

Interactivity of Security Topics on Social Media Pages: An Analytical Study

Mahmoud Ali Bawi^{1a}Bairq Hussein Jumaah Al-Rubaye^{1b} ¹Department of Journalism, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

This research aims to examine the interactivity of security topics published on social media pages—specifically focusing on the program "Call Number One"—in enhancing public awareness through its reported content. The study also seeks to identify the persuasion and awareness strategies employed in the program and to answer the primary research question: “What is the relationship between following security programs and audience interactivity on television’s social media pages?”

The researcher adopted a survey method, typical of descriptive research, and utilized content analysis to gauge audience interactivity with the "Call Number One" program via the Facebook page of the Al Rabiaa Satellite Channel. The technical dimensions of interactivity were delineated according to six fundamental criteria: the plurality of options, the effort invested in accessing information, responsiveness to the audience, facilitation of personal communication, ease of adding information, and the implementation of a monitoring system.

The findings revealed that the "Call Number One" program comprehensively employed persuasive techniques in the analysed episodes while consistently adopting an awareness approach across all topics. Moreover, the results indicated a heightened level of audience interactivity on Facebook, reflecting a strong public interest in security issues that impact their social lives, as measured by the interactivity scale used in the study.

Keywords: Interactivity, Security Programs, Security Media, Facebook.

OPEN  ACCESS

^a Corresponding author: E-mail address: mahmoud.ali2101@comc.uobaghdad, +964 771 125 6816

^b Co-author: E-mail address: bairaq@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 780 167 3917

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v17i67.1049>

Received: 16/05/2023, Revised: 21/07/2023, Accepted: 21/07/2023, Published: 28/03/2025

تفاعلية الموضوعات الأمنية في صفحات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية

محمود علي باوي¹ بيرق حسين جمعة الربيعي¹

¹ قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

يهدف البحث إلى دراسة تفاعلية الموضوعات الأمنية المنشورة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما برنامج "نداء رقم واحد"، في تحقيق الوعي المجتمعي من خلال المضامين المنشورة، كما يسعى إلى التعرف على أساليب الإقناع والتوعية المستخدمة في البرنامج، والإجابة عن التساؤل الرئيس: "ما العلاقة بين متابعة البرامج الأمنية وتفاعلية الجمهور عبر صفحات التواصل الاجتماعي للتلفزيون؟"

اعتمد الباحث منهج المسح لكونه أحد البحوث الوصفية، مستخدماً طريقة تحليل المضمون لقياس تفاعلية الجمهور مع برنامج "نداء رقم واحد" عبر صفحة الفيسبوك لقناة الرابعة الفضائية، وحددت أعداد التفاعلية التقنية على وفق ستة معايير أساسية: تعدد الخيارات، والجهد المبذول للوصول إلى المعلومات، والاستجابة للمتلقي، وتسهيل الاتصال الشخصي، وسهولة إضافة المعلومات، واستخدام نظام المراقبة. توصل الباحث إلى النتائج الآتية، أهمها: إن برنامج "نداء رقم واحد" استخدم أساليب الإقناع بشكل شامل في الحلقات التي تم تحليلها، واعتمد على أسلوب التوعية في كل موضوعاته، وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى تفاعلية الجمهور مع البرنامج عبر صفحة الفيسبوك، مما يعكس اهتمام الجمهور بالموضوعات الأمنية التي تؤثر في حياتهم الاجتماعية، بناءً على مقياس التفاعلية المستخدم في الدراسة.

الكلمات المفتاحية: التفاعلية، البرامج الأمنية، الإعلام الأمني، الفيسبوك.

مقدمة

تُعَدّ التفاعلية أحد العناصر المهمة للاتصال، إذ تحاول القنوات الفضائية التواصل الدائم مع الجماهير من خلال التفاعلية لتحقيق مشاركتهم الفعلية، إذ لا يمكن تصور حدوث أي تطور على القنوات الفضائية مالم تتاح للجمهور الأدوات التفاعلية التي تمكنه من التعبير عن رأيه والمشاركة في القضايا المطروحة.

وفي إطار استمرار القنوات الفضائية في التفاعل مع الجمهور، والنقلة غير السابقة في مجال المعلومات والاتصالات بعد ثورة تكنولوجيا المعلومات المتمثلة في ظهور الإنترنت الذي يوفر أدوات اتصال وأساليب تفاعلية متطورة عبر الفضاء الإعلامي الجديد تقوم استراتيجية القنوات الفضائية على التكامل مع المنصات الإعلامية الجديدة. لأنه ينشئ مساحات تفاعلية متعددة على الإنترنت، بما في ذلك الشبكات الاجتماعية (Facebook و Twitter و YouTube و Instagram و Telegram و Tik Tok).

ولذلك أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً على مستوى العالم في مجال الإعلام الأمني، وينبع تأثير تلك الشبكات من شعبيتها الواسعة، على غرار ذلك سعت وزارة الداخلية العراقية على مواكبة التطورات التكنولوجية الأخيرة للاتصال والإعلام في عرض نشاطات الأجهزة الأمنية في مختلف الصنوف من مديريات النجدة والمرور، والدفاع المدني ومراكز الشرطة ومديرية مكافحة والشرطة المجتمعية ومديرية مكافحة المخدرات وكالة الوزارة لشؤون الشرطة وكالة الاستخبارات ومديرية الشؤون والأمن ومكتب الوزير.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

وظفت المؤسسات الأمنية في العراق وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها من خلال نشر أخبار وأحداث وأهم نشاطات المؤسسات الأمنية، ومعالجة المشكلات الاجتماعية، وتقديم الخدمات للمواطنين، مما لاقى تفاعل واسع من الجمهور مع هذا النوع من البرامج، ومن هذه البرامج الأمنية برنامج "نداء رقم واحد" ومن هذا المنطلق يضع الباحث تساؤلات لمشكلة البحث تتمثل بالآتي:

1. ما الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها البرامج الأمنية برنامج "نداء رقم واحد" على الفيسبوك لتحقيق أبعاد التفاعلية؟
2. ما أساليب الإقناع المعتمدة في البرامج الأمنية "برنامج نداء رقم واحد" على الفيسبوك؟

ثانياً: أهمية البحث

يمكن تلخيص أهمية البحث فيما تقدمه هذه الدراسة من إضافة علمية نظرية للباحثين في مجال التفاعلية مع البرامج الأمنية في مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى تقديم هذا البحث فوائد متعددة للقائمين على صفحات التواصل الاجتماعي للفضائيات للوقوف على مدى الفوائد المتحصل عليها جراء إنشاء وإدارة صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير في المجتمع.

ثالثًا: أهداف البحث

1. الكشف عن الإمكانيات التفاعلية التي وفرها برنامج "نداء رقم واحد" على الفيسبوك لتحقيق إبعاد التفاعلية.
2. معرفة أساليب الإقناع التي وظفها برنامج "نداء رقم واحد" على صفحة الفيسبوك للتأثير في الجمهور.

رابعًا: نوع البحث ومنهجه

يُعدُّ البحث من البحوث الوصفية، واعتمد الباحث منهج المسح الذي يُعدُّ المنهج الأنسب للبحث، وفي ضوء الأهداف التي يسعى البحث لتحقيقها استخدم فرع من فروع منهج المسح، واعتمد طريقة تحليل المضمون للتعرف على الأدوات التفاعلية التي تتيحها البرامج الأمنية والأساليب الإقناعية، في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للتلفزيون في برنامج "نداء رقم واحد".

خامسًا: حدود البحث

1. **الحدود الموضوعية:** تتمثل الحدود الموضوعية للبحث بجميع المنشورات على صفحة قناة الرابعة الفضائية لبرنامج "نداء رقم واحد" على الفيسبوك خلال مدة الدراسة.
2. **الحدود الزمانية:** تتمثل المدة الزمنية لقياس مدى تفاعلية الجمهور مع برنامج "نداء رقم واحد" في المدة الممتدة من (2022/11/1 إلى 2023/3/15)، وهي المدة التي اشتملت على إجراءات تحليل المضمون.

سادسًا: إجراءات البحث

1. مجتمع البحث

المقصود بمجتمع البحث كل المفردات التي تتمثل في الظاهرة قيد الدراسة (الكعبي، 2015، صفحة 29)، ويتمثل مجتمع البحث الحالي بجميع حلقات برنامج "نداء رقم واحد"، التي تنشر على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لقناة الرابعة الفضائية، واستعمل أسلوب الحصر الشامل الذي يعتمد جمع البيانات والمعلومات من جميع مفردات البحث، وذلك عن طريق حصر جميع المنشورات الخاصة بالبرنامج على الصفحة التي صدرت خلال المدة (من 2022/11/1 لغاية 2023/3/15)، والتي شملت معالجة قضايا اجتماعية وأمنية وكذلك إنسانية.

2. أدوات البحث

- **الملاحظة:** تعرف بأنها "فحص قاصد لشيء ما عبر الحواس لمراقبة ومشاهدة سلوك معين وظاهرة معينة" (الكعبي، 2015، الصفحات 109-115).
- **استمارة تحليل المضمون (المحتوى):** يعرف تحليل المضمون "بأنه وسيلة لجمع البيانات،

وهو أسلوب للملاحظة، وتتبع الظاهرة بغرض تحليلها والخروج بتعميمات، أو الإجابة عن تساؤلات، أو جمع معلومات لرصد ظاهرة" (الوفائي، 1989، صفحة 149).

سابقاً: إجراءات الصدق والثبات

1. **الصدق الظاهري:** للتأكد من كفاية أداة التحليل قام الباحث بعرضها على مجموعة من الخبراء المختصين في مجال الإعلام وبعد الأخذ بملاحظات الخبراء قام الباحث بالتعديل لبعض الفئات التي أشار إليها الخبراء، وبذلك أصبحت الأداة تتمتع بدرجة مصداقية عالية (الصدق الظاهري) ونسبة (88.09%).
2. **الثبات:** اعتمد الباحث في تقدير مستوى ثبات نتائج تحليل المضمون على طريقة الاختبار وإعادة، أي طريقة ثبات الباحث مع نفسه، ثم يحسب معامل الثبات اعتماداً على النتائج التحليلية (زغيب، 2009، صفحة 163)، علماً أن درجة الثبات للاختبار بلغت نسبتها (73.77%).

ثامناً: تحديد المفاهيم إجرائياً

1. **التفاعلية:** ويقصد بها مجموعة الأدوات التي تتيحها صفحة قناة الرابعة الفضائية على الفيسبوك لبرنامج "نداء رقم واحد"، لتحقيق الاستجابة من المستخدمين لتبادل الآراء ووجهات النظر، وذلك عبر مجموعة من الأبعاد وهي: (تعدد الخيارات، وسهولة إضافة المعلومات، وتسهيل الاتصال الشخصي، ومشاركة المحتوى، والتقييم، ونظام المراقبة)، والتي تمكّن المستخدمين من التفاعل مع محتوى البرنامج.
2. **البرامج الأمنية:** هي الرسالة الأمنية والاجتماعية التي تبثها (مديرية أو دائرة العلاقات والإعلام) في الأجهزة الأمنية بالتعاون مع وسائل الإعلام بهدف عرض نشاطات المؤسسات الأمنية، وذلك بغية تطبيق أهداف استراتيجية الأمن الوطني لتوعية المواطنين.

تاسعاً: دراسات سابقة

1. **دراسة (عبد الستار، 2020):** "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للإذاعات الدولية إزاء موضوعات العراق دراسة مقارنة"، هدفت الدراسة إلى تحديد أسلوب وشكل التفاعل في الشأن العراقي بين راديو مونت كارلو وموقع سوا في الشأن العراقي على موقعي راديو مونت كارلو وسوا (تفاعلات كعملية مراسلات)، ولجأت الباحثة إلى منهج المسح؛ لكون البحث من البحوث الوصفية، واعتمدت طريقة تحليل المضمون للتعرف على الأدوات التفاعلية التي تتيحها مواقع الإذاعات الدولية وصفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي، بغرض التعرف على خصائصها وسماتها ومعرفة إلى أي مدى تفيد مواقع الإذاعات الدولية من العناصر التفاعلية من خلال تطبيق مقياس للتفاعلية قائم على احتساب الأدوات التفاعلية لكل بعد من الأبعاد رقمياً. واستخدمت الباحثة المقارنة المنهجية بين النتائج.

2. دراسة (وذاح، 2018): "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للوزارات الخدمية العراقية"، تمثلت أهداف البحث بمعرفة الأدوات التفاعلية التي تتيحها الوزارات الخدمية العراقية على مواقعها الإخبارية الإلكترونية لتحقيق أبعاد التفاعلية الستة، وقسمت الدراسة على قسمين هما: دراسة تحليلية ودراسة ميدانية للفائمين بالاتصال في مواقع الوزارات الخدمية في العراق.
3. دراسة (حبيب، 2014): "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية"، تناولت الدراسة مدى استفادة المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي اتاحتها شبكة الإنترنت من أجل زيادة تفاعلية تلك المواقع، وتمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيس عن مدى استخدام المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية للأدوات التفاعلية، وسعى الباحث إلى تحديد تجربة المواقع الفلسطينية اليومية للاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية المتوافرة على الإنترنت، وفهم الأدوات التفاعلية التي تقدمها هذه المواقع من خلال الإجراءات المنهجية المتبعة، وهدفت الدراسة إلى رصد الاختلافات في استخدام الأدوات التفاعلية بين مواقع عينة دراسة، وتعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اتبع فيها الباحث منهج المسح، واستخدم أسلوب تحليل المضمون، لتحليل المواقع الأربعة التي أجريت عليها الدراسة: (القدس، والأيام، والحياة الجديدة، وفلسطين)، بالاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة.

عاشراً: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

1. عنوان البحث: أفادت الدراسات السابقة في تحديد عنوان البحث ومتغيراته بما يجعله مغايراً لما تمت دراسته في الدراسات السابقة، ليكون البحث إضافة جديدة لمسيرة البحث العلمي.
2. الإطار المنهجي: أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في بلورة صورة ابتدائية عن الإجراءات المنهجية للبحث، مما ساعد الباحث على صياغة "إطار منهجي" قائم على أساس علمي دقيق.
3. الإطار النظري: شكّل الاطلاع على الدراسات السابقة خلفية معرفية لدى الباحث عن مفاهيم البحث، وهو ما ساعد الباحث في تسمية فصول البحث ومباحثه، إضافة إلى تثبيت المحاور التي تفرعت عنها.
4. الجانب التحليلي: استفاد الباحث من الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد الأدوات التي يمكن أن تستخدمها للوصول إلى نتائج دقيقة، لاسيما في إعداد استمارة تحليل المضمون.
5. نوع الدراسة: تشابهت الدراسات السابقة جميعها مع البحث بعدّها من الدراسات الوصفية.
6. المجتمع والعينة: اختلف البحث مع الدراسات السابقة كافة، إذ اعتمدت الدراسات السابقة على العينة العشوائية، التي قسمت على قسمين: التطبيقية، والعمدية، أما بحثنا الحالي فلا يتضمن عينة بحث، وإنما مجتمع بحث، قام الباحث بحصر شامل له.

الإطار النظري

التفاعلية والبرامج الأمنية

وفرت التقنية الرقمية إمكانية التفاعل مع المحتوى الإعلامي، وبذلك تمكنت المؤسسات الإعلامية المختلفة الوصول إلى جمهورها، وأجيال جديدة من الجمهور، وهذا يشير إلى أن هناك متطلبات على المؤسسات الإعلامية توفيرها لجمهورها، ويجب أن يتضمنها المحتوى الإعلامي الذي تقدمه أي يتضمن المزيج من الوسائط المتعددة.

فالبينة الاتصالية الجديدة التي نشأت مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتطوراتها المستمرة ارتكزت على مبدئين هما: التفاعل والتبادل اللذان يحصلان بين أهم عنصرين في العملية الاتصالية المرسل والمستقبل (هرمز، 2022، صفحة 59)، وقد استخدمت التفاعلية في الأخبار من قبل مستخدمي الإنترنت عام 1994 عندما ضرب زلزال مدينة لوس أنجلوس الأمريكية، وانقطعت معظم خطوط الاتصال، مما دفع الأفراد الذين يقطنون في مكان الزلزال، وأقاربهم الذين يسكنون في مناطق أخرى إلى الاتصال عبر شبكة الإنترنت، ونقل تفاصيل الأحداث التي جرت أثناء الزلزال، إذ وصلت في تلك الواقعة خلال يوم واحد أكثر من (12) ألف رسالة تمت أرشفتها من قبل نشرة بروجي (ملح، 2022، صفحة 33)، وتعدّ التفاعلية من أهم مميزات الإعلام الجديد الذي يتيح لزائر الموقع إمكانية إجراء حوار مباشر مع المرسل أو مصمم الموقع، والتعبير عن الآراء بشكل مباشر، وكذلك إمكانية المشاركة في المنتديات التي تختلف في الموضوعات وعلامات التبويب (حسنين، 2011، الصفحات 20-21)

وعرفت الدكتور كاري هيتز بأنها ليست شيئاً وأحدًا يفعلها الناس، بل هي مجموعة أشياء يعملونها في آن واحد، فالناس يستخدمون الإنترنت لمشاهدة التلفزيون، والقيام بعمليات التسوق والتعلم وإرسال الرسائل، فهذه الوسائل جميعها تتطلب معلومات ومستويات مختلفة من النشاط والتفاعل الذي يكون بين الإنسان والآلة (Heeter, 2000, p. 4)، وللتفاعلية أبعاد عدّة اعتماداً على نوع التفاعل الذي يحدث أثناء الاتصال بين المرسل والمستقبل، وهذه الأبعاد هي: (زعموم و بومعيزة، 2007، الصفحات 30-41؛ تومي، 2011، صفحة 502)

1. البعد الاجتماعي للتفاعلية.
2. البعد التكنولوجي للتفاعلية.
3. البعد النفسي الاجتماعي.
4. البعد الإدراكي للتفاعلية.

وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت وفي أي مكان من العالم، فظهورها يختلف في مفهوم التواصل والتقارب بين الأفراد في المجتمع الواحد وبين المجتمعات المتعددة والمتنوعة؛ كونها تعزز العلاقات فيما بينهم، وتعددت وظائفها في

الأونة الأخيرة من مجرد كونها وظيفة اجتماعية إلى وسيلة لنقل الأخبار والتعبير والتعدد والتنوع في الآراء والمواقف، ومن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي: (الفييس بوك، وتويتير، ويوتيوب، وجوجل بلص، ولينكد إن... الخ)، ومن أهمها موقع الفييس بوك الذي هو محور بحثنا نظراً لاتساع استخدامه من قبل الأفراد في المجتمع، مما دفع بوسائل الإعلام المختلفة توظيفه في تقديم موادها، والتواصل مع جمهورها. (الربيعي و نوشي، 2017، صفحة 41)

يبدو أن ما تحمله المواقع والشبكات الاجتماعية من أهمية، والظروف التي يستفيدون منها في العمل الإعلامي، أدركت القوات الأمنية مدى أهمية هذا الموقع (الفييسبوك) وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي، وإن الاستفادة من تلك الشبكات أصبحت مبنية على تخطيط ورؤى استراتيجية وقرارات مركزية في مديرية العلاقات والاعلام في المؤسسات الأمنية العراقية (البريكان، 2013، الصفحات 73-76).

والإعلام الأمني كإعلام متخصص يشمل المعلومات الكاملة والجديدة والمهمة التي تغطي الأحداث والحقائق والأوضاع والأنظمة كافة، فضلاً عن القوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره، والتي يُعدُّ إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم الإعلامي، وإن المبالغة في أدائها أو إعطائها أهمية أكبر هو الأثر المنشود المصمم لخدمة غايات معينة، وقد يكون نبيلاً في بعض الحالات وقائماً على المصلحة الوطنية، ولكنه في النهاية ليس وسيلة إعلامية مبنية على مفاهيم علمية لوسائل الإعلام، وإنما نوع من الدعاية البيضاء (عجوة، 2005، صفحة 155).

ويُعدُّ الإعلام الأمني أحد "النشاطات الاتصالية والإعلامية المتخصصة التي توجهها الأجهزة الأمنية لتوعية المواطنين والمقيمين والزوار عبر وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى إرشادهم بكيفية المشاركة الفعالة في هذه الجهود الأمنية لضمان بيئة أكثر أمنًا واستقرارًا" (عسيري، 2000، صفحة 25)، فالإعلام الأمني بهذا المعنى "يشير إلى الرسائل الإعلامية المختلفة والتي تصدرها الجهات الأمنية في الوزارات المعنية بهدف توجيه الرأي العام نحو تحقيق جوانب الخطة الأمنية الشاملة باستخدام وسائل الإعلام الممكنة والمتاحة لإحداث التغيير والتأثير المنشود في الجماهير بكل شرائحها وفئاتها" (المسفرى، 2013، صفحة 103).

الدراسة التحليلية

عرض وتحليل بيانات برنامج "نداء رقم واحد" على صفحة الفييسبوك لقناة الرابعة الفضائية خلال المدة (من 2022/11/1 إلى 2023/3/15).

أولاً: أسلوب الإقناع: حلل الباحث فئة أسلوب الإقناع المستخدم في برنامج "نداء رقم واحد" خلال مدة تحليل المضمون على (أساليب عقلانية، وأساليب وجدانية، وأساليب تخويف)، وجاءت النتائج كما مبين في الجدول (1).

جدول (1) يبين أسلوب الإقناع المستخدم في برنامج "نداء رقم واحد"

ت	أساليب الإقناع	مستخدم	غير مستخدم
1	أساليب عقلانية	✓	
2	أساليب وجدانية	✓	
3	أساليب تخويف	✓	

يتضح من بيانات الجدول (1) إن منشورات برنامج "نداء رقم واحد" على الفيسبوك وظف أساليب الإقناع بشكل واضح من خلال الآتي:

- 1. أساليب عقلانية:** حديث مقدم البرنامج (عزيز ناصر) مع المتهم، أو الضحية، أو الحدث، أو المجني عليه سواء أكان ذكراً أم أنثى عن الجريمة أو المخالفة القانونية التي ارتكبتها، إذ يستخدم (مقدم البرنامج) مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والميول والنوازع النفسية، ويقدمها للمتهم أو الضحية، ليؤكد أنه على خطأ، مثال على ذلك (حديث مقدم البرنامج مع متعاطي المخدرات الذي أقدم على حرق منزل والدته).
- 2. أساليب وجدانية:** تضمن البرنامج أدوات تؤثر في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه من خلال (الصور، والفيديوهات، واستخدام الموسيقى، وكذلك لقطات الكاميرا على المتهم أو الضحية)، مثال على ذلك في أحد موضوعات (العنف الأسري)، قدمت الزوجة المعتقة من قبل زوجها، وأثار تعذيب على يدها، ولفاف الشاشة على رأسها، واستخدام الموسيقى الحزينة وحديثه (مقدم البرنامج) معها.
- 3. أساليب التخويف:** استخدم مقدم البرنامج (عزيز ناصر) أسلوب التخويف من خلال الحديث مع المتهم عن المادة القانونية للجريمة المرتكبة، وكذلك إظهار قوة الأجهزة الأمنية من خلال إلقاء القبض على المجرمين أو مرتكبي المخالفات القانونية في وقت قياسي، وكذلك إظهار المتهمين مقيدين، وحديث مقدم البرنامج مع السادة ضباط التحقيق، وتفسير المادة القانونية للجريمة المرتكبة، مثال على ذلك موضوعات (ظاهرة التحرش)، وحديث مقدم البرنامج مع المتحرش عن حكم المخالفة المرتكبة للمتحرش التي قد تصل إلى الحبس لمدة (6) أشهر.

جدول (2) يبين أسلوب التوعية المستخدم في برنامج "نداء رقم واحد"

ت	أسلوب التوعية	متوفر	غير متوفر
1	التوعية من عمليات نصب والاحتيال	✓	
2	التوعية من ظاهرة العنف الأسري	✓	
3	التوعية من جرائم (غير ذلك)	✓	
4	التوعية مخاطر المخدرات	✓	
5	التوعية من جريمة الابتزاز الإلكتروني	✓	
6	التوعية من ظاهرة التحرش	✓	

يوضح الجدول (2) أسلوب التوعية المستخدم في منشورات برنامج "نداء رقم واحد" في الفيسبوك، إذ تضمنت التوعية موضوعات برنامج "نداء رقم واحد" خلال مدة تحليل المضمون على (الصور، والفيديوهات، والمعلومات، والبيانات، والإحصاءات، والموسيقى المستخدمة)، وحديث كل من مقدم البرنامج (عزيز ناصر)، والسادة ضباط التحقيق ومنتسبي الشرطة، وحديث المتهم أو مرتكبي المخالفات القانونية أو الضحية وكذلك ذويهم، بهدف توعية الجمهور من المشاهدين أو المستخدمين المتفاعلين مع برنامج "نداء رقم واحد" عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي من مخاطر الجرائم المرتكبة، أو المخالفات القانونية المرتكبة، مثال على ذلك تضمنت موضوعات (تعاطي المخدرات) حديث مقدم البرنامج مع المتهم عن المشاكل التي حدثت له، وسؤاله له ما الرسالة التي تقدمها للمشاهدين؟ إذ تحدث المتهم عن مخاطر المخدرات، وتقديم النصائح بالابتعاد عن هذه الظاهرة الخطيرة، ووجه مقدم البرنامج في أحد موضوعات (الابتزاز الإلكتروني) بعض النصائح للعوائل العراقية عن متابعة الأطفال من استخدام الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الحديث مع إحدى ضحايا الأحداث المتعرض للابتزاز الإلكتروني، واستعمل مقدم البرنامج التوعية من خطورة حمل السلاح غير المرخص، والعبث به أو المزاح مع الأصدقاء بسلاح في أحد موضوعات (غير ذلك)، إذ كان حديث المتهم القاتل صديقه من غير عمد؛ بسبب المزاح بالمسدس، والتوعية من عمليات النصب والاحتيال، إذ تضمنت موضوعات (النصب والاحتيال) أسلوب التوعية من خلال حديث مقدم البرنامج مع الضحية التي تم الاحتيال عليها بمبلغ قدره (585) مليوناً، وتقديم صك مزور للضحية.

وبالنظر إلى النتائج التي ظهرت في الجدولين (1) و(2) في أساليب الإقناع والتوعية في برنامج "نداء رقم واحد"، يرى الباحث أن من أهداف البرامج الأمنية هو توعية المواطنين من الجرائم التي تحدث في المجتمع والوقاية منها، من خلال تقديم أساليب الإقناع والتوعية، وهذا متوفر في حلقات برنامج "نداء رقم واحد" خلال فترة تحليل المضمون، وكذلك أسلوب عرض البرنامج من قبل مقدم البرنامج، وهذا ما لمسناه عبر تفاعلية صفحة الفيسبوك الشخصية لمقدم البرنامج (عزيز ناصر) التي تصل إلى أكثر من (3) مليون متابع، مما يدفعنا إلى فهم أسلوب تفاعل المستخدمين مع هذا النوع من البرامج الأمنية المجتمعية التي من الممكن تصنيفها ب (برامج أمنية مجتمعية) لما لها علاقة بالحياة الاجتماعية للأفراد داخل المجتمع وتأثيراتها العامة، ولما تحمله التفاعلية من علاقة وثيقة بطبيعة المجتمعات.

ثانياً: التفاعلية التقنية للوسيلة لصفحة الفيسبوك لقناة الرابعة الفضائية (برنامج نداء رقم واحد)
أجرى الباحث تطبيق المقياس الخاص بمدى توافر الأدوات التفاعلية على صفحة الفيسبوك لقناة الرابعة الفضائية فيما يخص برنامج (نداء رقم واحد)، والذي يتكون من ستة أبعاد مثلت الأدوات

التفاعلية، وقد تم اعطاء كل بُعد درجة بحسب عدد الأدوات التي تحققه، وقام الباحث باحتساب درجة كل بُعد من خلال اعطاء كلمة (متوافر) التي تساوي رقم (1) لتوافر كل أداة من أدوات تحقيق البُعد، وكلمة (لا يتوافر) التي تساوي رقم (0) في حال عدم توافرها، للخروج بدرجة البُعد الاجمالية المتوافرة، وقد بينت النتائج الآتي:

1. الأدوات التفاعلية الخاصة ببُعد تعدد الخيارات: أظهرت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البُعد، إنّ قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحتها في الفيسبوك الأدوات: (الوسائط الفائقة، والأرشيف، وتعدد اللغات، والمنبه، وحفظ المنشور، والبت المباشر)، ولم تحرص على إتاحة الأدوات: (محرك البحث، وصفحات ذات الصلة، والفهرسة، والموضوعات الأكثر مشاهدة أو متابعة)، مما يشير إلى تسجيلها للمقياس (6) درجات، ونسبة مئوية بلغت (60%) من نسبة توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البُعد.

2. الأدوات التفاعلية الخاصة ببُعد سهولة إضافة المعلومات: كشفت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البُعد إنّ قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحتها في الفيسبوك الأدوات: (التعليق، وإضافة منشور "بوست"، وإضافة صورة، إضافة مقطع فيديو)، ولم توفر أداة (استطلاعات الرأي)، وبذلك حصلت على (4) درجات للمقياس، ونسبة مئوية بلغت (80%) من نسبة توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البُعد.

3. الأدوات التفاعلية الخاصة ببعد تسهيل الاتصال الشخصي: أوضحت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البُعد إنّ قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحتها في الفيسبوك الأدوات: (المحادثة، والبريد الإلكتروني، ورقم الهاتف)، وبذلك حصلت على درجات المقياس جميعها بعد (تسهيل الاتصال الشخصي) البالغة (3) درجات، ونسبة مئوية بلغت (100%) من توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البُعد.

4. الأدوات التفاعلية الخاصة ببُعد مشاركة المحتوى: جاءت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البُعد إنّ قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحتها في الفيسبوك الأدوات: (مشاركة المنشور مع آخرين، ومشاركة المنشور في صفحات أخرى، والإشارة إلى الأصدقاء في المنشور لمشاركته، وبذلك حصلت على درجات المقياس جميعها بعد (مشاركة المحتوى) البالغة (3) درجات، ونسبة مئوية بلغت (100%) من توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البُعد.

5. الأدوات التفاعلية الخاصة ببُعد التقييم: أوضحت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البُعد إنّ قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحتها في الفيسبوك الأدوات: (تقييم الموضوعات المنشورة، وتقديم مقترحات)، ولم تحرص على توافر (تقييم أداة الصفحة)، وبذلك حصلت على (2) فقط من درجات المقياس بعد التقييم، ونسبة مئوية بلغت (6.66%) من توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البُعد.

6. الأدوات التفاعلية الخاصة ببعدها نظام المراقبة: كشفت نتائج تطبيق المقياس الخاص بهذا البعد إن قناة الرابعة الفضائية أتاحت على صفحاتها في الفيسبوك الأدوات: (أعداد المشتركين في الصفحة، وعدد المشاهدات)، وبذلك حصلت على (2) فقط من درجات المقياس بعد (نظام المراقبة)، ونسبة مئوية بلغت (100%) من توافر الأدوات التفاعلية التي تحقق هذا البعد. إن الدرجة الإجمالية لتفاعلية الجمهور مع برنامج (نداء رقم واحد) على صفحة الفيسبوك، وبعد أن استخرج الباحث الدرجات التي حصلت عليها صفحة الفيسبوك في قناة الرابعة الفضائية لموضوعات برنامج (نداء رقم واحد) من درجات مقياس التفاعلية بأبعاده الستة بحسب ما توافر عبر صفحة الفيسبوك من أدوات تفاعلية، رصد الباحث الدرجة الإجمالية التي حققتها الصفحة البالغة (20) درجةً من أصل (26) درجةً، والتي تمثل الفئات الفرعية للتفاعلية التقنية (التفاعلية كخاصية للوسيلة).

النتائج

1. توافرت أساليب الإقناع المستخدم في برنامج "نداء رقم واحد" في جميع حلقات البرنامج، التي تم بثها خلال مدة تحليل المضمون للبرنامج.
2. استخدم أسلوب التوعية في جميع موضوعات برنامج "نداء رقم واحد" خلال مدة تحليل المضمون للبرنامج.
3. تضمنت الأدوات التفاعلية التي تحقق الأبعاد التفاعلية الستة التي اعتمدها الباحث في المقياس الخاص بالبحث، إذ توافرت (20) أداةً من أصل (26) من الأدوات الخاصة التي تحقق الأبعاد التفاعلية الستة.
4. تؤثر نتائج البحث إن تفاعلية الجمهور مع برنامج (نداء رقم واحد) عبر صفحة الفيسبوك كانت مرتفعة بشكل واضح، وهذا يدل على اهتمام الجمهور وتفاعله مع الموضوعات الأمنية التي تمس حياته الاجتماعية.

المصادر والمراجع

- البريكان، م. (2013). الإعلام الأمني في العراق. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- الربيعي، ب. ج.، و نوشي، ز. س. (2017). شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي: الفيسبوك انموذجاً. الباحث الإعلامي، 9(38)، 37-66. <https://doi.org/10.33282/abaa.v9i38.87>
- الكعبي، ر. ج. (2015). تقنيات البحث الإعلامي المعاصر. بغداد: دار ميزوبوتاميا للطباعة والنشر والتوزيع.
- المسفرى، ع. خ. (2013). الاتصال الجماهيري و الإعلام الأمني. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الوفائي، م. (1989). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- تومي، ف. (2011). تكنولوجيا الإتصال-التفاعلية-وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 3(6)، 486-521. <https://asjp.cerist.dz/en/article/19268>
- حبيب، م. ف. ص. (2014). التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية [رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة]. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.33195.28960>
- حسنين، ا. ع. (2011). الصحافة الالكترونية: المفهوم والخصائص والانعكاسات. الامارات: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- زعموم، خ.، و بومعيزة، ا. (2007). التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها. تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- زغيب، ش. ذ. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الستار، ح. ع. (2020). التفاعلية في المواقع الإلكترونية للإذاعات الدولية إزاء موضوعات العراق [رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد].
- عجوة، ا. ع. (2005). العمل الإعلامي الأمني المشكلات والحلول. دار جامعة نايف للنشر.
- عسيري، ع. ا. (2000). العمل الإعلامي الأمني العربي: المشكلات والحلول. دار جامعة نايف للنشر. <https://doi.org/10.26735/ffev1057>
- ملح، ح. خ. (2022). التفاعلية في مواقع الصحف اليومية العراقية دراسة تحليلية لموقع صحيفة المدى والزمان والصبح وطريق الشعب. الباحث الإعلامي، 14(58)، 27-50. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i58.939>
- هرمز، م. ع. (2022). الإتصال ما بعد التفاعلية دراسة لبناء إنموذج لسريان الإتصال في مواقع التواصل الاجتماعي. الباحث الإعلامي، 14(55)، 57-76. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i55.864>
- وذاح، ه. ح. (2018). التفاعلية في المواقع الإلكترونية للوزارات الخدمية العراقية [رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد].

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Abdul Sattar, H. A. (2020). *Interactivity in the websites of international radio stations towards Iraqi topics* [Unpublished Master's Thesis, University of Baghdad].

- Ajwa, I. A. (2005). *Security Media Work: Problems and Solutions*. Naif University Publishing House.
- Al-Burikan, M. (2013). *Security Media in Iraq*. Beirut: Arab Scientific Publishers.
- Al-Kaabi, R. J. (2015). *Contemporary Media Research Techniques*. Baghdad: Mesopotamia House for Printing, Publishing and Distribution.
- Al-Misfari, O. K. (2013). *Mass Communication and Security Media*. Amman: Osama Publishing and Distribution House.
- Al-Rubei, B. J., & Nushi, Z. S. (2017). Social Media Networks and Freedom of Expression of Individual Rights and Social Diversity: Facebook is a Sample. *ALBAHITH ALALAMI*, 9(38), 37-66. <https://doi.org/10.33282/abaa.v9i38.87>
- Al-Wafai, M. (1989). *Research Methods in Social and Media Studies*. Cairo: Anglo-Egyptian Library.
- Asiri, A.-R. (2000). *Arab Media Security Work: Problems and Solutions*. Naif University Publishing House. <https://doi.org/10.26735/ffev1057>
- Habeeb, M. F. S. (2014). *Interactivity in Palestinian Daily Newspapers Websites: An Analytical study* [Master Thesis, The Islamic University – Gaza]. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.33195.28960>
- Harmaz, M. A. (2022). Post-interactive communication A study to build a model for the flow of communication in social networking sites. *ALBAHITH ALALAMI*, 14(55), 57-76. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i55.864>
- Hassanein, A. O. (2011). *Electronic Journalism: Concept, Characteristics, and Implications*. UAE: Emirates Center for Strategic Studies and Research.
- Heeter, C. (2000). Interactivity in the Context of Designed Experiences. *Journal of Interactive Advertising*, 1(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/15252019.2000.10722040>
- Malah, H. K. (2022). Interactivity of iraqi daily newspapers sites an analytical study of the websites of al-mada,al-zaman.al-sabahand tareqal-shaab newspapers. *ALBAHITH ALALAMI*, 14(58), 27-50. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i58.939>
- Toumi, F. (2011). Communication Technology, Interactivity, and Their Relationship with Scientific Research in Algerian Universities. *The Researcher Journal in Human and Social Sciences*, 3(6), 486-521. <https://asjp.cerist.dz/en/article/19268>
- Wadhah, H. H. (2018). *Interactivity in the Websites of Iraqi Service Ministries* [Unpublished Master's Thesis, University of Baghdad].
- Zaghib, S. Z. (2009). *Research Methods and Statistical Applications in Media Studies*. Cairo: The Egyptian-Lebanese House.
- Zamoum, K., & Boumaiza, S. (2007). *Interactivity in Broadcasting: its forms and means*. Tunisia: The Arab States Broadcasting Union.