

## الفصل الرابع

### الإعلام الأمني

### في دولة الإمارات العربية المتحدة

- \* المبحث الأول: الإعلام الأمني في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- \* المبحث الثاني: الإعلام الأمني في شرطة إمارة دبي.



## الإعلام الأمني في دولة الإمارات العربية المتحدة

سبقت الإشارة إلى أهمية وخطورة الدور الذي يلعبه الإعلام في شتى مجالات الحياة المعاصرة، سواء في الجوانب التربوية أو الفكرية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الأمنية. حيث أصبح الإعلام بما يملكه من قوة هائلة وتقنية عالية أحد أهم السمات البارزة في العصر الحديث، ووسيلة فاعلة في تكوين الرأي العام والأفكار والاتجاهات، ولما كان الأمن مطلباً ضرورياً ومهماً لاستمرار الحياة الإنسانية، وأساساً طبيعياً لنمائها وتقدمها، فقد أدرك القائمون على أجهزة الأمن ضرورة التفاعل مع وسائل الإعلام والاستفادة من تقنياتها العالية في نشر مظلة الأمن وخدمة قضاياه المختلفة، ودعم رسالتها في المجتمع.

ومن هذا المنطلق حرصت الأجهزة الأمنية في دولة الإمارات العربية المتحدة على التواصل مع الجمهور من خلال الإدارة المختصة بوزارة الداخلية المتمثلة في إدارة العلاقات العامة، وهي الإدارة الموكلة لها القيام بمهام نشاط الإعلام الأمني شأنها في ذلك شأن الأجهزة الأمنية العربية التي غالباً ما تلقي مهام الإعلام الأمني على إدارة العلاقات العامة بها.

وفي هذا الفصل سوف نحاول التعرف على نشاط الإعلام الأمني في دولة الإمارات من خلال مبحثين:

أولهما: الإعلام الأمني في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

وثانيهما: الإعلام الأمني في شرطة إمارة دبي.



# المبحث الأول

## الإعلام الأمني في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية المتحدة

بدأ الإعلام الأمني العربي نشاطاته في مرحلة مبكرة نسبياً، تحت مسميات مختلفة تتبع في غالبيتها إدارات العلاقات العامة بوزارات الداخلية، وهذا ما ينطبق على الهيكل التنظيمي لوزارة الداخلية في دولة الإمارات التي تندرج تحتها إدارة العلاقات العامة شأنها في ذلك شأن معظم الدول العربية - وفقاً للاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة بوزارة الداخلية في الدول العربية عام ١٩٧٨<sup>(١)</sup>.

ويتناول هذا المبحث «الإعلام الأمني في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية»، وذلك من خلال العناصر الآتية:

أولاً : الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية.  
ثانياً: مقارنة دور الإعلام الأمني الإماراتي والمصري في منظومة العمل الشرطي العربي.

يتضمن الهيكل التنظيمي العربي الموحد لإدارة العلاقات العامة أربع وحدات رئيسية، هي: وحدة العلاقات الداخلية، وحدة الشؤون الإعلامية، وحدة العلاقات الخارجية، وحدة فروع العلاقات العامة، علاوة على ثلاثة مكاتب مساعدة تتمثل في مكتب التخطيط والتنسيق والمتابعة، مكتب البحوث والرأي العام، وأخيراً مكتب الشؤون المالية والإدارية.

وإذا تناولنا كل وحدة من الوحدات التي تندرج تحت إدارة العلاقات العامة (شكل ١) فيمكن ملاحظة الآتي:

- وحدة العلاقات الداخلية وتتكون من ثلاث شعب، هي:

---

(١) عقد الاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة والإنسانية بوزارات الداخلية في الدول العربية في ٢٥ فبراير، عام ١٩٧٨، بمدينة أبو ظبي.

- التوجيه المعنوي.
- الرعاية الثقافية.
- الرعاية الاجتماعية.

- وحدة الشؤون الإعلامية وتتكون من ثلاث شعب:

- الإنتاج الفني.
- الصحافة والنشر.
- الإذاعة والتلفزيون.

- وحدة العلاقات الخارجية، وتتكون هذه الوحدة أيضاً من ثلاث شعب :

- هيئات المجتمع.
- الضيافة.
- الاتصال الخارجي.

- وحدة فروع العلاقات العامة:

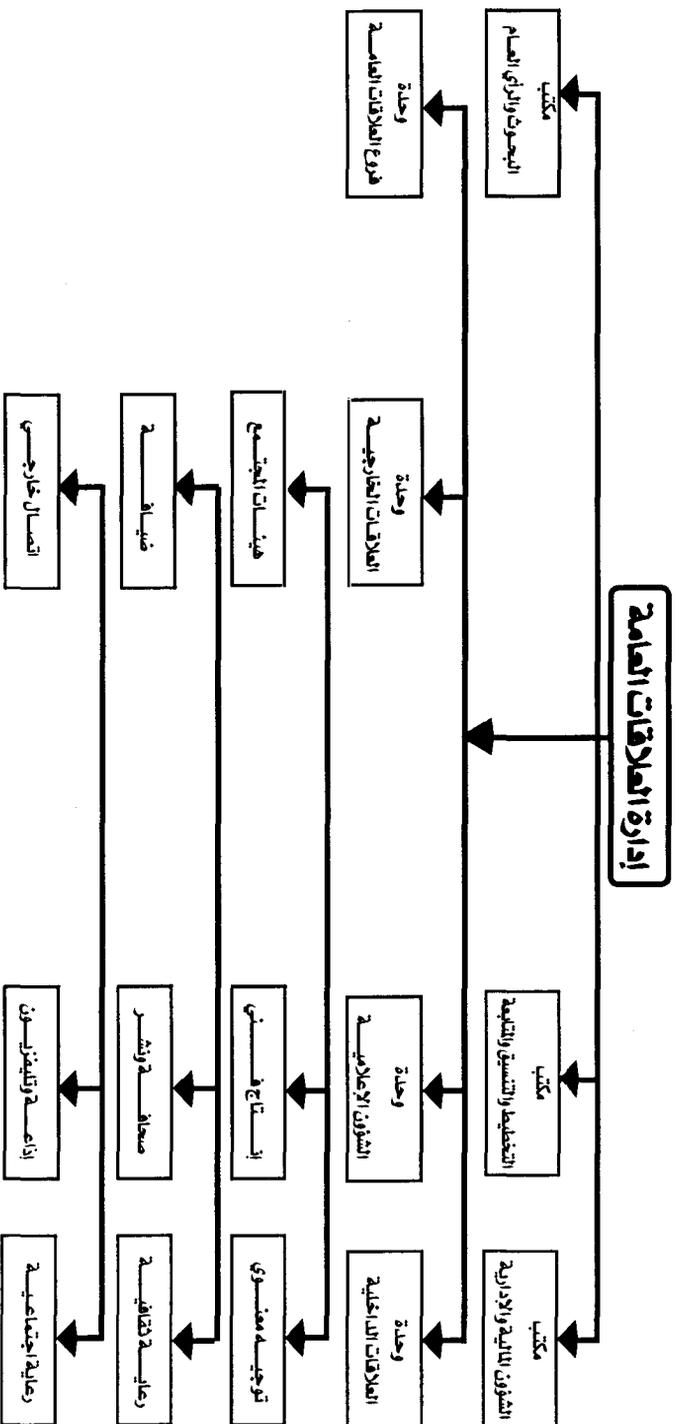
- لا يوجد بها شعب.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المشاركين في الاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة بوزارات الداخلية في الدول العربية أضافوا وحدات محلية للعلاقات العامة تتبع فنياً الإدارة المركزية، لذلك شكلت إدارة العلاقات العامة بوزارات الداخلية بالدول العربية على النحو المبين في الشكل (١).

والجدير بالذكر أن المشاركين في هذا الاجتماع، قد لاحظوا عدم وجود إدارات العلاقات العامة في وزارات الداخلية ببعض الدول العربية، وأن أنشطة العلاقات العامة موزعة على قطاعات متعددة في نطاق الوزارة، وقد استقر الرأي على ضرورة تجميع الأنشطة في إدارة واحدة تسمى إدارة العلاقات العامة تُخوّل بالإشراف على نشاط الإعلام الأمني بوزارة الداخلية.

وعلى ضوء الهيكل التنظيمي الذي أقره مديرو إدارات العلاقات العامة بوزارات الداخلية في الدول العربية، تم وضع بنية تنظيمية لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية في دولة الإمارات العربية، روعي فيها الظروف القائمة والإمكانات المتاحة والقدرة على الوفاء بالأهداف وتحقيق المهام.

## وزارة الداخلية الوزير



المصدر: الاجتماع الأول لمدبري العلاقات العامة، أبو ظبي، فبراير ١٩٧٨ .  
شكل (١)

الهيكل التنظيمي العربي لإدارة العلاقات العامة بوزارات الداخلية

ويتضح ذلك فيما يلي:

## أولاً: الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية:

ذكرنا أن الإعلام الأمني العربي نشأ تحت مظلة العلاقات العامة بوزارات الداخلية العربية، وذلك بناء على الهيكل التنظيمي الذي أقر في الاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة بوزارة الداخلية في الدول العربية.

وعلى المنوال نفسه فإن الإعلام الأمني الإماراتي نشأ في كنف إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية، وهذا ما يوضحه شكل (٢) ويمكن أن نستنتج منه ما يأتي:

أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية هي إدارة مستقلة تتبع مباشرة لوكيل وزارة الداخلية.

أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية تنقسم إلى قسمين رئيسيين،

أولهما: قسم الشؤون الإعلامية.

وثانيهما: قسم العلاقات الداخلية.

وسوف نتناول بالتفصيل كل قسم من هذه الأقسام.

### ١- قسم الشؤون الإعلامية:

ويندرج تحت هذا القسم أربعة فروع هي:

• فرع الشؤون الصحفية.

• فرع الإذاعة والتلفزيون.

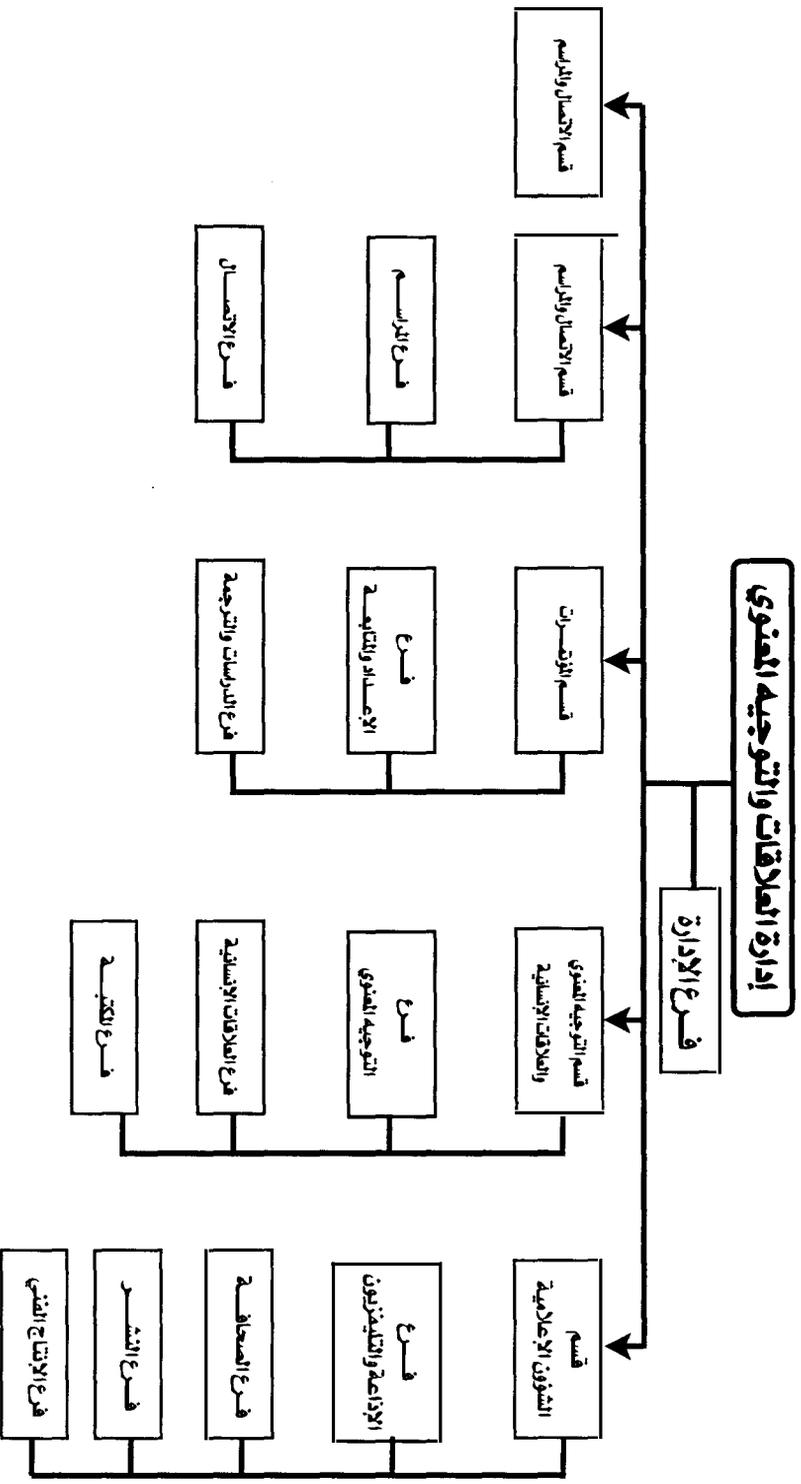
• فرع الإنتاج الفني.

• فرع مجلة الشرطة.

## ٢ - قسم العلاقات الداخلية :

ويندرج تحت هذا القسم أربعة فروع:

- فرع التوجيه الثقافي والديني.
- فرع المراسم.
- فرع العلاقات الإنسانية.
- فرع الرعاية الاجتماعية.



المصدر: وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية المتحدة، عام ١٩٧٨ .  
 شكل (٢)  
 الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات والتوجيه المعنوي بوزارة الداخلية

ومن خلال هذه الأقسام والفروع تقوم إدارة العلاقات العامة بمجموعة من الأنشطة والمهام، يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تزويد جميع وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتليفزيون بأخبار الوزارة وقراراتها بشكل يومي.

- متابعة ما ينشر بالصحف وما يبث بأجهزة الإعلام الأخرى حول أنشطة الوزارة ومجالات عملها، وإعداد تقرير يومي يرفع إلى وكيل الوزارة، وتبلغ الجهات المعنية بما ينشر عنها وتتولى الرد عما ينشر بالصحف ووسائل الإعلام المختلفة.

- إعداد برامج إذاعية وتليفزيونية تتناول بعض الجوانب الأمنية التي تهتم الجمهور، منها: البرنامج التليفزيوني الأسبوعي «الشرطة في خدمة الشعب» والبرنامج الإذاعي اليومي «طريق السلامة» وبرنامج من إذاعة أبو ظبي.

- إصدار مجلة شهرية تحت عنوان «الشرطة» تصدر بانتظام وتهتم بنشر الثقافة الشرطية وإبراز سياسة وزارة الداخلية واتجاهاتها وجهودها من خلال ما تنشره من أخبار وتحقيقات.

- التوجيه الثقافي والديني لرجال الشرطة عن طريق تنظيم المحاضرات الثقافية والدينية التي يشارك فيها المتخصصون.

- إرسال مندوبين لزيارة المرضى ومواساة أسر المتوفين ومشاركة الأفراد مناسباتهم في إطار مجال العلاقات الإنسانية.

- استضافة الوفود الزائرة والمشاركة في تنظيم المؤتمرات وحفلات التخرج في نطاق الوزارة.

تلك هي أهم الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية في دولة الإمارات، من خلال الأقسام والفروع التابعة لها وصولاً إلى تحقيق الأهداف والغايات المنشودة وكسب ثقة الرأي العام، وخلق جسور التفاهم بين مختلف فئات المجتمع وجميع العاملين بجهز الشرطة.

ومن خلال دراستنا للهيكل التنظيمي الموحد لإدارة العلاقات العامة بوزارات الداخلية في الدول العربية، وبين الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارات الداخلية في دولة الإمارات العربية تتضح لنا الفروق الآتية :

- إن إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية تتبع من الناحية الإدارية لوكيل وزارة الداخلية، بينما نجد أن إدارة العلاقات العامة حسب الهيكل التنظيمي العربي الموحد بوزارات الداخلية بالدول العربية تتبع مباشرة لوزير الداخلية، وهذا في حد ذاته يعطي لهذه الإدارة الدعم المادي والمعنوي والإمكانات لتحقيق أهدافها بسهولة ويسر.

- إن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات يضم قسمين فقط: (الشؤون الإعلامية والعلاقات الداخلية) تتفرع منها شعب ووحدات وفروع، بينما نجد الهيكل التنظيمي العربي الموحد لإدارة العلاقات العامة لوزارات الداخلية العربية يضم سبعة أقسام تتفرع منها وحدات وشعب، وهذا يعني ضمناً تقليص مهام إدارة العلاقات العامة، بالهيكل التنظيمي لوزارة الداخلية بدولة الإمارات.

- لا يتوفر بالهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة - على مستوى كل إمارة - بالرغم من أن التقسيمات الإدارية للهيكل التنظيمي العربي الموحد لإدارة العلاقات العامة، تتضمن وحدات للعلاقات العامة على المستوى المحلي، هذه الوحدات تتبع فنياً للإدارة المركزية للعلاقات العامة وإدارياً لقيادة الشرطة المحلية.

- تبعية شعبة المراسم لقسم العلاقات الداخلية في الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية، بينما نجد أن هذه الشعبة تتبع وحدة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي العربي الموحد، الأمر الذي يستدعي إنشاء قسم للعلاقات الخارجية أو تعديل مسمى قسم العلاقات الداخلية إلى مسمى «قسم العلاقات الداخلية والخارجية» بالهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية.

- إن ميزانية إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات تدخل ضمن الميزانية العامة لوزارة الداخلية، بينما حرص البناء التنظيمي للهيكل العربي الموحد لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية في الدول العربية على تخصيص مكتب للشؤون المالية والإدارية، مما يعني أن هناك ميزانية خاصة لإدارة العلاقات العامة.

- وأخيراً نجد أن التنظيمين متفقان هيكلياً من حيث وجود وحدة خاصة بالعلاقات العامة مهمتها الإشراف على المراسلات والأعمال الإدارية والداخلية ويظهر ذلك في الهيكل التنظيمي الموحد للعلاقات العامة بوزارات الداخلية بالدول العربية، من خلال إيجاد وحدة خاصة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية تسمى (القلم)، ورغم الاختلاف في المسمى فإن المهام والهدف مؤتلفان لا خلاف عليهما.

ومن العرض السابق يستخلص الباحث أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية، لم تأخذ بالهيكل التنظيمي الذي أقر في الاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة، الذي عقد في أبو ظبي عام ١٩٧٨، بل اكتفت بهيكل تنظيمي مكون من قسمين، أحدهما : للشؤون الإعلامية والآخر للعلاقات الداخلية، وبذلك أصبح الإعلام الأمني وحدة متفرعة من مكتب التخطيط والتنسيق والمتابعة الذي يندرج بدوره تحت إدارة العلاقات العامة.

ثانياً : مقارنة الإعلام الأمني (الإماراتي - المصري) في منظومة العمل الشرطي العربي :

قبل مقارنة مكانة الإعلام الأمني الإماراتي والمصري في منظومة العمل الشرطي، يجب أن نستعرض التجربة المصرية في نشاط الإعلام الأمني. وقد بدأت هذه التجربة في ١٠ فبراير ١٩٥٣، حيث صدر قرار وزير الداخلية رقم ١٠٣، بإنشاء مكتب الشؤون العامة لوزارة الداخلية بهدف الاتصال بالصحف وتزويدها بأخبار الوزارة، وتيسير مهمة الصحفيين في الحصول على البيانات والمعلومات على أن يكون هذا المكتب حلقة اتصال بين وزارة الداخلية ووزارة

الثقافة والإرشاد ممثلة في الهيئة العامة للاستعلامات، ثم صدر القرار الوزاري رقم ٥ لسنة ١٩٦٢ بتحويل مكتب الشؤون بوزارة الداخلية المصرية إلى إدارة تتبع وزير الداخلية مباشرة وتتكون هذه الإدارة من:

- قسم التخطيط والمتابعة.
- قسم الإعلام والتوجيه المعنوي.
- قسم العلاقات الداخلية.
- قسم العلاقات الخارجية.
- قسم الإدارة والسكرتارية.

ويرى الدكتور «حمدي شعبان» أن هذا التنظيم المبكر للعلاقات العامة في وزارة الداخلية يعكس تطور مفهومها وموقعها التنظيمي، وممارسة وظائف العلاقات العامة الأساسية في الإعلام والاتصال<sup>(١)</sup>.

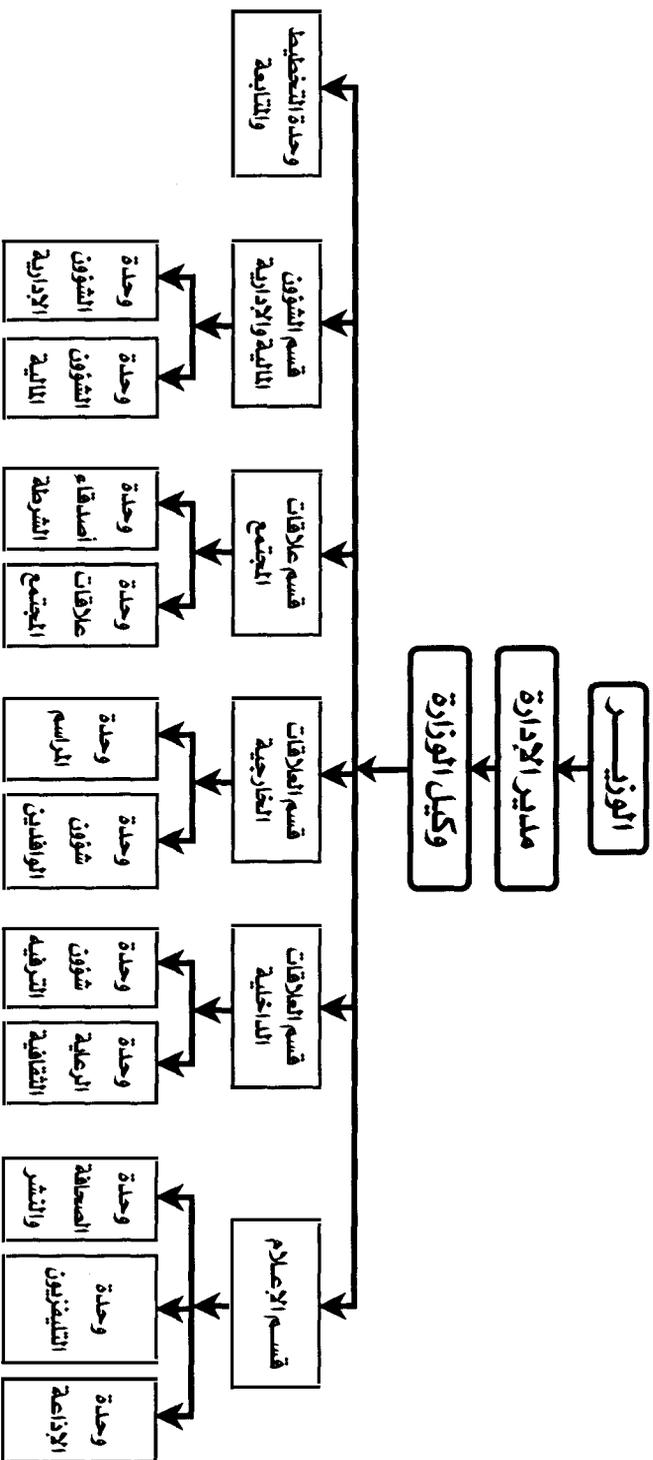
وقد تم تطوير وتنظيم إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية من خلال مجموعة من القرارات المتعاقبة، إلا أن أهم تلك القرارات كان القرار الوزاري رقم ٢٤١٢ الصادر في ٢٢ فبراير سنة ١٩٧٦ في إعادة تنظيم إدارة العلاقات العامة بالعمل على تدعيم الصلات الحسنة بين جهاز الشرطة وأفراد المجتمع.

وطبقاً لهذا القرار أصبح تنظيم إدارة العلاقات العامة يتضمن:

- رئاسة الإدارة.
- وكالة الإدارة.
- التقسيمات الإدارية.

وتضم إدارة العلاقات العامة خمسة أقسام ووحدة رئيسية وهذا ما يوضحه شكل (٣) الخاص بالهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية عام ١٩٧٦، وهذه الأقسام هي:

١- حمدي محمد شعبان: «دور العلاقات العامة والإنسانية في التجمعات العسكرية الشرطة»، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الدراسات العليا، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ١٩٩١، ص ٢٣-٢٤.



المصدر: حمدي محمد شعبان: دور العلاقات العامة والإنسانية في التجمعات العسكرية الشرطة، مرجع سبق ذكره، ص ٦٦ .

شكل (٣)

الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية عام ١٩٧٦

- ١- قسم الإعلام.
- ٢- قسم العلاقات الداخلية.
- ٣- قسم العلاقات الخارجية.
- ٤- قسم علاقات المجتمع.
- ٥- قسم الشؤون المالية والإدارية.

وسوف نتناول كل قسم من هذه الأقسام بالتفصيل.

- ١- قسم الإعلام؛ ويضم ثلاث وحدات:
  - وحدة الإذاعة.
  - وحدة السينما والتلفزيون.
  - وحدة الصحافة والنشر.
- ٢- قسم العلاقات الداخلية؛
  - وحدة الرعاية الثقافية.
  - وحدة شؤون الترفيه.
- ٣- قسم العلاقات الخارجية؛ ويضم وحدتين:
  - وحدة شؤون الرافدين.
  - وحدة المراسم.
- ٤- قسم علاقات المجتمع؛ ويضم وحدتين:
  - وحدة تنمية علاقات المجتمع.
  - وحدة أصدقاء الشرطة.
- ٥- قسم الشؤون الإدارية والمالية؛ ويضم وحدتين:
  - وحدة الشؤون الإدارية.
  - وحدة الشؤون المالية.
- ٦- وحدة التخطيط والمتابعة؛ وتختص بما يلي:
  - إعداد البحوث الفنية المتصلة بتطوير العمل والإدارة.

- دراسة الخطة السنوية للأقسام المختصة واقتراح التعديلات عليها تمهيداً لاعتمادها من المستويات العليا بالوزارة.
  - صياغة الأوامر والتعليمات والكتب الدورية الخاصة بالإدارة وإصدارها ونشرها وتجميعها وحفظها.
  - متابعة حالة الأمن والظواهر الإجرامية بمختلف الوسائل واقتراح الخطط الإعلامية لمواجهة تلك الظواهر.
- وفي ٢١ يوليو ١٩٧٩ صدر القرار الوزاري ١٤٦٠ بتعديل البناء التنظيمي لوزارة الداخلية وتوزيع الإشراف على قطاعاتها النوعية ومناطقها الجغرافية، وجاء به أن قطاع مكتب الوزير برئاسة مساعد الوزير يضم الأجهزة التالية :

- إدارة العلاقات العامة.
- إدارة العلاقات الإنسانية.
- إدارة الخدمات الطبية.

ثم لم يلبث أن صدر القرار الجمهوري رقم ٥٤٦ لسنة ١٩٨٠ برفع مستوى إدارة العلاقات العامة إلى مستوى «الإدارة العامة»، مما يدل على اهتمام وزارة الداخلية بطبيعة عمل إدارة العلاقات والاتجاه نحو دعمها بكافة الصلاحيات الإدارية التي تمكنها من أداء رسالتها على الوجه الأكمل.

ثم أعقب ذلك صدور القرار الوزاري رقم ١٦٥٩ لسنة ١٩٨٢ بفصل إدارة العلاقات بوزارة الداخلية وأصبحت تضم كلاً من:

- إدارة العلاقات العامة (بتنظيمها السابق).
  - إدارة العلاقات الإنسانية، وتخضع لإشراف قطاع شؤون مكتب الوزراء.
- ثم صدر القرار الوزاري رقم ١٨٥٥ لسنة ١٩٩٠ بتبعية الإدارة العامة للعلاقات لوزير الداخلية مباشرة وهذا القرار يمثل نقلة كبيرة إدراكاً للأهمية المتزايدة لدور العلاقات العامة في جهاز الشرطة المصرية.

ونتيجة طبيعية للتطورات التي طرأت على المجتمع المصري المعاصر من حيث تنوع وتعدد الوظائف والمهام، أصبح من الضروري أن يواكب جهاز الشرطة المصري تلك التطورات بتغيير في هيكله التنظيمي خصوصاً فيما يتعلق بالمهام والواجبات والشكل التنظيمي لتلك الإدارة.

وطبقاً لما أورده «أحمد طه» في دراسته عن «الإعلام الأمني وتجسير الفجوة بين الشرطة والجماهير» (١) فقد استحدثت وزارة الداخلية المصرية في هيكلها التنظيمي قيادة متخصصة للإعلام داخل الإدارة العامة والعلاقات بناءً على أحدث ما وصل إليه الفكر الإعلامي في المجال الأمني وتقوم سياستها على مبدئين :

- تحري الدقة والحقيقة في نقل المعلومات الأمنية دون مبالغة.
- سرعة توصيل المعلومة إلى المواطنين عن طريق جميع الوسائل الإعلامية المختلفة.

وتتكون هذه القيادة الإعلامية المتخصصة من ثلاث إدارات رئيسية (شكل ٤) هي:

إدارة مركز الإعلام الأمني، وإدارة نظم المعلومات ودعم القرار، وأخيراً إدارة الإعلام والإنتاج.

وسوف نتناول كل إدارة من هذه الإدارات بالتفصيل.

إدارة مركز الإعلام الأمني:

تتولى هذه الإدارة المهام الآتية:

- تفصي كل ما ينشر بالصحف من أخبار متعلقة بالأمن.
- إصدار نشرات صحفية وتقارير سنوية ومطبوعات خاصة بالمركز الإعلامي من خلال الأقسام التالية:

---

(١) أحمد طه: «الإعلام الأمني وتجسير الفجوة بين الشرطة والجماهير»، بحث مقدم لدبلوم الأمن العام، كلية الدراسات العليا، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٢٤-٣٠.

## ١- قسم الصحافة المحلية:

الذي يقوم بتقصي ما ينشر بالصحف والمجلات القومية والمعارضة من أخبار تتعلق بوزارة الداخلية والرد عليها.

وتقوم بإعداد تقرير صحفي يومي لأهم ما نشر من أخبار محلية وعالمية واستغاثات وشكاوى المواطنين لعرضها على وزير الداخلية.

كما تقوم بتوطيد العلاقات مع رجال الإعلام والمشاركة في المؤتمرات الدولية للرد على استفسارات السادة الإعلاميين وتقديم الخدمات الإعلامية لهم.

## ٢- قسم الصحافة الأجنبية ووكالات الأنباء:

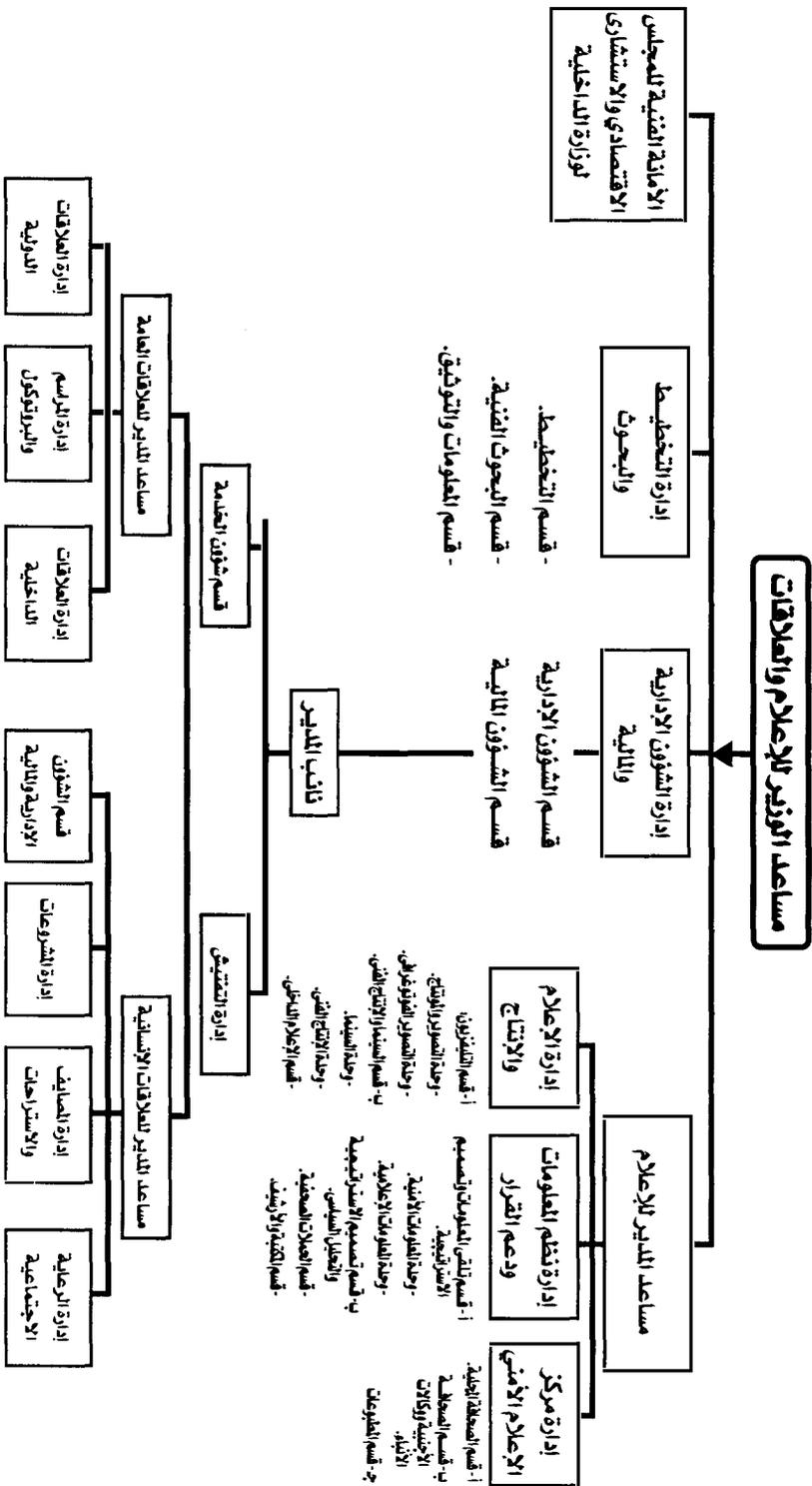
ويتولى متابعة ما ينشر في الصحف والمجلات الأجنبية وما تبثه الوكالات الأجنبية والمحلية والمحطات الفضائية من أخبار للرد على الأخبار الكاذبة أو التي تحتوي تجاوزات أو مبالغات، بهدف الإساءة إلى أمن البلد واستقراره كما يتولى هذا القسم توطيد العلاقات مع رجال الإعلام الأجانب وإعداد تقرير صحفي بشأن ما ينشر بالصحف والمجلات الأجنبية ووكالات الأنباء والمحطات الفضائية لعرضه على وزير الداخلية.

## ٣- قسم المطبوعات الصحفية والتوزيع:

ويختص هذا القسم بعملية إصدار نشرات صحفية قومية لمركز الإعلام الأمني وإعداد تقارير أسبوعية تغطي المؤتمر الصحفي الأسبوعي الذي يعقد تحت إشراف المتحدث الرسمي باسم وزارة الداخلية، بالإضافة إلى ما يصدره القسم من إصدارات خاصة في مناسبات مختلفة فهو يقوم بإعداد التقرير السنوي لإدارة الإعلامية الذي يوضح إنجازات العام كله ويتولى هذا القسم توزيع مطبوعاته على جهات عديدة، من أهمها: مراكز صنع القرار والجهات الإعلامية المتعددة والسفارات.

## إدارة نظم المعلومات ودعم القرار:

ويتولى هذا القسم تشغيل وصيانة أجهزة الكمبيوتر وتخطيط البرامج الخاصة بتحقيق حفظ المعلومات وإجراء التحليلات الإحصائية للمتغيرات الأمنية بما يحقق التشغيل الأمثل، وتضم هذه الإدارة الأقسام الآتية:



المصدر: أحمد محمد محمود طه: «الإعلام الأمني وتجسير الفجوة بين الشرطة والجماهير» بحث مقدم للبلعلم الأمن العام أكاديمية الشرطة بالقاهرة، ١٩٩٧. شكل (٤)

الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية عام ١٩٩٧

## ١- قسم تلقي المعلومات وتصميم الاستراتيجيات :

ويتولى هذا القسم الهيمنة على سير وربط المعلومات من خلال الحاسب الآلي ويضم:  
وحدة المعلومات الأمنية:

وهي الوحدة التي تربط بنك المعلومات بسائر أقسام الوزارة عن طريق إمدادها بنظم معلومات الحاسب الإلكتروني المصغرة والتي تصب في قاعدة المعلومات المركزية داخل إدارة المعلومات، وتعد هذه الوحدة نظاماً للمعلومات المرتبة لضمان السرية التامة للمعلومات الأمنية التي لا يطلع عليها إلا قلة مسموح لها بهذا الاطلاع، مثل: مجموعة التحليل والاستراتيجية ومراكز اتخاذ القرار.

وحدة المعلومات الإعلامية:

وتقوم هذه الوحدة بإقامة الهيكل اللازم لاستيعاب المعلومات المعروفة باسم نظام «قاعدة المعلومات الأمنية» كما أن لديها أيضاً قاعدة أخرى للمعلومات الصحفية (المصرية والأجنبية).

كما تتولى قاعدة المعلومات رصد جميع المعلومات التي تمس الأمن المصري بصفة خاصة وأمن المنطقة العربية والشرق الأوسط بصفة عامة بما يكفل تدفق المعلومات التي تساعد الإدارة على رسم سياسة إعلامية أمنية سليمة.

## ٢- قسم تصميم الاستراتيجية والتحليل السياسي:

ويتولى هذا القسم وضع استراتيجيات إعلامية للوزارة مع الأخذ في الاعتبار الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في الفترات الزمنية المختلفة طبقاً للسياسة العامة للوزارة .

إدارة الإعلام والإنتاج:

وتضم الأقسام التالية:

#### ١- قسم الإذاعة والتليفزيون؛

ويضم وحدتين، الأولى: للتصوير التليفزيوني والمونتاج، والأخرى: للتصوير الفوتوغرافي.

#### ٢- قسم السينما والإنتاج الفني؛

ويضم وحدتين، هما:

\* وحدة السينما. \* وحدة الإنتاج الفني.

#### ٣- قسم الحملات الصحفية؛

وتختص هذه الوحدة بتنفيذ الحملات الصحفية والإعلامية التي يتفق عليها خبراء قسم تصميم الاستراتيجية، وتتولى هذه الوحدة الإشراف أيضاً على عقد المؤتمرات الإعلامية وتنظيم اللقاءات الصحفية الثنائية.

#### ٤- قسم المكتبة والأرشيف؛

وتتولى هذه الوحدة تشييد مكتبة متكاملة تقدم المعلومات التاريخية والعلمية والقانونية للعاملين بالمراكز الصحفية والبحثية الملحقه بإدارة الإعلام وسائر إدارات الوزارة، وترتبط المكتبة بمراكز المعلومات والأجهزة الحكومية المصرية المتنقلة، مثل: مجلس الوزراء ومجلس الشعب وجامعة القاهرة والجامعة الأمريكية من خلال شبكة إلكترونية، وتتسع شبكة الاتصال بهذه المكتبة بهدف وصلها بعدد كبير من مراكز الأبحاث الأجنبية ويجري إنشاء أرشيف مركزي مزود بالأساليب التكنولوجية الحديثة.

#### ٥- قسم الإعلام الداخلي؛

يقوم هذا القسم بالمشاركة في رسم الصورة العامة للوزارة وإبراز جهودها، والخدمات الأمنية التي تقدمها للمواطنين من خلال:

- إعداد البرامج التي تبرز الجهود الإيجابية للوزارة.
- إعداد بعض الفقرات الإعلامية والإرشادية لتوعية المواطنين بدور الشرطة.
- التغطية الإعلامية للاحتفالات التي تعدها الإدارات في المناسبات المختلفة.
- الإشراف على إنتاج وإعداد الأعمال الفنية والتسجيلية في المناسبات

القومية التي تتعلق بالوزارة.

كما يقوم هذا القسم بإصدار النشرات الداخلية الموجهة للإدارات والمصالح التابعة للوزارة لإطلاعهم على المستجدات والمتغيرات على الساحتين المحلية والعالمية، كما يتولى إعلام القوات والأفراد والضباط بالخدمات وأوجه الرعاية التي تقدم لهم في مختلف المجالات.

وعند مقارنة الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للعلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية بالهيكل التنظيمي العربي الموحد المقترح لإدارة العلاقات العامة بوزارات الداخلية (شكل ١، ٤)، يتبين لنا الآتي:

- أن إدارة العلاقات العامة في كلا الهيكلين تتبع مباشرة وزير الداخلية مما يدعم جهودها ويوفر لها الكفاءة والفاعلية في أداء مهامها ورسالتها.
- أن الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في وزارة الداخلية المصرية استحدث إدارة مركز الإعلام الأمني وأخرى لإدارة نظم المعلومات ودعم اتخاذ القرار، وهاتان الإدارتان تمثلان إضافة جديدة للعمل الأمني ومواكبة التغيرات والتطورات والثورة التي طرأت على عالمنا المعاصر في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، الأمر الذي استلزم معه إنشاء مركز متخصص للإعلام الأمني وآخر لإدارة نظم المعلومات ودعم القرار بهدف توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة في الوقت المناسب لصانعي القرار.
- كما استحدث الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية في هيكله إدارة «الأمانة الفنية للمجلس الاقتصادي والاستشاري لوزارة الداخلية» وهي بمثابة المستشار للوزارة في الموضوعات الاقتصادية والأمنية والتي تتطلب الدراسة المتأنية لها قبل تطبيقها، وتمثل أيضاً دعماً لاتخاذ القرار في هذه الموضوعات من خلال المناقشات والدراسات التي يقدمها المتخصصون والخبراء في هذه المجالات.
- رغم اختلاف المسميات للإدارات والأقسام في الهيكلين، إلا أنه من الملاحظ أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية أقرب إلى التشابه مع الهيكل التنظيمي العربي الموحد، علماً بأن

الهيكل المصري استحدث إدارتين بهيكله التنظيمي يعتبران من عناصر القوة في ترشيد اتخاذ القرار وهما « إدارة مركز الإعلام الأمني » و« إدارة نظم المعلومات ».

بمقارنة الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية (شكل ٤) بالهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بدولة الإمارات (شكل ٢) يتبين الآتي:

- أن الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية، يمثلان هيكلاً مركباً يجمع بين شؤون الإعلام الأمني والعلاقات العامة بما يحقق التكامل والاندماج بين الإعلام والعلاقات العامة في خدمة الرسالة الشرطية، بينما الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات يتضمن قسماً خاصاً بالشؤون الإعلامية يخضع للإشراف الصريح لإدارة العلاقات العامة.

- أن الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية يعكس الفكر التخطيطي القائم على مواكبة التحديات المعاصرة وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بإضافة إدارتين حديثتين، هما: إدارة مركز الإعلام الأمني وإدارة نظم المعلومات، كما أن إدارة الإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية تتسم بالشمول والتخصص الدقيق، من خلال عدم الخلط في المهام والواجبات للأقسام والإدارات، وعلى النقيض من ذلك نجد أن الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية المتحدة لا يتحقق له ذلك، فعلى سبيل المثال نجد أن شعبة المراسم تتبع قسم العلاقات الداخلية، بينما أفرد لها الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية، إدارة مستقلة تحت مسمى « إدارة المراسم والبروتوكول » لكل من الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء.

- حرص البناء التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية على تخصيص إدارة للشؤون المالية والإدارية مما يعني أن لها ميزانيتها المستقلة.

بينما لا نجد هذه الإدارة في الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية، وهذا يشير إلى عدم رصد ميزانية مستقلة لها وإنما تدخل ضمن الميزانية العامة لوزارة الداخلية.

- حرص البناء التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات لوزارة الداخلية المصرية على إنشاء وحدة للعلاقات العامة الدولية تتبع مساعد المدير للعلاقات العامة، بينما لا نجد هذه الإدارة في الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات.

- حرص كل من الهيكلين التنظيميين على مراعاة البعد الاجتماعي والإنساني حيث أنشئ بالهيكل المصري إدارة مستقلة للعلاقات الإنسانية خاضعة لإشراف نائب مساعد الوزير لإدارة الإعلام والعلاقات، وقسمت إدارة العلاقات الإنسانية المصرية إلى ثلاث إدارات متخصصة، هي: إدارة الرعاية الاجتماعية، وإدارة الاستراحات والمصايف، وإدارة المشروعات، بينما وضعت في الهيكل التنظيمي الإماراتي كوحدة تابعة لقسم العلاقات الداخلية.

- ويخلص الباحث من هذه المقارنة إلى أن ثراء التجربة الإعلامية الأمنية المصرية من خلال الخبرات التراكمية، باعتباره أقدم جهاز شرطي بالمنطقة العربية، قد أسهم إسهاماً بالغاً في توافر الخبرات الإعلامية الأمنية، التي انعكست ملامحها على وضع هيكل تنظيمي للإعلام والعلاقات، شامل للتخصصات، محدد للأهداف المراد بلوغها، دقيق في اختيار مسميات الأقسام والإدارات، ومواكب للمستجدات على الساحة الإعلامية والأمنية، لذا وجدنا الثراء والتنوع في الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للإعلام والعلاقات بوزارة الداخلية المصرية.

- واتضح لنا أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية في دولة الإمارات العربية هي الإدارة المعنية بمهام الإعلام الأمني، في معظم إمارات الدولة.

وبداسة الهيكل التنظيمي الخاص بالإعلام الأمني بشرطة إمارة دبي «دراسة حالة» نجد أن له وضعية خاصة نعرض لتفاصيلها في مبحث مستقل.



# المبحث الثاني

## الإعلام الأمني

### في شرطة إماره دبي

تتسم تجربة شرطة إماره دبي في الإعلام الأمني بالخصوصية، نظراً لإنشاء إدارة متخصصة للإعلام الأمني بها تتبعها مجموعة من الأقسام برئاسة مدير الإدارة، وتتضمن هذه الأقسام: قسماً للعلاقات العامة، وهو ما يشير إلى هيمنة فكر وفلسفة الإعلام الأمني على القيادات الشرطية بالإماره، ومن ثم فإننا نرى أنه من الضروري التعرض عن قرب لهذه التجربة، وذلك من خلال العناصر الآتية:

أولاً : نشأة الإعلام الأمني في شرطة إماره دبي.

ثانياً: الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام الأمني بشرطة إماره دبي.

أولاً : نشأة الإعلام الأمني في شرطة إماره دبي :

ترجع جذور تجربة شرطة دبي في مجال الإعلام الأمني والاتصال الجماهيري إلى عام ١٩٧٤، عندما أنشئ قسم للعلاقات العامة وذلك باقتراح تقدم به اللواء/ ضاحي خلفان - القائد العام الحالي لشرطة دبي - إلى السيد/ چاك برجز<sup>(١)</sup> - القائد العام لشرطة دبي في ذلك الوقت - الذي وافق على الاقتراح على أن توكل مهام العلاقات العامة إلى إدارة الشؤون الإدارية.

وفي ٢ مارس من عام ١٩٨٠ تولى اللواء/ ضاحي خلفان قيادة شرطة دبي، وإيمانه بأهمية ودور العلاقات العامة، جعلها قسماً مستقلاً وألحقها بإدارة التخطيط.

وفي عام ١٩٩١ أنشأت القيادة العامة لشرطة دبي «قسماً للتوجيه المعنوي» ألحق بإدارة التخطيط والتوجيه المعنوي، بحيث يتولى هذا القسم

(١) جنرال بريطاني الجنسية، تولى قيادة شرطة دبي من ١٩٦٥ - ١٩٧٥.

مهمة إعداد الخطط والبرامج الكفيلة بتوجيه أفراد الشرطة والجمهور توجيهاً معنوياً.

وفى عام ١٩٩٥ أنشأت القيادة العامة لشرطة دبي «قسماً لحملات التوعية» ملحقه بإدارة التخطيط والتوجيه المعنوي بهدف برمجة الحملات الإعلامية التوعوية السنوية، وتسليط الضوء على المؤثرات المهمة، وخلق وعي أمني على الصعيدين: الداخلي للقوة والخارجي للجمهور<sup>(١)</sup>.

واكتملت ملامح التجربة الإعلامية الأمنية عام ١٩٩٩ عندما اعتمد القائد العام الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للتوجيه المعنوي، وأُفرد لها إدارة مستقلة للإعلام تحت مسمى «إدارة الإعلام الأمني» لتحظى شرطة دبي بالسبق في هذا المجال على مستوى أجهزة الشرطة العربية والمحلية، حيث أصبح قسم العلاقات العامة في شرطة إمارة دبي يعد قسماً من أقسام إدارة الإعلام الأمني، التي تشكل إحدى الإدارات الفرعية للتوجيه المعنوي، والشكل (٥) يوضح الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للتوجيه المعنوي بشرطة إمارة دبي ومنه يمكن ملاحظة الآتي:

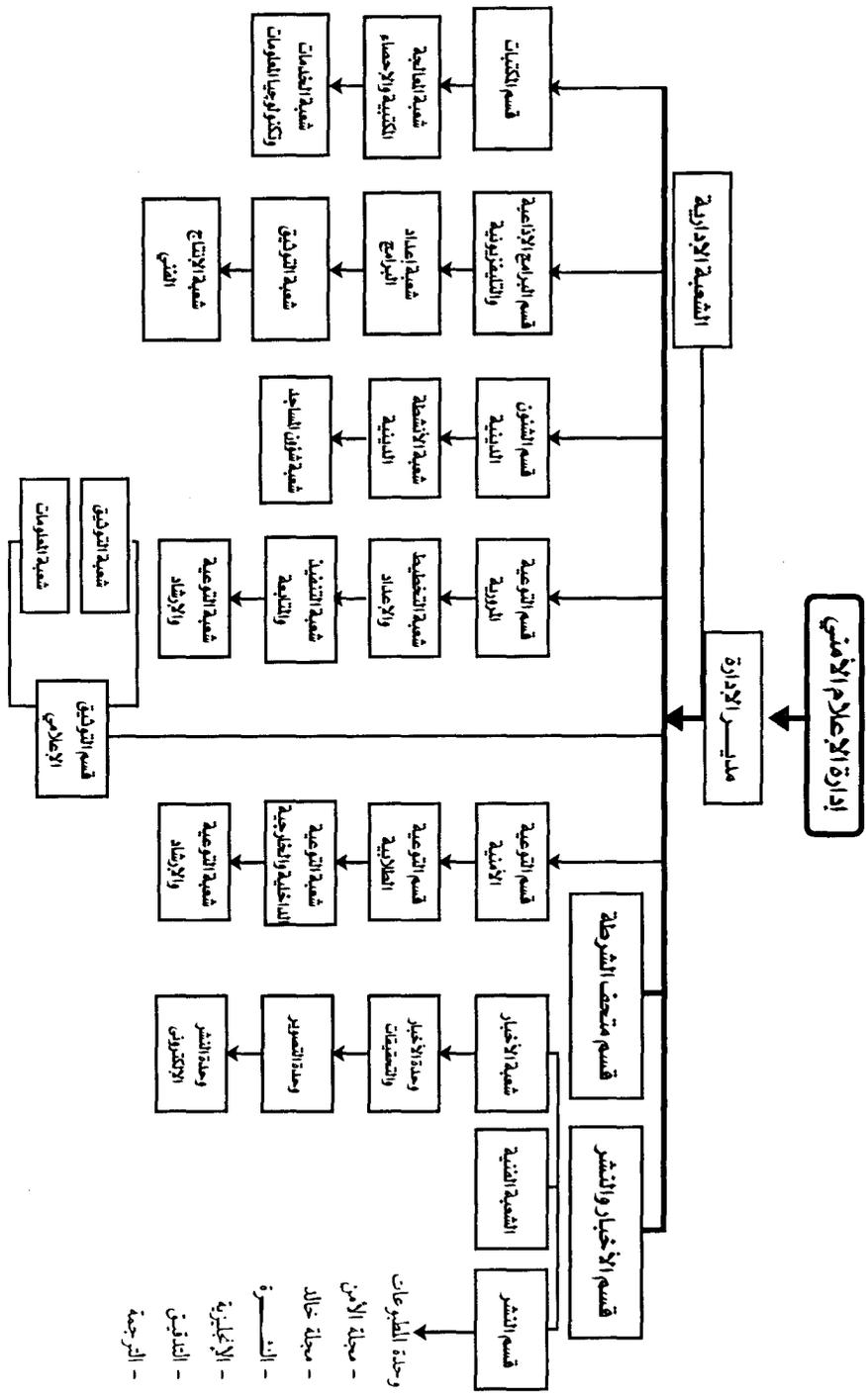
إن الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للتوجيه المعنوي بشرطة دبي يتميز بتعدد وتنوع إدارته، فهذا الهيكل التنظيمي يتضمن خمس إدارات بالإضافة إلى مركز متخصص للتدريب والتأهيل، ويمكن إيجازه على النحو الآتي:

**إدارة التشريعات والمراسم:** وتتكون من أربعة أقسام فرعية هي:

- قسم المراسم والخدمات العامة.
- قسم تعليم الكبار.
- القسم الفني.
- قسم رياض الأطفال.

---

(١) أمر القوة رقم ١٨/١٩٩٥ الصادر عن القائد العام لشرطة دبي، بتاريخ ١٨ مايو لعام ١٩٩٥م.



- وحدة المطبوعات
- مجلة الأمن
- مجلة خالد
- النشرة
- الإنجليزية
- التدقيق
- الترجمة

المصدر: شرطة إمارة دبي  
شكل رقم (٥) الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام الأممي بشرطة دبي عام ٢٠٠٥

إدارة رعاية حقوق الإنسان : وتتكون من أربعة أقسام فرعية، وهي:

- قسم التكافل الاجتماعي.
- قسم الخدمات الإنسانية.
- قسم الشكاوى العامة.
- قسم تنسيق أعمال الخدمة الاجتماعية بمراكز الشرطة.

إدارة الشؤون الإدارية: وتتكون من أربعة أقسام فرعية، هي:

- قسم شؤون الأفراد.
- قسم التنسيق والمتابعة.
- قسم الخدمات والتجهيزات.
- قسم العثورات.

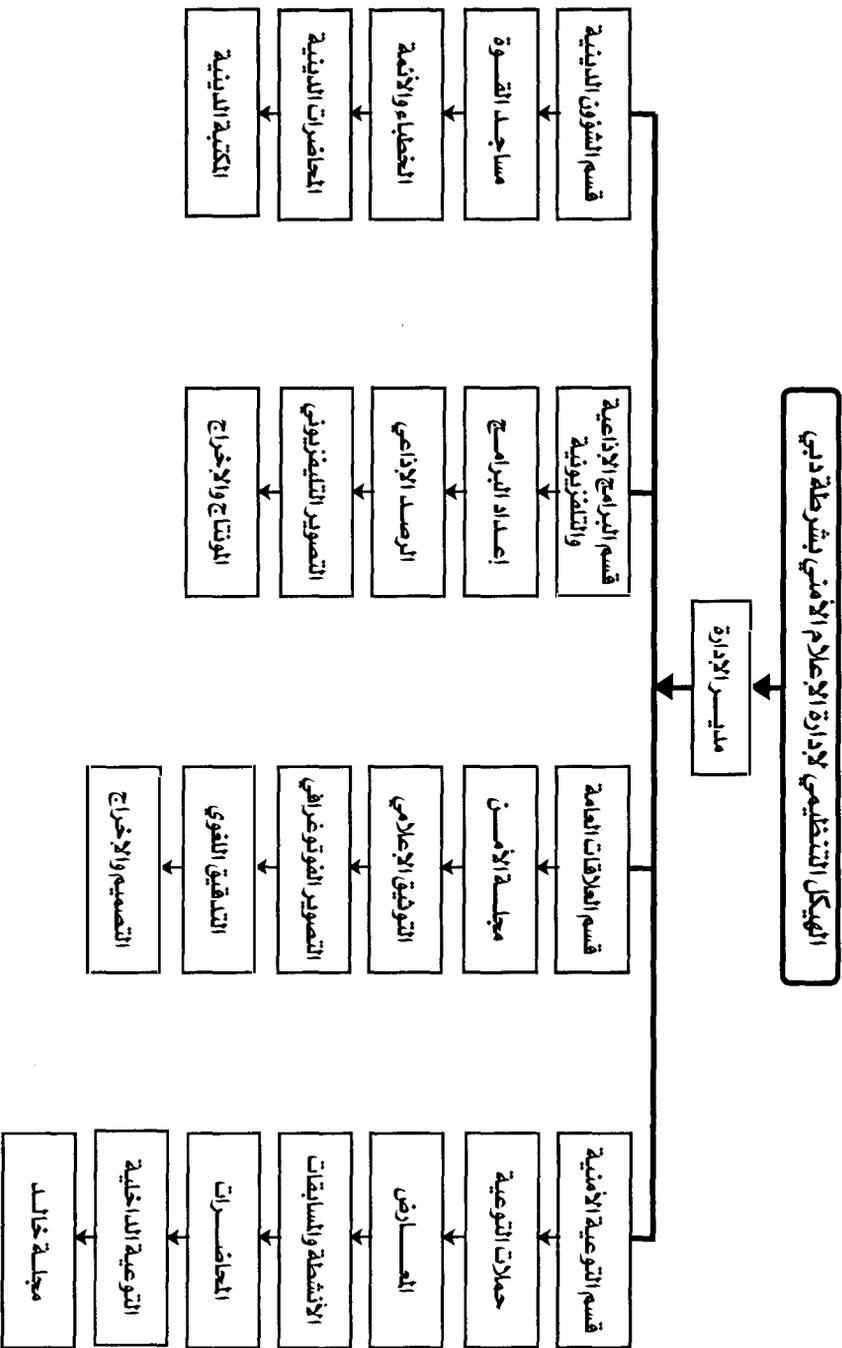
إدارة رقابة الجودة: تتكون من أربعة أقسام، هي:

- قسم التوثيق.
- قسم المتابعة.
- قسم الإحصاء.
- قسم الميكروفيلم.

أما عن الهيكل التنظيمي بإدارة الإعلام الأمني فسوف يدرس على نحو تفصيلي، لأنها تمثل صلب وأساس العمل الإعلامي بالإدارة العامة للتوجيه المعنوي بشرطة إمارة دبي.

**ثانياً: الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام الأمني بشرطة إمارة دبي:**

بما أن الإعلام الأمني بشرطة دبي يمثل بؤرة اهتمام هذا المبحث، لذلك سيقوم الباحث بعرض تفصيلي لمهام ووظائف هذه الإدارة، باعتبارها العمود الفقري للعمل الإعلامي الأمني في الإمارة، والشكل (٦) يوضح الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام الأمني بشرطة دبي.



المصدر: شرطة إمارة دبي.

شكل (٦) الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام الأمني في شرطة دبي عام ١٩٩٩

وكما هو واضح من الشكل السابق فإن إدارة الإعلام الأمني في إمارة شرطة دبي تضم أربعة أقسام، هي:

- ١- قسم التوعية الأمنية.
- ٢- قسم العلاقات العامة.
- ٣- قسم البرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- ٤- قسم الشؤون الدينية.

وكل قسم من الأقسام السابقة تتبعه مجموعة من الشعب.

١- قسم التوعية الأمنية: وينقسم هذا القسم إلى ست شعب، هي:

- أ - شعبة حملات التوعية.
- ب- شعبة المعارض.
- ج- شعبة الأنشطة والمسابقات.
- د- شعبة المحاضرات.
- هـ- شعبة التوعية الداخلية.
- و- مجلة خالد.

أنشئ قسم التوعية الأمنية بشرطة دبي بموجب أمر القوة رقم ٩٥/١٨ الصادر بتاريخ ١٨ مايو ١٩٩٥ بهدف برمجة الحملات الإعلامية التوعوية السنوية، وتسليط الضوء على المؤشرات المهمة وخلق وعي أمني على الصعيدين الداخلي للقوة، والخارجي والمقصود به الجماهير التي تتعامل مع أجهزة الشرطة المختلفة، ويؤدي القسم مجموعة من المهام تتمثل في الآتي:

- وضع الخطط وتنفيذ حملات التوعية الأمنية والمرورية بواسطة وسائل الاتصال الداخلي والخارجي كافة.
- المشاركة في المناسبات التوعوية المختلفة، مثل: (أسبوع المرور - اليوم العالمي لمكافحة المخدرات - مهرجان دبي للتسوق - مفاجآت صيف دبي).
- إعداد الكتيبات والنشرات والملصقات التوعوية المختلفة.

- خلق وعي أمني بواسطة المعارض المتنقلة بالتعاون مع بعض الجهات المختلفة.

- إلقاء المحاضرات التوعوية الأمنية والمرورية في المدارس والأندية والجمعيات ذات النفع العام.

- التوعية الأمنية الأسرية للوقاية من بعض الجرائم كانهراف الأحداث، والمشاكل الاجتماعية، وجرائم الخدم، بالتعاون مع الجمعيات النسائية بالدولة.

- تنظيم المسابقات والأنشطة الثقافية والتوعوية، مثل: (المسابقات الصيفية، مسابقات الوعي المروري، مسابقات الرحلات المدرسية).

- إعداد وتنفيذ وإصدار «مجلة خالد» التي تهدف إلى نشر الوعي المروري بين طلبة المدارس على مستوى الدولة.

- مهام أخرى حسب توجيهات القيادة: وتتمثل مهام شعب هذا القسم -  
تفصيلاً - فيما يأتي:

#### شعبة حملات التوعية ومهمتها:

- وضع الاستراتيجية الخاصة بالحملات الأمنية والإشراف على تنفيذها حسب البرنامج الزمني الموضوع لها من قبل الإدارة.

- متابعة وأرشفة أخبار الحملات التي تم تنفيذها ورصد نتائجها.

- اتباع الأساليب الحديثة في مجال التوعية وتنظيم الحملات سواء الوسائل الإعلامية المباشرة أو الوسائل الإعلامية غير المباشرة واقتراح أنماط جديدة في مجال التوعية.

- إعداد الكتيبات والإصدارات والمطبوعات الخاصة بالتوعية الأمنية والإشراف على توزيعها.

- الاتصال ببعض جهات الاختصاص للتنسيق معها، بشأن إعداد وتنفيذ برامج التوعية تأكيداً على مبدأ التواصل الإعلامي الأمني التوعوي.

وقد استطاع هذا القسم تنظيم مجموعة من حملات التوعية المرورية كأسلوب جديد انتهجه شرطة دبي منذ عدة سنوات في معالجة مشكلات المرور بصفة خاصة والقضايا المتعلقة بالأمن بصفة عامة عن طريق القيام بحملات توعية مرورية، مكثفة تستهدف توعية أفراد الجمهور كافة بمخاطر الطريق والمركبات وما يتعلق بالمحافظة على أمنهم وحياتهم.

ومثل هذه الحملات المرورية من شأنها أن تزيد الوعي المروري عند المواطنين وتسهم في خلق التعاون بينها وبين رجال الشرطة القائمين على أمن وسلامة المجتمع.

والجدير بالذكر أن الحملات المرورية تهدف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التوعوية والإرشادية، من أهمها:

- ترسيخ السلوك المروري لدى مستعملي الطرق.
- نشر الوعي المروري بين الناس، وتوعيتهم بمخاطر السرعة، وأهمية التقيد بأنظمة المرور.
- التقليل من حجم الخسائر المادية والبشرية التي تنجم عن عدم الالتزام بقانون السير والمرور.
- ضبط المخالفين والمتهورين والخارجين على القانون واتخاذ الإجراءات اللازمة حيالهم.
- وضع مشاكل المرور أمام الرأي العام لمناقشتها، والمساهمة في إيجاد الحلول المناسبة لها.

وقد اعتمدت الحملات المرورية على أساليب مختلفة ومتعددة لتوصيل أهدافها إلى الجمهور، حيث لوحظ اختلاف هذه الأساليب من حملة إلى أخرى، ومن هذه الوسائل:

- الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة في نشر الوعي المروري، وتوصيل برنامج وأهداف الحملات إلى الجماهير.

- التركيز على أسلوب الضبط والمخالفة الرادارية، وذلك لتقليل الحوادث الناجمة عن السرعة.

- إشراف ضباط المراكز والإدارات المباشرة على برنامج عمل الحملات المرورية كل في منطقة اختصاصه، ومن خلال متابعتنا لأنشطة وبرامج هذه الحملات تمكن الباحث من رصد مجموعة من الإيجابيات التي ساهمت في نجاح هذه الحملات، وفي المقابل بعض السلبيات التي أثرت بشكل أو آخر في تقليل كفاءة الحملات المرورية وعدم تحقيقها للأهداف المطلوبة كما خطط لها من قبل القائمين عليها، ومن أهم هذه الإيجابيات:

- تعاون وتجارب أجهزة الإعلام المختلفة مع الشرطة، ومساهمتها في إعداد برامج إعلامية مختلفة لتوصيل أهداف الحملات إلى الجماهير.
- تجارب الرأي العام المحلي مع برنامج الحملات المرورية من خلال الإدلاء بالآراء المختلفة الإيجابية منها أو السلبية التي من شأنها أن تساهم في تعزيز الإيجابيات وتصحيح جوانب القصور وتلافيها مستقبلاً.
- انخفاض معدل الحوادث المرورية بسبب التزام مستعملي السيارات بقواعد المرور.
- انتشار الوعي المروري بين الناس، واقتناع البعض منهم بضرورة التعاون مع رجال الشرطة، والالتزام بقواعد السير والمرور.
- التجارب الدولية مع أهداف الحملات المرورية، من خلال مشاركة «جمعية السلامة على الطريق» (السويدية)، في التنسيق والتعاون مع شرطة دبي في مجال مناقشة قضايا المرور وإيجاد الحلول المناسبة لها.
- مشاركة الهيئات والجمعيات العامة المختلفة في الدولة في مجالات التوعية المرورية تدعيماً لما تقوم به الشرطة، وذلك من خلال عقد الندوات والمحاضرات، وإقامة المعارض في: (جامعة الإمارات - الأندية الرياضية - الجمعيات النسائية - المدارس - المسارح).

● انتشار صدى الحملة المرورية وأهدافها إلى بقية الإمارات الأخرى بالدولة، وتأثيرها المباشر على السائقين هناك والتزامهم بقواعد السير والمرور. وقد تمثل بصورة واضحة في استخدام حزام الأمان أثناء القيادة.

● من ثمار الحملة المرورية تطبيق مواصفات ومقاييس السلامة الخليجية على السيارات، وإلزام شركات السيارات باستيراد وتأمين سيارات تحمل تلك المواصفات الخليجية.

● انتشار الوعي بسلامة إجراء الصيانة الميكانيكية للسيارة بشكل دوري لضمان سلامة الأجزاء الميكانيكية وأهميتها في موضوع السلامة.

#### شعبة المعارض :

- إعداد وتجهيز المعارض الأمنية التي تشارك بها الشرطة في مختلف المناسبات.
- الإشراف على الأدوات والوسائل الخاصة بالمعارض ومتابعة صيانتها بشكل دوري.
- المشاركة في المعارض المرورية المختلفة، مثل: أسابيع المرور على مستوى دول مجلس التعاون الخليجي.
- الاشتراك في المعارض الأمنية في المناسبات الاجتماعية، مثل: مهرجان دبي للتسوق، اليوم العالمي لمكافحة المخدرات، معارض توعوية بالتعاون مع المناطق التعليمية بالدولة.

#### شعبة الأنشطة والمسابقات:

- الإشراف على المسابقات والأنشطة الصيفية التي تنظمها القيادة العامة لشرطة دبي وإعدادها، وذلك خلال الصيف بهدف شغل أوقات الفراغ لدى الأبناء فيما يفيد.

- إعداد وتنظيم مسابقة الوعي المروري السنوية بالتعاون مع قسم الأنشطة بوزارة التربية والتعليم، وهي مسابقة سنوية تهدف إلى نشر الوعي وغرس السلوك المروري بين الأبناء في شكل مسابقات بحثية، ورسوم وتصوير وكتابة قصص.

- التنسيق مع قسم الأنشطة بوزارة التربية والتعليم بشأن مسابقة الرحلات المدرسية التي ترعاها القيادة العامة لشرطة دبي، بهدف ربط الشرطة بالمجتمع وتعريف الأبناء بالمرافق الأمنية المختلفة التابعة للقوة.

- تنظيم المسابقات الترفيهية بين أفراد القوة، بهدف القضاء على الروتين والملل الذي أحياناً ما ينتج عن ضغوط العمل.

#### شعبة المحاضرات والندوات:

- إعداد برنامج زمني لإلقاء المحاضرات المرورية التوعوية على مختلف المراحل الدراسية بالتعاون مع منطقة دبي التعليمية.

- إلقاء المحاضرات الأمنية بالتعاون مع بعض الجهات ذات الاختصاص، مثل الجمعيات النسائية والأندية، وجمعيات النفع العام.

- تجهيز الوسائل التعليمية المستخدمة للمحاضرات والندوات، مثل: الصور، والملصقات، والأفلام الخاصة بالتوعية.

- التنسيق مع بعض المؤسسات الحكومية لإلقاء محاضرات توعوية على الملتحقين بتلك المؤسسات من السائقين، مثل: دبي للمواصلات، مواصلات الإمارات، بلدية دبي، ومعاهد السياقة، وغيرها.

#### شعبة التوعية الداخلية ومهمتها:

- رصد المخالفات السلوكية لأفراد القوة من خلال المحاكمات المنشورة في أوامر القوة والاستناد عليها في وضع برنامج توعوي للذين تمت محاكمتهم.

- إعداد لوحات إرشادية توعوية لنشر القيم السلوكية الإيجابية، ونبذ القيم السلوكية السلبية بين الأفراد من خلال النشر في وسائل الإعلام الخاصة

بالشرطة أو من خلال توزيع النشرات أو وضع لوحات إرشادية في الشكنات أو المراكز أو الأندية.

- تنظيم الموسم الثقافي للضباط وضباط الصف والأفراد، واختيار المحاضرين سواء من خارج القوة أو من داخلها.

- إلقاء المحاضرات على رجال الشرطة الذين يتعاملون مع الجمهور وتدريبهم على أساليب فن التعامل وكيفية بناء جسر من المودة بينهم وبين أفراد المجتمع.

#### مجلة خالد :

- مجلة شهرية تعنى بنشر الوعي المروري بين الطلبة والطالبات على مستوى الدولة.

- تم المجلة بعدة مراحل قبل الصدور حسب خطة سنوية للموضوعات التي تنشر بها موزعة على شكل ثلاثة فصول، كل فصل منها يتضمن موضوعات مختلفة من حيث الأخبار والتحقيقات والقصص والمقابلات وتتوافق أيضاً مع المناسبات المدرسية والاجتماعية والوطنية.

- في المرحلة الحالية تطبع ٥٠٠٠ نسخة من المجلة، توزع على جميع مدارس الدولة والمكتبات العامة والأندية الرياضية والثقافية والجمعيات النسائية ومراكز التنمية الاجتماعية داخل الدولة.

- تحرص المجلة على تأكيد التواصل بينها وبين غيرها من المجلات التي تخاطب الأطفال وتصدر داخل الدولة، مثل: مجلة ماجد، الشرطي الصغير، أجاؤنا.

- لاستغلال طاقات الأبناء في المجال الصحفي، استحدثت المجلة مشروع «الصحفي الصغير» وهو اختيار عدد من الطلبة المتفوقين في المدارس ليكونوا مندوبين للمجلة في مدارسهم؛ يجرون اللقاءات ويكتبون المواضيع والتحقيقات ويزودون بها المجلة بشكل دوري.

كما سبق يتضح لنا أن الهيكل التنظيمي بإدارة الإعلام الأمني في شرطة دبي تضم شعبتها مجلة خالد في إطار قسم التوعية الأمنية ومجلة الأمن في قسم العلاقات العامة، وعلى الرغم من أن إصدار المجلات هو في حد ذاته نشاط لإحدى أقسام التوعية الأمنية ولا يجوز أن تفرد له شعبة منفصلة.

## ٢- قسم العلاقات العامة

تأسس قسم العلاقات العامة بشرطة دبي في أواخر عام ١٩٧٤ كما سبقت الإشارة، وهو جهاز لا مركزي يقع اختصاصه ضمن مهام وواجبات إدارة، الإعلام الأمني التي تعد من الإدارات الفرعية التابعة للإدارة العامة لخدمة المجتمع بشرطة دبي، وقد أنشئ هذا القسم لتحقيق هدفين: الأول متعلق بجمهورها الداخلي والثاني بجمهورها الخارجي، وهو كالآتي:

- تنمية ثقة الشعب بجهاز الشرطة.
- الإسهام في حل المشاكل البيئية.
- تيسير الاتصال المباشر بالجمهور.
- ضمان الحصول على المنافع والخدمات للجمهور.
- تحقيق المصلحة المالية والاقتصادية.
- التعرف بدور الجهاز وأساليبه العلمية الحديثة المحقق لرسالته.
- توثيق الروابط بأجهزة الإعلام في الدولة.
- إقامة جسور التعاون وتوثيقها بمختلف أجهزة الدولة.
- استنباط مؤشرات الرأي العام وقياسه.
- أهداف العلاقات العامة لشرطة دبي في إطار جمهورها الداخلي:
- رفع الروح المعنوية لرجال الشرطة.
- تنمية روح التجديد والابتكار لدى رجال الشرطة.

- نشر الوعي الوطني بين رجال الشرطة.
- نشر الوعي الشرطي والقانوني.
- توفير الخدمات الثقافية والاجتماعية.
- وندرج تحت هذا القسم خمس شعب، وهي:
- شعبة مجلة الأمن.
- شعبة التوثيق الإعلامي.
- شعبة التصوير الفوتوغرافي.
- شعبة التدقيق اللغوي.
- شعبة التصميم والإخراج.

حيث تتولى تلك الشعب التغطية الإعلامية لنشاطات شرطة دبي كافة بما فيها: استقبالات وزيارات القائد العام والندوات والمؤتمرات والأنشطة المتعلقة بالخدمات الأمنية والمرورية حيث تؤدي كل منها دوراً مختلفاً.

شعبة مجلة الأمن:

- تقوم بإصدار مجلة الأمن الشهرية، وهي دورية أمنية ثقافية اجتماعية تصدر منذ عام ١٩٧٦ وتوزع مجاناً داخل الدولة وخارجها.
- شعبة التوثيق الإعلامي:

- التوثيق الإعلامي لمسيرة ونشاطات وإنجازات الشرطة بإداراتها ومراكزها وبما يخدم أهدافها وسياستها العليا.
- الإشراف على توزيع الصحف اليومية على مديري الإدارات وضباط المراكز والإدارات الفرعية.
- متابعة الصحف اليومية وما يكتب فيها عن أخبار ونشاط الشرطة وعرضه على المسؤولين.

- إصدار نشرة العسس الشهرية بالتعاون مع نادي الضباط.
- تزويد وسائل الإعلام المحلية بالأخبار اليومية الخاصة بالشرطة ومتابعة نشرها عبر الصحف العربية.

#### شعبة التصوير الفوتوغرافي :

- تقوم بتصوير المناسبات والأنشطة الشرطية كالمؤتمرات والندوات والأحداث الرياضية فوتوغرافياً وتوثيقها.

#### شعبة التدقيق اللغوي: من مهامها تدقيق ما يأتي:

- مواد المجلات التي تصدر عن القيادة العامة لشرطة دبي، مثل: مجلة الأمن الشهرية، مجلة خالد ربع الشهرية، ونشرة العسس الشهرية.
- الكتيبات والملصقات والنشرات التوعوية التي تصدرها إدارة الإعلام الأمني.
- الإعلانات التي تنشر عبر الصحف ووسائل الإعلام، مثل: إعلانات المناقصات والإعلانات التحذيرية والتوعوية.

#### شعبة التصميم والإخراج الصحفي:

- تقوم بتنفيذ وإخراج المجلات التي تصدر عن إدارة الإعلام الأمني، مثل: مجلة الأمن، مجلة خالد، نشرة العسس، مجلة الوعي الاجتماعي بالتعاون مع جمعية توعية ورعاية الأحداث.
- تصميم وإخراج الكتيبات والنشرات والمطبوعات والإعلانات التوعوية والتعريفية الخاصة بإدارة الإعلام الأمني والإدارات الأخرى بالقوة.
- تصميم الشعارات الخاصة بشرطة دبي.
- تصميم أغلفة الكتب والدراسات التي تصدر عن جهاز الشرطة.
- إعداد الرسومات الخاصة بالمجلات والنشرات التي تصدرها شرطة دبي.
- متابعة المطبوعات في المطابع.

- تنسيق المعارض التوعوية والأمنية التي تشارك بها إدارة الإعلام الأمني في المناسبات المختلفة.

### ٣- قسم البرامج الإذاعية والتلفزيونية:

شرطة دبي قديمة العهد في التواجد على الساحة الإعلامية سواء المسموع منها أو المرئي، إيماناً منها بأهمية دور الإعلام في نشر الوعي الأمني وخلق العلاقات الوطيدة بين جهاز الشرطة والجمهور.

ففي عام ١٩٧٨ بدأت علاقة شرطة دبي بالإعلام المسموع من خلال إعداد وتقديم برنامج يومي صباحي عنوانه: «أخي المواطن» وهو برنامج توجيهي وإرشادي مروري يخاطب المستمعين والسائقين.

وفي العام نفسه أيضاً أطل على المستمعين برنامج إذاعي عنوانه: «عيون لا تنام» وهو برنامج ما زال حتى وقت قريب يحتل موقعاً مهماً على خارطة البرامج الإذاعية في إذاعة الإمارات العربية المتحدة من دبي.

وفي العام ١٩٩٦ ظهرت نوعية جديدة من البرامج الإذاعية المتخصصة، مثل: برنامج «طريق السلامة» وهو برنامج توجيهي يذاع بمناسبة أسابيع المرور لدول مجلس التعاون الخليجي يخاطب السائقين، ومستخدمي الطريق ويحثهم على الالتزام بأنظمة السير والمرور.

ومع الألفية الجديدة أطلقت شرطة دبي فكرة إنشاء قناة إذاعية متخصصة مرتبطة بغرفة العمليات، تقدم خدمة جديدة لمستخدمي الطرق من خلال بث المعلومات عبر هذه القناة الوقتيية بالتنسيق مع إذاعة دبي FM مثل: بعض المعلومات عند وقوع حادث سير في شارع ما، وتنبيه السائقين إلى ذلك حتى يتاح لهم استخدام طرق وشوارع بديلة تجنباً للاختناقات المرورية التي قد يسببها وقوع الحوادث، كذلك تقوم القناة ببث معلومات عن السيارات المسروقة واستدعاء سائقيها من قبل الشرطة.

أما على صعيد البرامج المرئية فقد بدأت شرطة دبي اقتحام هذه الساحة في عام ١٩٨٣، من خلال إعداد وتقديم البرنامج التلفزيوني (الشرطة والأمن

العام) وهو برنامج أسبوعي يلقي الضوء على نشاط الشرطة في مختلف الميادين والأنشطة.

ولتوعية الجمهور ببعض المشكلات الاجتماعية والأسرية، مثل: المخدرات وانحراف الأحداث والسرقة تم إعداد البرامج التوعوية التحذيرية في شكل «فلاشات» تلفزيونية قصيرة.

ويؤدي القسم مجموعة من المهام تتمثل في وظائف الشعب الآتية:

#### شعبة إعداد البرامج:

- إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- إعداد البرامج التوثيقية لإدارات ومراكز الشرطة.

#### شعبة التصوير:

وتتولى تصوير الأحداث الشرطية المختلفة كالمؤتمرات والندوات والاجتماعات والأنشطة الرياضية وإرسالها إلى التلفزيون لبثها بين حين وآخر.

#### شعبة الرصد الإذاعي:

وتتولى الرصد الإذاعي لما يبث عبر برامج البث المباشر في إذاعات الدولة للوقوف على آراء الجمهور والرأي العام.

#### شعبة المونتاج والإخراج:

وتتولى نسخ وأرشفة المواد المصورة تلفزيونياً للاستفادة منها عند الضرورة.

#### ٤- قسم الشؤون الدينية:

بدأ التوجيه الديني بشرطة دبي، في أوائل الثمانينات بشعبة دينية تقوم بمهمة إلقاء المحاضرات والدروس الدينية على العاملين بالقوة من خلال المساجد المنتشرة بمراكز الشرطة وثكنات العاملين، وأحياناً يستعان ببعض الوعاظ والأئمة والمحطباء من دائرة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدبي لإلقاء بعض من هذه المحاضرات الدينية.

وفي أوائل عام ١٩٨٥ بدأت شرطة دبي بتنظيم مسابقات حفظ وتلاوة القرآن الكريم الرمضانية بالتعاون مع دائرة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدبي في الوقت الذي لم تكن مثل هذه المسابقات معروفة كما هو الحال الآن.

وفي العام ١٩٩١ أنشأت القيادة العامة لشرطة دبي قسمًا للتوجيه المعنوي، ليتولى مهمة إعداد الخطط والبرامج الكفيلة بتوجيه أفراد الشرطة والجمهور توجيهًا معنويًا، ومن أهم ذلك إلقاء المحاضرات الدينية على أفراد القوة في بعض مراكز الشرطة وتفعيل وتطوير دور المسابقات الدينية التي تعقد خلال شهر رمضان المبارك واحتفالاً ببليلة القدر.

وفي عام ١٩٩٩ اكتملت ملامح التجربة الإعلامية المتميزة في مجال الإعلام الأمني عندما اعتمد القائد العام لشرطة دبي الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للتوجيه المعنوي وأُفرد لها قسمًا يحمل مسمى «قسم الشؤون الدينية» وإحاقه بإدارة الإعلام الأمني كإحدى الإدارات الفرعية.

ويتكون قسم الشؤون الدينية من أربع شعب تؤدي مهام دينية مختلفة، من أهمها:

شعبة المساجد: وهي إحدى الشعب الفرعية لإدارة الشؤون الدينية المنوط بها.

- الإشراف على شؤون المساجد التابعة للشرطة ومتابعة صيانتها وتزويدها بما تحتاجه.

- اختيار المرشحين للعمل في مساجد القوة من أئمة ومؤذنين وخطباء.

شعبة الخطباء والأئمة: وتقوم بالمهام الآتية:

- الإشراف على الوعاظ والأئمة والخطباء والمؤذنين العاملين بالمساجد التابعة لشرطة دبي.

- إعداد خطب الجمعة وتوزيعها على خطباء مساجد الشرطة.

- تلقي الأسئلة والاستفسارات والإجابة عليها أو تحويلها إلى دائرة الفتوى في دائرة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدبي.

شعبة المحاضرات الدينية؛ وتتولى القيام بما يأتي:

- إعداد المحاضرات والدروس اليومية والشهرية.
- المساهمة في إلقاء الدروس اليومية والشهرية.
- المساهمة في إلقاء الدروس الدينية والتوعوية على طلبة المدارس خلال الدورات الصيفية التي تعقدتها القيادة العامة لشرطة دبي.
- إلقاء المحاضرات على منتسبي مركز تأهيل المدمنين ونزلاء المؤسسات العقابية بدبي.

شعبة المكتبة الدينية : ومن مهامها:

- الإشراف على المكتبة الدينية التابعة لإدارة الإعلام الأمني، وذلك بفهرستها وتدوين محتواها وتنظيم أسلوب الإعارة وتزويدها بالمصادر والمراجع الجديدة بشكل دوري عن طريق الشراء من المعارض الدولية للكتاب أو عن طريق الهدايا من مكتبات أخرى.

كما يقوم قسم الشؤون الدينية بالتنسيق مع القيادة العامة لشرطة دبي بعقد مسابقة رمضانية سنوية خلال النصف الثاني من شهر رمضان من كل عام وتحكيم المسابقات الدينية التي تنظمها بالتنسيق مع القيادة العامة لشرطة دبي سواء أكانت مسابقات رمضانية أم مسابقات صيفية.

ومما لا شك فيه أن تلك المسابقات يمكن لها تحقيق العديد من الأهداف التي تحرص عليها القيادة العامة لشرطة دبي المتمثلة في:

- الحث على حفظ كتاب الله تعالى وتعلمه وتدبره.
- ربط العاملين بالقوة بدستور الأمة.
- العمل على تهذيب وصقل أخلاقيات وسلوكيات العاملين في الشرطة.
- إثارة روح التنافس الشريف بين العاملين.

- شغل أوقات العاملين بما يعود عليهم بالنفع الديني والدنيوي خلال شهر رمضان.

وفي عام ١٩٨٨ أدخلت المسابقة الثقافية في نشاط الشؤون الدينية، وهي عبارة عن مسابقة شاملة تتضمن مجموعة من الأسئلة في شتى العلوم الدينية والثقافية، تطرح بجانب مسابقة القرآن الكريم الرمضانية السنوية بهدف:

- ربط العاملين بالتراث القديم والحديث من خلال التردد على المكتبات للقراءة والاطلاع.

- حث الأفراد على المطالعة والبحث والتزود بالعلوم الدينية والثقافية.

- تقوية النشاط الفكري والثقافي لدى العاملين بالقوة.

- شغل أوقات فراغ العاملين بما يعود عليهم بالنفع والفائدة.

وبدراسة تجربة شرطة دبي في مجال الإعلام الأمني يتضح لنا ما يلي:

- وجود رؤية واضحة محددة الأهداف والاستراتيجيات للإعلام الأمني بشرطة دبي، والدليل على صحة هذا الاستنتاج أن الهيكل التنظيمي للإدارة العامة المعنية بالإعلام الأمني يستحدث بها أقسام وشعب كل سنتين في المتوسط، فقد شهد عام ١٩٩٩، إنشاء إدارة متخصصة في الإعلام الأمني لعلها الأولى على مستوى الأجهزة الشرطية في الوطن العربي من حيث التخصص والتسمية.

- أن مسمى «إدارة الإعلام الأمني» يعكس إحدى التخصصات الدقيقة من فروع الإعلام الحديثة، التي تستخدم في تحقيق أهدافها وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة، بينما مسمى «الاتصال الجماهيري»<sup>(١)</sup> لهذه الإدارة لا يعكس بوضوح التخصص الوظيفي الدقيق لها، علاوة على أنه لا يظهر الغرض من هذا الاتصال كما يوضحه مسمى «الإعلام الأمني».

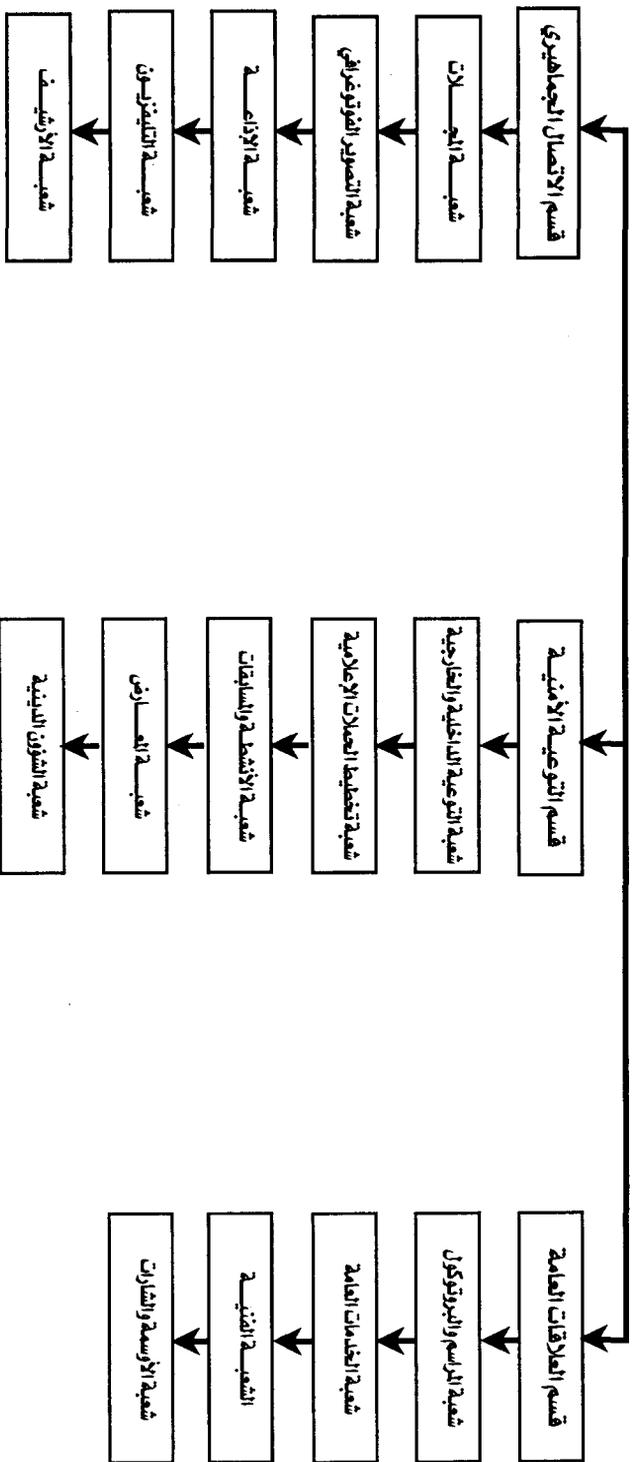
(١) بموجب أمر القوة الصادر من القائد العام لشرطة دبي عام ٢٠٠١.

- إن الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للتوجيه المعنوي يضم عدداً كبيراً من الإدارات الفرعية، التي تؤدي تقريباً مهاماً متشابهة: كإدارة العلاقات العامة، وإدارة خدمة المجتمع، إدارة حقوق الإنسان ..، وبعد هذا نوعاً من التكرار في المهام والواجبات والأنشطة، وعلى الخصوص المتصلة منها بالجمهور الداخلي والخارجي، فعلى سبيل المثال، فإن المعارض والأنشطة من المفترض أنها من صميم عمل العلاقات العامة، نجد أنها تقع ضمن نطاق عمل أقسام أخرى، مثل: قسم التوعية الأمنية، الأمر الذي يؤكد على ضرورة الاستفادة من المتخصصين عند وضع الهياكل التنظيمية لكل من الإدارة العامة لخدمة المجتمع وإدارة الإعلام الأمني.

ويقترح الباحث نموذجاً لإدارة الإعلام الأمني شكل (٧) أملاً في تعميمه على إمارات الدولة.

واستكمالاً للدراسة التحليلية لنموذج إدارة الإعلام الأمني بشرطة دبي نعرض في الفصل التالي دور هذه الإدارة في مجال التوعية الأمنية.

## الهيكل التنظيمي المقترح لإدارة الإعلام الأمني بشرطة دبي



المصدر (من إعداد الباحث).

شكل (٧) الهيكل التنظيمي المقترح لإدارة الإعلام الأمني بشرطة دبي.