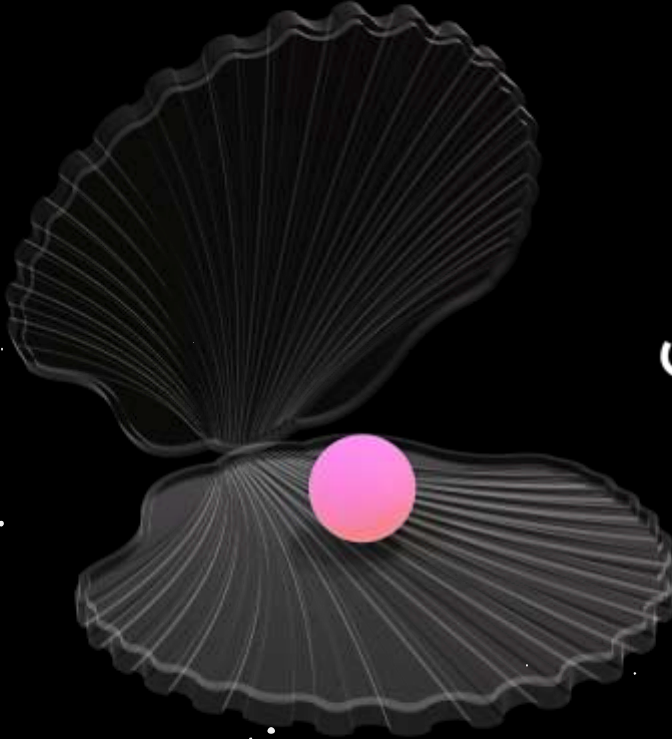




د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي



دراسة نقدية بعنوان

أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات

دراسة ميدانية

د. اللولو القحطاني

2 3 2 0 0 0 7 0 2



أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات (دراسة ميدانية)*

طلال عبد العزيز
مستشار الإعلام الرقمي، كلية الإعلام والصحافة، جامعة مبارك
الخير الإلكترونية: tehd5555@gmail.com

المخلص

هفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية وسائل الإعلام الرقمي في إدارة أزمات شركات الاتصالات والتعرف على تكتيك استخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات والتعرف على التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات وتقديم مجموعة من التوصيات المقترحة لتعزيز دور وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات وتحقيق هذه الأهداف فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الأبحاث كرسولة لجميع البيانات من هيئة الدراسة والتي تمتد في (112) من المعلنين في شركات الاتصالات بالملكة العربية السعودية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود تكتيك ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات كما توجد العديد من التحديات التي تواجه الشركات التي أبرزها عدم توافر نقص الموارد البشرية المؤهلة للتعامل مع الأزمات في زيادة حجم الأزمات التي تتعرض لها الشركات وعدم توافر البنية التحتية التي تحتاج إليها الشركات في عدم قدرتها على إدارة الأزمات على النحو الأمثل وغياب التخطيط والتخطيط المبني داخل الشركات بشكل سليم على مواجهة الأزمات، وقد أوصت الدراسة بأهمية تعزيز الاستراتيجيات الرأب استخدامها أثناء الأزمات من أجل إعادة بناء سمعة الشركة من خلال وسائل الإعلام الرقمي ومعالجة إدارة الأزمات في وسائل الإعلام الرقمي بغير من الموسوعية والشافية والمصادقية.

الكلمات المفتاحية: التحديات، البنية التحتية، التخطيط، الموسوعية، الشافية.

معلومات الدراسة

رسالة ماجستير

تخصص الإعلام الرقمي

كلية الإعلام والتسويق

جامعة ميدأوشن

إعداد الباحث \ طلال عبد العزيز

حصلت على المركز الثالث ضمن الأبحاث الفائزة

في قسم الإعلام الرقمي

مجلة العلوم التربوية والإنسانية

تاريخ النشر 2024-08-17

المحاور الرئيسية

نقد رسالة الماجستير بتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف

من حيث:

• المقدمة.



أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات (دراسة ميدانية)*

عادل عبد الحزري
معيدة الإعلام الرقمي، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميسان
rid5555@gmail.com

الملخص

هافت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية وسائل الإعلام الرقمي في إدارة أزمات شركات الاتصالات والتعرف على تأثير استخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات والتعرف على التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات وتقديم مجموعة من التوصيات المقترحة لتعزيز دور وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات، وتحقيق هذه الأهداف فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في حائل الأبحاث كرسالة لجمع البيانات من عدة الدراسة والتي تضمنت في (112) من العاملين في شركات الاتصالات بالمشكلة المعرفية السعودية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات، كما توجد العديد من التحديات التي تواجه الشركات التي أبرزها عدم توفر بعض الموارد البشرية المؤهلة للتعامل مع الأزمات في زيادة حجم الأزمات التي تتعرض لها الشركات وعدم توفر آلية الشفافية التي تحتاج إليها الشركات في عدم قدرتها على إدارة الأزمات على النحو الأمثل وغياب التخطيط والتخطيط المبني داخل الشركات بشكل سليم على مواجهة الأزمات، وقد أوصت الدراسة بأهمية تحديد الاستراتيجيات الواجب استخدامها أثناء الأزمات من أجل إعانة باد سمعة الشركة من خلال وسائل الإعلام الرقمي ومعالجة إدارة الأزمات في وسائل الإعلام الرقمي بغير من الموضوعية والشفافية والصدق.

الكلمات المفتاحية: التحديات، البنية التحتية، التخطيط، الموضوعية، الشفافية.

* البحث تمت إشراف د. عهدة الرقي.

تحديد متغيرات الدراسة من العنوان

مجال الدراسة

نوع الدراسة

المتغير المستقل

المتغير التابع



أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات
(دراسة ميدانية)*

طلال عبد العزى
ماجستير الاعلام الرقمي، كلية الاعلام والتسويق، جامعة ميداوثن
البريد الالكتروني: teid5555@gmail.com

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية وسائل الإعلام الرقمي في إدارة أزمات شركات الاتصالات والتعرف على تكتير استخدام وسائل الاعلام الرقمي في ادارة الأزمات بشركات الاتصالات والتعرف على التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات وتقديم مجموعة من التوصيات

تحليل هيكل المقدمة

الهيكل العام للمقدمة مكون من خمس فقرات لغتها واضحة ومباشرة، نتناول مفهومها في النقاط الآتية:

الفقرة الأولى تظهر لنا روح الباحث في الكتابة، فقد بدأ مطلعها بالتطور التكنولوجي في وسائل الإعلام، واعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات، خاصة في وقت الأزمات، واخيرا تطرقت الفقرة لميزاته.

الفقرة الثانية تم اقتباسها وتناولت أهمية علم الإعلام، ودور الإعلام في كافة المجالات وخصوصا الإعلام الرقمي، وأشارت لميزاته.

الفقرة الثالثة مقتبسة وقد تطرقت إلى موضوع الأزمات عموما، والأزمات على مستوى منظمات الأعمال، وخطورتها، وأهمية التسليم بحقيقة الأزمة وإدارتها بكفاءة وفاعلية، من خلال الاتصال الفعّال والمؤثر.

الفقرة الرابعة تم اقتباسها وبدأت بالتطور السريع الذي يشهده العالم وعجز أنظمة الإعلام التقليدي عن الوقوف على الأزمات بشكل كافي، واللجوء للإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، الذي يعد مفيد جدا وخطر جدا، ويحتاج لإدارة قوية تحقق الاستفادة دون ضرر.

الفقرة الخامسة بنيت على أسس وركائز الفقرات أعلاها، واستندت إلى توصية دراسة سابقة حول أهمية دراسة الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، لتبرر دراسة "توظيف الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بالتطبيق على شركات الاتصالات"

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة لها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً هاماً بل ويؤلف في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي كانت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث. فقد باتت وسائل الإعلام الاجتماعي أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة الخبر من المعلومات عن حدث أو أزمة ما، فهي توفر له من المعلومات أكثر من المصادر والمصادر وعلمة بشكل متفلسه سواء نصية أو عبر الوسائط المتعددة، حقوة على إمكانية التفاعل مع المضمون ونشره وتبليكه الآراء حوله مع الآخرين.

ويعتبر الإعلام أداة هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وذلك لربط مختلف القطاعات التي يمكن أن تتأثر بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة ولكنه علماً قائم بذاته له أصوله المنهجية ومصطلحاته الخاصة مثل خبره من المكون المعرفية فهو يطبق خبره ووصف وكذلك معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، وفي حين أن الظواهر التي تتحكم مسيرة التطور البشري في شتى المجالات والأفراد والجماعات، إذ يلعب بها تسيط الأنواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بمختلف الوحي المعرفي والسلوكي التي تؤدي دورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام وإن كان الإهتمام دوراً هاماً في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تنفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، أما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كفيف بين قطاعات كثيرة من الجماهير (المرعي، 2023).

فقد أصبح من الصعب تصور وجود مجتمع يتخلو من الأزمات، فاعلموا بواجب أن مجموعة من التحديات والمتغيرات تسببت في حدوث أزمات مختلفة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي، وأخيراً، حقوة على الأزمات الناجمة عن مخاطر أو كوارث طبيعية وغير ذلك. ويمكن القول إن الأزمات أصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور البشري، وعلى مستوى منظمات الأعمال وفي ظل العولمة والاقتصاد السوق المتطور، باتت كل المنظمات باختلاف مجالات أعمالها وأحجامها معرضة لأزمات قد تلحق بها أضراراً جسيماً وتصلح مادية ومعنوية هائلة وأحياناً تهدس عليها، لذلك فإن التنبؤ بمخاطر الأزمات بشكل جازم من قبل الأفراد والهيئات والمنظمات بل والدول، يمثل معضلة مثلاً للتعايش مع الأزمة وإدارتها بطريقة علمية ومواجهة الأزمات أحد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، فإذاعة الاتصال وفوق الأزمات يمكن أن تحول التهديدات الناجمة عن تلك الأزمات إلى فرص لتكديس سمعة المنظمة وزيادة مصداقيتها وبالتالي الخروج بمكاسب مادية ومعنوية (سالم، 2017).

ومع التطور السريع الذي يشهده العالم في الوقت الحالي، لم تعد أنظمة الإعلام التقليدية قادرة على إدارة الأزمات التي تمتد بشكل كافي، لذلك أوكدت أهمية على الوقوف على أبعاد الأزمات المطروحة، وبالتالي فقد أصبح الاهتمام على الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات أمراً ملماً فونه ضمن المتطلبات التي عليها الجمهور في فوقات الأزمات، ويرجع هذا إلى أن سرعة انتشار الإعلام الرقمي، هذا جانب وجود العديد من المشكلات المتعلقة بمصداقية المعلومات الخاصة بالأزمات والتي تنتشر من خلال الإعلام الرقمي والتي تمثل تنبؤاً على زيادة حدة الأزمات وسهولة السيطرة عليها، وبالتالي فإن هناك فجوة في ممارسات الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات نكلاً للاستخدام الإعلام الرقمي، وهو ما يعتبر أن استخدام الإعلام الرقمي مفيد جداً وخطر في الوقت ذاته وهو ما يتطلب إدارة قوية واستخدام فعال من أجل تحقيق أقصى استفادة منه في إدارة الأزمات التي تحدث بدون سابق إنذار (عبد الرحيم، 2021).

وفي ضوء ما سبق، فقد أوصت دراسة (عبد الرحمن، 2021) بأنه يجب العمل على القيام بدراسة إعلامية حول كيفية إدارة الأزمات بالاعتماد على الإعلام الرقمي بالأبعاد على النماذج العلمية المطروحة من أجل توظيفها في البحوث والدراسات الإعلامية لتحقيق التوازن بين الدراسات الكمية والكيفية وذلك من خلال وجهات نظر المختصين في إدارة الأزمات وكذلك المختصين في الإعلام الرقمي، وانطلاقاً من هذه التوصيات يستند الدراسة

نقاط القوة في مقدمة الرسالة

1.1 المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة لها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً يماثل بل يفوق في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي باتت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث. فقد باتت وسائل الإعلام الاجتماعي أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة المزيد من المعلومات عن حاثات أو أزمة ما؛ فهي توفر له سبل من المعلومات متنوعة المصادر والمضامين ومقدمة بأشكال مختلفة سواء نصية أو عبر الوسائط المتعددة، علاوة على إمكانية التفاعل مع المضمون ونشره وتبادل الآراء حوله مع الآخرين.

ويختبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وذلك لربط مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفراده، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علماً قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة مثل غيره من الحقول المعرفية فهو يطلع بدراسة وتحميل ووصف وكذلك معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الرقمي بشكل خاص في العصر الحديث أدوراً مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الأنوار على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بمجالات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام وإذا كان للإعلام دوراً هاماً في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تنفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير (آل مرعي، 2023).

لقد أصبح من الصعب تصور وجود مجتمع يخلو من الأزمات، فالعالم يواجه الآن مجموعة من التحديات والمتغيرات تسببت في حدوث أزمات مختلفة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والبيئي، علاوة على الأزمات الناجمة عن مخاطر أو كوارث طبيعية وغير ذلك. ويمكن القول إن الأزمات أصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور البشري. وعلى مستوى منظمات الأعمال وفي ظل العولمة واقتصاد السوق المفتوح، باتت كل المنظمات باختلاف مجالات أعمالها وأحجامها معرضة لأزمات قد تلحق بها أضراراً وخسائر مادية ومعنوية هائلة وأحياناً تقضي عليها؛ لذلك فإن التسليم بحقيقة أن الأزمات تشكل جزءاً من حياة الأفراد والمجتمعات والمنظمات بل والدول، يمثل مدخلاً مناسباً للتعامل مع الأزمة وإدارتها بطريقة علمية. ومواجهة الأزمات أحد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، فكفاءة وفاعلية الاتصال أوقات الأزمات يمكن أن تحول التهديدات الناجمة عن تلك الأزمات إلى فرص لتكبد سمعة المنظمة وزيادة مصداقيتها وبالتالي الخروج بمكاسب مادية ومعنوية (سالم، 2017).

ومع التطور السريع الذي يشهده العالم في الوقت الحالي، لم تعد أنظمة الإعلام التقليدية قادرة على إدارة الأزمات التي تحدث بشكل كافي وكذلك لم تعد قادرة على الوقوف على أبعاد الأزمات المطروحة، وبالتالي فقد أصبح الاعتماد على الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات أمراً مهماً كونه مصدر للمعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في أوقات الأزمات، ويرجع هذا إلى أن سرعة انتشار الإعلام الرقمي، هذا يجانب وجود العديد من المشكلات المتعلقة بمصداقية المعلومات الخاصة بالأزمات والتي تنتشر من خلال الإعلام الرقمي والتي تعمل بدورها على زيادة حدة الأزمات وصعوبة السيطرة عليها؛ وبالتالي فإن هناك فجوة في ممارسات الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات تبعاً لاستخدام الإعلام الرقمي، وهو ما يختبر أن استخدام الإعلام الرقمي مفيد جداً ويخطر في الوقت ذاته وهو ما يتطلب إدارة قوية واستخدام فعال من أجل تحقيق أقصى استفادة منه في إدارة الأزمات التي تحدث بنون سابق انذار (عبد الرحمن، 2021).

وفي ضوء ما سبق، فقد أوصت دراسة (عبد الرحمن، 2021) بأنه يجب العمل على القيام بدراسة إعلامية حول كيفية إدارة الأزمات بالاعتماد على الإعلام الرقمي بالاعتماد على المناهج العلمية المطورة من أجل توظيفها في البحوث والدراسات الإعلامية بتحقيق التوازن بين الدراسات الكمية والكيفية وذلك من خلال وجهات نظر المختصين في إدارة الأزمات وكذلك المختصين في الإعلام الرقمي؛ وانطلاقاً من هذه التوصيات يستمد الدراسة

نقاط القوة في مقدمة الرسالة

جاءت مقدمة الرسالة بعبارات سهلة ومفهومة، قدم الباحث من خلالها تعريف عام لموضوع الرسالة وأهميتها.

استهلّت المقدمة بمدخل ممتاز وموجه مباشرة لصلب الدراسة، ظهر من خلاله أسلوب الباحث في الكتابة.

أشارت المقدمة لوسائل الإعلام التقليدي في إدارة الأزمات، وحاجتنا لتوظيف الإعلام الحديث للتعامل مع الأزمات المعاصرة.

عرضت المقدمة موضوع الرسالة ومشكلتها بشكل عام وموجز.

جاءت المقدمة بثلاثة استشهدات، الأول لدراسة بعنوان "استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام" لعام 2023، وتعد دراسة حديثة، وتم توثيقها والاشارة إليها في قائمة المراجع.

أشارت المقدمة إلى متغيرات الدراسة بالحديث عن أهميتها وأثرها، والعلاقة التي تربط بينها.

أعطت المقدمة لمحة عن الحاجة للدراسة، موضحة إسهامها المحتمل في سد فجوة معرفية ضمن مجال الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات.

ختمت المقدمة بعنوان الرسالة، بأسلوب جذاب يشوّق القارئ، لإكمال الرسالة.

نقاط الضعف في مقدمة الرسالة

1.1 المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمان واستراتيجياتها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً يماثل بل ويتفوق في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي كانت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأحداث والكوارث. فقد باتت وسائل الإعلام الاجتماعي أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة المزيد من المعلومات عن حالت أو أزمة ما؛ فهي توفر له سيل من المعلومات متنوعة المصادر والمضامين ومقدمة بأشكال مختلفة سواء نصية أو عبر الوسائط المتعددة، علاوة على إمكانية التفاعل مع المضمون ونشره وتبادل الآراء حوله مع الآخرين.

ويعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وذلك لربط مختلف الثقافات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علماً قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة مثل غيره من الحقول المعرفية فهو يطلع بدراسة وتحصيل ووصف وكذلك معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غير هذا من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الرقمي بشكل خاص في العصر الحديث دوراً مهماً ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ ينشط بها تسليط الضوء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بمصليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام وإذا كان للإعلام دوراً هاماً في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تنفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير (آل مرعي، 2023).

لقد أصبح من الصعب تصور وجود مجتمع يخلو من الأزمان، فالعالم يواجه الآن مجموعة من التحديات والمتغيرات تسببت في حدوث أزمنة مختلفة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والبيئي، علاوة على الأزمان الناجمة عن مخاطر أو كوارث طبيعية وغير ذلك. ويمكن القول إن الأزمان أصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور التكنولوجي. وعلى مستوى منظمات الأعمال وفي ظل العولمة واقتصاد السوق المفتوح، باتت كل المنظمات باختلاف مجالات أعمالها وأحجامها معرضة لأزمات قد تلحق بها أضراراً وخسائر مادية ومعنوية هائلة وأحياناً تقضي عليها؛ لذلك فإن التسليم بحقيقة أن الأزمان تشكل جزءاً من حياة الأفراد والمجتمعات والمنظمات بل والدول، يمثل مدخلاً مناسباً للتعامل مع الأزمة وإدارتها بطريقة علمية. ومواجهة الأزمان أحد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، فكفاءة وفاعلية الاتصال تؤثر في الأزمان يمكن أن تحول التحديات الناجمة عن تلك الأزمان إلى فرص لتكبد سعة المنظمة وزيادة مصداقيتها وبالتالي الخروج بمكاسب مادية ومعنوية (سالم، 2017).

ومع التطور السريع الذي يشهده العالم في الوقت الحالي، لم تعد أنظمة الإعلام التقليدية قادرة على إدارة الأزمان التي تحدث بشكل كافي. وكذلك لم تعد قادرة على الوقوف على أبعاد الأزمان المطروحة، وبالتالي فقد أصبح الاعتماد على الإعلام الرقمي في إدارة الأزمان أمراً مهماً كونه مصدر للمعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في أوقات الأزمان، ويرجع هذا إلى أن سرعة انتشار الإعلام الرقمي، هذا بجانب وجود العديد من المشكلات المتعلقة بمصداقية المعلومات الخاصة بالأزمات والتي تنتشر من خلال الإعلام الرقمي والتي تعمل بدورها على زيادة حدة الأزمان وصعوبة السيطرة عليها؛ وبالتالي فإن هناك فجوة في ممارسات الإعلام الرقمي في إدارة الأزمان تكفي لاستخدام الإعلام الرقمي، وهو ما يعتبر أن استخدام الإعلام الرقمي مفيد جداً وخطر في الوقت ذاته وهو ما يتطلب إدارة قوية واستخدام فعال من أجل تحقيق أقصى استفادة منه في إدارة الأزمان التي تحدث بنون سابق (عبد الرحمن، 2021).

وفي ضوء ما سبق، فقد أوصت دراسة (عبد الرحمن، 2021) بأنه يجب العمل على القيام بدراسة إعلامية حول كيفية إدارة الأزمان بالاعتماد على الإعلام الرقمي بالاعتماد على المناهج العلمية المطورة من أجل توظيفها في البحوث والدراسات الإعلامية بتحقيق التوازن بين الدراسات الكمية والكيفية وذلك من خلال وجهات نظر المختصين في إدارة الأزمان وكذلك المختصين في الإعلام الرقمي؛ وإطلاقاً من هذه التوصيات يستمد الدراسة

نقاط الضعف في مقدمة الدراسة

لم توضح المقدمة نوع وسائل الإعلام أو الأزمان، كذلك سبب اختيار قطاع الاتصالات، رغم إمكانية دراسة قطاعات أخرى.

غياب أهداف الدراسة، ومجتمعها والمحددات وأدوات القياس، كذلك أقسام البحث أو الصعوبات أثناء كتابته.

الاقتراب في الفقرة الثالثة مأخوذ من الملخص وهذا غير سليم، ويعود تاريخه إلى سبع سنوات من الدراسة الحالية، مما يجعله بعيد عن الدراسة.

الاقتراب في الفقرة الرابعة (عبد الرحمن، 2021) غير موثق في قائمة المراجع.

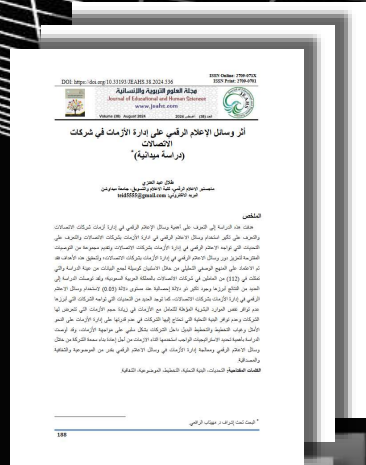
تفتقر المقدمة إلى الإحصائيات الحديثة حول مغيرات الدراسة، أو العينة، أو الفترة الزمنية، أو النطاق الجغرافي، التي بدورها تعكس أهمية الدراسة، أو وضع مشكلة الدراسة الحالي.

تم عرض مشكلة الدراسة بشكل غير مباشر، وهذا يصعب على القارئ فهمها.

لم تُعرف متغيرات الدراسة بشكل مباشر، أو تضبط العوامل المرتبطة بها.

لم تلتزم المقدمة بنمط المثلث المقلوب في سرد الأفكار والانتقال من العمومية إلى التخصص.

تحتاج المقدمة إلى إعادة هيكلة لينتظم سياقها وتترابط أفكارها وتعكس صورة الدراسة بوضوح.



أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات دراسة ميدانية

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



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتمم بخیر و سرور

