



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique Et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère De L'engrènement Supérieur Et De La Recherche
Scientifique

جامعة الشاذلي بن جديد

Université CHADLI BENDJEDID-El-Taref

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية

Faculté Des Science sociales et humaines

قسم: علم اجتماع الاتصال

الموضوع:



جامعة الشاذلي بن جديد

UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

دراسة سوسيو-اتصالية للحملات الاعلامية للمؤسسات الامنية و
دورها في محاربة الجريمة – دراسة ميدانية مركز الشرطة لولاية
الطارف -

تخصص: علم اجتماع الاتصال

تحت اشراف الدكتور :

- أ.د دفون

من اعداد

الطلبة :

- خنتوش خليفة

محمد


- محمودي رفقة

الموسم الجامعي: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ إِنَّا كُنَّا
إِنبَاءً نُبِّئْتِ الْعَالَمِينَ الْحَكِيمِ

صِدْقَ اللَّهِ الْعَظِيمِ



لم تكن الرحلة قصيرة ولم يكن طريقًا محفوظًا بالتسهيلات لكنني فعلتها، ها أنا قد وصلت إلى نهاية رحلتي الجامعية بعد تعب ومشقة وبعد خمس سنوات في سبيل الحلم والعلم، حملت في طياتها آمنيات ومناكب سعي، فكان أمس ميعاد اليوم.

الحمد لله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضله وكرمه.

أهدي هذا العمل متواضعًا لنفسي أولاً ثم لمن سعى معي لإتمام هذه المسيرة، دمتم سندًا لا عمراً له:

لمن أوصلوني لما عليه الآن وسهروا الليالي من أجلي، لمن قال فيهما الله عز وجل: "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً" لنور عيني والديّ العزيزين.

لمن جعل الله الجنة تحت أقدامها، لمن كانت دعواتها تحيطني وتسعدني في كل وقت، قرأ عيني وسر نجاحي وسندي أمي الغالية غنوى عابد.

لمن كلل العرق جبينه، لمن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالإصرار والصبر، للنور الذي أنار دربي،


والدي العزيز خنتوش احمد.

وضلعي الثابت وأمان أيامي، إلى من شددت عضدي بهم، فكانوا لي ينباع أرتوي منها لخيرة أيامي وصفوتها، إخواني لوي، محمد، وأدم.

لمن دعمتني وكانت شريكتي في هذه الرحلة، صديقتي الغالية رفقة محمودي.

لمن أسعدني ولو بكلمة طوال فترتي في القيام بهذه المذكرة، صديقتي العزيزات: ريان، سيرين، ريان، خالتي مفيدة، وحميدة، وعمتي دليلة.

خنتوش خليفة



أحمد الله تعالى على توفيقى وإعانتى طيلة مشوارى الدراسى من بدايته إلى نهايته، فالحمد لله
حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، والصلاة والسلام على حبيبنا وسيدنا محمد صلى الله عليه وسلم،
أما بعد:

أهدى نجاحى إلى أمى عياط رحيمة وأبى محمودى طيب، عزيزان على قلبى وتاج رأسى،

الذان كانا مصدر توفيقى فى حياتى ومصدر قوتى وتغلبى على الصعاب.

إلى أعلى ما أمك، أخواى زكرياء ومختار، وأخواتى سمىة ونجلاء وسامىة،

الذين دعمونى وكانوا سنداً لى فى كل مرحلة من مراحل حياتى.

ويستحيل أن أنسى أولاد إخوتى: حورية الجنة، فراس، لقمان، نيبال ويزن.

إلى صديقتى الغالية ورفيقة دربى خنتوش خلىة، أدام الله صداقتنا.

وإلى صديقتى الغاليات: هببة، غالية، ملك، نسرین.

محمودى رفقة

البسمة
شكر وتقدير
إهداء
قائمة الجداول
قائمة الأشكال
فهرس المحتويات
الملخص
المقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

1- إشكالية الدراسة.....

1-1 أسباب اختيار الموضوع.....

1-2 أهمية الدراسة.....

1-3 أهداف الدراسة.....

2- ضبط المفاهيم.....

3- الدراسات السابقة.....

4- المقاربة النظرية: "نظرية الاستخدامات والإشباعات".....

5- الإطار المنهجي.....

5-1 المنهج المستخدم.....

5-2 مجالات الدراسة.....

5-3 أدوات وتقنيات جمع البيانات.....

5-4 العينة وكيفية اختيارها.....

الفصل الثاني: الحملات الإعلامية

1- تمهيد.....

- 2- نشأة الحملات الإعلامية.....
- 3- أنواع الحملات الإعلامية.....
 - 3-1 الحملات التوعوية.....
 - 3-2 الحملات المعلوماتية.....
 - 3-3 الحملات التربوية.....
 - 3-4 حملات تعديل السلوك.....
 - 3-5 الحملات الأمنية.....
 - 3-6 الحملات الانتخابية.....
 - 3-7 الحملات الإعلامية العسكرية.....
- 4- وسائل الحملات الإعلامية.....
 - 4-1 الإذاعة والتلفزيون.....
 - 4-2 الصحف.....
 - 4-3 وسائل الاتصال الإلكتروني.....
 - 4-4 المنشورات والكتيبات.....
- 5- خطوات الحملة الإعلامية.....
 - 5-1 جمع البيانات والمعلومات.....
 - 5-2 تحديد الأهداف.....
 - 5-3 تحديد الجماهير المستهدفة.....
 - 5-4 وضع الاستراتيجية العامة.....

الفصل الثالث: المؤسسات الأمنية

- 1- تمهيد
- 2- نبذة تاريخية عن الشرطة في الجزائر.....
- 3- أنواع المؤسسات الأمنية في الجزائر.....
- 4- أهداف المؤسسة الأمنية الجزائرية.....
- 5- أهمية الاتصال في جهاز الشرطة.....
- 6- خلاصة الفصل

الفصل الرابع: الإعلام الأمني

- 1- مفهوم الإعلام الأمني.....
- 2- دور الإعلام الأمني في مكافحة الجريمة.....
- 3- أساليب الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة.....
- 4- إستراتيجية الإعلام الأمني الجزائري.....
- 5 - خلاصة الفصل.....

الفصل الخامس : الاطار الميداني للدراسة

تمهيد

المحور الأول: البيانات العامة للعينة.....

1. التوزيع النسبي لأفراد العينة من حيث متغير الجنس.....
2. النسب المئوية لأفراد العينة حسب العمر.....
3. التوزيع النسبي للعينة حسب المرحلة التعليمية.....
4. التوزيع النسبي حسب التخصص الوظيفي.....
5. النسب المئوية للحالة المدنية.....
6. التوزيع السكني لأفراد العينة.....

المحور الثاني: العلاقة مع الإعلام الأمني.....

1. الاشتراك في صفحة الشرطة على مواقع التواصل.....
2. متابعة التغطيات الإعلامية للشرطة.....
3. الوسائل الإعلامية الأكثر اعتمادًا.....
4. رأي المبحوثين في دور التغطيات الإعلامية في الأمن والاستقرار.....
5. تأثير الأخبار الكاذبة على أمن المجتمع.....
6. تأثير الإعلام الأمني في تعزيز الوعي.....
7. الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرًا.....
8. تقييم برامج التوعية الأمنية في إذاعة الطارف.....
9. تقييم تعاون الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام.....
10. مساهمة الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة.....
11. مصداقية وسائل الإعلام في نشر الأخبار الأمنية.....

المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الأمني

1. أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا.....
2. الفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثون يوميًا.....
3. دور مواقع التواصل في نشر الوعي الأمني.....

4. تقديم مواقع التواصل للمعلومات التوعوية.....
5. نتائج الشرطة عبر مواقع التواصل.....
6. مشاركة المبحوثين في حملات التوعية.....
7. طبيعة التفاعل مع المحتوى التوعوي.....
8. نوع المحتوى التوعوي الأكثر جذبًا.....
9. مدى تأثير مواقع التواصل على تغيير الوعي.....
10. فاعلية الحملات الإعلامية للأمن الوطني عبر وسائل التواصل.....

خلاصة الفصل

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الجدول
70	توزيع المبحوثين حسب الجنس	1
72	توزيع المبحوثين حسب السن	2
74	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	3
77	توزيع المبحوثين حسب الوظيفة	4
79	توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية	5
81	توزيع المبحوثين حسب المسكن	6
83	توزيع آراء المبحوثين حول الاشتراك مع صفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي	7
85	توزيع آراء المبحوثين حول مدى متابعة للتغطيات الاعلامية للشرطة	8
87	توزيع آراء المبحوثين حول نوع الوسائل الاعلامية التي تعتمد عليها أكثر	9
89	توزيع آراء المبحوثين حول دور التغطيات الاعلامية للأمن والاستقرار	10
91	توزيع آراء المبحوثين حول الترويج للأخبار الكاذبة والاشاعات تؤثر على الأمن المجتمعي	11
93	توزيع آراء المبحوثين حول مدى تأثير الاعلام الأمني في توعية المجتمع بالقضايا الأمنية	12
95	توزيع آراء المبحوثين حول أكثر وسائل الاعلام تأثيرا غي نشر الوعي الأمني	13
97	توزيع آراء المبحوثين حول برامج التوعية الأمنية التي تقدمها وسائل الاعلام في اذاعة الطارف	14
99	توزيع آراء المبحوثين حول مدى تعاون الجهات الامنية الشرطة مع الاعلام في تقديم المعلومات الصحيحة	15
101	توزيع آراء المبحوثين حول ان الاعلام الأمني يساهم في تقليل ومعالجة الجرائم من خلال نشر الوعي الأمني	16
103	توزيع آراء المبحوثين حول أن الوسائل الاعلام مصدر موثوق للأخبار	17

	الامنية	
105	توزيع اراء المبحوثين حول منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدم بشكل أكثر	18
107	توزيع اراء المبحوثين حول الوقت الذي تقضي يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي	19
109	توزيع اراء المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا رئيسيا في نشر الوعي الامني	20
111	توزيع اراء المبحوثين حول تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات من أجل التوعية الأمنية	21
113	توزيع اراء المبحوثين حول الحملات التوعوية التي تقوم بها مصالح الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحقيق نتائج ايجابية	22
115	توزيع اراء المبحوثين حول المشاركة في حملات التوعوية مع مصالح الشرطة	23
117	توزيع اراء المبحوثين حول المحتوى التوعوي الذي تشاهد على مواقع التواصل	24
119	توزيع اراء المبحوثين حول المحتوى التوعوي الاعلامي الامني الذي تفصل على مواقع التواصل الاجتماعي	25
121	توزيع اراء المبحوثين حول مدى تأثير مواقع تواصل الاجتماعي لحملات الاعلامية الامنية للشرطة في تغيير وعي الناس وسلوكهم	26
123	توزيع اراء المبحوثين حول أن الحملات الاعلامية للأمن الوطني عبي مواقع التواصل الاجتماعي لديها فاعلية في نشر الوعي ومحاربة الحرية داخل المجتمع	27

قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان	الشكل
70	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس	1
72	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب السن	2
74	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	3
77	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب الوظيفة	4
79	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية	5
81	دائرة نسبية تمثل توزيع المبحوثين حسب المسكن	6
83	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول الاشتراك مع صفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي	7
85	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول مدى متابعة للتغطيات الاعلامية للشرطة	8
87	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول نوع الوسائل الاعلامية التي تعتمد عليها أكثر	9
89	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول دور التغطيات الاعلامية للأمن والاستقرار	10
91	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول الترويج للأخبار الكاذبة والاشاعات تؤثر على الأمن المجتمعي	11
93	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول مدى تأثير الاعلام الأمني في توعية المجتمع بالقضايا الأمنية	12
95	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول أكثر وسائل الاعلام تأثيرا غي نشر الوعي الأمني	13
97	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول برامج التوعية الأمنية التي تقدمها وسائل الاعلام في اذاعة الطارف	14
99	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول مدى تعاون الجهات الامنية الشرطة مع الاعلام في تقديم المعلومات الصحيحة	15
101	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول ان الاعلام الأمني يساهم في تقليل ومعالجة الجرائم من خلال نشر الوعي الأمني	16
103	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول أن الوسائل الاعلام مصدر موثوق للأخبار الأمنية	17
105	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدم بشكل أكثر	18
107	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول الوقت الذي تقضي يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي	19
109	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا رئيسيا في نشر الوعي الأمني	20
111	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات من أجل التوعية الأمنية	21
113	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول الحملات التوعوية التي تقوم بها مصالح الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحقيق نتائج ايجابية	22
115	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول المشاركة في حملات التوعية مع مصالح الشرطة	23
117	دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول المحتوى التوعوي الذي تشاهد على	24

قائمة الاشكال

	مواقع التواصل	
119	دائرة نسبية تمثل توزيع اراء المبحوثين حول المحتوى التوعوي الاعلامي الامني الذي تفصل على مواقع التواصل الاجتماعي	25
121	دائرة نسبية تمثل توزيع اراء المبحوثين حول مدى تأثير مواقع تواصل الاجتماعي لحمات الاعلامية الامنية للشرطة في تغيير وعي الناس وسلوكهم	26
123	دائرة نسبية تمثل توزيع اراء المبحوثين حول أن الحملات الاعلامية للأمن الوطني عبي مواقع التواصل الاجتماعي لديها فاعلية في نشر الوعي ومحاربة الحرية داخل المجتمع	27

الملخص

بناءً على البحث الذي قمنا به تم التواصل إلى أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها شرطة الطرف تلعب دوراً محورياً كعنصر فعال في التصدي للجريمة، كما تساهم في رفع المستوى الواعي الأمني لدى الجمهور المستهدف وتثقيفهم من خلال نشر هذه الحملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة منصة فايسبوك التي تعتبر أكثر استخداماً لإملاكه مميزات تجعله يعزز فعالية الحملات الإعلامية الأمنية. يسمح للجمهور بالتفاعل المباشر، خصوصاً إذا كان محتوى الحملات توعوي تثقيفي تحسيسي، وعرض مقاطع فيديو والصور على صفحة شرطة الطرف الرسمية تتناول قصصاً واقعية حول الجرائم السائدة، كما يمكننا القول أيضاً أن الحملات الإعلامية تساهم في دعم التعاون بين شرطة الطرف وجمهورها من خلال تلبية حاجياتهم وإبراز الجهود التي تقوم بها لمواجهة التهديدات، وهذا ما يجعلها أداة إستراتيجية هامة تعتمد عليها للحد من الانتشار الهائل للجريمة.

الكلمات المفتاحية: الحملات الاعلامية – المؤسسات الامنية – الجريمة – الاعلام الامني

Summary

Based on the research we conducted, it has been concluded that the media campaigns carried out by the El Tarf Police play a pivotal role as an effective tool in combating crime. These campaigns also contribute to raising the level of security awareness among the targeted audience and educating them through dissemination via social media platforms—especially Facebook, which is the most widely used platform due to features that enhance the effectiveness of security media campaigns.

Facebook allows for direct public interaction, particularly when the campaign content is informative, educational, and awareness-driven. Videos and images posted on the official page of the El Tarf Police often present real-life stories about prevailing crimes. Moreover, we can also state that these media campaigns help strengthen cooperation between the El Tarf Police and the public by addressing their needs and highlighting the efforts made to confront threats. This makes media campaigns a key strategic tool relied upon to curb the massive spread of crime.

Keywords: Media campaigns – Security institutions – Crime –

Security media

مقدمة عامة

مقدمة

في ظل العولمة التي حولت العالم الى قرية صغيرة وفي زمن تتسارع فيه تدفق المعلومات حيث أصبحت تنشر بسرعة ملحوظة ، وأحدثت العولمة نقلة نوعية أدت الى ظهور أنواع جديدة من الجرائم ، كما انها لم تعد تقتصر فقط على الواقع بل حتى في الفضاء الرقمي ومع هذا الانتشار الواسع لها تخلت المؤسسة الامنية على استراتيجياتها التقليدية في محاربة جريمة بل توجهت الى استخدام الحملات الاعلامية كوسيلة فعالة وناجحة لتوعية الجمهور

تساهم الحملات الاعلامية بشكل فعال في تأثير على الافراد و اشارة اهتمامهم خاصة اذا كان المحتوى توعوي أمني وتعمل على اىصال الرسائل التقنية التحسسية للجمهور وتقديم الاساليب اللازمة للوقاية منها ودعم التعاون بين المؤسسة الامنية و المواطنين ، أيضا تبرز الحملات الاعلامية مجهودات التي تبذلها المؤسسة الامنية لمواجهة التهديدات وهذا ما يجعلها أداة استراتيجية تعتمد عليها للحد من انتشار الهائل للجريمة .

ومع التسارع التطور التكنولوجي أصبحت وسائل الاعلام ركنا أساسيا للمؤسسات الامنية في التصدي للجريمة ، لا تتوقف مهمتها في نقل المعلومات فقط بل لفت الانتباه الى القضايا الاجرامية وتعمل على تعزيز ثقافة احترام القانون من خلال وسائل الاعلام التقليدية كالتلفزيون عن طريق عرض برامج توعوية والامنية لتأثير في الافراد وترسيخ الافكار كما توجد وسائل الاعلام الرقمية التي تستخدمها الاجهزة الامنية في نشر حملاتها الاعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فايسبوك و أنستغرام و يوتيوب من خلال عرض مقاطع فيديو وصور التي تأثر على الافراد خصوصا اذ كان المحتوى يتناول قصص واقعية حول الجرائم السائدة كالقتل والسرقة والمخدرات ، فمثل هذه المحتويات تجذب انتباه الافراد ، كما تلعب دورا رئيسا في نشر الوعي الامني

وقد قسمنا موضوع دراسته الى 5 فصول وهي :

حيث تناولنا في هذا الفصل الاول الاطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة يشمل كل الاجراءات التي تتبع في البحوث العلمية ، بداية تحديد اشكالية الدراسة وتوضيح اسباب اختيار هذه الدراسة ثم أهمية الدراسة واهدافها ايضا تحديد المفاهيم و عرض المنهج و أدوات جمع البيانات ويشمل هذا الاطار ايضا الى تحديد مجالات الدراسة الزماني و المكاني بشري اضافة الى المقاربات النظرية

أما الفصل الثاني تحت عنوان الحملات الاعلامية حيث تطرقنا فيه الى نشأة الحملات وأنواعها وأيضاً الوسائل التي تعتمد عليها ووظائفها.

أما الفصل الثالث تناولنا في هذا الفصل نبذة تاريخية عن الشرطة في الجزائر وأنواعها وأهدافها وأهمية الاتصال في جهاز الامن

أما الفصل الرابع بعنوان الاعلام الأمني و عرضنا في هذا الفصل عن دور الاعلام الامني و أساليبه والاستراتيجية التي يعتمد عليها .

كما كان الفصل الخامس بعنوان الاطار الميداني وقد خصص هذا الفصل لتنظيم البيانات المجمعّة في الدراسة الميدانية وعرض نتائجها و تحليلها في الاخير عرضنا النتائج العامة التي توصلنا اليها

- 1-اشكالية الدراسة
- 1-1- أسباب اختيار الموضوع
- 1-2- أهمية الدراسة
- 1-3- أهداف الدراسة
- 2- ضبط المفاهيم
- 3- الدراسات السابقة
- 4- المقاربة النظرية "نظرية الإستخدامات والإشباعات"
- 2- الاطار المنهجي
- 1-المنهج المستخدم
- 2-مجالات الدراسة
- الاطار الزمني
- الاطار المكاني
- 3- أدوات وتقنيات جمع البيانات
- 4- العينة وكيفية إختيارها
-

1-اشكالية الدراسة :

ان تفشي الكبير للجرائم بمختلف أشكالها في الجزائر والارتفاع المتزايد لنسبة الاجرام يفرض على المؤسسات الأمنية المساهمة في الوقاية لأن هذا يقع على عاتقها توفير الأمن والطمأنينة من خلال تنفيذها لمجموعة من اجراءات للمحافظة على كيان المجتمع واستطاعت هذه المنظمات الحكومية التصدي السلوكات من خلال الحملات الاعلامية التي تعد من النشاطات الاتصالية المقصودة للتأثير في المعتقدات واتجاهات وأفعال الاخرين وهذا عبر وسائل الاتصال الجماهيري التي تستغلها المؤسسات الأمنية لتوصيل الرسائل لأنها تسمح بالوصول الى الجماهير من بينها التلفزيون الذي يزود الحملة بمميزات، بمعنى أن المنظمات التي تعلن عبر تلفزيون ينظر إليها على أنه يمكن الاعتماد عليها والاذاعة كوسيلة لنقل الأفكار الصوتية ذات تأثير قوي في حياة الناس و هذا يمكن السلطات الأمنية باعتماد عليها في توجيه المواطنين و أيضا توجد الصحافة والمجلات والمنشورات.¹

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

نستطيع القول أن هذه الحملات تؤثر بدرجات متباينة على مجريات الأمن وذلك للاعتبارها أحد أهم الركائز المعتمد عليها وهذا بفضل المهام التي تقوم به داخل المجتمع نشر الوعي الأمني و التحسيس بأخطار الجرائم كما أنها تساهم في ارساء الثقافة الأمنية تقي أفراد المجتمع من وقوع في هذه السلوكات ولعل المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات التي لا تخلو من مثل هذه الظواهر الاجتماعية الخطيرة ، وانطلاقا على ما سبق قمنا بهذه الدراسة حتى نتعرف أكثر على اسهامات التي تعمل عليها حملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية في محاربة الجريمة.

ومنه نطرح السؤال الرئيسي :

كيف تساهم الحملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية في المحاربة الجريمة ؟

_ للاجابة على الاشكالية الرئيسية ، نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

*ما هي العلاقة بين الاعلام والأمن ؟

*الى أي مدى تساهم الحملات في نشر الوعي لدى المواطن ؟

_ للاجابة على هذه التساؤلات نقوم بطرح الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

تساهم الحملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية في محاربة الجريمة من خلال الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

1-1-أسباب اختيار الموضوع

يعود اختيار موضوع الدراسة الى عدة أسباب ذاتية وكذا أسباب موضوعية شكلت لنا دافع في اختيار الموضوع.

أ- أسباب ذاتية:

_ ادراكنا لنقص مكتبة جامعة شادلي بن جديد الى مثل هذه البحوث والدراسات المتخصصة في علم الاجتماع.

_ الاهتمام الشخصي للمواضيع الاعلامية " الحملات الاعلامية " .

_ جذب الانتباه لدور الذي تقوم به المؤسسات الأمنية في محاربة الجريمة.

ب- أسباب موضوعية :

_ تقديم أهم الوسائل المعتمدة في هذه الحملات الاعلامية.

1-2- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

_ تسعى هذه الدراسة الى التعرف على دور الحملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية في

محاربة الجريمة من خلال استعراض انجازاتها أمام الجمهور فهذا يحفز العاملين في

الأمن على بذل مزيد من الجهد لمواجهة الجرائم.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

- _ القاء ضوء على مخاطر الجريمة ونتائجها السلبية وأخطارها المدمرة على المجتمع.
- _ تشجيع تعاون بين مؤسسات الأمنية والجمهور.
- _ تقديم استراتيجيات للوقاية من الجريمة.
- _ دراسة العلاقة بين الاعلام والأمن.
- _ دراسة أثر الحملات الاعلامية على سلوكيات المجتمع وكيفية تحسينها.

1-3- أهداف الدراسة:

تتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:

- 1 نشر وعي الأمني.
- 2 نشر ثقافة الأمنية لتعزيز دور الأفراد في حماية أسرهم و أنفسهم .
- 3 التعرف على أساليب التي تعتمد عليها المؤسسات الأمنية في محاربة الجريمة .

2- ضبط المفاهيم:

1-الحملات الاعلامية:

اصطلاحا:

"الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الزمن للنشر المستمر وبكافة الأساليب والوسائل ل طرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين يهم أفراد المجتمع، أو هي الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما يعود بالمنفعة على المجتمع، ويمكن أن تكون الحملة الإعلامية مع أو ضد الشيء"².

تعريف دينيس ماكويل الحملة الاعلامية بأنها جهود اتصالية وقتية تستند الى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه و تدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو الأهداف مقبولة اجتماعيا

يعرف غوران هديرو الحملة الاعلامية بأنها النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل ويلاحظ على هذا التعريف أنه يهمل جوانب عديدة في النشاط الاتصالي الذي تمثله الحملة وهي المصدر القائم بالحملة الاعلامية , الجمهور المستهدف في الحملة , أهداف الحملة الاعلامية **يعرف بيسلي** الحملة الاعلامية بأنها نشاطات مقصودة لتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الاخرين عن طريق استخدام أساليب استمالة اعلامية تؤثر في الجمهور وان مفهوم اعادة التشكيل يعد أهم السمات التي تميزها كمنشآت اتصالي سوء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية

يعرفها أكرم شلبي الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر وبكافة الأساليب والوسائل ل طرح و مناقشة ومتابعة الموضوع معين أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف معين.

تعريف رافد حداد هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة تقوم به مؤسسات ويمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة³.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

يفترض هذا التعريف أن جميع الحملات تهدف إلى تحقيق أهداف إجتماعية مقبولة في حين أن جل أدبيات الحملات الإعلامية تؤشر لنا العديد من الحملات التي تتناقض مع هذا المفهوم ولا تعتمد عليه مثل بعض الحملات الدعائية السياسية التي تعتمد على التضليل والخداع والمراوغة لتحقيق أهداف مغرضة.⁴

التعريف الاجرائي:

نشاط منظم وخطط تقوم به وسائل الاعلام والاتصال خلال فترة زمنية محددة من أجل تحقيق أهداف مسطرة مسبقا وذلك باعتماد على أساليب اقناعية مؤثرة تستهدف جمهور كبير وفئة معينة.⁵

المؤسسة الأمنية:

اصطلاحا:

في الهيكل المنشأة والكيان الذي يتم ادراجه من قبل أشخاص لتحقيق أهداف معينة فهي المؤسسة الرسمية المسؤولة عن أداء واجب حماية الأشخاص و ممتلكاتهم وحفظ الأمن العام و النظام و الاستقرار في المجتمع من خلال تسخير الدولة كل الإمكانيات البشرية المادية، الآلية واللوجستية... لتحقيق ذلك الأمن فيما يسمح به القانون.

التعريف الاجرائي :

هي تلك المؤسسة المعنية بحفظ الأمن وإقرار السكينة العامة وصون الحق والعدل. في أوساط المجتمع وكذا هي سلطة تنفيذية تعمل على حفظ الأمن العام وتعمل على تنفيذ النظم ومن خلالها تمارس الدولة سيادتها ويتم تطبيق الإجراءات، القرارات لتحقيق الأمن الداخلي والاستقرار العام.⁶

الجريمة:

اصطلاحا:

هناك اختلاف حيث تعددت الآراء التي تطرقت لها وذلك لاختلاف العلوم حيث يعرفها علم الاجتماع بأنها " سلوك يستحق العقاب عليه من وجهة النظر الاجتماعية " أو هي "كل فعل مخالف للشعور العام للجماعة أو كل فعل يتعارض مع الأفكار و المبادئ السائدة في المجتمع " وهذه التعريفات تصب كلها في خانة الاجتماعي باعتبار الجريمة ظاهرة اجتماعية ناتجة عن تشريع الجماعة لبعض أفعال و أعمال أفرادها.

التعريف الاجرائي:

نقصد بالجريمة في هذه الدراسة الفعل الغير أخلاقي الذي يرتكبه الفرد بشكل فردي أو جماعي يخالف النظام الاجتماعي والقيمي للمجتمع ويهدد تماسك البناء الاجتماعي.⁷

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

3- الدراسات السابقة:

للدراسات سابقة شأن كبير في البحث العلمي , يشير هذا الجزء الى أطروحات سابقة وسوف نقوم بعرض بعض الدراسات التي يوجد بها متغيرات موضوعنا:

الدراسة الأولى المحلية:

_ مذكرة حول " دور الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة الالكترونية " مجلة الجيش الجزائرية نموذجا لنيل شهادة الماستر 2018 في الاعلام والاتصال بجامعة الافريقية أحمد دراية " أدرار" من اعداد الطالبين عزوي أحمد , بسودة عبد الكريم.
حيث يسعى الباحثان أحمد و عبد الكريم الى التفوق على دور الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة الالكترونية ولقد اعتمدا على أسئلة التالية:

_ كيف يساهم الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة الالكترونية ؟
_ هل للاعلام الأمني دور فعال في الحد من انتشار الجريمة الالكترونية ؟
_ ما استراتيجية الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة الالكترونية ؟
_ هل تساهم مجلة الجيش في توعية الأفراد بمخاطر و أضرار الجريمة الالكترونية ؟
وللاجابة على هذه تساؤلات اعتمدا الباحثان على منهج الوصفي التحليلي مع اعتماد على أسلوب تحليل مضمون

_ تكمن أهمية هذه دراسة في ابراز استراتيجية الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة الالكترونية وتوضيح أساليب الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة الالكترونية والتعرف على المعوقات التي تحد من فاعلية الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة الالكترونية.
وهدفها أساسي التعرف على مفهوم الاعلام الأمني ومدى اسهام مجلة الجيش الجزائرية في توعية القراء حول مخاطر الجريمة الالكترونية.

نتائج الدراسة

_ اعداد البيانات و الأخبار الاعلامية المتعلقة بالجريمة الالكترونية.
_ التعريف بالأنشطة المختلفة التي تقدمها أجهزة الأمن.
_ التوعية الأمنية بكل ما هو جديد في مجال الجريمة الالكترونية .
_ نشرات ومحاضرات .
_ سن قوانين لردع الجريمة.
_ تطوير إستراتيجية وطنية للمكافحة و الوقاية من الجريمة الالكترونية .

الدراسة الثانية محلية:

مذكرة حول " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر " لنيل شهادة الماجستير 2012 في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع بجامعة خيضر بسكرة من إعداد الطالبة تباني عبير.

_ تسعى هذه دراسة إلى معرفة مدى فعالية الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف الإذاعة.
اعتمدت الباحثة على تساؤلات تالية:

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

_ ما مدى تعرض جمهور السائقين للفواصل الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية ؟
_ ما هي آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الفواصل الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية ؟
_ ما هو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف ؟
ولامكانية اجابة على هذه تساؤلات اعتمدت الباحثة على المنهج المسح الذي يعتبر من أبرز مناهج العلمية المستخدمة في مجال الاعلامي و تم اعتماد على استمارة موزع على سائقين بولاية سطيف.
أهداف دراسة:

_ الكشف عن دور الذي يمكن أن يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية للسائقين.
_ معرفة آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الحملات و في أساليبها الإقناعية.
_ تسليط ضوء على هذا النوع من حملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية وعلى مدى تعرض جمهور السائقين لها.
_ محاولة معرفة دور هذه الحملات في التأثير على سلوكيات السائقين المرورية.
أهمية دراسة:

الأهمية كبيرة للبحوث العلمية لاسيما ميدانية منها , خصوصا في ظل ضخامة المشكلة المرورية وتعدد جهات و الأطراف المعنية بها.
الأهمية العلمية أو تطبيقية وما ستقدمه هذه الدراسة من معلومات و نتائج وحلول واقتراحات يمكن الاستعانة بها والاعتماد عليها من طرف مؤسسات المعنية بالمشكلة المرورية في تخطيطها ووضعها وصياغتها وتنفيذها لمختلف الاستراتيجيات و المخططات التوعية المرورية ، وذلك لزيادة فعاليتها وجعلها أكثر انسجاما وطبيعة الجمهور الجزائري وخصائصه و أكثر فعالية .

أسباب اختيار هذا الموضوع : تتوضح في مايلي:

_ تفاقم مشكلة المرورية في الجزائر و الزيادة المطردة في عدة الحوادث و الإصابات واستمرارها في استنزاف الطاقات البشرية و المادية رغم إجراءات الردعية القانونية المتخذة من طرف المصالح المعنية.
_ ان نشر ثقافة مرورية لتحقيق توعية مرورية هو أحد أهم مجهودات المبدولة من طرف الجهات المعنية بالمشكلة المرورية لمواجهة هذه المشكلة وتبعاتها و يزداد فيها الاهتمام بحملات التوعية المرورية التي تمثل جانبا أساسيا في عملية التوعية المرورية.
_ إن تركيز الدراسة على إذاعة كوسيلة إعلامية للتوعية المرورية سببه الخصائص التي تتميز بها من ناحية و التي تجعلها من أنسب الوسائل لمخاطبة جمهور سائقين.
نتائج دراسة:

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

نستنتج في أخير أن هذه حملات نجحت في تسجيل نسب تعرض وتذكر معتبرة من طرف جمهور السائقين ، ان أن هذه نتائج ايجابية في خطوتي التعرض و التذكر وبالتالي يمكن القول أنها لم تتمكن من تشكيل شعور عميق بالمسؤولية و بضرورة احترام القوانين و القواعد المرورية وتجسيد ذلك في سلوكات دائمة ومستمرة.

2.دراسة سابقة عربية:

مذكرة تحت عنوان دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم من وجهة نظر ضباط و أفراد الشرطة المجتمعية "رسالة دكتوراه في قسم علم الاجتماع تخصص علم الجريمة "جامعة مؤتة ، الأردن من إعداد إسراء عبد الحميد المعاينة ، فايز عبد القادر ألمجالي 2019

_ تسعى هذه الدراسة في التعرف على دور مبادرات الإعلام الأمني التي تنظمها مديريةية الأمن العام بالتعاون مع المؤسسات المجتمعية في التوعية من الجرائم من وجهة نظر ضباط و أفراد الشرطة المجتمعية في مديريةية الأمن العام للفترة 2018 و اعتمدا على أسئلة تالية:

_ ما دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في الشرطة المجتمعية ؟

_ ما فاعلية المبادرات الأمنية التي نظمتها مديريةية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في الشرطة المجتمعية ؟

_ ما أساليب تعزيز دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم ؟

ولقد استخدم المنهج الوصفي لجمع البيانات و المعلومات اللازمة لتحقيق أهدافها و اعتمدا في هذه الدراسة على أداة استبيان التي تم تطبيقها على العاملين في إدارة الشرطة المجتمعية في الأردن لجمع بيانات الدراسة تكمن أهمية هذه الدراسة:

_ تساهم الدراسة في تسليط الضوء و نشر الوعي المجتمعي بمفهوم المبادرات الأمنية , ولقد انتباه الى أهميتها و دورها في التوعية و الوقاية من الجريمة في المجتمع الأردني

_ يعد الدراسة من الدراسات الهامة على المستوى المحلي و واجب وطني لدعم المبادرات الأمنية التي تنظمها الأجهزة الأمنية و المتمثلة في الشرطة المجتمعية بهدف التوعية و الوقاية من الجريمة في الأردن و تقديم التصورات و الأفكار التي تساهم في تحسينها و تطويرها و تكوين قاعدة بيانات لها تمثل الأساس الذي يستند عليه متخذو القرارات في المملكة للتوعية من الجريمة.

_ تعد النتائج المتوقعة من الدراسة ذات أهمية مستقبلية تخدم العاملين و المهتمين و الباحثين في مجال وضع الاستراتيجيات و الخطط الأمنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحد من الجرائم و انتشارها في المجتمع الأردني.

أهداف الدراسة

_ الكشف عن فاعلية المبادرات الأمنية التي نظمتها مديريةية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

_ التعرف على ماهية مبادرات الإعلام الأمني التي تنظمها مديرية الأمن العام و دورها في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني.

_ التعرف على أساليب تعزيز دور مبادرات الإعلام الأمني لمديرية الأمن العام الأردني في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني .

نتائج الدراسة

مدى ملائمة المبادرات الأمنية التي تنظمها مديرية الأمن العام في التوعية من الجرائم في المجتمع الأردني وقد يعود ذلك للإدراك العاملين في الشرطة المجتمعية بخطورة هذه الجرائم وازدياد أنماطها و زيادة إعداها في الأردن .

التعقيب على الدراسات السابقة:

أوجه التشابه:

من حيث الموضوع:

تلتقي دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة التي تم عرضها في الإهتمام بنفس متغيرات الدراسة، كما هو الحال في الدراسة الثانية.

من حيث المنهج المستخدم :

إتفقت دراستنا مع دراسة فايز عبد القادر المجالي، في إستخدام المنهج الوصفي.

من حيث أدوات جمع البيانات:

اتفقت دراستنا مع دراسة كل من فايز عبد القادر و تباري عبير في استخدام الاستمارة لجمع البيانات.

أوجه الاختلاف:

من حيث الموضوع:

تختلف دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة في كونها جمعت بين متغيرين الحملات الإعلامية والمؤسسات الأمنية، في حين تناولت الدراسات السابقة الأخرى كل منهما على حدى من خلال ربطه بمتغيرات أخرى مثل التوعية المرورية، الجريمة الإلكترونية.

من حيث الميدان :

في دراستنا الحالية تم اختيار المؤسسة الأمنية –الطارف- ، في حين اختارت الدراسات السابقة مجالات أخرى تتناسب مع طبيعة المواضيع ، و كذا الظروف العامة لكل بحث .

من حيث الهدف:

هدفت هذه الدراسة إلى نشر الوعي الأمني وكذلك نشر الثقافة الأمنية لتعزيز دور الأفراد في حماية أسرهم وأنفسهم، وأيضاً التعرف على أساليب التي تعتمد عليها المؤسسات الأمنية في محاربة الجريمة.

من حيث المنهج :

اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي ، في حين اعتمدت باقي الدراسات على المنهج المسح و المنهج الوصفي التحليلي.

من حيث الأدوات جمع البيانات :

الفصل الأول الإطار المفهمي و المنهجي للدراسة

إستخدمنا في دراستنا على الإستمارة ، في حين استعمل الطالبين بسودة عبد الكريم و عزاوي أحمد على أسلوب تحليل مضمون.

أوجه الاستفادة :

- الإعلام الامني .
- إثراء الإطار العام للدراسة .
- تحديد عناوين رئيسية للدراسة .

4- المقاربة النظرية للدراسة:

جذور النظرية :

ذكر حسن مكاوي وليلى السيد أن أشارا إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة، وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة (هيرتا) و(هيرزج) التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع "المسلسلات اليومية" ،وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945م جاءت دراسة (بيرلسون) التي أجراها عندما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افتقده الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بها مثل دور نقل المعلومات ، والإخبار، والهروب من العالم اليومي.

وكان أول ظهور لهذه النظرية لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف (اليهو كاتز) و(بلمر) عام 1947م ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار.⁸

أوضح دينيس ماكويل في مناقشته لنظرية الاستخدامات و الاشباع أن أهم ما تقوم عليه هذه النظرية هو الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه و درجة توقعاته مسبقا بين اشباع المتوقعة وبين اشباع التي لم تحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال.

و تركز نظرية الاستخدامات و الاشباع على الأهداف التالية :

- تفسير و تحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام المختلفة للاشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.
- التعرف على دوافع و أنماط و خصائص تعرض الجمهور لوسائل الاعلام.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

- معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

وتقوم نظريات الاستخدامات و الاشباعات على مجموعة من الفروض:

1-الجمهور المستخدم للوسائل الاعلامية هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .

2- يختار الفرد الوسيلة الاعلامية التي تلبي احتياجاته وذلك يؤكد وجود علاقة بين اشباع حاجة معينة واختيار الفرد الوسائل اعلامية معينة.

3- تتنافس الوسائل الاعلامية مع المصادر الأخرى للاشباع حاجات الأفراد وهذا ما عبر عنه كلاير بتأثيرات العوامل الوسيطة.

وقد قدم لورانس وويتز نموذجاً يوضح الاشباعات التي تحقق للجمهور من متابعة الوسائل الاعلامية وهي :

ا- الاشباعات الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام وهي الاشباعات المحتوى.
ب- الاشباعات الناتجة عن عملية الاتصال نفسها و اختيار وسيلة اعلامية معينة⁹.

4-2 الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات لعدد من الانتقادات، منها:

*يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات، أولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفة Function، فهو يمكن أن يُستخدم بمعنى هدف purpose أو نتيجة consequence أو مطلب requirement أو توقع Expectation.

*إن وسائل الإعلام ليست دائماً مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب، ولأنها تعمل أيضاً نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع.

*أن المدخل الوظيفي يكون معنياً بتكريس الوضع القائم، والتنكر للتغيير الاجتماعي.

*صعوبة قياس الحاجات Neech، مما يجعل عملية استنتاج الإشباعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة، والإشباع، والاستخدام.

*الميل الشديد إلى الفردية في المنهج والمفاهيم، وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تقييمها على المجتمع ككل.

* غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد، حيث يتم عزل عملية الاتصال عن عمليات اجتماعية أخرى، فالأمر لا يتوقف على الحالات العقلية، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية والتعليم.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

يصف مدخل الاستخدامات والإشباعات الجمهور بالنشاط، وهذا النشاط مرتبط بالانتقائية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض آخر لهذا المدخل، وهو أن الدوافع تتحدد بناءً على الظروف والخبرات الاجتماعية. كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية كالتلفزيون مثلاً غير انتقائية.¹⁰

4-3 إسقاط نظرية الاستخدامات والإشباعات على الدراسة:

وقد تطرقنا في بحثنا هذا إلى نظريات الاستخدامات والإشباعات باعتبارها من أهم النظريات الاتصالية، حيث يمكن تطبيقها على موضوع دراستنا المتمثل في الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية ودورها في محاربة الجريمة، فهذه النظرية تعمل على مساعدة المؤسسة الأمنية في إعداد حملات إعلامية أكثر نجاحاً تركز على توفير احتياجات الأفراد.

1- من حيث الاستخدامات : يتوجه الأفراد إلى الحملات الإعلامية للمؤسسة الأمنية من أجل:

_ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات أكثر عن الجريمة والأساليب التي يجب اتخاذها للوقاية منها .

_ اتخاذ الممارسات الأمنية السلوكية مثل تفادي التواجد في الأماكن الخطيرة.

_ استخدام الحملات للتفاعل والنقاش.

_ تعزيز الهوية الوطنية من خلال دعم جهود المؤسسة الأمنية.

2- ومن ناحية الإشباعات : لاحظنا بأن الحملات الإعلامية تعمل على تحقيق إشباعات الأفراد، وتتمثل في:

إشباع اجتماعيا : يعزز شعور بالانتماء والتعاون مع المؤسسة الأمنية للحفاظ على أمن المجتمع.

إشباع سلوكيا : تعديل وتغيير السلوكيات لتفادي الوقوع في الجريمة.

إشباع وجدانيا : التعرف أكثر على الجريمة والمخاطر التي تسببها والآثار السلبية التي تخلفها.

إن فاعلية الحملات الإعلامية الأمنية لا تحتسب فقط بمدى توسعها، بل أيضاً بمدى توافرها في تلبية استخدامات الجمهور وتوفير إشباعاته للحد من الجريمة.

تعتبر النظرية الاستخدامات والإشباعات من أهم النظريات الاتصالية التي تهتم بتحليل دوافع الجمهور في استعمال وسائل الاعلام فمن حيث الاستخدامات يتوجه الافراد الى الحملات .

2- الاطار المنهجي للدراسة

1- المنهج المستخدم:

المنهج العلمي أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول الى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة. والمنهج هو خطوات منظمة يتبعها الباحث أو الدارس في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة معينة، أي أن المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل. ويبدأ المنهج عادة بعد تحديد مشكلة البحث مرورا بوضع وصياغة الفرضيات واختبارها وتحليلها، ومن ثم عرض النتائج ووضع التوصيات.

ويلعب منهج البحث دورا أساسيا في تدوين معلومات البحث، فهو يلزم الباحث على عدم إبداء رأيه الشخصي دون تعزيزه بأراء لها قيمتها، والتقييد بإخضاع أي رأي للنقاش مهما كانت درجة الثقة به، إذ لا توجد حقيقة راهنة بذاتها، وضرورة تقيد الباحث بالدقة في الاعتماد على الروايات والاقتراسات أو التوارخ غير الواضحة أو غير الدقيقة، وكذلك ضرورة الدقة في شرح المدلولات التي يسوقها الباحث.¹¹

وفي دراستنا هذه تطلب الأمر تطبيق المنهج الوصفي دون غيره من المناهج، وذلك بغرض الربط بين المتغير الأول الحملات الإعلامية، والتغير الثاني المؤسسة الأمنية وتحديد العلاقة الارتباطية الكامنة بينهما، ومن خلال هذا نستطيع أن نحصل على مجموعة من المعلومات التي وصفها وتفسيرها بعد تحويلها إلى معطيات كمية، والهدف من هذا كله هو الوصول إلى نتائج علمية دقيقة مرتبطة بدور الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية في مكافحة الجريمة.

ويعتبر المنهج الوصفي طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بالظاهرة أو موقف أو أفراد، أو أوضاع معينة، بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة، أثارها والعلاقات التي تتصل بها، وتغيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها.¹²

2-مجالات الدراسة:

أ- المجال المكاني:

ويقصد بالمجال المكاني المخصص لإجراء البحث الميداني، حيث أجريت دراستنا بالمؤسسة الأمنية الطارف.

ب- المجال الزمني:

تمتد الفترة الزمنية التي أنجزت خلالها هذه الدراسة من 22 ديسمبر 2024 إلى 20 ماي 2025، حيث شملت هذه المدة مختلف مراحل البحث وهي كالتالي:

-مرحلة جمع البيانات : من بداية شهر جانفي .

-مرحلة إعداد الجانب المنهجي والنظري : بداية من شهر فيفري.

-مرحلة إعداد الجانب الميداني: من نهاية شهر مارس إلى بداية شهر أبريل.

-مرحلة إعداد الاستمارة : من نهاية شهر أبريل .

-مرحلة توزيع الاستمارة.

مرحلة تحليل و استنتاج النتائج.

3-أدوات جمع البيانات :

تعتبر أدوات جمع البيانات من بين أهم خطوات البحث العلمي، حيث يقوم الباحث بتحديد الأداة أو الأدوات التي سوف يستخدمها في جمع البيانات حول موضوع دراسة.¹³ وهي خطوة أساسية في بحثنا وقد استخدمنا في هذه الدراسة الأدوات التالية:
1/المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها محادثة موجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر أو أشخاص آخرين هدفها استشارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي أو للاستعانة بها في التوجيه والتشخيص والعلاج. وهذا التعريف لا يختلف عن تعريف بنجهام في تحديده لخصائص المقابلة إلا أنه يتميز عليه في تحديد الأهداف الأساسية للمقابلة.¹⁴ وفي دراستنا هذه اعتمدنا على المقابلة الحرة غير مقننة والتي استخدمت مع مدير خلية الإتصال والعلاقات العامة لشرطة -الطارف - من أجل الحصول على مختلف المعلومات والمعطيات المتعلقة بمجال البحث وقد تم إجراؤها في بداية البحث الميداني.
2/الملاحظة :

تعد الملاحظة العلمية بالنسبة لأي باحث أداة منهجية يعتمد عليها للكشف عن تفاصيل الظواهر المختلفة لمحاولة استكشاف العلاقات التي تربط بين عناصرها. فالباحث لا يرى الأشياء بطريقة عرضية؛ وإنما يعرف بالتحديد ما الذي يركز انتباهه عليه، وكيف يسجل ما يراه وما يسمعه وما يحسه بدقة تامة. وبذلك فإن الملاحظة ستمكن الباحث من مشاهدة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر عن قرب، مما يتيح له إمكانية تسجيل ملاحظاته وتجميعها مستعينا بذلك إما على الملاحظة المباشرة أو من خلال الاستعانة بالألات السمعية والبصرية. والملاحظة بهذا الشكل هي كل ما يؤدي إلى الكشف عن حقائق الظواهر المدروسة وعن العلاقات التي تربط بين عناصرها وعناصر الظواهر الأخرى المشابهة لها.¹⁵

كما كانت الملاحظة ضرورية لجمع بيانات والمعلومات لفهم السلوكيات ومراقبة ردود أفعال المبحوثين اتجاه الظاهرة محل الدراسة، حيث كانت الأداة الملازمة لجميع مراحل البحث، وقد تم تسجيل وجود تعاون بين المواطنين و الشرطة وقبولهم لتعبير عن رأيهم . بكل صراحة وثقة بأن شرطة -ولاية الطارف- سوف تأخذ آرائهم بعين الإعتبار.

3/الاستمارة :

الاستبيان بمفومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث. ويعرف أحيانا بأنه صحيفة تحوي مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث ان إجابتها تفي بما يتطلبه موضوع بحثه.¹⁶

ينقسم الاستبيان من حيث صياغة أسئلة الاستمارة إلى الأنواع الآتية:

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

الأسئلة المفتوحة : وهي الأسئلة غير مقيدة تعطي للمبحوث القدرة للتعبير عن رأيه بوضوح.

الأسئلة المقيدة : وهي التي تتطلب إجابات محددة من المبحوث ب(نعم)، أو ب(لا) . وقد تم استخدام هذه الأداة في بحثنا باعتبارها وسيلة مهمة تسمح بالاتصال المباشر مع عينة من المواطنين في ولاية الطارف – من أجل جمع مختلف البيانات المتعلقة بالموضوع والتي قدمت لنا في مرحلة لاحقة إجابات واقعية لتساؤلات الدراسة وقد حاولنا بقدر الإمكان أن تكون الأسئلة واضحة بعيدة عن الغموض وكانت متنوعة بين المغلقة وشبه المغلقة والمفتوحة لتسهيل عملية فهم الموضوع من قبل المبحوثين. وقد اشتملت الاستمارة في صورتها النهائية 27 سؤالاً معداً بدقة موزعة على ثلاثة محاور كما يلي :

- 1- المحور الأول : تناول البيانات الشخصية للمبحوثين حيث تضمنت الأسئلة من 01 إلى 06.
- 2- المحور الثاني : علاقة الإعلام بالأمن.

3- المحور الثالث : مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني.

4- العينة وكيفية إختيارها:

عند إختيار عينة الدراسة يجب مراعاة العديد من النقاط المهمة التي يمكن من خلالها الحصول على نتائج دقيقة وواقعية حيث إن حدوث أي قصور في اشتراطات إختيار العينة قد يؤدي إلى حدوث مشكلات مستقبلية في حالة الاستعانة بنتائج البحث، ولذلك على الباحث مراعاة المراحل التي تسبق إختيار عينة بحثه والتي تتلخص في :

1-تحديد أهداف البحث لتحديد طبيعة ونوع المعلومات المراد جمعها من خلال العينة.

2-تعريف المجتمع الذي سوف يتم إختيار العينة منه وموقعه بدقة .

3-تحديد أساليب جمع البيانات.¹⁷

قائمة التهميش الفصل الأول:

1. رقية لقلوق، ياسين قرناني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز فعالية حملات الاتصال العمومي، جامعة سطيف 2، الجزائر، مجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4، العدد 4 أكتوبر، 2021، 347.
2. زكرياء بن صغير، محاضره تصميم حملات الإعلامية قسم علوم الاعلام والاتصال جامعه محمد خيضر، بسكره، الجزائر، صفحہ 532.
3. فايزة يخلف، الاسس المعرفية للحملات الإعلامية الجوانب النظرية والتطبيقية المجال الجزائرية للاتصال عدد 1، 2012، ص96.

الفصل الأول الإطار المفهومي و المنهجي للدراسة

4. اشواق سالم، عائشة لأصلج، دور الحملات الإعلامية للوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا، جامعه سطيف، مجله وحده البحث في التنمية الموارد البشرية، المجلد17، العدد 3، نوفمبر 2022، ص505.
5. ايمان جامع، محمد فرحته، توظيف مؤسسه امنييه شرطيه لبرامج الإذاعة للتوعية من جرائم الإلكترونية مذكره ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامه جامعه صالح بويندر، قسنطينة، 2022، ص6.
6. مباركى وليد، بن سعد إسماعيل، دور مؤسسه الأمنية في الحد من الجريمة داخل المدن، مجال الدراسات في سيكولوجيه الانحراف، جامعة الحاج لخضر، باتنة1، المجلد6، العدد2، 2022، ص19، ص20.
7. صالح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد دار مؤسسه الطيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص62.
8. منى احمد المصري، الكتاب والادباء والارذنيون والاشباكات المتحققة لهم من وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعه الشرق الأوسط، 2010، ص13 ص14 ص15.
9. رضا عبد الماجد امين النظريات العلمية في مجال الاعلام الإلكتروني قسم الصحافة والاعلام بجامعه الازهر بالقاهرة 2007 صفحہ 83 84 85
10. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار اسامه للنشر وتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2019.
11. بلقاسم سلاطنية، حسن الجيلاني، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص133.
12. ريبال فايزة، ادوات جمع البيانات في البحث العلمي بين مزايها والعيوب، جامعة اكلي محمد اولحاج، بويرة، الجزائر، مجله الحكمة لدراسات التربوية والنفسية، المجلد 8، العدد 4، 2020، ص126.
13. ريبال فايزة، أدوات جمع البيانات في البحث العلمي – بين المزايا و العيوب- جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر، المجلد 8، العدد 4، ص126.
14. طارق عبد الرؤوف، إيهاب عيسى المصري، المقاييس والاختبارات التصميم- الإعداد-التنظيم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017، ص246 ص247.
15. بلحزري بلوفة، الملاحظة العلمية، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية، المجلد 15، العدد 02، ديسمبر 2024، ص255.
16. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، اليازوري للنشر والتوزيع، 2008، ص165.
17. مها محمد فريد، البحث العلمي في مجالات الفن والتصميم مكتبه أنجلو مصرية، ص112.

الفصل الثاني : الحملة الإعلامية

تمهيد

اولا: نشأة الحملات الإعلامية

ثانيا : انواع الحملات الإعلامية

ثالثا : وسائل الحملات الإعلامية

رابعا : وظائف الحملات الإعلامية

خلاصة

تمهيد :

يتطرق هذا الفصل الى نشأة الحملات الإعلامية ووسائلها حيث تلعب دورا برزا في نشر الوعي الأمني حيث هي أنسب وسيلة ناجحة لتعزيز وسائل اعلامية توعوية أمنية هدفها الاساسي محاربة الجريمة وكيفية الوقاية منها حيث تعتمد عليها المؤسسات الأمنية بدرجة الاولى في نشر وسائلها حيث من خلالها تسعى الى تحسين سلوكيات الأفراد وتحاول التأثير فيه ، التي تعرض

عبر مختلف وسائل الاعلام حيث أنها تساعد الأفراد على طريقة التصدي للقضايا الأمنية وقد تطرقنا لوسائل الحملات الإعلامية وخطواتها.

اولا - نشأة الحملات الإعلامية:

ان الملاحظة الأولى التي يمكن تقديمها في هذا السياق هي ان الحملات الاعلامية تتطور بتطور المجتمعات والتكنولوجيات الجديدة للاعلام والاتصال , وايضا بتطور البحث العلمي في مجال الاتصال عموما , حيث وابتداء من سنوات السبعينات ظهرت الحملات الاعلامية الكبرى التي أخذت تعالج تلك الأزمات الاجتماعية وتحاول ايجاد الحلول لها وتقديم النماذج الجيدة للسلوكيات الاجتماعية وكان امن الطرقات والموضوعات المتعلقة بالطاقة بين الموضوعات الاولى التي Ils ont du petrol , nous avons les idees " اين كان هدفها حث الأفراد على الاقتصاد في الطاقة بعد الصدمة البترولية التي عرفها العالم في تلك المرحلة، غير ان هذه الحملات لم تكن كذلك التي نعرفها اليوم , وانما كانت عبارة عن اتصالات يستخدم فيها اصحابها وسائل الاعلام المختلفة التي تساعد على التوعية فهي بهذا الشكل طرق تحسيسية لا غير ولا تاخذ المعنى المهني الدقيق

لمفهوم الحملات الاعلامية التي هي في الأصل مجموعة من الاعلانات المتناسقة التي تدور حول موضوع معين في فترة زمنية محددة تحقيقا للاهداف محددة وفي سنوات الثمانينات زادت اهمية الموضوعات المعالجة , واصبحت الحملات الاعلامية خاضعة لدراسات علمية بمعنى تدخلت المنهجية العلمية في معالجة هذه المشاكل حيث اكتسب القائمون على الحملات الاعلامية خبرات من التجارب السابقة , وصارت المشاكل تقسر وتبين اضرارها بالاضافة الى استخدام الاحصائيات المتعلقة بالمشكل المعالج , كعدد حوادث المرور في فترة زمنية معينة ومعدل سن المتبين فيها , او مناطق توزيعها او عدد ضحاياها , ومن هنا بدأت التصاميم الحقيقية للحملات الاعلانية وتتبلور بشكل أدق ترتييا وتأثيرا مع تطور وسائل الاعلام حيث اصبحت عنصرا فعالا واساسيا في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية , خاصة مع التطور التكنولوجي الذي وسع نطاقها وعمق تأثيرها.¹

ان نجاح اي حملة اعلامية يتوقف على استخدام الامثل للاتصالات وضرورة النظر اليها باعتبارها نظام فرعي في اطار نظم المتكاملة أعم و أشمل وهي النظم السائدة في المجتمع , ومن هنا فكفاءة الاتصال الاجتماعي تكمن في مدى كفاءة تخطيط وتنفيذ حملات اعلانية متكاملة , ووضع نظم الرقابة و التقييم التي تكفل لها امكانية تحقيق اهدافها بأقصى درجة من الكفاءة والفاعلية. وهو ما يتطلب ضرورة وجود تساند وظيفي بين مختلف مؤسسات التنشئة الإجتماعية كالأسرة والمؤسسات التعليمية.²

ثانيا أنواع الحملات الاعلامية

1- الحملات التوعوية :

النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل اكتساب المجتمع والأفراد فكرا ووعيا إزاء تبصيره بالنواحي المختلفة المحيطة بهذه القضية أو موضوع أو قضية معينة، ومحاولة الموضوع، تهدف بالدرجة الأولى إلى التوجيه والإرشاد للتزويد بالمعرفة واكتساب الخبرة، ويقصد بالتوعية ايجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقتناع بفكرة معينة أو رأي محدد، واتخاذ منحي سلوكي معين بفصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية.³

2- الحملات المعلوماتية:

في حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وادراكه لحدث ما وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية ومثالها هاشتقات الرأي العام والقضايا المجتمعية⁴

3- الحملات التربوية:

في حملة للتعلم تذهب بخطوة اضافية خلف الوعي والعلوم الى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها الى سلوك يومي

4- حملات تعديل السلوك:

وهي نوع من حملات تحاول تغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدى بعض الافراد , وهي من أكثر الحملات صعوبة وتعقيدا لانها تستهدف تغيير سلوك او اتجاه لدى الفرد ومن أمثلتها " حملات معاصرة حول تعاطي تدخين " .

5- الحملات الامنية:

نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي امني من المخاطر والتهديدات لتأمين تحقيق الاستقرار والتنمية المستدامة في المجتمع.

6- الحملات الانتخابية:

هذا النوع من الحملات دوري ويعمل على اىصال الرسالة السياسية للمرشح منهجية القادمة بغية انتخابه التي تستهدف الترويج السياسي.

7- الحملات الاعلامية العسكرية :

وهذا النوع يستخدم للردع الخارجي وزرع الثقة بالجمهور بمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.⁴

ثالثا- وسائل الحملات الإعلامية:

تعتبر وسائل الحملات الإعلامية الركائز الأساسية التي يتم من خلالها إيصال الرسائل الإعلامية إلى الجمهور المستهدف، وتتمثل في:

1-الإذاعة والتلفزيون:

تاريخ الإذاعة والتلفزيون يعود إلى العديد من الإكتشافات والتطورات التقنية التي وضعت الأسس لهاتين الوسيطتين الهامتين في عالم الإعلام والاتصالات. إليك نظرة عامة على تاريخ كل من الإذاعة والتلفزيون:

* تاريخ الإذاعة:

1-نشأة الإذاعة اللاسلكية: في نهاية القرن التاسع عشر، قام علماء مثل نيكولا تسلا وجيغنال ماركوني بتطوير التقنيات التي سمحت بنقل الصوت عبر المسافات عن طريق الموجات اللاسلكية.

2-تطور الإذاعة الهوائية: في بداية القرن العشرين، تم تطوير تقنيات نقل الصوت عبر الهواء بشكل أكثر تطوراً، وهو ما أدى إلى نشر الإذاعة الهوائية وزيادة شعبيتها.

3-ظهور البث الصوتي المنظم: في عقد 1920، تأسست أولى محطات الإذاعة الهوائية المنظمة، مما جعل الإذاعة وسيلة رئيسية لنقل الأخبار والمعلومات والترفيه.

*تاريخ التلفزيون:

1-التطورات المبكرة في الصور المتحركة: في القرن التاسع عشر، بدأ العلماء بتطوير التقنيات التي تسمح بنقل الصور المتحركة عبر الأسلاك والموجات اللاسلكية.

2-ظهور التلفزيون الأبيض والأسود: في عقد 1920، ظهرت التقنيات الأولى للتلفزيون الأبيض والأسود، وبدأت التجارب الأولى لبث الصور التلفزيونية.

3-انتشار التلفزيون الألوان: في عقد 1950، تم تطوير التقنيات التي تسمح ببث الصور التلفزيونية بألوان، مما زاد من شعبية التلفزيون وتعميق تأثيره في المجتمع.

مفهوم التلفزيون: هو وسيلة إعلامية تنقل المعلومات والبرامج البصرية والصوتية عبر إشارات تلفزيونية .

***مفهوم الإذاعة:** هي وسيلة إعلامية تنقل المعلومات والبرامج الصوتية عبر إشارات الراديو.

*مميزات الإذاعة والتلفزيون :

1. **وصول واسع النطاق :** تصل الإذاعة والتلفزيون إلى الجمهور هائل من الناس في جميع أنحاء العالم، مما يجعلهما وسائل اتصال جماهيرية فعالة.
 2. **تأثير قوي على الرأي العام:** تستطيع الإذاعة والتلفزيون تشكيل وتوجيه آراء ومواقف الجمهور حول مختلف المواضيع والقضايا.
 3. **تواصل فعال في الكوارث:** تلعب الإذاعة والتلفزيون دورا حيويا في نقل المعلومات والتوجيهات خلال الكوارث والحوادث الطارئة.
- *دور الإذاعة والتلفزيون في المجتمع:**

1. **نقل المعلومات والتثقيف:** يساهم الإذاعة و التلفزيون في نقل المعلومات والتوعية بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية.
2. **تعزيز التواصل الاجتماعي:** يوفر الإذاعة والتلفزيون منصة للتواصل وتبادل الآراء والمعلومات بين الأفراد والمجتمعات.
3. **تعزيز الثقافة والهوية:** يساهم البرامج التلفزيونية والإذاعية في تعزيز الثقافة وتعريف الأفراد بتاريخهم وهويتهم الثقافية.⁵

2- الصحيفة: تتميز الصحيفة بمايلي:

- توفر للقارئ السيطرة على الظروف القراءة , فالفرد يقرأ الجريدة بصفة عامة في الوقت الذي يختاره وفي المكان الذي يراه ويحدده بذاته , اين يبدا ومتى ينتهي.
 - توافر المعلومات عن معدلات التوزيع وخصائص قراءة كل جريدة وامكانية الربط بين المضامين والاحداث اليومية.
 - لكل صحيفة قراءها الخاصون وبالتالي يتمكن المرسل من اختيار الصحف الامثل والمواصلة اكثر للرسالة الاعلامية التي يريد بنما وربطها بزمن معين وبظروف معينة.
 - لمقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة.⁶
- وللصحافة وظائف تقوم بها نذكر منها باختصار ما يلي :
- 1/ الوفاء بحق الجماهير في المعرفة.
 - 2/ إدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور .
 - 3/ الرقابة على مؤسسات المجتمع من الانحراف والفساد.
 - 4/ المساهمة في تحقيق ديمقراطية الاتصال.
 - 5/ المساهمة في تنمية المشاركة السياسية.

6/المساهم تحقيق التنمية الثقافية .

7/المساهمة في تحقيق تماسك المجتمع ووحدته.⁷

3-وسائل الاتصال الالكتروني:

ان اتصال الانترنت هو ذلك الاتصال الذي يتم بغرض نقل المعلومات والافكار والمشاعر داخل منظمة او خارجها وذلك باستخدام الانظمة والوسائط المعلوماتية وشبكة الاتصال الالكترونية داخلية "انترنت" , ويمكن القول ان الاتصال الالكتروني هو ذلك الاتصال الذي يتم عن طريق شبكات الانترنت ويتم عادة بين الاهداف التالية:

_ من الاعمال الى المستهلك

_ من الاعمال الى الاعمال

_ من المستهلك الى المستهلك

حتى هذه اللحظة مازال المبرمجون مشغولين بمحاولة ايجاد طرق سهلة وعملية اتصال فقد بدا الامر في اوله بالهاتف المحمول او الخليوي ثم برامج الدردشة على انترنت ثم برامج الدردشة بالصوت.⁸

4 - المنشورات والكتيبات:

هو انتاج مكتوب يوزع على الجمهور المستهدف تشمل الشرح للموضوع الخاص بالتوعية سواء في شكل ارشادات او معلومات او قصص، عادة مايلجأ اليها عند بث الرسائل المعقدة والثرية ، فهي من بين الوسائل الجيدة للعرض المعمق للمسائل والمعلومات ، يمكنها أن تكون أكثر جاذبية وموضحة إذا استعملت معها الصور و المخططات .كما يمكنها تدعيم الوسائل الاتصالية الاخرى لخدمة الاهداف التربوية ، كما قد تستعمل في حملات محددة كحزام أمن ، المخدرات، ما يعاب على هذه الوسائل ارتفاع تكلفتها ، إذ كانت الحملة موجهة إلى قاعدة جماهيرية عريضة ، كما انها لا يمكنها وحدها احداث التغيير في السلوكات والاتجاهات الخاصة لغير متعلمين.⁹

رابعا - خطوات الحملة الاعلامية:

الخطوة الخاصة بجمع البيانات والمعلومات: يقتضي التخطيط الدقيق الحملة

الاعلامية والرغبة في رسم استراتيجيات اعلامية متكاملة ضرورة جمع العديد من المعلومات الاساسية التي تتيح اتخاذ أنسب القرارات ويسمى البعض هذه الخطوات بتحليل الموقف والهدف من خطوة تحليل الموقف هو التعرف على المشكلات التي على ادراة الحملة ان تعمل على حلها او تعديلها , وعلى مخطوط الحملة أن يكونوا واعيين ومتفهميين تماما للسياسات والاستراتيجيات الخاصة بالخطط المتعلقة بكل مكون من مكونات المزيج التسويقي . ويجب التخطيط العلمي للحملات الاعلامية وبداية عملية التخطيط العلمي هي البحث ودراسة الواقع الذي هو الزواية الاساسية التي تتوقف عليها جميع العناصر الاخرى المتمثلة في التعرف على خصائص الجمهور والواقع الاجتماعي والتعرف على القيم السائدة

في المجتمع مع العلم بأن هذه الخطوة عملية متواصلة مرتبطة بكافة المراحل الاخرى ولا تقتصر فقط على جمع البيانات والمعلومات وتتضمن مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في نجاح الحملة الاعلامية واهمها:

أ- معرفة الجمهور لوضع الرسائل التي تتناسب معه حيث أن المبدأ الاساسي في الحملة هو معرفة الجمهور وتقسيمه للامكان الوصول اليه من حيث توزيعه الجغرافي , والاعتقادات والسلوكيات السائدة , المراد تغييره حيث من الخطأ الوصول الى كل انسان بنفس الرسالة .

ب- الظروف والعوامل البيئية والاقتصادية والاجتماعية ودراساتها دراسة مستفيضة على ان تتضمن العوامل القانونية والتشريعية والتكنولوجية .

ت- السياسات الادراية العامة للمنشأة او الجهات المنافسة من حيث السياسات والاستراتيجيات و التمويل الأفراد المنفذون و الانتاج .

ث- السياسات الترويجية الخاصة بالخدمة او الفكرة او تكلفة الترويج والتنشيط .

ج- الانشطة الترويجية الاخرى كالعلاقات العامة , والدعاية والنشر وتنشيط المبيعات .

وعموما فانه يمكن القول بأنه عن التخطيط للحملة الاعلامية فانه يجب على مجموعة من التساؤلات بدقة متناهية حتى تحقق الغرض المرجو منها: _ من نحن ؟ وماذا نريد ؟

_ كيف يمكن ان نصل الى الجمهور ؟

_ كيف يمكن تحقيق الأهداف التي نريدها ؟

_ تحديد نقاط القوة والضعف ؟

2- الخطوة الخاصة بتحديد الأهداف :

يعد تحديد الاهداف من الخطوات الهامة باعتبارها الاساس الذي تبنى عليه خطوات التخطيط والتنفيذ للحملة الاعلامية وتعد معيار لقياس كفاءة وفعالية الحملة الاعلامية , ويجب ان يأخذ المخطط في الاعتبار ألا تكون الأهداف جامدة وأن تكون قابلة للتكيف والملائمة مع المواقف المختلفة في الحملة الاعلامية ويفضل ان تتسم الاهداف بالموضوعية ومن المعروف أن الهدف من الحملة هو ايجاد تغيير في الافكار والاتجاهات لدى جمهور متلقين ودفعهم الى أن يتخذوا مواقف جديدة وايجابية وداعمة للفكرة موضوع الاستخدام¹⁰

وهناك مجموعة من المواصفات تحدد جودة الهدف منها:

* الوضوح والواقعية

* التحديد والقابلية للقياس

* أن يتضمن نقطة الانطلاق

- تقسيم الاهداف :

* **اهداف متوسطة الاجل:** وهي أهداف اتصالية تسويقية تهدف الى اقناع الجمهور بفكرة الحملة والتأكيد على مميزات وفوائد الافكار الواردة بها

* **الاهداف العامة:** هي الاهداف التي تقوم بشرح الغرض او الهدف من الحملة , وكذلك الدور الذي تقوم به الحملة

* **الاهداف الاجرائية:** هي الاهداف التي تحتوي على مجال محدد قابل للقياس ونطاق زمني لبلوغ هذا المجال

_ وتوفر الاهداف المجال الذي تتخذ فيه القرارات الخاصة بالحملة بمسئولياتها الادراية والمالية والفنية

_ وتعمل الاهداف كأدوات للاتصال والتسيق بين كل المعينين بالخطة او الحملة.¹¹

3-تحديد الجماهير المستهدفة من الحملة :

ان الجمهور هو العنصر المؤسسي في عملية الاتصال ، الذي يعمل المصممون في الحملات على الوصول اليه والتأثير فيه , وأن المبدأ الأساسي في العملية الاتصالية هو" هو اعرف جمهورك"، ومعرفة الجمهور من الأسس الهامة لنجاح الحملات على اختلافها ، لانه ان لم نستطع الوصول الى الجمهور فلن نستطيع التأثير فيه . ومن المعروف أن تحديد الجمهور بدقة يزيد من فاعلية الرسالة الاعلامية , ومن الأسس الرئيسية لتصميم الحملات الاعلامية ، بحيث لا يشكل هذا الجمهور أي مقاومة أو عداء للأهداف الحملة وأفكارها بما يفرض توافقا مع الثقافات والمعايير والقيم الاجتماعية.

4- وضع الاستراتيجية العامة لتنفيذ برامج الحملة: المقصود من وضع الاستراتيجيات

العامة , الطرق والأسس التي تبنى عليها الحملة الاعلامية , بحيث يجب أن تكون هناك استراتيجية دقيقة وواضحة لتنفيذ هذه الحملة للوصول الى جمهورها وبالتالي تحقق الاهداف المرغوب تحقيقها , ونظرا لأن الحملة التوعوية عادة تهدف الى تغييرات معرفية ثم اتجاهية ثم سلوكية فان الاستراتيجية المناسبة لهذه الحملة هي نفس استراتيجية التي استخدمت في كثير من الحملات التوعوية الناجحة التي تم تنفيذها حسب استراتيجية التنفيذية , أي تنفيذ النواحي الهندسية أولا ثم التوعوية عن طريق التعليم والاعلام، أخيرا تطبيق النواحي العقابية ، بعد التأكد من نجاح النواحي الهندسية والتوعوية، هذه الاستراتيجية ضرورة جدا لضمان نجاح أي حملة توعية تهدف إلى إحداث تغيير في السلوك الخاطيء.

5- اختبار الوسائل والأنشطة الاتصالية : ان عملية الاتصال تعتمد على وسائل مختلفة

ويتوقف استخدام كل وسيلة على نوع الجمهور الذي نحاول الاتصال به ودرجة ثقافته ومدى استخدامه للوسيلة وامكانية تدخّر الوسيلة لديه , ولذلك نجد وسائل الاعلام تختلف درجة تأثيرها فالوسائل المستخدمة في الحملات التي تهدف الى توعية فقط تختلف في الوسائل المستخدمة في الحملات التي تهدف الى تغيير السلوك وكذلك فان الطبيعة الجغرافية وكبر حجم المدينة والكثافة

السكانية دورا في تحديد الوسيلة المناسبة حسب الوضع الثقافي والإقتصادي والإجتماعي والسياسي.¹²

6 - تحديد رسائل الحملة: حيث يعد بناء الرسائل الاعلامية أحد التحديات الأساسية التي تواجه مصممي الحملات الاعلامية ، فمن جانب لا بد أن يتناسب مضمون الرسائل مع مستوى الجمهور المستهدف من حيث قدرته على ادراك المعلومات المتضمنة في الحملة , وكيفية التعامل معها ومن جانب الاخر ينبغي أن تؤثر تلك المعلومات في الجمهور بدرجة أكثر عمقا ومن ثم تتحقق الاستجابة المطلوبة للرسالة الاعلامية , بما يؤدي الى تغيير اتجاهاتهم نحوها بل احتفاظهم بأجزاء من الرسالة في ذاكرتهم حول موضوع الحملة.¹³

وتتمثل مزايا الرسائل الاعلامية للحملات الاعلامية عبر وسائل الاعلام الجديد منها:

- سهولة نقل الرسالة للأخرين بلا تعقيدات وامكانية تمريرها للأخرين دون المرور على حارس البوابة الاعلامية ، كما كان متبعاً في وسائل الاعلام التقليدية.
- سهولة وصول الى مستخدمي شبكة الأنترنت الذين يتواجدون على الشبكة كالأصدقاء ، العملاء.
- إمكانية إضافة مصادر للأخرين، كإعادة إرسال الرسالة عن طريق إيصالهم بالروابط المتعلقة بالحملة الإعلامية.¹⁴

7- تنفيذ الحملة : وهي خطوة في غاية الأهمية، بمعنى أنه لا يكفي التخطيط الجيد وحده لضمان نجاح الحملة الاعلامية، فقد تفشل الحملة بسبب سوء الإدارة والتنفيذ، مهما كانت الخطة واضحة ومفصلة، فإن عملية تحويل الأفكار الى خطوات تنفيذية عملية تحتاج الى متابعة وتدقيق شديدين.

وفي ذات الوقت حتى نضمن أن يكون التنفيذ سلسل وفعال، فلا بد أن يتم التخطيط للمرحلتين السابقتين على أكمل وجه.¹⁵

8- الرصد والتقييم : التعرف على ما تم تحقيقه من أهداف.الوقوف على الايجابيات والسلبيات ومعرفة نقاط القوة و الضعف.

قياس كفاءة الحملة ويتم من خلال:

*استقصاء

*مقابلات

*تحليل المضمون

*ملاحظات

*المسح العام.16

خلاصة الفصل:

للحملات الاعلامية دور هام في توعية الجمهور بالمشكلات الموجودة أو التي سوف توجد في المجتمع , فتقوم بالترويج للأفكار أو الخدمات التي تهدف الى تنمية المجتمع والقضاء على مشكلاته حتى أصبحت من أهم النشاطات الاجتماعية لمعالجة القضايا على كل الأصعدة , اذ هي مزيج تفاعلي بين أربعة عناصر اعلامية , الاتصال , الرأي العام , العلاقات العامة , الاعلام وتعد من أنجح الوسائل الاتصالية المعبرة عن البيئة الاجتماعية والثقافية للجمهور , لذا تعد الحاجة اليها أمرا ملحا لتعديل أنماط سلوكية تستهدف فئات معينة من الجماهير .

قائمة التهميش الفصل الثاني :

1. رفیق بوزانة 2022 ، استراتيجیة الحملات إعلامیة فی الجزائر وأسلوب اتخاذ القرار مهن جدیدة للإتصال فی عالم متحول، مجلة الإعلام والمجتمع ، الجزائر ، مجلد 6 ، العدد 2، ص 151.
2. ولیدة حدادی 2019، الحملات الإعلامية المروریة فی ضوء مستلزمات الخدمة العمومیة فی الجزائر، رؤية نقدیة، مجلة دراسات إنسانیة واجتماعیة، الجزائر، مجلد 6، عدد 12 ، ص 60.
3. بن کریمة محمد الهاشمی، شعیب عبد الحکیم ، دور الحملات الإعلامية فی التوعية للشباب بأهمیة التكوين المهني، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر ، 2023، ص 16.
4. حامدي كنزة، الحملات الإعلامية التوعوية الصحیة لسرطان الثدي ، أطروحة دكتوراه، تخصص إشهار وعلاقات العامة، جامعة محمد لمین دباغین سطیف 2 ، الجزائر ، 2021 ، ص 125 ص 126.
5. مالك العزة، رستم ابورستم، أشرف الزعبي، الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار المعتر للنشر و التوزيع ، 2025 ، ص 13 ص 14 ص 15 ص 16.
6. مختار جلولي، دور الحملات الإعلامية التوعوية فی التحسيس بجرائم الأسرة ، جامعة ابن خلدون تيارت ، مجلة دفاتر المتوسط ، العدد التاسع، الجزائر ، ديسمبر 2018، ص 167 .
7. محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الاتصال فی الدولة الإسلامية ودورها فی نشر الوعي الديني، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، المنهل، ص 47.
8. يمينة زنقط، عفاف أرجيلوس، دور الإتصال الإلكتروني والإعلام ، جامعة أحمد داریة ، أدرار ، الجزائر ، 2019 ، ص 31.
9. مختار جلولي ، مرجع سابق ، ص 168.
10. رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، المنهل، الطبعة 1، 2013، ص 15.
11. أم لرقاب سمیة ، فعالية الحملات الإعلامية فی مجال التوعية المروریة ، أطروحة دكتوراه، إتصال، تخصص إشهار وعلاقات عامة ، جامعة محمد لمین دباغین ، سطیف 2، الجزائر ، 2021، ص 108 ص 109.
12. عميمور شيماء، الحملات الإعلامية ودورها فی الوقاية من فيروس كوفيد 19، مذكرة ماستر 2 ، اتصال وعلاقات عامة ، جامعة صالح بویتدر ، قسنطينة 03، الجزائر ، 2022، ص 48.
13. حنان احمد سليم ، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجدید، المقالة الأصلیة علی المجلة المصریة لبحوث ، المجلد 12، العدد 1، 310joa.journals.ekb.eg
14. حنان أحمد سليم ، مرجع سابق، ص 311.
15. حنان أحمد سليم، مرجع سابق، ص 312.
16. محمد عبد العزيز ، الأزمات الإعلامية ، دار اليازوري ، القاهرة، طبعة 1، مجلد 1، 2024، ص 61.

الفصل الثالث : المؤسسات الأمنية

تمهيد

اولا : نبذة تاريخية عن الشرطة في الجزائر

ثانيا : انواع المؤسسات الامنية في الجزائر

ثالثا : ابراز الدور الامني للمؤسسات الامنية في الجزائر

تمهيد

تعد المؤسسات الامنية من أهم المؤسسات في الدولة الجزائرية التي تساهم بشكل فعال في حماية الافراد والممتلكات والحفاظ على سلام واستقرار المجتمع حيث لا يتوقف دورها عند تصدي للجريمة بل يشمل أيضا حملاتها التوعوية الوقائية التي تحاول من خلالها تعديل سلوكيات الافراد وتعزيز الوعي الامني ، تزامنا مع التطورات التي تشهدها الجزائر اليوم ، أصبح من الضروري تقوية دور هذه المؤسسات ونشر حملاتها على كل تراب الوطن .كما يمكننا القول أن هذه المؤسسات تساهم بصورة غير مباشرة في عملية المنشئة الاجتماعية من خلال تعزيز القيم الاجتماعية الامنية التوعوية.

اولا: نبذة تاريخية عن الشرطة في الجزائر:

الشرطة الجزائرية في عهد الدولة الرستمية : وقد ظهر منصب الشرطة في الدولة الرستمية على يد عبد الرحمن بن رستم، إذ كان يحسن اختيار الفرد المناسب له ، إذ أشار إلى ذلك ابن الصغير قائلا: "... إن أصحاب شرطته والطائفون به قائمون بما يجب".

وكانت وظيفة الشرطة في الدولة الرستمية، هي حماية الأمن العام للمجتمع والمحافظة على النظام ، وحراسة المدن ، ومراقبة سلوكيات الرعية. وقد نظمت الشرطة خلال العهد الرستمي تنظيما جيدا امتد إلى العاصمة تيهرت و عدة مدن أخرى ، إلى درجة أن هذه المدن أصبحت محصنة من الفساد والعبث.¹

2- الشرطة الجزائرية في عهد الدولة الحمادية: نالت الشرطة مكانة مرموقة في هرم النظام الادراي للدولة حيث توسعت مهامها الى دراسة الأسواق والأحياء , شوارع المدن وأبواب العاصمة وتأمين الطرقات الموصلة اليها , ومراقبة الموانئ والسهر على التجار والمسافرين الأجانب والسهر على حماية أرواحهم ومتاعهم داخل الفنادق التي يحلون بها كما كانوا ينظمون دورياتهم الاستطلاعية ليلا مصحوبين بأسراب الكلاب لتحديد أماكن المتسكعين والمتسللين المشبوهين عقب الاعلان عن توقيف التجول بواسطة البراح , نتيجة الى كل هذه المهام والتدابير

الوقائية المتخذة في سبيل حفظ النظام العام , المدوامة على استقراره واحلال السلم بين أفراد الرعية.²

3- الشرطة الجزائرية في عهد الدولة العثمانية: تكاد تجمع وتتفق المصادر والدراسات

التاريخية حول حقيقة انساب الامن داخل أسوار مدينة الجزائر طيلة العهد العثماني من ذلك ما توصل اليه بعض الباحثين من احصائيات ونسب قدرت نسبة انتشار الجرائم ب 1,14 % مؤكدة ماجاء على لسان حمدان بن عثمان خوجة الذي وصف مدينة الجزائر بالمدينة الأمنة , وقد أربع البعض هذا الامر لمؤسسة الشرطة حيث نوه القنصر الامريكي وليام تشالي بصارمة هذا الجهاز الاداري وفعالية في الكشف عن ملابسات الجريمة في اطار حماية ممتلكات الافراد وتوفير الامن لهم , الحقيقة أن هذه الاحترافية الامنية التي وصل اليها جهاز الشرطة كان بفضل عدد كبير من الموظفين الذين اشتراكوا في بعض الصلاحيات التي تهدف جميعها لتنظيم المجتمع و ضبط أحواله واصلاحه ومن بينهم نذكر الداوي والمزوار , المحتسب , وشيخ البلد³

4- الشرطة الجزائرية في فترة الاستعمار الفرنسي: عملت الثورة التحريرية الجزائرية

منذ انطلاقتها في أول نوفمبر عام 1954م على تأطير الشعب الجزائري، حتى يتمكن من تحقيق أهدافه المتمثلة في استرجاع حريته وكرامته، واستقلاله، كما ورد في وثيقة نداء أول نوفمبر 1954م.⁴ وتتكون من:

* شرطة استعمالية للثورة.

* شرطة المجالس الشعبية أو ما يعرف بشرطة اللجان الخماسية.

* الشرطة العسكرية.

* شرطة الحدود.

* الشرطة السرية.

الشرطة الاستعمالية للثورة : تعتبر أول هيكل أمني ظهر ابان الثورة حيث كان ميلاده مواكبا للانطلاقها ويتألف من رجال منهم كان مجندا في صفوف جيش التحرير ومنهم من كان مدنيا يعمل تحت غطاء جبهة تحرير الوطني , ويتم اختيارهم من تتوفر فيهم بعض المواصفات اللازمة مثل دقة والملاحظة والقدرة على التواصل وسعة المعلومات والقوة التحمل والصبر وذلك بغرض جمع معلومات عن تحركات قوات الجيش الفرنسي وأيضا لنشر اشاعات ضمن صفوفها من أجل دفع أفرادها الى التمرد والفرار من الخدمة في الجيش الفرنسي أو للتعامل سرا مع الثورة وقد استطاعت تلك المصالح الأمنية الاستعمالية الثورية اقناع العديد منهم بالفرار من صفوف الجيش الفرنسي الى الثورة أو برفض التجنيد .

أ-

ب- شرطة المجالس الشعبية الخماسية : لقد وضعت الثورة نظاما حاولت من خلالها

الاشراف على جميع شؤون الجزائريين , حيث كان من بين قرارات مؤتمر الصومام قرار الخاص بتنظيم مجالس الشعبية منتخبة والتي يرجع البعض بداية انشائها الى الأشهر الأولى للانطلاق الثورة عام 1954 , بهدف تنظيم الشعب وتأطيره وتعبئته , فكانت قاعدة التنظيم الثوري بالمنطقة بحيث كانت تضم مسؤولا و أربعة أعضاء يختارون من طرف الشعب , ويكلفون بالجانب المالي والتمويني والأمني , ويساعدهم في ذلك مسؤولو الدواوير وهكذا يمكن القول ان تنظيم المجالس الشعبية الثوري تنظيم تبناه مؤتمر الصومام في 20 اوت 1956 كان من مهامه تسيير جميع الشؤون التي تهم السكان محليا .⁴

ت- الشرطة العسكرية : تمثل ذلك الهيكل الأمني الشرطي في أفواج و أفراد من

المجاهدين الذين كفلوا من طرف قيادة الثورة المتمثلة في قيادة جبهة التحرير الوطني حيث لم يقتصر نشاطها على الميدان العسكري فقط , بل امتد الى خارجه بمراقبة تحركات كل الجنود في اجازتهم واستطاعت الكشف الكثير من الخطط العسكرية للعدو قبل تنفيذها

ث- شرطة الحدود: تؤكد احدى الوثائق على اعتماد قيادة المنطقة السادسة الملازم الأول

محمد العربي براهيمية مسؤولا على كامل حدود المنطقة وتنشط فيها فرق الشرطة الحدود التابعة لجيش التحرير , وذلك لمراقبة الحركة الحدودية بين الجزائر وتونس في تلك المنطقة

ج- الشرطة السرية هي شرطة مصالح بوليسية ترتبط عادة بالأنظمة السلطوية , وان لم

تكن الشمولية هي جهاز قمعي بالأساس وتعمل عادة خارج الاطار القانوني والدستوري وتكون مرتبة هدفها السيطرة على الناس والأحزاب والمؤسسات ولها عدة تسميات , وهي بذلك عكس أجهزة الأمنية المحلية .⁵

- اهم المراحل التي مرت بها الشرطة الجزائرية بعد الاستقلال :

1-المرحلة الأولى من 1962-1965:

تأسست المديرية العامة للأمن الوطني , بمرسوم في 22 جويلية 1962 وسلمت المهام للأول مدير عام للأمن الوطني ،... وكانت آنذاك تابعة لوزارة الداخلية متخذة مقرها بمقر الحكومة ومن أبرز المهام التي كانت منوطة بها نذكر:

- حماية الأشخاص والممتلكات العامة والخاصة.

- السهر على احترام القوانين والنظم التي تنظم الحياة الاجتماعية العامة.

- المساهمة في حماية المؤسسات الوطنية من كل محاولات المساس باستقرارها.

- مراقبة الحركة عبر الحدود سواء فيما يتعلق بالمواطنين او الأجانب بتطبيق التنظيم.

تميزت هذه المرحلة بالعمل والتجربة في جميع الميادين { التعيين , التكوين , التسيير المالي والمادي والاداري , سير البيئات اللامركزية على المستوى والسلم المحلي.

2-المرحلة الثانية من 1965-1977

خلال هذه الفترة انطلقت عدة عمليات واتسمت هذه الأخيرة بانجاز العديد من المنشآت الامنية على مستوى التراب الوطني وفي هذا السياق عرفت عملية التوظيف تطورا كليا خاصة مع فتح المدرسة التطبيقية بالمومعة بالبلدية , ولقد أعدت خطة قصيرة و متوسطة وطويلة مدى وفي هذه الفترة انطلقت انجازات الخاصة بالتطور الاقتصادي والاجتماعي للبلاد⁶.

3-المرحلة الثالثة من 1977-1995

استمرت المرحلة الثالثة من 1977 الى غاية 1995 ، وهي مرحلة عرفت استمرارية في تطور النشاط الأمني غير أنها اصطدمت مثل باقي مؤسسات الدولة الجزائرية بالعيشية السوداء التي انهكت كل الجزائريين بأحداث إرهابية لا تنسى، لذلك ارتأت الدولة في تنصيب العقيد الراحل علي تونسي مخرجا في جانب الشرطي⁷.

4-المرحلة الرابعة من 1995-2010

في هذه المرحلة قامت الحكومة بإلغاء الجبهة الإسلامية للإنقاذ كحزب سياسي مرخص، واعتبر أعضاء الجبهة الإسلامية للإنقاذ الذين لم تظلم يد الاعتقال تصرفات الجيش بمثابة إعلان حرب على الجبهة.

5-المرحلة الخامسة من 2010-2019

لقد تركزت السياسة الجديدة المنتهجة في هذه المرحلة من طرف قيادة جهاز الأمن الوطني، على الاهتمام والإلمام بالجوانب المهنية الشرطية دون إغفال أي ميدان كي يتم تحقيق النجاعة والفاعلية المطلوبة.⁸

التحديات الجديدة ثلاثة أشهر بعد أحداث أكتوبر اتبعت خطة جديدة للاستخلاص العبر المتمثلة في مجموعة التدابير التالية:

- اعادة تنظيم للادارة المركزية للمديرية العامة للأمن الوطني كي تصبح أكثر مرونة وفعالية.

- تخصص مصالح الشرطة.

- اصلاح منظومة التكوين.

- تخطيط علمي وتحضير الحاجيات التقديرية من امكانيات مادية وبشرية.

- استعمال عقلاني للوسائل.

- تعزيز الوسائل العلمية والتقنية.

- ادخال الطرق تقديرية وتقويمية جديدة لموظفي الأمن الوطني.

ويمكن القول بعد عرض لتاريخ الشرطة الجزائرية ومن خلال مختلف المراحل التي مرت بها والتطورات التي شهدتها والتزامات التي أداتها من أجل الحفاظ على أمن الوطن والمواطن وتحقيق الطمأنينة والاستقرار.⁹

ثانيا: أنواع المؤسسات الأمنية في الجزائر:

تم تصنيف الشرطة الجزائرية في المرتبة الخامسة عالميا من قبل مكتب الأنتربول كأحسن شرطة وسادسة عالميا من حيث الأفراد مقارنة بعدد سكان من قبل وكالة بلومبرغ الأمريكية ،هذا وتسهر المديرية العامة للأمن الوطني على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال توسيع رقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة جد متطورة على جميع الأصعدة وفي جميع مديريات والوحدات والمصالح التي تنقسم اليها مديرية الأمن الوطني:

1- مديرية الشرطة العامة:

هي احدى مديريات المركزية المختصة على مستوى المديرية العامة التي لها صلة بالمواطن مباشرة من خلال تقديم الخدمة العمومية في عدة مجالات لاسيما تلك المتعلقة بالوثائق الادراية التنظيمية ومتابعة اصدارها على مختلف وأيضاً مختصة في مراقبة وتسيير مصالح الأجانب والهجرة أيضاً خصيلة الحماية الاجتماعية ومراقبة المهن التجارية المنظمة ومعاينة المخالفات التجارية وتنفيذ القرارات الادراية .

2- مديرية الشرطة القضائية:

هي إحدى المديريات المركزية المختصة على مستوى المديرية العامة للأمن الوطني، تتمثل مهامها في: تنشيط، تنسيق وتوجيه المصالح المكلفة بمعاينة مخالفات قانون العقوبات، وكذا جمع الأدلة والبحث عن المجرمين طالما لم يتم فتح تحقيق من قبل الجهات القضائية.¹⁰

3- مديرية شرطة الحدود:

هي مختلف المصالح القائمة على مهمة الأمن بصفة عامة، وهي هيئة نظامية فاعلة في المجتمع تقوم على محافظة على الأمن.¹¹

***اليات التعاون الاقليمية في تأمين الحدود** _ يعد التعاون العابر للحدود سواء ثنائي أو جماعي أو جهوي أو اقليمي منه , الدافع الأكبر في تحقيق الأمن الحدود من خلال شموله على عدة ميادين سواء أمنية أو اقتصادية أو قانونية أو اجتماعية ومن ثمة فالمقاربة الأمنية تهدف الى تحسين الظروف المعيشية لسكان المنطقة الحدودية الى جانب المساهمة في بناء مشاريع التشييد الجهوية والاقليمية الكبرى وهي ميادين ذات أولوية لدول ساحل الافريقي بصفة خاصة وهذا ما أكد عليه وزير الخارجية الجزائري مراد مدلسي خلال الندوة الوزارية التنسيقية لدول ساحل الافريقي بأن " اقامة تعاون عابر لحدود بين بلداتنا يكون ناجعا ومتعدد الأشكال وأمرا حيويا للرد على التحديات الأمنية و التنمية"¹²

4- مديرية الأمن العمومي:

أحد المديريات المركزية المختصة، وتعمل على الحفاظ والسهر على النظام العام من خلال المهام التالية :

_ الوقاية ، الأمن ، المرور عبر الطرق،

_ شرطة العمران وحماية البيئة،

_ تأمين وحماية المنشأة العمومية و التمثيلات الدبلوماسية والقنصلية،

_ الشرطة السياحية،

_ الشرطة الحضارية الجوية.¹³

5 - مديرية الموارد البشرية :

تعنتي هذه المصلحة بالعنصر البشري المشكل لأمن الولاية ومتابعة كل ما يتعلق بمشاره المهني كالعطل السنوية ونظام الترقية.

6- مصلحة الصحة والنشاط الإجتماعي:

هي التي تهتم بالجانب الإجتماعي والصحي لموظف الشرطة كما تنشط العديد من الفعاليات الرياضية مع مختلف الإدارات والمؤسسات الأمنية المشتركة.

7 -مصلحة الوسائل التقنية :

تعنتي بالوسائل والتجهيزات التقنية التي تتعلق بالتخطيط الأمني للولاية.

8-مصلحة الإدارة العامة :

تهتم بالتجهيزات العامة لأمن الولاية، من مركبات وأجهزة وعتاد وغير ذلك.

9-مصلحة الشرطة العامة والتنظيم :

تختص هذه المصلحة بمتابعة ملفات الأجانب والفنادق والشركات الأجنبية في إقليم الولاية وغير ذلك من المهام.¹⁴

10- مديرية التكوين: مهامها تتمثل فيمايلي :

* التكوين الأولي، المتواصل والمتخصص وعن بعد لعناصر الأمن الوطني،

* تصميم ، انجاز وتقييم برامج التكوين،

*ترقية و تطوير البحث البيداغوجي،

* المصادقة البيداغوجية على نشاطات التكوين المقترحة من طرف مختلف مصالح المديرية العامة للأمن الوطني،

* متابعة وتقييم نتائج التكوين في وضعها الاحترافي فضلا على ذلك فهي تقوم بمراقبة وتفتيش مدراس الشرطة ومكاتب التكوين الوجوده بكامل التراب الوطني

11- مديرية الاستعمالات العامة : أحد المديريات المركزية المختصة تعمل على تنشيط البحث عن المعلومات المتعلقة بالأوساط الحساسة وذات خطورة على المجتمع الجزائري , فيما يخص الأشخاص المحليين والأجانب المقيمين بالتراب الوطني والذين هم محل اهتمام من أجل معرفة وقائية بالاجرام بمختلف أشكاله وتضم المصالح التالية

_ نيابة المديرية للبحث العملياتي

_ نيابة المديرية للدراسات والتحقيقات

_ نيابة مديرية للشؤون السياسية

_ المصالح الجهوية للبحث العملياتي¹⁵

ثالثا- أهداف المؤسسة الأمنية الجزائرية:

حفظ النظام العام: تمنع الشرطة أي مظاهر من شأنها الإخلال بالنظام العام، أو القوانين العامة، مثل: دون وجه حق، أو إرباك الصف العام بصورة عامة.

فض الخصومات والمشاجرات، التي يمكنها الوصول إليها حال نشوبها، لا سيما إن هناك بعض المشاجرات التي تؤدي إلى تهديد حياة الأشخاص الأبرياء، وتخريب ممتلكات المواطنين، والممتلكات والمرافق العامة، بالإضافة إلى التسبب بفرع الناس وقض مضاجعهم الآمنة.

مراقبة تطبيق القوانين : تراقب الشرطة عملية تطبيق القوانين العامة التي تقرها الجهات التشريعية في الدولة، سواء المجلس النيابي أو البرلمان، أو تلك التي يقرها رئيس الدولة، ضمن صلاحيته في هذا الإطار، بعد تمرير بعض المراسيم على البرلمان.¹⁶

وأیضا هناك أهداف أخرى تعمل الشرطة على تحقيقها وتتمثل في:

* تخفيض نسبة الجريمة في المجتمع عن طريق تنمية خبرات العاملين في جهاز الشرطة بأدوارهم، ودور الجمهور في المشاركة الأمنية وتفعيل دوره في المجال الأمني، مما يساعد على تقليل نسبة الجريمة ويساعد على اشتراك كافة الهيئات والقطاعات العامة وتوثيق الصلة بالعمل الأمني لتتولى القيام بمهامها ومسؤولياتها في جانب الوقاية.

* خلق ثقافة أمنية جديدة تستلزم إيمان رجال الأمن بها، وكذلك أفراد المجتمع وهيئاته لاستثمار هذا التعاون وهذه الطاقات والإمكانات لتحقيق خير المجتمع.

* إيجاد حل للمشكلات الأمنية بعقلية منفتحة ومدركة للظروف المحيطة بدلا من المعالجات الأمنية والقضائية التي لا ينبغي الركون إليها إلا عندما تعجز المبادرات والمعالجات المجتمعية تبعا للسياق الذي طرأ على أسلوب التعامل الأمني.

* العمل على تكامل تعاون الجمهور مع الشرطة في منع الجريمة والوقاية منها، ولن يتحقق ذلك بمجرد أنه مطلب ضروري وتلقائي، وإنما يكون من جانب الجمهور نتيجة لسلوك الشرطة، ولن يأتي ذلك إلا إذا كانت وسائل الاتصال بين الشرطة والجمهور ممتدة.

* تهدف إلى جعل الفرد أكثر وعيا وإدراكا لدوره في الحياة، بحيث يقوم بالتوجيه والإصلاح ويكون نموذجا وقدوة في السلوك والالتزام.¹⁷

* الوصول إلى أعلى درجة من الثقة بين الجمهور وأفراد الشرطة حيث ثقة الجمهور بالجهاز تمهد الطريق وتسهل لعمل فعال، ولكي يتحقق ذلك لا بد من أن تستجيب الشرطة لحاجات المجتمع المحلي.

* تقديم خدمات متميزة إلى المجتمعات والعلماء، ولذلك تقدم خدمات متميزة إلى منتسبي الجهاز الداخلي؛¹⁸

رابعا - أهمية الاتصال في جهاز الشرطة:

"يعد الاتصال من أقدم ما إكتشفه الإنسان ومع تطور البشرية تطورت أساليب وأشكال ووسائل الاتصال ولا يمكن لأي جماعة إنسانية اليوم الاستغناء عن الاتصال كضرورة حياتية ناهيك عن التنظيمات ومختلف الإدارات التي لولا هملية الاتصال داخلها وخارجها لما تمكنت من إتمام نشاطها وأداء وظائفها .

وإذا كان الاتصال هاما بالنسبة لكل الأجهزة الإدارية بصفة عامة ، فإنه ضرورة ملحة بالنسبة لجهاز الشرطة بصورة خاصة لأن هذا الجهاز هو الأداة المسؤولة عن كفالة الأماكن وبث روح الطمأنينة في نفوس المواطنين جميعا، بالإضافة إلى حماية الدولة والنظام والنظام السياسي من الداخل، لهذا وجب أن يكون الاتصال كاملا وعلى درجة عالية من الكفاية حتى يحقق لجهاز الشرطة هدفه السامي.

وجهاز الشرطة كغيره من الأجهزة الإدارية في الدول ، مؤسسة تحكمها قواعد وتخضع لقوانين تتشكل من أفراد وهيكل تسعى إلى تحقيق أهداف معينة أهمها تحقيق الأم وحفظ النظام وهذا عن طريق الاتصال فهو الوسيلة الوحيدة التي تقوم لنقل المعلومات من القيادات للموظفين للتوجيه الصحيح، وكذلك إيصال المعلومات من المرؤوسين إلى رؤسائهم بهدف تقدير نجاح أو فشل هذه العمليات لأنشطة ليسهل التوجيه الصحيح .

فإذا كان الاتصال في حد ذاته هو هدف تسعى إلى تحقيقه فإنه أيضا وسيلة لتحقيق مجموعة الأهداف ، حيث يساهم الاتصال في جهاز الشرطة في وضع الخطط واختيار الموظفين وتدريبهم والإشراف عليهم وتقويمهم ، كما أنه هناك سبب جوهري لإبلاغ المعلومات إلى جميع أفراد الجهاز عن طريق الاتصالات الإدارية و هو إشعار الفرد بأهميته وهذا ما يرفع من روحه المعنوية وقدرته على العمل فينعكس ذلك على إنتاجه"¹⁹

ومن البديهي أن الاتصال يمثل عنصرا محوريا في كل ذلك، بأوسع مفاهيمه الذي يقضي بنقل صورة الشرطة وعملها إلى المجتمع، وتؤدي وسائل الإعلام في هذا الصدد دورا أساسيا بوصفها وسيطا في عملية الاتصال هذه بين الشرطة والجمهور.²⁰

خلاصة الفصل

تعد المؤسسات الامنية احدى دعائم الجوهرية في تعزيز الامن والاستقرار المجتمعي حيث تقوم بوظائف مختلفة بين كيفية القضاء على الجريمة وبين كشف المجرمين وبين حماية الافراد منها حيث تؤدي هذه المؤسسات مهامها وفق لضوابط قانونية محددة حيث تطرقنا لمختلف أنواعها وكل هذه الانواع تعمل على محافظة الامن المجتمع ، حيث تعتمد المؤسسات الأمنية على الاعلام وأصبح ذو أهمية أكثر في ظل التطورات الحديثة كجزء لا يتجزأ من سياساتها لمكافحة الجريمة .

قائمة تهميش الفصل الثالث

1. لبيدري بلخير، الشرطة في بلاد المغرب الإسلامي كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة سيدي بلعباس،مجلة دراسات ،العدد8، ص 58.
2. عيساوي سمير، اتجاهات المواطنين نحو الاتصال الشرطي في سوسولوجيا التمثلات والممارسات ، مذكرة ماستر في علم إجتماع ، جامعة 8ماي1945، قالمة ، 2021، ص80.
3. مليكة عرايبي، موظفو إدارة الأمن والقضاء بمدينة الجزائر خلال العهد العثماني ، جامعة الجيلالي بونعامة -خميس مليانة- مجلة الونشريس للدراسات التاريخية ، المجلد3، العدد 1 ، 2024 ، ص57.
4. شوقي عبد الكريم، الشرطة الجزائرية إبان الثورة التحريرية، جامعة الجزائر 2، الجزائر ، مجلة الحوار المتوسطي ، المجلد العاشر ، العدد3، ص15.
5. شوقي عبد الكريم، مرجع سابق، ص17، ص19، ص22، ص23، ص25.
6. العيزوزي ربيع ، اتجاهات الطلبة نحو الشرطة الجوارية وحفظ الأمن في المجتمع الجزائري، أطروحة شهادة دكتوراه في علم النفس الإجتماعي ، قسم علم نفس وعلوم التربية و الأرطونيا، 2008، ص74، ص75، ص76.
7. عيساوي سمير ، مرجع سابق ، ص91، ص93.
8. ساعد سلمي ، شابي عز الدين ، فاعلية الإستراتيجية الإتصالية في المؤسسة الأمنية الجزائرية ، مذكرة ماستر ، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة خيضر -بسكرة-، 2023، ص55.
9. العيزوزي الربيع ، مرجع سابق ، ص78.
10. إيمان جامع ، محمد فراحتة، توظيف المؤسسة الأمنية الشرطة للبرامج الإذاعية للتوعية من الجرائم الإلكترونية ، مذكرة ماستر ، تخصص وعلاقات عامة ، جامعة قسنطينة 3 صالح بويندر ، 2022، ص26.
11. عبد القادر بغدادباي ، عبد الإله بن شرقي2020، خلايا الاتصال في المؤسسات الأمنية وتحديات تحقيق الأمن الاجتماعي في الجزائر، المركز الجامعي غليزان (الجزائر)، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، العدد18، المجلد 5، ص5.
12. عيدون الحامدي ، نور الدين دخان2016، مسار تأمين حدود الجزائرية بين إدارة الأحادية والصيغ التعاونية الإقليمية، مجلة دفاتر السياسية والقانون ، العدد14، ص177.
13. إيمان جامع ، محمد فراحتة، مرجع سابق ، ص27.
14. ساعد سلمي، شابي عز الدين ، مرجع سابق، ص61.
15. إيمان جامع ، محمد فراحتة، مرجع سابق ، ص29 ص30.
16. الزايدي كواسح ، عماد مسعي محمد ، الإتصال التنظيمي الداخلي في المؤسسة الأمنية الجزائرية، مذكرة ماستر ، تخصص إتصال وعلاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي -ام بواقي- ، 2021، ص50.
17. شريفي لياس، زيزين ناصر، الدور الاجتماعي للشرطة وأثره في الوقاية من الجريمة، مذكرة ماستر ، تخصص جريمة والانحراف ، جامعة يحي فارس -المدية- ، قسم علم الإجتماع، 2022، ص62.
18. علي سويلم، الشرطة مجتمعية ودورها في تحقيق الأمن الاجتماعي، دار الخليج للنشر والتوزيع ، الطبعة2021، ص1، ص29.
19. بقدر سعاد، واقع الاتصال بين الطالب الصحراوي-الصحراء الغربية-والأمن الولائي، مذكرة ماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم- قسم العلوم الإجتماعية، 2013، ص68.

الفصل الرابع : الاعلام الامني

تمهيد

مفهوم الاعلام الامني

دور الاعلام الامني في مكافحة الجريمة

اساليب الاعلام الامني في الوقاية من الجريمة

استراتيجية الاعلام الامني في الجزائر

أولاً: مفهوم الإعلام الأمني:

إن مفهوم الإعلام الأمني من المفاهيم حديثة النشأة، وهو ذو دلالة على الأمن الداخلي للدولة والجمتمع أكثر من غيره من الأماكن؛ وهو يسهم في خدمة المجتمع واستقراره مرتكزا على المخزون الفكري والثقافي للأمة.

وقد تعددت تعريفات هذا المفهوم وفقا لتوجهات المهتمين واهتماماتهم؛ إذ حصره بعضهم بما يتعلق بجريمة ما دون غيرها؛ فيما توسع بعضهم في تعريفه ليشمل الأمن بمفهومه الشامل؛ وذلك استنادا لثلاث نقاط أساسية هي:

1_ إن اهتمام بعض الباحثين في الإعلام الأمني اقتصر في واقع الأمر على الاهتمام بكيفية الاستفادة من التقنية والحرفية والخبرة الإعلامية في نشر الثقافة والمعرفة الأمنية بين أكبر عدد من المتلقين.

2_ إن دراسة الإعلام الأمني اقتصر على دراسة أهم وظائف الإعلام المتمثلة في التثقيف ومعرفة الأفكار والمعلومات والأخبار الجديدة الخاصة بالجوانب الأمنية.

3_ إن اهتمام وسائل الإعلام في هذا العصر قد انحصر في الموضوعات المتخصصة؛ وذلك تلبية لاهتمامات الناس واستجابة لرغباتهم وحاجاتهم المعرفية، ومن هنا تعددت الرسائل الإعلامية بتعدد الأهداف والرؤى والتوجهات.

ومن أبرز التعريفات التي تناولت مفهوم الإعلام الأمني:

-أنه كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية ودعوية بهدف المحافظة على أمن الأفراد والجماعات وأمن الأوطان و مكتسباتها في ظل المصالح المعتمدة.¹

ويعرف المناوي الإعلام الأمني بأنه :

((فن التعبير العلمي الذي تمارسه أجهزة الأمن اتوجيه الرأي العام في الاتجاه الصحيح من خلال الأداء الجيد والإعلام الصادق. فالإعلام الأمني يعني مختلف الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر من الأجهزة المعنية بوزارة الداخلية ، بهدف توجيه الرأي العام نحو تحقيق جوانب الأمن الشاملة باستخدام جميع وسائل الإعلام المتاحة، لإحداث التأثير المنشود في الجماهير بكل فئاتها كما يشمل التنسيق مع الهيئات التي يرتبط عملها بجهاز الأمن لإرساء دعائم الأمن والاستقرار . كما يشير الإعلام الأمني في نظره إلى تلك المساحة الإعلامية المخصصة للعمل بوسائل الإعلام المختلفة وذلك للإعلام الشامل عن الشرطة كجهاز رسمي متكامل))².

ولهذا فإن الإعلام الأمني في مفهومه الظاهر له رجاله وخبرائه وهو يسهم في المقام الأول بحملات التوعية المتعلقة بالموضوعات الأمنية والتي منها الجريمة والتخريب والإرهاب والمخدرات كما يهتم أيضا بدراسة الموضوعات الأمنية وتتعامل ووسائل الإعلام معها مثل نشر أخبار الجرائم.³

ثانيا- دور الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة:

وما زال الإعلام الأمني على المستوى الوطني في خطواته الأولى بالرغم من بعض الجهود الجيدة لبعض الإعلاميين الذين أثروا التخصص في هذا المجال، وتشير إحدى الدراسات إلى أن الإعلام الأمني يعد فرعاً من فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور أو قطاع معين منه بموضوعات تخص الأمن ويقوم به رجال الأمن ذاتهم، كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر متعلقاً برجال الأمن.⁴

يلعب الاعلام الأمني دورا هاما في مكافحة الجريمة ، تتناول القضايا المرتبطة بها ، فهو يؤدي الى تهيئة المناخ الاجتماعي الذي يشعر الجمهور من خلاله بمشاركته الاحداث والمواقف التي تمر بها البلاد ، والذي يحرك واهتماماته لتأدية واجب تأمين نفسه ومؤسساته وأبرز مثال يساق في هذا المقام ظاهرة الفساد التي تؤدي فيها الاعلام مهمة جليلة في مكافحة هذه الظاهرة من خلال محورين أساسيين هما:

أ- **المحور الاول:** فيتمثل في التحقيقات الصحفية الاستقصائية التي يتم من خلالها كشف الأعمال والممارسات الفاسدة على أن يتم طرحها وتعبئتها للرأي العام.

ب- المحور الثاني: فيتمثل في توعية المواطنين بالأثر المباشرة للفساد على النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

والجدير بالذكر، أنه بالنظر لما يتمتع به الاعلام الأمني من خصائص تؤهله لأن يكون في مقدمة الوسائل التي من شأنها أن تنصدي للجريمة قبل وقوعها أو القليل من أثارها ، فإنه يتعين توفير مساحة مناسبة للاعلام لكي يمارس دوره في هذا السياق.

وعليه، تعد الاذاعة والتلفزيون من اهم وسائل التنمية والوعي الجماهيري باجراءات الوقاية من الجريمة ، حيث يخصص في كل دورة برامجية لكل وسيلة من هذه الوسائل وقت محدد للتوعية الأمنية بأشكالها المختلفة ، يقدم من قبل ادارة العلاقات العامة في مديرية الأمن الوطني ، ويكون ذلك ضمن برامج يخطط لها وعلى شكل حلقات معدة وبطريقة مضبوطة ، تضمن وصول الرسالة الأمنية لكل مستمع وشاهد.

تتمة لما سبق ذكره ، يشكل تطوير الرسالة الاعلامية الأمنية مدخل أي سياسة أو استراتيجية متخذة وذلك على نحو يواكب ماحظيت به هذه الرسالة من تطور عالمي مذهل ، وبشكل يتوافق مع الأساليب المعاصرة في مواجهة الجريمة ، قصد الهيئة المؤسسات الاعلامية الوطنية من أجل التصدي للحملات الاعلامية المفرضة والقضاء على الشائعات يشتى صورها ، في ظل الافتتاح التي تشهده ساحة الاعلام وتعدد وسائله السمعية والمرئية والمقروءة.⁵

كما أن الإعلام يخدم الأجهزة الأمنية عند حدوث اختراقات أمنية فالإعلام عن صور المجرمين أو أسمائهم أو يطلب الإبلاغ عنهم ويوضح عناوين الأجهزة الأمنية والجهات المختصة بتلقي البلاغات.⁶

والإعلام الأمني هو خير من يحقق هذا المطلوب في الوقاية من الجريمة؛ لأنه إعلام متخصص ((يهتم بنقل ونشر المعلومات والحقائق التي تتعلق بالحالة الأمنية في المجتمع، بهدف تحقيق أمن المجتمع، وإشعار الناس بالأمن...كهدف وقائي لحماية الأفراد من الانحراف والجريمة، وأنماط السلوك غير السوي)).⁷

حتى يكون الإعلام الأمني ناجحا ويؤدي دوره بشكل فعال فلا بد له من الاتصاف بالسمات التالية

1-سرعة المبادرة: يتأثر الشخص بشكل قوي عند مشاهدة الموقف أو الحدث لأول وهلة، وكذلك يميل إلى ترديد مصدر الخبر أو الموقف ومتابعة من نفس المصدر ، وهذا مرتبط ببيكولوجية الإدراك والنقل لدى الإنسان.

2-التركيز على الحاضر أكثر من الماضي : فهي تهم الإنسان وتؤثر به أكثر من الأحداث الماضية.

3-الموضوعية والواقعية: لا بد من تجرد المادة الإعلامية من الذاتية، والانفعال الشخصي، فالمادة الإعلامية ليست تعليقا شخصيا وإنما هي حقيقة واقعية، ولهذا يجب أن يميز الإعلام الأمني بين واقعية المادة الإعلامية والتعليق الذاتي حول تلك المادة.

4-العمومية : الإعلام الأمني الناجح هو الذي يخاطب جميع الناس بكافة مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وكذلك بكافة معتقداتهم ومبادئهم، وكذلك تعني العمومية أن تكون المادة الإعلامية شاملة لموضوعها، وتغطي التساؤلات التي قد تتبادر إلى ذهن كافة الناس.

5-السهولة والبساطة: حتى تصل المادة الإعلامية الأمنية لجميع الناس، ولتجنب سوء الفهم للمادة، وتجنب القارئ أو السامع التحريف والتشويه، وهذه السمة لا تلغي جمالية التعبير، واستخدام التعبيرات الطريفة.⁸

ثالثا- أساليب الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة:

هناك عدة أساليب يجب أن تنتهجها أجهزة الاعلام الأمني للوقاية من الجريمة لعل من أهمها:

1 فرض مستوى مناسب من الرقابة على الوسائل الاعلام والنشر , لكي لا تتساق وراء الأفكار المتطرفة أو يندس أصحاب الفكر المتطرف في وسائل الاعلام ويستخدمونها في بث أفكار دينية وسياسية منحرفة لتحقيق أهدافهم.

2 احكام الرقابة على شبكة الانترنت باعتبارها من الوسائل المتطورة التي يعتمد عليها أصحاب الفكر المتطرف في بث سموهم.

3 اعادة النظر في بعض الوسائل الاعلامية مثل الشريط الاسلامي والمطويات والكتيبات وما في حكمها , وخاصة تلك التي توزع دون ترخيص في غالبية الأحيان مع الحرص على توظيفها في نشر الدعوة الصحيحة واتباع منهج الوسيلة القائم على الاعتدال.

4 الاستخدام الفعال لكل أدوات النشر والاعلام والاتصال كأداة وشرط ضروري لنجاح استراتيجية المواجهة في جميع أبعادها وجوانبها الدينية والسياسية و الاقتصادية والاجتماعية والتربوية والتعليمية و الاعلامية والفكرية و التشريعية و القضائية و الأمنية وغيرها.

5 مراعاة التنوع و التماثل المناطقي , والتنوع الثقافي والفني الاجتماعي لمختلف المستويات الاجتماعية والفكرية في جميع مناطق المملكة عبر وسائل الاعلام المختلفة , مع ضرورة توازن حجم المواد الوعظية وبرامج الاعلام الأمني مع بقية المواد المعروضة و التركيز على البرامج الحوارية والثقافية , والبرامج الموجهة للأسرة والمجتمع والشباب مع النظر في تطوير قناة شبابية متنوعة.

6 استغلال المقدرات الدينية بالمملكة العربية السعودية في استعراض سماحة المسلمين وسعيهم للعبادة والدين من كافة أرجاء الأرض والعمل على ايجاد برامج مكثفة للتبادل الثقافي والفعاليات الثقافية والتظاهرات الاعلامية مع مختلف دول العالم , وفتح المجال واسعا أمام زيارة المثقفين والاعلاميين و الأكاديميين للمملكة.

7 رفع الحداد عن وسائل الاعلام المحلية في الفن والمسرحية الهادفة والقلم والنظيف.

8 تشجيع اقامة الفعاليات الثقافية والفنية في مختلف مناطق المملكة.

9 النظر في صيغة مناسبة لدور عرض عامة للفعاليات الثقافية والفنية تحت أسماء محلية وبصفة خاصة في المدن المهيئة اجتماعية وثقافية لذلك.

10 تشجيع انشاء مؤسسات لقياس الرأي العام.

11 النظر في اعادة البث التلفزيوني من المناطق على الأقل لساعات محددة يوميا , بهدف بث برامج محلية تلائم ثقافة وفن كل منطقة في المملكة وتعكس خصوصيتها.

12 العمل على تلبية احتياجات الجمهور الفكرية والثقافية.

13 تقديم برامج اعلامية متخصصة لتوعية الجمهور بأخطار الفكر المتطرف.

14 التوعية الثقافية والتنوير الديني بأسلوب عصري متطور.

15 الانفتاح الرشيد على الآخرين.⁹

رابعاً- إستراتيجية الإعلام الأمني الجزائري :

تنمية السلوك الاجتماعي العام: أي تحقيق الأمن والطمأنينة والسكينة وذلك من خلال القيام بحملات إعلامية تهدف إلى توعية الرأي العام وتنويره بواجبه حيال القضايا الأمنية والإرشاد إلى أفضل السبل المراد تحقيقها لحماية الأرواح والأموال من خطر الجريمة وأخطار الجهل بسبل السلامة.

توفير قاعدة معلومات أمنية تضمن للرأي العام حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمني ذات الصلة بشؤون الحياة في الحاضر والمستقبل، والاشتراك بقضايا المجتمع ومشكلاته، حيث إن حجب المعلومات الصحيحة عن أي جريمة يؤدي إلى الاعتماد على الشائعات والاقاويل الخاطئة أو المبالغ بها بدلا من الحقائق التي تمتلكها أجهزة الأمن، وفي ظل غياب المعلومات تنتشر الإشاعة بين المواطنين للجوء إلى وسائل الإعلام الخارجية، لمعرفة ماذا يجري داخل مجتمعاتهم ، وهنا فالإعلام الخارجي من خلال التجربة لا يلتزم بالتاكيد بمصلحة الوطن والمواطن، بل له دوافع عدوانية يبثها عبر وسائله الإعلامية بأساليب مغرضة من خلال ما ينشر ويذيع من معلومات.¹⁰

-ندوات ورش عمل.

-مقالات مكتوبة في الصحف و المجالات و وسائل الإعلام من خلال شبكة الأنترنت.

-لقاءات وندوات في المنتديات و المراكز الشبابية و النقابية في المدن و القرى.

-استغلال الإذاعة لبث و عقد مثل هذه اللقاءات و التمثيلات و الندوات.

-نشر إعلانات المرفقة بصور مرسومة في الصحف و الدوريات مع الأخذ بعين الاعتبار الجهات المستهدفة من هذه الإعلانات و الفئة العمرية، و عدم الإغفال عن الجانب الحي لهذه البرامج لفتح فرصة أكبر للمشاركة و الاستفسار من قبل المواطنين و المهتمين و المتابعين لهذه المستجدات.

-المواقع الإلكترونية للجهات الإعلامية لدعم الإعلام الأمني مع الجرائم المستحدثة فإنه يجب الانتباه جيدا و الحذر من الأبعاد السلبية للنشر المفرط و غير مدروس للتوعية من خطر الجرائم المستحدثة تحسبا لنشر مثل هذه الجرائم في المجتمع.¹¹

لذا إن الاستراتيجية الأمنية، وهي الكيفية التي بها و عن طريقها يمكن حشد كل الامكانيات و الطاقات البشرية و الاقتصادية لدولة ما، لتمثل جهدا مشتركا لتحقيق هدف عام عبر خطط و برامج و مشروعات محددة.

من هنا أصبح الإعلام عملا ضروريا و حيويا ، وبذلك يمكن أن تعرف الاستراتيجية الأمنية المحددة التي تساهم في دعم رسالة الشركة في خدمة المجتمع.¹²

خلاصة الفصل

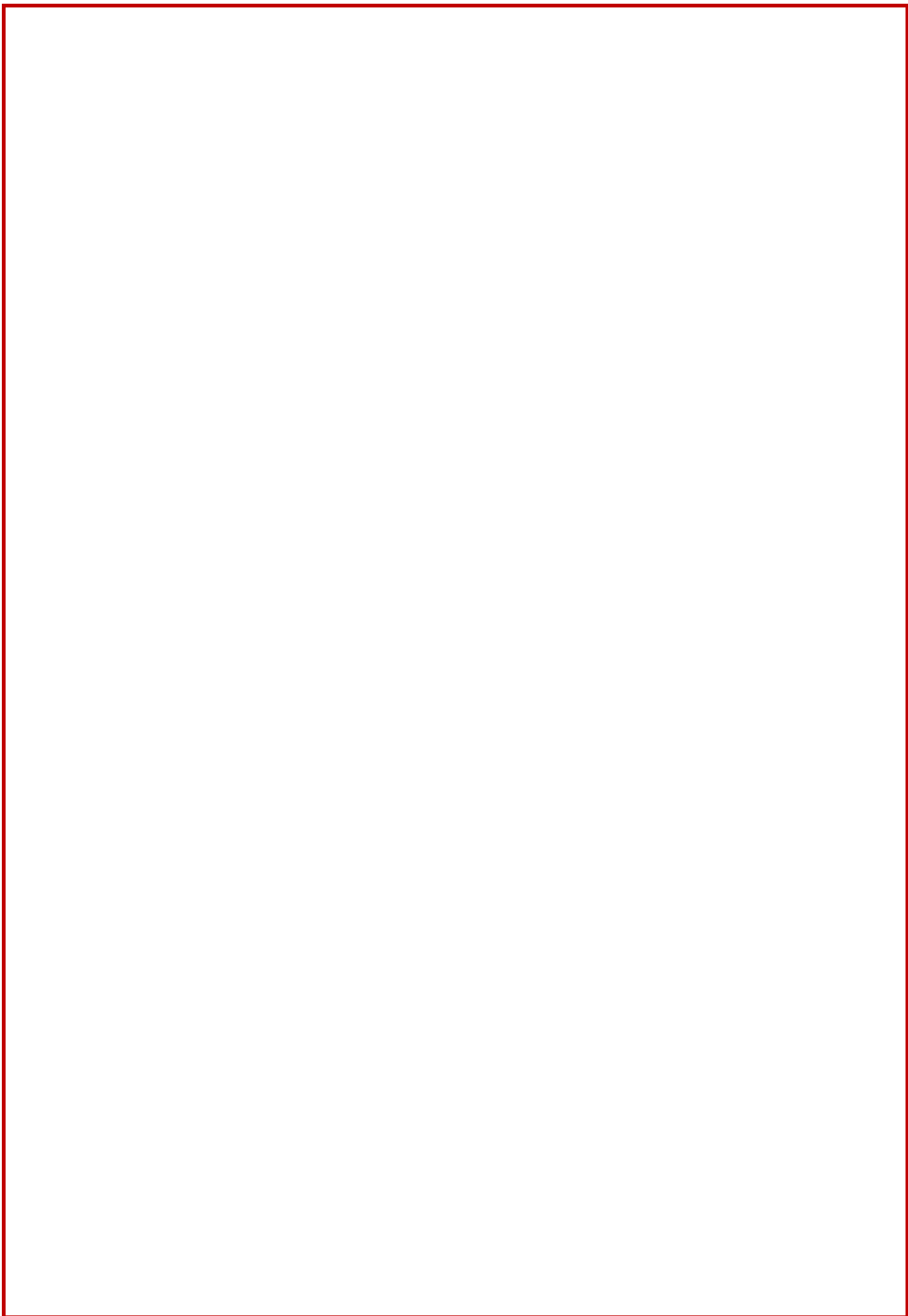
تناول هذا الفصل الاعلام الأمني كونه أداة فعالة تستخدمها المؤسسات الأمنية لتحقيق أهدافها التوعوية الأمنية حيث أن دوره لا يقتصر فقط على نقل المعلومة بل أوسع من هذا علة اعتبار أنه آلية ناجحة في

نشر الوعي المجتمعي بأثر الجريمة السلبية وكيفية الوقاية منها عن طريق أساليب التي تطرقنا اليها في هذا الفصل يتبين لنا أن الاعلام الامني ليس فقط أداة لنقل المعلومات بل هو مكون مؤثر داخل الهيكل الأمني الشامل .

قائمة التهميش الفصل الرابع:

- 1 محمود شاكر سعيد، خالد بن عبد العزيز الحرفش، كتاب مفاهيم امنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط 1، 2010، ص53، ص54.
- 2 عبد الرحمان بن محمد عسيري، كتاب العمل الأمني العربي المشكلات والحلول، اكااديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2000، ص31.

- 4ط1، 2015. محمود عزت العام، ماهر عودة الشمايلة، الاعلام الأمني، دار الاعصار للنشر والتوزيع،
- 5 والي عبد اللطيف، بوبعاية كمال، تفعيل دور الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة، جامعة محمد بوضياف، مجلة الفكر القانوني والسياسي، الجزائر، المجلد 5، العدد 1، 2011، ص30، ص31.
- 6 عبد الله جعفر كوفلي، العمل الأمني الناجح {دراسة نظرية تحليلية}، دار الخليج، 2018، ص213.
- 7 جلال الدين محمد صالح، السياسة الإسلامية في الوقاية من الجريمة، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، ط1، 2014، ص118.
- 8 إيهاب ربحي الغصين، اثر الاعلام الأمني على أداء العاملين في الأجهزة الأمنية في قطاع غزة، ، 2012، ص22.
- 9 عقيد مضلي، دور الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، ندوة علمية، بيروت، 2011، ص14، ص15، ص16.
- 10 نور هان سليمان، تكنولوجيا الاعلام المتخصص ديناميات مستقلة، 2020، ص164.
- 11 آل سيد الشيخ فاطمة، موساوي صبيحة، دور الاعلام الأمني والتكنولوجيا للاتصال الحديثة في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016، ص81.
- 12 أبكر السليك أبكر، امين ادريس، الرخيص عمر، استراتيجيات الاعلام الأمني في فض الخزاعات و تحقيق العيش المشترك من منظور دبلوماسي، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية ، مجلد2 ، العدد رابع ، 2023 .



الفصل الخامس :

الإطار الميداني

تمهيد

يعد تحليل البيانات الميدانية، خطوة محورية في أي دراسة تهدف إلى فهم الظواهر الاجتماعية بصورة معمقة، وانطلاقاً من أهمية الموضوع الذي تناولته هذه الدراسة المتمثل في دور الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية ودورها في محاربة الجريمة، فقد تم تخصيص هذا الفصل لتحليل النتائج التي تم الحصول عليها من خلال استمارة البحث الميداني.

حيث يهدف هذا الفصل إلى تقديم قراءة تحليلية للتعليقات وتفسيرات الجداول الإحصائية، من خلال ربطها بالإطار النظري للدراسة واستخلاص أهم المؤشرات والدلالات التي تساعد على

فهم مدى تأثير الحملات الإعلامية التي تطلقها المؤسسات الأمنية لمحاربة والتصدي للجريمة في ولاية الطارف.

كما يسعى هذا الفصل إلى إبراز الفروقات في الآراء وتسليط الضوء على مدى تأثير الإعلام الأمني في توعية المجتمع بالقضايا الأمنية.

تفريغ البيانات وتحليلها

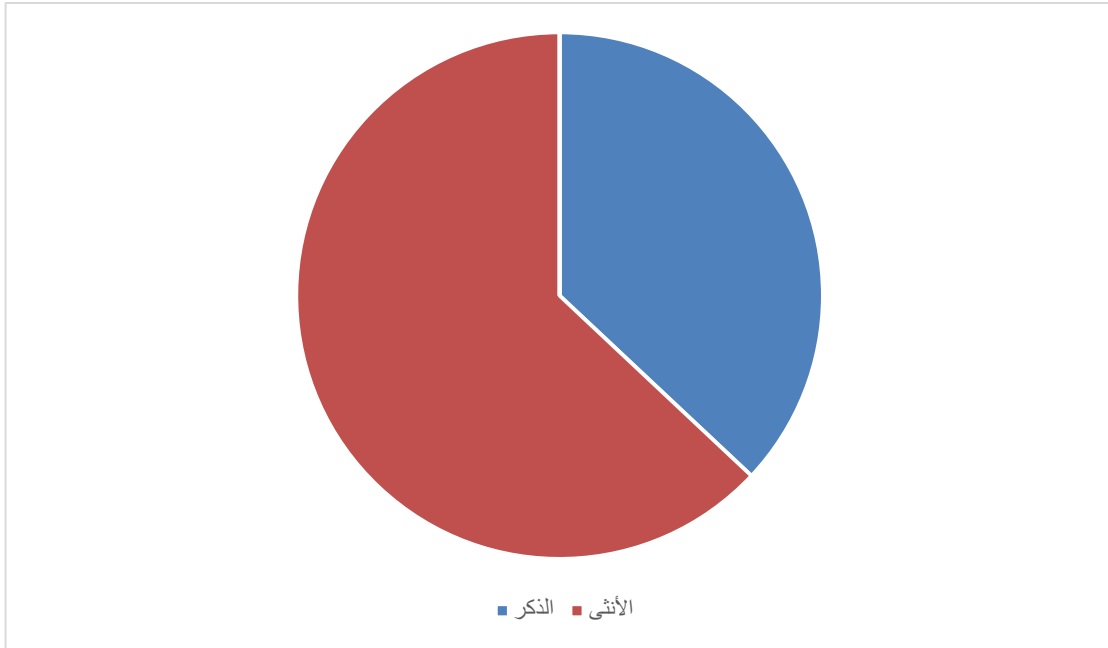
1_ المحور الأول :

1_ التوزيع النسبي للأفراد العينة من حيث متغير الجنس :

الجدول رقم 1 يوضح توزيع النسبي أفراد العينة من حيث متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسب المئوية
الذكر	22	37%
الأنثى	38	63%
مجموع	60	100%

الشكل 1 : دائرة نسبية تمثل توزيع النسبي أفراد العينة حسب الجنس



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة من حيث متغير الجنس وجدنا أن 37% لجنس الذكر على قلة المشاركة و ضعف نسبة الإهتمام بهذه المواضيع و إختياراهم لتحفظ بعدم إدلاء برأيهم تجاه موضوعنا ربما نتيجة الحذر أو أن لديهم رأي مخالف لأسئلة الاستبيان ، أيضا نستطيع قول أنه من الممكن أن تكون فئة الذكور تأثرهم محدود برسالات الحملات الإعلامية التي تركز عليها المؤسسات أمنية " الشرطة" ويشعرون بأنهم أقل عرضة للجرائم و أقل حاجة للحماية بفئة الإناث.

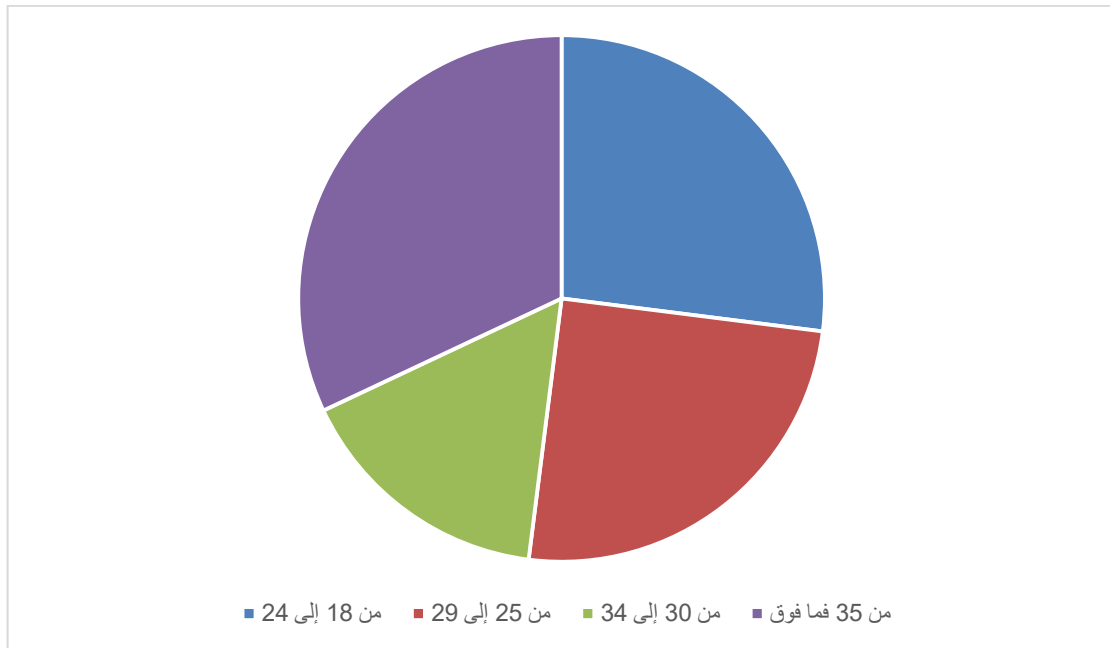
في حين لاحظنا 63% لفئة الإناث و هذه تدل على النسبة العالية لمشاركة الإناث بسبب إمكانية وجود اهتمام ملحوظ من طرفهم بموضوع البحث الذي يتمثل في دور الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية و دورها في محاربة الجريمة و أيضا يمكننا القول أن فئتهم تكون لديها حساسية أكثر نحو قضايا الأمن والمشاكل التي تهدد إستقرار المجتمع خاصة الجرائم بمختلف أشكالها فهم يضعون ثقتهم الكاملة في المؤسسات أمنية.

2_ النسب المئوية لأفراد العينة حسب العمر :

الجدول رقم 2 يمثل النسب المئوية لعمر المبحوثين

العمر	التكرار	النسب المئوية
من 18 إلى 24	16	%27
من 25 إلى 29	15	%25
من 30 إلى 34	10	%16
من 35 فما فوق	19	%32
المجموع	60	%100

الشكل 2 : دائرة نسبية تمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب العمر



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأفراد العينة حسب العمر حيث وجدنا 27% للفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة في حين لاحظنا 25% في السنة العمرية التي تراوحت من 25 إلى 29 سنة كما وجدنا 16% للفئة العمرية التي تراوحت من 30 إلى 34 سنة في الاخير كانت نسبة 32% للفئة العمرية التي كانت من 35 سنة وما فوق وإن دل هذا على شيء فإنه يدل أن الفئة اكبر من 35 سنة فما فوق بنسبة 32% وهي الفئة عادة ما تكون أكثر وعيا بما يدور حولها وأكثر نضجا من الجانب الفكري والاجتماعي وتكون مدركة بمخاطر الجريمة وانعكاساتها على أمن المجتمع ، يلاحظ على هذه الفئة تفاعل أكبر مع رسالات التوعوية للمؤسسات الأمنية عبر الحملات الإعلامية كما يمكن أن تكون هذه المواضيع مركز اهتمام بنسبة لهم ويمكنهم إبداء رأيهم بدون قيود وحسب تجاربهم السابقة في الحياة

ثم فئة من 18 إلى 24 بنسبة 27% وفئة من 25 إلى 29 بنسبة 25% وهما نسبتين كبيرتين تدل على وجود فئة شبابية تعتبر هذه الفئة ركيزة الأساسية في المجتمع لأنهم في هذه المرحلة تبدأ شخصيتهم تتكون ويصبح بإمكانهم الاندماج مع مختلف الفئات الأخرى وسهولة تأثرهم بالرسائل أمنية التي تطلقها المؤسسات الأمنية على الإعلام الرقمي ، فإن الشباب يمثلون الفئة المستهدفة للحملات الإعلامية ويتفاعلون معها في الواقع ومنصات التواصل الاجتماعي ويمكن لهذه المنصات أن تؤثر في تغيير سلوكياتهم واتجاهاتهم

في اخير فئة 30 إلى 34 بنسبة 16% وهي أقل نسبة يمكننا القول أنهم في بداية النضج ويتميزون بتقييمهم للمؤسسات الأمنية و الحملات الإعلامية التي يقومون بها .

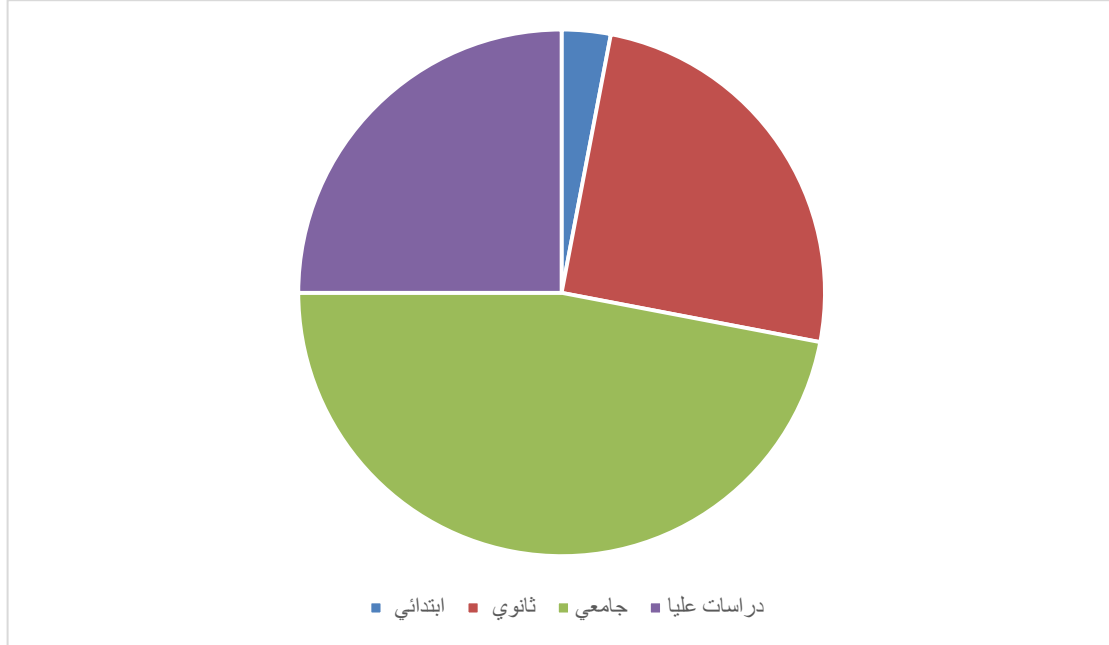
3_ توزيع النسبي للعينة حسب المرحلة التعليمية :

الجدول رقم 3 يمثل توزيع نسبي للعينة حسب المرحلة التعليمية

النسبة المئوية	تكرار	مستوى التعليمي
3%	2	ابتدائي
25%	15	ثانوي
47%	28	جامعي
25%	15	دراسات عليا

المجموع	60	%100
---------	----	------

الشكل 3 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسبي للعيينة حسب المرحلة التعليمية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأفراد العينة حسب المستوى التعليمي ، وجدنا بأن المستوى الابتدائي بنسبة 3% وهي نسبة ضعيفة ويرجع ذلك لتوقفهم عن دراسة في مستوى الابتدائي فإن معلوماتهم التعليمية محدودة مقارنة بفئات الأخرى فقدرتهم على فهم رسالات المؤسسات الأمنية ضئيلة لذلك يجب على هذه المؤسسات تجنب لغة صعبة وخاصة مصطلحات القانونية .

في حين لاحظنا 25% للمستوى الثانوي تعتبر هذه الفئة مهمة بالنسبة للمجتمع وخاصة مستهدفة أيضا من طرف الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية ، ان هذه الفئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا ويمكننا القول أنهم يؤمنون هذه المنصات مما يجعلهم أكثر عرضة للتأثيرات الحملات الإعلامية التي تطلقها المؤسسات الأمنية مقارنة مع باقي فئات تكون لدى هذه الفئة مكتسبات محدودة فيما يخص الوعي الأمني لكن هناك طريقة حتى يصبح لديهم المعرفة الأمنية يمكن أن تتعاون التربوية مع الأمنية عن طريق إلقاء محاضرات من طرف الطاقم الأمني

كما وجدنا 47% للمستوى الجامعي ويرجع ذلك بأنهم يمتلكون ثقافة علمية توفر لهم الفرصة لتحليل رسائل الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية وإمكانية تفسيرها للأهداف هذا الاستبيان ، لذا فإن نظرتهم للمحتوى الأمني تختلف عن باقي المستويات التعليمية فطالب الجامعي يمتلك

أسلوب تفكير ومنهج يتبعه للتمييز بين ماهو صحيح وخاطئ لأن هذه الفئة تعتبر فئة واعية ولديهم القدرة على نشر الوعي أمني إلى أسرهم أو زملائهم .

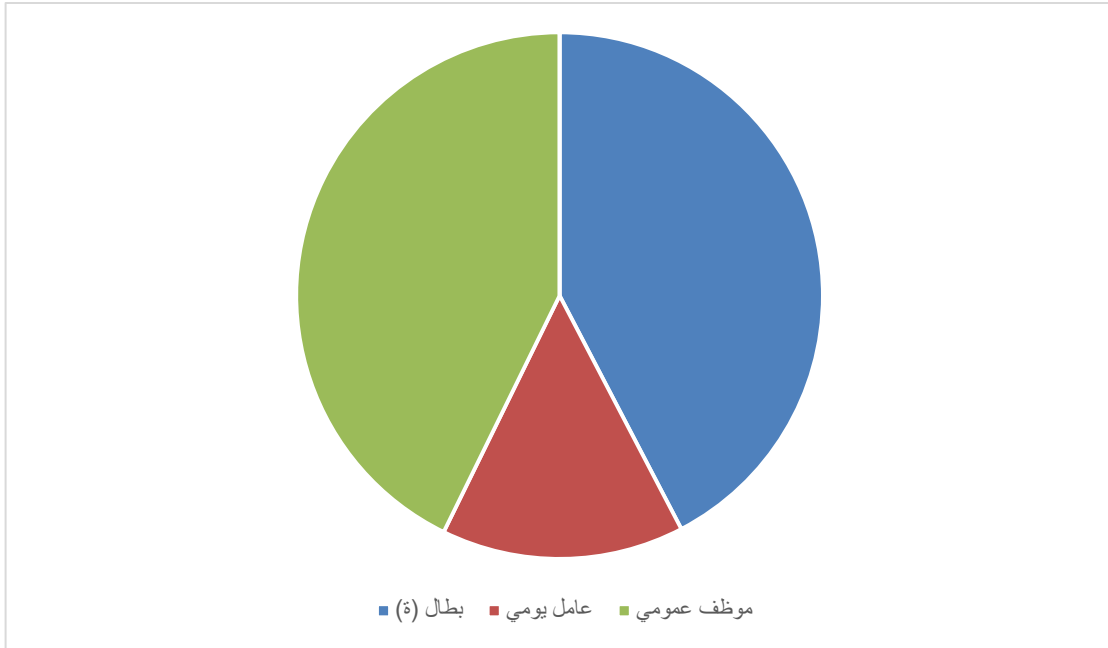
في الأخير كانت نسبة دراسات العليا 25% وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على هذه العينة تتسم بإمتلاكها خبرات أكاديمية ومهارات ومستوى عال ويمكنها التفاعل مع جميع قضايا المجتمع مثل الجرائم التي تهدد المجتمعات وللإختلاف إختصاصاتهم في مجالات المعينة في دراساتهم العليا مثل العلوم السياسية ، أو دخولهم وإنخراطهم مع المؤسسات أمنية ، فهذه الفئة تتمتع بوعي أكبر بتهديدات الأمنية وذلك بسبب ينتمون إلى فئة التعليم العالي المتقدم و حسب مهاراتهم يمكنهم المشاركة في حملات التوعوية مع مصالح الشرطة أو التفاعل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4_ توزيع العينة حسب التخصص الوظيفي :

الجدول رقم 4 يوضح توزيع العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	تكرار	النسبة المئوية
بطل (ة)	25	42,6%
عامل يومي	9	15%
موظف عمومي	26	43%
المجموع	60	100%

الشكل 4 : دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب التخصص الوظيفي



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأفراد العينة حسب التخصص الوظيفي وجدنا نسبة 42,6% لفئة البطال وهذا دليل مباشر على أن نسبة البطالة مرتفعة في المجتمع ومن جهة أخرى لديهم الوقت في المشاركة والتفاعل مع استبيانات وأيضا هذا يجعلهم يشعرون بأن لديهم قيمة داخل المجتمع ويعبرون عن رأيهم بكل ثقة.

في حين لاحظنا 15% في وظيفة عامل يومي وهذا يدل لديه مكانة مهمة في المجتمع في مختلف قطاعات ، يعيش أوضاع غير مستقرة ولكن لديه القليل من الوعي حتى يفهم رسالات المؤسسات الأمنية.

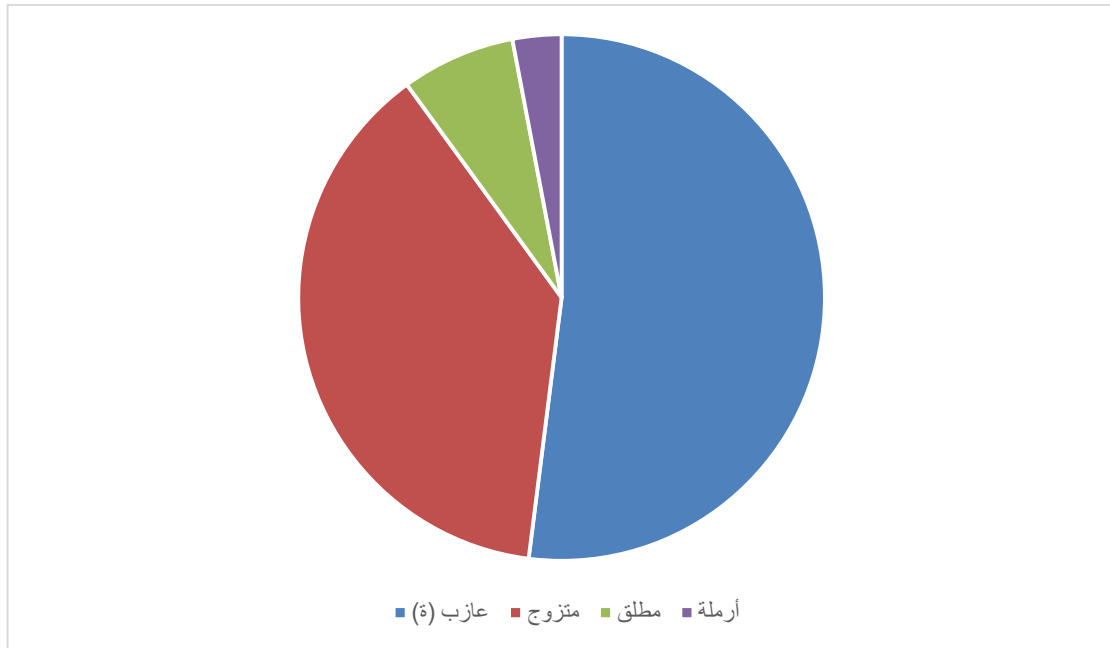
في الأخير كانت نسبة 43% لفئة الموظف العمومي وهذا يدل على تفاعل الواضح ويعد الموظف العمومي من المكونات الرئيسية في دولة الجزائرية نظرا لعلاقته المباشرة بمؤسسات القطاع العام كالبلديات و الإدارات و المؤسسات التعليمية والصحية ، ويكون الموظف العمومي أكثر رغبة في المشاركة في مثل هذه الدراسات ويملك الموظف العمومي مستوى تعليمي يجعله يفهم ويتفاعل مع مثل هذه الاستثمارات وخاصة إذا كان المحتوى يمسه مباشرة تزداد نسبة المشاركة.

5_ النسب المئوية للحالة المدنية:

الجدول رقم 5 يوضح التوزيع النسبي للحالة المدنية للعينة

حالة مدنية	تكرار	النسبة المئوية
عازب (ة)	31	%52
متزوج	23	%38
مطلق	4	%7
أرملة	2	%3
مجموع	60	%100

الشكل 5 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي للحالة المدنية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

تشير الاحصائيات أن هناك اختلاف كبير في حالات المدنية حيث العزاب بنسبة 52% وهي أعلى نسبة يمكن أن تدرج ذلك إلى أغليبتها الشباب وذلك بسبب توزيع أغلبية استبيانات في جامعة وثانيا المتزوجون بنسبة 38% .

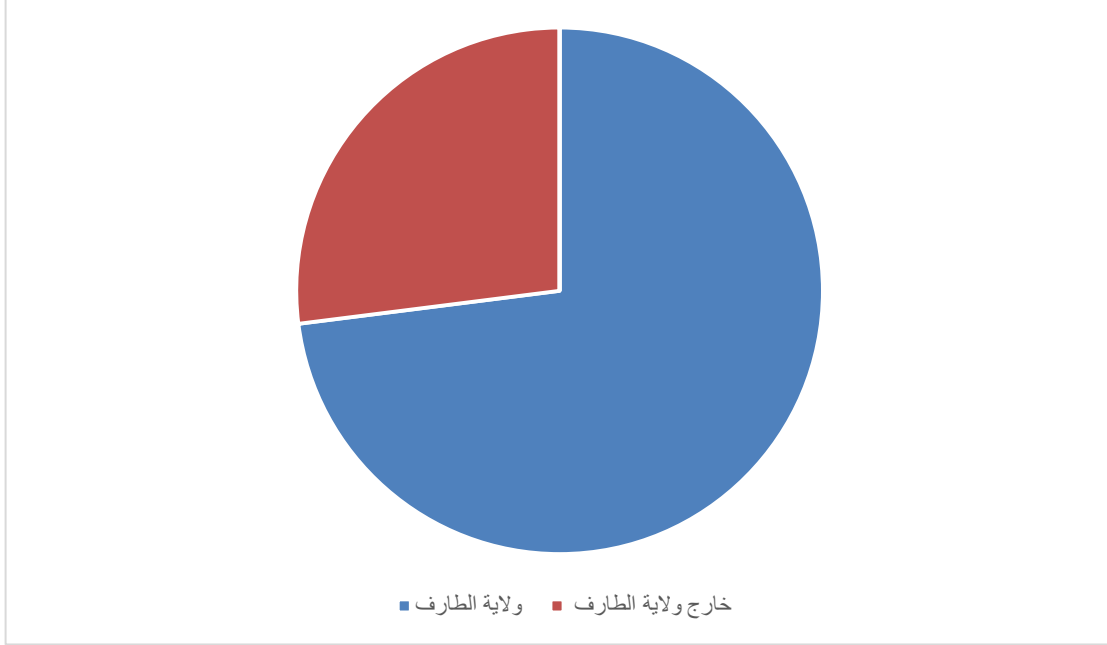
6_ التوزيع السكني للأفراد العينة :

الجدول رقم 6 يمثل التوزيع النسبي لمسكن أفراد العينة

مسكن	تكرار	النسبة المئوية
ولاية الطارف	44	73%
خارج ولاية الطارف	16	28%

مجموع	60	%100
-------	----	------

الشكل 6 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي للسكن



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأفراد العينة حسب المسكن وجدنا أن نسبة 73% لمسكن ولاية الطارف وهذا يشير أن أفراد الذين مكان إقامتهم في ولاية الطارف هم معرضون بدرجة أكبر للحملات الإعلامية الأمنية وذلك عبر وسائل الإعلام أو هناك من يقوم بالمشاركة في الحملات التوعوية مع مصالح الشرطة في الولاية ، وهذا الاندماج يؤدي إلى إمكانية نجاح الحملات الإعلامية بعد تأثرهم بها ، وتكوين لديهم الوعي الأمني ، فالحملات الإعلامية الأمنية تناسب مع طبيعة الأوضاع في ولاية الطارف

في حين لاحظنا 28% لمسكن خارج ولاية الطارف وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على الفئة التي تستقر خارج ولاية الطارف وهذه العينة أقل تفاعلا مع الحملات الإعلامية ، قد يستخدمون وسائل الإعلام العامة لفهم رسائل الحملات ، فرسائل المؤسسات أمنية معدة خصيصا لسكان ولاية الطارف تختلف عن تلك الموجهة لسكان الخارجيين .

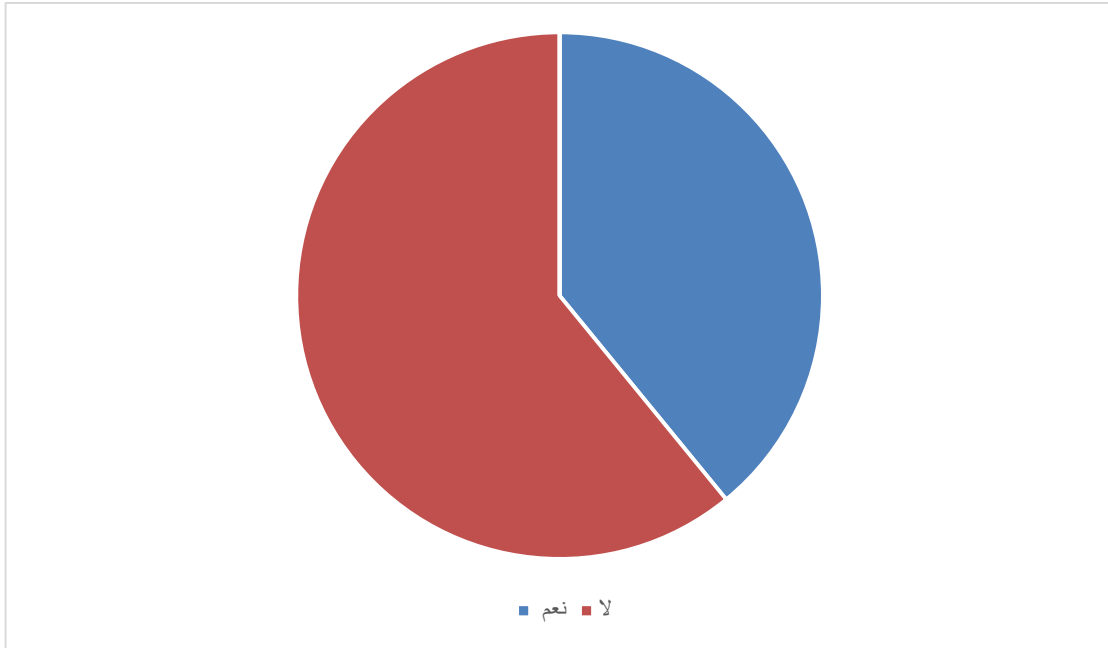
2_ المحور الثاني :

1_ التوزيع النسبي للمبحوثين حسب الاشتراك في صفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي لولاية الطارف :

الجدول رقم 1 يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين حسب الاشتراك في صفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي لولاية الطارف

الاحتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	26	43%
لا	34	67%
مجموع	60	100%

الشكل 1 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي حسب الاشتراك في صفحة الشرطة



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للمبحوثين حسب الاشتراك في صفحة الشرطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لولاية الطارف وجدنا نسبة نعم 43% وهذا يشير أن هناك تفاعل إيجابي يعني هناك فئة تتابع وتهتم بالمحتوى الأمني التي تنشره صفحة الرسمية وتتفاعل مع المؤسسة الأمنية من خلال مناقشتها للحملات الإعلامية لكن هذه نسبة متوسطة يجب على صفحة الاهتمام بهذا الجانب و العمل على تحسين المحتويات واستخدام استراتيجيات رقمية فإن لفت إنتباه الجماهير يكون عن طريق نشر أخبار والقوانين الجديدة للعقوبات الجرائم والابتعاد عن أسلوب قصصي أي تقارير والمقالات فنحن في عصر الرقمنة خاصة فئة شباب التي تفضل مقاطع الفيديو ذو جودة عالية .

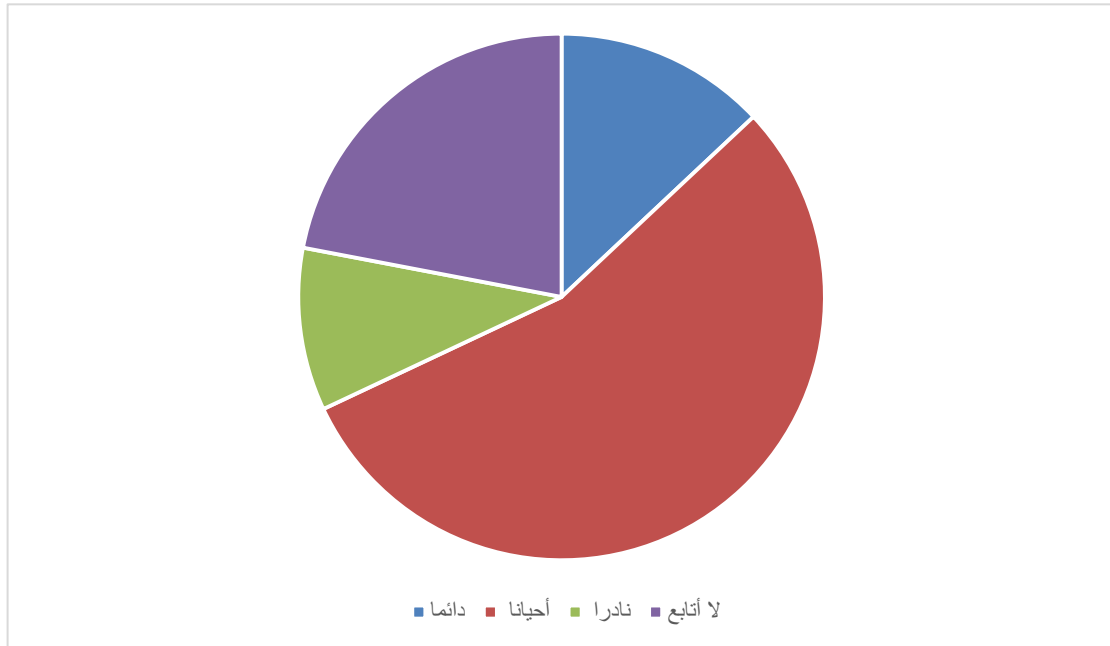
في حين لاحظنا نسبة لا 67% وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على ان دعم الاشتراك لصفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي بسبب نقص المحتوى من خلال إعتقاد أصحاب صفحة للأسلوب قديم مثل نشر تقرير ومقالات مما يجعل الأفراد يملون من مثل هذه المحتويات ، فيصبح يفضل مصادر إعلامية أخرى ، فإذا كانت رسالة الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية لا تصل للجمهور المستهدف ولم يتفاعل معها فلن يكون هناك تأثير بها ويرجع بسلب على حملات توعوية والإعلامية التي تسعى إلى نشر الوعي الأمني.

2_ درجة متابعة التغطيات الإعلامية للشرطة ولاية الطارف:

الجدول رقم 2 يمثل التوزيع النسبي للمبحوثين حسب مدى متابعتهم التغطيات الإعلامية للشرطة ولاية الطارف

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
دائما	8	13%
أحيانا	33	55%
نادرا	6	10%
لا أتابع	13	22%
مجموع	60	100%

الشكل 2 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي حسب متابعتهم التغطيات الاعلامية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لمدى متابعة للمبجوثين التغطيات الإعلامية للشرطة وجدنا نسبة دائما 13% وأنهم من يفضلون تقارير تقليدية أو نوع مختلف من المحتويات يحظى باهتمام الأقلية لذلك يجب على مؤسسات الأمنية أن تعمل على تنوع المحتويات لجذب الإنتباه أكثر ، كما وجدنا نسبة نادرا 10% وهذه الفئة لديها نسبة اهتمام ضعيف جدا وهذا بسبب ضعف تأثير التغطيات الإعلامية على هذه العينة يرجع ذلك لغياب التغطية التي تثير فضولهم أو انعدام المحتويات التي تجذب انتباههم وتتماشى مع آرائهم .

في حين لاحظنا أحيانا 55% ويشير هذا إلى وجود اهتمام غير منتظم بنشاطات الشرطة بزيارات التي يقومون بها في مراكز التعليمية ، وهذا يدل على افتقار الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية و المعلومات واخبار التي تلفت إنتباه الجماهير ، لذلك عليها العمل على التغطيات الإعلامية من خلال الاستعانة بأشخاص لديهم الخبرة في المجال الإعلامي وخاصة الحملات الإعلامية التي تساهم في نشر ثقافة توعوية الأمنية ويطور دورها في محاربة الجريمة داخل المجتمع.

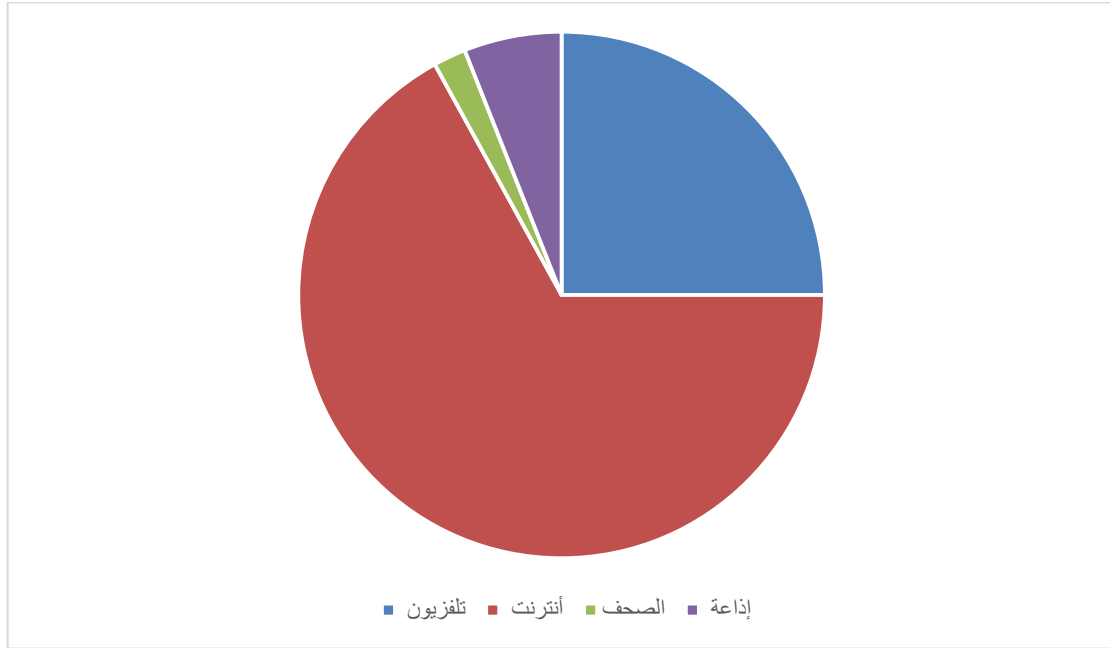
في الأخير كانت نسبة لا أتابع 22% وان دل هذا على شيء فإن يدل على غياب المتابعة التغطيات الإعلامية للمؤسسة أمنية بسبب عدم اهتمام بمحتويات الشرطة أو ضعف الثقة بالأخبار الأمنية الصادرة من المؤسسة أو قلة المصداقية المعلومات بالتالي لا يمكن أن تأثر الحملات الإعلامية بهذه الفئة .

3_ التوزيع النسبي للمبجوثين حسب الوسائل الإعلامية الأكثر اعتمادا :

الجدول رقم 3 يوضح التوزيع النسبي للمبجوثين حسب نوع الوسائل الإعلامية الأكثر اعتمادا

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
تلفزيون	15	25%
أنترنت	40	67%
الصحف	1	2%
إذاعة	4	6%
مجموع	60	100%

الشكل 3 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي حسب نوع الوسائل الاعلامية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأفراد العينة حسب نوع الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها أكثرنا وجدنا نسبة 25% لوسيلة التلفزيون وهذا يشير على استمرارية تأثيره بالأخص على الذين يفضلون الأساليب الإعلامية تقليدية ، ولكن هذا لا يضع من تفاعل مع الرسائل الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية فهو يعتبر من وسائل الإعلام التي تعتمد عليه الشرطة في تغطياتها لأنه يأتُر عن طريق الصوت والصورة ، وهذا الأمر الذي يجعله ملائماً لبث الحملات الإعلامية ودورها في محاربة الجريمة والمخاطر التي تنجم عنها .

في حين لاحظنا 67% لوسيلة الانترنت وهذا يعني أن الانترنت الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداماً من طرف المبحوثين يمتاز بسرعه في نشر المعلومات وسهولة التواصل المباشر مع الجمهور ، وهذا يجعل أنترنت وسيلة إعلامية فعالة تساعد في إيصال الرسائل الإعلامية التوعوية التي تطلقها المؤسسات الأمنية ، كما تضمن نجاح الحملات الإعلامية الموجهة إلى مختلف الفئات بالتحديد الشباب

كما وجدنا نسبة 2% لوسيلة الصحف يعني أنها هي وسيلة الإعلامية الأضعف استعمالاً أي أن تأثيرها تراجع كوسيلة الإعلامية مقابل الوسائل الإعلامية الأخرى لكن هناك فئات في المجتمع مازالت لديها أهمية وذات مصداقية ولكن هذا لا يمنع المؤسسات الأمنية من الاعتماد عليها في نشر حملاتها الإعلامية من أجل إبراز جهودها في إيصال رسائلها الأمنية والتوعوية .

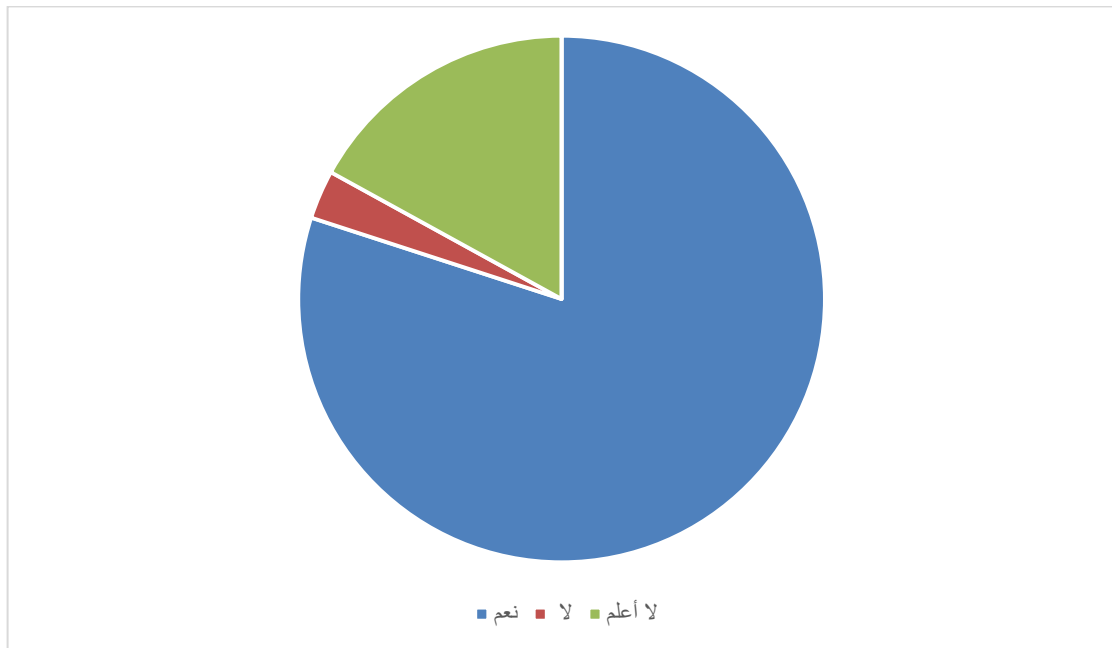
في الأخير كانت نسبة إذاعة 6% وان دل هذا على شيء فإنه يدل على رغم ضعف نسبة استخدام الإذاعة إلا أن هناك من يفضلها ويعتبرها الوسيلة الأفضل لتلقي المعلومات خصوص من يعيش في المناطق الريفية فهي غير مكلفة كما يمكن للمؤسسات الأمنية الاعتماد عليها في حملاتها الإعلامية .

4 رأي المبحوثين في دور التغطيات الإعلامية للأمن و الاستقرار :

الجدول رقم 4 يمثل توزيع نسبي لرأي المبحوثين في دور التغطيات الإعلامية للأمن في تحقيق الأمن والاستقرار

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	48	80%
لا	2	3%
لا أعلم	10	17%
مجموع	60	100%

الشكل 4 : دائرة نسبية تمثل التوزيع نسبي في دور التغطيات الاعلامية للأمن



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لمساهمة التغطيات الإعلامية لمن في تعزيز الأمن والاستقرار وجدنا نسبة 80% نعم وهذا يدل على فهم الجماهير بدور الإعلام في نشره لوعي الأمني وأيضا هذه النسبة المرتفعة إثبات على وعي فئات المجتمع للأهمية الإعلامية الإعلام الأمني في تحقيق الاستقرار وهذه النسبة تدرك جيدا أن تغطيات الإعلامية للشرطة لها دور فعال في الوقاية من الجريمة ، يمكننا أن نرجع سبب وعي الجمهور للمجهودات التي تقوم بها الشرطة من خلال الحملات الإعلامية فهي تبذل كل قواتها للحفاظ على الأمن والاستقرار

في حين لاحظنا 3% لنسبة لا وهذا يعني على ظهور فئة تشكك من مصداقية المؤسسات الأمنية لتحقيق الأمن والاستقرار أو أن التغطية الإعلامية لا تقدم المضمون الذي يلفت الانتباه أو تثقيفي الذي يدعو للوقاية من الجريمة يمكننا أيضا أن ننسب هذا الأمر إلى ضعف الوعي الأمني لديهم أو ربما يعيشون في دائرة تستهدف إهمالا من طرف المؤسسات الأمنية

في الأخير كانت نسبة 17% لا أعلم وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هناك وجود مجموعة مترددة حول ما إذا كانت التغطيات تقوم بعملها فلا بد أن نقدم تفسيرات أولها من الممكن أن تكون التغطيات الإعلامية غامضة وغير مفهومة حتى يفهمها الجميع ثانيا غياب ثقافة الإعلامية الأمنية ويجب على المؤسسة الأمنية أن تعمل على كسبه واستهدافه من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة حتى نضمن وصول رسالة الإعلامية الأمنية .

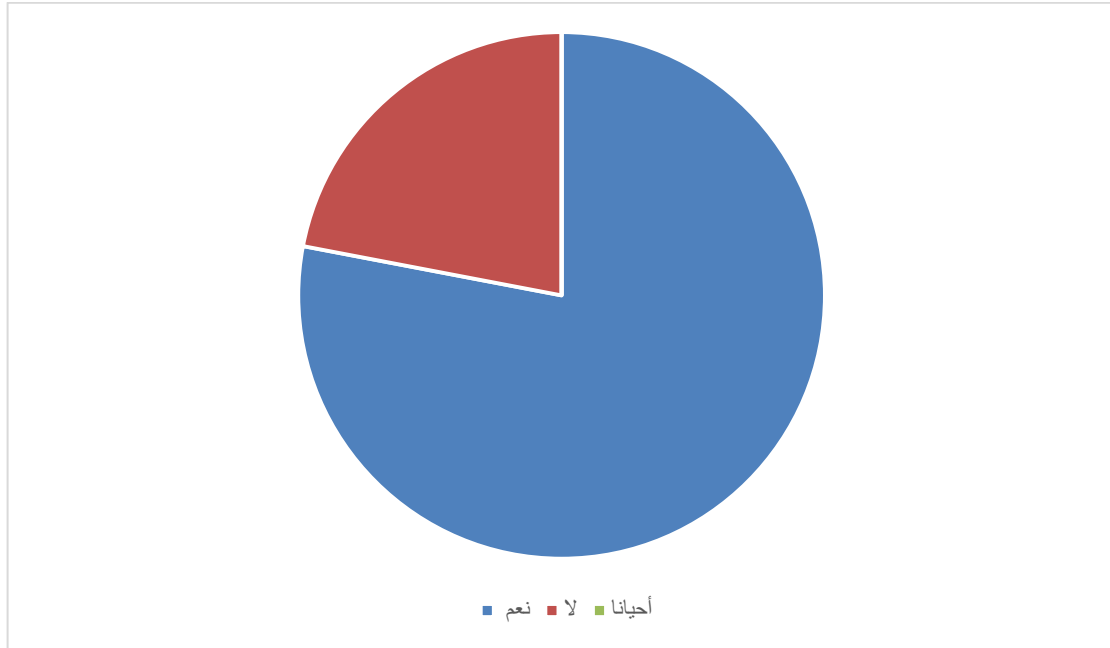
5_ تأثير الأخبار الكاذبة والإشاعات على أمن المجتمع من وجهة نظر المبحوثين :

الجدول رقم 5 يمثل توزيع نسب على أساس تأثير الأخبار الكاذبة والإشاعات على أمن المجتمع من وجهة نظر المبحوثين

إحتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	47	78%

لا	0	%0
أحيانا	13	%22
مجموع	60	%100

الشكل 5 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسب على أساس تأثير الاخبار الكاذبة والإشاعات على أمن



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لتأثير للأخبار الكاذبة والإشاعات على أمن المجتمع من وجهة نظر المبحوثين ، وجدنا نسبة 78% يؤكد هذا أن المبحوثين لديهم الوعي الأمني يمثل هذه القضايا فالأخبار الكاذبة والإشاعات تعد من تهديدات الخطيرة لأن لديها تأثير واضح وفوري على استقرار المجتمع وأمنه.

في حين لاحظنا نسبة 0% لا تدل على أن هو دليل على شبه اتفاق كلي مع جميع فئات المجتمع على أن اخبار الكاذبة والإشاعات تؤثر على أمن المجتمع .

في الأخير كانت نسبة 22% أحيانا وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على أنها لا تشكل بطبيعتها تهديد أمني يجب على المؤسسات الأمنية أن تعمل على إقناع هذه الفئة من خلال برامج التوعية وطرح تأثيرات التي تتركها الأخبار الكاذبة والإشاعات على الأمن المجتمعي وأيضا الحالات

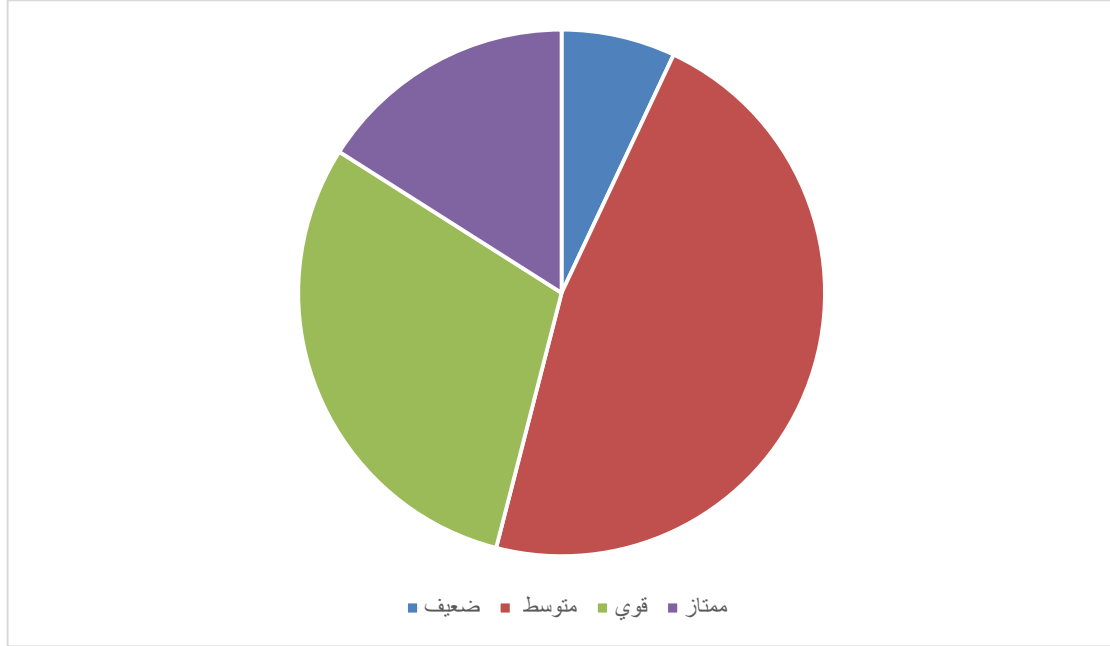
النفسية لفئات المجتمع خاصة في وقتنا الحالي حيث أصبح استخدام أكثر لوسائل التواصل الاجتماعي مما يسهل انتشار الواسع للأخبار المزيفة

6_ آراء المبحوثين حول تأثير الإعلام الأمني في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية :

الجدول رقم 6 يوضح تحليل النسبي لتأثير الإعلام الأمني في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية

إحتمالات	تكرار	النسبة المئوية
ضعيف	4	%7
متوسط	28	%47
قوي	18	%30
ممتاز	10	%16
مجموع	60	%100

الشكل 6 : دائرة نسبية تمثل تحليل النسبي لتأثير الاعلام الأمني في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأراء المبحوثين حول تأثير الإعلام الأمني في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية وجدنا نسبة ضعيف 7% يشير هذا إلى أن الفئة ترى الإعلام الأمني تأثيره ضعيف تعني أن هناك من يشير أن الإعلام الأمني لا يقوم بدوره في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية وضعف الانتقال الرسائل الإعلامية إليهم واعتماد المؤسسات الأمنية على محتوى لا يشكل مركز اهتمام عندهم .

في حين لاحظنا نسبة متوسط 47% وهذا يعبر عن التقدير الذي يقوم به الإعلام الأمني و تقدير الدور الذي يقوم به لكن هذا الدور لا يزال في مستوى محدود لأن هذه النسبة تدل على حاجة لتطوير وسائل الإعلام الأمني ليصبح أكثر تأثيرا خاصة نحن في عصر تكنولوجيا الرقمية يمكن الاعتماد عليها في مواجهة التحديات التي تطرأ في المجتمع والاستفادة من أدوات الاتصال الحديثة في نشر الوعي الأمني

كما وجدنا نسبة 30% للفئة التي ترى تأثير الإعلام الأمني في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية قوي تشير هذه النسبة لدور الفعال للإعلام الأمني حيث أنه لا يتوقف فقط عند نشر المعلومات أيضا يبرز دوره في توعية الأمنية و توجيه سلوكات الفئات وسبل الوقاية من الجريمة واعتبار الإعلام الأمني أداة متمكنة في تعزيز الوعي بالقضايا الأمنية

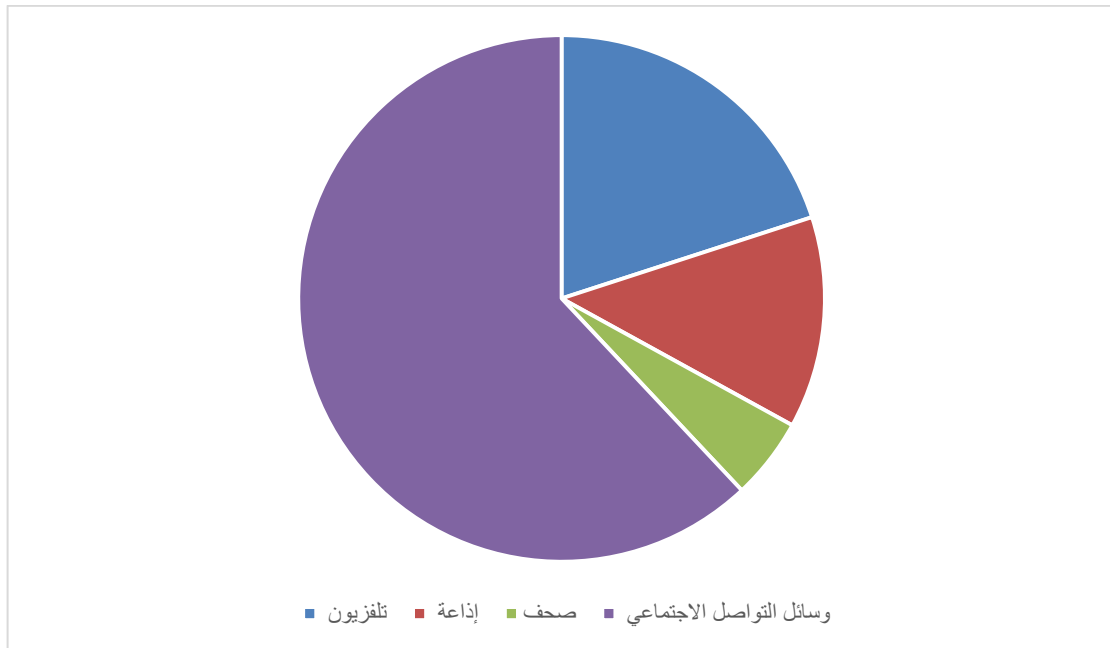
في الأخير كانت نسبة 16% للفئة التي ترى أن تأثير الإعلام الأمني ممتاز وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على إمكانية اعتبار هذه الفئة المثقفة بمستوى عالي والتي تتفاعل مع الإعلام الأمني ومحتويات الحملات الإعلامية لذلك يجب على مؤسسات الأمنية العمل على محتوى الذي تقدمه للشعب ومواصلة العمل على تطوير أساليبها لضمان ارتفاع النسبة

7_ آراء المبحوثين في الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا في نشر الوعي الأمني :

الجدول رقم 7 تحليل نسبي رأي المبحوثين في وسائل الإعلام الأكثر تأثيرا في نشر الوعي

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
تلفزيون	12	20%
إذاعة	8	13%
صحف	3	5%
وسائل التواصل الاجتماعي	38	62%
مجموع	60	100%

الشكل 7 : دائرة نسبية تمثل تحليل نسبي في وسائل الاعلام الاكثر تأثيرا في نشر الوعي



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

في الأخير كانت نسبة 62% لوسائل التواصل الاجتماعي وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هذه الوسائل أداة ناجحة في نقل الرسائل التوعوية والأمنية خاصة التوسع الكبير للهواتف الذكية والاستخدام الدائم للمنصات المختلفة ، فوسائل التواصل الاجتماعي تعد من أهم استراتيجيات المؤسسات الأمنية لنشر رسائلها بشكل سريع ، حيث يعتبر فئة الشباب هذه الوسائل كمصدر أساسي للأخذ بالمعلومات ويتفاعلون معها وتبرز أهميتها في نجاح الحملات الإعلامية من خلال هذه النسبة التي توضح أنها أصبحت ركيزة مهمة لنشر الوعي الأمني ومحاربة الجريمة

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأكثر الوسائل الاعلام تأثيرا في نشر الوعي الأمني وجدنا نسبة 20% لوسيلة التلفزيون تشير أنه لا يزال يحتفظ بدوره في نشر الوعي الأمني خاصة مع بروز الإقبال على وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن هناك من يزال يشعر بتأثيره وهو وسيلة مهمة في المنظومة الإعلامية للمؤسسة الأمنية فهي تركز عليه في إيصال رسالتها صوتا وصورة للجماهير وإمكانية التأثير عليهم لكن يلزم على مؤسسات أمنية أن تطور من أساليب العرض وتحسين جودة الشاشة من خلال تنسيق مع القنوات القضائية للفت الإنتباه المشاهدين وعدم إهمال هذه الوسيلة في حين لاحظنا نسبة 13% وسيلة الإذاعة هذا يعني الاستغناء عنها بل زيادة اهتمام بها فهب استراتيجية داعمة في الحملات الإعلامية الأمنية.

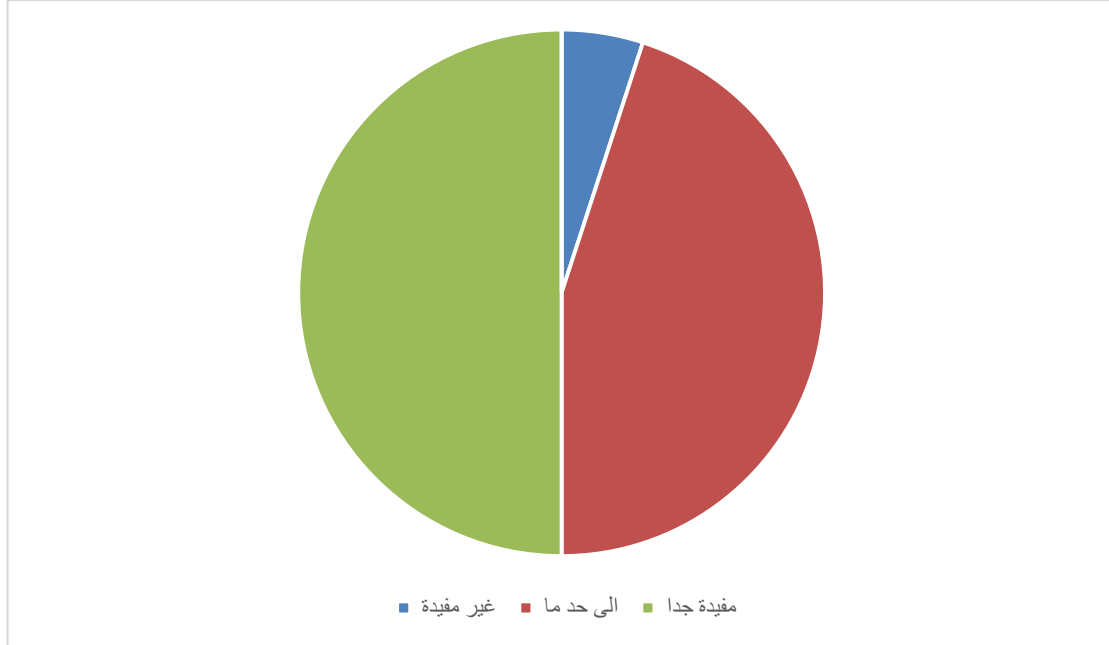
8_ آراء المبحوثين حول برامج التوعية الأمنية التي تقدمها إذاعة الطارف :

الجدول رقم 8 توزيع نسبي لتقييم المبحوثين لفاعلية برامج التوعية الأمنية في إذاعة الطارف

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
غير مفيدة	3	5%
الى حد ما	27	45%
مفيدة جدا	30	50%

مجموع	60	%100
-------	----	------

الشكل 8 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسبي لفاعلية برامج التوعية الأمنية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأراء الباحثين حول برامج التوعية الأمنية التي تقدمها إذاعة الطارف وجدنا نسبة غير مفيدة 5% يمكن اعتبار هذه الفئة أنها توقفت على متابعة الإذاعة لولاية الطارف باستمرار أو تعتمد على وسائل أخرى كمصدر أساسي للمعلومات أيضا يمكن أن تكون البرامج لا تثبت بطريقة مهنية وتلفت انتباه وبالتالي الرسائل التوعوية لا تصل إليهم ، وتراجع مكانتها أصبحت فئات المجتمع لا تفضل القراءة الورقية مع ذلك هناك من يزال يفضلها غالبا كبار السن ومن أهم مميزات التحليل العميق للمحتوى .

في حين لاحظنا نسبة 45% لمتغير الى حد ما وهذا يعني أنها ترى أن البرامج يمكن أن تكون قديمة لا تؤثر أو طريقة التقديم كلاسيكية وهذا لا يلفت انتباه المستمعون حتى معلومات التي يحصلون عليها تكون غير كافية وسطحية التحليل أو اعتبارها وسيلة لا تؤثر بقدر كبير مثل باقي الوسائل الإعلامية أو سوء الإلقاء وصعوبة إيصال الرسائل لكن يجب الاهتمام بهذه الوسيلة داخل الولاية.

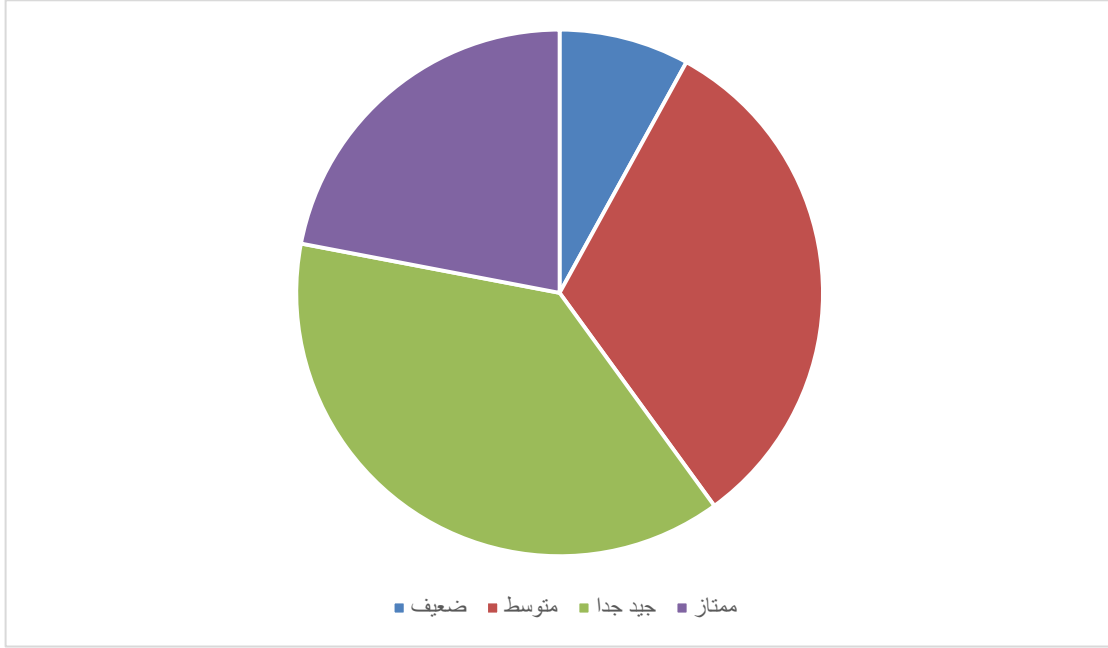
في الأخير كانت نسبة 50% لمتغير مفيدة جدا وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أن الأداء الفعال للبرامج الإذاعية إذا يعتبر نصف المبحوثين أنها تلعب دور أساسي في نشر الوعي الأمني وتعزيزه في المجتمع وهذه النسبة تؤكد على مصداقية الإذاعة ووجب على المؤسسات الأمنية أن تعتمد عليها أكثر وتحسين محتويات التي تبث في إذاعة مع محاولة استضافة أشخاص بارزين في الأمن وطرح أسئلة المستمعين عليهم .

9 تقييم المبحوثين لتعاون الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام في نشر المعلومات الصحيحة :

الجدول رقم 9 يوضح توزيع نسبي لتعاون الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام في نشر المعلومات الصحيحة

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
ضعيف	5	8%
متوسط	19	32%
جيد جدا	23	38%
ممتاز	13	22%
مجموع	60	100%

الشكل 9 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسبي لتعاون الاجهزة مع وسائل الإعلام



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للآراء المبحوثين في مدى تعاون الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام في نشر المعلومات الصحيحة وجدنا أن نسبة 8% لمتغير ضعيف نلاحظ هذا يرجع لانتشار الأخبار الخاطئة والمزيفة بسبب غياب المعلومات الصحيحة وعدم الاهتمام بجانب الإعلامي والتأخر في تقديم المعلومات في الوقت المناسب وبالتالي تضعف الثقة بالأجهزة الأمنية.

كما وجدنا نسبة 38% تعتبر الأجهزة الأمنية أن الإعلام وسيلة ناجحة في تعزيز الوعي الأمني وتوجد خلية اتصال والعلاقات العامة داخل جهاز الشرطة تهتم بالمحتويات والبرامج الإعلامية والتوعوية في مكافحة الجريمة فهذا التعاون يؤكد نجاح الحملات الإعلامية ويساهم في نقص معدل الجريمة

في حين لاحظنا نسبة 32% يدل هذا على غياب خطة ممنهجة ومنسقة بين الأمن والإعلام أو صعوبة الحصول على المعلومات الأمنية الصحيحة .

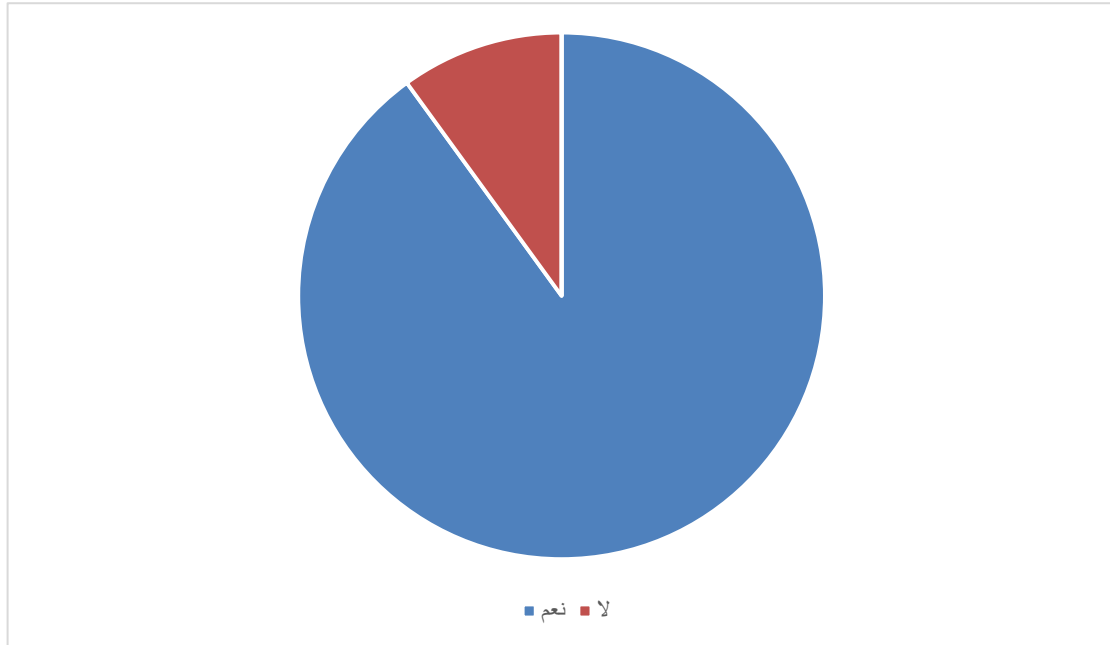
في الأخير كانت نسبة 22% للفئة التي ترى تعاون الأجهزة الأمنية مع وسائل الإعلام في نشر المعلومات الصحيحة ممتاز وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هناك استراتيجية إعلامية متبعة من طرف الأمن وأن الإعلام ينال ثقة الأمن في نشر المعلومات الصحيحة دون تردد فمن خلال نشرها تشد انتباه جميع فئات المجتمع وتساهم في تغيير سلوكياتهم وتعديلها وضمان نجاح الحملات الإعلامية لمكافحة الجريمة

10_ مساهمة الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة حسب رأي المبحوثين:

الجدول رقم 10 يمثل توزيع النسبي لرأي المبحوثين في المساهمة الإعلام الأمني في الوقاية و معالجة الجرائم

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	54	%90
لا	6	%10
مجموع	60	%100

الشكل 10 : دائرة نسبية تمثل توزيع النسبي في المساهمة الاعلام الامني في الوقاية ومعالجة الجرائم



المصدر: من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لمساهمة الإعلام الأمني في الوقاية من الجريمة حسب رأي المبحوثين وجدنا نسبة 90% لفئة التي تأيد فكرة أن الإعلام الأمني يساهم في معالجة الجرائم وهذا يدل أن الفئة كبيرة في مجتمع واعية بأهمية الإعلام الأمني في الحد من الجريمة من خلال الحملات الإعلامية التي تعرضها المؤسسات الأمنية فالإعلام الأمني يعزز الرقابة فتقصر تدريجيا فرص ارتكاب الجرائم حيث أن وسائل الإعلام تساعد في نشر رسائل الأمن و التحذير بأسلوب راقى وواضح حتى تفهمه كل فئات المجتمع وتعمل على تغيير السلوكيات السلبية وتعزيز الثقة بين الجمهور وإعلام أمني في حين لاحظنا نسبة 10% للفئة التي تشكك في مساهمة الإعلام الأمني من مكافحة الجريمة وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هذه النسبة ضئيلة ربما لضعف التغطية الإعلامية وافتقارها للأساليب الحديثة أو أن الرسالة الإعلامية الأمنية لا تصل لمختلف فئات المجتمع ، أيضا التكرار في المحتوى هذا ينفر الجمهور وضعف استخدام الوسائل التكنولوجية الرقمية للمؤسسات الأمنية ، وان إعلام أمني يساهم في الوقاية ومعالجة الجرائم بنسبة عالية ويساعد في رفع مستوى الوعي لدى المجتمع بخطورة الجريمة وانعكاساتها التي تطرأ في المجتمع ولكن هذا لا يمنع من عدم تحديد أساليب الإعلامية في إلقاء المعلومات وخلق محتوى جديد حيوي مليء بأفكار جديدة تلفت انتباه جميع فئات خاصة فئة الشباب التي تعبر الفئة المستهدفة أكثر .

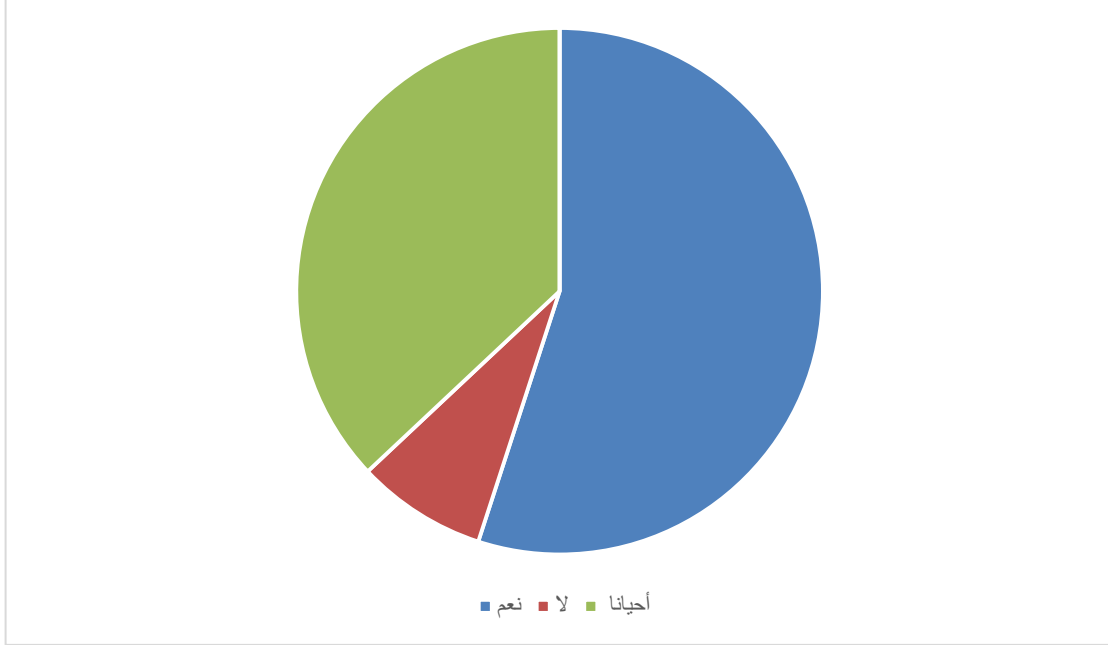
11_ آراء المبحوثين حول مصداقية وسائل الإعلام في نشر أخبار أمانة :

الجدول رقم 11 يمثل توزيع نسبي للآراء المبحوثين حول مصداقية وسائل الإعلام في نشر أخبار الأمانة

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	33	55%
لا	5	8%

أحيانا	22	38%
مجموع	60	100%

الشكل 11 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسبي حول مصداقية وسائل الاعلام في نشر أخبار آمنة



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للآراء المبحوثين حول اعتبار الاعلام مصدرا موثوقا للأخبار الأمنية وجدنا نسبة الذين يرون أن وسائل الاعلام مصدر موثوق للأخبار الامنية ب55% وهذا يدل أن نسبة الأكبر من العينة يعتمدون على وسائل الاعلام كمصدر رئيسي للأخبار الأمنية يؤكد هذا على ثقة الجمهور بوسائل الاعلام في نقل المعلومات الأمنية

في حين لاحظنا 8% للذين لا يعتبرونها كمرجع موثوقا وذلك يرجع لإمكانية اعتماد هذه الفئة على مصادر أخرى غير رسمية

في الاخير كانت نسبة 37% للفئة المترددة بأن وسائل الاعلام أحيانا يمكن أن تكون مصدرا موثوقا للأخبار الأمنية التوعوية من خلال اعتماد على أدوات اعلامية كالمقاطع الفيديوهات والصور التوضيحية وهذا الجذب انتباه هذه العينة

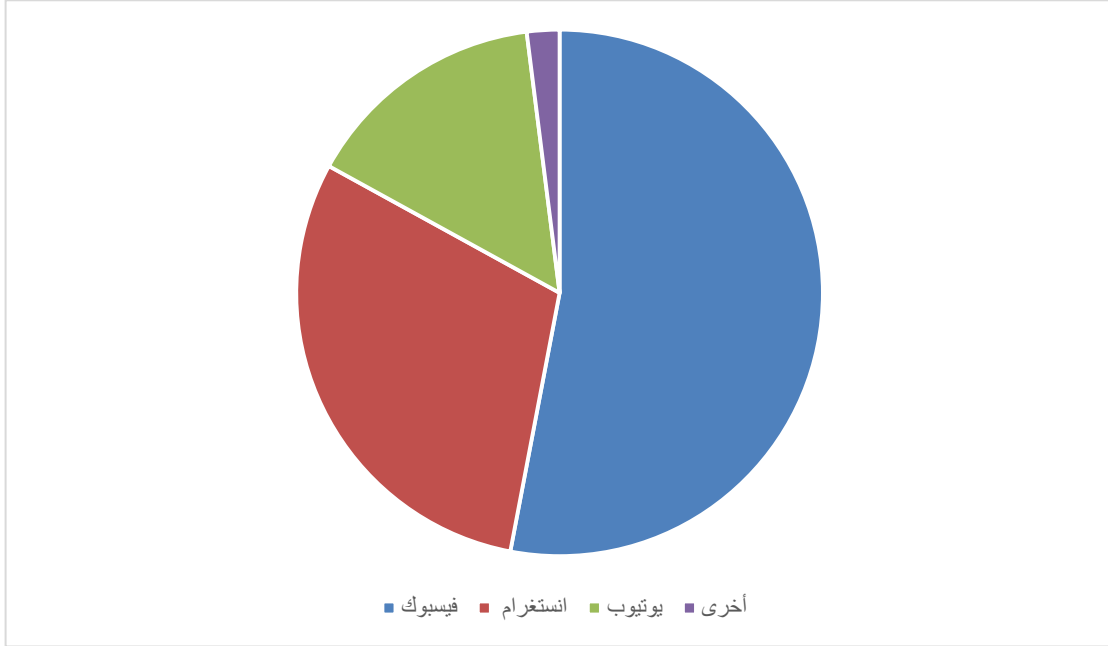
المحور الثالث : مدى مساهمة مواقع تواصل الاجتماعي في نشر الوعي

1_ توزيع نسبي لأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداما حسب رأي المبحوثين:

الجدول رقم 1 يمثل توزيع النسبي لأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداما حسب رأي المبحوثين

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	32	53%
انستغرام	18	30%
يوتيوب	9	15%
أخرى	1	2%
مجموع	60	100%

الشكل 1 : دائرة نسبية تمثل توزيع النسبي لأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداما



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداما حسب رأي المبحوثين وجدنا نسبة 53% في منصة الفيسبوك وهذا يشير على أنه المنصة الأكثر استخداما وتوسعا بالفيسبوك يعتبر من أقدم القنوات للتواصل الاجتماعي ويوضح هذا الجدول أن هذا الأخير الأداة الأقوى في الوصول إلى وعي الأفراد والتأثير فيه ، مما يجعله وسيلة فعالة للمؤسسات الأمنية لنشر الوعي الأمني ورسالات التوعوية والتهديدات للأكبر عدد من الجماهير المستهدفة

في حين لاحظنا نسبة 30% في منصة انستغرام وعليه يصنف ضمن أكثر المنصات استعمالا خاصة في وقتنا الحالي بسبب جودته العالية مما يجعله منصة مناسبة لتقديم مختلف مضامين التوعوية أمنية تثير اهتمام فئات متعددة من الجمهور وخاصة فئة الشباب التي تعد الأكثر استجابة

كما وجدنا منصة اليوتيوب بنسبة 15% اي انه هناك من يعتمد على يوتيوب نظرا للإمتلاكه مميزات تميزه على باقي منصات مثل روبرتاغات الأمنية و التوعوية حول مكافحة الجريمة الذي تقوم ببنه الشرطة عبر قنواتها الرسمية تحت مسمى " الشرطة الجزائرية " وهذه الفئة تميل إلى محتوى مرئي ولقاءات مع مسؤولين ومثل هذا النوع من المحتوى يعزز الإدراك الأمني لدى أفراد

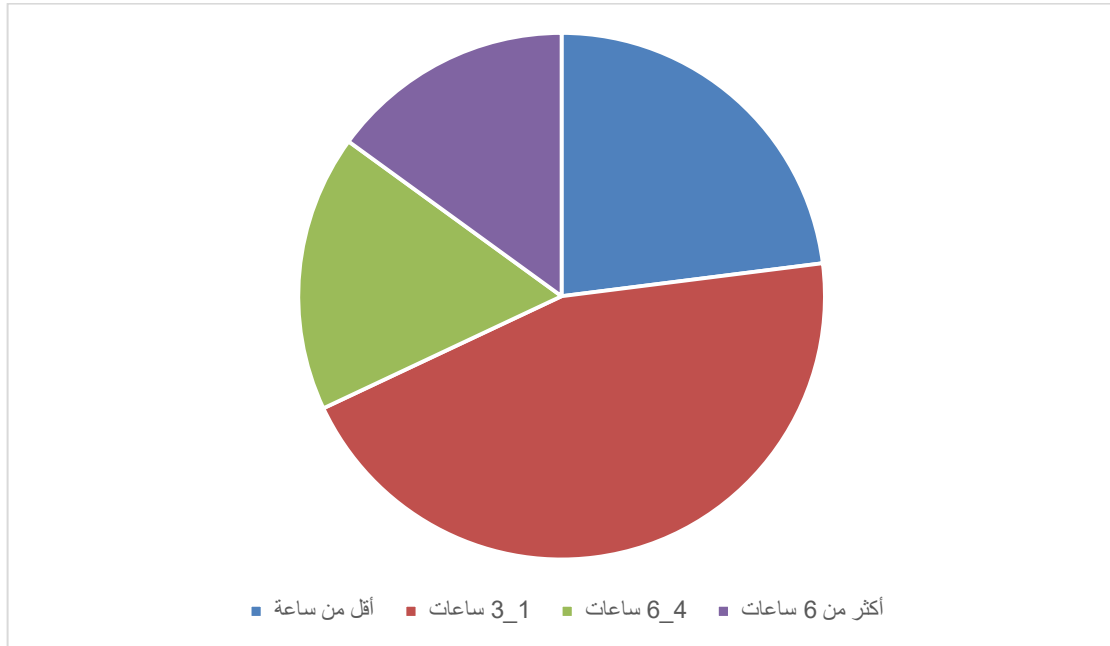
في الأخير كانت نسبة 2% لمنصات أخرى وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أنه يوجد فئة تستخدم منصات تواصل أخرى مثل سناب شات ومنصة x للحصول على معلومات الأمنية و التوعوية .

2_ التوزيع النسبي للفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 2 يوضح التوزيع النسبي للفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	14	23%
1_3 ساعات	28	45%
4_6 ساعات	10	17%
أكثر من 6 ساعات	9	15%
مجموع	60	100%

الشكل 2 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي للفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

في حين لاحظنا 45% للمدة الزمنية من ساعة إلى ثلاث ساعات وهذا يدل لاستخدام المنتظم و لكن هذه الفترة تسمح لتعرض أفراد للمحتوى الإعلامي الذي ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من ضمنها الرسائل التوعوية المقدمة من طرف المؤسسات الأمنية وتعتبر هذه الفئة بأسلوب واضح ومباشر وبإختصار فهذه الفئة عند تفاعلها مع الحملات الإعلامية للمؤسسة الأمنية فهي تضمن نجاحها و نشر الاعلام الأمني

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي وجدنا نسبة 23% للفترة الزمنية أقل من ساعة وهذا يشير للوجود فئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وهي أقل فئة تعرضا للمحتوى الحملات الإعلامية ويرجع ذلك انشغالات بالدراسة أو العمل أو نقص الاهتمام بالمحتوى الإعلامي لكن لا يجب إهمال هذه الفئة إذ ينبغي أن تصمم حملات إعلامية بأسلوب مباشر و مختصر مثل الفيديوهات التوعوية المصغرة التي يمكن أن يشاهدها الشخص في خمس دقائق ويكون قد اكتساب معلومات أمنية توعوية تنمي نسبة الإعلام الأمني لديه .

كما وجدنا نسبة 17% للمدة الزمنية من اربع إلى 6 ساعات وهذا يعني أن هذه الفئة تستخدم المنصات بشكل مفرط قليلا لكن من ناحية أخرى يجعلها أسهل لتعرض للحملات الإعلامية لكن يجب العمل على محتوى فيها لأن هذه الفئة لا تكتفي بالمشاهدة فقط بل بالتحليل المفصل على سبيل المثال القصص الواقعية عن الجريمة والمخاطر التي تنجم عنها سوف يحصل تفاعل كبير و اعجاب بمثل هذه المضامين التي تشد انتباههم لذلك يجب أن تعمل المؤسسات الأمنية على تطوير و عي أمني لهذه الفئة والاهتمام بها

في الأخير كانت نسبة 15% للفئة التي تستخدم أكثر من شي ساعات وان دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هذه الفئة مدمنة على مواقع التواصل الاجتماعي ويلزم على المؤسسات الأمنية أن تستخدم أساليب مبتكرة وجديدة لنشر الحملات الإعلامية حتى تتفاعل معها هذه الفئة وتساعدنا في نشر الوعي الأمني.

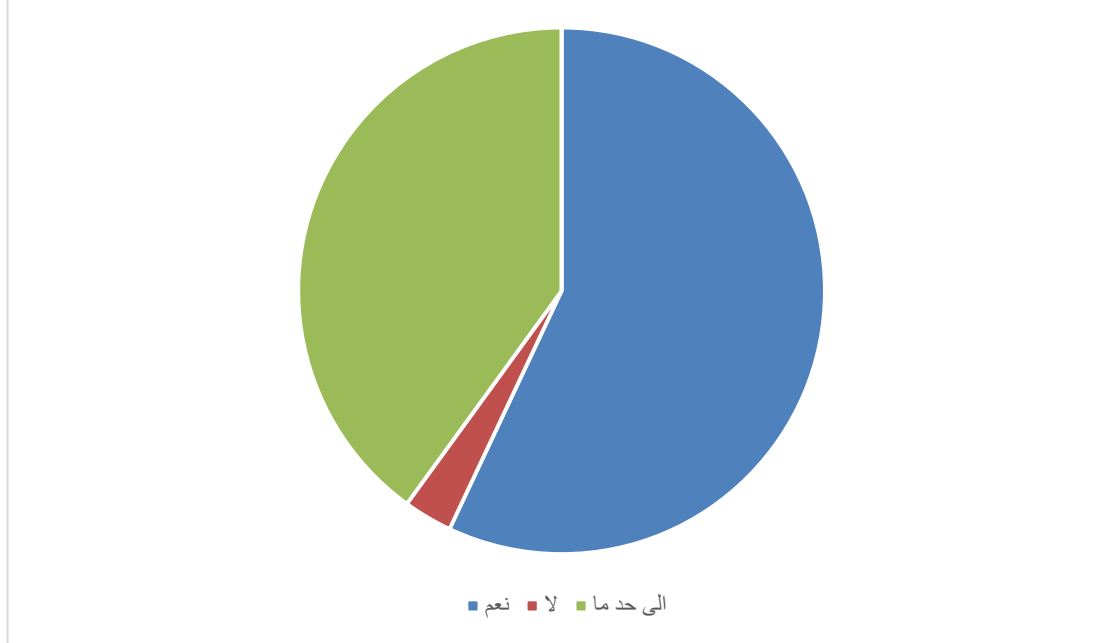
3_ وجهة نظر المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني:

الجدول رقم 3 يمثل توزيع نسبي لوجهة نظر المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	34	57%
لا	2	3%
الى حد ما	24	40%

مجموع	60	%100
-------	----	------

الشكل 3 : دائرة نسبية تمثل توزيع نسبي حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لوجهة نظر الباحثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني وجدنا نسبة 57% للرأي الذي يؤيدون مواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر الوعي الأمني يمكن أن يرجع ذلك للإكتشاف هذه الفئة بأن المؤسسات الأمنية أصبحت تعتمد على مواقع التواصل خاصة وأن كل فئات مجتمع تستعملها حتى أقل من ساعة فهذه الفئة تدرك تماما دور الفعال والإيجابي في نشر الوعي الأمني فهذه المواقع أصبحت مصدر رئيسي للحصول على المعلومات الأمنية

في الأخير كانت نسبة 40% للفئة التي ترى هذه المجموعة أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني لا يزال مشكوك فيه يرجع ذلك إلى إمكانية ضعف الترويج للإعلام الأمني ويتضمن محتوى غير متنوع و عام مما لا يثير اهتمام هذه الفئة

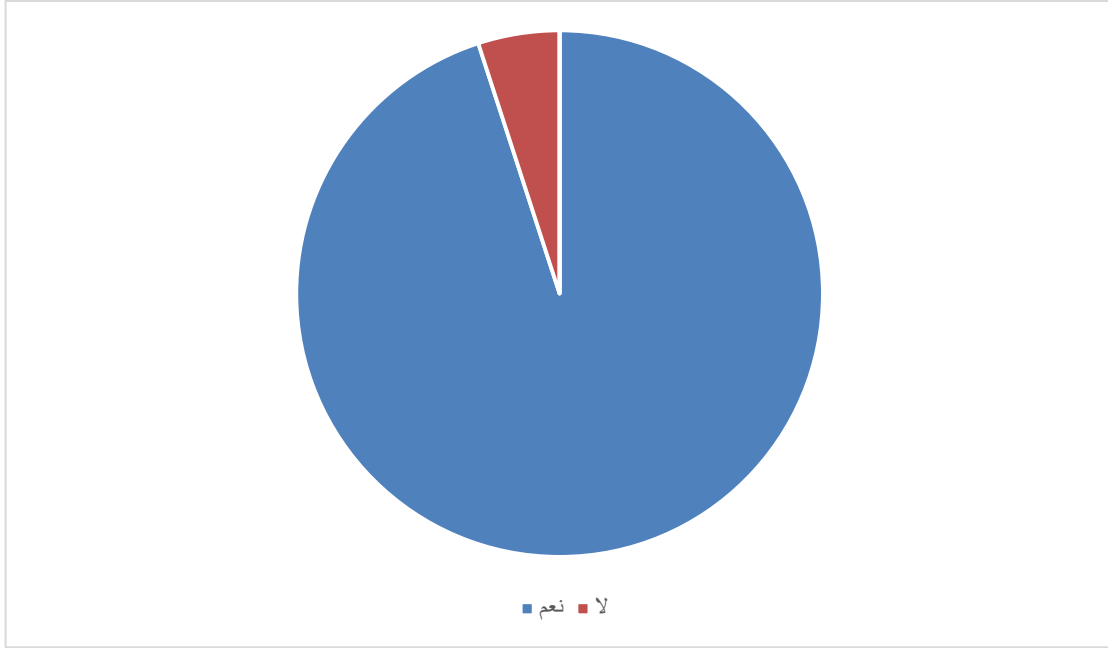
في حين لاحظنا نسبة 3% وهي الفئة التي لا ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في نشر الوعي الأمني احتمال أن هذه الفئة لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ولذلك لا تتعرض لحملات التوعية الأمنية أو قد تكون ليست مهتمة أصلا بهذه المحتويات أو تعتمد على وسائل أخرى للتوعية الأمنية.

4_ توزيع النسبي للآراء المبحوثين حول تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات من أجل التوعية الأمنية :

الجدول رقم 4 توزيع النسبي للآراء المبحوثين حول تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات من أجل التوعية الأمنية

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	57	%95
لا	3	%5
مجموع	60	%100

الشكل 4 : دائرة نسبية تمثل توزيع النسبي حول تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأراء الباحثين حول تقديم المواقع الاجتماعي للمعلومات من أجل التوعية الأمنية وجدنا نسبة 95% نعم وتدل على شبه كلي للفئة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم نصائح ومعلومات من أجل توعية الأمنية لمحاربة الجريمة ويرجع ذلك لتوسع الكبير لهذه المواقع وسهولة استخدامها أصبحت وسيلة فعالة للإرسال رسالات التوعية الأمنية حيث أصبحت المؤسسة الأمنية تعتمد عليها بدرجة الأولى لنشر التحذيرات بمخاطر الجريمة والطرق للوقاية منها ، فمواقع التواصل الاجتماعي تعد أسهل وسيلة ليتفاعل فيها الجمهور وترسيخ المحتوى الأمني عندهم كما تعتبر مصدر رئيسي للمعلومات خاصة إذا كانت من أجل التوعية الأمنية.

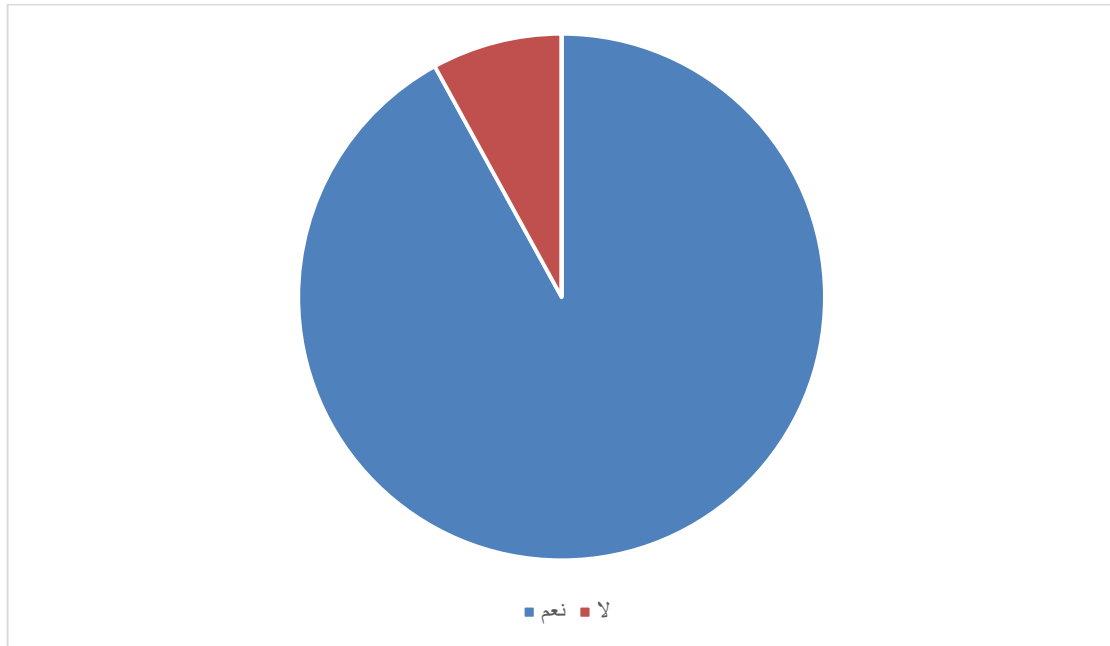
في حين لاحظنا نسبة 5% لمن يتفق بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقدم المعلومات والنصائح من أجل التوعية الأمنية قد يعود هذا إلى عدم اعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلومات الأمنية أو ربما المحتوى الذي ينشر غير كاف وغير ملهم وضعف الثقة في المعلومات التي تأتي من هذه المواقع تشكل هذه الفئة مصداقية المعلومات أو ربما تفضل وسائل أخرى تقليدية والتلفزيون أو إذاعة .

5_ التوزيع النسبي للآراء المبحوثين حول نتائج إيجابية التي تحققها الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 5 يوضح التوزيع النسبي للآراء المبحوثين حول نتائج التي تحققها الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	55	%92
لا	5	%8
مجموع	60	%100

الشكل 5 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي حول نتائج التي تحققها الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للآراء المبحوثين حول نتائج التي تحققت على الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي وجدنا 92% لمتغير نعم وهذا يدل على ثقة الواسعة والكلية نتائج إيجابية التي تحققت على مواقع التواصل الاجتماعي فعند نشر عن الصور وفيديوهات ، الجهود التي تبذلها الشرطة تعتبر دليلا على نجاح الجهاز أمني وإيصال الرسالة التوعوية فهذا يقرب المواطن للمؤسسة الأمنية ويتعاون ويتفاعل معها .

في حين لاحظنا نسبة 8% لمتغير لا وهذا يدل على عدم الثقة بمؤسسة الأمنية أو عدم الاهتمام بمحتوى الذي ينشر أو بالمجهودات المبذولة لذلك يجب على المؤسسات أمنية أن تنوع محتواها وتستخدم أساليب اتصال تلفت انتباه كل فئات المجتمع وتحسين العمل الإعلامي واستغلال التكنولوجيا الرقمية في المحتوى الجديد حتى يتقبله الجميع لأننا نعيش في عصر الرقمية ويجب على مؤسسات الأمنية مواكبة التغيرات التي تطرأ على الإعلام وتوظيفها في حملاتها الإعلامية من أجل إظهار نتائج الإيجابية التي تحققت ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

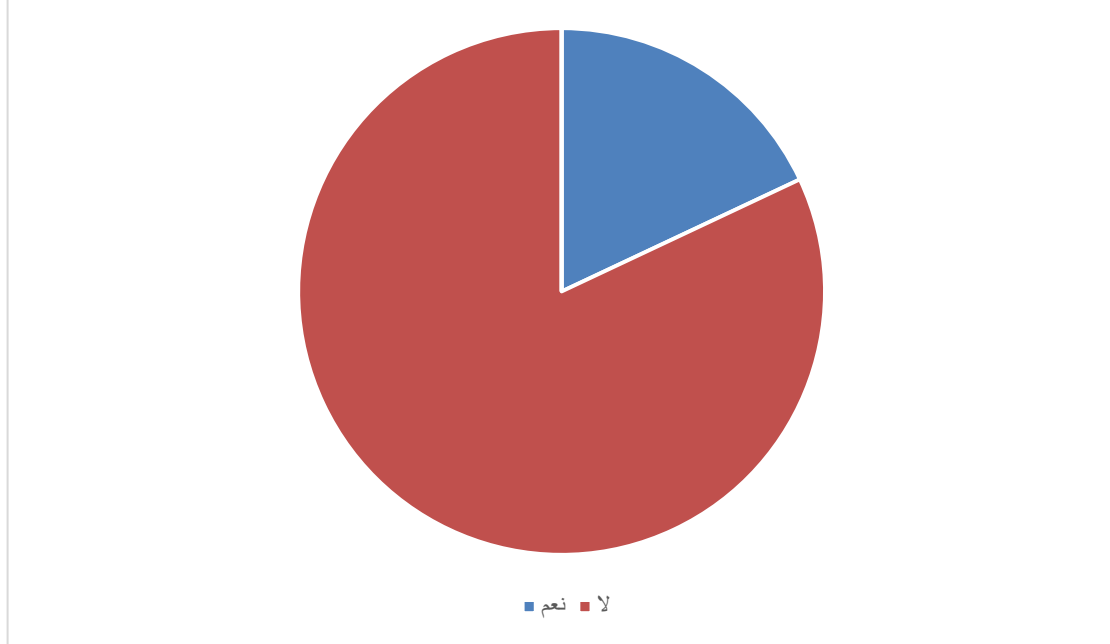
6_ تعاون المبحوثين في حملات التوعوية التي تنظمها مصالح الشرطة:

الجدول رقم 6 يمثل توزيع نسبي لتعاون المبحوثين في الحملات التوعوية التي تنظمها الشرطة

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	11	18%
لا	49	82%

مجموع	60	%100
-------	----	------

الشكل 6 :دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي لتعاون في الحملات التوعوية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

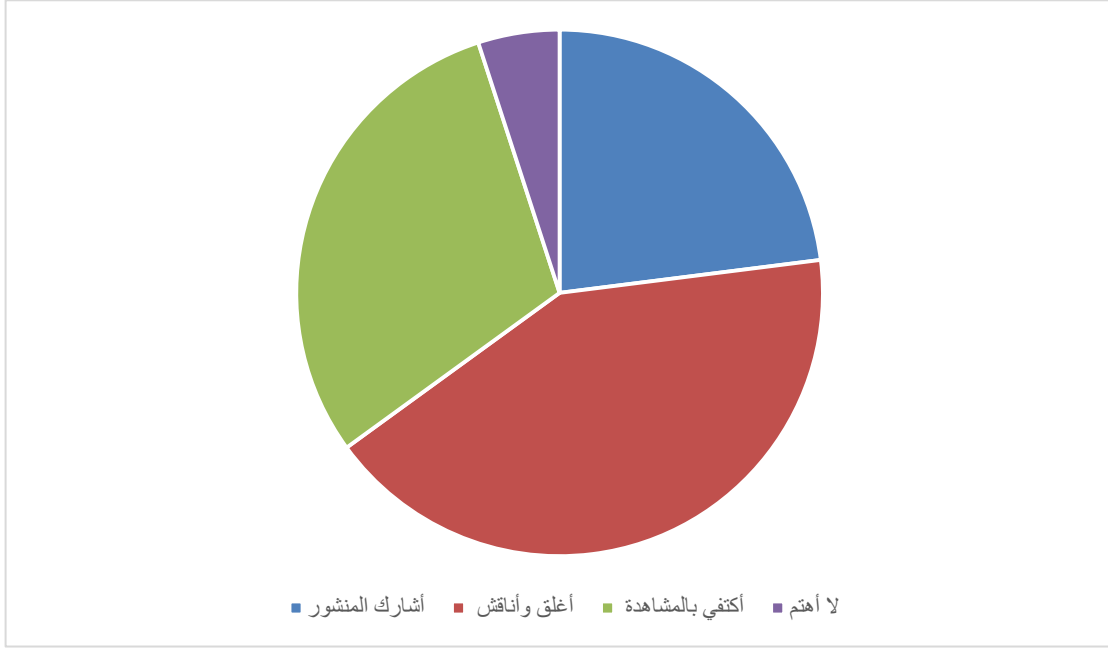
من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لتعاون المبحوثين في حملات التوعوية التي تنظمها الشرطة وجدنا نسبة 18% وهذا يشير إلى أن هناك فرصة لتحسين تعاون ودعم هذه التجارب الإيجابية فعلى الخلية المختصة داخل جهاز الشرطة أن تعمل على تنسيق مع مواطنين للمشاركة في الحملات الإعلامية ، فهذه النسبة مؤشر إيجابي بإمكانية تطوير و تغيير ويجب على الخلية الإعلامية أن تدرس أساليب القيام بحملة إعلامية. في حين لاحظنا نسبة 82% وان دل هذا على شيء فإنه يدل على وجود خلل كبير في المنظومة الإعلامية وأمنية ويرجع ذلك لغياب الأجهزة المختصة بتنسيق المشاركة المواطنين في حملات الإعلامية أيضا تكرار نفس مواضيع الحملة فهذا يؤثر بسلب على مسار الحملة .

7_ التوزيع النسبي للمحتوى الذي يشاهده المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 7 يمثل التوزيع النسبي للمحتوى التوعوي الذي يشاهده المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
أشارك المنشور	14	23%
أغلق وأناقش	25	42%
أكتفي بالمشاهدة	18	30%
لا أهتم	3	5%
مجموع	60	100%

الشكل 7 : دائرة نسبية تمثل التوزيع النسبي للمحتوى التوعوي



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للمحتوى التوعوي الذي يشاهده المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وجدنا نسبة 23% لفئة التي تشارك المنشور تعتبر هذه النسبة متوسطة ولكن هذا لا يمنع لإمتلاكها دور مهم يتمثل في مشاركة المنشور اي نشر الرسالة أمنية التوعوية إذ تساهم في تعزيز مدى وصول الحملات الإعلامية إلى كل فئات المجتمع ، فهذا يدل على تأثرها بمضمون الحملة واقتناعها به

في حين وجدنا نسبة 42% للفئة التي تعلق وتناقش وهذا يدل إلى وجود اهتمام كبير بالمحتوى التوعوي الذي يشاهده على مواقع التواصل الاجتماعي هناك تفاعل ومناقشة يدل على رسائل الإعلامية الأمنية تعمل على تحفيز فكر الجمهور مايعني أن الحملات الإعلامية تحقق غاياتها وحين ترد المؤسسات الأمنية على تساؤلات التي تطرح فإن ذلك يحسن صورتها ويعزز ثقة الجمهور بها فعلى هذه المؤسسة أن تعمل على فهم غايات الجمهور واهتماماته حتى يجذب أكثر إليها ويتأثر بالمحتوى الإعلامي الأمني.

في حين لاحظنا نسبة 30% للفئة التي تكتفي بالمشاهدة ويرجع ذلك أنهم يشاهدون فقط دون تعليق بصمت ولكن يمكننا ترجمة هذا تفاعل أنه دليل إيجابي على أن المحتوى الإعلامي الأمني يتعرض له ويصله وهذا يلزم مؤسسات أمنية استخدام أساليب لجذب انتباه حتى تتفاعل معها هذه الفئة.

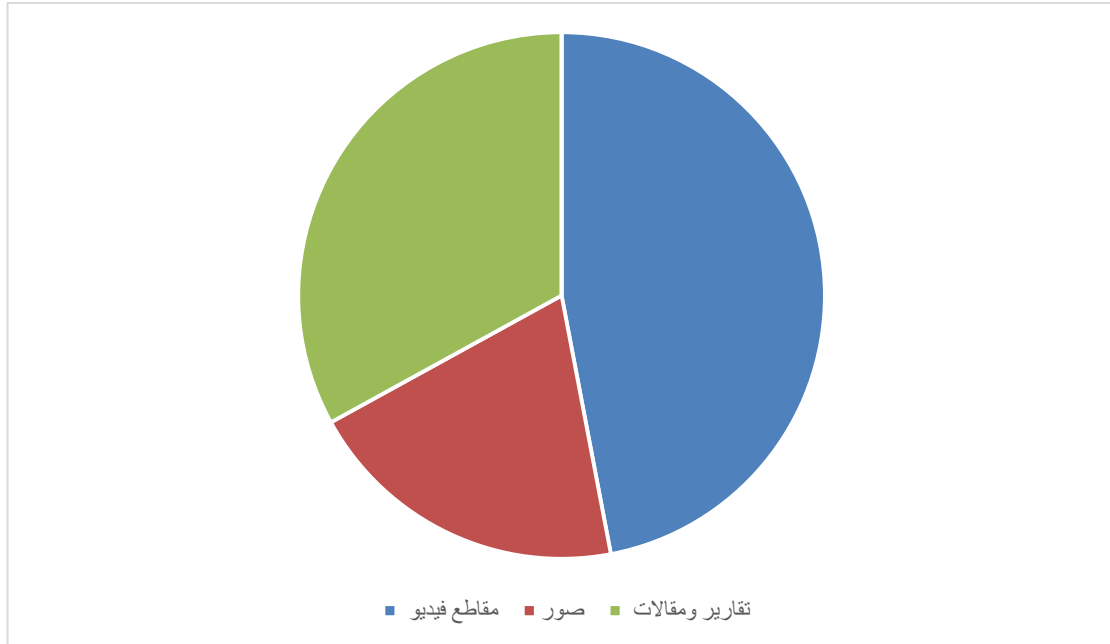
في الأخير كانت نسبة 5% للفئة التي لا تهتم للمحتوى التوعوي ويعني أنه يجب أن تدرس أسباب عدم الاهتمام والمعرفة ما إذا كان سبب المضمون أو أساليب عرض المحتوى أمني والعمل على إيجاد استراتيجيات تلهم وتجذب انتباه هذه الفئة.

8_ توزيع نسبي للأنواع المحتوى التوعوي لإعلام الأمني الذي يجذب انتباه المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 8 يمثل توزيع نسبي للأنواع المحتوى التوعوي لإعلام الأمني الذي يجذب انتباه المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
مقاطع فيديو	28	47%
صور	12	20%
تقارير ومقالات	20	33%
مجموع	60	100%

الشكل 8 : دائرة نسبية تمثل التوزيع نسبي للأنواع المحتوى التوعوي لإعلام الأمني



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية للأنواع المحتوى التوعوي لإعلام الأمني الذي يجذب انتباه المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وجدنا نسبة 47% لمحتوى التوعوي عن طريق مقاطع الفيديو تسهل هذه الأخيرة جذب انتباه جميع الفئات على مواقع التواصل الاجتماعي ، هذا يعد دليل قويا وأن تتأخذ المؤسسة الأمنية بعين الاعتبار حتى تعتمد عليه في حملاتها الإعلامية لضمان نجاحها ، فهناك من يفضل المحتوى المرئي وصوتي خاصة عبر منصات تتمثل في فايسبوك ، انستغرام ، يوتيوب ، فأهمية فيديوهات في الحملة تسهل في فهم الرسائل الأمنية خاصة إذا كان تمثيلية لقصص جرائم سابقة فهذا يساهم في رفع الوعي الأمني.

في حين لاحظنا نسبة 20% للمحتوى التوعوي عن طريق الصور تعتبر هذه متوسطة لكنها وسيلة فعالة في الحملات التوعوية الأمنية خاصة عند نشر ملصقات التوعية ، لكن اعتماد عليها وحدها غير كافي في حملات الإعلامية لجذب انتباه كل فئات المجتمع.

في الأخير كانت نسبة 33% للمحتوى التوعوي عن طريق تقارير ومقالات وهذا يدل على وجود فئة تفضل التحليل العميق للقضايا أمنية وهذا مؤشر أن هناك إقبال على تقارير ومقالات ولديه دور في لفت انتباه المبحوثين بالتحديد على مواقع التواصل الاجتماعي فقط أصبحت هذه مواقع مصدر للمعلومات ونشرها من هنا يمكننا القول أن تقارير ومقالات لا تزال تحافظ على مكانتها خاصة من طرف فئة مثقفة.

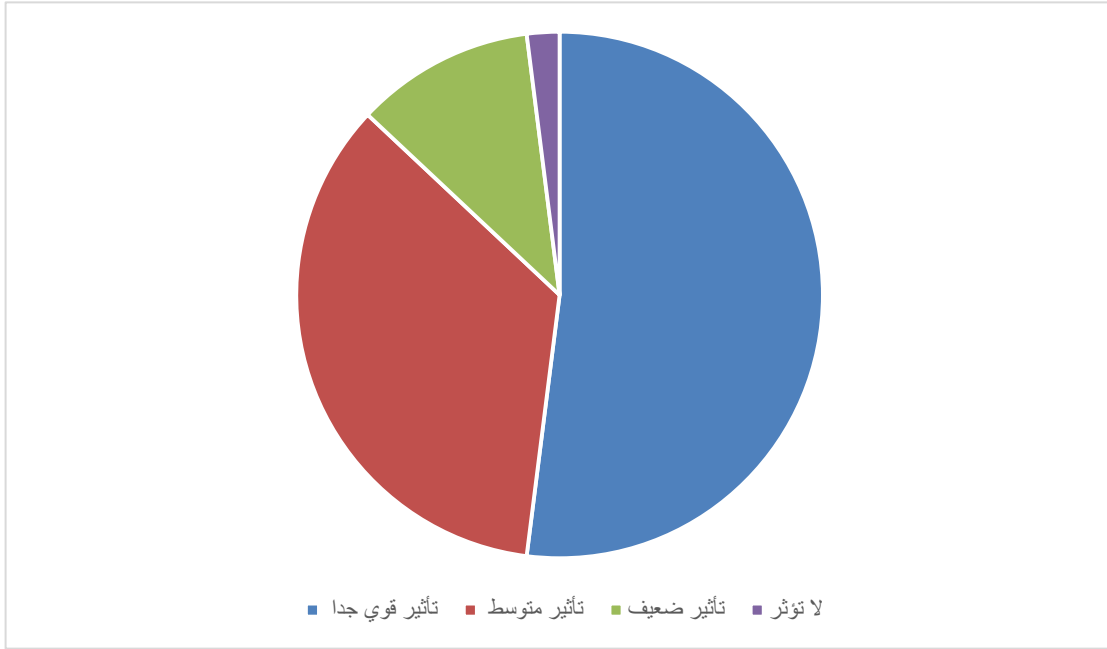
9_ توزيع النسبي لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الإعلامية الأمنية للشرطة في تغيير وعي الناس :

الجدول رقم 9 يمثل توزيع النسبي لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الإعلامية الأمنية للشرطة. في تغيير وعي الناس

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
تأثير قوي جدا	31	52%
تأثير متوسط	21	35%

تأثير ضعيف	7	11%
لا تؤثر	1	2%
مجموع	60	100%

الشكل 9 : دائرة نسبية تمثل توزيع النشبي لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الاعلامية الأمنية



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق:

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول اعلاه والذي يمثل النسب المئوية لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الاعلامية الأمنية للشرطة في تغيير وعي الناس وجدنا نسبة 52% حيث تشير هذه النسبة لتأثير القوي جدا للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وعي الناس وتعمل على نشر الرسائل الأمنية وترسيخ الوعي فئات المجتمع بالقضايا الأمنية مثل مكافحة الجريمة ودعم مشاركة في حملات الاعلامية للشرطة ، فسرعة منصات التواصل في نقل المعلومات يطور الحملات الإعلامية وتوسيع نطاقها إلى أكبر عدد ممكن من الفئات

في حين لاحظنا نسبة 35% تعبر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي متوسط في تغيير وعي الناس ويدل هذا إلا أن هناك فئة لا تزال مترددة ولم تقرر طرفها تشعر ببعض الغموض أي أن الرسائل الإعلامية تحتاج إلى أساليب تلفت انتباه هذه الفئة وتتفاعل معها

كما وجدنا نسبة 11% لها تأثير ضعيف ويمكن أن ترجع ذلك لعدم اهتمام بمثل هذه المحتويات الخاصة بالقضايا الأمنية فمن الضروري إعادة النظر في الأساليب المعتمدة واستخدام لغة سهلة وواضحة وإلزامية دمج الحملات الإعلامية بالقضايا الأمنية الواقعية

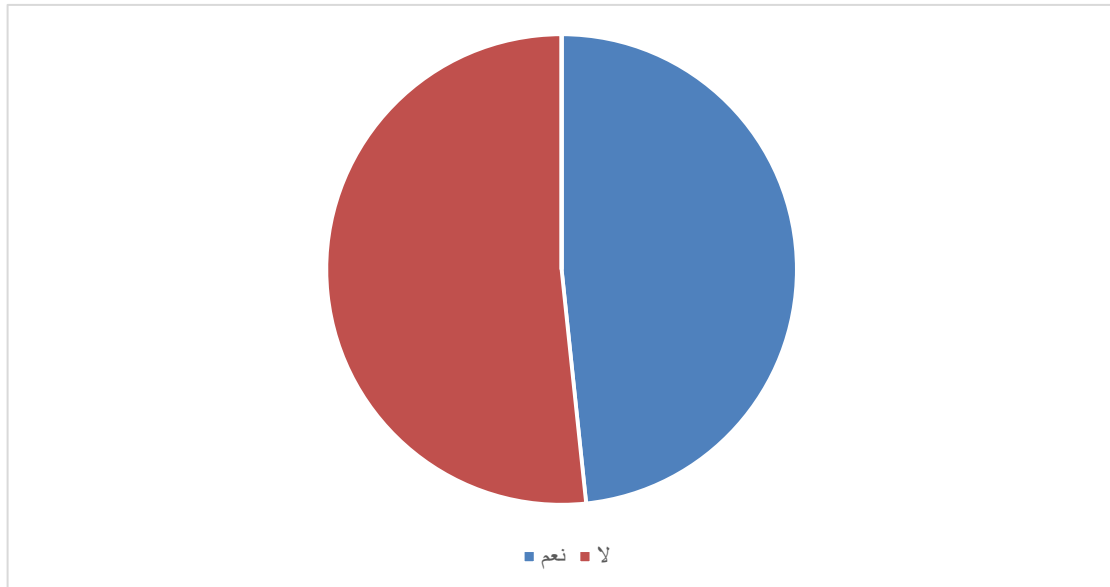
وفي الاخير كانت نسبة 2% لا تؤثر بسبب عدم اهتمام بالحملات الإعلامية وإهمال القضايا الأمنية التي ربما لا تشكل خطر عليهم .

10 توزيع نسبي للآراء المبحوثين حول فاعلية الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي ومحاربة الجريمة في المجتمع :

الجدول رقم 10 يمثل توزيع النسبي للآراء المبحوثين حول فاعلية الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي ومحاربة الجريمة

احتمالات	تكرار	النسبة المئوية
نعم	29	%48
لا	31	%52
مجموع	60	%100

الشكل 10 : دائرة نسبية تمثل توزيع آراء المبحوثين حول فاعلية الحملات الاعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي ومحاربة الجريمة



المصدر : من اعداد الطالبتين حسب نتائج الجدول

التعليق :

من خلال البيانات الاحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأراء المبحوثين حول فاعلية الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي و محاربة الجريمة في المجتمع وجدنا نسبة 48% للذين يؤيدون أن الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي ومحاربة الجريمة في المجتمع ويدل هذا على اقتناع نصف العينة بأن الحملات الاعلامية تعمل على رفع مستوى ووعي أمني

في الاخير كانت نسبة 52% للذين لا يرون أن الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي ويرجع هذا لضعف تأثير الحملات على هذه الفئة أو جهود الأمن الوطني ليست كافية لجذب انتباه هذه الفئة .

نتائج الدراسة :

أولاً: النتائج المتعلقة بالخصائص العامة لمجتمع البحث.

ثانيا: مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة .

ثالثا: مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة .

رابعا: النتائج العامة.

اولا - النتائج المتعلقة بالخصائص العامة لمجتمع البحث :

_ أكدت بيانات الجدول رقم 1 أن 63% من مجتمع الدراسة هم من الجنس الأنثوي .

_ تدل بيانات الجدول رقم 2 أن الجزء الأكبر من العينة تدرج أعمارهم ما بين 35 سنة فما فوق بنسبة 31.5% ويعني هذا أن أغلبية المشاركين في هذه الإستمارة ناضجين من كل الجوانب الحية وأكثر فهما .

_ تشير احصائيات الجدول رقم 3 أن أغلبية العينة لديهم مستوى تعليمي جامعي ، نلاحظ هذا من خلال نسبة عالية 47% ويرجع هذا بسبب اكتسابهم ثقافة علمية تسمح لهم بالتفاعل مع الحملات الاعلامية التي تطلقها المؤسسات الأمنية.

_ نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم 4 أن النسبة العالية من المبحوثين زمن فئة الموظف العمومي قدرت ب 43% يدل هذا على سهولة الوصول اليهم كما أنهم أكثر فئة انفتاحا على المشاركة في مثل هذه الاستبيانات .

_ تشير بيانات الجدول رقم 5 أن أغلبية العينة عزايا قدرت ب 52% ربما هذ يرجع أن مجتمع الدراسة تغلب عليه فئة الشباب خاصة ان كانت أماكن التوزيع استبيان الجامعة .

_ أوضحت احصائيات الجدول رقم 6 أن أغلبية العينة يتواجدون داخل ولاية الطارف بنسبة 73% وذلك لتفاعلهم مع الحملات الاعلامية المحلية التي تتوافق مع نوعية الجرائم القائمة على مستوى ولاية الطارف .

ثانيا - مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات الدراسة :

1- نتائج التساؤل الفرعي الأول : ماهي علاقة الاعلام والأمن ؟

_ أشارت بيانات الجدول رقم 7 أن معظم العينة المشتركين مع منفعة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي لولاية الطارف وهذا ما تبينه نسبة 57% يدل هذا على نجاح منفعة الشرطة في جذب انتباه او الاهتمام ، حيث يعتبرها البحث كمصدر ايجابي للمعلومات حيث تعتبر من المؤسسات التنموية الاجتماعية بسبب دورها التوعوي الأمني .

_ أوضحت احصائيات الجدول رقم 8 أن متابعة المبحوثين للتغطيات الاعلامية للشرطة أحيانا من خلال نسبة 55% ويعود هذا لقلة الاهتمام لتغطيات الاعلامية التي تقوم بها شرطة ويرجع هذا لنوعية الموضوع الذي ييبث .

_ بينت بيانات الجدول رقم 9 أن الوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها المبحوثين أكثر هي الأنترنت ويتضح هذا من خلال نسبة عالية 67% وتبين هذه نتيجة أنترنت وسيلة فعالة يعتمد عليها المبحوثين كمصدر للمعلومات خاصة في القضايا التي تمس أمن المجتمع .

_ يتضح من بيانات الجدول رقم 10 أن تغطيات الاعلامية للأمن تساهم في تعزيز الأمن و الاستقرار حسب آراء المبحوثين بنسبة 80% هذا يعني نجاح تغطيات الاعلامية للشرطة حيث أصبح الإعلام يركز على مجهوداتهم في نشر الوعي الأمني وتحسين الأوضاع التي أصبح أفراد المجتمع يتقنون بالمؤسسة الأمنية .

_ أظهرت بيانات الجدول رقم 11 أن الترويج للأخبار الكاذبة والاشاعات تؤثر على الأمن المجتمعي من خلال نسبة 78% حيث أن الترويج للأخبار الكاذبة والاشاعات بسبب الصلح والخوف داخل أفراد المجتمع ويؤثر سلبا في معنوياتهم وهذا يؤدي الى انتشار الفساد داخله وتأثير في سلوكيات أفراد لذلك يجب اعتماد على وسائل اعلامية موثوقة

_ أوضحت بيانات الجدول رقم 12 أن تأثير الاعلام الأمني في توعية المجتمع بالقضايا الأمنية متوسط بنسبة 47% أي أن الحملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية تحقق نسبة متوسطة من التوعية وهذا يعني يجب أن تبذل جهدا أكثر حتى يكون تأثير ممتاز من خلال الاعتماد على أساليب حديثة خاصة اذ نحن في عصر تكنولوجيا .

_ أشارت بيانات الجدول رقم 13 أن أكثر وسائل الإعلام تأثيرا في نشر الوعي الأمني تتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي حسب نتائج بنسبة 62% تعتبر هذه الوسائل من أكثر الوسائل تأثيرا في تكوين الوعي الأمني خاصة أنها أكثر استخداما من فئة الشباب التي تستهدفها المؤسسات الأمنية ، حيث أن لهذه الوسائل ميزات تميزها عن الباقي وهي سرعة نشرها للمعلومات الأمنية وهذه تجعلها ملجأ الأول في نشر الوعي الأمني .

_ تبين احصائيات الجدول رقم 14 أن برامج التوعية الأمنية التي تقدمها وسائل الاعلام في اذاعة الطارف مفيدة جدا وهذا يظهر من خلال آراء المبحوثين بنسبة 50% اذ يرى بأن لديها دور فعال في نشر التوعية الأمنية والبرامج التي تبث على اذاعة تجذب اهتمام كل فئات المجتمع .

_ تشير بيانات الجدول رقم 15 أن تعاون الجهات الأمنية (الشرطة) مع الاعلام في تقديم المعلومات الصحيحة جيد جدا بنسبة 38% وهذا يعني أن المبحوثين يتقنون بالأخبار الأمنية التي تنشر على وسائل الاعلام حيث أن هذا التعاون بينهما يوفى السلام داخل المجتمع .

_ تدل بيانات الجدول رقم 16 أن الاعلام الأمني يساهم في تقليل و معالجة الجرائم من خلال نشر الوعي الأمني بنسبة 90% هذا يعني أن المبحوثين مقتنعين بأن الاعلام الامني لديه دور مهم في الوقاية من الجرائم وأيضا وسائل الاعلام حيث تنشر عن إعلام أمني فهي تساعد في تحسين سلوكيات أفراد وجعلهم يشعرون بنوع من الرقابة وان هناك قانون يعاقب كل مجرم .

_ توضح بيانات الجدول رقم 17 أن وسائل الاعلام مصدر موثوق في نقل الأخبار الأمنية وهذا ما أكدته نسبة 55% ويدل هذا على أن هذه الوسائل ذات تأثير فعال على الجماهير حيث تساعد المؤسسات الأمنية على تحقيق غاياتها وتسهل هذه الوسائل على الوصول لمختلف فئات المجتمع المستهدفة.

2- نتائج تساؤل الفرعي الثاني : ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني ؟

_ أثبتت نتائج الجدول رقم 18 أن منصة التواصل الاجتماعي التي تستخدم بشكل أكبر من طرف المبحوثين وهي منصة فيسبوك بنسبة 53% وهذا يشير أن فيسبوك يحظى بإنتشار كبير لدى كل فئات المجتمع وهذا يجعل هذه المنصة وسيلة فعالة للمؤسسات الأمنية لنشر حملات الاعلامية حتى يتعرض لها كل فئات المجتمع وامكانية تفاعل معها والمشاركة .

_ توضح بيانات الجدول رقم 20 أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا رئيسيا في نشر الوعي الأمني ويظهر هذا من خلال نسبة 57% من العينة اتفقوا أن هذه مواقع تلعب دورا في نشر الوعي الامني وقدرتها على ايصال وسائل التوعوية الأمنية الى كل الفئات حيث تسمح مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد المجتمع بالتجاوب الفوري من خلال اعجاب أو تعليق أو مشاركة .

_ يتضح من خلال بيانات الجدول رقم 21 أن مواقع التواصل الاجتماعي على تقديم نصائح ومعلومات من أجل التوعوية الأمنية حسب آراء المبحوثين وقدرت نسبة 95% وهذا ان دل على شيء فإنه يدل على الفهم الكبير لأهمية هذه مواقع في تقديم نصائح التوعية الأمنية حيث تستخدم مؤسسات الأمنية في حملاتها حتى تضمن وصولها لكل أفراد المجتمع وخاصة شباب فهي تعتبر فئة مستهدفة.

_ نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم 22 أن الحملات التوعوية التي تقوم بها مصالح الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي تحقق نتائج ايجابية بنسبة 92% وهذا يدل على الفعالية التامة للمبحوثين بأن الحملات التوعوية للشرطة عبر مواقع تواصل الاجتماعي تحقق نتائج ايجابية لأن هذه المواقع تبين الحملات التوعوية في أحسن صورها وسهولة تعرض أفرادها ونشر هذه الحملات التوعوية يساعد في توسيع الوعي الأمني .

_ أشارت نتائج الجدول رقم 23 أن معظم المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في حملات توعوية مع مصالح الشرطة ودليل على هذا نسبة المنخفضة 82% ويرجع هذا ربما لوجود خلل داخل خلية الجهاز الأمني المسؤولة عن التنسيق مع أفراد المجتمع ، لذلك يجب اعادة النظر في كيفية تكوين الحملة التوعوية ، أو يرجع هذا للإهمال أهمية هذه الحملات في نشر توعية الأمنية وعدم أخذها بمجمل الجد.

_ تبين نتائج الجدول رقم 24 أن المحتوى التوعوي الذي تشاهده على مواقع التواصل أعلق وأناقش بنسبة 42% ويدل هذا على وجود وعي أمني و اهتمام بالقضايا الأمنية التي تنشر على هذه المواقع من خلال امكانية ابداء الرأي و النقاش بدون قيود .

_ تمثل بيانات الجدول رقم 25 أن أفضل محتوى التوعوي الاعلامي الأمني على مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في مقاطع فيديو بنسبة 47% فهذا يضمن وصول محتويات الأمنية لكل فئات المجتمع لأن أفراد يفضلون هذا نوع من محتويات ، فهذا يحقق تأثير قوي جدا في وعيهم ويسهل استيعاب خاصة للفئة التي لم تدرس ذلك يجب على مؤسسات الأمنية أن تعتمد أكثر على مقاطع فيديو في حملاتها لجذب انتباه.

_ تبين بيانات الجدول رقم 26 أن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الاعلامية الأمنية للشرطة في تغيير وعي الناس وسلوكهم قوي جدا ودليل نسبة عالية 52% فهذه نتيجة

توضح أن هذه المواقع محورا رئيسيا في تغيير سلوكيات وتساعد في رفع وعي ومميزاتها المختلفة منها سرعة في نشر المعلومات الأمنية.

_ أظهرت بيانات الجدول رقم 27 أن الحملات الاعلامية للأمن الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في نشر الوعي ومحاربة الجريمة في المجتمع هذا ما توضحه النسبة 52% وان دل هذا على شيء فإنه يدل على ضعف اوصول رسائل التوعية الأمنية.

ثالثا: مناقشة نتائج أهداف الدراسة :

- من خلال مناقشة أهداف الدراسة توصلت الى ان الحملات الاعلامية للمؤسسات الأمنية ركيزة أساسية في استراتيجيات التصدي للجريمة، إذ تساهم بفعالية في نشر الوعي الأمني بين أفراد المجتمع، من خلال اوصول الرسائل التحسيسية التوعوية التثقيفية عبر مختلف الوسائل الإعلامية. وأيضا تقدم نصائح وارشادات عملية حول كيفية الوقاية من الجريمة .

- حيث توصلت الدراسة أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها المؤسسات الأمنية أداة فعالة في نشر الثقافة الأمنية داخل المجتمع. هذه الحملات لا تتوقف فقط على تعريف الجمهور بالمخاطر التي تهدد استقراره بل تعمل على تحفيز الشعور بالمسؤولية الشخصية تجاه الأمن ، وتشجع على تبني سلوكيات وقائية ملموسة في الحياة اليومية وتقوية الثقة في المؤسسات الأمنية و جهودها المبذولة للمحافظة على سلامة المواطنين.

-توصلت الدراسة الى أن المؤسسات الأمنية في مكافحتها للجريمة تعتمد على أساليب متنوعة وكاملة لا تتوقف فقط عند ردع و الملاحقة حيث تسلط الضوء على توظيف وسائل التكنولوجيا الحديثة في كشف عن الجرائم و كيفية معاقبة المجرمين و تطبيق القوانين على من يخالف هذه القوانين .

رابعا: نتائج العامة:

تحدد النتائج العامة للدراسة فيمايلي:

*تشكل العلاقة بين الإعلام و الأمن نسقا معقدا ومتداخلا حيث لا يمكن فصل أحدها عن الآخر بل يؤثر كل منهما ويتأثر بالآخر بشكل مباشر وغير مباشرة فالاعلام بصفته مرآة المجتمع ووسيلته الاساسية لنقل المعلومات وتشكيل الرأي العام يلعب دورا محوريا في الحفاظ على الأمن كما أن يمكن للإعلام أن يكون شريكا فعالا في تعزيز الوعي الأمني ومحاربة الشائعات كما أنه يسلط الضوء على مجهودات -شرطة الطارف- و يشجع على التعاون بين المواطنين و الشرطة.

*تساهم الحملات الإعلامية في نشر الوعي الأمني بشكل فعال فهي تعتبر أداة فعالة و حيوية للغاية حيث تتجاوز مجرد اوصول المعلومات لتساهم في تغيير سلوكيات الأفراد وتعزيز القيم المجتمعية . فمن خلالها يتعرف المواطن على المخاطر المحتملة وكيفية حماية نفسه وممتلكاته ويشجع على تعزيز الثقة بين المواطنين ورجال الأمن و تقدم شرطة الطارف مجموعة من التوصيات ليعمل بها المواطن في المحافظة على سلامة أهله و ممتلكاته.

* وكإجابة على التساؤل المركزي للدراسة أثبتت النتائج أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها المؤسسة الأمنية- لولاية الطارف - أنها تشكل ركيزة مركزية لا يمكن الاستغناء عليها ويتمحور دورها في قدرتها على نشر الوعي الأمني لدى المواطن عبر تزويده بالنعرف اللازمة حول التهديدات الإجرامية المتجددة وتثقيفه بالتدابير الوقائية البسيطة التي يحمي به نفسه وممتلكاته .

خاتمة عامة

انطلاقاً مما تمت معالجته في هذه الدراسة، نظرياً وميدانياً، يتضح أن الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية في ولاية الطارف لم تعد مجرد وسيلة ترويجية فحسب، بل أصبحت أداة تواصل فعالة تعكس التحولات المجتمعية والمشاركة و التحديات الجريمة حيث أصبحت ركيزة أساسية من استراتيجيات التصدي للجريمة في الولاية الطارف

تزداد أهمية الحملات الإعلامية الأمنية مع تزايد معدلات الجريمة، حيث تُمكن شرطة ولاية الطارف من نشر رسائلها التوعوية والتنقيفية الأمنية إلى الجمهور المستهدف في وقت قياسي، خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها منصة فيسبوك التي تُعد الأكثر استخداماً

حاليًا. ومن خلالها يمكن للفرد التفاعل مع محتوى الحملة، ما يسهم في تعزيز الوعي الأمني، توضيح المخاطر، تفسير الأسباب، واقتراح حلول عملية لمكافحة الجريمة.

كما أصبحت المؤسسة الأمنية في ولاية الطارف إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، تسعى إلى تعديل سلوكيات الأفراد عبر تقديم برامج توعوية موجهة، كالحملات ضد المخدرات والسرقة والقتل. وتسهر شرطة الولاية على توفير بيئة آمنة يسودها الاستقرار، بما يسمح لباقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والأسرة بممارسة أدوارها التربوية دون عراقيل أو اضطرابات. تأسيسا على ما تقدم نم التوصل إلى جملة من المقترحات التي نأمل بأن تأخذ بعين الاعتبار من طرف المؤسسة الأمنية -الطارف- وتتمثل في :

التوصيات والاقتراحات

تأسيسا على ما تقدم تم التوصل الى جملة من الاقتراحات التي نأمل بان تأخذ بعين الاعتبار من طرف المؤسسة الأمنية _ الطارف _ وتتمثل في:

- ❖ تحديد اهداف محددة قبل بدء أي حملة من الضروري تحديد النهاية من هذه الحملة واختيار الفئة المستهدفة كما يجب استغلال جميع الإمكانيات المتاحة من التلفزيون والإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي " الفاسبوك اليوتيوب الانستغرام" كذلك ينبغي على الشرطة "الطارف" ان تستخدم كلمات سهلة وواضحة ومؤثرة وأيضا الحرص على الوقاية من خلال التركيز على كيفية التصدي للجريمة وكيف يحمي افراد المجتمع أنفسهم.
- ❖ استخدام تكنولوجيا الحديثة تفتح افقا واسعة لتعزيز قدرة الحملات الإعلامية للمؤسسة الأمنية "الطارف"
- ❖ على مواجهة مخاطر الجريمة من خلال الاستفادة من أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها
- ❖ في مراقبة أداء الحملات واتباع مقاييس مثل مدى الوصول، التفاعل فهذا يسمح بتحسينها.
- ❖ التعاون مع المؤسسات التعليمية من كل الاطوار الابتدائي المتوسط الثانوي وحتى الجامعي لنشر الرسائل الإعلامية الأمنية التوعوية التحسيسية خاصة فيما يتعلق بالجرائم السائدة كالخطف والقتل.
- ❖ التوصية بتقديم البرامج التدريبية امنية من اجل الدفاع عن النفس
- ❖ تحسين صورة المؤسسة الأمنية لدى الراي العام من خلال ابراز الجوانب الإنسانية والاجتماعية لأنشطتها.
- ❖ اعتماد مبدأ الشفافية في التواصل حول الوقائع الاجرامية، بما يضر بسير التحقيقات، وذلك لكسب ثقة الجمهور ومنع انتشار الشائعات.

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: الكتب

عبد الرحمان بن محمد عسيري، كتاب العمل الأمني العربي المشكلات والحلول، اكااديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2000.

عبد الله جعفر كوفلي، العمل الأمني الناجح { دراسة نظرية تحليلية }، دار الخليج، 2018.

*بلقاسم سلاطنية، حسن الجيلاني، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2012.

- * رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، المنهل، الطبعة 1
2013،
- * سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار اسامه للنشر وتوزيع، ط1، الأردن،
عمان، 2019.
- * صالح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد دار مؤسسه الطيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة،
2012.
- * عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية،
اليازوري للنشر والتوزيع، 2008.
- * علي سويلم، الشرطة مجتمعية ودورها في تحقيق الأمن الاجتماعي، دار الخليج للنشر
والتوزيع ، الطبعة.1. 2021.
- * عيدون الحامدي ، نور الدين دخان 2016، مسار تأمين حدود الجزائرية بين إدارة الأحادية
والصيغ التعاونية الإقليمية، مجلة دفاتر السياسية والقانون ، العدد.14.
- * مالك العزة، رستم ابورستم، أشرف الزعبي، الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار المعتز للنشر
والتوزيع ، 2025.
- * محمد عبد العزيز ، الأزمت الإعلامية ، دار اليازوري ، القاهرة، طبعة 1، مجلد1،
2024.
- * محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر
الوعي الديني، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، المنهل.
- * محمود شاكر سعيد، خالد بن عبد العزيز الحرفش، كتاب مفاهيم أمنية، جامعة نايف العربية
للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2010.
- * محمود عزت العام، ماهر عودة الشمائلة، الاعلام الأمني، دار الاعصار للنشر والتوزيع،
ط1، 2015.
- * مليكة عرايبي، موظفو إدارة الأمن والقضاء بمدينة الجزائر خلال العهد العثماني ، جامعة
الجيلالي بونعامة- خميس مليانة -مجلة الونشريس للدراسات التاريخية ، المجلد3، العدد 1،
2024 .
- * منى احمد المصري، الكتاب والادباء والارادنيون والاشباكات المتحققة لهم من وسائل
الاعلام التقليدية والرقمية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعه الشرق الأوسط، 2010.
- * يمينة زنقط، عفاف أرجيلوس، دور الإتصال الإلكتروني والإعلام ، جامعة أحمد دارية
،أدرار، الجزائر، 2019،

ثانياً: المذكرات والأطروحات

- * آل سيد الشيخ فاطمة، موساوي صبيحة، دور الاعلام الأمني والتكنولوجيا للاتصال
الحديثة في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد
بن باديس، مستغانم، 2016.
- * الزايدي كواسح ، عماد مسعي محمد ، الإتصال التنظيمي الداخلي في المؤسسة الأمنية
الجزائرية، مذكرة ماستر ، تخصص إتصال وعلاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي- ام
بواقي -، 2021.

- *العبزوزي ربيع ، اتجاهات الطلبة نحو الشرطة الجوارية وحفظ الأمن في المجتمع الجزائري، أطروحة شهادة دكتوراه في علم النفس الإجتماعي ، قسم علم نفس وعلوم التربية و الأطفونيا،.
- *أم لرقاب سمية ، فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية ، أطروحة دكتوراه، إتصال، تخصص إشهار وعلاقات عامة ، جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف2، الجزائر ، 2021.
- *إيمان جامع ، محمد فراحتة، توظيف المؤسسة الأمنية الشرطة للبرامج الإذاعية للتوعية من الجرائم الإلكترونية ، مذكرة ماستر ، تخصص وعلاقات عامة ، جامعة قسنطينة 3 صالح بويندر، 2022.
- *بقدور سعاد، واقع الاتصال بين الطالب الصحراوي-الصحراء الغربية-والأمن الولائي، مذكرة ماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم -قسم العلوم الإجتماعية، 2013.
- *حامدي كنزة، الحملات الإعلامية التوعوية الصحية لسرطان الثدي ، أطروحة دكتوراه، تخصص إشهار وعلاقات العامة، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2021.
- *ساعد سلمي ، شابي عز الدين ، فاعلية الإستراتيجية الإتصالية في المؤسسة الأمنية الجزائرية ، مذكرة ماستر ، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة خيضر – بسكرة، 2023، ص.55
- *شريف لياس، زيزين ناصر، الدور الاجتماعي للشرطة وأثره في الوقاية من الجريمة، مذكرة ماستر ، تخصص جريمة والانحراف ، جامعة يحي فارس – المدية -، قسم علم الاجتماع، 2022.
- *عميمور شيماء، الحملات الإعلامية ودورها في الوقاية من فيروس كوفيد19 ، مذكرة ماستر 2 ، اتصال وعلاقات عامة ، جامعة صالح بويندر ، قسنطينة03 ، الجزائر ، 2022.
- *عيساوي سمير، اتجاهات المواطنين نحو الاتصال الشرطي في سوسيولوجيا التمثلات والممارسات ، مذكرة ماستر في علم إجتماع ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.

ثالثاً: المجلات العلمية

- *رفيق بوزانة 2022، استراتيجيات الحملات إعلامية في الجزائر وأسلوب اتخاذ القرار مهنة جديدة للاتصال في عالم متحول، مجلة الإعلام والمجتمع ، الجزائر ، مجلد6 ، العدد2.

- *أبكر السليك أبكر، امين ادريس، الرخيص عمر، استراتيجيات الاعلام الأمني في فض الخزاعات و تحقيق العيش المشترك من منظور دبلوماسي، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية، مجلد 2، العدد رابع، 2023
- *والي عبد اللطيف، بوبعاية كمال، تفعيل دور الاعلام الأمني في مكافحة الجريمة، جامعة محمد بوضياف، مجلة الفكر القانوني والسياسي، الجزائر، المجلد 5، العدد 1، 2011.
- *اشواق سالم، عائشة لأصلح، دور الحملات الإعلامية للوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا، جامعه سطيف، مجله وحده البحث في التنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد 3، نوفمبر 2022.
- *حنان احمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، المقالة الأصلية على المجلة المصرية لبحوث، المجلد 12، العدد 1، joa.journals.ekb.eg
- *رقية لفلوق، ياسين قرناني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز فعالية حملات الاتصال العمومي، جامعة سطيف 2، الجزائر، مجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4، العدد 4 أكتوبر، 2021.
- *شوقي عبد الكريم، الشرطة الجزائرية إبان الثورة التحريرية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد العاشر، العدد 3.
- *عبد القادر بغدادباي، عبد الإله بن شرقي 2020، خلايا الاتصال في المؤسسات الأمنية وتحديات تحقيق الأمن الاجتماعي في الجزائر، المركز الجامعي غليزان (الجزائر)، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، العدد 18، المجلد 5.
- *ألبيري بلخير، الشرطة في بلاد المغرب الإسلامي كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة سيدي بلعباس، مجلة دراسات، العدد 8.
- *مباركي وليد، بن سعد إسماعيل، دور مؤسسه الأمنية في الحد من الجريمة داخل المدن، مجال الدراسات في سيكولوجيه الانحراف، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، المجلد 6، العدد 2، 2022.
- *مختار جلولي، دور الحملات الإعلامية التوعوية في التحسيس بجرائم الأسرة، جامعة ابن خلدون تيارت، مجلة دقاتر المتوسط، العدد التاسع، الجزائر، ديسمبر 2018.
- *وليدة حدادي 2019، الحملات الإعلامية المرورية في ضوء مستلزمات الخدمة العمومية في الجزائر، رؤية نقدية، مجلة دراسات انسانية واجتماعية، الجزائر، مجلد 6، عدد 12.
- ريال فايزة، ادوات جمع البيانات في البحث العلمي بين مزايا والعيوب، جامعة اكلي محمد اولحاج، بويرة، الجزائر، مجله الحكمة لدراسات التربوية والنفسية، المجلد 8، العدد 4، 2020 .

رابعاً: الندوات والمحاضرات

- *عقيد مضلي، دور الاعلام الأمني في الوقاية من الجريمة، ندوة علمية، بيروت، 2011



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

استمارة مذكرة تحت عنوان

دور الحملات الإعلامية للمؤسسات الأمنية ودورها
في محاربة الجريمة

تحت إشراف:

د. محمد دفون

إعداد الطلبة:

❖ محمودي رفقة

❖ خنتوش خليفة

السنة الجامعية: 2025/2024

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: أنثى () ذكر ()
2. السن: من 18 سنة إلى 24 سنة () من 25 إلى 29 سنة () من 30 إلى 34 سنة () من 35 سنة فما فوق ()
3. المستوى التعليمي: ابتدائي () ثانوي () جامعي () دراسات عليا ()
4. الوظيفة: بطال (ة) () عامل (ة) يومي () موظف (ة) عمومي ()
5. الحالة المدنية: عازب (ة) () متزوج (ة) () مطلق (ة) ()
6. المسكن: ولاية الطارف () خارج ولاية الطارف ()

المحور الثاني: علاقة الإعلام والأمن

1. هل أنت مشترك مع صفحة الشرطة في مواقع التواصل الاجتماعي لولاية الطارف؟
نعم () لا ()
2. ما مدى متابعتك للتغطيات الإعلامية للشرطة؟
دائماً () أحياناً () نادراً () لا أتابع ()
3. ما نوع الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها أكثر؟
التلفزيون () الإنترنت () الصحف () الإذاعة ()
4. برأيك، هل تساهم التغطيات الإعلامية للأمن في تعزيز الأمن والاستقرار؟
نعم () لا () لا أعلم ()
5. هل الترويج للأخبار الكاذبة والاشاعات تؤثر على الأمن المجتمعي؟
نعم () لا () أحياناً ()
6. ما مدى تأثير الإعلام في توعية المجتمع بالقضايا الأمنية؟
ضعيف () متوسط () قوي () ممتاز ()

7. ما هي أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في نشر الوعي الأمني؟

التلفزيون () الإذاعة () الصحف () وسائل التواصل الاجتماعي ()

8. ما رأيك في برامج التوعية الأمنية التي تقدمها وسائل الإعلام في إذاعة الطارف؟

غير مفيدة () إلى حد ما () مفيدة جداً ()

9. ما رأيك في مدى تعاون الجهات الأمنية (الشرطة) مع الإعلام في تقديم المعلومات الصحيحة؟

ضعيف () متوسط () جيد جداً ()

10. هل ترى أن الإعلام يساهم في تقليل ومعالجة الجرائم من خلال نشر الوعي الأمني؟

نعم () لا ()

11. ترى أن وسائل الإعلام مصدر موثوق للأخبار الأمنية؟

نعم () لا () أحياناً ()

في حالة الإجابة بـ لا لماذا؟

.....
.....

المحور الثالث: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الأمني

1. ما هي منصة التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بشكل أكبر؟

فيسبوك () إنستغرام () يوتيوب () أخرى تذكر ()

2. كم من الوقت تقضي يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة () 1-3 ساعات () 4-6 ساعات () أكثر من 6 ساعات ()

3. تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً رئيسياً في نشر الوعي الأمني؟

نعم () لا () إلى حد ما ()

4. حسب رأيك هل تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تقديم نصائح ومعلومات من أجل التوعية

الأمنية؟

نعم () لا ()

5. ترى أن الحملات التوعوية التي تقوم بها مصالح الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي تحقق نتائج إيجابية؟

نعم () لا ()

6. هل سبق لك المشاركة في حملات توعوية مع مصالح الشرطة؟

نعم () لا ()

في حالة الإجابة بنعم ما هو موضوع الحملة؟

7. المحتوى التوعوي الذي تشاهده على مواقع التواصل؟

أشارك المنشور () أعلق وأناقش () أكتفي بالمشاهدة () لا أهتم ()

8. ما نوع المحتوى التوعوي الإعلامي الأمني الذي تفضله على مواقع التواصل الاجتماعي؟

مقاطع فيديو () صور () مقالات وتقارير ()

9. مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لحملات الإعلامية الأمنية للشرطة في تغيير وعي الناس

وسلوكلهم؟

تأثير قوي جدًا () تأثير متوسط () تأثير ضعيف () لا تؤثر ()

10. برأيك هل ترى بأن الحملات الإعلامية للأمن الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي لديها فاعلية في

نشر الوعي ومحاربة الجريمة داخل المجتمع؟

نعم () لا ()