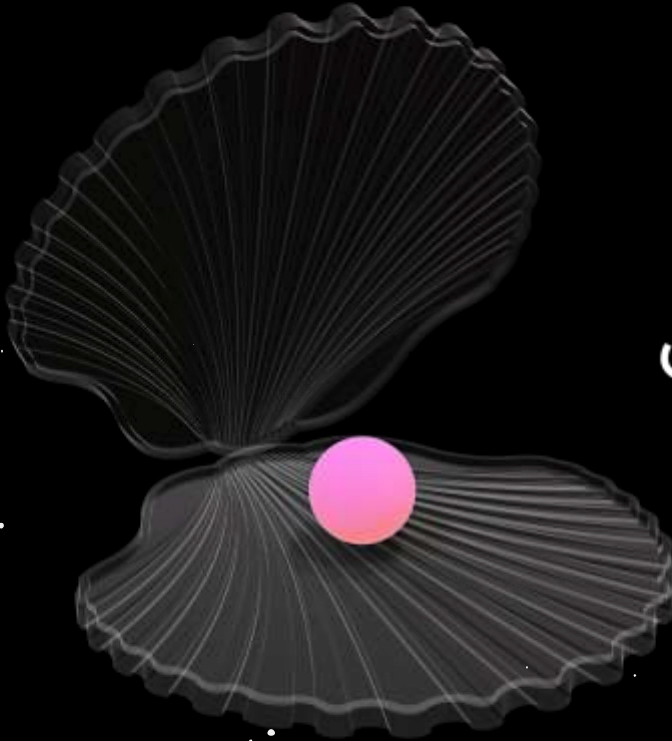




د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي



قضية بحثية بعنوان

دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات

دراسة ميدانية

د. اللولو القحطاني

2 3 2 0 0 0 7 0 2

دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة
الأزمات
(دراسة ميدانية)*

ريم علي الطيار
مدرسة الماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميد أوشن
remalhyar55@gmail.com

المخلص

يُعد مجال الإعلام الرقمي وسيلة حيوية وفعالة لتبادل وتلقي وتقديم المعلومات، والمعارف، والآراء، والموافق بين الأفراد، والمجتمعات، والمؤسسات، والجهات المختلفة، لذا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات، حيث تلعب مؤسسات الإعلام الرقمي دوراً مهماً في مواجهة الأزمات من خلال الابتكار الاجتماعي، وذلك بالأخص على الصعيد المجتمعي، من أجل تحقيق أهداف الدراسة عبر الأساليب التحليلية، واستخدمت الباحثة كلاً من المنهجيات، وتكررت الأبحاث من مجموعتين أساسيتين: هما محور الابتكار الاجتماعي في مؤسسات الإعلام الرقمي، ويتكون من (20) محوراً، ومحور دور الإعلام الرقمي في الأزمات ويتكون من (14) محوراً، وقد طبقت هذه الأداة على عينة مكونة من 207 من العاملين في مجال الإعلام الرقمي، وهم الراسمي، والمحررين، والباحثين، وفُقدت النتائج اختصاراً لتغطية الأزمات في مؤسسات الإعلام الرقمي، والزام على بالمحررين، والباحثين، والفرق، والفرق الإعلامية في تغطية الأزمات، وسعى لتحقيق التوازن بين السرعة والدقة في تغطية الأزمات، وأهم جودة المحتوى الإعلامي الرقمي، والتعاون مع الجهات المعنية في إدارة الأزمات، وتقديم مستشار أثناء، كما تمت الدراسة مجموعة من التوصيات، منها: الاستثمار في التوكل على تقديم محتوى وخدمات عالية الجودة، والصفاء، وزيادة الانتشار في استخدام التقنيات الحديثة لأداة التغطية والابتكار، فضلاً عن الاهتمام بتقديم محتوى ذي قيمة عالية، وتحقيق في وقت الأزمات، وتوسيع الدراسة بتعمق لتعميق تأثير برامج، ومبادرات، لدعم مشاريع الابتكار الاجتماعي الرقمي، و تخصيص المزيد من الموارد لدعم الفئات المستهدفة، أو الضرورية في المجتمع، وإجراء المزيد من البحوث لهذه المبادرات، وتوابع الجمهور بشكل أفضل.

الكلمات المفتاحية: الابتكار الاجتماعي، مؤسسات الإعلام الرقمي، الأزمات.

* البحث يتناول د. جهاد ماهر الرافعي

معلومات الدراسة

رسالة ماجستير

تخصص الإعلام الرقمي

كلية الإعلام والتسويق

جامعة ميدأوشن

إعداد الباحثة ريم الطيار

حصلت على المركز الأول ضمن الأبحاث الفائزة

في قسم الإعلام الرقمي

مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات

تاريخ النشر 2024-04-12

المحاور الرئيسية

تناول الإطار النظري للدراسة من حيث:

- الأدبيات السابقة
- مفاهيم الدراسة
- الإطار النظري
- تحسينات مقترحة



دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة
الأزمات
(دراسة ميدانية)*

ريم علي الطيار
برنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميد أوشن
البريد الإلكتروني: reemaltayyar55@gmail.com

الملخص

تحتل الطاقة الشمسية أهمية خاصة في قطاع الطاقة المتجددة وتلعب دوراً هاماً في توفير الطاقة النظيفة والمستدامة. وتتميز الطاقة الشمسية بأنها مصدر طاقة متجدد لا ينضب، وتعتبر من أهم مصادر الطاقة النظيفة في العالم. وتتميز الطاقة الشمسية بأنها مصدر طاقة متجدد لا ينضب، وتعتبر من أهم مصادر الطاقة النظيفة في العالم. وتتميز الطاقة الشمسية بأنها مصدر طاقة متجدد لا ينضب، وتعتبر من أهم مصادر الطاقة النظيفة في العالم.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، الابتكار الاجتماعي، مؤسسات الإعلام، الإعلام الرقمي، الأزمات.

تحديد متغيرات الدراسة من العنوان

المتغير التابع

نوع الدراسة

المتغير المستقل

مجال الدراسة

DOI: <https://doi.org/10.33193/JALHSS.103.2024.1066>

ISSN online: 2414 - 3383
ISSN print: 2616- 3810



دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة

الأزمات

(دراسة ميدانية)*

برنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميد أوشن
البريد الإلكتروني: reemaltayyar55@gmail.com

الملخص

يُعد مجال الإعلام الرقمي، وسيلة حديثة، وفعالة لنقل، وتبادل، وتحليل، وتقديم المعلومات، والمعارف، والآراء، والمواقف بين الأفراد، والجماعات، والمؤسسات، والجهات المختلفة، لذا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات؛ حيث تلعب مؤسسات الإعلام الرقمي

الذي أدى إلى تحول في مشهد الاتصالات الأزمات؛ لأنه يسمح بمزيد من التفاعل، ومع ذلك، يمكن أيضاً تحفيز الأزمة من خلال وسائل الإعلام الرقمي.

وبناءً على ما سبق، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور الابتكار الاجتماعي في مؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات، وتحديد العوامل المؤثرة في هذا الدور، وتقييم مدى فعالية، وملاءمة الحلول، والمبادرات الابتكارية التي تطبقها مؤسسات الإعلام الرقمي للتغلب على التحديات، والصعوبات التي تلحق جراء الأزمات.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (سالم، 2016) إلى تقييم إطار نظري حول اتصالات الأزمات، والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، منسجمة المفهوم، الأهمية، المراحل، الوظائف، والسلبيات، بالإضافة إلى دراسة المداخل النظرية لهذا المجال، بالاعتماد على المنهج الاستقرائي الاستدلالي، وقد ركزت الدراسة على دراسة حالات متعددة لمؤسسات مختلفة، مثل: دويتشلاند، بيريتش، بتروليم، فولكس فاغن، والخطوط الجوية الماليزية، للوقوف على الأزمات الناجمة عن مخاطر صحية، وكوارث طبيعية، مثل: إنفلونزا الخنازير في كوريا الجنوبية، (عصار سكتي في الولايات المتحدة، زلزال وتسونامي اليابان، وفيلسنا تيلاند، وقد أظهرت الدراسة أن هناك ممارسات إيجابية، وأخرى مرتبطة في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي لإدارة اتصالات الأزمات، والكوارث، وأكدت على أهمية التعلم من خبرات الآخرين عبر كشف نقاط القوة، والضعف، وأوصت الدراسة بضرورة تقييم معايير، وإرشادات تساعد المنظمات على تحسين كفاءة، وجودة جهودها الاتصالية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي في أوقات الأزمات، والكوارث، وسد الفجوة بين الممارسات القائمة، والممارسات المرجوة.

هدفت دراسة (García-Avilés, 2018) إلى تقييم رؤية عالمية للابتكار الصحفي من خلال قياس مؤشر الابتكار للمبادرات الإعلامية الخاصة بالسوق، وقد تم تصميم، وجمع البيانات، واختيارها باتباع منهج التحليل الكمي، والوعي؛ بهدف توليد مؤشر للابتكار الإعلامي، وتمت دراسة 25 حالة من الحالات الأكثر ابتكاراً ضمن المجال الصحفي في إسبانيا خلال الفترة 2013-2014، من خلال قاعدة بيانات تتكون من 196 ابتكاراً تم تحليلها كدالة للمنظمة، والدرجة، والقيمة الأساس التكنولوجي، وتشير النتائج إلى أن الابتكار الصحفي في إسبانيا يحدث على هامش مساحة الأخبار التقليدية، وأن الابتكار يتوسع في معظمه بين وسائل الإعلام الرقمية المحلية، والمبادرات المتخصصة، والشركات الناشئة.

وكتفت دراسة (الشبيحة، 2019) عن الدور الإعلامي، وتأثيره في المجتمع، والفرد في المجتمع المعاصر، وطبقت الدراسة على هيئة مكونة من (324) فرداً بواقع (144) ذكر، و(180) أنثى، باتباع المنهج الوصفي، وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج؛ ومن أهمها: أن متوسط الوقت الذي يقضيه المبحوثون أمام جميع القنوات المرئية، وخاصة المحلية منها، وبشكل يومي أو أسبوعي يتراوح بين (3.2) ساعات يومياً، وبسبب (0.47) في حين يتعرض ما نسبته (0.38)، من أفراد العينة من (3.2) ساعات يومياً، وأخير يتعرض ما نسبته (0.15) من أفراد العينة لأكثر من (3) ساعات في اليوم، فمعنى هذا أن فاعلية وسائل الإعلام في التنمية الثقافية لدى المجتمع المعاصر، بشكل عام جاءت بدرجة متوسطة إذ بلغ المتوسط الضايفي (3.33)، وانحراف معياري (0.45)، واختتم البحث بعرض مجموعة من التوصيات؛ ومن أهمها: إجراء بحوث، ودراسات عن مشاهير الإعلاميين المعاصرين عبر التاريخ.

وهدف دراسة (Gilberto, 2019) إلى تناول الابتكار الاجتماعي الرقمي: مجموعة أولية من الكفاءات للأخصائيين الاجتماعيين في المدارس، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي، حيث طبقت الدراسة على عينة من الأخصائيين الاجتماعيين في هولندا، وأسفرت النتائج أن هناك نقصاً في الكفاءات الرقمية اللازمة لإضفاء الطابع المهني على الأخصائيين الاجتماعيين بالمدارس، في مجال السلامة الإلكترونية في المدارس، ونوصي الدراسة بضرورة تحديد منهج جديد للأخصائيين الاجتماعيين في المدارس يتضمن التعليم الرقمي، والابتكار الاجتماعي الرقمي كمواد تعليمية.

كما هدفت دراسة (Agne, 2019) إلى استكشاف كيفية تطور عملية الابتكار الاجتماعي الرقمي في المنظمات؛ حيث يمثل السؤال الرئيسي من هذه الدراسة إلى الإجابة على سؤال البحث: كيف تقوم المنظمات بعملية

الأدبيات السابقة

جاءت الرسالة بعدد 18 أدبية، 12 منها عربية و 6 أجنبية، وقد رُتبت من الأقدم إلى الأحدث، وهذا يعرض التطور المعرفي حول موضوع الدراسة.

ترتبط الأدبيات السابقة بالموضوع الرئيسي للرسالة، حيث تغطي العديد من الجوانب التي تساهم في بناء قاعدة قوية للدراسة الحالية.

لادبيات السابقة متنوعة وشاملة، وهذا يضع الدراسة في سياق أوسع ويحدد الجوانب والأبعاد المتعلقة بها بشكل دقيق.

شمولية عرض العناصر لكل أدبية، فتم تناول العناصر الأساسية في الأدبيات بشكل جيد عامةً.

سلامة الاستشهاد في الأدبيات السابقة، وتوثيقها في المراجع بطريقة دقيقة، ما يعزز مصداقية الرسالة العلمية.

التعقيب على الأدبيات جاء بأسلوب يجمع بين أوجه الاتفاق، والاختلاف، والاستفادة، ما يعزز من ترابط وتسلسل الأفكار.

و IHPP المقترح يمكن أن يكون مفيداً في إثارة صحة الفرض، والمساعدة في حل المشكلات المهمة في مجال الرعاية الصحية.

وهذه دراسة (Sara Pérez, 2024) إلى تناول تصور الخبراء في مجال الاتصال، والصحافة - سواء الصحفيين، أو الباحثين - فيما يتعلق بنهج الابتكار الصحفي في وسائل الإعلام الرقمية، حيث سعى هذا البحث إلى تحديد المجالات التي يُنظر فيها إلى الحاجة إلى الابتكار بشكل أكبر، وتحديد التحديات المتعلقة في عملية الابتكار الرقمي هذه، ولمعالجة هذه الأغراض تم تطبيق المنهج الوصفي النوعي، باستخدام تقنية مجموعة التركيز. وكشفت النتائج أنه تم اقتراح نهج يركز على الجمهور للابتكار للهروب من الخصمية التكنولوجية، والاستجابة بفعالية للاحتياجات، ومطالب الجماهير، وبطلب هذا المنظور ثنائي التوجه في المحتوى، والدعوة إلى أشكال، وسرديات جديدة، والتكيف مع أنماط الاستهلاك على المنصات الجديدة، هناك تصور للابتكار المتزايد في الوسائط الرقمية، مع التركيز على إدخال تحسينات صغيرة، والدعوة إلى تباطؤ العمليات من أجل زيادة الفعالية، ومع ذلك، لاحظ الخبراء الافتقار إلى أساليب التدريس داخل المنظمات، والتعاون مع القطاعات الرئيسية للصناعة، والاستثمار في رأس المال البشري، وطرق قياس الجمهور النوعي، وحتى الابتكار في نماذج الأعمال.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أوجه الاتفاق:

تتفق الدراسات السابقة على أهمية تطوير الابتكار في المجتمعات عموماً، وفي مؤسسات الإعلام الرقمي خصوصاً، حيث أنه يمثل الطريقة الأساسية لتحقيق التقدم، والازدهار.

- أكدت الدراسات على أن الابتكار في مؤسسات الإعلام الرقمي له أهمية كبرى للحكومات، والمنظمات الأعمال، وخاصة في حال الأزمات، وذلك عبر رفع كفاءتها التشغيلية، وتحسين أدائها التنظيمي، وتعزيز قدرتها، كما يساعد في توعية المجتمع لكيفية تجاوز الأزمات.

أوجه الاختلاف:

- أن الدراسات السابقة ركزت بشكل أساسي على الإعلام التقليدي، والرقمي بشكل عام، بينما الابتكار الذي ندرسه يتخصص في مؤسسات الإعلام الرقمي؛ وهذا يتطلب تحليلاً مختلفاً يأخذ بعين الاعتبار السياق الخاص بالإعلام الرقمي، وكيفية استخدامه للتكنولوجيات الحديثة؛ مثل: الذكاء الاصطناعي، التحليلات الكبيرة للبيانات، والشبكات الاجتماعية في إدارة الأزمات.
- تنوعت الدراسات السابقة في اختيار العينات من مؤسسات مختلفة، وأزمات متنوعة، مما يوفر نظرة شاملة على كيفية تعامل الإعلام التقليدي مع الأزمات، لكن في دراسة الابتكار الرقمي، يجب التركيز على عينات محددة من مؤسسات الإعلام الرقمي التي تستخدم أدوات، ومنصات جديدة في إدارة الأزمات.

أوجه الاستفادة:

- إثراء الأطر النظرية للدراسة.
- القدرة على صياغة، وتحديد مشكلة الدراسة بشكل واضح، دقيق.
- تحديد حدود الدراسة، وأهميتها بشكل دقيق.
- القدرة على تحديد المنهج العلمي المناسب، والمستخدم مع الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

تشكل الأزمات أحد أهم القضايا التي تؤثر على المجتمعات في العصر الحالي، حيث تهدد بتدمير الحياة، والممتلكات، والبيئة، والثقافة، والقيم، والحقوق، والحريات. وتنوع الأزمات من حيث طبيعتها، ومستورها، ومدتها، وحدتها، وتأثيرها، حيث أدى التطور التكنولوجي في الاتصالات الرقمية، وظهور وسائل الإعلام

الأدبيات السابقة

جاءت الرسالة بعدد 18 أدبية ، 12 منها عربية و 6 أجنبية، وقد رُتبت من الأقدم إلى الأحدث، وهذا يعرض التطور المعرفي حول موضوع الدراسة.

ترتبط الأدبيات السابقة بالموضوع الرئيسي للرسالة، حيث تغطي العديد من الجوانب التي تساهم في بناء قاعدة قوية للدراسة الحالية.

لادبيات السابقة متنوعة وشامله، وهذا يضع الدراسة في سياق أوسع ويحدد الجوانب والأبعاد المتعلقة بها بشكل دقيق.

شمولية عرض العناصر لكل أدبية، فتم تناول العناصر الأساسية في الأدبيات بشكل جيد عامةً.

سلامة الاستشهاد في الأدبيات السابقة، وتوثيقها في المراجع بطريقة دقيقة، ما يعزز مصداقية الرسالة العلمية.

التعقيب على الأدبيات جاء بأسلوب يجمع بين أوجه الاتفاق، والاختلاف، والاستفادة، ما يعزز من ترابط وتسلسل الأفكار.

مفاهيم الدراسة:

مفهوم الابتكار:

يحظى الابتكار، والممارسات الابتكارية بأهمية أكبر في المجتمعات الحديثة، حيث أصبح الابتكار، والإبداع أحد الضروريات الأساسية في المؤسسات الحديثة، إذ أن الوقت اليوم في تصاعد، والحاجات، والتموجات هي الأخرى في نمو واتساع، لذا فإن المؤسسات الناجحة، ومن أجل ضمان بقائها، واستمرار قوتها، لابد وأن تعمل بشكل أكثر ابتكاراً، وأيضاً في القيام بأدائها (عيلش، 2019).

فقد رأى عالم الاجتماع الكندي (يونيلا جونين)، أن الابتكار هو المصطلح القاسم بين معنى كلمة الاختراع، وكلمة التقليد، أو النسخ، للذات تطوراً منذ فرون من القسفة اليونانية القديمة، ويعزو (جونين) هذا التمايز إلى عام 1939 التي قدم فيه الاقتصادي النمساوي (جوزيف شومبيتر)، الفرق بين المصطلحين، حيث عرّف (جوزيف) الاختراع بأنه عمل إبداعي فكري يتم إجراؤه دون أي تفكير في مردوده الاقتصادي المحتمل، بينما أشار إلى أن الابتكار يحدث عندما تكتشف الشركات كيفية سيادة الاختراعات، وتحويلها إلى تغييرات يمكن استخدامها في نماذج أعمالها (أوشن كرس، 2022).

82

مفاهيم الدراسة

تطرقت الدراسة في جانب المفاهيم إلى: مفهوم الابتكار، مفهوم الابتكار الاجتماعي، خصائص الابتكار الاجتماعي، مفهوم الإعلام الرقمي، مفهوم الأزمات.

الرسالة تناولت المفاهيم الأساسية التي تدعم إطارها بشكل شامل، وبعرض دقيق وموجز، وبتسلسل منطقي ساهم في إيضاح موضوع الرسالة وسهّل فهمه.

اعتمدت الدراسة على مصادر موثوقة ومتنوعة زمنياً في تعريف المفاهيم، ووثقت في قائمة المراجع، مما يعزز من مصداقية المفاهيم ويبرز تطور المفهوم بمرور الوقت.

كتب جوزيف شومبيتر بكثرة عن الابتكار، وربما كان المفكر الأكثر تأثيراً عن الابتكار، والاقتصادي الأول ليلمح الموضوع ضمن نظرية التطور الاقتصادي، ويرى شومبيتر (1961م) أن الابتكار هو سبب هذه الظاهرة، ويرى أن الابتكار كان أساساً للبقاء التنافسي، حيث تتخلف الأمم والأقاليم، والمشروعات عندما لا يكونون مستجدين كمفاهيمهم؛ الأمر الذي ينتج عنه تفاوت كبير في توزيع الثروة بين الدول الغنية، والفقيرة (موتوا وسكرت، 2016).

لكن التعريف الذي يسهل الفهم للابتكار بكافة أشكاله ما عرفه (Amabile، 1988) بأنه "التفكير الناتج للأفكار الإبداعية داخل المنظمة"، بمعنى نقل الفكرة الإبداعية من الورق إلى السوق هي جوهر الفرق بين الإبداع، والابتكار، ويمكن أيضاً أن يفهم الابتكار بأنه الاعتماد على التقنيات الحالية، والمنتجات الجاهزة، ونقل المعرفة الموجودة بحيث تُنفذ في سياقات جديدة، كذلك يؤكد (Barkus، 2016) هذا الفهم للابتكار: بأنه "تطبيق الأفكار الجديدة، والمفيدة".

كما حددت الباحثة (عبد الوهاب، 2012) بأن معادلة الابتكار هي وفق التالي:

الإبداع + التطبيق = الابتكار

مفهوم الابتكار الاجتماعي:

الابتكار الاجتماعي هو عملية إيجاد حلول جديدة، وفعالة للتحديات الاجتماعية التي تواجه المجتمعات؛ يشمل ذلك تطوير منتجات، وخدمات جديدة، أو تحسين الأنظمة، والمؤسسات القائمة، أو تغيير السلوكيات الاجتماعية (خوافي، 2020).

خصائص الابتكار الاجتماعي:

تمثل خصائص الابتكار في النقاط الآتية (خوافي، 2020):

- التركيز على التأثير الاجتماعي: يهدف الابتكار الاجتماعي إلى إحداث تغيير إيجابي في حياة الناس، والمجتمعات.
- الابتكار: يتضمن استخدام أفكار جديدة، وأساليب لحل المشكلات.
- الاستدامة: يهدف الابتكار الاجتماعي إلى إيجاد حلول قابلة للاستمرار على المدى الطويل.
- التعاون: غالباً ما ينطوي الابتكار الاجتماعي على مشاركة مجموعة متنوعة من الجهات الفاعلة: مثل: الأفراد، المؤسسات.

- "إبراهيم" يفسر مفهوم "الذكاء الاصطناعي" على أنه "القدرة على التفكير كإنسان".
 - الاستدامة: يهدف الابتكار الاجتماعي إلى إيجاد حلول قابلة للاستمرار على المدى الطويل.
 - التعاون: غالباً ما ينطوي الابتكار الاجتماعي على مشاركة مجموعة متنوعة من الجهات الفاعلة، مثل الأفراد، والمؤسسات.

مفهوم الإعلام الرقمي:

ترجع بدايات ظهور الإعلام الرقمي إلى الثورة الرقمية التي بدأت في أعقاب النصف الثاني من القرن العشرين بعد التطور الهائل في أشكال تكنولوجيا الاتصال، ومظاهرها التي كانت تنالها للانتماء الذي حدث بين تكنولوجيا المعلومات - الحاسوب الإلكتروني، واستخداماته في تخزين؛ وإرجاع خلاصة ما لتجه الفكر الإنساني، وبين تكنولوجيا وسائل الاتصال، ومنها الأقمار الاصطناعية التي ساعدت على نقل الرسائل بشكلها عبر الدول، والغارات بشكل هوري، وتمثل شبكة الإنترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال، وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة (Mansar, 2021).

حيث ارتبط مفهوم مصطلح الإعلام الرقمي Digital Media بشكل وثيق مع مفهوم الاتصال الرقمي Digital Communication الذي عرّفه (Abdel Hamid, 2007) بأنه "العملية الاتصالية التي يتم فيها الاتصال من بعد، بين أطراف يتبادلون الأنوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة، واستقبالها من خلال النظم الرقمية، ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وتعني كلمة رقمي من الناحية التقنية: أن ما تتضمنه الرسائل الاتصالية من حروف، وصور، وأصوات تحول إلى بيانات رقمية لمدة وأسفار (0 1) يمكن تخزينها، ومعالجتها، وإرسالها بواسطة أجهزة الحاسوب (عبد الحميد، 2007).

مفاهيم الدراسة

تطرقت الدراسة في جانب المفاهيم إلى: مفهوم الابتكار، مفهوم الابتكار الاجتماعي، خصائص الابتكار الاجتماعي، مفهوم الإعلام الرقمي، مفهوم الأزمات.

الرسالة تناولت المفاهيم الأساسية التي تدعم إطارها بشكل شامل، وبعرض دقيق وموجز، وبتسلسل منطقي ساهم في إيضاح موضوع الرسالة وسهّل فهمه.

اعتمدت الدراسة على مصادر موثوقة ومتنوعة زمنياً في تعريف المفاهيم، ووثقت في قائمة المراجع، مما يعزز من مصداقية المفاهيم ويبرز تطور المفهوم بمرور الوقت.

مفهوم الأزمات:

يمكن تعريف الأزمة بأنها حدث غير متوقع يُحدث اضطراباً كبيراً في حياة الناس، والمجتمعات، ويُهدد استقرارها، وأمنها، وقد تمثلت خصائص الأزمات في الآتي (قدوري، 2022):

- الحدوث المفاجئ: تحدث الأزمات بشكل مفاجئ، دون سابق إنذار.
- الشدة: تكون الأزمات شديدة، وتسبب أضراراً كبيرة على مختلف الأصعدة.
- الغموض: يصاحب الأزمات الكثير من الغموض، مما يصعب التنبؤ بمستقبلها.
- التأثير الواسع: تؤثر الأزمات على جميع جوانب الحياة، بما في ذلك الاقتصاد، والسياسة، والمجتمع.

أمثلة على الأزمات (الشهران، 2020):

- الكوارث الطبيعية: مثل الزلازل، والفيضانات، والأعاصير.
- الحروب، والصراعات: مثل الحروب الأهلية، والحروب الدولية.
- الأزمات الاقتصادية: مثل: الانهيارات المالية، والركود الاقتصادي.
- الأزمات الصحية: مثل: الأوبئة، والأمراض المعدية.

الإطار النظري للدراسة

يتناول الإطار النظري للدراسة تعريف وسائل الإعلام الرقمي، فضلاً عن تناول مكونات الابتكار الاجتماعي، وكذلك علاقة الابتكار بهرم ماسلو، وأشكال الابتكار الإعلامي، ونور الإعلام في مواجهة الأزمات، وأنواع المعالجات الإعلامية للأزمات.

أولاً: وسائل وأدوات الإعلام الرقمي:

تنوع وسائل وأدوات الإعلام الرقمي، والمتنقلة في النطاق الآتية (الرعشي، والبيهاني، 2004):

يتناول الإطار النظري للدراسة التعريف بوسائل الإعلام الرقمي، فضلاً عن تناول مكونات الابتكار الاجتماعي، وكذلك علاقة الابتكار بهرم ماسلو، وأشكال الابتكار الإعلامي، ونور الإعلام في مواجهة الأزمات، وأنواع المعالجات الإعلامية للأزمات.

أولاً: وسائل وأدوات الإعلام الرقمي:

تتنوع وسائل ولغات الإعلام الرقمي، والمتنقلة في النقاط الآتية (الترغثي، والبيهيتي، 2004):

- الإعلام الجديد: هو العملية الاتصالية للبقاء من إنتاج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر، الشبكات، الوسائط المتعددة.
- الإعلام التفاعلي Interactive media: هذه التسمية جاءت لتوافر حصة العملاء، والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت، والتلفزيون، والراديو التفاعليين، وصحافة الإنترنت، وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.
- الإعلام الشبكي الحى: online media جاءت التسمية من خلال التركيز على تميزه في الإنترنت، وغيرها من الشبكات.
- الوسائط السيبرانية: Cyber media جاءت تسمية الإعلام الرقمي بهذا الوصف من تعبير القواعد السيبروني الذي أطلقه كتب روايات الخيال (وليام غيغسون) في روايته التي أسدرها عام 1984م باسم neuromancer، والتعبير مأخوذ من عالم السيبراني المعروف غيغسون بظم التحكم الآلي، ويعني التعبير عن وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداة البشرية.
- إعلام الوسائط التشعبية: hypermedia وصف بهذا الاسم لطبيعته التشعبية، وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها؛ بوصلات تشعبية، وميزتها خاصة بشبكة الإنترنت التي أعطت ميزة تشعبية، ووصلات links لما ينشر أو يثبت داخلها.
- إعلام الوسائط المتعددة: multimedia لحالة الانماذج التي تحدث داخل الإعلام الجديد، أي بين النص، والصوت، والصورة.

الإطار النظري

قدمت الدراسة إطاراً نظرياً شاملاً، تطرقت فيه إلى وسائل وأدوات الإعلام الرقمي، ومكونات الابتكار الاجتماعي، وعلاقة الابتكار بهرم ما سلو، وأشكال الابتكار الإعلامي ومواصفاته، ومراكزه وحاجة المجتمع لها، والتحديات التي تواجه الإعلام في إدارة الأزمات ودوره في مواجهتها، وأنواع المعالجات الإعلامية للأزمات.

ترابط الأفكار وترتيبها بشكل منطقي وتسلسلي، أعطى الإطار النظري قوة وتتابع سلس في الانتقال بين المحاور.

وجود الربط بين الأدبيات السابقة والإطار النظري، عزز من تكامل وترابط عناصر الرسالة.

يستند الإطار النظري إلى المراجع العلمية الرصينة، والمدرجة في قائمة المراجع، بتنوع إطارها الزمني بين الأصيلة التي تعطي عمق زمني والمعاصرة التي تضعنا في إطار الدراسة الحالية.

ثانياً: مكونات الابتكار الاجتماعي:

يتكون الابتكار الاجتماعي من خمس مكونات رئيسية، تتمثل في الآتي (Elkington Hartigan, 2008):

- الفكرة: هي جوهر الابتكار الاجتماعي، وهي عبارة عن حل جديد لمشكلة اجتماعية موجودة.
- النموذج: هو تصديق لفكرة على أرض الواقع، وهو يحدد كيفية عمل الابتكار الاجتماعي.
- التأثير: هو التأثير الذي يُحدثه الابتكار الاجتماعي على حياة الناس، والمجتمعات.
- الاستدامة: هي قدرة الابتكار الاجتماعي على الاستمرار على المدى الطويل.
- التعاون: هو مشاركة مجموعة متنوعة من الجهات الفاعلة في تطوير، وتنفيذ الابتكار الاجتماعي.

ثالثاً: علاقة الابتكار الاجتماعي بهرم ماسلو:

أوضحت العديد من الدراسات مثل دراسة (ميروك، 2011) ودراسة (مسلملي، 2021) أنه يمكن ربط مكونات الابتكار الاجتماعي بمتطلبات الإنسان كما حددها هرم ماسلو، ففي قاع الهرم تقع احتياجات الإنسان الأساسية: مثل: الطعام، والماء، والأمان، ويرتبط الابتكار الاجتماعي بتحقيق هذه الاحتياجات الأساسية من خلال توفير الخدمات الاجتماعية، والاقتصادية للمجتمعات الفقيرة، وعلى مستوى أعلى من الهرم، تقع احتياجات الإنسان النفسية: مثل: الاحترام، والتقدير. ويرتبط الابتكار الاجتماعي بتحقيق هذه الاحتياجات من خلال تعزيز المشاركة المجتمعية، وتمكين الأفراد، والخيراء، على قمة الهرم، تقع احتياجات الإنسان تحقيق ذاته، ويرتبط الابتكار

الإطار النظري

قدمت الدراسة إطارًا نظريًا شاملًا، تطرقت فيه إلى وسائل وأدوات الإعلام الرقمي، ومكونات الابتكار الاجتماعي، وعلاقة الابتكار بهرم ما سلو، وأشكال الابتكار الإعلامي ومواصفاته، ومراكزه وحاجة المجتمع لها، والتحديات التي تواجه الإعلام في إدارة الأزمات ودوره في مواجهتها، وأنواع المعالجات الإعلامية للأزمات.

ترابط الأفكار وترتيبها بشكل منطقي وتسلسلي، أعطى الإطار النظري قوة وتتابع سلس في الانتقال بين المحاور.

وجود الربط بين الأدبيات السابقة والإطار النظري، عزز من تكامل وترابط عناصر الرسالة.

يستند الإطار النظري إلى المراجع العلمية الرصينة، والمدرجة في قائمة المراجع، بتنوع إطارها الزمني بين الأصيلة التي تعطي عمق زمني والمعاصرة التي تضعنا في إطار الدراسة الحالية.

- اعتماد طرق عمل جديدة، ومبتكرة لبنية عمل مثالية.
- تقليل التكاليف على المشاريع، وتأمين الاحتياجات الضرورية.
- تعزيز القدرة على حل المشكلات، والتعلم القائم على التجارب العملية، والتطبيق (تقرير مركز الابتكار).

خامسًا: التحديات التي تواجه الإعلام في إدارة الأزمات:

- هناك العديد من التحديات التي تواجه الإعلام في إدارة الأزمات، ولعل من أهمها الآتي (عبد الرحمن، 2021):
- ضغوطات الوقت: تواجه وسائل الإعلام ضغوطات كبيرة لنشر المعلومات بسرعة خلال الأزمات، مما قد يؤدي إلى انتهاك خصوصية الأفراد.
- الحاجة إلى الشفافية: قد تؤدي الحاجة إلى الشفافية خلال الأزمات إلى انتهاك خصوصية الأفراد.
- التأثير السياسي: قد تؤثر الضغوطات السياسية على وسائل الإعلام، وتؤدي إلى انتهاك خصوصية الأفراد.

سادسًا: دور الإعلام في مواجهة الأزمات وأنواع المعالجات الإعلامية للأزمات:

يلعب الإعلام دورًا محوريًا في مواجهة الأزمات، حيث يُعد مصدرًا أساسيًا للمعلومات، والأخبار، وله تأثير كبير على تشكيل الرأي العام، ولهذا للدراسات السابقة: مثل: دراسي سالم (2016)، وقبورى (2022) فإن من أنواع المعالجات الإعلامية للأزمات ما يلي:

- **الإنذار المبكر:** يساعد الإعلام في رصد علامات الأزمة، ونشر الوعي حولها، مما يساهم في اتخاذ الإجراءات الوقائية قبل وقوعها.
- **التغطية الإخبارية:** يقدم الإعلام تغطية شاملة للأزمة، مما يساعد على إبقاء الجمهور على اطلاع على التطورات.
- **التوعية، والتثقيف:** يساعد الإعلام في نشر الوعي حول مخاطر الأزمة، وكيفية التعامل معها.
- **التعبئة، والدعوة:** يساعد الإعلام في تعبئة الجهود، وتقديم الدعم للضحايا.
- **إدارة الشائعات:** يساعد الإعلام في مكافحة الشائعات، والأخبار الكاذبة.

كما تشير دراسة (سالم، 2016) إلى أن هناك أدوار للإعلام في مراحل الأزمة:

- **مرحلة ما قبل الأزمة:** مثل رصد علامات الأزمة، ونشر الوعي حول مخاطر الأزمة، وتقديم التوجيهات للجمهور.
- **مرحلة الأزمة:** تقديم تغطية شاملة للأزمة، ونشر المعلومات الدقيقة، ومكافحة الشائعات، والأخبار الكاذبة، وتقديم الدعم للضحايا.
- **مرحلة ما بعد الأزمة:** تقييم تأثير الأزمة، وتقديم الدعم لعملية التعافي، واستخلاص الدروس من الأزمة لمنع تكرارها.

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: منهج الدراسة:

تماشياً مع طبيعة الدراسة الميدانية فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج المسحي، من أجل تحقيق أهداف الدراسة عبر الأسلوب التحليلي، ويعبر عنها تعييناً كمياً، ونفسها بطريقة رقمية، من خلال نشر استمارة استبانة على مجموعة من المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، مع عدد من الدراسات والأبحاث.

تحسينات مقترحة

عنونة الأدبيات السابقة أثناء عرضها وتناولها، يضعها في سياق واضح ويُسهّل الفهم على القارئ.

تنظيم الأدبيات السابقة أسفل محاور رئيسية مقسمة وفق متغيرات الدراسة والعلاقة بينهم، وعرض الدراسات العربية تليها الأجنبية، وترتيبها زمنياً، يساعد في تنظيم العرض وتوضيح التطور الزمني للأفكار.

الإشارة للأدبيات السابقة والتعقيب عليها في التعليق على الدراسات السابقة، بمزيد من التفاصيل والتحليل العميق، سيثري فهم القارئ.

تصميم إطار مفاهيمي يُعزز فهم الرسالة، سيساهم في توضيح العلاقات بين المفاهيم الأساسية وينقل القارئ لفهم أعمق.





دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات دراسة ميدانية

<https://www.jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/1066>



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتمم بخیر و سرور

