

فاعلية العلاقات العامة في تطوير التخطيط الاستراتيجي للقوات النظامية  
(دراسة وصفية تحليلية علي الشرطة السودانية والقطرية)  
في الفترة من 2016م إلى 2018م

الصدیق الزبیر یوسف أحمد وحسن أحمد الحسن یوسف  
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

المستخلص

تناولت هذه الدراسة وهي بعنوان فاعلية العلاقات العامة في تطوير التخطيط الاستراتيجي للقوات النظامية (دراسة وصفية تحليلية علي الشرطة السودانية والشرطة القطرية) ، وهي تهدف إلي التعرف علي العلاقات العامة الحديثة واستراتيجيتها في التخطيط وعناصره ومرتكزاته والمساهمة التي تدفع بها العلاقات العامة في سبيل تعزيز علاقة الشرطة بالجمهور الذي يتلقي الخدمات المختلفة التي تقدمها الشرطة عبر نوافذها المختلفة سواء كانت خدمات أمنية كحملات التوعية التي تساهم في الاستقرار والأمن الداخلي أو خدمات أخرى مثل الترخيص والبطاقة والرقم الوطني والجمارك وغيرها ، وعليه يتم إيجاد الحلول المناسبة لمشكلة هذه الدراسة وهي الغموض الذي يكتنف دور العلاقات العامة في تطوير التخطيط الاستراتيجي الأمني بالشرطة وفقدان جسور التواصل بين الجمهور ورجل الشرطة وذلك لأهمية الدور الذي تقوم به الشرطة في أداء واجبها ، وشرع الباحث في تحديد الوسائل والأساليب المناسبة لتطوير هذه العلاقة وبناء وتعزيز الثقة بين الشرطة والجمهور وتحسين الصورة الذهنية للجمهور تجاه رجل الشرطة ، وأختار الباحث المنهج الوصفي لتحديد ووصف الحالة ومن ثم الشروع في معالجتها ووصفها وأستخدم لجمع هذه المعلومات الأستبانة وهي الوسيلة المناسبة لذلك وتوصل إلي أهم النتائج التالية :

1. الانطباع العام للمستطلعين من الإدارة العامة للإعلام والعلاقات بالشرطة والشرطة القطرية كان ايجابيا ، فقد بلغت درجة الرضا للمستطلعين نسبة 80.69%.
2. معظم المستطلعين يوافقون علي أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق الأهداف الخطة الإستراتيجية بنسبة 84.48%.
3. معظم المستطلعين يوافقون بشدة علي أنه يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة بنسبة 77.45%.
4. غالبية المستطلعين يوافقون بشدة علي للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر و إيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بنسبة 79.55%.

## أهم التوصيات

1. إقامة الدورات التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين بالعلاقات العامة بالشرطة .
2. توفير المال اللازم لعمل العلاقات العامة بالشرطة .
3. الاهتمام بخطة العلاقات العامة والعمل وفق ما جاءت به وعمل التدابير المناسبة لها .
4. مواكبة ما يدور في العالم من تطورات في عمل العلاقات العامة من أجهزة ومعينات وغيرها.

## Abstract

The aim of this study is to know the effectiveness of the public relations in the Sudanese police and the Qatari police. What is the contribution that is being made to strengthen the police relationship with the public, which receives various services provided by the police through its various windows, whether security services such as awareness campaigns that contribute to stability and internal security or other services Such as license, card, national number, customs, etc. The appropriate solutions to the problem of this study are the lack of bridges of communication between the public and the police officer, because of the importance of the role played by the police in performing their duties professionally and impartially. The researcher chose the descriptive approach to identify and describe the situation and then proceed to address it and describe it. This questionnaire was used to collect this information, which is the appropriate means to achieve this and reach the following main results: :

1 / The general impression of the respondents from the General Directorate of Media and Relations with the police and police in Qatar was positive, the degree of satisfaction for the respondents was 80.69%.

2 / Most respondents agree that the training courses qualify the police officers to perform their duties and achieve the objectives of the strategic plan by 84.48%.

3 / Most respondents strongly agree that there is an assessment and measurement of strategic plans and programs in the Department of Media and Public Relations of the police by 77.45%.

4/ The majority of respondents strongly agree that strategic planning has a direct and positive impact on the issues of national security in the public administration of media and public relations by 79.55%. Key Recommendations:

1 / Establishment of internal and external training courses for public relations officers of the police.

2 / Provision of money necessary for the work of public relations police.

3 / Interested in the plan of public relations and work according to the mandate and action of appropriate measures.

4 / Keep abreast of what is going on in the world of developments in the work of public relations devices and aids and others.

## الكلمات المفتاحية

### 1. التخطيط:

أ. التخطيط لغة :

الخط : الطريقة المستطيلة في الشيء والجمع خطوط وقد جمعة العجاج علي أخطاط والخط : الطريق ، يقال: ألزم ذلك الخط ولا تظلم عنه شيئاً . والتخطيط : التسطير ، التهذيب : التخطيط كالتسطير تقول خطت عليه ذنوباً أي سطرت . والخطة : كالخط كأنها اسم للطريقة ( عبدالله علي وآخرون ، ص1198 ) .

ب. التخطيط اصطلاحاً:

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.

ج. التخطيط إجرائياً:

هو مجموعة العمليات والأساليب التي يتم تنفيذها لبلوغ الأهداف المحددة لأي أمر .

### 2. الأمن :

أ. الأمن لغة :

أمن . الأمان الأمانة بمعنى . وقد أمنت فأنا أمن ، وأمنت غيري من الأمان والأمان . والأمن ضد الخوف . والأمانة ضد الخيانة .

ب. الأمن اصطلاحاً:

هو التدابير التي يتم اتخاذها لتحقيق السلم وفرض هيبة الدولة وسيادة حكم القانون وفق الدستور والقانون واللوائح لأي دولة .

ج. الأمن إجرائياً:

هو مجموعة التدابير التي يتم اتخاذها لتحقيق الاستقرار والسلم الداخلي .

3. أما الإستراتيجية الأمنية لغة :

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

ب. الإستراتيجية الأمنية اصطلاحاً :

هي (الخطة أو مجموعة الخطط - الموحدة والمتكاملة والشاملة التي يسعى من خلالها أي تنظيم لتحقيق رسالته وغاياته وأهدافه (أبو الفضل، 2005م ، ص24) .

ج. الاستراتيجية الأمنية إجرائياً:

هي الخطة أو مجموعة الخطط الموحدة أو الشاملة والمنسجمة والتي يسعى من خلالها أي تنظيم لبلوغ الأهداف الشاملة.

## 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 السريع أصبحت تستخدم كل هذه الوسائل مما كان له أثر كبير في العمل وأصبحت تعول عليها كل الإدارات في الوصول إلي أهدافها فالشرطة بالرقم 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 لبسط هبة الدولة وتطبيق مبدأ سيادة حكم القانون .

ففي هذا الدراسة يحاول الباحث أن يصل إلي فاعلية العلاقات العامة في الشرطة وذلك عبر دراسة حالة تجربة إدارة العلاقات العامة بالشرطة السودانية والشرطة القطرية وكيف استقادت من التطور العلمي والتقني وهل تمكنت من ذلك وما مدي القصور وما هي الوسائل الأفضل والظروف المناسبة للوصول إلي الأهداف .

ويرى الباحث أن هذه الدراسة سوف تضيف مزيد 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 .

### أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة في أنها تبحث في فاعلية العلاقات العامة في تطوير التخطيط الاستراتيجي للقوات النظامية والتأكد من ذلك من خلال برامج العلاقات العامة بالتطبيق علي الشرطة وتجربتها لدى دولتي السودان وقطر وأهمية وسائل الاتصال التي تستخدمها في الوصول أهدافها الأمنية من خلال البرامج المتنوعة والخدمات المتعددة لتحقيق الأهداف الكلية للشرطة وأثر ذلك في المجتمع وعلاقته بالتطور في إطار الخطة العامة الإستراتيجية القومية الشاملة لمؤسسات الدولة المختلفة .

### أهداف الدراسة:

1. التعرف على العلاقات العامة الحديثة وأهدافها في الشرطة .
2. المساهمة في تطوير أداء الشرطة وتحسين الصورة الذهنية لدي المواطن.
3. الوصول إلي الحلول للمعوقات التي تحول دون الوصول للأهداف العلاقات العامة بالشرطة .

### مشكلة الدراسة

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

## أسئلة الدراسة

هي الأسئلة التي يفترضها الباحث وتقتضيها الظروف حتى يتمكن من الإجابة عليها خلال الورقة وهي :

1. ما مفهوم العلاقات العامة وأهدافها وأنشطتها ؟
2. ما مفهوم التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ؟
3. ما البرامج والأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة لدعم العمل الشرطي ؟
4. كيف تؤدي العلاقات العامة دورها في الشرطة ؟
5. ما هي الوسائل الاتصالية المناسبة لتوصيل أنشطة العلاقات العامة الإستراتيجية للجمهور؟
6. ما المشاكل والصعوبات التي تواجه تنفيذ أنشطة العلاقات العامة ؟
7. ما الحلول والمقترحات التي تساهم في الوصول لأهداف الشرطة ؟

## ثانيا : منهج الدراسة

الإجراءات والأساليب التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها .أختار الباحث المنهج الوصفي وأسلوب التحليلي فهو أنسب المناهج العلمية استخداما في مثل هذه البحوث .

## 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 الوسائل التي تناسبه وهي : . (عثمان، 2006م، ص300) .

## الإستبانة QUESTIONNAIRE :

( هو الاستقاء 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) .

## حدود الدراسة:

تعني المجال الموضوعي والمجال المكاني والمجال الزمني 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 الدراسة :

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

## الإطار الزمني للدراسة

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.

## عينة الدراسة

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 .

## الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :

وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية ( الحاج ، 2009م )

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 الثانية

دور التخطيط الاستراتيجي الإعلامي في المحافظة علي الأمن القومي ( عثمان ، 2011م ) ، دراسة حالة السودان في الفترة من 2004م . 2009م

منهج الدراسة : التحليل الوصفي

أدوات الدراسة : الإستبانة والمقابلة

## أهم الأهداف

1. معرفة إستراتيجية الإعلام الوطني السوداني.
2. معرفة إستراتيجية 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 الثالثة:

عنوان الدراسة :. أثر التخطيط في العلاقات العامة علي ترقية الأداء في المؤسسات ( اليأس ، 2009م ) ،  
( دراسة حالة الهيئة العامة للطيران المدني ( 2005 م . 2007 م )

أحمد صديق محمد اليأس . جامعة أم درمان الإسلامية  
منهج الدراسة :. المنهج التاريخ 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 أغلبية .
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 علي الهيئة العامة للطيران المدني بجمهورية السودان فالدراستان تبحث في أثر وفاعلية العلاقات العامة .

#### الدراسة الرابعة

دور العلاقات العامة في التوعية المرورية ( بخيت ، 2011م )  
دراسة تطبيقية على إدارة مرور ولاية الخرطوم ( 2007 - 2009م ) 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 .
2. التعرف على المشكلات التي تواجهها العلاقات العامة بإدارة المرور والتي تحد من عدم تحقيق التوعية المرورية .
3. التعريف بأبعاد التوعية المرورية وما هي أفضل الوسائل الإعلامية المستخدمة فيها والتي تساعد على إنجاحها .

## 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 أداؤها هي المالية والاتصالية .

### علاقة الدراسة بالدراسة قيد البحث

تتناول هذه الدراسة دور العلاقات العامة في التوعية المرورية بالتطبيق علي شرطة ولاية الخرطوم بجمهورية السودان فالدراسات تبحث 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 .

### المبحث الثاني: 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 منه إلي الوسيلة المباشرة (الشرييني ، 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).

إن 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 احدي 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 هنالك ثقة متبادلة وتفاهم مشترك بينها وبين جماهيرها (السري ، 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 كالآتي :

تعريف الدكتور علي عوجة 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 ما هو ممكن ومشروع) (إمام ، 1968م ، ص 69).

تعريف العلاقات العامة في الشرطة : وهو تعريف حمود بن عبدالعزيز البدر قال بأنها ( الجحني ، 2006م ، ص 20):.



( فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا ولحسب تقديراتهم 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 إلى 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 ، ص 21 ) .

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 . ( اللوزي ، 2010م ، ص 97 ) :

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 وتقويتها .
  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 .
- هذه الأهداف قد أوردتها الدكتورة موسي اللوزي في كتابه أسس العلاقات العامة الطبعة الأولى صفحة (57) بنفس الكيفية . وقد أورد عبد الرزاق الديلمي في كتابه 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 .

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 وبروز شركات متعددة الأنشطة والجنسيات وتفرعت علوم العلاقات العامة وأصبح لها أنواع يحددها بعض الباحثين في الآتي ( البكري ، 2011م ، ص 22 ) :

1. العلاقات العامة التجارية .

2. العلاقات العامة الصناعية.
3. العلاقات العامة السياسية.
5. العلاقات العامة العسكرية.
6. العلاقات العامة في مناحي الحياة الأخرى .

#### أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

وتتلخص في الآتي ( 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 تغييرات أو تعديلات في القوانين .
4. تنمية الإحساس بالمسئولية 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 كالآتي ( 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 ) .

#### عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة

- هنالك عوامل ساهمت في الاهتمام بالعلاقات العامة وهي( سلطان ، 2015م ، ص20) .
1. الثورة الصناعية والإنتاج الكبير .
  2. زيادة حدة المنافسة .
  3. تزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام .
  4. تطور وسائل الاتصال .
  5. تزايد علاقات الاعتمادية .

#### 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 موجة 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. استماع 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 مرحة ، ونسق الجهود .

### العلاقات العامة العسكرية والشرطية وأهدافها

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 مثلًا التوجيه المعنوي أو إدارة الشؤون العامة أو الخدمات أو الإدارة الاجتماعية أو إدارة المراسم وهي تساعد القوات في أداء مهامها والوصول إلى أهدافها العسكرية وذلك باستخدام وسائل الاتصال المختلفة . وأهم أهدافها الأتي ( جادين ، 2016م ، ص 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 وتغطية الأحداث العسكرية لكسب ثقة الشعوب .
5. تحريض وسائل الإعلام ووسائطه لاحترام الأسلوب المتميز للإعلام العسكري في استعمال الخدعة والحرب النفسية والحيل وغيرها من الوسائل المختلفة .

وتأتي أهمية العلاقات العامة لدورها المتعاضد 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 الأتي ( غريب ، ص63):

### وظيفة العلاقات العامة

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

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 الي القانون الذي يحكم هذا السلوك للتمكن من فهمه 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 محلية إقليمية أو عالمية أما العلاقات العامة فهي تفسر أنشطة المؤسسة للجمهور وتفسر اهتمامات الجمهور للمؤسسة بشكل يجعل كل طرف يتفاعل مع الآخر ويقدره حق تقديره . 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):  
النشاط ، حسن المظهر والمنطق ، الشخصية المستقرة والمتزنة ، الشجاعة ، الإقناع ، الذكاء ، التكيف ، الكياسة ، الاستقامة والصدق ، الخيال الخصب .

### **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 للاتصال والتنسيق ثم التقييم.

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

### **العلاقات العامة عند البابليين و الفراعنة**

أهتم قدماء المصريين بالسيطرة علي أفكار الجمهور وتحريك مشاعرهم من خلال إتباعهم لأساليب شتي كالتالية الفرعون وتقديس الكهنة وتشيد المعابد والمقابر الفخمة وأتبعوا مع شعوبهم أسلوب الاتصال الخطابي لنقل أخبار المجتمع و أبناء الحروب و الانتصارات لأفراد مجتمعاتهم.

العلاقات العامة عند اليونان : كان الأسلوب الاتصالي أكثر تطورا نظرا لارتفاع ثقافة شعوبهم الذين تأثروا كثيرا 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 ونشري الكتب الثقافية العامة بالإضافة للمسرح ويتوقف استخدام كل وسيلة إلي المتغيرات التالية ( أحمد ، 2006م ، 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 بالعوه 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 :- (وَكَلَّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَى لِلْمُؤْمِنِينَ ) (سورة هود الآية 120) وقد جاءت أهداف الإسلام في ثلاثة محاور هي ( المشرف ، 2011م ، ص20-5 ) :

### 1. الإعلام

وهو الدعوة الي الله تعالى وهي وظيفة الأنبياء وأهم ما جاء به الرسل (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) (سورة النحل الآية 125) .  
قال تعالى : (خُذِ الْعُقُوبَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ) (سورة الأعراف الآية 199) . ويقول سبحانه وتعالى : (يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ \* قُمْ فَأَنْذِرْ) (المدثر الآيتان 1-2) . وهي الدعوة إلي الله تعالى وتبليغ رسالته إلي كافة الناس (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سورة سبأ الآية 28) .

### 2. الإقناع

قال تعالى :- (اتَّأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ نَسُوا أَكْثَرَ الَّذِي تَعْلَمُونَ ) (سورة البقرة الآية 44) ويقول سبحانه وتعالى :- (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَعْلَمُونَ \* كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَعْلَمُونَ) (سورة الصف الآيتان 2-3) . ويكون بالالتزام بالمنهج الذي تدعو الناس إليه وأن تتطابق الأقوال بالأفعال .

### 3. الشورى (المشاركة)

والشورى من أهم المبادئ التي دعت لها الشريعة الإسلامية فقد طبقها الرسول صلي الله عليه وسلم والصحابية 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) (سورة آل عمران الآية 159) .

### المبحث الثالث : التحليل

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

(1) البروفيسور: حسن محمد الزين . عميد كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا الأسبق(السودان).

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

(3) الأستاذ : نجوى . فرح المحاضر بجامعة الرباط الوطني(السودان).

وتم إجراء بعض التعديلات حسب توجيهاتهم وتصويبها ومن ثم تم عرضها علي المبحوثين وملئها استعان الباحث في توزيع الاستمارات وجمعها ببعض المعاونين وتم تسليمها لخبير 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 والارتقاء بمستوى الخدمة من خلال الجودة والتطور ورسم السياسات وتحقيق الرؤية ( Vision ) والرسالة للمؤسسة (Mission). وقد سعي الباحث لمعرفة أنشطة العلاقات العامة في الشرطة ومن ثم ترقيتها .

#### محاور التحليل

##### المحور الأول : الخصائص العامة

- بيانات الدراسة اعتمدت على المصادر الأولية واشتملت على الاستبيان من عينة ضمت العاملين في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة السودانية والقطرية حيث بلغ حجم العينة عدد (100) مبحوث .
- قام الباحث بتحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ((Statistical Package for Social Sciences)) اختصاراً (SPSS)
- استخدمت 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.
- تم استخدام الوسط الحسابي المرجح ( Weighted average ) لبناء الرضا العام للمستطلعين .
- لضبط الجودة في مراحل إدخال وتحليل البيانات ، اعتمدت الدراسة على : أسلوب الفحص العيني العشوائي ( Random sample checking ) للتأكد من دقة إدخال البيانات .

#### توزيع أداة الدراسة

##### جدول رقم (1) يوضح توزيع أداة جمع البيانات

| الإستبانات | الموزعة | المسترجعة | المستبعدة | المعتمدة |
|------------|---------|-----------|-----------|----------|
| العدد      | 115     | 105       | 5         | 100      |
| النسبة     | 100.00  | 91.30     | 4.35      | 86.96    |

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

تم توزيع أداة الدراسة علي مجتمع الدراسة بشكل مباشر ، حيث بلغ عدد الإستبانات الموزعة عدد (115) استبانته ، المسترجعة منها عدد (105) استبانته ، فتم اعتماد عدد (100) للتحليل بنسبة 86.96% وهي نسبة عالية في العرف الإحصائي .

جدول رقم (2)

الدولة الذي ينتمي إليه أفراد العينة

| التصنيف | العدد | النسبة |
|---------|-------|--------|
| السودان | 70    | 70.0%  |
| قطر     | 30    | 30.0%  |
| الجملة  | 100   | 100.0% |

لمعرفة النسبة المئوية لكل دولة حسب القوة العددية لكل دولة

جدول رقم (3) نوع الخدمة

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

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

من الجدول أعلاه نجد أن 86.7% من أفراد العينة كانت خدمتهم عسكرية ، بينما بلغ معدل الخدمة المدنية 13.3% الإدارة التي أجرى الباحث التطبيق عليها عسكرية وذلك ما يبرر أن أغلب العاملين خدمتهم عسكرية مع الإستعانة ببعض الخبرات المدنية ، قوات الشرطة عددها أكبر نسبة من الشرطة القطرية.

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 |

من الجدول 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 (5) توزيع أفراد العينة بحسب العمر

| الفئة العمرية | العدد | النسبة |
|---------------|-------|--------|
| أقل من 30     | 25    | 25.3   |
| 30 - 40       | 40    | 40.4   |
| 40 - 50       | 25    | 25.3   |
| أكثر من 50    | 9     | 9.1    |
| الجملة        | 99    | 100    |

من الجدول أعلاه نجد أن 40.4% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم في الفئة العمرية (30-40) سنة ، 25.3% منهم أعمارهم أقل من 30 سنة ، و 25.3% منهم أعمارهم تتراوح أعمارهم ما بين (40-50) سنة ، و 9.1% منهم أعمارهم أكثر من 50 سنة أغلب العاملين في الاستطلاع من فئة الشباب تتراوح أعمارهم بين الفئة الأولى 30 سنة والفئة الثانية بين 30. 40 سنة.

#### جدول رقم (6) المؤهل التعليمي

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

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

من الجدول أعلاه نجد أن 64.0% من أفراد العينة بمؤهل تعليمي جامعي ، و 17.0% بمؤهل تعليمي فوق الجامعي ونجد 19.0% كان مؤهلهم ثانوي .

#### جدول رقم (7) الخبرات العملية

| البيان   | العدد | النسبة |
|----------|-------|--------|
| أقل من 5 | 18    | 18.6   |
| 5 - 10   | 20    | 20.6   |
| 10 - 15  | 22    | 22.7   |
| 15 - 20  | 22    | 22.7   |



|            |    |      |
|------------|----|------|
| أكثر من 20 | 15 | 15.5 |
| الجملة     | 97 | 100  |

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

من الجدول أعلاه نجد أن 22.7% من أفراد العينة خبرتهم العملية في الفئتين (10 - 15) و(15 - 20) ، وتليها 20.6% بخبرة علمية ما بين (5 - 10) سنة ، وتليها 18.6% بخبرة علمية أقل من 5 سنوات ، وأقلها بنسبة 15.5% بخبرة عملية أكثر من 20 سنة .

#### المحور الثاني : مستوى الرضا حول دور العلاقات العامة في الشرطة:

سمات رأي المبحوثين حول تقييم الرضا عن دور العلاقات العامة في أنشطة الشرطة .لمعرفة سمات رأي المستطلعين هل هو منخفض ، أم مرتفع ، أم وسط ، تم استخدام 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 ل لا أوافق ، والوزن 1 ل 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 المستطلعين أكبر من (24) فرأي المستطلعين 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 المستطلعين حول محاور الدراسة قمنا بتحليل اختبار الوسط الحسابي المرجح لكل محاور الدراسة (إجراءات الرضا والقبول) والذي بلغ عددها (10) متغيرات .

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

#### جدول رقم (8)

##### اختلاف رأي المستطلعين حول محاور الدراسة

| العبارة   | عدد البنود | الوسط الحسابي | الوسط الفرضي | الانحراف المعياري | قيمة (ت) | القيمة الاحتمالية | درجة الرأي | مستوى الرأي |
|---|------------|---------------|--------------|-------------------|----------|-------------------|------------|-------------|
| تساهم العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية                                       | 8          | 33.79         | 24           | 3.58              | 25.14    | .000              | 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    | .000              | 81.28%     | عالي جداً   |
| يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة                          | 4          | 15.49         | 12           | 3.19              | 10.79    | .000              | 77.45%     | عالي        |
| للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر و إيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة           | 4          | 15.91         | 12           | 2.98              | 12.84    | .000              | 79.55%     | عالي        |

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

من الجدول أعلاه نجد أن متوسط رأي المستطلعين 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 المستطلعين لهم معرفة تامة عن مساهمة العلاقات العامة في وضع الإستراتيجية الأمنية للشرطة السودانية والقطرية ومحور مساهمة العلاقات العامة يتكون من 8 بنود .

بينما نجد أن متوسط رأي المستطلعين حول إلمام العاملون ومدى إدراكهم بالتخطيط الإستراتيجي وفاعليته 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 المستطلعين 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 المستطلعين حول تقييم 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 المستطلعين لهم معرفة بتقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية، ومحور تقييم وقياس الخطط والبرامج الإستراتيجية يتكون من 4 بنود . بينما نجد أن متوسط رأي المستطلعين حول للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام 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 المستطلعين لهم معرفة تامة بأن للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة، ومحور هل للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر وإيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة يتكون من 4 بنود .

#### جدول رقم (9)

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    |

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

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

### جدول رقم (10)

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    |

المصدر: إعداد الباحث من استبيانات الدراسة الميدانية، 2018م.

من الجدول 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 .

### أهم النتائج

1. بلغت نسبة المستطلعين 86.6% من الرجال ونسبة 13.4% من النساء
2. بلغت نسبة المستطلعين 26.7% من رتبة المساعد شرطة ونسبة 1.3% أقل نسبة من رتبة الوكيل عريف.
3. بلغت نسبة 40.4% المستطلعين الذين أعمارهم من (30-40) سنة 25.3% للمستطلعين للذين أعمارهم اقل من 30 سنة ونسبة 25.3% للمستطلعين الذين أعمارهم (40\_50) سنة ونسبة 9.1% للذين أعمارهم أكثر من 50 سنة .
4. 64% من المستطلعين مؤهلهم جامعي و17% من المستطلعين مؤهلهم فوق الجامعي 19% مؤهلهم ثانوي .
5. بلغت نسبة المستطلعين 22.7% الذين العملية خبرتهم 10\_15 و اقل نسبة بلغت 15,5% للذين أعمارهم أكثر من 20 سنة .
6. 23,79% مساهمه العلاقات العامة في تطوير العمل الشرطي وهي نسبة عالية مقارنة بالنسبة التائية 25,14% .
7. 84,48% معرفتهم بمساهمه العلاقات العامة فع وضع الاستراتيجية .
8. 20,32% نسبة إلمام العاملين بأهمية التخطيط بالنسبة للعلاقات العامة وهو أعلي من النسبة التائية وهي 17,84%
9. أهميه التخطيط بالنسبة لقضايا الأمن الوطني بلغت 15 و 91 وهو مستوي عالي مقارنة بالنسبة التائية.
10. الانطباع العام للمستطلعين من الإدارة العامة للإعلام والعلاقات بالشرطة والشرطة القطرية كان ايجابيا ، فقد بلغت درجة الرضا للمستطلعين نسبة 80.69% .
11. معظم المستطلعين يوافقون علي أن الدورات التدريبية تؤهل القائمين بالعمل بالشرطة لأداء واجباتهم وتحقق الأهداف الخطة الإستراتيجية بنسبة 84.48% .

12. معظم المستطلعين يوافقون بشدة علي أنه يوجد تقييم وقياس للخطط والبرامج الإستراتيجية في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بالشرطة بنسبة 77.45% .13/ غالبية المستطلعين يوافقون بشدة علي للتخطيط الإستراتيجي أثر مباشر و إيجابي في قضايا الأمن الوطني في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بنسبة 79.55%.

#### أهم التوصيات

1. إقامة الدورات التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين بالعلاقات العامة بالشرطة .
2. توفير المباني والمنشآت والأجهزة المتطورة لأنشطة العلاقات العامة .
3. العمل على حل المشكلات المالية والإدارية لعمل العلاقات العامة .
4. الاهتمام بالخطوة والعمل وفق ما جاءت به وعمل التدابير المناسبة لها .
5. مواكبة ما يدور في العالم من تطورات في عمل العلاقات العامة .
6. العمل علي تفعيل وتعزيز سياسات الضبط الإداري واستقرار الخبرات الفنية والعملية والإدارية .
7. العمل على تقييم وقياس الخطط ومدى تنفيذها .
8. تعزيز دور العلاقات العامة والتأكيد على أهميتها بالشرطة .

#### المصادر والمراجع

أولاً : المصادر

1/ القرآن الكريم

2/ السنة النبوية

ثانياً: المراجع:

1. الجراح ، محمود محمد (2015م) ، أصول البحث العلمي ، ط2 ، دار الراهية للنشر والتوزيع ، الأردن ، ص145 .
2. عثمان ، عبد الرحمن أحمد ، (2006م) ، مناهج البحث العلمي ، ط 1 ، منشورات جامعة السودان المفتوحة ، السودان ، ص 300 .
3. عثمان ، عبد الرحمن أحمد ، (2006م) ، مناهج البحث العلمي ، ط 1 ، منشورات جامعة السودان المفتوحة ، السودان ، ص 300 .
4. علي ، عبد الله وآخرون .لسان العرب لابن منظور . المجلد الرابع . القاهرة . دار المعارف . باب العين، ص3071 .
5. علي ، عبد الله وآخرون .لسان العرب لابن منظور . المجلد الرابع . القاهرة . دار المعارف . باب العين، ص1198 .
6. أحمد ، عادل حسين محمد ، (2013م) ، تحديات الأمن القومي السوداني بعد نهاية الحرب الباردة ، مطابع العملة ، الخرطوم ، ص54 .
7. أبو الفضل ، عبد الشافع محمد ، (2005م) ،العلاقات العامة ، جامعة نايف العربية للعلوم العسكرية ، الرياض ، ص24 .
8. الحاج ، محمد عمر محمد ، (2009م) ، وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية ، جامعة أم درمان الإسلامية ، ماجستير .. (غير منشورة 1428 ) .
9. عثمان ، هويدا عثمان عبد الرحيم ، (2011م) ، دور التخطيط الاستراتيجي الإعلامي في المحافظة علي الأمن ، جامعة أم درمان الإسلامية ، ماجستير .

10. الياس ، أحمد صديق محمد ، (2009م) ، أثر التخطيط في العلاقات العامة علي ترقية الأداء في المؤسسات ، رسالة ماجستير غير منشورة .
11. بخيت ، هيثم حسن ، (2011م) ، جامعة أم درمان الإسلامية ، السودان ، رسالة ماجستير غير منشورة.
12. الشربيني ، عبير فتحي ، (2006م) ، العلاقات العامة بين العلوم والفنون ، القاهرة - دار النهضة ، ص 32 .
13. موجود ، محفوظ أحمد ، (1996م) ، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، ط 1 ، دار الهلال ، جامعة العلوم التطبيقية ، ص 15 .
14. السردى ، محمد الدبس ، (2011م) ، الاتصال والعلاقات العامة ، ط 1 ، الأردن ، إسرائ للنشر والتوزيع ، ص 254 .
15. إمام ، إبراهيم ، (1968م) ، العلاقات العامة والمجتمع ، ط 2 ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ص 69 .
16. الجحني ، علي بن فائق ، (2006م) ، مدخل الي العلاقات العامة والإنسانية ، الرياض - جامعة نايف العربية للعلوم العسكرية - 1427هـ .
17. الشربيني ، عبير فتحي ، (2006م) ، العلاقات العامة بين العلوم والفنون ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ص 21 .
18. اللوزي ، موسي ، (2010م) ، أسس العلاقات العامة ، ط 1 ، زمزم ناشرون وموزعون ، الأردن ، ص 57 .
19. الديلمي ، عبد الرزاق . (2015م) ، العلاقات العامة وإدارة الأزمات ، ط (بدون) ، دار اليازوردي للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 27 .
20. البكري ، فؤادة ، (2011م) ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، ط 1 ، جامعة القاهرة ، ص 23 .
21. محمد ، منصور عثمان ، (2011م) ، العلاقات العامة في السودان . مطبعة جامعة أفريقيا العالمية ، ص 39 - 40 .
22. سلطان ، محمد صاحب ، (1436هـ - 2015م) ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، ط 2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع . عمان ، ص 15 .
23. سلطان ، سلطان محمد صاحب ، (1436هـ - 2015م) ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، ط 2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 20 .
24. السردى ، محمد الدبس ، (2011م) ، الاتصال والعلاقات العامة ، ط 1 ، المكتبة الوطنية ، الأردن ، ص 255 - 256 .
25. الديلمي ، عبد الرزاق . (2015م) ، العلاقات العامة وإدارة الأزمات ، ط (بدون) ، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 27 .
26. جادين ، النور عبد الله ، (2016م) ، العلاقات العامة الحديثة ومجالاتها ومستقبلها في السودان ، ط 1 ، مركز الدكتور النور جادين للدراسات والبحوث والتدريب الإعلامي ، السودان ، ص 118 - 119 .
27. غريب ، غريب عبد السميع ، (2004م) ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، جامعة حلوان ، ص 63 .
28. الجمحي ، علي بن فايز ، (1427هـ . 2006م) ، مدخل الي العلاقات العامة والإنسانية ، ط 1 ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، ص 27 . 20 .
29. المشرف ، المشرف عبد اللطيف ، (1432هـ 2011م) ، العلاقات العامة وأساليب نشر الدعوة الإسلامية ، ط 1 ، مطابع السودان للعملة ، ص 72 .
30. أحمد ، عبد المحسن بدوي محمد ، (1427هـ - 2006م) ، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، ص 162 .