

## الأمن التشاركي، اليقظة والتكنولوجيات الحديثة في المنظومة الأمنية الجزائرية

### Participatory security, vigilance and modern technologies in the Algerian security system

مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - الجزائر	علوم الإعلام والاتصال	د. فلاق شيرة صالح Dr. Fellag Chebra Salah <a href="mailto:fellagsalah@live.fr">fellagsalah@live.fr</a>
المدرسة الوطنية العليا لعلوم الإعلام والصحافة - الجزائر	علوم الإعلام والاتصال	طالبة دكتوراه . صحراوي أسماء Doctorante.Sahraoui Asmaa <a href="mailto:Sahraoui_asma@yahoo.fr">Sahraoui_asma@yahoo.fr</a>
DOI:		

#### ملخص

تعرف المجتمعات تحولات على جميع الأصعدة بفضل الطفرة التكنولوجية والاتصالية تحديدا والتي غيّرت أنماط المعيش وأحدثت تغييرات في مختلف المنظومات من حيث المرتكزات والأسس والتفاعلات مع السياقات والمخرجات، إذ يعتبر الاتصال الحديث رافدا غير قابل للاستغناء من قبل الأفراد والمؤسسات بعدما هيمن على جميع مناحي الحياة، ونذكر هنا بالتحديد التواصل عبر الإنترنت ومختلف المنصات التي تؤطر الحياة اليومية وتساهم في بناء الإدراك وتسطير طريقة التفكير وصناعة المواقف، ونقف في هذه المداخلة النظرية ذات المقاربة الماكرو- سوسيولوجية عند المنظومة الأمنية في علاقتها بالتحولات الجديدة في مجال الاتصال خصوصا وأن المؤسسات الأمنية بحاجة ماسة إلى الإعلام وتمارس الإتصال كضرورة لتروم أهدافها، ونحاول في هذه المداخلة تفسير البنائية الوظيفية ما بين الطرف الأمني والأطراف الإعلامية والاتصالية الجديدة، وكيفية التأسيس لبراديجم قوي يوجّه المؤسسة الأمنية نحو ممارسة الاتصال الحديث بإحترافية، كما تشير المداخلة أيضا إلى أدوار باقي الفاعلين في المنظومة الأمنية وإن كان وجودهم غير حضوري في الظاهر لكن وظائفهم أكثر عمقا وتمثل دعائم حقيقية للمؤسسات الأمنية وخلفيات صلبة لرسم سياسات وإستراتيجيات صحيحة ومنه نظام

اليقظة الحديثة باستخدام التكنولوجيات الجديدة في مجالات الاتصال والإعلام بالاعتماد على منصات وتطبيقات وممارسات ومهارات رقمية ضرورية، والمنظومة الأمنية الجزائرية جزء من هذا العالم المتحوّل من حيث التأثير والتأثر، فهي بالتالي تجاري مختلف المقاربات الاتصالية الحديثة للرقمنة وتحسين المخرجات.

**كلمات مفتاحية:** المنظومة الأمنية: التكنولوجيات الحديثة: اليقظة.

## Abstract

Societies are witnessing transformations on all levels, thanks to the technological and communication booms that specifically changed the patterns of living and brought about changes in different systems in terms of foundations, and interactions with contexts and outputs.

As modern communication is considered an irreplaceable tributary by individuals and institutions after it dominated all aspects of life, and we mention here specifically communication via the Internet and the various platforms that frame daily life and contribute to building awareness and underline the way of thinking and making situations

In this intervention, we try to explain the functional construct between the security party and the new media and communication parties, and how to establish a strong Paradigm that directs the security establishment towards practicing modern communication professionally.

**Keywords:** The security system; New technologies; Vigilance.

## مقدمة

توجّه استراتيجيات الأمن في مختلف الدول المتطوّرة نحو إشراك المواطن في الحفاظ على أمنه وممتلكاته، عن طريق زرع الحسّ الأمنيّ لديه والوعي بالمصلحة العليا للبلاد، وتعمل الأجهزة الأمنية على الجانب التحسيسّي والوقائيّ أكثر من الجانب العلاجيّ والتدخل لفقّ القضايا الإجرامية، حيث تفضّل الاستراتيجيات الأمنية تثمين دور المواطن من أجل الوصول إلى مفهوم الأمن التشاركي (sureté collective)، أو العمل الجماعي لإرساء الأمن، وتسخر لتحقيق هذه الغايات مختلف الوسائل الحديثة في الاتصال والإعلام والتكنولوجيات الأكثر نفاذاً إلى قاعدة الجمهور لإنجاح عمليات التوعية والتحسيس وإقناع المواطن بضرورة إسهامه في محاربة الجريمة بشتّى أنواعها، والعمل على مرافقته في مختلف المراحل واستغلال التكنولوجيات الحديثة للاتصال في تسيير العلاقة ما بين الأجهزة الأمنية المختلفة حسب التخصصات والجمهور، ومتابعة

مختلف المستجّدات التي تحدث في المجتمع، إضافة إلى اليقظة المعلوماتية التي تؤهّل الأجهزة المذكورة للارتقاء بالمنظومة الأمنية إلى مستوى المؤسسات الذكية، وقد ساعدت ثورة الأنترنت ومختلف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال منها المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، على تحسين وصول المحتوى إلى أكبر شريحة ممكنة من المواطنين أو الجمهور المستهدف، إضافة إلى تحسين صورة جهاز الأمن والتفاعل مع مختلف الفاعلين في المجتمع، وقد إنخرطت المنظومة الأمنية الجزائرية في هذه التحولات تدريجيا كون أنّ الجزائر غير بعيدة عن المستحدثات التكنولوجية وأنّ هذه التكنولوجيات بدأت في التوطّن لدى المواطنين، زيادة على ظهور عدّة مؤشّرات تؤكّد على ارتفاع عدد مستخدمي شبكة الأنترنت عبر الوسائل المتّصلة (أجهزة الكمبيوتر، الألواح الإلكترونية، الهواتف الذكية، مفاتيح 3 جي، 4 جي...إلخ)، ممّا يدفعنا إلى تقديم قراءة حول استعمال الأجهزة الأمنية في الجزائر لمختلف التكنولوجيات الحديثة في مجال الأمن التشاركي من خلال هذه المداخلة.

الميديا والمحتوى الأمني: جدلية أولوية التجاري أم المؤلّف؟

يعتبر الإعلام شريكا أساسيا في العملية الأمنية، بناء على منطلقات وظيفية تبرز دوره الميديا في بناء نسيج اجتماعي متماسك يقوم على تحديد المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية، ذلك أنّ وسائل الإعلام تحوز على سلطة تتفوق بها على سلطة مختلف الأجهزة الأمنية في أيّ بلد، وهي سلطة النفاذ إلى المواطنين أو إلى الجمهور (القراء، المستمعين، المشاهدين، المستخدمين)، انطلاقا من شرعية وساطة نقل المعلومات من المصدر إلى المستقبل أو المتلقي، حيث تعرّف الصحافة على أنّها "صناعة إصدار الصحف واستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنّها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة المحكومة فضلا عن أنّها أهمّ وسائل توجيه الرأي العام" (العيفة، 2010، ص 91) ، وتستمد شرعيتها أيضا من ميزات الوسيلة في حدّ ذاتها والتي تمكّن من نقل المحتوى إلى أكبر عدد من الناس، أو على مستوى رقعة جغرافية واسعة وفي أزمنة مختلفة، ومنه فإنّ وسائل الإعلام في أيّ مجتمع تعدّ مؤسسات فاعلة يسند إليها مهام التنشئة الاجتماعية والسياسة وإرساء الوعي وحسّ المواطنة وإذكاء الشعور الجماعي بالمسؤولية في الحفاظ على الأمن

والاستقرار والمصالح المشتركة ذات النفع العام، واستنادا إلى هذا الطرح فإنّ مختلف الأجهزة الأمنية توجّه استراتيجياتها الاتصالية بجمهورها المستهدف نحو الميديا، من أجل ضمان وصول المحتوى إلى أكبر عدد من المواطنين وتحقيق آثار إيجابية من العمليات الاتصالية كإحداث الإقناع وتغيير السلوك، ومنه فإنّ الأجهزة الأمنية بالجزائر تربطها هي الأخرى علاقة شراكة مؤطرة بتقديم خدمة الخدمة العمومية والمساهمة من الطرفين في الحفاظ على المصلحة العليا للبلد، وينظر لهذه العلاقة من منظورين:

أولاً: عدم امتلاك المنظومة الأمنية الجزائرية لوسائل إعلامية خاصة تستطيع من خلالها ضبط المحتوى المتخصص وتوجيهه نحو الجمهور المستهدف طول الوقت، مثل امتلاك جريدة خاصة أو قناة أو إذاعة، وحتى إن وجدت فإنّ صناعة محتواها تحتاج إلى عناية فائقة، نظرا لتغير الأنماط الاستهلاكية للمحتويات الإعلامية في عصر التدفقات الإعلامية وحرية الاختيار والميل نحو البرامج والمواد الاستهلاكية والترفيهية ذات البعد التجاري، أي أنّ هناك صعوبة في أسر جمهور متخصص وضمان تعرضه للمحتويات الأمنية لفترات طويلة في ظلّ عدّة رهانات مرتبطة بالعلاقة الحديثة ما بين الجمهور والميديا الحديثة.

ثانياً: أنّ متوسط ظهور المحتوى الإعلامي الأمني على مستوى مختلف وسائل الإعلام العمومية والخاصة في الجزائر يبدو متواضعا وتخصّص له مساحة ضئيلة خصوصا فيما يتعلّق بالبرامج التحسيسية الوقائية في مجالات أمنية مختلفة، إذ تحوز على مساحات زمانية ومكانية ضئيلة بالجرائد والإذاعات والتلفزيونات والمواقع الإلكترونية الإخبارية بشبكة الأنترنت، بينما يكون التواتر القويّ الوحيد على مستوى الأخبار، إذ تهتمّ وسائل الإعلام بالأخبار الأمنية نظرا لكثرة الطلب عليها من قبل الجمهور وأهميتها في أجندته لأنّها متعلّقة بشؤون حياتية ذات أولوية، فيما تكون هذه الأخبار ذات بعد تجاري في بعض المؤسسات الإعلامية الخاصة لذلك تركّز عليها في صفحاتها الأولى ونشرت الأخبار والبرامج الحوارية في أوقات الذروة.

استجابة وسائل الإعلام لمفهوم تقديم خدمة عمومية من الجانب الأمني، لا يكاد يظهر إلا بصورة ضعيفة في وسائل الإعلام الجزائرية، خصوصا في الإعلام الخاص، إذ ينتقي من المواد القابلة للنشر والبيّت سوى الأخبار الأمنية، فيما تهتمّ باقي المحتويات بمرر

عدم رواجها لدى الجمهور، وهي تغفل بذلك دورها في التأسيس للوعي الاجتماعي ومسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية في المشاركة في العملية الأمنية، بل قد تكون مساهما في عكس أهداف هذه الأهداف مشدودة إلى الجوانب التجارية الربحية أكثر من الجوانب التحسيسية الوقائية الهادفة، وللتدليل على ذلك يمكن الإشارة إلى أنّ الأجهزة الأمنية في الجزائر لا تملك وسائل إعلام خاصة باستثناء مجلات للشرطة أو الجيش أو الدرك، إلا أنّها تبذل مجهودات في أن ترفع نسبة ظهور المحتوى الأمني المخطّط له في الميديا، على غرار استغلال بثّ الإذاعة الوطنية في ظهور الإذاعة الأمنية أو إذاعة الشرطة مرتين في الأسبوع بمعدّل ساعتين في اليوم، مع حرص خلايا الاتصال والعلاقات العامة على مستوى المؤسسات الأمنية على تحسين العلاقة مع وسائل الإعلام وممثلها في كامل ولايات الوطن من أجل ضمان الحد الأدنى من التغطية الأمنية لمختلف النشاطات مثل حملات الوقاية من حوادث المرور أو تعاطي المخدرات أو الجريمة الإلكترونية، والمشاركة في حصص إذاعية أو تلفزيونية عمومية أكثر ممّا توقّره المؤسسات الإعلامية الخاصة لهذا النوع من البرامج والتقارير، باستثناء الأحداث الأمنية التي تحتوي على عنصر إثارة والتشويق وتحظى بالمتابعة لدى الجمهور. فيما قد تضرّ وسائل الإعلام الخاصة من خلال إنساقها خلف هذه القيم التجارية، بأهداف المنظومة الأمنية والمؤسسات الفاعلة فيها، وذلك من خلال إعداد وتقديم برامج تخلّ بالمعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة، وتروّج لقيم العنف والجريمة بطريقة غير مقصودة غالبا، مثل البرامج التلفزيونية التي تبثّها بعض القنوات الخاصة والتي يتمّ فيها إعادة تمثيل الجريمة وتقديم سيناريوهات جاهزة حول ارتكاب الجريمة وطمس آثار المجرم للإفلات من العقاب، وهو ما قد يخلق آثار سلبية على المشاهدين تحديدا فئة الأطفال والمراهقين ويساعد على تنمية نزعة العنف والإجرام لديهم أكثر من محاربتها أو التحسيس بخطورتها، كما تظهر قيم العنف والجريمة أيضا في مختلف المحتويات الإعلامية مثل الومضات الإشهارية والأفلام والمسلسلات وحصص الحوار والنقاش السياسي أين يتمّ الاعتماد على التمسرح السمعي البصري لشدّ انتباه المشاهد وفرض نمط المتابعة عليه، لكن ذلك قد ينعكس سلبا بتروسيخ قيم غير مرغوبة لدى المشاهدين.

العلاقة ما بين المؤسسات الأمنية والإعلامية تقتضي التحكم في المحتوى الذي يصل الجمهور، و"المسارعة إلى الفعل أحسن من انتظار ردّة الفعل"(عبد الفتاح، 2014، ص 2014)، أي أن تكون مبادرة إلى تقديم تفاصيل عن مختلف القضايا التي تعالجها وتقدّم إجابات عن أسئلة الصحفيين في وقتها بدلا من انتظار نشر معلومات مغلوبة من مصادر أخرى ثمّ تصحيحها بالردّ والتعامل مع مختلف المعايير المهنية للصحفيين مثل إيقاع زمن النشر والزمن الكافي للتغطية الإعلامية وتوقيت عقد الندوات الصحفية، والعمل على خلق صورة إيجابية عن المؤسسة الأمنية ودورها في المجتمع وترسيخ الوعي الاجتماعي والوقائي لدى العاملين في حقل الإعلام بالدرجة الأولى ثمّ لدى عموم الجمهور أو المواطنين..

#### البيئة الإلكترونية التفاعلية والميزات المستقطبة للجمهور

أثرت التكنولوجيات الحديثة مجال الاتصال والإعلام بتوفير مختلف الأدوات ذات الانتشار الواسع والتي بإمكانها نقل الرسائل أو المحتوى على نفس النحو الذي كان تستفيد منه وسائل الإعلام أو أحسن نظرا لخصائصها الاتصالية، وتعرّف التكنولوجيا على أنّها "إجراءات تقنية وطرق علمية ومخططات صناعية ومنطق للإبداع والاختراع"(Vian, 2013, p 58)، بحيث أصبح النظام التقني المسيطر في العقود الأخيرة هو النظام الرقمي، أو هي: "أسلوب أداء يتضمن مزيجا مركبا متفاعلا من تجهيزات آلية، عمالة وطرق عمل تؤلف بين التجهيزات والعمالة" (مصطفى، 200، ص 156). أما تكنولوجيا الاتصال فتعرّف على تعرّف تكنولوجيا الاتصال على أنّها "مجموع المعارف والخبرات والمهارات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"(علم الدين، ص 2015)، كما تتميز هذه الأدوات التكنولوجية بقبول كبير من قبل جمهور وسائل الإعلام التقليدية، سواء عن حيث استقطابها لهم كوسائل ماهرة تحثّ على الاكتشاف والتجريب أو من حيث التقليد والرغبة في محاكاة سلوك الآخرين، إذ يظهر أنّ هناك فرارا جماعيا لجمهور وسائل الإعلام التقليدية نحو الوسائط الجديدة المزوّدة بشبكة الأنترنت والتي يمكن الاتصال من خلالها في كلّ زمان ومكان من دون الاعتراف بحدود الجغرافيا، كما تتيح التعرّض لأيّ نوع من المحتوى الاتصالي أو الإعلامي بملائمة متناهية في الدقّة على غرار الانتقائية

والشخصنة والمساهمة في بناء المحتوى واستغلال الملتيميديا، وفي هذا الصدد يرى نصر الدين لعياضي أنّ هذه التكنولوجيات أتاحت إمكانيات التفاعل للصحفيين والجمهور على حدّ سواء وزوّدتهم بقدر من البدائل والأدوات، و"تحوز على اهتمام بالغ وانجذاب من قبل المستخدمين أكثر من اهتمامهم بالمضمون"(لعياضي، 2014، ص 54) ، تمجيذا لمقولة مارشال ماك لوهان الشهيرة أنّ "الوسيلة هي الرسالة"(Lafrance, 2013, 15) ، ممّا يشير إلى أنّ الأدوات الجديدة التي تتطوّر بصفة متسارعة تحت مظلة الإنترنت، تقارع إنتظارات الجمهور أو تخلق رغبات وحاجات جديدة لديه وتحثّه على إشباعها، وقد انعكس ذلك فعلا على أنماط استهلاك المضامين الإعلامية والاتصالية سواء بالتحوّل نحو البيئة الإلكترونية التفاعلية والتردد على استخدام المنصّات الإلكترونية مثل مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب وتويتر والمدونات والمنديات، أو من خلال التفاعل الجديد مع مخرجات وسائل الإعلام التقليدية في ظلّ التطوّرات الحاصلة ومحاولتها المقاومة والصمود أمام الفرار الجماعي للجمهور.

الجزائر ليست بمنأى عن هذه التحوّلات التكنولوجية والممارسات من قبل القائم بالاتصال أو المتلقي، نظرا لتلاشي الحدود التقليدية وإمكانية التملك والاستخدام لمختلف تكنولوجيات الاتصال أو الوسائل المتصلة بشبكة الأنترنت، إذ وعلى الرغم من عدم صلابة البنية التكنولوجية المحليّة والانتقال التدريجي نحو اكتساب مختلف التقنيات وتعميمها، إلّا أنّ بعض مظاهر الارتباط بالتكنولوجيا بدأت في تبرز في المجتمع الجزائري، من ذلك التوجّه نحو استخدامات أكثر المواقع الإلكترونية انتشارا وهي قوقل وفيسبوك وتويتر ويوتيوب، إضافة إلى تملك الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية والأنترنت المحمول لدى شريحة واسعة من الشباب وحتى لدى الفئات العمرية الأخرى، ومع ذلك لا يزال الارتباط قائما مع وسائل الإعلام التقليدية (الجريدة، الإذاعة، التلفزيون)، وقد يكون التغيّر بارزا في طرق التفاعل مع محتوياتها، إذ يلجأ مستخدمون إلى إعادة إنتاج ما تقدّمه هذه الوسائل على المنصات الإلكترونية مع تقديم قيم مضافة تتمثّل في التعليق أو القصّ أو اللصق أو الإشارة باللون أو الأيقونة إلى علامة بارزة في الصورة أو الفيديو وغيرها من التدخّلات التي ترفق بالمحتوى الأصلي الذي تنتجه وسائل

الإعلام التقليدية، ويفسر ذلك بضعف نشاط المستخدمين وضعف قدرتهم على إنتاج المحتوى.

البيئة الإلكترونية التفاعلية أتاحت فضاء واسعا للتفاعل والتبادل وإشباع الحاجات، لذلك فهي ملجأ مفضل لشريحة واسعة كانت تعتبر إلى وقت قريب جمهورا لوسائل الإعلام التقليدية، ولا يمكن أن تكون بدائل لها لأنها لم ترتق بعد إلى هذا المستوى، بينما تظهر العلاقة التكاملية ما بينهما، لتحقيق استفادة مثلى لدى القائم بالاتصال والمستخدم في نفس الوقت، واستنادا إلى هذا الطرح فإن الكثير من المؤسسات الاقتصادية تتوجه نحو استغلال البيئة الإلكترونية التفاعلية بمختلف خياراتها في إطار تسيير العلاقة مع الجمهور وتعتبرها وسائل إضافية تمكن من إنتاج ونشر المحتوى وتوجيهه بدقة متناهية إلى الجمهور المستهدف وبأقل تكلفة وأقل مجهود، وذلك اتباعا لمبدأ "الذهاب أين يذهب الجمهور"، حيث أدركت القوة الاتصالية للوسائل الجديدة وأسرار استقطابها للمستخدمين، فيما تحاول وسائل الإعلام من جانبها الاستفادة من السمات الاتصالية لشبكة الأنترنت والتغيرات الجديدة في إنتاج واستهلاك المحتوى حتى لا تفقد موقعها كمؤسسات فاعلة في المجتمع والسوق.

#### اليقظة المعلوماتية في المؤسسة الأمنية

تعتبر اليقظة المعلوماتية نظاما تقوم عليه مختلف المؤسسات بغض النظر عن طبيعتها، ذلك أن كل مؤسسة بحاجة إلى معلومات عن محيطها الداخلي والخارجي، نظرا لأن المعلومة تمثل موردا أساسيا ومصدر تميز وقوة بالنسبة للمؤسسة، كون أن "المعلومة مصدر للإنتاج والسلطة" (Lafrance, 2009, p 13). ويتم استغلالها في إتخاذ القرارات التي لها علاقة بمستقبل المؤسسة وموقعها في السوق، حيث يفرض الذكاء الإقتصادي أن تمتلك كل مؤسسة نظاما معلوماتيا يتميز باليقظة، أي أن يكون مجهزا بأدوات تكنولوجية تسمح بتدقق المعلومات الحديثة والمتجددة وبطريقة منظمة، لتقوم المؤسسة عن طريق آليات خاصة يتميز بها نظامها بتحليل وتفسير المعلومات بعد توجيهها إلى الأقسام المعنية بها، ثم تخزينها أو نشرها وتوزيعها، وينعكس ذلك في شكل قرارات يتم إتخاذها من قبل مختلف الهيئات المخولة والتي تحوّل المدخلات من المعلومات إلى مخرجات، وتعرف اليقظة على أنها "رصد للبيئة والذي يتبع بنشر مستهدف للمعلومات

المحللة، المنتقاة والمعالجة وهذا لغرض اتخاذ القرارات الإستراتيجية" (Jakobiak, 1992,p 20) ، أما اليقظة المعلوماتية: (la veille informationnelle) حسب جون بيار لاردي هي "مجموعة الاستراتيجيات التي توضع تحت خدمة المؤسسة للتواجد في حالة علم بكل ما هو جديد من الأخبار والمعلومات، وذلك في أسرع وقت ممكن باستخدام آليات للإنذار أو الإخطار الآلية" (Bediaf, 2014, p49-50) ، حيث يفيد نظام اليقظة المعلوماتية في بقاء المؤسسة في حالة علم بكل ما يحدث داخلها وحولها من مستجدات، إذ تعمل على التعرف على نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات والتنبؤ بالمستقبل والتحضير لمختلف الحلول الممكنة تفاديا لعنصر المفاجأة وبالتالي التقليل من حالة اللايقين، كما يساعد نظام اليقظة المعلوماتية المؤسسات على التعرف على ميزات المنافس وقراراته فور إصدارها، وبالتالي تعزيز القدرة أو الميزة التنافسية مقارنة مع الغير وهو ما يعرف باليقظة التنافسية، إضافة إلى اليقظة على الجمهور أي التعرف على جميع المستجدات حول أنماط وثقافة الاستهلاك والحاجات والرغبات المتجددة لديه واليقظة التكنولوجية التي يقصد بها الاستفادة من مختلف الأدوات التكنولوجية الحديثة واستغلالها في أنشطة المؤسسة. وتبدو المؤسسة الأمنية معنية باليقظة المعلوماتية في عدة جوانب، إذ تحوز على بيئة داخلية تتمثل في المنتسبين إليها من رجال الأمن بمختلف مستويات المسؤوليات والوظائف وبيئة خارجية تشمل مختلف الفاعلين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أهمها المواطن الذي يعتبر مصدرا لحالة الأمن أو اللأمن، لذلك فإن الاستراتيجية الاتصالية القاعدية لكل جهاز أمني تقتضي توفير نظام فعال لليقظة المعلوماتية أي استخدام مختلف الأدوات التكنولوجية والقنوات من أجل زيادة مستوى تدفق المعلومات الضرورية في جميع قطاعات الاختصاص، مما يؤدي إلى زيادة التحكم في المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة الأمنية وبالتالي ترشيد إتخاذ القرارات والعمليات في الميدان، كما يسهم الإمام بالظواهر غير السوية أمنيا من خلال رصد جميع المعلومات حولها من حيث الأسباب والوسائل والطرق والكيفيات والنتائج، فيكون بمقدور الأجهزة المختصة تصميم حملات إعلامية واتصالية تحسيسية ووقائية موجّهة إلى الجمهور المستهدف وبإشراك مختلف الفاعلين في المجتمع لإنجاحها. خصوصا وأن محور العمل في المؤسسة الأمنية يعتبر المعلومات المتحكم فيها كمدخلات يتم التعامل معها إضافة إلى المعلومات أو الرسائل أو المحتويات التي تصل وسائل الإعلام كمخرجات والتي قد تعطي

صورة إيجابية عن المؤسسة كما قد تعطي صورة سلبية في حال عدم التحكم فيها، وعليه فإن سمعة المؤسسة الأمنية مرتبطة برهانات اليقظة المعلوماتية ونجاعة النظام المعلوماتي الذي تركز عليه والوسائل التكنولوجية التي تعتبر كقنوات ناقلة للمعلومات من مختلف المصادر ومؤذية إليها وإلى الشركاء الاجتماعيين في إطار تنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية ذات الأهداف المشتركة.

### الأمن التشاركي باستثمار التكنولوجيات الحديثة

أدوات إنتاج المحتوى ونشره الجديدة، وبعدها أصبحت متاحة للجميع وفي كل زمان ومكان، تمكّن المواطن من القيام بدور الصحفي أو ناقل الأخبار أو التفاصيل عن الحدث، لأنه الأقرب منه من الصحفيين مهما كانت شبكة الصحفيين والمراسلين في أي مؤسسة إعلامية قوية، على اعتبار أنّ شبكة الأنترنت على قاعدة المساواة في إنتاج المحتوى واستهلاكه (Peer to Peer) (Rebillard, 2007, p 32)، أي أنّ أيّ مستخدم يلج للشبكة له نفس الحظوظ في الإنتاج والنشر والاستهلاك (broadcast your self) واستخدام مختلف المواقع الإلكترونية كواجهة للعرض، لذلك فإنّ المواطن تحوّل إلى مصدر للمعلومات ليس فقط للصحفيين وإنما أيضا للأجهزة الأمنية، التي تعمل على توجيه استغلال نظام اليقظة نحو المنصات الإلكترونية التفاعلية لالتقاط إشارات أو إنذارات حول أيّ قضية إجرامية أو يمكن أن تتحوّل إلى جريمة، وبالتالي متابعتها والتدخل في الوقت المناسب أو الحيلولة دون وقوعها، خصوصا وأنّ الجيل الجديد تتعاظم لديه مستويات استخدام الإنترنت والذي يعرف بالجيل الرقمي (digital native) (Bediaf, 2014, p 142)، أو الجيل الإلكتروني (e-génération) (Lafrance, 2009, p15)، كما يعتبر الفضاء السيبراني (William Gibson) أو "الشبكة هي الفضاء الجديد للاتصال" (Musso, 2000, p 37)، فيما تعني الإنترنت بالمفهوم الاجتماعي "طريقة أخرى للعيش... في الحياة الثانية" (Fayon, 2013, p101)، ومنه نستنتج أنّ لنظام اليقظة عدّة استعمالات سواء في الخطط الوقائية الموجهة لجمهور مستهدف، والتي يتمّ فيها الاستفادة من ميزات الانتشار والترويج للمحتوى ووصوله إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين أو في الخطط العلاجية التي يتمّ فيها استغلال المعلومات المحصّل عليها في عمليات التدخل بفاعلية أكبر. وتعرف هذه الاستراتيجيات لدى مختلف أنواع المؤسسات بـ "التعاونية باستخدام التكنولوجيات الحديثة" أو المصادر التعاونية

(crowdsourcing) أو قوّة العمل الجماعي (group war)، أو المساهمات المفتوحة (wiki) وهي ميكانيزمات تعتمد على المنصّات التكنولوجية لتنمية الذكاء الجمعي والمساهمة الجماعية الفعّالة في ترقية مجالات إنتاج السلع والخدمات، وتعتمد جميعها على شاشات الكمبيوتر المتصلة بشبكة الأنترنت، حيث يقول أنطونيو كاسيلي "الكمبيوتر غير طريقة عيشنا للمكان والحياة" (Cassilli, 2010, p 32)، كما يخصّ الأمر أيضا جميع الشاشات المتصلة بشبكة الأنترنت مثل الألواح الإلكترونية والهواتف الذكية وغيرها، وتخصص بعض قنوات تفاعل عبر شبكة الأنترنت منها صفحات على فايسبوك، تمنح فيها الفرصة للجمهور من أجل اقتراح كفاءات الإنتاج وبالتالي فإنّ المنتوجات والخدمات تكون وليدة قوّة الاقتراح الجماعي وليست بطرق تقليدية مركزية، ومنه فإنّ المؤسسة الأمنية يمكن أن تستفيد من ميزات التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال وترقية الأمن التشاركي أو الجماعي، الذي يساهم في صناعته جميع الشركاء من نخب أو مواطنين عاديين، حيث تفيد تكنولوجيات التتبع والمتابعة (technologie de suivisme) والعمل الجماعي (crowdsourcing) في التعرّف على الجمهور أكثر وتحديد خصائصه والمستجدّات الحياتية لديه والتغيّرات في الثقافة أو الأنماط المعيشية ومستحدثات الجريمة خصوصا الجريمة الإلكترونية، فتضمن المؤسسة الأمنية بذلك أن تكون على وعي محيّن بمختلف التطوّرات لتطوّر هي الأخرى وسائل الوقاية والتدخّل والاستراتيجيات الاتصالية الوقائية والحملات الإعلامية والاتصالية وطرق التواصل، كما تسمح لها هذه التكنولوجيات بالاستفادة من المعلومات التي يقدّمها المستخدمون بطريقة قصدية أو غير قصدية حول الجريمة الفعلية أو المتوقّعة، والاقتراحات بخصوص تحسين الحياة الأمنية على مستوى جغرافي دقيق. وبالتالي فإنّ الأمن التشاركي يحوز على نسبة فعالية وأداء عالية لأنّه يقوم على استراتيجيات أمنية يقظة للجمهور ومع الجمهور وعن طريق الجمهور، ويستثمر التكنولوجيات الحديثة في تسيير العلاقة مع المواطنين وخلق سمعة إلكترونية إيجابية لديه، ومنه الاستفادة من "الذكاء الجماعي" (l'intelligence collective) (Lechampion, 2012, p 19)، والمحتوى القائم على المستخدم الذي يظهر فيه الطابع التعاوني الجماعي واستغلال ذكاء الحشد (la foule intelligente) (Lafrance, 2009, p 149).

## السمعة الإلكترونية للمؤسسة الأمنية ودورها في الأمن التشاركي

تهدف العلاقات العامة بأنشطتها التقليدية إلى خلق صورة إيجابية في أذهان مكونات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة وتعتمد على الاتصال المؤسسي الذي "يشير إلى كلّ العمليات الاتصالية التي تهدف إلى تطوير شهرة المؤسسة وتحسين صورتها كمنشأة" (أبو الحيز، 1992، ص 50) ، بهدف كسب ولاء الجمهور وخلق الرضا والوفاء لديه أو تصنيع الرضا (l'industrialisation de satisfaction) واستقطاب آخرين نحو منتج المؤسسة، وينعكس ذلك على مختلف التفاعلات معها حسب قدرات المؤسسة الاتصالية في التحكم على ترسيخ هذا النمط الإيجابي الممتدّ زمانياً ومكانياً، ومع التحوّلات في مجالات الاتصال والإعلام وظهور وسائط منافسة للميديا التقليدية، فإنّ الصورة الذهنية للمؤسسة بحاجة إلى متطلبات جديدة هي تكوين سمعة إلكترونية إيجابية (e-réputation) أو "بناء علامة تجارية" (عبد الفتاح، 2014، ص 25) ، وهي بمثابة التأسيس لـ "هوية رقمية" (March, 2011, p 66)، حيث تعمل المؤسسة على "تمسح هذه الهوية" (Lafrance, 2009, p 213) (la mise en scène). عن طريق استغلال المنصّات الإلكترونية على شبكة الأنترنت ومختلف السمات الاتصالية التي يكون لها الأثر البالغ والإيجابي على ثلاثية الزمان والمكان والتكلفة، أي أنّ المؤسسة الأمنية بتوجّهها إلى بناء قاعدة إلكترونية وسمعة إيجابية بالطرائق العلمية الحديثة يسمح لها بالتحكّم في الزمان أي تكوين صورة إيجابية في أسرع وقت وضمان وصول المحتوى إلى مختلف الشرائح بسرعة (الانتشار) وبدرجة ملائمة أفضل من حيث إمكانية استرجاع المحتوى، إضافة إلى عدم الاعتراف بالحدود الجغرافية وإمكانية ارتحال المحتوى عبر المنظومات الإلكترونية الفردية والجماعية، وبأقلّ مجهود و"أقلّ تكلفة" (عبد الفتاح، 2014، ص 19)، وتتمثّل مختلف المنصّات الإلكترونية الأكثر انتشاراً بين فئات المستخدمين، في فايسبوك، تويتر، يوتيوب، المدونات، المنتديات، الويكي، قوقل، لينكداين، البريد الإلكتروني، الدردشة في الزمن الحقيقي وغيرها من المواقع والتطبيقات التي توفّر خدمات الملتيميديا أو الوسائط المتعدّدة أي إمكانية إنتاج المحتوى ونشره بالصورة أو النص أو الصوت أو الصورة أو الصوت أو بها جميعاً، والتفاعل مع الجمهور والعمل على التسويق للسمعة الإلكترونية بقوة التواجد في مختلف الفضاءات واستخدام آليات الانتشار والانتقال نم مرحلة التعريف بالمؤسسة

وأنشطتها إلى الترويج والتشجيع على المساهمة الفعالة للشركاء في العمليات الأمنية الوقائية والعلاجية.

السمعة الإلكترونية الإيجابية تزيد من فعالية الاستراتيجيات الاتصالية لدى المؤسسات الأمنية لأنها تعطي انطباعا حسنا ومرضيا لدى المستخدمين وتحفزهم على المشاركة في الأنشطة الوقائية مثل نشر محتويات الحملات الوقائية من حوادث المرور أو التحذير من الجرائم بمختلف أنواعها أو التوعية بمخاطر استخدامات الأنترنت، في حين أنّ عدم الاهتمام بالسمعة الإلكترونية وتعرضها للتشويش أو التشويه من خلال رسائل أو محتويات من مصادر مختلفة على مستوى الفضاء الإلكتروني يؤدي إلى تراجع التعاون على جميع الأصعدة والإخلال بالخطط الوظيفية للمنظومة الأمنية.

تتواجد المؤسسة الأمنية في الجزائر في بيئة متسارعة التغيرات والتعقيدات مع درجات متفاوتة في الفرص والتهديدات أو المخاطر، والتي يمكن أن تتحكم فيها بدرجة عالية في حال استغلالها للمنظومة التكنولوجية الحديثة التي تتيح الانتقال نحو الأمن التشاركي أو المشاركة الجماعية في الأمن وذلك بناء على ضبط الاستراتيجيات الاتصالية واستغلال المنصات الإعلامية والمنصات الإلكترونية التفاعلية والتحكم في المحتوى الذي يصلها كمدخلات وأيضا في مخرجاتها التي تصل إلى الجمهور، وتكون المنظومة الأمنية أكثر فاعلية في الأداء باستنادها إلى نظام يقظة معلوماتية يفيد في خلق سمعة إلكترونية إيجابية لدى المستخدمين وتسيير العلاقة معهم على نحو التحسين وتصنيع الرضا والوفاء وحثهم على المشاركة في العمليات الأمنية في مختلف الجوانب سواء بالعمل على إنتشار المحتوى ذو الطبيعة الأمنية ما بين المنظومات الإلكترونية الفردية والجماعية أو من خلال التزويد بالمعلومات الضرورية في الخطط الأمنية الوقائية والعلاجية.

#### المصادر والمراجع

- أحمد يوسف مصطفى، "تحديات العولمة والتخطيط الاستراتيجي"، ط 03، سنة 2000.
- جمال العيفة، "مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار"، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010.
- علي عبد الفتاح، "إدارة الإعلام"، عمان، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، سنة 2014.

- علم الدين محمود، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة"، ط1، مصر، دار السحاب للنشر والتوزيع، سنة 2005.
- مختار فؤاد أبو الحيز، "التواصل والاتصال"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 8، 1992.
- نصر الدين لعياضي، "عتبات التأويل"، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، دار الثقافة والإعلام، سنة 2014.
- Antonio A.Cassilli : «les liaisons numériques, vers une nouvelle sociabilité »,Paris, édition seuil , 2010.
- Coordonne par Jean Paul Lafrance, « critique de la sociétés de l'information », Paris, CNRS édition, HERMES, 2009.
- David Fayon, « géopolitique d'internet : qui gouverne le monde ? »,Paris, Economica, 2013.
- F.Jakobiak, « exemples commentes de veille technologiques », Paris, édition d'Organisation, 1992 ,p 20.
- Franek Rebillard, « le web 2.0 en perspective, une analyse socio-économique de l'internet », Paris, L'harmattant 2007.
- Jean Paul Lafrance, « la civilisation du clic : la vie moderne sous l'emprise des nouveaux medias », Paris, l'harmattan, 2013.
- Stephane Vial, « l'être et l'écran : comment le numérique change la perception », 1 ère édition, Paris, presse universitaire de France, 2013.
- Linda Bediaf, « journaliste 2.0, usages et dilemmes des journalistes contemporains », Paris, L'harmattan, 2014.
- Pierre Musso, « sociologie et société », « le cyberspace figure de l'utopie technologique réticulaire », France, Erudit, 2000.
- Sous la direction de Rémy le Champion, « journalisme 2.0 », la documentation Française, Paris, 2012.
- Valerie March, « Comment développer votre activité grâce aux medias sociaux », Paris, Dunod, 2011-.