



مجلة

جامعة

# الملك خالد

للعلوم الإنسانية

دورية علمية نصف سنوية ، محكمة



المجلد ٧، العدد ١

ذو القعدة ١٤٤١ هـ يونيو ٢٠٢٠م





# مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

المجلد السابع – العدد الأول ذو القعدة ١٤٤١ يونيو ٢٠٢٠

مجلة علمية، نصف سنوية، مُحكمة

المشرف العام

أ.د. فالح بن رجاء الله السلمي

مدير جامعة الملك خالد

نائب المشرف العام

أ.د. سعد عبد الرحمن العمري

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحوث

رئيس التحرير

أ.د. عبدالعزيز إبراهيم يوسف فقيه

مدير التحرير

د. إسماعيل خليل الرفاعي





## المراسلات:

توجه جميع المراسلات إلى رئيس هيئة التحرير على العنوان التالي:  
مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية  
الرمز البريدي: ٦١٤١٣ صندوق البريد ٩١٠٠، المملكة العربية السعودية  
البريد الإلكتروني: humanities@kku.edu.sa

## إخلاء مسؤولية

المواد العلمية المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها ولا تنسب إلى الرعاة أو الناشر أو المحرر أو هيئة تحرير مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية.

رقم إيداع ١٤٣٥/٣٠٧٦ بتاريخ ١٢/٣/١٤٣٥ هـ  
الرقم الدولي المعياري (ردمد) ١٦٥٨-٦٧٢٧

## أعضاء هيئة التحرير

الصفة	الاسم	م
رئيس التحرير	أ.د. عبد العزيز إبراهيم يوسف فقيه	١
عضو هيئة التحرير	أ.د. يحيى عبد الله الشريف	٢
عضو هيئة التحرير	أ.د. مربع بن سعد آل هباش	٣
عضو هيئة التحرير	أ.د. عوض بن عبد الله القرني	٤
عضو هيئة التحرير	أ.د. أحمد بن يحيى آل فابع	٥
عضو هيئة التحرير	أ.د. عبد اللطيف بن إبراهيم الحديثي	٦
عضو هيئة التحرير	أ.د. حسين بن محمد آل عبيد	٧
عضو هيئة التحرير	د. سلطنة بنت محمد الشهراني	٨
عضو هيئة التحرير ومدير التحرير	د. إسماعيل خليل الرفاعي	٩
سكرتير المجلة	أ. تركي بن علي آل حميد	١٠

## أعضاء الهيئة الاستشارية

الجهة	الاسم	م
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن	أ.د. إبراهيم الجبري	١
جامعة الملك فيصل	أ.د. أحمد عبد العزيز الحليبي	٢
جامعة بكر بلقايد	أ.د. أمين بلمكي	٣
جامعة الملك سعود	أ.د. حسام بن عبد المحسن العنقري	٤
جامعة هارفارد	أ.د. خوزيه راباسا	٥
جامعة إسيكس	أ.د. دوج أنولد	٦
جامعة الملك سعود	أ.د. سعد البازعي	٧
جامعة بني سويف	د. محمد أمين مخيمر	٨
جامعة أم القرى	أ.د. صالح بن سعيد الزهراني	٩
جامعة الملك سعود	أ.د. صالح زياد الغامدي	١٠
جامعة الملك سعود	أ.د. صالح معيض	١١
جامعة اليرموك	أ.د. فواز عبد الحق	١٢
جامعة الملك خالد	أ.د. محمد عباس	١٣
جامعة أم القرى	أ.د. محمد مرسي الحارثي	١٤
جامعة مانشستر	أ.د. مفي بيكر	١٥
جامعة ويسيدا اليابان	أ.د. جلن استكويل	١٦

## مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية دورية علمية متخصصة في العلوم الإنسانية، محكمة في آلية قبول البحوث القابلة للنشر بها، وتهدف إلى نشر الإنتاج العلمي للباحثين في تخصصات العلوم الإنسانية، وتعنى بالبحوث الأصلية التي لم يسبق نشرها باللغتين العربية والإنجليزية والتي تتسم بالمصداقية واتباع المنهجية العلمية السليمة.

## أهداف المجلة

- ١- الإسهام في إبراز دور الحضارة الإسلامية في إثراء العلوم الإنسانية.
- ٢- نشر البحوث العلمية المحكمة في مجال العلوم الإنسانية بفرعها المختلف.
- ٣- الإضافة إلى مركز المعرفة في الدراسات الإنسانية.
- ٤- إبراز جهود الباحثين في الدراسات والبحوث العلمية ذات الصلة بموضوعات الإنسانيات.

## شروط النشر

- ١- يجب أن يتصف البحث بالأصالة والابتكار والجدة واتباع المنهجية العلمية الملائمة وصحة اللغة وسلامة الأسلوب.
- ٢- أن لا يكون قد سبق نشره أو قدم للنشر في مكان آخر، ويتعد الباحث كتاباً أن لا يكون البحث قد سبق نشره أو قد قدم للنشر مزامنة مع تقديمه للنشر في مجلتنا إلى مجلة أخرى حتى يتم اتخاذ القرار المناسب في هذا الشأن.
- ٣- ألا يكون البحث جزءاً من كتاب منشور أو مستلاً من رسالت علمية.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث عن ٤٠ صفحة.
- ٥- تخضع جميع البحوث المقدمة للنشر في المجلة للتحكيم بعد اجتيازها مرحلة الجرد الداخلي.
- ٦- لا يجوز نشر البحث أو أجزاء منه في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- ٧- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- ٨- يمنح المؤلف نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه، وجميع أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا ترد سواء نشرت أم لم تنشر.

## متطلبات النشر وتعليماته

- ١- تصنف المواد التي تقبلها المجلة للنشر وفق ما يأتي:  
البحث أو الدراسة: من عمل المؤلف في مجال تخصصه، ويجب أن يكون أصيلاً، وأن يضيف جديداً للمعرفة.  
المقالة: وتتناول العرض النقدي والتحليلي للبحوث والكتب ونحوها التي سبق نشرها في ميدان معين من ميادين الدراسات الإنسانية.  
منبر الرأي: رسائل القراء إلى المحرر والردود والملاحظات التي ترد إلى المجلة.
- ٢- بالنسبة للبحوث والدراسات، تنشر المجلة البحوث الآتية فقط:  
أولاً: البحوث الميدانية (الامبريقية): يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته، وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.



- ثانياً: البحوث النوعية التحليلية: يورد الباحث مقدمة يمهد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيمه في الإضفاء إلى العلوم والمعارف واغنائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومترابطة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجيهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.
٣. أن يحتوي البحث على: عنوان البحث باللغتين العربية والانجليزية وملخص باللغتين العربية والإنجليزية في صفحة واحدة بحدود (١٥٠) كلمة لكل ملخص، وأن يتضمن البحث كلمات دالة على التخصص الدقيق للبحث باللغتين وسيرة ذاتية مختصرة للباحث أو الباحثين.
٤. تقدم البحوث مطبوعة بخط (Simplified Arabic) حجم (١٤) للنصوص في المتن، ويكتب البحث على وجه واحد، مع ترك مسافة ١.٥ بين السطور.
٥. إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الامبريقية - الميدانية): مقدمة الدراسة، مشكلة الدراسة، وأهدافها وأسئلتها/ أو فرضياتها، أهمية الدراسة، محددات الدراسة، التعريفات بالمصطلحات، إجراءات الدراسة، وتضمن: المجتمع والعينة، أداة الدراسة، صدق وثبات الأداة، المنهج المتبع في الدراسة، ثم عرض النتائج، ومناقشتها، وأخيراً الاستنتاجات والتوصيات.
٦. يراعى في أسلوب توثيق المراجع داخل النص وفق نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA).

## معلومات الاتصال

ينبغي توجيه جميع المراسلات إلى رئيس تحرير مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية على العنوان التالي:

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

الرمز البريدي ٦١٤١٣

صندوق البريد ٩١٠٠

البريد الإلكتروني: humanities@kku.edu.sa

## مقدمة التحرير

يسعدنا تقديم العدد الأول من المجلد التاسع والعشرين لمجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية والذي يشتمل على عدد من البحوث التي تناقش قضايا متعلقة بالعلوم الإنسانية حيث تأخذنا الدكتورة جنان التميمي في دراسة في البنية والدلالة في الخطاب الشبكي وكذلك الدكتور عبدالكريم قندوز يتناول الجدلية التنظيمية والى أي مدى يمكنها تفسير ابتكار المنتجات المالية الإسلامية، ثم ينتقل بنا الدكتور عبدالعزيز الرشود والدكتور محمد عيسى بدراسة حول الحماية الدولية للحقوق والحريات الأساسية للمهاجرين غير النظاميين، والدكتور جمال حمد يناقش موضوع الزيادة في بنية الفعل الثلاثي وأثرها الدلالي في القرآن الكريم، وفي دراسة أخرى تناولت الدكتورة هدى عبدالحليم دراسة النص الأدبي في كتاب الصناعتين (الكتابتة والشعر) للعسكري، وفي مجال الجغرافيا تناولت الدكتورة جميلة الطويهر المعالجة البصرية لخرائط الكثافة النسبية لنسب المساحة المزروعة في منطقة الرياض، والباحث سلامة البلوي طرح في دراسة علمية برنامج مقترح لتعليم اللغة العربية لغبر الناطقين بها لأغراض سياسية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، وفي مجال الأعمال ناقش الدكتور هشام فاضل تأثير مصداقية العلامة التجارية في مواجهة المقاطعة الاقتصادية ودور مكانة العلامة الاجتماعية، والدكتور عبدالله عسيري طرح دراسة تتعلق بدور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وتناول الدكتور محمود دويدار دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة أزمة الأمن الفكري، وكذلك طرح الدكتور حسن آل طالع دراسة في إثر تبني الموازنة الشخصية على العادات الشرائية والإدخار والاستثمار الشخصي، والدكتور إبراهيم الصعدي تناول في دراسة نفسية عدم الاتزان الوجداني والاندفاعية كمنبئين للتفكير الانتحاري، أما الدكتور عبدالوهاب الشيباني فتناول منهج الأصوات المركبة: أدراسة في قراءات يعقوب الحضرمي الشاذة، وأخيرا في مجال اللغة العربية قدم الدكتور سلطان أبودبيل دراسة عن موقف ابن جني من مسائل الانتقاد النحوية والصرفية لشعر المتنبي.

وأخير نتمنى أن يجد الباحث العربي في العدد ما يثري المجال البحثي ويحفزه إلى استكشاف ودراسة الظواهر الإنسانية الجديدة في كافة المجالات التي تختص بها المجلة. ويسرنا أن نحث الباحثين بأن المجلة ترحب باستقبال مقالات المراجعة والتي تكون عن عبارة عروض نقدية لبحوث منشورة في خط فكر معين في أي من مجالات المعرفة الإنسانية أو الاجتماعية، كما نقبل للنشر عرض ونقاش الكتب الجديدة، والبحوث المتخصصة، والمقالات العرضية بين المعرفية بعد اجتياز مراحل التحكيم الداخلي والخارجي.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.

رئيس التحرير

أ.د. عبد العزيز بن إبراهيم فقيه

## المحتويات

- ١٠ ..... مقدمة التحرير
- الإيموجي EMOJIS في الخطاب الشبكي (دراسة في البنية والدلالة)
- ١٣ ..... جنان عبد العزيز التميمي
- الجدلية التنظيمية: إلى أي مدى يمكنها تفسير ابتكار المنتجات المالية الإسلامية؟
- ٤٧ ..... د. عبد الكريم أحمد قندوز
- الحماية الدولية للحقوق والحريات الأساسية للمهاجرين غير النظاميين
- ٧٣ ..... د. عبد العزيز بن عبد الله الرشود - د. محمد أحمد عيسى
- الزيادة في بنية الفعل الثلاثي وأثرها الدلالي في القرآن الكريم
- ١١٣ ..... د. جمال محمد سعيد حمد
- النص الأدبي في كتاب الصناعتين (الكتابة، والشعر) للعسكري ت ٣٩٥ هـ
- ١٥٩ ..... هدى إبراهيم النبوي عبد الحليم
- المعالجة البصرية لخرائط الكثافة النسبية لنسب المساحة المزروعة في منطقة الرياض - دراسة تطبيقية-
- ١٨٩ ..... د. جميلة بنت حماد الطوهر
- برنامج مقترح لتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها لأغراض سياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ (دراسة مقدمة من خلال واقع التدريس في الجامعة الإسلامية وجامعة تبوك)
- ٢٢٣ ..... أ. سلامة صلاح البلوي
- تأثير مصداقية العلامة التجارية في مواجهة المقاطعة الاقتصادية ودور مكانة العلامة التجارية الاجتماعية
- ٢٦٥ ..... د. هشام فاضل

دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

د. عبدالله علي العسيري ..... ٢٨٩

دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة أزمة الأمن الفكري بين طلاب  
الجامعات السعودية - دراسة تطبيقية على طلاب جامعة شقراء

د. محمود محمد عوض دويدار ..... ٣٢٣

أثر تبني الموازنة الشخصية على العادات الشرائية والادخار والاستثمار  
الشخصي

د. حسن أحمد آل طالع ..... ٣٦٧

عدم الاتزان الوجداني والاندفاعية كمنبئين بالتفكير الانتحاري لدى عينة  
من طلاب الجامعة ذوي اضطراب الشخصية الحدية

إبراهيم بن عبده صعدي ..... ٣٩٥

منهج الأصوات المركبة دراسة في قراءات يعقوب الحضرمي (ت ٢٠٥ هـ)  
الشاذة

أ.د/ عبد الوهّاب بن أحمد شيباني ..... ٤٢٣

موقف ابن جني من مسائل الانتقاد النحويّة والصرفيّة لشعر المتنبي في كتابه  
الفسر

د. سلطان سعيد مربع أبو دبيل ..... ٤٧٧

## دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

د. عبدالله علي العسيري (\*)

جامعة الملك خالد

### الملخص

هدف هذا البحث إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وتوفير معلومات جديدة لكل من الدارسين والمعنيين حول الوقاية من الأزمات، وذلك من خلال التعرف على تأثير الإعلام الجديد على الأمن، والتعرف على أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، بالإضافة إلى جمع وتحليل آراء الدارسين للإعلام حول مسألة التوعية والوقاية من الأزمات. وقد تم استخدام المنهج الوصفي المسحي لوصف دور الإعلام الجديد الأمني، وعمل مسح اجتماعي لبيان رأي المجتمع المتعلق بأهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحليل نتائج المسح الاجتماعي. وقد تم استخدام الاستبانة للوقوف على رأي الدارسين والمعنيين حول دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات. ومن أهم نتائج البحث: أن أفراد عينة البحث موافقين بدرجة كبيرة بشكل عام فيما يخص تأثير الإعلام الجديد على الأمن، حيث بلغ متوسط موافقتهم ما بين (٤.١٨ من ٥.٠٠)، وأن أفراد عينة البحث موافقين بدرجة كبيرة بشكل عام بشأن أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث بلغ متوسط موافقتهم ما بين (٣.٩٩ من ٥.٠٠)، كما أوصى الباحث ببعض التوصيات.

*الكلمات المفتاحية:* - الإعلام الجديد ، الوقاية من الأزمات، التوعية، الأزمات.

(\*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام والاتصال - كلية العلوم الإنسانية بجامعة الملك خالد - أبها - المملكة العربية السعودية



## The Role of the new Media in raising Awareness and Crisis Prevention

Dr. Abdullah Ali Alassiri<sup>(\*)</sup>

*King Khalid University*

---

### Abstract

The aim of the current research is to identify the role of new media in crisis prevention, and to provide new information to both scholars and stakeholders on crisis prevention, by identifying the impact of new media on security, and the importance of new media in awareness and prevention of crises, in addition to collecting and analyzing the media's views on crisis prevention, A descriptive survey method was used to describe the role of the new media security, and a social survey to show the opinion of the community on the importance of new media in awareness and prevention of crises, and the analytical descriptive approach was used to analyze the results of the social survey, and the questionnaire was used to identify the opinion of scholars and concerned about the role of media In the new awareness and prevention of crises, the most important results of the research are the following: Respondents generally agreed with the new media on the security impact, with an average of (4.18 out of 5.00). The respondents generally agreed with the role of the new media in raising awareness and preventing crisis. Their approval is between (3.99 out of 5.00), and the researcher presented some recommendations.

**Keywords:** new media, crisis prevention, media awareness.

---

---

(\*) Abdullah Ali Alassiri, Assistant Professor, Media and communications Department, King Khalid University, Abha, Saudi Arabia.

## المقدمة:

إن تطور الإعلام خلق ما يُسمى بالإعلام الأمني، والذي يساهم في نشر الأمن والحفاظ عليه في المجتمع من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وفي ظل هذا التطور أصبح هناك تأثير للإعلام على الجمهور والرأي العام، والذي يمكن من خلاله استخدام الإعلام الجديد في التوعية بالأزمات المختلفة سواء أكانت أزمات أمنية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو اجتماعية.

وقد احتل الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في حياة الفرد والمجتمع؛ لذلك كانت الدراسات الإعلامية الخاصة بالتوعية الاجتماعية بالأزمات والوقاية منها بحاجة إلى الإثراء بالمعلومات.

لقد عانى العالم من التبدلات السياسية، والصراعات، والمنازعات العسكرية، وأيضًا تحولات الديمقراطية، وعلى أثر ذلك يعيش المجتمع بتطور سريع، حيث الحوار والفكر السياسي يتأثران بالعديد من المتغيرات، والعولمة تأتي على رأس تلك المتغيرات، والإرهاب المنتشر دوليًا، النفط، وآثار الاحتباس الحراري، والتزاعات المنتشرة بعدة مناطق حول العالم، إن ذلك السيناريو المعقد قد بدأ منذ نشأة النظام العالمي متعدد الأطراف، وحتى نهضة الدول الآسيوية بمواجهة الغرب (أبو عامود، ٢٠١٣).

إن وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية تمارس دورها بالمجتمع، ولذلك يتعدّد علينا معرفة تاريخه وإصلاح الوضع الراهن والتنبؤ بخطط تطوره نظرًا لبعده عن النطاق الاجتماعي، والاقتصادي، والتقني، والثقافي الروحي والفكري بالمجتمع والذي يعمل به الإعلام، ولذلك فقد جاءت تلك التغيرات مجتمعة سويًا (خضور، ٢٠٠٨).

ولقد ظهر نوع جديد من الإعلام وفقًا لما حدث في العالم من تغيرات ووفقًا لمتغيرات عدة منها: تغيرات اقتصادية، وإعلامية، وثقافية، وسياسية، ولقد سُمّي هذا النوع بالإعلام الجديد، ونظرًا لاستحدثاته من وسائل الإعلام القديمة التقليدية، والتي لا غنى عنها حتى عصرنا هذا، ولا فائدة من إلغائها من مجتمعاتنا (صديق، ٢٠١٠، ٩: ١٢).

ويعرف الشمري (٢٠١٨) الإعلام الجديد بأنه: المواقع الإلكترونية التي أسست لتمكين الأشخاص من التعبير عن أنفسهم، ومشاركة أفكارهم وتجاربهم وثقافتهم مع من حولهم، فهي تربط بين الأشخاص أصحاب الاهتمامات المشتركة، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات وعمل علاقات جديدة.

كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي، على تطوير منظومة العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص، والجماعات، والشعوب، دون التقيّد بالحواجز المكانية والزمانية، وأتاحت كذلك التواصل الفوري المباشر، وتداول المعلومات بأقل



Dr. Abdullah Ali Alassiri - The Role of the new Media in raising  
Awareness and Crisis Prevention

جهد وبأقل تكاليف ممكنة؛ مما جعلها أدوات أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها، وقد وجدت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالاً كبيراً من جميع فئات المجتمع، خاصة الشباب، فهي خدمات تسمح لهم بتبادل الآراء والأفكار مع الآخرين، وأيضاً لمناقشة القضايا الاجتماعية، وتسمح للأشخاص بالتعامل مع الآخرين، وهذه المزايا لا يمكن توفيرها من خلال وسائط الاتصال التقليدية (Jain , Gupta& Anand , 2012)

وكشفت دراسة نشرتها الشركة الفرنسية (semioCast.com) في يونيو ٢٠١٢ م أن عدد مستخدمي تويتر في السعودية تجاوز ٢٠ مليون مستخدم، وأن مدينة الرياض قد احتلت المركز العاشر عالمياً، كأكثر المدن التي يتم نشر التحديثات من سكانها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ولقد أشار العديد من الدراسات السابقة إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي دوراً إيجابياً في المجتمع من خلال تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص ولها تأثير كبير في الوقاية من الأزمات (Beaudoin, 2008) كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تجمع بين الشباب الذين لديهم اهتمامات وأنشطة مشتركة أو الذين يرغبون في استكشاف مصالح وأنشطة أخرى (Zarella,2010).

إضافة إلى زيادة التحديات التي تواجه الأمن الفكري لدى الأشخاص، فمنها الحروب العنصرية، والعسكرية، والنفسية، والإعلامية، وطفرة المعلومات، ونشوء الجماعات المتطرفة والإرهاب والظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، والتي تمثل تحديات حقيقية للأمن الفكري لدى المجتمعات الإسلامية وأن لها دوراً هاماً في التوعية والوقاية من الأزمات (الجحني، ٢٠٠٥).

ولما كان الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في حياة الفرد والمجتمع جاءت فكرة البحث بهدف التعرف على تأثير الإعلام الجديد على الأمن، والتعرف على أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وعرض بعض السبل التي يمكن أن تساعد في الوقاية من الأزمات.

#### مشكلة البحث:

تعرضت المواقع الحكومية والشركات في المملكة العربية السعودية في ١٧ نوفمبر ٢٠١٧ م لهجمات إلكترونية بدأت في البرمجيات الخبيثة من نوع فيروس شمعون (٢) بمحو البيانات المخزنة في أجهزة الحاسب الآلي، والسيطرة عليها، ومنع تشغيلها، كونه مصمماً بصورة تمكنه من مسح بيانات الأقراص الصلبة والتحكم بتشغيل الأجهزة، ومن الصعب تعقبه وتحديد مصدر إبطاله لقدرته على التخفي داخل أنظمة التشغيل، مما تسبب في خسائر فادحة، ومن ثم تكلفة مادية كبيرة؛ لذا لابد من ضرورة اتباع أفضل الممارسات والسبل الوقائية عند التعامل مع أجهزة الحاسب الآلي



وتطبيقاتها المختلفة في مختلف القطاعات والأعمال لحفظ وحماية البيانات والأنظمة من الاختراقات الإلكترونية المحتملة، والتعاون للكشف عن أولئك المتطفلين العشوائيين للحج من حالات استغلال ووسائل الإعلام، واستخدام الرقابة الصلبة إلكترونياً، عبر قنوات متخصصة لكل ما يثير الريبة والشك، بشرط أن تكون هذه الرقابة بيد نخبة أمينة تتحلّى بالأخلاق الفاضلة، كما تشير الإحصائيات حول معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية عموماً، وفي المملكة العربية السعودية، خصوصاً أنها في ازدياد كبير، وهذا الاستخدام سلاح ذو حدين، أحدهما إيجابي والآخر سلبي.

كما تم الاطلاع على بعض الدراسات ومنها دراسة الدوري (٢٠١٤) التي هدفت إلى التعرف على التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الوعي بالقضايا الداخلية لدى المواطنين، كما بينت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رغم بعض آثاره السلبية، إلا أنه أسهم في تواصل المواطنين مع بعضهم البعض، ولاسيما من خلال المنتديات، وتبادل الأحاديث والمناقشات حول القضايا المختلفة، كما هدفت دراسة الشمري (٢٠١٨) إلى التعرف على تأثير الإعلام الجديد على الأمن الأسري، وأكدت الدراسة على أن وسائل الإعلام الجديد تؤثر تأثيراً سلبياً على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد داخل الأسرة الواحدة، وتؤدي إلى زيادة العزلة الاجتماعية وخصخصة حياة الأفراد داخل الأسرة الواحدة.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة - في حدود علم الباحث- لا توجد دراسة كاملة تناولت دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وإنما تحدثت بعض الكتب والأبحاث في إطار تحدّثها عن الإعلام بشكل عام عن الدور الوقائي الذي تلعبه وسائل الإعلام، وعن دور الإعلام في الوقاية من الجريمة.

ومع ما تمر به الدول من أزمات وتغيّرات بكثرة وتكرار، وما يوقف السير الآمن للبلاد من أزمات مختلفة سواء على الساحة الاجتماعية، أو الأمنية، أو الاقتصادية، كان لا بد من الالتفات إلى دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وهو يتناوله البحث الحالي من خلال السؤال التالي:

ما دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات؟

أسئلة البحث:

يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي:

ما دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات؟

وبتفرع من السؤال الرئيس عدد من الأسئلة التالية:



١. ما تأثير الإعلام الجديد على الأمن؟

٢. ما أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات؟

#### فرضيات البحث:

سعى هذا البحث إلى التحقق من صحة الفرضيات التالية:

١. يوجد تأثير كبير للإعلام الجديد والأمن.

٢. يوجد للإعلام الجديد دور هام في التوعية والوقاية من الأزمات.

#### أهداف البحث:

سعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. توفير معلومات جديدة للدارسين والمعنيين حول التوعية والوقاية من الأزمات من خلال تناول دور الإعلام

الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات.

٢. بيان أهمية الإعلام الجديد والدور الذي يلعبه في التوعية والوقاية من الأزمات.

٣. جمع وتحليل آراء الدارسين للإعلام حول مسألة التوعية والوقاية من الأزمات.

#### أهمية البحث:

##### أولاً: الأهمية النظرية:

تنبع أهمية البحث نظرياً مما يلي:

١. يسهم هذا البحث في وضع سبل للتوعية والوقاية من الأزمات المختلفة من خلال وسائل الإعلام الجديد،

والاعتماد على التطور الكبير لوسائل الإعلام في الوقاية من الأزمات.

##### ثانياً: الأهمية التطبيقية:

تأتي الأهمية التطبيقية لهذا البحث نظراً لإسهام نتائجها فيما يلي:

١. يسهم هذا البحث في أن يضع منهجية في تطبيق بعض الطرق التي تساعد على اتخاذ الإعلام كوسيلة وقائية من

الأزمات التي تواجه الفرد أو المجتمع.

#### أسباب اختيار البحث:

١. مدى الحاجة إلى بيان دور الإعلام في التوعية والوقاية من الأزمات.



د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

٢. مدى الحاجة إلى بيان تأثير الإعلام الجديد على الأمن.
٣. غياب التوعية الاجتماعية بكيفية التعامل مع الأزمات.
٤. كثرة الأزمات في المجتمعات العربية وعدم اتخاذ سبل وقائية كافية.
٥. الحاجة إلى القضاء على التحديات والصعوبات التي تواجه السبل الوقائية الأمنية.

#### حدود البحث:

يدور البحث داخل إطاره الموضوعي حول أربع نقاط:

١. بيان دور الإعلام الجديد في وقاية الفرد من الأزمات.
٢. بيان أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات.
٣. توعية المجتمع بكيفية التعامل مع الأزمات وبيان خطرها.
٤. بيان وسائل وسبل الإعلام الجديد في مواجهة الأزمات.

#### منهج البحث:

اعتمد الباحث في دراسته على:

- المنهج الوصفي المسحي: للتعرف على تأثير الإعلام الجديد الأمني، وعمل مسح اجتماعي لبيان رأي المجتمع المتعلق بالإعلام، ودور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات.
- المنهج الوصفي التحليلي: لتحليل نتائج المسح الاجتماعي بموضوعية لبيان أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات.

#### متغيرات البحث:

اشتمل البحث على المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: تأثير الإعلام الجديد على الأمن.
- المتغير التابع الأول: أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات.

#### أداة البحث:

في ضوء تحقيق هدف البحث وهو التعرف على دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات استخدم الباحث الأداة البحثية التالية:

– استبانة للتعرف على دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات (إعداد الباحث).

#### مصطلحات البحث:

فيما يلي توضيح لبعض المصطلحات التي تم استخدامها في البحث الحالي:

1. الإعلام: هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة والسليمة بالحقائق الموضوعية ومن دون تحريف لتبوير الرأي العام بالمشاكل والقضايا المطروحة.
2. وسائل الإعلام: هي الطرق أو القنوات التي تستخدمها للتواصل مع الجمهور المستهدف بقصد التأثير عليه سواء في تبني فكرة أو تعديل سلوك.
3. الإعلام الأمني: هو كل الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن المؤسسات الأمنية بهدف التوعية والإرشاد لتحقيق التعامل الإيجابي بين الشرطة والجماهير (التميمي، ٢٠١٦).
4. التوعية الأمنية: هي مجموعة الأنشطة والفعاليات التي تنظمها الإدارة المختصة (إعلام أمني، وعلاقات عامة، واتصال حكومي، والتوعية الأمنية) للوصول إلى الجماهير عن طريق وسائل التواصل المختلفة.
5. الحملات الإعلامية: هي برامج إدارية وإعلامية تهدف إلى إبراز نشاط منظم ومخطط لجهة ما بهدف ونشر الوعي، وتقديم خدمة، وتعديل سلوك، أو غير ذلك، من خلال أنشطة اتصالية مختلفة.
6. الحملات المرورية: هي برنامج إداري وإعلامي يستهدف إبراز نشاط منظم ومخطط لنشر الوعي المروري بين مستخدمي الطريق والمركبة.

#### الأطار النظري للبحث:

أولاً: الإعلام الجديد والأمن في المجتمع:

#### المطلب الأول

#### الإعلام الجديد والأمن

لقد أثر التقدم التكنولوجي في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في كل جوانب الحياة، وغير في توجه ونشاط الكثير من أفراد المجتمع، ومختلف الجماعات، حتى أصبح التعامل معه واقعاً لا بد منه، وإشراكه في كافة الأعمال والأنشطة التي تقوم بها، فقد أصبحت وسائل الإعلام بعصرنا الحالي أحد أهم الموضوعات التي لها دور وشأن كبير في مجتمعاتنا؛ حيث إنها تنقل أخباراً مختلفة في شتى المجالات وسياسياً، واجتماعياً، واقتصادياً، حيث تهدف لتلقي الفرد لها بصورة مباشرة، وعليه فإن لقطاع الإعلام المقدر على الوصول للمشاهد والمستمع والعمل على التأثير فيه



د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

بكل الأساليب، وهذا ما يميز هذه الوسائل الإعلامية (الجحني، ٢٠٠٠، ٥).

ويعتبر الإعلام الوسيلة التي تربط بين مختلف المجتمعات، والتي تعمل على نقل الثقافات والمعلومات فيما بينها، ولقد شهدت الفترة الأخيرة تطورات طرأت على وسائل الإعلام والاتصالات مما جعل للإعلام دورًا ملحوظًا في الترابط بين مختلف المجتمعات، وكان لتلك التطورات آثاراً أخرى، ومنها انتشار الشائعات التي كان لها دور في تشويه إدراك الفرد، وتغيير معتقدات الجماعات، وذلك أصبح سبباً في فك التماسك داخل المجتمع الواحد، حيث إن تلك الشائعات من أبرز مهددات الأمن، بالإضافة إلى نشر الأكاذيب؛ ولذلك كان من الضروري وجود إعلام أمني صادق يمنع المعلومات الضارة من الوصول إلى الأفراد، ويكون له دور في حماية المجتمع من الإشاعات التي تضر باستقرار المجتمع كما جاء في أعمال ندوة الإعلام الأمني التي نظمتها أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية عام ٢٠١٢ م بمدينة الرياض.

وهناك مجموعة من التقنيات الحديثة التي تعتمد بشكل كبير على شبكة الإنترنت، وفي ذات الوقت تعتمد على الإعلام ووسائل اتصالاته، وهذا الإعلام الجديد يُقدّم في مجمله ثلاثة خدمات مهمة للمستخدم كما جاء في المبادرة العلمية لتطوير الأداء الإعلامي الجامعي:

١. التواصل: ويكون بين شخص وشخص، أو التواصل بين فرد وجماعة، أو التواصل بين جماعة وجماعة سواء لغرض شخصي أو عام.
٢. الاستخدام التفاعلي: بهدف الترفيه عن النفس، أو تعلّم شيء معين لأغراض مختلفة سواء ثقافية، أو مجتمعية، أو سياسية.
٣. الإعلام والمعلومات: باستخدام شبكة الإنترنت من أجل نشر معلومة ما أو استرجاع معلومات معينة تخلق ساحات شاسعة من الأنشطة الإنسانية أو الخاصة بالمعرفة.

وبدأ ظهور مفهوم الإعلام الأمني في نهايات القرن العشرين، حيث انتشر هذا المفهوم بشكل كبير في مجال الإعلام، وظهر هذا المصطلح في مجال الإعلام المتخصص في تلك الفترة بدخوله إلى كل المهن، وكان التعامل معه يختلف حسب الغرض منه، مما عمل على ضعف وتفتت جمهور الإعلام أو الوسائل الإعلامية، وجعل كل فئة من الجمهور لها وسيلة إعلامية مستقلة؛ لذا يُطلق عليه مجال الإعلام المتخصص، وقد كان للقنوات المتخصصة دور في انتشار هذا المفهوم لجمهور معين، وعملت أيضاً الصحف والإذاعة على نشر الوعي لجمهور كل منها، وبذلك أصبح من الضرورة معرفة مفهوم وإشكاليات هذا المصطلح "الإعلام الأمني"، ولقد قام بالبحث في ذلك المجال العديد من العلماء، وكان لكل منهم تعريفه المستقل للإعلام الأمني، حيث اختلفت الزاوية التي تناول منها كل باحث هذا المفهوم، ومن تلك التعريفات: (أبو عامود، ٢٠٠٩).

- هناك دراسة ترى أن الإعلام الأمني هو مجرد فرع من فروع الإعلام المتخصص، حيث الهدف منه توصيل كل ما

- يخص الأمن ودور رجال الأمن إلى الجمهور أو القطاع المتابع له.
- في دراسة أخرى تجد أن الإعلام الأمني يقتصر على الأنشطة الإعلامية التي يتم إعدادها في رسائل إعلامية بعد التخطيط لها، ويكون المقصد من تلك الرسائل هو التركيز وإبراز الدور والإنجازات التي تحقّقها وزارة الداخلية في إطار استراتيجيات الأمن الشاملة.
  - وهناك دراسة ترى أن الإعلام الأمني هو الطريقة التي تُتَّبَع في مجال الإعلام، حيث يتم عمل برامج ورسائل إعلامية عن رجال الأمن، كالبرامج الأمنية الإذاعية والتلفزيونية، والأفلام السينمائية، وكانت هذه هي الطريقة المباشرة للنشر، أما عرض الصحف لأخبار الأحوال الأمنية من مصادر موثوق منها يُعتبر تعريف غير مباشر.
  - ويقول رأي آخر إن مفهوم الإعلام قد اتسع ليشمل العديد من الوظائف منها التعليمي، والإرشادي، ولم يتوقف عند الأخبار فقط، وأكدت على ضرورة الاتصال بين ثلاثة اتجاهات وهي: الشرطة، والإعلام، والجمهور.
  - وهناك رأي آخر يرى أن الإعلام الأمني هو مجرد نقل الأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة إلى الناس أو الجمهور، حيث تساعدهم تلك الحقائق والأخبار على تكوين رأي صائب في مشكلة معيّنة، فيكون هذا الرأي نابع من عقلية الجماهير وميولهم، ويعتبر ذلك دليلاً على أن الإعلام يعمل على الإقناع بالمعلومات والحقائق؛ لأنّ الإعلامي لم يكن له هدف محدّد، والمسؤول عن مصدر تلك الحقائق هي الجهات الأمنية سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر.
  - إن الرسالة الإعلامية لها جانبان يجب أن يكون كل منهما متماشياً مع الآخر وهما: شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها، أي شكل الرسالة الذي سيشاهده الجمهور يجب أن تكون متناسبة مع مضمونها والقناة الإعلامية التي ستُعرض عليها هذه الرسالة؛ وذلك حتى يكون للرسالة دور هادف وتحقّق ما تسعى لأجله، أو تهدف لنشره هذه الرسالة، أما إذا اختل أحد ركني الرسالة؛ فإن هذا ما يضعفها ويضعف أثرها، ولا يجعلها تصل إلى الجمهور المستهدف.
  - وأصبح للإعلام الأمني وظائف متعددة في المجتمعات تختلف باختلاف طبيعة عمل الأجهزة الأمنية، ومن تلك الوظائف: (أبو عامود، ٢٠٠٩)
  - إقناع المواطنين بأن الجهات الأمنية تعمل على تحقيق الصالح العام لهم، وتكوين صورة إيجابية في أذهانهم عن تلك الجهات الأمنية.
  - حثّ المواطنين على المشاركة والتكاتف مع الجهات الأمنية لتحقيق الأمن، الذي يُعدّ من أساسيات تكوين المجتمع.
  - جمع البيانات الإعلامية المتخصصة في النواحي الأمنية.
  - جعل جميع الجوانب الأمنية تحت تغطية إعلامية بصفه مستمرة.

د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

- التعريف بكافة الأنشطة المختلفة التي تُقدّم عن طريق أجهزة الأمن، والتي تدخل ضمن إطار الخدمات الحكومية الرسمية والتي يحتاجها المواطنون، وشرح الإجراءات اللازمة لها.
- توعية المواطنين بكل جديد في عالم الجريمة، وبصفة خاصة الجرائم التي تُرتكب في مجال الإلكترونيات، وغيرها من المجالات المستحدثة، وأشكال الجرائم التي بدأت في الظهور مؤخرًا، فالإعلام الأمني يحمي المواطنين منها بتحصيلهم بالمفاهيم الأمنية.
- جعل كل ما يُنشر في وسائل الإعلام تحت رقابة مستمرة، وخاصة ما يدخل في تفاصيل أمنية تخص أمن واستقرار المجتمعات.

## المطلب الثاني

### مراحل الأزمة ودور الإعلام في كل مرحلة

بعد تحليل بعض الباحثين للأزمات المختلفة وجدوا أن الأزمات تتفق في مراحلها، حيث يُعتبر أن لها دورة حياة كالكائنات الحية، فتولد الأزمة، ثم تمر بمراحل مختلفة في فترة نموها حتى تنضج، ثم تنتقل إلى مرحلة الانحدار والموت؛ لذا يجب البحث في مراحل الأزمة.

لقد أصبح الإعلام بوسائله المتعددة الأداة الفاعلة للتفاعل بين الأزمة والعديد من أطرافها، كما لم يعد ممكنًا الصمت الإعلامي عن أي أزمات مهما اختلفت في حجمها أو حدتها، وعلى سبيل المثال، في الماضي كان ممكنًا للسلطات في أي دولة أن تمتنع عن نشر المعلومات بشأن أي كارثة أو أزمة قد تحدث في محيط الدولة، ولقد أصبح تجاهل أو إخفاء أي أزمة في العصر الحالي أمرًا غاية في الصعوبة، وبالطبع فإن درجة الاهتمام الشعبي سواء المحلي، والإقليمي، والدولي بأي أزمة يختلف بين أزمة وأخرى، ولكن يظل الدور الرئيس لوسائل الإعلام في التعريف بتلك الأزمات والعمل على التفاعل مع مجرياتها.

ويمكن تحديد مراحل الأزمة بصفة عامة فيما يلي: (الحديدي، ٢٠١٨).

- الإعداد بدقة لإدارة الأزمات، وذلك من خلال تقدير حجم، تأثير، وقوة الإعلام المضاد المحلي أو الخارجي، وعدم التفرّد بإدارة الأزمة على المستوى الإعلامي دون إخطار ومشاركة جهات الاختصاص التي هي مسؤولة عن طبيعة تلك الأزمات.
- عدم إنكار الأزمة، أي الاعتراف بوجودها، وتوجيه الرسالة الإعلامية المناسبة والصحيحة والمتصلة بتلك الأزمة، على سبيل المثال قيام المتحدث الرسمي أو المسؤول الإعلامي بتوقيع بعض الأسئلة، ووضع إجابات مناسبة لها قبل



بدء أي لقاءات إعلامية، ذلك مع مراعاة أن التصريح ببيانات أو معلومات لا تنطوي على صحة لوسائل الإعلام، أو الامتناع عن الإجابة عن بعض الأسئلة ينتج عنه نتائج غير مرغوب بها، وعليه فإن التقصي والبحث عن حلول مثلى أو حلول أفضل من بين البدائل التي تكون متاحة هو الأساس للتسوية السلمية للأزمة.

- الوقوف على الدروس المستفادة من الأزمات وذلك قبل طي ملفاتها، وذلك لأن تلك الدروس تشكّل تراكما معرفيًا سنكون في حاجة إليه في المستقبل لمواجهة أي أزمات قد تنشأ قبل أن تحدث، كما أن ذلك التراكم المعرفي يشكّل بدوره مرجعًا لتدريب الإعلاميين وذلك من واقع الخبرات المكتسبة.

وتزداد مصداقية وسائل الإعلام أهميةً بوجه خاص أثناء فترة الأزمات؛ حيث إن تلك الوسائل تحتاج إلى أداء من نوع خاص على المستوى المهني، الأخلاقي، والوطني، وذلك إنطلاقًا من بعض النظريات والمداخل التي تعتمد على المسؤولية الاجتماعية للوسائل الإعلامية، ووجوب ممارسة الإعلام لدور المدافع الذي يحمي ويدافع عن كل الفئات دون استثناء للفئات المهمشة، بما يوفر حق المعرفة الشاملة، المتعمقة، وكذلك التعبير عن الذات بحرية بعيدًا عن سياسة الصمت الإعلامي إزاء مشاكل أو واقع البعض، إضافةً إلى تنشيط الجهات ذات الصلة للقيام بمسؤولياتها وواجباتها، والقدرة على توسّط العلاقات بين صنّاع القرار والأفراد، وكذلك تفعيل الحق في الاتصال بمفهومه الشامل (الحديدي، ٢٠١٨).

لقد مرّ التناول الإعلامي للأزمات بثلاث مراحل يلعب فيها الإعلام دورًا محددًا في كل مرحلة، وهي على النحو الآتي: (مصطفى، ٢٠١٨، ٧).

#### ١. مرحلة نشر المعلومات (تقدير الموقف):

تتمثل المرحلة الأولى من مراحل التناول الإعلامي للأزمات بتقديم حجم معرفي شامل ومتنوع يغطي الجوانب المختلفة، ويُمكن المتلقّي من الوقوف على أرضية صلبة من المعلومات الغنيّة ومتنوعة المصادر، والتي تتيح له أن يمتلك المعرفة الكافية المتعلقة بجوانب الأزمة من حيث عناصرها، وأسبابها، وأطرافها، بعيدًا عن التغطية الوصفية والسرديّة التي تقوم على أسلوب خطابي وانفعالي وتوجيهي، وهو ما يسمى بإعلام الضجيج.

ويمكن للقائمين على وسائل الإعلام التعبير عن رأيهم ومواقفهم من خلال المنظور الذي تقدّم فيه تلك الوسائل للمعلومات، والحقائق، والوقائع، ومن خلال نوعية تلك المعلومات وطرق معالجتها، وصياغتها، وترتيبها، وأشكال تقديمها.





د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

## ٢. مرحلة تفسير المعلومات وتحليلها (تحليل الموقف):

إذا كان الطابع الإخباري (الإنبائي-المعلوماتي) هو السائد في المرحلة الأولى، فإنّ الطابع (التحليلي-التفسيري) هو السائد في هذه المرحلة، إذ تقوم وسائل الإعلام بتحليل عناصر الأزمة والبحث في أسبابها وجذورها، ومقارنتها بأزمات أخرى، وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال أمام كل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء أكانت مواد إيضاحية مفسرة أو تحليلات وآراء الخبراء، إضافةً إلى مواقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة واحتواء آثارها.

ويجب في تلك المرحلة التركيز على التفسير، التحليل، والنقد، نتيجة تعرض المواطن لكم هائل من المعلومات من مصادر مختلفة ومتنوعة، مما قد يؤدي إلى تشويش ذهنه نظرًا إلى كثرة المعلومات، لكنّه لا يفهم، لا يعي، ولا يدرك بعمق وشمولية حقيقة ما يحدث، فيأتي التحليل والنقد ليحقّق مهمة تعريفه وشرح ما يحدث له، إذ تشحن المعالجة التحليلية-التفسيرية للأبعاد المختلفة للأزمة (الحضارية، النفسية، الاقتصادية، العسكرية) التغطية بمضمون يُثري معرفة المواطن بها، ويعمق فهمه لها، ويحشد حول تلك التغطية قوى وشرائع واسعة مهتمة ومعنية بالأبعاد المختلفة للأزمة، ومن شأن ذلك أن يجعل المواطن مطلعًا على أخبار الأزمة، مدرّجًا، فاهمًا، ومستوعبًا لأسبابها، تاريخها، وعواملها، ومحصنًا أيضًا ضدّ أيّ خطابٍ إعلامي مختلف، نتيجة وضوح الفكرة في ذهنه من خلال المعلومة الصحيحة والتحليل السليم، كما يجب على الإعلام في تلك المرحلة التمهيد إلى النتائج المتوقعة للأزمة، بغض النظر عن طبيعة هذه النتائج.

## ٣. المرحلة الوقائية:

تعتبر الأزمة حدثًا مهمًا يترك آثاره العميقة على مختلف جوانب الحياة، وإذا كانت الأزمة قد اختفت أو انتهت، فإنّ آثارها ذات حضور قوي، وبالتالي تمارس تأثيرًا، لذلك لا ينبغي أن تتوقف وسائل الإعلام عند مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي ذلك البعد، لتقدّم تلك الوسائل للجماهير وطرق الوقاية وأساليب التعامل مع الأزمات المشابهة.

وعلى الرغم من وضوح دور وسائل الإعلام في الأزمات في المراحل الثلاث، فإنّ تلك الوسائل قد تواجه مجموعة من العقبات والمشاكل أهمها:

- تعدّد الجهات التي تقوم بالأنشطة الاتصالية والإعلامية، ما يؤدي إلى افتقار التنسيق فيما بينها، لاسيّما في الإعلام الرسمي.

- عنصر المفاجأة وضغط الوقت الذين تتسم بهما الأزمة، يؤديان إلى عدم قدرة وسائل الإعلام على مواكبة الحدث

بشكلٍ فوري، ما يعرض الجمهور للوقوع تحت تأثير الشائعات والدعاية المضادة، لذلك يسود اتفاق عام بين الباحثين في مجال الإعلام على ضرورة التحرك السريع ونشر الرسائل التحذيرية في التوقيت المطلوب، وصياغة المعلومة بطريقة واضحة بسيطة بعيدة عن التعقيد الفني أو العبارات المتخصصة التي لا يستطيع الجمهور العام استيعابها.

وحتى تحقق وسائل الإعلام الأدوار المطلوبة منها من قبل الأطراف كافة على النحو الأمثل، لابد أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات، ومنها:

- الفورية في نقل الأزمة، والتعريف بها وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية أولاً بأول، والعمق والشمول في تغطية جوانبها المختلفة، وضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، والاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التغطية، والرجوع والاعتماد على المصادر الأصلية.

- إدراك أن تحقيق المصداقية لدى الجماهير عامة باختلاف مجالاتها ليس بالأمر السهل، وخاصة خلال الأزمات التي تطول مدتها، كما أن وجود قانون للمعلومات يرتب الحصول عليها وتبادلها يُعدّ البوابة الرئيسة لتحقيق إعلام يسهم في مواجهة الأزمات، وليس إعلاماً يؤدي إلى اختلاق أزمات أو التهويل من بعضها.

قواعد لمواجهة الأزمات كما حدّدها بعض المعنيين بإدارة الأزمات:

هناك مجموعة من قواعد لمواجهة الأزمات كما حدّدها بعض المعنيين بإدارة الأزمات كما حددها (نصر، ٢٠١٥):

- تقبّل المسؤولية؛ ولكنه لا يعني تقبّل اللوم.
- التفريق بين الإعلام السلبي والأزمة الحقيقية، وتحديد الفعل على هذا الأساس.
- استخدام أساليب البحث العلمي واستطلاع الرأي، وذلك لتحديد الأسلوب الأمثل للمواجهة.
- تجنيد طرقاً ثالثاً للتحدث نيابة عنك.
- التعامل مع وسائل الإعلام بأنهم شركاء وليس أعداء، ولكن بحذر.
- توقع الشكوى والتقاضى.
- متابعة وتحليل ما يُنشر في وسائل الإعلام التقليدي والجديد عن قرب.
- إبراز تعاطف، واهتمام، وتفاعل مع الحدث والناس.
- اتخذ الـ ٢٤ ساعة الأولى بأقصى حد بالجدية والاهتمام.

د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

- البدء في برنامج إدارة الأزمة عن طريق بناء ركائز وأصول سمعة المؤسسة.
- وليكن الهدف دائما من تناول الإعلام على المستويات كافة لأي أزمة مساعدة المجتمع في مواجهتها والتغلب عليها، وغرس قيم الصمود وروح الأمل وليس الإحباط أو تقسيم وتفتيت المجتمع.

ثانياً: مجالات الأزمات ودور الإعلام في الوقاية منها

### المطلب الأول

#### الأزمات على مستوى الفرد والوقاية منها

لقد جاء في ندوة "الإعلام والأمن"، من جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية أن الفرد يستفيد مما تقدمه تلك الوسائل الإعلامية من خدمات ومعلومات، تتمثل في ربطه بمشاكل وقضايا العالم من خلال ما تثيره من قضايا اقتصادية واجتماعية، وتواصله مع مختلف المؤسسات والمواطنين، وبالتالي تعتبر وسائل الإعلام وسيلة لرفع أصوات من لا صوت لهم، من خلال عرض قضايا الشعب وهمومه، بالإضافة لتوعية المجتمع وحمايته من الظواهر السلبية التي يواجهها، مثل: مكافحة السرقة، التهريب، الرشوة، الاختلاس، والمخدرات.

ذلك وقد تناولت الندوة دور الإعلام في بث ونشر البحوث والتجارب العلمية، ذلك إلى جانب الاختراعات والاكتشافات، كما يمكن تبادل وجهات النظر والمناظرات السياسية بين الأطراف من خلال وسائل الإعلام وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات والأفكار، وتبادل الخبرات والتنوع الثقافي، مما يساهم في إثراء عقول المستقبلين، وينمي جودة الرأي العام ويدفعه للأمام، ومن هنا يزداد حجم المعرفة لدى المشاهدين مما يدعم نوعية المعرفة والثقافة المجتمعية. من جهة أخرى تساهم وسائل الإعلام في الحملات السياسية، بحيث يتم استغلال وسائل الإعلام لضمان عملية الاتصال والتواصل بين الأحزاب السياسية والحكومة مع الشعب خصوصاً في فترة الانتخابات. كما تساهم وسائل الإعلام أيضاً في عملية التنمية المجتمعية من خلال تطوير الجانب التعليمي والمعرفي.

كما تناولت أيضاً انتشار وسائل الإعلام وتأثيرها في حياة الأفراد والجماعات، وأصبحت تمارس دور التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، حيث اعتبر البعض بأن الإعلام واحدة من وسائل التربية وتكوين المواقف، ووسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية نظراً لما تملك هذه الوسائل من قوة في التأثير على الأفراد من جهة، ومن جهة أخرى ما تملكه من وسائل تقنية وفنية، وتواصل مباشر وغير مباشر مع المستقبلين لها، ولقد زاد تأثير تلك الوسائل الإعلامية بشكل ملفت للنظر في هذا العصر، بسبب التقدم التكنولوجي والمعلوماتي والفضاء المفتوح، مما ساهم في ممارسة وسائل الإعلام لدورها في توجيه ومخاطبة كل المستويات من شرائح المجتمع.



Dr. Abdullah Ali Alassiri - The Role of the new Media in raising  
Awareness and Crisis Prevention

وقد ذُكر في الندوة ما تمارسه وسائل الإعلام من دور مهم في تثقيف الأفراد وتزويدهم بشتى المعلومات وفي مختلف التخصصات من خلال المواضيع والبرامج التي تطرحها، وتناقشها، بل أصبحت هناك قنوات متخصصة في اهتمام الجماهير، مما أتاح للمتلقّي اختيار ما يناسبه من تخصص ومن اهتمامات، فنجد قنوات تعليمية، قنوات رياضية، اقتصادية، سياسية، قنوات للأطفال، وغيرها من القنوات التعليمية والثقافية، حيث يتمكن كل شخص من اختيار ما يناسبه من برامج تثير اهتماماته، وتلبي احتياجاته.

كما أن الإعلام يساهم في نقل التراث إلى الأجيال القادمة من خلال بث القيم والعادات وتقاليد المجتمع التي كانت سائدة عند الآباء والأجداد، وتعمل وسائل الإعلام على تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها عن طريق ما يسمى بالاتصال الاجتماعي، وذلك بالتواصل بين الأفراد مع بعضهم البعض، وهذا يحصل عندما تقوم وسائل الإعلام، وخاصة الصحف بنقل الأخبار الاجتماعية اليومية، مثل: أخبار الأفراح، الوفيات، وغيرها من الأخبار الاجتماعية التي تمس العلاقات الإنسانية والاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد.

### المطلب الثاني

#### الأزمات على مستوى المجتمع والوقاية منها

إن الإعلام بصوره المختلفة يلعب دورًا كبيرًا في حياتنا بل وفي تشكيل الرأي العام، وخاصةً عندما تكون الصورة غير واضحة بالقدر الذي يتيح لنا أحد قرار تحديد رؤيته، الإعلام أداة خطيرة، وأثرها لا يكاد يُخفى ولا ينكر، ولذا لم تكن وليدة عصر من العصور، بل استخدمت تقريبًا منذ القدم، وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع، وما يستطيع أن يساهم به الإعلام في بناء المجتمع وتطويره، فإن الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة، وذلك لأن المجتمع - كل مجتمع إنساني - يقوم أساسًا على الاتصال بين أفراد وجماعاته، وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضررًا أو ضروريًا من الإعلام. ولا شك أن الإعلام إذا استكمل مقوماته ووسائله الصحيحة وأُحسن استخدامه وتوجيهه في مجتمع ما، كان قوة دافعة كبرى للبناء والتطور والنهوض بالمجتمع، حيث إن الثورة الإعلامية أو تكنولوجيا الإعلام التي يشهدها العالم قد قلبت كل الموازين وأضحى الإعلام ركيزة أساسية في بناء الدولة بل بات يعتبر من مقومات ورموز السيادة الوطنية، والتقنيات الحديثة، ولأن الإعلام أداة فاعلة ومنظومة متكاملة، فلا بد من تفعيل أدائه لترسيخ بناء الدولة وترسيخ الثوابت الوطنية لديها ولدى مواطنيها، وتُعدّ وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقّين المختلفين، المتباينين في اهتماماتهم، وتوجهاتهم، ومستوياتهم الفكرية، والأكاديمية، والاجتماعية، وهذا ما يُكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، ويمكن الزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات، وإذا كان دور وسائل

الإعلام في أي بيئة مجتمعية يتحدّد بالأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها، فمن الممكن أن نقسّم وسائل الإعلام باعتبار تأثيرها في المجتمعات إلى قسمين: قسم مؤثر وفاعل، وقسم غير مؤثر وغير فاعل قد يكون سلبياً أو إيجابياً كما جاء في المؤتمر الدولي السادس للديمقراطيات الجديدة (أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٦).

كان للإعلام دور كبير في التغيّر في المجتمعات ولكن في البداية لأبد من التمييز بين مفهومي التغيّر والتغيير، فالأول يذهب إلى التحول والتبدّل التلقائي غير المخطّط له والذي لاتعرف نتائجه إلا عند وقوعها، وبالتالي فالتحولات في الوظائف والأدوار والقيم وغيرها سواء أكانت سياسية، اجتماعية، اقتصادية، أم ثقافية قد تكون سلبية أو إيجابية، ما يحمل الأفراد والمجتمعات الفاعلة والحيوية على القيام بمحاولات تعزيز للتحولات الإيجابية، والتخطيط لعمليات تغيير في الحالات التي يكون فيها الواقع سلبياً، وعلى هذا يكون التغيير عبارة عن نسق منظم من الجهود البشرية للتصدي للواقع غير المرغوب فيه بأشكاله المختلفة، ما يعني أن التغيير هو رد فعل على جانب من ظاهرة طبيعية في حياة المجتمعات تؤدي إلى معطيات سلبية هي حصيلة تفاعلات عشوائية لمكونات الحياة البشرية، وبالتالي فإنه يسعى إلى تحقيق مصالح المجتمع من خلال إرساء نظم جديدة وأشكال جديدة من العلاقات، بما يتوافق مع تطورات المجتمع ورغباته في مواكبة التطورات التي تشهدها البيئة الإقليمية والدولية، وذلك لن يتم إلا عبر مكافحة القيود والمحدّدات القائمة وإزالتها والتأثير فيها، وتتخذ تلك المحدّدات والقيود أشكالاً مختلفة؛ فقد تكون: (صالح، ١٩٨٢-١٩٩٢)

١. أنظمة سياسية استبدادية بكل ما تحتوي عليه النظم الاستبدادية من تغييب للمفاهيم السياسية المعاصرة لحقوق الإنسان.
٢. منظومات ثقافية غير مستنيرة، لاتتوافر فيها قدرات تمكّنها من تفعيل عناصر ثقافية إيجابية في مرجعياتها التاريخية، أو إنفلاقها على ذاتها بشكل لا يكون بمقدورها التفاعل مع ثقافات فاعلة راهناً.
٣. أوضاع اقتصادية راكدة لم تتح للأفراد حياة كريمة، أو مستوى معين من الرفاهية، فضلاً عن سوء الخدمات وغيرها.
٤. حياة اجتماعية تتحكّم بها ثقافة سائدة تنطوي على تقاليد وأعراف بالية، تُحدّ من قدرات الإنسان على الإبداع، وتحرمه من الاستمتاع بحريته، فإرضاءً عليه أنواعاً مختلفة من الوصاية.

إن تلك المعوقات والمحدّدات تشكّل تحديات مصيرية تقف حائلاً أمام ممارسة المجتمع لإنسانيته، وتُحدّ من أدواره الفاعلة في تمكين المجتمع من التطور، ما يجعل الجمود والتخلف أبرز سمات تلك المجتمعات، بشكل تُغتال فيه جميع صور الإبداع الفردية التي تظهر بين أونة وأخرى على قلبها، فضلاً عن إجبار الفرد على الاختباء خلف



Dr. Abdullah Ali Alassiri - The Role of the new Media in raising  
Awareness and Crisis Prevention

جماعات أو منظومات أو مؤسسات معيّنة لضمان استقرار معيشتها أو لحماية نفسه من التهديدات التي يتعرض لها، الأمر الذي يقود إلى تقوية هذه المنظومات ويجعلها عصيّة على التغيير إلى جانب ما تتوافر عليه هذه الجماعات أو المؤسسات أو المنظومات من قدرات دفاعية ذاتية بحكم فاعلية تأثيرها في المنظومة الاجتماعية؛ ولذلك فإن التغيير ليس أمراً هيئياً إذا لم تتوافر شروطه الموضوعية، متمثلة بثقافة التغيير (صالح، ١٩٨٢-١٩٩٢).

وهناك العديد من الأزمات التي تواجه المجتمع وللإعلام دور فيها ألا وهي الجريمة والمخدرات. فمن الطبيعي أن تمر المجتمعات بأزمات متنوعة، وعلى الدولة أن تعمل على إدارة الأزمة إعلامياً، ويعتبر ذلك من أخطر وأدق الأدوار التي يضطلع بها الإعلام الأمني، وذلك لما يحيط بالأزمة من معلومات كثيرة، ودقيقة، وخطيرة، علاوة على أنها متنامية، ومتسارعة، ومتصاعدة ومهددة لاستقرار المجتمع، وإن الإعلام لديه جمهوره الذي يمثل قطاعات عريضة متتابعة للأحداث، وما بين السيطرة على المعلومات أو البوح بها تكمن خطورة الأزمة في بسط الأمن والاستقرار أو انفلات، هنا يكمن نجاح الإعلام الأمني أو فشله في إدارة الأزمة، وعلم إدارة الأزمات هو أحد العلوم الإنسانية الحديثة التي ازدادت أهميتها في عصرنا الحاضر (الشعلان، ٢٠٠٢).

#### إجراءات المنهجية للبحث:

##### منهج البحث:

انطلاقاً من موضوع البحث والأهداف التي حددت؛ تم استخدام المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهدافه والإجابة عن أسئلته، والمنهج الوصفي هو ذلك المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عن تلك الظاهرة كما وكيفاً؛ فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً لمقدار الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها بالظواهر الأخرى (عثمان، ١٩٩٥، ٦٣: ٦٤).

##### أداة البحث:

بناءً على طبيعة البيانات المراد جمعها وعلى المنهج المستخدم الذي أتبع في البحث؛ استخدم البحث الاستبانة كأداة لجمع بيانات البحث.

وقد تم تصميم الاستبانة وعرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من المختصين في موضوع البحث، وقد أبدوا ملاحظات قيمة حول الاستبيان، ومحاوره، وفقراته، وتم الاستفادة من تلك الملاحظات في صياغة الاستبانة في صورتها النهائية، حيث تكونت الاستبانة من عدد (٢٨) فقرة، تقيس متغيرات البحث، ومقسمة على محورين على النحو التالي:

د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

- المحور الأول: ويقيس تأثير الإعلام الجديد على الأمن، وتكون من عدد (١٣) عبارة، بعد أن كانت (١٦) وذلك طبقاً لتعديلات وملاحظات السادة المحكمين.
- المحور الثاني: ويقيس دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات وتكون من عدد (١٥) عبارة، بعد أن كانت (١٦) عبارة وذلك طبقاً لتعديلات وملاحظات السادة المحكمين.
- أ. ثبات الاستبانة:

تم اختار عينة استطلاعية عددها (٣٥) فرداً، وعلى بياناتها تم حساب الصدق والثبات للاستبانة كالتالي:

١. نتائج الثبات لمحور (تأثير الإعلام الجديد على الأمن):

جدول (١) نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن

العبارة	قيمة ألفا إذا حذف العنصر	العبارة	قيمة ألفا إذا حذف العنصر
١	٠,٩١٥	٨	٠,٩٠١
٢	٠,٩١٤	٩	٠,٩٠٢
٣	٠,٩١١	١٠	٠,٩٠٧
٤	٠,٩٠٢	١١	٠,٩٠٤
٥	٠,٩٠٠	١٢	٠,٩٠١
٦	٠,٩٠٤	١٣	٠,٩٣٤
٧	٠,٩٠٥	-	-
الثبات العام لمحور تأثير الإعلام الجديد على الأمن (٠,٩١٤)			

تبين من الجدول (١) السابق أن ثبات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن بلغ (٠,٩١٤) وهي درجة ثبات مرتفعة، كما تبين أن جميع مفردات المحور مساهمتها مرتفعة في ثبات المحور ماعدا الفقرتين (١، ١٣) فحذفهما يرفع الثبات إلى (٠,٩١٥)، (٠,٩٣٤) بدلاً عن (٠,٩١٤) وبما أن هذه الدرجة قريبة من الدرجة الموجودة من الثبات فإن حذف الفقرتين ليس له تأثير كبير.

٢. نتائج الثبات لمحور (أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات):

جدول (٢) نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات

لمحور (أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات)

العبارة	قيمة ألفا إذا حذف العنصر	العبارة	قيمة ألفا إذا حذف العنصر
١	٠,٩٢١	٩	٠,٩١٦
٢	٠,٩٢١	١٠	٠,٩٢٤
٣	٠,٩٢٠	١١	٠,٩٢٠
٤	٠,٩١٩	١٢	٠,٩٢٨
٥	٠,٩١٧	١٣	٠,٩٢٧
٦	٠,٩٢١	١٤	٠,٩٢٣
٧	٠,٩٢١	١٥	٠,٩١٩
٨	٠,٩٢٣	-	-
الثبات العام لمحور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات (٠,٩٢٦)			

تبين من الجدول (٢) السابق أن ثبات محور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات بلغ (٠,٩٢٦) وهي درجة ثبات مرتفعة كما تبين أن جميع مفردات المحور مساهمتها مرتفعة في ثبات المحور ما عدا الفقرتان (١٢)، (١٣) فحذفهما يرفع الثبات إلى (٠,٩٢٨، ٠,٩٢٧) بدلاً عن (٠,٩٢٦) وبما أن هذه الدرجة قريبة من الدرجة الموجودة من الثبات فإن حذف الفقرتين ليس له تأثير كبير.

ب. الصديق الظاهري للاستبانة:

للتحقق من تمتع الاستبانة من صديق ظاهري ملائم للتطبيق عُرضت الاستبانة على (٥) محكمين، والذين أبدوا ملاحظات قيمة ساعدت في إعداد الاستبانة في صورتها النهائية.





د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

١. صدق الاتساق الداخلي لمحور (تأثير الإعلام الجديد على الأمن):

جدول (٣) نتائج الصدق البنائي لعبارات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن

العبارة	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور	العبارة	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور
١	٠,٤٢٠	**٠,٤٦٩	٨	٠,٧٩٠	**٠,٨٤١
٢	٠,٤٥٤	**٠,٥٠٥	٩	٠,٨٢٨	**٠,٨٥٤
٣	٠,٦٠٩	**٠,٦٤٨	١٠	٠,٧٠٢	**٠,٧٢٤
٤	٠,٧٨٦	**٠,٨٢٤	١١	٠,٨٢٣	**٠,٨٤٧
٥	٠,٨٨٥	**٠,٩٠٣	١٢	٠,٨١١	**٠,٨٦١
٦	٠,٧٥٩	**٠,٧٩٨	١٣	٠,٥٢١	**٠,٦٧٠
٧	٠,٨٠٧	**٠,٨٣٠	-	-	-

يلاحظ \*\* دال عند مستوى الدلالة (٠,٠١) فأقل.

تبين من نتائج جدول (٣) تمتع عبارات المحور بصدق بنائي مرتفع، حيث جاءت معاملات الارتباط لتلك العبارات مع محورها دالة عند مستوى (٠,٠١) كما أن جميع قيم معاملات الارتباط المصححة لهذه العبارات جاءت موجبة وتراوح بين (٠,٤٢٠) و(٠,٨٨٥).

٢. صدق الاتساق الداخلي لمحور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات:

جدول (٤) نتائج الصدق البنائي لعبارة لمحور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

العبرة	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور	العبرة	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور
١	٠,٧٤٥	**٠,٧٧١	٩	٠,٨٣١	**٠,٨٦١
٢	٠,٧٢١	**٠,٧٥١	١٠	٠,٥٦٦	**٠,٦١٧
٣	٠,٧٧١	**٠,٧٩٦	١١	٠,٧١٦	**٠,٧٥٥
٤	٠,٧٢٠	**٠,٧٦٠	١٢	٠,٦٩٠	**٠,٧٧٦
٥	٠,٧٧٠	**٠,٨١٣	١٣	٠,٤٢٧	**٠,٤٨٣
٦	٠,٦٦٢	**٠,٧٢٣	١٤	٠,٦١٠	**٠,٦٧٢
٧	٠,٧٣٧	**٠,٧٦٣	١٥	٠,٧٢٠	**٠,٧٧٤
٨	٠,٥٨٣	**٠,٦٣٢	-	-	-

يلاحظ \*\* دال عند مستوى الدلالة (٠,٠١) فأقل.

تبيّن من نتائج جدول (٤) تمّتع عبارات المحور بصدق بنائي مرتفع، حيث جاءت معاملات الارتباط لتلك العبارات مع محورها دالة عند مستوى (٠,٠١) كما أن جميع قيم معاملات الارتباط المصحّحة لهذه العبارات جاءت موجبة وتراوح بين (٠,٤٢٧) و(٠,٨٣١).

الأساليب المعالجة الإحصائية:

لمعالجة البيانات الإحصائية تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson) لحساب صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث.
٢. تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha) لحساب الثبات لأداة البحث.
٣. تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، لحساب درجة استجابات أفراد عينة البحث على عبارات ومحاور البحث.
٤. تم استخدام المتوسط الموزون حسب الجدول التالي:



د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

جدول (٥) استجابات العينة ودرجة الاستجابة

الاستجابة	أو افاق بشدة	أو افاق	محايد	لا أو افاق	لا أو افاق إطلاقاً
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

٥. تم تفسير المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة البحث، من خلال حساب طول الفئة كالتالي: حساب المدى (٥-٤)، وتقسيمه على عدد خلايا المقياس أي (٤/٥=٠,٨) وبعد الحصول على طول الفئة تم إضافتها لأقل قيمة في المقياس كما يلي:

- من (١,٠٠) إلى (١,٨٠) يشير إلى لا أوافق إطلاقاً.
- من (١,٨١) إلى (٢,٦٠) يشير إلى لا أوافق.
- من (٢,٦١) إلى (٣,٤٠) يشير إلى محايد.
- من (٣,٤١) إلى (٤,٢٠) يشير إلى أوافق.
- من (٤,٢١) إلى (٥,٠٠) يشير إلى أوافق بشدة.

نتائج الإجابة على أسئلة البحث:

الإجابة عن السؤال الأول: ما تأثير الإعلام الجديد على الأمن؟

للإجابة عن السؤال والتعرف على تأثير الإعلام الجديد على الأمن قام الباحث بحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتب لاستجابات مفردات البحث على عبارات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتب لاستجابات مفردات البحث  
على عبارات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن

م	العبرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
١٤	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب إثبات الذات.	٤.٣١	٠.٦٠٢	أوافق بشدة	١
٨	الإعلام الجديد له تأثير كبير على أفكار ومعتقدات المواطنين أثناء الأزمات.	٤.٣٠	٠.٥٨٦	أوافق بشدة	٢
٧	الإعلام الجديد يضخم من حجم وتأثير الأزمات.	٤.٢٨	٠.٥٥٤	أوافق بشدة	٣
٣	الإعلام الجديد يساعد في حل الأزمات.	٤.٢٧	٠.٥٧٥	أوافق بشدة	٤
٢	الإعلام الجديد يساعد في نشر الأزمات.	٤.٢٢	٠.٥٦٨	أوافق بشدة	٥
٩	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب التواجد في الأزمة.	٤.٢١	٠.٦٣٩	أوافق بشدة	٦
١١	الكثير من المواطنين لا يعتمدون على الإعلام الجديد في تجميع المعلومات أثناء الأزمات.	٤.١٧	٠.٦١١	أوافق	٧
٥	أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد لمعرفة الحقائق.	٤.١٥	٠.٦٥٦	أوافق	٨
٤	الإعلام الجديد يساعد بدرجة كبيرة في نشر الشائعات أثناء الأزمات.	٤.١٤	٠.٥٩٩	أوافق	٩
٦	أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد للتعليق على الأحداث.	٤.١٤	٠.٦٦٦	أوافق	٩م
١٣	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب المشاركة مع الآخرين في الرأي.	٤.١٤	٠.٦٦٩	أوافق	٩م
١٠	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب قلة تكلفته المادية.	٤.١١	٠.٦٦٨	أوافق	١٠
١	الإعلام الجديد غالبًا ما يصنع الأزمات.	٤.١١	٠.٦٦٩	أوافق	١٠م
١٥	سعي المواطنين نحو المشاركة في الإعلام الجديد أثناء الأزمات رغبةً منهم أن يكونوا مشاركين وليسوا متفرجين.	٤.٠٩	٠.٧٤٦	أوافق	١١
١٢	الكثير من المواطنين يمكثون وقت أطول أمام الإعلام الجديد في فترة الأزمات.	٤.٠٢	٠.٧٦٣	أوافق	١٢
	المتوسط العام	٤.١٨	٠.٤٢٢	أوافق	

\* درجة المتوسط الحسابي من (٥.٠٠).

د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

باستقراء الجدول السابق يتبين ما يلي:

أولاً: أفراد عينة البحث موافقين بدرجة كبيرة بشكل عام حول تأثير الإعلام الجديد على الأمن، حيث بلغ متوسط موافقتهم على محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن (٤.١٨ من ٥.٠٠)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي من (٤.٢٠-٣.٤٠)، والتي تبين أن خيار موافقة أفراد البحث نحو تأثير الإعلام الجديد على الأمن تشير إلى (أوافق) في أداة البحث.

ثانياً: يتبين من الجدول السابق أن هناك توافق في آراء أفراد البحث نحو تأثير الإعلام الجديد على الأمن، حيث تراوحت متوسطات موافقتهم على عبارات محور تأثير الإعلام الجديد على الأمن ما بين (٤.٠٢ إلى ٤.٣١)، وهي متوسطات تقع في الفئات الرابعة والخامسة من فئات البحث، والتي توضح أن درجة موافقة أفراد عينة البحث نحو تأثير الإعلام الجديد على الأمن تشير إلى (أوافق/ أوافق بشدة) على التوالي.

ثالثاً: تبين أن أفراد عينة البحث موافقين بشدة على (٦) من العبارات التي تقيس تأثير الإعلام الجديد على الأمن، حيث أن استجابة أفراد البحث على هذه العبارات جاءت في الفئة الخامسة التي توضح أن تأثير الإعلام الجديد على الأمن يشير إلى (موافق بشدة)، وقد قام الباحث بترتيب هذه العبارات حسب درجة الموافقة على النحو التالي:

- جاءت العبارة رقم (١٤) وهي (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب إثبات الذات)، في المرتبة الأولى) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٣١ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٨) وهي (الإعلام الجديد له تأثير كبير على أفكار ومعتقدات المواطنين أثناء الأزمات)، في المرتبة الثانية) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٣٠ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٧) وهي (الإعلام الجديد يضخم من حجم وتأثير الأزمات)، في المرتبة الثالثة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٢٨ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٣) وهي (الإعلام الجديد يساعد في حل الأزمات)، في المرتبة الرابعة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٢٧ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٢) وهي (الإعلام الجديد يساعد في نشر الأزمات)، في المرتبة الخامسة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٢٢ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٩) وهي (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب التواجد في الأزمة)، في المرتبة السادسة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٢١ من ٥.٠٠).

رابعاً: تبين أن أفراد عينة البحث موافقين على بقية العبارات التي تقيس تأثير الإعلام الجديد على الأمن، حيث أن استجابة أفراد البحث على هذه العبارات جاءت في الفئة الرابعة التي توضح أن تأثير الإعلام الجديد على الأمن يشير إلى (موافق)، وقد قام الباحث بترتيب هذه العبارات حسب درجة الموافقة على النحو التالي:

- جاءت العبارة رقم (١١) وهي (الكثير من المواطنين لا يعتمدون على الإعلام الجديد في تجميع المعلومات أثناء الأزمات)، في المرتبة (السابعة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.١٧ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٥) وهي (أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد لمعرفة الحقائق)، في المرتبة (الثامنة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.١٥ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (٦) وهي (الإعلام الجديد يساعد بدرجة كبيرة في نشر الشائعات أثناء الأزمات) والعبارة رقم (٦) وهي (أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد للتعليق على الأحداث) والعبارة رقم (١٣) وهي (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب المشاركة مع الآخرين في الرأي)، في المرتبة (التاسعة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.١٤ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١٠) وهي (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب قلة تكلفته المادية) والعبارة رقم (١) وهي (الإعلام الجديد غالباً ما يصنع الأزمات)، في المرتبة (العاشر) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.١١ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١٥) وهي (سعي المواطنين نحو المشاركة في الإعلام الجديد أثناء الأزمات رغبةً منهم أن يكونوا مشاركين وليسوا متفرجين)، في المرتبة (الإحدى عشرة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٠٩ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١٢) وهي (الكثير من المواطنين يمكثون وقتاً أطول أمام الإعلام الجديد في فترة الأزمات)، في المرتبة (الاثنتا عشرة) من حيث الموافقة على درجة تأثيرها بمتوسط مقداره (٤.٠٢ من ٥.٠٠).

الإجابة عن السؤال الثاني: ما أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات؟

للإجابة عن السؤال والتعرف على أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات قام الباحث بحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والترتب لاستجابات مفردات البحث على عبارات محور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتب لاستجابات مفردات البحث  
على عبارات محور دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

م	العبارة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
٨	الإعلام الجديد له تأثير كبير على أفكار ومعتقدات المواطنين أثناء الأزمات.	٤.٤٦	٠.٥٠١	أوافق بشدة	١
٦	أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد للتعليق على الأحداث.	٤.٤١	٠.٥٠٤	أوافق بشدة	٢
٣	الإعلام الجديد يساعد في حل الأزمات.	٤.٣٧	٠.٥٢٢	أوافق بشدة	٣
٥	أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد لمعرفة الحقائق.	٤.٣٣	٠.٥٣١	أوافق بشدة	٤
٧	الإعلام الجديد يضخم من حجم وتأثير الأزمات.	٤.٣٢	٠.٥١٦	أوافق بشدة	٥
١	الإعلام الجديد غالبًا ما يصنع الأزمات.	٤.٣١	٠.٥٤١	أوافق بشدة	٦
١٠	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب قلة تكلفته المادية.	٤.١٩	٠.٦٣٢	أوافق	٧
٢	الإعلام الجديد يساعد في نشر الأزمات.	٤.١٣	٠.٥٥٩	أوافق	٨
١٢	الكثير من المواطنين يمكثون وقتاً أطول أمام الإعلام الجديد في فترة الأزمات.	٤.١١	٠.٦٦٩	أوافق	٩
٤	الإعلام الجديد يساهم بدرجة كبيرة في نشر الشائعات أثناء الأزمات.	٤.٠٩	٠.٦٢٣	أوافق	١٠
١٥	سعي المواطنين في للمشاركة في الإعلام الجديد أثناء الأزمات رغبة منهم أن يكونوا مشاركين وليس متفرجين.	٤.٠٢	٠.٥٦٨	أوافق	١١
١٣	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب المشاركة مع الآخرين في الرأي.	٣.٨٩	٠.٧٢٤	أوافق	١٢

م	العبارة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
١٤	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب إثبات الذات.	٣.٤٤	٠.٧٨٥	أوافق	١٣
٩	إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب التواجد في الأزمة.	٣.١١	٠.٧١٢	محايد	١٤
١١	الكثير من المواطنين لا يعتمدون على الإعلام الجديد في تجميع المعلومات أثناء الأزمات.	٢.٦٩	٠.٨١٧	محايد	١٥
المتوسط العام		٣.٩٩	٠.٥٤٩	أوافق	

\* درجة المتوسط الحسابي من (٥.٠٠).

باستقراء الجدول السابق يتبين ما يلي:

أولاً: أفراد عينة البحث موافقين بدرجة كبيرة بشكل عام على أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث بلغ متوسط موافقتهم على محور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات (٣.٩٩ من ٥.٠٠)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي من (٣.٤٠-٤.٢٠)، والتي تبين أن خيار موافقة أفراد البحث نحو أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات تشير إلى (أوافق) في أداة البحث.

ثانياً: يتبين من الجدول السابق أن هناك تبايناً في آراء أفراد البحث نحو أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث تراوحت متوسطات موافقتهم على عبارات محور أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات ما بين (٢.٦٩ إلى ٤.٤٦)، وهي متوسطات تقع في الفئات الثالثة والرابعة والخامسة من فئات البحث، والتي توضح أن درجة موافقة أفراد عينة البحث نحو أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات تشير إلى (محايد/ أوافق/ أوافق بشدة) على التوالي.

ثالثاً: تبين أن أفراد عينة البحث موافقين بشدة على (٦) من العبارات التي تقيس أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث أن استجابة أفراد البحث على هذه العبارات جاءت في الفئة الخامسة التي توضح أن أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات يشير إلى (موافق بشدة)، وقد قام الباحث بترتيب هذه العبارات حسب درجة الموافقة على النحو التالي:



د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

- جاءت العبارة رقم (٨) وهي (الإعلام الجديد له تأثير كبير على أفكار ومعتقدات المواطنين أثناء الأزمات)، في المرتبة الأولى) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٤٦ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٦) وهي (أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد للتعليق على الأحداث)، في المرتبة الثانية) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٤١ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٣) وهي (الإعلام الجديد يساعد في حل الأزمات)، في المرتبة الثالثة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٣٧ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٥) وهي: (أثناء الأزمات يزداد إقبال الناس على الإعلام الجديد لمعرفة الحقائق)، في المرتبة الرابعة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٣٣ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٧) وهي (الإعلام الجديد يضخم من حجم وتأثير الأزمات)، في المرتبة الخامسة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٣٢ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (١) وهي (الإعلام الجديد غالبًا ما يصنع الأزمات)، في المرتبة السادسة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٣١ من ٥.٠٠).
- رابعاً: تبين أن أفراد عينة البحث موافقين على عدد (٧) من العبارات التي تقيس أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث أن استجابة أفراد البحث على هذه العبارات جاءت في الفئة الرابعة التي توضح أن أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات يشير إلى (موافق)، وقد قام الباحث بترتيب هذه العبارات حسب درجة الموافقة على النحو التالي:
- جاءت العبارة رقم (١٠) وهي (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب قلة تكلفته المادية)، في المرتبة السابعة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.١٩ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٢) وهي: (الإعلام الجديد يساعد في نشر الأزمات)، في المرتبة الثامنة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.١٣ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (١٢) وهي: (الكثير من المواطنين يمكنون وقت أطول أمام الإعلام الجديد في فترة الأزمات)، في المرتبة التاسعة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.١١ من ٥.٠٠).
  - جاءت العبارة رقم (٤) وهي: (الإعلام الجديد يساهم بدرجة كبيرة في نشر الشائعات أثناء الأزمات)، في المرتبة العاشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٠٩ من ٥.٠٠).

- جاءت العبارة رقم (١٥) وهي: (سعي المواطنين في للمشاركة في الإعلام الجديد أثناء الأزمات رغبة منهم أن يكونوا مشاركين وليس متفرجين)، في المرتبة (الإحدى عشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٤.٠٢ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١٣) وهي: (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب المشاركة مع الآخرين في الرأي)، في المرتبة (الاثنتا عشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٣.٨٩ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١٤) وهي: (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب إثبات الذات)، في المرتبة (الثالث عشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٣.٤٤ من ٥.٠٠).
- خامساً: تبين أن أفراد عينة البحث محايدون في موافقتهم نحو (٢) من العبارات التي تقيس أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، حيث أن استجابة أفراد البحث على هذه العبارات جاءت في الفئة الثالثة التي توضح أن أهمية الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات يشير إلى (محايد)، وقد قام الباحث بترتيب هذه العبارات حسب درجة الموافقة على النحو التالي:
- جاءت العبارة رقم (٩) وهي: (إقبال المواطنين على الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب التواجد في الأزمة)، في المرتبة (الرابع عشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٣.١١ من ٥.٠٠).
- جاءت العبارة رقم (١١) وهي: (الكثير من المواطنين لا يعتمدون على الإعلام الجديد في تجميع المعلومات أثناء الأزمات)، في المرتبة (الخامس عشرة) من حيث درجة الموافقة عليها بمتوسط مقداره (٢.٦٩ من ٥.٠٠).

#### نتائج الدراسة:

مما سبق يمكن تلخيص نتائج البحث فيما يلي:

- سعي المواطنون للمشاركة في الإعلام الجديد أثناء الأزمات رغبة منهم أن يكونوا مشاركين وليسوا متفرجين.
- الإعلام الجديد له تأثير كبير على النواحي الأمنية.
- لا تستطيع الجهات الأمنية مهما بلغت سيطرتها من التحكم في الإعلام الجديد.
- الإعلام الجديد يساهم بدرجة كبيرة في نشر الشائعات أثناء الأزمات.
- أصبح الإعلام الجديد من المعوقات الأمنية في إدارة الأزمات.
- الجهات الأمنية تستعين بالإعلام الجديد في رد الشائعات أثناء الأزمات.
- الكثير من المواطنين يمكنون وقتاً أطول أمام الإعلام الجديد في فترة الأزمات.

د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

- الأزمات التي لا يتناولها الإعلام يكون من السهل حلها.
- الكثير من المواطنين لا يعتمدون على الإعلام الجديد في تجميع المعلومات أثناء الأزمات.
- الإعلام الجديد يُضخّم من حجم وتأثير الأزمات.
- إقبال المواطنين نحو الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب قلة تكلفته المادية.
- الإعلام الجديد له تأثير كبير على أفكار ومعتقدات المواطنين أثناء الأزمات.
- إقبال المواطنين نحو الإعلام الجديد أثناء الأزمات من باب التواجد في الأزمة.

المحور الخامس: التوصيات والبحوث المقترحة:

أولاً: التوصيات:

- في ضوء ما تم استعراضه من أدبيات وما توصل إليه البحث من نتائج يمكن تقديم التوصيات التالية:
- توفير خبراء الأزمة قبل وقت سابق من أجل بناء علاقات الثقة المطلوبة واتخاذ القرار المناسب.
- التدريب على التقييم المعلوماتي والموقف بشكل مناسب وفوري، كيفية التعامل مع الشائعات، وتقييم الواقع والموارد المتاحة.
- دعم وتسهيل نشوء روابط أو حلقات تنسيق غير رسمية تلتقي فيها التدفّقات المعلوماتية ولا سيما تلك التي يطورها المواطنون.
- حشد المساعدة الخارجية وتنسيق جهودها إلى منطقة الأزمة، سواء كانت مقدّمة من الجيش أو منظمات اجتماعية أو خارجية أو دول، وإن لم تتلاءم أعمالهم مع هياكل السيطرة والقيادة المتبعة.
- أهمية تعلّم القادة كيفية العمل مع الإعلام، وإدارة الإعلام (MediaManage)، لذا ينبغي أن يوضح القادة إلى أين يتجه المجتمع، مع تقديم الإطار الذي يرسّخ تفكير وأفعال الأفراد على أرض الواقع.
- تدريب القادة وإكسابهم المهارات الخاصة بإدارة الأزمة وخصائص السلوك الإنساني المناسب.
- توفير مستلزمات الصحة الاجتماعية وفي مقدمتها الموارد، والتدريب على سيناريوهات الأزمة.
- إنشاء مراكز عمليات متقدّمة مهيأة لأن تأخذ زمام المبادرة في حالات الأزمات.
- العمل مع الإعلام والاتصال الفعال، واختيار متحدث رسمي مدرب جيداً وعالي المصداقية لإرسال رسائل موثوقة، مستمرة، صريحة، وواقعية، للتغلّب على الشائعات.
- تحدث الأزمات بسرعة؛ لذا ينبغي أن تكون الاستجابة فنيًا وإعلاميًا فورية وسريعة.

### قائمة المراجع العربية والأجنبية

- أبو عامود، محمد سعد (٢٠٠٩). الإعلام الأمني المفهوم.. الوظائف.. الأشكال، جامعة حلوان، مصر.
- أبو عامود، محمد سعد (٢٠١٣). العلاقات الدولية المعاصرة، دار الفكر الجامعي، مصر.
- الإعلام الأمني العربي قضايا ومشكلاته (٢٠٠١) أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض. "وسائل الإعلام"، موقع اليونسكو، راجع: <http://ar.unesco.org/partnerships/medias>.
- الإعلام والأمن (٢٠٠٦) أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض.
- المبادرة العلمية لتطوير الأداء الإعلامي الجامعي، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة الوظيفية.
- بوديفان، أندرو (٢٠٠٦). دور وسائل الإعلام في بناء الديمقراطية وتعزيزها، في المؤتمر الدولي السادس للديمقراطيات الجديدة والمستعادة "بناء القدرة في سبيل تحقيق الديمقراطية والسلام والتقدم الاجتماعي" الورقة رقم ١٠، الدوحة، قطر ٢٩ أكتوبر-١ نوفمبر.
- التميمي، جمال عبد الحي (٢٠١٦) الإعلام الأمني وضرورة تطوير أدائه، صحيفة الجزيرة، مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر، الرياض، راجع: <http://www.al-jazirah.com/2016/20160207/rj2.htm>
- الجحني، علي بن فايز (٢٠٠٠). الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- الجحني، علي بن فايز. (٢٠٠٥). مراكز البحوث ودورها في التصدي لمهددات الأمن، مركز الدراسات والبحوث، الأمن الفكري، ١٩٤-١٧٥، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الحديدي، منى (٢٠١٧) الإعلام ومواجهة الأزمات، جريدة Arab Media & Society، ع ٢٥٤، ١٧ فبراير.
- خضور، أديب (٢٠٠٨) الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، سلسلة المكتبة الإعلامية، ط ٢، دمشق.
- الدوري، محمد ناصر (٢٠١٤). التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الوعي بالقضايا الداخلية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد: بغداد.
- الشعلان، فهد احمد (٢٠٠٢). إدارة الأزمات الاسس والمراحل والأليات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- الشمري، محمد (٢٠١٨). تأثير الإعلام الجديد على الأمن الأسري، المجلة الإلكترونية الشاملة، العدد (٦).
- صادق، عباس (٢٠٠٨). الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل - والتطبيقات، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان.
- صالح، سليمان (١٩٨٢-١٩٩٢). الإعلام والتطور الديمقراطي في مصر، المؤتمر السنوي الأول للباحثين الشباب: التطور السياسي في مصر ١٩٨٢-١٩٩٢، محمد صفى الدين خربوش (محرر)، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ١٩٩٤.
- صلاح، عبد الحميد (٢٠١٣) الإعلام وإدارة الأزمات، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.



د. عبدالله علي العسيري ، دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات

عثمان، عبد الرحمن أحمد (١٩٩٥) مناهج البحث العلمي وطرق كتابة الرسائل الجامعية، دار جامعة إفريقيا العالمية للنشر، الخرطوم.

مصطفى، هويدا (٢٠١٨) دور الإعلام قبل وأثناء وبعد الأزمات والصراعات المسلحة، Arab Media & Society، العدد ٢٥.

نصر، وسام (٢٠١٥). مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات دراسة حالة لأزمة وباء إنفلونزا الخنازير.

المراجع الأجنبية:

Beaudoin,C.E.(2008):Explaining the Relationship between Internet Use and Interpersonal Trust:Taking into Account Motivation and Information Overload.Journal of Computer-Mediated Communication,13(3):550-568(2008)

Zarella,D.(2010).The Social marketing.O'Reilly Media

