

دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية

نجوان عبدالله محمد عالم

باحث دكتوراه، تخصص إعلام رقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، جامعة الأهلية، البحرين
najwanalem@gmail.com

عبد الصادق حسن الشاكر

أستاذ دكتور، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين

الملخص

عنوان البحث: دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية هدفت الدراسة التعرف على دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بالقطاع الخاص السعودي تسعى الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف أدوات الإعلام الرقمي – مثل المنصات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية والتطبيقات التفاعلية – في رصد الأزمات، والتفاعل معها، والتعامل مع الأزمات، من حيث سرعة الاستجابة، وشفافية المعلومات، واستراتيجيات التواصل الداخلي والخارجي اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات السابقة وتحليل عدد من النماذج الواقعية لأزمات شهدها القطاع الخاص السعودي خلال السنوات الأخيرة. وتوصلت إلى أن الإعلام الرقمي يمكن أن يشكل أداة فعالة في إدارة الأزمات، إذا ما تم توظيفه ضمن خطط اتصال مؤسسية واضحة ومتكاملة، مع التأكيد على أهمية بناء فرق متخصصة في الاتصال الرقمي داخل المؤسسات وتوصي الدراسة بتطوير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز مهارات فرق الاتصال، وصياغة سياسات إعلامية استباقية قادرة على التعامل بكفاءة مع التحديات المستقبلية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، إدارة الأزمات، القطاع الخاص، المملكة العربية السعودية.

The Role of Digital Media in Crisis Management in the Private Sector in the Kingdom of Saudi Arabia

Najwan Abdullah Mohammed Alem

PhD Researcher, Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain
najwanalem@gmail.com

Abdulsadeq Hassan Alshaker

Professor, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain

Abstract

Research Title: The Role of Digital Media in Crisis Management in the Private Sector in the Kingdom of Saudi Arabia. The study aimed to identify the role of digital media in crisis management in the Saudi private sector. The study seeks to identify how digital media tools—such as social media platforms, websites, and interactive applications—can be used to monitor, interact with, and handle crises, in terms of speed of response, information transparency, and internal and external communication strategies. The study adopted a descriptive analytical approach by reviewing previous literature and analyzing several real-life examples of crises experienced by the Saudi private sector in recent years. It concluded that digital media can be an effective tool in crisis management if employed within clear and integrated institutional communication plans, while emphasizing the importance of building specialized digital communication teams within institutions. The study recommends developing digital infrastructure, enhancing the skills of communication teams, and formulating proactive media policies capable of efficiently addressing future challenges.

Keywords: Digital Media, Crisis Management, Private Sector, Kingdom of Saudi Arabia.

المقدمة

أدى التطوير التكنولوجي لدى وسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمات والاستراتيجيات والاستجابة لها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً يماثل ويفوق في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية التي باتت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي (الرقمي) كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث، وفي ابتكار للأفكار 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.

يُعد الإعلام وسيلة فعالة لإحداث التغيير في المجتمع، حيث يساهم في ربط التفاعلات المختلفة بين أفرادها، ويتمتع الإعلام بأبعاد متعددة، فهو ليس مجرد أداة لنقل المعلومات، بل يُعد علمًا قائمًا بذاته له أصوله ومصطلحاته الخاصة، شأنه في ذلك شأن غيره من المجالات المعرفية، ويضطلع الإعلام بدور رئيسي في دراسة وتحليل ووصف ومعالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية وغيرها، مما يجعله عنصرًا حيويًا في رصد التطورات السريعة التي يشهدها العالم، وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام، والإعلام الرقمي على وجه الخصوص، دورًا مهمًا ومؤثرًا في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث تساهم في نشر المعرفة وتعزيز الوعي المعرفي والسلوكي، مما يساهم في تنمية المجتمع. وفي سياق التنمية المستدامة، يلعب الإعلام دورًا حيويًا في التوعية بالقضايا التنموية وابتكار الأفكار التي تساهم في دفع عجلة التنمية إلى الأمام، أما الإعلام الرقمي، فقد اكتسب أهمية متزايدة نظرًا لانتشاره الواسع بين فئات كبيرة من الجمهور، مما يجعله أداة فعالة في التأثير على الرأي العام والمساهمة في تحقيق الأهداف التنموية.

من جهة أخرى، أصبح من غير الممكن تصور مجتمع يخلو من الأزمات، حيث يواجه العالم اليوم تحديات معقدة تؤدي إلى نشوء أزمات على المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والبيئية، فضلًا عن الأزمات الناجمة عن الكوارث الطبيعية، وقد باتت الأزمات ظاهرة ملازمة للحياة المعاصرة والتطور البشري، وعلى مستوى منظمات الأعمال، وفي ظل العولمة واقتصاد السوق المفتوح، أصبحت جميع المؤسسات، بصرف النظر عن حجمها أو طبيعة نشاطها، معرضة لأزمات قد تسبب لها خسائر مادية ومعنوية جسيمة، وقد تؤدي في بعض الأحيان إلى انهيارها بالكامل، لذا، فإن الاعتراف بحقيقة أن الأزمات جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات والمنظمات وحتى الدول، يشكل خطوة أساسية في التعامل معها بفعالية وإدارتها بأسلوب علمي مدروس، كما أن كفاءة الاتصال المؤسسي خلال الأزمات تُعد أحد العوامل الحاسمة التي قد

تحول التهديدات إلى فرص لتعزيز سمعة المؤسسة وزيادة مصداقيتها، مما يمكنها من تحقيق مكاسب مادية ومعنوية.

ومع التطور السريع في العصر الحالي، لم تعد وسائل الإعلام التقليدية قادرة على إدارة الأزمات بفاعلية، كما لم تعد قادرة على الإحاطة بجميع أبعاد الأزمات المتسارعة، ولذلك، أصبح الاعتماد على الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات ضرورة ملحة، إذ يُعتبر مصدرًا رئيسيًا للمعلومات التي يحتاجها الجمهور في أوقات الأزمات، ويرجع ذلك إلى سرعة انتشار الإعلام الرقمي، رغم ما يواجهه من تحديات تتعلق بمصداقية المعلومات التي يتم تداولها خلال الأزمات.

وتأسيساً على ما سبق تسعى الدراسة إلى الوقوف على دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية ومدى الانعكاسات المستقبلية والحالية نحوه إدارة الأزمات بالاعتماد على الاعلام الرقمي والمناهج العلمية المطورة.

مشكلة الدراسة

يواجه القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية تحديات متزايدة في إدارة الأزمات بسبب التطورات السريعة والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، ومع ظهور الإعلام الرقمي، أصبح من الممكن تحسين استراتيجيات التعامل مع الأزمات، إذ يوفر الإعلام الرقمي قنوات اتصال سريعة وفعالة تسهم في احتواء الأزمات وتقليل آثارها السلبية، ومع ذلك، فإن الاعتماد المتزايد على الإعلام الرقمي في الأزمات يثير تساؤلات حول مدى فاعليته وكفاءته مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ومدى تأثيره على سمعة الشركات وإدارة العلاقات مع الجمهور أثناء الأزمات.

حيث تواجه المؤسسات تحديات في توظيف هذه الوسائل بشكل استراتيجي يضمن تحقيق الأهداف المنشودة، كما أن قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في السياق السعودي تجعل من الضروري استكشاف الجوانب المختلفة لاستخدام الإعلام الرقمي في الأزمات. علاوة على ذلك، لا تزال العديد من الشركات في القطاع الخاص تواجه صعوبات في التعامل مع المعلومات الزائفة أو المضللة التي تنتشر أثناء الأزمات عبر وسائل الإعلام الرقمية، مما قد يؤثر على سمعتها ويزيد من تعقيد الأزمة، لذا، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل كيفية إدارة المؤسسات لهذه التحديات والاستفادة من الإعلام الرقمي لتجاوز الأزمات بنجاح.

كما أن هناك حاجة ماسة لدراسة تأثير الإعلام الرقمي على ثقة الجمهور ومصداقية المعلومات أثناء الأزمات، حيث أن الاستخدام غير المدروس لهذه الوسائل قد يؤدي إلى تضخيم الأزمات بدلاً من معالجتها، مما يستوجب وضع استراتيجيات فعالة لاستخدام الإعلام الرقمي بطريقة تعزز الشفافية والمصداقية؛ لذلك تتجلى مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص السعودي، حيث تركز هذه الدراسة على تحليل دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات داخل القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية، من خلال استكشاف الفرص والتحديات التي تواجه القطاع الخاص في توظيف هذه الوسائل أثناء الأزمات، وتقديم توصيات لتعزيز الاستفادة منها في المستقبل.

أهمية الدراسة

- 1- تضح أهمية هذه الدراسة من الحاجة الماسة والمزايدة لتعزيز فهم كيفية توظيف الإعلام الرقمي كأداة فعالة في إدارة الأزمات داخل القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، وخاصة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في بيئة الأعمال ووسائل الاتصال. فقد أصبح الإعلام الرقمي يشكل قناة رئيسية للتواصل مع الجمهور، ونشر المعلومات، وتعزيز الشفافية، وبناء الثقة أثناء الأزمات، مما يساهم في الحد من الآثار السلبية للأزمات على سمعة المؤسسات وأدائها التشغيلي.
- 2- تسعى نتائج هذه الدراسة لبناء تصورًا واضحًا لأصحاب القرار في مؤسسات القطاع الخاص حول فاعلية استخدام الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، مما يساعدهم في تطوير استراتيجيات اتصال رقمي أكثر مرونة واحترافية، بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030 التي تدعم التحول الرقمي في مختلف القطاعات.
- 3- تسد الدراسة فجوة بحثية في الأدبيات العربية المتعلقة بتكامل الإعلام الرقمي مع إدارة الأزمات في السياق السعودي، لا سيما في القطاع الخاص، الذي يشكل ركيزة أساسية في الاقتصاد الوطني. كما تسهم في إثراء الدراسات المستقبلية في مجالات الإعلام الرقمي، العلاقات العامة، وإدارة الأزمات.
- 4- تسهم الدراسة في فهم كيفية استخدام هذه الوسائل في وقت الأزمات يعزز من وعي المؤسسات والمجتمع بأهمية الإعلام الرقمي في دعم الاستقرار المؤسسي والمجتمعي خلال الأزمات.

أهداف الدراسة

- 1- التعرف على دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بالقطاع الخاص السعودي.
- 2- الوقوف على التحديات التي تواجه استخدام الإعلام الرقمي أثناء الأزمات في القطاع السعودي.

3- التعرف على طرق التعامل مع الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي خلال الأزمات.

4- التعرف على أثر الإعلام الرقمي على مصداقية المعلومات أثناء الأزمات في القطاع السعودي.

تساؤلات الدراسة

1- ما دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص السعودي؟

2- ما التحديات التي تواجه القطاع الخاص السعودي في إدارة الإعلام الرقمي أثناء الأزمات؟

3- ما طرق التعامل مع الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي خلال الأزمات؟

4- ما أثر الإعلام الرقمي على مصداقية المعلومات أثناء الأزمات في القطاع السعودي؟

حدود الدراسة

– الحدود موضوعية: الإعلام الرقمي دوره في إدارة الأزمات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية

– الحدود مكانية: سوف يتم تطبيق الدراسة على المؤسسات الخاصة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على المناطق الرئيسية مثل الرياض وجدة والدمام.

– الحدود زمانية: تتم الدراسة خلال الفترة ما بين عام 2023 م إلى 2025 م لتتبع التغيرات في كيفية تعامل المؤسسات مع الأزمات باستخدام الإعلام الرقمي في هذه الفترة الزمنية ومحاولة لدراسة التطورات في الإعلام الرقمي وأثره في إدارة الأزمات في السنوات الأخيرة.

متغيرات الدراسة

▪ المتغير المستقل: الاعلام الرقمي

▪ المتغير التابع: إدارة الأزمات

▪ المتغير الوسيط: الخصائص الديمغرافية كالنوع والعمر، والمستوى التعليمي، مكان الإقامة.

فروض الدراسة

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات في القطاع الخاص السعودي.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعلام الرقمي وإدارة الازمات في القطاع الخاص السعودي

- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي ودور القطاع الخاص السعودي في وقت الأزمات.
4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المعلومات وإدارة الأزمات في القطاع السعودي.

مفاهيم الدراسة

أ- الاعلام الرقمي

يعرف الإعلام الرقمي بأنه مجموعة من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تتيح للمستخدمين الوصول إلى المحتوى الإعلامي والتفاعل معه عبر الإنترنت، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية، البث الحي، والمدونات الإلكترونية. يتميز الإعلام الرقمي بالسرعة، والتفاعلية، والإمكانية الفورية لنشر المعلومات وتداولها بين الأفراد والمؤسسات¹ كما يعرف الاعلام الرقمي بأنه نظام اتصالي متطور يستخدم التقنيات الرقمية لتقديم المعلومات ونقلها، ويتيح للمستخدمين التفاعل مع المحتوى في الوقت الفعلي، مما يجعله أداة أساسية في التأثير على الرأي العام وإدارة الأزمات².

ويعرف الإعلام الرقمي في هذه الدراسة إجرائياً بأنه: استخدام المنصات الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية الإلكترونية، وتطبيقات البث المباشر، كوسيلة أساسية لنقل المعلومات أثناء الأزمات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية، بهدف تحقيق استجابة سريعة، تعزيز الشفافية، والتفاعل الفوري مع الجمهور.

ب- مفهوم إدارة الازمات

تُشير إدارة الأزمات إلى عملية اتخاذ القرارات وتنفيذ الإجراءات المناسبة للحد من التأثيرات السلبية للأزمات التي تواجه الأفراد أو المؤسسات أو الحكومات. وتشمل هذه العملية التخطيط المسبق، الاستجابة الفورية، ومرحلة ما بعد الأزمة لتقييم الأداء وتطوير استراتيجيات وقائية مستقبلية³. كما تعرف إدارة الأزمات هي:

¹ العنزي، عبد الله. (2023). الاتصال المؤسسي أثناء الأزمات: بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي. المجلة العربية للإعلام، 12(4)، 73-55.
² العتيبي، خالد. (2023). استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات: دور الإعلام الرقمي في تعزيز الاستجابة السريعة. مجلة الدراسات الإعلامية، 15(2)، 67-45.
³ السعيد، فهد. (2022). أثر الإعلام الرقمي على سمعة الشركات في الأوقات الحرجة. المجلة السعودية للاتصال والإعلام، 10(3)، 102-119.

مجموعة من التدابير والخطط التي تُنفذ بهدف التعامل مع التحديات الطارئة، وتقليل الأضرار الناجمة عنها، واستعادة التوازن بأقل خسائر ممكنة.

ويعرف إدارة الأزمات في هذه الدراسة إجرائياً بأنه مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تتخذها الشركات في القطاع الخاص السعودي لمواجهة الأزمات، والتي تشمل استخدام الإعلام الرقمي للتواصل مع الجمهور، إدارة المعلومات المتداولة، تقليل الأضرار المحتملة، واستعادة الاستقرار المؤسسي بعد الأزمة.

ج- مفهوم الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات:

يمثل الإعلام الرقمي أداة فعالة في إدارة الأزمات من خلال توفير المعلومات بشكل فوري، وتعزيز الوعي العام، وتسهيل عملية التواصل بين المؤسسات والجمهور أثناء الأزمات. ويتميز بقدرته على نشر المعلومات بسرعة والوصول إلى فئات واسعة من المجتمع، مما يجعله عنصراً أساسياً في استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة⁴ وكما يعرف الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات يتمثل في استخدام المنصات الرقمية والتطبيقات الإلكترونية لنقل المعلومات والتفاعل مع الجمهور خلال الأزمات، بما يساهم في تقليل الشائعات، وتحقيق الاستجابة السريعة، وتعزيز الشفافية.

التعريف الإجرائي لدور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات: يُعرف دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بأنه الآليات والاستراتيجيات التي يعتمد عليها القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية لاستخدام الإعلام الرقمي خلال الأزمات، بما في ذلك سرعة نشر المعلومات، التفاعل مع الجمهور، مراقبة الشائعات، وإصدار البيانات الرسمية لتوجيه الرأي العام.

الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة أحد الأجزاء الذي يحتويها البحث العلمي، إذ لا يمكن للبحث العلمي أن يكون بحثاً علمياً صحيحاً متكاملًا إن لم يحتو على جزء الدراسات السابقة؛ فالدراسات السابقة من أكثر الأمور التي تشكل اهتمام كثير من الباحثين والطلاب؛ ويعود هذا إلى مدى أهمية جزء الدراسات السابقة كمكون رئيسي هام من مكونات البحث العلمي، إذ تساهم في توجيه وإرشاد الباحثين نحو الطريق والنهج الصحيحين من أجل

⁴ الحربي، محمد (2022) مصداقية الإعلام الرقمي أثناء الأزمات: دراسة تحليلية على قطاع الأعمال السعودي، دار الفكر العربي، جدة

الحصول على المعلومات اللازمة لإثراء موضوع الدراسة، ويتضمن عرض الدراسات سابقة مرتبطة بهذه المتغيرات والتعقيب العام على الإطار النظري وفروض البحث.

تناولت دراسة العنزي (2024)⁵ دور وسائل الإعلام الرقمي في إدارة أزمات شركات الاتصالات والتعرف على تأثير استخدام وسائل الاعلام الرقمي في ادارة الأزمات بشركات الاتصالات والتعرف على التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات بالتطبيق على عينة قوامها من العاملين في شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية وتقديم مجموعة من التوصيات المقترحة لتعزيز دور وسائل الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات؛ ولتحقيق هذه الأهداف فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات من عينة الدراسة والتي تمثلت في (112) ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات، كما توجد العديد من التحديات التي تواجه الشركات التي أبرزها عدم توافر نقص الموارد البشرية المؤهلة للتعامل مع الأزمات في زيادة حجم الأزمات التي تتعرض لها الشركات وعدم توافر البنية التحتية التي تحتاج إليها الشركات في عدم قدرتها على إدارة الأزمات على النحو الأمثل وغياب التخطيط والتخطيط البديل داخل الشركات بشكل سلمي على مواجهة الأزمات، كما أكدت الدراسة على دور وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات بشركات الاتصالات.

كما سعت دراسة الطيار (2024)⁶ إلى التعرف على دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات؛ حيث تلعب مؤسسات الإعلام الرقمي دورًا مهمًا في مواجهة الأزمات من خلال الابتكار الاجتماعي؛ وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، من أجل تحقيق أهداف الدراسة عبر الأسلوب التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكونت الاستبانة من محورين أساسيين؛ هما محور الابتكار الاجتماعي في مؤسسات الإعلام الرقمي، ويتكون من (20) عبارة، ومحور دور الإعلام الرقمي في الأزمات ويتكون من (14) عبارة، وقد طبقت هذه الأداة على عينة مكونة من 207 من العاملين في مجال الإعلام الرسمي، وغير الرسمي، وأظهرت النتائج اهتمامًا كبيرًا بتغطية الأزمات في مؤسسات الإعلام الرقمي، والتزام عالٍ بالمعايير، والأخلاقيات، والقوانين الإعلامية في تغطية الأزمات، وسعي لتحقيق التوازن بين السرعة، والدقة في تغطية الأزمات، واهتمام بجودة المحتوى الإعلامي الرقمي، وتعاون مع الجهات المعنية في إدارة الأزمات، وتقييم مستمر للأداء، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات؛ منها الاستمرار في التركيز على

⁵ العنزي، طلال. (2024). أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات: (دراسة ميدانية).

⁶ الطيار، ريم علي. (2024). دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات: (دراسة ميدانية). (103) ، 73-105.

تقديم محتوى، وخدمات عالية الجودة، والمصداقية، وزيادة الاستثمار في استخدام التقنيات الحديثة لزيادة الإنتاجية والابتكار، فضلاً عن الاهتمام بتقديم محتوى ذي قيمة عالية، ودقيق في وقت الأزمات.

بينما تناولت دراسة عامر (2024)⁷ 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.

كما هدفت دراسة آل مرعي (2023)⁸ تحديد أثر 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 نسبتهم (60.2%)، إن الهاتف الذكي قد احتل الصدارة من حيث الأجهزة الرقمية التي يُفضل 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 نسبتهم (3%)، ودائماً ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث كانت نسبتهم (76%)، ويثقون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (66%)

وفي حين هدفت دراسة حلمي (2023)⁹ إلى دور الاعلام في إدارة الأزمات والكوارث دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وقد كشفت نتائج الدراسة العلاقة التي تربط الإعلام بإدارة الأزمات والكوارث؛ وذلك من خلال التطبيق على نموذج كارثة السيول بمحافظة الصعيد،

⁷ 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.
⁸ آل مرعي، عبد الله بن علي. (2023). استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج1، ع83.
⁹ حلمي، آمال. (2023). دور الاعلام في إدارة الأزمات والكوارث: دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر. حوليات آداب عين شمس (51)، 69 - 49.

وتحديد موقف علمي تجاهها ليس فقط نحو ضرورة فهم دور كلا من الهيئات الإعلامية والحكومية في معاينة الحدث، وإدارة الأزمة، والكارثة بكل شفافية، وإنما أيضا من الضروري المساهمة في بلورة موقف واقعي، وبحثي رصين نحو تفسير أشكال وسائل الإعلام، وكيفية تناولها للأزمة، والكارثة على أرض الواقع نظرا لما تملكه وسائل الإعلام من أهمية بالغة الدقة في مواجهة الأزمات، وإداراتها، ومعالجتها.

واستهدفت دراسة علي (2023) ¹⁰ التعرف على مستوى إدارة الإعلام التقليدي والرقمي لمراحل الأزمات (قبل الأزمة، أثناء الأزمة، بعد الأزمة) من وجهة نظر الريفين المبحوثين، التعرف على الأهمية النسبية لإجراءات إدارة الإعلام التقليدي والرقمي لمراحل الأزمات من وجهة نظر الريفين المبحوثين، واختبار معنوية الفروق في مستوى إدارة الإعلام التقليدي والرقمي لمراحل الأزمات من وجهة نظر الريفين المبحوثين، وأجرى البحث في ريف محافظة الشرقية، اعتماداً على منهج المسح الاجتماعي، وأجريت الدراسة في قريتي السدس والحضارية مركز الإبراهيمية، على عينة من 380 مبحوث، وقد تم جمع البيانات عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية، بداية من شهر يناير وحتى نهاية شهر إبريل عام 2024، وتم تحليل البيانات الميدانية باستخدام بعض الأساليب الإحصائية وهي: التكرارات والنسبة المئوية، معامل ثبات الفا كرونباخ، المتوسط المرجح، اختبار "T-Test" للفروق، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: أن مستوى إدارة الإعلام التقليدي للأزمات قبل حدوثها من وجهة نظر أكثرية الريفين المبحوثين منخفض، وأن مستوى إدارة الإعلام الرقمي متوسط بنسب بلغت 52.9%، على الترتيب، في حين تبين أن مستوى إدارة الإعلام التقليدي والرقمي للأزمات أثناء حدوثها من وجهة نظر أكثرية الريفين المبحوثين مرتفع بنسب بلغت 70%، 78.9% على الترتيب، في حين تشير النتائج إلى أن مستوى إدارة الإعلام التقليدي للأزمات قبل حدوثها كان متوسط من وجهة نظر أكثرية الريفين المبحوثين، وأن مستوى إدارة الإعلام الرقمي مرتفع بنسب بلغت 43.9%، 67.9% على الترتيب

كما سعت دراسة قدوري (2022) ¹¹ إلى استكشاف الدور الذي يقوم به الإعلام في مواجهة الأزمات، مع التركيز على المفاهيم الأساسية، وتقييم كيفية تأثير الإعلام على الرأي العام، وصناع القرار خلال الأزمات بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لفحص الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالإعلام، وإدارة الأزمات. تقوم الدراسة بتحليل النظريات، والمفاهيم، والأدوار المختلفة للإعلام في سياق الأزمات، مع الأخذ

¹⁰ علي، عبد الرحمن. (2023). إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي والرقمي. المجلة المصرية لبحوث الأعلام (الجزء الثالث-المجلد الأول) 109-159.

¹¹ قدوري، ريم. (2022). الإعلان في مواجهة الأزمات، المفهوم والاتجاهات والأدوار. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. 16(1)

بعين الاعتبار التطورات التكنولوجية الحديثة، وتأثيرها على الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام يمكن أن يكون أداة قوية في مواجهة الأزمات، حيث يمكنه المساعدة في توجيه الرأي العام، وتقديم المعلومات الضرورية للمجتمع. كما أن الإعلام يمكن أن يساهم في تخفيف حدة الأزمات من خلال تقديم تغطية متوازنة، ومسؤولة، وتوصي الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات إعلامية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار البيئة الرقمية الحديثة، وتعزيز الدور الإعلامي في التوعية والتثقيف لمواجهة التحديات المختلفة، كما توصي بأهمية التدريب المستمر للإعلاميين على أفضل الممارسات في إدارة الأزمات.

كما رصدت دراسة عبدالرحمن (2021)¹² الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت إدارة الأزمات في كلٍّ من الإعلام التقليدي والرقمي، وتحليلها تحليلًا من المستوى الثاني، من خلال تحليل جوانبها الموضوعية وقضاياها الرئيسية، وجوانبها المنهجية، وأطرها النظرية، واعتمادها على الدراسات السابقة، والاختبارات والمعالجات الإحصائية المستخدمة فيها، وخصائصها الشكلية والبليومترية، وتوصيف الباحثين فيها والمؤسسات التعليمية التابعين لها... وغيرها من الجوانب والخصائص، وإجراء المقارنة بين هذه الدراسات والبحوث وفقًا لهذا التحليل. وقد تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في الدراسات والبحوث العربية التي تناولت إدارة الأزمات، في خلال الفترة الزمنية من عام (2000) إلى عام (2019). أظهرت نتائج الدراسة 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 كما تبين من الدراسة 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 المعينة بإدارة الأزمات، ثم كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، ثم كلية الإعلام جامعة الأزهر.

¹² عبد الرحمن، السيد عبدالرحمن (2021) دور الاعلام الرقمي في إدارة الازمات. المجلة المصرية.

تعقيب على الدراسات السابقة

أ- أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

من حيث الموضوع:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة، مثل دراسة عيد العنزي (2024) والطيبار (2024) وقُدوري (2022) في التأكيد على الدور الإعلامي الرقمي في التعامل مع الأزمات التي تركز على القطاع الخاص.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الوقوف على التحديات التي الإعلام الرقمي في التعامل مع الأزمات، مثل دراسة عامر (2024) وعبد الرحمن (2021)، أشارت إلى تحديات مثل نقص الكفاءات، سوء استغلال التكنولوجيا، وعدم توافر البنية التحتية.

من حيث المنهج:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام منهج المسح الاعلامي، وهو المنهج الذي قد يكون مناسباً للوقوف على واقع الإعلام الرقمي في القطاع الخاص.

من حيث الأدوات:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أداة الدراسة حيث استخدمت معظم الدراسات (أداة الاستقصاء) في الوقوف على واقع الاعلام الرقمي في إدارة الازمات بالقطاع الخاص.

ب- أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

- الدراسات السابقة تناولت الإعلام الرقمي بشكل عام، أو في سياقات مختلفة (مثل الإعلام التقليدي مقابل الرقمي، أو الإعلام في مؤسسات الدولة)، بينما تركز دراستك على القطاع الخاص في السعودية، وهو زاوية جديدة لم يتم تناولها بوضوح في الدراسات السابقة.
- بعض الدراسات مثل دراسة حلمي (2023) ودراسة علي (2023) ركزت على مناطق مثل صعيد مصر أو الريف المصري، بينما تستهدف الدراسة الحالية المملكة العربية السعودية وقطاعها الخاص، مما يتيح فهماً أعمق للبيئة المحلية.
- بعض الدراسات مثل دراسة قدوري (2022) وعبد الرحمن (2021) حللت الإعلام الرقمي والتقليدي في إدارة الأزمات، بينما الدراسة الحالية تركز بشكل خاص على الإعلام الرقمي في القطاع الخاص، ما يجعلها أكثر تخصصاً.

ج. أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

- يمكن الاستفادة من النظريات والمفاهيم التي تناولتها الدراسات السابقة حول إدارة الأزمات، مثل دور الإعلام الرقمي في التأثير على الرأي العام (دراسة قدوري، 2022)، وأهمية الشفافية والمصادقية في التغطية الإعلامية (دراسة الطيار، 2024).
- يمكن الاستفادة من اعتماد المنهج الوصفي التحليلي أو المسحي، كما استخدمت الدراسات السابقة، يمكن أن يساعد في تصميم أدوات البحث الخاصة بك مثل الاستبيانات والمقابلات مع المسؤولين في شركات القطاع الخاص
- يمكن الاستفادة من توصيات الدراسات السابقة حول تحسين المحتوى الإعلامي، تطوير استراتيجيات إعلامية متكاملة، وزيادة الاستثمار في التكنولوجيا لتعزيز دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في الشركات الخاصة

نوع الدراسة

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة في ظل الظروف التي تتواجد عليها، وأيضا دراسة حالة تطبيقية تعتمد على العديد من المصادر والأدلة الدراسة الظاهرة في حالتها الطبيعية، التي تتواجد فيها، وهي تساعد الباحثين في الحصول على كم كبير من البيانات وإخضاعها للتحليل الإحصائي للمساعدة في تفسير النتائج وإظهار دلالتها¹³ يتحدد نوع الدراسة في منهج، حيث تهدف إلى دراسة دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية وتحليل تأثيره في التعامل مع الأزمات.

منهج الدراسة

تستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها الذي يعتمد على جمع البيانات وتحليلها لفهم دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات من خلال استعراض الأدبيات المتعلقة بالموضوع، بالإضافة إلى تحليل الممارسات الحالية في القطاع الخاص السعودي، وهو المنهج الذي يتناسب مع أهداف الدراسة الحالية، الأمر الذي يتطلب استطلاع آراء أفراد العينة، ثم جمع البيانات وتحليلها ومناقشتها والخروج بنتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

¹³ سامي طابع (2001) بحوث الإعلام القاهرة، دار النهضة العربية، ص 168

مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة¹⁴. يتكون مجتمع البحث من المؤسسات الخاصة في المملكة العربية السعودية، والتي تستخدم وسائل الإعلام الرقمي بشكل فعال في إدارة الأزمات ويضم المجتمع مديري العلاقات العامة، ومديري الأزمات، ومتخصصين في الإعلام الرقمي في هذه المؤسسات.

عينة البحث

العينة هي التي يعتمد الباحثين أن تتكون من وحدات معينة؛ لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، ويتطلب تحديد حجم العينة معرفة مجموعة من الأمور الهامة، حيث أشار الباحثون أن هناك عدد من العوامل التي لا بد من التعرف عليها قبل اختيار عينة الدراسة ومنها: طبيعة المجتمع المدروس، وأسلوب الدراسة، ومدى الدقة المطلوبة في النتائج، وذلك نتيجة ضخامة مجتمع الدراسة أو تشتت مفرداته من ناحية أو تجانسها في الخصائص من ناحية أخرى، وهي العينة التي يعتمد الباحثين أن تتكون من وحدات معينة؛ لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، الدراسة¹⁵. وسوف يتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها..... من المسؤولين في الإعلام الرقمي، ومتخصصين في إدارة الأزمات في مختلف المؤسسات الخاصة في المملكة العربية السعودية. وتم توزيع العينة في ضوء المتغيرات الديموغرافية النوع - المرحلة العمرية - التخصص العلمي - المسمى الوظيفي لضمان تمثيل شامل للقطاعات المختلفة.

استمارة الاستقصاء (الاستبيان)

سوف تعتمد الدراسة على استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين عينة الدراسة، ويعد الاستقصاء (الاستقصاء) أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع المفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المقدمة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة، فهي من أكثر طرق جمع البيانات الأولية في

¹⁴ مصطفى حمد الطائي (2012) مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال الشارقة، مكتبة الجامعة
¹⁵ محمد منير حجاب (2002) أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع

العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله مما يخدم أغراضاً مختلفة في الدراسات المختلفة¹⁶ ويتم إعداد أداة الدراسة استمارة الاستقصاء لتطبيق الدراسة الميدانية نظراً لملائمتها لطبيعة الدراسة حيث سوف تتكون من عدة محاور يتضمن كل محور عدداً من الأسئلة التي تقيس أحد متغيرات الدراسة، وتلك المحاور هي:

- 1- المحور الأول: البيانات الأولية والتي تشمل المتغيرات الديموغرافية (النوع المستوي الوظيفي المرحلة العمرية، التخصص العلمي).
- 2- المحور الثاني: تحليل مدى فاعلية الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات في القطاع الخاص السعودي.
- 3- المحور الثالث: الكشف عن التحديات التي تواجه القطاع الخاص عند استخدام الإعلام الرقمي أثناء الأزمات.
- 4- المحور الرابع: التعرف على الاستراتيجيات الفعالة في التعامل مع الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي خلال الأزمات.
- 5- المحور الخامس: توصيات لتعزيز دور الإعلام الرقمي في تحسين استجابة القطاع الخاص السعودي للأزمات.

اختبارات الصدق والثبات

- سوف تقوم الباحثة بمجموعة من الإجراءات العلمية لقياس صدق وثبات أداة الدراسة الميدانية كما يلي:
- **صدق المحكمين** سوف تقوم الباحثة بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين في مجال الإعلام"، للتأكد من صدق أداة القياس في قياسها لمتغيرات الدراسة ومراجعة مدي ملاءمة المقاييس المستخدمة الأهداف الدراسة وفي ضوء ذلك تقوم الباحثة بإجراء التعديلات في المقاييس بالإضافة أو الحذف أو إعادة الصياغة بالرجوع لهؤلاء المحكمين.
 - **عينة استطلاعية** حيث تقوم الباحثة بإجراء اختبار قبلي لأداة الدراسة الاستبيان على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة والتي قوامها مفردة بنسبة 10% من إجمالي عينة الدراسة البالغ قوامها مفردة، وذلك لمعرفة مدي فهم المبحوثين للأسئلة، وسوف يتم القيام بالتعديلات في صياغة بعض الأسئلة، بحيث

¹⁶ سمير حسين (2006) دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب.

تكون أكثر فهما ووضوحا، وتكون الأداة في شكلها النهائي عقب هذا الاختبار صالحة لقياس ما أعدت من أجله بصدق.

- الثبات: سوف تقوم الباحثة بتأكد من ثبات الدراسة الميدانية من خلال استخدام أسلوب إعادة الاختبار على عينة قوامها مفردة أي بنسبة 10% من اجمالي عينة الدراسة، وذلك بعد مرور فترة زمنية من اجراء الدراسة الأصلية.

أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات

1. التحليل الوصفي: يستخدم التكرار والنسب المئوية لتحليل البيانات الديموغرافية والإجابات.
 2. اختبار تحليل التباين: (ANOVA) لاختبار الفروق بين مجموعات مختلفة من المستجيبين.
 3. اختبار الارتباط: (Pearson) لدراسة العلاقة بين المتغيرات المختلفة.
- سيتم استخدام برامج إحصائية SPSS لتحليل البيانات وتفسير النتائج بما يتماشى مع أهداف الدراسة.

الخاتمة

في ضوء ما تناولته هذه الدراسة، يتبين أن الإعلام الرقمي أصبح عنصراً أساسياً في استراتيجيات إدارة الأزمات داخل مؤسسات القطاع الخاص، خاصة في ظل البيئة التفاعلية التي تشهدها المملكة العربية السعودية نتيجة لتسارع وتيرة الرقمنة. وقد سعت النتائج لتوضيح أن المنصات الرقمية لا تقتصر أدوارها على نقل المعلومات فقط، بل تمتد لتشمل الرصد المبكر، التفاعل السريع، بناء الثقة، والحفاظ على السمعة المؤسسية أثناء الأزمات. أكدت الدراسة أن نجاح الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات مرهون بعدة عوامل، أهمها: توافر بنية تحتية تقنية متطورة، وجود فرق اتصال مؤهلة، ووضع سياسات واضحة ومرنة للتواصل الداخلي والخارجي. كما أظهرت بعض التحديات التي تعيق الأداء الإعلامي الرقمي، مثل ضعف الجاهزية، وتأخر الاستجابة، وعدم وضوح الرسائل الإعلامية في بعض المؤسسات.

المراجع

- 1- آل مرعي، عبد الله بن علي. (2023). استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1 ج، 74-108
- 2- بالحاج، نوري. (2018). دور الإعلام الرسمي في مواجهة الأزمات. بحوث المؤتمر العلمي الأول: استراتيجية الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة للمجتمع الليبي والعربي، 341-356.

- 3- الجمال، سمر جمال الدين. (2023). توظيف الاتصال الحكومي لأساليب الابتكار وانعكاسها على محتوى الرسالة الإعلامية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية الإماراتية. مجلة البحوث الإعلامية، 64(2)، 895-976.
- 4- الحارثي، فيصل. (2023). إدارة الأزمات في المؤسسات السعودية: دراسة مقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي. دار الحكمة، 28-39.
- 5- الحربي، محمد. (2022). مصداقية الإعلام الرقمي أثناء الأزمات: دراسة تحليلية على قطاع الأعمال السعودي. دار الفكر العربي، 34-39.
- 6- حلمي، آمال. (2023). دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث: دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر. حوليات آداب عين شمس، 51، 49-69.
- 7- الخميس، عبد الله. (2022). دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي المجتمعي أثناء الكوارث والأزمات. جامعة الملك سعود، 89، 92.
- 8- الطيار، ريم علي. (2024). دور الابتكار الاجتماعي بمؤسسات الإعلام الرقمي في مواجهة الأزمات: (دراسة ميدانية). المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 103، 73-105.
- 9- الزهراني، سالم. (2023). تأثير الأخبار الكاذبة في الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات المؤسسية. مجلة العلوم الاجتماعية، 9(2)، 135-150.
- 10- السعودي، تركي. (2021). أثر الإعلام الرقمي على التواصل الفعال خلال الأزمات في الشركات السعودية. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 41-54.
- 11- السعيد، فهد. (2022). أثر الإعلام الرقمي على سمعة الشركات في الأوقات الحرجة. المجلة السعودية للاتصال والإعلام، 10(3)، 102-119.
- 12- الشهري، ناصر. (2021). تأثير الإعلام الرقمي على استقرار الاقتصاد السعودي أثناء الأزمات. المجلة الاقتصادية السعودية، 8(1)، 77-91.
- 13- عبد الرحمن، السيد عبد الرحمن. (2021). دور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 87-102.

- 14- عبيدات، ذوقان. (2020). منهجية البحث العلمي (ط. 4). دار وائل للطباعة.
- 15- عامر، علا عبد القوي. (2024). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2(86)، 1-31.
- 16- علي، عبد الرحمن. (2023). إدارة الأزمات في الإعلام التقليدي والرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(3)، 109-159.
- 17- العتيبي، خالد. (2023). استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات: دور الإعلام الرقمي في تعزيز الاستجابة السريعة. مجلة الدراسات الإعلامية، 15(2)، 45-67.
- 18- العنزي، عبد الله. (2023). الاتصال المؤسسي أثناء الأزمات: بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي. المجلة العربية للإعلام، 12(4)، 55-73.
- 19- طلال عيد العنزي. (2024). أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات: دراسة ميدانية).
- 20- الغامدي، يوسف. (2023). الإعلام الرقمي واستراتيجيات مواجهة الأزمات في القطاع الخاص السعودي. دار النهضة العربية.
- 21- القحطاني، مشعل. (2022). فاعلية الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات إدارة الأزمات في القطاع الخاص. مركز أبحاث الإعلام الرقمي.
- 22- قدوري، ريم. (2022). الإعلان في مواجهة الأزمات: المفهوم والاتجاهات والأدوار. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 16(1)، 1-21.
- 23- المالكي، عبد العزيز. (2021). التحديات الرقمية في إدارة الأزمات المؤسسية. المركز العربي للأبحاث.
- 24- المهندي، إبراهيم. (2022). شفافية الإعلام الرقمي وتأثيرها على استجابة الجمهور للأزمات في الخليج العربي. دار جامعة قطر للنشر.
- 25- مسك، زينات موسى. (2011). واقع إدارة الأزمات في مستشفيات القطاع العام العاملة في الضفة الغربية واستراتيجيات التعامل معها من وجهة نظر العاملين. رسالة ماجستير، كلية التمويل والإدارة، قسم إدارة الأعمال، جامعة الخليل.

-
- 26- مصطفى، حمد الطائي. (2012). مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال. مكتبة الجامعة.
- 27- حجاب، محمد منير. (2002). أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية. دار الفجر للنشر.
- 28- حسين، سمير. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام. عالم الكتب.
- 29- سالم، شيماء. (2016). دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(56)، 313-387.