

أثر استراتيجيات الإعلام الرقمي على سلوك الجمهور في التفاعل مع الحملات التوعوية: دراسة ميدانية على الشباب

السعودي

إعداد الطالب/

رزان عماد دمنهوري

الرقم الجامعي/

إشراف/

العام الدراسي

2026م

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تحولات جذرية في بيئة الاتصال نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الإعلام الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات وتيك توك، الأمر الذي أدى إلى تغير أنماط تلقي الرسائل الإعلامية والتفاعل معها، خاصة لدى فئة الشباب التي تُعد الأكثر استخدامًا لهذه المنصات في المملكة العربية السعودية. وعلى الرغم من اعتماد العديد من الجهات الحكومية والمؤسسات غير الربحية على استراتيجيات الإعلام الرقمي في تنفيذ الحملات التوعوية (الصحية، الاجتماعية، الأمنية، البيئية)، إلا أن هناك تباينًا ملحوظًا في مستويات التفاعل والتأثير السلوكي لهذه الحملات بين الشباب السعودي. فبعض الحملات تحقق انتشارًا واسعًا دون أن ينعكس ذلك بالضرورة على تغيير فعلي في السلوك، في حين تفشل حملات أخرى في جذب الانتباه أو تحفيز المشاركة. وتكمن المشكلة البحثية في عدم وضوح مدى فاعلية استراتيجيات الإعلام الرقمي المستخدمة، ونقص الدراسات الميدانية التي تقيس العلاقة بين نوع الاستراتيجية الرقمية (المحتوى، أسلوب العرض، التفاعل، المؤثرين، الوسائط المتعددة، التوقيت، وغيرها) وبين سلوك الجمهور المستهدف من حيث التفاعل والمشاركة والاستجابة السلوكية. كما أن البيئة الرقمية تتسم بسرعة التغير وتشبع المحتوى، مما يزيد من صعوبة ضمان وصول الرسائل التوعوية وإحداث التأثير المرجو، وهو ما يستدعي دراسة علمية منهجية لفهم طبيعة هذه العلاقة في السياق السعودي.

المشكلات المترتبة على مشكلة الدراسة:

1. ضعف فاعلية بعض الحملات التوعوية الرقمية في إحداث تغيير سلوكي حقيقي لدى الشباب.
2. هدر الموارد المالية والبشرية نتيجة تبني استراتيجيات إعلامية غير مدروسة أو غير مناسبة لطبيعة الجمهور المستهدف.
3. انخفاض مستويات الثقة أو التفاعل مع الرسائل التوعوية بسبب التشبع المعلوماتي أو ضعف الأسلوب الاتصالي.
4. صعوبة تقييم أثر الحملات الرقمية لغياب مؤشرات واضحة تربط بين التفاعل الرقمي (إعجابات، مشاركات، تعليقات) والتغير السلوكي الفعلي.
5. استمرار بعض السلوكيات السلبية نتيجة قصور في تصميم الرسائل الرقمية أو عدم ملاءمتها لاهتمامات الشباب وخصائصهم الثقافية والاجتماعية (الخير، 2023).

بناءً على مشكلة الدراسة الرئيسية؛ يكمن السؤال الرئيسي للدراسة فيما يلي:

ما أثر استراتيجيات الإعلام الرقمي على سلوك الجمهور في التفاعل مع الحملات التوعوية لدى الشباب السعودي؟

المرجع:

الخير, خ. ز. (2023). سمات الجمهور الرقمي وعلاقتها بأنماط ومحددات تفاعله مع محتوى المنصات الإخبارية. 34, 373-431.
Retrieved from https://journals.ekb.eg/article_338654_0.html