

مقرر قضايا بحثية
إعداد: كريمة محمد البلخي
إشراف الدكتورة:
هبة كمال القصبي

العنوان : "فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية"

المؤلف: د. صفية بنت إبراهيم العبد الكريم

المجلة: مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة ذمار، المجلد 11، العدد 2، يونيو 2022

✓ **موضوع الدراسة وأهميته:** الدراسة تتمحور حول قضية هامة وهي: دور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة، مما يعكس استجابة لدور الإعلام في تعزيز الوعي البيئي. إن أهمية الموضوع تتضح في ظل المبادرات الكبيرة، مثل: "السعودية الخضراء"، و"الشرق الأوسط الأخضر". إلا أن التركيز على تويتر كأداة أساسية، يمكن اعتباره محدوداً؛ حيث أن وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى: كفيسبوك، وإنستغرام، قد توفر رؤى أوسع وأشمل.

✓ **متغيرات الدراسة:**

- ✓ المتغير المستقل: الإعلام الرقمي مثل: (استخدام تويتر).
- ✓ المتغير التابع: تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية (نشر الوعي البيئي، تغيير السلوك البيئي).
- ✓ الوسيط: الجمهور المستهدف (المستخدمين المحليين في السعودية).

مشكلة الدراسة :

يمكن القول إن مشكلة الدراسة في هذا البحث منبثقة من الثغرات الموجودة في الدراسات السابقة، وذلك لعدة أسباب:

1. **نقص الدراسات المحلية:** كثير من الدراسات السابقة ركزت على استخدام الإعلام الرقمي في سياقات دولية مختلفة، ولكن لم تتناول بشكل كاف السياق

السعودي أو مدى فعالية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية تحديداً.

2. **التركيز على أدوات محددة:** الدراسات السابقة غالباً ما ركزت على أدوات معينة للإعلام الرقمي، مثل تويتر، دون تحليل كافٍ لمنصات أخرى مثل فيسبوك أو إنستغرام، وهو ما قد يجعل النتائج قاصرة على منصة واحدة فقط دون تقديم رؤية شاملة حول فعالية الإعلام الرقمي بشكل عام.

✓ **منهجية الدراسة:** اعتمدت الدراسة على المنهج **المسحي التحليلي**، وهو اختيار مناسب لدراسة التفاعلات الإعلامية، وتحليل المحتوى، ولكن كان من الممكن استخدام مناهج إضافية مثل: المقابلات مع المسؤولين، أو استبيانات موجهة للجمهور؛ لتقديم بيانات أعمق حول فعالية هذه المبادرات الإعلامية.

✓ **عينة الدراسة:** ركزت الدراسة على عينة من التغريدات على حسابات وزارات محددة، وهذا يعطي الدراسة مصداقية في تحديد الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات في نشر الوعي البيئي، ومع ذلك، فإنّ اقتصار الدراسة على فترة قصيرة: (من نوفمبر إلى ديسمبر 2022)، قد يحصر النتائج في أحداث معينة دون توفير رؤى طويلة الأمد.

✓ **تحليل النتائج:** قدمت الدراسة تحليلاً مقنعاً حول استخدام التغريدات لعرض المبادرات، ووجدت أن اللغة العربية كانت الأكثر استخداماً، مما يعكس توجه الحكومة نحو الجمهور المحلي.

✓ **المقارنة بالدراسات السابقة:** الاستفادة من الدراسات السابقة، كانت جيدة في توضيح السياق الدولي للمبادرات البيئية، إلا أن هذه الدراسة لم تتوسع في المقارنات الكافية مع دراسات محلية مشابهة، مما كان يمكن أن يعزز فهمنا للدور الخاص بالإعلام الرقمي في السياق السعودي، مقارنة بالدول الأخرى.

✓ **الأدوات المستخدمة:** استخدمت الدراسة أدوات تحليل المحتوى بطريقة فعالة، ولكن كان من الممكن تحسين جودة التحليل، وذلك عبر استخدام برامج تحليل بيانات حديثة، أو أدوات ذكاء اصطناعي لتحليل المشاعر، وردود الأفعال المتعلقة بالمبادرات.

✓ **النتائج والتوصيات:** قدمت الدراسة توصيات هامة حول ضرورة تعزيز استخدام الإعلام الرقمي لنشر الوعي البيئي. ولكن، كان من الممكن اقتراح آليات محددة لتحسين أداء الوزارات والمؤسسات في توظيف الإعلام الرقمي بطرق أكثر ابتكاراً لتحقيق الأهداف.

✓ **الاستنتاج:** الدراسة قدمت إسهاماً علمياً مهماً في فهم دور الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة، لكنها تحتاج إلى توسيع نطاقها ليشمل المزيد من

المنصات الاجتماعية، والفترات الزمنية الأطول لتحليل التأثير الفعلي لهذه المبادرات على الجمهور والمجتمع.

✓ **الإطار النظري:** الإطار النظري في الدراسة كان شاملاً وجيداً في توضيح مفهوم التنمية المستدامة، وأهمية الإعلام الرقمي في تحقيق هذه الأهداف. ومع ذلك، كان من الممكن أن تكون الدراسة أكثر عمقاً في استعراض الأدبيات السابقة فيما يتعلق بنجاحات أو إخفاقات مشابهة في دول أخرى في استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق الأهداف البيئية. كذلك، كان من الممكن أيضاً دمج نظريات الإعلام الرقمية الحديثة، أو نظريات الاتصال البيئي لدعم التحليل.

✓ **التساؤلات البحثية:** طرحت الدراسة تساؤلات بحثية مهمة، ومحددة مثل: كيفية تناول تويتر للمبادرات البيئية، وكيفية استجابة الجمهور لهذه التغريدات. ومع ذلك، لم يتم التطرق بعمق إلى قياس مدى تغيير السلوك البيئي للجمهور كنتيجة لهذه التغريدات، وهو ما يعتبر عنصراً محورياً في فهم التأثير العملي للإعلام الرقمي. وهنا يمكن أن تُنقد الدراسة: بأنها اعتمدت بشكل أساسي على تحليل الشكل والمضمون دون قياس التأثير السلوكي.

✓ **التحديات والمعوقات:** لم تتطرق الدراسة بشكل كافٍ إلى التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة، مثل: المعلومات المضللة، أو مقاومة الجمهور لتبني الممارسات البيئية. وكان من الأفضل إدراج جزء مخصص لمناقشة التحديات، والمعوقات وكيفية التغلب عليها، خصوصاً في ظل المنافسة الشديدة بين القضايا البيئية، وغيرها من المواضيع التي تستحوذ على اهتمام الجمهور.

✓ **التفاعل الجماهيري:** ركزت الدراسة على التفاعل الجماهيري من خلال قياس التفاعل على التغريدات، مثل: عدد الإعجابات، وأيضاً إعادة التغريدات، لكن لم يتم تقديم تحليل كافي حول نوعية التفاعل، أو كيفية استجابة الجمهور بطرق ملموسة خارج نطاق تويتر. ؛ حيث كان من الممكن تحسين هذا الجانب بإجراء دراسة نوعية، أو استبيانات للجمهور لمعرفة ما إذا كانت التغريدات قد أثرت بالفعل على سلوكياتهم البيئية.

✓ **التحليل البياني:** التحليل البياني كان مفيداً في تقديم رؤى حول نوعية التغريدات المستخدمة، مثل: (الأخبار، أو الحملات الإعلامية). ومع ذلك، كان من الممكن تقديم المزيد من التحليل البياني حول الفئات العمرية، أو الجغرافية للجمهور المتفاعل مع هذه التغريدات؛ لفهم أفضل للفئات المستهدفة، ومدى نجاح الحملات في الوصول إلى كل فئة.

✓ **النتائج العملية:** النتائج التي توصلت إليها الدراسة كانت مشجعة، وذلك فيما يتعلق بتأثير الإعلام الرقمي على نشر الوعي البيئي، ولكن لم يتم تقديم أمثلة

عملية عن كيف يمكن توسيع نطاق هذه التأثيرات لتشمل قطاعات أخرى من المجتمع، كان من الممكن توجيه الدراسة نحو تقديم استراتيجيات عملية للتنفيذ في المدارس، أو الجامعات، أو المجتمع المدني، وذلك لتعزيز الوعي، والممارسات البيئية.

✓ **التوصيات المستقبلية:** لقد قدمت الدراسة توصيات جيدة لتحسين استخدام الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، إلا أن التوصيات كانت عامة إلى حد ما؛ حيث كان من الأفضل تقديم توصيات أكثر تحديدًا، مثل: اقتراح مبادرات إعلامية جديدة، أو استراتيجيات معينة لزيادة التفاعل الجماهيري، واستخدام وسائل أخرى مثل، الفيديوهات التعليمية، أو الرسوم التوضيحية.

✓ **الخاتمة:** بناءً على ما سبق، الدراسة كانت خطوة هامة نحو فهم العلاقة بين الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، ولكن تحتاج إلى تحسينات في جوانب عدة؛ لتكون أكثر شمولية وفعالية؛ حيث كان من الضروري التركيز على كيفية قياس التأثير الفعلي للإعلام الرقمي على سلوكيات الجمهور، وأيضًا توسيع البحث ليشمل منصات تواصل اجتماعي أخرى، بالإضافة إلى استخدام أدوات تحليل أكثر حداثة وفعالية.

أهمية مجال التطبيق:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في فهم الدور المتنامي للإعلام الرقمي، وخاصةً دور سائل التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، فالمملكة تسعى بقوة نحو تحقيق التنمية المستدامة عبر مبادرات كبيرة، مثل: "السعودية الخضراء"، وبالتالي فإن استخدام الإعلام الرقمي، يمثل: وسيلة فعالة لتوعية الجمهور وتشجيعه على المشاركة في هذه المبادرات، كما أن الإعلام الرقمي يوفر منصة للوصول إلى جمهور واسع بسرعة وكفاءة، وهذا يعزز من نشر المعلومات البيئية الحيوية.

إضافة إلى ذلك، تمثل هذه الدراسة خطوة مهمة في تقييم فعالية هذه الوسائل الحديثة، وقدرتها على إحداث تغييرات إيجابية في سلوكيات المجتمع.