

أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات الأردنية

القдах، محمد راكن أحمد، و النصور، مروان محمد عبد. (٢٠٢٤). أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البلقاء التطبيقية، السلط. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1460495>



إعداد

Mohammed al dibas

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف إلى أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات بالتطبيق في شركات الاتصالات الأردنية، وذلك من خلال دراسة وتحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

تطوير إطار نظري مفاهيمي شامل لكل من وسائل الإعلام الرقمي، ومراحل إدارة الأزمات.

التعرف على مستوى أهمية الإعلام الرقمي في شركات الاتصالات الأردنية.

إلقاء الضوء على واقع مراحل إدارة الأزمات في شركات الاتصالات الأردنية.

تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات لتعزيز الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في شركات

الاتصالات الأردنية..

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

تتبع أهمية الدراسة بأن الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات في المنظمات بشكل عام وشركات الاتصالات الأردنية بشكل خاص، كما تعد هذه الدراسة استكمالاً للجهود العلمية المبذولة لإبراز أهمية الإعلام الرقمي وإظهار الفوائد التي يمكن أن تُجنى من تطبيقه في إدارة الأزمات، وأن الإعلام في العصر الحديث أصبح جزءاً من حياة الناس، وأن بناء الدولة سياسياً، اجتماعياً، اقتصادياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائط ووسائل الإعلام، وإن مشروعات التنمية لا يمكن أن تنجم إلا بمشاركة الأفراد وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام الرقمي

الأهمية العملية

تبرز في مدى مساهمتها في رفد المكتبة العربية بإطار نظري حول متغيرات الدراسة، وبالنتائج التي ستتوصل إليها في بيان أثر وسائل الاتصال الرقمي على مراحل إدارة الأزمات بالتطبيق على شركات الاتصالات الأردنية، ومرجعاً يمكن الاستفادة منه من قبل الباحثين والدارسين، إضافة إلى الاستفادة منها في الوصول إلى آليات عمل مستقبلية للإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، وفاعلية تطبيقها والعقبات التي تواجه تطبيقها، وربطها بالفوائد التي من الممكن أن تُجنَى من تطبيقها في شركات الاتصالات الأردنية، وتقديم مجموعة من التوصيات كقاعدة لمتخذي القرار في الشركات.

ثالثاً: تقييم الأهداف وفق قاعدة SMART

من حيث التحديد Specific

جاءت أهداف الدراسة محددة وواضحة بشكل جيد، حيث حدد الباحث بدقة المتغير المستقل وهو وسائل الإعلام الرقمي بأبعاده المتمثلة في مواقع الشبكات الاجتماعية والمفضلات الاجتماعية واستضافة المدونات المجانية ومواقع الفيديوها ومشاركة الصور، كما حدد المتغير التابع وهو مراحل إدارة الأزمات بأبعاده المتمثلة في اكتشاف إشارات الإنذار المبكر قبل الأزمة واحتواء الأضرار خلال الأزمة واستعادة النشاط أثناء الأزمة والتعلم بعد الأزمة. كذلك حدد الباحث بيئة التطبيق بشكل دقيق وهي شركات الاتصالات الأردنية، مما يجعل الأهداف بعيدة عن العمومية والغموض..

ثالثاً: تقييم الأهداف وفق قاعدة SMART

من حيث القابلية للقياس Measurable

حقق الباحث هذا المعيار بشكل واضح، حيث اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم أداة الاستبانة لقياس تصورات المبحوثين، كما اختبر الفرضيات عند مستوى دلالة إحصائية ألفا أقل من أو تساوي ٠,٠٥، وهذا يعني أن كل هدف من أهداف الدراسة يمكن قياسه كمياً والتحقق من تحقيقه من خلال الأدوات الإحصائية المناسبة. فهدف التعرف على مستوى أهمية الإعلام الرقمي مثلاً يُقاس من خلال تصورات المبحوثين، وهدف بيان الأثر يُقاس من خلال اختبار الفرضيات الإحصائية.

ثالثاً: تقييم الأهداف وفق قاعدة SMART

من حيث إمكانية التحقيق Achievable

جاءت الأهداف واقعية ومتناسبة مع طبيعة رسالة الماجستير وإمكانات الباحث والموارد المتاحة له، حيث حدد مجتمع الدراسة بجميع العاملين في شركات الاتصالات الأردنية في المستويات الإدارية العليا والوسطى والدنيا، وهو مجتمع يمكن الوصول إليه وجمع البيانات منه. كما أن الأهداف الأربعة الفرعية متدرجة ومنطقية، فتبدأ ببناء الإطار النظري ثم قياس مستوى المتغيرات ثم بيان الأثر وتنتهي بتقديم التوصيات، وهو تسلسل منهجي قابل للتنفيذ في حدود إمكانات باحث الماجستير.

ثالثاً: تقييم الأهداف وفق قاعدة SMART

من حيث الواقعية Realistic

تتسم الأهداف بالواقعية والمنطقية، فهي تتناول موضوعاً حيوياً ومعاصراً يتعلق بأثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات، وهو موضوع له أهميته العلمية والعملية كما أوضح الباحث في قسم أهمية الدراسة. كما أن الدراسة تتم تحت إشراف أكاديمي متخصص من جامعة البلقاء التطبيقية، والأهداف تتوافق مع ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة مما يؤكد واقعيته وارتباطها بالواقع البحثي في هذا المجال.

ثالثاً: تقييم الأهداف وفق قاعدة SMART

من حيث التحديد الزمني Timely

حقق الباحث هذا المعيار بتحديد الإطار الزمني لإجراء الدراسة خلال الفصل الصيفي والفصل الأول من العام الجامعي ٢٠٢٣-٢٠٢٤، وهو إطار زمني واضح ومحدد يُمكن من خلاله إنجاز جميع مراحل البحث من جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى النتائج والتوصيات. كما أن تحديد هذا الإطار الزمني يضمن أن البيانات المجمعة تعكس واقع شركات الاتصالات الأردنية في فترة زمنية محددة ومعروفة.

الفرق بين أهمية الدراسة وأهداف الدراسة

تُشكّل أهداف الدراسة الوجهة التي يسير نحوها الباحث خطوة بخطوة طوال رحلته البحثية، فهي تُحدد بدقة ما يريد الباحث أن يصل إليه من نتائج ملموسة وإجابات واضحة عن تساؤلاته البحثية. وعند النظر إلى هذه الرسالة نجد أن أهدافها تمحورت حول التعرف على أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات وقياس هذا الأثر إحصائياً وبناء إطار نظري وتقديم توصيات، وكلها أهداف إجرائية يستطيع الباحث أن يتحقق من إنجازها عند الانتهاء من بحثه. فالأهداف إذن هي بمثابة المهام المحددة التي يلتزم الباحث بتنفيذها وتحقيقها من خلال منهجيته وأدواته البحثية، وهي تُجيب ببساطة عن سؤال ماذا يريد هذا البحث أن يكتشف ويثبت.

الفرق بين أهمية الدراسة وأهداف الدراسة

أما أهمية الدراسة فهي تنظر إلى الصورة الأوسع والأشمل، إذ تُبرز القيمة التي يُضيفها هذا البحث للمعرفة الإنسانية والممارسة المهنية على حدٍ سواء. فحين نقرأ أهمية هذه الرسالة نجدها تتحدث عن إثراء المكتبة العربية وسد فجوة بحثية في موضوع الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات وإفادة الباحثين والدارسين مستقبلاً ومساعدة متخذي القرار في شركات الاتصالات الأردنية على تحسين أدائهم. فالأهمية لا تتعلق بما سيفعله الباحث بل بالأثر الذي سيتركه بحثه بعد اكتماله، وهي تُقدم المبررات المقنعة التي تجعل القارئ يُدرك لماذا كان من الضروري إجراء هذا البحث ومن الذي سيستفيد من نتائجه سواء على الصعيد الأكاديمي النظري أو على صعيد التطبيق العملي في المؤسسات والشركات.



أثر الإعلام الرقمي على تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على أثر الإعلام الرقمي بأبعاده المختلفة على تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي بالتطبيق على وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية.
- الأهداف الفرعية:
 - تطوير إطار نظري مفاهيمي شامل يتناول الإعلام الرقمي بأبعاده المتمثلة في منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية الصحية والتطبيقات الذكية والبودكاست الصحي والحملات الإعلامية الرقمية، والوعي الصحي بأبعاده المتمثلة في الوعي الوقائي والوعي العلاجي والوعي الغذائي والوعي بالصحة النفسية.
- التعرف على مستوى توظيف الإعلام الرقمي بأبعاده المختلفة في وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبحوثين.

أهداف الدراسة

- الكشف عن مستوى الوعي الصحي بأبعاده المختلفة لدى أفراد المجتمع السعودي من وجهة نظر المبحوثين.
- قياس أثر الإعلام الرقمي بأبعاده المختلفة على تعزيز الوعي الصحي بأبعاده المختلفة لدى المجتمع السعودي.
- الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات المبحوثين حول مستوى الإعلام الرقمي والوعي الصحي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية كالجنس والعمر والمؤهل العلمي والمنطقة الجغرافية.
- تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات العملية لتعزيز دور الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

- تُسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة العربية بإطار نظري متكامل يربط بين الإعلام الرقمي والوعي الصحي وهو مجال لا يزال يفتقر إلى دراسات أكاديمية معمقة في البيئة السعودية.
- تُقدم الدراسة نموذجاً بحثياً جديداً يوضح العلاقة بين أبعاد الإعلام الرقمي وأبعاد الوعي الصحي مما يفتح آفاقاً بحثية جديدة أمام الباحثين والدارسين في مجالي الإعلام والصحة العامة.
- تُعد الدراسة استكمالاً للجهود العلمية السابقة التي تناولت الإعلام الرقمي من جهة والوعي الصحي من جهة أخرى حيث تجمع بينهما في سياق بحثي واحد متكامل.
- تُواكب الدراسة التوجهات الحديثة لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ التي تُولي اهتماماً كبيراً بالتحول الرقمي وبتعزيز جودة الحياة الصحية للمواطنين مما يمنحها قيمة علمية مضافة.

أهمية الدراسة

الأهمية العملية التطبيقية:

- تُفيد نتائج الدراسة صناع القرار في وزارة الصحة السعودية في تطوير استراتيجيات إعلامية رقمية أكثر فاعلية لنشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع.
- تُساعد القائمين على التخطيط الإعلامي الصحي في تحديد أكثر منصات الإعلام الرقمي تأثيراً في الجمهور السعودي مما يُمكنهم من توجيه جهودهم ومواردهم بشكل أفضل.
- تُوفر الدراسة مؤشرات عملية حول مستوى الوعي الصحي الحالي لدى المجتمع السعودي مما يُساعد المسؤولين على تحديد جوانب القصور والعمل على معالجتها.
- تُقدم الدراسة توصيات قابلة للتطبيق يمكن أن تتبناها وزارة الصحة والمؤسسات الصحية في تصميم حملات التوعية الصحية الرقمية وتحسين المحتوى الصحي المقدم عبر الوسائط الرقمية المختلفة.
- تُسهم الدراسة في دعم جهود المملكة العربية السعودية نحو بناء مجتمع صحي واعٍ من خلال الاستثمار الأمثل في أدوات الإعلام الرقمي الحديثة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

