

دراسات نقدية ١
التكليف الرابع

اشراف:
أ. د. عادل عصام

إعداد الباحث:
شلهوب عبدالله الشلهوب
الرقم الجامعي 253002896



تعريفات البحث العلمي ودوافع الباحثين لإجراء البحوث والدراسات

المقدمة

بعد حمد لله وشكره ، والثناء عليه، والصلاة والسلام على رسول الله أفضل الخلق ،وبعد:

استهل حديثي بإعجابي بطريقة جامعتنا ميد أوشن على المنهجية الرائعة في تكاليف الدكتوراه والتي تنمي ملكة التفكير الإبداعي، والحس النقدي لدى الباحث وتجعل لديه بناء معرفي بشكل تدريجي عن طريق التكاليف الأسبوعية ، فشكرا للجميع ، ومع بداية الفصل الاول استكمل مشواري الاكاديمي للوصول إلى درجة الدكتوراه بالإدارة بإذن الله ، ولا استغني عن توجيه وملاحظات اساتذتنا المميزين ،

وعلى بركة نبدا رابع تكاليف هذا الفصل مستعيناً بالله ..

عنوان البحث دور وسائل الإعلام في الاتصال وإدارة الأزمات

اسم الباحث: zhang

سنة النشر: ٢٠٢٣

جهة النشر: مؤتمر SDMC لعام ٢٠٢٣ - منشورات Atlantis press

اهداف البحث

1. هدف وصفي/استعراضي: تحليل "كيفية" يمكن للمنظمات أن تنتقل في المشهد الإعلامي المعقد للاستفادة منه كأداة لإدارة الأزمات.
2. هدف إرشادي/تطبيقي: تسليط الضوء على "أفضل الممارسات" و "المزالق" التي يجب تجنبها (من خلال استخلاص الدروس من دراسات سابقة).
3. هدف تأكيد: التأكيد على أهمية "العلاقات العامة الاستباقية" ووضع استراتيجيات استجابة شاملة "قبل" وقوع الأزمة.

نقد الأهداف – نقاط القوة

(المنظور الوظيفي -

1. الوضوح والعملية

• الأهداف واضحة جداً ومباشرة، وخالية من الغموض الأكاديمي.

• هي أهداف "عملية" (موجهة لـ "الممارسين" (في العلاقات العامة، وتقدم "قيمة تطبيقية" مباشرة لمديري الاتصال.

2. التركيز الاستراتيجي

• الهدف الثالث (الاستباقية) يُعتبر نقطة قوة، لأنه ينقل التركيز من "رد الفعل" إلى "الاستعداد المسبق" وهو جانب

استراتيجي مهم في إدارة الأزمات الحديثة.

نقد الأهداف – نقاط الضعف

1. التحيز الإداري/المؤسسي
2. النقد الجوهري: الأهداف مصاغة بالكامل من وجهة نظر "المنظمة"
3. • الهدف هو "تقليل الضرر على السمعة" و "الاستفادة من الإعلام".
• الهدف الغائب: لا يوجد أي هدف يسعى لـ "فهم تجربة الجمهور" أو "قياس مدى تلبية احتياجات الضحايا" معلوماتياً ونفسياً.
2. العمومية والافتقار للأصالة :
• الأهداف "عامة جداً" وفضفاضة (مثل: "تحليل كيفية استفادة المنظمات").
• لأنها أهداف ورقة "مراجعة"، فهي تهدف إلى "تجميع" المعرفة، وليس "إنتاج" معرفة جديدة تجريبياً

نقد الأهداف – نقاط الضعف (تابع)

3. تجاهل البُعد الأخلاقي (Ignoring Ethics):

- تركز الأهداف على "الكفاءة" (Efficiency) أفضل الممارسات) وليس على "الأخلاق" (Ethics).
- الهدف الغائب: لا يوجد هدف يسعى لـ "تحليل العضلات الأخلاقية" التي تواجه المنظمة (مثل: الصراع بين "الشفافية الكاملة" و "حماية السمعة").

4. النظرة التبسيطية للإعلام (Simplistic View of Media):

- تتعامل الأهداف مع "الإعلام" (خاصة السوشيال ميديا) كـ "أداة" (Tool) محايدة يمكن "الاستفادة منها".
- النقد: هذا يتجاهل أن الإعلام هو "فاعل" (Actor) في الأزمة؛ له خوارزمياته، واقتصاده السياسي، وانحيازاته التي قد تصعد الأزمة أو تخمدتها

نقد الأهداف – نقاط الضعف (تابع) ٢

نقد التساؤلات البحثية

نقاط القوة (وظيفياً):

- توجيهية وعملية: التساؤلات تقدم "دليلاً إرشادياً" للممارسين.
- استراتيجية: التساؤل 4 (الاستباقي) مهم، لأنه ينقل التركيز من "رد الفعل" إلى "الفعل"

نقاط الضعف (نقدياً):

1. أسئلة "إدارية" لا "بحثية":

- هذه التساؤلات أقرب لأن تكون "عناوين" في دورة تدريبية لمديري العلاقات العامة، منها إلى "تساؤلات بحثية نقدية". هي تبحث عن "الوصفة" ولا تبحث عن "التفسير"

2. التركيز على "المنظمة" كفاعل وحيد:

- التساؤلات تفترض أن المنظمة هي "البطل" في القصة.
- النقد: هي تتجاهل دور "الجمهور" كـ "منتج" للمحتوى (الذي أصبح هو من "يصنع" الأزمة أحياناً)

الخلاصة النقدية للأهداف

الخلاصة النقدية للأهداف

- أهداف بحث " (2023) Zhang هي أهداف "وظيفية" ممتازة، تصلح لتقديم ورشة عمل لمديري العلاقات العامة.
- لكنها أهداف "غير نقدية" من منظور البحث العلمي العميق.
- الخلاصة: هي تركز على "كيف تدير المنظمة" وتتجاهل تماماً "كيف يشعر الجمهور" و "لماذا تتصرف المنصات هكذا"



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You