

عنوان الدراسة

"تأثير الإعلام الرقمي علي القرارات الإدارية بالمجتمع السعودي"

عمل الباحثين:

عبد الكريم حسين محسن

ahmoa100@gmail.com

جامعة ميدأوشن – / MidOcean University – قسم الإدارة – كلية الإدارة
جزر القمر

سامي محمد سعيد

Eng.aljojo@gmail.com

شركة موبيلي

دعاء حسن طويرقي

d.towerqi@gmail.com

الملخص:

تناولت الدراسة الإعلام الرقمي ودوره في اتخاذ القرارات الإدارية في المجتمع السعودي، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في صياغة السؤال الرئيسي التالي: "ما دور الإعلام الرقمي في اتخاذ القرارات الإدارية؟" حيث اختبرت الدراسة فرضيتين هما: يؤثر الإعلام الرقمي علي اتخاذ القرارات الإدارية، ويؤثر أسلوب معالجة البيانات علي اتخاذ القرارات الإدارية، وبناءً علي مشكلة الدراسة والفرضيات الموضوعة تم استخدام المنهج الوصفي لوصف الظاهرة ومتغيراتها، والمنهج التاريخي لتأصيل الظاهرة موضوع الدراسة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: اثبات صحة الفرضيات الموضوعة، واتسام الوزارات في المملكة العربية السعودية باعتمادها علي الإعلام الرقمي مما أدى إلي تحقيق فاعلية كبيرة في القرارات الإدارية المتخذة.

Abstract:

in Administrative Decisions Making, The Study dealt with The Role of Digital media a case study of Kingdom of Saudi Arabia, The Problem of the Study was to formulate the following main question: What is the role of Digital media in administrative decisions making? The study examined two hypotheses: The sources of information affect the decision making, The data processing method affects the management decisions of Kingdom in Saudi Arabia. Based on the problem of the study and hypotheses developed was used descriptive method: to describe the phenomenon and its variants and the historical method: to consolidate the phenomenon of the subject of the study, The study reached a number of results, including: proving the validity of the established hypotheses, and the ministries in the Kingdom of Saudi Arabia being characterized by their reliance on digital media, which led to achieving great effectiveness in the administrative decisions taken.

Key words : Digital media- Administrative decisions -Information technology- Kingdom of Saudi Arabia

المقدمة:

شهد القرن الحادي والعشرين قفزات كبيرة في الاستخدام المتزايد لأدوات تكنولوجيا مختلفة من أهمها التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات، فهذه الثورة الرقمية المعلوماتية تمثل فرصة أمام المنظمات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق قفزة مهمة ومفيدة لتطوير طاقاتها الإنتاجية والإبداعية والاندماج في الاقتصاد الافتراضي العالمي، وتزيد من إمكانية سرعة اتخاذ القرارات الإدارية وتخزين المعلومات التي تسهم في العملية الإدارية بصورة عامة، حيث بات تطبيق أدوات هذه التكنولوجيا الحديثة من الضروري العمل بها وذلك لما تقدمه من كفاءة وسرعة في

معالجة البيانات، وإعطاء النتائج المراد الوصول إليها في وقت وجيز جداً دون التعرض للأخطاء التي قد ترتكب من طرف الإنسان الذي تحيط به الظروف المتغيرة وغير المستقرة.

وقد أسهم هذا التطور والتغير في بروز الأهمية الكبيرة للإعلام الرقمي، وبروز الأثر الواضح علي فاعلية اتخاذ القرارات الإدارية، وضرورة الشروع باعتمادها وسيلة هادفة في تحقيق وتحسين كفاءة الاداء، وفاعليته بشكل خاص.

وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن المنظمة عبارة عن وحدة اجتماعية هادفة تسعى من خلال تحسين أدائها لتحقيق الاستقرار والاستمرار في الأنشطة الإنتاجية أو الخدمية التي تقوم بها في ظل المتغيرات المتعددة، فإن سعيها نحو استخدام الأطر والأساليب الحديثة من شأنه أن يقودها للبقاء في ظل المنافسة المحتدمة بين المنظمات المختلفة، فذلك لإتخاذ القرارات أهمية عظيمة بالنسبة للقيادة الإدارية، وكيفية كسب ثقة الجمهور ولا بد من قيادة تدير وتفكر من خلال استخدامها وتدريباتها علي الإعلام الرقمي، وإذا كان دور القيادة علي قدر كبير في حياة المنظمة أو حاسماً في مستقبل نشاطها فإن ذلك يعتمد إلي حد كبير علي صحة المعلومات وسلامتها التي تعتمد عليها القيادة عند اتخاذ قراراتها، وكذلك علي قدرة القيادة الحصول علي المعلومات المحدودة في الاوقات المناسبة (البكري، 2000م، ص23).

لذلك تم اختيار موضوع هذه الدراسة لتحليل أثر الإعلام الرقمي علي فاعلية القرارات الإدارية التي يتم اتخاذها في المؤسسات في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

تشير الدراسات والبحوث العلمية إلي أهمية الدور الذي تلعبه عملية اتخاذ القرارات في نجاح المؤسسات، وأنها جوهر العملية الإدارية، وقد قام الباحثون بالعديد من الدراسات والأبحاث حول العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرارات الإداري ووجدوا أن الإعلام الرقمي يعتبر أحد العوامل المؤثرة علي فاعلية عملية اتخاذ القرارات من حيث كمية وجودة المعلومات وملاءمتها للظروف وتوفرها في الوقت المناسب.

فالقرارات الإدارية تلعب دوراً هادفاً وفعالاً في تحسين وتطوير كفاءة وفاعلية الاداء في مختلف القطاعات العاملة في المجتمع السعودي، وقد شهد التطور الملحوظ في استخدام الإعلام الرقمي

في مختلف المؤسسات في المملكة العربية السعودية إسهامًا كبيرًا في اعتماده في مختلف المجالات، وأن هذا من شأنه أن يؤثر بشكل أو آخر علي فاعلية القرارات الإدارية في تلك المؤسسات، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لكي تجيب علي الأسئلة التالية:

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي للدراسة هو:

"ما دور الإعلام الرقمي في اتخاذ القرارات الإدارية في المجتمع السعودي؟"

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو الإعلام الرقمي؟
2. ما هي وسائل الإعلام الرقمي، والرسائل المتواخة منه؟ وما يؤخذ عليه؟
3. ما مدي استخدام الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية؟
4. هل يؤثر استخدام وسائل الإعلام الرقمي علي مرحلة جمع المعلومات وتحليلها في عملية اتخاذ القرارات الإدارية في المؤسسات؟
5. ما العلاقة بين الإعلام الرقمي وفاعلية القرارات الإدارية في المؤسسات في المملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في فاعلية القرارات الإدارية، سيما وأن العصر الراهن بمتغيراته المختلفة يشهد ثورة عارمة في مجال المعلومات والاتصالات، فقد أصبحت المعلومات في القرن الحادي والعشرين موردًا استراتيجيًا للمؤسسات الإدارية في ميدان النهوض النهوض المستهدف في أدائها، خصوصًا وأن الظروف التنافسية والمتغيرات البيئية في مضمار العولمة وحركة التجارة الحرة علي جوانب الأداء فيها كافة، وبشكل خاص القرارات الإدارية.

والمعلومات تعتبر حاليًا بمثابة العمود الفقري للعمل الإداري في أية منظمة لأنها القاعدة الأساسية والرئيسية في اتخاذ القرارات التنظيمية، ولذلك فإن جودة القرارات التي تتخذ في جميع

المستويات الإدارية تتوقف علي مدى توافر المعلومات المتاحة لمتخذي القرار (ياغي، 2002م، ص33).

إن هذه الأهمية تتجلي في دراسة أثر الإعلام الرقمي علي فاعلية القرار الإداري في القطاعات والمؤسسات المختلفة في المملكة العربية السعودية الذي يضفي أهمية واسعة وكبيرة في مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات، وتسخير أبعادها نحو تحقيق أهداف المنظمات في مختلف المجالات بصورة أكثر كفاءة وفعالية.

أهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلي تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف علي ماهية الإعلام الرقمي ووسائله.
2. التعرف إلي مدى الأثر الذي ينجم عن استخدام الإعلام الرقمي علي فاعلية القرارات الإدارية.
3. تقديم بعض التوصيات التي من شأنها الإسهام في تحسين كفاءة استخدام الإعلام الرقمي في تحقيق فاعلية القرارات الإدارية.

منهج الدراسة:

بناءً علي مشكلة الدراسة التي تمت صياغتها، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة ومتغيراتها، وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات المتوفرة والضرورية لفهم وتفسير المشكلة، بالإضافة إلي المنهج التاريخي لتأصيل الظاهرة موضوع الدراسة.

الإعلام الرقمي

يعد الإعلام الرقمي من أهم المفاهيم والمصطلحات الإعلامية التي ظهرت في الأونة الأخيرة، وانتشر استخدامها وتداولها بين الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري. وشهد مفهوم الإعلام الرقمي في المدة الأخيرة جدلاً كبيراً بين الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام بشأن مدى صحة ومقبولية هذا المفهوم في مجال تطور وسائل الإعلام من التقليدي إلي

الجديد، وأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تشهد تطوراً مستمراً في الوسائل والأدوات منذ العصور القديمة ليومنا هذا، ولم يبق الاتصال الجماهيري مقتصرًا علي وسائل معينة، ولكن يبقى لكل زمن ومرحلة تاريخية ووسائلها وأدواتها للاتصال والتواصل الإنساني والجماهيري، إذ أن وسائل الإعلام في تطور مستمر ولم تبق علي وسائل معينة، وهذه أبرز الأسباب التي جعلت تلك التباينات تظهر حول مفهوم الإعلام الرقمي، ولكننا نجد أن وسائل الإعلام تحولت من تقليدية إلي جديدة عند ظهور التطبيقات الإعلامية والاجتماعية في شبكة الانترنت والتي أتاحت للجمهور أن يشارك في عملية إنتاج ونشر وتبادل المحتوى الإعلامي بينهم (راضي & التميمي، 2017م، ص71).

أولاً مفهوم الإعلام الرقمي:

الإعلام في اللغة: علم وفقه أي تعلم وتفقه، وتعالمه الجميع أي علموه، ويقال: "استعلم لي خير فلام واعلمنيه إياه"، وقوله عز وجل: "وَمَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ" (سورة البقرة، آية: 102).

وعلمه كسمعه علمًا: عرفه، وعلم هو نفسه، ورجل عالم وعليم جمعها علماء وعلام كجهال، وعلمه العلم وتعليمًا وعلامًا وأعلمه إياه فتعلمه (الفيروز أبادي، 2004م، ص155).

أما الرقمي لغة، فمصدره رقم، فرقم رقمًا ورقمه، كان به رقمه (الفيروز أبادي، 2004م، ص412)، أما أصل كلمة رقمية فهي ترجمة للمصطلح الإنجليزي ديجيتال.

الإعلام في الاصطلاح: هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية.

والإعلام الرقمي: هو وسائل الإعلام التي تعتمد علي الحساب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر وتستلزم من المتلقي انتباهًا، وتدمج وسائل الإعلام التقليدية.

كما يعرف الإعلام الرقمي بأنه إعلام متعدد الأشكال مسموعاً ومرئياً ومقروء، والوسائط ونماذج اليوتيوب، والمدونات، والمواقع، صحافة إلكترونية يعتمد بشكل أساسي على شبكة الانترنت بمميزاتها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية، مع تميزه عن الإعلام التقليدي بخصائص مثل: الحرية الواسعة والتفاعل والتنوع والشمول (شقرة، 2014م، ص53).

ظهر مصطلح الإعلام الرقمي بعد التطورات التي شهدتها العالم في المجالات الإعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية، ولكن تأثير تلك التطورات لم يصل إلى حد التأثيرات التي أحدثتها التطورات التكنولوجية والتقنية في مجال الاتصال والحاسوب وبالخصوص الثورة التي أحدثتها شبكة الإنترنت في الجانب الاتصالي والإعلامي، وهناك عدة عوامل ساهمت في ظهور الإعلام الرقمي منها ما يرتبط بالتطور التقني وأخري تتناغم مع حاجات الجمهور لهذا النوع من الإعلام وأبرز هذه العوامل ما يلي:

- (1) **العامل الاقتصادي:** عولمة الاقتصاد وانفتاح الأسواق العالمية قد أدت إلى إزالة الحدود الدولية التي تتطلب الاسراع في تدفق المعلومات وتداول الإعلان للسلع والخدمات بين المستهلكين.
- (2) **العامل التقني:** جاء ظهور الإعلام الرقمي بعد التقدم الهائل في تكنولوجيا الحاسوب من تجهيزاته وبرامجه وتكنولوجيا الاتصالات، خصوصاً في ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، وظهور الإنترنت الذي يعد الوسيط الذي يحتوي على الإعلام الرقمي والتي تمكن المستخدمين من الدخول إلى وسائل الإعلام التقليدية عبر الإنترنت، وقد انعكس الإعلام الرقمي على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها.
- (3) **العامل السياسي:** تغيير السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال جعل من العالم قرية صغيرة كما يقال، وتمكنت الدول النامية من التعبير عن ذاتها إثر شيوع مفهوم الديمقراطية، وأدى ذلك كله إلى إدخال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدية وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الرقمية.
- (4) **العامل الاجتماعي:** أدى تغيير ثقافات الدول وعاداتهم وتقاليدهم والاهتمام بالقضايا الاجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الرقمي للحصول على الأخبار

والمعلومات سواء كانت محلية أم عالمية مثل: مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة خاصة وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة (راضي & التميمي، 2017م، ص70).

ثانيًا وسائل الإعلام الرقمي:

يشهد الحقل الإعلامي الرقمي الجديد تحولات وتطورات تزداد بين الحين والآخر، هذه التحولات التي أفرزت للإعلام الجديد أدوات ووسائل عدة تزداد تنوعًا ونموًا، بحيث يستخدم بعضها لخصائص البعض تقنيات ووسائل جعلت الفرد يتجول بينها باحثًا أو مرفهًا عن نفسه، ومن هذه الوسائل ما يلي:

أ- الصحافة الإلكترونية:

شهد المجتمع المعاصر مع نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، ويعتبر مجال الإتصال والإعلام من أهم الجوانب التي تأثرت بهذا التطور، حيث لعبت الحاسبات الآلية و الأقمار الصناعية وخاصة الإنترنت دورًا هامًا في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الإتصال بين المجتمعات بشكل مباشر، في وقت قريب كانت الصحافة الورقية أو المكتوبة تشكل المصدر الأول للمعلومات والأخبار لدى الجمهور إلى أن دخل مصطلح جديد إلى عالم الإعلام أطلق عليه "الصحافة الإلكترونية"، وأكتسب هذا النوع الجديد أهمية بالغة من ظهوره أوائل التسعينات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت وتضاعف أعداد مستخدميه فأصبحت غالب المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير التقليدية وهو ما عرف بالصحف الإلكترونية، والتي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة (جواب الله، 2012م، ص13).

وتعرف الصحافة الإلكترونية بأنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت، وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية في توفير المادة

الصحفية (خبر، تعليق ، مقال تقرير، تحقيق) على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية (أبو رشيد، 2020م، ص91).

كما تتميز الصحافة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص مثل: الوصلات الشعبية، الإشارة إلى المواقع ذات صلة بالموضوع، أداة البحث في الموقع، وجود أرشيف للموضوعات، والأعداد السابقة، المباشرة والتحديث المستمر، التفاعلية (جاء الله، 2012م، ص17).

ب- الإذاعة الرقمية:

وتتمثل في: الراديو الرقمي الفضائي، وراديو الإنترنت.

الراديو الرقمي الفضائي:

يعد البث الإذاعي الفضائي ثورة في عالم الراديو حيث تنتقله من النظام القديم والموجة المتوسطة والقصيرة إلى عصر الفضاء، وتربطه بتكنولوجيا الإتصال الحديثة مما يشكل بعثاً جديداً لجهاز الراديو يعتمد على الإستقبال المباشر من القمر الصناعي، دون اللجوء إلى محطات تقوية عالية التكاليف و محدودة الأثر.

والراديو الفضائي أو راديو الأقمار الصناعية، أو راديو الإشتراك هو راديو رقمي يستقبل إشارات البث من الأقمار الصناعية التي تغطي مجالاً أرضياً جغرافياً واسعاً لا يقارن معها البث الإذاعي الأرضي بأي حال من الأحوال، إذ يستطيع المستمع متابعة إشارات البث في مجال تغطيتها بصرف النظر عن الموقع، كما يقوم نظام البث الإذاعي الرقمي المباشر عن طريق إرسال الإشارات إلى الملايين من أجهزة الإستقبال (الراديو الفضائي) ولا يحتاج التقاط إشارات القمر الصناعي إلى أرضية بل هناك هوائيات صغيرة مثبتة في كل جهاز راديو تلتقط الإشارة مباشرة.

وظهرت المنظومة الجديدة للراديو الرقمي الفضائي من خلال شركة " وورلد سبيس " الأمريكية التي أسسها الدكتور نوح عزمي سماره عام 1990 بهدف إنشاء شبكة فضائية عربية تستطيع أن تغطي إفريقيا والشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية الوسطى بإستخدام البث الرقمي، وحصلت هذه الشركة على موافقة الإتحاد الدولي للإتصالات السلكية واللاسلكية عام 1993م.

ويتميز الراديو الفضائي بأنه مؤمن من التداخل والتشويش، كما أن عملية إختيار المحطة التي يراد الإستماع إليها لا يتم بتحريك المؤشر كما هو الحال في الأجهزة التقليدية، وإنما بتحديد رقم المحطة المعنية، كما تسعى هذه الوسيلة الإعلامية إلي تحقيق التنمية في الكثير من البلدان الفقيرة من خلال تخصيص بعض قنوات البيئة، الصحة، التعليم الجامعي (الهاشمي، 2004م، ص139).

راديو الإنترنت:

راديو الإنترنت هو عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الإنترنت، وهو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشاعات الكهرومغناطسية، هو خدمة إذاعية تبث عن طريق الشبكة ويمكن لأي مشترك في الإنترنت القيام بها كما يمكنه الإستماع لأي محطة موجودة على الإنترنت، فقد أمكن لأي شخص أن يصبح مالكاً لمحطة إذاعية على الشبكة حتى ولو كان مركزها في البيت، فكل ما يحتاجه هو أن يملك شخصياً صوتاً يستطيع من خلاله توصيل رسالته، ومواد إذاعية وكمبيوتر، فالعديد من محطات الإذاعة في الإنترنت مستقلة تماماً عن المحطات التقليدية بل هي وسيلة بث متخصصة وموجودة فقط على شبكة تعرض أفاقاً واسعة من الخدمات الإخبارية الرياضية والحوارية، الموسيقى، المواد الصوتية والأرشيفية، ولأن الإشارة الإذاعية تنتقل على شبكة الإنترنت بلا حدود فمن الممكن الحصول على خدماتها في جميع أنحاء العالم، فعلى سبيل المثال يمكن الإستماع إلى محطة إذاعة أسترالية في أوروبا وإفريقيا (شمو، 2002م، ص258).

ت- التلفزيون الفضائي الرقمي:

يعتبر البث الرقمي نقلة مفصلية في تاريخ التلفزيون، لأنه أنهى عصر ندرة البث الإذاعي والتلفزيوني أو محدوديته التي ميزت البث التناظري من جهة، وفتح الأبواب على مصارعها من جهة أخرى، لإستثمار الطاقات التي تحملها الموائمة التقنية التي سمحت ببث المادة الإعلامية أو الثقافية أو التعليمية ذاتها عبر العديد من المحامل والشاشات، التلفزيون، الكمبيوتر، الهاتف، جهاز "دي في دي" المحمول، جهاز "أي باد" إنطلاقاً من قاعدة أن الوسائط المتعددة ليست دمجاً للوسائط، بل إنها تكامل الوسائط المختلفة لإنتاج مادة تلقي فيها أنماط الإتصال المختلفة باستثمار طاقتها التوصيلية والتعبيرية والجمالية.

ولقد أحدثت شبكة الإنترنت تغييرًا كبيرًا في الوضع الاقتصادي والاجتماعي والإعلامي في التلفزيون الكلاسيكي حيث أصبحت شريكه في بث مواده السمعية والبصرية بشكل مباشر أو إعادة بثها، ففي هذا الصدد يمكن التأكيد أن قناة "ام بي سي" الأمريكية هي أول قناة عرضت برامجها على شبكة اليوتيوب.

كما برز الإنترنت كفاعل جديد في مجال البث السمعي البصري، وهذا ما يثبت تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث عبر شبكة الإنترنت بجانب الشركات الاقتصادية، والمؤسسات الإدارية والهيئات الثقافية والاجتماعية والسياسية والمهنية التي أصبحت تبث شرائط الفيديو في مواقع الإنترنت لغايات تجارية وتواصلية ونضالية (خافج ولقرع، 2018م، ص197).

مزايا التلفزيون الرقمي:

- 1 سهولة التخطيط وإمكانية اللجوء إلى الشبكات أحادية الموجات أي بث البرامج إنطلاقًا من نقاط متعددة على الموجة نفسها وهو غير متوافر في البث التناظري أو التماثلي.
- 2 يمكن للتلفزيون الرقمي تقديم خدمات وسائط متعددة تشتمل على الصوت والصورة والبيانات والنصوص.
- 3 توافر خدمات تفاعلية متعددة مثل البريد الإلكتروني والإنترنت وخدمات التفاعل مع البرامج.
- 4 توافر خيارات متعددة وكثيرة من القوالب والبرامج.
- 5 إمكانية الحصول على صورة عالية الوضوح.
- 6 إلغاء الحدود الفاصلة بين الكمبيوتر والتلفزيون، فأصبح بإمكان استخدام التلفزيون الرقمي للقيام بأي وظيفة من وظائف الكمبيوتر والعكس (يسري، 2010م، ص248).

ث- الشبكات الاجتماعية:

تعد مواقع الشبكات الاجتماعية من أبرز أنواع وأشكال الإعلام الرقمي، فقد ساهمت التطورات التقنية التكنولوجية بإنجازات هائلة غير مسبوقة في مجال وسائط ووسائل الإتصال، وكانت شبكات التواصل الاجتماعي أولى تلك الإنجازات والتي فتحت بعدًا جديدًا في عمليات الإتصال

التفاعلي، فالشبكات الإجتماعية هي تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين من الأفراد الذين يمكنهم تكوين صداقات ومشاركة صورهم وملفاتهم، كما يمكن تكوين الجمعيات والأحزاب، وتنظيم الحملات الإلكترونية، وأبرز هذه الشبكات ما يلي:

المنتديات Les Forums: تعتبر واحدة من بين تطبيقات الإعلام البديل ووسيلة من وسائل المشاركة والتفاعلية التي أتاحتها شبكة الإنترنت والمنتديات تتعدى مجالاتها، كالمنتديات الأدبية والإقتصادية وغيرها، فهي مواقع تلم شمل الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة لتبادل ومناقشة مختلف المواضيع التي يتم طرحها في المنتديات (خيري، 2018، ص382).

موقع ماي سبيس My Space: أكبر موقع للتشبيك الإجتماعي للأصدقاء، تم تأسيسه في جويلية عام 2003م، من قبل "توم أندرسن وكرس ديولف"، يقدم الموقع أركاناً خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، مدوناتهم، مجموعاتهم، صورهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس علي محرك بحث خاص ونظام بريد إلكتروني داخلي يستطيع النسا من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والإلتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الإلتقاء، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والإندماج الثقافي والتعبير عن قيمهم الشخصية (الصادق، 2008، ص31).

موقع الفاييس بوك Facebook: هو أحد شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر استخداماً وتأثيراً علي مستوي العالم، كما يعرف على أنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات من حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الإختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر إنفتاحاً (منماني وسمية، 2021، ص56).

موقع تويتر Twitter: يعد موقع تويتر واحداً من أكبر شبكات التواصل الإجتماعي أسسه "إيفان ويليامز"، إذ يعد هذا الموقع من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الإجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الإنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، وهو موقع تدوين مصغر، كما يمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة

واكتشاف "ماذا يحدث الآن" حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن، ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور (بوحالي، 2021م، ص70).

المدونات Les Blogs: هي إحدى وسائط الإنترنت التي ظهرت وانتشرت مع ظهور جيل الويب، وهي عبارة عن شبكات لإدارة محتويات متنوعة تعكس توجه ومجال إهتمام صاحبها الذي يدعي بالمدون أو Blogger وتمثل هذه المحتويات تدوينات مرتبة من الأحدث إلى الأقدم، تتيح التفاعلية والتصفح السريع، وإمكانية الحفظ والإسترجاع لتمتعها بنظام الأرشفة، وقد شاع استخدامها مؤخرًا في المجالات المختلفة السياسية والاجتماعية والإقتصادية والأدبية، والمجال البيئي أيضًا، وما يهم في هذا الموضوع هي المدونات التي تتبع الأسلوب الصحفي في التدوين (البياتي، 2014م، ص341).

القرار الإداري

يعد القرار جوهر العملية الإدارية ووسيلتها الأساسية في تحقيق أهداف المؤسسات سواء علي مستوى القطاع العام أو الخاص أو التعاوني، وقد حظي القرار باهتمامات استثنائية في المجالات المختلفة للإدارة لأنه يسهم بشكل أساسي في تمكين المؤسسة من مواصلة أنشطتها الإدارية بكفاءة وفاعلية.

وتعتمد كفاءة المدير في ممارسة وظائفه الإدارية في المؤسسة على القرار الناجح الذي يتخذه إزاء المواقف المختلفة، ذلك لأن العلاقات السائدة في المؤسسة تستدعي معالجات هادفة وفق منظور قادر على استيعاب تطورات المستقبل، وما يتضمنه من متغيرات تؤثر في قدرته على التنبؤ واعتماد القرارات الرشيدة في هذا الشأن، ولقد واجهت الإدارة المعاصرة تحديًا كبيرًا لما انطوت عليه الثورة العلمية والتكنولوجية في مختلف الميادين من تحديات، لا سيما في إطار ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات وشبكات الإنترنت وغيرها، وقد نجم عن ذلك تعقد وتشابك المهمات التي تمارسها الإدارة في إطار إنجاز أهدافها، ولذا فإن الوسائل التقليدية في الاعتماد على الخبرة الشخصية فقط أو استخدام التجربة والخطأ لم يعد قادرًا على تحقيق أهداف المؤسسة التي تستلزم القرارات السديدة في مجالات الاستثمار الأمثل للموارد البشرية والمادية والمالية والمعلوماتية المتاحة، لذا فقد أصبحت القرارات الإدارية اليوم بمثابة الأداة الفاعلة والمعبرة بشكل

أساسي عن مدي تحقيق النجاح أو الفشل الذي تمارسه قيادة المؤسسة في توجيه الجهود نحو استثمار الموارد المتاحة واستغلال الوقت للوصول إلى الأهداف وتحقيقها وفق رؤية علمية واضحة وشفافة، وهذا يؤكد أهمية استناد القرارات الإدارية إلى معلومات دقيقة يسهم الإعلام الرقمي في توفيرها.

أولاً مفهوم القرار الإداري واتخاذ أهميته:

القرار الإداري:

هنالك تعريفات عديدة لمفهوم القرارات، ولكنها بمجملها تدور حول اختيار بديل من بدلين أو أكثر، لحل مشكلة قائمة أو متوقع حدوثها، ويعرف القرار بأنه مسار فعل يختاره متخذ القرار باعتباره أنسب وسيلة أمامه لإنجاز الهدف، أو الأهداف التي يتبعها، وقد عرف "بارنرد" القرار علي أنه: "تكتيف العديد من البدائل"، أي أنه اختيار بديلاً من بدلين أو أكثر من البدائل المتاحة، وأنه يعد مؤشراً لقدرات المدير الناجح، أما "هوريو" قد عرف القرار الإداري بأنه: "إعلان للإدارة يصدر علي سلطة إدارية في صورة تنفيذية بقصد إحداث أثر قانوني إزاء الأفراد" (الشماع وحمود، 2000م، ص21).

لذا يمكن أن نشير إلي الفوائد المرجو تحقيقها لمتخذ القرار الإداري بوفرة المعلومات وهي:

- 1) تنمية قدرة المدير علي الاستفادة من المعلومات المتاحة والخبرات السابقة.
- 2) ترشيد وتنسيق ما يبذله المدير من جهد في البحث والتطوير في ضوء ما هو متاح من معلومات
- 3) قاعدة معرفية عريضة لحل المشكلات.
- 4) توافر بدائل وأساليب حديثة لحل المشكلات، واختيارات تكفل الحد من هذه المشكلات في المستقبل.
- 5) رفع مستوي فاعلية وكفاءة النشاطات التي تقوم بها المؤسسة.
- 6) ضمان القرارات السليمة في جميع أقسام المؤسسة، وعلي مختلف مستويات المسؤولين فيها.

ومما زاد من أهمية القرارات ودورها في تحقيق أهداف الإدارة ما تشهده التنظيمات الإدارية الحديثة من مشكلة تعدد وتعقد أهدافها، ووجود التعارض بين هذه الأهداف أحياناً، إذ لم يعد التنظيم الإداري يسعى لتحقيق هدف واحد كما كان من قبل، وإنما عليه أن يسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف المعقدة والمتشابكة، مما زاد المشكلات التي تواجه قيادات هذه المؤسسات، وما استتبعه ذلك من اتخاذ العديد من القرارات لمواجهة المشكلات (كنعان، 1992م، ص33).

اتخاذ القرار الإداري:

أكدت النظريات السلوكية علي أن صنع القرار هو عبارة عن عملية معقدة تتضافر فيها العديد من الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والسياسية والقانونية والفنية وغيرها، ولذا ينبغي أن لا ينظر إلي اتخاذ القرار من زاوية واحدة كما يراها البعض من المتخصصين، فالقرار ينطوي من حيث الأبعاد الاقتصادية علي مسألتين أساسيتين هما العوائد المتحققة، والتكاليف المترتبة علي اتخاذه، أي أنه يمثل الخطة المستقبلية للمؤسسة المعنية بتحقيق هدف معين بأقل التكاليف، وبأعلي العوائد الممكنة الناجمة عن تنفيذه، ولذا فإن المتغيرات الاقتصادية بكل أبعادها ذات أثر كبير في اتخاذ القرارات شكلاً ومضموناً، كما ينطلق السلوكيون إلي إعطاء البيئة الاجتماعية والنفسية وتوجيهها بشكل منظم لمواجهة حالات قائمة وظروف معينة، ثم إن بعض الأبعاد الاجتماعية والفكرية والأيدولوجية تلعب دوراً كبيراً في القرارات التي تتخذ أو توضع موضع التنفيذ، فهي تمثل المعيار الأساسي الذي به تدرك القيادات الإدارية ردود الفعل الفردية أو الجماعية إزاء القرارات التي تتخذها بمظاهر سلوك الافراد أو الجماعات في التنظيم، كما أنها تعد مؤشراً إلي مدي النضج الفكري والفلسفي للقيادات الإدارية في توجيه العاملين، واستغلال الموارد المتاحة لتحقيق أهداف المؤسسة.

وهذا يتضح بأن اتخاذ القرار ذو صلة تفاعلية متكاملة بين المتغيرات الذاتية للبناء التنظيمي والتوجهات السلوكية للفرد من ناحية، وبين المتغيرات البيئية من ناحية أخرى، إذ أنه يقترن بالمصلحة العامة للفرد والمجتمع علي حد سواء.

ولذا يمكن القول إن القرار الإداري الرشيد يشكل علاجاً مرحلياً للمشكلات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية القائمة وليس عمقاً سوقياً (استراتيجياً) على المدى البعيد طالما أن العلاقات الإنسانية

ذات أبعاد متحركة (ديناميكية) ينتابها التغيير والتطور المستمرين في جميع الأفاق والأبعاد، وتتجلى في القرارات المتخذة غالباً تحقيق صيغ الرضا أو القبول بدلاً من الرشد في المرحلة التي يتخذ بشأنها القرار، وهي ليست الصيغة المثلى أو الفضلى في معالجة المشكلات أو الظواهر، كما أفرزتها النظريات الاقتصادية التقليدية، ومن هنا تتجلى أهمية القرار في تحقيق أهداف المنظمة المعنية على الصعيدين المرحلي والاستراتيجي على حد سواء، إضافة إلى دوره في تعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة وتحقيق الكفاءة والفاعلية في الإنجاز.

ثانياً فاعلية اتخاذ القرار الإداري:

مما لا شك فيه أن القرار الإداري السليم وسبل اتخاذه يشكل أهمية كبيرة للمؤسسات المعاصرة، سيما في بداية القرن الحادي والعشرين، إذ أصبحت المعارف الإنسانية متاحة بشكل كبير لكل المعنيين باتخاذ القرارات الهادفة لتحقيق الأهداف المراد إنجازها، ونظراً لكون الفاعلية تشكل المعيار الرشيد لتحقيق المؤسسة لأهدافها والتي تعني (القدرة على إنجاز الشيء الصحيح بطريقة صحيحة ومن أول مرة) ولذا فإن القرار الذي ينطوي على تحقيق الهدف بعوائد عالية وكلفة متدنية يشكل المعيار السليم للمؤسسات المعاصرة.

وبالتالي فإنه يمكن تعريف فاعلية القرار على أنها: مدى تحقيق القرار للأهداف المحددة في الوقت المحدد، أما كفاية القرار فتتمثل في تحقيقه لفوائد تفوق تكلفته أي نسبة المنفعة إلى التكلفة للقرار.

إن القرارات المراد أن تتخذها المؤسسات تستند إلى وفرة المعلومات وإتاحة وجودها للمؤسسة وبسرعة فائقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات، لذا فإن الفاعلية التي يمكن لها أن تحقق للمؤسسة أهدافها تتأتى بالاستثمار الأمثل بين البدائل المتاحة عبر التعرف الدقيق بالإعلام الرقمي على ما ينطوي عليه القرار المراد اتخاذه بهذا الشأن.

وتزداد أهمية اتخاذ القرارات في العصر الراهن نظراً لأن كل التغيرات العامة في عالم اليوم تدل على أن المنظمات الناجحة هي منظمات عضوية تشبه التكوين البشري، إذ أن كل عضو في جسم الإنسان يشعر ويتألم لما يصيب الأعضاء الأخرى، ولكل جزء ارتباط مرن ومفصل بالجسم العام الذي له هيكل عظمي يحفظ شكله، وكذلك المؤسسة لها هيكل وبنیان أساسي واستراتيجية، وبإفي الجسد يرتكز بمرونة علي هذا الهيكل (الخوري، 1998م، ص42).

ففي إطار هذه التغيرات تبرز أهمية وفاعلية المعلومات وتقنيات معالجتها، فالتوسع في الخدمات والتنوع في الإنتاج والاهتمام بالجودة لا يتحقق إلا بالطرق التكنولوجية الحديثة لمعالجة كم هائل من المعلومات، فالتطور التقني التكنولوجي الحضاري العالي يتطلب أساساً لإنتاج صناعة مخصصة لأية سلعة أو تقديم خدمة مميزة للعملاء والمراجعين، ولذا فإن تحول المجتمع نحو مجتمع معلوماتي يتطلب مرحلة تحول وبناء واسعة باتجاه نظم المعلومات في مختلف مرافق المجتمع وتعديل البناءات الفكرية والأساليب الحياتية التي تتلاءم مع ضرورة الوعي بأهمية وفاعلية المعلومات في تحقيق التطور والنمو المرتجي.

ثالثاً علاقة الإعلام الرقمي بالقرارات الإدارية:

مما لا شك فيه أن تكنولوجيا المعلومات ذات أثر كبير في اتخاذ القرارات الإدارية وزيادة فاعليتها في تحقيق النتائج المرجوة منها، سيما وأن توافر الإمكانيات والقدرات المتفاعلة بين القوى البشرية الماهرة والأجهزة الآلية من شأنها الإسهام في تحقيق الاستفادة القصوى من المعلومات المتاحة لدى المؤسسة، ورفع كفاءة أدائها الإداري واتخاذ القرارات في الأوقات المناسبة للحاجة إليها، وقد أسهم الحاسوب بشكل كبير في تيسير سبل التحضير والإعداد والتحليل للبيانات المراد اعتمادها في اتخاذ القرارات، ولذا فإن فاعلية اتخاذ القرارات تعتمد بشكل أساسي على توافر نظم المعلومات الإدارية المتكاملة، التي تتسم بما يلي (ياغي، 2005م، ص33):

(1) إن تفهم طبيعة نظام المعلومات ورسالته التي يلم بها المسؤول صاحب القرار ودوره في العلاقة مع هذا النظام، وتحديد نوع حاجته منه، والتعرف إليها كونها ترتبط بنوع المعلومات المتوفرة لديه، ومعرفته بأسلوب اتخاذ القرار.

(2) بيان مقدار حاجة المسؤول إلى المعلومات؛ فهو يعاني عادة من تراكمها وعدم ملاءمتها لحاجته بتكرسها بشكل هائل يجعلها غير ملائمة، والحاسوب بشكل خاص يحث على إصدار مجموعات كبيرة من التقارير في برهة قصيرة، ويترتب على ذلك توافر معيار لقياس قدرة المسؤول، صاحب القرار على استخدام المعلومات وتحديد معيار الأداء الإداري الذي يزود المسؤول بالمعلومات الصالحة لاتخاذ القرار والرجوع عن الخطأ وتطبيق البرامج الإحصائية والرياضية المستخدمة في البحوث.

(3) إدراك المسؤول وصاحب القرار لإجراءات المعلومات، فإن لم يفلح في استيعاب المبادئ العامة للنظام والبدائل المختلفة المتاحة، تضعف قدرته علي تقييم النظام والتحكم به، ويصبح المسؤول صاحب القرار محكومًا للنظام لا حاكمًا له، فيصعب علي المستفيد التعرف إلي المعلومات الناتجة، فكلما قرب المسؤول من مصادر المعلومات زادت فاعلية قراراته الإدارية ويتحقق وفر في الوقت والجهد، ولتحقق فاعلية القرارات الإدارية لا بد لها من الارتباط بالخصائص التالية (ياغي، 2005م، ص156):

- الدقة وخلو المعلومات من الأخطاء.
- التوقيت المناسب وتوافر المعلومات عند الحاجة.
- الشمولية وتضمين المعلومات الحقائق الأساسية.
- الملاءمة والمطابقة وتوافر المعلومات لمطابقة للاحتياجات الأساسية.
- عدم التحيز وغياب تحريف المعلومات أو تحريفها للتأثير علي صاحب القرار.
- قابلية القياس ومساعدة متخذ القرار في الوصول إلي قرارات إدارية فعالة.

ومن هنا يتضح بشكل جلي أن العلاقة بين الإعلام الرقمي وفاعلية القرارات الإدارية المتخذة تشكل العمود الفقري لنجاح المؤسسة العاملة في تطوير أدائها وفي تمكين العاملين فيها من اتخاذ قرارات سليمة تتسم بالكفاية والفاعلية في تحقيق الأهداف المرجوة منها.

النتائج والتوصيات:

النتائج:

أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج التي يمكن إيرادها كالتالي:

(1) اتسمت المؤسسات بالملكة العربية السعودية باعتمادها علي استخدام الاعلام الرقمي، مما أدى إلي تحقيق فاعلية كبيرة في القرارات الإدارية المتخذة.

وينبثق عن هذه النتيجة الرئيسية نتيجة فرعية وهي:

■ أدى إستخدام الإعلام الرقمي في المؤسسات في المملكة العربية السعودية إلى الإسهام في تحقيق الأهداف المراد إنجازها، بالإضافة إلى الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها، وتحقيق جودة الأداء فيها.

(2) تعطي المؤسسات في المملكة العربية المتحدة أهمية كبيرة للإعلام الرقمي مما أسهم في تدعيم فاعلية القرارات الإدارية لديها.

(3) تسم المؤسسات بالمملكة العربية السعودية في التركيز علي توفير المهارات اللازمة لمستخدمي تكنولوجيا المعلومات، مما أسهم في تحقيق فاعلية القرارات الإدارية.

التوصيات:

علي الرغم من أن النتائج السابق ذكرها تعطي مؤشرات واسعة لطرق اعتماد الإعلام الرقمي وأثره علي فاعلية القرارات الإدارية في مختلف مؤسسات المملكة العربية السعودية، إلا أن ذلك يدعو إلي التأكيد علي:

- (1) العمل علي التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات وتعزيز دورها في تطوير الاداء.
- (2) إدخال المستجدات الحديثة من الأجهزة والبرمجيات الخاصة بالاتصالات والمعلومات في المؤسسات.
- (3) العمل علي تحسين الأداء والاستثمار الأمثل للموارد المتاحة في سبيل تحقيق أهداف المؤسسات.
- (4) توفير المجالات اللازمة للباحثين والمتخصصين لتطوير أداء الخدمات المقدمة من المؤسسات، والتأكيد علي أهمية البحث العلمي الفعال في تطوير هذه المؤسسات وإعطائها الاهتمام المباشر.

قائمة المراجع:

- البكري، سونيا، (2000م)، نظم المعلومات الإدارية، المفاهيم الأساسية، عمان، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- بوحالي محمد، (2021م)، إستخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، شبكة تويتر نموذجا، مجلة لإتصال والصحافة، المجلد 8، العدد 1.
- البياتي ياسر خضير، (2014م)، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار بداية، الأردن.
- خاشقجي، هاني يوسف، (1993م)، التنظيم الإداري في المملكة العربية السعودية: المفاهيم الأسس والتطبيقات، ط1، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود.
- خافج كريمة، لقرع مريم، (2018م)، الإنتقال المفصلي من التلفزيون التقليدي إلي التلفزيون الرقمي وتأثيراته علي الشباب، مجلة الصورة والإتصال، المجلد 5، العدد 17.
- خيرى نورة، (2018م)، الإعلام الإلكتروني، وسائل إعلامية متنوعة ومخاطر متعددة، مجلة المعيار، المجلد 22، العدد 1.
- راضي، وسام، التميمي، مهند، (2017م)، الإعلام الرقمي تحولات اتصالية ورؤي معاصرة، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، لبنان.
- رمزي جاب الله، (2012م)، الصحافة الإلكترونية وأثرها علي مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 5، العدد 9.
- السلوم، يوسف إبراهيم، (1999م)، النظام الإداري في المملكة العربية السعودية، (دراسة قانونية تحليلية مقارنة)، ط1، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- السنيدي، عبد الله راشد، (2000م)، الأجهزة الإدارية والتنظيمية بالمؤسسات العامة في المملكة العربية السعودية، ط6، الرياض، معهد الإدارة العامة.
- الصادق، عباس مصطفى، (2008م)، الإعلام الجديد، المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان.
- علي محمد شمو، (2002م)، الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الاسكندرية.

- مباركة منماني، بورقة سمية، (2021م)، مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 56.
- نهلة أبو رشيد، (2020م)، الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني، ط1، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.
- الهاشمي مجد هاشم، (2004م)، تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- ياغي، محمد عبد الفتاح، (2000م)، اتخاذ القرارات التنظيمية، عمان: مركز أحمد ياسين الفني.
- يسري خالد إبراهيم، (2010م)، التليفزيون الرقمي والتليفزيون التفاعلي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 10.