

New Media Role in Social Crisis Management 'The Crisis of Illegal Immigration as a Model'

Mustafa Hameed Kadhem Altaa^{1,*}, Alaa Zuhir Al Rawashdeh^{1,2} and Nasrelden Abdelqader Othman¹

¹College of Mass Communication, Ajman University, UAE

²Al Balqa Applied University, Jordan

Received: 20 Mar. 2020, Revised: 15 May 2020, Accepted: 20 Jun. 2020.

Published online: 1 Dec. 2020.

Abstract: It progressed to the multiplicity and complexity of crises resulting from the development of lifestyles, the entry of international societies, the era of digital communication and industrial intelligence, and as a result, those interesting scenes were transferred to poor societies that lack the awareness necessary to analyze viewing processes, which push young people to adventure and traverse the seas and oceans to change patterns Their lives without possessing the specializations, skills, experience and funds needed for them to change, which led to major problems that are being discussed at the international, regional and national levels to address this problem and the resulting effects.

Therefore, one of the objectives of the research was to shed light on illegal immigration as an international problem with national privileges, and to identify the role that the new media plays in limiting its harmful effects and its employment potentials. Addressing the effects of the illegal immigration problem. The research has reached a number of findings and recommendations. one of the important:

- The results from the applied study showed that 38% of the sample are interested in social crises, 20% are concerned with economic crises, 19% are concerned with health crises, and only 19% are concerned with political crises, and 5% are concerned with other crises. This confirms that social crises are more important to respondents than other crises
- The results of the applied study showed that 37% of the study sample believe that illegal immigration has negative effects on the immigrant and the society to which he migrates and the society from which he migrates, compared to 24% believe that the immigrant is the one who is affected. And it turns out that 22% believe that the society to which the immigrant migrates is the one who will be affected. And 17% considered the immigrant community the only victim and the affected.
- The results of the study indicated that the majority of the respondents call for conducting research and studies to find out the causes and motives of migration and organizing information campaigns to educate young people about the negative effects resulting from it. As the percentage of those who believe in this treatment reached 56% of the study sample.

By this we come to a conclusion concluding that the new media channels have a major role in managing the migration crisis, but this role depends on employing communication sites in every country in a national media program that creates sites supervised by influential young professionals to form a public opinion that rejects illegal immigration.

Key words: Crisis, New Media, Crisis Management, Crisis Communications. Interactive communication. Social crisis.

*Corresponding author e-mail: M.kadhem@ajman.ac.ae-altaamhk@gmail.com

دور الإعلام الجديد في إدارة الأزمات الاجتماعية" أزمة الهجرة غير الشرعية نموذجاً"

د. مصطفى حميد الطائي¹، أ.د. علاء زهير الرواشدة²، د. نصرالدين عبد القادر عثمان³

1 كلية الإعلام - جامعة عجمان - الامارات العربية المتحدة.

2 (جامعة عجمان - الامارات) (جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن).

3 كلية الإعلام - جامعة عجمان - الامارات العربية المتحدة.

المخلص: نظراً لتعدد وتعدد الأزمات الناتجة عن تطور أساليب الحياة ، ودخول المجتمعات الدولية الحديثة عصر الاتصال الرقمي والذكاء الصناعي ، ونتج عن ذلك تشعب شبكة الانترنت وتطبيقاتها ، وما أفرزه الإعلام الجديد من قنوات ومواقع تكشف مجريات الحياة وأساليب عيش المجتمعات الغربية ، وتنقلها الى الشباب بأنماط رفاهية مضخمة ، وانتقلت تلك المشاهد المشوقة الى المجتمعات الفقيرة التي تفتقر الى الوعي الازم لتحليل عمليات المشاهدة ، التي تدفع الشباب الى المغامرة واجتياز البحار والمحيطات لتغيير أنماط حياتهم دون امتلاكهم التخصصات والمهارات والخبرات والأموال اللازمة لهذا التغيير، مما أدى إلى مشكلات كبيرة أوضحت تناقض على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية لمعالجة هذه المشكلة والآثار الناتجة عنها.

لذلك كان من أهداف البحث تسليط الضوء على الهجرة غير الشرعية باعتبارها مشكلة دولية لها امتدادات إقليمية وطنية، والتعرف على الدور الذي يلعبه الاعلام الجديد في الحد من آثارها الضارة وامكانيات توظيفه لمعالجة الآثار الناتجة عن مشكلة الهجرة غير الشرعية، وقد توصل البحث الى عدد من النتائج والتوصيات كان من أهمها:

-أظهرت النتائج المستخلصة من الدراسة التطبيقية ان 38% من العينة يهتموا بالأزمات الاجتماعية و20% يهتموا بالأزمات الاقتصادية و19% اهتموا بالأزمات الصحية ولم يهتم بالأزمات السياسية سوى 19% وكان هناك 5% يهتموا بأزمات أخرى. مما يؤكد ان الأزمات الاجتماعية تعد أكثر أهمية للمبشرين مقارنة بالأزمات الأخرى

-أوضحت نتائج الدراسة التطبيقية ان 37% من عينة الدراسة يعتقدون ان للهجرة غير الشرعية آثار سلبية على المهاجر والمجتمع الذي يهاجر إليه والمجتمع الذي يهاجر منه، مقابل 24% يعتقدون ان المهاجر هو من يتأثر. وتبين ان 22% يرون ان المجتمع الذي يهاجر اليه المهاجر هو الذي سوف يتأثر. وكان هناك 17% يعتبرون مجتمع المهاجر هو المتضرر والمتأثر الوحيد.

-أوضحت نتائج الدراسة ان غالبية المبشرين يدعون إلى إجراء بحوث ودراسات لمعرفة أسباب ودوافع الهجرة وتنظيم حملات إعلامية لتوعية الشباب بالآثار السلبية الناتجة عنها. حيث بلغت نسبة من يعتقدون بهذه المعالجة 56% من عينة الدراسة.

وبذلك نصل الى خلاصة استنتاجية تفيد بأن لقنوات الإعلام الجديد دور كبير في إدارة أزمة الهجرة، إلا أن هذا الدور يعتمد على توظيف مواقع التواصل في كل دولة في برنامج إعلامي وطني ينشأ مواقع يشرف عليها محترفين من الشباب المؤثرين لتشكيل رأي عام رافض للهجرة غير الشرعية.

الكلمات المفتاحية: الأزمة - الإعلام الجديد - إدارة الأزمة - اتصالات الأزمة، الاتصال التفاعلي، الأزمات الاجتماعية.

1 المقدمة

الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الاجتماعية من المتغيرات المهمة في المجتمعات الحديثة بعد أن أصبح الإعلام الجديد من أهم القنوات المؤثرة في المجتمعات الحديثة، لأنه يمتلك الخصائص التقنية والفنية والموضوعية التي تؤهله لفرض واقع جديد لم تألفه البشرية من قبل، فالتنوع والبساطة وقلة التكلفة وسهولة الحمل والاستخدام وشمولية الخدمات التي يقدمها للمستخدم، جعله أداة بيد الصغير والكبير، وحولته إلى منافس قوي لوسائل الإعلام التقليدية التي تقتصر إلى العديد من هذه الخصائص والميزات. لذلك سارعت العديد من المجتمعات المتقدمة إلى استثمار قنوات الإعلام الجديد للتعامل مع الأزمات الاجتماعية وبخاصة أزمة الهجرة غير الشرعية. وإدارة الأزمات" ذلك العلم الذي أصبح يمثل أساساً من أساسيات ودعائم عملية التنمية المستدامة، ونتيجة لذلك أوضحت المجتمعات الحديثة تحتاج إدارة رشيدة للأزمات لضمان الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة.

في إطار عملية تتكامل فيها الأجهزة والأدوات الحديثة والامكانيات المادية والبشرية التي توجه نحو مواجهة الأزمات والتحديات التي تواجه المجتمع.

لهذه الأسباب أصبح موضوع إدارة الأزمة أحد أهم مواضيع الإدارة في العصر الحديث. كما أن تعبير "إدارة الأزمة" يثير الجدل سواء من ناحية تطبيقه أو من ناحية جدواه.. لكن الواقع العلمي أثبت أهمية اللجوء إلى هذا الأسلوب كنتيجة لتطور ظروف الحياة وتعقد مجالاتها. لذا فإن أسلوب إدارة الأزمة قد أصبح ضرورة لمواجهة حالات الطوارئ والمتغيرات السريعة، والتي تؤثر تأثيراً بالغاً على المصالح القومية؛ (الخصيري، 1990: 19) وهذا يؤكد أهمية الدراسة.

إن دراسة وتحديد مفهوم "الأزمة" يعد من العوامل الأساسية التي مهدت لظهور هذا العلم الحديث، الذي وصف في كثير من الأحيان بأنه "علم الأزمة الاجتماعية" يختلف باختلاف الاتجاهات النظرية داخل هذا العلم؛ وذلك لتباين رؤيتها لطبيعة الواقع الاجتماعي ككل ما بين رؤية محافظة، وأخرى راديكالية. حيث ترى الرؤية المحافظة والمتمثلة في: البنائية الوظيفية من خلال إميل دوركايم، وتالكوت بارسونز، وروبرت ميرتون إضافة إلى الرؤية الوظيفية المحدثة في دراسة الأزمات والمتمثلة في "مارك جولد"، أن الجانب الإيجابي المتوازن والمستقر دائماً من الواقع الاجتماعي، في حين ترى الرؤية الراديكالية والمتمثلة في المادية التاريخية التي تجسد التيار الراديكالي الكلاسيكي؛ والاتجاهات النقدية الحديثة وتمثل التيار الراديكالي الحديث أن الجانب السلبي في الواقع الاجتماعي، وتسعى إلى محاولة تغييره وتجاوزه إلى حالة أكثر تقدماً ومثالية.

فعلم الاجتماع يمتلك مداخل نظرية لها القدرة على تحليل الأزمة أكثر من العلوم الاجتماعية الأخرى من منطلق أنه كعلم قد نشأ خلال الربع الأول من القرن التاسع عشر في أوروبا نتيجة لأزمات اجتماعية اقتصادية وسياسية عايشها المجتمع الأوروبي، ومن ثم كان من الطبيعي أن تكون لهذا العلم تصورات خاصة حول هذه الأزمات من حيث تشخيص ملامحها الأساسية، وعواملها، ومظاهرها، وأساليب التعامل معها وكذلك منظوره الخاص لمعنى الأزمة ومفهومها ودلالاتها. (نجلاء راتب، 1996: 37)

2 الاطار العام للبحث

أولاً: مشكلة البحث وأهميتها: تتضح مشكلة البحث من الآثار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والنفسية المتداخلة للإعلام الجديد، الذي فاجأ العديد من المجتمعات بالسرعة والشمولية، وشدة الآثار التي خلفها في المجتمعات التي لم تتحسب لهذا المتغير التقني الكبير، الذي دخل إلى الحياة الاجتماعية وأحدث تغيرات في المنظومات القيمية والعلاقات الاجتماعية بشكل غير مسبوق. فالتطورات السريعة التي حصلت في الاتصال الرقمي، أدت إلى تحولات وتغيرات كانت لها تداعيات مركبة شديدة التعقيد كالهجرة غير الشرعية التي راح ضحيتها الآلاف جميعهم من المجتمعات النامية، وتحولت هذه المشكلة إلى أزمة اجتماعية، أضحت تقلق المجتمع الدولي بأسره، وكان ذلك مبرراً للقيام بهذا البحث.

ثانياً: أهداف البحث: يمكن تلخيصها بالنقاط الآتية:

1. تشخيص العلاقة بين الإعلام الجديد وأزمة الهجرة غير الشرعية.
2. تقصي دور الإعلام الجديد في إثارة الأزمات وإدارتها.
3. البحث بدور الاعلام الجديد في إدارة أزمة الهجرة غير الشرعية.
4. التوصل إلى نتائج وتوصيات تسهم في مواجهة الآثار السلبية الناتجة عن الهجرة غير الشرعية.

ثالثاً: تساؤلات البحث: يجيب البحث عن التساؤلات الآتية:

1. ما هو الإعلام الجديد وماهي القنوات والمواقع التي يتكون منها؟
2. هل هناك علاقة بين الإعلام الجديد وتضخم أزمة الهجرة غير الشرعية؟

3. ما هو دور الإعلام الجديد في أزمة الهجرة غير الشرعية؟

4. ما حقيقة دور الاعلام الدولي في إدارة أزمة الهجرة غير الشرعية؟

5. هل هناك إمكانيات لاستثمار الإعلام الجديد في مواجهة الهجرة غير الشرعية والحد من أثارها.؟

رابعاً / منهجية البحث: يستخدم الباحث المنهج الوصفي لتوصيف مجتمع البحث وتشخيص مشكلة دور الاعلام الجديد في الهجرة غير الشرعية، والمنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية واستخلاص النتائج.

خامساً/ أدوات البحث: بما أن البحوث الوصفية تعتمد على الأساليب المسحية، كانت "الاستبانة" أفضل وسيلة لجمع المعلومات والبيانات في البحوث الوصفية وفضلا عن ذلك تم استخدام الملاحظة العلمية أداة لتشخيص مشكلة البحث من خلال الاستدلال من ظواهر الهجرة غير الشرعية الى الأزمة الدولية للهجرة باعتبارها مشكلة تتطلب البحث والتقصي.

(عقيل، حسين، 2014)

سادساً/ حدود البحث:

- **الحدود الموضوعية:** يلتزم البحث بالحدود الموضوعية لموضوع البحث: الموسوم بدور " الإعلام الجديد في إدارة الأزمات الاجتماعية " أزمة الهجرة غير الشرعية نموجاً" لذلك سيتم تناول الاعلام الجديد بتطبيقاته وقنواته الرئيسية الشائعة لدى الجمهور سيما ان هذا الاعلام لا يقتصر على موقع أو قناة أو شبكة وانما يشمل كل ما يرتبط بشبكة الانترنت ويستخدم من الجمهور.

- **الحدود المكانية:** "يلتزم البحث بالحدود الجغرافية لدولة الامارات العربية المتحدة باعتبارها مجتمعاً للبحث. حيث يتكون مجتمع الامارات من سبع امارات اتحادية تمتد على ساحل الخليج العربي.

- **الحدود البشرية للبحث:** يتحدد بعينة البحث من العاملين في الإعلام الخاص والعام والدارسين في الحقول الإعلامية والناشطين بمواقع التواصل الاجتماعي بدولة الامارات العربية المتحدة.

- **الحدود الزمنية:** يلتزم البحث بالحدود الزمنية التي تمت فيها إجراءات البحث النظرية والتطبيقية وإجراءات التحكيم والتعديل والنشر والتي امتدت من 2019 إلى 2020 م.

3 الاطار النظري للبحث

أولاً/ الدراسات السابقة ومناقشتها.

الدراسات المتعلقة بالإعلام الجديد وإدارة الأزمات حديثة وقليلة عند مقارنتها بالبحوث والدراسات الاجتماعية والنفسية والتاريخية، وذلك لحدثة الإعلام الجديد في الحياة الاجتماعية، وحتى الدراسات المتعلقة بالإعلام التقليدي إلا أن ذلك لا يمنع من تناول بعض الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوعات تقترب في بعض جوانبها من هذا البحث ودراسته الميدانية وأشير إلى أهم الدراسات التي اطلعت عليها بمايلي:

- **دراسة وجدي حلمي (حلمي وجدي، 2013)** والتي كانت بعنوان: دور وسائل الاعلام الحديثة في التوعية بمواجهة الازمات الأمنية، حيث اقتربت هذه الدراسة من دراستي بتناولها موضوع الأزمة وأهميتها وادارتها، الا انها ركزت على الجوانب الأمنية وناقشت أهمية وسائل الاعلام في التوعية بكيفية مواجهة الازمات الأمنية. ولم تتطرق إلى الازمات الاجتماعية، وكيفية ادارتها لحماية النسيج الاجتماعي، الذي يعد ضماناً لسيروية المجتمع وتقدمه.

- **دراسة بن عربي يحيى (بن العربي يحيى، 2016)** حيث تناولت دراسة بن العربي يحيى دور الاتصال في إدارة الازمات بشكل عام، تجدر الإشارة الى أن الأزمات على اطلاقيتها موضوع كبير متعدد الجوانب والاتجاهات، لذلك اختلفت دراستي عنها

بالتركيز على الأزمات الاجتماعية، باعتبار المجتمع يمثل الإطار المحرك لكافة الأنشطة الحياتية، لذلك كانت دراستي أكثر تخصيصاً بتناولها دور الاعلام الجديد في إدارة الازمات الاجتماعية، كما اختلفت بالعديد من الجوانب النظرية والتطبيقية.

- **دراسة نعمان فهد (نعمان فهد، 2012)** وكانت بعنوان: أثر التدريب على مقدره المؤسسات الدولية العاملة في قطاع غزة على إدارة الازمات، وعلى الرغم من أن هذه الدراسة اعتمدت منهجية تطبيقية على عينة من العاملين في إدارة الازمات، الا انها ركزت على أهمية التدريب للعاملين في المؤسسات والمنظمات الدولية في إدارة الازمات، ولم تتناول إدارة الازمات الاجتماعية، فضلاً عن انها لم تتناول الإعلام الجديد.

ثانياً / المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالبحث:

- **الازمة:** حالة أو موقف أو ظرف يتعرض له فرد أو مؤسسة أو دولة أو جماعة أو مجتمع يتطلب التخطيط والإعداد المسبق، لمواجهة الحالة أو الموقف الذي قد يطول أو يقصر من خلال حشد الإمكانيات المادية والمعنوية لإدارته والخروج منه بأقل تكلفة. ويقاس النجاح في إدارة الأزمة بالنتائج التي تترتب على الخروج منها بأقل الخسائر.

ويعرفها الباحث الفرنسي في اتصال الازمات باتريك لغاتيك بأنها: "الحالة التي تكون عليها مجموعة من المؤسسات في مشاكل وانتقادات وضغوط خارجية قوية، قد تتوسع في الداخل وتستمر لمدة طويلة، ضمن مجتمع جماهيري تتيح له وسائل الاتصال الجماهيرية التغطية الإعلامية لها (Lagadec., Patrick. 1986) ويمكن أن تعبر الأزمة عن انشقاقات عنيفة في العلاقات بين الفاعلين أو الأطراف المشتركة في الأزمة، تتطلب اليقظة، داخل مناخ شديد التقلب والتعقيد والتردد من حيث صيرورة الأحداث ونتائج اتخاذ القرارات المتعلقة بإدارة الأزمة وخطورة نتائجها وحجم الآثار الناتجة منها (الطائي مصطفى حميد، 2017: 176).

قد تكون حدث مفاجئ أو حدث متوقع تتداخل فيها الظروف والمتغيرات وتحدث حالة من القلق والارباك والتوتر تتطلب وجود إدارة استراتيجية تأخذ على عاتقها دراسة الموقف واتخاذ الإجراءات الضرورية للخروج من الأزمة بأقل التكاليف (عياد، خيرت، 2012: 150).

تجدر الإشارة الى ان إدارة الازمة تتطلب المقدرة والأهلية على اتخاذ قرارات وإجراءاته سريعة في بعد الحالات، وقد يتم الخرج من الأزمة بوقت مبكر وقد يطول أمد الأزمة إلى سنوات وقد تتطور الأزمة لتشمل مختلف مجالات الحياة، وعندما تكون على مستوى دولة قد تتطور الى صراع.

- **اتصال الأزمة:** هو عملية مشاركة تتطلب الاشتراك في وحدة الرموز اللغوية، لأن إجابة استخدام الرموز اللغوية الوظيفية وفهم مدلولاتها ومعانيها من قبل الأطراف المتفاعلة في التواصل، هو الذي يحقق المشاركة بالمعاني، بما يؤدي إلى تنشيط التواصل وتقوية وأاصر العلاقات الاتصالية بين مدير إدارة الأزمة وأدوات إدارة الأزمة من جهة وبين الإدارة والجمهور من جهة ثانية (الطائي مصطفى حميد 2013: 18-19).

الإعلام الجديد: يعد الاعلام الجديد من نتاج ثورة الاتصال الحديثة، التي طورت تقنياتها وآليات عملها في ورش ومعامل الجامعات، وظهرت على شبكة الانترنت بنهاية القرن العشرين بأشكال مختلفة: مواقع الكترونية ومدونات ومحركات بحث وقنوات للاتصال والتواصل...وقد أثارت هذه التطورات جدلاً واسعاً بين الباحثين والمهتمين حول تسميتها ووظائفها وآثارها ومستقبل تنافسها مع الإعلام التقليدي وأبعاد تطورها على الأفراد والمجتمعات (الطائي مصطفى، 2015)

ثالثاً/ تحديد مفهوم الاعلام الجديد وأنواعه:

التسميات المتعلقة بالإعلام الجديد مازالت مثار جدل ونقاش بين الباحثين حول تأصيل المفاهيم المتعلقة بها، لأنها أظهرت مفاهيم ومصطلحات متعددة تمثل اتجاهات مختلفة، وكان من أبرز اصطلاحاتها: " الإعلام الجديد، ومواقع التواصل الاجتماعي، والإعلام البديل، ومواقع الاتصال الإلكتروني... الخ

وتأسيساً على ما تقدم فإن الاختلاف في التسميات انعكس على تعريف هذه التطورات في الإعلام الجديد. ونتيجة لذلك ظهرت العديد من وجهات النظر حول توصيف وتعريف الإعلام الجديد، كان أهمها التعريف الذي ورد في قاموس ليستر الذي عرف الإعلام الجديد بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الإتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. بينما يعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمية على أنه: العملية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي: الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة، ويتكامل هذه العناصر تم انشاء العديد من مواقع الاتصال والتواصل (الطائي مصطفى، 2015) .

أنواع قنوات ومواقع الإعلام الجديد:

تعددت تصنيفات وأنواع الإعلام الجديد مع تعدد وتنوع قنواته، ويمكن الإشارة هنا إلى أنه من الصعب وضع تصنيف محدد لأنواع قنوات ومواقع الإعلام الجديد، وذلك لأن التطورات التقنية الحديثة مستمرة بشكل متواصل في إضافة مواقع وقنوات جديدة دون توقف. وان هذا الإعلام مازال في مرحلة التشكيل والتأسيس والتأصيل الفكري. وعلى الرغم من ذلك يمكن بيان بعض المواقع والقنوات المكونة للإعلام الجديد بالآتي:

1- الفيس بوك face book -2 مواقع ماي سبيس My Space 3 - المواقع والمدونات 4- الويكي Wiki 5- البودوكاست 6- الم. منتديات 7- مجتمعات المحتوى 8- موقع يوتيوب 9- موقع Flaker 10- التدوين المصغر Micro blogging 11- تويتر- الفايبر - فليكر - تمبلر - بلارك - أوركوت - ماي سبيس - ميكسي... الخ

إلا أن هناك تصنيفات أخرى نذكر أهمها بمايلي (شينا كأيسر وآخرون، 2014:11).

يذهب الفريق الأول الى تصنيف مواقع التواصل وفقاً للمنصات الشائعة لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك- وتويتر- لنكدان وفليكر- بلوغر- فيمو-يوتيوب- بامبوزر-انستغرام- غوغل بلس - والمدونات بساعاتها واستخداماتها المختلفة.

ويذهب الفريق الثاني الى التصنيف الآتي:

- مواقع التواصل الاجتماعي بتعددتها ومستويات استخدامها وشيوعها والآثار الإيجابية والسلبية المترتبة عن استخدامها.
- الصحف والمجلات الالكترونية، التي أضحت أكثر شيوعاً من الصحف والمجلات الورقية، فكل صحيفة أو مجلة أصبح لها موقع إلكتروني، فضلاً عن العديد من الصحف والمجلات الالكترونية التي ليست لها إصدارات ورقية.
- قنوات الإذاعة والتلفزيون على شبكة الأنترنت التي أضحت تجذب طيفاً واسعاً من الجماهير وخاصة فئة الشباب.
- ألعاب الفيديو وهي من الوسائل التي أضحت تستقطب استثمارات مالية كبيرة على المستوى الدولي، بعد أن طورت من أدواتها وأساليبها لتصبح صناعة كبيرة، لها قاعدة جماهيرية واسعة تنذر بآثار اجتماعية وثقافية وصحية كبيرة.

رابعاً / دور الإعلام الجديد في إدارة الازمات الاجتماعية:

أصبح الإعلام الجديد يمثل أهمية كبيرة للأفراد والمؤسسات والمجتمعات والدول في المجتمع الدولي الحديث، وذلك لمقدرته على التأثير بمختلف المستويات الاجتماعية، وان سرعة التطورات وما نتج عنها من متغيرات اتسمت بالآنية والشمولية ، ترتب عليها ظهور فوارق كبيرة بين المجتمعات والطبقات الاجتماعية في المجتمع الواحد، الأمر الذي تسبب بمشكلات اجتماعية زلحفة شملت مختلف الدول بآثارها كما في مشكلة الهجرة الداخلية من القرى والارياف الى المدن الكبيرة، التي أضحت تعاني من التضخم السكاني الكبير والبطالة وأزمات مزمنة بمختلف الخدمات.

والهجرة الخارجية من الدول الفقيرة الى الدول الغنية، التي شهدت منحنيات متصاعدة القت بظلالها على العلاقات الدولية، وتحولت إلى أزمة عالمية تسببت في ظهور العديد من المشكلات الاجتماعية: للمهاجرين والمجتمعات التي يهاجرون اليها والمجتمعات التي يهاجرون منها.

وكان للإعلام الجديد بمختلف مواقعه وقنواته الرقمية دوراً كبيراً في مشكلة الهجرة غير الشرعية، وما نتج عنها من أزمات اجتماعية، تحتاج إلى استخدام أحدث وسائل الاتصال والتواصل لإدارتها والحد من الآثار والتداعيات الناتجة عنها. لذلك تنبتهت العديد من الدول والمؤسسات الوطنية والدولية إلى استثمار الاعلام الجديد في إدارة أزماتها الاجتماعية ومنها أزمة الهجرة غير الشرعية. وذلك لأن الإعلام الجديد أضحي يلعب أدواراً مختلفة متوافقة أو متعارضة، حيث يمكن استغلاله في إثارة الأزمات وتضخيمها وتوجيهها لتحقيق أهداف عدوانية ضد الخصوم. وبالإمكان استثمار هذا الإعلام المؤثر في إدارة الأزمات بمختلف أنواعها لإيجاد حلول ومخرجات إيجابية للمشكلات ، سيما وان الإعلام الجديد يمتلك وسائل متعددة سهلت الاستخدام متاحة للجميع أنياً، وفي ذات الوقت أصبحت أداة للتفاعل بين الأزمة والعديد من أطرافها، وحتى لمن لم يكن طرفاً مباشراً فيها، ومما يزيد من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية الحديثة ، ان الصمت والتعتيم لم يعد ممكناً في المجتمعات الحديثة ، لأن وسائل النشر والبيث الإعلامي المباشر أصبحت متاحة وحاضرة في كل زمان ومكان من العالم، وجاهزة لتغطية أي حدث أو أزمة مهما تفاوتت في حدتها أو حجمها، فعلى سبيل المثال: كان يمكن في الماضي للسلطات في أية دولة من دول العالم أن تمنع نشر المعلومات بشأن أية كارثة أو أزمة قد تقع في محيط الدولة ، أما اليوم فلم يعد ذلك ممكناً لظهور ما سمي بالصحفي المواطن الموجود في كل مكان ، ولديه إمكانية نقل الأحداث تحت أي ظرف مباشرة دون أية معوقات ،لأن شبكة مواقع التواصل تغطي العالم أكثر من أية وكالة أنباء دولية مهما كان حجمها (الحديدي، منى، 2018).

أضحت وسائل الإعلام الجديدة على مدار السنوات الماضية جزءاً متكاملًا من التواصل البشري، كوسيلة لإقامة العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، كونها وسيلة لتبادل المعلومات والمشاركة في إنشائها. وتأتي هذه الوسائل الجديدة كمنصات اتصالية مستخدمة في مجال إدارة الأزمات، وقد أثبتت العديد من الدراسات العلمية استخدام الإعلام الجديد كوسائل لإيصال معلومات الأزمات وبيث رسائل التنبيه للفئات المستهدفة، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً تواصل ومؤثراً في التنبيه والتحذير ضد الأزمات المحتملة (Susanna Nilsson. Maribel Nargane. Jiri Trnka, 2012)

خامساً: التخطيط للتحرك الإعلامي في إدارة الأزمات اجتماعية (أزمة الهجرة نموذجاً).

التخطيط الإعلامي استعار مفهومه وأسس من التخطيط العام، إلا ان التخطيط الإعلامي يختلف عن التخطيط للأنشطة الحياتية الأخرى ، لأن التخطيط الإعلامي يتصف بالسرعة و الشمولية حيث يجمع بين العمل الآني الذي يتطلب سرعة التحرك والسبق الصحفي، والرؤية المستقبلية التي تتطلب التفكير المتأن والتأمل والمراقبة والتعمق في البحث والتحليل، وعندما يرتبط التحرك الإعلامي بإدارة أزمة اجتماعية كالهجرة غير الشرعية ، فلا بد من وضع خطة استراتيجية تنقسم إلى مراحل أو خطط تكتيكية وفقاً للأسبقية وأولويات التنفيذ، بما يحقق الأهداف التي تقوم عليها هذه الخطة، تجدر الإشارة إلى ان التنفيذ يتطلب جهاز تنفيذي متخصص يستطيع تحويل الأفكار الواردة في الخطة إلى ممارسات تطبيقية من خلال استثمار الطاقات المتاحة وتطويرها لمتطلبات إدارة الأزمة بنجاح (جاعد حميد ،1998: 100).

متطلبات الخطط الاستراتيجية لإدارة الأزمات الاجتماعية بواسطة الإعلام الجديد:

ان مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد لم توظف في إدارة الأزمات وحل المشكلات في العديد من مجتمعاتنا العربية ، فاذا رجعنا إلى المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، نجدهم يبذلون جهوداً كبيرة ويهدرون الوقت والمال دون الاستفادة من تلك الجهود لخدمة المجتمع ، وذلك لعدم وجود خطة لاستثمار تلك الجهود في تنمية المجتمع وتقديمه، ومن جهة أخرى فان الاستخدام العشوائي

غير المستثمر يتسبب بمشكلات معوقة لتنمية وتقدم هذه المجتمعات، لذلك فإننا نقترح من خلال هذه الدراسة، وضع خطط استراتيجية لإدارة الأزمات الاجتماعية باستثمار مواقع التواصل الاجتماعي على أن تتكون من العناصر الآتية:

- انشاء مؤسسات لتنظيم وإدارة استخدام الأنشطة الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تستقطب هذه المؤسسات الناشطين بمواقع الإعلام الجديد وتوظيفهم بهذه المؤسسات المستحدثة، ورصد الحوافز التي تمكنهم من تطوير مهاراتهم وتوظيف انشطتهم العلمية والثقافية والفنية والسياسية والاقتصادية ... في الخطط التنموية للمجتمع.
- وضع مناهج وطنية للإعلام الجديد تبدأ من المراحل الدراسية الأولية وتنتهي بالتعليم العالي، لتخريج متخصصين في استخدام وإدارة مواقع التواصل والمواقع الالكترونية في الإعلام الجديد.
- وضع قوانين وتشريعات تنظم عمل هذه المواقع وتقنين المضامين المحلية بما يخدم المجتمع وتقدمه ورفاهيته.
- اشراك الناشطين بمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات التي تمر بها المجتمعات بعد تحديد الأدوار وتوزيعها على الناشطين في المجتمع حسب الرغبة والمهارة والخبرة وتدعيم نجاح هذه الممارسة بمحفزات مادية ومعنوية لإنجاح هذه التجربة.
- تأسيس محركات بحث وانشاء مواقع وطنية مسيطر عليها وطنياً كما في التجربة الصينية، لحصانة المستخدمين من المضامين الوافدة.
- تهيئة قياديين شباب من المؤثرين، وإعدادهم تقنياً وتربوياً وأخلاقياً ، لقيادة فرق لإدارة مواقع التواصل وتوجيهها بما يخدم المجتمع ومصالحه العليا.

الاعلام الجديد وإدارة أزمة الهجرة

على مدى السنوات الماضية يتشارك الشباب الحالمين بالهجرة وبأعداد غير مسبوقه، في تبادل المعلومات المتعلقة بالهجرة متخذين من مواقع التواصل وسيلة لتبادل المعلومات حول طرق الهجرة وكيفية الوصول لأرض الأحلام، حيث يلاحظ استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة لتعزيز أشكال وطرق الهجرة. حيث تقدم وسائل الإعلام الجديدة لهذه الفئات من الشباب معلومات وإن كان أغلبها غير صحيح، الا أنهم يلجئون إليها لإرضاء حلم الهجرة بداخلهم، خاصة وأن هذه الوسائل تسهل لهم تبادل الصور والفيديو وتكوين العلاقات الاجتماعية عبر الشبكات والمجتمعات الافتراضية لتعزيز الهويات المشتركة التي يحملون بها. توفر هذه المجتمعات والشبكات للشباب مساحة للتعبير عن الذات والاتصال والتواصل وتحقيق الرضا النفسي. كما توفر لهم نظرة مستقبلية حول كيفية بناء نظام معلوماتي وثقافي يكون داعماً لهم من أجل تحقيق حلم الهجرة.

خطط الطوارئ المتوقعة. بما يزيد من فرصة تحسين أنظمة إدارة الأزمات وبالتالي تقليل المخاطر. خاصة وأن الأزمات المتعلقة بالهجرة تعتبر من الأزمات المتوقعة والمعقدة في نفس الوقت، وهو ما يتطلب مبادرة لا نهاية لها، وإبداع، واتصال. نظرًا لأنها من الأزمات واسعة النطاق التي تهدد الدول التي يلجأ إليها المهاجرين (Cameron Gramsay : 1999)

الإعلام الدولي ومعالجة أزمة الهجرة

يتحمل الاعلام الدولي جانباً من المسؤولية المتعلقة بظاهرة الهجرة الجدلوية ،لأنه أسهم بشكل كبير في صناعتها من خلال الترويج لمجتمعات الرفاهية والحياة الخرافية التي تعيشها المجتمعات الغربية ، والتي كان القصد منها تحريض الشعوب الفقيرة على حكوماتها ، الا ان هذا الترويج شجع الملايين من أبناء المجتمعات الفقيرة على الهجرة وأسهم في صناعة الأزمة ، وعلى الرغم من ذلك لم يعالج الاعلام الدولي مسألة الهجرة بموضوعية وانما بأحكام مسبقة تتعلق بمجتمعاتهم التي هاجروا منها ، ففي صيف عام 1999، وصل عدة مئات من المهاجرين غير القانونيين إلى الساحل الغربي لكندا، مما أثار ما

وصفه العديد في وسائل الإعلام بأنه "أزمة" الهجرة واللجوء. وهو ما جعل وسائل الإعلام الدولي تعمل على تقديم معلومات وتحليل الأخبار التي تتناول مسألة الأزمة، خاصة وأن وسائل الإعلام الإخبارية تعمل على تقديم المعلومات المتعلقة بالهجرة واللجوء، مع تصوير المهاجرين على أنهم تجسيد للخطر المحدق بالدول التي يهاجر لها هؤلاء الشباب، بما يمثل معه تهديداً للأمن القومي والسياسي للدول التي تعاني من أزمات الهجرة. حيث يلاحظ تغطية الإعلام الدولي وتناوله السالب لأزمة اللجوء والهجرة وربطها بقضايا الإرهاب، وبالتالي نقل هذه المخاوف لقطاع واسع من المشاهدين حول العالم، علاوة على تصوير أن المهاجرين يزيدون من تفكك دولة الرفاهية، والتهديد المتصور للسيادة الإقليمية من خلال المهاجرين غير المرغوب فيهم.

(Joshua Greenberg & Sean Heir: 2001)

4 الدراسة الميدانية/ لدور الإعلام الجديد في إدارة الأزمات الاجتماعية:

أولاً/ مجتمع الدراسة: يوصف مجتمع الدراسة بالبيئة الاجتماعية التي تجرى فيها الدراسة، وبحسب هذا الوصف فإن المتخصصين في الإعلام والعاملين والدارسين فيه بدولة الامارات العربية المتحدة يمثلون مجتمع الدراسة الميدانية في الإطار الجغرافي والسكاني لمجتمع الامارات، حيث يتصف مجتمع الامارات بالتنوع الاجتماعي، كونه مركزاً اقتصادياً نشيطاً يحتضن نحو (200) جنسية من مختلف أنحاء العالم، ونتيجة لذلك يعد مثل هذا المجتمع من أصلح المجتمعات لموضوع البحث نظراً لكثرة المهاجرين اليه، ولتعدد وتنوع وسائل الإعلام وبخاصة قنوات الإعلام الجديد.

ثانياً/ عينة الدراسة: نوعها وحجمها وطريقة سحبها:

نوع العينة: تم اختيار العينة العمدية أو القصدية، لأن هذا النوع من العينات أكثر صلاحية لموضوع الدراسة، الذي يتعلق بالمتخصصين في الإعلام وليس جمهور عام، ولذلك فإن هذا النوع من العينات لا يتطلب أعداد كبيرة من المبحوثين.

حجم العينة: اختيار نوع العينة وتقدير حجمها يعتمد على خبرة الباحث وموضوع الدراسة، وبما ان مجتمع البحث من المجتمعات المتجانسة التي لا تحتاج إلى عينات كبيرة الحجم، فضلاً عن ذلك هناك معايير متعددة لحساب حجم العينة من بينها: الانحراف المعياري لمجتمع البحث وأحجام العينات في الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث، حيث تراوحت أحجام تلك العينات بين (50- 250) مبحوث من المتخصصين. وبالاستناد الى تلك المعايير تم تحديد حجم العينة بـ (100) مبحوث.

أسلوب سحب العينة: نظراً لخصوصية مجتمع الدراسة باعتباره مجتمع نوعي يتألف من المتخصصين بالإعلام، ولأن العينة قصدية تم اعتماد اسلوب السحب العشوائي لسحب (100) مبحوث من المتخصصين في الإعلام والعاملين بوسائل الإعلام المختلفة والدارسين في الاعلام بمختلف التخصصات الإعلامية والناشطين بمواقع التواصل الاجتماعي.

الإجراءات الميدانية:

يتناول موضوع الإجراءات الميدانية الخطوات الإجرائية الآتية:

- **تصميم استبانة الدراسة التطبيقية:** أعتمد البحث في إجراءاته الميدانية على إعداد صحيفة استبانة مفتوحة مغلقة، تألفت من خمسة عشر فقرة، وكما هو معلوم للباحثين ان هذا النوع من الاستبانة يتضمن أسئلة مغلقة يمكن تكميمها وتفريغها بجدول البحث التي يتم تصميمها وفقاً للتساؤلات التي تتكون منها صحيفة الاستبانة، والسؤال المفتوح يتيح للمستجوب حرية التعبير عن آرائه وميوله وموقفه من جميع الأسئلة المغلقة وبإمكانه أن يضع أية معلومات تتعلق بمشكلة البحث كما أن بإمكانه أن يطلب إيضاحات من القائمين على البحث.

- **اختبار الصدق:** اعتمد الباحث أسلوب اختبار الصدق الظاهري من خلال عرض فقرات استمارة الاستبانة المكونة من خمسة عشر فقرة على (5) خبراء من المتخصصين في الإعلام والعلوم الاجتماعية والنفسية، من ذوي الخبرات الطويلة في إعداد ونشر وتحكيم البحوث العلمية. فصلت الاستبانة على موافقة (5) محكمين (*)، بعد حذف فقرة وتعديل فقرتين، وبذلك استقرت الصحيفة على أربع عشر فقرة، حققت نسبة صدق مقدارها (93.3%) وهذه النسبة يعتد بها في إجراء الدراسات الميدانية.

وبذلك تكونت الاستبانة النهائية من أربعة عشر فقرة تم اخضاعها لاختبار الثبات.

- **اختبار الثبات:** تم استخدام أسلوب إعادة الاختبار لقياس ثبات الاستبانة، من خلال سحب عينة عشوائية من مجتمع الدراسة مقدارها (10) مبحوثين طبق عليهم الاختبار لأول، ثم أعيد عليهم الاختبار بعد اسبوعين، وبعد أن تمت المطابقة بين الاختبار الأول والثاني حصلت ثلاثة اختلافات في إجابة عينة الثبات وبحساب النسبة المئوية كانت نسبة التوافق (78.5%) وان هذه النسبة تؤهل الاستبانة للتطبيق على العينة الرئيسية للدراسة، والخروج بنتائج علمية يعتد بها في مثل هذا النوع من الدراسات.

ثالثاً/ الخصائص العامة لعينة الدراسة يوضحها الجدول الآتي:

الجدول (1) يوضح الخصائص العامة لعينة الدراسة.

النوع	العدد	النسبة %	العمر	العدد	النسبة %	مستوى التعليم	العدد	النسبة %	المهنة	العدد	النسبة %	الجنسية	العدد	النسبة %
ذكر	46	46%	18-27	48	48%	ابتدائي	2	2%	طالب	22	22%	مواطن	38	38%
انثى	54	54%	28-37	32	32%	ثانوي	36	36%	موظف	62	62%	وافد عربي	57	57%
-			38-47	12	12%	جامعي	56	56%	مهنة حرة	14	14%	وافد أجنبي	5	5%
-			48 فأكثر	8	8%	عليا	6	6%	عاطل	2	2%			
المجموع	100	100%		100	100%		100	100%		100	100%		100	100%

يوضح الجدول (1) المتعلق بالخصائص العامة لعينة الدراسة تفوق نسبة الاناث على الذكور في العينة، فقد بلغت نسبتهن 54% مقارنة بالذكور الذين شكلوا نسبة 46%، وهي ظاهرة اتسمت بها المجتمعات الحديثة، التي عاشت عصر التطورات التقنية ومنها مجتمع الامارات، كما أظهر الجدول ان الشباب بين (18-27) سنة يشكلون 48% وهذه النسبة تمثل حوالي نصف حجم العينة وهي من الظواهر الطبيعية الشائعة في المجتمعات الحديثة. وفي مستوى التعليم يكون حملة الشهادة الجامعية أكثر من نصف العينة حيث بلغت نسبتهم 56% مقارنة بالمستويات الأخرى وهي من الظواهر الطبيعية ايضاً باعتبار ان العينة من المتخصصين والعاملين والدارسين في مجالات الاعلام الجديد والتقليدي. وينطبق الحال نفسه على الموظفين الذين شكلوا الغالبية كما مبين في الجدول المذكور، وفي مجال جنسية المبحوث كان الوافدون العرب هم الغالبية، حيث بلغت نسبتهم 57% مقارنة بالمواطنين والوافدين الأجانب وقد تعود أسباب ذلك الى ان الاعلام بدولة الامارات يعتمد على اللغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية للبلد ونظراً لتعدد المؤسسات

الإعلامية في الدولة، وحاجة الدولة إلى من يدير الإعلام في هذه المؤسسات الى جانب المواطنين هم الوافدين العرب كانت نسبتهم هي الغالبة.

رابعاً/ عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

الجدول (2) يوضح مدى انتظام المبحوثين في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الاعلام الجديد.

ت	انتظام المتابعة النوع	نعم أتابع بانتظام		نعم بين الحين والآخر		لا اتابع		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	نكر	33	33%	11	11%	2	2%	46	46%
2	انثى	41	41%	12	12%	1	1%	54	54%
	المجموع	74	74%	23	23%	3	3%	100	100%

N DF Chi-Sq. P-Value

74 1 0.864865 0.352

يوضح الجدول (2) ان 74% يتابعون الإعلام الجديد بانتظام و23% بين الحين والآخر مقابل 3% لا يتابعون، مما يدل على ان هناك 97% من المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد، وان الغالبية منهم يتابع بانتظام. وتشير النتائج المتعلقة باختبار كاي تربيع ان قيمة P-Value عند مستوى الدلالة 0.05 تدل على عدم وجود علاقة بين جنس المبحوث ومستوى انتظام متابعته لمواقع التواصل الاجتماعي في الاعلام الجديد. مما يدل على ان الغالبية العظمى في المجتمع يتابعون مواقع التواصل ولا فروق واضحة بين الذكور والاناث لأن كلاهما يتابع هذه المواقع.

الجدول (3) يوصف العدد و النسب المئوية لتوزيع افراد العينة حسب مستوى التعليم وآرائهم على اثار مشاهدة قنوات الاعلام الجديد من ايجابية وسلبية.

المجموع	إيجابية وسلبية		آثار سلبية		آثار ايجابية		طبيعة الآثار مستوى التعليم
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
	2	2%	0	0%	2	2%	ابتدائي
	36	36%	25	25%	5	6%	ثانوي
	56	56%	37	37%	10	9%	جامعي
	6	6%	6	6%	0	0%	عليا
	100	100%	68	68%	15	17%	المجموع

N DF Chi-Sq. P-Value

17 2 4.35294 0.11

يبين الجدول (3) ان هناك 17% من عينة الدراسة يعتقدون بأن مواقع الاعلام الجديد لها آثار ايجابية على المستخدمين مقابل 15% يؤمنون بأن لها آثار سلبية، وكان هناك 68% يعتقدون بوجود آثار ايجابية وسلبية وهو الاتجاه الأكثر معقولية لأن طبيعة الآثار تعتمد نوع المستخدم ومستوى ثقافته ومهاراته ومقدرته على توظيف عملية الاستخدام لتحقيق أهداف ايجابية. لذلك كان لمستوى التعليم دور في مدى ايجابية المستخدم وطبيعة الآثار الناتجة عن استخدامه لمواقع التواصل، وتبين من نتائج اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 ان ليس هناك علاقة تأثير وتأثر بين مستوى التعليم والآثار التي يتعرض لها المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (4) يبين الأعداد والنسب المئوية لآراء أفراد العينة حول القضايا والموضوعات التي يهتمون بها في مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	أخرى	الإعلان والدعاية	السياحة والاقتصاد	الرياضة والشباب	القضايا الثقافية والسياسة	القضايا الاجتماعية	القضايا والموضوعات
---------	------	------------------	-------------------	-----------------	------------------------------	-----------------------	-----------------------

العمر	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
27-18	20	%20	7	%7	5	%5	10	%10	4	%4	2	%2	48	%48
37-28	14	%14	4	%4	3	%3	9	%9	2	%2	0	0	32	%32
47-38	5	%5	2	%2	1	%1	3	%3	1	%1	0	0	12	%12
48 فأكثر	2	%2	2	%2	1	%1	1	%1	2	%2	0	0	8	%8
المجموع	41	%41	15	%15	10	%10	23	%23	9	%9	2	%2	100	%100

N DF Chi-sq. P-Value

41 2 6.19512 0.045

يظهر الجدول (4) القضايا والموضوعات التي يهتم بها المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تشير النسب المئوية إلى ان 41% يهتمون بالقضايا الاجتماعية يليها السياحة والاقتصاد بنسبة 23% ثم القضايا الثقافية والسياسية بنسبة 15% وموضوعات الرياضة والشباب بنسبة 10% والدعاية والإعلان 9% وموضوعات أخرى بنسبة 2%. نستنتج من ذلك أن هناك ميل كبير لمتابعة الموضوعات والقضايا الاجتماعية التي جاءت بنسبة 41% وهو ما يشكل حوالي نصف العينة، وقد تعود أسباب ذلك إلى أن الانسان بطبيعته كائن اجتماعي يهتم بقيمه وعلاقاته الاجتماعية التي تحدد سلوكه وسلوك الآخرين اتجاهه وتتعاكس على تكيفه مع بيئته الاجتماعية.

وقد أظهرت نتائج اختبار كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 وجود علاقة تأثير وتأثر بين سن المبحوث والموضوعات التي يهتم بها، مما يدل على ان جميع الفئات العمرية تهتم بمتابعة القضايا والموضوعات الاجتماعية إذا استثنينا الأطفال الذين لم تشملهم عينة الدراسة.

الجدول (5) يوضح نوع الازمة التي يهتم بها المبحوثين حسب الوظيفة.

ت	أنواع الأزمات	الازمات الاجتماعية		الازمات الاقتصادية		الازمات السياسية		الازمات الصحية		أخرى		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	طالب	11	%11	4	%4	3	%3	3	%3	1	%1	22	%22
2	موظف	21	%21	14	%14	11	%11	12	%12	4	%4	62	%62
3	مهنة حرة	5	%5	2	%2	4	%4	3	%3	0	0	14	%14
4	عاطل	1	%1	0	0	0	0	1	%1	0	0	2	%2
	المجموع	38	%38	20	%20	18	%18	19	%19	5	%5	100	%100

N DF Chi-sq. P-Value

38 3 23.8947 0.000

يتضح من الجدول (5) ان 38% من العينة يهتمون بالازمات الاجتماعية و20% بالازمات الاقتصادية و19% اهتموا بالازمات الصحية ولم يهتم بالازمات السياسية سوى 19% وكان هناك 5% كانت لهم اهتمامات بأزمات شخصية أخرى. مما يؤكد ان الازمات الاجتماعية تعد أكثر أهمية للمبحوثين مقارنة بالازمات الأخرى، التي كانت بنسب أقل وجاءت بنسب متقاربة. وتشير النتائج المستخلصة من اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 الى وجود علاقة تأثير بين مهنة المبحوث ونوع الازمة التي يهتم بها.

الجدول (6) يوضح مدى اهتمام الباحثين بأزمة الهجرة غير الشرعية حسب جنسية المبحوث.

ت	مدى الاهتمام بالهجرة الجنسية	نعم بدرجة كبيرة		نعم بدرجة متوسطة		لا أهتم بها		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	مواطن	12	12%	18	18%	8	8%	38	38%
2	وافد عربي	17	17%	33	33%	7	7%	57	57%
3	وافد اجنبي	3	3%	2	2%	0	0%	5	5%
	المجموع	32	32%	53	53%	15	15%	100	100%

N DF Chi-So P-Value
32 2 9.4375 0.009

يتضح من الجدول (6) ان 53% من عينة الدراسة يهتمون بموضوع الهجرة غير الشرعية بدرجة متوسطة وان 32% كان اهتمامهم بدرجة كبيرة مقابل 15% لا يهتمون بموضوع الهجرة غير الشرعية، مما يؤكد أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة كانت لهم اهتمامات بموضوع الهجرة غير الشرعية. وكان 57% من المهتمين بموضوع الهجرة من الوافدين العرب بدولة الامارات. وأشارت نتيجة كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 ان هناك علاقة بين جنسية المبحوث ومدى اهتمامه بموضوع الهجرة غير الشرعية.

الجدول (7) يوضح رؤية المبحوثين لمن يتأثر بالهجرة غير الشرعية وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

ت	الطرف المتأثر بالهجرة مستوى التعليم	الشخص المهاجر		مجتمع المهاجر		المجتمع الذي يهاجر اليه المهاجر		جميع تلك الجهات		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	ابتدائي	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%	2	2%
2	ثانوي	7	7%	6	6%	8	8%	15	15%	36	36%
3	جامعي	14	14%	10	10%	12	12%	20	20%	56	56%
4	عليا	2	2%	1	1%	1	1%	2	2%	6	6%
	المجموع	24	24%	17	17%	22	22%	37	37%	100	100%

N DF Chi-sq. P-Value
24 3 17.6667 0.001

يوضح الجدول (7) ان 37% من عينة الدراسة يعتقدون ان للهجرة غير الشرعية آثار سلبية على المهاجر والمجتمع الذي يهاجر إليه والمجتمع الذي يهاجر منه، مقابل 24% يعتقدون ان المهاجر هو من يتأثر. وتبين ان 22% يرون ان المجتمع الذي يهاجر اليه المهاجر هو من يتأثر. وكان هناك 17% يعتبرون مجتمع المهاجر هو المتضرر الوحيد. ونعتقد ان الرأي الأرجح هو ما ذهب اليه الفريق الأول الذي يرى بشمولية التأثير. ويظهر من اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 ان هناك علاقة بين متغير نوع المتأثر بالهجرة غير الشرعية ومتغير مستوى التعليم، وتظهر هذه العلاقة أكثر وضوحاً عند خريجي الجامعة الذين يمثلون 56% من عينة الدراسة.

الجدول (8) يبين رؤية المبحوثين لدور الإعلام الجديد في حث الشباب على الهجرة غير الشرعية وفقاً لمتغير النوع.

ت	مدى الالتزام بالمهنية النوع	نعم بدرجة كبيرة		نعم بدرجة متوسطة		ليس لها دور		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%

%46	46	%8	8	%18	18	%20	20	نكر
%54	54	%9	9	%27	27	%18	18	أنثى
%100	100	%17	17	%45	45	%38	38	المجموع

N DF Chi-Sq. P-Value
38 1 0.105263 0.746

يبين الجدول (8) ان 45% من العينة يرون ان للإعلام الجديد دور في حث الشباب على الهجرة بدرجة متوسطة وان هناك 38% يرون ان للإعلام الجديد دور في حث الشباب على الهجرة غير الشرعية بدرجة كبيرة، مقابل 17% يرون أن ليس لها دور. نستنتج من ذلك غالبية عينة الدراسة يرون بوجود دور للإعلام الجديد في حث الشباب على الهجرة غير الشرعية إذ بلغت نسبتهم 83% مقابل 17% لا يرون ذلك.

وأظهرت نتائج كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 عدم وجود علاقة بين جنس المبحوث ومتغير دور الإعلام في حث الشباب على الهجرة. مما يدل الى ان الاعلام الجديد له دور كبير في الحث على الهجرة وان كلا الجنسين يؤمنون بهذا الدور لمواقع التواصل. الجدول (9) يوضح اعتقاد المبحوثين بإمكانية استخدام مواقع الاعلام الجديد لإدارة الأزمات الاجتماعية وفقاً لمستوى التعليم.

المجموع		لا أعلم		ليست هناك إمكانية		نعم هناك إمكانية		إمكانية الاعلام الجديد في الادارة
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
%2	2	%1	1	%1	1	0	0	ابتدائي
%36	36	%9	9	%12	12	%15	15	ثانوي
%56	56	%15	15	%9	9	%32	32	جامعي
%6	6	0	0	0	0	%6	6	عليا
%100	100	%25	25	%22	22	%43	53	المجموع

N DF Chi-Sq. P-Value
53 3 43.9811 0.000

يتضح من الجدول (9) ان 43% من المبحوثين يعتقدون بإمكانية مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد إدارة الأزمات الاجتماعية، مقابل 22% لا يعتقدون بهذا الدور و25% لا يعلمون بحقيقة هذا الدور. وبذلك فان الغالبية من عينة الدراسة يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في إدارة الأزمات الاجتماعية، حيث بلغت نسبتهم 43% مقابل 22% لا يعتقدون بهذا الدور غالبيتهم من حملة الشهادة الجامعية. وتبين من اختبار كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 وجود علاقة تأثير بين مستوى التعليم والاعتقاد بإمكانية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الاجتماعية.

الجدول (10) يوضح الإجراءات المناسبة لإدارة أزمة الهجرة غير الشرعية وفقاً لجنسية المبحوث.

المجموع	أخرى		الدعوة لإجراء دراسات حول أسباب الهجرة ومعالجتها		وضع رقابة لحذف المضامين التي تحث على الهجرة في مواقع التواصل		تنظيم حملات توعية لتعميق الشعور الوطني وعدم الاغتراب		سن القوانين التي تحاسب من يشجع الشباب على الهجرة غير الشرعية		إجراءات إدارة أزمة الهجرة	
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
%38	38	%3	3	%10	10	%6	6	%8	8	%11	11	الجنسية
												مواطن

%57	57	%2	2	%18	18	%10	10	%15	15	%12	12	وافد عربي
%5	5	0	0	%3	3	0	0	%2	2	0	0	وافد أجنبي
%100	100	%5	5	%31	31	%16	16	%25	25	%23	23	المجموع

N DF Chi-sq. P-Value
23 2 11.5652 0.003

يتضح من الجدول (10) أن 31% من عينة الدراسة يعتقدون بوجوب إجراء دراسات وبحوث لمعرفة أسباب الهجرة غير الشرعية ومواجهتها، بينما يرى 25% منهم بضرورة تنظيم حملات توعية لتعميق الشعور الوطني وعدم الاغتراب، وكان 23% من المبحوثين يرغبون بسن قوانين تحاسب من يشجع الشباب على الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع التواصل، مقابل 16% يرون بالحاجة إلى وضع رقابة لحذف المضامين الإعلامية التي تحت الشباب على الهجرة غير الشرعية.

وبذلك نجد أن غالبية المبحوثين يميلون إلى الدعوة إلى إجراء بحوث ودراسات، لدراسة أسباب الهجرة وتنظيم حملات إعلامية لتوعية الشباب بالآثار السلبية للهجرة غير الشرعية، حيث بلغت نسبة من يعتقدون بهذه الأراء 56% من عينة الدراسة. وأظهرت نتائج كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 وجود علاقة بين جنسية المبحوث ونوع المعالجة للهجرة غير الشرعية.

في نهاية البحث يمكن القول : ان الإعلام الجديد من المستحدثات التقنية ،التي أحدثت تغيرات شاملة وعميقة في بنية المجتمعات الحديثة، وكان لتلك التغيرات آثار إيجابية وسلبية ، وكان من نتائج الآثار السلبية ظهور مشكلات عديدة شديدة التعقيد في كافة المجالات ، وكان من أهم المشكلات الاجتماعية التي انتقلت من الأطر الوطنية والإقليمية إلى الأطر الدولية هي مشكلة الهجرة غير الشرعية، سواء كانت الهجرة الداخلية من الريف إلى المدينة أو الهجرة الخارجية من الجنوب إلى الشمال، وكان لهذه المشكلة تداعيات كبيرة على المهاجر ومجتمعه والمجتمع الذي يهاجر اليه، وخلص البحث بدراسته الميدانية الى النتائج الآتية:

5 النتائج والتوصيات

- النتائج

- أظهرت نتائج الدراسة ان هناك 97% من المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد، وان الغالبية منهم يتابعون هذه المواقع بانتظام.
- تبين من نتائج الدراسة التطبيقية ان هناك 17% من عينة الدراسة يعتقدون بأن مواقع الاعلام الجديد لها آثار إيجابية على المستخدمين مقابل 15% يؤمنون بأن لها آثار سلبية، وكان هناك 68% يعتقدون بوجود آثار إيجابية وسلبية وهو الاتجاه الأكثر معقولة، لأن طبيعة الآثار تعتمد نوع المستخدم ومستوى ثقافته ومهاراته ومقدرته على توظيف عملية الاستخدام لتحقيق أهداف إيجابية. لذلك كان لمستوى التعليم دور في مدى إيجابية المستخدم وطبيعة الآثار الناتجة عن استخدامه لهذه المواقع في الإعلام الجديد.
- أوضحت نتائج الدراسة ان 41% يهتمون بالقضايا الاجتماعية يليها الذين يهتمون بمتابعة لسياحة والاقتصاد بنسبة 23% ثم القضايا الثقافية والسياسية بنسبة 15% وموضوعات الرياضة والشباب بنسبة 10% والدعاية والإعلان بنسبة 9% وموضوعات أخرى بنسبة 2%. مما يدل على أن هناك ميل كبير لمتابعة الموضوعات والقضايا الاجتماعية التي شكلت حوالي نصف العينة.

- وقد تعود أسباب ذلك الاهتمام إلى أن الانسان بطبيعته كائن اجتماعي يهتم بقيمه وعلاقاته الاجتماعية التي تحدد سلوكه وسلوك الآخرين اتجاهه وتنعكس على تكيفه مع بيئته الاجتماعية. وكان لمتغير السن عند المبحوثين علاقة قوية وتأثير كبير على القضايا والموضوعات التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهرت النتائج المستخلصة من الدراسة التطبيقية ان 38% من العينة يهتموا بالأزمات الاجتماعية و20% يهتموا بالأزمات الاقتصادية و19% اهتموا بالأزمات الصحية ولم يهتم بالأزمات السياسية سوى 19% وكان هناك 5% يهتموا بأزمات أخرى.
- مما يؤكد ان الأزمات الاجتماعية تعد أكثر أهمية للمبحوثين مقارنة بالأزمات الأخرى التي كانت بنسب أقل وجاءت بنسب متقاربة. وتشير النتائج المستخلصة من اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 الى وجود علاقة تأثير بين مهنة المبحوث ونوع الازمة التي يهتم بها
- تبين من نتائج الدراسة ان 53% من عينة الدراسة يهتمون بموضوع الهجرة غير الشرعية بدرجة متوسطة وان 32% يهتمون بدرجة كبيرة مقابل 15% لا يهتموا بموضوع الهجرة غير الشرعية، مما يؤكد أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة تهتم بموضوع الهجرة غير الشرعية. وكان 57% من المهتمين بموضوع الهجرة من الوافدين العرب بدولة الامارات. وكانت هناك علاقة تأثير بين جنسية المبحوث ومدى اهتمامه بالهجرة غير الشرعية.
- أوضحت نتائج الدراسة التطبيقية ان 37% من عينة الدراسة يعتقدون ان للهجرة غير الشرعية آثار سلبية على المهاجر والمجتمع الذي يهاجر إليه والمجتمع الذي يهاجر منه، مقابل 24% يعتقدون ان المهاجر هو من يتأثر. وتبين ان 22% يرون ان المجتمع الذي يهاجر اليه المهاجر هو الذي سوف يتأثر. وكان هناك 17% يعتبرون مجتمع المهاجر هو المتضرر والمتأثر الوحيد.
- ونعتقد ان الرأي الأرجح هو ما ذهب اليه الفريق الأول الذي يرى بشمولية التأثير. كما تبين وجود علاقة بين متغير نوع المتأثر بالهجرة غير الشرعية، ومتغير مستوى التعليم. وتظهر هذه العلاقة أكثر وضوحاً عند خريجي الجامعات الذين يمثلون 56% من عينة الدراسة.
- أظهرت نتائج الدراسة ان غالبية عينة الدراسة يعتقدون بوجود دور للإعلام الجديد في حث الشباب على الهجرة غير الشرعية إذ بلغت نسبتهم 83% مقابل 17% لا يعتقدون بوجود هذا الدور. وتبين من التحليل الاحصائي عدم وجود علاقة بين جنس المبحوث ومتغير دور الإعلام الجديد في حث الشباب على الهجرة.
- تبين من نتائج الدراسة ان 43% من المبحوثين يعتقدون بإمكانية مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد من إدارة الأزمات الاجتماعية مقابل 22% لا يعتقدون بهذه الإمكانية وكان 25% من أفراد العينة لا يعلمون عن ذلك شيء.
- وقد أظهرت نتيجة التحليل الاحصائي وجود علاقة تأثير وتأثر بين مستوى التعليم والاعتقاد بإمكانية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الاجتماعية.
- أوضحت نتائج الدراسة ان غالبية المبحوثين يدعون إلى إجراء بحوث ودراسات لمعرفة أسباب ودوافع الهجرة وتنظيم حملات إعلامية لتوعية الشباب بالآثار السلبية الناتجة عنها.
- حيث بلغت نسبة من يعتقدون بهذه المعالجة 56% من عينة الدراسة.

• وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة تأثير بين جنسية المبحوث ونوع المعالجة التي يقترحها للحد من الهجرة غير الشرعية.

ونصل الى خلاصة استنتاجية تفيد بأن لقنوات الإعلام الجديد دور كبير في إدارة أزمة الهجرة، إلا أن هذا الدور يعتمد على توظيف مواقع التواصل في كل دولة في برنامج إعلامي وطني ينشأ مواقع يشرف عليها محترفين من الشباب المؤثرين لتشكيل رأي عام رافض للهجرة غير الشرعية.

- **التوصيات:** انطلاقاً من النتائج التي توصلت اليها الدراسة، المتعلقة بدور الإعلام الجديد في إدارة الأزمات الاجتماعية يمكن تقديم التوصيات النظرية والعملية الآتية:

1. ضرورة تكثيف البحوث والدراسات المتعلقة باستثمار مواقع وقنوات الإعلام الجديد لإدارة أزمة الهجرة غير الشرعية لخدمة الأهداف والمصالح العليا للمجتمع، وعدم ترك هذه المواقع للتظاهر والتناحر والصراعات واثارة النزعات والشائعات واثارة العقد والمخاوف وبث الأحقاد والكراهية التي تهدد بنية المجتمعات الحديثة.

2. نوصي بتأسيس منظمات لقنوات ومواقع الاعلام الجديد واستقطاب الطاقات الشابة والمهنية من المتخصصين الناشطين بمواقع التواصل الاجتماعي وتوجيه طاقاتهم واستثمار مهاراتهم وخبراتهم لإدارة الأزمات الاجتماعية بما يحقق تنمية المجتمع وتطويره.

3. وضع خطط استراتيجية لتوجيه أنشطة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي لخدمة المصالح العليا للمجتمع من خلال دعم القيادات الشابة بالمحفزات المادية والمعنوية لإنجاح هذه التجربة.

4. اشراك القدرات من الناشطين بمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الاجتماعية والاستفادة من قدراتهم التأثيرية في الرأي العام لتعبئة هذا الرأي ضد الهجرة غير الشرعية.

5. استثمار مواقع وقنوات الإعلام الجديد لتنفيذ حملات تربية وثقافية وأخلاقية تعزز المنظومة القيمية في المجتمع وتعمق الشعور الوطني ونبذ ظاهرة الهجرة غير الشرعية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- [1] بن العربي يحيى (2016) دور الاتصال في إدارة الأزمات، مجلة دراسات، العدد 15، أكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية، وهران الجزائر .
- [2] جاعد حميد (1998) التخطيط للتحرك الإعلامي المفاهيم والإطار العام، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع
- [3] الحديدي، منى (2018) الإعلام ومواجهة الأزمات. القاهرة، متاح على الرابط: <https://www.arabmediasociety.com>.
- [4] حلمي، وجدي (2013) دور وسائل الاعلام في مواجهة الازمات الأمنية، منشورات جامعة أم القرى، الرياض، المملكة العربية السعودية متاح على الرابط: <https://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/123456789/63715>
- [5] الخضيرى محسن احمد (1990) إدارة الازمات منهج اقتصادي اداري متكامل لحل الازمات، القاهرة، مكتبة متولي. ص19.
- [6] شينا كايسر وآخرون، (2014) مواقع التواصل الاجتماعي دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة، المانيا، المؤسسة الدولية للديمقراطية.
- [7] لطائي مصطفى حميد (2017) الإدارة وأنشطة الاتصال في العلاقات العامة، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع
- [8] الطائي، مصطفى (2015) الإعلام الجديد آثاره التربوية والاجتماعية على الشباب العربي، (دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي بدولة الامارات العربية المتحدة، جودة التعليم وتحديات المستقبل" (رؤى وأفاق) المؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية التربية النوعية - بجامعة المنوفية. جمهورية مصر العربية.

[9] الطائي مصطفى حميد (2013) الاتصال الجماهيري مدخل الى تحديث المفاهيم والأسس والنظريات، الشارقة، مكتبة الجامعة.

[10] عقيل، عقيل حسين. (2010). خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة. دار ابن كثير للنشر.

[11] ماجستير، في الإدارة قدمت الى قسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - الجامعة الإسلامية. متاح على الرابط:

• <https://www.mobt3ath.com/uplode/book/book-13771.pdf>,

[12] عياد خيرت (2012) معالجة العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في طيران الامارات لأزمة الرماد البركاني، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 2.

[13] نعمان، فهد (2012) أثر التدريب على مقدرة المؤسسات الدولية العاملة في قطاع غزة على إدارة الأزمات، رسالة ماجستير، في الإدارة قدمت الى قسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - الجامعة الإسلامية. متاح على الرابط: <https://www.mobt3ath.com/uplode/book/book-13771.pdf>.

المراجع الاجنبية

- [1] Arely M. Zimmerman. Documenting DREAMS: New Media, Undocumented Youth and the Immigrant Rights Movement. Annenberg School for Communication and Journalism University of Southern California June 6, 2012
- [2] Cameron Gramsay. Protecting your business: from emergency planning to crisis management. Det Norske Veritas, Cromarty House, 67-72 Regent Quay, Aberdeen AB11 5AR, UK online 18 March 1999
- [3] Joshua Greenberg & Sean Heir .Crisis, Mobilization and Collective Problematization: "illegal" Chinese migrants and the Canadian news media .Journal Journalism Studies., **2(4)**, 2001.
- [4] Lagadec. Patrick.(1986.) Strategies de Communication de Cries. Paris: Futureless.,6-8(1986).
- [5] MR.MARK ANTHONY (2014) NATU communication ,RE,OF MAN,LANGUAGE AND COMMUNICATION-P20.
<https://www.slideshare.net/markiantagami/interactive-english-language-and> -
- [6] Susanna Nilsson .Maribel Nargane .Jiri Trnka .Making use of New Media for pan-European Crisis Communication . Proceedings of the Ninth International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management (ISCRAM 2012), ISCRAM, 2012