

قضايا بحثية ٢

إعداد:

رغد نادر البلخي

إشراف الدكتورة: دعاء محمد سليمان



عنوان الدراسة :
"أثر الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات
الاتصالات".

<https://www.jeahs.com/index.php/jeahs/article/view/536/524>

تأثير وسائل الإعلام الرقمية في إدارة الأزمات:

تبين أن هناك تأثيرًا ذات دلالة إحصائية على استخدام وسائل الإعلام الرقمية في إدارة الأزمات داخل شركات الاتصالات، وذلك عند مستوى (٠,٠٥). هذا يعني أن استخدام الوسائل الرقمية يساهم بشكل كبير في تحسين فعالية إدارة الأزمات في هذه الشركات.

التحديات التي تواجه الشركات:

نقص الموارد البشرية المؤهلة: أشارت الدراسة إلى أن الكثير من الشركات تواجه صعوبة في التعامل مع الأزمات بسبب نقص الكوادر المدربة والمؤهلة. ينعكس هذا بشكل سلبي على القدرة على الاستجابة السريعة والفعالة أثناء الأزمات.

زيادة حجم الأزمات:

هناك زيادة ملحوظة في عدد الأزمات التي تتعرض لها الشركات في الفترة الأخيرة، مما يعمق الصعوبة في إدارتها بشكل جيد.

نقص البنية التحتية:

عدم توافر البنية التحتية المناسبة في الشركات يجعل من الصعب إدارة الأزمات بشكل مثالي. تشمل هذه البنية التحتية الأجهزة، الأنظمة الرقمية، والبرمجيات اللازمة للتحكم في الأزمات.

نتائج المحور الأول: استخدامات وسائل الاعلام الرقمي
تم استخدام كلاً من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل التعرف استخدامات وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات وقد أظهرت النتائج ما يلي:

جدول (5): يوضح نتائج المحور الأول

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	تستخدم الاعلام الرقمي في مواكبة التطور في نشر الأخبار	3.01	1.21	6
2	تستخدم الاعلام الرقمي في التحديث المستمر للأخبار والأحداث	2.94	1.35	7
3	تستخدم الاعلام الرقمي في تعزيز التفاعلية والمشاركة مع الجمهور	3.64	0.951	4
4	تستخدم الاعلام الرقمي في تبني خطوات احترازية وتوعوية للتصدي للأزمات	3.86	0.942	3
5	تستخدم الاعلام الرقمي في وضع خطط محددة للتعزيز وعي الجمهور	4.01	0.935	2
6	تستخدم الاعلام الرقمي في التعرف على المعلومات والمصادر الصحيحة	3.08	1.05	5
7	تستخدم الاعلام الرقمي في توفير الوقت والجهد الخاص	4.21	0.932	1

جدول (2): يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	46
	أنثى	65
الفئة العمرية	25 إلى 30 عام	22.5
	31 إلى 40 عام	26.1
	41 عام فيما فوق	51.4
	1 – 5 سنوات	27.9
سنوات الخبرة الميدانية في العمل	6 – 10 سنوات	13.5
	11 – 15 عام	18.9
	16 عام فأعلى	39.6
المؤهل الدراسي	بكالوريوس	90

جدول (9): نتائج التساؤل الثالث

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أرى أهمية معالجة إدارة الأزمات في وسائل الاعلام الرقمي بقدر من الموضوعية والشفافية والمصداقية.	3.89	1.214	6
2	أرى أهمية تحديث وتطوير آليات معالجة الأزمات في الاعلام الرقمي من خلال سرعة البث ونقل المعلومة الصحيحة	4.02	0.910	4
3	أرى أهمية استضافة متخصصين في إدارة الأزمات وتدريب العاملين داخل الشركة عليها	2.09	1.830	10
4	أرى أهمية توفير برامج تدريبية للعاملين تتيح لهم إدارة الأزمات بشكل إيجابي وفعال من خلال وسائل الاعلام	4.13	0.881	2

الدراسة الثانية :

توظيف الإعلام الرقمي في دعاية تنظيم "الدولة الإسلامية"

https://ajahs.journals.ekb.eg/article_213241.html

النتائج

توظيف الإعلام الرقمي:

استخدم التنظيم الإعلام الرقمي بشكل أساسي في تجنيد واستقطاب الأفراد عبر منصات التواصل الاجتماعي وملصقات دعائية.

الوسائل غير الرسمية:

اعتمد التنظيم بشكل كبير على المؤسسات الإعلامية غير الرسمية لتوزيع دعايته، حيث أن هذه المواقع أقل عرضة للملاحقة والقرصنة مقارنة بالمؤسسات الرسمية.

التنوع في المحتوى:

ركزت الدعاية على المحتويات السياسية والدينية، وأبرزت ضرورة الجهاد وتحقيق الخلافة.

استمالة الجمهور:

استخدم التنظيم وسائل دعائية تعتمد على محاكاة الدين، مما ساعد على استمالة جمهور واسع، خاصة في الأوساط الإسلامية.

أساليب الدعاية:

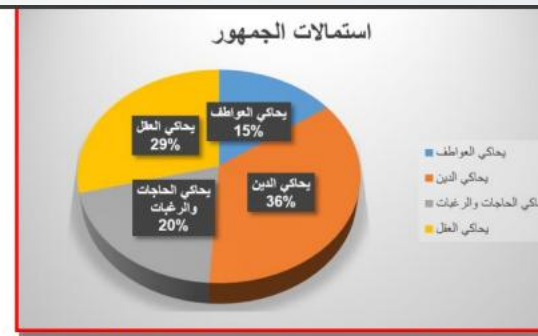
اعتمد التنظيم على أساليب مثل عرض الحقائق، التكرار والملاحقة، والاستمالة العاطفية من خلال صور وألوان تمثل التراث الإسلامي.

التخزين الرقمي: أبرزت الدراسة أهمية تطوير مهارات الجهاد الإعلامي عبر الإنترنت، بما في ذلك التخزين الرقمي ومكافحة الرقابة.

استهداف الجمهور: كانت الرسائل الدعائية موجهة بشكل رئيسي إلى عموم المسلمين، وكذلك إلى الأنصار داخل التنظيم، بينما استهدفت بعض الرسائل المجتمع الغربي والفصائل المعارضة. الإعلام كأداة جهادية: التنظيم ركز على الإعلام كأداة رئيسية للجهاد، محاكيًا حاجات ورغبات الجمهور لتعزيز شرعيته.

التكرار: أكد التنظيم على أهمية التكرار لإحداث تأثير مستمر، من خلال حملات إعلامية متواصلة. التأثير على الرأي العام: استخدم التنظيم أسلوب الإثارة العاطفية والترهيب لضمان نشر رسالته بين فئات متنوعة من الجمهور.

إن تحقيق الأهداف التي يسعى لها التنظيم وفق أطر معينة تصل إلى أذهان متلقي الرسائل الدعائية تتطلب أدوات من قبل القائم بالاتصال، ومن تلك الأدوات الاستمالات التي من شأنها التأثير



على الجمهور المستهدف، وقد حاكى التنظيم في رسائله تلك بالدرجة الأولى الدين وذلك بنسبة (٣٦%) وهو الوتر الحساس الذي يضرب عليه ويستغله في مخاطبة جمهوره من عموم المسلمين وأنصار التنظيم والذي كما أشرنا يعدون (٥٦%) من نسبة المخاطبين. أما محاكاة العقل فخطبه فيما نسبته (٢٩%) من رسائله الدعائية، وهذا ما يتوافق مع النسبة الكبيرة (٣٦%) التي استحوذ عليها أسلوب عرض الحقائق من ضمن إجمالي الأساليب المستخدمة في عينة الدراسة، أما محاكاة الحاجات والرغبات والعواطف فكانت بنسبتي (٢٠%)، و(١٥%) على التوالي.

شكل رقم (٧) - الأساليب

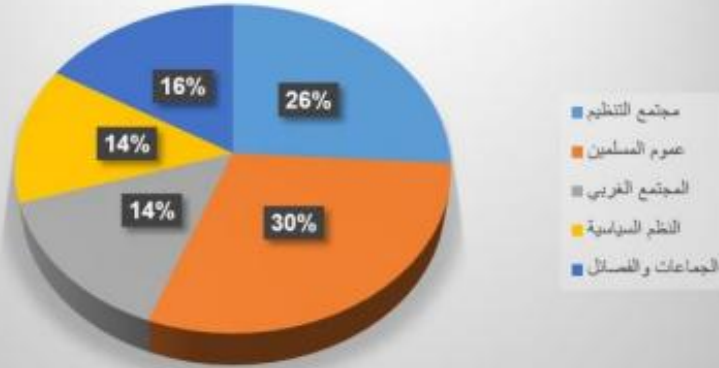
سابعا: الأساليب استخدم

التنظيم في رسائله الدعائية الموجهة لجمهوره سعيا لتحقيق أهدافه الأربعة ثمان من الأساليب، كان على رأسها أسلوب عرض الحقائق (٣٤%)، سواء كانت تلك الحقائق



تتعلق بمعلومات عن الدين والعقيدة والأحكام، أو تتعلق بالعلم والمهارات ومعلومات

الجمهور المخاطب



النتائج التي توصلت إليها الدراسة في البحثين السابقين واضحة وترتبط ارتباطًا وثيقًا بأهداف الدراسة ونواحيها المختلفة. في الدراسة الأولى، كان الهدف الأساسي هو فهم تأثير وسائل الإعلام الرقمية في إدارة الأزمات داخل شركات الاتصالات. وقد أظهرت النتائج أن التنظيم الرقمي كان له تأثير واضح على كيفية إدارة الأزمات، مما يعكس الهدف الرئيسي للدراسة. كما تم توضيح التحديات التي واجهت الشركات في التعامل مع الأزمات، مثل نقص الموارد البشرية المؤهلة وزيادة حجم الأزمات. هذه التحديات ترتبط ارتباطًا مباشرًا بالأهداف المبدئية للدراسة التي تتعلق بفعالية الوسائل الرقمية في مواجهة الأزمات.

في الدراسة الثانية التي تناولت توظيف الإعلام الرقمي في دعاية تنظيم "الدولة الإسلامية"، كانت النتائج أيضًا واضحة ومرتبطة بالأهداف التي حددها الباحثون، مثل معرفة الأساليب المستخدمة في توظيف الإعلام الرقمي لنشر الفكر والأيدولوجيا. أظهرت الدراسة أن التنظيم يعتمد بشكل رئيسي على المؤسسات الإعلامية غير الرسمية لتوزيع دعايته، وهو ما يتماشى مع هدف الدراسة في تحليل الأدوات التي يستخدمها التنظيم. كما تم التأكيد على الأساليب الدعائية مثل استخدام الرموز الإسلامية وصور التراث لتعزيز شرعية التنظيم، مما يوضح ارتباط النتائج بأهداف الدراسة وبالنسبة للنتائج المتعلقة بالاستمالة العاطفية والدينية في الرسائل الدعائية، فقد قدمت الدراسة توضيحًا دقيقًا حول كيفية تأثير هذه الأساليب في جذب المزيد من الأنصار. هذه النتائج ترتبط ارتباطًا واضحًا بالأهداف التي تناولتها الدراسة في فحص مدى فعالية الأساليب الدعائية التي يعتمد عليها التنظيم في جذب أنصاره وتجنيدهم.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

