

قضايا بحثية
التكليف الأول

اشراف: أ.د. سائد عدنان

إعداد الباحث:
شلهوب عبدالله الشلهوب
الرقم الجامعي 253002896



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 الثاني استكمل مشواري الأكاديمي للوصول إلى درجة الدكتوراه بالإدارة بإذن الله ، ولا استغني عن توجيه وملاحظات اساتذتنا المميزين ،

وعلى بركة أبدأ أول تكاليف هذا الفصل مستعيناً بالله ..

مدخل تحليلي

تنطلق هذه المهمة من تقييم رسالة ماجستير تناولت دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة، بهدف تحليل نطاقها العلمي، وتحديد أوجه القوة ومواطن القصور، وصولاً إلى اقتراح قضية بحثية أكثر عمقاً واتساعاً.

تحليل موضوع الرسالة

ركزت الرسالة على:

- مفهوم الصورة الذهنية كمتغير تابع.
- دور العلاقات العامة كمتغير مستقل.
- قياس الانطباعات لدى الجمهور في سياق مستقر.

قراءة تحليلية:

الرسالة عالجت الصورة الذهنية بوصفها نتاجاً اتصالياً في ظروف طبيعية، دون التعمق في ديناميكيات التغير أثناء الأزمات

تحديد الفجوة البحثية

- من خلال تحليل الإطار النظري للدراسة، تبرز عدة نقاط:
- محدودية تناول إدارة الأزمات الإعلامية ضمن نموذج تفسيري متكامل.
- غياب الربط المنهجي بين استراتيجيات الاستجابة الإعلامية وتغير السمعة المؤسسية.
- ضعف التركيز على البيئة الرقمية كعامل مضاعف للأزمات.

تمثل هذه الجوانب فجوة بحثية قابلة للتطوير في مستوى أعلى من الدراسة.

القضية البحثية المقترحة

إدارة الأزمات الإعلامية وأثرها على السمعة المؤسسية في الشركات السعودية

- يتجاوز هذا الموضوع نطاق الصورة الذهنية الثابتة إلى تحليل:
- استراتيجيات إدارة الأزمة.
 - سرعة الاستجابة الإعلامية.
 - أثر ذلك على إدراك أصحاب المصلحة.

الأساس النظري لاختيار القضية

- يرتكز اختيار القضية على:
- نظرية إدارة الأزمات
 - نظرية السمعة المؤسسية
 - نظريات الاتصال الاستراتيجي.

كما أن التحول الرقمي أوجد بيئة إعلامية عالية الحساسية، مما يفرض إعادة دراسة العلاقة بين الاتصال المؤسسي والسمعة في سياق الأزمات

أهمية القضية البحثية

- السمعة المؤسسية أصل استراتيجي طويل الأجل.
- الأزمات الإعلامية قد تُحدث تحولات فورية في إدراك الجمهور.
- الحاجة إلى نماذج تفسيرية تربط بين الاستجابة الإعلامية والنتائج التنظيمية.
- أهمية السياق السعودي في ظل التحولات الاقتصادية والتنافسية

مبررات أكاديمية لاختيار الموضوع

- وجود فجوة بحثية نسبية في الدراسات العربية التطبيقية.
- إمكانية بناء نموذج تحليلي يربط بين إدارة الأزمة والسمعة.
- قابلية القياس الكمي أو المختلط للمتغيرات.
- اتساق الموضوع مع تخصص إدارة الأعمال والاتصال المؤسسي.

الخاتمة

يمثل الانتقال من دراسة "بناء الصورة الذهنية" إلى دراسة "إدارة الأزمات الإعلامية وتأثيرها على السمعة" انتقالاً من منظور وصفي إلى منظور تحليلي تفسيري أعمق.

وعليه، فإن القضية المختارة توفر أساساً بحثياً أكثر اتساعاً وقابلية للإسهام العلمي في الحقل الإداري



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You