

## الشرطة الجزائرية عبر الفيسبوك: استراتيجيات العرض والتفاعل

د. عبد الرحيم بن بوزيان

جامعة الشهيد حمزة لخضر الوادي

تاريخ الاستلام : 2019-05-20 ؛ تاريخ المراجعة : 2019-09-23 ؛ تاريخ القبول : 2019-09-30

### ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى فحص الاستخدامات اليومية "للصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني الجزائرية" عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، من خلال الاعتماد على تحليل محتوى المنشورات (Posts) والتعليقات (Comments) التي تم نشرها وتداولها عبر الصفحة من 1 أوت 2016 حتى 31 أوت 2016. وتناقش الدراسة أنواع المعلومات التي يتم إرسالها إلى الجمهور. بالإضافة إلى كيفية استجابة الجمهور لمحتوى المشاركات المختلفة. وخلصت الدراسة إلى أن المديرية العامة للأمن الوطني تستخدم صفحتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بهدف نشر المعلومات أكثر من التفاعل. وعليه فإن استراتيجية الاتصال عبر الموقع قائمة على بناء الصورة الذهنية الإيجابية وإدارتها، بدلا من بناء علاقات تفاعلية مع أفراد المجتمع الجزائري. وفيما يخص تفاعل الجمهور (متابعي الصفحة)، كشفت الدراسة وجود سيطرة ذكورية كبيرة على مختلف النقاشات التي أنتجتها المشاركات المنشورة عبر الصفحة. كما تبين أن الجمهور يعتمد على تقديم أنفسهم بهويات غير حقيقية نظرا لانتشار الرقابة المتبادلة. كما تؤكد الدراسة على أن الجمهور المتفاعل عبر الصفحة يعتمد على فضاء "التعليقات" لتقديم الذات العاطفية بدلا من الذات العقلية.

**الكلمات المفتاح :** مواقع التواصل الاجتماعي؛ فيسبوك؛ الشرطة الجزائرية؛ استراتيجية عرض؛ تفاعل.

### Abstract:

This study aims at examining the daily uses of the official page of "the Algerian general directorate of national security" on Facebook through the reliance on content analysis of posts and comments that have been shared on its page from the time period of August, 1st 2016 till the 31st of the same month. The study discusses the sorts of information being sent to the public in addition to the latter's response to the content of this various posts. The study concludes that the general directorate of national security uses its facebook page for informative purposes only. Therefore, the communication strategy is based on the building and monitoring of a positive stereotype instead of making interactive relationships with the members of the Algerian society. As far as the audience interaction, that is, the followers; the study has revealed that there is a masculine dominance on a variety of discussions results of the shared posts. Moreover, it is has been noted that the audience uses fake names due to the spread of mutual censorship. The study confirms as well that the interactive audience on the page relies of the "comments" sphere to present the self-emotional instead of that of rationality.

**Keywords:** Algerian police; social networks sites; facebook; exposition strategy ; interaction.

**I- تمهيد :**

لعبت التكنولوجيا دورا مهما في تشكيل الشرطة الحديثة من أجهزة الراديو للإرسال والاستقبال، إلى السيارات الحديثة، إلى أجهزة الحاسوب، إلى التكنولوجيات التي أثرت بشكل كبير على أداء عمل الشرطة. وتعتبر التكنولوجيات الجديدة كقارئ لوحة الترقيم، التصوير الحراري، وأنظمة التعرف على الوجه، ومواقع التواصل الاجتماعي، وتقنيات المراقبة..، أدوات حديثة تعمل الشرطة المعاصرة على تطويرها ودمجها في مختلف نشاطاتها. ومع انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من الأدوات المهمة للاتصال بين أقسام الشرطة والمواطنين في مناطق مختلفة وخصوصا في الدولة الديمقراطية، حيث تم استخدام تلك المواقع من أجل المساعدة على حل بعض الجرائم، وللتواصل مع الجمهور العام بشكل مباشر وبسيط. وانطلاقا من الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الشرطي بدأ الباحثون في دراسة كيفية تأثير هذه التكنولوجيات على الشرطة المعاصرة(1). وتشير نتائج بعض الدراسات الإمبريقية إلى تزايد عدد مراكز الشرطة التي تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، كوسيلة لنشر العديد من المعلومات المتعلقة بنشاط الشرطة في مكافحة الجريمة بالدرجة الأولى، وكذلك كوسيلة للعلاقات العامة وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في نظر المواطنين(2). كما أوضحت دراسة كريستوفر شنايدر (Christopher Schneider) إلى أن الشرطة الكندية تعتمد على موقع «تويتر» «Twitter» كوسيلة لتشجيع المستخدمين (المواطنين) على مساندة أنشطتها المختلفة (3). ويؤكد كريستوفر أوكونور (Christopher O'Connor) أيضا على أن الشرطة الكندية تستخدم «تويتر» كأداة للمساعدة على إدارة صورة الشرطة وبناء جماعات افتراضية مؤيدة لها(4). وعلى الرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأداة مساعدة على بناء صورة المؤسسة الأمنية وكوسيلة لتوطيد العلاقة بين الشرطة وأفراد المجتمع، وأهمية المؤسسة الأمنية في الجزائر كأحد ركائز الأمن والاستقرار، ووجود مصلحة للاتصال على مستوى المديرية العامة للأمن الوطني، إلا أن موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مصالح الشرطة الجزائرية لم يحظى بقدر كاف من الدراسة والتحليل من قبل الباحثين الجزائريين، ويظهر ذلك من خلال غياب الدراسات الأكاديمية الإمبريقية المنشورة على مستوى المجالات العلمية، أو رسائل الماجستير، أو أطروحات الدكتوراه. وعليه تهدف هذه الدراسة إلى فحص استراتيجيات العرض التي تعتمدها الشرطة الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على موقع «فيسبوك» «Facebook» -باعتباره موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الجزائر-، وتفاعل الجمهور مع تلك الاستراتيجيات. والسؤال الرئيسي الذي يمكن طرحه هو: كيف تستخدم الشرطة الجزائرية "الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني" عبر موقع فيسبوك للتواصل مع الجمهور(متابعي الصفحة)؟ وكيف يتفاعل ذلك الجمهور مع منشورات تلك الصفحة؟

**1.I- الدراسات السابقة:**

أشير بداية إلى وجود العديد من الدراسات التي تطرقت بشكل مباشر أو غير مباشر لكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسة الشرطية خصوصا على المستوى الدراسات الغربية، وسوف نلقي الضوء على البعض منها وخصوصا التي ترتبط بشكل مباشر مع مشكلة هذه الدراسة في الجزء الخاص بالدراسات السابقة. أما باقي الدراسات الأخرى التي تمكنت من الوصول إليها عبر مختلف مواقع الويب، فقد تم ذكرها ضمن باقي أطوار الدراسة سواء في المقدمة، أو ضمن الجزء الخاص بالطريقة والأدوات، أو في الجزء الخاص بالنتائج ومناقشتها.

حاول جول لييرمان وآخرون (Joel Lieberman et al) من خلال دراستهم لاستخدام أقسام الشرطة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الإدارية في الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة فاقت 75% سنة 2013. وحاولت الدراسة أن تستكشف استخدام هذه الإدارات ومنها أقسام الشرطة الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي عموما وموقع فيسبوك على الخصوص. وتم فحص منشورات ثلاثة وعشرون (23) قسم شرطة عبر الفيسبوك طيلة ثلاثة (3) أشهر. وتشير النتائج إلى أن نمط المحتوى يتوقف على معدل نشر الرسائل من قبل تلك الأقسام، فالرسائل التي تنشر بمعدل أكبر هي تلك الرسائل التي تتعلق بالجرائم، بينما الرسائل الأقل نشرها هي تلك

الرسائل التي تتعلق بالعلاقات العامة لمصلحة أقسام الشرطة الأمريكية. كما تشير النتائج إلى أن متابعي حسابات تلك الأقسام يقومون بالتعليق على المنشورات الأطول (تحتوي على عدد أكبر من الكلمات)، والتي تحتوي على ارتباطات تشعبية توجه المتابعين إلى نصوص أو خرائط إضافية. بالإضافة إلى ذلك، بينت الدراسة أن عدد التعليقات والإعجابات يكون أقل في حالة إرفاق منشور ما بصورة معينة. كما أن استجابة المشاركين عبر التعليقات تكون بشكل أكبر لتلك المنشورات التي تحتوي على أخبار حول إصابة أحد الضباط، أو للتواصل المباشر مع أقسام الشرطة، أما المنشورات التي تشير إلى أخبار الجرائم فلم تحظى بنفس القدر من الاهتمام من قبل المتابعين(5).

وفي دراسة كريستوفر شنايدر (Christopher Schneider) التي استكشفت من خلالها استراتيجيات العرض الشرطي في كندا عبر موقع تويتر، ومن خلال تحليله لـ: 105801 تغريدة تابعة لحساب شرطة تورونتو الكندية، معتمداً على منهج تحليل الوثائق الكيفي، توصل إلى أن الشرطة الكندية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي ومنها تويتر لتشجيع المستخدمين على دعم أنشطتها المختلفة، وأن تغريدات الضباط وتفاعلهم مع الجمهور الواسع وحتى مع ضباط آخرين، يساهم في توفير مزيد من الفرص لمواصلة تطوير وتسهيل استراتيجيات العرض الشرطي الحالية. كما أظهرت نتائج الدراسة على وجود استراتيجيتين للعرض الشرطي وهما: استراتيجية العرض التي تبرز الشرطة الاحترافية، و استراتيجية العرض التي تبرز الشرطة المجتمعية (الجوارية)(6).

وقد ركز كريستوفر أوكونور (Christopher O'Connor) على دراسة وتحليل الاستخدام اليومي لموقع تويتر في أقسام الشرطة الكندية. ومن خلال الاعتماد على منهج تحليل المحتوى، قام أوكونور بتريميز وتحليل 3008 تغريدة تابعة لسبعة وعشرون (27) حساباً لأقسام شرطة كندية عبر تويتر في الفترة الممتدة من 1 إلى 15 جوان 2014. وتشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة التغريدات الإعلامية التي تهدف إلى تزويد المستخدمين بالمعلومات أكثر من التفاعل، كانت أكبر من التغريدات التفاعلية التي كانت تهدف إلى حث المستخدمين على الاستجابة والتفاعل، حيث بلغت الأولى 60%، أما الثانية فقد كانت نسبتها 40%. كما بينت النتائج أن موقع تويتر قد أُستخدِم كأداة للمساعدة على إدارة صورة الشرطة الكندية، ولبناء مجموعات الافتراضية موالية لها(7).

## 2.1- التكنولوجيا الحديثة والشرطة العصرية:

تتميز الشرطة الحديثة بتعدد المقاربات التي تعتمد عليها في عملها، كالشرطة المجتمعية (الجوارية)، والشرطة بقيادة المخبرات، وشرطة الطمأنينة، والشرطة الموجهة نحو مشكل معين، والشرطة القائمة على الحوكمة، والشرطة الذكية. ولكل من هذه الأنواع فلسفتها وممارساتها الخاصة بها والتي تحاول التعامل عموماً مع مجتمع سريع التغيير، ومع الجريمة بصفة خاصة. والمسألة التي نركز عليها هنا بغض النظر على المقاربة المعتمدة من طرف الشرطة الجزائرية - التي تميل نحو المقاربة المجتمعية- هو التعامل مع/التكيف مع الفضاء الإلكتروني الجديد. وعندما يتم اعتماد تكنولوجيا جديدة من قبل الشرطة فإنها تعمل على تغيير العمل الشرطي، إذ يؤدي استخدام السيارات الحديثة على سبيل المثال إلى سهولة حركة الشرطة والتقليص من أوقات الاستجابة أثناء التدخلات المختلفة. وقد قدمت تكنولوجيا المعلومات قدرة أكبر في الحصول على كمية كبيرة من البيانات، وتوليد المعلومات من أي مكان. وبينما يأخذ اعتماد التكنولوجيات الجديدة زمناً معتبراً للتكيف معها وتقييمها من قبل الضباط والمختصين -من حيث سهولة الاستخدام، والفائدة، والوقت، ونوعية المعلومات، تفرض البيئة التكنولوجية الجديدة إعادة التكيف باستمرار مع التغييرات التكنولوجية السريعة(8).

ومع تطور تكنولوجيا المعلومات واتساعها بشكل أكبر، توقع إريكسون (Ericson) وهيجرتي (Heggerty) تأثير هذه التكنولوجيا على العمل الشرطي، ويؤكدان على أن الشرطة تتشكل من جديد بعيداً عن أدوارها التقليدية، والتمثلة أساساً في تطبيق القانون والمحافظة على النظام الاجتماعي وتنتج إلى دور جديد ويتمثل في العمل "كقائمين بالاتصال عن

المخاطر "Risk Communicators". وانطلاقاً من هذا الدور أصبحت الشرطة وسيلة لبناء وتوزيع كل المعلومات التي تتعلق بالمخاطر التي تهدد المجتمع على نطاق واسع(9).

### 3.I- الشرطة ومواقع الشبكات الاجتماعية:

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي (Social Networking Sites)(SNS) أو الشبكات الاجتماعية على الخط (Online Social Networks)، أو مواقع ويب التواصل الاجتماعي (Social Networking Web Sites)(SNWS)، هي تطبيقات رقمية تسهل التفاعل الاجتماعي وتعزز من التواصل بين الأفراد(10). وتعرف أيضاً بوسائل التواصل الاجتماعي أو شبكات الإعلام الاجتماعي وهي مواقع ويب (Websites) أو تطبيقات (Applications) مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، ورسائل، وصور،...إلخ (11). كما يمكننا النظر إلى التواصل الاجتماعي كعملية تفاعلية عبر مواقع إلكترونية مثل موقع فيسبوك، تويتر، لينكدإين، مايسبايس.. وغيرها من المواقع المشابهة، أين يقاسم الأفراد من خلالها مجموعة من المصالح المشتركة، ويتفاعلون فيما بينهم بطريقة نمطية، كما يتطلب الدخول إليها بناء ملف شخصي عام أو ملمح عام (Public profile) والتفاعل مع مشاركين آخرين عبر تلك المواقع(12).

وتعرف بويد(Boyd) وإليسون (Ellison) مواقع الشبكات الاجتماعية كمجموعة خدمات تعتمد على الويب، والتي تتيح للأفراد؛ أولاً: بناء ملف شخصي يظهر بشكل عام أو شبه عام داخل نظام محدد، ثانياً: إظهار قائمة المستخدمين الآخرين (قائمة الأصدقاء) الذين يتشاركون معهم في الاتصال، ثالثاً: إمكانية الرؤية والتجول في قوائم الاتصال الخاصة بالمشاركين الآخرين(13). انطلق موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك سنة 2004 وكان مخصصاً لطلاب الجامعات، وفي سنة 2006 أصبح الموقع متاحة لكل الناس. وهو من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً في العديد من دول العالم، وتشير الإحصاءات الأخيرة إلى أنّ عدد المسجلين من الجزائريين في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك قد بلغ خمسة عشرة مليون مستخدم(14). وعلى الرغم من أنّ الفيسبوك يفرض شكلاً ثابتاً عبر صفحات المستخدمين، إلا أنه مثل موقع مايسبايس يسمح باستعراض مجموعة واسعة من المحتويات مثل النصوص، الصور، مقاطع الفيديو، الروابط وغيرها. لقد عرف موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نجاحاً كبيراً دفع بالشركات والتنظيمات المختلفة إلى محاولة استغلال هذا النجاح، وأنشاء الكثير منها صفحات خاصة بها عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بهدف الترويج لصورتها وتقديم منتجاتها وخدماتها. ويكفي أن "يعجب" مستخدم ما بالصفحة حتى يصبح من المتابعين لها. ويمكن للشركات أو التنظيمات التواصل مع متابعيهم من خلال الطرق الثلاثة التالية: 1- نشر المحتويات المختلفة عبر الصفحة. 2- السماح للمتابعين بالنشر عبر صفحة الشركة. 3- بعث رسائل مباشرة إلى المتابعين. ومن ثم يمكن للمتابعين الرد على المنشورات بواسطة التعبير العاطفي "الإعجاب"، "الغضب"، "الفرح" وغيرها، أو كتابة التعليقات، أو مشاركة المنشور مع شبكة الأصدقاء.

ففي الوقت الذي لم تعرف فيه الدراسات التي تبحث في استخدام الشرطة لمواقع الشبكات الاجتماعية تطوراً كبيراً، تمكن الأكاديميون من تطوير فهم أكثر وضوحاً فيما يخص التفاعل والتواصل مع الجمهور. وتشير الأبحاث إلى أنّ الشرطة وعلى غرار ما تقوم به التنظيمات الأخرى، تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية لإرسال المعلومات بدلاً من التفاعل مع الجمهور في محادثات هادفة(15). ويشير كرامب (Crump) على أنه رغم استخدام الشرطة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر للتواصل مع الجمهور بطريقة تفاعلية، إلا أنّ معظم التغريدات المرسلة من قبل الشرطة لم تكن تهدف للحث عن التفاعل. ويرجع ذلك كما يرى كرامب إلى الثقافة الشرطية التي أدت إلى استخدام موقع تويتر بطريقة حذرة، فهو ليس إلا وسيلة معززة لباقي الوسائل المستخدمة للاتصال (16). وعلى العموم، لا توجد أدلة كثيرة تشير إلى أنّ الشرطة قد نجحت في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة والتعاون مع الجمهور، ويبقى الاستخدام الأكثر وضوحاً لهذه المواقع هو

تزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار (17). إلا أن هذا لا يعني أنه لا توجد فائدة من استخدام الشرطة لمواقع الشبكات الاجتماعية بهدف توفير المعلومات للجمهور، فقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن استخدام الشرطة لهذه المواقع قد حقق نجاحاً في إعلام الجمهور حول مجموعة من القضايا مثل تقديم الاحصاءات، ونشر المعلومات عن نشاطات الشرطة، والسلامة المرورية، والتعليق على الأحداث الجارية وغيرها (18).

**II - الطريقة والأدوات :** تهدف الدراسة إلى تحليل محتوى منشورات صفحة المديرية العامة للأمن الوطني عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من أجل فحص استراتيجيات العرض المعتمدة من طرف المديرية، وكذلك تحليل محتوى تعليقات المستخدمين على تلك المنشورات من أجل معرفة كيفية التفاعل مع تلك المنشورات.

ولاختبار عينة الدراسة استخدمت الدراسة مراحل متعددة، تمثلت المرحلة الأولى في اختيار صفحات الفيسبوك التابعة للشرطة الجزائرية من خلال البحث داخل موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكانت كلمات البحث المفتاحية كالتالي: الشرطة الجزائرية، الأمن الوطني، police algérienne. ومن خلال هذا البحث عثرت على العديد من الصفحات الخاصة بالشرطة الجزائرية ولكن كان معظمها يحمل الطابع غير الرسمي، وكذلك توقف نشاط الكثير من تلك الصفحات. وبالتالي كان اختيار صفحة "المديرية العامة للأمن الوطني" كعينة غير احتمالية وبطريقة قصدية كونها الصفحة الرسمية الوحيدة للشرطة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك. وفي المرحلة الثانية تم اختيار المدة الزمنية من يوم 01 أوت 2016 إلى غاية يوم 31 أوت 2016 من أجل ترميز كل محتويات الصفحة (مشاركات وتعليقات)، وهي فترة غير كافية لتقديم صورة واضحة عن تلك الاستراتيجية وذلك التفاعل، ولكنها تعطي مؤشرات أولية عنهما. بالإضافة إلى قيود الوقت التي فرضها تقديم الدراسة قبل يوم 1 أكتوبر 2016.

وبالنسبة لإجراءات الترميز، فقد قمت بترميز محتوى المشاركات (المنشورات) -وهي وحدة التحليل الأولى (وحدة القياس الأولى)- التي غالبا ما تكون نصا، و/أو صورة، و/أو مقطع فيديو، و/أو وسما، و/أو رابط داخلي (أي ضمن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك) أو (خارجي أي مواقع إلكترونية أخرى)، أو أي شكل يقدم به المضمون الاتصالي عبر الصفحة. يتم مراجعة محتوى المشاركة من خلال: عنوان المشاركة، رسالة المشاركة، مع أي ملحق آخر سواء كان صورة، أو فيديو، أو أي شكل آخر. ويتم مراجعة التعليقات -وهي وحدة التحليل الثانية (وحدة القياس الثانية)- من خلال: الرسالة وأي شكل ملحق بالرسالة. وهي من بين وحدات التحليل الحديثة المستخدمة في بعض دراسات تحليل محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على غرار دراسة كل من: (Lieberman et al, 2013; Porismita Borah, 2016; ) (Mustafa Oz, 2016) وتتم عملية ترميز المشاركات والتعليقات بعد مرور 24 ساعة على الأقل، بهدف منحها الوقت الكافي للظهور والتفاعل. وشمل نظام الترميز تسع (9) فئات رئيسية، بالإضافة إلى 45 فئة فرعية كما هو موضح في الجدول رقم (1) كالتالي:

### الجدول (1): فئات التحليل ومؤشراتها ومعانيها

معاني الفئات ومؤشراتها	الفئات التحليل	
تاريخ نشر المشاركة عبر الصفحة. وهي: اليوم ثم الشهر ثم السنة	تاريخ المشاركة	فئات التحليل الخاصة بالمشاركات (المنشورات)
وقت نشر المشاركة عبر الصفحة. وهي: الثانية. الدقيقة	توقيت المشاركة	
هي المواد التي تشكل محتوى المشاركة، والتي يمكن أن تكون مادة واحدة أو مزيج لأكثر من مادة. وأي شكل آخر يصف ضمن غ ق ت. وهي: (نص، صورة، فيديو، رابط، وسم، مزيج، غ ق ت*)	طبيعة المواد المستعملة	
اللغة التي كتبت بها المشاركة، والتي يمكن أن تكون لغة واحدة أو مزيجا من اللغات. وهي: (عامية، عربية فصحي، فرنسية، مزيج، غ ق ت)	اللغة المستخدمة	

	فئات المضمون	أبعاد موضوع المشاركة	<p>المشاركة الإعلامية: هي التي يتم فيها توفير المعلومات إلى الجمهور بدلا من التفاعل معه. معلومات تتعلق بالجرائم/ التحقيقات: تهدف إلى اطلاع الجمهور بالجرائم، سير التحقيقات، حوادث، اعتقالات، وشرح القوانين.</p> <p>معلومات عن السلامة المرورية: تقديم معلومات عن حوادث المرور، حالة الطرقات، الحملات المرورية، احصاءات حول المرور.</p> <p>معلومات على نشاطات الشرطة: ومن خلالها يتم الإعلام بالمخاطر التي تحيط بالعمل الشرطي، التغطيات. التنسيق مع وحدات أمنية أخرى كالجيش والدرك وغيرها. عروض التكوين. التوظيف. استحداث قوات جديد. تدعيم الجانب الاجتماعي للشرطة. بالإضافة إلى التغطيات الإعلامية لنشاطات الشرطة.</p> <p>علاقة الشرطة بالمجتمع: وهي معلومات تبيّن الاتصال الوثيق بين الشرطة والمجتمع. كتنظيم المعلومات عن الأحداث والقضايا الوطنية والمحلية. شكر الناس أو الهيئات المختلفة للعمل الشرطي. أي شكل من أشكال التضامن مع المجتمع.</p> <p>المشاركة التفاعلية: هي التي تهدف إلى إثارة التفاعل والحوار مع الجمهور.</p> <p>طلب حضور الجمهور لنشاطات تنظمها الشرطة: كالحضور للأبواب المفتوحة التي تنظمها الشرطة بشكل دائم، الاستماع لبرامج إذاعية من تنشيط أفراد الشرطة وغيرها.</p> <p>الطلب من الجمهور الاستجابة بطريقة معينة: كطلب المساعدة من الجمهور أثناء التحقيقات. الإبلاغ عن المشتبه فيهم. الاتصال بالشرطة لطرح الانشغالات الأمنية. التوجيه المروري والأمني.</p> <p>الاستجابة لتتويجات الآخرين: تقديم توضيحات عن قوانين أو قضايا معينة ولكن بعد طلب الجمهور لتلك التوضيحات.</p>
	فئات الشكل	<p>نوع المشاركين في التعليقات</p> <p>هوية المشاركين في التعليقات</p> <p>التفاعل مع المشاركة</p>	<p>يتم الحكم عن نوع المشارك من خلال الاسم الحقيقي أو الاسم المستعار بالإضافة إلى الصورة. وهي: (ذكر، أنثى، المشرف على الصفحة، غ ق ت)</p> <p>يتم الحكم على الهوية الحقيقية من خلال عرض المشارك لاسمه ولقبه مع صورته الحقيقية. وهي (هوية حقيقية، هوية غير حقيقية، غ ق ت)</p> <p>بعد مرور 24 ساعة على عرض المشاركة يتم تسجيل عدد المعجبين بالمشاركة والتعليقات. عدد التعليقات على المشاركة. عدد مشاركة (Share) المشاركة. وهي: (عدد المعجبين بالمشاركة والتعليقات، عدد التعليقات على المشاركة، عدد مشاركة (Share) المشاركة)</p>
فئات التحليل الخاصة بالتعليقات	فئات المضمون	طبيعة التعليق	<p>البحث عن المعلومات: وهو أي طلب عن المعلومات بشكل مباشر من طرف أحد المشاركين.</p> <p>البحث عن القنوات: وهو أي طلب عن القنوات (مكان تواجد معلومات حول شيء ما) بشكل مباشر من طرف أحد المشاركين.</p> <p>نشر المعلومات: تقديم معلومات عامة للآخرين وبدون ذكر المصادر أو كيفية الوصول إليها.</p> <p>توفير القنوات: عرض قنوات معينة استجابة لطلب أحد المشاركين، أو دون استجابة.</p> <p>إعادة نشر أخبار: عرض تقارير إعلامية حول قضايا معينة.</p> <p>البحث عن الرأي: الطلب المباشر أو غير المباشر لأحد المشاركين بمعرفة رأي الآخرين حول قضية ما.</p> <p>التعبير عن الرأي: تقديم وجهة النظر الشخصية حول قضية ما.</p> <p>دحض المعلومات و/أو الآراء: من خلال تكذيب أو تفنيد أو تقديم معلومات أو آراء معاكسة تماما لم تم طرحه.</p> <p>التوجيه: وهو أمر/تنبيه/اقتراح فعل معين على المشاركين الآخرين</p> <p>التعبير عن الغضب: اظهار مشاعر الغضب بالسب أو أي عبارة جارحة أو الدعاء الساخط على الآخرين.</p> <p>التعبير عن الذات: ذكر التجارب والحقائق الشخصية. الدعاء والتمني.</p> <p>الترحيب الاجتماعي: أي عبارة أو شكل يرحب بالآخرين.</p> <p>نشر الفكاهة: أي عبارة أو شكل يهدف إلى نشر الضحك والدعابة.</p>

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

غ ق ت = غير قابل للترميز

فيما يخص إجراء الثبات فقد اعتمدت على مرمزين اثنين فقط، تلقيا جلسة تدريبية واحدة تعرفا من خلالها على كيفية ترميز الفئات المختلة، وبعدها تم ترميز بعض المشاركات المنشورة عبر صفحة "المديرية العامة للأمن الوطني" والمختارة بطريقة عشوائية، وكانت مستوى التوافق بعد حسابه بمعامل ألفا كرونباخ هو 0.96.

## II - النتائج ومناقشتها :

1.I - نتائج الدراسة: بلغ عدد المشاركات التي نشرت عبر صفحة "المديرية العامة للأمن الوطني" 91 مشاركة من يوم 1 أوت 2016 إلى غاية يوم 31 أوت 2016. مع عدم نشر أي مشاركة في كل من الأيام التالية: 5 و 6 و 12 و 19 و 20 و 26 و 27 أوت.

### الجدول (2): تاريخ المشاركات

النسبة	التكرار	تاريخ المشاركة
2.2	2	2016/08/01
2.2	2	2016/08/02
2.2	2	2016/08/03
4.4	4	2016/08/04
3.3	3	2016/08/07
2.2	2	2016/08/08
5.5	5	2016/08/09
3.3	3	2016/08/10
4.4	4	2016/08/11
2.2	2	2016/08/13
6.6	6	2016/08/14
6.6	6	2016/08/15
4.4	4	2016/08/16
4.4	4	2016/08/17
2.2	2	2016/08/18
8.8	8	2016/08/21
6.6	6	2016/08/22
5.5	5	2016/08/23
4.4	4	2016/08/24
2.2	2	2016/08/25
4.4	4	2016/08/28
4.4	4	2016/08/29
3.3	3	2016/08/30
4.4	4	2016/08/31
100	91	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وفيما يخص توقيت المشاركات فقد كانت ضمن مجال محصور من الساعة التاسعة صباحا إلى غاية الساعة السادسة عشر مساء، وبالتالي كان توزيعها كالتالي:

### الجدول (3): توقيت المشاركة

النسبة	التكرار	توقيت المشاركة
7.7	7	9.00 إلى 9.59
39.6	36	10.00 إلى 10.59
17.6	16	11.00 إلى 11.59
0	0	12.00 إلى 12.59
4.4	4	13.00 إلى 13.59
9.9	9	14.00 إلى 14.59
12.1	11	15.00 إلى 15.59
8.8	8	16.00 إلى 16.59
100	91	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

أما المواد المستخدمة في المشاركات المختلفة فقد كانت كلها مزيجا بنسبة 100% بين أنواع مختلفة، نص، صورة، مقاطع فيديو، روابط، وغيرها. وبالنسبة للغة المستخدمة في المشاركات فقد كانت كالتالي:

### الجدول (4): اللغة المستخدمة في المشاركة

النسبة	التكرار	اللغة المستخدمة
0	0	العامية
74.7	68	العربية فصحي
2.2	2	الفرنسية
23.1	21	مزيج
100	91	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وفيما يخص أبعاد المشاركة والمقسمة إلى مشاركة إعلامية ومشاركة تفاعلية فقد كان توزيعها كالتالي:

### الجدول (5): أبعاد المشاركة

النسبة	التكرار	أبعاد المشاركة
81.3	74	مشاركة إعلامية
18.7	17	مشاركة تفاعلية
100	91	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وبالنسبة للمشاركات الإعلامية وهي المشاركات التي تهدف إلى توفير المعلومات إلى المستخدمين (متابعي الصفحة)، وقد بلغ عددها 74 مشاركة إعلامية من إجمالي المشاركات أي بنسبة 81.3%. وتتوزع كالتالي:



**الجدول (6): المشاركات الإعلامية**

النسبة	التكرار	المشاركات الإعلامية
5.4	4	الجرائم والتحقيقات
14.9	11	السلامة المرورية
73	54	نشاطات الشرطة
6.8	5	الشرطة والمجتمع
100	74	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

أما المشاركات التفاعلية وهي المشاركات التي تهدف إلى إثارة التفاعل والحوار مع المستخدمين (متابعي الصفحة). وقد بلغت 17 مشاركة أي بنسبة 18.7%. توزعت كالتالي:

**الجدول (7): المشاركات التفاعلية**

النسبة	التكرار	المشاركات التفاعلية
35.3	6	حضور الأفراد
58.8	10	إستجابة الأفراد بطريقة ما
5.9	1	الاستجابة لتتويهاات الآخرين
18.7	17	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وفيما يخص نوعية المشاركين جمعنا البيانات التالية:

**الجدول (8): نوعية المشاركين**

النسبة	التكرار	نوعية المشاركين
78.63	740	ذكر
21.04	198	أنثى
0	0	المشرف على الصفحة
0.31	3	غير قابل للترميز
100	941	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وبالنسبة لهوية المشاركين، جمعنا البيانات التالية:

**الجدول (9): هوية المشاركين**

النسبة	التكرار	هوية المشاركين
11.37	107	هوية حقيقية
88.52	833	هوية غير حقيقية
0.31	3	غير قابل للتمييز
100	941	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

أما التفاعل مع المشاركات فقد كان كالتالي:

**الجدول (10): التفاعل مع المشاركات**

التفاعل مع المشاركات	عددتها
المعجبين بالمشاركة	23965
التعليق على المشاركة	941
مشاركة المشاركة مع آخرين	2695

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

وبالنسبة لطبيعة التعليقات فقد توزعت كالآتي:

**الجدول (11): طبيعة التعليقات**

النسبة	التكرار		
5.95	56	البحث عن المعلومات	تعليقات ذات بعد تقاطعي
0.10	1	البحث عن القنوات	
2.55	24	البحث عن الرأي	
8.82	83	التوجيه	
3.08	29	دحض المعلومات أو الآراء	ذات بعد إعلامي
1.27	12	توفير القنوات	
3.29	31	نشر المعلومات	
0.95	9	إعادة نشر الأخبار	ذات بعد تعبيرية
16.04	151	التعبير عن الرأي	
27.41	258	التعبير عن الذات	
00	00	التعبير عن الغضب	
26.88	253	الترحيب الاجتماعي	
00	00	نشر الفكاهة	
3.08	29	غير قابل للترميز	
100	941		المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات الدراسة

**2.I - مناقشة النتائج:** تتصف المشاركات المنشورة عبر "صفحة المديرية العامة للأمن الوطني" من الناحية الشكلية بتقارب عدد المواضيع التي يتم عرضها يوميا، والتي كانت ضمن مجال من 2 إلى 8 مشاركة يوميا. وأن توقيت نشر تلك المشاركات كان ضمن الدوام الإداري الرسمي من الساعة 9 إلى غاية الساعة 16، مع نشاط الفترة الصباحية أكثر من الفترة المسائية. أما المواد المستعملة في عرض المشاركات كانت كلها مزيجا بين مواد مختلفة، والهدف هنا هو توضيح الرسالة أكثر إلى المستخدمين (متابعي الصفحة). كما أن المشاركات التي تم نشرها تعتمد أساسا على اللغة الخطاب الرسمية المعتمدة من قبل الشرطة الجزائرية وهي اللغة العربية. إن عدد المواضيع التي يتم نشرها وبالمقارنة مع حجم جهاز الشرطة الجزائرية وانتشاره وتعدد مصالحه ونشاطاته، يعتبر عددا ضعيفا جدا وهو ما جعل "صفحة المديرية العامة للأمن الوطني" تحصي 477232 متابعا. وحسب موقع (www.socialbakers.com) نجد أن 56.5% من متابعي الصفحة هم من الجزائر، والباقي متابعين من دول عربية مختلفة. ويتبين أن المديرية العامة للأمن الوطني تستخدم صفحتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للإعلام أكثر من التفاعل، وهو ما تشير إليه نسبة المشاركات ذات الطابع الإعلامي

81.3% مقارنة مع المشاركات ذات البعد التفاعلي 18.7%. وبالتالي فإن المديرية العامة تعتمد على موقع التواصل الاجتماعي كألية لبناء الصورة الذهنية وإدارتها بدلا من بناء العلاقات مع أفراد المجتمع الجزائري.

**إدارة الصورة الذهنية عبر موقع التواصل الاجتماعي:** يعتبر استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من طرف المديرية العامة للأمن الوطني مؤشر لانفتاحها على الجمهور العام وهو الأمر الذي لم يكن موجودا من قبل إلا بعد ظهور مصلحة الشرطة الجوية سنة 2000. هذا الاستخدام هو أيضا تأكيد على أهمية المواطنين ضمن هذه المقاربة الأمنية. ولكن عدم التفاعل بين المشرفين على الصفحة والمشاركين عبر النقاشات التي أُنزمتها تلك المشاركات، بالإضافة إلى ضعف المشاركات التفاعلية، هي مؤشرات قوية على الاتجاه السلبي نحو فعالية المواطنين كمشاركين فعالين ضمن المقاربة الجوية. تؤكد براردي نعيمة على صعوبة تحقيق مقاربة الشرطة الجوية (المجتمعية)، فمن جهة، هناك صورة سلبية لدى الجزائريين حول الشرطة الجزائرية، والنظر إليها على أساس أنها هي المسؤولة الوحيدة على تحقيق الأمن في المجتمع. ومن جهة أخرى، بسبب الاتجاه السائد بين أفراد على أهمية أفراد المجتمع في مكافحة الجريمة وتدعيم العمل الشرطي في المحافظة على الأمن العام وتطبيق القانون، إلا أنهم لا يتفقون مع مشاركة المواطن الفعالة في هذه العملية (19).

ويشير قولدسميث (Goldsmith) وشنايدر (Schneider) إلى أن استخدام الشرطة لمواقع التواصل الاجتماعي يدفعها إلى ضرورة الاستماع إلى الآخرين وتقبل انتقاداتهم فيما يخص الأداء الشرطي (20). يغيب هذا الاستماع تماما من خلال ضعف المشاركات التفاعلية، وعدم مشاركة مشرفي الصفحة في تقديم توضيحات، تفسيرات، توجيهات، التي يطرحها المشاركون في النقاشات المختلفة. وبالتالي فإن التركيز المكثف على المشاركات الإعلامية يدخل ضمن استراتيجية تقديم صورة إيجابية أحادية الاتجاه، تثبت قدرة وفعالية الشرطة الجزائرية أمام المستخدمين (متابعي الصفحة). وقد يكون ضمن استراتيجية مكافحة "المراقبة العكسية" مثلما يؤكد قولدسميث (Goldsmith) (21)، والتي ظهرت مع انتشار الهواتف النقال المزودة بكاميرا للتصوير لدى الجمهور العام، مع الاستخدام المكثف لموقع التواصل الاجتماعي من أجل كشف تجاوزات الشرطة وانحرافاتهما، وبالتالي أصبحت الشرطة ضمن مجال مراقبة الجمهور العام. لذلك أصبحت الشرطة تستخدم موقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الأخبار الجيدة عن الشرطة، بهدف مواجهة و/أو الانقاص من أهمية الأخبار المسيئة لسمعة المؤسسة الأمنية. إن استخدام موقع التواصل الاجتماعي من طرف المديرية العامة للأمن الوطني يتناقض مع المقاربة الأمنية المراد تحقيقها (الشرطة الجوية)، كما يتناقض مع إمكانات التفاعل التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي، والقادرة على بناء علاقة تفاعلية (ثنائية الاتجاه) بين المواطن والشرطة. وبالتالي فإن استخدام موقع التواصل الاجتماعي من طرف المديرية العامة للأمن الوطني يهدف إلى نشر المعلومات أكثر من التفاعل. وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها العديد من الدراسات.

### المشاركين في صفحة المديرية العامة للأمن الوطني: سيطرة ذكورية وضعف تمثيل للمرأة

يتضح من نتائج الدراسة الحضور الذكوري الكبير في التعليقات على المشاركات التي تعرضها صفحة المديرية العامة للأمن الوطني. إن ضعف تمثيل المرأة في الفضاء الافتراضي هو امتداد للفجوة الجنسية (الجنديرية) بين الذكور والإناث، فقد بين تقرير الإعلام الاجتماعي العربي أن نسبة الذكور المستخدمين للفيسبوك في الجزائر بلغت 68%، وأن نسبة الإناث 32% (22)، وهي نسب متقاربة مع نوع المشاركين في التعليقات على المشاركات المنشورة. ويشير التقرير في إصداره الثالث إلى أن السبب وراء استخدام المرأة لوسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية، يرجع إلى القيود المجتمعية والثقافية المفروضة على النساء، وتتضمن الأسباب الأخرى لفجوة النوع الاجتماعي "الافتراضية" في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي التي ذكرها المشاركون في مشكلات أخرى، كالخصوصية، والأمن، والإمام باستخدام تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات، وإمكانية الوصول لوسائل الإعلام الاجتماعي والثقة فيها، ومستوى التعليم، وتوافر المحتوى الموجّه للمرأة(23).

**هوية المشاركين في صفحة المديرية العامة للأمن الوطني:** تشير الدراسة إلى ارتفاع نسبة المستخدمين (متابعي الصفحة) الذي لا يظهرون هويتهم الحقيقية، ويظهرون معلومات مزيفة عن هويتهم، والتي تظهر في الصور المزيفة، والأسماء المستعارة، وغيرها من الأشكال التي لا تظهر حقيقة الفرد. يؤكد تروتيير (Trottier) على أنّ الفيسبوك لا يعمل على تنظيم العلاقات الشخصية بين الأفراد بشكل مباشر فقط، بل يعمل على تحويل تلك العلاقات إلى نشاط غير مباشر من خلال رؤية بيانات الأفراد ونشاطاتهم المختلفة بدلا من التواصل المباشر. وهذا ما يشكل نوعا جديدا من الرقابة الذاتية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وبالتالي أصبحت العلاقات بين المستخدمين قائمة على الرقابة المتبادلة فيما بينهم(24). وهذا ما يفسر عدم إظهار المعلومات الحقيقية من طرف المشاركين في التعليق على المشاركات المنشورة عبر الصفحة، والكشف عن هويتهم الحقيقية، خوفا من المتابعة أو الاستغلال أو انتهاك الخصوصية.

**التفاعل مع المشاركات:** يعتبر "الإعجاب" أبسط أشكال رد الفعل عبر موقع التواصل الاجتماعي، والأمر لا يتطلب سوى نقرة واحدة فقط، وليس من المؤكد ماذا يعني بالضبط الإشارة بالإعجاب على مشاركة ما، ولكن يمكن اعتباره موافق المستخدم على محتوى تلك المشاركة. ويعتبر أيضا أضعف أشكال التفاعل عبر صفحات الفيسبوك لأنه لا يكشف عن ذوات الأفراد المشاركين عبر النقاش، ولا يفتح قنوات جديدة للتفاعل مع تلك المشاركة، وهو الشكل التفاعلي الأكثر حضورا في هذه الدراسة. ويمكن النظر إليه كنوع من استهلاك المحتوى بدلا من الدخول في عملية إنتاج محتوى جديد. في المستوى الثاني من التفاعل نجد "المشاركة"، وهو شكل تفاعلي أقوى من الإعجاب، فالمشاركة تتيح فرصا جديدة لمشاركة المحتوى مع مستخدمين آخرين، والتعليق عليها، والإعجاب بها. وفي المستوى الأخير، تبرز "التعليقات" كأحد أهم أشكال التفاعل مع المشاركات التي المنشورة عبر الصفحة، وتعتبر التعليقات مجالا للتعبير عن آراء وأفكار الأفراد عن المحتوى، أو المصدر، أو الدخول في نقاشات مع بعضهم البعض.

**صفحة المديرية العامة للأمن الوطني مجال لتقديم الذات:** لقد تبين من خلال تحليل تعليقات المستخدمين (متابعي الصفحة) أنهم يركزون على البعد التعبيري بنسبة كبيرة (73.41%)، ثم البعد التفاعلي (20.5%)، ثم بنسبة ضعيفة (5.51%) على البعد الإعلامي، مما يجعل المكان المخصص لتعليقات المستخدمين كمجال لتقديم الذات Self-presentation. إن مثل هذه المواقع (Facebook) مصممة خصيصا لبناء الذات، إذ تسمح الصفحات الشخصية للمستخدمين عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لمختلف الأشخاص للدخول إلى صفحات بعضهم البعض والتواصل اللامتزامن مع ما يعرضونه من ملفات شخصية، وتعليقات، ورسائل خاصة، وصور، ومقاطع فيديو... إلخ (25). وقد وجد باحثون أنّ ذوات المستخدمين عبر الفيسبوك تتسق مع الهويات الاجتماعية المرغوبة، وهي التي يتمنى هؤلاء الأشخاص تحقيقها في الواقع (26). وبالعودة إلى نتائج الدراسة نجد أنّ التعليقات التي يعبر من خلالها المشاركون عن الذات من خلال نقل التجارب الشخصية، التمتي، الدعاء لأفراد الشرطة أو للآخرين، يتحصلون على نسبة مرتفعة 27.41%. وكذلك التعليقات التي تتضمن الترحيب بالآخرين، وخاصة الشكر والتناء على مختلف الأنشطة التي تقوم بها الشرطة الجزائرية، تتحصل على نسبة مرتفعة أيضا وقدرت بـ 26.88%. وإذا رجعنا إلى دراسة براردي نعيمة (2013) التي أكدت فيها على وجود صورة سلبية عن الشرطة بسبب عوامل مختلفة لدى الجزائريين، مما يجعلنا نتوقع وجود تعليقات ذات طابع سلبي تجاه الشرطة الجزائرية. ولكن ما وجدناه من خلال التعليقات المختلفة هو اتجاهها الإيجابي نحو الشرطة الجزائرية، فقد كانت معظم التعليقات عبارة عن شكر وتناء، ودعوات بالتوفيق والعون والسادد. ويمكن تفسير هذا التناقض من خلال آلية تقديم الذات إذ يشير ليري (Leary) وألن (Allen) إلى أنّ تقديم الذات هو وسيلة تسمح للناس بالحصول على قبول الآخرين وتجنب رفضهم لهم (27). وبالتالي فقد يكون دافع عرض الإيجابية (التعليقات الإيجابية) نحو المشاركات التي تنشرها

صفحة المدربة العامة للأمن الوطني هو الحصول على قبول الآخرين وتجنب عدم القبول الذي يعمل على التأثير سلبا في نفسية المشاركين.

يتضح من خلال ما سبق أن معظم التعليقات يمكن تصنيفها ضمن الرسائل العاطفية أكثر من الرسائل العقلية أو المنطقية. وهذا ما يتوافق مع العديد من الدراسات التي أشارت إلى هيمنة وانتشار الرسائل المشحونة بالعاطفة على مواقع التواصل الاجتماعي. فخلال حملة الرئاسة الأمريكية لعام 2012، فقد اعتمدت كل من حملتي المرشحين رومني وأوباما على الرسائل العاطفية (28). بالإضافة إلى دراسات أخرى تشير بدورها إلى الانتشار السريع للرسائل المليئة بالمشاعر والأحاسيس عبر الأنترنت (29).

#### IV- الخلاصة :

تقدم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي إمكانيات كبيرة لتطوير الممارسة الشرطية، وقد قدمت هذه الدراسة صورة مصغرة عن كيفية استخدام الشرطة الجزائرية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من جهة، وكيفية تفاعل الجمهور (المستخدمين) عبر ذلك الوسيط. وقد تبين أن الشرطة الجزائرية تعتمد في استراتيجيتها التواصلية عبر موقع التواصل الاجتماعي على تقديم المعلومات والإعلام أكثر من التفاعل وبناء علاقات جيدة مع المجتمع الجزائري. أما فيما يخص تفاعل المستخدمين مع المشاركات التي تم عرضها عبر صفحة المدربة العامة للأمن الوطني، فقد بينت الدراسة سيطرة ذكورية واضحة على مجال المشاركة والنقاش على الموضوعات الأمنية المختلفة. بالإضافة إلى التفاعل بهويات غير حقيقية نظرا لانتشار الرقابة الذاتية. وكذلك الحضور الكبير للمستخدم المستهلك من خلال التفاعل ضعيف المستوى والذي يبرز في "الإعجاب" عن المشاركات المختلفة. وبالنسبة إلى التعليقات على المشاركات المختلفة فهي تعتبر مجالا واسعا للتعبير عن الذات بطريقة عاطفية بعيدا عن النقاش العقلاني.

#### - الإحالات والمراجع :

- (1)- Christopher, O'Connor (2015). The police on Twitter: image management, community building, and implications for policing in Canada, *Policing and Society*, 27(8), p 899.
- (2)- Lieberman, Joel, Koetzle, Deborah, and Sakiyama, Mari (2013). Police departments' use of Facebook: Patterns and policy issues', *Police quarterly*, 16(4), 438-462.
- (3)- Christopher, Schneider (2016). Police presentational strategies on Twitter in Canada, *Policing and Society*, 26(2), 129-147
- (4)- Christopher, O'Connor (2015). Op. cit.
- (5)- Lieberman, Joel et al, (2013). Op. cit.
- (6)- Christopher, Schneider (2016). Op. cit.
- (7)- Christopher, O'Connor (2015). Op. cit.
- (8)- Ibid, p 900.
- (9)- Richard, Ericson & Kevin, Haggerty (1997). *Policing the risk society*, Oxford, New York: Clarendon press. p 27.
- (10)- Jimmie, Mannig (2013). Social Media, Definition and Classes of. In K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of social media and politics* (Vol. 2, pp. 1158-1161). London: Sage Publications. p 1184
- (11)- سند السويدي، جمال (2013). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك. الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية. ص 20.
- (12)- Mariana, Bockarova (2013). Social Networking. In Marcel, Danesi (Ed.), *Encyclopedia of media and communication*. Canada: University of Toronto Press. pp 612-613.

- (13)- Nicole, Ellison & Danah, Boyd (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-Mediated communication*, 13 (1), p 211.
- (14)- Internet World Stats (2016). Links to the African Continent - 58 countries and regions, Retrieved August 30, 2016, from <http://www.internetworldstats.com/africa.htm>
- (15)- See: Brainard, Lori A & McNutt, John G (2010), Virtual Government–Citizen Relations Informational, Transactional, or Collaborative?, *Administration & society*, 42 (7), 836-858.
- (16)- Jeremy, Crump (2011). What are the police doing on Twitter? *Social media, the police and the public. Policy & internet*, 3 (4), p 1.
- (17)- Christopher, O'Connor (2015). Op. cit. p 902.
- (18)- See: Lieberman, Joel et al, (2013). Op. cit.
- (19)- نعيمة، براردي (2013). الاتصال بين الشرطة والمواطن ودوره في مكافحة الجريمة في الجزائر (أطروحة دكتوراه). جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص 119.
- (20)- Christopher, O'Connor (2015). Op. cit. p 909.
- (21)- Andrew, Goldsmith (2010). Policing's new visibility, *British journal of criminology*, 50 (5), p 929.
- (22)- سالم، فادي ورشا، مرتضى (2013). تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، الإمارات العربية المتحدة: كلية دبي للإدارة الحكومية، على الخط:  
[https://www.arabsocialmediareport.com/UserManagement/PDF/ASMR\\_4\\_AR\\_Draft05\\_08may13\\_Final.pdf](https://www.arabsocialmediareport.com/UserManagement/PDF/ASMR_4_AR_Draft05_08may13_Final.pdf)
- (23)- سالم، فادي وآخرون (2011). تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: دور الإعلام الاجتماعي في تمكين المرأة العربية، الإمارات العربية المتحدة: كلية دبي للإدارة الحكومية، على الخط:  
<https://www.arabsocialmediareport.com/UserManagement/PDF/ASMR%203%20Arabic%20Final.pdf>
- (24)- Trottier, Daniel (2011). A research agenda for social media surveillance, *Fast Capitalism*, 8 (1). Online: [http://www.uta.edu/huma/agger/fastcapitalism/8\\_1/trottier8\\_1.html](http://www.uta.edu/huma/agger/fastcapitalism/8_1/trottier8_1.html)
- (25)- Nicole, Ellison & Danah, Boyd (2007). Op. cit. p 213.
- (26)- Zhao, Shanyang, Grasmuck, Sherri, and Martin, Jason (2008), Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships, *Computers in human behavior*, 24 (5), p 1821.
- (27)- Leary, Mark R & Allen, Ashley Batts (2011), 'Personality and persona: Personality processes in self-presentation', *Journal of personality*, 79 (6), 1195.
- (28)- See: Bronstein, Jenny (2013). Like me! Analyzing the 2012 presidential candidates' Facebook pages', *Online Information Review*, 37 (2), 173-192.
- (29)- See: Stieglitz, Stefan & Dang-Xuan, Linh (2013). Emotions and information diffusion in social media—sentiment of microblogs and sharing behavior, *Journal of Management Information Systems*, 29 (4), 217-248.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

عبد الرحيم بن بوزيان (2019)، الشرطة الجزائرية عبر الفيسبوك: استراتيجيات العرض والتفاعل، ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 11 (03)

2019 الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص ( 1-14)