



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Researcher: Taki Zidan Khalaf.

College of Media –

University of Baghdad

Email: Taqiy.Zaidan1803b@comc.uobaghdad.edu.iq

Prof. Dr. Mohammed Abdul Hassan Al-Amiri

College of Media –

University of Baghdad

Email: drmohammedalameri@comc.uobaghdad.edu.iq

Keywords: mental image/
National Security Service/
Iraqi public.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 7 May 2025

Accepted 15 Aug 2022

Available online 1 Oct 2025



The mental image of the National Security Service among the Iraqi public (a survey study of the image of the National Security Service)

Abstract

The research problem is summarized in the central question: What is the public perception of the National Security Agency among the Iraqi audience? The objectives of the study were defined as measuring the mental image formed about the Iraqi National Security Agency and determining the level of public satisfaction with the services provided by the Agency. The researcher employed the survey method to study the mental image of the Iraqi National Security Agency and used a measurement scale tool to assess the prevailing public perception. A sample of 400 respondents was selected for this purpose.

The researcher reached several conclusions, the most important of which is that the mental image formed about the National Security Agency is generally positive. However, the Agency does not place sufficient emphasis on social responsibility programs and community events, which may weaken its relationship with the public. On the other hand, the Agency demonstrates a commitment to promptly responding to citizens' complaints and inquiries, providing necessary support, and effectively addressing issues, thereby reinforcing its role in safeguarding societal security.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI : <https://doi.org/10.31185/lark.4476>

الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني لدى الجمهور العراقي (دراسة مسحية لصورة جهاز الامن الوطني في مدينة بغداد)

الباحث تقي زيدان خلف/ كلية الاعلام-جامعة بغداد

أ.د محمد عبد حسن العامري/كلية الاعلام-جامعة بغداد

المستخلص:

تلخصت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس : ما الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني لدى الجمهور العراقي ؟ اما اهداف البحث فقد حددها الباحث بالتعرف على قياس الصورة الذهنية المتشكلة عن جهاز الامن الوطني العراقي ، و معرفة مدى رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة من قبل جهاز الامن الوطني العراقي ، واعتمد الباحث المنهج المسحي لدراسة الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني العراقي ، و وظّف أداة المقياس لقياس الصورة الذهنية السائدة لدى الجمهور العراقي، واعتمد البحث على عينة تتكون من (400) مبحوث لأداة المقياس، وتم توزيع العينة على جمهور مدينة بغداد في قضائي الرصافة و الكرخ ، و تم استخدام العينة العنقودية ، وتوصل الباحث الى استنتاجات عدة اهمها ان الصورة الذهنية المتشكلة عن جهاز الامن الوطني ايجابية، كما لم يول الجهاز اهمية كبيرة لبرامج المسؤولية الاجتماعية و المناسبات و الفعاليات المجتمعية ، و هذا من شأنه ان يضعف العلاقات بينه و بين الجمهور ، و حرص الجهاز على الاستجابة السريعة لشكاوى المواطنين واستفساراتهم، وتقديم الدعم اللازم لهم، بما يضمن معالجة المشكلات التي تواجههم بفعالية ويعكس دوره في حماية الأمن للمجتمع. الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية/ جهاز الامن الوطني/ الجمهور العراقي .

المقدمة :

يشكل جهاز الأمن الوطني أحد أبرز المؤسسات الأمنية في العراق، نظرًا لطبيعة المهام الموكلة إليه في مكافحة التهديدات الأمنية وحماية النظام العام. وتتأثر صورة هذا الجهاز في أذهان الجمهور بعدة عوامل، منها الأداء الفعلي على الأرض، ومستوى الشفافية في التواصل مع المواطنين، وفاعلية الاستجابة لشكاواهم، فضلًا عن حضوره في وسائل الإعلام والمناسبات المجتمعية.

لذلك، فإن دراسة الصورة الذهنية لجهاز الأمن الوطني لدى الجمهور العراقي تُعدّ ضرورية لفهم مدى رضا المواطنين وثقتهم بهذه المؤسسة، ولتحديد مكامن القوة والضعف في العلاقة بين الجهاز والجمهور، بما يسهم بتحسين الأداء وتعزيز التواصل الفعال وبناء شراكة مجتمعية قائمة على الثقة والاحترام المتبادل.

المبحث الاول: الاطار المنهجي

اولاً: مشكلة البحث

تلخصت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس: (ما الصورة الذهنية لجهاز الأمن الوطني لدى الجمهور

العراقي)؟

1. ما مدى رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة من قبل جهاز الامن الوطني العراقي؟
2. ما مستوى تأثير وسائل الاتصال والحملات الاعلامية في تشكيل الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني العراقي لدى الجمهور؟

ثانيًا: أهمية البحث

يمثل هذا البحث اضافة نوعية الى المكتبات العلمية في مجال دراسات المؤسسات الامنية , و الصورة الذهنية المتكونة عنها , كونه بحثاً تطبيقياً ؛ ولأن المكتبات تقتقر لمثل هذا النوع من البحوث المختصة في دراسات العلاقات العامة في المؤسسات الامنية .

ثالثاً: اهداف البحث : يرمى البحث الى تحقيق الاهداف الاتية :

1. قياس الصورة الذهنية المتشكلة عن جهاز الامن الوطني لدى الجمهور.
2. معرفة مدى رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة من قبل جهاز الامن الوطني العراقي .

رابعاً: مجتمع البحث وعينته

يعني مجتمع البحث كل الأفراد ممن تتمثل بهم الظاهرة التي يود الباحث دراستها بصرف النظر عن إمكانية الوصول لبعضهم دون الآخر، أو وجود إطار يضمهم جميعاً أو لا. (البياتي، 2018، صفحة 268)

تم توزيع (411) استمارة توزّعت بين مناطق بغداد على افراد الجمهور التي شملتها العينة الذين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي لشركات الدفع الالكتروني، وبعد جمع الاستمارات وفرزها اهتمت (11) استمارة لعدم مطابقتها للشروط العلمية، ليبليغ عدد الاستمارات التي تم معالجتها احصائياً هي (400) استمارة.

خامساً: اختبار الصدق والثبات للمقياس

- أ. اختبار الصدق الظاهري : اعتمد الباحث الصدق الظاهري للمحكمين بتوزيع استمارة المقياس على المحكمين من تخصصات علمية لها علاقة بموضوع البحث، وتمّ تحكيم الاستمارة بالموافقة على عدد من الفقرات، وتعديل الأخرى، فضلاً عن حذف عدد قليل منها ، وقد ظهرت نسبة درجة الصدق الكلية (89.12%) ، وهي قيمة مقبولة لصدق اداة البحث .
- ب. اختبار ثبات المقياس : ولتحقيق ذلك استعمل الباحث معامل ارتباط بيرسون Pearson لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات مقياس الصورة الذهنية لجهاز الأمن الوطني العراقي والدرجــــــــــــة الكليـــــــــــــة لـ(400) استمارة ، وقد تبين أن جمع القيم في الجدول أدناه ارتباطها بالدرجة الكلية دال احصائياً كونها أعلى من قيمة الارتباط الجدولية البالغة (0.10) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (398).

سادساً: أدوات البحث

اعتمد الباحث على أداة المقياس لقياس الصورة الذهنية لدى شركات الدفع الإلكتروني، وقام الباحث بإعداد فقرات ايجابية وسلبية مناسبة وفق الاهمية النسبية لكل مكون من مكونات المقياس (مكون معرفي، مكون عاطفي، مكون سلوكي) يتألف من (12) فقرة ، وذلك بناء على طبيعة موضوع البحث والوصول الى الاهداف التي تسعى لتحقيقها.

سابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات

1. **الصورة الذهنية:** هي النتائج النهائي للانطباعات والتصورات الذاتية التي تتكون في أذهان المواطنين بفئاتهم المختلفة عن المؤسسة الأمنية ورجال الأمن، نتيجة لما تقوم به تلك المؤسسة من ممارسات عند الاتصال بهم . (مزيان، 2019، صفحة 246)

2. **الامن الوطني :** عرف الأمن الوطني بأنه " مجموعة من العمليات التي تشترك بها الدولة وترتبط بالسيادة ، وتتضمن هذه النشاطات الأمن الزراعي، والأمن الغذائي والبحوث الابتكارية، والأمن الصحي، والتعليم، وأمن الطاقة والاتصالات، وأنظمة العدالة، والأمن العسكري، وأنظمة مكافحة الفساد المالي، وتوفير الاحتياجات الضرورية، وحماية حقوق الإنسان والحد من الصراعات وغيره " (Jack. T. Trevors, 2010, p. 1)

3. **الجمهور العراقي (اجرائياً):** الجمهور العراقي هو مجموعة متنوعة من الأفراد داخل العراق، يتميز بتعدد الثقافات والاهتمامات، ويتأثر بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية، مع تزايد اعتماده على التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي.

ثامناً: النظرية الموجهة للبحث**نظرية اصحاب المصلحة (الاطراف المتأثرة)**

تفترض نظرية أصحاب المصلحة أن أي مؤسسة ، سواء أكانت حكومية أم خاصة ، لا تعمل في فراغ ، بل انها تتفاعل مع مجموعة من الأطراف المختلفة , و هذه الاطراف تتأثر بأنشطتها أو يؤثر فيها , وتشمل هذه الأطراف المواطنين، الدولة و مؤسساتها , الموظفين ، وسائل الإعلام، منظمات المجتمع المدني، وحتى الخصوم المحتملين , و غير ذلك , كما تهدف إلى تحقيق التوازن بين مصالح هذه الجهات لضمان استقرار المؤسسة ونجاحها على المدى الطويل .

تاسعاً : دراسات سابقة

1. دراسة رسول احمد شهاب احمد (اساليب العلاقات العامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الامنية) 2023.

مشكلة الدراسة: ما مضامين منشورات العلاقات العامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية؟ وما الاستمالات التي وظفتها العلاقات العامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية؟

اهداف الدراسة: التعرف إلى المضامين التي تقوم بنشرها وزارتا الداخلية والدفاع في بناء الصورة الذهنية عبر الصفحة الرقمية على الفيس بوك ، ومعرفة الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة الرقمية في وزارتي الداخلية والدفاع.

منهج الدراسة واداته: تنتمي الى الدراسات الوصفية واستعان الباحث بالمنهج المسحي بأستخدام ادوات جمع المعلومات (الملاحظة، تحليل المضمون).

اهم النتائج: اتضح من نتائج التحليل فيما يخص توعية أفراد المجتمع بالجرائم الرقمية التي تمارس في المجتمع في صفحة وزارة الداخلية، إنَّ الفئتين الأبرز هما " مكافحة المحتوى الهابط والحد منه" و " توعية أفراد الجمهور بمخاطر الجرائم الرقمية، و اظهرت نتائج التحليل في صفحة وزارة الداخلية ان فئتي استراتيجية الحوار واستراتيجية الاعلام تصدرتا النتائج بنسبة مئوية عالية جداً في صفحة وزارة الدفاع ، حازت فئة استراتيجية الاعلام على المرتبة الأولى وحلت ثانياً فئة استراتيجية الحوار.

2. دراسة انفال غازي موسى (دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية الأكاديمية) 2022.

مشكلة الدراسة: ما دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية الأكاديمية؟ وما الوسائل الاتصالية المستخدمة لبناء الصورة الذهنية في المؤسسات الأمنية الأكاديمية؟

اهداف البحث: التعرف إلى دور العلاقات العامة في مديرية التأهيل والتدريب في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية الأكاديمية، ومعرفة الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية في المؤسسات الأمنية الأكاديمية **منهج البحث واداته:** تنتمي الى الدراسات الوصفية واستعان الباحث بالمنهج المسحي بأستخدام ادوات جمع المعلومات (تحليل المحتوى، الاستبانة، المقابلة) باتباع اسلوب الحصر الشامل.

اهم النتائج: العلاقات العامة في مديرية التدريب والتأهيل في وزارة الداخلية تستخدم الفيس بوك والموقع الالكتروني اكثر من الوسائل الاتصالية الاخرى ، ويوجد تفاعل كبير فيها، وان غالبية منشورات العلاقات العامة عبر صفحة الفيس بوك تركز على النشاطات والخدمات المقدمة للجمهور ، وهذا يرسم صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسات الأمنية الأكاديمية، ويتم قراءة الشكاوى التي ترد إلى الصفحة وايصالها إلى الادارة

العليا ومتابعة الاجراءات التي سوف تنفذ، كما يقوم قسم العلاقات العامة بأنشطة مشتركة مع الوزارات والمؤسسات الأخرى بصورة مستمرة بواقع فعلي.

المبحث الثاني: الاطار النظري للبحث

مفهوم الصورة الذهنية:

يعد أرسطو أول من وضع الركائز الأساسية والتي يستند إليها الكثير من التنظيرات اللاحقة عن مفهوم الصورة ، عندما جعل من الصورة صلة الوصل بين الخيال و الإدراك (الحمداني، 2001، صفحة 18) وتعرف الصورة الذهنية بصورة عامة بأنها " الخريطة التي يستطيع الإنسان عن طريقها أن يفهم ويدرك ويفسر الأشياء وهي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين , وما يترتب عن ذلك من أفعال ايجابية كانت أم سلبية بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة " (موسى ب.، 2015، صفحة 7) وتشير تعريفات صورة المؤسسة ببساطة ما يتبادر في ذهن الفرد لمؤسسة ما، وتتضمن الصور أدلة أو مستندات أو إشاعات غير صحيحة، لكنها في النهاية تمثل تصورا حقيقيا لأصحابها عن تلك الصور في اذهانهم. (محسن، 2024، صفحة 65)

وبكونها حصيلة الانطباعات الذاتية التي يكونها الجماهير عن شخص معين أو جهة معينة فهي تتكون من معلومات واتجاهات وتصورات اكتسبها الفرد من طريق الخبرة المتراكمة ، التي تعد المقياس الذي يصدر فيه الفرد احكامه عما يحيط به (عطوي، 2024، صفحة 113)

اهمية الصورة الذهنية (غرسى، 2015، صفحة 80)

1. زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة.
2. جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسة , و زيادة تمويل برامجها و أنشطتها.
3. استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة.
4. توليد الشعور بالانتماء للمؤسسة , و تعزيز الثقة في نفوس أعضاء المؤسسة والعاملين بها .
5. زيادة اهتمام قادة الرأي العام , ووسائل الإعلام بالمؤسسة , و زيادة دورها في خدمة المجتمع .

مصادر الصورة الذهنية

1. الخبرة المباشرة : وهي الخبرة التي تأتي من احتكاك الفرد اليومي بغيره ، سواء من الأفراد أو المؤسسات ، وهي مصدر مباشر لتكوين الأنطباعات الذاتية عن مؤسسة أو شخص أو دولة أو مجموعة اشخاص او غيرها. (الحمد، 2020، صفحة 65) .

2. **الخبرة غير المباشرة :** وهي الخبرات التي تتكون بوساطة ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية او وسائل الإعلام المختلفة (المسموعة ، المرئية ، المقروءة) ، بطريقة غير مباشرة ، بنقل أحداث ومواقف وأخبار الأفراد والمؤسسات إلى الجمهور. (راضي، 2024، صفحة 563)

وتلجأ المؤسسات عبر الوسائل الاتصال إلى خلق صورة مؤثرة في جمهورها ، والتي من شأنها أن تعمل في خدمة أهداف المؤسسة من تعزيز للوضع الامني و خلق صورة جيدة و شعور الجمهور بالامان (الجبوري ا.، 2010، صفحة 173)

خصائص الصورة الذهنية

تتميز الصورة الذهنية بالعديد من الخصائص، نلخصها بالاتي:

1. **الجزئية :** تمثل الصورة جزءًا من الواقع الكلي ، ومن ثَمَّ فإن الرسالة التي تتضمن معلومات معينة عن مؤسسة ما ، لا تمثل في نهايتها الا جزءا من المعلومات الكاملة عن هذه المؤسسة ، وتعد في الوقت نفسه مؤشر للصورة الكلية ، وهذه الصورة تنطوي على العديد من المخاطر ، و اولها صعوبة تعبير الجزء بالصدق الكامل عن الكل ، وثانيها ان الانسان يقفز عادة الى الاستنتاجات حتى وان لم يكن لديه المعلومات الكاملة عن المؤسسة ، ومن الممكن ان تكون هذه الاستنتاجات خاطئة ، وهنا يجب على العلاقات العامة ان تصححها من طريق الاجراءات التي تتخذها (الدناني و درار، 2020، صفحة 236).

2. **عدم الدقة :** ان الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ، ولعل ذلك راجع اساساً الى ان الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي ، و لاسيما ان الافراد عادة ما يلجؤون الى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين ، من طريق معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع معلومات كاملة (الجرايدة، 2013، صفحة 323).

3. **التلون :** ان اي رسالة اعلامية تتوجه الى الجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيرية تتعرض الى منافسة الكثير من الرسائل ، والتي توجه من طريق هذه الوسائل ، لذلك نتيجة لتلك المنافسة تتأثر المعاني التي تتضمنها الرسالة بالمعاني التي تحملها الرسائل الاخرى ، ومن ثَمَّ يحدث تغيير الى حد ما بمعالم الصورة المنقولة في الرسالة الاتصالية ، وتضاف اليها بعض المعاني الجديدة التي لم تكن تحملها ، وتفقد المعاني التي كانت تحتويها الرسالة سابقاً ، ومن الممكن أن يكون التلون متعمداً من طريق محاولة بصرف الاطراف للتأثير على

الصورة لدى حاملها , بتقديم الرسائل الاتصالية التي تعمل على زعزعة هذه الصورة او تغييرها (القريشي، 2021، صفحة 40)

جهاز الامن الوطني العراقي

يعد مصطلح الأمن الوطني مفهوماً يتسم بالعمومية , لتأثره بحقائق متنوعة ومتغيرة ونسبية , وهذه الحقائق نابعة من العوامل الداخلية والخارجية , وتلجأ الدول الى العديد من الاجراءات و التشريعات والتي تكفل سلامة امنها العام , و ان الاهتمام بهذا الجانب يعزز امن الدولة داخلياً , و يحميها من الاخطار الخارجية , فالأمن الوطني في قمة الضرورة لأية دولة , و عليه فهو يساوي اساس بقاء الدولة و كيانها (صبري، 2011، صفحة 39) .

يتكون مصطلح الأمن الوطني من كلمتين , الأمن و الوطن , سبق ان اشرنا الى مفردة الأمن , اما مفردة (وطني) فهي صفة للأمن , فالوطن لغة هو "مكان الانسان و مقره" ويصبح البقاء في هذا المكان استقراراً له , و اتخذه موطناً , وبهذا يمكن التعبير عن مفهوم (الأمن الوطني) بأنه سلامة المكان , أي إنه المكان الذي يستقر فيه جمع من الناس , من دون خوف وفي سلام (طشوش، 2012، صفحة 14)

كما عرف بأنه القدرة التي تتمكن بها الدولة من تأمين نفسها , انطلاقاً من مصادر قوتها الداخلية والخارجية والاقتصادية والعسكرية , و في شتى المجالات لمواجهة المصادر التي تهددها من الداخل والخارج , و في السلم والحرب , مع استمرار تأمين لتلك القوى في الحاضر و المستقبل تحقيقاً للأهداف المخطط لها (الشحي، 2010، صفحة 29)

أهداف الامن الوطني

هناك العديد من الاهداف الخاصة بجهاز الامن الوطني العراقي , و التي يسعى لتحقيقها , و هي كما يلي : (السعيد و الفيلي ، 2023، صفحة 121)

1. حماية مواطني الدولة من الخطر بما في ذلك التهديد بالخطر أو الخوف منه.
2. حماية سيادة الدولة و استقلالها .
3. حماية أركان الدولة (الشعب، الإقليم، السيادة) , و ضمان قيمها ومصالحها الحيوية.
4. خلق ظروف تساعد الدولة على إشباع حاجاتها , و تشمل هذه الحاجات الموارد و المواد المصنعة و التقنية والأيدي العاملة .
5. حماية البيئة وتحقيق الأمن المائي والغذائي (التنمية الشاملة).
6. الحفاظ على استقرار السلطات , و فرض احترام القانون , و حماية حق حرية التعبير عن الرأي و حرية المعتقدات والممارسات الدينية , واحترام الملكية الخاصة .

7. الدفاع عن القيم الحضارية والأيدولوجية للامة.

مهام جهاز الامن الوطني العراقي (مسودة قانون جهاز الامن الوطني العراقي ، 2024)

1. القيام بعمليات أمنية واستخبارية بهدف كشف المخططات والنشاطات التي تهدد أمن الدولة ومصالحها الاقتصادية ونظامها الديمقراطي الاتحادي ونسيجها الاجتماعي ، و تفكيكها ومواجهتها وبث الطمأنينة بين صفوف المواطنين ، فضلا عن جمع المعلومات المهددة لأمن الدولة ومصالحها ، وتحليلها وتقييمها ، وحماية السلم المجتمعي .
2. رصد الاتجاهات الرأي العام في المجتمع العراقي ، وتقييمه و معرفته ، وتصدى للعمليات النفسية المعادية والشائعات المغرضة ، والتي تهدف إلى بث التفرقة إضعاف الروح الوطنية .
3. التنسيق مع الجهات الإعلامية المختصة لتنظيم رسائل وحملات إعلامية ذات صلة بأمن العراق الوطني .
4. رصد واختراق و مكافحة المحاولات الرامية إلى تخريب المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ، فضلا عن رصد مصادر تمويل الإرهاب ، و غسل الأموال ، وضبط الأموال المهربة ، ومكافحة الجريمة المنظمة للحفاظ على الأمن الوطني .
5. المساهمة في وضع الخطط الاقتصادية المتعلقة بالأضرار التي قد تعرض لها القضاء الاقتصادي.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

عرض نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بعينة جمهور مدينة بغداد

أولاً: البيانات الديموغرافية للمبحوثين : حرص الباحث على إدراج الخصائص الشخصية للمبحوثين في المقياس لتكون دليلاً لها في توزيع المقاييس بما يتناسب مع طبيعة الدراسة، وللتأكد من تمثيل العينة بشكل جيد يسعى الباحث ايضاً الى معرفة الفروق ذات الدلالة الاحصائية بين هذه الخصائص للحصول على نتائج دقيقة بين فقرات المقياس وهي على النحو الآتي :

جدول (1)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة بحسب الجنس

ت	الجنس	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
1	ذكر	237	59.3	الاولى
2	أنثى	163	40.8	الثانية
	المجموع	400	%100	

يوضح الجدول رقم (1) توزيع العينة حسب الجنس، إذ تصدر الذكور المرتبة الأولى بتكرار (237) ونسبة (59.3%)، بينما احتلت الإناث المرتبة الثانية بتكرار (163) ونسبة (40.8%). وتظهر الأعداد أن هناك زيادة نسبية بسيطة في عدد الذكور مقارنة بالإناث، مما يعكس توزيعاً متوازناً بشكل عام ويعزز من موثوقية النتائج المستخلصة، الأمر الذي يزيد من إمكانية تعميمها وثقتها.

جدول (2)

توزيع عينة الدراسة بحسب متغير العمر

ت	العمر	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
1	39-30 سنة	143	35.7	الاولى
2	49-40 سنة	118	29.5	الثانية
3	29-18 سنة	94	23.5	الثالثة
4	50 سنة فأكثر	45	11.3	الرابعة
	المجموع	400	%100	

يوضح الجدول رقم (2) توزيع العينة بحسب متغير العمر، إذ جاء في المرتبة الأولى الفئة العمرية (30-39 سنة) بنسبة (35.7%)، وبعدها (143). تلتها الفئة العمرية (40-49 سنة) بنسبة (29.5%) وبعدها (118)، وقد حازت على المرتبة الثانية، ثم الفئة العمرية (18-29 سنة)، إذ حازت على المرتبة الثالثة بنسبة (23.5%) وبعدها (94). أما الفئة العمرية (50 سنة فأكثر)، فقد حازت على المرتبة الرابعة، وكانت الأقل تمثيلاً بنسبة (11.3%) وبعدها (45).

يظهر أن الفئات العمرية (30-39 سنة) و(40-49 سنة) تشكلان النسبة الأكبر في العينة , وتعد هاتان الفئتان من أهم الفئات العمرية بحسب عينة البحث من حيث تبنيهم لاتجاهات الرأي العام ازاء عمل جهاز الامن الوطني , على اساس انهما فئتان عمريتان ناضجتان تستطيعان تكوين رأي عام عن الموضوع .

جدول (3)

توزيع عينة الدراسة بحسب متغير التحصيل العلمي

ت	التحصيل العلمي	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
1	بكالوريوس	216	54%	الاولى
2	اعدادية فما دون	59	14.75%	الثانية
3	دبلوم	59	14.75%	الثالثة
4	ماجستير	47	11.75%	الرابعة
5	دكتوراه	19	4.75%	الخامسة
	المجموع	400	100%	

يوضح الجدول رقم (3) توزيع العينة بحسب متغير التحصيل العلمي، إذ جاءت فئة “بكالوريوس” في المرتبة الاولى بنسبة

(54%) وبعدها (216) فرداً , تلتها فئة “إعدادية فما دون” في المرتبة الثانية و بنسبة (14.75%) وبعدها (59) فرداً، ثم جاءت في المرتبة الثالثة فئة “دبلوم” أيضاً بنسبة (14.75%) وبعدها (59) فرداً , اما فئة “ماجستير” فقد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (11.75%) وبعدها (47) فرداً، وأخيراً فئة “دكتوراه” كانت الأقل تمثيلاً بنسبة (4.75%) وبعدها (19) فرداً , و هي في المرتبة الخامسة .

و هذا يعني أن فئة “بكالوريوس” هي الأكثر تمثيلاً في العينة، بينما “دكتوراه” هي الأقل تمثيلاً.

جدول (4)

الاوراق المرجحة و الاهمية النسبية لفقرات مقياس الصورة الذهنية لجهاز الأمن الوطني العراقي

تسلسل الفقرة في المقياس	الفقرة	البدايل	التكرار	النسبة %	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %
1	املك معلومات واضحة و دقيقة عن مهام الجهاز و واجباته .	لا أتفق	32	8	2.42	0.64	80.67
		لا أعلم	170	42.5			
		أتفق	198	49.5			
2	يُظهر الجهاز كفاءة عالية في التعامل مع القضايا الامنية ألمكلف بها .	لا أتفق	10	2.5	2.74	0.5	91.33
		لا أعلم	86	21.5			
		أتفق	304	76			
3	تسهم متابعة المعلومات الصادرة عن جهاز الامن الوطني بزيادة الثقافة الامنية عندي .	لا أتفق	38	9.5	2.6	0.66	86.67
		لا أعلم	83	20.8			
		أتفق	279	69.8			
4	لا املك رغبة في متابعة اخبار و أنشطة جهاز الامن الوطني.	لا أتفق	222	55.5	1.6	0.74	53.33
		لا أعلم	117	29.3			
		أتفق	61	15.3			
5	ارى ان جهاز الامن الوطني يتعامل بشكل جيد مع شكاوى المواطنين .	لا أتفق	57	14.3	2.48	0.73	82.67
		لا أعلم	95	23.8			
		أتفق	248	62			
6	لدي شعور بالفخر الوطني تجاه نشاطات و عمل جهاز الامن الوطني .	لا أتفق	32	8	2.68	0.62	89.33
		لا أعلم	66	16.5			
		أتفق	302	75.5			
7	اشعر بالطمأنينة و الامان عند متابعة أنشطة الجهاز الاعلامية .	لا أتفق	25	6.3	2.73	0.57	91
		لا أعلم	58	14.5			
		أتفق	317	79.3			
8	لا تترك منشورات جهاز الامن الوطني عبر	لا أتفق	217	54.3	1.72	0.85	57.33
		لا أعلم	79	19.8			

			26	104	أتفق	مواقع التواصل الاجتماعي المهمة بالفعاليات الاجتماعية اثرا ايجابيا عن الجهاز لدي .	
46.33	0.65	1.39	70	280	لا أتفق	لا يعزز جهاز الامن الوطني مشاعر الولاء للبلد .	9
			21	84	لا أعلم		
			9	36	أتفق		
57.33	0.8	1.72	49.8	199	لا أتفق	لا اثق بالاحصاءات و الارقام والاخبار الصادرة عن جهاز الامن الوطني .	10
			28.8	115	لا أعلم		
			21.5	86	أتفق		
54.67	0.73	1.64	51	204	لا أتفق	لا يعجبني حضور الفعاليات التي ينظمها جهاز الامن الوطني .	11
			34	136	لا أعلم		
			15	60	أتفق		
55.67	0.74	1.67	49.8	199	لا أتفق	لا املك الرغبة بالتفاعل مع الحملات المجتمعية التي ينفذها جهاز الامن الوطني .	12
			33.8	135	لا أعلم		
			16.5	66	أتفق		

يوضح الجدول (4) الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني العراقي , و التي ظهرت من طريق المقياس , و كما يأتي:

1. اتجهت اجابات العينة نحو فقرة (املك معلومات واضحة و دقيقة عن مهام الجهاز و واجباته) الى نسبة (49.5%) للبدل(اتفق), ونسبة (42.5%) للبدل (لا اعلم) و نسبة (8%) للبدل (لا اتفق) , كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (80.67%) , و هذا يعني ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة , و ان الجمهور يملك معلومات واضحة و دقيقة عن مهام و واجبات جهاز الامن الوطني .
2. في حين ان فقرة (يُظهر الجهاز كفاءة عالية في التعامل مع القضايا الامنية المكلف بها) جاءت اجابات العينة فيها الى نسبة (76%) للبدل (اتفق) , و نسبة (21.5%) للبدل (لا اعلم) , و نسبة (2.5%) للبدل (لا اتفق) , كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (57%) , و هذا يدل على ان

الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة , و ان الجمهور يرى ان جهاز الامن الوطني يُظهر كفاءة عالية في التعامل مع القضايا الامنية المكلف بها .

3. اما اجابات الجمهور نحو فقرة (تسهم متابعة المعلومات الصادرة عن جهاز الامن الوطني بزيادة الثقافة الامنية عندي) , فقد اتجهت اجابات العينة الى نسبة (69.8%) للبديل (اتفق) , و نسبة (20.8%) للبديل (لا اعلم) , و نسبة (9.5%) للبديل (لا اتفق) , كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (86.67%) مما يدل على ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة , و ان الجمهور يرى ان متابعة المعلومات الصادرة عن جهاز الامن الوطني تسهم بزيادة الثقافة الامنية لديهم .

4. كما جاءت اجابات العينة عن فقرة (لا املك رغبة في متابعة اخبار و أنشطة جهاز الامن الوطني () الى نسبة (55.5%) للبديل (لا اتفق) , و نسبة (29.3%) للبديل (لا اعلم) , و نسبة (15.3%) للبديل (اتفق) , كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (53.33%) , و هذا يعني ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة , و ان الجمهور يملك رغبة في متابعة أنشطة و اخبار جهاز الامن الوطني .

5. بينما فقرة (ارى ان جهاز الامن الوطني يتعامل بشكل جيد مع شكاوى المواطنين) جاءت اجابات العينة فيها بنسبة (62%) للبديل (اتفق) , و نسبة (23.8%) للبديل (لا اعلم) , و نسبة (14.3%) للبديل (لا اتفق) , كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (82.67%) , و هذا يعني ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة , و ان الجمهور يرى ان جهاز الامن الوطني يتعامل بشكل جيد مع المواطنين .

6. على حين أن فقرة (لدي شعور بالفخر الوطني تجاه نشاطات وعمل جهاز الأمن الوطني) جاءت إجابات العينة فيها بنسبة (75.5%) للبديل (اتفق)، ونسبة (16.5%) للبديل (لا أعلم)، ونسبة (8%) للبديل (لا أتفق). كما أن الأهمية النسبية قد بلغت (89.33%)، مما يعني أن الاتجاه إيجابي في هذه الفقرة، وأن الجمهور يشعر بالفخر الوطني تجاه نشاطات وعمل جهاز الأمن الوطني.

7. واتجهت إجابات الجمهور نحو فقرة (أشعر بالطمأنينة و الأمان عند متابعة أنشطة الجهاز الاعلامية) إلى نسبة (79.3%) للبديل (أتفق)، ونسبة (14.5%) للبديل (لا أعلم)، ونسبة (6.3%) للبديل (لا أتفق). كما أن الأهمية النسبية قد بلغت (91%)، مما يدل على أن الاتجاه إيجابي في هذه الفقرة، إذ يرى الجمهور ان متابعتهم لأخبار وأنشطة جهاز الأمن الوطني يشعرهم بالطمأنينة و الأمان.

8. في حين أن فقرة (لا تترك منشورات جهاز الأمن الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي المهمة بالفعاليات الاجتماعية اثرا ايجابيا عن الجهاز لدي) جاءت إجابات العينة فيها إلى نسبة (54.3%) للبدل (لا أتفق)، ونسبة (26%) للبدل (اتفق)، ونسبة (19.8%) للبدل (لا أعلم). كما أن الأهمية النسبية قد بلغت (57.33%)، مما يعني أن الاتجاه إيجابي في هذه الفقرة، إذ يرى الجمهور أن منشورات جهاز الأمن الوطني الخاصة بالفعاليات الاجتماعية تترك اثرا ايجابيا عن الجهاز لديهم.

9. و اتجهت اتجهت إجابات العينة نحو الفقرة (لا يعزز جهاز الامن الوطني مشاعر الولاء للبلد) إلى نسبة (70%) للبدل (لا اتفق)، ونسبة (21%) للبدل (لا أعلم)، ونسبة (9%) للبدل (لا أتفق)، كما أن الأهمية النسبية قد بلغت (46.33%)، مما يدل على أن الاتجاه إيجابي في هذه الفقرة، إذ يشعر الجمهور ان مشاعر الولاء للعراق يعززها جهود جهاز الامن الوطني.

10. بينما فقرة (لا اثق بالاحصاءات و الارقام والايخار الصادرة عن جهاز الامن الوطني) جاءت إجابات العينة فيها إلى نسبة (49.8%) للبدل (لا اتفق)، ونسبة (28.8%) للبدل (لا أعلم)، ونسبة (21.5%) للبدل (أتفق). كما أن الأهمية النسبية قد بلغت (57.33%)، مما يعني أن الاتجاه إيجابي في هذه الفقرة، و ان الجمهور لديه ثقة بالاحصاءات الارقام و الاخبار الصادرة عن جهاز الامن الوطني.

11. بينما فقرة (لا يعجبني حضور الفعاليات التي ينظمها جهاز الامن الوطني) جاءت اجابات العينة فيها الى نسبة (51%) للبدل (لا اتفق)، و نسبة (34%) للبدل (لا اعلم)، و نسبة (15%) للبدل (اتفق)، كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (54.67%)، و هذا يعني ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة، و ان الجمهور يعجبة حضور الفعاليات المنظمة من قبل جهاز الامن الوطني.

12. بينما فقرة (لا املك الرغبة بالتفاعل مع الحملات المجتمعية التي ينفذها جهاز الامن الوطني) جاءت اجابات العينة فيها الى نسبة (49.8%) للبدل (لا اتفق)، و نسبة (33.8%) للبدل (لا أعلم)، و نسبة (16.5%) للبدل (اتفق)، كما ان الاهمية النسبية قد بلغت (55.67%)، و هذا يعني ان الاتجاه ايجابي في هذه الفقرة، و ان الجمهور يملك رغبة كبيرة في التفاعل مع حملات جهاز الامن الوطني المجتمعية.

جدول (5)

الاختبار التائي للفرق بين متوسط عينة الدراسة والمتوسط الفرضي لمقياس الصورة الذهنية لجهاز الامن الوطني العراقي

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	الدالة
400	76.71	9.79	62	30.04	1.96	399	دال

تشير نتيجة الجدول (5) الى أن مستوى الصورة الذهنية من وجهة نظر الجمهور لجهاز الامن الوطني العراقي مرتفعة ، لذا ترفض الفرضية الصفرية وتقبل البديلة .

الاستنتاجات :

1. لم يول الجهاز اهمية كبيرة لبرامج المسؤولية الاجتماعية و المناسبات و الفعاليات المجتمعية , و هذا من شأنه ان يضعف العلاقات بينه و بين الجمهور .
2. حرص الجهاز على الاستجابة السريعة لشكاوى المواطنين واستفساراتهم، وتقديم الدعم اللازم لهم، بما يضمن معالجة المشكلات التي تواجههم بفعالية ويعكس دوره في حماية الأمن للمجتمع .
3. توضح لدى الباحث بتفسير فقرات المقياس ان العلاقات العامة في جهاز الامن الوطني لديها فاعلية كبيرة , ونجحت بشكل كبير في تكوين صورة ذهنية ايجابية عن الجهاز.
4. بينت النتائج أن هناك رضا عن مستوى توافر قنوات للتواصل مع جهاز الأمن الوطني ، إذ تبين أن هناك فرق دال إحصائيا و لصالح جيد جدا .
5. ان العلاقات العامة ولدت لدى الجمهور رغبة كبيرة في تبني المواقف التي تدعم جهاز الامن الوطني
6. أن جهاز الأمن الوطني يعزز مشاعر الولاء للبلد .

المصادر :

1. بسام عبد الرحمن الجرايدة. (2013). *ادارة العلاقات العامة*. الاردن-عمان: دار اسامة للنشر و التوزيع.
2. خالد و عبد المالك الدناي و درار. (2020). *العلاقات العامة الاسس النظرية و الممارسة المهنية*. الاردن-عمان: دار اسامة للنشر و التوزيع.
3. خلف الحماد. (2020). *وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني*. الاردن-عمان: دار اليازوري.
4. محمد صباح القرشي. (2021). *الصورة الذهنية والتنوع الثقافي*. الاردن-عمان: دار معتز للنشر و التوزيع.
5. نجدت صبري. (2011). *الاطار القانوني للأمن القومي*. الاردن-عمان: دار دجلة للنشر و التوزيع.

6. هابل عبد المولى طشطوش. (2012). الامن الوطني و عناصر قوة الدولة في ظل النظام العالمي الجديد. الاردن - عمان: دار حامد للنشر و التوزيع.
7. Jack. T. Trevors. (2010). *International and national security includes a sustainable biosphere* .,canada: University of Guelph ,School of environmental science.
8. مسودة قانون جهاز الامن الوطني العراقي . (2024). موقع مجلس النواب العراقي على الانترنت.
9. ارادة زيدان الجبوري. (2010). مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة. مجلة الباحث العلمي - العدد (10)، 173.
10. باقر جاسم موسى. (2015). استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في بناء الصورة الذهنية للسياسة الخارجية. العراق-بغداد: جامعة بغداد-كلية الاعلام.
11. ريا قحطان الحمداني. (2001). صورة الولايات المتحدة في الصحافة العراقية (رسالة ماجستير غير منشورة). العراق-بغداد: جامعة بغداد - كلية الاداب.
12. شيماء سرحان محيل التميمي، اثير نوري عطوي. (2024). الابعاد المتحققة للصورة الذهنية ازاء التنمية الاقتصادية/دراسة ميدانية لحمهور محافظة واسط . lark journal ،المجلد 16، عدد2. <https://doi.org/10.31185/lark.3494>
13. ضحى ثامر راضي. (2024). دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الطيران، للمجلد 16، العدد4. <https://doi.org/10.31185/lark.3715> ،Lark Juurnal
14. فاطمة احمد الشحي. (2010). القضايا الامنية الاسيوية و اثرها على دول الخليج. الامارات-الشارقة: دار الخليج للصحافة و النشر.
15. فوزي آيت أعمر مزيان. (2019). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية. الجزائر: مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية.
16. منى حميد محسن. (2024). الصورة الذهنية للقطاع المصرفي الاهلي لدى جمهور العملاء/دراسة مسجية لجمهور مدينة بغداد. الباحث الاعلامي، المجلد 16، العدد66، 65.
17. هدى غرسي. (2015). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدماتية. الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي - كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية.