

استخدام العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقة الجمهور الكويتي بأداء جهاز الشرطة

د. عامر سالم علي الحصينان*

ملخص الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة استخدام العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية لصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقة الجمهور الكويتي بأداء جهاز الشرطة وتأثيرات هذا الدور على الجمهور السلوكية والمعرفية والوجدانية، وتعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وكذلك نظرية ثراء الوسيلة، وتم سحب عينة متاحة حجمها ٤٠٠ مفردة من الجمهور الكويتي، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع عدد ساعات وأيام متابعة الصفحات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لذا جاء نسبة ٦٣% من عينة الدراسة مهتمة بمتابعة هذه الصفحات تلاه الاهتمام إلى حد ما لمتابعة هذه الصفحات من قبل نسبة ٣٤.٣% من العينة، خاصة في ظل ارتفاع تقييم عينة الدراسة لاعتماد إدارة العلاقات العامة التابعة للجهاز الأمني بشكل كبير في تقديم المعلومات التي تتعلق بأداء جهاز الشرطة الكويتية من قبل نسبة ٥٤.٨% من عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين علاقة ارتباطية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدوث التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي- الثقة- الأجهزة الأمنية- العلاقات العامة.

* الأستاذ المشارك بأكاديمية سعد العبدالله للعلوم الأمن

The using of public relations in the security services of social networking sites to enhancing the Kuwaiti public's confidence in the performance of the police force

Abstract

The problem of the study is to identify the nature of the security services' public relations use of their pages on social networking sites to enhance the Kuwaiti public's confidence in the performance of the police force and the behavioral, cognitive and emotional effects of this role on the public. The study is based on the theory of reliance on the media, and media richness theory, and an available sample size of ٤٠٠ individuals was drawn. Of the Kuwaiti public, the study found an increase in the number of hours and days of following security pages via social networking sites, so ٦٣% of the study sample was interested in following these pages, followed by some interest in following these pages by ٣٤.٣% of the sample, especially in light of The study sample's assessment of the security agency's public relations department's reliance on providing information related to the performance of the Kuwaiti police force was greatly increased by ٥٤.٨% of the study sample on social networking sites. It was also proven that there is a statistically significant correlation between the confidence of the study sample. In the performance of the Kuwaiti police force based on the information provided about it through its pages on social networking sites and the occurrence of emotional, cognitive and behavioral effects as a result of following up on the information provided about the police force on its page on social networking sites in creating awareness of the nature of the security reality and the performance of the device.

Keywords: social networking sites - trust - security services - public relations.

يُعد الاتصال ضرورة حتمية لا تستغنى عنها المجتمعات ولا المؤسسات ولا الأفراد، وأصبح الإنترنت وسيلة لنشر المعلومات ووسيلة لتطوير العلاقة بين المؤسسات والجمهور عبر دعم التفاعل بين أطراف العملية الاتصالية، لذا اتجهت المؤسسات الحكومية للاعتماد على خصائص شبكة الإنترنت في مشاركة الرأي العام لها في صياغة وتنفيذ السياسات الحكومية الخاصة بها،^١ وهو الأمر الذي تم تنفيذه عبر تأسيس مواقع الكترونية لها إلى جانب توظيف صفحات لهذه المؤسسات الحكومية على الشبكات الاجتماعية، والتي مكنت المؤسسات الحكومية من إنشاء محتويات مختلفة نصاً وشكلاً وبتاح للجمهور التعليق عليها والتفاعل معها والتعبير عن آرائهم، وهو ما مكن المؤسسات الحكومية من تحقيق اتصال الكتروني حواري ثنائي الاتجاه مما يساعد في تقييم الخدمات الحكومية وتطويرها وبما يتوافق مع تطلعات وتوقعات الجمهور، فضلاً عن إحاطة الجمهور بأي معلومات لازمة في أوقات الأزمات والمشكلات الطارئة،^٢ وتتفق جميع الدراسات على أن الشبكات الاجتماعية تتيح للمؤسسات الحكومية وغيرها أدوات فاعلة للتواصل وللتفاعل الحقيقي مع المواطنين، وأداة لتعزيز ديمقراطية الاتصال الثنائي عبر توفير الفرص للمواطنين للتعبير عن آراءهم وأفكارهم وطرح الآراء بمختلف الموضوعات المثارة مجتمعياً.

وتحتل إدارة العلاقات العامة مكانة متميزة في الفكر الإداري للمؤسسات، تشكل حلقة الاتصال المستمرة بين أفراد المؤسسة داخليا وكذلك خارجيا مع الجمهور، كما أنها تساعد الجمهور على التفاعل الإيجابي مع المؤسسة باستقبال آرائهم ومقترحاتهم والتفاعل معها، لذا يمكن توصيف إدارة العلاقات العامة بأنها أداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، مما يجعلها من أكثر الإدارات المؤثرة في رسم صورة إيجابية عن المؤسسة وأنشطتها وخدماتها بل أنها تعد إدارة مؤثرة في صناعة القرارات وتطبيقه، كما اتجهت إدارة العلاقات العامة ليس فقط لمسايرة النظم الإدارية الحديثة بل أيضاً مسايرة التطور التكنولوجي والمعلوماتي، واستخدمت التكنولوجيا الحديثة للاتصالات والمعلومات وغيرها من وسائل اتصالية في تنفيذ استراتيجيتها الاتصالية والتسويقية والإعلانية، وتحقيق رؤية المؤسسة ورسالتها وأهدافها بما يعزز علاقتها بجمهورها.

ولا تُعد وزارة الداخلية مسؤولة فقط عن تحقيق الأمن والاستقرار داخل دولة الكويت، بل تقوم هذه الوزارة بتقديم خدمات متنوعة للمواطنين ما بين الأمنية والمرورية والمدنية وغيره، وأنها في تفاعل مستمر مع المواطنين، فهي تنوع في آليات التواصل معه، لذا كان حرص وزارة الداخلية الكويتية على سرعة وجودة تقديم هذه الخدمات للمواطنين إلى جانب الحفاظ على استقرار وأمن الوطن، فاتجهت الوزارة بجهاتها الأمنية التابعة لها لإنشاء موقع رسمي إلكتروني للوزارة وكذلك الجهات الأمنية التابعة للوزارة وكذلك تأسيس صفحات رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستفيدة من مستجدات ومتغيرات العصر التكنولوجية لتحقيق السرعة والدقة والجودة في الأداء والتفاعلية في التواصل مع الجمهور، علاوة على تمكين المواطنين من الحصول على خدمات وزارة الداخلية الكويتية بالجهات الأمنية التابعة لها الكترونياً إلى جانب الحصول على عبر الاتصال المباشر معهم.

وبالتالي يعتبر تحديث المواقع الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الداخلية الكويتية والجهات الأمنية التابعة للوزارة بأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات للتحويل إلى حكومة إلكترونية كأحد الوسائل الرئيسية للاستمرار في نجاح خطط التنمية المستدامة على مستوى الدولة في شتى المجالات والتي تقوم إدارة العلاقات العامة بالجهاز الأمني بالتعبير عنه وتوضيح السياسات الأمنية التي اتخذتها الوزارة وكيفية تطبيقها على أرض الواقع لأجل تسهيل الوصول للخدمات للمواطنين وفي ذات الوقت الحفاظ على استقرار الأمن وتماسكه، ولا شك أن هذا التطوير سينعكس أيضاً بالتبعية بشكل إيجابي على المواطنين والمستثمرين وشركات قطاع الأعمال التي تتعامل مع الجهات الحكومية المختلفة والتي من بينها الأمنية.

وبالتالي تسعى المؤسسات الأمنية إلى استثمار إمكانات الإعلام الجديد لخلق اتصال قوي بينها وبين جماهيرها، وتوضيح رؤيتها ورسالتها وأهدافها وإنجازاتها بشكل يسير على الجمهور وتفاعلي في ذات الوقت، لذا تتحدد تسعى الدراسة إلى تقييم استخدام إدارة العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية لصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بخدماتها الأمنية المتنوعة التي تقدمها هذه الأجهزة للجمهور على جانب تعريفهم بأنشطتها وأخبارها، وكذلك التعرف على آليات الأجهزة الأمنية للتفاعل مع الجمهور الكويتي للتعرف على اتجاهاته وتقييمه لأدائها، وأكثر الخدمات قبولا لديهم، ومقترحاتهم لتعزيز التواصل بين الطرفين بشكل أكثر فاعلية، ويترتب على كافة الجوانب السابقة تعزيز ثقة الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة والرضا عن أداءه.

أولاً: مشكلة الدراسة:

أصبحت الرقمنة من الحاجات الأساسية بالحياة العلمية لكافة المؤسسات، وقد أثرت تكنولوجيا الاتصالات الجديدة كالمواقع الإلكترونية، ومواقع الشبكات الاجتماعية والتطبيقات الرقمية على ممارسة مهنة العلاقات العامة بشكل كبير مما أعطى لها ميزة جديدة عما كانت عليه من قبل في ظل الاعتماد على التواصل المباشر مع المواطنين، حيث أتاحت الأدوات الإلكترونية الحديثة للعلاقات العامة فرصاً أوسع للوصول للمواطنين بشكل أسرع وبطريقة أدق مما كان له أثر كبير في تطوير أدائها، وبالتالي تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة استخدام العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية لصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقة الجمهور الكويتي بأداء جهاز الشرطة عبر توضيح خدماته وأنشطته وأخباره للجمهور والتفاعل الدائم معهم.

ثانياً: أهمية الدراسة:

أ- الأهمية النظرية:

١- تُعد الدراسة إضافة علمية في مجال الدراسات الإعلامية الكويتية التي أجريت على وسائل الإعلام الجديدة وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في ظل أن المجتمع العربي ينسجم ارتفاع استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي تمثل الدراسة الحالية إضافة في مجال قياس تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي الكويتية في مجال نشر الوعي الأمني وتعزيز الثقة في أداء جهاز الشرطة، وبالتالي تُعد هذه الدراسة

إضافة علمية في مجال بحوث تأثيرات الإعلام الجديد على الجمهور العربي وتشكيل معارفه ووجدانه وسلوكياته عبر استثمارات إمكانات النشر السريع والتفاعلية وجاذبية العرض لهذه المواقع.

٢- تُعد الدراسة إضافة في مجال الدراسات العلمية العربية والأجنبية المتعلقة بتقييم وتطوير أداء العلاقات العامة في المؤسسات أياً كانت طبيعتها، كما أنها تُعد أحد المجالات الإدارية التي تأثرت بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتطوراتها المتلاحقة، لذا تمارس هذه الإدارة نشاطاً مهنيًا متخصصًا يتم عبره تقوية العلاقة بين المؤسسة والجمهور، بهدف تحقيق اتصال فعال بين الطرفين عبر تنوع آليات ووسائل الاتصال ما بين المباشر والالكتروني، وارتفع مستوى الاهتمام بأداء العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والتي هنا وزارة الداخلية بجهاتها الأمنية المختلفة التابعة لها بعد تبني الدولة الكويتية لمفهوم الحكومة الالكترونية بهدف تطوير الجهاز الحكومي، حيث تيسير الفرص على المواطنين للحصول على الخدمات الحكومية في أقل وقت وبأقل تكلفة، وتقليل حدة المشكلات الناجمة عن تعامل طالب الخدمة مع الموظفين الحكوميين، حيث ينظر للحكومة الالكترونية كأداة أساسية لتحقيق الإصلاح الإداري والحكومي داخل الدول بالاعتماد على توظيف تكنولوجيا المعلومات، وهو ما يتطلب معه وجود وعي تام من القائمين على التواصل مع الجمهور وهنا إدارة العلاقات العامة على كيفية التنوع في وسائل التفاعل وقياس ردود فعل الجمهور وغيره نحو الوظائف التي تقوم بها هذه الإدارة، والتي تهدف في مجملها إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة وأدائها، لذا تسعى الدراسة إلى التعرف على فعالية استخدام إدارة العلاقات العامة بالجهاز الأمني في تحقيق الاتصال الخارجي بشكل فعال ومؤثر مع الجمهور لتعريفهم برسالتها وأهدافها وأنشطتها إلى جانب التأثير في تعزيز ثقتهم في أداء هذا الجهاز الأمني ورسم صورة إيجابية عنه.

ب- الأهمية العملية:

١- الوقوف على مدى ملائمة المعلومات المرتبطة بالشأن الكويتي الأمني وطريقة تقديمها مع المستجدات الحديثة والتطورات التكنولوجية المتعاقبة في تحقيق السبق المعلوماتي وانتشاره بين فئات المجتمع الكويتي، حيث يشهد المجتمع الكويتي كغيره من المجتمعات العربية منافسة قوية في مجال النشر الالكتروني وتعزيزاً للتوجه العربي نحو مفهوم الحكومة الالكترونية، لتبسيط الإجراءات الحكومية وتيسير وصولها للجمهور من خلال إيصال الخدمات الحكومية لهم بشكل سريع وعادل في إطار من النزاهة والشفافية والمساءلة الحكومية، وقد استفادت المؤسسات الأمنية باختلاف تخصصاتها من التقنيات التكنولوجية الحديثة في إعادة شكل وبناء المحتوى المنشور مما جعلها أكثر جاذبية لدى المتابعين لها وحفزتهم على التفاعل معها، لذا تُعد هذه الدراسة من الأهمية في الوقوف على كيفية استثمار إمكانات هذه المواقع من وجهة نظر المجتمع الكويتي وتعزيز دورها في كفاءة النشر الالكتروني لتحفيزهم على التفاعل مع هذه الصفحات الأمنية وبالتبعية تعزيز ثقة الجمهور في أداء الجهاز الأمني، حيث أن الشبكات الاجتماعية تخلق مساحات للتفاعل الإنساني وحراكه^(٥)، إلى جانب مفهوم ديمقراطية

الاتصال Democratic Communication الذي يحقق تبادل الآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر خارجية. (١)

٢- الوصول لمقترحات وتوصيات تمثل إطار عمل لصانع ومنتخب القرار الكويتي في الشأن الأمني تتمثل في رفع كفاءة الأجهزة الأمنية في تعظيم استثمارها لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي لجذب الجمهور الكويتي نحوها في ظل ارتفاع تأثيره بها، وبالتالي يُعد موضوع الدراسة مدخلاً مهماً لتحقيق المزيد من الفهم لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صناعة الاتصال الحكومي الإلكتروني بالتعرف على أسس وطرق التواصل الإلكتروني الفعال عبر بناء تصور لنماذج تواصل مؤسسي الكتروني فعال إلى جانب التواصل المباشر، إلى جانب التعامل بشفافية ومصداقية مع كافة فئات الجمهور الكويتي، وما سبق يمكن من بناء رؤية واضحة أمام متخذي القرار الرسمي في التأثير على الرأي العام الكويتي عبر ممارسي إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية، حيث ينظر لشبكات التواصل الاجتماعي بوصفها عاملاً أساسياً يسمح بخلق اندماج بين المؤسسة الحكومية ومواطنيها الأمر الذي ينعكس على تحقيق المشاركة الفعالة بين الطرفين على كافة الأصعدة بما في ذلك صياغة السياسات العامة للدولة. ٧

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على كثافة تعرض الجمهور الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن الشأن الأمني.
- ٢- تقييم عينة الدراسة لمعدل اعتماد إدارة العلاقات العامة لصفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور الكويتي
- ٣- الوقوف على دوافع متابعة الجمهور الكويتي لصفحات جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة في تقديم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي.
- ٤- تحديد طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتابعها عينة الدراسة.
- ٥- التعرف على مدى حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٦- الكشف عن مستوى الاهتمام بمتابعة المعلومات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة في ذلك.
- ٧- تقييم طبيعة المعالجات التي تعمل على زيادة الثقة للجمهور في جهاز الشرطة الكويتي ويتم نشرها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٨- الكشف عن أشكال تفاعل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية.
- ٩- تحديد ثقة عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ١٠- التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) التي تحققت من متابعة المعلومات الخاصة بالشأن الأمني عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الكويتي.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات السابقة التي تناقش وتبرز دور وسائل الإعلام الجديدة في التفاعل مع القضايا الأمنية الكويتية المختلفة، وكيفية تأثيراتها في سلوكيات الجمهور الكويتي وتعزيز ثقتهم في أداء جهاز الشرطة، وكانت أبرز نتائج الدراسات السابقة في هذا الشأن كما يلي:

المحور الأول: توظيف المؤسسات الحكومية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التعريف بنشاطاتها:

اتجهت الحكومات العربية نحو توظيف الإعلام بمختلف وسائله في الترويج لسياساتها التنموية على المدى البعيد وليس للتعريف بأنشطتها وخدماتها المقدمة للمواطنين، حيث أشارت دراسة (غادة مصطفى البطريق، ٢٠٢٠)^{١٠} إلى أن رؤية ٢٠٣٠ تعد خطة طموحة قابلة للتحقيق تُعبر عن أهداف وآمال المملكة العربية السعودية على المدى البعيد، والتي لن تتحقق إلا من خلال وسائل إعلام لديها من الوعي والفكر للإسهام في نشر رؤية ٢٠٣٠ ورؤيتها الطموحة، وأكدت النتائج أنه جاء في الترتيب الأول مستوى الإدراك المتوسط للشباب الجامعي السعودي لرؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية وذلك بنسبة ٥٧%، يليه في الترتيب الثاني مستوى الإدراك المرتفع بنسبة ٤٣%، وأكدت على النتائج السابقة دراسة شريفة رحمة الله سليمان (٢٠١٦)^{١١} والتي كشفت عن أن الاتصال الحكومي بدولة الإمارات نجح في ترجمة الخطط والأهداف الاستراتيجية للقطاع الحكومي في مجال الهوية الوطنية، كما حرصت المواقع الرسمية للوزارات والمبادرات محل الدراسة على استخدام صور تعزز مفهوم الهوية الوطنية، والولاء والانتماء في نفوس أفراد المجتمع وتجعلهم مشاركين في تلك المبادرات وبشكل تنافسي، كما أشارت النتائج إلى تزايد تفاعلية المواطنين مع منشورات المواقع الحكومية الرسمية بالتطبيق علي مواقع وزارة الدفاع ، وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع.

كما ناقشت دراسة (هبة فريد عبد الحميد محرم، ٢٠١٩)^{١٠} اعتماد الصفحات الرسمية للوزارات والجهات الحكومية الخدمية على الفيس بوك في تقديم وعرض معلومات للجمهور عن الخدمات الحكومية الإلكترونية، إلى جانب التعرف على مدى مساهمة اعتماد الطرفين على الفيس بوك والأدوات الاتصالية الحديثة في تطوير الأداء الاتصالي الحكومي الخدمي، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز الموضوعات التي أثرت وتم طرحها خلال شهر يوليو ٢٠١٧م، كانت الموضوعات الأمنية بنسبة (٣٢.٧٥)، ثم الموضوعات التعليمية بنسبة (١٧.٣٣)، ويليهما فئة أخرى؛ ومن أهم أهداف توظيف المؤسسات للفيس بوك وعرض المحتوى على الصفحة هو: (التعرف بالوزارة أو الجهة الحكومية وإنجازاتها بنسبة بلغت (٢٢.٩٤)، ثم التواصل مع الجمهور المستهدف من المحتوى بنسبة (21.05)

وفي تحليل مقارن بين أوضاع الحكومة الإلكترونية بمصر وعدد من الدول، ناقشت دراسة تعريد سلامة (٢٠١٧)^{١١} مستوى الاتصال والتفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية في أربعة دول هي: مصر والإمارات والولايات المتحدة الأمريكية وكندا، من حيث استفادة الدول العربية من تكنولوجيا المعلومات والإنترنت مقارنة بالدول الأجنبية، وكشفت الدراسة عن استفادة المواقع العربية بمؤشر التواصل من تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، وكذلك استفادة المواقع العربية من تكنولوجيا المعلومات بمؤشر الوسائط المتعددة مقارنة بالمواقع الأجنبية

وهذه نتيجة إيجابية لحد كبير وترجع للاهتمام الكبير الذي يوليه موقع دولة الإمارات العربية لمؤشر الوسائط المتعددة ومن ثم فإن الدول العربية إن أرادت تستطيع أن تكرر نفس التجربة المنفذة عربيا، في حين تفوقت الدول الأجنبية على الدول العربية بمؤشر التفاعلية ويرجع ذلك للخبرة المتراكمة لسنوات للدول الأجنبية مقارنة بالدول العربية.

المحور الثاني: دراسات ربطت بين وزارة الداخلية وتوظيف الإعلام:

أكدت كل من دراسة (هنا عبد الحميد إبراهيم، ٢٠٢٣)^{١٢} ودراسة (صليحة بن سباح، ٢٠٢٣)^{١٣} على أن الأمن القومي يُعد أساس وجود الدولة وهدف من أهداف سياستها العليا، التي تتمثل في الدفاع عن كيانها في المحيط الخارجي والداخلي لتأمين أيدولوجياتها، وتعزيز استقلالها السياسي والانسجام الاجتماعي، وضمان الوحدة الوطنية والقومية ضد الأخطار، ويدور المفهوم حول فكرة أمن الوطن والمواطن في ذات الوقت، وتعود أهمية الإعلام الأمني عبر المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية إلى الساحة العالمية والمحلية بسبب ظهور أبعاد جديدة عرفها المن بمعناه الشمولي كما أن حتمية الإعلام الأمني تكمن في دوره الفاعل في ربط المواطنين في الداخل والخارج بمهموم بلدهم، وكذلك تعظيم دوره في التصدي للهجمات الإرهابية وإزالة المعوقات أمامه في تحقيق ذلك.

كما هدفت دراسة (مدحت أبو بكر محمد، ٢٠٢٢)^{١٤} التعريف بمفهوم التواصل الرقمي ودورها في جودة برامج الإعلام الأمني، من خلال تبني المؤسسات الأمنية أساليب إعلامية متخصصة متجددة، بجانب استثمار نظم وبرامج الإعلام الرقمي وتطبيقاته الذكية التي تمكنه من التكيف مع هذه المعطيات العصرية المستحدثة، حيث تبرز أهمية التواصل الرقمي لوسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي كمدخل فعال ومتكامل لتوظيف تكنولوجيا الإعلام المتقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي ومنصات التواصل الرقمية الجديدة من خلال تطبيق أفضل ممارسات لنظم وبرامج الإعلام الرقمي كقوة دافعة ومحرك رئيسي لتحقيق نقلة نوعية نحو تحسين جودة البرامج الإعلامية بالمؤسسات الأمنية. وقد تم استخدام الأسلوب الوصفي للجانب النظري والتحليلي الكيفي لعناصر الدراسة لتقديم إطار علمي شامل لمفهوم التواصل الرقمي ودورها في تحسين جودة برامج الإعلام الأمني في محاولة للربط بين الجانبين النظري والعملي لمواكبة التطورات المتسارعة في مجالات الإعلام لإثراء المحتوى الرقمي للإعلام الأمني لتحقيق الاستفادة القصوى في تحسين جودة برامج الإعلام الأمني لنشر الثقافة والتوعية الأمنية على الوجه الخاص لضمان استدامة النتائج والمخرجات الإعلامية الإيجابية. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج والتوصيات والمقترحات، منها: ضرورة الإدراك والفهم الصحيح بمفهوم التواصل الرقمي لوسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، ودوره في تحسين جودة برامج الإعلام الأمني من خلال عرض المفاهيم الأساسية للإعلام الرقمي وتطبيقاتها الذكية، وكذلك ماهية برامج التوعية والثقافة الأمنية ومقوماته، بالإضافة إلى استشراف مستقبل التواصل الرقمي في برامج الإعلام الأمني ومنصاته الرئيسية، كل وسبل الاستفادة منهما، وتوفير محتوى إعلامي متوازن ومسؤول لنشر التوعية والثقافة الأمنية لجميع فئات المجتمع المختلفة.

وفي ذات السياق السابق، أشارت دراسة (محمود محمد شفيق، ٢٠٢٢)^{١٥} إلى أن الإعلام الأمني بوسائله المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة، يمكن من القضاء على الإرهاب بالتخطيط

الشرطي الحيد عبر جمع المعلومات الكافية وتحليلها بشأن كل بؤرة، ووضع خطط أساسية وخطط بديلة للتعامل مع تلك البؤر، حيث أصبح الإعلام له دور حيوي وخطير على تكوين الرأي العام. لذلك فالإعلام الأمني دور بالغ الأهمية في التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة لتقديم لهم المعلومات والحقائق لطبيعة المهام التي تقوم بها وزارة الداخلية خاصة في مجال مكافحة الإرهاب، ويجب الترويج إعلاميا تجاه مكافحة الإرهاب لتكوين جبهة رأى عام مؤيدة للقضاء عليه، كما يجب تشكل فريق لإدارة الأزمات أثناء مكافحة الإرهاب.

كما أضافت دراسة (على كمال محمد، ٢٠٢٢)^{١٦} أن الوعي الأمني نتيجة تفاعل الناس في سياق واقع اجتماعي معين في الحقائق المعرفية وقناعات العقيدة والتصورات الدينية بصيغة وميول والمشاعر والمواقف وأنماط بيانات السلوك الجماعي يعكس ذلك الواقع الاجتماعي وجوها لما يتضمنه من أبعاد متغيرات سابقة عن الحياة البشرية والديموغرافية والبيئية والاقتصادية والمهنية والحياة الثقافية والتاريخية والتنظيمية ومتغيرات أخرى التي تكتسب وتتغير في سياق علاقتها مع المؤثرات التبادلية مع هذا الواقع، بالإضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيدين السياسي والتجاري فإن هذه الشبكات أظهرت قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة الأصعدة مثل التعليم والرعاية الصحية وتنسيق عمليات التطوع، ومن استخدامات الشبكات الاجتماعية الإيجابية ما يحصل فيها من التواصل الاجتماعي بين أفراد الدولة أو المدينة على مستوى الأسرة أو القبيلة في تواصل اجتماعي إيجابي يعزز قوة المجتمع في ظل زحمة الإعلام والاتجاه العام لاستخدام الشبكات الاجتماعية من غير تحزب ولا عصبية، ومن غير ازدراء وتحقير للآخرين.

أشارت دراسة (آية طارق عبد الهادي، ٢٠٢٠)^{١٧} إلى أن أكثر الخدمات طلبا على موقع وزارة الداخلية المصرية على بوابة الحكومة الإلكترونية هي (تصاريح العمل/ الأدلة الجنائية/ الأحوال المدنية/ المرور)، وأن المنشورات السائدة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الداخلية (محل الدراسة) هي التي تناول الجهود التي تبذلها وزارة الداخلية ويكون هدفها الإعلام، وأن أداء الإعلام الأمني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوثين يتراوح بين "الأداء الإيجابي والسلبى، الأداء الإيجابي"، وأن أغلبية المبحوثين راضيين عن هذا الأداء حيث انقسموا بين "راضى إلى حد ما، راضى إلى حد كبير"، وأن طريقة تقديم أداء الإعلام الأمني عبر هذه المواقع تؤثر "أحيانا، دائما" على اتجاهات المبحوثين نحو أداء وزارة الداخلية، وأن هناك علاقة بين أداء الإعلام الأمني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الرسمية واتجاهات الجمهور نحو أداء وزارة الداخلية. وأيضا خلصت الدراسة إلى أن أداء الإعلام الأمني على هذه المواقع جيد إلى حد كبير ولكن ما زال يحتاج إلى تطوير وتحديث، وأن هناك تحسن كبير في الاتجاهات نحو أداء وزارة الداخلية، ولكن ما زالت الوزارة بحاجة إلى تحسين أدائها وتطويره بشكل أفضل حتى تستطيع استمالة أصحاب الاتجاهات المحايدة والسلبية نحو تكوين اتجاهات إيجابية.

توصلت دراسة (نجلاء على عبده أحمد، ٢٠١٨)^{١٨} إلى أن هناك مشكلات بالفعل تواجه رجال الشرطة في عملهم سواء كانت مشكلات اجتماعية أو مشكلات فيزيقية في بيئة العمل مثل كثرة الضغوط التي يتعرضوا لها في عملهم وكثرة المهام الملقاة على عاتقهم وعدم وجود وقت كافي للترغ لأسرهم بالإضافة إلى خدمة المواطنين والتعامل المباشر مع

المواطنين لأن العمل الشرطي أساساً موجهاً لخدمة المواطنين والمجتمع ، وأشارت دراسة (إنجي محمود عبد المجيد شكري، ٢٠١٧) ^{١٩} إلى أن ثمة تحديات تواجه ضباط الشرطة مثل: كثرة المهام الملقة علي عاتقهم، وعدم وجود الوقت الكافي لمراعاة أسرهم، إضافة إلي توجيههم الرئيسي نحو خدمة المواطنين وأفراد المجتمع والذي يعتبرونه شغلهم الشاغل، وذلك باعتبار أن ما يقدمه جهاز الشرطة يكون موجهاً أساساً لخدمة المجتمع.

كما عكست دراسة (أحمد محمد جمال، ٢٠١٦) ^{٢٠} مظاهر تطوير الأداء الأمني لوزارة الداخلية بهدف ضبط المخاطر البيئية من خلال إلقاء الضوء على الصعوبات التي تعوق وزارة الداخلية عن دورها الأصيل وهو حفظ الأمن وبث الطمأنينة في نفوس المواطنين بصفة عامة، وبعض المشكلات التي تواجه الأجهزة الأمنية المعنية بحماية البيئة والحفاظ عليها بصفة خاصة، وفقاً لما أُنيط بها من خلال التشريعات، وقد أظهرت النتائج العامة للبحث أن أجهزة وزارة الداخلية تلعب دوراً مهماً بارزاً في مجال حماية البيئة، فإذا كانت القوانين واللوائح المتعلقة بحماية البيئة قد اتجهت إلى اتباع إجراءات واشتراطات معينة من شأنها التقليل من التلوث عن طريق وضع قيود وحدود للملوثات فإن لجهاز الشرطة الدور الأعظم والفعال في حماية البيئة من المخاطر البيئية، وذلك عن طريق قيام أجهزته ومنها شرطة البيئة والمسطحات وشرطة المرور وشرطة المرافق بتنفيذ تلك القوانين واللوائح، كما هدفت دراسة نهاد فوزي السيد (٢٠١٦) ^{٢١} رصد وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية لأداء جهاز الشرطة المصرية من حيث تأثير ذلك على شكل ومضمون الموضوعات التي تناولت أداء الشرطة ، وتوصلت أن (الاتجاه السلبي) والتي تتخذها المعالجة الصحفية على نحو يتعارض مع المبادئ العامة والمتعارف عليها سيطرت على اتجاهات المعالجة الصحفية لموضوعات أداء جهاز الشرطة ، وجاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع أفراد العينة وأكثر الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى الاعتماد على الصحف الإلكترونية كمصدر للحصول على المعلومات عن أداء الشرطة هي الحصول على معلومات يناقشوها مع الآخرين كما أضافت دراسة وسام نصر ٢٠١٥، ^(٢٢) بعنوان "تأثير الصورة الإعلامية لرجل الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي على أدائه المهني والمجتمعي" ، نتيجة رئيسية مؤداها " سلبية الصورة الإعلامية المقدمة عن جهاز الشرطة وضباطه وأفراده في صفحة "رابطة صفحات الثورة المصرية"، في مقابل إيجابية الصورة المقدمة عنهم في "الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية"، الأمر الذي يشير إلى التأثير الخطير الذي تؤديه ملكية الصفحة على أيديولوجياتها الفكرية وتوجهاتها السياسية والمجتمعية، كما يؤكد على دور متغير التوجه السياسي للأفراد المستخدمين لهذه الصفحات – سواء كان معلن عنه بشكل مباشر أو غير مباشر- في تشكيل صورة إعلامية ما عن جهاز الشرطة وضباطه، وأشارت الدراسة الميدانية في علاقتها بالدراسة التحليلية إلى نتيجة مهمة مفادها "عدم وجود مشاركة نشطة من قبل الضباط في موقع وزارة الداخلية، والصفحة الرسمية لها على الفيس بوك لتصحيح الصورة المقدمة عنهم، حسبما أدعى بعض المبحوثين القيام بهذا الإجراء، حيث غلب على الكثير منهم الاكتفاء بمتابعة ما ينشر عنهم من كتابات وصور وفيديوهات على مواقع التواصل دون أن يحركهم دافع تصحيحي لما ينشر عنهم، وهو الأمر الذي يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية لصفحة " وزارة الداخلية"، والتي خلت من أي محاولات للرد على ادعاءات ومزاعم الأطراف الأخرى المناهضة لرجال الشرطة وممارساتهم، كما لم يكن هناك أية تواجد لرجال الشرطة على صفحة

كما اتجهت بعض الدراسات لتقييم صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير ٢٠١١ وآليات تحسينها - دراسة ميدانية على عينة من الجماهير ورجال الشرطة مثل دراسة محمود الدسوقي ٢٠١٥،^(٢٣) وإلقاء الضوء على العوامل المختلفة المسؤولة عن تكوين الصورة الذهنية لرجال الشرطة سواء من خلال الاتصال المباشر معهم أو من خلال الاتصال الجماهيري الممثل في وسائل الإعلام، وكشفت دراسة احمد حسين علي دسوقي ٢٠١٥^(٢٤) "دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية عن الانترنت لدى الرأي العام المصري: دراسة حالة على الانترنت المصري"، وقد توصلت إلى أن (٤٥%) من الجمهور المصري يرون أن الانترنت بحاجة لكثير من الاصلاحات، في حين يرى (٤٢,٨%) أن الانترنت يحتاج إلى بعض الاصلاحات.

المحور الثالث: أبرز مظاهر تفاعل المواطنين مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

ركزت بعض الدراسات على تحديد حجم تفاعل الجمهور مع الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي، فمثلاً أشارت دراسة (J.Lgnacio Criajo , et.al, ٢٠١٣)^{٢٥} إلى أن الشبكات الاجتماعية تُعد الأكثر توظيفاً في الحكومات الإلكترونية نظراً لأنها الأكثر استخداماً من المواطنين داخل الدولة، ويتمثل ترتيب هذه الشبكات وفقاً لمعدلات الإقبال عليها: الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، فليكر، لينكد إن، كما أشارت دراسة Anatoliy Gruzd و آخرون (٢٠١٨)^{٢٦} إلى أن معدلات التفاعل والاندماج مع منشورات المشروعات الحكومية الكبيرة كانت أعلى على إنستجرام مقارنة بتويتر حيث يتم طرح رسائل معلومات وصور عديدة للمشروع، في حين تقاربت نتيجة دراسة سماح المحمدي (٢٠١٩)^{٢٧} بخصوص اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين علي موقع الفيس بوك، وتوصلت لانخفاض معدلات تعرض المبحوثين لصفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع الفيس بوك بشكل عام، لكن في نفس الوقت ارتفعت مستويات الاعتماد على هذه الصفحات كمصدر يتمتع بالمصداقية والتحديث المستمر لمتابعة أخبار وفعاليات وأنشطة المؤسسات الحكومية محل الدراسة، كما ارتفعت درجة الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه الصفحات، كما أضافت دراسة Ines Mergel (٢٠١٣)^{٢٨} أنه كلما تزايد استخدام الحكومة ومؤسساتها للشبكات الاجتماعية، كلما تزايدت درجات استجابة المواطنين على هذه الصفحات، وتزايدت بالتبعية المصداقية في المعلومات المطروحة على الصفحات الحكومية، وتزايدت الرغبة في التفاعل مع هذه الصفحات.

-ارتفاع تفاعل الجمهور مع تطبيقات الهواتف الذكية، حيث أشارت دراسة (شيماء محمد حامد، ٢٠١٨)^{٢٩} إلى أنماط الاتصال التفاعلي التي يستخدمها الشباب المصري عبر الهواتف الذكية، وتبين من خلال رصد إجابات المبحوثين أن يوجد اتجاه كبير نحو كثافة عدد الساعات اليومية لاستخدام الهاتف الذكي، حيث بلغت عدد الحالات التي تقوم باستخدام الهاتف الذكي لمدة (٣ ساعات وأكثر) إلى ٨ حالات، بينما بلغ عدد مستخدمي الهاتف الذكي لمدة (ساعتين) إلى ٣ حالات، و ٣ حالات لمدة (أقل من ساعة)، وأخيراً سجلت حالة واحدة عدم ثبات معدل الاستخدام يومياً، لأنه يتوقف على حسب الحاجة لاستخدامها الهاتف الذكي يومياً، وبالنسبة لأكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين جاء (Facebook)

‘messenger’ (what ‘Sapp) كأكثر تطبيقات يتم التواصل من خلالها، لأنها دعمت وسهلت التواصل، لأنها متواجدة على الهاتف في أي وقت وأي مكان وتتيح التواصل الفوري والسريع، يليها تطبيق (Viber)، خاصة في التواصل خارج البلاد لما يتميز به من السرعة ووضوح الصوت بحسب آراء المبحوثين، وأخيراً تطبيق (EMO) وهو تطبيق اتصالي يتم تثبيته على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية لإجراء المحادثات والرسائل المجانية بين المستخدمين.

كما أكدت دراسة (رضوى محمد مختار، ٢٠١٨) على الأهمية الكبرى التي تلعبها تكنولوجيا المعلومات ووسائطها المختلفة في جميع المجالات ومختلف التخصصات، وعلى الأخص داخل بيئة العمل لتحديد العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وأنماط التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية بين العاملين داخل بيئة العمل، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين الهيكل التنظيمي في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، كما تؤكد النتائج على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين أنماط التفاعل المركزية بين العاملين في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، كما توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين أنماط التفاعل بين العاملين في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، كما توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين أنماط التفاعل بين العاملين في التدريب في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، كما توجد علاقة ارتباطية طردية قوية للدافعية للإنجاز في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، كما أكدت النتائج على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين قيم العمل في بيئة العمل واستخدام تكنولوجيا المعلومات، وفي ذات السياق أكدت دراسة معصم بلال جمعة عبد الله (٢٠١٦) (٣١) في ضوء رصد وتحليل دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي، وذلك بتطبيق على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة، لوجود علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة وبين تحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي، أي كلما استخدمت المؤسسات الحكومية وسائل الاتصال الحديثة كلما استطاعت اتصال حواري مع جمهورها الخارجي، وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه المؤسسات، أي كلما استخدمت هذه المؤسسات وسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي كلما كانت اتجاهات هذا الجمهور إيجابية نحو هذه المؤسسات.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة:

- ركزت الدراسات السابقة على دراسة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الجمهور العربي، وتبين قلة الدراسات الكوئيتية التي تعمقت في تفسير تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الأمنية والكشف عن المتغيرات والعوامل التي تسببت في حدوث ذلك.
- استخدمت الدراسات السابقة مداخل علمية ونظريات مختلفة وإن تنوع ما بين مدخل الاستخدامات والأشباع أو الاعتماد على وسائل الإعلام أو المسؤولية الاجتماعية، وقد أثبتت هذه المداخل ملائمتها لدراسة استخدام المجتمعات العربية للإعلام الرقمي

وكذلك الإعلام التقليدي في التوعية الأمنية، والكشف عن تأثيراتها، لذا اتجه الباحث نحو توظيف نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وكذلك ثراء الوسيلة، كإطارين مناسبين للدراسة لأنها تركز على توظيف المؤسسات الحكومية الأمنية لوسائل الإعلام الرقمية في القيام بأدوارها التوعوية والتثقيفية مما يجعل هاتان النظريتان ملائمتان لموضوع الدراسة، حيث أن الشبكات الاجتماعية تتميز بالثراء في تقديم المعلومات واعتبارها وسيلة مفضلة لدى الجمهور الكويتي، وبالتالي ينعكس أثر ذلك على اعتماد الجمهور الكويتي على هذه الشبكات في التفاعل مع القضايا الأمنية المختلفة.

- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة، وكذلك تساؤلاتها وفروضها في ضوء توظيف نظرية ثراء الوسيلة وكذلك مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.

خامساً: الإطار النظري:

أولاً: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام ١٩٧٦ بأن اعتماد الفرد على المعلومات المستقاة من وسائل الإعلام تكون مصاغة بشكل يمكن من تحقيق أهداف محددة، حيث تُعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، وبالتطبيق على الدراسة الحالية فهي تحاول التعرف على اعتمادية الجمهور الكويتي على الوسائل الإعلامية الرقمية والتي هنا مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم الأمنية عن أنشطة وخدمات وأخبار الجهاز الأمني الكويتي وبالتالي تشكيل معارفهم الثقافية الأمنية وتوجهاتهم وبالتبعية التأثير على سلوكياتهم مع تراكم المتابعة لهذه الصفحات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويقوم المدخل على مجموعة من الافتراضات على النحو التالي:

١- اعتماد الفرد على الوسيلة التي تقدم المعلومات المهمة له، وتلك له احتياجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوي مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى،^(٣٢) بمعنى آخر فكلما زاد اعتماد الفرد على وسائل إعلامية معينة في تحقيق أهداف يسعى لها، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد وبالتبعية المجتمع ككل.

درجة الاستقرار أو التغير الاجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة،^(٣٣) بينما يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي،^(٣٤) حيث كشفت دراسة (Tyma, Adam., Sellnow, Deanna. and Sellnow, Timothy، ٢٠١٠) ٣٥ عن أن الفيس بوك أصبح مكاناً للتفاعل الاجتماعي وأن أكثر من ٣٠.٠٠٠ شخص شاركوا في أزمة جامعة فرجينيا للتكنولوجيا (إطلاق النار داخل الجامعة ٢٠٠٧).

تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:^(٣٦)

١- التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect: تتميز تلك التأثيرات المعرفية بأنها تؤثر على السلوك بشكل صريح وواضح، وتتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم

التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير على نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

٢-التأثيرات الوجدانية: Affective Effect : هي تلك العمليات التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكرهية، وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتزاز.

٣-التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect : فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وحصر ميفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول.

ثانيا: نظرية ثراء الوسيلة:

تُعد نظرية ثراء الوسيلة واحدة من أهم النظريات الحديثة التي تساعد في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والوسائط التكنولوجية والاتصالية وأثر هذه الوسائل وخصائصها على أداء الفرد،^{٣٧} حيث تُعد حجر الأساس لدراسات تكنولوجيا الاتصال الرقمية الحديثة، وسلوك استخدام وسائل الإعلام خاصة الحديثة من قبل الفرد،^{٣٨} وتطرح معايير اختيار الوسائط بناءً على مستوى ثرائها المعلوماتي مما يجعلها وسيلة فعالة وتحظى بطلب الجمهور عليها لقدرتها المرتفعة والثرية على توضيح وتفسير الأحداث والأسئلة،^{٣٩} لذا استهدفت النظرية تصنيف الوسائل الإعلامية الجديدة وفق قدرتها على تحسين الفهم وتحقيق التفاهم بين أطراف العملية الاتصالية بشكل سريع ودقيق بما يسهم في اختيار الوسيلة الاتصالية الملائمة للهدف المراد تحقيقه من الاتصال،^{٤٠} لذا تقترح النظرية أن المعلومات الأكثر ثراءً تحفز ثقة أكبر عبر تعزيز توظيف ثراء الوسائط في تقديم المعلومات،^{٤١} حيث أن الوسائط التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي عززت من ثراء وسائل الإعلام التقليدية وجعلتها تفاعلية^{٤٢} حيث أن هذه الوسائل التقليدية اتجهت للتواجد على المنصات الرقمية، فمثلاً صفحات الـ Face book تعتبر من مقاييس الثراء الإعلامي حيث تُعد أداة نموذجية لنشر المعلومة، وللتفاعل بخصوصها وتحقيق سلوك المشاركة لها،^{٤٣} إلى جانب التعليم والدعم السلوكي وقت الأزمات والكوارث كما تعتبر أكثر ثراء من الـ Email لإمكانية التفاعل عن طريق الصور ومشاركة الفيديوهات وإبداء الآراء والتعليق.^{٤٤}

ويبرز الدور الحيوي لثراء وسائل الإعلام خلال وقت الأزمات والجوائح، فقد برز مؤخرًا دور الشبكات الاجتماعية أثناء فترة جائحة كورونا، وكانت جانبًا إيجابيًا في تحقيق التغطيات الإعلامية المؤثرة للسيطرة على الوضع الأمني للدولة في وقت الجائحة، واستقرار الدول وتماسكها مع رفع الوعي بالالتزام بالتعليمات الخاصة بالجائحة، لكن في ذات الوقت اتضح وجود صعوبة على الأفراد في استخدام المعلومات الزائدة التي تنقلها الوسائط الغنية لتعديل سلوكهم ومواقفهم، مما يترتب عليه ضرورة أن يكون هناك طرقًا لمواجهة الجانب السلبي

للثراء الإعلامي لأن كلما زاد ثراء الوسائل الإعلامية بمعلومات جديدة وسلبية كلما عانى الجمهور.^{٤٥}

وبالتالي تركز النظرية على أن فعالية الاتصال تعتمد على القدرة التي يتمتع بها الفرد في استخدام الوسيلة، حيث تركزها على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة،^{٤٦} وهو الأمر الذي تم قياسه في الدراسة الميدانية حيث التركيز على أشكال تفاعل الوزارة الرسمية الأمنية مع الجمهور لأجل تقديم خدماتها ومعلوماتها الأمنية للجمهور، وكذلك قياس كيفية تفاعل الجمهور مع صفحات الشبكات الاجتماعية الأمنية، حيث أن هذه الشبكات تتمتع بسهولة التعرض لها عبر توفير قنوات الاتصال الحديثة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل الهواتف الذكية ووسائل حمل المعلومات مثل تعبير الوجه، لغة الجسد، الإيماءات، إلى جانب الصوت^{٤٧}، وبالتالي سهولة التعرف على ردود الفعل، خاصة أن الجمهور يميل لاستخدام الوسيلة التي توفر له سرعة الحصول على المعلومة وأثارها.^{٤٨}

وتتمتع المنصات الإعلامية بقدرات كبيرة لنشر المعلومات والأخبار المتنوعة إلى جانب تشجيع الأفراد على التواصل والتفاعل، وهو ما يُشار إليه على أنه ثراء الوسيلة المستخدمة لتوفير المعلومات، حيث تتسم منصات التواصل الاجتماعي بالبلا مركزية حيث تمكن أي كيان من إعداد وتحرير المعلومات ونشرها على الجميع باستخدام نفس منصة التواصل الاجتماعي،^{٤٩} وقد أوضح الباحثون أن ثراء المحتوى أو الرسائل على وسائل التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف كيفية هيكلته وبنائه.^{٥٠}

وتنوعت زوايا تعريف ثراء الوسيلة كما يلي:

- تكون الوسيلة قادرة على تسهيل الفهم المشترك خلال فترة زمنية متغلبة على الأطر المرجعية المختلفة.^{٥١}
- قدرة الوسيلة على معالجة المعلومات أي قدرة الرسالة على تغيير الفهم في فترة زمنية معينة.^{٥٢}
- قدرة الوسيلة على معالجة المعلومات أو نقل المحتوى المتضمن في رسالة ما وهذا يماثل افتراض نظرية الوجود الاجتماعي بأن هناك وسائل معينة ملائمة لأنماط محددة من الرسائل.^{٥٣}
- أن الوسيلة الإعلامية تحقق مهمتها بنجاح عندما تتوافق احتياجات المهمة مع قدرات الوسيلة على توصيل الرسالة.^{٥٤}

فروض النظرية:^{٥٥}

١- تمتلك وسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.

٢- يرغب الأفراد في التغلب على عدم التأكد والغموض المحيط بالعمليات الاتصالية فيما بينهم، لذا يستخدمون أدوات اتصالية معينة يعتبرونها أفضل من غيرها في أداء المهمات.

المتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة:^{٥٦}

١- التفاعل الذي تحدثه وسائل الإعلام المختلفة يتوقف على مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها.

٢- يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام على عاملين هما جودة القرار حيث يقصد به تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما، وتوقيت القرار وهو اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت المناسب لاستخدامها.

٣- تتوقف معايير اختيار الوسيلة الإعلامية على درجة ثرائها معلوماتياً.

٤- يظهر نجاح وسائل الاتصال المختلفة في أداء مهمتها الوظيفية عبر الرضا عن العملية الاتصالية.

٥- تتوقف فاعلية وسائل الإعلام على عدد من العوامل منها العقلانية والقدرة على التفاعل.

٦- وقد أضاف الباحثون متغيرات مستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في مجالات متنوعة منها سهولة الوصول للوسيلة، وسرعة الوصول للوسيلة، والثقة في الوسيلة الاتصالية، والخبرة السابقة بالوسيط، والتكلفة المالية، وقدرة الوسيلة على توفير رجع الصدى، واستخدام الإشارات والرموز المتعددة، وتقديم رسائل مفصلة للأفراد بشكل متخصص، واستخدام اللغة الطبيعية.^{٥٧}

وفي هذا الإطار تسعى هذه الدراسة الى تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على موضوع الدراسة الحالية من خلال رصد قدرة وسائل الإعلام الرقمية الخاصة بالمؤسسات الأمنية الكويتية في تقديم المعلومات بوضوح وسلاسة وتوظيفها لآليات التكنولوجيا المختلفة سواء في الإعداد أو طرح المعلومات وغيره لتفسير أي غموض لدى الجمهور المستهدف وذلك من خلال إدراك إدارة العلاقات العامة لميزات هذه الشبكات، فضلاً عن التفاعل مع مقترحات وآراء الجمهور، أي التفاعل مع رجع صدى فوري للجمهور الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تُعد هذه السمة التي تتمتع بها الشبكات الاجتماعية – التفاعلية- تنوع طرق عرض المعلومات الخاصة بخدمات وأنشطة المؤسسات الأمنية – من مجال الدراسة الحالية وسبب توظيف نظرية ثراء الوسيلة.

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة الميدانية:

أ- تساؤلات الدراسة الميدانية:

١- ما تقييم عينة الدراسة لمعدل اعتماد إدارة العلاقات العامة لصفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور الكويتي؟

٢- ما كثافة تفاعل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية؟

- ٣- ما طبيعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتبعها عينة الدراسة؟
- ٥- ما مدى حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما دوافع تعرض عينة الدراسة من الجمهور الكويتي للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن جهاز الشرطة الكويتي؟
- ٧- ما تقييم عينة الدراسة لأسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي؟
- ٨- ما تقييم عينة الدراسة من الجمهور الكويتي لأثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة؟
- ٩- ما تقييم عينة الدراسة للمعالجات التي تعمل على زيادة الثقة للجمهور في جهاز الشرطة الكويتي ويتم نشرها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٠- ما أشكال تفاعل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية؟
- ١١- ما مستوى ثقة عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ١٢- ما التأثيرات التي تحققت من متابعة عينة الدراسة للمعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز؟

ب- فروض الدراسة الميدانية:

- الفرض الرئيسي الأول:** توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم والرضا عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرض الرئيسي الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات.
- الفرض الرئيسي الثالث:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي

الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدوث التأثيرات نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

سابعًا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- **نوع الدراسة:** يُعد البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو مواقف أو مجموعة من الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها،^٨ وهنا تهدف الدراسة التعرف على أثر الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في تقديم الخدمات الإلكترونية عبر البوابة الإلكترونية لوزارة الداخلية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الوزارة وجودة أدائها.

٢- **منهج الدراسة:** تعتمد الدراسة على منهج المسح، حيث يعتبر هذا المنهج منهجًا علميًا منظمًا يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها؛ ولفترة زمنية كافية للدراسة، ويستهدف منهج المسح في هذه الدراسة تسجيل وتحليل أسباب استخدام العلاقات العامة للصفحات الخاصة بالأجهزة الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقة الجمهور الكويتي بأداء جهاز الشرطة، والأسباب التي تساعد على تحقق ذلك.

٣- **عينة ومجتمع الدراسة الميدانية:** يتمثل في الجمهور الكويتي لمن هم فوق ١٨ عامًا، والمهتمين بمتابعة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للأجهزة الأمنية، ونظرًا لكبر حجمهم، تم سحب عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من هذا الجمهور الكويتي مختلفي الخصائص الاقتصادية والاجتماعية والعمرية والنوعية وغيره، وجاءت خصائص عينة الدراسة الميدانية على النحو التالي:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة الميدانية

		البيانات الشخصية	
النوع	النوع	ك	%
النوع	ذكر	١٣٧	٣٤.٣
	انثي	٢٦٣	٦٥.٧
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
السن	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ عاماً	١٩٧	٤٩.٣
	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ عاماً	١٢٥	٣١.٣
	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ عاماً	٧٨	١٩.٤
المستوي التعليمي	متوسط	٤٩	١٢.٣
	جامعي	٢٣٦	٥٩.٠
	دراسات عليا	١١٥	٢٨.٨
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	٤٠	١٠
	متوسط	٦٠	١٥
	راقي	٣٠٠	٧٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص عينة الدراسة الميدانية وذلك على النحو التالي:

- جاء مشاركة نسبة 65.7% من عينة الدراسة الإناث في مقابل نسبة 34.3% من عينة الدراسة الذكور.

- جاء نسبة 49.3% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (من ١٨ إلى أقل من ٢٨ عاماً) في المقدمة، تلاه نسبة 31.3% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ عاماً) في الترتيب الثاني، وأخيراً جاء نسبة 19.4% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ عاماً) في الترتيب الثالث والأخير.

- جاء نسبة 59% من عينة الدراسة من حاملي المؤهل الجامعي، تلاه نسبة 28.8% من عينة الدراسة من حاملي المؤهل دراسات عليا، وأخيراً جاء نسبة 12.2% من عينة الدراسة من حاملي مؤهل متوسط.

- جاء نسبة 75% من عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع الراقي، تلاه نسبة 15% من عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، وأخيراً جاء نسبة 10% من عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض.

٤- أدوات جمع البيانات: قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تطبيق على الجمهور الكويتي وذلك بوضع الأسئلة التي تفي إجابتها بأهداف الدراسة، للوصول إلى نتائج فعلية تعمل على التحقق من أثر استخدام العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقة الجمهور الكويتي بأداء جهاز الشرطة.

٥- اختبار الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها،^(٥٩) وذلك على النحو التالي:

أ- اختبار الصدق (Validity): والذي يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث قام الباحث

بعرض أدوات جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين في مناهج البحث والإعلام وعلم النفس والإحصاء.

ب- اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما قام به الباحث حيث اختبار استمارة الاستقصاء على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول.

ثامناً: المعالجة الإحصائية للدراسة:

قام الباحث بالاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة العلاقات الارتباطية المتعلقة بالفروض في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، وتمثلت الأساليب الإحصائية في المقاييس الوصفية التي جاءت (التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي، والوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة).

وجاءت الاختبارات الإحصائية متمثلة في اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، وتحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وجاءت معاملات الارتباط Correlation متمثلة في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

تاسعاً: نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة على التساؤلات العامة للدراسة:

المحور الأول: كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور الكويتي لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأجهزة الأمنية:

عدد ساعات تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية:

جدول رقم (٢)

عدد ساعات تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية

عدد ساعات التعرض	ك	%
أقل من ساعة يومياً	٥٩	١٤.٨
من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً	٩١	٢٢.٨
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً	٨٩	٢٢.٣
ثلاث ساعات فأكثر يومياً	١٦١	٤٠.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الشكل السابق عن عدد ساعات تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية، حيث جاء في المقدمة التعرض لهذه الصفحات من قبل نسبة ٤٠.٣% من الجمهور الكويتي بواقع ١٦١ مبحوث لمدة ثلاث ساعات فأكثر يومياً، تلاه التعرض لهذه الصفحات لفترة من ساعة لأقل من ساعتين يومياً من قبل نسبة ٢٢.٨% بواقع ٩١ مبحوث، ثم التعرض لهذه الصفحات لفترة من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات يومياً من قبل نسبة ٢٢.٣% بواقع ٨٩ مبحوث، وأخيراً جاء التعرض لهذه الصفحات لأقل من ساعة يومياً من قبل نسبة ١٤.٨% من عينة الدراسة.

وتدل النتائج السابقة على ارتفاع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن هذه المواقع تحظى بالاهتمام الكبير من قبل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي وذلك للتفاعل معها بعدد ساعات مرتفع يومياً، وتدل النتيجة على أهمية هذه المواقع في حياتهم ونجاحها في تحقيق توقعاتهم واحتياجاتهم وذلك لقدرتها على تقديم المعلومات بشكل واضح وسلس وآني وجاذب وتفاعلي في ذات الوقت، مما يجعل هذه المواقع تعتبر من المصادر الرئيسية للمعلومات لديهم.

- عدد أيام تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية:

جدول رقم (٣)

عدد أيام تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية

عدد أيام التعرض	ك	%
من يوم لأقل من ثلاث أيام.	٢٩	٧.٣
من ثلاث أيام لأقل من ست أيام	٨٢	٢٠.٥
يومياً	٢٨٩	٧٢.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الشكل السابق عن عدد أيام تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية، حيث جاء في المقدمة التعرض اليومي لهذه الصفحات من قبل نسبة ٧٢.٣% من الجمهور الكويتي بواقع ٢٨٩ مبحوث، تلاه التعرض من ثلاث أيام لأقل من ست أيام أسبوعياً من قبل نسبة ٢٠.٥% بواقع ٨٢ مبحوث، وأخيراً جاء التعرض لهذه الصفحات من يوم لأقل من ثلاث أيام من قبل نسبة ٧.٣% من عينة الدراسة بواقع ٢٩ مبحوث، وبشكل عام يرتفع معدل تعرض عينة الدراسة لهذه المواقع الاجتماعية وتحديداً التي تقدم معلومات أمنية عن دولة الكويت، وهو ما يتفق مع ما سبق الإشارة له من التعرض الدائم والمرتفع يومياً لهذه المواقع حيث أن هذا يعد مؤشراً لفعالية دورها في تقديم معلومات متخصصة عن قضايا معينة وذات تأثير في الجمهور المتابع لها، كما أن هذه المواقع تتيح للمواطن ليس متابعة الأحداث الأمنية بل المشاركة بالرأي فيها، حيث تمكن هذه الشبكات من المشاركة في إعداد المادة المعلوماتية المتاحة عليها، فلم يعد دور المستخدم مقتصرًا على التلقي بل أصبح مشاركًا في إعداد المحتوى. (٦٠)

- درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية:

جدول رقم (٤)

درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية

الاهتمام	ك	%
لدى اهتمام كبيرة لمتابعتها.	٢٥٢	٦٣
لدى اهتمام إلى حد ما لمتابعتها.	١٣٧	٣٤.٣
يقل الاهتمام بمتابعة هذه الصفحات المتخصصة.	١١	٢.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الشكل السابق عن درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية، حيث جاء في المقدمة الاهتمام الكبير من قبل عينة الدراسة في متابعة هذه الصفحات من قبل نسبة ٦٣% من الجمهور الكويتي بواقع ٢٥٢ مبحوث، تلاه الاهتمام إلى حد ما لمتابعة هذه الصفحات من قبل نسبة ٣٤.٣% بواقع ١٣٧ مبحوث، وأخيراً جاء انخفاض الاهتمام بمتابعة هذه الصفحات المتخصصة في الشأن الأمني من قبل نسبة ٢.٨% من عينة الدراسة بواقع ١١ مبحوث،

وتدل هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث على أهمية هذه المواقع الاجتماعية في تفاعلات الجمهور الكويتي اليومية، وأنها تحظى باهتمام المؤسسات الأمنية لذا اتجهت إدارة العلاقات العامة بها نحو استثمار خصائصها التفاعلية وثرأها في تقديم كم من المعلومات في إطار مبسط وجاذب، وهذا التوجه انعكس أثره في نجاحهم لجذب الجمهور الكويتي لمتابعة هذه الصفحات.

- اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المعلومات عن جهاز الشرطة الكويتية وتقديمها صفحة الجهاز:

جدول رقم (٥)

اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المعلومات عن جهاز الشرطة الكويتية وتقديمها صفحة الجهاز

مستوى الحرص	ك	%
احرص بشكل كبير.	٢٥٢	٦٣
احرص على متابعتها بدون انتظام	١٣٧	٣٤.٣
نادرا ما اتابعها.	١١	٢.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الشكل السابق عن درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المعلومات الأمنية عن جهاز الشرطة الكويتي عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة الحرص الكبير من قبل عينة الدراسة على متابعة هذه المعلومات على الصفحات من قبل نسبة ٦٣% من الجمهور الكويتي بواقع ٢٥٢ مبحوث، تلاه الحرص إلى حد ما على متابعة هذه المعلومات من قبل نسبة ٣٤.٣% بواقع ١٣٧ مبحوث، وأخيراً جاء الحرص النادر على متابعة هذه المعلومات المتخصصة في الشأن الأمني من قبل نسبة ٢.٨% من عينة الدراسة بواقع ١١ مبحوث، وتدل هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث على أهمية هذه النوعية من المعلومات المتخصصة لدى الجمهور الكويتي، حيث أنها تمس احتياجات الأولوية للفرد، والتي تتمثل في الإحساس بالأمان والاستقرار المجتمعي، لذا يعد أمراً طبيعياً أن يكون هناك حرص واهتمام كبير من قبل المجتمع الكويتي في متابعة هذه النوعية من القضايا المتخصصة، وقد حرصت بعض الدراسات على توصيف العلاقة بين الحكومة والمواطن عبر الإنترنت، فأوضحت دراسة D.Dennis Linders (٢٠١٢)^{١١} وجود ثلاثة أنماط للعلاقة تتمثل (من الحكومة للمواطن G2C- من المواطن إلى الحكومة C2G- من المواطن إلى المواطن C2C مع عدم وجود الحكومة).

- دوافع تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن جهاز الشرطة الكويتي:

جدول رقم (٦)

دوافع تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن جهاز الشرطة الكويتي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤.٧	٠.٦٤	٢.٥٤	٨.٠	٣٢	٣٠.٣	١٢١	٦١.٨	٢٤٧	تنوع المحتوى المعلوماتي عن إنجازات وأنشطة جهاز الشرطة الكويتي
٨١.٣	٠.٦٨٤	٢.٤٤	١١.٠	٤٤	٣٣.٥	١٣٤	٥٥.٥	٢٢٢	متابعة تعليقات الجمهور على المنشورات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة الكويتي بالمواقع
٧٥.٣	٠.٧١١	٢.٢٦	١٥.٥	٦٢	٤٢.٨	١٧١	٤١.٨	١٦٧	تعدد طرق التفاعل مع المنشورات المتعلقة بأداء جهاز شرطة وقضاياها على مواقع التواصل
٨٥.٠	٠.٦٢٤	٢.٥٥	٧.٠	٢٨	٣١.٥	١٢٦	٦١.٥	٢٤٦	تصبح المعلومات المنشورة على صفحات مواقع التواصل وتعلق بأداء جهاز الشرطة مادة للتفاعل المجتمعي فيما بين أفرادها
٨٤.٣	٠.٦٣٣	٢.٥٣	٧.٥	٣٠	٣٢	١٢٨	٦٠.٥	٢٤٢	تكسبني المعلومات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الوعي بأبعاد قضاياها الأمنية بالمجتمع الكويتي
٨٣.٧	٠.٦٨٣	٢.٥١	١٠.٨	٤٣	٢٧.٥	١١٠	٦١.٨	٢٤٧	تكسبني المعلومات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الوعي بخدماته الأمنية المتنوعة للمواطنين
٨١.٣	٠.٧٠٢	٢.٤٤	١٢.٣	٤٩	٣١.٨	١٢٧	٥٦.٠	٢٢٤	التعرف على القيادات الأمنية المؤثرة بالأداء الأمني بالمجتمع الكويتي
٧٩.٧	٠.٧٢٤	٢.٣٩	١٤.٣	٥٧	٣٢.٣	١٢٩	٥٣.٥	٢١٤	التعرف على الخدمات الأمنية المتاحة إلكترونيا للمواطنين والخدمات التي تحتاج للتواصل المباشر مع الجهاز
٨٣.٠	٠.٦٦٨	٢.٤٩	٩.٨	٣٩	٣١.٣	١٢٥	٥٩	٢٣٦	سهولة التعرف لهذه الصفحات بأي وقت وأي مكان
٨٢.٣	٠.٧٠٤	٢.٤٧	١٢.٣	٤٩	٢٨	١١٢	٥٩.٨	٢٣٩	سهولة البحث عن المعلومات الأمنية المتعلقة بجهاز الشرطة التي أريدها عبر صفحة الجهاز على المواقع
٨٠.٠	٠.٦٩٧	٢.٤	١٢.٣	٤٩	٣٥.٨	١٤٣	٥٢	٢٠٨	الاعتماد على متابعة هذه صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل
٧٨.٣	٠.٧٢	٢.٣٥	١٤.٥	٥٨	٣٦.٣	١٤٥	٤٩.٣	١٩٧	الهروب من المشكلات اليومية بالاندماج بالقضايا الأمنية لجهاز الشرطة
٧٧.٣	٠.٧١٦	٢.٣٢	١٤.٨	٥٩	٣٩	١٥٦	٤٦.٣	١٨٥	التمكن من حفظ المعلومات الأمنية المنشورة ومطالعتها في وقت لاحق

يكشف الجدول السابق عن تنوع دوافع تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن جهاز الشرطة الكويتي، وتنقسم دوافع المتابعة لنوعين رئيسيين هما الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، وبشكل عام كان متوسط المقياس العام لدوافع متابعة عينة الدراسة للمحتوى الأمني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة (٨١.٢)، وهي النتيجة التي تدل على اهتمام عينة الدراسة بمتابعة هذا المحتوى المتخصص، حيث ارتفع دوافع المتابعة النفعية لعينة الدراسة للصفحات الأمنية بدرجة (٨٢.٨) في مقابل دوافع المتابعة الطقوسية بدرجة (٨١.٣)، ويلاحظ من إجابات عينة الدراسة أن هناك اهتمام بهذه المواقع لكونها مصدر معرفة معلوماتية إلى جانب مصدر للتفاعل مع المؤسسة وكذلك الجمهور مع بعضه البعض، حيث كشفت دراسة ريهام محمد السيد (٢٠١٦) (٦٢) أن أهم دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها وسيلة إعلامية جديدة ومصدر

للمعلومات والأخبار اليومية، إلى جانب كونها وسيلة لمشاركة صور وفيديوهات متعلقة بأحداث هامة، إلى جانب كونها مصدرًا للتسلية والترفيه، وكذلك وسيلة للتعبير عن الآراء بحرية وصراحة ومشاركتها مع الآخرين.

وعلى صعيد النتائج التفصيلية لنوعي الدوافع وعلاقتها بالجمهور الكويتي فقد جاءت النتائج كما يلي:

أولاً: الدوافع النفعية: Instrument Motives وتكون بهدف التعرف على الذات، والبحث عن المعلومات واكتساب المعرفة والخبرات، وجميع أشكال التعليم بوجه عام، (٦٣) ومراقبة البيئة Surveillance، (٦٤) فضلاً عن الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات، حيث إشارة عينة الدراسة إلى أن التغطيات المتخصصة في الشأن الأمني والمنشورة على صفحات مواقع التواصل تُعد مادة للتفاعل المجتمعي فيما بين أفرادها بوزن ٨٥ درجة، تلاه تنوع المحتوى المعلوماتي الذي يبرز إنجازات وأنشطة جهاز الشرطة الكويتي بوزن ٨٤.٧ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء توضيح عينة الدراسة أن التغطيات المتخصصة في الشأن الأمني عينة الدراسة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة تدهم بالمعلومات عن أبعاد قضاياها الأمنية بالمجتمع الكويتي بوزن ٨٤.٣ درجة، ثم تكسبهم المعلومات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الوعي بخدماته الأمنية المتنوعة للمواطنين بوزن ٨٣.٧ درجة، تلاه دافع متابعة تعليقات الجمهور على المنشورات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة الكويتي على المواقع بوزن ٨١.٣ درجة، وبذات الوزن السابق جاء التعرف على القيادات الأمنية المؤثرة في الأداء الأمني بالمجتمع الكويتي، ثم التعرف على الخدمات الأمنية المتاحة إلكترونياً للمواطنين والخدمات التي تحتاج للتواصل المباشر مع الجهاز بوزن ٧٩.٧ درجة.

ويلاحظ من إجابات عينة الدراسة أن ما يتم نشره على الشبكات الاجتماعية يتسم بالتركيز على المعلومات الخاصة بالأداء الأمني أي التعريف بإنجازاتها وأنشطتها إلى جانب التفاعل مع الجمهور المستهدف، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (هبة فريد عبد الحميد محرم، ٢٠١٩) بأن أهم أهداف توظيف المؤسسات للفييس بوك وعرض المحتوى على الصفحة هو: (التعرف بالوزارة أو الجهة الحكومية وإنجازاتها بنسبة بلغت (٢٢.٩٤) ، ثم التواصل مع الجمهور المستهدف من المحتوى بنسبة ((21.05) وكان من أبرز الاستراتيجيات المستخدمة على التوالي ما يلي: (الاستراتيجية الإعلامية بنسبة (٢٥.٢٣) ، استراتيجية الدعاية للمؤسسة بنسبة (١٨.٣٤) ، واستراتيجية التركيز التي جاءت بنسبة (١٥.٨١)؛ اعتماداً على الأسلوب الاتصالي (المعلومات العامة) بنسبة (٦٣.٢٢). بما يعني الضعف النسبي لتوظيف استراتيجيات الحوار ونموذج الاتصال الثنائي الاتجاه .

ثانياً: الدوافع الطقوسية أو التعودية: Ritualized Motives وهي دوافع يعتاد الفرد على ممارستها بدون تخطيط سابق غالباً، (٦٦) وتستهدف تمضية الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات أيًا كانت طبيعتها، والتخلص من التوتر والقلق والملل، التنفيس العاطفي، والمتعة والاستثارة، والسعادة، الإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الاجتماعية بهم، (٦٧)، حيث تأكيد عينة الدراسة على سهولة التعرض لهذه الصفحات بأي وقت وأي مكان بوزن ٨٣ درجة، ثم سهولة البحث عن المعلومات الأمنية المتعلقة بجهاز الشرطة التي أريدها عبر صفحة الجهاز على المواقع بوزن ٨٢.٣ درجة، ثم

الاعتقاد على متابعة هذه صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٨٠ درجة، ثم الهروب من المشكلات اليومية بالاندماج في القضايا الأمنية لجهاز الشرطة بوزن ٧٨.٣ درجة، ثم التمكن من حفظ المعلومات الأمنية المنشورة ومطالعتها في وقت لاحق بوزن ٧٧.٣ درجة، ثم أخيرًا توضيح عينة الدراسة تعدد طرق التفاعل مع المنشورات المتعلقة بأداء جهاز شرطة وقضاياها على مواقع التواصل بوزن ٧٥.٣ درجة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي تقيس القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقياسًا عامًا، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (٧)

مستويات المقياس العام لكثافة متابعة القضايا الأمنية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستويات الدوافع	ك	%
منخفض	١٧	٤.٣
متوسط	١٣٢	٣٣
مرتفع	٢٥١	٦٢.٨
إجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن مستويات كثافة متابعة القضايا الأمنية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة ارتفاع متابعة نسبة ٥٨.٧% من عينة الدراسة للقضايا الأمنية المختلفة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني المتابعة المتوسطة من قبل نسبة ٣٥.٨% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاءت المتابعة المنخفضة لهذه القضايا السابق الإشارة لها من قبل نسبة ٥.٥% من عينة الدراسة.

المحور الثاني: رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في طبيعة المعلومات والخدمات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأجهزة الأمنية والأكثر متابعة من قبلهم:

طبيعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٨)

طبيعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٣.٠	٠.٤٥٤	٢.٧٩	٢.٠	٨	١٧.٠	٦٨	٨١.٠	٣٢٤	الأخبار المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وقياداته
٨٧.٣	٠.٥٨٨	٢.٦٢	٥.٥	٢٢	٢٦.٨	١٠٧	٦٧.٨	٢٧١	الدور الأمني في حماية المجتمع الكويتي
٨٤.٣	٠.٦٦٦	٢.٥٣	٩.٣	٣٧	٢٩.٠	١١٦	٦١.٨	٢٤٧	الحوادث المرورية
٨٢.٠	٠.٦٩٦	٢.٤٦	١١.٨	٤٧	٣٠.٨	١٢٣	٥٧.٥	٢٣٠	الخدمات المتنوعة التي يقدمها الجهاز
٨١.٣	٠.٦٨٤	٢.٤٤	١١.٠	٤٤	٣٤.٣	١٣٧	٥٤.٨	٢١٩	الأخبار الأمنية على وسائل الإعلام الأخرى
٨٠.٣	٠.٦٧٦	٢.٤١	١٠.٨	٤٣	٣٧.٨	١٥١	٥١.٥	٢٠٦	الجرائم التي يتم القبض عليها
٧٩.٠	٠.٧٥٢	٢.٣٧	١٦.٥	٦٦	٢٩.٨	١١٩	٥٣.٨	٢١٥	تقييم الجمهور للخدمات المتنوعة التي يقدمها الجهاز
٧٥.٣	٠.٧٢٣	٢.٢٦	٢٠.٣	٨١	٥١.٣	٢٠٥	٤٢.٣	١٦٩	برتوكولات التعاون مع الأجهزة الأمنية للدول الأخرى
٧٠.٣	٠.٧٤٤	٢.١١	٢٢.٥	٩٠	٤٤.٣	١٧٧	٣٣.٣	١٣٣	الأنشطة الأمنية التي يتبناها الجهاز
٦٩.٣	٠.٦٩٤	٢.٠٨	٢٠.٣	٨١	٥١.٣	٢٠٥	٢٨.٥	١١٤	العلاقات الداخلية لجهاز الشرطة مع الجهات الأخرى

يكشف الجدول السابق عن طبيعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة الأخبار المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وقياداته بوزن ٩٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني الدور الأمني في حماية المجتمع الكويتي بوزن ٨٧.٣ درجة، ثم في الترتيب الثالث الحوادث المرورية بوزن ٨٤.٣ درجة، ويعلق الباحث أن تصدر هذه النوعية من القضايا ترتبط بشكل أساسي بواقع استقرار وتماسك المجتمع أمنياً، لذا يتم استعراض أخبار الأجهزة الأمنية والقيادات وأدوارهم في حماية المجتمع الكويتي وسلامة أمنهم سواء من أي اعتداء خارجي أو سلامتهم مرورياً لأن الحوادث المرورية تعد من الأمور التي تسبب أزمات لأي مجتمع وتهدده استقراره.

وفي الترتيب الرابع جاء الخدمات المتنوعة التي يقدمها الجهاز بوزن ٨٢ درجة، تلاه في الترتيب الخامس الأخبار الأمنية على وسائل الإعلام الأخرى بوزن ٨١.٣ درجة، ثم في

الترتيب السادس جاء تقديم منشورات عن الجرائم التي يتم القبض عليها بوزن ٨٠.٣ درجة، ثم في الترتيب السابع جاء تقييم الجمهور للخدمات المتنوعة التي يقدمها الجهاز بوزن ٧٩ درجة، ويرى الباحث أن كافة القضايا السابقة المثارة متعلقة بطبيعة الخدمات الفعلية الموجه نحو المواطنين وتقييم الجمهور لها.

وجاء في الترتيب الثامن تقديم منشورات عن برتوكولات التعاون مع الأجهزة الأمنية للدول الأخرى بوزن ٧٥.٣ درجة، ثم الأنشطة الأمنية التي يتبناها الجهاز بوزن ٧٠.٣ درجة، وأخيراً منشورات عن العلاقات الداخلية لجهاز الشرطة مع الجهات الأخرى بوزن ٦٩.٣ درجة، ويلاحظ أن هذه النوعية من القضايا مرتبطة بتقييم أداء الجهاز الأمني من حيث القدرة الإدارية وبناء السياسات والتفاعل على المستوى القيادي.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي تقيس القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (٩)

مستويات المقياس العام لكثافة متابعة القضايا الأمنية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	
٢٢	٥.٥	منخفض
١٤٣	٣٥.٨	متوسط
٢٣٥	٥٨.٧	مرتفع
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن مستويات كثافة متابعة القضايا الأمنية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة ارتفاع متابعة نسبة ٥٨.٧% من عينة الدراسة للقضايا الأمنية المختلفة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني المتابعة المتوسطة من قبل نسبة ٣٥.٨% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاءت المتابعة المنخفضة لهذه القضايا السابق الإشارة لها من قبل نسبة ٥.٥% من عينة الدراسة.

- طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتبعها عينة الدراسة:

جدول رقم (١٠)

طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتبعها عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٦.٣	٠.٦٥٩	٢.٥٩	٩.٥	٣٨	٢٢.٥	٩٠	٦٨.٠	٢٧٢	خدمات الوثائق المدنية للمواطنين
٨٥.٧	٠.٦٦٥	٢.٥٧	٩.٨	٣٩	٢٤.٠	٩٦	٦٦.٣	٢٦٥	خدمات حماية الأحداث
٨٥.٠	٠.٦٤٧	٢.٥٥	٨.٥	٣٤	٢٧.٨	١١١	٦٣.٨	٢٥٥	خدمات الأمن السبيري ومكافحة الجرائم الالكترونية
٨١.٧	٠.٦٧٤	٢.٤٥	١٠.٣	٤١	٣٤.٠	١٣٦	٥٥.٨	٢٢٣	خدمات مكافحة المخدرات
٨١.٧	٠.٧٠٦	٢.٤٥	١٢.٥	٥٠	٢٩.٨	١١٩	٥٧.٨	٢٣١	خدمات مكافحة الجرائم الجنائية
٨١.٣	٠.٦٥٨	٢.٤٤	٩.٣	٣٧	٣٧.٥	١٥٠	٥٣.٣	٢١٣	خدمات الإعلام الأمني الكويتي
٧٨.٠	٠.٦٨٣	٢.٣٤	١٢.٠	٤٨	٤١.٥	١٦٦	٤٦.٥	١٨٦	الخدمات المرورية
٧٥.٠	٠.٧٦٧	٢.٢٥	٢٠.٠	٨٠	٣٥.٣	١٤١	٤٤.٨	١٧٩	خدمات تدريبية لضباط الشرطة
٧٢.٣	٠.٧٧	٢.١٧	٢٢.٥	٩٠	٣٨.٠	١٥٢	٣٩.٥	١٥٨	خدمات حماية الآداب العامة ومكافحة الاتجار بالأشخاص
٧٢.٠	٠.٧٢٧	٢.١٦	١٩.٨	٧٩	٤٤.٨	١٧٩	٣٥.٥	١٤٢	خدمات التوثيق العقاري والشركات

يكشف الجدول السابق عن تنوع طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتبعها عينة الدراسة، وإن جاء في المقدمة متابعة خدمات الوثائق المدنية للمواطنين بوزن ٨٦.٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني متابعة خدمات حماية الأحداث بوزن ٨٥.٧ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء متابعة خدمات الأمن السبيري ومكافحة الجرائم الالكترونية بوزن ٨٥ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء متابعة خدمات مكافحة المخدرات بوزن ٨١.٧ درجة، وبذات الوزن جاء متابعة خدمات مكافحة الجرائم الجنائية، وفي الترتيب الخامس جاء متابعة خدمات الإعلام الأمني الكويتي بوزن ٨١.٣ درجة، وفي الترتيب السادس جاء متابعة الخدمات المرورية بوزن ٧٨ درجة، وفي الترتيب السابع جاء متابعة خدمات تدريبية لضباط الشرطة بوزن ٧٥ درجة، وفي الترتيب الثامن جاء متابعة خدمات حماية الآداب العامة ومكافحة الاتجار بالأشخاص بوزن ٧٢.٣ درجة، وفي الترتيب التاسع والأخير جاء متابعة خدمات التوثيق العقاري والشركات بوزن ٧٢ درجة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي توضح الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتبعها عينة الدراسة، مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (١١)

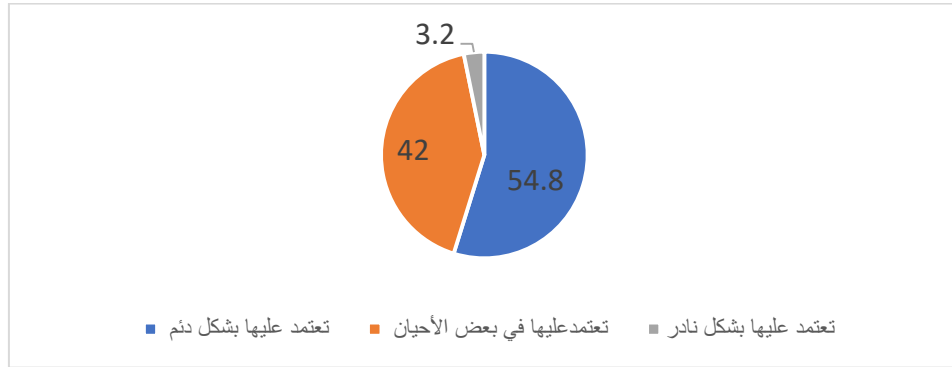
مستويات المقياس العام لكثافة متابعة الخدمات الأمنية الخاصة بجهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	
٢٠	٥	منخفض
١٨٥	٤٦.٣	متوسط
١٩٥	٤٨.٨	مرتفع
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن مستويات كثافة متابعة عينة الدراسة للخدمات الأمنية الخاصة بجهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة ارتفاع متابعة نسبة ٤٨.٨% من عينة الدراسة للخدمات الأمنية المختلفة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي، تلاه في الترتيب الثاني المتابعة المتوسطة من قبل نسبة ٤٦.٣% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاءت المتابعة المنخفضة لهذه الخدمات السابق الإشارة لها من قبل نسبة ٥% من عينة الدراسة، وقد أشارت الدراسات المختلفة لتتنوع الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشارت دراسة (سماح المحمدي، ٢٠٢٠) ^{٦٨} إلى تبني استراتيجية الدفع Push: من خلال استخدام هذه الوسائل كأدوات لنشر أخبار ومعلومات خاصة بالمؤسسة، وتبني استراتيجية الجذب Pull: عبر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي مع الوسائل الأخرى، لتقديم المعلومات الرسمية عبر الشبكات الاجتماعية، وتبني استراتيجية التشبيك Networking: أي إشراك الجمهور والتفاعل معه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك استراتيجية المشاركة: أي تقديم الفرص للمواطن لمشاركة المعلومات والتعبير عن رأيه ومشكلاته والتواصل مع مؤسسات الدولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك الاهتمام بال جماهير المعنية: والتي تعني التفاعل مع كافة جماهير المؤسسة عبر الوسائل دون تمييز فئة عن أخرى وإتاحة الفرصة لهم للحوار والتفاعل، وأخيرًا استراتيجية الحوار: عبر توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتفعيل الحوار مع الجمهور في إطار الاتصال ذو الاتجاهين، حيث أشارت دراسة هبة فريد عبد الحميد (٢٠١٩) ^{٦٩} إلى ضعف توظيف الاتصال ثنائي الاتجاه أو استراتيجية الحوار في التواصل مع المواطنين المستهدفين بالصفحات الحكومية علي الفيس بوك، واعتماد الصفحات الحكومية المصرية على استراتيجية الدعاية بصورة أكبر والهادفة لعرض إنجازات وأنشطة الوزارات وفعاليتها أكثر من التواصل مع الجمهور وذلك بهدف كسب دعم الرأي العام للمؤسسات الحكومية.

المحور الثالث: تقييم عينة الدراسة من الجمهور الكويتي لاستخدام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأجهزة الأمنية لإمكانات هذه الصفحات في التفاعل مع الجمهور الكويتي وإخبارهم بأداء هذه الأجهزة:

- تقييم عينة الدراسة من خلال متابعتها لصفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي مدى اعتماد إدارة العلاقات العامة عليها في تقديم المعلومات التي تتعلق بأداء جهاز الشرطة الكويتية:

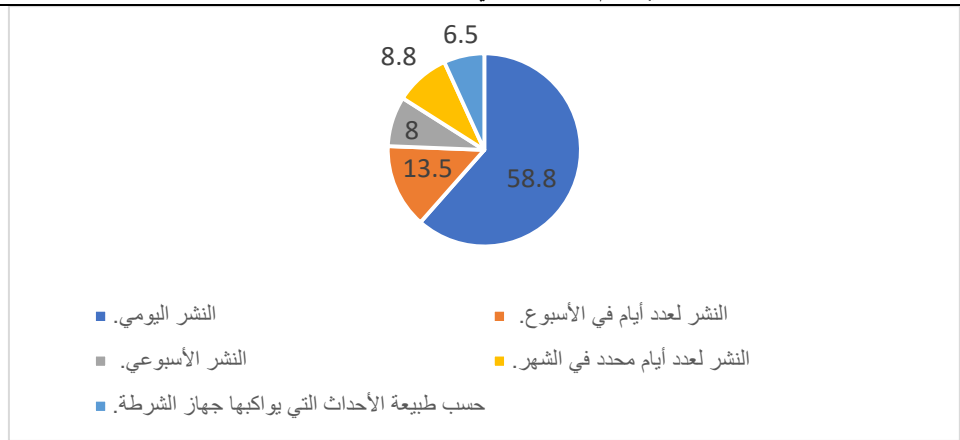


شكل رقم (١)

مدى اعتماد إدارة العلاقات العامة لجهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم المعلومات عن أداء الجهاز عبرها

يكشف الشكل السابق عن تقييم عينة الدراسة من خلال متابعتها لصفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي مدى اعتماد إدارة العلاقات العامة عليها في تقديم المعلومات التي تتعلق بأداء جهاز الشرطة الكويتية، وجاء في المقدمة اعتمادها على هذه الصفحات بنسبة ٥٤.٨% في التفاعل مع الجمهور الكويتي بواقع ٢١٩ مبحوث، تلاه الاعتماد على هذه الصفحات بشكل غير منتظم بنسبة ٤٢% بواقع ١٦٨ مبحوث، وأخيرا الاعتماد عليها نادراً بنسبة ٣.٢% بواقع ١٣ مبحوث، ويلاحظ أن هناك اهتمام من المؤسسة الأمنية بالشبكات الاجتماعية وهو الأمر الذي يقابله اهتمام الجمهور، حيث توصلت دراسة J.Lgnacio Criajo (٢٠١٣) ٧٠ بأن الشبكات الاجتماعية تُعد الوسيلة الاجتماعية الأكثر توظيفاً في الحكومات الإلكترونية هي ذاتها الأكثر استخداماً من المواطنين داخل الدولة: وتتمثل هذه الشبكات الاجتماعية مرتبة من الأعلى استخدام فالأقل في الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، فليكر، لينكد إن، كما أوصت دراسة Anatoliy Gruzd و آخرون (٢٠١٨) ٧١ بأهمية توظيف الحكومات لأكثر من شبكة اجتماعية للتواصل مع المواطنين وخلق حوار إلكتروني معهم ومنحهم المعلومات الرسمية عبرها.

- طبيعة النشر للمعلومات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وتحرص إدارة العلاقات العامة على تكثيف نشرها عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (٢)

طبيعة النشر للمعلومات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وتحرص إدارة العلاقات العامة على تكثيف نشرها عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن طبيعة النشر للمعلومات والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة وتحرص إدارة العلاقات العامة على تكثيف نشرها عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المقدمة النشر اليومي على هذه الصفحات لما يتعلق بأداء جهاز الشرطة بنسبة ٥٨.٨% من تقييم الجمهور الكويتي بواقع ٢٣٥ مبحوث، تلاه النشر لعدد أيام في الأسبوع بنسبة ١٣.٥% بواقع ٥٤ مبحوث، ثم النشر لعدد أيام محدد في الشهر بنسبة ٨.٨% بواقع ٣٥ مبحوث، ثم النشر الأسبوعي بنسبة ٨% بواقع ٣٢ مبحوث، وأخيراً النشر حسب طبيعة الأحداث التي يواكبها جهاز الشرطة بنسبة ٦.٥% بواقع ٢٦ مبحوث.

أسباب اهتمام إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بالنشر عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٢)

أسباب اهتمام إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بالنشر عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل

الأسباب	ك	%
تتيح معرفة توجهات الرأي العام المعارض لتهدياته والتعرف على أسباب الاعتراض.	٢١٠	٥٢.٥
بسبب توفيرها خاصية السرعة في الوصول للجمهور.	١٩٨	٤٩.٥
توفير خاصية البث المباشر عبر صفحات المواقع.	١٧٩	٤٤.٨
إمكانية تقديم روابط لذات الموضوع في مواقع أخرى عبر ذات المنشور.	١٧٦	٤٤
تتيح التعرف على جوانب استحسان أداء جهاز الشرطة من تعليقات القراء عبر صفحات المواقع.	١٦٨	٤٢
تساعد على إبراز وجهات النظر المختلفة للجهاز عبر منشوراتها.	١٤٧	٣٦.٨
بسبب إمكانية التفاعل مع آراء ومقترحات الجمهور الكويتي.	١٤١	٣٥.٣
الإجمالي	٤٠٠	

يكشف الجدول السابق عن أسباب اهتمام إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بالنشر عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة سبب إتاحة هذه الصفحات

معرفة توجهات الرأي العام المعارض لتهديته والتعرف على أسباب الاعتراض وذلك بنسبة ٥٢.٥% لأسباب عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني سبب "توفيرها خاصية السرعة في الوصول للجمهور" بنسبة ٤٩.٥% من إجمالي الأسباب، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "توفير خاصية البث المباشر عبر صفحات المواقع" بنسبة ٤٤.٨% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الرابع جاء سبب "إمكانية تقديم روابط لذات الموضوع في مواقع أخرى عبر ذات المنشور" بنسبة ٤٤% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الخامس جاء سبب "إتاحة التعرف على جوانب استحسان أداء جهاز الشرطة من تعليقات القراء عبر صفحات المواقع" بنسبة ٤٢% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب السادس جاء سبب "مساعدة هذه الصفحات على إبراز وجهات النظر المختلفة للجهاز عبر منشوراتها" بنسبة ٣٦.٨%، وأخيراً جاء سبب "إمكانية التفاعل مع آراء ومقترحات الجمهور الكويتي" بنسبة ٣٥.٣% من إجمالي السابق، حيث أكدت دراسة Prath Simran Singh (٢٠١٩) ٧٢ على أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تلافي الفجوة بين صناعات القرارات بالهيئات الحكومية والرأي العام بين المواطنين، حيث يمكن للحكومة من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أن ترصد اتجاهات الحوار والنقاش المجتمعي مما يفيد الحكومات في صياغة السياسات العامة.

- رأي عينة الدراسة في طريقة معالجة إدارة العلاقات العامة للأحداث الخاصة بجهاز الشرطة عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٣)

رأي عينة الدراسة في طريقة معالجة إدارة العلاقات العامة للأحداث الخاصة بجهاز الشرطة عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	
٢٣٤	٥٨.٥	تقدم الحقيقة كاملة عن الجهاز.
١٧٩	٤٤.٨	تعمل على تهدئة الرأي العام الكويتي في حالة وجود اعتراضات على بعض السياسات الأمنية.
١٤٢	٣٥.٥	تشرح بموضوعية القضايا الأمنية الشائكة المؤثرة على استقرار المجتمع الكويتي
١٣٣	٣٣.٣	تعرض العلاقة بين الجمهور والجهاز بشكل موضوعي.
١٢٩	٣٢.٣	تواجه الشائعات التي تطلقها الجهات المعادية للدولة.
٤٠٠		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في طريقة معالجة إدارة العلاقات العامة للأحداث الخاصة بجهاز الشرطة عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة رأي "تقديم الحقيقة كاملة عن الجهاز" وذلك بنسبة ٥٨.٥% من آراء عينة الدراسة من الجمهور الكويتي، تلاه في الترتيب الثاني رأي "تعمل على تهدئة الرأي العام الكويتي في حالة وجود اعتراضات على بعض السياسات الأمنية" بنسبة ٤٤.٨% من إجمالي الآراء، ثم في الترتيب الثالث جاء رأي "تشرح بموضوعية القضايا الأمنية الشائكة المؤثرة على استقرار المجتمع الكويتي" بنسبة ٣٥.٥% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الرابع جاء رأي "تعرض العلاقة بين الجمهور والجهاز بشكل موضوعي" بنسبة ٣٣.٣% من إجمالي السابق، وأخيراً جاء رأي "تواجه الشائعات التي تطلقها الجهات المعادية للدولة" بنسبة ٣٢.٣% من إجمالي السابق.

- تقييم عينة الدراسة لأسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي:

جدول رقم (١٤)

تقييم عينة الدراسة لأسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي

ك	%	
٣١١	٧٧.٨	طريقة معالجة الأحداث الأمنية الكويتية إيجابية جدا.
٩١	٢٢.٨	طريقة المعالجة سطحية وغير عميقة في تقديم الأخبار والأحداث الأمنية
٨٩	٢٢.٣	طريقة المعالجة سلبية تقدم وجهة نظر واحدة فقط
٥٢	١٣	طريقة المعالجة إيجابية ولكن تحتاج لبعض التطوير في شكل المنشورات المقدمة.
٣٧	٩.٣	طريقة المعالجة إيجابية ولكن تحتاج لبعض جوانب التطوير من حيث كفاية المعلومات المقدمة
٤٠٠		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة لأسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي، حيث جاء في المقدمة بأن طريقة معالجة الأحداث الأمنية الكويتية إيجابية جدا وذلك بنسبة ٧٧.٨% من آراء عينة الدراسة من الجمهور الكويتي، حيث بالرجوع للجدول المتعلق بأشكال تفاعل إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الكويتي، يلاحظ أن المؤسسة الأمنية تحرص على تحقيق التفاعل مع الجمهور والتعرف على آراءه وتعليقاته وأفكاره ومقترحاته بخصوص تطوير مستوى الخدمة الأمنية، حيث توصلت دراسة معصم بلال جمعة عبد الله (٢٠١٦) (٧٣) بأنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه المؤسسات، أي كلما استخدمت هذه المؤسسات وسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي كلما كانت اتجاهات هذا الجمهور إيجابية نحو هذه المؤسسات.

وفي الترتيب الثاني رؤية أن "طريقة المعالجة سطحية وغير عميقة في تقديم الأخبار والأحداث الأمنية" بنسبة ٢٢.٨% من إجمالي الآراء، ثم في الترتيب الثالث جاء رؤية أن "طريقة المعالجة سلبية تقدم وجهة نظر واحدة فقط" بنسبة ٢٢.٣% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الرابع جاء رؤية أن " طريقة المعالجة إيجابية ولكن تحتاج لبعض التطوير في شكل المنشورات المقدمة" بنسبة ١٣% من إجمالي السابق، وأخيراً جاء رؤية أن "طريقة المعالجة إيجابية ولكن تحتاج لبعض جوانب التطوير من حيث كفاية المعلومات المقدمة" بنسبة ٩.٣% من إجمالي السابق.

- حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٥)

حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠.٠	٠.٥١١	٢.٧	٢.٥	١٠	٢٥.٠	١٠٠	٧٢.٥	٢٩٠	تحرص إدارة العلاقات العامة على توضيح آليات التفاعل الالكترونية والمباشرة مع الجهاز
٨٦.٧	٠.٥٩٣	٢.٦	٥.٥	٢٢	٢٩.٥	١١٨	٦٥.٠	٢٦٠	تقدم إدارة العلاقات العامة منشورات حول تقييم أداء الجمهور الكويتي لجهاز الشرطة في تعامله مع القضايا الأمنية المجتمعية
٧٨.٠	٠.٧٤٣	٢.٣٤	١٦.٣	٦٥	٣٣.٠	١٣٢	٥٠.٨	٢٠٣	تحرص إدارة العلاقات العامة على التفاعل مع الجمهور الكويتي
٧٧.٣	٠.٧٦١	٢.٣٢	١٨.٠	٧٢	٣٢.٠	١٢٨	٥٠.٠	٢٠٠	تتيح إدارة العلاقات العامة للجمهور التفاعل مع بعض المنشورات دون غيرها
٧٤.٧	٠.٧٠٨	٢.٢٤	١٦.٠	٦٤	٤٤.٥	١٧٨	٣٩.٥	١٥٨	تعمل إدارة العلاقات العامة على بث منشورات تفاعلية حول قضية مجتمعية معينة على الصفحات
٧٤.٣	٠.٧٦٤	٢.٢٣	٢٠.٣	٨١	٣٦.٥	١٤٦	٤٣.٣	١٧٣	ترد إدارة العلاقات العامة على الرسائل البريدية المرسله لصفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الجدول السابق عن أشكال حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة حرص إدارة العلاقات العامة على توضيح آليات التفاعل الالكترونية والمباشرة مع الجهاز بوزن ٩٠ درجة، تلاه في الترتيب الثاني تقدم إدارة العلاقات العامة منشورات حول تقييم أداء الجمهور الكويتي لجهاز الشرطة في تعامله مع القضايا الأمنية المجتمعية بوزن ٨٦.٧ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء حرص إدارة العلاقات العامة على التفاعل مع الجمهور الكويتي بوزن ٧٨ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء إتاحة إدارة العلاقات العامة للجمهور التفاعل مع بعض المنشورات دون غيرها بوزن ٧٧.٣ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء عمل إدارة العلاقات العامة على بث منشورات تفاعلية حول قضية مجتمعية معينة على الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٤.٧ درجة، ثم في

الترتيب الخامس جاء رد إدارة العلاقات العامة على الرسائل البريدية المرسله لصفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٤.٣ درجة.

قد أكدت الدراسات على أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد بالنسبة للجهات الحكومية مصدر هام للنشر المعلوماتي والتواصل مع الجمهور، حيث ارتفاع إدراك منافعها للأفراد وللحكومات وآثارها المتنوعة على المجتمع ككل،^{٧٤} حيث أن هذه المواقع تمثل أداة تمكن المؤسسات الحكومية من التعرف على تقييم الجمهور لخدماتها، وتجعل منه عنصرًا فاعلاً في عملية اتخاذ القرار عبر مراعاة مقترحاته والحوار معه والأخذ برأيه كما أنها تمثل وسيلة نشر للمعلومات والبيانات التي تدعم توجه هذه المؤسسات الحكومية نحو الشفافية، فضلاً عن إحاطة الجمهور بأي معلومات لازمة في أوقات الأزمات والمشكلات الطارئة، ٧٥ لذا لم تعد منصات التواصل الاجتماعي خياراً أمام الحكومات أو المسؤولين الحكوميين، الأمر الذي دفعهم ميكرًا لاستخدام الفيس بوك وتويتر ويوتيوب والمدونات وغيرها من المنصات الاجتماعية، وأن اتسم تواجد بعض الحكومات على هذه المنصات بالضعف وقلة التفاعل، حيث أكدت دراسة Christian Sonnenberg (٢٠٢٠) ٧٦ إلى أن الغالبية العظمى من المؤسسات الحكومية الرسمية توظف على الأقل منصة إجتماعية واحدة من الثلاثة الأعلى توظيفًا وهي تويتر، فيسبوك، يوتيوب، أي أن الصفحات الحكومية الرسمية تميل بشدة نحو الدمج مع شبكات التواصل الاجتماعي وبأخذ ذلك شكل الوصلات Links أو نشر بوست على الصفحة الرسمية.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي توضح أشكال حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي، مقياسًا عامًا، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (١٦)

مستويات المقياس العام لأشكال حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي

المستويات	ك	%
منخفض	٩	٢.٣
متوسط	١١٩	٢٩.٨
مرتفع	٢٧٢	٦٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن مستويات تقييم عينة الدراسة حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة التأكيد على الحرص المرتفع من قبل إدارة العلاقات العامة على التفاعل مع الجمهور الكويتي من قبل نسبة ٦٨% من عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الحرص المتوسط من قبل نسبة ٢٩.٨% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٢.٣% من عينة الدراسة لديها تقييم منخفض لحرص إدارة العلاقات العامة على التفاعل الإلكتروني.

المحور الرابع: ثقة عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأجهزة الأمنية وتفاعله معها:
 أشكال تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية:

جدول رقم (١٧)

أشكال تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨١.٧	٠.٥٩٤	٢.٤٥	٥.٣	٢١	٤٥	١٨٠	٤٩.٨	١٩٩	تسجيل الإعجاب على المنشورات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة.
٨٠.٧	٠.٦١٢	٢.٤٢	٦.٥	٢٦	٤٤.٨	١٧٩	٤٨.٨	١٩٥	تحميل محتوى المنشورات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وحفظها
٧٩.٧	٠.٦١١	٢.٣٩	٦.٨	٢٧	٤٧.٨	١٩١	٤٥.٥	١٨٢	المحتوى القيام بمتابعة المتعلق بأداء جهاز الشرطة عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي
٧٨.٣	٠.٥٩٤	٢.٣٥	٦.٣	٢٥	٥٢.٨	٢١١	٤١	١٦٤	إرسال رسالة للقائمين على إدارة هذه الصفحات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة
٧٧.٧	٠.٥٨٥	٢.٣٣	٦	٢٤	٥٤.٨	٢١٩	٣٩.٣	١٥٧	لمتابعة الأصدقاء دعوة هذه الصفحات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة والمفضلة لديهم
٧٣.٧	٠.٦٩٧	٢.٢١	١٦	٦٤	٤٧.٣	١٨٩	٣٦.٨	١٤٧	بالمشاركة القيام للمحتوى المتعلق بجهاز الشركة مع الآخرين
٧٢.٣	٠.٦٧١	٢.١٧	١٥.٥	٦٢	٥٢.٣	٢٠٩	٣٢.٣	١٢٩	على تعليق بكتابة القيام المحتوى المتعلق بجهاز Comment الشرطة على صفحاته بالمواقع التواصل
٧٠.٣	٠.٦٥٦	٢.١١	١٦.٨	٦٧	٥٦	٢٢٤	٢٧.٣	١٠٩	على بالرد القيام المتابعين على تعليقات المنشورات المتعلقة " بأداء جهاز الشرطة Reply"

تنوعت أشكال تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية، وإن جاء في المقدمة الإشارة إلى تسجيل الإعجاب على المنشورات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة بوزن ٨١.٧ درجة، وفي الترتيب الثاني جاء تحميل محتوى المنشورات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وحفظها بوزن ٨٠.٧ درجة، وفي الترتيب الثالث

جاء قيام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى المتعلق بأداء جهاز الشرطة عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٩.٧ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء إرسال عينة الدراسة رسالة للقائمين على إدارة هذه الصفحات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة بوزن ٧٨.٣ درجة، وفي الترتيب الخامس جاء دعوة الأصدقاء لمتابعة هذه الصفحات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة والمفضلة لديهم بوزن ٧٧.٧ درجة، وفي الترتيب السادس جاء قيام عينة الدراسة بالمشاركة للمحتوى المتعلق بجهاز الشركة مع الآخرين بوزن ٧٣.٧ درجة، وفي الترتيب السابع جاء قيام عينة الدراسة بكتابة تعليق على المحتوى المتعلق بجهاز الشرطة Comment على صفحاته بالمواقع التواصل بوزن ٧٢.٣ درجة، وفي الترتيب الثامن جاء قيام عينة الدراسة بالرد على تعليقات المتابعين على المنشورات المتعلقة بأداء جهاز الشرطة " Reply " بوزن ٧٠.٣ درجة، ويلاحظ من إجابات عينة الدراسة إدراك الجمهور الكويتي لخصائص التفاعلية لشبكات الاجتماعية في التعبير عن آرائهم ومشاركة المعلومات والأخبار، حيث أوضحت دراسة (Christian Sonnenberg، ٢٠٢٠) أن الشبكات الاجتماعية تتيح للهيئات الحكومية أدوات فاعلة للتواصل وللتفاعل الحقيقي مع المواطنين، ولمشاركة المعلومات والأخبار الخاصة بالمؤسسات الحكومية، فضلاً عن إتاحة فرص متكافئة لجميع القطاعات للوصول للمعلومات وتلقي الخدمات الحكومية بشكل مباشر وجودة وسرعة أعلى، وتوفير الفرص للفرد المواطن للتعبير عن آراءهم وتقديم الشكاوى على الصفحات والمواقع الرسمية للحكومة ومؤسساتها المختلفة، وبالتالي فإذا لم تكون المؤسسات الحكومية متواجدة على هذه المنصات الإلكترونية فإن المحادثات حول القضايا المختلفة والتي من بينها الحكومية سوف تستمر دون أن يكون للحكومة صوتاً مسموعاً أو القدرة على الرد عما يقال عنها من تعليقات^{٧٨}، كما أوضحت دراسة Rawan T.Khasawneh & Emal A Abu shanat (٢٠١٣)^{٧٩} وجود درجة مرتفعة من الإرتباط والتفاعل من المواطنين نحو الصفحة الرسمية للحكومة الأردنية حيث يزداد التفاعل الإيجابي للمواطنين مع منشورات الصفحة عبر الإعجاب، والتعليق والمشاركات ويزداد عدد المتابعيين fans للصفحة خاصة بين الشباب ما بين ٢٥ إلى ٣٤ سنة ومعظمهم من الذكور. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي توضح أشكال تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية الكويتية، مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (١٨)

مستويات المقياس العام لأشكال تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية

المستويات	ك	%
منخفض	٢٥	٦.٣
متوسط	٢١٧	٥٤.٣
مرتفع	١٥٨	٣٩.٤
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠

يكشف الجدول السابق عن مستويات تفاعل عينة الدراسة مع صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقدم معلومات عن القضايا الأمنية الكويتية، حيث جاء في المقدمة إشارة نسبة ٥٤.٣% من عينة الدراسة إلى توسط مستوى التفاعل، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى التفاعل المرتفع من قبل نسبة ٣٩.٤% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٦.٣% من عينة الدراسة لديها تفاعل منخفض مع صفحة جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٩)

مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الثقة	ك	%
أثق بشكل كبير	179	44.8
أثق الي حد ما	169	42.3
أثق نادرا	52	13.0
الإجمالي	400	100.0

يكشف الجدول السابق عن مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة إشارة نسبة ٤٤.٨% من عينة الدراسة إلى ارتفاع الثقة بشكل كبير في أداء جهاز الشرطة كأثر للمعالجات المقدمة عبر الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الثقة إلى حد ما من قبل نسبة ٤٢.٣% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٣% من عينة الدراسة لديها ثقة نادرة في أداء جهاز الشرطة كأثر لما ينشر عنها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد انتهت دراسة Caroline J. Tolbert & Karen Mossberger (٢٠٠٦) إلى أن تنوع أشكال التفاعل عبر الموقع الإلكتروني للحكومة أثر إيجابيا على إدراكات المواطنين وبالتالي ارتفاع الثقة في الحكومة،^{٨٠} كما توصلت دراسة Darrell M. West (٢٠٠٤) إلى أن استخدام المواطنين للمواقع الحكومية على الإنترنت يرتبط إيجابيا باتجاهات الجمهور نحو الحكومة^{٨١}، كما أنها تعمل على تهيئة فرص ميسرة لتقديم الخدمات الحكومية وتيسير حصول المواطنين على الخدمات وهو ما يزيد من مستوى الثقة في المؤسسة الحكومية، ٨٢ كما أثبتت دراسة Hisham M. Abdelsalam (٢٠١٣) ٨٣ أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تستخدم لتعزيز التواصل مع المواطنين بهدف إحداث تغيير ملموس في أداء الحكومة، وزيادة ثقة المواطنين بالحكومات.

تقييم عينة الدراسة للمعالجات التي تعمل على زيادة الثقة الجمهور في جهاز الشرطة الكويتي ويتم نشرها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٠)

تقييم عينة الدراسة للمعالجات التي تعمل على زيادة الثقة الجمهور في جهاز الشرطة الكويتي ويتم نشرها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي

%	ك	
٧٠	٢٨٠	بث حملات توعية إلكترونية تحت الجمهور الكويتي على ضرورة التعاون مع جهاز الشرطة للحفاظ على أمن المجتمع
٦١	٢٤٤	توثيق الروابط بين رجال الشرطة والجمهور بخلق جو من التفاهم بينهما
٥٨.٥	٢٣٤	رفع للمستوي الثقافي للجمهور المتابع بطبيعة دورهم والمعوقات التي تواجههم في تحقيق ذلك عبر التواصل من خلال المكتبات والنوادي
٤٥.٨	١٨٣	إنتاج أعمال درامية تقدم صورة موضوعية عن رجال الشرطة الكويتيين
٣٧.٣	١٤٩	رفع نسبة وعي الجمهور الكويتي بدور رجال الشرطة ومهامهم
٣٦.٥	١٤٦	إعلام المواطنين الدوري بالمهام التي ينجزها جهاز الشرطة ومكاسب ذلك
٣١	١٢٤	إعلان وزارة الداخلية عن بعض الضباط الذين تم فصلهم لمخالفتهم للقانون تحقيقاً لمبدأ العدالة والمساواة في تطبيق القانون
٢٣.٨	٩٥	التأكيد المستمر على احترام حقوق الإنسان مع تقديم نماذج من جهاز الشرطة حرصت على تحقيق ذلك
٢٣.٣	٩٣	أن يحرص جهاز الشرطة الكويتي على الرد على كل ما يثار بشأن أدائهم
٢٢.٥	٩٠	استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في إعطاء صورة صادقة عن أداء جهاز الشرطة الكويتي
٢٠.٣	٨١	توثيق الروابط بين جهاز الداخلية وغيره من الهيئات الأخرى بالدولة مما يساعد في نشر صورة إيجابية عن فعاليتهم
١٨.٣	٧٣	ضرورة التزام رجال الشرطة بالقانون وتطبيقه على الكل بدون تفرقة
٤٠٠		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة للمعالجات التي تعمل على زيادة الثقة الجمهور في جهاز الشرطة الكويتي ويتم نشرها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة الإشارة إلى بث حملات توعية إلكترونية تحت الجمهور الكويتي على ضرورة التعاون مع جهاز الشرطة للحفاظ على أمن المجتمع وذلك بنسبة ٧٠% من إجمالي آراء عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاء توثيق الروابط بين رجال الشرطة والجمهور بخلق جو من التفاهم بينهما بنسبة ٦١%، حيث كشفت دراسة (أحمد فاروق رضوان، ٢٠١٧) أن المؤسسات الحكومية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق عدد من الأهداف منها تحقيق المشاركة الداخلية وتبادل الوثائق التنظيمية الداخلية بين الجهات الحكومية، والمشاركة المجتمعية وتشمل الاشتراك مع عامة الناس في مناقشة مختلف القضايا.

وفي الترتيب الثالث جاء رفع للمستوي الثقافي للجمهور المتابع بطبيعة دورهم والمعوقات التي تواجههم في تحقيق ذلك عبر التواصل من خلال المكتبات والنوادي من قبل نسبة ٥٨.٥% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الرابع جاء إنتاج أعمال درامية تقدم صورة موضوعية عن رجال الشرطة الكويتيين بنسبة ٤٥.٨% من إجمالي السابق، وفي الترتيب الخامس جاء رفع نسبة وعي الجمهور الكويتي بدور رجال الشرطة ومهامهم بنسبة ٣٧.٣%، وفي الترتيب السادس جاء إعلام المواطنين الدوري بالمهام التي ينجزها جهاز الشرطة ومكاسب ذلك بنسبة ٣٦.٥%، وفي الترتيب السابع جاء إعلان وزارة الداخلية عن بعض الضباط الذين تم فصلهم لمخالفتهم للقانون تحقيقاً لمبدأ العدالة والمساواة في تطبيق القانون بنسبة ٣١%، وفي الترتيب الثامن جاء التأكيد المستمر على احترام حقوق الإنسان مع تقديم نماذج من جهاز الشرطة حرصت على تحقيق ذلك بنسبة ٢٣.٨%، وفي

الترتيب التاسع جاء حرص جهاز الشرطة الكويتي على الرد على كل ما يثار بشأن أدائهم بنسبة ٢٣.٣%، وفي الترتيب العاشر جاء استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في إعطاء صورة صادقة عن أداء جهاز الشرطة الكويتي بنسبة ٢٢.٥%، وفي الترتيب الحادي عشر جاء توثيق الروابط بين جهاز الداخلية وغيره من الهيئات الأخرى بالدولة مما يساعد في نشر صورة إيجابية عن فعالية أدائهم بنسبة ٢٠.٣%، وفي الترتيب الثاني عشر جاء التأكيد على ضرورة التزام رجال الشرطة بالقانون وتطبيقه على الكل بدون تفرقة بنسبة ١٨.٣%.

المحور الخامس: أثر تفاعل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي مع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأجهزة الأمنية في تشكيل ثقتهم نحو أداء جهاز الشرطة:

أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة:

جدول رقم (٢١)

أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تعزيز فكرة أن ضابط الشرطة قادر على أداء دوره بشكل فعال	٢٢٢	٥٥.٥	١٤٩	٣٧.٣	٢٩	٧.٢	٠.٦٢٩	٨٢.٧
يسعى رجال الشرطة لتطوير مهاراتهم لرفع مستوى أدائهم لخدماتهم الأمنية للمجتمع الكويتي	٢٠٩	٥٢.٣	١٥٣	٣٨.٣	٣٨	٩.٥	٠.٦٦	٨١.٠
حرص ضباط الشرطة على استكمال التحقيق في المحاضر والشكاوي الإدارية والمنازعات والمشاكل المجتمعية التي لا تشكل جرائم جنائية	١٩٩	٤٩.٨	١٥٤	٣٨.٥	٤٧	١١.٨	٠.٦٨٧	٧٩.٣
التزام رجال الشرطة بالقواعد الأخلاقية والمهنية أثناء تأدية العمل	١٥٣	٣٨.٣	١٩٤	٤٨.٥	٥٣	١٣.٣	٠.٦٧٤	٧٥.٠
يحرص رجل الشرطة على تلبية نداء الاستغاثة الإنسانية والاجتماعية بالسرعة الواجبة	١٤٩	٣٧.٣	١٨٢	٤٥.٥	٦٩	١٧.٣	٠.٧١٢	٧٣.٣
الهدف السامي للضابط الشرطة حماية الوطن والحفاظ على أمنه	١٣٣	٣٣.٣	١٩٨	٤٩.٥	٦٩	١٧.٣	٠.٦٩٣	٧٢.٠
يتعامل ضباط الشرطة مع الجمهور بكل احترام وبدون أي إهانة	١٢١	٣٠.٣	١٧٩	٤٤.٨	١٠٠	٢٥	٠.٧٤٢	٦٨.٣
اهتمام رجل الشرطة في قبول البلاغات والتحقيق فيها	١٣٣	٣٣.٣	١٢٧	٣١.٨	١٤٠	٣٥	٠.٨٢٧	٦٦.٠
رجال الشرطة تضحي بحياتها لأجل خدمة الوطن وحمائته	٦٩	١٧.٣	١٧٧	٤٤.٣	١٥٤	٣٨.٥	٠.٧١٧	٥٩.٧

يكشف الجدول السابق عن أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة

لديه نحو جهاز الشرطة، وجاء في المقدمة الإشارة إلى تعزيز فكرة أن ضباط الشرطة قادر على أداء دوره بشكل فعال بوزن ٨٢.٧ درجة، تلاه في الترتيب الثاني توضيح عينة الدراسة لسعي رجال الشرطة لتطوير مهاراتهم لرفع مستوى أدائهم لخدماتهم الأمنية للمجتمع الكويتي بوزن ٨١ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء حرص ضباط الشرطة على استكمال التحقيق في المحاضر والشكاوي الإدارية والمنازعات والمشاكل المجتمعية التي لا تشكل جرائم جنائية بوزن ٧٩.٣ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء التزام رجال الشرطة بالقواعد الأخلاقية والمهنية أثناء تأدية العمل بوزن ٧٥ درجة، وفي الترتيب الخامس جاء الإشارة إلى حرص رجل الشرطة على تلبية نداء الاستغاثة الإنسانية والاجتماعية بالسرعة الواجبة بوزن ٧٣.٣ درجة، وفي الترتيب السادس جاء التأكيد على الهدف السامي للضباط الشرطة حماية الوطن والحفاظ على أمنه بوزن ٧٢ درجة، ثم في الترتيب السابع جاء تعامل ضباط الشرطة مع الجمهور بكل احترام وبدون أي إهانة بوزن ٦٨.٣ درجة، وفي الترتيب الثامن جاء اهتمام رجل الشرطة في قبول البلاغات والتحقيق فيها بوزن ٦٦ درجة، وفي الترتيب التاسع جاء الإشارة إلى أن رجال الشرطة تضحي بحياتها لأجل خدمة الوطن وحمايته بوزن ٥٩.٧ درجة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي توضح أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة، مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (٢٢)

مستويات المقياس العام لأثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة

المستويات	ك	%
منخفض	٦٦	١٦.٤
متوسط	١٨٧	٤٦.٨
مرتفع	١٤٧	٣٦.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠

يكشف الجدول السابق عن مستوى أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة، حيث جاء في المقدمة إشارة نسبة ٤٦.٨% من عينة الدراسة إلى حدوث الأثر المتوسط للمعالجات المقدمة عن أداء جهاز الشرطة عبر الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الأثر المرتفع من قبل نسبة ٣٦.٨% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٦.٤% من عينة الدراسة لديها الأثر المنخفض نتيجة المعلومات المنشورة عن أداء جهاز الشرطة كأثر لما ينشر عنها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.

قد قسمت دراسة Sohrab Khan وآخرون (٢٠١٩) ٨٥ العوامل المؤثرة على ثقة المواطن في صفحات الحكومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى القيم الثقافية الخاصة بالمواطن، ودرجة ثقة المواطن في الحكومة وتقديمها الخدمات له وتسهيل وصولها له، مع عدم الخوف من فقدان الأمان والخصوصية عند التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وصفحات الحكومة عليها، إلى جانب ارتفاع وعي الجمهور والقائمين على التواصل في المؤسسات الحكومية بخصائص الشبكات الاجتماعية ذاتها، وجودة المعلومات المقدمة عبر الصفحات ذاتها وفائدتها للمواطنين، لذا أوصت دراسة Norman Eyoung blood & Joe Mackiewicz (٢٠١٢) ٨٦ بضرورة العمل المستمر على زيادة سهولة استخدام المواقع الحكومية سواء الالكترونية العامة أو الشبكات الاجتماعية الخاصة بها لتحفيز المواطنين على استخدام هذه المواقع الرسمية والتعود على دخولها للحصول على المعلومات والخدمات المتاحة مما يقلل التعامل مع الهيئات الحكومية بشكل مباشر، حيث أن الوسائط المتعددة Multimedia متمثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية وبخاصة أولئك الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي،^{٨٧} بالإضافة إلى ذلك يؤثر ثراء الوسائط على درجة الانتباه والاهتمام والبحث والعمل والمشاركة،^{٨٨} كما أن رضا وثراء الوسيلة المدرك يوفر رؤية ونظرة ثاقبة.^{٨٩}

التأثيرات الاتصالية التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز:

جدول رقم (٢٣)

التأثيرات الاتصالية التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
91.7	.521	2.75	4.3	17	16.3	65	79.5	318	عقدت الإحساس لدى بأهمية المشاركة بالرأي الإيجابي أو السلبي في صنع وتنفيذ القوانين الأمنية لضمان سلامة المجتمع
91.3	.554	2.74	5.8	23	14.2	57	80.0	320	زودت الإيمان باحترام حقوق الفرد والمجتمع للقانون وتطبيقه
91.3	.513	2.74	3.5	14	19.0	76	77.5	310	تعزيز الشعور بالسعادة والإيجابية عند التفاعل مع القضايا الأمنية الكويتية حتى لو بالرأي
90.7	.550	2.72	5.0	20	18.0	72	77.0	308	أصبح المواطن أكثر استعداداً لتقبل واحترام آراء الآخرين ووجهات نظرهم وحقوقهم والمتعلقة بالشأن الأمني
90.7	.552	2.72	5.3	21	17.0	68	77.8	311	أصبح المواطن حريصاً على متابعة العديد من التغطيات الإعلامية المتعلقة بالقضايا الأمنية الكويتية مجال اهتمامي

المجلة المصرية لبحوث الرأي العام- المجلد الثاني والعشرون- العدد الثالث يوليو/ سبتمبر ٢٠٢٣

90.7	.561	2.72	5.5	22	17.5	70	77.0	308	السعي للمشاركة بالرأي والتعليق عبر المداخلات الهاتفية والتقارير والمنشورات عبر وسائل الإعلام المختلفة والتي تناقش الأحداث الأمنية الكويتية التي تهمهم
90.0	.554	2.70	4.8	19	20.8	83	74.5	298	كتابة التعليقات الإيجابية والسلبية على القضايا الأمنية علي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجهاز الشرطة
83.7	.645	2.51	8.3	33	33.0	132	58.8	235	التعرف على الموضوعات المرتبطة بأداء جهاز الشرطة من حيث الإنجازات والأنشطة الأمنية التي يقدمها للمجتمع الكويتي
83.7	.653	2.51	8.8	35	32.0	128	59.3	237	الحرص على متابعة السياسات الأمنية التي يقرها جهاز الشرطة في التعامل مع القضايا المجتمعية المختلفة
83.3	.653	2.50	8.8	35	32.5	130	58.8	235	تعزيز الجانب المعرفي والمعلوماتي بخصوص أساليب الوصول للخدمات التي يقدمها جهاز الشرطة للمواطنين
82.7	.668	2.48	9.8	39	32.5	130	57.8	231	الوعي باليات التواصل والإبلاغ عن الجرائم التي قد يواجهها المواطن الكويتي
81.7	.666	2.45	9.8	39	35.0	140	55.3	221	القدرة على تحديد اليات المشاركة المجتمعية في القضايا الأمنية وتبني ردود الفعل المناسبة معها
81.0	.701	2.43	12.3	49	32.8	131	55.0	220	معرفة ردود الفعل المختلفة للتفاعل مع الأزمات الأمنية التي يواجهها المجتمع الكويتي
80.0	.686	2.40	11.5	46	37.5	150	51.0	204	تصحيح بعض الأفكار الخاطئة لدى عن أداء جهاز الشرطة
78.3	.696	2.35	12.8	51	39.3	157	48.0	192	التعرف على آليات التواصل والإبلاغ عن الشكاوى لجهاز الشرطة لفحصها
77.7	.639	2.33	9.3	37	48.3	193	42.5	170	الشعور بالرضا نتيجة المعلومات التي اتعرض لها عن رقي أداء جهاز الشرطة وارتفاع مستوى أخلاقيته في القيادة المجتمعية
77.7	.681	2.33	12.0	48	42.8	171	45.3	181	أدركت التحديات والمعوقات الخطرة التي يتعرض لها رجال الشرطة في تطبيق القانون
68.7	.752	2.06	25.5	102	43.3	173	31.3	125	تغيرت بعض المعتقدات لدى نحو بعض القضايا الأمنية التي يتم متابعتها عبر الصفحات الخاصة بالجهاز على المواقع
65.7	.730	1.97	28.0	112	46.8	187	25.3	101	التعبير الناقد الواعي والمشاركة في توعية المجتمع الكويتي بحساسية القضايا الأمنية التي يتولى مسئوليتها الجهاز الكويتي
63.0	.706	1.89	31.3	125	49.0	196	19.8	79	تبني سلوكيات تتعلق بتعزيز تطبيق القانون وتكون إيجابية ملائمة للأحداث وعن وعي ومعرفة

يكشف الجدول السابق عن تنوع التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز

الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز، وجاء التفاصيل على النحو التالي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: حيث أكدت عينة الدراسة على حرص المواطن على متابعة العديد من التغطيات الإعلامية المتعلقة بالقضايا الأمنية الكويتية مجال اهتمامهم بوزن ٩٠.٧ درجة، تلاه في الترتيب الثاني تعرف عينة الدراسة على الموضوعات المرتبطة بأداء جهاز الشرطة من حيث الإنجازات والأنشطة الأمنية التي يقدمها للمجتمع الكويتي بوزن ٨٣.٧ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء حرص عينة الدراسة على متابعة السياسات الأمنية التي يقرها جهاز الشرطة في التعامل مع القضايا المجتمعية المختلفة بوزن ٨٣.٧ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء إشارة عينة الدراسة إلى تعزيز التغطيات الخاصة بالشأن الأمني للجانب المعرفي والمعلوماتي بخصوص أساليب الوصول للخدمات التي يقدمها جهاز الشرطة للمواطنين بوزن ٨٣.٣ درجة، وفي الترتيب الخامس جاء تأكيد عينة الدراسة على الوعي بآليات التواصل والإبلاغ عن الجرائم التي قد يواجهها المواطن الكويتي بوزن ٨٢.٧ درجة، وفي الترتيب السادس جاء إشارة عينة الدراسة للقدرة على تحديد آليات المشاركة المجتمعية في القضايا الأمنية وتبني ردود الفعل المناسبة معها بوزن ٨١.٧ درجة، ثم في الترتيب السابع جاء تأكيد عينة الدراسة على معرفة ردود الفعل المختلفة للتفاعل مع الأزمات الأمنية التي يواجهها المجتمع الكويتي بوزن ٨١ درجة، ثم في الترتيب الثامن جاء تصحيح بعض الأفكار الخاطئة لدى عينة الدراسة عن أداء جهاز الشرطة بوزن ٨٠ درجة، ثم في الترتيب التاسع جاء إدراك عينة الدراسة للتحديات والمعوقات الخطرة التي يتعرض لها رجال الشرطة في تطبيق القانون بوزن ٧٧.٧ درجة، وفي الترتيب العاشر جاء إشارة عينة الدراسة إلى التعرف على آليات التواصل والإبلاغ عن الشكاوى لجهاز الشرطة لفحصها بوزن ٧٨.٣ درجة.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية: حيث أكدت عينة الدراسة على تزويد التغطيات للصفحات الأمنية الإيمان باحترام حقوق الفرد والمجتمع للقانون وتطبيقه بوزن ٩١.٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني إشارة عينة الدراسة إلى تعزيز الشعور بالسعادة والإيجابية عند التفاعل مع القضايا الأمنية الكويتية حتى لو بالرأي بوزن ٩١.٣ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء إشارة عينة الدراسة إلى شعورهم بالرضا نتيجة المعلومات التي يتعرضوا لها عن رقي أداء جهاز الشرطة وارتقاء مستوى أخلاقياته في القيادة المجتمعية بوزن ٧٧.٧ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء توضيح عينة الدراسة لتغيير بعض معتقداتهم لديهم نحو بعض القضايا الأمنية التي يتم متابعتها عبر الصفحات الخاصة بالجهاز على المواقع بوزن ٦٨.٧ درجة.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: حيث أكدت عينة الدراسة في تعميق التغطيات المتخصصة في الشأن الأمني الإحساس لديهم بأهمية المشاركة بالرأي الإيجابي أو السلبي في صنع وتنفيذ القوانين الأمنية لضمان سلامة المجتمع بوزن ٩١.٧ درجة، تلاه في الترتيب الثاني تأكيدهم على أنهم أصبحوا أكثر استعداداً لتقبل واحترام آراء الآخرين ووجهات نظرهم وحقوقهم وحياتهم المتعلقة بالشأن الأمني بوزن ٩٠.٧ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء توضيحهم للسعي للمشاركة بالرأي والتعليق عبر المداخلات الهاتفية والتقارير والمنشورات عبر وسائل الإعلام المختلفة والتي تناقش الأحداث الأمنية الكويتية التي تهمهم بوزن ٩٠.٧ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء تأكيد عينة الدراسة على كتابة التعليقات الإيجابية والسلبية على القضايا الأمنية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجهاز الشرطة بوزن ٩٠ درجة، ثم في الترتيب الخامس جاء التعبير الناقد الواعي والمشاركة في

توعية المجتمع الكويتي بحساسية القضايا الأمنية التي يتولى مسئوليتها الجهاز الكويتي بوزن ٦٥.٧ درجة، وفي الترتيب السادس جاء توضيح عينة الدراسة لتبني سلوكيات تتعلق بتعزيز تطبيق القانون وتكون إيجابية ملائمة للأحداث وعن وعي ومعرفة بوزن ٦٣ درجة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي توضح التأثيرات الاتصالية التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز، مقياساً عامًا، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (٢٤)

مستويات المقياس العام للتأثيرات الاتصالية التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز

التأثيرات الاتصالية	المستويات	ك	%
الوجدانية	منخفض	٩	٢.٣
	متوسط	١١٩	٢٩.٨
	مرتفع	٢٧٢	٦٨
المعرفية	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	منخفض	١٧	٤.٣
	متوسط	١٣٢	٣٣
السلوكية	مرتفع	٢٥١	٦٢.٨
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	منخفض	٢١	٥.٣
	متوسط	١٥٠	٣٧.٥
	مرتفع	٢٢٩	٥٧.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

يكشف الجدول السابق عن المقاييس الفرعية للتأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) التي تحققت لدى عينة الدراسة من الجمهور الكويتي من متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز، وذلك على النحو التالي:

أولاً: نتائج المقياس العام للتأثيرات المعرفية: جاء في المقدمة إشارة نسبة 68% من عينة الدراسة إلى حدوث التأثير المعرفي المرتفع نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة 29.8% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة 2.3% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر معرفي منخفض.

ثانياً: نتائج المقياس العام للتأثيرات الوجدانية: جاء في المقدمة إشارة نسبة 62.8% من عينة الدراسة إلى حدوث التأثير الوجداني المرتفع نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة 33% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة 4.3% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر وجداني منخفض.

ثالثاً: نتائج المقياس العام للتأثيرات السلوكية: جاء في المقدمة إشارة نسبة 57.3% من عينة الدراسة إلى حدوث التأثير السلوكي المرتفع نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى

حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة ٣٧.٥% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٥.٣% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر سلوكي منخفض.

- رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عبر صفحة جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٥)

رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عبر صفحة جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الرضا	ك	%
مرضي جداً.	٢١٥	٥٣.٨
مرضي.	١٠١	٢٥.٣
محايد.	٧١	١٧.٨
غير مرضي.	١٣	٣.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عبر صفحة جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة إشارة نسبة ٥٣.٨% من عينة الدراسة إلى أنهم راضون جداً عن أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عنهم في الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الرضا من قبل نسبة ٢٥.٣% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٧.٨% من عينة الدراسة ليس لديها رأي في تقييم أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء نسبة بسيطة بلغت ٣.٣% من عينة الدراسة غير راضية عن أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عنهم في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أكدت دراسة عبد الرحمن أحمد الناصر (٢٠١٥)^(٩٠) على ارتفاع الاعتماد على تويتر للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية للمملكة العربية السعودية والدول العربية، كما أشارت دراسة (سلوى محمد سمير فهم، ٢٠١٩) ٩١ إلى ارتفاع رضا الباحثين حول معالجة موقع الفيس بوك للقضايا المجتمعية، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد بيئة معلوماتية وتفاعلية ثرية حول الأحداث والقضايا المتلاحقة المجتمعية.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم والرضا عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٦)

نتائج اختبار الفروق المعنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم والرضا عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الرضا عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموجرافية	
٠.٥٦١ غير دال	٣٩٨	ت=٠.٣٩٩	.836	1.96	١٣٧	ذكر	النوع
			.797	1.91	٢٦٣	أنثى	
0.626 غير دال	2 ٣97	F=0.469	.56060	2.0041	١٩٧	من ١٨ إلى أقل من ٢٨ عاماً	السن
			.53922	1.9429	١٢٥	من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ عاماً	
			.65784	1.8947	٧٨	من ٣٨ إلى أقل من ٤٨ عاماً	
			.56358	1.9900	٤٠٠	الإجمالي	
0.416 غير دال	2 ٣97	F=0.879	.56765	1.9000	٤٩	متوسط	المستوى التعليمي
			.54489	1.9753	٢٣٦	جامعي	
			.65374	2.0851	١١٥	دراسات عليا	
			.56358	1.9900	٤٠٠	الإجمالي	
0.756 غير دال	2 ٣97	F=0.279	.42164	2.2000	٤٠	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			.46090	2.2840	٦٠	متوسط	
			.55585	2.3191	٣٠٠	راقي	
			.47459	2.2867	٤٠٠	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في رضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، فتم استخدام اختبار ت لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (٠.٣٩٩) عند درجة حرية (٣٩٨) ومستوى معنوية (٠.٥٦١)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فيما يتعلق برضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- فيما يتعلق بالعمر، بلغت قيمة ف (٠.٤٦٩) عند درجة حرية (٢) و(٣٩٧) ومستوى معنوية (٠.٠٦٢٦)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية الثلاث لعينة الدراسة فيما يتعلق برضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- وعن المستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (٠.٨٧٩) عند درجة حرية (٣) و(٣٩٧) ومستوى معنوية (٠.٤١٦) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية المختلفة لعينة الدراسة من الجمهور الكويتي فيما يتعلق برضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- وعن المستوى الاجتماعي الاقتصادي، بلغت قيمة ف (٠.٢٧٩) عند درجة حرية (٣) و(٣٩٧) ومستوى معنوية (٠.٧٥٦) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة لعينة الدراسة من الجمهور الكويتي فيما يتعلق برضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- وبذلك يتم رفض الفرض كليا حيث ثبت عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في رضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- الفرض الرئيسي الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات.

جدول رقم (٢٧)

نتائج معامل الارتباط بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي. دوافع متابعة هذه الصفحات
دال	٠.٠٠٠	**٠.٤٠٠	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة متوسطة القوة، وطرديّة الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات من قبل عينة الدراسة من الجمهور الكويتي. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة تعرض عينة الدراسة لصفحات جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع دوافع تعرض عينة الدراسة لصفحات جهاز الشرطة الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٨)

نتائج معامل الارتباط بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على المواقع التواصل

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي
دال	0.000	**٠.٣٢٥	التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٢٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة متوسطة القوة نوعاً ما، وطردية الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وحرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للقضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٩)

نتائج معامل الارتباط بين كثافة متابعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة ..على مواقع التواصل الاجتماعي
دال	0.000	**٠.٢٤٩	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٤٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة ضعيفة القوة نوعاً ما، وطردية الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة للخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وحرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدوث التأثيرات نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

جدول رقم (٣٠)

نتائج معامل الارتباط بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدوث التأثيرات نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لديهم
دال	0.000	**٠.٢٢٠	الوجدانية
دال	0.000	**٠.٢٤٦	المعرفية
دال	0.000	**٠.٢٤٩	السلوكية

يوضح الجدول التالي النتائج السابقة كما يلي:

أولاً: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٢٠) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة ضعيفة القوة نوعاً ما، وطرديّة الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع حدوث التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

ثانياً: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٤٦) عند مستوى معنوية

(٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة ضعيفة القوة نوعاً ما، وطرديّة الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع حدوث التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

ثالثاً: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٤٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة ضعيفة القوة نوعاً ما، وطرديّة الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حدوث التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع حدوث التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض كلياً، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين علاقة ارتباطية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدث التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

خلاصة الدراسة:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن ارتفاع عدد ساعات تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية حيث جاء في المقدمة متابعة نسبة ٤٠.٣% من الجمهور الكويتي لمدة ثلاث ساعات فأكثر يوميا هذه الصفحات، كما جاء التعرض اليومي لهذه الصفحات من قبل نسبة ٧٢.٣% من الجمهور الكويتي، وهو الأمر الذي يدل على اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن أداء جهاز الشرطة الكويتية، حيث أكد نسبة ٦٣% على الاهتمام الكبير من قبل عينة الدراسة في متابعة هذه الصفحات، ونسبة ٦٣% من عينة الدراسة على حرصهم الكبير في متابعة المعلومات عن جهاز الشرطة الكويتي.

وقد تنوعت دوافع تعرض عينة الدراسة للصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن جهاز الشرطة الكويتي، وكان متوسط المقياس العام لدوافع متابعة عينة الدراسة للمحتوى الأمني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة (٨١.٢)، وهي النتيجة التي تدل على اهتمام عينة الدراسة بمتابعة هذا المحتوى المتخصص، حيث ارتفع دوافع المتابعة النفعية لعينة الدراسة للصفحات الأمنية بدرجة (٨٢.٨) في مقابل دوافع المتابعة الطقوسية بدرجة (٨١.٣)، حيث ارتفع متابعة نسبة ٥٨.٧% من عينة الدراسة للقضايا الأمنية المختلفة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني المتابعة المتوسطة من قبل نسبة ٣٥.٨% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاءت المتابعة المنخفضة لهذه القضايا السابق الإشارة لها من قبل نسبة ٥.٥% من عينة الدراسة.

وقد تنوعت طبيعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وإن جاء في المقدمة الأخبار المتعلقة بأداء جهاز الشرطة وقياداته بوزن ٩٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني الدور الأمني في حماية المجتمع الكويتي بوزن ٨٧.٣ درجة، ثم في الترتيب الثالث الحوادث المرورية بوزن ٨٤.٣ درجة، ويعلق الباحث أن تصدر هذه النوعية من القضايا ترتبط بشكل أساسي بواقع استقرار وتماسك المجتمع أمنياً، تلاه الإشارة لمجموعة من القضايا التي تتعلق بتقييم الخدمات الفعلية الموجه نحو المواطنين وتقييم الجمهور لها، وبشكل عام ارتفع كثافة متابعة عينة الدراسة للقضايا الأمنية المختلفة والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتي من قبل نسبة ٥٨.٧% من عينة الدراسة.

كما تنوعت طبيعة الخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتتابعها عينة الدراسة، وإن جاء في المقدمة متابعة خدمات الوثائق المدنية للمواطنين بوزن ٨٦.٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني متابعة خدمات حماية الأحداث بوزن ٨٥.٧ درجة، وفي الترتيب الثالث جاء متابعة خدمات الأمن السيبراني ومكافحة الجرائم الإلكترونية بوزن ٨٥ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء متابعة خدمات مكافحة المخدرات بوزن ٨١.٧ درجة، وبذات الوزن جاء متابعة خدمات مكافحة الجرائم الجنائية، وفي الترتيب الخامس جاء متابعة خدمات الإعلام الأمني الكويتي بوزن ٨١.٣ درجة، وفي الترتيب السادس جاء متابعة الخدمات المرورية بوزن ٧٨ درجة، وفي الترتيب

السابع جاء متابعة خدمات تدريبية لضباط الشرطة بوزن ٧٥ درجة، وفي الترتيب الثامن جاء متابعة خدمات حماية الآداب العامة ومكافحة الاتجار بالأشخاص بوزن ٧٢.٣ درجة، وفي الترتيب التاسع والأخير جاء متابعة خدمات التوثيق العقاري والشركات بوزن ٧٢ درجة.

كما عبرت عينة الدراسة عن رؤيتها لارتفاع اعتماد إدارة العلاقات العامة عليها في تقديم المعلومات التي تتعلق بأداء جهاز الشرطة الكويتية وذلك بنسبة ٥٤.٨% من عينة الدراسة، وفيما يتعلق بطبيعة النشر للمعلومات والمتعلقة بأداء جهاز الشرطة وتحرص إدارة العلاقات العامة على تكثيف نشرها عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء في المقدمة النشر اليومي على هذه الصفحات لما يتعلق بأداء جهاز الشرطة بنسبة ٥٨.٨% من تقييم الجمهور الكويتي بواقع ٢٣٥ مبحوث، تلاه النشر لعدد أيام في الأسبوع بنسبة ١٣.٥% بواقع ٥٤ مبحوث، ثم النشر لعدد أيام محدد في الشهر بنسبة ٨.٨% بواقع ٣٥ مبحوث، ثم النشر الأسبوعي بنسبة ٨% بواقع ٣٢ مبحوث، وأخيراً النشر حسب طبيعة الأحداث التي يواكبها جهاز الشرطة بنسبة ٦.٥% بواقع ٢٦ مبحوث.

وبخصوص أسباب اهتمام إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بالنشر عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء في المقدمة سبب إتاحة هذه الصفحات معرفة توجهات الرأي العام المعارض لتهدئته والتعرف على أسباب الاعتراض وذلك بنسبة ٥٢.٥% لأسباب عينة الدراسة، تلاه في الترتيب الثاني سبب "توفيرها خاصية السرعة في الوصول للجمهور" بنسبة ٤٩.٥% من إجمالي الأسباب، ثم في الترتيب الثالث جاء سبب "توفير خاصية البث المباشر عبر صفحات المواقع" بنسبة ٤٤.٨% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الرابع جاء سبب "إمكانية تقديم روابط لذات الموضوع في مواقع أخرى عبر ذات المنشور" بنسبة ٤٤% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الخامس جاء سبب "إتاحة التعرف على جوانب استحسان أداء جهاز الشرطة من تعليقات القراء عبر صفحات المواقع" بنسبة ٤٢% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب السادس جاء سبب "مساعدة هذه الصفحات على إبراز وجهات النظر المختلفة للجهاز عبر منشوراتها" بنسبة ٣٦.٨%، وأخيراً جاء سبب "إمكانية التفاعل مع آراء ومقترحات الجمهور الكويتي" بنسبة ٣٥.٣% من إجمالي السابق.

لذا جاء رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في طريقة معالجة إدارة العلاقات العامة للأحداث الخاصة بجهاز الشرطة عبر صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة رأي "تقديم الحقيقة كاملة عن الجهاز" وذلك بنسبة ٥٨.٥% من آراء عينة الدراسة من الجمهور الكويتي، تلاه في الترتيب الثاني رأي "تعمل على تهدئة الرأي العام الكويتي في حالة وجود اعتراضات على بعض السياسات الأمنية" بنسبة ٤٤.٨% من إجمالي الآراء، ثم في الترتيب الثالث جاء رأي "تشرح بموضوعية القضايا الأمنية الشائكة المؤثرة على استقرار المجتمع الكويتي" بنسبة ٣٥.٥% من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الرابع جاء رأي "تعرض العلاقة بين الجمهور والجهاز بشكل موضوعي" بنسبة ٣٣.٣% من إجمالي السابق، وأخيراً جاء رأي "تواجه الشائعات التي تطلقها الجهات المعادية للدولة" بنسبة ٣٢.٣% من إجمالي السابق.

أما عن أشكال حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المقدمة حرص إدارة العلاقات العامة على توضيح آليات التفاعل الالكترونية والمباشرة مع الجهاز بوزن ٩٠ درجة، تلاه في الترتيب الثاني تقدم إدارة العلاقات العامة منشورات حول تقييم أداء الجمهور الكويتي لجهاز الشرطة في تعامله مع القضايا الأمنية المجتمعية بوزن ٨٦.٧ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء حرص إدارة العلاقات العامة على التفاعل مع الجمهور الكويتي بوزن ٧٨ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء إتاحة إدارة العلاقات العامة للجمهور التفاعل مع بعض المنشورات دون غيرها بوزن ٧٧.٣ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء عمل إدارة العلاقات العامة على بث منشورات تفاعلية حول قضية مجتمعية معينة على الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٤.٧ درجة، ثم في الترتيب الخامس جاء رد إدارة العلاقات العامة على الرسائل البريدية المرسلة لصفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٤.٣ درجة.

وقد عبرت عينة الدراسة وبنسبة ٤٤.٨% من عينة الدراسة إلى ارتفاع الثقة بشكل كبير في أداء جهاز الشرطة كأثر للمعالجات المقدمة عبر الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الثقة إلى حد ما من قبل نسبة ٤٢.٣% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٣% من عينة الدراسة لديها ثقة نادرة في أداء جهاز الشرطة كأثر لما ينشر عنها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.

وعن أثر أسلوب معالجة المعلومات التي تثيرها صفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عن الواقع الأمني الكويتي في تعزيز الثقة لديه نحو جهاز الشرطة، حيث جاء في المقدمة إشارة نسبة ٤٦.٨% من عينة الدراسة إلى حدوث الأثر المتوسط للمعالجات المقدمة عن أداء جهاز الشرطة عبر الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الأثر المرتفع من قبل نسبة ٣٦.٨% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٦.٤% من عينة الدراسة لديها الأثر المنخفض نتيجة المعلومات المنشورة عن أداء جهاز الشرطة كأثر لما ينشر عنها عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تبين ارتفاع حدوث التأثير المعرفي لدى نسبة 68% من عينة الدراسة نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة ٢٩.٨% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٢.٣% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر معرفي منخفض، تلاه تأكيد نسبة ٦٢.٨% من عينة الدراسة على حدوث التأثير الوجداني المرتفع نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة ٣٣% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٤.٣% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر وجداني منخفض، كما كشفت النتائج عن حدوث التأثير السلوكي المرتفع نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل نسبة ٥٧.٣% من العينة، تلاه في

الترتيب الثاني الإشارة إلى حدوث الأثر المتوسط لدى نسبة ٣٧.٥% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ٥.٣% من عينة الدراسة وقد حدث لديها أثر سلوكي منخفض.

وكان رأي عينة الدراسة من الجمهور الكويتي في أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عبر صفحة جهاز الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بأن جاء في المقدمة إشارة نسبة ٥٣.٨% من عينة الدراسة إلى أنهم راضون جدًا عن أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عنهم في الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في الترتيب الثاني الإشارة إلى الرضا من قبل نسبة ٢٥.٣% من عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الثالث جاء نسبة ١٧.٨% من عينة الدراسة ليس لديها رأي في تقييم أداء جهاز الشرطة، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء نسبة بسيطة بلغت ٣.٣% من عينة الدراسة غير راضية عن أداء جهاز الشرطة من واقع ما يتم متابعته عنهم في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أثبت نتائج معاملات واختبارات الفروض، ثبوت عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في رضاهم عن أداء جهاز الشرطة من واقع متابعة صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض لصفحة جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دوافع متابعة هذه الصفحات؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة تعرض عينة الدراسة لصفحات جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشرًا لارتفاع دوافع تعرض عينة الدراسة لصفحات جهاز الشرطة الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي.

وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة القضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للقضايا الرئيسية المتعلقة بأداء جهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشرًا لارتفاع حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وبين حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للخدمات الأمنية لجهاز الشرطة الكويتية والمنشورة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان ذلك مؤشرًا لارتفاع حرص إدارة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الكويتي على التفاعل مع الجمهور الكويتي عبر صفحات جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين علاقة ارتباطية بين ثقة عينة الدراسة في أداء جهاز الشرطة الكويتي من واقع ما يتم تقديمه من معلومات عنه عبر صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي وحدث التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية نتيجة متابعة المعلومات المقدمة عن جهاز الشرطة بصفتها على مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بطبيعة الواقع الأمني وأداء الجهاز.

توصيات الدراسة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا أساسيًا في للمعلومات نحو القضايا المجتمعية والتي هنا القضايا الأمنية حيث التعريف بالقرارات الأمنية والخدمات التي تقدمها المؤسسات الأمنية، وهو الأمر الذي يحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الجمهور الكويتي والمنشورة عبر وسائل الإعلام الرقمية وهنا مجال الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، وفي ضوء ذلك توصي الدراسة:

- ١ - تفعيل المؤسسات الأمنية بمختلف تخصصاتها الإدارة العلاقات العامة لتفعيل دور عملية النشر الإلكتروني عبر المواقع الإلكترونية إلى جانب الشبكات الاجتماعية استثمارًا لخصائص سرعة نشر المعلومات والتفاعلية وتبسيط المعلومات المرتبطة بالقضايا الأمنية الخاصة بالأجهزة الأمنية المختلفة والتعريف بالخدمات الأمنية المتنوعة التي تقدمها للجمهور وتسهيل الحصول عليها إلكترونياً لتقليل المجهود المبذول في التواصل المباشر.
- ٢ - أن يتم إعداد مؤشرات رقمية هادفة لقياس تأثير المنشورات المرتبطة بالقضايا الأمنية والتي تم نشرها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مما يهدف للتعرف بدقة على التغيير في معدلات تأثير هذه الصفحات على خلق الوعي بالقضايا الأمنية وأداء القوى الأمنية وقيادتها وكل ذلك يفيد في رسم سياسات عامة أمنية تحقق ثقة في الجهاز الأمني الكويتي.
- ٣ - تحليل محتوى الشبكات الاجتماعية كمواقع الفيس بوك واليوتيوب والتويتز وغيره في الخاصة بالأجهزة الأمنية الكويتية، وتحليل أشكال التفاعل مع منشوراتها عبر هذه الشبكات، إلى جانب تحليل المواقع الإلكترونية المرتبطة بهذه القضايا إلى جانب الرسائل التي تبث على التطبيقات الرقمية المتخصصة في الشأن الأمني، حيث هذا التحليل يعين في الوقوف على إيجابيات استثمار هذه المواقع الرقمية التفاعلية والتعرف على الإمكانيات غير المستثمرة من جانب المؤسسات الأمنية.

- ^١ محمد العايش وأخرون، الاتصال الحكومي: أفضل الممارسات للجهات الفائزة بجائزة الشارقة للاتصال الحكومي في ٢٠١٣ إلى ٢٠١٦، الإمارات العربية المتحدة، مكتب الاتصال الحكومي لحكومة الشارقة، ٢٠١٧.
- ^٢ أحمد فاروق رضوان، "تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية، بحث مقدم في الملتقى الثالث للجمعية العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان تحت عنوان العلاقات العامة الرقمية، ٢٤-٢٥ فبراير ٢٠١٥.
- ^٣ Christian Sonnenberg, "E-Government and social media : The impact on accessibility", Journal of Disability Policy Studies 1-11, March, 2020
- ^٤ Natalie C. Helbing, et.al., "Understanding the Complexity in Electronic Government: Implications from the Digital Divide literature", Proceedings of the Eleventh Americas Conference on Information Systems, Omaha, NE, USA August 11th-14th 2005
- (٥) رامي عيود (٢٠١٣)، المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت: نظرة على التخطيط الاستراتيجي العربي والعالم، ط١، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٢٠.
- (٦) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي (٢٠٠٥)، دور شبكة الإنترنت في تحقيق ديمقراطية الاتصال وتفاعلته: دراسة تحليلية لعينة من المنتديات العربية، في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والعشرون، يناير/ يونيه، ص ٢٩٢.*
- ^٧ Stergio Picazo-Vela, et.al., "Understanding risks ,benefits and strategic alternatives of social media – applications in the public sector", Government Information Quarterly, vol.29, No.4, 2012, P.P.504-511.
- ^٨ غادة مصطفى البطريق. التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها. *مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الأول. الخريف ٢٠٢٠.*
- ^٩ شريفة رحمة الله سليمان، استخدام الاتصال الحكومي في تعزيز الهوية الوطنية: دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجًا، الإمارات، *مجلة شئون اجتماعية، العدد ١٣٠، صيف ٢٠١٦، ص ص ٤٣-٨٥.*
- ^{١٠} هبة فريد عبد الحميد محرم. التواصل الإلكتروني وتطوير الأداء الحكومي: دراسة ميدانية لبعض الوزارات الخدمية. *رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم التربوية. قسم الاجتماع. ٢٠١٩).*
- ^{١١} تغريد سلامه محمد، "مستوى الاتصال والتفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية" *رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الاعلام) ٢٠١٧.*
- ^{١٢} هناء عبد الحميد إبراهيم. الإعلام الأمني ودوره في التصدي للأنشطة الإرهابية: دراسة تحليلية لسياسة العراق الإعلامية: خلية الإعلام الأمني إنموذجًا. *مجلة الآداب. جامعة بغداد. كلية الآداب. العدد ١٤٤. ٢٠٢٣.*
- ^{١٣} صليحة بن سباع. الإعلام الأمني العربي وإشكالية الحفاظ على الأمن القومي للمجتمع. *مجلة آفاق للعلوم. الجزائر. جامعة زيان عاشور الجلفة. المجلد ٨، العدد ١. ٢٠٢٣.*
- ^{١٤} مدحت أبو بكر محمد. التواصل الرقمي ودوره في جودة برامج الإعلام الأمني. *مجلة الفكر الشرطي. الإمارات: القيادة العامة لشرطة الشارقة. مركز بحوث الشرطة. المجلد ٣١. العدد ١٢١. إبريل ٢٠٢٢.*
- ^{١٥} محمود محمد شفيق. الدور الأمني والإعلامي لمواجهة الفكر المتطرف. *المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية: دراسات وبحوث تطبيقية. جامعة أسيوط: كلية الخدمة الاجتماعية. العدد ١٧. المجلد ١. مارس ٢٠٢٢.*
- ^{١٦} على كمال محمد. دور العلاقات العامة الرسمية العراقية الإلكترونية في مواجهة أنشطة حروب الجيل الرابع الاتصالية الإلكترونية: دراسة ميدانية. *مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية. كلية الآداب. جامعة القاهرة. المجلد ٣٥. العدد ٣٥. يوليو ٢٠٢٢.*
- ^{١٧} أيه طارق عبد الهادي. أداء الإعلام الأمني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الرسمية وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو أداء وزارة الداخلية. *رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. ٢٠٢٠)*
- ^{١٨} نجلاء عبده أحمد على. المشكلات الاجتماعية والفيزيقية المعوقة لأداء رجال الشرطة لعملهم وأثرها على الرضا عن العمل. *رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم الإنسانية البيئية. ٢٠١٨)*

- ^{١٩} إنجي محمود عبد المجيد شكري. التحديات الاجتماعية والفيزيقية المعاصرة التي تواجه ضباط وضابطات الشرطة وأثرها على الأداء الأمني. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٧)
- ^{٢٠} أحمد محمد جمال عبد الظاهر. تطوير الأداء الأمني لوزارة الداخلية بهدف ضبط المخاطر البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية، ٢٠١٦)
- ^{٢١} نهاد فوزي السيد. معالجة الصحف الإلكترونية لأداء الشرطة وتأثيرها على معارف الجمهور المصري نحوه. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، ٢٠١٦)
- (٢٢) وسام نصر "تأثير الصورة الإعلامية لرجل الشرطة بموقع التواصل الاجتماعي على لفته لمهني والمجتمعي"، بحث منشور مجلة بحوث الرأي العام - جامعة القاهرة، كلية الإعلام المجلد الثاني عشر - العدد الثالث - يوليو/ سبتمبر .
- (٢٣) محمود الدسوقي، صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير ٢٠١١ وآليات تحسينها - دراسة ميدانية على عينة من الجماهير ورجال الشرطة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (٢٠١٥).
- (٢٤) أحمد حسين علي دسوقي، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية عن الانترنت لدى الرأي العام المصري: دراسة حالة على الانترنت المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (٢٠١٥).
- ²⁵ J.Lgnacio Criajo , et.al., " Government innovation Through social media ", Government information Quarterly, 2013 ,30,314-326
- ²⁶ Anatoliy Gruzd , et.al." Examining government cross- platform engagement in social media . Instagram vs. Twitter – The Big Life project", Government Information Quarterly, 2018
- ^{٢٧} سماح محمد محدي، اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك - دراسته ميدانية"، مجلة الرأي العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد، أبريل ٢٠١٩.
- ²⁸ Ines Mergel , " A framework for interpreting social media interactions in the public sector " , Government Information Quarterly 30 ,2013 , No 4 , pp.327 -334
- ^{٢٩} شيماء محمد حامد علي. الاتصال التفاعلي عبر الهواتف الذكية: دراسة لعينة من جمهور المستخدمين. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية. قسم الاجتماع. شعبة الإعلام. ٢٠١٨)
- ^{٣٠} رضوى محمد مختار عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا المعلومات ببيئة العمل وعلاقتها بأنماط التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية مطبقة على العاملين بالجامعة العمالية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم الإنسانية البيئية. ٢٠١٨)
- (25) معصم بلال جمعة عبد الله. دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. ٢٠١٦).
- (32) Stephen W.Litteljohn, **Theories of Mass Communication**, (united Kingdom:Wadsworth,2002) p14.
- (٢) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ٣٠٣.
- (³⁴) Stephen W.Litteljohn. **Op.Cit.** 2002. p:325
- ³⁵ Tyma, Adam., Sellnow, Deanna. and Sellnow, Timothy. [Social Media Use in Response to the Virginia Tech Crisis: Moving From Chaos to Understanding](#). Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 21, 2010.
- (^{٣٦} مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩). ص ص ١٣٦-١٤٢.)
- ³⁷ Beverly Wright et al (2008)، "Application of Media Richness Theory To Data Collection"، **The Journal Of Applied Business Research**. Vol.24، No.1.
- 38 Ishii et al. (2019). "Revisiting Media Richness theory for today and future" pp 124-131 Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.138>
- ³⁹ Mengyan Ma (2021). Promoting Healthy Eating Behaviors Using Information and Communication Technology (ICT) Succession Theory and Media Richness Theory during COVID-19 Panademic. **PHD**. Michigan State University. Media and Information collage.

- ^{٤٠} غزوان جواد حسان (٢٠٢١). التعرض للوسائل الجديدة وأثره في استخدامات الشباب العراقي للوسائل التقليدية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام). ص ٢٨.
- ⁴¹ I nês Pessoa de Amorim (2021). How augmented reality media richness influences consumer behavior. **International Journal of Consumer Studies**. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ijcs.12790>
- ⁴² Yun, Haejung et al (2009), "Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication". **AMCIS 2009 Proceedings**. 645. P.2 ,Available at <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009>
- ⁴³ Dongmei Cao et al (2020). Understanding consumers' social media engagement behaviour: An examination of the moderation effect of social media context. **Journal of Business Research**, Vol.122, PP. 835-846.
- ⁴⁴ Debashish Mandal & Robert JMC Queen (2013) , "Extending Media Richness Theory To Explain Social Media Adoption By Micro businesses", **Journal Te Kura Kete Aronui** , Vol.5. P.4.
- ⁴⁵ Huan Xiao et al. (2021). An investigation on information quality, media richness, and social media fatigue during the disruptions of COVID-19 pandemic. **Current Psychology**. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-021-02253-x>
- ^{٤٦} عبدالهادي أحمد النجار (٢٠١٢) ، "العوامل المؤثرة على قارئية الصحافة الإلكترونية في مصر دراسة تحليلية ميدانية" ، **مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازي** ، ص ١٥-٢٦٨ .
- ⁴⁷ Stephen J. et al (2006) Distance Education Communications: The social presence and media richness of instant messaging. **Journal of Asynchronous Learning** , Vol.10. PP.67-81.
- ⁴⁸ Spencer H. Harrison et al (2017) :A multilevel Model of curiosity , feedback Seeking and Feedback Giving in Creative Work . **ACAD Manage J** . Vol. 60, No.6. Available at: <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>
- ⁴⁹ Rashed Salem Alhaimer (2021). The Role of Social Media in the Innovation and Performance of Kuwaiti Enterprises in the Food Sector. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, Vol.16, No.6, PP.1960-1972
- ⁵⁰ Okan Arslan et al. (2021). Understanding topic duration in Twitter learning communities using data mining. **Journal of Computer Assisted Learning**. Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcal.12633>
- ⁵¹ Alan R. Dennis & Susan Y. Kinney (1998) "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues , Feedback and Task Equivocality", **Information Systems Research** , Vol.9, No.3 September 1998.
- ⁵² Robert F. Otondo et al. (2008) , "The Complexity Of Richness : Media Richness : Media , Message , And Communication Outcomes" , **Information & Management** , Vol.45, No.1, 2008 . p.21. available at https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Palvia_Complexity_2008.pdf
- ⁵³ Dan O. Hare et al (1998) , "Strategic Communication In Business And The Profession" , Boston: Houghton Mifflin , p.60.
- ⁵⁴ Alan R. Dennis , Josephs Valacich , Cheri Speier , Michael G. Morris , "Beyond Media Richness: An Empirical Test of Media Synchronicity theory " , **HICSS'98 Proceedings of The Thirty First Annual Hawaii International Conference On System Sciences** , Vol.1, p48, January 1998.
- ⁵⁵ Joseph Schmitz , Janet Fulk (1991) , "Organizational Colleagues , Media Richness , And Electronic Mail : A Test of the Social Influence Model of Technology Use Communication Research" , Vol.18, No.4, PP. 488. Available at .

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018004003#articleCitationDownloadContainer>

⁵⁶ Kilsoouh (1999). "Impact of communication medium on task performance and satisfaction :an examination of media richness theory " **Information & Management** ,Vol.35,no.5, pp.295-312. Available at.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720698000974#!>

^{٥٧} أماني رضا عبد المقصود مصطفى(٢٠٢٠). التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد ٥٥. الجزء الأول، ص ٤٢١
^{٥٨} سامي طابع ، مناهج البحث وكتابة المشروع المقترح للبحث، مركز تطوير الدراسات العليا للبحوث ، جامعة القاهرة ، ط١ ، ٢٠٠٧.

^{٥٩} عاطف عدلي العبد. تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).

(٣٠) سماح عبد الرازق الشهاوي (٢٠٠٩)، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم علي شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ١٣٣.

⁶¹ D.Dennis Linders , " From e- Government to we Government : defining a typology for citizen coproduction in the age of social media " , Government information quarterly, 29 ,4,oct . 2012 – pp446-454

(٣٢) ربهام محمد السيد محمد. مرجع سابق. ٢٠١٦.

^{٦٢} حسن عماد مكاوي. نظريات الإعلام. ط٢ (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٢). ص ١٦٣.

(٦٤) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩). ص ٢٥١.

⁶⁵ هبة فريد عبد الحميد محرم. مرجع سابق. ٢٠١٩.

⁽⁶⁶⁾ Andy Warhol, **Late-Night Talk Shows: Why People Watch and What They Seek to Gain**, 2009. P 7.

⁽⁶⁷⁾ Zia Anjum1 & Martin Michele2, Transnational Television and Pakistani Diaspora in Canada: "Uses and Gratification" Approach, **International Journal of Research (IJR)**, Vol-1, Issue-6, July 2014. P 18.

^{6٨} سماح المحمدي. استخدام الحكومة الالكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. بحث مقدم للنشر في المجلة العلمية لجامعة الأزهر. عدد أكتوبر ٢٠٢٠.

^{٦٩} هبة فريد عبد الحميد محرم. مرجع سابق. ٢٠١٩. ص ٤٠١-٤٣٥.

⁷⁰ J.Lgnacio Criaajo , et.al., " Government innovation Through social media " , **Government information Quarterly**, 2013 ,30,314-326

⁷¹ Anatoliy Gruzd , et.al." Examining government cross- platform engagement in social media . Instagram vs. Twitter – The Big Life project", Government Information Quarterly, 2018

⁷² Prath Simran Singh , et . al ., " Smart Monitoring and controlling of government policies using social media and cloud computing " , information system frontiers, April 2019

(١) معصم بلال جمعة عبد الله. مرجع سابق. ٢٠١٦.

⁷⁴ Arthur Mickoleit, Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers, OECD Working Papers on Public Governance NO.26 ,Dec.2014.

^{٧٥} أحمد فاروق رضوان ، "تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات الحكومية الالكترونية و الذكية، بحث مقدم في الملثقي الثالث للجمعية العلمية السعودية للعلاقات العامة و الإعلان تحت عنوان العلاقات العامة الرقمية ، ٢٤-٢٥ فبراير ٢٠١٥.

⁷⁶ Christian Sonnenberg , " E-Government and Social Media The impact on accessibility " , Journal of Disability policy studies, March , 2020, VOL.4-NO.5

- ⁷⁷ Christian Sonnenberg,"E-Government and social media : The impact on accessibility " ,Journal of Disability Policy Studies 1–11 ,March,2020
- ⁷⁸ Nor Emmy Derani & Prahalini Naidu,"The Impact of utilizing social media as a communication platform during a crisis within the oil industry," Procedia Economics and Finance, ,(2016) (35), PP. 650 – 658.
- ⁷⁹ Rawan T.Khasawneh & Emal A Abu shanat,"E- Government and Social Media sites The role & impact " , World Journal of Computer Application and Technology ,Vol 1 . , No . 1 , 2013 , pp. 10- 17
- ⁸⁰ Caroline J. Tolbert& Karen Mossberger," Effects of E-Government on Trust and Confidence in Government", Public Administration Review • May | June 2006
- ⁸¹ Darrell M. West, E-government and the Transformation of Service Delivery and Citizen Attitudes, Public Administration Review,2004, 64(1): 15– 27.
- ^{٨٢} عواطف أمين يوسف، الخدمة الحكومية الإلكترونية كأداة لتحقيق التميز والجودة - دراسة تطبيقية علي جامعة الملك عبد العزيز ، مجلة جمعية التنمية التكنولوجية والبشرية، العدد ٦ ، ٢٠٠٦، ص ص ٢٢-٢٦
- ⁸³ Hisham M.Abdelsalam , etal . " Social Media in Egypton government websites : presence , usage and effectiveness " , Government Information Quarterly,30,2013 406-416
- ^{٨٤} أحمد فاروق رضوان، القواعد القانونية والأخلاقية للاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ١٧، يونيو ٢٠١٧، ص ص ١٤-١
- ⁸⁵ Sohrab Khan , etal. " A review on antecedents of citizen , trust in government social media services " ,Recent trends in computer science and Electronics , Jan .2019
- ⁸⁶ Norman Eyoung blood & Joe Mackiewicz , " Ausability analysis of municipal government website home pages in Alabama " , Government information quarterly,VOL. 29,NO.4 ,2012 ,P.P. 585 – 588
- ⁸⁷ Gilman Stuart, C. MD MPH.& Turner, Jeanine, W.(2001) "Media Richness and Social Information Processing: Rationale for Multifocal Continuing Medical Education Activities" , Journal of Continuing Education in The Health Professions, vol.21, No.3,p.135.. Available at : http://journals.lww.com/jcehp/Citation/2001/21030/Media_richness_and_social_information_processing_2.aspx
- ⁸⁸ Tseng et al. (2020). The efficiency of mobile media richness across different stages of online consumer behaviour. **International Journal of Information Management**, Vol. 50, PP 353–364
- ⁸⁹ Choi et al (2020). The Effect of Communication Media Richness on Continuous Intention to Use: The Moderating Effect of User Experience. **Journal of Digital Convergence**, Vol.18, No.5, PP. 187–195
- ^(٩٠) عبد الرحمن أحمد الناصر. اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- ^{٩١} سلوى محمد سمير فهيم. تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على التفاعل الاجتماعي لديهم: دراسة تحليلية وميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة سوهاج: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٩)