

Public Relations Communication Activities and Security Awareness: A Case Study of the Counter-Terrorism Service.

Assit. Lect. Anfal Ghazi Al-Sarray¹, Lect. Ameer Ghazi Jassim²

Department of Media and Government Communication / Al-Nahrain University1

Department of Media and Government Communication / Al-Nahrain University2

anfal.ghazi@nahrainuniv.edu.iq

Received Aug26, 2025

Revised Sep 3, 2025

Accepted Nov, 2 2025

Online Jan.1, 2026

ABSTRACT

This research aims to examine the communication activities of the Public Relations Unit within the Iraqi Counter-Terrorism Service and their role in enhancing security awareness, with a focus on how these activities are used to build public trust and convey security messages accurately and effectively. The researcher relied on in-depth interviews as the primary data-collection tool, which provided a detailed understanding of the communication methods and strategies adopted within the Service.

The study's findings revealed that the Public Relations Unit implements a diverse range of communication activities, covering preventive, awareness-raising, and remedial approaches. These are delivered through various media channels, including national media, official websites, and social media platforms, with continuous monitoring of their impact. The results further indicated that such activities have significantly contributed to raising public security awareness, strengthening trust with citizens, and reducing the spread of rumors and external recruitment attempts, despite the technical and structural challenges faced by the Service.

The study underscores the importance of strengthening public relations units' communication capacities within security institutions and of adopting innovative, flexible approaches to engage both internal and external audiences. This ensures the accurate and effective delivery of security messages and fosters an environment of transparency and mutual trust.

Keywords: Communication activities, Public relations, Security awareness, Iraqi Counter-Terrorism Service

الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في التوعية الأمنية

(جهاز مكافحة الإرهاب نموذجًا)

م.م. أنفال غازي السراي¹، م.م. أمير غازي جاسم²

قسم الاعلام والاتصال الحكومي/جامعة النهرين

قسم الاعلام والاتصال الحكومي/جامعة النهرين

المخلص

يهدف هذا البحث إلى دراسة الأنشطة الاتصالية لوحدة العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب العراقي ودورها في تعزيز التوعية الأمنية، مع التركيز على كيفية توظيف هذه الأنشطة لبناء ثقة الجمهور ونقل الرسائل الأمنية بدقة وفاعلية. واعتمدت الباحثة على المقابلة المعمقة بوصفها أداة رئيسية لجمع البيانات، مما أتاح فهمًا تفصيليًا للأساليب والاستراتيجيات الاتصالية المتبعة داخل الجهاز.

وأظهرت نتائج الدراسة أن وحدة العلاقات العامة تنفذ مجموعة متنوعة من الأنشطة الاتصالية، تتراوح بين الوقائية والتوعوية والعلاجية، باستعمال وسائل إعلامية مختلفة تشمل الإعلام الوطني والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، مع الحرص على قياس أثر هذه الأنشطة بشكل دوري. كما تبين أن هذه الأنشطة أسهمت بشكل ملموس في رفع مستوى الوعي الأمني لدى الجمهور، وبناء الثقة مع المواطنين، والحد من انتشار الشائعات ومحاولات التجنيد الخارجي، على الرغم من التحديات التقنية والبنوية التي تواجه الجهاز.

وتؤكد الدراسة على أهمية تعزيز القدرات الاتصالية للعلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية، واعتماد أساليب مبتكرة ومرنة للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، لضمان إيصال الرسائل الأمنية بدقة وفاعلية، وتعزيز بيئة من الشفافية والثقة المتبادلة

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، التوعية الأمنية، جهاز مكافحة الإرهاب العراقي

الإطار المنهجي**أولاً: المقدمة**

يتناول هذا البحث الدور الحيوي الذي تؤديه العلاقات العامة في التوعية الأمنية، مع التركيز على الأنشطة الاتصالية التي تسهم بتعزيز الوعي العام بمخاطر الإرهاب وآليات مكافحته، تسليط الضوء على دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز التوعية الأمنية، يعد جهاز مكافحة الإرهاب نموذجاً عملياً لدراسة هذه الأنشطة، إذ يبرز دوره في التصدي للتهديدات الأمنية عبر استراتيجيات اتصالية متقدمة.

ثانياً: مشكلة البحث

تزايدت الحاجة إلى التوعية الأمنية في ظل التحديات الأمنية الراهنة، وتضطلع العلاقات العامة بدور مهم في توجيه رسائل توعوية إلى الجمهور، إلا أن فاعلية الأنشطة الاتصالية في هذا السياق لم تنل الدراسة الكافية، مما يطرح التساؤل: ما مدى فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تمارسها وحدة العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب في تعزيز التوعية الأمنية لدى الجمهور؟

1. تساؤلات البحث:

- ما أبرز الأنشطة الاتصالية التي تعتمدها العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب؟
- كيف تسهم الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تحقيق التوعية الأمنية؟
- ما الوسائل الاتصالية الأكثر تأثيراً على الجمهور؟
- ما معوقات التواصل الفعال بين العلاقات العامة والجمهور في السياق الأمني؟

2. ثالثاً: أهمية البحث

يعكس البحث أهمية العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية ودورها في حماية المجتمع من المخاطر الإرهابية. وتسليط الضوء على دور العلاقات العامة بوصفها أداة استراتيجية للتوعية الأمنية

نظرية: يساهم بتطوير فهم علمي لدور العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية. عملية: يقدم مؤشرات لتقييم وتحسين استراتيجيات التوعية الأمنية داخل جهاز مكافحة الإرهاب

رابعاً: أهداف البحث

1. تحديد أهم الأنشطة الاتصالية التي يستعملها جهاز مكافحة الإرهاب.
2. توضيح دور العلاقات العامة في مواجهة الشائعات والأخبار المضلة ذات الطابع الأمني
3. التعرف على أبرز التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الجهاز عند تنفيذ استراتيجيات التوعية الأمنية

خامساً: منهج البحث

يعرف المنهج الطريقتي المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بوساطة مجموعة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة (عبد الحميد، 2000، صفحة 18)

ولمعرفة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في التوعية الأمنية في جهاز مكافحة الإرهاب اعتمد الباحثان في هذه البحث على المنهج المسحي، وهو أنسب المناهج العلمية في مجال الدراسات الإعلامية للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة.

سادساً: مجالات البحث

- **المجال المكاني:** حدد الباحثان هذا المجال بالعاملين في العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب العراقي*.

* العاملون وحدة العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب

- **المجال الزمني:** حدد الباحثان هذا المجال بالمدة من 1/6/2025 إلى 25/7/2025 وهي مدة اجراء المقابلات المعمقة وتحليلها.

سابعاً: أداة البحث

اعتمد الباحثان على المقابلات المعمقة بوصفها أداة أساسية لجمع البيانات، وقد صممت أسئلة المقابلة صيغة مفتوحة؛ لتشجيع المحوئين على التعبير عن تجاربهم وسلوكياتهم بعمق، وكذلك تم تصميم استمارة المقابلة بدقة؛ لتغطي جوانب مختلفة من موضوع البحث.

ثامناً: اختبار الصدق

تم التأكد من صلاحية الأسئلة المقابلة بتطبيق معيار الصدق الظاهري، إذ طرحت الأسئلة المقترحة على مجموعة من الخبراء* المتخصصين في المجال، وأكدوا ملاءمتها لقياس الأبعاد المراد دراستها، وبناء على ملاحظاتهم، أجريت التعديلات اللازمة على الأسئلة، والمعادلة هي:

100 ×	مجموعة الاسئلة التي اتفق عليها الخبراء	=	الصدق الظاهري
	مجموع الاسئلة الكلية		
86.6667	=100 -	=	الصدق الظاهري للاداة
	52		
			60

تاسعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات

1. العلاقات العامة: "هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد" (الحلاق، 2020، صفحة 21)
2. الأنشطة الاتصالية: هي "مجموعة الممارسات الخاصة بجهاز العلاقات العامة فق إطار العمل الترويجي لتحقيق أهداف المؤسسة وتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي (السعلوس، 2018، صفحة 743)
3. جهاز مكافحة الإرهاب العراقي: هو تشكيل أمني متخصص يعمل تحت إشراف القائد العام للقوات المسلحة، ويتجسد دوره في التخطيط والتنفيذ للعمليات النوعية ضد التنظيمات الإرهابية، كما يوظف أدوات العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية بوصفها وسيلة لنشر الوعي الأمني، وترسيخ صورة إيجابية لدى الجمهور، بما يسهم بدعم أهداف الدولة في حفظ الأمن والاستقرار
4. تعريف المؤسسة الأمنية: "هي الجهة الرسمية المسؤولة عن القيام بواجبات منع الجريمة ومكافحة الجريمة والحفاظ على الأمن والنظام والاستقرار الاجتماعي، بحيث تستخدم الدولة جميع الإمكانيات البشرية والميكانيكية والمادية لتحقيق هذا الأمن.

1. د. علي مرزوق، باحث في جهاز مكافحة الارهاب

2. د. ابا الفضل الياسري، قسم العلاقات العامة جهاز مكافحة الارهاب

3. محمد المالكي، قسم العلاقات العامة، جهاز مكافحة الارهاب

* أسماء الخبراء

1. د. ناهض فاضل الجوارى/جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة.

2. د. محمد معوض/جامعة عين الشمس، كلية الاعلام.

3. م. د. مدين عمران محمود/جامعة الاسراء، كلية الاداب.

بغض النظر عن مدى قوتها، لا يمكنها أداء واجباتها بالكامل دون التفاعل مع أفراد المجتمع". (علاء الدين، 2020، صفحة

(13)

عاشراً: دراسات سابقة

1-دراسة (السعلوس، 2018) :-

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومهمتها في التواصل مع الجمهورين الداخلي والخارجي للمستشفى، واعتمد الباحث على المنهج المسحي في تنفيذ الدراسة مستخدماً الاستبانة أداة في جمع المعلومات والبيانات، واعتمدت عينة الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي وعددهم (١٣) ممارسة، مستخدماً أسلوب الحصر الشامل في تحديد عينة الدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن وسائل الإعلام الجديدة تتفوق على سائر وسائل الاتصال التي هي عند ممارسي العلاقات العامة في المستشفى، وأن جهاز العلاقات العامة في المستشفى يستعمل الأساليب التي تتضمن الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي

2-دراسة (علوان، 2018)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف واقع الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية، كما هدفت إلى الكشف عن الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية، والتعرف على الوسائل التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها سفارات العراقية.

3-دراسة (عاشور و أبو عرجة)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية واسلوب عمل وفعالية البرامج والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، فضلاً عن تأثير برامج العلاقات العامة على الجمهور الاردني كما يراها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الاردن . واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستعمال اداتي الاستبانة والمقابلة ، إذ صممت الاستبانة خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على جميع ممارسي العلاقات العامة في جميع المنظمات الدولية العاملة في الاردن وعددها (15) منظمة. ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة : أن الاتفاق بين العاملين في العلاقات العامة بالمنظمات الدولية في الأردن على مجال أساليب ممارسة نشاط المنظمات الدولية في الأردن.

-التعليق على الدراسات السابقة:

يتبين من استعراض الدراسات السابقة وجود تقاطعات واضحة مع الدراسة الحالية، إذ تشترك معها في تركيزها على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، وفي اعتمادها على ممارسي العلاقات العامة بوصفهم مصدرًا أساسيًا للمعلومات، فضلاً عن استعمال المنهج الوصفي التحليلي، وأدوات بحث مثل المقابلة والاستبانة، وتحليل العلاقة بين المؤسسة والجمهور. ومع ذلك، تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها في عدة جوانب مهمة، أبرزها: خصوصية البيئة الأمنية التي تنتمي إليها عينة الدراسة، وهدفها المرتبط بالتوعية الأمنية وليس فقط الاتصال المؤسسي، فضلاً عن اعتمادها على المقابلة بوصفها أداة رئيسية، وتعاملها مع جمهور نوعي (أمني ومجتمعي)، ضمن إطار عمل يتطلب السرية والدقة. ومن ثمّ، فإن الدراسة الحالية تنطلق من أرضية علمية مشتركة مع الأدبيات السابقة، لكنها تضيف بُعداً نوعياً متميزاً من تناولها لدور العلاقات العامة في السياق الأمني التوعوي، الأمر الذي يعزز من أصالتها وأهميتها في مجال دراسات الاتصال المؤسسي والأمني.

الإطار المفاهيمي للبحث:

أولاً: نشأة العلاقات العامة وتطورها:

ظهر تصور العلاقات العامة عقب التحول الصناعي في أوروبا، وظهور العامل والمؤسسات الضخمة التي تمت بتوطيد العلاقة بجمهورها، مع تعقيد المعيشة وكثرة الأعمال التي تقوم بها الحكومات والمؤسسات التابعة لها، والحاجة إلى التواصل مع المجتمع،

كانت العلاقات العامة هي الوسيلة إلى التواصل بين الحكومة والجمهور. وبدأت العلاقات العامة مفهوماً جديداً مع بداية النهضة الأوروبية، ويعقب خضوع العلوم الإنسانية للتطوير. لكونه عملاً بشرياً فهي قديمة قدم المجتمعات الإنسانية، فالإنسان بطبيعته اجتماعي يميل دائماً إلى الاتصال مع الآخرين، ويسعى إلى التعامل معهم، من أجل المنفعة المتبادلة، سواء في تبادل الخبرات أو الغذاء أو الحاجة إلى الدفاع المشترك مع التحديات والمخاطر التي قد تواجهه. (نغيمش، 2011، صفحة 16).

ومع تطور المجتمعات الإنسانية وتواكبها مع التغيرات، طرأت التحولات على عادات المجتمع وتقاليدته أيضاً، وبدأت كيانات ومنظمات سياسية واجتماعية واقتصادية ودينية، وبرزت حاجة ماسة في تلك الكيانات والمنظمات إلى إقامة نوع من العلاقات مع الناس، وذلك لتحقيق أهدافها، فوجدت نفسها تقوم بنشاط توافقي، الهدف منه بناء نوع من العلاقات مع جمهور تلك المنظمة أو الكيان، والذي يتوقف على نجاحها على اكتساب ثقته وتأييده.

العلاقات العامة: هي "إدارة التواصل بين المؤسسة وجمهورها لبناء الثقة والتفاهم"، ويعتمد في ذلك على مجموعة من الأنشطة الاتصالية المنظمة التي تعزز مصداقية المنظمة وتحقق أهدافها.

تعريف العلاقات العامة: "هي فن إدارة الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي باستعمال مجموعة من الفنون والأساليب والوسائل الاتصالية المباشرة وغير المباشرة للتأثير في عقول وعواطف الجماهير واقتناعها بأفضلية المؤسسة وما تقدمه من خدمات ومنتجات. (العقابي، 2014، صفحة 35)

العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية (بدوي، 2006، صفحة 40)

نشاط ثنائي يشمل تقديم المشورة لإدارة المؤسسة الأمنية بعد دراسة اتجاهات الرأي العام، وكذلك يتضمن إعلام الجماهير بما تنجزه الأجهزة الأمنية من مهام وذلك من طريق الإعلام الأمين الهادف.

وتعرف أيضاً "الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين الجهاز الأمني وجمهوره وذلك لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما من طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة الأنشطة المختلفة".

مهام العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية في الآتي

- بث ثقافة الإدراك والأمان بين الناس لتخفيف أخطار الحوادث والسلامة.
- يُشجع الصحفيون والمذيعون على نشر أخبارهم واستقصاءاتهم.
- تصميم ونشر ملصقات وهيئات تسلط الضوء على أهمية وغاية رجال الشرطة في المجتمع.
- إنتاج أفلام ثقافية وتدريبية تصور نشاطات وخدمات رجال الشرطة. (عتوم، 2010، صفحة 62)

ثانياً: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة

تعد الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ضرورية، ولا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنها أو تجاهلها، إذ يزداد الطلب على العلاقات العامة كلما توسع عمل المؤسسة واتسعت الفروع الجغرافية لها، كما تزداد الحاجة إليها عندما يرتبط نشاط المؤسسة بالمجتمع بشكل مباشر (الجواري، 2005، صفحة 23)

وتصبح عمليات التواصل أكثر صعوبة مع تنوع الجمهور، مما يستلزم إلماماً واسعاً ومعرفة وتجربة كبيرة، ويستدعي وجود قسم متخصص وذوي خبرة في مجال العلاقات العامة (المصري، 2000، صفحة 46)

كما تحتل الأنشطة الاتصالية مكانة مهمة كونها تمثل القناة التي ينقل بها المختص رسالة معينة إلى الجمهور لتحقيق أهدافه الاتصالية. ومن هنا فإن معرفة الوسيلة المستخدمة وإدراك إمكاناتها وخصائصها تُعد من الجوانب الأساسية التي يركز عليها المسؤول أثناء عملية الاتصال في العلاقات العامة.

ويعد الاتصال من أهم عمليات العلاقات العامة، بل إن العديد من خبراء العلاقات العامة يرون أن هذه العلاقات تقوم أساساً على الاتصال وتبادل المعلومات بهدف التأثير في الجماهير داخل المؤسسة وخارجها. إذ لا يقتصر مفهوم الاتصال في إدارات العلاقات العامة على إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار فقط، بل يمتد إلى مرحلة الاتصال المؤثر الذي يترك أثراً في نفوس المتلقين، ويهدف إلى تحسين سمعة المؤسسة لدى الرأي العام. ولن يتحقق ذلك إلا إذا كان الاتصال مفيداً وفعالاً ومؤثراً (الحوالدة، 2014، صفحة 75)

تعريف الأنشطة الاتصالية:

هي "مجموعة من الممارسات الخاصة بالعلاقات العامة، في إطار العمل الترويجي لتحقيق أهداف المؤسسة وتحسين صورها لدى جمهورها الداخلي والخارجي العلاقات العامة من وظائف وفعاليات، مستخدمة وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الناس عن المؤسسة" (عتوم، 2010، صفحة 64)

الاتصال في العلاقات العامة: (علي، 2024، صفحة 15)

يعرف الاتصال بأنه "عملية توصيل الأفكار والمعلومات والحقائق من وإلى الجماهير، بهدف التأثير فيها، في الاتجاه الذي يضمن تأييدها وتفهمها للمؤسسة"

والاتصال يتمتع بقدرة فائقة على التأثير في جمهور المؤسسة أو الشركة، سواء كان داخلياً أو خارجياً. ويظهر جوهر العلاقات العامة من قدرتها على تعزيز التواصل والتأثير في الجمهور، مما يعني أن كليهما يسعى لتحقيق أهداف مشتركة تتمثل في تلبية تطلعات المؤسسة.

ويذكر كنعان أن العلاقات العامة من ممارسة نشاطاتها الاتصالية على وسائل الاتصال الجماهيري تعتمد على استعمال عند وسائل منها: (كنعان، 2014، صفحة 32)

1- الصحف

2- الراديو

3- التلفزيون

4- المطبوعات منها (النشرات، الكتيبات، نماذج في المراسلات الداخلية والخارجية)

5- الاجتماعات

6- الأنترنت

7- البريد الإلكتروني

8- لوحة اعلانات الداخلية

9- المجلات

10- المعارض

ثالثاً: ماهية جهاز مكافحة الإرهاب في العراق:

جهاز مكافحة الإرهاب العراقي (Iraqi Counter-Terrorism Service – CTS)

هو جهاز أمني استخباري يرتبط بالقائد العام للقوات المسلحة، تأسس الجهاز عام 2007، وسبقه تشكيل قيادة قوات مكافحة الإرهاب والتشكيلات المرتبطة بها وكانت نواته مشكلة في 2003 ، واستُحدث للحد من تهديدات الإرهاب داخل البلاد، ولتنفيذ العمليات الخاصة التي تتطلب مهارات دقيقة وتنظيمًا عاليًا.

يسعى جهاز مكافحة الإرهاب العراقي إلى تحقيق أهدافه بالوسائل المتنوعة: (الشكراوي و الربيعي، 2021، صفحة 33)
1. وضع استراتيجية شاملة لمكافحة الإرهاب والعمل على تطويرها بشكل مستمر بما ينسجم مع التحديات والمتغيرات الأمنية.
2. تنفيذ العمليات الأمنية والخطط الاستراتيجية في مجال مكافحة الإرهاب وفقاً للقانون، ويشمل ذلك:

- تنفيذ عمليات المراقبة، التفتيش، والتحرير استناداً إلى أوامر قضائية.
- مراقبة الاتصالات، مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية بموجب أوامر قضائية.
- تنفيذ أوامر القبض الصادرة عن القضاء المختص.
- التحقيق مع الملقى القبض عليهم من قبل محققين قضائيين وتحت إشراف قضاة مختصين.
- التنسيق وتبادل المعلومات مع الأجهزة الأمنية والجهات المعنية ذات الصلة.
- التعاون مع الأجهزة النظيرة في الدول العربية والأجنبية في إطار مكافحة الإرهاب.
- تعقب مصادر تمويل الإرهاب وتجميدها بالتعاون مع مكتب مكافحة غسل الأموال، البنك المركزي العراقي، والجهات ذات العلاقة.

3. وضع معايير لتصنيف وتحديد أولويات الأهداف الإرهابية، التي تمارس أفعالاً منصوصاً عليها في قانون مكافحة الإرهاب رقم (13) لسنة 2005، سواء من قبل أفراد أو جماعات، طبيعية أو معنوية.

4. متابعة تنفيذ توجيهات الدولة ومهامها في مجال مكافحة الإرهاب، وضمان توافرها مع الأهداف الوطنية.
5. التنسيق مع الأجهزة الاستخباراتية المختصة لتنفيذ المهام المكلفة بها ضمن خطط مكافحة الإرهاب.
6. التعاون مع وزارة الخارجية لحشد الجهود الدبلوماسية وتعزيز التعاون الدولي، بما يسهم في تطهير العراق من أوكار الإرهاب ومصادر دعمه.

7. تداول وتقييم المعلومات الاستخباراتية المتعلقة بمكافحة الإرهاب داخل العراق وخارجه، لضمان اتخاذ التدابير الملائمة.
8. التنسيق الأمني مع الجهات المختصة لوضع وتنفيذ الخطط اللازمة في إطار مكافحة الإرهاب.
9. تنفيذ الفعاليات الضرورية لإنجاز مهام الجهاز، وضمان توفير الحماية الأمنية المناسبة والتدابير المرتبطة بها

نتائج الدراسة الكيفية:

أسفرت نتائج التحليل الكيفي للمقابلات التي أجريت مع مسؤولي وحدة العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب عن استخلاص مجموعة من المخرجات الرئيسية التي توضح طبيعة الأساليب الاتصالية التي يوظفها الجهاز في مجال التوعية الأمنية، وذلك عبر محاور:

المحور الأول: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة

أظهرت نتائج المقابلات أن طبيعة الأنشطة الاتصالية التي ينفذها جهاز مكافحة الإرهاب تتسم بالتعددية والمرونة. فهي من جهة تُوجه داخلياً نحو المنتسبين لتعزيز روح الانتماء والهوية المؤسسية عبر نشرات توعوية واجتماعات دورية، ومن جهة أخرى تُوجه خارجياً إلى المواطنين بهدف بناء الثقة وتوضيح دور الجهاز الأمني في حماية المجتمع. وقد أكد المشاركون أن الأنشطة عادةً ما تُصنف على وفق الفئة المستهدفة، وهو ما يفسر تنوعها بين الحملات الإعلامية الرقمية، والفعاليات الميدانية، واللقاءات مع مؤسسات المجتمع المدني.

كما تبين أن العمل الاتصالي للجهاز يجمع بين البعدين الوقائي والعلاجي؛ إذ يتم اعتماد برامج وقائية قبل وقوع الأحداث لمواجهة الشائعات والاختراقات الفكرية، وفي المقابل تُنفذ أنشطة علاجية بعد الأحداث الأمنية لطمأنة الجمهور وضبط الخطاب الإعلامي وتفنيد الأخبار المغلوطة.

وبخصوص أدوات الاتصال، أوضحت النتائج أن نحو 40% من الجهود موجهة نحو الاتصال المباشر من المؤتمرات، الندوات، والفعاليات الميدانية، بينما يشكل الاتصال الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي نسبة 60%، لما يوفره من سرعة انتشار خاصة بين فئة الشباب.

أما عن الأنشطة الأكثر تأثيراً، فقد اتفق المستجيبون على أن الجمع بين الحضور الميداني والتغطية الرقمية يحقق الأثر الأكبر، ولا سيما في المؤتمرات المشتركة مع الجامعات ومنظمات المجتمع المدني، وحملات التوعية الموجهة للمدارس. كما أظهرت النتائج أن هناك خطة سنوية تحدد المحاور العامة للأنشطة، لكن غالباً ما تُعدل أو تُدعم بأنشطة طارئة لمواكبة المستجدات الأمنية.

المحور الثاني: المحتوى الأمني في الأنشطة

أشارت النتائج إلى أن الرسائل الأمنية المدمجة ضمن الأنشطة تنتم بالتركيز على التوعية والوقاية أكثر من التخويف أو الترهيب، إذ تهدف إلى توضيح خطورة الإرهاب، وكشف أساليبه في التضليل، والدعوة للتعاون مع الأجهزة الأمنية، فضلاً عن التحذير من الشائعات وإبراز بطولات المنتسبين لتعزيز الثقة بالمؤسسة الأمنية. وقد تبين أن صياغة هذه الرسائل تراعي البساطة والقرب من لغة الجمهور.

كما أظهرت المقابلات أن هناك تنسيقاً مستمراً مع الأجهزة الاستخباراتية والعملياتية قبل نشر أي رسالة، لضمان دقتها وتوافقها مع مقتضيات الأمن الوطني، إذ تُعقد اجتماعات دورية بين ضباط الاستخبارات وممثلي العلاقات العامة لتحديد الأولويات.

وأفادت النتائج أن الجهاز يولي أهمية لتحليل الجمهور قبل بث الرسائل، من استطلاعات رأي، ورصد التفاعل الرقمي، فضلاً عن تقارير استخباراتية عن اتجاهات الرأي العام. وبناءً على ذلك، يتم تعديل اللغة والمضامين لتناسب كل شريحة، سواء من الشباب أو المثقفين أو السكان المتأثرين بالتهديدات.

أما القضايا الشائكة مثل الإرهاب الإلكتروني، التجنيد، غسل الأدمغة والشائعات، فقد عُولجت عبر مقاربة مزدوجة: تبسيط المعلومات المعقدة بلغة تحذيرية مباشرة دون تهويل، إلى جانب استعمال قصص واقعية وأمثلة عملية تُبرز خطورة هذه الظواهر. وقد تبين أيضاً أن الجهاز يتعاون مع وزارات التربية والتعليم العالي لإدماج هذه القضايا في برامج توعية مستدامة.

المحور الثالث: تنفيذ حملات التوعية الأمنية

أكدت نتائج الدراسة أن وحدة العلاقات العامة نفذت عدداً كبيراً من الحملات التوعوية في السنوات الماضية، تجاوزت الخمسين حملة بين عامي 2016-2023.

ومن أبرزها حملة عام 2017 لمكافحة الشائعات في معركة تحرير الموصل، وحملة عام 2019 التي استهدفت طلبة الجامعات للتوعية بخطر الإرهاب الإلكتروني، فضلاً عن حملة عام 2021 لمواجهة خطاب الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي، وحملة عام 2022 بالتعاون مع وزارة التربية لتعريف الطلبة بأساليب التجنيد عبر الإنترنت.

وقد اتضح أن أهداف هذه الحملات كانت متعددة، أهمها رفع مستوى الوعي المجتمعي، وتعزيز الثقة بالمؤسسة الأمنية، وإشراك المواطن في الأمن الوقائي، كما أنها صُممت لتستهدف فئات بعينها مثل الشباب والطلبة والإعلاميين والنساء، وفق طبيعة التهديدات القائمة.

وأظهرت النتائج أن التعاون مع جهات خارجية مثل وزارة الداخلية، ووزارة التربية، ووزارة التعليم العالي، والمؤسسات الدينية، وهيئة الإعلام والاتصالات، فضلاً عن منظمات المجتمع المدني، شكل ركيزة أساسية في نجاح تلك الحملات.

وبالنسبة لأبرز الوسائل الاتصالية المستخدمة، فقد تنوعت بين المطبوعات والنشرات التوعوية، الفيديوهات والمواد التفاعلية الرقمية، الملصقات في الأماكن العامة، الزيارات الميدانية للجامعات والمدارس، المقالات الصحفية، والبرامج التلفزيونية والإذاعية.

المحور الرابع: التقييم والنتائج

أظهرت النتائج أن وحدة العلاقات العامة تمتلك أرشيفاً متكاملًا يوثق جميع الحملات السابقة، ويشمل نسجًا من المواد المطبوعة والإلكترونية إلى جانب تقارير تقييم توضح نسب المشاركة والتأثير، ويُعد هذا الأرشيف قاعدة بيانات أساسية تساعد الجهاز على تحسين الخطط المستقبلية والبناء على الدروس المستفادة من التجارب السابقة. كما تبين أن الجهاز يولي أهمية لقياس أثر الأنشطة عبر مؤشرات كمية (عدد المشاركين، نسب التفاعل الرقمي، حجم التغطية الإعلامية) ونوعية (مستوى الوعي، تغير السلوك الأمني).

وأوضحت النتائج وجود تجاوب حقيقي من الجمهور، تجلى بوضوح في الفعاليات الميدانية التي شهدت تفاعلاً كبيراً من الطلبة والشباب، فضلاً عن التفاعل الرقمي المتزايد مع المواد التوعوية المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي من التعليقات وإعادة النشر، مما يعكس اهتمام الجمهور بالرسائل الأمنية ومتابعتها.

وبحسب تقارير الأرشيف، فقد تجاوز عدد المستفيدين المباشرين مليون شخص، بينما وصل تأثير الحملات الرقمية إلى ملايين آخرين، وكانت فئة الشباب الأكثر تجاوباً مع هذه الأنشطة، ومن النجاحات البارزة التي حققتها الوحدة تعزيز ثقافة الأمن المجتمعي، إحباط الشائعات في معارك التحرير، وتثبيت خطاب وطني موحد عزز ثقة المواطنين بالمؤسسة الأمنية.

المحور الخامس: التحديات والتوصيات

أبرزت النتائج أن هناك تحديات تواجه عمل الوحدة، من بينها محدودية الموارد التقنية مقارنة بحجم التحديات، نقص الكوادر الإعلامية المتخصصة بالاتصال الرقمي، وضعف البنية التحتية في بعض المناطق، فضلاً عن القيود الأمنية التي تفرض الحذر في صياغة الرسائل. كما تبين وجود تحفظ لدى بعض المواطنين في التفاعل مع الأنشطة الرسمية، خصوصاً في المناطق التي عانت سابقاً من الإرهاب.

و هناك أحياناً قيود أمنية تمنع من نشر بعض التفاصيل المرتبطة بالعمليات الجارية، مما يفرض علينا صياغة الرسائل بحذر شديد. كذلك، يواجه بعض المواطنين حالة من التحفظ أو الحذر في التفاعل مع الأنشطة الرسمية، خصوصاً في المناطق التي عانت سابقاً من الإرهاب، وهو ما يتطلب خطاباً مبسطاً وموثوقاً لكسب ثقتهم.

وكذلك ابرزت النتائج يمكن تطوير اداء العلاقات العامة في الجهاز لتحقيق أهداف توعية أوسع عبر تعزيز التدريب المستمر للكوادر، واعتماد تقنيات حديثة في الاتصال الرقمي، مثل استعمال التحليلات الذكية ورصد التوجهات عبر الذكاء الاصطناعي. كما أن الشراكة مع الجامعات ومراكز البحث يمكن أن تسهم في صياغة رسائل أكثر مهنية وفاعلية.

الاستنتاجات:

1. تعددية ومرونة الأنشطة الاتصالية: أظهرت نتائج الدراسة أن وحدة العلاقات العامة في جهاز مكافحة الإرهاب تنفذ أنشطة اتصالية متعددة المستويات والأهداف، موجهة داخلياً نحو المنتسبين لتعزيز الانتماء المؤسسي، وخارجياً نحو المواطنين لبناء الثقة. كما أن الأنشطة تختلف باختلاف الفئة المستهدفة والطبيعة الأمنية للأحداث، مما يعكس مرونة عالية في التخطيط والتنفيذ.

2. دمج البعدين الوقائي والعلاجي: توضح النتائج أن الجهاز يجمع بين الأنشطة الوقائية التي تهدف إلى مواجهة الشائعات والاختراقات الفكرية قبل وقوع الأحداث، والأنشطة العلاجية التي تُنفذ بعد وقوع الأحداث لضبط الخطاب الإعلامي وطمأنة الجمهور، وهو ما يسهم في استقرار الوعي الأمني لدى المواطنين.

3. تنوع الوسائل والقنوات: بينت المقابلات أن الجهاز يعتمد على مزيج من القنوات التقليدية (قنوات فضائية وصحف) والرقمية (فيسبوك، تويتر، يوتيوب)، فضلاً عن فعاليات ميدانية ولقاءات مباشرة مع الجمهور ووسائل الإعلام. هذا التنوع يسمح بتغطية شاملة والوصول إلى فئات مختلفة من المجتمع، مع قدرة على تكيف الرسائل بحسب كل شريحة.
4. تخطيط سنوي مع مرونة للطوارئ: توجد خطة سنوية تحدد المحاور العامة والأنشطة الرئيسية، لكنها قابلة للتعديل وفق تطورات الأحداث الأمنية، ما يعكس قدرة الجهاز على الاستجابة السريعة للتهديدات المفاجئة.
5. فعالية الرسائل الأمنية والمحتوى: أظهرت النتائج أن الرسائل التي تركز على التوعية والوقاية، وترتبط بالأمن بحياة المواطن اليومية، كانت الأكثر تأثيراً، خصوصاً بين الشباب والطلبة، بينما ساعد استعمال لغة مبسطة وقصص واقعية على تبسيط الموضوعات الشائكة مثل الإرهاب الإلكتروني والتجنيد والشائعات.
6. تعاون داخلي وخارجي واسع: بينت الدراسة أهمية التنسيق بين العلاقات العامة والأقسام العملياتية والاستخبارية، وكذلك التعاون مع وزارات أخرى (الداخلية، التربية والتعليم العالي) والمؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني، في تعزيز فعالية الحملات وتأمين مواءمة الرسائل مع أهداف الأمن الوطني.
7. تقييم مستمر وقياس الأثر: يمتلك الجهاز أرسيفاً متكاملًا يوثق الحملات السابقة ونتائجها، ويستعمل مؤشرات كمية ونوعية لقياس تأثير الأنشطة على مستوى الوعي والسلوك الأمني، بما في ذلك معدلات المشاركة والتفاعل الرقمي، ومستوى تجاوب الجمهور، وهو ما يسهم في تحسين الخطط المستقبلية.
8. نجاحات ملموسة: أسهمت أنشطة العلاقات العامة في تعزيز ثقافة الأمن المجتمعي، إحياء الشائعات، تقليص حالات الاستقطاب والتجنيد، وزيادة الثقة بالمؤسسة الأمنية، مما يعكس دورها الفاعل كأداة ناعمة لدعم الأمن الوطني.
9. تحديات مستمرة: تواجه الوحدة تحديات بنيوية وتقنية، منها محدودية الموارد، نقص الكوادر المتخصصة، ضعف البنية التحتية في بعض المناطق، وقيود أمنية تحول دون نشر بعض التفاصيل، فضلاً عن تحفظ بعض المواطنين في التفاعل مع الأنشطة الرسمية.
10. توصيات لتطوير الأداء: تستند الاستنتاجات إلى ضرورة تعزيز التدريب المستمر للكوادر، تبني تقنيات تحليل متقدمة لرصد الاتجاهات، توسيع الشراكات مع الجامعات ومراكز البحث، إنشاء منصة وطنية موحدة للاتصال الأمني، وزيادة الدعم المالي واللوجستي لضمان استدامة وفعالية الأنشطة الاتصالية

المقترحات:

1. إطلاق حملات توعوية متسلسلة: تصميم حملات دورية ومرتبطة بدلاً من الحملات الفردية، بحيث تبني المعرفة الأمنية تدريجياً لدى الجمهور وتزيد من التفاعل.
2. تطوير آليات التغذية الراجعة: استقبال الملاحظات والاقتراحات من الجمهور والمؤسسات الشريكة، لاستعمالها في تحسين الرسائل والأنشطة الاتصالية المستقبلية.
3. تطوير دليل إرشادي للموظفين يخص الاتصال مع الجمهور: تزويد كل العاملين في الجهاز بأدلة رسمية لكيفية التعامل مع الإعلام والجمهور أثناء الحالات الطارئة.
4. تطوير محتوى توعوي مبتكر: إنتاج برامج إعلامية قصيرة، رسوم متحركة، أو فيديوهات تفاعلية تشرح الإجراءات الأمنية بطريقة مبسطة وجذابة للمجتمع.
5. الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية: استعمال المنصات الرقمية الحديثة لتوسيع الوصول وتسهيل التفاعل مع الجمهور، مع الحفاظ على مصداقية المعلومات ووضوح الرسائل

المصادر والمراجع:

1. إحسان بادع علوان. (2018). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية. جامعة اليرموك.
2. احمد المصري. (2000). العلاقات العامة . الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
3. أحمد عتوم. (2010). أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
4. بطرس الحلاق. (2020). العلاقات العامة والأزمات. منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
5. جاسم طارش العقابي. (2014). العلاقات العامة المعاصرة. بغداد: دار الكتب والوثائق.
6. خوف علاء الدين. (2020). دور برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية دراسة ميدانية لمؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة. رسالة ماجستير، جامعة محمد بو ضياف.
7. سليمان فرحان سليمان الخوالدة. (2014). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الإعلام.
8. عبد الفتاح كنعان. (2014). العلاقات العامة في الصحافة والإعلام. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
9. عبد المحسن محمد أحمد بدوي. (2006). العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام. الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية.
10. علي الشكرائي، و احمد حسين الربيعي. (2021). جهاز مكافحة الإرهاب في العراق: دراسة في الحالة والمهام. المجلة العلمية لجهاز مكافحة الإرهاب.
11. علي الشكرائي، و احمد حسين الربيعي. (2021). جهاز مكافحة الإرهاب في العراق: دراسة في الحالة والمهام. المجلة العلمية لجهاز مكافحة الإرهاب.
12. محمد صباح علي. (2024). النشاط الاتصالي للعلاقات العامة في معالجة الأزمات المجتمعية: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية. مجلة لارك (السادس عشر).
13. محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
14. محمد هاشم السلوس. (2018). الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور. مجلة اتحاد العربية للأدب.
15. ناهض الجوارى. (2005). العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. مجلة كلية التربية الأساسية.
16. هاشم أحمد نغمش. (2011). الإعلام في الجامعات الإسلامية. عمان: دار فجر للنشر والتوزيع.
17. هيا يوسف عاشور، و تيسير أحمد أبو عرجة. (بلا تاريخ). الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية.

Sources and References:

1. Ihsan Badie Alwan (2018). Public Relations Communication Activities in Iraqi Embassies and Their Relationship to Foreign Policy Development. Yarmouk University.
2. Ahmed Al-Masry (2000). Public Relations. Alexandria: University Youth Foundation.
3. Ahmed Atoum (2010). The Importance of Communication Activities in Public Relations Work: A Field Study in Jordanian Ministries. Master's Thesis, Middle East University, Amman.
4. Boutros Al-Hallaq (2020). Public Relations and Crises. Syrian Virtual University Publications.

5. Jassim Taresh Al-Aqabi (2014). *Contemporary Public Relations*. Baghdad: Dar Al-Kutub wal-Watha'iq.
6. Khanouf Alaa Al-Din (2020). *The Role of Public Relations Programs in Security Institutions: A Field Study of the State Security Institution in M'Sila*. Master's Thesis, Mohamed Boudiaf University.
7. Suleiman Farhan Suleiman Al-Khawaldeh (2014). *Communication Activities of Public Relations in the Jordanian Ministry of Foreign Affairs: A Survey Study*. Master's Thesis, Yarmouk University, Faculty of Media.
8. Abdul Fattah Kanaan (2014). *Public Relations in Journalism and Media*. Amman: Dar Al-Ayyam for Publishing and Distribution.
9. Abdul Mohsen Muhammad Ahmad Badawi (2006). *Public Relations in Security Agencies and Supporting Their Coordination with the Media*. Riyadh: Naif Arab University for Security Sciences.
10. Ali Al-Shakrawi and Ahmed Hussein Al-Rubaie (2021). *The Counter-Terrorism Service in Iraq: A Case Study and Tasks*. *The Scientific Journal of the Counter-Terrorism Service*.
11. Ali Al-Shakrawi and Ahmed Hussein Al-Rubaie (2021). *The Counter-Terrorism Service in Iraq: A Case Study and Tasks*. *The Scientific Journal of the Counter-Terrorism Service*.
12. Muhammad Sabah Ali (2024). *Communication Activities of Public Relations in Addressing Societal Crises: A Field Study of Public Relations Practitioners in the Ministry of Labor and Social Affairs*. *Lark Journal* (16th Issue).
13. Muhammad Abd al-Hamid (2000). *Scientific Research in Media Studies*. Cairo: Alam al-Kutub.
14. Muhammad Hashim al-Sa'lus (2018). *The Communication Activities of the Public Relations Department at King Abdullah University Hospital and Their Importance and Impact on the Public*. *Journal of the Arab Union for Literature*.
15. Nahed al-Jawari (2005). *Public Relations in the Ministry of Higher Education and Scientific Research*. *Journal of the College of Basic Education*.
16. Hashim Ahmad Nghamish (2011). *Media in Islamic Universities*. Amman: Fajr Publishing and Distribution House.
17. Haya Yousef Ashour and Tayseer Ahmad Abu Arjah (n.d.). *Communication Activities of Public Relations Departments in International Organizations Operating in Jordan*. *Journal of the Islamic University for Humanities Research*.