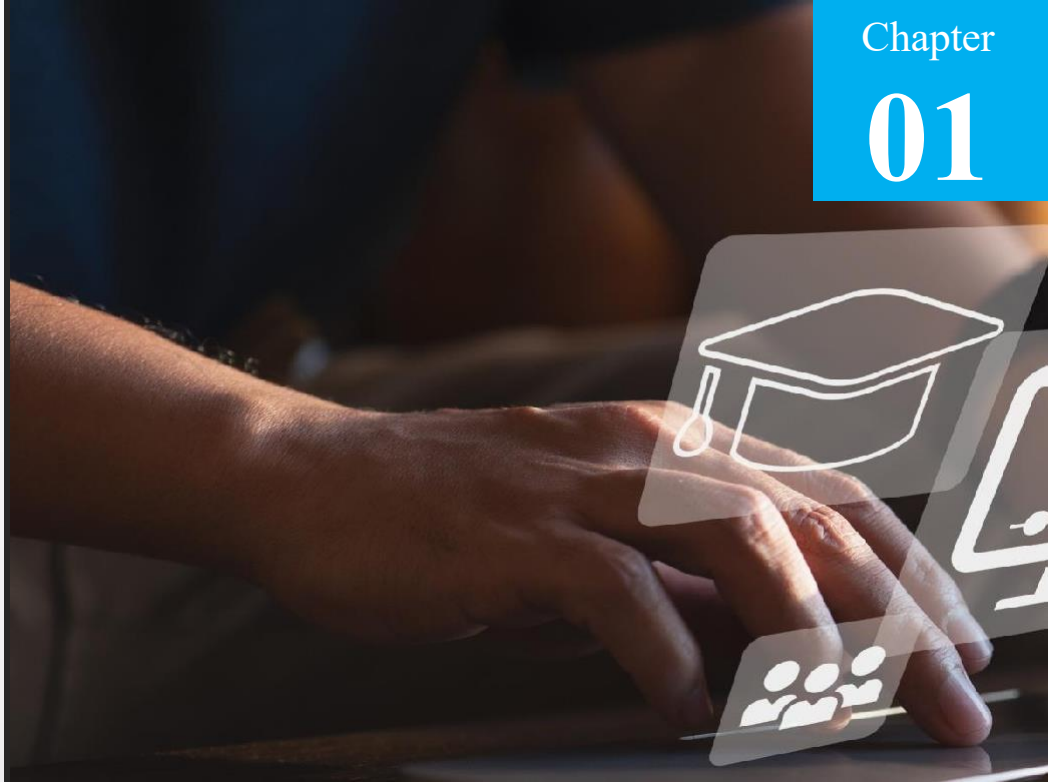


دراسات نقدية

أعداد: ريما حمودي



المهمة العاشرة



تركز هذه الدراسة على تحليل أثر استخدام وسائل الإعلام الرقمية في إدارة الأزمات داخل شركات الاتصالات، إذ يُعد هذا القطاع من أكثر القطاعات حساسية وتأثرًا بالرأي العام. تهدف الدراسة إلى فهم كيفية توظيف منصات الإعلام الرقمي في احتواء الأزمات والتواصل مع الجمهور بطرق فورية وفعالة، مع إبراز التحديات التي تواجه المؤسسات في ظل التوسع الكبير في الفضاء الرقمي. كما تقدم الدراسة إطارًا نظريًا وتطبيقيًا يوضح العلاقة بين الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات، مما يجعلها مرجعًا مهمًا للباحثين والمهتمين بهذا المجال.

نقد عملي

العنوان والمستخلص
نقاط قوة

يصرّح بوضوح بمتغيرين رئيسيين: الإعلام الرقمي → إدارة الأزمات في شركات الاتصالات .
يحدد تصميمًا عامًا «دراسة ميدانية»، ما يوحي باستخدام بيانات أصلية.

ملاحظات نقدية التي توصلت لها

العنوان عام: لم يحدد بُعد/أداة الإعلام الرقمي (منصات تواصل، مواقع رسمية، تطبيقات محمولة، مركز اتصال رقمي).

الحيز المكاني مذكور ضمناً (السعودية) في المتن، لا في العنوان؛ ما يقلل الدقة الوصفية.

الملخص يورد الأهداف والنتائج الإجمالية لكنه لا يبين إطاراً نظرياً أو الفرضيات صراحة، ولا يذكر نوع التحليلات الإحصائية بالتحديد.
تحسينات مقترحة

إعادة الصياغة: «فعالية منصات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات المؤسسية: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات السعودية».
تضمن في الملخص: المنهج، الأداة، حجم العينة، أهم اختبارات الدلالة، وأبرز التحديات بترتيب أثري.

نقد علمي

أهمية البحث

النقد التي توصلت له :

قدمت الدراسة أهمية عامة تركز على دور الإعلام الرقمي في المؤسسات، لكن الطرح جاء تقليدياً يفتقر إلى إبراز القيمة المضافة. لم توضح الأهمية النظرية من زاوية إسهامها في تطوير المعرفة العلمية ولا الأهمية التطبيقية من زاوية ما ستستفيد منه شركات الاتصالات أو صناع القرار.

المقترح للتحسين:

كان من الأنسب أن يُفصّل في الأهمية النظرية عبر بيان كيف تسد الدراسة فجوة في البحوث العربية المتعلقة بالإعلام الرقمي والأزمات. أما على المستوى التطبيقي، فكان ينبغي توضيح ما يمكن أن تقدمه الدراسة عملياً لشركات الاتصالات من نماذج أو استراتيجيات لإدارة الأزمات.

أهداف البحث

النقد الذي توصلت له:

الأهداف صيغت بطريقة عامة مثل التعرف على أثر الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات. هذه الصياغة تفتقر إلى الدقة والتجزئة إلى أهداف فرعية تقيس أبعاداً محددة. كما لم تُوضح العلاقة بين الأهداف ونتائج الدراسة المتوقعة، مما يقلل من قدرة القارئ على استشراف مخرجات البحث.

نقد علمي

المقترح للتحسين:

يفترض أن تكون الأهداف أكثر تحديدًا، مثل:
قياس أثر الإعلام الرقمي في سرعة الاستجابة للأزمة.
دراسة دور الإعلام الرقمي في بناء الثقة مع العملاء أثناء الأزمات.
تحديد أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات في توظيف الإعلام الرقمي وقت الأزمة
فرضيات البحث

النقد الذي توصلت له:

لم تُعرض الفرضيات بشكل واضح ومنهجي، بل اكتفت الدراسة بتقديم تساؤلات عامة. غياب الفرضيات الدقيقة يُضعف الجانب التجريبي والتحليلي للبحث، ويجعل النتائج أقرب للوصفية منها إلى الاختبارية.

المقترح للتحسين:

كان من الأفضل صياغة فرضيات واضحة وقابلة للاختبار، مثل:
هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توظيف الإعلام الرقمي وفعالية إدارة الأزمات في شركات الاتصالات.
يساهم الإعلام الرقمي في رفع مستوى رضا العملاء أثناء الأزمة.
تؤثر سرعة الاستجابة عبر الإعلام الرقمي في الحد من انتشار الأزمة.

نقد علمي

إطار النظري والدراسات السابقة
قوة

يحشد مراجع عربية حديثة نسبياً حول الإعلام الرقمي والعلاقات العامة وإدارة السمعة.
نقد التي توصلت له

العرض تجميعي أكثر من كونه تركيبياً نقدياً: لا يظهر بوضوح أين تتفق/تختلف هذه الدراسات مع الحالة السعودية في قطاع الاتصالات.

يغيب تأطير نظري صريح (مثل: نظرية إدارة الأزمات الموقفية، أو نموذج الإقناع الممتد، أو نظرية الحوار المؤسسي) لتفسير الآليات.

محدودية في إدماج مراجع دولية محكمة عالية التأثير (لربط النتائج بسياقات مقارنة.
تحسينات

تبني إطار لتصنيف أنواع الأزمات (قَدَرِيَّة/قابلية للوم) وربطها باستراتيجيات الاستجابة الرقمية.
بناء جدول «خرائط الفجوة»: يلخص لكل دراسة سابقة (السياق/الأداة/الحجم/النتائج/ما تتجاهله)، ثم يبيّن كيف تسدّ الدراسة الحالية الفجوة.

إدراج دراسات عالمية حول الاتصالات الرقمية للأزمات (مثال: استجابات شركات الاتصالات لانقطاعات الشبكات، تسريبات البيانات...).

نقد علمي

لمنهجية (تصميم، مجتمع، عينة، أداة، صدق وثبات، إجراءات) نقاط القوة

المنهج الوصفي التحليلي مناسب كبداية لدراسة أثر الإعلام الرقمي كما يُدركه الأفراد. أوضح أن الأداة كانت استبياناً، وأن العينة ضمت العاملين في شركات الاتصالات بالمملكة (حوالي 112 شخصاً). النقد الذي توصلت له: لا يظهر ما إذا كانت العينة موزعة بشكل طبقي حسب الشركة أو الإدارة أو المنطقة، ما يحدّ من إمكانية تعميم النتائج.

تحيز المصدر: الاعتماد على الموظفين فقط يغفل منظور العملاء والجمهور العام والإعلام، مما يقلل من شمولية الرؤية. بناء الأداة: لا تتضح أبعاد القياس (مثل الشفافية، سرعة الاستجابة، الحوارية)، ولا يوجد محك خارجي للأداة. الصدق والثبات: لا توجد تفاصيل كافية عن صدق الأداة أو البناء النظري لها، ولا عن إجراءات تحكيم الخبراء، ولا عن معاملات الثبات لكل بُعد على حدة.

المتغيرات الضابطة: لم يُذكر تأثير حجم الشركة أو نوع الأزمة أو كثافة المتابعين على النتائج. الأخلاقيات: لم يظهر وجود نص للموافقة المستنيرة، ولا تفاصيل عن سرية البيانات أو الموافقات المؤسسية.

نقد علمي

تحسينات منهجية قوية

تصميم مختلط: استخدام استبيان بالإضافة إلى مقابلات شبه مقننة مع مديري الاتصالات وخدمة العملاء، وتحليل محتوى حسابات الشركات خلال أزمات فعلية.

تطبيق العينة: توزيع طبقي حسب الشركة (مثل الاتصالات السعودية، موبايلي، زين)، والإدارة (علاقات عامة، خدمة عملاء، عمليات)، والمنطقة الجغرافية.

تطوير الأداة: اشتقاق البنود من أطر معروفة لإدارة الأزمات، ثم تحكيمها، وتجريبها على عينة صغيرة (حوالي 30 شخصًا)، واستخراج تحليل عاملي تأكيدي، وحساب الثبات المركب ومتوسط التباين المستخلص لكل بُعد.

تضمين المتغيرات الضابطة: مثل نوع الأزمة، شدتها، حجم المحتوى على المنصة، مع التمييز بين إدراك الموظفين والمؤشرات الموضوعية مثل زمن الاستجابة، معدل إغلاق البلاغات، وتقلب المشاعر الرقمية.

توثيق الإجراءات الأخلاقية: التأكد من وجود موافقة مستنيرة، وضمان سرية البيانات، وإخفاء هوية المشاركين.

نقد علمي

التحليل الإحصائي

نقاط القوة

يوضح البحث وجود أثر دال عند مستوى دلالة 0.05 لاستخدام الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات، مع الإشارة إلى وجود تحديات بارزة مثل محدودية الموارد البشرية، ضعف البنية التحتية، وقصور التخطيط.

النقد الذي توصلت له

لم تُذكر الاختبارات المستخدمة بدقة، فلا نعرف هل تم استخدام اختبار الفروق، تحليل التباين، أو تحليل الانحدار.

لم تُذكر مقاييس قوة العلاقة أو حجم الأثر بين المتغيرات، مما يقلل من وضوح النتائج.

لم يتم اختبار الافتراضات الإحصائية مثل طبيعية التوزيع أو تجانس التباين، ولم يُذكر أي معالجة للقيم الشاذة أو البيانات المفقودة.

غياب النمذجة السببية جعل الاستنتاج عن "الأثر" أقرب إلى ارتباط وصفي، وليس قائمًا على تحليل سببي متقدم.

.

نقد علمي

المقترح للتحسين:

ضرورة تحديد الاختبارات المستخدمة بوضوح وربطها بفرضيات وأسئلة الدراسة.
إضافة مقاييس حجم الأثر لزيادة القيمة التفسيرية للنتائج.
اختبار الافتراضات الإحصائية بدقة ومعالجة البيانات الشاذة أو المفقودة.
التوجه نحو أساليب أكثر تقدمًا كالانحدار المتعدد أو النمذجة بالمعادلات الهيكلية، لأنها تسمح بفحص العلاقات السببية المعقدة بين المتغيرات وليس مجرد الترابط.
استخدام نماذج سببية متقدمة لقياس العلاقات بين أبعاد الإعلام الرقمي (الشفافية، الحوارية، السرعة) وأبعاد إدارة الأزمات (استعادة الثقة، احتواء الأزمة).
الإبلاغ عن حجم الأثر وفواصل الثقة والتحقق من القدرة الإحصائية للعينات.
إجراء تحليل المتانة والحساسية، مثل تقسيم العينة حسب الشركة أو نوع الأزمة، لضمان استقرار النتائج.

نقد علمي

النتائج والمناقشة
قوة

تعرض نتائج عملية يمكن البناء عليها، وتخلص لتوصيات عامة ذات صلة.
نقد الذي توصلت له

النتائج عامة، ولا تربط بشكل منهجي بكل سؤال/فرضية.
غابت أمثلة حالة (لأزمات واقعية محلية وكيف استخدم الإعلام الرقمي فيها).
المناقشة لا تُبين القيمة المضافة النظرية مقارنة بالدراسات العالمية.
تحسينات

تقديم خرائط أثر تربط بُعدًا رقميًا (شفافية/سرعة/تفاعلية) بنتيجة (احتواء/سمعة/ثقة) مع أرقام.
إدراج تحليل محتوى لتغريدات/بيانات شركات الاتصالات أثناء أزمة محددة (مثل انقطاع واسع)، وربطها بالاستبيان.

نقد علمي

الخاتمة والتوصيات

قوة

التوصية بالشفافية والموضوعية وتحديد استراتيجيات أثناء الأزمات واقعية مبدئيًا.

نقد الذي توصلت له

إجرائية أقل من المطلوب: لا جداول تنفيذ، ولا أولويات، ولا مؤشرات قياس نجاح

لا تُحدّد أدوار الفرق، ولا تميّز بين قنوات رقمية.

حزمة توصيات تنفيذية مفصلة (قابلة للتطبيق)

دليل استجابة رقمية للأزمات :

سقف زمني: أول 10 دقائق/60 دقيقة/24 ساعة.

قوالب رسائل مُعتمدة، ومسارات موافقات مختصرة.

مركز قيادة رقمي يضم: مسؤول القناة، محلل مشاعر، خبير قانوني، وخدمة عملاء.

قياسات أساسية: زمن الاستجابة الأولي، معدل تصعيد التذاكر، صافي المشاعر، ارتداد المكالمات.

مختبر سيناريوهات: محاكاة ربع سنوية لعطل شبكة/اختراق بيانات.

حوكمة المحتوى: سياسات شفافية، وقائمة أثناء الأزمة، وإجراءات تصحيح سريعة. تكامل قنوات: لوحات موحدة تجمع

تويتر/إنستغرام/التطبيق/الموقع، مع أتمتة ردود أولية ذكية، وتحويل سلس للبشري.

نقد علمي

تأهيل وتوظيف: برامج تدريبية لممارسي الاتصال، ومؤشرات أداء فردية مرتبطة بجودة الاستجابة.
الأصالة، الإضافة العلمية، الحدود، وقابلية التعميم

قوة

يقدم بيانات أولية من داخل شركات الاتصالات في سياق سعودي؛ قيمة تطبيقية عالية.
نقدالذي توصلت له

حدود التعميم: حجم العينة ونوعها، واعتماد منظور الموظف فقط.

زمنية المقياس: مقطع عرضي؛ لا يلتقط ديناميكية الأزمة.

إدماج محدود لأدبيات دولية رفيعة.

تحسينات بحثية مستقبلية

لوحات طولية (قبل/أثناء/بعد الأزمة).

تصميم شبه تجريبي يقارن رسائل شفافة مقابل حيادية في سيناريوهات واقعية.

دمج بيانات تشغيلية (انقطاعات الشبكة/أزمة الحل) + تحليل مشاعر آلي

نقد علمي

تدقيق المراجع

ما رصدناه من الصفحة الرسمية للمقال/عدد المجلة يبيّن:

وجود مرجعيات عربية متنوّعة (كتب/مقالات/رسائل) ذات صلة بالإعلام الرقمي والعلاقات العامة. أمثلة بالعناوين مجتزأة داخل موقع المجلة (مداخل مرتبطة بالاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة الرقمية). بيانات المقال الرسمية (، العدد، الصفحات 212–188) متاحة للاقتباس القياسي.

نقد الذي توصلت له

توازن لغوي: ثقلٌ عربيّ ملحوظ مقابل محدودية مراجع دولية حديثة عالية التأثير (2025–2019) في الأزمات الرقمية والاتصال الاستراتيجي.

نوع المصدر: الاعتماد الأكبر كان على رسائل غير منشورة وكتب تطبيقية، بينما هناك حاجة ملحة إلى تعزيز الرسالة بمقالات بحثية محكمة منشورة في مجلات علمية حديثة.

حدّثة المراجع: بعض المراجع قديمة نسبياً ولا تتناسب مع سياق يتغير بسرعة كبيرة مثل المنصات الرقمية، الخوارزميات، وسياسات إدارة المحتوى.

نقد علمي

تنوع موضوعي: المراجع تفتقر إلى تنوع يغطي مجالات مثل نماذج إدارة الأزمات، إدارة السمعة الرقمية، قياس المشاعر الرقمية، علم البيانات الاجتماعي، وحوكمة الاتصالات.

اتساق التوثيق: التوثيق لا يلتزم بشكل كامل بالمعايير المعتمدة؛ إذ يلزم ذكر بيانات المراجع بدقة مثل العنوان، العدد، المجلد، الصفحات، والمعرفات، إضافة إلى كتابة أسماء المؤلفين بالعربية أو بشكل معرّب عند الحاجة. مقترحات للتحسين المرجعي :

إضافة مراجع إطار نظري حاكم: مثل نظرية الاتصال في الأزمات للمختص كومبس، ونظرية الحوار التي طرحها كينت وتايلور. إدراج دراسات تجريبية عالمية: خاصة عن أزمات شركات الاتصالات والتقنية (مثل انقطاع الخدمات أو حوادث الاختراقات) التي تربط التكتيكات الرقمية بمؤشرات الثقة والسمعة.

تضمين أدلة ومعايير تنظيمية: مثل المعايير الدولية الخاصة بإدارة الأزمات، والأطر المعتمدة في الاستجابة للحوادث التقنية الكبرى. الاستفادة من أبحاث تحليل المشاعر والرصد الاجتماعي: لتوفير قياسات موضوعية تدعم الاستنتاجات وتربطها بالبيانات الواقعية.

نقد علمي

خاتمة نقدية

البحث ذو أهمية تطبيقية عالية لقطاع الاتصالات السعودي، ويظهر أثرًا ذا دلالة لاستخدام الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، مع إبراز تحديات جوهرية مثل محدودية الموارد، ضعف البنية التحتية، وقصور التخطيط الاستراتيجي. إلا أن قوة الدليل ستتعزيز كثيرًا من خلال:

إطار نظري صريح: مثل نظرية الاتصال في الأزمات، النظرية الحوارية، أو نموذج الإقناع عبر المعالجة المنطقية. تصميم منهجي متكامل: يجمع بين الأسلوب الكمي والكيفي، مع عينة ممثلة تضم الموظفين والعملاء وتحليل محتوى منصات التواصل.

اعتماد أدوات قياس دقيقة: تتمتع بالصدق والثبات، مع استخدام نماذج سببية متقدمة وتقرير مقاييس دقيقة لحجم الأثر. توصيات عملية: تتضمن مؤشرات واضحة لقياس النجاح وخطط زمنية قابلة للتنفيذ. تعزيز الجانب المرجعي: عبر الاستعانة بمراجع دولية حديثة ومعايير مهنية متخصصة في إدارة الأزمات والاتصال المؤسسي.

المراجع

العنوان:

أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات

الباحث:

طلال عيد العنزي

الدرجة العلمية:

رسالة ماجستير – الإعلام الرقمي

الجهة:

كلية الإعلام والتسويق – جامعة ميدأوشن الذكية

مكان النشر:

مجلة العلوم الإنسانية والتربوية – العدد 17، 2024

التوثيق:

العنزي، ط. ع. (2024). أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات. مجلة العلوم الإنسانية والتربوية، (17).

الرابط :

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



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

