخال وتحليل البيانات ، إتمدت الدراسة على : أسلوب الفحص العيني العشوائي ( Random sample checking ) للتأكد من دقة إدخال البيانات .

## المبحث الثاني عرض وتحليل البيانات

توزيع أداة الدراسة:

### جدول رقم (1)

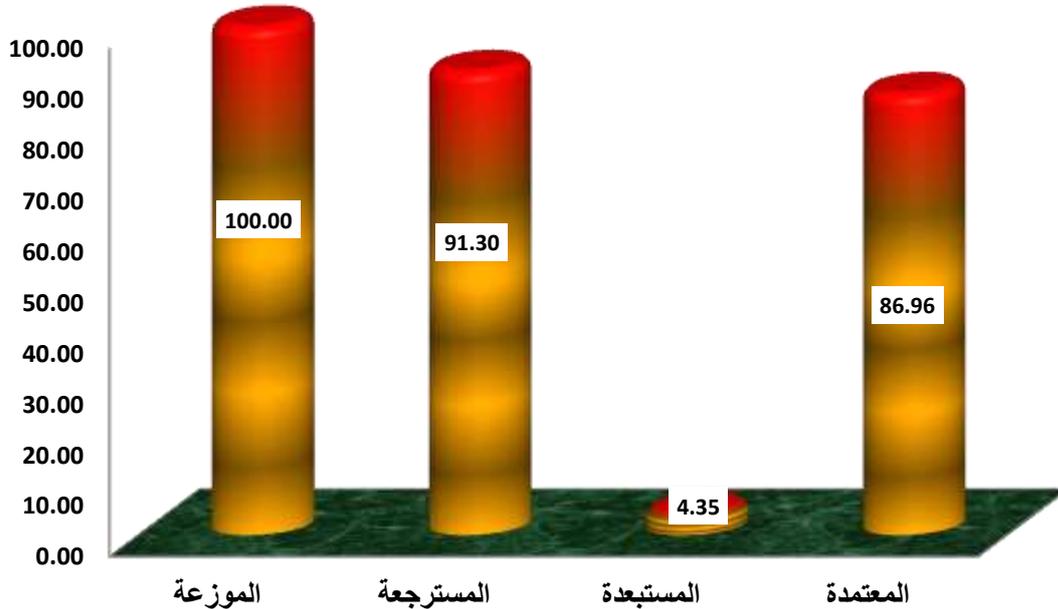
يوضح توزيع أداة جمع البيانات

المعتمدة	المستبعدة	المسترجعة	الموزعة	الإستبانة
100	5	105	115	العدد
86.96	4.35	91.30	100.00	النسبة

### الشكل رقم (1)

يوضح توزيع أداة جمع البيانات

الشكل يوضح يوضح توزيع أداة جمع البيانات



من الجدول والشكل أعلاه تم توزيع أداة الدراسة علي مجتمع الدراسة بشكل مباشر ، حيث بلغ عدد الإستبانة الموزعة عدد (115) إستبانة ،المسترجعة منها عدد

(105) إبتبانه ،تم إبتبعاد عدد ( 5 ) وهي تالفه ، فتم إعتماء عدد (100) للتحليل بنسبة %86.96 وهي نسبة عالية في العرف الإحصائي .

الخصائص العامة لأفراد العينة :

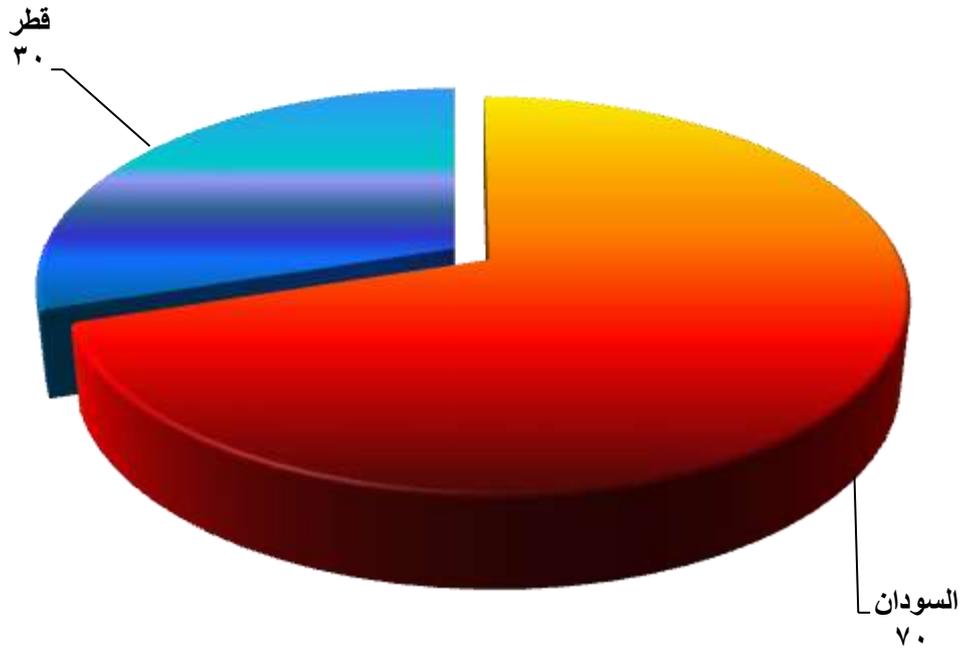
## ءءول رقم (2)

الءولة التي ينتمي إليها افراد العينة

التصنيف	العدد	النسبة
السوءان	70	%70.0
قطر	30	% 30.0
الءملة	100	% 100.0

## شكل رقم (2)

الشكل يوضح الءولة التي ينتمي لها المستطلع



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 70% من أفراد العينة من دولة السودان بينما 30% من دولة قطر .

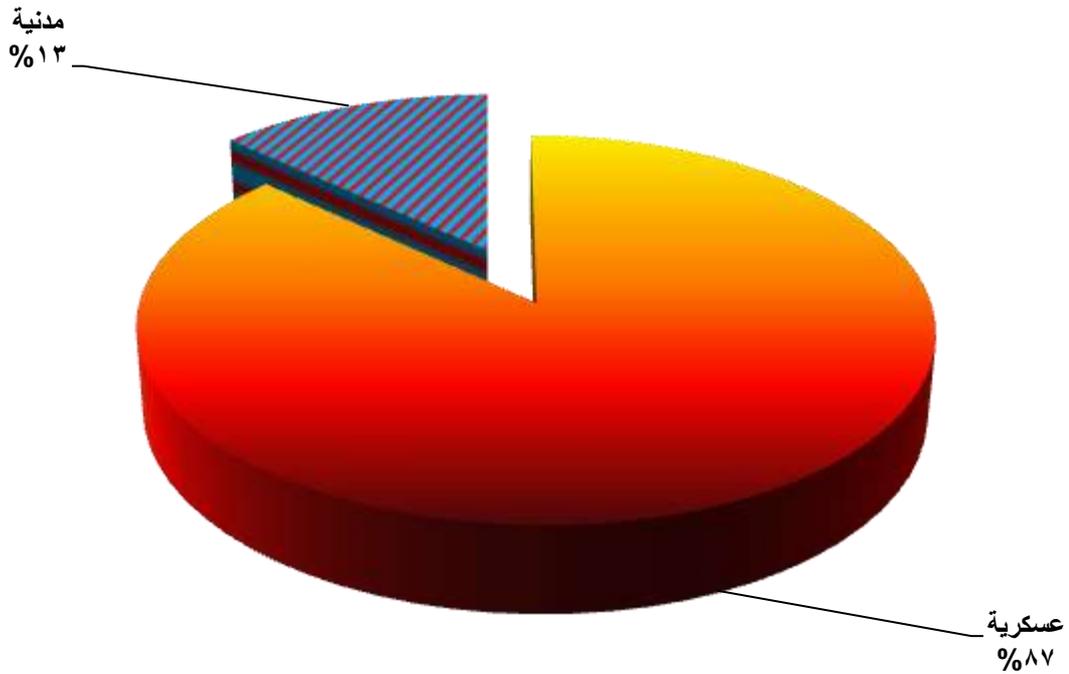
### جدول رقم (3)

نوع الخدمة

التصنيف	العدد	النسبة
عسكرية	85	86.7
مدنية	13	13.3
الجملة	98	100

### شكل رقم (3)

يوضح نوع الخدمة



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 86.7% من أفراد العينة كانت خدمتهم عسكرية ، بينما بلغ معدل الخدمة المدنية 13.3% وذلك يوضح عدد العاملين من الشرطة .

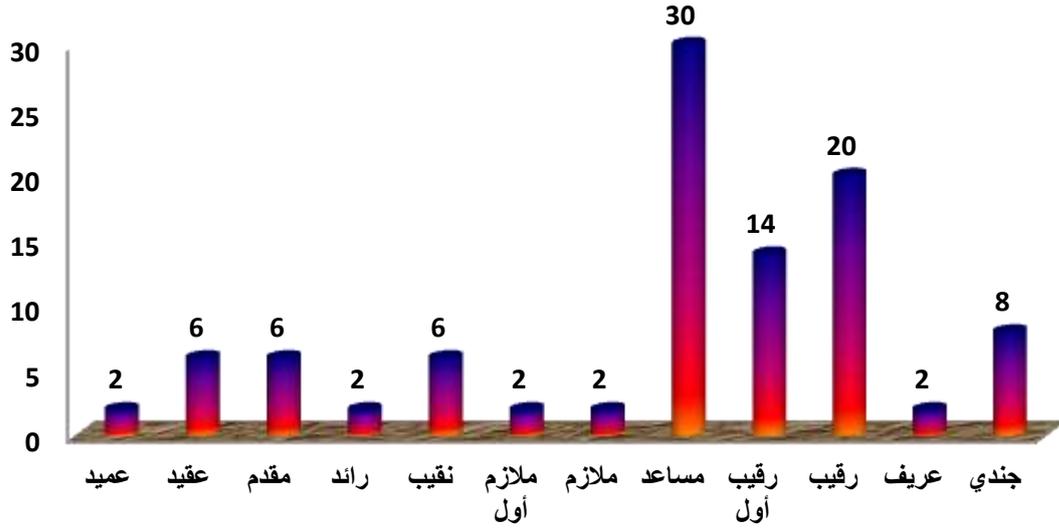
#### جدول رقم (4)

إذا كانت عسكرية أذكر الرتبة

الرتبة	العدد	النسبة
عميد	2	2.7
عقيد	4	5.3
مقدم	4	5.3
رائد	3	4
نقيب	5	6.7
ملازم أول	4	5.3
ملازم	4	5.3
مساعد	20	26.7
رقيب أول	7	9.3
رقيب	11	14.7
عريف	5	6.7
وكيل عريف	1	1.3
جندي	5	6.7
الجملة	75	100

#### شكل رقم (4)

توزيع أفراد العينة بحسب الرتبة العسكرية



من الجدول السابق والشكل أعلاه نجد أن 26.7% من أفراد العينة برتبة المساعد شرطة ، و 14.7% منهم برتبة الرقيب شرطة ، وأقلها 1.3% برتبة الوكيل عريف

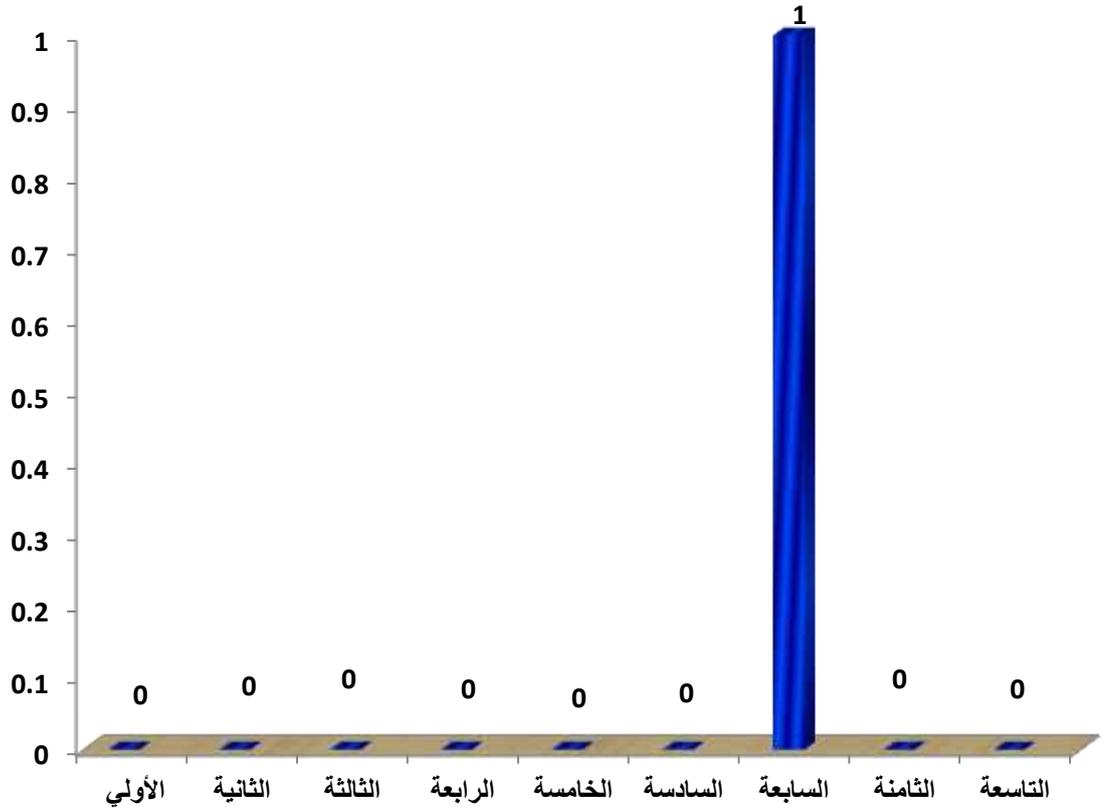
#### جدول رقم (4)

إذا كانت الخدمة مدنية أذكر الدرجة الوظيفية

النوع	العدد	النسبة
السابعة	1	100.0
الجملة	1	100.0

#### شكل رقم (5)

شكل يوضح الرسم البياني للدرجات الوظيفية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن عدد(1) من أفراد العينة كانت خدمته مدنية  
بالدرجة الوظيفية السابعة بمعدل 100.0% .

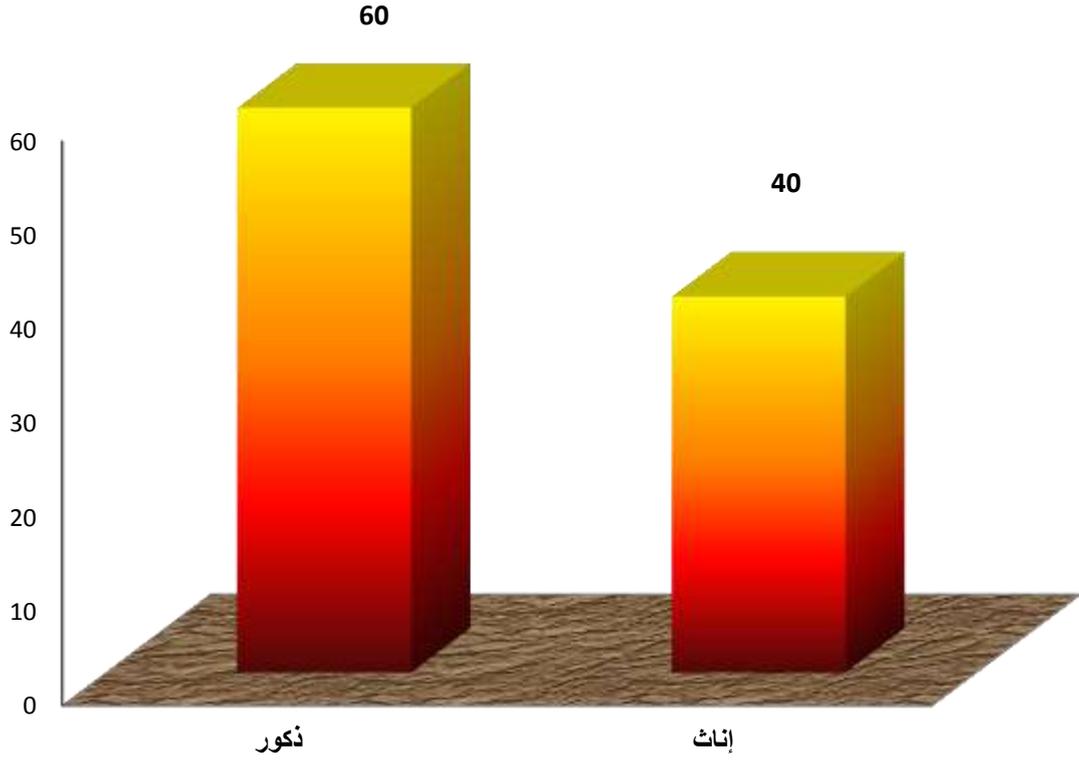
### جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة بحسب النوع

النوع	العدد	النسبة
ذكور	60	60.0
إناث	40	40.0
الجملة	100	100.0

### شكل رقم (6)

توزيع أفراد العينة بحسب النوع



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 60% من أفراد العينة كان تصنيفهم ذكور ، بينما بلغ معدل الإناث 40% وذلك لتوضيح نسب العاملين من العنصر الرجالي والنسائي .

### جدول رقم (6)

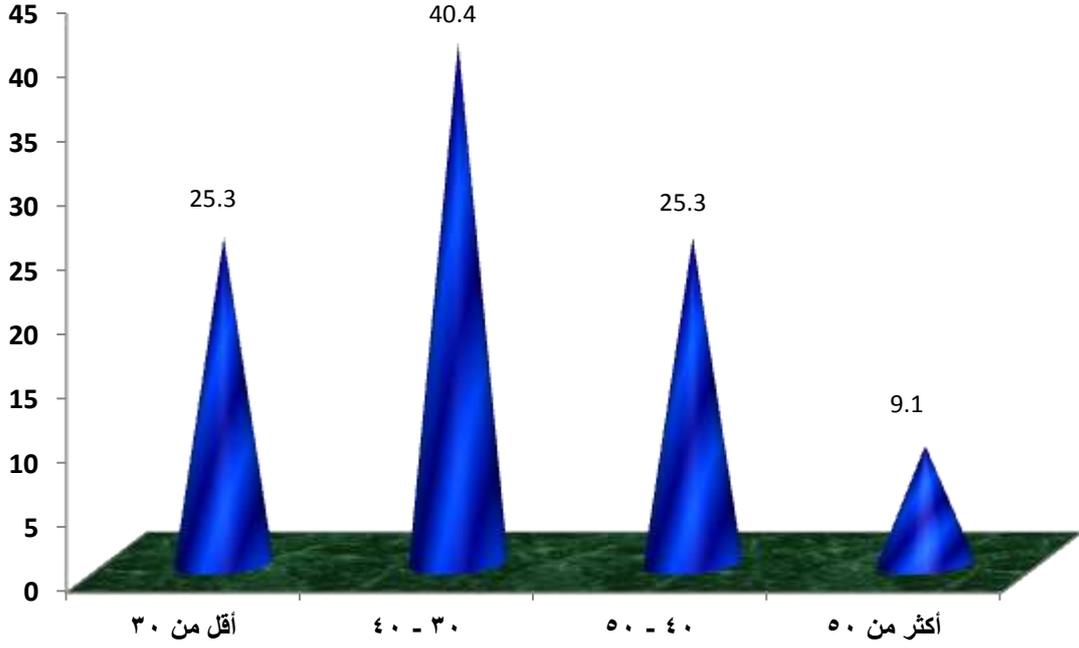
توزيع أفراد العينة بحسب العمر

النسبة	العدد	الفئة العمرية
25.3	25	أقل من 30
40.4	40	30 - 40
25.3	25	40 - 50
9.1	9	أكثر من 50

100	99	الجملة
-----	----	--------

### شكل رقم (7)

توزيع أفراد العينة بحسب العمر



من الجدول والشكل السابق نجد أن 40.4% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم في الفئة العمرية (40-30) سنة، ووجد أن 2-5.3% منهم أعمارهم أقل من 30 سنة ، و25.3% منهم أعمارهم تتراوح أعمارهم ما بين (50-40) سنة ، و9.1% منهم أعمارهم أكثر من 50 سنة .

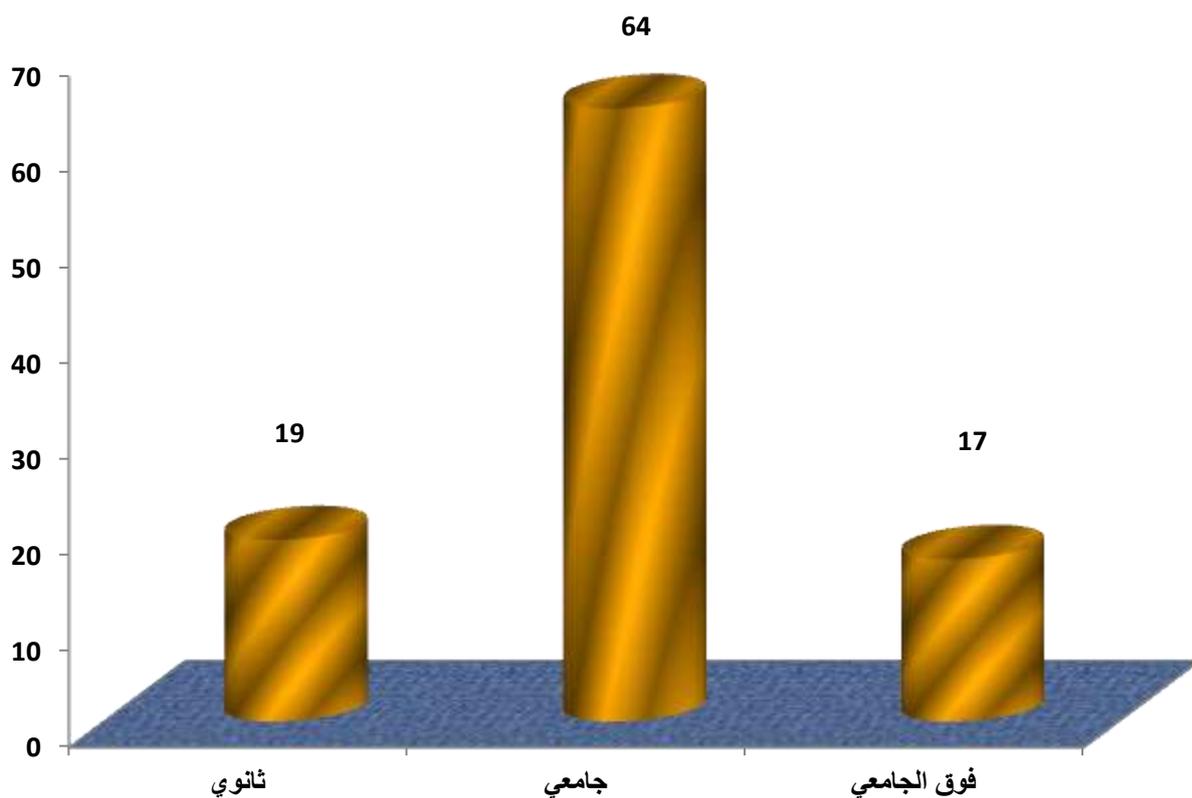
## جدول رقم (7)

المؤهل التعليمي

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
19.0	19	ثانوي
64.0	64	جامعي
17.0	17	فوق الجامعي
100.0	100	الجملة

### شكل رقم (8)

توزيع أفراد العينة بحسب المؤهل التعليمي



من الجدول السابق والشكل اعلاه نجد أن 64.0% من أفراد العينة بمؤهل تعليمي جامعي ، و 17.0% بمؤهل تعليمي فوق الجامعي ونجد 19.0% كان مؤهلهم ثانوي وهذا يوضح المستوى التعليمي للقائمين بعمل العلاقات العامة .

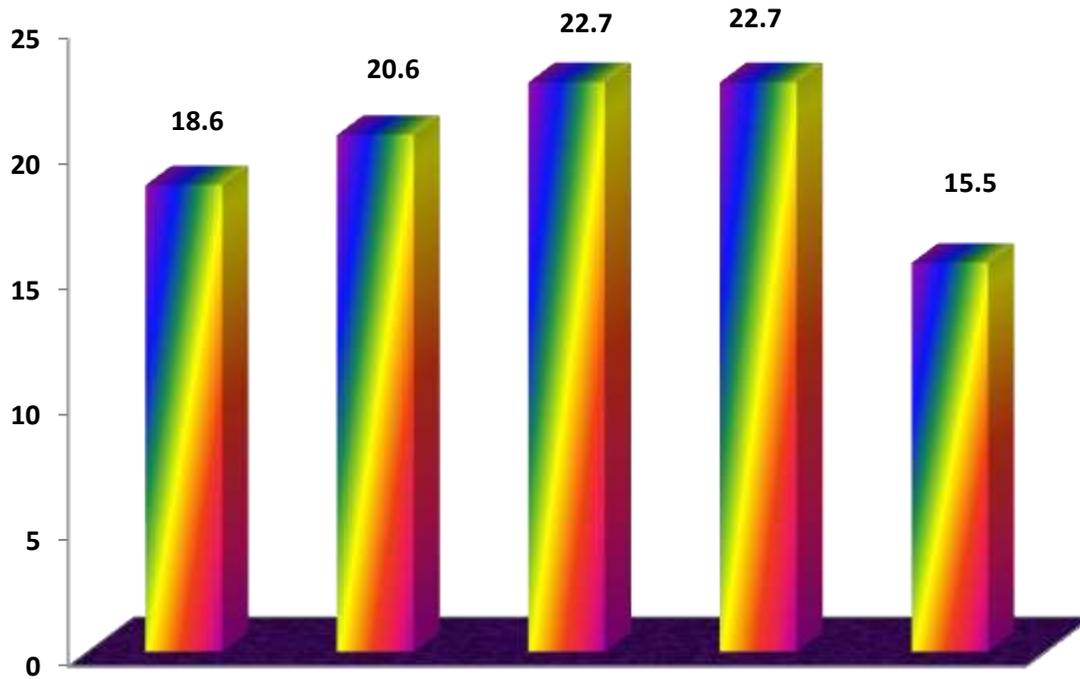
### جدول رقم (8)

الخبرات العملية للخبرات العلمية لأفراد العينة

النسبة	العدد	البيان
18.6	18	أقل من 5
20.6	20	10 - 5
22.7	22	15 - 10
22.7	22	20 - 15
15.5	15	أكثر من 20
100	97	الجملة

### شكل رقم (9)

توزيع أفراد العينة بحسب الخبرات العملية



من الجدول والشكل السابقين نجد أن اعلى نسبة من الخبرات العملية هي 22,7% من فئة الذين اعمارهم 10-15 سنة ومن 20-15 سنة وادنى نسبة من الخبرات العملية هي 15,5% من فئة الذين اعمارهم اكثر من 20 سنة .

### المحور الثاني

مستوى الرضا حول فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي والأمني:

المبحث الثاني :

سمات رأي المبحوثين حول تقييم الرضا عن فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي الأمني .لمعرفة سمات رأي المستطلعين هل هو منخفض ، أم مرتفع ، أم وسط ، تم إستخدام مدرج ليكرت الخماسي (أوافق بشدة ،أوافق ، محايد ، لا أوافق ، لا أوافق بشدة) وتم إعطاء الوزن 5 لأوافق بشدة ، والوزن 4 لأوافق ، والوزن 3 لمحايد ، والوزن 2 لـ لا أوافق ، والوزن 1 لـ لا أوافق بشدة . فإذا كان محور الرضا المعين يتكون من (8) بند مثلاً فإن أقصى محصلة تبلغ 40 وأدناها تبلغ 8 والمستوى الوسط يبلغ (24) وهو يمثل الوسط الفرضي أو المقارن ، فإذا كان رضا المبحوثين أكبر من (24) فرأي المبحوثين عالي ، أما إذا كان (24) فهو وسط ، وإذا كان أقل من 24 فهو منخفض . ويتم إيجاد درجة الرضا بقسمة الرضا المتحصل على أقصى محصلة في البند.

لقياس رأي المبحوثين حول محاور الدراسة قمنا بتحليل إختبار الوسط الحسابي المرجح لكل محاور الدراسة (إجراءات الرضا والقبول) والذي بلغ عددها (10) متغيرات .

لإثبات المحور أعلاه قام الباحث بتحليل إختبار الوسط الحسابي المرجح حيث قام بدمج كل المتغيرات الخاصة بالمحور والتي بلغ عددها (13) متغير .

## جدول رقم (9)

إختلاف رأي المستطلعين حول محاور الدراسة

العبارة	عدد	الوسط	الوسط	الانحراف	قيمة	القيمة	درجة	مستوى
---------	-----	-------	-------	----------	------	--------	------	-------

البنود	الحسابي	الفرضي	ف المعيار ي	(ت)	الإحتم الية	الرأي	الرأي
تساهم العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية	8	33.79	24	3.58	25. 14	00 0	84. %48 عالي جداً
العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الإستراتيجي ومدركون لفعاليتهم في تحقيق الأهداف	5	20.32	15	2.84	17. 84	00 0	81. %28 عالي جداً
يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة للإعلام والعلاقات	4	15.49	12	3.19	10. 79	00 0	%77 .45 عالي



مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 81.28% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة تامة وإلمام العاملين ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفاعليته في تحقيق أهداف العلاقات العامة للشرطة السودانية والقطرية ومحور إلمام العاملين ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفاعليته في تحقيق أهداف العلاقات العامة يتكون من 5 بنود .

بينما نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية بلغ (15.49) وهو مستوى "عالٍ" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (12) ، وقد بلغت النسبة التائية (10.79) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 77.45% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة بتقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية، ومحور تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية يتكون من 4 بنود .

بينما نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة بلغ (15.91) وهو مستوى "عالٍ" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (12) ، وقد بلغت النسبة التائية (12.84) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 79.55% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة تامة بأن للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة، ومحور هل للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة يتكون من 4 بنود .

### جدول رقم (10)

م	العبرة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	درجة الرأي	مستوى الرأي
---	--------	---------------	--------------	-------------------	----------	-------------------	------------	-------------

1	4.37	3	.833	16. 20	.000	87. 4%	عالي جداً	ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين
2	4.33	3	.881	15. 06	.000	86. 6%	عالي جداً	الإذاعة و التلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة للإعلام والعلاقات بالشرطة السودانية والقطرية
3	4.33	3	.894	14. 68	.000	86. 6%	عالي جداً	يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الأخرى
4	4.13	3	.921	11. 97	.000	82. 6%	عالي جداً	مطلوب العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية
5	4.08	3	1.037	10. 37	.000	81. 6%	عالي جداً	أنشطة العلاقات العامة بالشرطة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية
6	4.05	3	.883	12. 48	.000	81%	عالي جداً	أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية القطرية يحقق أهدافها
7	3.94	3	1.003	9.1 5	.000	78. 8%	عالي	برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة
8	3.98	3	1.127	8.5 5	.000	79. 6%	عالي	المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية

## تفاصيل إختلاف رأي المبحوثين في المحور الأول

تساهم العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية الجدول أعلاه يوضح الإختلاف في مستويات رأي المبحوثين في محور تقييم مستوى الرضا عن مساهمة العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية مرتبة ترتيباً تنازلياً من أكثر العبارات إرضاء للمبحوثين الي أقل عبارة حيث نجد أن ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين ، الإذاعة و التلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة للإعلام والعلاقات بالشرطة السودانية والقطرية ، يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الأخرى ، مطلوب العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية ، أنشطة العلاقات العامة بالشرطة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية ، مستوى تعامل الموظفين المختصين يمتاز بالمهنية والجدية ، عدد خطوات التسجيل مناسبة ، أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية القطرية يحقق أهدافها ، كل هذه المتغيرات كانت مستويات الرضا حولها "عالي جداً" . بينما برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة ، والمعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية ، كان رضا المبحوثين حولها "عالي".

## جدول رقم (11)

### إتجاهات رأي المبحوثين حول بنود المحور الأول :

تساهم العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية

الجملة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	معايد	أوافق	أوافق بشدة	ن	العبرة
99	2	10	7	39	41	ك	أنشطة العلاقات العامة بالشرطة تغطي كل
100	2	10.1	7.1	39.4	41.4	%	أنشطة الشرطة السودانية والقطرية
99	1	5	11	53	29	ك	أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة
100	1	5.1	11.1	53.5	29.3	%	بالشرطة السودانية القطرية يحقق أهدافها
99	2	3	6	37	51	ك	الإذاعة و التلفزيون والصحافة من أفضل
100	2	3	6.1	37.4	51.5	%	الوسائل التي تستخدمها الإدارة للإعلام والعلاقات بالشرطة السودانية والقطرية
98	1	7	1	39	50	ك	يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام
100	1	7.1	1	39.8	51	%	والعلاقات العامة بالشرطة الأخرى
96	1	6	11	40	38	ك	مطلوب العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة
100	1	6.3	11.5	41.7	39.6	%	بالشرطة الضبط والفاعلية
97	2	2	4	39	50	ك	ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها
100	2.1	2.1	4.1	40.2	51.5	%	تطوير الأجهزة وتدريب العاملين
96	1	11	12	41	31	ك	برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة
100	1	11.5	12.5	42.7	32.3	%	متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة
97	1	15	11	28	42	ك	المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات
100	1	15.5	11.3	28.9	43.3	%	العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية

### جدول رقم (12)

توزيع أفراد العينة بحسب أنشطة العلاقات العامة بالشرطة تغطي كل أنشطة

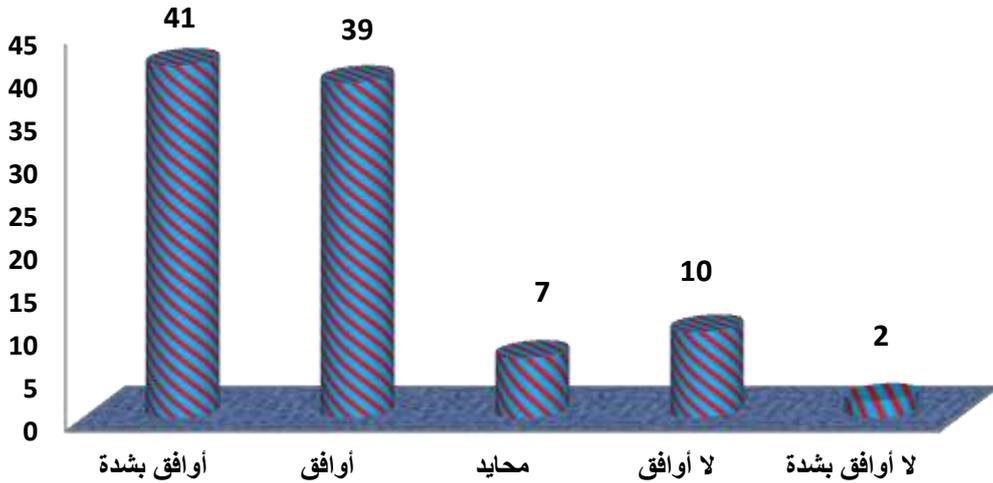
الشرطة السودانية والقطرية

البيان	العدد	النسبة
--------	-------	--------

أوافق بشدة	41	41.4
أوافق	39	39.4
محايد	7	7.1
لا أوافق	10	10.1
لا أوافق بشدة	2	2
<b>الجملة</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

شكل رقم ( 10 )

توزيع أفراد العينة بحسب أنشطة العلاقات العامة بالشرطة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية



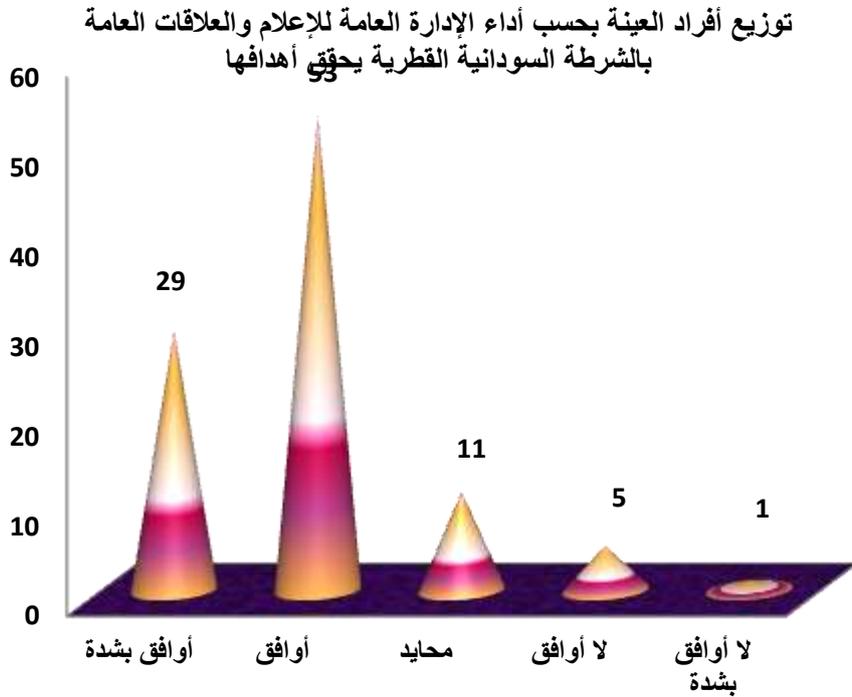
من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 41.4% من أفراد العينة أكدوا أن أنشطة العلاقات العامة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية ، و39.4% منهم يوافقوا علي ذلك .

جدول رقم (13)

توزيع أفراد العينة بحسب أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية القطرية يحقق أهدافها

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	29	29.3
أوافق	53	53.5
محايد	11	11.1
لا أوافق	5	5.1
لا أوافق بشدة	1	1
الجملة	99	100

شكل رقم ( 11 )



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 53.5% من أفراد العينة أكدوا أن أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية يحقق أهدافها، و29.3% منهم يوافقوا بشدة على ذلك .

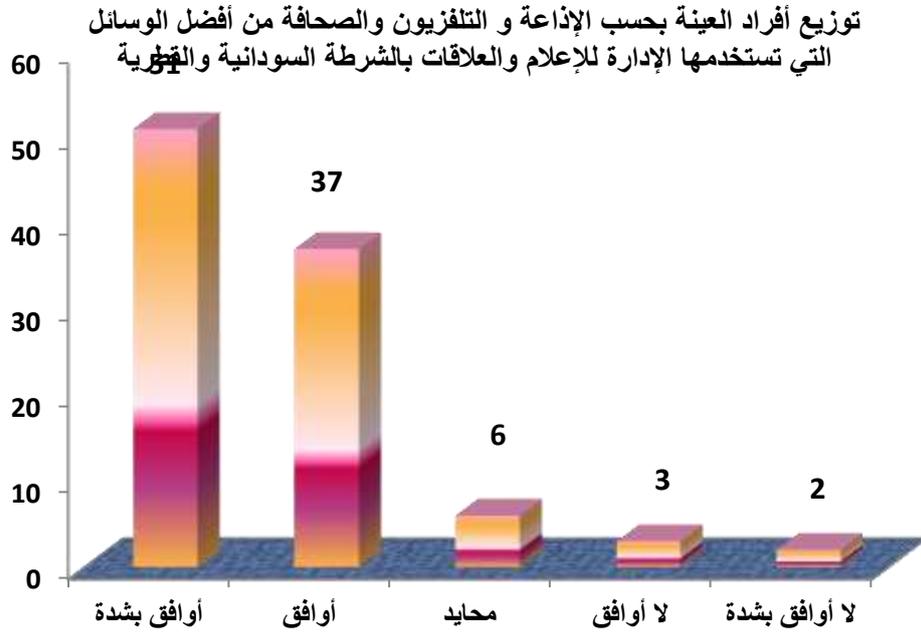
جدول رقم (14)

توزيع أفراد العينة بحسب الإذاعة و التلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة للإعلام والعلاقات بالشرطة السودانية والقطرية

البيان	العدد	النسبة
--------	-------	--------

51.5	51	أوافق بشدة
37.4	37	أوافق
6.1	6	محايد
3	3	لا أوافق
2	2	لا أوافق بشدة
100	99	الجملة

شكل رقم ( 12 )



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 51.5% من أفراد العينة أكدوا أن الإذاعة والتلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية ، و 37.4% منهم يوافقوا علي ذلك.

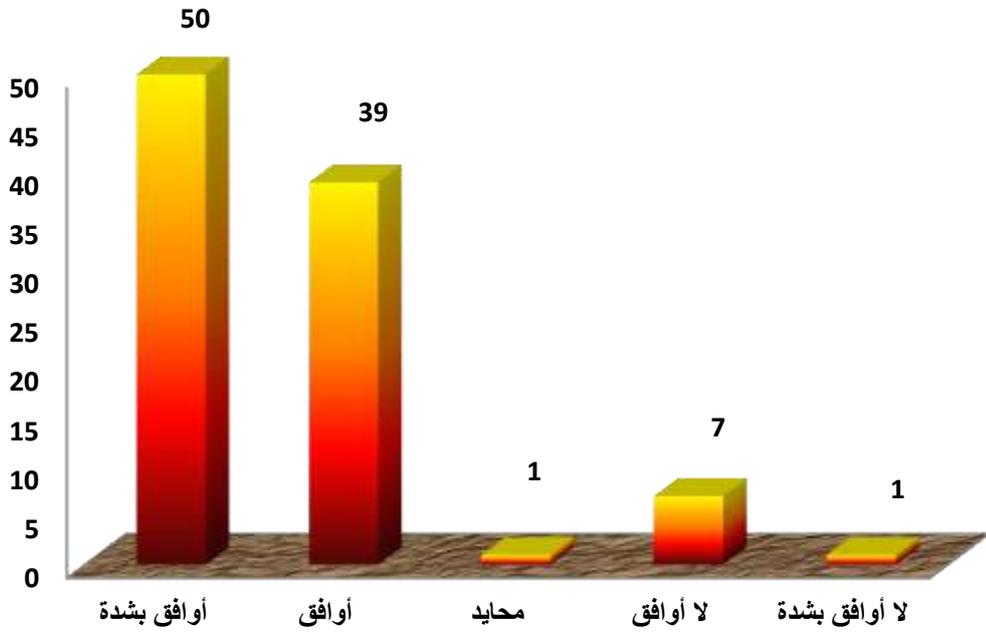
جدول رقم (15)

توزيع أفراد العينة بحسب أنه يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة والإدارات الأخرى بالشرطة

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	50	51
أوافق	39	39.8
محايد	1	1
لا أوافق	7	7.1
لا أوافق بشدة	1	1
<b>الجملة</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

### شكل رقم (13)

شكل يوضح توزيع أفراد العينة بحسب أنه يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الأخرى



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 89.8% من أفراد العينة أكدوا أنه يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة والإدارات الأخرى ، و51.0% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

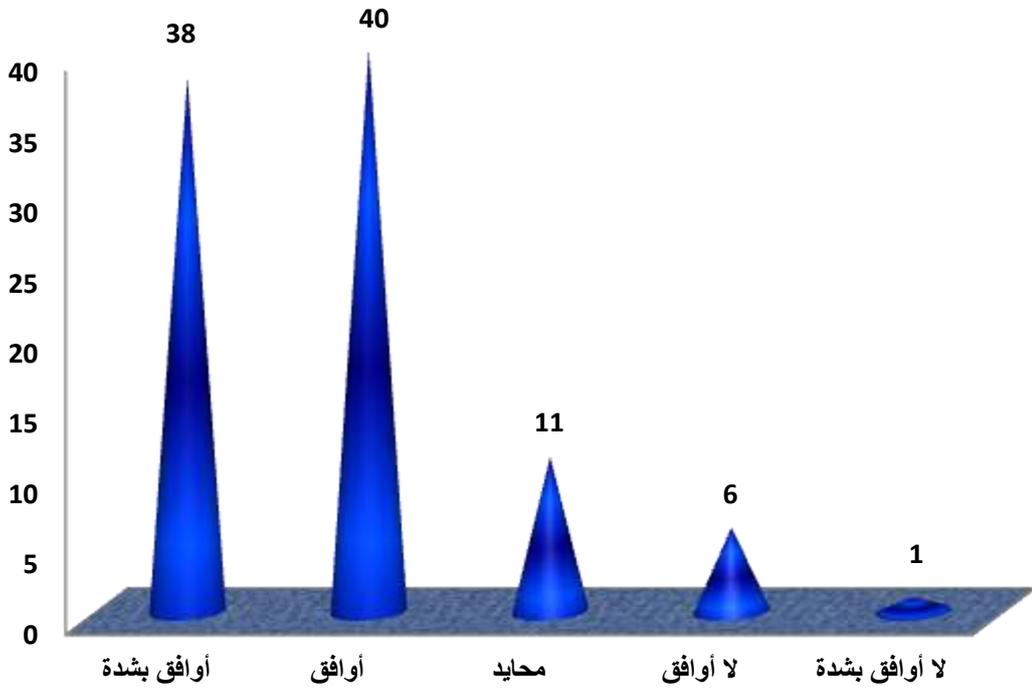
### جدول رقم (16)

توزيع أفراد العينة بحسب مطلوب العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	38	39.6
أوافق	40	41.7
محايد	11	11.5
لا أوافق	6	6.3
لا أوافق بشدة	1	1
<b>الجملة</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

شكل رقم ( 14 )

توزيع أفراد العينة بحسب مطلوب العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 41.7% من أفراد العينة أكدوا أن مطلوبات العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية، و39.6% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

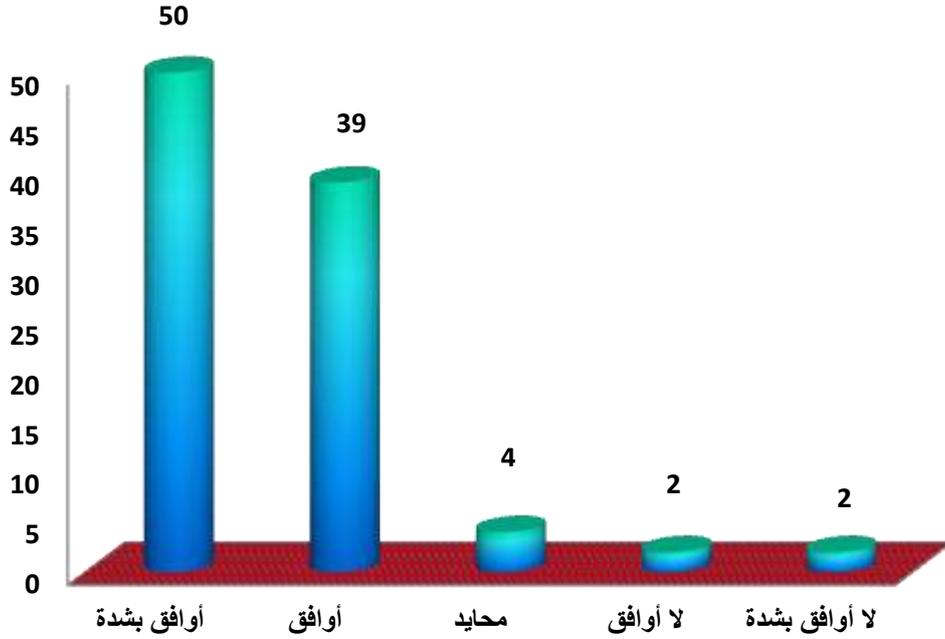
جدول رقم (17)

توزيع أفراد العينة بحسب ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	50	51.5
أوافق	39	40.2
محايد	4	4.1
لا أوافق	2	2.1
لا أوافق بشدة	2	2.1
<b>الجملة</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

شكل رقم ( 15 )

توزيع أفراد العينة بحسب ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 40.2% من أفراد العينة أكدوا أن ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين ، و51.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

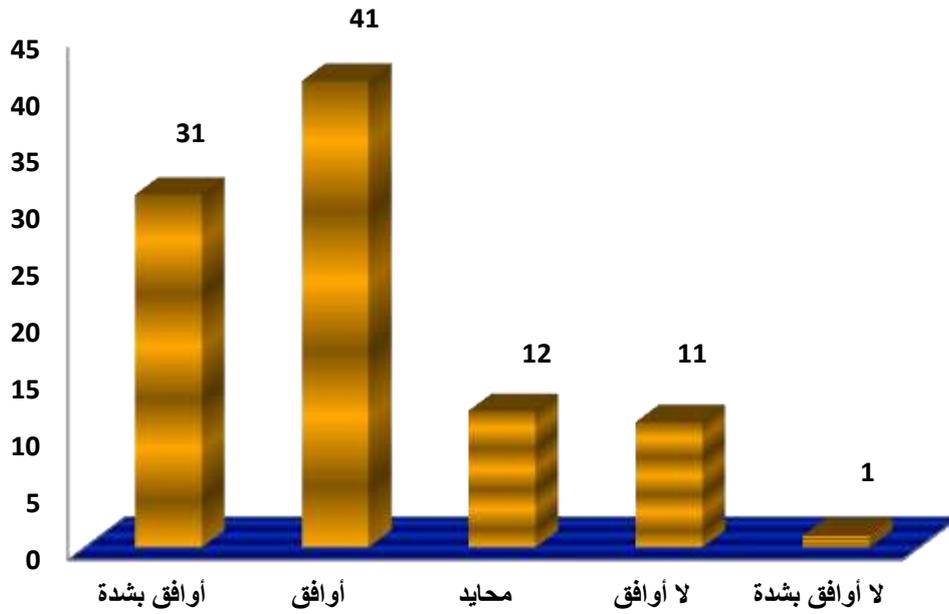
جدول رقم (18)

توزيع أفراد العينة بحسب برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة.

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	31	32.3
أوافق	41	42.7
محايد	12	12.5
لا أوافق	11	11.5
لا أوافق بشدة	1	1
<b>الجملة</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

### شكل رقم (16)

توزيع أفراد العينة بحسب برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 42.7% من أفراد العينة أكدوا أن برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة ، و32.3% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك.

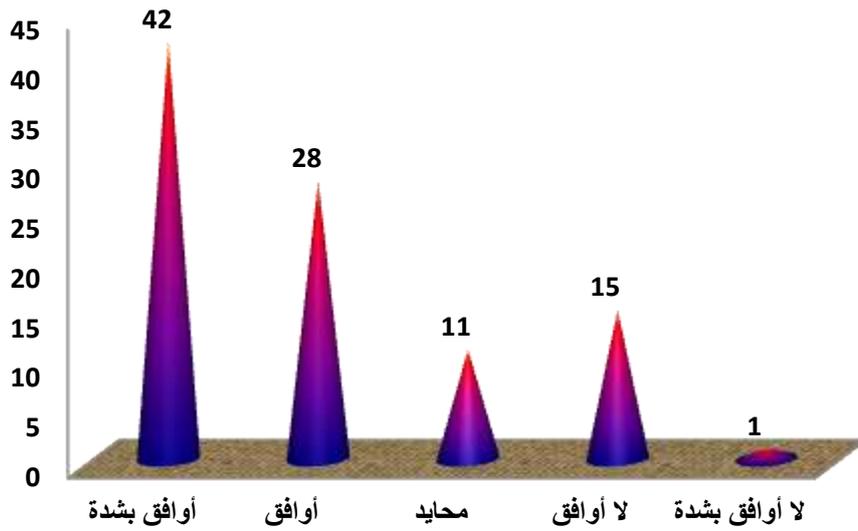
### جدول رقم (19)

توزيع أفراد العينة بحسب المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	42	43.3
أوافق	28	28.9
محايد	11	11.3
لا أوافق	15	15.5
لا أوافق بشدة	1	1
الجملة	97	100

### شكل رقم ( 17 )

توزيع أفراد العينة بحسب المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 28.9% من أفراد العينة أكدوا أن المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية، و43.3% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

### جدول رقم (20)

تفاصيل إختلاف رأي المبحوثين في المحور الثاني

العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الإستراتيجي  
ومدركون لفعاليتها في تحقيق الأهداف

م	العبارة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	درجة الرأي	مستوى الرأي
1	الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق الأهداف الخطة الإستراتيجية	4.28	3	.887	14.19	.000	%85.6	عالي جداً
2	برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الإستراتيجية	4.12	3	.949	11.65	.000	%82.4	عالي جداً
3	الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية	4.06	3	.940	11.18	.000	%81.2	عالي جداً
4	إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية	4.01	3	.840	11.59	.000	%80.2	عالي
5	المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية	3.82	3	1.134	7.12	.000	%76.4	عالي

الجدول أعلاه يوضح الإختلاف في مستويات رأي المبحوثين في محور تقييم مستوى الرضا عن العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الإستراتيجي ومدركون لفعاليتهم في تحقيق الأهداف مرتبة ترتيبياً تنازلياً من أكثر العبارات إرضاء للمبحوثين الي أقل عبارة حيث نجد أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق الأهداف الخطة الإستراتيجية ، برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الإستراتيجية ، الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية ، كل هذه المتغيرات كانت مستويات الرضا حولها "عالي جداً" . بينما نجد أن مستويات رأي المبحوثين حول إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية ، المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية. كان رضا المبحوثين حولها كان "عالي" .

## جدول رقم (21)

إتجاهات رأي المبحوثين حول بنود المحور الثاني

العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الإستراتيجي ومدركون لفعاليتته في تحقيق الأهداف .

الجملة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ن	العبرة
98	1	7	13	41	36	ك	الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع
100	1	7.1	13.3	41.8	36.7	%	قرنية لوزارة الداخلية
97	1	3	13	31	49	ك	الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف
100	1	3.1	13.4	32	50.5	%	الخطة الإستراتيجية
93	2	3	11	53	24	ك	إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة
100	2.2	3.2	11.8	57	25.8	%	للشرطة السودانية والقطرية
97	3	3	11	42	38	ك	برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات
100	3.1	3.1	11.3	43.3	39.2	%	وزارة الداخلية الإستراتيجية
98	6	6	19	36	31	ك	المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية
100	6.1	6.1	19.4	36.7	31.6	%	وإدارية

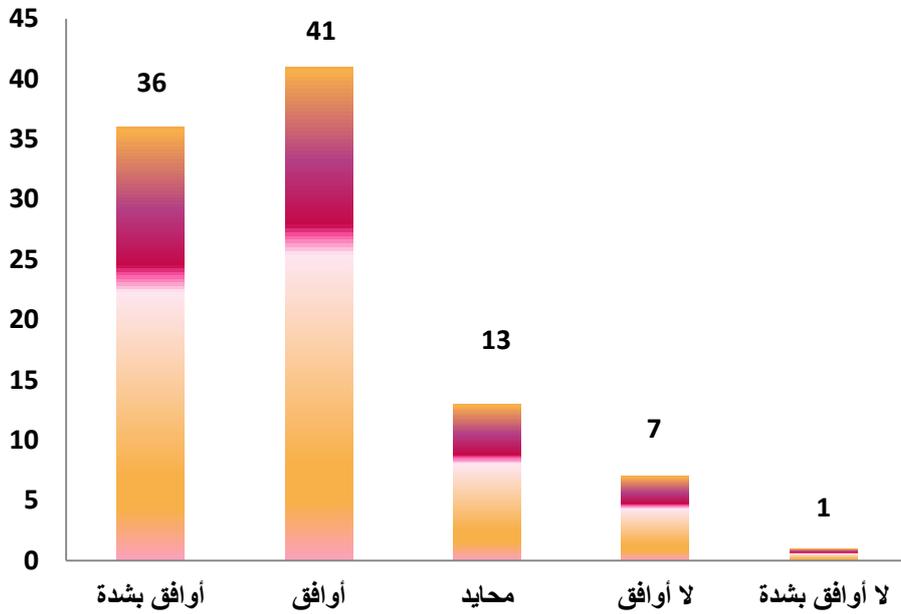
## جدول رقم (22)

توزيع أفراد العينة بحسب الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	36	36.7
أوافق	41	41.8
محايد	13	13.3
لا أوافق	7	7.1
لا أوافق بشدة	1	1
<b>الجملة</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

## شكل رقم (18)

توزيع أفراد العينة بحسب الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 41.8% من أفراد العينة أكدوا أن الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية و 36.7% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

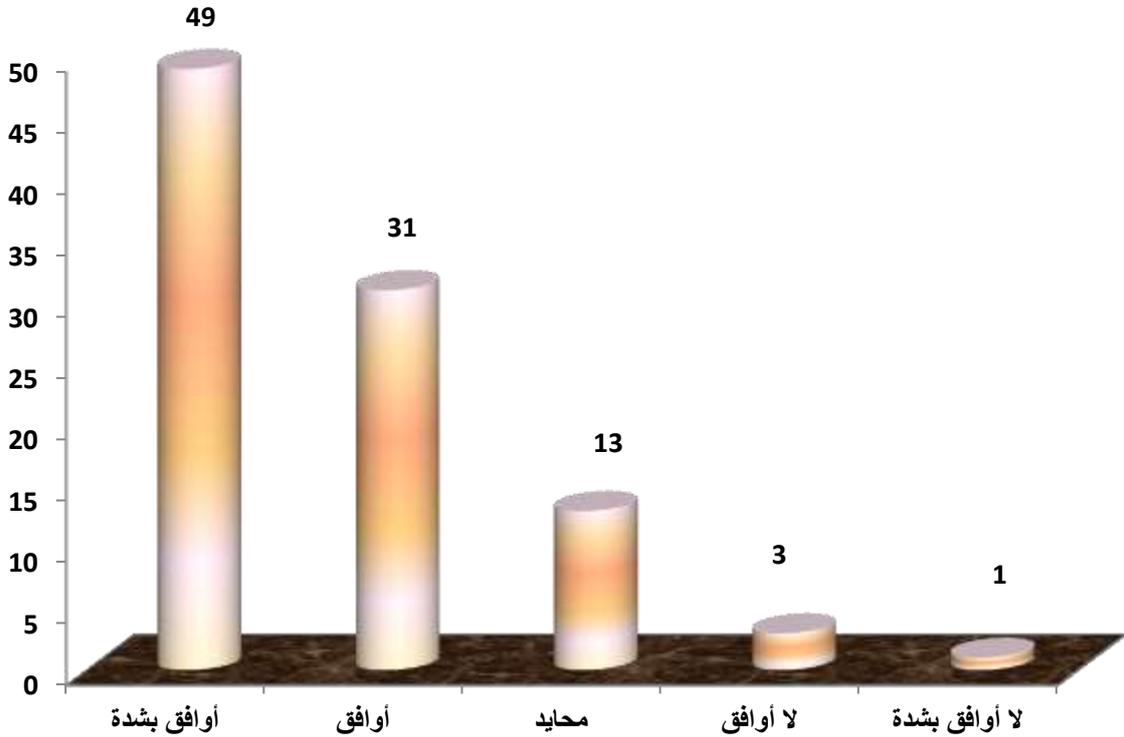
### جدول رقم (23)

توزيع أفراد العينة بحسب الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف الخطة الاستراتيجية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	49	50.5
أوافق	31	32
محايد	13	13.4
لا أوافق	3	3.1
لا أوافق بشدة	1	1
الجملة	97	100

### شكل رقم (19)

توزيع أفراد العينة بحسب الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف الخطة الإستراتيجية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 32.0% من أفراد العينة أكدوا أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف الخطة الإستراتيجية، و50.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

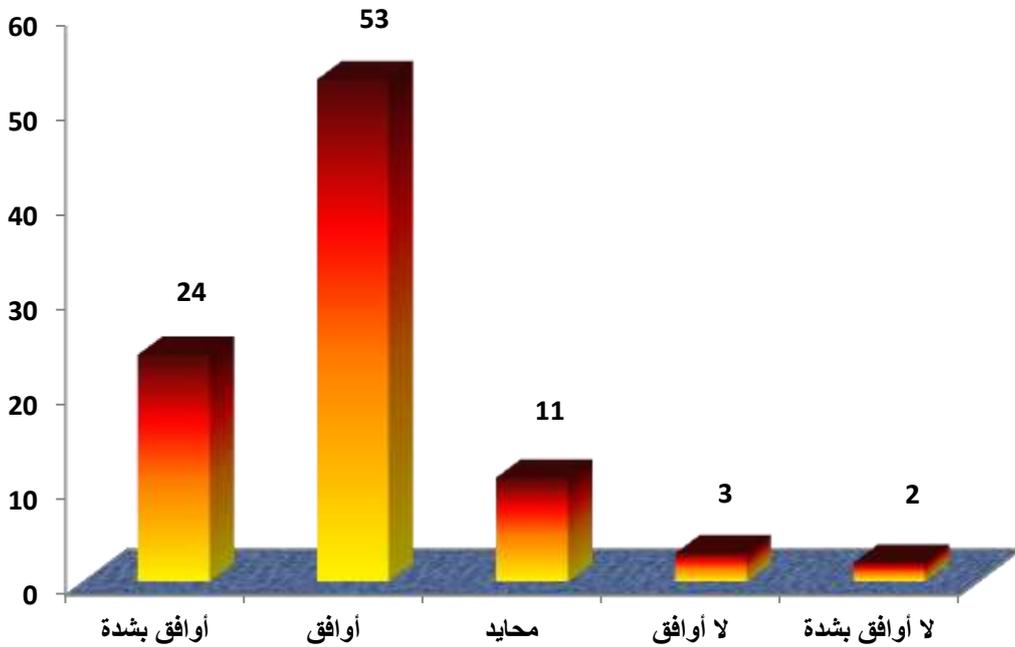
## جدول رقم (24)

توزيع أفراد العينة بحسب إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	24	25.8
أوافق	53	57
محايد	11	11.8
لا أوافق	3	3.2
لا أوافق بشدة	2	2.2
<b>الجملة</b>	<b>93</b>	<b>100</b>

## شكل رقم (20)

توزيع أفراد العينة بحسب إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 57.0% من أفراد العينة أكدوا أن إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية، و25.8% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

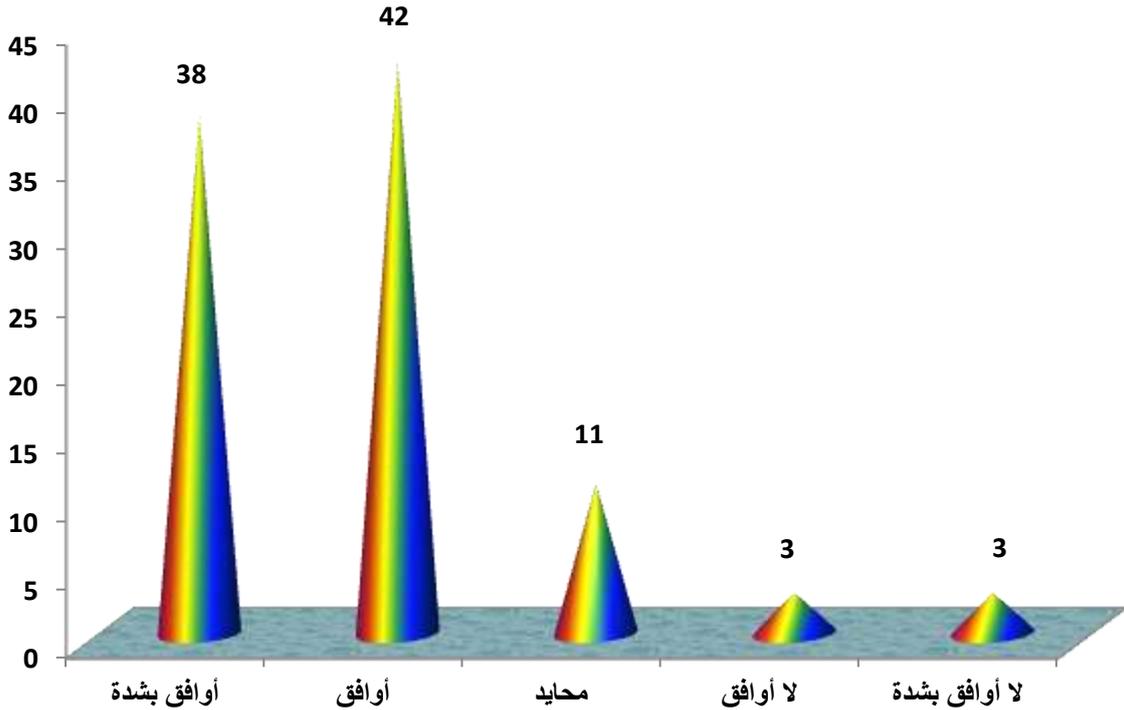
### جدول رقم (25)

توزيع أفراد العينة بحسب برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الإستراتيجية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	38	39.2
أوافق	42	43.3
محايد	11	11.3
لا أوافق	3	3.1
لا أوافق بشدة	3	3.1
الجملة	97	100

### شكل رقم (21)

توزيع أفراد العينة بحسب برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الإستراتيجية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 43.3% من أفراد العينة أكدوا أن برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الإستراتيجية، و39.2% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك

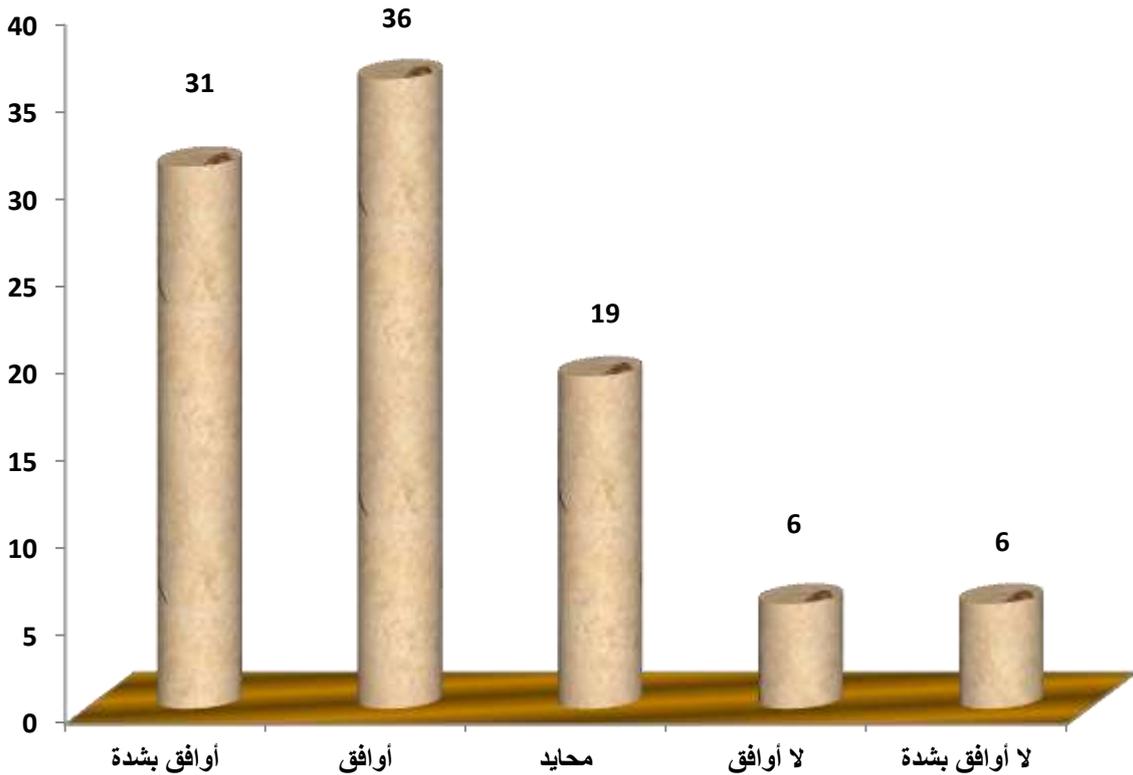
### جدول رقم (26)

توزيع أفراد العينة بحسب المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	31	31.6
أوافق	36	36.7
محايد	19	19.4
لا أوافق	6	6.1
لا أوافق بشدة	6	6.1
الجملة	98	100

### شكل رقم (22)

توزيع أفراد العينة بحسب المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 36.7% من أفراد العينة أكدوا أن المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية ، و31.6% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

## جدول رقم (27)

تفاصيل إختلاف رأي المبحوثين في المحور الثالث  
يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة العامة للإعلام  
والعلاقات العامة بالشرطة

م	العبرة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	درجة الرأي	مستوى الرأي
1	العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها	4.13	3	1.113	10.118	.000	%82.6	عالي جداً
2	يتم قياس الاعمال عادة وفقاً للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة	3.89	3	1.059	8.242	000	77.8%	عالي
3	تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الاحداث	3.80	3	.915	8.682	000	%76	عالي
4	الإحتراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة	3.65	3	1.082	5.947	000	%73	عالي

الجدول أعلاه يوضح الإختلاف في مستويات رأي المبحوثين في محور تقييم مستوى الرضا عن يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة مرتبة ترتيباً تنازلياً من أكثر العبارات إرضاء للمبحوثين الي أقل عبارة حيث نجد أن العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها في هذا المتغير كان مستوي الرضا "عالي جداً" ، بينما نجد أن مستويات رأي المبحوثين حول أنه يتم قياس الأعمال عادة وفقاً للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة ، تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الأحداث ، الإحتراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة ، كان رضا المبحوثين حولها "عالي".

## جدول رقم (28)

إتجاهات رأي المبحوثين حول بنود المحور الثالث :-

يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة

الجملة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ن	العبرة
99	5	6	7	34	47	ك	العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها
100	5.1	6.1	7.1	34.3	47.5	%	
99	1	9	20	48	21	ك	تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الاحداث
100	1	9.1	20.2	48.5	21.2	%	
97	6	4	12	48	27	ك	يتم قياس الاعمال عادة وفقاً للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة
100	6.2	4.1	12.4	49.5	27.8	%	
99	5	11	18	45	20	ك	الإنحراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة
100	5.1	11.1	18.2	45.5	20.2	%	

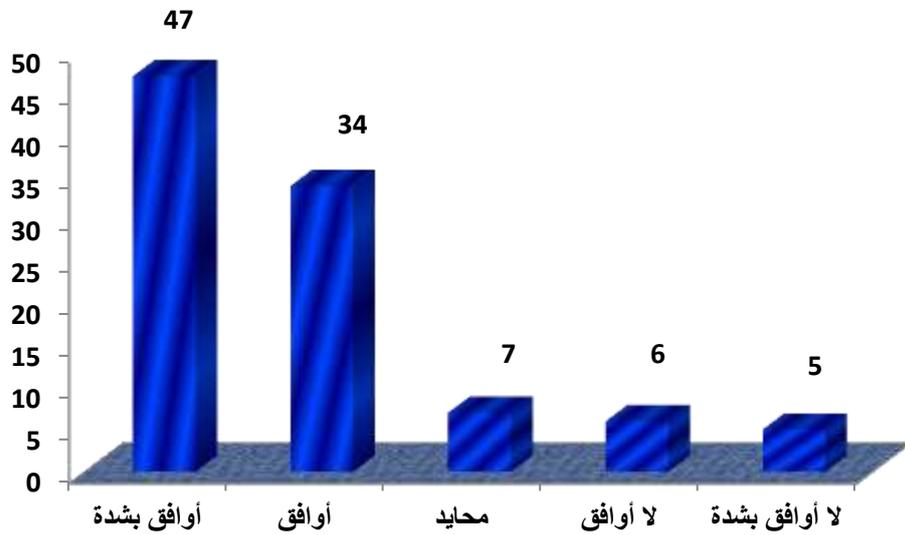
## جدول رقم (29)

توزيع أفراد العينة بحسب العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	47	47.5
أوافق	34	34.3
محايد	7	7.1
لا أوافق	6	6.1
لا أوافق بشدة	5	5.1
<b>الجملة</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

## شكل رقم (23)

توزيع أفراد العينة بحسب العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 34.3% من أفراد العينة أكدوا أن العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها، و 47.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

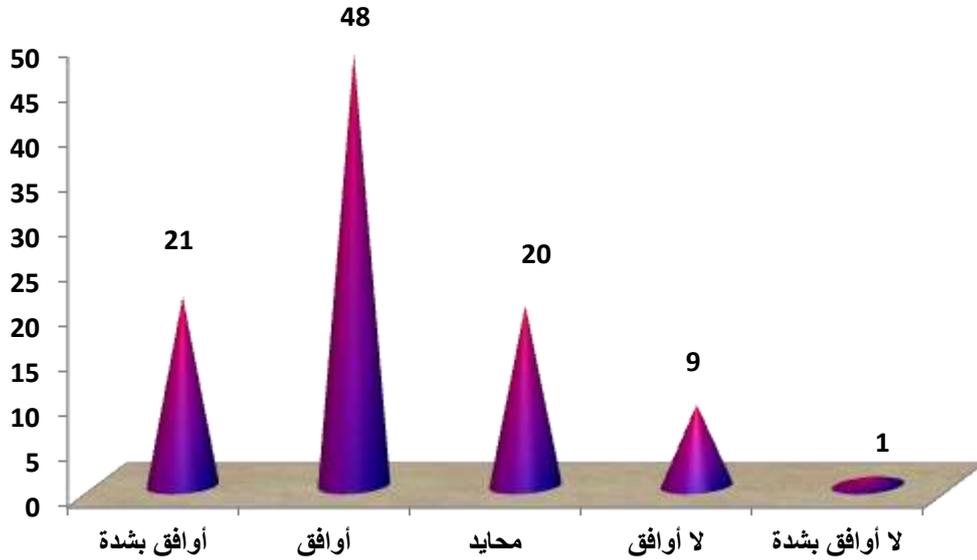
### جدول رقم (30)

توزيع أفراد العينة بحسب تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الاحداث

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	21	21.2
أوافق	48	48.5
محايد	20	20.2
لا أوافق	9	9.1
لا أوافق بشدة	1	1
الجملة	99	100

شكل رقم (24)

توزيع أفراد العينة بحسب تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الاحداث



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 48.5% من أفراد العينة أكدوا أنه تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الاحداث، و 21.2% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

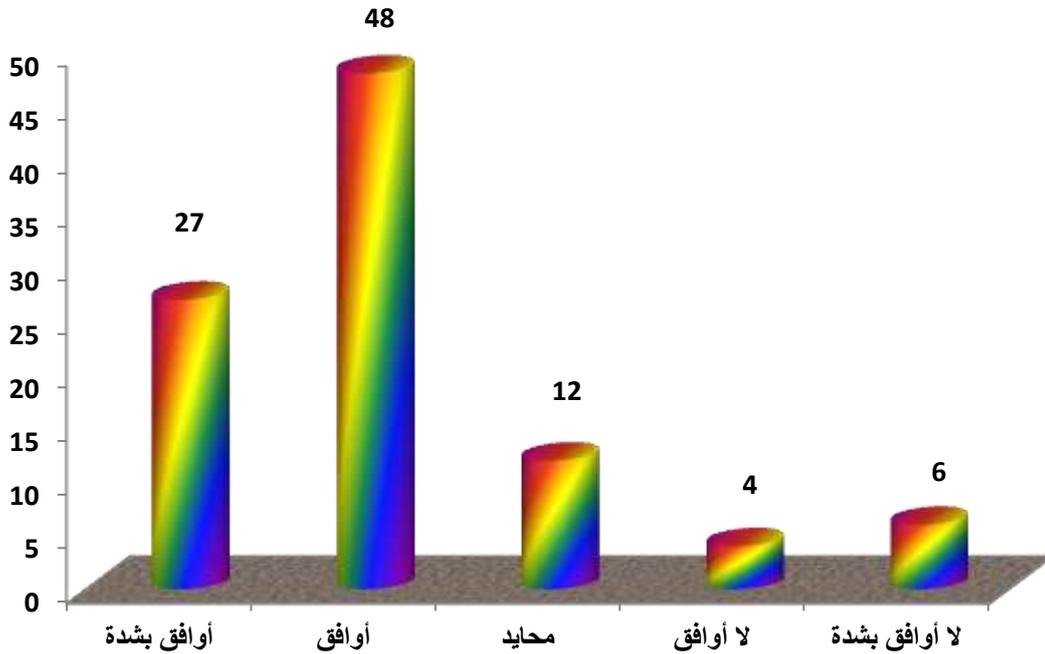
### جدول رقم (31)

توزيع أفراد العينة بحسب يتم قياس الاعمال عادة وفقا للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	27	27.8
أوافق	48	49.5
محايد	12	12.4
لا أوافق	4	4.1
لا أوافق بشدة	6	6.2
<b>الجملة</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### شكل رقم (25)

توزيع أفراد العينة بحسب يتم قياس الاعمال عادة وفقا للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 49.5% من أفراد العينة أكدوا أنه يتم قياس الاعمال عادة وفقا للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة ، و27.8% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك.

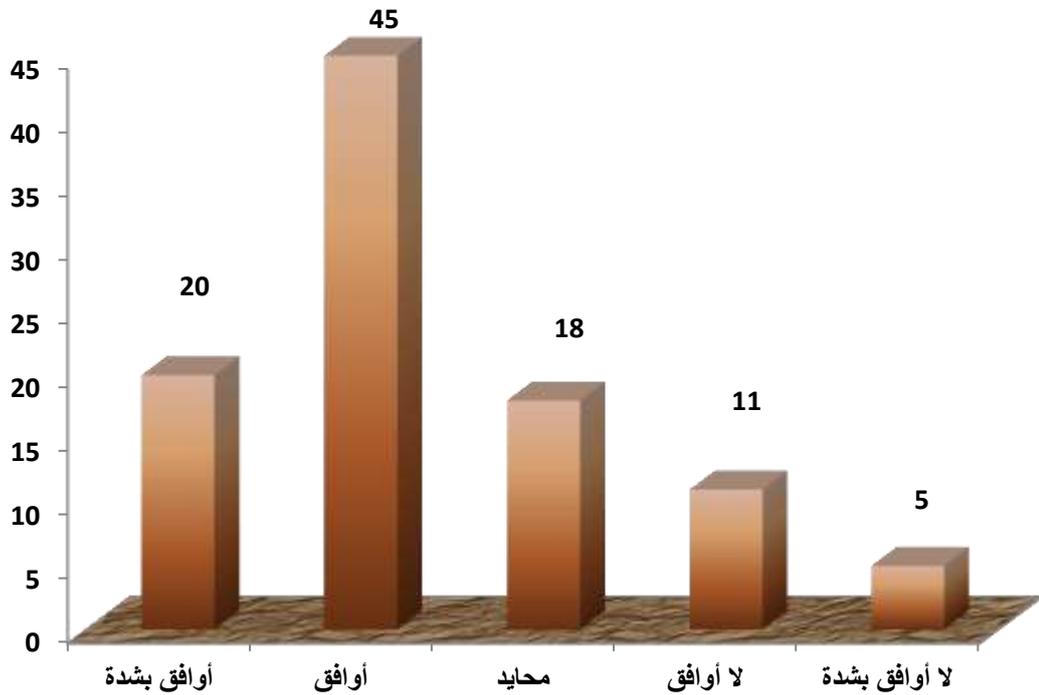
### جدول رقم (32)

توزيع أفراد العينة بحسب الإنحراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	20	20.2
أوافق	45	45.5
محايد	18	18.2
لا أوافق	11	11.1
لا أوافق بشدة	5	5.1
<b>الجملة</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

### شكل رقم (26)

توزيع أفراد العينة بحسب الإنحراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 45.5% من أفراد العينة أكدوا أن الإنحراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة، و20.2% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

جدول رقم (33)

تفاصيل أختلاف رأي المبحوثين في المحور الرابع

للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام  
والعلاقات العامة

م	العبارة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الإحتمالية	درجة الرأي	مستوى الرأي
1	للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني	4.22	3	.921	13.20	.000	%84.4	عالي جداً
2	تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن	4.22	3	3.861	7.95	.000	%84.4	عالي جداً
3	تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني	4.04	3	1.015	10.05	.000	%80.8	عالي
4	العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية	3.78	3	.985	7.85	.000	%75.6	عالي

الجدول أعلاه يوضح الإختلاف في مستويات رأي المبحوثين في محور تقييم مستوى الرضا عن للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة مرتبة ترتيباً تنازلياً من أكثر العبارات إرضاء للمبحوثين الي أقل عبارة حيث نجد أن للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني ، تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن في هذه المتغيرات كانت مستويات الرضا حولها "عالي جداً" . بينما نجد أن مستويات رأي المبحوثين حول تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني ، العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية رضا المبحوثين حولها كان "عالي" .

### جدول رقم (34)

إتجاهات رأي المستطلعين حول بنود المحور الرابع

للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة

الجملة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ن	العبرة
99	2	4	9	39	45	ك	للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني
100	2	4	9.1	39.4	45.5	%	
99	4	6	19	49	21	ك	العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية
100	4	6.1	19.2	49.5	21.2	%	
99	5	6	14	51	23	ك	تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التتموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس ايجابياً علي الامن
100	5.1	6.1	14.1	51.5	23.2	%	
96	2	8	11	38	37	ك	تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني
100	2.1	8.3	11.5	39.6	38.5	%	

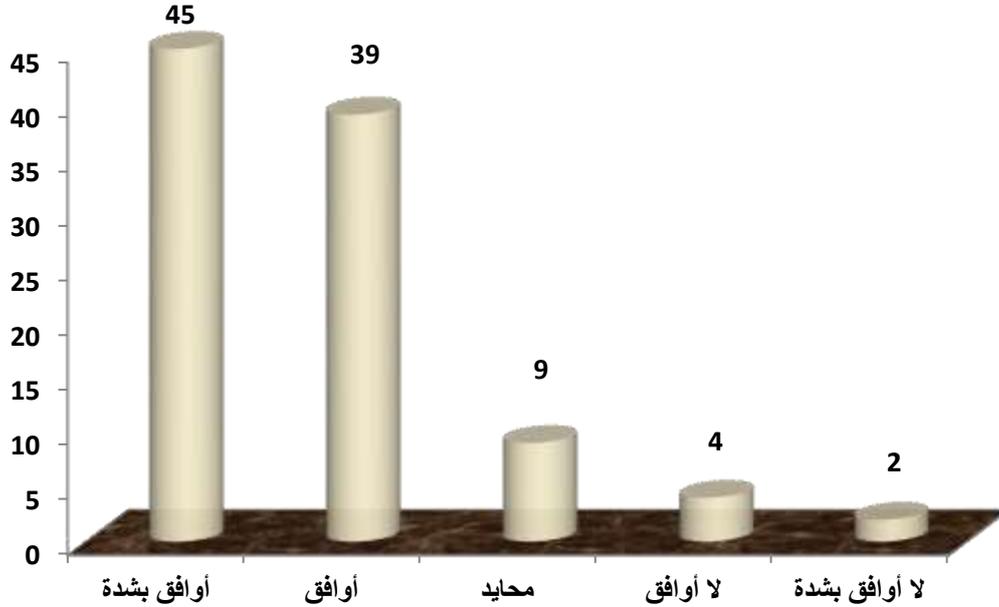
### جدول رقم (35)

توزيع أفراد العينة بحسب للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	45	45.5
أوافق	39	39.4
محايد	9	9.1
لا أوافق	4	4
لا أوافق بشدة	2	2
<b>الجملة</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

### شكل رقم (27)

توزيع أفراد العينة بحسب للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني



من الجدول السابق والشكل أعلاه نجد أن 39.4% من أفراد العينة أكدوا أن للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني، و45.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

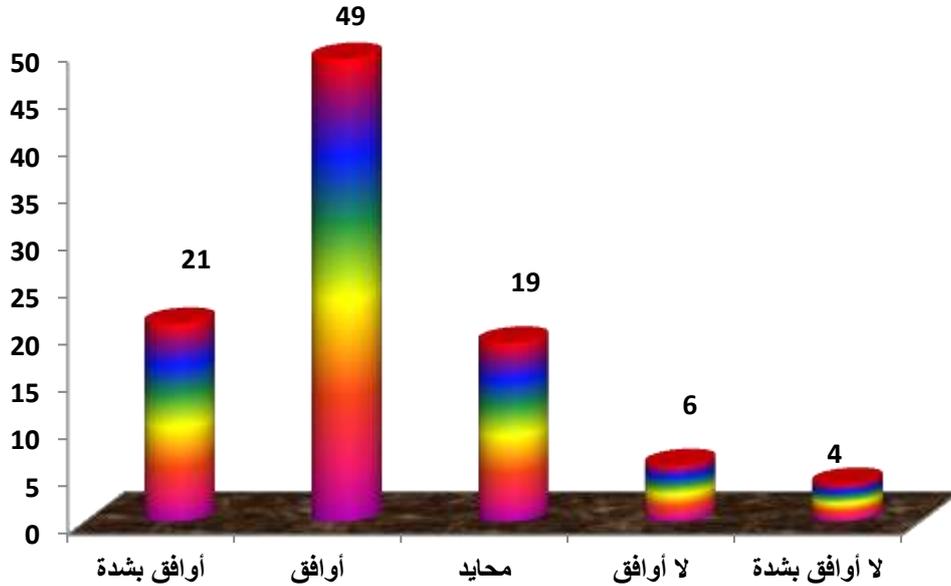
### جدول رقم (36)

توزيع أفراد العينة بحسب العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	21	21.2
أوافق	49	49.5
محايد	19	19.2
لا أوافق	6	6.1
لا أوافق بشدة	4	4
الجملة	99	100

### شكل رقم (28)

توزيع أفراد العينة بحسب العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية



من الجدول والشكل أعلاه نجد أن 49.5% من أفراد العينة أكدوا أن العاملين بالادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة تتفاعل ايجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية، و 21.2% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك.

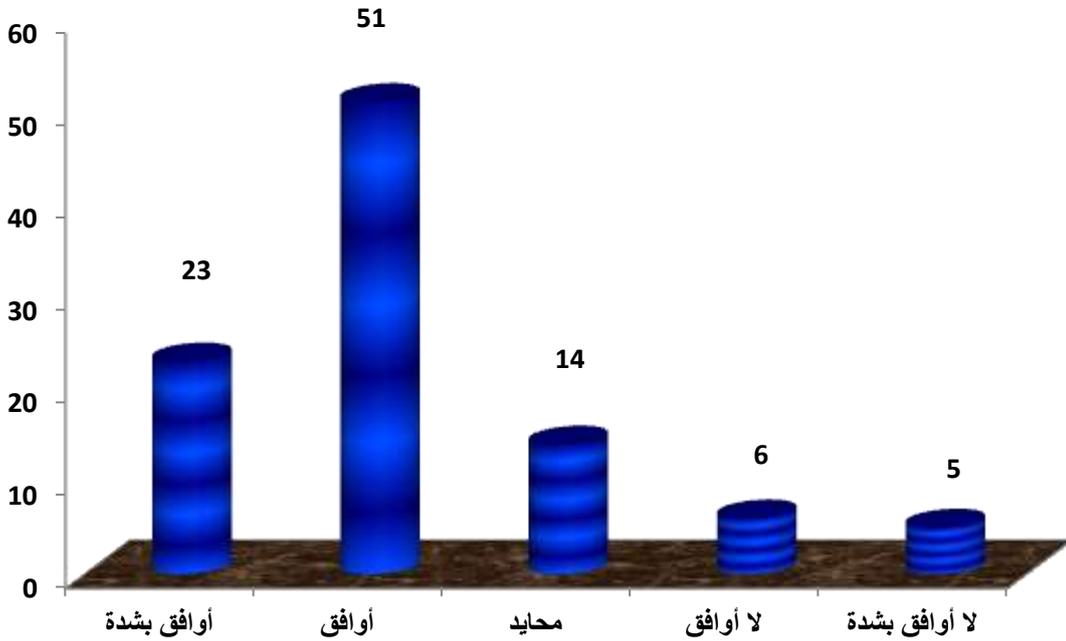
### جدول رقم (37)

توزيع أفراد العينة بحسب تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	23	23.2
أوافق	51	51.5
محايد	14	14.1
لا أوافق	6	6.1
لا أوافق بشدة	5	5.1
الجملة	99	100

### شكل رقم (29)

توزيع أفراد العينة بحسب تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن



من الجدول السابق والشكل أعلاه نجد أن 23.2% من أفراد العينة أكدوا أنه تقوم وحدات الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة المختلفة بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن، و51.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

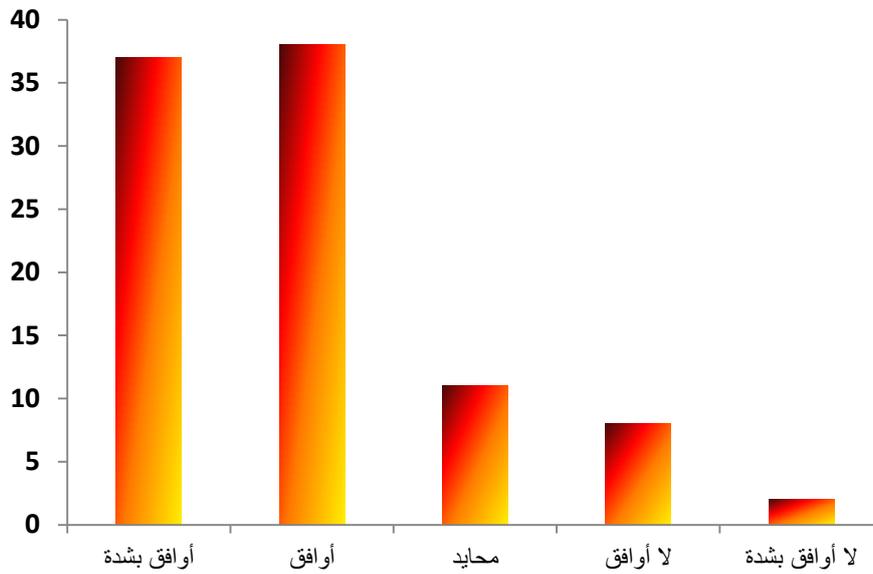
### جدول رقم (38)

توزيع أفراد العينة بحسب تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني

البيان	العدد	النسبة
أوافق بشدة	37	38.5
أوافق	38	39.6
محايد	11	11.5
لا أوافق	8	8.3
لا أوافق بشدة	2	2.1
الجملة	96	100

### شكل رقم (30)

توزيع أفراد العينة بحسب تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني



من الجدول السابق والشكل أعلاه نجد أن 39.6% من أفراد العينة أكدوا أن تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني، و38.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

### جدول رقم (39)

اتجاهات الرأي للمبحوثين حول نوع الدولة (السودان - قطر)

البيان	تساهم العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية	العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الإستراتيجي ومدركون لفعاليتها في تحقيق الأهداف	يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة	للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة
قيمة كا2	19.322	14.81	15.421	14.723
درجات الحرية	15	13	14	14
القيمة الاحتمالية	0.2	0.319	0.35	0.397

نجد ان القيمة الإحتمالية لكل محاور الدراسة أكبر من مستوي المعنوية

0.05 وهذا يعني أنه لا توجد أختلاف في اراء المبحوثين من حيث انهم سودانيين

او قطريين.

### ثالثاً: مناقشة فروض البحث:

**الفرض الأول :** تساهم العلاقات العامة في وضع الاستراتيجية الامنية للشرطة

بالدولتين

نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول مساهمة العلاقات العامة بلغ (33.79) وهو مستوى "عالي" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (24) ، وقد بلغت النسبة التائية (25.14) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 84.48% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة تامة عن مساهمة العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية ومحور مساهمة العلاقات العامة يتكون من 8 بنود الشرطة وهذا يؤكد إثبات صحة الفرضية أعلاه

**الفرض الثاني :**

العاملون في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الاستراتيجي ومدركون لفعاليتها في تحقيق الاهداف

نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول إلمام العاملون ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفعاليتها في تحقيق أهداف العلاقات العامة بلغ (20.32) وهو مستوى "عالي" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (15) ، وقد بلغت النسبة التائية (17.84) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 81.28% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة تامة وإلمام العاملين ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفعاليتها في تحقيق أهداف العلاقات العامة للشرطة السودانية والقطرية ومحور إلمام العاملين ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفعاليتها في تحقيق أهداف العلاقات العامة يتكون من 5 بنود وهذا يؤكد إثبات صحة الفرضية أعلاه.

### الفرض الثالث :

يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الاستراتيجية في لادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة

بينما نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية بلغ (15.49) وهو مستوى "عالٍ" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (12) ، وقد بلغت النسبة التائية (10.79) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 77.45% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة بتقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية، ومحور تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية يتكون من 4 بنود وهذا يؤكد إثبات صحة الفرضية أعلاه .

### الفرض الرابع :

للتخطيط الاستراتيجي اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني في لادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة

بينما نجد أن متوسط رأي المبحوثين حول للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة بلغ (15.91) وهو مستوى "عالٍ" مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (12) ، وقد بلغت النسبة التائية (12.84) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% ، وبلغت درجة الرأي 79.55% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أن المبحوثين لهم معرفة تامة بأن للتخطيط الاستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة، ومحور هل للتخطيط الاستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة يتكون من 4 بنود وهذا يؤكد إثبات صحة الفرضية أعلاه.

## المقابلات

أولاً :

مقابلة السيد اللواء / سامي بخيت الجتال

الملحق العسكري للسفارة القطرية بالخرطوم

تم اجراء المقابلة بمكتبه بالملحقية العسكرية لسفارة دولة قطر بالسودان (الخرطوم) بضاحية المنشية شرق السفارة القطرية بالخرطوم بتاريخ 2017/8/24م الهجري 2/ذو الحجة 1438هـ وقال:

1. بان الشرطة القطرية هي قوات نظامية تتبع لوزارة الداخلية وهي تعمل وفق منظومة الدولة وتنفيذ سيادتها حسب الخطة الاستراتيجية للدولة التي يتم اجازتها عبر الوسائل المعروفة .
2. نعم الخطة الاستراتيجية للشرطة القطرية تؤدي المطلوب منها حسب الخطة المحددة وذلك خلال القيام بواجبها وبرامجها المختلفة .
3. نعم الخطة البرمجية الخاصة بالشرطة القطرية من منسجمه تماما مع الخطة الكلية للدولة .
4. نعم المتجمع القطري راضي عن اداء الشرطة وهذا يعبر عنه تفاعل الجمهور المجتمعي مع برامج الشرطة ومشاركته في فعاليتها المختلفة .
5. نعم العلاقات العامه بالشرطة القطرية تمثل الركيزة الاساسية لاعمال الشرطة ويتم ذلك عبر البرامج والانشطة التي يتم تنفيذها مما يترك اثر ايجابي عن رضاء المجتمع عن اداء الشرطة وتساهم العلاقات العامه في وضع الخطة الاستراتيجية بالنسبة للشرطة وذلك حسب تفاعل المجتمع مع البرامج والانشطة

- الشرطية المتعددة التي تنفذها ادارة العلاقات العامه بالشرطة والتي تستهدف بها رضا المجتمع بتقديم خدمة مميزة وسريعة .
6. نعم توجد ادارة للعلاقات العامه منذ تأسيسها وهي تقوم بدورها فى تطور متنامي حسب حوجة المجتمع للخدمة .
7. برامج العلاقات العامه جيدة وهي تعمل فى تصحيح الصورة الذهنية للمجتمع تجاه رجل الشرطة والبرامج كثيرة ومتعددة تلفزيونية ، اذاعية ، صحافة ، وخدمات الكترونية متميزة جنائية ومرورية وجمارك وغيرها .
8. الخطط متعددة منها ما هو قصير مثل العمل الجنائي بالاقسام ومنها مشروعات تتم لتحسين الخدمة للمجتمع تحقق الرضا سواءاً متوسطة او طويلة الاجل .
9. كثيرة ومتنوعة تتم عن طريق البلاغ والشكاوي الهاتفية او عبر اجهزة الاعلام المختلفة ويتم عن طريقها تقديم حلول لأي مشكلة تطراً ويتم تقييم الخطة وتعديلها حسب المطلوب والذي يؤدي الى الاهداف .
10. المحاور عديدة وهي امنية وهي منع الجريمة وكشفها وملاحقة المتهمين وتنفيذ القانون والاحكام المختلفة وتسلمهم للقضاء او اهداف منصبية تكافح الجريمة قبل وقوعها وتكشف وتمنع خطورتها على المجتمع وتأمين المرافق ومنشآت الدولة وتأمين المجتمع من المخاطر التي تهدد السلم الداخلي .

ثانيا :  
مقابله السيد العقيد شرطة دكتور: خلف الله ربحان خير السيد

مدير إذاعة ساهرون صوت الشرطة السودانية الأسبق تمت المقابلة بمكتبة بهيئة التدريب 9/ 2017/9 م الساعة 10:30 صباحا وقال:

1. تعمل الشرطة وفق خطه مسبقه بوزارة الداخليه تعد خطه سنويه تصدر من ادارة الشئون الإدارية معده وفق الخطه الاستراتيجيه للدولة وهى خطة إداريه وخطة جنائيه مثل التدريب والكوادر والملبوسات والمركبات والجنائية مثل مطلوبات الاقسام وغيرها

2. نعم الخطه تشمل كل البرامج المطلوب للدولة علاوه على الجانب التخصص للشرطة فى حفظ الامن وتطبيق القانون المعد كذلك وتنفذ سياسة الدوله .

3. نعم منسجمه مع الخطه العامه للدولة وفق الدستور الدائم للوزارات بالمحافظه على المجتمع وممتلكاته والعنصر الاساسى المحافظه هيبه الدوله .

4. هذا يقاس من خلال توفير السلامه والطمأنينه والنظام العام للدولة ويأتى فى أولويات الاستراتيجيه العامه للدولة وذلك يرجع الى فروقات للدولة واعتماد على الوطن والمواطنين والقياس بتوفير الخدمات المناسبه للمواطنين والدليل على ذلك تطوير الشرطة فى الخدمات التى تقدمها وعدم الرضا يظهر فى شكل شكاوى والبلاغات تجاه الشرطة وعبر صناديق الشكاوى الموجوده فى الخدمات المختلفه التى تقدمها الشرطة او فى ادارة العلاقات العامه أو فى أقسام الشرطة المختلفه فى كل عام تقدم خدمات للقوة والمواطنين حتى يحدث استقرار فى خدمه وتنكامل هذه الأدوار حتى يتم تقديم أفضل خدمه للمواطن .

5. لاتوجد إدارة للعلاقات العامه بالشرطة إنما توجد بمسمى الإدارة العامه للاعلام والعلاقات العامه .

6. كما لا توجد بالادارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة إداره عامه للعلاقات العامة تقوم بدورها وذلك حسب الهيكل العام للشرطة .
7. توجد مكاتب فرعيه للاداره العامه تقوم بعمل العلاقات العامة وهى مكاتب صغيره تتبع للمدير وتقوم بالخدمه بالنسبه للاداره وتعمل على تحسين العلاقات العامة بين الادارات والجمهور للوصول لرضى المواطن .
8. نعم تقوم بخطط قصيرة وطويلة ومتوسطه حسب الخطة العامة للدولة وتنفذ الشرطة الجانب الأمنى بالنسبة للخطة فيما يلي مهامها .
9. تقوم الاداره العامه للتخطيط بمراجعة الخطط حسب المطلوب وذلك باختلاف الازمان والمكان والظروف العامة .
10. تنحصر الخطة فى الخطه الاصليه ومدى تنفيذها فى حاله الامن والسلام وفى حاله الحرب حسب الخطط العامه والخطط التفصيليه حسب البرامج المختلفه والمواسم المختلفه وبتواريخ مختلفه .

## النتائج والتوصيات

### أولا : النتائج :

1. الاستبانات المزعة عدد (115) المسترجع منها (105) ت إعتقاد عدد (100) بنسبة 86,96% وهى عالية فى الصرف الاحصائي .
2. نسبة 86,7% من افراد العينه خدمتهم عسكرية بينما بلغ معدل الخدمة المدنية 13,3%
3. 26,7% من افراد العينه برتبة المساعد شرطة بينما 14,7% منهم برتبة الرقيب شرطة واقلها 1,3% برتبة الوكيل عريف .
4. نسبة 60% من افراد العينه من الذكور بينما 40% معدل الاناث .
5. نسبة 40,4% من افراد العينه معدل اعمارهم بين (30-40)سنة بينما 25,3% اعمارهم اقل من 30سنة و 25,3% منهم اعمارهم ما بين (40-50)سنة و 9,1% اعمارهم اكثر من 50 سنة .
6. 64% من افراد العينه مؤهلهم جامعي بينما ، 17% مؤهلهم فوق الجامعي ونجد 19% مؤهلهم ثانوي .
7. 84,48% من المستطلعين لهم معرفة تامة عن مساهمة العلاقات العامة فى وضع الاستراتيجيه الامنيه للشرطة السودانية والقطرية .
8. 81,28% درجة رأي المستطلعين حول معرفة العاملون ومدى ادراكهم بالتخطيط الاستراتيجي وفاعليته فى تحقيق اهداف العلاقات .
9. نجد أن 89.8% من أفراد العينة أكدوا أنه يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة والإدارات الأخرى ، و 51.0% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

10. نجد أن 41.4% من أفراد العينة أكدوا أن أنشطة العلاقات العامة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية ، و39.4% منهم يوافقوا علي ذلك .
11. نجد أن 53.5% من أفراد العينة أكدوا أن أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية يحقق أهدافها، و29.3% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
12. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن أنشطة العلاقات العامة تغطي كل أنشطة الشرطة السودانية والقطرية، ويوافقوا علي ذلك.
13. نجد أن أغلب أفراد العينة أكدوا أن الإذاعة والتلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية.
14. نجد أن أغلب أفراد العينة أكدوا أنه يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة والإدارت الأخرى .
15. نجد أن 41.7% من أفراد العينة أكدوا أن مطلوبات العمل بالإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية، و39.6% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
16. نجد أن 40.2% من أفراد العينة أكدوا أن ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين ، و51.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
17. نجد أن 42.7% من أفراد العينة أكدوا أن برامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة مع سياسات الإستراتيجية العامة ، و32.3% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
18. نجد أن 28.9% من أفراد العينة أكدوا أن المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية، و43.3% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
19. نجد أن 41.8% من أفراد العينة أكدوا أن الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تنفذ خططها وفق الخطة الربع قرنية لوزارة الداخلية و36.7% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .

20. نجد أن 32.0% من أفراد العينة أكدوا أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف الخطة الإستراتيجية، و50.5% منهم يوافقوا بشدة علي ذلك .
21. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن إعداد البرامج بالعلاقات العامة للشرطة يتم وفق الخطة الإستراتيجية العامة للشرطة السودانية والقطرية، ويوافقوا بشدة علي ذلك .
22. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن العلاقات العامة التي تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمة والمراحل التي تم إنجازها، ويوافقوا بشدة علي ذلك .
23. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن المعوقات التي تحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية .
24. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق أهداف الخطة الإستراتيجية، ويوافقوا بشدة علي ذلك .
25. نجد أن أفراد العينة أكدوا أنه تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية.
26. نجد أن أفراد العينة أكدوا أنه يتم قياس الاعمال عادة وفقاً للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة .
27. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن الإنحراف عن تنفيذ الخطة الإعلامية يمكن رصده رقمياً ويتم معالجته بموجب خطط بديلة .
28. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني .
29. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن العاملين بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة تتفاعل إيجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية .
30. نجد أن أفراد العينة أكدوا أنه تقوم وحدات الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة المختلفة تقوم بالتنوير في المناسبات المختلفة بالبرامج التنموية قيد التنفيذ او المزمع تنفيذها مما ينعكس إيجابياً علي الامن.
31. نجد أن أفراد العينة أكدوا أن تطبيق الفهم الاستراتيجي وادواته يساعد في تحسين معدات الامن الوطني .

## ثانيا: التوصيات:

1. تنسيق العمل وإبراز دور العلاقات العامة في تحقيق الامن والسلام الاجتماعي.
2. وضع البرامج الهادفة للعلاقات العامة التي تعمل على تصحيح الصورة الذهنية للمواطن تجاه رجل الشرطة وبناء الثقة وشرح اهداف واهمية دور الشرطة في المجتمع .
3. توجيه كافة ادارات ووحدات الشرطة للعمل وفق الخطط الاستراتيجية التي تعزز دور الشرطة وفاعلية العلاقات العامة بالشرطة .
4. إنشاء دوائر او ادارات بهيكل الادارات العامة والولايات العامة تتبع لمدير الادارة و رصد الميزانيات الكافية لانفاذ الخطط الاستراتيجية المعدة للعمل وتكون تابعة فنيا للادارة العامة للاعلام والعلاقات العامة .
5. اعادة النظر في الهياكل الادارية المصدق بها من ادارة التخطيط وتفعيل العمل بالخطط الاستراتيجية .
6. اجراء التقييم للخطط الاستراتيجية وفق معايير الجودة الشاملة وذلك لتحسين الخدمة التي تقدمها المؤسسات الشرطية .
7. التركيز على برامج التوعية وذلك لاهميتها في العمل المنعي لاي اخطار متوقعة
8. تشجيع الدراسات العليا واجراءات الجودة والدراسات الاستراتيجية في مجال العلاقات العامة والتي تهدف الى ابراز فاعلية العلاقات العامة واهميتها في انفاذ الخطط الاستراتيجية للشرطة .
9. توجيه الادارات العامة للشرطة وشرطة الولايات لوضع البرامج والخطط الاستراتيجية لرفع الحس الامني الوطني لمنسوبي الشرطة .

10. إقامة الدورات التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين بالعلاقات العامة بالشرطة
11. توفير المباني والمنشآت والأجهزة المتطورة لأنشطة العلاقات العامة .
12. العمل على حل المشكلات المالية والإدارية لعمل العلاقات العامة .
13. الإهتمام بالخطوة والعمل وفق ما جاءت به وعمل التدابير المناسبة لها .
14. مواكبة ما يدور في العالم من تطورات في عمل العلاقات العامة .
15. العمل على تفعيل وتعزيز سياسات الضبط الإداري وإستقرار الخبرات الفنية والعملية والإدارية .
16. العمل على تقييم وقياس الخطط ومدى تنفيذها .
17. تعزيز دور العلاقات العامة والتأكيد على أهميتها بالشرطة .

## المصادر والمراجع

### أولا المصادر :

1. القرآن الكريم
2. السنه النبوية

### ثانيا البحوث والدراسات:

1. خوجلي . عبد الله فتحي عبد الله - فاعلية الأداء الإتصالي في تحقيق أهداف المؤسسات الطوعية بالسودان - رسالة دكتوراة جامعة أفريقيا العالمية عمادة الدراسات العليا - غير منشورة - 2014م
2. بابكر . حمزة عبدالله حمزة الجامعة: جامعة الرباط الوطني كلية الدراسات العليا .الدرجة العلمية : الدكتوراة. غير منشورة 2015م
3. أحمد . معاوية محمود محمد. الدرجة العلمية :- الدكتوراة . الجامعة :- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا . غير منشورة 2012 م
4. الحاج .محمد عمر محمد. وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية . ماجستير - جامعة أم درمان الإسلامية . غير منشورة 1428 - 2009 م .غير منشورة
5. عثمان . هويدا عثمان عبد الرحيم دورالتخطيط الاستراتيجي الإعلامي في المحافظة علي الأمن ماجستير.جامعة أم درمان الإسلامية 2011م .غير منشورة.
6. الياس .أحمد صديق محمد. جامعة أم درمان الإسلامية .الدرجة العلمية : الماجستير .منهج الدراسة :- المنهج التاريخ ومنهج التحليل الوصفي 2009م .غير منشورة .
7. بخيت . هيثم حسن . ماجستير .جامعة أم درمان الإسلامية - غير منشورة 2011.م

### رابعا المراجع :

عبدالله علي وآخرون . لسان العرب لإبن منظور . القاهرة . دار العارف . المجلد الثاني . باب الخاء

### خامسا الكتب :

1. الجراح . محمود محمد - أصول البحث العلمي - المملكة الأردنية الهاشمية - دار الراية البيضاء للنشر - 2014م - ط 2
2. عثمان . عبد الرحمن احمد - مناهج البحث التربوي - منشورات جامعة السودان المفتوحة - الناشر مطبعة النمدن - ط 1، 2006م

3. الشيخ . أبو الحسن أحمد - البحث العلمي ومناهجة - الخرطوم - مكتبة الشرق الأكاديمية 2008م
4. عنان ، باهي . محمود عبد الفتاح ، مصطفى حسين - قراءة في البحث العلمي - القاهرة الدار العالمية للنشر والتوزيع - ط1 - 2005م
5. أبو صالح . محمد حسين - التخطيط الإستراتيجي القومي - الخرطوم - جي تاون - ط 2013م
6. عبد الله علي وآخرون - لسان العرب لابن منظور . المجلد الرابع . القاهرة . دار المعارف . باب العين . ص 3071
7. السردى ، عليان عبير إدريس - يحي مصطفى- الإتصال والعلاقات العامة - الجامعة الأردنية - ط 1
8. إمام إبراهيم- العلاقات العامة والمجتمع - مكتبة الأنجلو المصرية - ط 2 - 1968م .
9. أحمد . عادل حسين محمد - تحديات الأمن القومي السوداني بعد نهاية الحرب الباردة - الخرطوم - مطابع العملة 2013م
10. حمد . كمال ميرغني محمد أ - الإستراتيجية الأمنية ومكافحة الإرهاب في السودان - جي تاون - الخرطوم 2012م
11. الشربيني . عبير فتحي - العلاقات العامة بين العلوم والفنون - القاهرة - دار النهضة . 2006م
12. موجود . محفوظ أحمد - العلاقات العامة مفاهيم وممارسات - جامعة العلوم التطبيقية - دار الهلال ط 1 - 1996م
13. السردى . محمد الدبس - الإتصال والعلاقات العامة - الأردن - اسراء للنشر والتوزيع - ط1 - 2011م
14. الجوهر . محمد ناجي. العلاقات العامة المبادي والتطبيقات. دار القلم للنشر والتوزيع . دبي ط 1 2004 م
15. المزاهرة . منال هلال . العلاقات العامة الدولية . عمان مطبعة دار اليسرة . ط 1 2015م ، 1436هـ
16. السردى ، عليان. يحي الدبس - يحي مصطفى - الإتصال والعلاقات العامة عمان - 1968م
17. الجحني . علي بن فائز - مدخل الي العلاقات العامة والإنسانية - الرياض - جامعة نايف العربية للعلوم العسكرية - 1427هـ - 2006م
18. اللوزي .موس - أسس العلاقات العامة - الأردن - زمزم ناشرون وموزعون - ط 1 2010م
19. الديلمي . عبد الرزاق - العلاقات العامة وإدارة الأزمات - عمان دار اليازوردي للنشر والتوزيع - ط(بدون) 2015م
20. البكري . فؤادة ، العلاقات العامة بين التخطيط والإتصال جامعة القاهرة ط 1 2011م

21. عثمان . محمد منصور. العلاقات العامة في السودان مطبعة جامعة أفريقيا العالمية 2011م
22. سلطان . محمد صاحب. العلاقات العامة ووسائل الإتصال . عمان . دار المسيرة للنشر والتوزيع . ط2 1436هـ - 2015م
23. زين . منصور عثمان محمد - العلاقات العامة الدولية - السودان - مطبعة جامعة أفريقيا العالمية - ط(بدون)2011م
24. السردى . محمد الدبس - الإتصال والعلاقات العامة - الأردن المكتبة الوطنية - ط1 - 2011م
25. الديلمي . عبد الرازق. مرجع سابق - عمان دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع . ط(بدون) 2015م
26. عبد السميع .غريب، الإتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مصر حلوان مؤسسة شباب الجامعة ، ط ( بدون )
27. جادين. النور عبد الله العلاقات العامة الحديثة ومجالاتها ومستقبلها في السودان . مركز الدكتور النور جادين للدراسات والبحوث والتدريب الإعلامي. ط1 2006 م
28. الجمحي .علي بن فايز - مدخل الي العلاقات العامة والإنسانية - الرياض - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - ط1 - 1427هـ - 2006م
29. المشرف . المشرف عبد اللطيف. العلاقات العامة وأساليب نشر الدعوة الإسلامية . مطابع السودان للعملة . ط1 1432هـ 2011م
30. أحمد .عبد المحسن بدوي محمد - العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام - الرياض - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - 1427هـ - 2006م
31. المشرف . المشرف عبد الطيف. العلاقات العامة في الإسلام . ط شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، ط1، 1432 هـ -2011 م
32. احمد . عباس بلة محمد - التخطيط مغاهيمة . مجالات - الخرطوم - دار جامعة السودان المفتوحة للطباعة - 2012م
33. عليان ، الطوباسي . ربحي مصطفى.عدنان محمد ،الإقتصاد والعلاقات العامة ،عمان دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط2 ، 2005م
34. جودة . محفوظ .إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات . الأردن مؤسسة زهران ط(1997)
35. أبوصالح . محمد حسين التخطيط الاستراتيجي القومي . الخرطوم مطبعة جي تاون ط9 2013م
36. أبو الفضل . عبد الشافي محمد- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض- 2005م
37. الطاهر . طارق عثمان - التأثير السلبي للسمات الشخصية في التخطيط الاستراتيجي في السودان - الناشر (0بدون ) ط 0بدون -2016م

38. أحمد .عباس بله محمد التخطيط مفاهيمة . ومجالاته - الخرطوم دار جامعة السودان المفتوحة للطباعة - ط (بدون) 2012م -
39. أحمد .عادل حسين محمد- تحديات الأمن القومي السوداني بعد نهاية الحرب الباردة - الخرطوم - مطابع العملة 2013م
40. شعبان .حمدي محمد - الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث - مصر - ط 3-2008م
41. أحمد .كمال ميرغني محمد- الإستراتيجية الأمنية ومكافحة الإرهاب في السودان - جي تاون - الخرطوم 2012م
42. الدومة . صلاح الدين عبدالرحمن أمن القرن الأفريقي - السودان مطبعة جي تاون - ط1.
43. ميرزا .جاثم خليل - الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - مصر الجديدة - مصر- ط 1 2006.
44. زين .منصور عثمان محمد- الإعلام الأمني وجرائم العنف ضد المرأة والطفل - مطبعة جامعة أفريقيا - الخرطوم - 2011م -
45. خضور .أديب محمد - الإعلام والأمن - الرياض جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - ( 1426هـ - 2006م )
46. موسي . إسماعيل الحاج - الإعلام وقضايا التنوع الثقافي في السودان - السودان - أروقة للأدب والثقافة - ط ( بدون )1
47. جامع . محمد نبيل - التنمية في خدمة الأمن القومي - الإسكندرية - منشأة المعارف - ط (بدون) 2000م
48. أحمد .عبد المحسن بدوي محمد - العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام - الرياض - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - 1427هـ - 2006م
49. أونور . محمد أحمد - الوسائط الإعلامية وأثرها علي الجريمة - السودان ط (بدون)
50. بشري . محمد الأمين- العدالة الإجتماعية ومنع الجريمة - دراسة مقارنة - الرياض جامعة نايف - 1997م
51. عبد الله . بدر الدين ميرغني- مفهوم الاستراتيجية وابعادها التطبيقية في السودان - مرجع سبق ذكره - ص 112
52. احمد .عبد الحسن بدوي محمد- مستقبل الاعلام الامني الشرطة بالسودان - ط 1 - 2003م
- سادسا: المجالات :
1. مجلة العلوم الإنسانية - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - 2014م - ص26
- سابعا الملاحق :
1. جمهورية السودان- وزارة الداخلية - قانون ولوائح الشرطة - ط 5 - 2012م

2. جمهورية السودان – دستور جمهورية السودان الإنتقالي 1998م
  3. جمهورية السودان – وزارة الداخلية – خطة العام 2014م<sup>1</sup>
  4. جمهورية السودان – وزارة الداخلية – خطة العام 2014م - 2015م – 2016م
  5. جمهورية السودان – المجلس القومي للتخطيط الإستراتيجية – الخطة الخمسية الثانية – المجلد الأول ط 2012م
- سابعا: شبكة الأنترنت

<http://www.alnoor.se/article.asp?id=22858>

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

عزيزي الاخ / الاخت.....

افيدك بأنني احد الدارسين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا وان هذه الاستبانة معدة لجمع البيانات لنيل درجة الدكتوراة في علوم الاتصال قسم العلاقات العامة بعنوان (فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني) بالتطبيق على الادارة العامة للاعلام والعلاقات بالشرطة السودانية والشرطة القطرية ، لذا نرجو منك الاجابة على هذه الاسئلة حسب الوطن ( السودان ، قطر ) علماً بان هذه المعلومات لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

البيانات الأساسية :-

1. نوع الخدمة : عسكرية  مدنية

2. إذا كانت عسكرية أذكر الرتبة .....

3. إذا كانت مدنية أذكر الدرجة الوظيفية .....

4. النوع : ذكر  أنثى

5. العمر : اقل من 30  30 - 40  40 - 50  أكثر من 50

6. المؤهل الأكاديمي: أمي  أساس  ثانوي  جامعي  فوق

الجامعي

7. الخبرات العلمية : أقل من 5  5 - 10  10 - 15  15 - 20

أكثر من 20

## المحور الأول :

تساهم الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة في وضع الاستراتيجية الأمنية للشرطة (السودانية . القطرية ) :

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة تغطي كل أنشطة الشرطة (السودانية والقطرية )					
أداء الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية القطرية / يحقق أهدافها					
الإذاعة والتلفزيون والصحافة من أفضل الوسائل التي تستخدمها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية					
يوجد تنسيق بين الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة والإدارات الأخرى					
مطلوبات العمل بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة الضبط والفاعلية					
ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير أدائها تطوير الأجهزة وتدريب العاملين					
برنامج الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة متوافقة ومنسجمة مع سياسات الاستراتيجية العامة للدولة (السودان- قطر)					
المعوقات الوصول لأهداف الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة هي مالية وإدارية					

## المحور الثاني :

العاملون في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة ملمون بالتخطيط الاستراتيجي ومدركون لفعاليتته في تحقيق الأهداف

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
انت ملم بالاستراتيجية الربع قرنية ومطلع علي برامج الخطط الخمسية للإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة					
لديك معرفة اكايدمية متخصصة أو عامة خلال دورالتدريبية أو محاضرات لها صلة بالتخطيط الاستراتيجي بصورة عامة .					
إعداد البرامج يتم وفق الخطة الاستراتيجية للإدارة					
برامج الادارة العامة للإعلام والعلاقات العامة متوافقة ومنسجمة مع سياسات وزارة الداخلية الاستراتيجية					
المعوقات التي نحول دون بلوغ غايات العلاقات العامة هي مالية وإدارية					

### المحور الثالث :

يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الاستراتيجية في الإدارة العامة للإعلام  
والعلاقات العامة

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
العلاقات العامة تغطي كل أنشطة الشرطة وتوجد دائماً تقارير عن سير العمل وتقدمه والمراحل التي تم إنجازها					
تقوم العلاقات العامة بالتحليل لعناصر البيئة الداخلية والخارجية وتتعامل مع الواقع والمتوقع من الأحداث					
يتم قياس الاعمال عادة وفقاً للرؤية والقيم المعتمدة في إدارة العلاقات العامة بالشرطة					
الإنحرافات عن تنفيذ الخطة بإدارة العلاقات العامة يمكن رصدها رقمياً وتتم معالجتها بموجب خطط بديلة تشمل على أهداف كمية					

المحور الرابع :

للتخطيط الاستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة

البيان	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
للتخطيط والبرامج بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة اثر مباشر وإيجابي في قضايا الامن الوطني					
العاملون بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة تتفاعل إيجابياً مع برامج التنمية الاستراتيجية					
تقوم وحدات الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة بالتنوير في المناسبات بالبرامج التنموية قيد التنفيذ والمراد تنفيذها مما ينعكس إيجابياً على الأمن الوطني					
تطبيق الفهم الاستراتيجي بالشرطة السودانية والقطرية يساعد في تحسين معدلات الأمن					

مقترحاتكم لتطوير الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة

.....

.....

.....

.....

بسم الله الرحمن الرحيم  
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا - كلية علوم الاتصال

المقدر / الدكتور الاستاذ الدكتور محمد عبد الوهاب محمد السلام عليكم

الموضوع : استبانة لأغراض البحث العلمي

تهدف هذه الاستبانة استطلاع آرائكم حول موضوع البحث : فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي الأمني ( بالتطبيق على الادارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية ) والمقدم لنيل درجة الدكتوراه في الاعلام .  
عليه أتطلع إلى حسن تعاونكم في معلوماتكم الإستبانة كاملة واضعين في الاعتبار أن دقة إستجاباتكم لها كبير الأثر في إثراء الدراسة، وأنها تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي وبسرية تامة .

البروفيسور أحمد حسن  
تحية وتقدير جليلين  
لصاحب القام  
والامسياتة مساندة  
وصالح ليها شي مساندة  
مع خالص شكري وامتناني  
الصادق عثمان الزبير

أ.د حسن أحمد الحسن

المشرف

الدارس

15  
أ.د. محمد عبد الوهاب محمد

بسم الله الرحمن الرحيم  
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا - كلية علوم الاتصال

المقدر / الدكتور الأستاذ / محمد إبراهيم ..... السلام عليكم

### الموضوع : استبانة لأغراض البحث العلمي

تهدف هذه الاستبانة استطلاع آرائكم حول موضوع البحث : فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي الأمني ( بالتطبيق على الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية ) والمقدم لنيل درجة الدكتوراه في الاعلام .  
عليه أتطلع إلى حسن تعاونكم في <sup>تحكم</sup> استكمال الاستبانة كاملة واضعين في الاعتبار أن دقة إستجاباتكم لها كبير الأثر في إثراء الدراسة، وأنها تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي وبسرية تامة .

مع خالص شكري وامتناني

الصدیق عثمان الزبير

الدارس

أ.د حسن أحمد الحسن

المشرف

سيد صبا مع لعل  
التقدير  
أ.د حسن الزبير  
10/11/2014





Republic of Sudan  
Ministry of Interior  
Sudan Police Forces H.Q  
General Directorate of  
International Cooperation



جمهورية السودان  
وزارة الداخلية  
رئاسة قوات الشرطة  
الإدارة العامة للتعاون الدولي

النمرة: ١/٥/١/عمومي/م

التاريخ: ٢٠١٧/٥/١١ م

**السيد / مدير الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة**

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

**الباحث النقيب شرطة/ الصديق الزبير يوسف**

المرجع:

خطابكم بالنمرة: أ ع ع ق ع/١/٥٣/م بتاريخ ١٠/١/٢٠١٦ م.

١. بالإشارة للمرجع أعلاه ، أرجو التكرم بإخطار مقدم الطلب بالإتصال بهيئة التدريب جهة الاختصاص بالدراسات العليا.
٢. للتكرم بالإحاطة.
٣. لكم الشكر.

عميد شرطة

حاتم محمود عبد الرازق

ع/لواء شرطة (حقوقي)

مدير الإدارة العامة للتعاون الدولي





النمرة: ج س ع ت / ك د ع / م.م / 010

التاريخ: 2016/11/22م

شهاده لمن يهتمهم الامر

الموضوع: تيسير عمل الباحث / الصديق الزبير يوسف (سوداني الجنسية)

تشهد ادارة هذه الكلية بان الدارس المذكور اعلاه يقوم بالتحضير لدرجة الدكتوراة بالمقررات والبحث التكميلي بكلية علوم الاتصال - علاقات العامة والاعلان نرجو كريم تفضلكم بمدته بالمعلومات التي يحتاج اليها طرفكم بالاضافه الى البحوث والدوريات والتطبيقات العلميه التي تستخدم للاغراض الاكاديميه والبحثيه فقط.

والله الموفق ،،،

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا  
مكتب المسجل  
أشرف الطيب عبدالدافع  
م. مسجل الكلية



## استمارة حضور سمنار

التاريخ:

اسم الدارس: السيد / زيد يوسف أحمد

الكلية: الدراسات العليا

البرنامج:

التخصص: علاقات عامة وإعلام

عنوان الأطروحة: فاعلية علاقات عامة في تخطيط الاستراتيجيات الامتدادية  
 بالطبقة على إدارة العلاقات العامة والإعلام بالجامعة السودانية ولتقديمه

المشرف:

الرقم	الاسم	جهة العمل	التوقيع
1	صالح مساعدي	جامعة كردان	
2	د. زينة صبيح	جامعة السودان	
3	د. ياسر باهر علي	=	
4	د. حنان عبد الله محمد	=	
5			
6			
7			
8			
9			

رئيس القسم المعني

منسق الدراسات العليا بكلية  
 د. صالح مساعدي



## استمارة حضور سمنار

التاريخ: ١١/١٧/٢٠١٩

اسم الدارس: السيد زهير يوسف أحمد

الكلية: الدراسات العليا

البرنامج: العلاقات العامة دكتوراه

التخصص: علوم الاتصال العلاقات العامة والإعلام

عنوان الأطروحة: فعالية العلاقات العامة في التوسط الاستراتيجي

المشرف بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بالهيئة الوطنية للرقابة والتفتيش

المشرف برؤيته: احمد المحسن يوسف

الرقم	الاسم	جهة العمل	التوقيع
1	د. ياسر الكركلي	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	
2	د. أسماء حسنة زهور	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	
3	السيد زهير يوسف	جامعة السودان	
4			
5			
6			
7			
8			
9			

رئيس القسم المعني



مفتق الدراسات العليا بالكلية



استمارة حضور سمنار عم

التاريخ: ١٩١٦ / ٥ / ١٦

اسم الدارس: السيد الزبير يوسف

الكلية: كلية الاتصال

البرنامج: دكتوراه

التخصص: علاقات عامة وإدارة

عنوان الأطروحة: فعالية العلاقات العامة في التسويق الإلكتروني

المشرف: أ.د. حسن أحمد حسن

الرقم	الاسم	جهة العمل	التوقيع
1	عبدالله محمد عبدالمجيد		
2	البريد محمد عثمان الزبير		
3	صالح محمد		
4	محمد سعيد بلال سعيد		
5	د. هادي محمد	للبحوث والبحوث	
6	مها محمد	الدراسة الوطنية	
7	د. مريم محمد	مكتبه الخاص	
8	د. محمد محمد		
9			

رئيس القسم العلمي

د. صالح موسى



عميد الدراسات العليا بالكلية

د. محمد عثمان كبرال

ملا

# دعوة

يدعوكم الباحث: الصديق الزبير يوسف لحضور السمنار الثاني للبحث المقدم لنيل  
درجة الدكتوراة في العلاقات العامة والاعلان :

بعنوان : فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الإستراتيجي الأمني (دراسة وصفية بالتطبيق على  
إدارة العلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية في الفترة من 2013-2016م) - إ.د. حسن أحمد  
المن مشرفاً

الزمان: الثلاثاء: 2017/12/19م الساعة 2 ظهراً... قاعة إجتماعات كلية علوم الاتصال



الدعوة عامة



التمرة: ج أ س / م ب د ع / مجلة

التاريخ: 2018/9/26م

رندم: 5469 - 1585

### إفادة قبول بالنشر

يشهد معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي - جامعة أم درمان الإسلامية بأن:  
الأستاذ/ الصديق الزبير يوسف أحمد  
تقدم بورقة علمية موسومة بعنوان:

### **فاعلية العلاقات العامة في الإعلام الأمني (دراسة وصفية على وزارتي الداخلية السودانية والقطرية)**

للنشر بالمجلة ، وقد عرضت على لجنة المحكمين وأفادوا بصلاحيتها ، وسيتم نشرها في العدد (23) من  
مجلة بحوث ودراسات العالم الإسلامي.

والله الموفق ...

بروفيسور / محمد المرتضى حسن أمين  
مدير التحرير





التمرة: ج م ع ت / ك د ع / م م / 2017

التاريخ: 2017/08/22م

السيد/ مدير العلاقات العامة - سفارة دولة القطرية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع: تيسير عمل الباحث / الصديق الزبير يوسف احمد (سوداني الجنسية)

تشهد إدارة كلية الدراسات العليا بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا أن الدارس المذكور اعلاه يقوم بالتحضير لدرجة الدكتوراه بالبحث بعنوان فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني بالتطبيق علي إدارة العلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية بكلية علوم الإتصال - قسم العلاقات العامة والإعلان نرجو كريم تفضلكم بمدته بالمعلومات التي يحتاج إليها طرفكم بالاضافه الى البحوث والدوريات والكتب العلمية التي تستخدم للأغراض الأكاديميه والبعثيه فقط.

والله الموفق ...





التاريخ: 2016/03/20م

## إستمارة تعيين مشرف

السيد / أ.د. حسن أحمد الحسن يوسف

الموثر

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

### الموضوع: إشراف على دارس

يطيب لي إبلاغكم بأن مجلس بحوث كلية علوم الاتصال قد إختاركم كمشرف رئيس للدارس

المذكور أدناه متمنين لكم التوفيق في هذه المهمة.

- اسم الدارس: الصديق الزبير يوسف أحمد
- الجنسية: سوداني
- عنوان الدراسة باللغة العربية: فاعلية العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي الأمني دراسة مقارنة بين السودان وقطر في الفترة من 2013-2015م
- الدرجة: دكتوراه
- التخصص: العلاقات العامة والاعلان
- تاريخ التسجيل: 2016/03/20م

2013  
2/16

د. الخواض على الفكي  
مسجل الكلية

صورة للسيد:

- رئيس مجلس بحوث كلية علوم الاتصال
- الملف
- المشرف المعاون: د. يوسف عثمان يوسف

تتبعات:

على المشرف أن يتأكد من أن الدارس قادر على:

1. التواصل اللغوي والإلكتروني بكفاءة عالية 2. تحضير وتقديم الندوات العلمية 3. البحث في مصادر المعرفة المختلفة 4. العمل وفق أخلاق البحث العلمي 5. تطوير معارفه ومهاراته باستمرار 6. كتابة التقارير العلمية.
- على المشرف كتابة تقرير دوري كل 6 أشهر عن مدى تقدم الدارس في بحثه وفق الاستمارة المرفقة.
- وعليه أيضاً أن يتأكد من نشر ورقة علمية واحدة في مجلة الماجستير وورقتين علميتين في مجلة الدكتوراه كشرط أساسي للبدء في إجراءات الإمتحان.
- على المشرف أن يتأكد من تقديم الدارس للسننات (التيين للماجستير وثلاثة للدكتوراه) قبل البدء في إجراءات الإمتحان .