

القُداح، محمد راكم أحمدا، و النصور، مروان محمد عبدا.
(٢٠٢٤). أثار وسائل الإعلام الرقمية على إدارة الأزمات في
شركات الاتصالات الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة).
جامعة البلقاء التطبيقية، السلط. مسترجع من
<http://search.mandumah.com/Record/146049>



إعداد

محمد خالد الديباس

أولاً: عرض المشكلة البحثية

صاغ الباحث (القداح، محمد راكن أحمد) مشكلة دراسته المعنونة بـ "أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات الأردنية" من خلال تمهيد سياقي ثم تضيق تدريجي وصولاً إلى السؤال الرئيس. فقد أشار الباحث إلى أن "إدارة أزمة في شركات الاتصالات الأردنية يعتبر موضوع في غاية الأهمية ومشكلة بحثية تتطلب البحث وإيجاد الحلول حسب ما أفاد به من تم مقابلتهم"، ثم وضّح أن بيئة عمل هذه الشركات "تتأثر بتغيرات متعددة ومتباينة شأنها في ذلك شأن المنظمات الأخرى، مما يزيد من مواجهتها لأزمات تهدد قدرتها على تحقيق أهدافها واستدامتها". وقد بلور المشكلة في سؤال رئيس واحد هو: "ما أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمة في شركات الاتصالات الأردنية؟"، ثم فرّع عنه سؤالين فرعيين: الأول يتعلق بتصورات المبحوثين حول مستوى الإعلام الرقمي بأبعاده (مواقع الشبكات الاجتماعية، المفضلات الاجتماعية، استضافة المدونات، مواقع الفيديو، المجانية، مشاركة الصور)، والثاني يتعلق بتصوراتهم حول مراحل إدارة الأزمة بأبعادها (اكتشاف إشارات الإنذار المبكر قبل الأزمة، احتواء الأضرار خلال الأزمة، استعادة النشاط أثناء الأزمة، التعلم بعد الأزمة).

ثانياً: أسلوب الصياغة وكيفية البناء

اعتمد الباحث في بناء مشكلته على منهجية القمع (من العام إلى الخاص)، إذ بدأ في المقدمة بالحديث عن التحول الرقمي العالمي وأهمية الإعلام الرقمي في حياة الناس والمنظمات، ثم انتقل إلى الحديث عن إدارة الأزمات باعتبارها "نقطة تحول في حياة أي منظمة وبصفة خاصة شركات الاتصالات"، مشيراً إلى أن الأزمات "أصبحت ضرورة حتمية لا بد من وقوعها في ضوء عمل المنظمات في بيئة عمل متغيرة ومتحركة باستمرار". بعد ذلك حصر المشكلة في واقع شركات الاتصالات الأردنية تحديداً، موضحاً أن هذا الواقع "يتطلب البحث عن فلسفات ومفاهيم إدارية حديثة تمكنها من الخروج من الأزمات والتعافي من آثارها السلبية". كما استند إلى دراسات سابقة لدعم وجود الفجوة البحثية، حيث أشار إلى دراسات مثل (Sorensen et al. (2022 وAl-Shakhli (2022 والقحطاني (٢٠١٩) وعبد القوي (٢٠١٥)، وأضاف بُعداً ميدانياً بإشارته إلى ما أفاد به من تمت مقابلتهم.

ثالثاً: تقييم مدى نجاح الباحث في عرض المشكلة

يمكن القول إن الباحث نجح في عدة جوانب وأخفق في جوانب أخرى. من حيث النجاح، فقد تمكن من ربط المتغيرين (الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات) بسياق تطبيقي محدد هو شركات الاتصالات الأردنية، كما صاغ سؤالاً رئيساً واضحاً وقابلاً للقياس، وفرّع عنه أسئلة فرعية متسقة مع أبعاد المتغيرات المحددة في نموذج الدراسة. غير أن هناك ملاحظات تُسجّل على العرض: فالتمهيد للمشكلة جاء مطوّلاً ومتداخلاً مع المقدمة بشكل يصعب معه التمييز بينهما، كما أن الباحث لم يقدم أدلة رقمية أو إحصائية ملموسة تثبت وجود المشكلة فعلياً في شركات الاتصالات الأردنية (كحجم خسائر ناتجة عن أزمات أو أمثلة واقعية لأزمات تعرضت لها هذه الشركات)، واكتفى بعبارة عامة عن "ما أفاد به من تم مقابلتهم" دون تفصيل. كذلك جاءت الفجوة البحثية ضعيفة التوثيق، إذ ذكر الدراسات السابقة دون أن يبيّن بوضوح ما الذي لم تتناوله تلك الدراسات وتسعى دراسته لسدّه.

رابعاً: مدى مراعاة اعتبارات اختيار المشكلة البحثية

فيما يخص اعتبارات اختيار المشكلة البحثية الجيدة، يمكن تقييم مراعاة الباحث لها كالتالي:

من حيث الأصالة والجدة: أشار الباحث إلى أن دراسته تأتي "استكمالاً للجهود العلمية المبذولة" وأنها تسعى لإبراز أهمية الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، وهو ما يوحي بوعيه بضرورة الإضافة العلمية، لكنه لم يُحكم تحديد الفجوة الفعلية بين ما هو موجود في الأدبيات وما تقدمه دراسته.

من حيث القابلية للبحث: كان الباحث موفقاً في اختيار مشكلة قابلة للقياس والاختبار، حيث حدد متغيراً مستقلاً (وسائل الإعلام الرقمي) بأبعاد واضحة، ومتغيراً تابعاً (إدارة الأزمات) بمراحل محددة، ووضع فرضيات قابلة للاختبار الإحصائي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$).

من حيث الأهمية العلمية والعملية: وُفق الباحث في توضيح الأهمية من الجانبين، فذكر أن الدراسة تُسهم في "رصد المكتبة العربية بإطار نظري حول متغيرات الدراسة"، وعملياً تُسهم في "الوصول إلى آليات عمل مستقبلية للإعلام الرقمي في إدارة الأزمات وتقديم مجموعة من التوصيات كقاعدة لمتخذي القرار في الشركات".

رابعاً: مدى مراعاة اعتبارات اختيار المشكلة البحثية

فيما يخص اعتبارات اختيار المشكلة البحثية الجيدة، يمكن تقييم مراعاة الباحث لها كالتالي:

من حيث تحديد الحدود: كان الباحث واضحاً في رسم حدود دراسته المكانية (جميع شركات الاتصالات الأردنية)، والزمانية (الفصل الصيفي والأول من العام الجامعي ٢٠٢٣-٢٠٢٤)، والبشرية (جميع العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى والدنيا)، وهذا التحديد يُعدّ من نقاط القوة في الدراسة.

من حيث التبرير الواقعي: هنا تكمن نقطة الضعف الأبرز، فالباحث لم يقدم مسوّغات كافية من واقع شركات الاتصالات الأردنية تُثبت أن هناك مشكلة حقيقية في توظيف الإعلام الرقمي لإدارة الأزمات، ولو قدّم أمثلة لأزمات واجهتها هذه الشركات أو إحصاءات عن مدى استخدامها للإعلام الرقمي في التعامل مع الأزمات لكانت المشكلة أكثر إقناعاً وعمقاً.

عنوان الدراسة المقترح:

أثر الصمت التنظيمي على الأداء الإبداعي للعاملين دراسة تطبيقية على شركات
صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية.



تحتل صناعة الأدوية موقعاً استراتيجياً ضمن رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ التي جعلت من توطين هذه الصناعة وتقليل الاعتماد على الاستيراد هدفاً وطنياً محورياً، إذ تسعى المملكة إلى رفع نسبة التصنيع المحلي للأدوية والمستحضرات الصيدلانية وتحويل القطاع من مجرد مستورد ومعيد تغليف إلى منتج ومبتكر قادر على المنافسة إقليمياً ودولياً. وهذا التحول الطموح لا يمكن أن يتحقق دون قاعدة بشرية قادرة على التفكير الإبداعي والابتكار المستمر، فشركات الأدوية بطبيعتها تقوم على البحث والتطوير وتحسين التركيبات واكتشاف حلول علاجية جديدة، وكل ذلك مرهون بمدى قدرة العاملين فيها على طرح أفكارهم بحرية والتعبير عن ملاحظاتهم ومشاركة خبراتهم دون قيود أو موانع.



أن ظاهرة تتسلل بصمت إلى جسد المنظمات وتنخر في قدرتها الإبداعية من الداخل دون أن تُحدث ضجيجاً يلفت الانتباه، تلك هي ظاهرة الصمت التنظيمي التي يلجأ فيها العاملون إلى الامتناع الواعي والمتعمد عن التعبير عن آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم ومخاوفهم المتعلقة بالعمل. والمفارقة أن هذا الصمت لا يعني خواء أذهان العاملين من الأفكار، بل يعني أنهم يملكون ما يقولونه لكنهم يختارون ألا يقولوه، فالكيميائي الذي يلاحظ إمكانية تحسين تركيبة دوائية يحتفظ بملاحظته لنفسه خشية أن يُقابَل بالتجاهل، والباحث الذي يكتشف طريقة أكثر كفاءة في خطوط الإنتاج يُؤثر الصمت تجنباً لردود فعل رؤسائه، ومسؤول الجودة الذي يرصد خللاً في الإجراءات يغض الطرف لأنه يعتقد أن لا أحد سيستمع إليه أصلاً. وتتعدد أشكال هذا الصمت بين صمت الإذعان الذي ينبع من استسلام الموظف وشعوره بعجزه عن إحداث أي تغيير، والصمت الدفاعي الذي يمارسه الموظف حماية لنفسه من العواقب السلبية المحتملة، والصمت الاجتماعي الذي يلجأ إليه الموظف حفاظاً على علاقاته مع زملائه ورؤسائه وتجنباً للظهور بمظهر المعارض أو المختلف.

وتكتسب دراسة هذه الظاهرة في السياق السعودي تحديداً أهمية مضاعفة، فالثقافة التنظيمية في المملكة تتشكل ضمن منظومة قيمية واجتماعية تُعلي في كثير من الأحيان من قيم الاحترام الهرمي والتوافق الجماعي وتجنب المواجهة المباشرة مع أصحاب السلطة، وهي قيم نبيلة في ذاتها لكنها قد تتحول في بيئة العمل إلى رافد يُغذي الصمت التنظيمي ويمنح العاملين مبرراً ثقافياً للامتناع عن التعبير عن آرائهم. يُضاف إلى ذلك أن قطاع صناعة الأدوية السعودي يمر بمرحلة توسع غير مسبوقة في ظل رؤية ٢٠٣٠ وبرنامج تطوير الصناعة الوطنية واللوجستيات، مما يعني أن أي عائق يحول دون الأداء الإبداعي للعاملين لا يُلحق الضرر بشركة بعينها فحسب بل يُهدد مسار تحول وطني بأكمله.



وقد لاحظ الباحث من خلال مقابلات استطلاعية أجراها مع عدد من العاملين في شركات أدوية سعودية في مستويات إدارية وفنية مختلفة أن هناك فجوة لافتة بين ما يحمله هؤلاء العاملون من أفكار ومقترحات تطويرية وبين ما يُعبّر عنه فعلياً في الاجتماعات والتقارير والقنوات الرسمية، وأن عدداً غير قليل منهم أقرّ صراحة بأنه يمتلك أفكاراً يعتقد أنها قادرة على تحسين العمل لكنه يفضل عدم طرحها لأسباب تتراوح بين الخوف من ردود فعل الإدارة وعدم الثقة بأن صوته سيُسمع والرغبة في تجنب الصدام مع ثقافة المؤسسة السائدة. والخطورة الحقيقية تكمن في أن الصمت حين يتحول إلى نمط سلوكي مستقر لا يكتفي بحرمان المنظمة من أفكار قائمة بالفعل، بل يقتل الدافع نحو التفكير الإبداعي ذاته، فالعامل الذي اعتاد على كتم أفكاره يتوقف تدريجياً عن توليدها أصلاً لأنه لا يرى جدوى من إجهاد ذهنه في إنتاج أفكار يعلم مسبقاً أنها لن ترى النور..



وبمراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، كدراسة (Morrison & Milliken, 2000) التي أسست إطاراً نظرياً لمفهوم الصمت التنظيمي وأسبابه المنهجية، ودراسة (Vakola & Bouradas, 2005) التي أثبتت تأثيره السلبي على اتجاهات العاملين ودافعيتهم، ودراسة (Çınar et al., 2013) التي ربطته بتراجع الالتزام التنظيمي، ودراسة (Knoll & van Dick, 2013) التي صنّفت دوافعه وأشكاله، تبين للباحث أن هذه الدراسات أُجريت في الغالب في سياقات غربية تختلف ثقافياً وتنظيمياً عن السياق السعودي، وأن الدراسات التي تناولت هذه الظاهرة في قطاع صناعة الأدوية تحديداً تكاد تكون نادرة، فضلاً عن أن الربط المباشر والصريح بين الصمت التنظيمي بأبعاده والأداء الإبداعي للعاملين في بيئة صناعية دوائية سعودية لم يحظ بالاهتمام البحثي الكافي، مما يُشكّل فجوة بحثية واضحة تسعى هذه الدراسة إلى سدّها..

وبناءً على كل ما تقدم من معطيات واقعية ونظرية واستطلاعية، تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما أثر الصمت التنظيمي بأبعاده (صمت الإذعان، والصمت الدفاعي، والصمت الاجتماعي) على الأداء الإبداعي للعاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما مستوى الصمت التنظيمي بأبعاده لدى العاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟
٢. ما مستوى الأداء الإبداعي لدى العاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟
٣. ما أثر صمت الإذعان على الأداء الإبداعي للعاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟
٤. ما أثر الصمت الدفاعي على الأداء الإبداعي للعاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟
٥. ما أثر الصمت الاجتماعي على الأداء الإبداعي للعاملين في شركات صناعة الأدوية في المملكة العربية السعودية؟

المراجع.

- Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000).** Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management Review*, 25(4), 706–725. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.3707697>
- Vakola, M., & Bouradas, D. (2005).** Antecedents and consequences of organisational silence: An empirical investigation. *Employee Relations*, 27(5), 441–458. <https://doi.org/10.1108/01425450510611997>
- Çınar, O., Karcioğlu, F., & Alioğulları, Z. D. (2013).** The relationship between organizational silence and organizational citizenship behavior: A survey study in the province of Erzurum, Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 99, 314–321. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.499>
- Knoll, M., & van Dick, R. (2013).** Do I hear the whistle...? A first attempt to measure four forms of employee silence and their correlates. *Journal of Business Ethics*, 113(2), 349–362. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1308-4>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

