

كلية الاعلام والتسويق

ماجستير الاعلام الرقمي

أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات
الاتصالات: دراسة ميدانية

The Impact of Digital Media on Crisis Management in
Telecommunication Companies: A Field Study

إعداد

طلال عيد الغنزي

إشراف

د/ مهيتاب الرفاعي

2024-1445

المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة لها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً يماثل بل ويفوق في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي باتت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث. فقد باتت وسائل الإعلام الاجتماعي أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة المزيد من المعلومات عن حادث أو أزمة ما؛ فهي توفر له سيل من المعلومات متنوعة المصادر والمضامين ومقدمة بأشكال مختلفة سواء نصية أو عبر الوسائط المتعددة، علاوة على إمكانية التفاعل مع المضمون ونشره وتبادل الآراء حوله مع الآخرين.

ويعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وذلك لربط مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علماً قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة مثل غيره من الحقول المعرفية فهو يطالع بدراسة وتحليل ووصف وكذلك معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الرقمي بشكل خاص في العصر الحديث دوراً مهماً ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الأضواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام وإذا كان للإعلام دوراً هاماً في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تدفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير (آل مرعي: 2023).

لقد أصبح من الصعب تصور وجود مجتمع يخلو من الأزمات، فالعالم يواجه الآن مجموعة من التحديات والمتغيرات تسببت في حدوث أزمات مختلفة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والبيئي، علاوة على الأزمات الناجمة عن مخاطر أو كوارث طبيعية وغير ذلك. ويمكن القول إن الأزمات أصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور البشري. وعلى مستوى منظمات الأعمال وفي ظل العولمة واقتصاد السوق المفتوح، باتت كل المنظمات باختلاف مجالات أعمالها وأحجامها معرضة لأزمات قد تلحق بها أضراراً وخسائر مادية ومعنوية هائلة وأحياناً تقضي عليها؛ لذلك فإن التسليم بحقيقة أن الأزمات تشكل جزءاً من حياة الأفراد والمجتمعات والمنظمات بل والدول، يمثل مدخلاً مناسباً للتعامل مع الأزمة وإدارتها بطريقة علمية. ومواجهة الأزمات أحد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، فكفاءة وفاعلية الاتصال أوقات الأزمات يمكن أن يُحول التهديدات الناجمة عن تلك الأزمات إلى فرص لتأكيد سمعة المنظمة وزيادة مصداقيتها وبالتالي الخروج بمكاسب مادية ومعنوية (سالم: 2017).

ومع التطور السريع الذي يشهده العالم في الوقت الحالي، لم تعد أنظمة الاعلام التقليدية قادرة على إدارة الأزمات التي تحدث بشكل كافي وكذلك لم تعد قادرة على الوقوف على أبعاد الأزمات المطروحة، وبالتالي فقد أصبح الاعتماد على الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات أمراً مهماً كونه مصدر للمعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في أوقات الأزمات، ويرجع هذا إلى أن سرعة انتشار الاعلام الرقمي، هذا بجانب وجود العديد من المشكلات المتعلقة بمصداقية المعلومات الخاصة بالأزمات والتي تنتشر من خلال الاعلام الرقمي

والتي تعمل بدورها على زيادة حدة الأزمات وصعوبة السيطرة عليها؛ وبالتالي فإن هناك فجوة في ممارسات الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات تبعاً لاستخدام الاعلام الرقمي، وهو ما يعتبر أن استخدام الاعلام الرقمي مفيد جداً وخطر في الوقت ذاته وهو ما يتطلب إدارة قوية واستخدام فعال من أجل تحقيق أقصى استفادة منه في إدارة الازمات التي تحدث بدون سابق انذار (عبد الرحمن: 2021).

يجب العمل على القيام بدراسة إعلامية حول كيفية إدارة الأزمات بالاعتماد على الإعلام الرقمي، بالاعتماد على المناهج العلمية المطورة من أجل توظيفها في البحوث والدراسات الإعلامية، مع تحقيق التوازن بين الدراسات الكمية والكيفية. وفي ضوء ما سبق، فقد أوصت دراسة (عبد الرحمن، 2021) بالاهتمام بهذا النوع من الدراسات، حيث يستمد البحث الحالي أسسه وركائزه منها، مما يضيف للبحث مبررات لدراسة ظاهرة مهمة تتناول موضوعات هامة ومؤثرة على المدى القريب والبعيد وهي توظيف الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بالتطبيق داخل شركات الاتصالات.

الدراسات السابقة:

- دراسة عامر (2024)، بعنوان: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي.

هدفت الدراسة إلى للبحث في الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض درجة مصداقية الأخبار المنتجة بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ورصدت الدراسة أهم أسباب وتحديات انتشار ومواجه الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي ومنها سوء استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل المهنيين والمستخدمين، وأن الدول النامية تواجه مشكلة في الثقافة التقنية تعوق الاعتماد عليها بشكل أساسي في التصدي لانتشار الخبر الزائف عبر وسائل الإعلام الرقمي.

- دراسة السبع (2023)، بعنوان: دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة- دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت.

هدفت الدراسة إلى التعرف علي تقييم اتجاهات العملاء نحو توقعات و ادراكات جودة خدمة الاتصالات للعميل (الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، والامان، والتعاطف) و توقعات و ادراكات المسؤولين (الجوانب المادية والاعتمادية و الاستجابة والامان والتعاطف) في شركات الاتصالات بدولة الكويت بالتطبيق علي شركات الاتصالات بدولة الكويت، واعتمدت الدراسة على المنهج، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثلت وجود فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة وفجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة و فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة في شركات الاتصالات بدولة الكويت.

- دراسة آل مرعي (2023)، بعنوان: استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام.

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الكمي، وتوصلت الدراسة إلى إن الغالبية العظمى من طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بنسبة (5%) دائماً ما يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي، وأن غالبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهـم(60.2%) ، إن الهاتف الذكي قد احتل الصدارة من حيث الأجهزة الرقمية التي يفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) التصفح من خلالها على وسائل الإعلام الرقمي بنسبة(99%) ،إن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لديهم أسباب بدرجة مرتفعة تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهـم (3%)، ودائماً ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث كانت نسبتهـم (76%)، ويثقون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهـم (66%).

• دراسة أبو عيانة (2023)، بعنوان: الإعلام الرقمي والتوعية بالآزمات البيئية- دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في نشر وتنمية الوعي البيئي، وتوعية الجمهور بالآزمات البيئية ونتائجها التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب الاجتماعي والاقتصادي، ومعرفة العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية للآزمات البيئية ورصد القضايا والموضوعات التي تناولتها المواقع الإلكترونية حول البيئة ومعرفة أهدافها معرفة دور وسائل الإعلام الإلكتروني في تغطية مؤتمر المناخ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي للعينة، وتوصلت الدراسة إلى أن للإعلام الرقمي دور فعال في التوعية بالآزمات البيئية والتغيرات المناخية، واختلاف أشكال تفاعل المبحوثين مع ما يتم نشره على المواقع الإلكترونية فيما يخص البيئة، تسهم المواقع الإلكترونية في رفع مستوى الوعي بالآزمات البيئية والتغيرات المناخية بدرجة كبيرة.

• دراسة زين الدين (2023)، بعنوان: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي- دراسة تناقش حديث الاختلاف والاندثار.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي وعلاقة بالإعلام التقليدي، الخروج بمؤشرات أولية لتعميق مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها وتساؤلاتها وتحديد عينة من وسائل الإعلام وخاصة الصحف الرقمية والورقية، واعتمدت الدراسة على المنهج المتكامل، وتوصلت الدراسة إلى أن ظاهرة الإعلام الرقمي أو الإلكتروني بدأت خلال العقود الثلاثة الماضية، واتسعت مداركها في العشر سنوات الماضية، وأتاحت الظروف السياسية والاجتماعية لهذا الإعلام أن ينتشر بشكل ظاهر وواضح. وبات هو المسيطر الآن - ليس في مصر وحدها وإنما في كل دول العالم بلا استثناء، أصبح لزاماً على المجتمع المصري أن يتعايش مع هذا الإعلام الرقمي أو الإلكتروني ولا يمكن بأي حال من الأحوال التراجع عنه، العلم هو أهم الأسلحة التي يجب أن يتسلح بها الإعلام الرقمي أو الإلكتروني من أجل تسخير ذلك في خدمة أهداف السياسة والاجتماع والفكر، والثقافة، وخلافه أصبح التيار المناهض أو المعادي للإعلام الرقمي أو الإلكتروني لا مكان له في مصر، وفي ظل هذه التطورات السريعة، والمتلاحقة التي يشهدها هذا الإعلام الرقمي.

• دراسة جرادات (2023)، بعنوان: الإعلام الرقمي في الأردن- المواقع الإخبارية في الأردن أنموذج.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم القضايا الرئيسية التي يتناولها الاعلام الرقمي ومثالا عليه المواقع الالكترونية الإخبارية ، والتعرف على الأساليب التي اتبعتها وسائل الاعلام الرقمي بشكل عام و في المواقع الالكترونية الإخبارية بشكل خاص في تغطية الاحداث المهمة، ورصد اتجاهات وطريقة عرض وسائل الاعلام الرقمية تحديدا المواقع الرقمية الإخبارية للقضايا المهمة، بالإضافة إلى التعرف على مصادر المعلومات التي استقت منها وسائل الاعلام الرقمي بشكل عام والمواقع الالكترونية الإخبارية بشكل خاص في اختيار عينة الدراسة المعلومات التي تعرضها، والتعرف على الكلمات المحورية المتعلقة بالقضايا المختلفة التي تتناولها وسائل الاعلام الرقمي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن متابعة المنصات الرقمية بشكل عام والمواقع الاخبارية بشكل خاص جاء بمعدل مرتفع، بالإضافة إلى أن الاخبار السياسية الأكثر متابعة على المواقع الإلكترونية، والمنفعة المدركة من المواقع الالكترونية هي سهولة الحصول على المعلومات ومتابعة المحتوى الإعلامي، باعتبارها ميزة يبحث عنها الجميع لجعل المشاهدة أكثر متعة مما يجعلها نقطة تميز، وسهولة استخدام منصات الاعلام الرقمي تتمثل في يسر الوصول إلى المحتوى الإعلامي داخل المنصة وذلك لاعتمادها بشكل رئيسي على شبكة الإنترنت التي تمتاز بالسرعة والجودة المطلوبة، أن صعوبة استخدام منصات الاعلام الرقمي تتمثل في احتياج المنصات لباقة إنترنت مرتفعة تعتبر عائقا ؛ وذلك لكون الجودة المرتفعة التي تقدمها هذه المنصة تتطلب استهلاك حزمة إنترنت كبيرة، أن أبرز معوقات استخدام المنصات الرقمية هي توقف البث الناتج عن أعطال في شبكة الإنترنت نتيجة لضعف البنية التحتية التي تطلبها هذه الشبكة من معدات وبرمجيات، أو نتيجة للحاجة المستمرة إلى شراء باقات الإنترنت لكون هذه المنصة تستهلك باقات كبيرة من الإنترنت الارتفاع جودتها.

• دراسة Sadiq (2023)، بعنوان: **Culture in the Age of Digital Media: Disrupting Power Structures and Promoting Inclusivity.**

(الثقافة في عصر الوسائط الرقمية: تعطيل هياكل السلطة وتعزيز الشمولية)

هدفت الدراسة إلى نقد دور الوسائط الرقمية في إعادة تشكيل هياكل السلطة الثقافية، وتعزيز الشمولية، وتحدي آليات حراسة البوابات التقليدية في الصناعات الثقافية، وتحديد التحديات المستمرة التي تعيق تحقيق مشهد ثقافي شامل ومتنوع وذلك من خلال تحليل تقاطع منصات وسائل التواصل الاجتماعي مع الحركات الثقافية والهوية والتمثيل والسلطة، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على كيفية قيام ممارسات الوسائط الرقمية بتشكيل السياقات السياسية والاجتماعية الأوسع، بل تعكس أيضاً السياقات السياسية والاجتماعية الأوسع. ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن الارتفاع السريع لمنصات الوسائط الرقمية أدى إلى تعطيل التسلسل الهرمي الراسخ بشكل كبير وأدى إلى ظهور أشكال بديلة للتعبير الثقافي، مما سهل المزيد من التنوع والشمولية، واستمرار تعزيز الشمولية الثقافية والتنوع في العصر الرقمي، فضلاً عن المخاطر المحتملة المرتبطة بزيادة تركيز السلطة في أيدي عدد قليل من عمالقة الوسائط الرقمية، وذلك من خلال تجميع الاستشهادات الجديدة والأبحاث المتطورة، تساهم هذه المقالة في مجموعة متنامية من الأدبيات حول الإمكانيات التحويلية للوسائط الرقمية في مجال الثقافة والإعلام ودراسات الاتصال.

- دراسة المشاقبة (2023)، بعنوان: صناعة المحتوى في الإعلام الرقمي والضغوط المهنية المؤثرة فيه التلفزيون الرقمي في بلدية المفرق الكبرى بالأردن نموذجاً.

هدفت الدراسة إلى بيان واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي والتحديات التكنولوجية والتحديات البشرية والمهنية في صناعة المحتوى في التلفزيون الرقمي لبلدية المفرق الكبرى، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى وجود درجة متوسطة من الموافقة على صناعة المحتوى الصحفي بشكل عام، وعلى مستوى مجالات المتغير جاء مجال توظيف تقنيات التحول الرقمي في الدرجة الأولى بمتوسط حسابي (3.70)، ثم جاء مجال إيجابيات استخدام الوسائط الرقمية في الدرجة الثانية بمتوسط (3.82)، وفي الدرجة الثالثة جاء مجال أسباب استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الإخباري بمتوسط حسابي (3.67)، فيما جاء مجال مهارات صناع المحتوى الرقمي في الدرجة الرابعة بمتوسط (3.58)، وفي المستوى الأخير صعوبات استخدام تكنولوجيا بمتوسط حسابي (3.49)، وأوصت الدراسة بتكثيف تدريب القائمين بالاتصال على إنتاج المحتوى الرقمي بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية ودفعهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل، وضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتقنيات الرقمية الحديثة وإدخالها في كافة مراحل إنتاج المحتوى الصحفي وبيئة العمل في المؤسسة.

- دراسة فؤاد (2021)، بعنوان: الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدام الشباب للإعلام الرقمي.

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل البحوث العربية والأجنبية في مجال استخدام الشباب للإعلام الرقمي، الكشف عن الموضوعات التي تتناولها الدراسات العربية والأجنبية في مجال استخدام الشباب للإعلام الرقمي، من حيث اتجاهها وطبيعة تناولها، وتحديد الأطر النظرية التي تستخدمها كل من الدراسات العربية والأجنبية، ورصد وتحليل وتفسير الأطر المنهجية المستخدمة، وأنواع الدراسات، والأدوات المستخدمة، والمجتمعات البحثية المتضمنة، والعينات وأنواعها وأعدادها، وطرق اختيارها الخاصة بالأبحاث العربية والأجنبية في إطار استخدامات الشباب للإعلام الرقمي، واستشراف التوجهات المستقبلية، من خلال ما توصلت له الدراسة من نتائج خاصة بالبحوث العربية والأجنبية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن نتائج الدراسات العربية والأجنبية اتفقت على أن الإعلام الجديد يسهم في رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب، وأنه يعزز من الثقة بالنفس، ويجعل الفرد أكثر اهتماماً بنفسه في المجتمع، ومع الآخرين في تعامله وسلوكه.

- دراسة عقيلة (2021)، بعنوان: مؤشرات التحليل البعدي لاستخدام الإعلام الرقمي في بحوث التربية الإعلامية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الإعلام الرقمي في بحوث التربية الإعلامية في كلاً من الدراسات العربية والأجنبية، بالإضافة إلى تطوير الأجندة البحثية في مجال بحوث التربية الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن الدراسات العربية لم تعتنى بمقرر التربية الإعلامية الرقمية، فضلاً عن أن أقسام وكليات الإعلام العربية لم تقدم مقررًا خاصًا بالتربية الإعلامية الرقمية، لذلك لابد من إجراء البحوث والدراسات الإعلامية حول كفايات ومتطلبات تدريس مقرر للتربية الإعلامية الرقمية وتقديم مهارات التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية والشبكات الاجتماعية وما تبثه من أخبار ومعلومات وكيفية

التدقيق وتمييز مثل هذه المعلومات، فضلاً عما تعرضه هذه الوسائل من مواد رقمية (صور، مقاطع فيديو) معدلة رقمياً تؤثر على سلوكيات المراهقين.

• **دراسة إبراهيم (2021)، بعنوان: تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي - دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان.**

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التغير الاجتماعي، معرفة اتجاهات التغير الاجتماعي والنظريات المفسرة له وربطها بالاستخدام الفعال لتكنولوجيا الاتصال الرقمي، بالإضافة إلى دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في المجتمع العماني وعلاقتها بوسائل التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر عدد حالات الابتزاز الإلكتروني التي سجلت في السلطنة كانت في العام 2017 وهو العام الذي زاد فيه عدد المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي 600 ألف مستخدم جديد، ولتفادي تلك الجرائم يجب التركيز على توعية الشباب وذلك بالتأكيد على خطورة تلك الجرائم الإلكترونية على مجتمعاتنا العربية، وتوعية أولياء الأمور بمراقبة سلوك أبنائهم على تلك المنصات الإعلامية.

• **دراسة عبد الرحمن (2021)، بعنوان: إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي والرقمي.**

هدفت الدراسة إلى رصد الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت إدارة الأزمات في كلا من الإعلام التقليدي والرقمي، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في تعدد رؤى الباحثين في الدراسات والبحوث قيد الدراسة؛ فمنهم من تناول إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي، ومنهم من تناولها في الإعلام الرقمي، ومنهم من تناولها في الإعلام التقليدي والرقمي، تشابه الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي، والتي تناولتها في الإعلام الرقمي، والتي تناولتها في الإعلام التقليدي والرقمي، من حيث أن كلية الإعلام جامعة القاهرة قد حصلت على النصيب الأكبر فيما يتعلق بجهات نشر الدراسات والبحوث المعنية بإدارة الأزمات، ثم كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، ثم كلية الإعلام جامعة الأزهر، بالإضافة لما يتعلق بنوع الدورية، من حيث نشر دراسات خاصة بإدارة الأزمات، فقد جاءت في الترتيب الأول المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ثم المجلة المصرية لبحوث الإعلام، والمجلة المصرية لبحوث الرأي العام، وهيمنة الجنسية المصرية على إجمالي جنسيات الباحثين الذين تناولوا موضوع إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي، والإعلام الرقمي، والإعلام التقليدي والرقمي.

• **دراسة Demuyakor (2020)، بعنوان: Opportunities and Challenges of Digital Media: A Comprehensive Literature Review of Ghana.**

(فرص وتحديات الاعلام الرقمي: مراجعة شاملة للأدبيات في غانا)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الفرص والتحديات وطريق المضي قدماً لتطوير استخدام تكنولوجيا الوسائط الرقمية في غانا، ومراجعة الأدبيات المتعلقة بمفهوم الوسائط الرقمية أو الجديدة في السياق العالمي وإفريقيا وغانا والإنترنت وإنتاج الوسائط الجديدة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي،

وتوصلت الدراسة إلى أن الأنشطة اليومية لملايين المواطنين حول العالم تعتمد فقط على قوة الوسائط الرقمية، ويحتاج جميع أصحاب المصلحة في وسائل الإعلام الرقمية في غانا وإفريقيا إلى استراتيجية منسقة للهجرة من "التناظري" إلى الهواتف المحمولة والإنترنت وإنشاء المحتوى المطلوب الذي يمكن الوصول إليه من قبل غالبية المواطنين، بالإضافة إلى أن الإطار القانوني لتنظيم الوسائط الرقمية يعد مهمًا جدًا أيضًا لجعل غانا مركزًا رقميًا في إفريقيا، وينبغي أيضاً النظر إلى الوسائط الرقمية على أنها أداة للتنمية والازدهار. على الرغم من أن الوسائط الرقمية قد تحسنت وصنعت حياتنا أفضل، كما أن لديها القدرة على التسبب في الفوضى والضرر غير المرغوب فيه للمجتمع.

• دراسة Al-Dmour (2019)، بعنوان: **The Impact of Digital Media on Crisis Awareness.**

(تأثير الإعلام الرقمي على الوعي بالأزمات)

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير وسائل الإعلام الرقمية على الوعي بالأزمات بين السكان الأردنيين وتحسين أبعاد الوعي العام (الاستعداد والاستجابة والتعافي) بينهم، واستكشاف استخدام الوسائط الرقمية وتأثيرها خلال مراحل الأزمات والكوارث، بالإضافة إلى تسليط الضوء على أهمية أدوات الإعلام الرقمي في التوعية الإعلامية للأزمات للمواطنين عند الاستعداد والاستجابة والتعافي، وتحديد المنهجية الأفضل لصياغة الرسالة وإيصالها للجمهور في الأزمات، التعرف على أهمية الإعلام المركزي أثناء الأزمات باعتباره أفضل وسيلة لإدارة الأزمات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة قوية بين الإعلام الرقمي وأداء المؤسسات، في التعامل مع الأزمات التوعية بالأزمات، وتمثلت المشكلة الرئيسية التي واجهت نجاح الإعلام في الأزمات في السياسة الإعلامية اللامركزية، وتقوم الأبحاث بتحسين وتوسيع المعرفة الموجودة في الوسائط الرقمية حول الوعي بالأزمات وإظهار أنه يجب اعتبار الوسائط الرقمية جانبا مهما في أي هيكل وثقافة تنظيمية يجب أن تصمم الخطة الإعلامية للأزمات الرسائل العامة بنجاح، وتمنع الشائعات أثناء الأزمات من خلال توحيد الخطاب الإعلامي الرسمي أثناء الأزمات، وتعزيز النشر السريع للأخبار، وزيادة دقة المعلومات وتحسين بناء القدرات في الوسائط الرقمية التي تشمل التخطيط والتنظيم والتجهيز والتدريب والتقييم.

• دراسة Vistbacka (2017)، بعنوان: **Crisis management in social media – maintaining the organization image.**

(إدارة الأزمات في وسائل التواصل الاجتماعي – الحفاظ على صورة المنظمة)

هدفت الدراسة إلى تقديم رؤى للمؤسسات حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتصالاتهم في الأزمات. تم تحديد 11 شركة فنلندية تعاني من أوضاع الأزمات خلال عام 2016 وتم استرجاع البيانات من منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر وإنستغرام. ومن خلال التحليل النقدي للخطاب، تم تحديد وتحليل استخدام المنصات واستراتيجيات إدارة الأزمات المستخدمة من وجهة نظر أصحاب المصلحة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى تزايد دور وسائل التواصل الاجتماعي في حالات الأزمات كمصدر للمعلومات بالإضافة إلى تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت.

• دراسة موسى (2016)، بعنوان: أثر تطبيق بطاقة الأداء المتوازن على أداء شركات الاتصالات الأردنية.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تطبيق بطاقة الأداء المتوازن على أداء شركات الاتصالات الأردنية، توضيح أهمية تطبيق أساليب الإدارة الحديثة المتمثلة في طرق قياس أداء شركات الاتصالات الأردنية كألية لبناء القدرات التنافسية، التعرف على أهمية منهجيات وآليات بطاقة الأداء المتوازن بمحاورها الأربعة المحور المالي، ومحور العملاء، ومحور العمليات الداخلية، ومحور النمو والتعلم)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها تلخصت في وجود علاقة بين تطبيق بطاقة الأداء المتوازن وأداء شركات الاتصالات الأردنية، وأيضاً تبين وجود وعي وإدراك من العاملين في شركات الاتصالات الأردنية فيما يخص تطبيق بطاقة الأداء المتوازن، وذلك رغبة منها في تحسين قياس أدائها وصولاً للأهداف المخطط لها.

التعليق على الدراسات السابقة:

يعد الاعلام الرقمي من الموضوعات الهامة التي حظيت باهتمام العديد من الباحثين في مختلف المجالات التي تناولتها من وجهات نظر مختلفة من أجل التعرف على أقصى استفادة من هذه الظاهرة الجديدة؛ تتناول الادبيات والدراسات السابقة موضوع هام وهو الاعلام الرقمي من وجهات متعددة تتفق وتختلف على ما يهدف إليه البحث الحالي، حيث هدفت أغلب الدراسات إلى التعرف على الدور الفعال للإعلام الرقمي بكافة أشكاله، بالإضافة إلى اعتماد الدراسات على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك لتحليل أثر الاعلام الرقمي على مشكلات المجتمع وبيان فاعليته، وتوصلت الدراسات إلى الدور الهام الذي أحدثه الإعلام الرقمي فضلاً عن الاعلام التقليدي، وأوصت الدراسات بضرورة الاهتمام بوسائل الإعلام الرقمي باعتبارها وسيلة هامة في التأثير داخل المجتمع. تتفق الدراسات السابقة مع البحث الحالي في الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتختلف معها في أن البحث الحالي يعتمد على المنهج الإعلامي في عرض البحث، في حين أن الدراسات السابقة تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي؛ تم اختيار الدراسات السابقة انطلاقاً من متغيرات البحث الحالي والذي تتمثل متغيراته في الاعلام الرقمي وإدارة الازمات وشركات الاتصالات، حيث يتشابه البحث الحالي مع دراسة (عامر، 2024) و(آل مرعي، 2023) و(زين الدين، 2023) و(جرادات، 2023) و(Sadiq, 2023) و(المشاقبة، 2023) و(فؤاد، 2021) و(عقيلة، 2021) و(إبراهيم، 2021) و(Demuyakor, 2020) في تناول متغير الاعلام الرقمي فقط، ويتشابه البحث الحالي مع دراسة (السبع، 2023) و(موسى، 2016) التي تناولت التطبيق في شركات الاتصالات، بالإضافة إلى أن البحث الحالي يتفق مع دراسة (أبو عيانة، 2023) و(عبد الرحمن، 2021) و(Al-Dmour, 2019) و(Vistbacka, 2017) التي تناولت المتغيرات الثلاث.

مشكلة البحث:

تعد الأزمات سمة من سمات العصر الحديث، لذا لم تعد أي منظمة بعيدة عن حدوث تلك الأزمات، وتتطوي الأزمات على درجة عالية من عدم اليقين والغموض والتي تؤدي بدورها إلى زيادة الطلب على المعلومات، لذا فمن الضروري أن يتميز المسؤولون عن اتصالات الازمات في المنظمات بأكبر قدر من

الكفاءة والفاعلية، وقد أحدث الإعلام الرقمي تغييرات جذرية في اتصالات الأزمات، باعتبارها أداة اتصالية سريعة تتيح تقديم المعلومات عن الأزمة والقرارات التي يتم اتخاذها بشكل فوري ومباشر (عجوة: 2022، ص3). وتعد وسائل الإعلام الرقمية تمثل بحد ذاتها تطوراً كبيراً ومتفوقاً على وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، وأدى ذلك إلى ثورة هائلة في نمط الاتصال ليقود عالمنا إلى مجتمع معلومات اتصالي ولتقود تكنولوجيا الاتصال الرقمي ثورة في مجموعة من الميادين التي حولت المجتمع الى معلومات رقمية.

حيث يمكن توظيف وسائل الإعلام الرقمي في رصد البيانات والمعلومات حول الازمات بشكل عام وأزمات شركات الاتصالات بشكل خاص لإتاحة الفرصة للتغلب على تلك الأزمات

تساؤلات البحث:

من خلال مشكلة البحث كان من المُجدي ضرورة طرح التساؤلات التي يسعى البحث الحالي

الإجابة عنها وهي ما يتمثل فيما يلي:

1. كيف يؤثر استخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات؟
2. ما التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات؟
3. ما التوصيات المقترحة لتعزيز دور وسائل الاعلام الرقمي في ادارة الأزمات بشركات الاتصالات؟
4. ما هي الاستراتيجيات المختلفة التي تتبناها شركات الاتصالات للتواصل مع الجمهور أثناء الأزمات باستخدام وسائل الإعلام الرقمي؟
5. كيف يؤثر التفاعل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات؟

أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على أهمية وسائل الإعلام الرقمي في إدارة أزمات شركات الاتصالات
2. التعرف على تأثير استخدام وسائل الاعلام الرقمي في ادارة الأزمات بشركات الاتصالات.
3. ما التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات.
4. ما التوصيات المقترحة لتعزيز دور وسائل الاعلام الرقمي في ادارة الأزمات بشركات الاتصالات.

أهمية البحث:

تنقسم أهمية البحث الحالي إلى أهمية علمية أو نظرية وأهمية عملية وهو ما سيتم عرضه على النحو التالي:

❖ أهمية علمية:

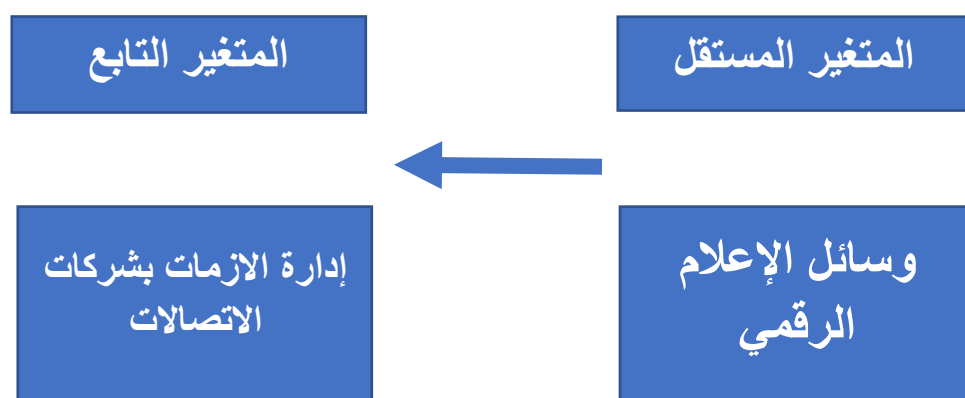
1. تقديم محتوى علمي دقيق وموثق استجابة لتزايد الاهتمام بالإعلام الرقمي.
2. تكوين إطار مفاهيمي عن متغيرات الدراسة الرئيسية (وسائل الإعلام الرقمي – إدارة أزمات شركات الاتصالات) بشكل يساهم في تحليل مضامينها وتعرف أهميتها ومنافعها، وتحديد المخاطر التي تواجهها.
3. تحديد المتغيرات الفرعية لمتغيرات الدراسة الرئيسية، والتي تصلح لقياس الظاهرة بشكل صحيح بشكل يخدم الدراسة الحالية والدراسات المستقبلية اللاحقة.

❖ أهمية عملية:

تتمثل الأهمية التطبيقية في توضيح تأثير وسائل الإعلام الرقمي كوسيلة للتغلب على الازمات التي تواجه شركات الاتصالات.

حدود البحث:

- ✓ الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية للبحث الحالي في معرفة تأثير وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الازمات بشركات الاتصالات.
- ✓ الحدود المكانية: شركة زين للاتصالات بالمملكة العربية السعودية.
- ✓ الحدود الزمانية: 1445 هـ - 2024 م
- ✓ الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية في (100) من العاملين بشركات الاتصالات.
- ✓ الإطار العام للبحث:



شكل (1) يوضح الإطار العام للبحث

يوضح لنا الشكل السابق أن الهدف من البحث معرفة تأثير وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الازمات بشركات الاتصالات:

- ✓ المتغير المستقل: يتمثل المتغير المستقل للبحث في وسائل الإعلام الرقمي.
- ✓ المتغير التابع: يتم عرض المتغير التابع قيد للبحث في إدارة الازمات بشركات الاتصالات.

مصطلحات البحث:

وسائل الإعلام الرقمي:

➤ التعريف الاصطلاحي:

تعد وسائل الإعلام الرقمي مجموعة واسعة من تقنيات الاتصالات الرقمية غير التناظرية، وتمثل مزيجًا من الوسائط والبرامج والتطبيقات والبرمجيات والأجهزة المحمولة المتصلة بالإنترنت أو غير المتصلة ترمز إلى التحولات الاجتماعية والتكنولوجية والثقافية المصاحبة لوسائل الإعلام، وتظهر جوانب من التقارب بين وسائل الإعلام وشبكات الكمبيوتر والاتصال، كذلك تصف أنشطة البحث عن المعلومات والأخبار

وتبادلها، وأدوات نشر المحتوى ومشاركة الآراء في سياق القضايا، وقدرات توسيع حدود المجتمع والممارسات الثقافية ذات العلاقة به (القحطاني:2022، 135).

تعرف على أنها الوسائل الرقمية التي تشترك في سمة واحدة انها وسائل ترتبط بشبكة الانترنت وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف المجالات اذ أطلقوا عليها، الإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، وغيرها من التسميات والتي تعبر عن ظاهرة تقنية جديدة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنديات الالكترونية والمواقع الالكترونية لوسائل الإعلام التقليدية والمجموع كانت على مواقع الفيس بوك او اليوتيوب وغيرها من الاشكال الرقمية (مصطاف ونوشي:2018،54).

➤ التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من الوسائل التكنولوجية تتمثل في الوسائط والبرامج والتطبيقات وتشمل أيضاً الشبكات الاجتماعية الافتراضية تهدف إلى البحث عن المعلومات والاعخبار بالإضافة إلى توسيع الحدود الثقافية للمجتمع.

فرضيات البحث:

- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية عند مستوى (0.05) بين وسائل الإعلام الرقمي وإدارة الازمات بشركات الاتصالات.
- يوجد العديد من التحديات التي تواجه وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الازمات بشركات الاتصالات.
- يوجد أساليب للأعلام الرقمي في إدارة الازمات بشكل إيجابي وفعال.

منهجية البحث:

• منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الاعلامي في وصف وتفسير الظاهرة محل البحث وأبعادها، ولقد تم الاعتماد على مجموعة من المصادر والأدبيات ذات الصلة كأداة لجمع المعلومات بهدف تحليل الموضوع ومعالجته بشكل يتناسب مع تحقيق أهداف البحث، هذا بالإضافة إلى القيام بدراسة تطبيقية لخدمة أغراض البحث واختبار فروضه

• أدوات البحث:

يعتمد البحث الحالي على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات باعتباره الوسيلة الأسرع والأكثر مصداقية في النتائج.

• عينة البحث:

تتكون عينة البحث من (100) من العاملين داخل شركات الاتصالات.

فصول البحث:

• الفصل الأول: الإطار العام للبحث

- الفصل الثاني: الإطار النظري
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة
- الفصل الرابع: نتائج الدراسة
- الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات.

المراجع:

1. عامر، علا عبد القوي. (2024). "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج2، ع86، ص1-31.
2. السبع، شذى داود سليمان. (2023). "دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة- دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، جامعة مدينة السادات، مج15، ع1، ص1-58.
3. فرج، عصام الدين. (2023). "اقتصاديات الإعلام الرقمي"، مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مج3، عدد خاص، ص93-134.
4. أبو عيانه، لمياء عرابي محمد أحمد. (2023). "الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، مج2، ع68، ص1387-1418.
5. زين الدين، وجدي. (2023). "الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: دراسة تناقض حديث الاختلاف والانذار"، مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مج3، عدد خاص، ص167-194.
6. آل مرعي، عبد الله بن علي. (2023). "استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج1، ع83، ص287-315.
7. جرادات، منذر. (2023). "الإعلام الرقمي في الأردن: المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن أنموذج"، المجلة العلمية للنشر العلمي، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية- رماح، ع58، ص168-192.
8. المشاقبة، يوسف عوض احمد. (2023). "صناعة المحتوى في الإعلام الرقمي والضغط المهنية المؤثرة فيه التلفزيون الرقمي في بلدية المفرق الكبرى بالأردن نموذجا"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج4، ع84، ص2063-2081.
9. القحطاني، سعود ربيع موسي. (2022). "اتجاهات طلبة الجامعات نحو تغطية وسائل الإعلام الرقمي الإخبارية لقضايا الفساد وانعكاساتها في السعودية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج6، ع2، ص132-160.
10. عجوة، نرمين علي. (2022). "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الأزمات"، مجلة الإعلام والدراسات البيئية، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب - كلية الإعلام، ع1، ص1-39.
11. عقيلة، عبد المحسن حامد. (2021). "مؤشرات التحليل البعدي لاستخدام الإعلام الرقمي في بحوث التربية الإعلامية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج77، ع77، ص353-401.

12. الحازمي، مبارك بن واصل. (2021). "إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج4، ع77، ص2381-2394.
13. إبراهيم، بهاد الدين محمد. (2021). "تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي: دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان"، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، الجامعة الخليجية، مج3، ع1، ص54-78.
14. عبد الرحمن، السيد عبد الرحمن علي. (2021). "إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي والرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج1، ع77، ص109-159.
15. فؤاد، منال محمد أبو الحسن. (2021). "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدام الشباب للإعلام الرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج3، ع77، ص1357-1402.
16. مصطفى، عادل عبد الرازق ونوشي، زينة سعد. (2018). "استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي - دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجاً"، مجلة الباحث الإعلامي، مج10، ع42، ص43-73.
17. سالم، شيماء. (2017). "إدارة اتصالات الأزمة - حالات تطبيقية"، دار الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع.
18. موسى، جيهان ونس عبد العزيز. (2016). "أثر تطبيق بطاقة الأداء المتوازن على أداء شركات الاتصالات الأردنية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، ع47، ص347-373.

References:

1. Sadiq, Waseem Shaimaa. (2023). "Culture in the Age of Digital Media: Disrupting Power Structures and Promoting Inclusivity", Iraqi University Journal, Iraqi University - Center for Islamic Research and Studies, V3, N59, P771-778.
2. Demuyakor, John. (2020). "Opportunities and Challenges of Digital Media: A Comprehensive Literature Review of Ghana". Electronic Research Journal of Social Sciences and Humanities, N,2, p95-101.
3. Al-Dmour ,Ashwaq Mousa Ahmad. (2019). "The Impact of Digital Media on Crisis Awareness.", The Hashemite University, College of Graduate Studies, Jordan.
4. Vistbacka, Sonja. (2017). "Crisis management in social media- maintaining the organization image", International Business and Entrepreneurship, p1-67.