

استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و الإشباعات المتحققة منها

د/هويدا محمد السيد عزوز

مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنوفية

### مقدمة :

أثرت مجموعة من العوامل و المتغيرات التي أسهمت بشكل مباشر و غير مباشر في ظهور الإعلام الأمني و أهمها التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات و الإعلام ، بالإضافة إلى تلك المتغيرات السياسية و الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية مع انتشار و تطور وسائل التواصل الاجتماعي زادت الأزمات الأمنية بشكل لم تعهده من قبل حيث يتم إطلاق الحرب النفسية لترهيب الناس و زعزعة الاستقرار ، وصولا لتفكيك ما ربههم المنطرفة و أهداف الجهات التي تقف خلفهم وبالتالي ، فإن التأثير بين الإعلام و الأمن تأثير متبادل ، و قد أصبح الإعلام محركا لقضايا الأمن و موجهها له بوسائله الخطيرة و محدثا للتحويلات التي تصيب البنية الأمنية مثيرا و موجهها لاتجاهات للرأي العام ، و الذي يوضح اتجاهات الجمهور نحو قضية ما .  
الإطار المنهجي للدراسة :

### مشكلة الدراسة :

سعي مخططي الإعلام الأمني إلى استخدام الإنترنت لتوعية الجمهور بأهمية الأمن عن طريق توظيف تقنيات وسائط الإعلام الحديثة ، و بالتالي سعت وزارة الداخلية لإنشاء مركزا للإعلام الأمني و ذلك بعد تجهيزه بأحدث وسائل التقنية و تزويده بالضوابط المتخصصة في مجالات الإعلام و ذلك من خلال إنشاء الموقع الإلكتروني للوزارة على الإنترنت و الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية علي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و تويتر

و من هنا تسعى هذه الدراسة للتعرف علي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الأمني لدي الجمهور ، كما تسعى لمعرفة مدى استخدامات الشباب لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي و الإشباعات المتحققة في زيادة الوعي الأمني لدي  
أهمية الدراسة :

١- تزايد اهتمام الأجهزة الأمنية في العالم العربي بدراسة ظاهرة الإعلام الجديد و كيفية الاستفادة منها فأنشأت العديد من الأجهزة الشرطة في مصر و العالم العربي صفحات لها علي مواقع التواصل الاجتماعي .

٢- اهتمام وسائل الإعلام البديلة بالموضوعات المتخصصة هو في الواقع اهتمام بالتطورات التي شهدها العالم و خاصة فيما يتعلق بالقضايا الأمنية و بالتالي تقوم بتلبية اهتمامات الناس و استجابة لرغباتهم و حاجاتهم المعرفية

٣- تبرز أهمية الدراسة في أن الإعلام الأمني إعلام إيجابي يسعى إلي تحقيق التفاعل الإيجابي ما بين الشرطة و الجماهير من خلال التوعية و الإرشاد و تحسين صورة

المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير من ناحية أخرى و ذلك عن طريق التبريد  
الصادقة التي تصدرها جهاز الأمن و الشرطة  
1- أهمية التعرف علي اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الأمني ، حيث أن الجمهور هو  
أساسي في العملية الأمنية ، و قناعاته الإيجابية أو السلبية لها دور فعال في فاعلية  
الأمني و قدرته علي تحقيق أهدافه.  
أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة للتعرف علي استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني  
الإشباعات المتحققة منها ، و يتبلى منها عدة أهداف فرعية :  
- التعرف علي مصادر معرفة الجمهور بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني  
- إلقاء الضوء علي معدل ثقة المبحوثين في مواقع الإعلام الأمني كمصدر للمصدر  
علي المعلومات الأمنية .  
- التعرف علي ترتيب الإشباعات التي يحققها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني من  
زيادة الوعي الأمني .  
- رصد مدى مشاركة الجمهور عبر مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني في مبادرات  
القضايا الأمنية  
تساؤلات الدراسة :

1- ما مدى استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي و المتمثلة في مواقع الإعلام  
الأمني الإلكتروني علي الفيسبوك و تويتر ؟  
2- ما معدل استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني  
3- ما أكثر الموضوعات التي قمت بمتابعتها ؟  
4- ما تقييمك لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني ؟  
5- ما الإشباعات التي تحققها لك مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني في زيادة الوعي  
الأمني بالأمورات الأمنية ؟  
6- ما مدى مساهمة مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني في زيادة الوعي بالأمور  
الأمنية؟  
7- ما مدى الثقة في المضامين التي تقوم مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني بنشرها علي  
هذه المواقع ؟

#### فروض الدراسة :

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني  
الإلكتروني و مدى الإشباعات المتحققة منها في زيادة الوعي بالأمورات الأمنية  
2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني علي  
مواقع التواصل الاجتماعي و بين المتغيرات الديموجرافية للجمهور .  
3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات التي يحققها مواقع الإعلام الأمني  
الإلكتروني و بين زيادة معلومات الجمهور الوعي الأمني لديهم  
4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني  
الإلكتروني و درجة الثقة في المضامين التي تقدمها هذه الوسيلة .

الدراسات السابقة

١- دراسة Kathrin Bankis (٢٠٠٧)<sup>١</sup>

استهدفت الدراسة التعرف على مشاهير المثقفين من خلال تفسيرها للأمن القومي القومي، و الوسائل الإعلامية و نظراتهم لانهيار المركز العالمي التجاري، و ما تم تقديمه على وسائل التليفزيون و في النشرات الإخبارية الليلية التي يراها الجمهور، و أوضحت الدراسة الوسائل الإعلامية في أثناء الأزمات الوطنية لمحاولة المحافظة على فعالية الأمنية بعمل توازن بين الرأي العام و السياسة العامة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- تتأثر الوسائل الإعلامية في تشكيلاتها الديناميكية السياسية بحالة الأمن القومي في أثناء تناول القضية و الجدل الثائر و الدائر حولها في ذلك الوقت.

- تتحكم عدة اتجاهات بالأمن الوطني، و علي رأسها أفكار المشاهير و آراء المثقفين الكبار.

٢- دراسة Jishua Woods (٢٠٠٨)<sup>٢</sup>

أظهرت الدراسة بالتفصيل مدى ما أحدثته الشعور بعدم الأمان من نقشي الخوف و اليأس الذي عم الولايات المتحدة عقب أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ و أوضحت الدراسة تأثير خطر الإرهاب الأمن القومي و السياسات الداخلية و الخارجية للولايات المتحدة

و توصلت الدراسة لي عدد من النتائج أهمها:

- تأثير تلك الإجراءات العميقة علي المواطن و شعوره بعدم الأمن خشية خطر الإرهاب - مدى تأثير البنية التحتية الأمريكية الحيوية بتلك الأحداث التي مرت بها البلاد و علاقتها

بالإجراءات الأمنية

٣- دراسة Erhan Erdonme (2009)<sup>٣</sup>

استهدفت الدراسة التعرف علي مدى إدراك و وعي الجمهور للجريمة، و كذلك التعرف علي مدى تأثير وسائل الإعلام في مستوي الخوف لدي الجمهور و ذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي

و توصلت الدراسة إلي عدد نتائج منها:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لأخبار العنف التليفزيونية و الخوف من الجريمة

- لا توجد علاقة بين التعرض لأخبار العنف في التليفزيون و الخوف من الجريمة من حيث المتغيرات الديموجرافية.

<sup>١</sup> - kathrin bankies, "celebrity intellectuals the media and collapse of the relation center "paper presented at the annual meeting of the midwest political science association ,palmer house hotel, Chicago,11 april-12 2007.

<sup>٢</sup> - Jishua wood, imaging Terror: The people, The Press and politicals (michigans, state university 2008)

<sup>٣</sup> - Erhan Erdonme, "The effect of media on citizens fear of crime on turkey", university of north texas, 2009. Available on line at <http://Digital.library.unt.edu/ark:/6758/metad011045/m/date>

- ٤- دراسة فاطمة شعبان محمد حسن (٢٠١١)<sup>١</sup>  
استهدفت الدراسة التعرف علي حجم الاهتمام المملوح لقضايا دول الشرق الأوسط السياسية و الأمنية علي الخريطة الإخبارية للفضائيات (محل الدراسة) ، و تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي المنهج المقارن و توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :
- وجود علاقة دالة إحصائية بين المبحوثين حسب كثافة التعرض لنشرات الأخبار في التلفزيون وفق درجة اهتمامهم بالقضايا السياسية و الأمنية في العراق
  - ارتفاع نسبة الأخبار السلبية المتعلقة بالقضايا السياسية و الأمنية و ذلك يعود إلي طبيعة الأحداث المتعلقة بالشأن العراقي
- ٥- دراسة خالد عبد الحميد خربوش (٢٠١٢)<sup>٢</sup>  
تستهدف الدراسة التعرف علي الأطر المعرفية للجمهور المصري اتجاه الإعلام الأمني و علاقة ذلك بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا الأمنية و كذلك التعرف علي الأطر الخيرية للإعلام الأمني في الصحافة المصرية فيما يتصل بالأحداث و التصريحات و المعلومات ذات الطابع الذي تهتم به المؤسسة الأمنية و توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :
- اهتمام الإعلام الأمني (الصحافة) بالقضايا الأمنية من وجهة نظر المبحوثين بدرجة متوسطة ، إذ بلغت نسبة الاهتمام نحو ٥٧% من إجمالي العينة .
  - جاءت أسباب متابعة الإعلام الأمني
- ٦- دراسة صفاء علي جبار الربيعي (٢٠١٣)<sup>٣</sup>  
استهدفت الدراسة التعرف علي مدي اعتبار الصفوة العراقية للقنوات الفضائية العراقية و مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أساسيا للحصول علي المعلومات عند حدوث الأزمة الأمنية ، و كذلك رصد التأثيرات المعرفية و الوجدانية للمبحوثين نتيجة لاعتمادهم علي القنوات الفضائية و مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات و توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :
- أن أكثر الأزمات العراقية بروزا علي القنوات التلفزيونية و مواقع التواصل الاجتماعي هي العمليات و التفجيرات الإرهابية
  - من أهم أسباب متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية العراقية حيث أنها تقدم تغطية حية للأحداث فور وقوعها و أنها تتفق مع اهتمامات و تقديم معلومات صادقة و تسم بالموضوعية في تناول القضايا و الأحداث .

١- فاطمة شعبان محمد حسن ،"المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط السياسية و الأمنية ، و انعكاساتها علي الجمهور المصري "،رسالة دكتوراه غير منشورة ، (القاهرة :كلية الإعلام ،٢٠١١) .  
٢- خالد عبد الحميد خربوش ،"الأطر الخيرية للإعلام الأمني في الصحافة المصرية و علاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا القومية "رسالة دكتوراه غير منشورة ،(مصر :جامعة أسيوط ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ،٢٠١٢) .  
٣- صفاء علي الجبار الربيعي ،"اعتماد الصفوة العراقية علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الأمنية "، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة :معهد البحوث و الدراسات العربية ، قسم الدراسات الإعلامية ،٢٠١٣) .



دراسة محمد حسين العبدان (٢٠١٤)

تهدف هذه الدراسة التعرف على بعد وسائل الإعلام السجانية المبرور منها و  
المسودة و العربية بدولة الكويت في نشر الوعي بالفضائل الأمنية التي تعين  
المواطن والمجتمع ككل ، و ذلك من خلال دراسة تحليلية لبرامج الاعلام التي يتم  
نقلها في هذا الشأن ، و كذلك دراسة العلاقة بين المضمون الاعلامي الأمني الذي  
تقوم به وسائل الاعلام الكويتية و انتشار الاعلام الأمني لدى الجمهور .

وتمثلت الدراسة التي تعد من النتائج أهمها :

- ارتفاع نسبة اهتمام الجمهور الكويتي بمناخة الفضائل الأمنية التي تقدمها البرامج  
التلفزيونية الأمنية

- عدم التلفزيون عموم كثير في نشر الوعي الأمني للجمهور الكويتي من خلال البرامج  
التلفزيونية الأمنية ، إذ قدرت نسبة ذلك البرير بـ ١٦.٢% من إجمالي العينة ، فضلا  
عن وجود حاجة ماسة للتوعية الأمنية للتلفزيونية للجمهور الكويتي

و دراسة بوزان معجم صالح (٢٠١٥)

تهدف الدراسة التعرف على دور البرامج التلفزيونية الأمنية في القنوات الفضائية  
العراقية في تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور و ذلك من خلال تحليل مضمون البرامج  
التلفزيونية الأمنية التي ينتجها القنوات الفضائية العراقية و دراسة العلاقة بين مضمون  
لك البرامج التي تقدمها تلك القنوات و تنمية الوعي الأمني لدى المجتمع العراقي .

وتمثلت الدراسة التي تعد من النتائج أهمها :

- عدم علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة التعرض للبرامج التلفزيونية الأمنية و الوعي  
الأمني لدى الجمهور العراقي

- لقد علمت المحررين أن تلك البرامج التلفزيونية الأمنية تقوم بدور واضح و كبير في  
تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور العراقي ، و أن أكثرهم يربطون الاتجاه الإيجابي تجاه  
لك البرامج ، و بالتالي الكبر على سلوكهم الأمني ، و ذلك يعكس أهميتها في مجال  
الوعي الأمني .

الدراسة الميدانية :

منهج المسح الإعلامي :

استخدمت الدراسة على منهج الدراسات المسحية ، حيث تم وصل مع للصفحات  
لبرامج الدراسة :

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة على استخدام الأدوات التالية :

الملاحظة المباشرة :

١- محمد حسين العبدان " دور وسائل الإعلام في نشر الوعي الأمني لدى الجمهور الكويتي " رسالة ماجستير  
في كلية الآداب (الجامعة) كلية الآداب (٢٠١٤)  
٢- محمد حسين العبدان " دور البرامج الأمنية في القنوات الفضائية العراقية في تنمية الوعي الأمني لدى الجمهور  
الكويتي " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القادسية كلية الآداب ٢٠١٥)

استخدمت الدراسة هذه الأداة بهدف الوقوف على آراء و اتجاهات الجمهور تجاه أداء هذه الصفحات نحو معالجة الأزمات الأمنية

مجتمع و عينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية :

طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة ، و لابد أن يتوافر في العينة خاصية لاغبي عنها و هي التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي باعتباره المتغير الأساسي في هذه الدراسة ، حيث لا تتوافر معلومات كافية بشأن مجتمع الدراسة ، و لكن لا يشترط أن ينتمون إلى فئة الشباب ، و لكن يشترط أن ينتمون إلى فئة الشباب ، حيث تعد فئة الشباب من أكثر الفئات استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي .

مصطلحات و مفاهيم الدراسة :

الإعلام الأمني :

هو فرع من فروع الإعلام المتخصص و يشمل كافة الجهود و الأنشطة الإعلامية المصنوعة و المخطط لها وفقا لنموذج معين يتناسب مع المحتوى الأمني و بالتالي فهو نتاج لعلاقة ارتباطية بين مفهوم الأمن المعاصر و الإعلام المعاصر و المجتمع .

الإعلام الأمني الإلكتروني :

الإعلام الذي يحقق بساطرة من رجال الأمن و خاصة مع انتشار التكنولوجيا و ذلك عن طريق إنتاج الرسائل الإعلامية مثل إنشاء صفحات خاصة بالأجهزة الأمنية مثل الصفحة الرسمية لجهاز الشرطة مع إمداد بقية الأجهزة الإعلامية بالأخبار من قبل الأجهزة الأمنية

الآزمات الأمنية :

عبارة عن حدث أو خطر أو مشكلة أو موقف في وقت قصير و تترك أحداثا و أثارا سريعة و متلاحقة تهدد جوانب الحياة و أبعاده و خاصة الجانب الأمني ، مما يؤدي لحدوث صدمة و ارتباك و خلل في سير الحياة.

الإطار النظري للدراسة :

مدخل الاستخدامات و الإشباعات :

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات و الإشباعات و الذي ظهر في بداية السبعينات من القرن العشرين كرد فعل لقوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية ، و تظهر النظرية إيجابية الجمهور و تعتبره جمهورا نشطا و ليس مستقبلا سلبيًا ، فالجمهور هو الذي ينتقي الوسيلة التي تناسبه و كذلك المضمون الذي يشبع رغباته و احتياجاته النفسية و الاجتماعية

و تسعى هذه النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي :

- ١- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته و أهدافه
- ٢- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام و التفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا الاستخدام

٣- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري .

يعتبر الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختباراته و لذلك فإن الاستخدام يتمثل في الاتجاهين التاليين :

- الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الإنترنت سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا

- التجول بين المواقع المتعددة على شبكة الإنترنت لتلبية الحاجات المستهدفة و التي ينصدها الحاجات المعرفية سواء كانت من خلال المواقع الإعلامية تابعة للمؤسسات الإعلامية أو من خلال المواقع المتخصصة .<sup>١</sup>

دور الإعلام الجديد في دعم الإعلام الأمني :

يتوقف وجود إعلام أمني فاعل و ناجح على مدى اهتمام الأجهزة الأمنية و قناعتها بأهمية هذا النوع من الإعلام ، الذي يعتمد في تغذيته على مدى تعاون الأجهزة الأمنية التي تقدم المادة العلمية و الحقائق الأمنية إلى وسائل الإعلام لتقوم هذه الوسائل بإعدادها بالشكل المناسب .

و يعتمد التخطيط السياسي الإعلامية للأجهزة الأمنية على دعامين أساسيين هما على النحو التالي :

١- كفاءة الخدمات الأمنية و امتياز الأداء و الحرص على قضاء المصالح الجماهير و الكياسة و الأمانة و الحيدة في المسلك و سرعة المبادرة بتقديم العون و النجدة للمواطنين  
٢- الإعلام المخطط الصادق عن هذه الخدمات و عن طرق أدائها و سبل المواطنين في الحصول عليها بسرعة و يسر ، و عن كافة الجهود التي تبذلها الأجهزة الأمنية .<sup>٢</sup>  
تتمثل أهمية الإعلام الأمني باستخدام وسائل الاتصال الحديثة الاستفادة منها في كافة مجالات الأداء الأمني من خلال :

- اهتمام وسائل الإعلام العصرية بالموضوعات المتخصصة هو في الواقع اهتمام بالتطورات التي شهدتها العالم في مختلف مجالات الحياة بعلمها و معارفها المختلفة و ذلك تلبية منها لاهتمامات الناس و استجابة لرغباتهم و حاجاتهم المعرفية

- العمل على إقناع و توعية الجمهور بتحديد مسارات التعاون مع الأجهزة الأمنية في سبيل مكافحة الجريمة من خلال استخدام تقنيات الإعلام في المجال الأمني بهدف تبصير

- تم الرجوع إلى :

محمد عبد الحميد ، "نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير" ، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤)

- عاطف العبد، نهي عاطف العبد ، "نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية" ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ٢٠٠٨)

حسن عماد مكاوي ، بلبي حسين السيد ، "الاتصال و نظرياته المعاصرة" ، ط١ (القاهرة : دار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨)

-Bjom Hietne ، "Development Theory and the three world" (U.K: Longman, 1991)<sup>٣</sup>

١١- الإدارة العامة للإعلام و العلاقات العامة ، "أهمية مردودات تخطيط العلاقات و الإعلام الأمني" ، ورقة عمل مقدمة للإعلام الأمني بالقاهرة ، ديسمبر ٢٠٠٨



تتطلب المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشركات أن تتجاوز أهدافها المادية لتحقيق رفاهية المجتمع ككل. وهذا يتطلب من الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً يراعي احتياجات جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمع المحلي والبيئة. كما يتطلب من الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

### التحديات التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات

تتطلب المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشركات أن تتجاوز أهدافها المادية لتحقيق رفاهية المجتمع ككل. وهذا يتطلب من الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً يراعي احتياجات جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمع المحلي والبيئة. كما يتطلب من الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

أحد التحديات الرئيسية التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات هو نقص الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى بعض أصحاب المصلحة.

كما تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات تحديات تتعلق بالقياس والتقييم، حيث لا توجد معايير موحدة لقياس الأداء الاجتماعي للشركات.

بالإضافة إلى ذلك، تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات تحديات تتعلق بالموارد، حيث تحتاج الشركات إلى استثمار المزيد من الأموال والوقت والجهد لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

على الرغم من هذه التحديات، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات أصبحت جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الأعمال للشركات الناجحة. وتعد المسؤولية الاجتماعية للشركات من العوامل التي تساهم في تعزيز سمعة الشركة وزيادة ولاء العملاء وتحسين أداء الشركة على المدى الطويل.

لذلك، يجب على الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية. كما يجب على الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

### دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة

تتطلب المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشركات أن تتجاوز أهدافها المادية لتحقيق رفاهية المجتمع ككل. وهذا يتطلب من الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً يراعي احتياجات جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمع المحلي والبيئة. كما يتطلب من الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات من العوامل التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، حيث تساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتحسين جودة الحياة وحماية البيئة.

على وجه التحديد، تساهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تعزيز كفاءة العمليات الإنتاجية، مما يؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الإنتاجية.

بالإضافة إلى ذلك، تساهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تعزيز ولاء العملاء، مما يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحقيق نمو مستدام للشركة.

لذلك، يجب على الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية. كما يجب على الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

في الختام، يمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية للشركات أصبحت جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الأعمال للشركات الناجحة. وتعد المسؤولية الاجتماعية للشركات من العوامل التي تساهم في تعزيز سمعة الشركة وزيادة ولاء العملاء وتحسين أداء الشركة على المدى الطويل.

لذلك، يجب على الشركات أن تتبنى نهجاً شاملاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية. كما يجب على الشركات أن تكون شفافة في تقاريرها وأن تتعاون مع الجهات المعنية لتحقيق أهدافها الاجتماعية.

على وجه التحديد، تساهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تعزيز كفاءة العمليات الإنتاجية، مما يؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الإنتاجية.

## نتائج الدراسة الميدانية :

توصيف عينة الدراسة :

- متغير النوع

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة طبقا للنوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكور	236	59.0
إناث	164	41.0
المجموع	400	100.0

تتوزع عينة الدراسة وفقا للنوع إلى (٢٦٣) من الذكور بنسبة ٦٥.٧%، بينما بلغ عدد مفردات الإناث (١٦٤) بنسبة ٤١%، ولم يتم توزيع مفردات العينة بالتساوي لأنها عينة عمدية لا يشترط فيها سوي أن تكون من الشباب و ممن يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي.

- متغير الفئات العمرية :

جدول رقم (٢) توزيع العينة الدراسة طبقا للفئات العمرية

الفئات العمرية	التكرار	النسبة
أقل من ٢٠ عام	33	8.3
من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ عام	148	37.0
٣٠ فأكثر	204	51.0
المجموع	15	3.8

تتوزع عينة الدراسة وفقا للفئات العمرية إلى ثلاث فئات كالتالي :  
جاءت الفئة العمرية (٣٠ فأكثر) في الترتيب الأول بنسبة ٥١%، ويليه فئة (من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ عام) بنسبة ٣٧%، وأخيرا فئة (أقل من ٢٠ عام) بنسبة ٨.٣%.

- متغير مستوي التعليم :

جدول رقم (٣) توزيع عينة الدراسة طبقا لمستوى التعليم

مستوى التعليم	التكرار	النسبة
مؤهل متوسط	16	4.0
مؤهل جامعي	332	83.0
دراسات عليا	48	12.0
المجموع	٠٠4	1.0

- جاء توزيع عينة الدراسة وفقا لمستوى التعليم إلى ثلاث فئات كالتالي نسبة أفراد العينة من الحاصلين على مؤهل جامعي بنسبة ٨٣%، ويليه الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي بنسبة ١٢%، وأخيرا الحاصلين على مؤهل متوسط بنسبة ٤%.

- متغير الوظيفة :

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير المهنة

المهنة	التكرار	النسبة
طالب	17	4.3
موظف	235	58.8
مهنة حرفية	74	18.5
مهنة علمية	84	21.0
لا يعمل	90	22.5
المجموع	400	100.0

جاء توزيع العينة وفقاً لمتغير الوظيفة كالتالي، حيث تمثلت النسبة الأكبر من أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي، وبلغت (58.8%)، يليها في الترتيب الثاني مهنة علمية بنسبة (21%)، ويليها في الترتيب الثالث "طالب" بنسبة (4.3%)، وأخيراً مهنة حرفية.

- المرحى علي متابعة مواقع التواصل الاجتماعي؛

جدول رقم (5) توزيع أفراد العينة وفقاً للمتغير مواقع التواصل الاجتماعي

الوظيفة	التكرار	النسبة
إلى حد كبير	157	39.3
إلى حد ما	111	27.8
أبداً	26	6.5
المجموع	400	100.0

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (39.3%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (إلى حد كبير)، و (27.8%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (إلى حد ما)، ويرجع ذلك إلى جميع أفراد العينة يحرصون على متابعة مواقع التواصل الاجتماعية، حيث تتيح للشباب فرص التفاعل مع أصدقائهم والحصول على الأخبار والمعلومات، وأشارت النتائج أن نسبة (6.5%) نادراً ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

- أكثر المواقع التي تفضل متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛

جدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى أهم مواقع التواصل الاجتماعي المتفضلة لدى أفراد العينة

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
الفيس بوك	328	82.0
تويتر	147	36.8
اللينكد إن	196	49.0
ماي سبيس	0	0.0
ماي غلوب	18	4.5
أخرى غير مذكورة	17	4.3
المجموع	400	100.0

ينصح من الجدول السابق أن المصدر المرفقة الأولي كأهم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ( ٤٦.٤ %) ، بينما احتل الموقع المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.٧% و يرجع ذلك إلى أن الشباب أكثر ميلا لمشاهدة الفيديو هات لأسباب نفسية و عصبية ، بينما احتل تويتر المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠.٨ % ، ثم جاء "هاى فايف" بنسبة ٢.٥ %

أكثر الوسائل التي تتابع من خلالها معالجة الأزمات الأمنية ؛  
جدول رقم (٧) توزيع أفراد العينة وفقا لأكثر الوسائل التي تتابع من خلالها معالجته  
الأزمات الأمنية

النسبة	المتكرر	الوسائل التي تتابع من خلال الأزمات الأمنية
٥٠.٨	٣٥٩	في جداول وسائل الإعلام التقليدية
٢٧.٦	٢٣٢	في جداول مواقع التواصل الاجتماعي
١٢.٢	٨٦	في جداول الاستفتاء والمعارف
١.٥	١١٧	المجموع

ينصح من الجدول السابق أن وسائل الإعلام التقليدية مازالت تمثل المصدر الأساسي للحصول على المعلومات لأنها تعد مصدر موثوق للمعلومات المنشورة ، و لذلك احتلت وسائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى في متابعة أفراد العينة لمعالجة الأزمات الأمنية بنسبة ( ٥٠.٨ %) ، و علي الرغم من تفضيل الشباب لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي فقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الثانية بنسبة ( ٢٧.٦ %) ، و يرجع ذلك إلى عدم وجود رقابة علي الأخبار المنشورة علي هذه المعلومات ، و يرجع ذلك أيضا إلى وجود عدد من الصفحات غير الرسمية التي تتحدث باسم وزارة الداخلية و بالتالي يصعب علي الجمهور معرفة الأخبار الصحيحة من الأخبار الكاذبة ، ثم جاء الاستفتاء و المعارف في الترتيب الثالث بنسبة ( ١٢.٢ %)

#### - معدل دخول أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٨)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمعدل دخول أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المتكرر	معدل المتابعة
26.0	104	مرة واحدة يوميا
59.0	236	أكثر من مرة في اليوم الواحد
11.0	44	عدة مرات أسبوعيا
4.0	16	مرة أسبوعيا
100.0	400	المجموع

ينصح من الجدول السابق ، أن ( ٥٩ %) من أفراد العينة يتعرضون لأكثر من مرة في اليوم الواحد لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما أكد ( ٢٧ %) من أفراد العينة يتعرضون ( مرة واحدة يوميا ) ، كما جاء معدل دخول أفراد العينة (عدة مرات أسبوعيا ) بنسبة ( ١١ %) ، و أخيرا جاءت نسبة من يتعرضون لأفراد العينة (مرة أسبوعيا ) ( ٤ %) .

- عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة علي مواقع التواصل الاجتماعي

حصول رقم (٩)

توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد ساعات العمل في المؤسسات الحكومية

النسبة	التكرار
19.0	136
44.0	174
17.0	68
100.0	400

يتم توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد ساعات العمل في المؤسسات الحكومية، حيث يتضح من النتائج أن 19.0% من أفراد العينة يعملون في المؤسسات الحكومية لمدة تتراوح بين 1-5 ساعات، و44.0% من أفراد العينة يعملون في المؤسسات الحكومية لمدة تتراوح بين 6-10 ساعات، و17.0% من أفراد العينة يعملون في المؤسسات الحكومية لمدة تتراوح بين 11-15 ساعة، و100.0% من أفراد العينة يعملون في المؤسسات الحكومية لمدة تتراوح بين 16-20 ساعة.

أما ما يتعلق بالتوزيع حسب الجنس في المؤسسات الحكومية

حصول رقم (١٠)

توزيع أفراد العينة وفقاً للجنس في المؤسسات الحكومية

النسبة	التكرار
64.0	256
08	32
01.5	6
13.0	52
100	400

يتم توزيع أفراد العينة وفقاً للجنس في المؤسسات الحكومية، حيث يتضح من النتائج أن 64.0% من أفراد العينة هم من الذكور، و08% من أفراد العينة هم من الإناث، و01.5% من أفراد العينة هم من غير المحدد، و13.0% من أفراد العينة هم من غير المتزوجين.

أما ما يتعلق بالتوزيع حسب الوظيفة في المؤسسات الحكومية

حصول رقم (١١)

توزيع أفراد العينة وفقاً لوظيفة الموظفين في المؤسسات الحكومية

النسبة	التكرار
100	276
80.0	160
100	80
100	200
100	12
100	68
100	18
100	400

ينصح من الجدول السابق أن الموضوعات التي يفضل أفراد العينة متابعتها علي مواقع التواصل الاجتماعي متابعتها علي مواقع التواصل الاجتماعي هي القضايا السياسية بنسبة (٣٦.١%) و يرجع ذلك إلي اهتمام الشباب بالقضايا السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير و الأحداث السياسية المتتالية منذ تلك الفترة ، و يليها في الترتيب الثاني متابعة القضايا الأمنية بنسبة (٢٦.١٧%) ، و يليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة (١٣.٠٨%) ، و يليها متابعة القضايا الاجتماعية بنسبة (١٠.٤٧%) ، و جاء بعدها متابعة القضايا العسكرية بنسبة (٧.٨٥%) ، و جاء بعدها الموضوعات العلمية بنسبة (٤.١٨%) ، ثم جاء في الترتيب الأخير الموضوعات الرياضية بنسبة (٢.٠٩%) .  
أكثر الأدوار التي تؤذيها مواقع التواصل الاجتماعي

#### جدول رقم (١٢)

توزيع أفراد العينة علي أكثر الأدوار التي تؤذيها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أكثر الأدوار التي تؤذيها مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٩٣	١٤٧	دور اجتماعي
٥.٣٨	١٨٣	دور إعلامي
٨.٢١	١٠٤	دور ترفيهي
٦.٨	٤١	دور توعوي
١٠٠	٤٧٥	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٨.٥% من أفراد العينة يرون أن أكثر دور تؤذيها مواقع التواصل الاجتماعي هو الدور الإعلامي ، كما يري نسبة ٣٠.٩% من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور اجتماعي ، ونسبة (٢١.٨%) يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور ترفيهي ، و أخيرا جاءت نسبة (٨.٦%) من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور توعوي .  
- مدى استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي

#### جدول رقم (١٣)

توزيع أفراد العينة وفقا لاستخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

النسبة	التكرار	مدى
٧٠.٠%	٢٨٠	دائما
٢٨.٠%	١١٢	أحيانا
٠.٢%	٨	لا
١٠٠	٤٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٠% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني دائما ، و نسبة ٢٨% يستخدمون مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني أحيانا ، و أخيرا جاءت نسبة ٢% من أفراد العينة لا يستخدمون مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني



مدى مساهمة المضامين المنشورة في زيادة الوعي الأمني

جدول رقم (١٦)

توزيع أفراد العينة على حسب مدى مساهمة المضامين المنشورة في زيادة الوعي الأمني

النسبة	التكرار	مدى مساهمة المضامين المنشورة في زيادة الوعي الأمني
40.0	160	مدى كبير
45.0	180	مدى حاد ما
8.0	32	متوسط
7.0	28	لا تساهم
100	400	المجموع

يوضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة يؤكدون على أن المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في زيادة الوعي الأمني لدى الجمهور ، حيث أشار (٥٠%) من أفراد العينة بأن المضامين المنشورة لها دور في زيادة الوعي الأمني إلى حد ما ، بينما أشار (٤٠%) من أفراد العينة بأن المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في زيادة الوعي الأمني إلى حد كبير ، بينما يري (٥%) من أفراد العينة أنه أحيانا ما تساهم المضامين المنشورة في زيادة الوعي الأمني ، ويري (٧%) أن هذه المضامين لا تساهم في زيادة الوعي الأمني .

مدى ثقة أفراد العينة بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

جدول رقم (١٧)

توزيع أفراد العينة على حسب مدى ثقتكم بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

النسبة	التكرار	مدى ثقتكم بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني
14	57	عدم
63.8	255	متوسط
22.2	89	كبير
100	400	المجموع

يوضح من الجدول السابق أن (٦٣.٨%) من أفراد العينة يثقون أحيانا بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني في معالجة الأزمات الأمنية كما أشار (١٤%) من أفراد العينة بأنهم يثقون في معالجة الأزمات الأمنية ، بينما لا يثق (٢٢.٢%) من أفراد العينة في مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني.



أسباب عدم الثقة في معالجة الأزمات الأمنية بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

جدول رقم ( ١٨ )

توزيع أفراد العينة على حسب أسباب عدم الثقة في معالجة الأزمات الأمنية بمواقع

الإعلام الأمني الإلكتروني

النسبة	التكرار	أسباب عدم الثقة في معالجة الأزمات الأمنية بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني
١٧.٢	١6	لأنها لا تبرز من الموضوع من وجهة نظر مختلفة
٢٨.٨	64	لأنها لا تبرز الجوانب الإيجابية والسلبية اللازمة
١٣.٩	١٧	لأن محتوياتها غير كافية
٤٠.٩	٩٧	المجموع

يتضح من الجدول السابق ، أن نتائج هذا الجدول تتفق مع الجدول السابق رقم (١٧) بعدم ثقة نسبة (٢٣.٣%) من أفراد العينة بمعالجة الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث وجد أن أهم الأسباب الخاصة بعدم الثقة في معالجة الأزمات الأمنية (لأنها لا تبرز الجوانب الإيجابية و السلبية اللازمة ) بنسبة (٢٨.٨%) و يرجع ذلك إلى أن مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني تقوم بتوضيح الأمر من وجهة نظر القيادات الأمنية ، و يادها (لأنها لا تعرض الموضوع من وجهات نظر مختلفة ) بنسبة (١٧.٢%) ، و أخيرا (لأن محتوياتها غير كافية ) بنسبة (١٣.٩%)

أسباب الثقة في معالجة الأزمات الأمنية بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

جدول رقم ( ١٩ )

توزيع أفراد العينة على حسب أسباب الثقة في معالجة الأزمات الأمنية لدى مواقع

الإعلام الأمني الإلكتروني

النسبة	التكرار	أسباب الثقة في معالجة الأزمات الأمنية لدى مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني
26.0	104	عمق معالجتها للأزمات الأمنية وتقديم أدلة كافية
17.0	68	لأنها مصدر موثوق فيه
37.0	148	لأنها تنقل الصورة الحقيقية للأزمات الأمنية
9.0	36	لعدم ثقتي في وسائل الإعلام الأخرى
١٠٠	٣٥٦	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن أفراد العينة ممن يتقنون بمعالجة الأزمات الأمنية لدى مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و من أهم الأسباب التي أدت إلى ثقة الباحثين بمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني هي (لأنها تنقل الصورة الحقيقية للأزمات الأمنية ) بنسبة (٣٧%) ، و يليها في الترتيب الثاني (عمق معالجتها للأزمات الأمنية ) بنسبة (٢٦%) ، و يأتي في الترتيب الثالث (لأنها مصدر موثوق فيه ) بنسبة (١٧%) ، و يأتي في الترتيب الأخير (لعدم ثقتي في وسائل الإعلام الأخرى ) بنسبة (٩%) .

مدى اختلاف الأفكار حول الأزمات الأمنية عن الأفكار التي تطرحها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني.

جدول رقم ( ٢٠ )

توزيع أفراد العينة على حسب مدى اختلاف الأفكار حول الأزمات الأمنية عن الأفكار التي تطرحها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

النسبة	التكرار	مدى اختلاف أفكارك حول الأزمات الأمنية عن الأفكار التي تطرحها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني
17.0	68	مع اختلاف أفكاره كثيرا
54.0	216	مع اختلاف أفكاره الي حد ما
092	116	لا يختلف أفكاري
100	400	المجموع

يتضح من الجدول السابق مدى اختلاف أفكار أفراد العينة حول الأزمات الأمنية عن الأفكار التي تطرحها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني فجاءت نسبة من يختلف أفكارهم عن أفكار مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني الي حد ما بنسبة (٥٤%) ، بينما جاءت نسبة أفراد العينة الذين لا يختلف أفكارهم عن أفكار مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني بنسبة (٢٩%) ، بينما جاءت نسبة من يختلف أفكارهم كثيرا عن الأفكار التي تطرحها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني بنسبة (١٧%) ، و يتضح من ذلك أن النسبة الأكبر جاءت لمن يختلف أفكارهم عن مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و يرجع ذلك إلي تعدد المصادر و الآراء حول القضية المعروضة

المصادر الأساسية التي تكتسب من خلالها معلوماتك عن الأزمات الأمنية

جدول ( ٢١ )

توزيع أفراد العينة على حسب المصادر الأساسية التي تكتسب من خلالها معلوماتك عن الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	المصادر الأساسية التي تكتسب من خلالها معلوماتك عن الأزمات الأمنية
065	٢٦٠	وسائل الإعلام التقليدية
026	١٠٤	مواقع التواصل الاجتماعي
19.0	76	الاتصال الشخصي
100.3	٤٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن وسائل الإعلام التقليدي مازالت تعد أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور ( أفراد العينة ) في اكتساب المعلومات الخاصة بالأزمات الأمنية و يلق ذلك مع نتيجة الجدول السابق (رقم ٧) الخاص بأكثر الوسائل التي يعتمد عليها أفراد العينة في معالجة الأزمات الأمنية ، حيث جاءت نسبة من يعتمدون علي "وسائل الإعلام التقليدية" (٦٥%) ، ثم جاءت نسبة من يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي (٢٦%) ، و أخيرا جاءت نسبة من يعتمدون علي "الاتصال الشخصي" (١٩%)

أهم القضايا الأمنية المتعلقة بقرص الأمان

جدول ( ٢٣ )

توزيع المراد العينة على حسب أهم القضايا الأمنية المتعلقة بقرص الأمان

النسبة	التكرار	أهم القضايا الأمنية المتعلقة بقرص الأمان
١١.٥	٥	زيفات أجنبية
٢١.٥	١٠	مخبرون أجنبية
١١	٥	زيفات محلية
٥٥	٢٧	مخبرون محليون
١٠٠	١٠٠	

ينص من السؤال السابق ، أن أهم القضايا الأمنية المتعلقة بقرص الأمان جاءت مسابقة لقضايا أمنية " بنسبة (٥٤%) و ناديا " لجنودات أمنية " بنسبة (١٣%) و أيضا في الترتيب الثالث " إرشادات أمنية " بنسبة (١٣%) ، و أخيرا جاءت " تنظيم صلات برقية " بنسبة (٦%)

- الدور التي تقوم به مواقع الإعلام الأمني في دعم الوعي الأمني للجماهير

جدول ( ٢٤ )

توزيع المراد العينة على حسب الدور التي تقوم به مواقع الإعلام الأمني في دعم الوعي الأمني للجماهير

النسبة	التكرار	دور التي تقوم به مواقع الإعلام الأمني في دعم الوعي الأمني للجماهير
٥٥	١٦	ضرورة الإبلاغ عن أي مشكلات أو مخاوف من الاستقرار في المجتمع
٢٤.٥	٧	عدم التعاون مع الخارجين عن النظام و القانون
٥١.٥	١٥	تقديم كافة المعلومات الخاصة بمعالجة الأزمات الأمنية
١٦.٥	٥	تصدي أهم المخاطر التي تواجه المجتمع المصري
١٠٠	١٠٠	المجموع

ينص من السؤال السابق ، أن أهم الأدوار التي تقوم بها مواقع الإعلام الأمني في دعم الوعي الأمني للجماهير " تقديم كافة المعلومات الخاصة بمعالجة الأزمات الأمنية " بنسبة (٥١%) ، و أيضا في الترتيب الثاني " عدم التعاون مع الخارجين عن النظام و القانون " بنسبة (٢٤%) ، و أيضا في الترتيب الثالث " تحديد أهم المخاطر التي تواجه المجتمع المصري " بنسبة (١٦%) ، ثم جاءت في الترتيب الأخير " ضرورة الإبلاغ عن أي مشكلات أو مخاوف من الاستقرار " بنسبة (٦%)

الإباحات المنطقية من التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي  
جدول ( ٢٥ ) توزيع أفراد العينة على حسب تراتيب الإباحات المنطقية من  
التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي

النسبة	الترتيب	وصف الإباحة المنطقية من التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
٢٢	١	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١١	٢	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
٢١٤	٣	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١١	٤	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١١	٥	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١١	٦	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١٥	٧	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
١١	٨	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي
٢	٩	التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني الرسمي

يوضح من الجدول السابق أن أفراد العينة قد اكتسبوا الكثير من الإباحات المنطقية لهم من التعرض لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و يرجع ذلك إلى الأزمات التي خلفت بين الشرطة المصرية والجمهور بعد ٢٥ يناير ، و من أهم الإباحات المنطقية من التعرض للإعلام الأمني الإلكتروني هي "زيادة مصيبتك المعرفية المتعلقة بالأزمات الأمنية" بنسبة (١٦.٩%) ، و أيضا "المساهمة في معالجة و طرح القضايا الأمنية" بنسبة (١٥.٢%) ، و أيضا في الترتيب الثالث "حذرت من أرائي خلال مناقضتي" بنسبة (١٤.٦%) ، و أيضا "الساحلتي على سبب أوقات الفراغ" بنسبة (١٢.٥%) ، و أيضا "التعرف على المعلومات الأمنية المختلفة" بنسبة (١١.٢%) ، و أيضا "حاجت و فرتني استفتاء بالعالم الافتراضي لم أجده بالعالم الحقيقي" بنسبة (٦.٢%) .

جدول ( ٢٦ )

توزيع أفراد العينة على حسب تقييمهم لدور الإعلام الأمني الإلكتروني في زيادة الوعي الأمني

النسبة	التقييم	تقييم الجمهور لدور الإعلام الأمني الإلكتروني في زيادة الوعي الأمني
٣٥.٣	١٤٦	جيد
٤٤.٥	١٧٨	معتدل
١٥.٥	٦٥	ضعيف
٠	٠	مجهول
١.٠	٤	المجهول

يوضح من الجدول السابق أن نسبة (٤٤.٥%) من أفراد العينة يدون أن تقييمهم لدور الإعلام الأمني الإلكتروني في زيادة الوعي الأمني (جيد) ، بينما نسبة (٣٥.٣%) من

العينة تقيسهم لها على أنها متوسطة ، و نسبة (١.٩%) من أفراد العينة تقيسهم (مبتدئة) شروط الدراسة :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و مدى الإسهامات المنحقة منها في زيادة الوعي بالأزمات الأمنية

جدول (٢٧)

يرشح العلاقة بين استخدامات الشباب لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و مدى الإسهامات المنحقة منها

استخدامات الشباب لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني		امتداد
معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
		التخصصات الإعلامية
		التخصصات المشاركة بالرأي
		التخصصات مراقبة الأخبار
		التخصصات التعليلية
		التخصصات التوعيبية
		التخصصات معرفية
		التخصصات تنمية إحصائية

الطرح الثاني :

٢ - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني على مواقع التواصل الاجتماعي و بين المتغيرات الديموجرافية للجمهور .

جدول رقم (٢٨)

يرشح قيمة ٢١٥ لدلالة الفروق بين الجنسين في استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

مستوى الدلالة	٢١٥	إناث		ذكور		التخصصات
		ك	%	ك	%	
						بالأما
						أحياناً
						لا
						المجموع

جدول رقم (٢٩)

يرشح قيمة ٢١٥ لدلالة الفروق بين الفئات العمرية في استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

مستوى الدلالة	٢١٥	أكثر من ٣٠ سنة		من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة		أقل من ٢٠ عام		الاستخدام
		ك	%	ك	%	ك	%	
								بالأما
								أحياناً
								لا
								المجموع

جدول رقم ( ٣٠ )

جدول يوضح قيمة كاي دلالة الفروق بين المستوي التعليمي في استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

الاستخدام	مؤهل متوسط		مؤهل جامعي		مؤهل فوق الجامعي		تاي	مستوي الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
دائما								
كثيرا								
أبدا								
المجموع								

جدول رقم ( ٣١ )

جدول يوضح قيمة كاي دلالة الفروق بين المهنة في استخدامات الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني

الاستخدام	طالب		موظف		مهنة حرفية		لا يعمل		تاي	مستوي الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
دائما										
كثيرا										
أبدا										
المجموع										

الفرض الثالث :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإتياعات التي يحققها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و بين زيادة معلومات الجمهور الواعي الأمني لديهم

جدول رقم ( ٣٢ )

يوضح العلاقة بين الإتياعات التي يحققها مواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و بين زيادة الوعي الأمني للجمهور

زيادة الوعي الأمني للجمهور		المتغير
مستوي الدلالة	معامل الارتباط	
	8	إتياعات إعلامية
		إتياعات المشاركة بالرأي
		إتياعات مراقبة البيئة
		إتياعات التسلية
		إتياعات اجتماعية
		إتياعات معرفية
		إتياعات شبه اجتماعية

الفرض الرابع :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الأمني الإلكتروني و درجة الثقة في المضامين التي تقدمها هذه الوسيلة .

محتوى الرسالة ( ٣٣ )

موضوع الرسالة بين استخدام التصوير المرئي في نظام الأمان الإلكتروني في مرحلة ما قبل

المستوى		استخدام التصوير المرئي في نظام الأمان الإلكتروني
مستوى الأبحاث	مستوى الأبحاث	مستوى الأبحاث
مستوى الأبحاث		مستوى الأبحاث

مراجع الدراسة :

محمد عبد الحليم محمد حسن ، "الخطوة الأولى في تصديا الشرق الأوسط ليبيا ،  
الأممية ، إنمكتلتها على التصوير المصري "رسالة ماجستير غير منشورة ،  
القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١١م

محمد عبد الحليم محمد حريوت ، "الأمن الحربية للأعلام الأمني في الصحافة المصرية  
مكتلتها على التصوير نحو الفضا القومية "رسالة ماجستير غير منشورة ،  
مصر ، جامعة سيوط ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٢م

مطاه على انصار لرئيسي ، "اعتمد الصورة الحرفية على مراجع التواصل الاجتماعي  
في "الذات الأمنية" ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة ، معهد البحوث  
الاسات العربية ، قسم الدراسات الإعلامية ، ٢٠١٣م

محمد حسن النجاشي ، "نور وسائل الإعلام في نشر الوعي الأمني لدى الجمهور  
المصري" ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٣م

مريم محمد صالح ، "نور الترويج الأمنية في القنوات الفضائية العراقية في ضوء  
الوعي الأمني لدى الجمهور" رسالة تحليلة متانية "رسالة ماجستير غير منشورة  
(جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٥م

محمد عبد الحليم ، "نظريات الإعلام و الجهات التأثير" (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥م)  
عاطف العبدنهي ، "نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية" (القاهرة : دار  
النشر العربي ، ٢٠٠٨م

حسن محمد مكتوب ، "بيلي حسن السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة" (القاهرة  
دار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٩م

محمد يوسف محمد الأنشيمي ، "بناء الاتصال الشخصي و الجماهيري في الإعلام  
الأمني" ، (القاهرة : مطابع الشرطة ، ٢٠١٢م

مراجع باللغة الأجنبية :

- kashim banksies , "celebrity intellectuals the media and collapse of the relation  
center "paper presented at the annual meeting of the Midwest political science  
association ,palmer house hotel, Chicago, 11 april-12 2007 .  
- Judas wood ,imaging Terror:The people ,The Press and political  
(Michigan's , state university ,2008)  
-Bjorn Hietne , "Development Theory and the three  
world"(U.K,Longman,1991)