

دراسات نقدية ٣ – الاسبوع الثاني

دور الاعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية
السعودية ٢٠٣٠ : (دراسة ميدانية)

إعداد الطالب/
عبد الهادي حسين آل مطلق

دكتوراه إعلام رقمي

٢٠٢٦



تحليل منهجية البحث المستخدمة وتقييمها في دراسة:

دور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية

تشكل المنهجية العلمية الركيزة الأساسية التي تستند إليها الدراسات الميدانية في الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية، إذ تحدد طبيعة الإجراءات العلمية التي يتبعها الباحث في جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج. وبالنظر إلى الدراسة المعنونة بـ "دور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية"، يمكن ملاحظة أن الباحث اعتمد على منهجية كمية ميدانية تتناسب مع طبيعة المشكلة البحثية وأهداف الدراسة، والتي تسعى إلى التعرف على مدى إسهام الإعلام الرقمي في دعم التنمية السياحية بالمملكة في إطار مستهدفات رؤية ٢٠٣٠.

أولاً: تحليل المنهجية البحثية المستخدمة في الدراسة

١- طبيعة المنهج البحثي المعتمد

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الإعلامية والسياحية المعاصرة. ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة محل الدراسة وصفاً دقيقاً وتحليل أبعادها المختلفة من خلال جمع البيانات من أفراد العينة وتحويلها إلى مؤشرات كمية تساعد في تفسير العلاقات بين المتغيرات.

وقد جاء اختيار المنهج الوصفي التحليلي منسجماً مع طبيعة الدراسة؛ فالباحث لم يكن بصدد اختبار علاقة سببية مباشرة أو تنفيذ تجربة ميدانية، وإنما سعى إلى وصف واقع استخدام الإعلام الرقمي في المجال السياحي وقياس درجة تأثيره في تحقيق أهداف التنمية السياحية المرتبطة برؤية المملكة ٢٠٣٠. كما يسمح هذا المنهج بتحديد اتجاهات المبحوثين وآرائهم نحو الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام الرقمي في الترويج للمقومات السياحية الوطنية.

ومن الناحية العلمية، فإن هذا الاختيار يعد مناسباً لأن موضوع الدراسة يرتبط بظاهرة اجتماعية وإعلامية معاصرة يصعب إخضاعها للضبط التجريبي، الأمر الذي يجعل المنهج الوصفي التحليلي الخيار الأكثر ملاءمة لفهمها وتحليلها.

أولاً: تحليل المنهجية البحثية المستخدمة في الدراسة

٢- مجتمع الدراسة والعينة

اعتمدت الدراسة على مجتمع بحثي مرتبط بالقطاع السياحي والإعلامي، وتم اختيار عينة من الأفراد الذين يمتلكون خبرة أو تفاعلاً مع المحتوى السياحي الرقمي. ويظهر من منهجية الدراسة أن الباحث لجأ إلى أسلوب العينة الميدانية للحصول على بيانات مباشرة من المبحوثين. وتبرز أهمية هذا الإجراء في أن الإعلام الرقمي يعتمد بدرجة كبيرة على تفاعل الجمهور، وبالتالي فإن قياس دوره في التنمية السياحية يتطلب الرجوع إلى الفئات التي تستخدم المنصات الرقمية أو تتعامل مع المحتوى السياحي الإلكتروني بصورة مستمرة. ورغم أهمية اختيار العينة الميدانية، فإن تقييم المنهجية يتطلب النظر إلى مدى تمثيل العينة لمختلف فئات المجتمع السعودي من حيث العمر والجنس والمستوى التعليمي والخبرة الرقمية، لأن التمثيل المتوازن لهذه المتغيرات ينعكس بصورة مباشرة على إمكانية تعميم النتائج.

أولاً: تحليل المنهجية البحثية المستخدمة في الدراسة

٣- أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، وهو اختيار شائع في الدراسات الوصفية الكمية. وقد تضمنت الاستبانة مجموعة من المحاور التي تقيس تصورات المبحوثين حول:

- أهمية الإعلام الرقمي في الترويج السياحي.
 - دور وسائل التواصل الاجتماعي في جذب السياح.
 - إسهام المحتوى الرقمي في تحسين الصورة الذهنية للمقاصد السياحية.
 - علاقة الإعلام الرقمي بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ في القطاع السياحي.
- وتتميز الاستبانة بأنها تسمح بجمع عدد كبير من البيانات خلال فترة زمنية قصيرة وبتكلفة منخفضة نسبياً، كما تسهل عملية التحليل الإحصائي واستخراج المؤشرات الكمية اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

ومن الناحية المنهجية، فإن استخدام الاستبانة يتناسب مع المنهج الوصفي التحليلي، إلا أن كفاءة الأداة تعتمد على مدى صدقها وثباتها، ومدى شمول فقراتها لجميع أبعاد الظاهرة المدروسة.

أولاً: تحليل المنهجية البحثية المستخدمة في الدراسة

٤- الأساليب الإحصائية المستخدمة

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية لتحليل البيانات الميدانية،
مثل:

- التكرارات والنسب المئوية.
 - المتوسطات الحسابية.
 - الانحرافات المعيارية.
 - ترتيب العبارات وفق الأهمية النسبية.
- وتشكل هذه الأساليب مناسبة لطبيعة الدراسة، لأنها تساعد في قياس اتجاهات المبحوثين وتحديد مستوى الاتفاق أو الاختلاف حول العبارات المرتبطة بدور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية.
- كما أن استخدام المؤشرات الإحصائية الوصفية يوفر صورة واضحة عن واقع الظاهرة المدروسة، ويساعد في تفسير النتائج وربطها بالإطار النظري للدراسة ورؤية المملكة ٢٠٣٠.

ثانياً: تقييم المنهجية البحثية

مدى ملائمة المنهج للأهداف البحثية

إن المنهجية المستخدمة حققت درجة جيدة من التوافق مع أهداف الدراسة، لأن الباحث كان يسعى إلى استكشاف واقع الإعلام الرقمي ودوره في التنمية السياحية وليس إلى اختبار علاقة تجريبية أو بناء نموذج تنبؤي.

كما أن الاعتماد على الدراسة الميدانية أتاح الحصول على بيانات واقعية من أفراد المجتمع المستهدف بدلاً من الاكتفاء بالتحليل النظري أو الوثائقي، وهو ما يعزز القيمة التطبيقية للدراسة.

إضافة إلى ذلك، فإن موضوع الإعلام الرقمي يرتبط بطبيعة ديناميكية ومتغيرة باستمرار، وبالتالي فإن جمع البيانات الميدانية من المستخدمين الفعليين للمنصات الرقمية يمنح النتائج قدراً أكبر من الواقعية والارتباط بالممارسة الفعلية.

ثانياً: تقييم المنهجية البحثية

مدى كفاية أداة الدراسة

تشكل الاستبانة أداة مناسبة للدراسة، لكنها تظل أداة تعتمد على الإدراك الذاتي للمبحوثين، مما يجعل النتائج مرتبطة بآرائهم الشخصية وتصوراتهم الذاتية. وبالتالي فإن الدراسة كانت ستصبح أكثر قوة لو تم دعمها بأدوات أخرى مثل:

- المقابلات المتعمقة مع خبراء السياحة.
 - تحليل محتوى المنصات السياحية الرقمية.
 - دراسة إحصاءات التفاعل الفعلية على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إذ إن الجمع بين الأساليب الكمية والكيفية كان سيمنح الدراسة بعداً تفسيرياً أكثر عمقاً ويساعد في فهم الظاهرة من زوايا متعددة.

ثانياً: تقييم المنهجية البحثية

مدى إمكانية تعميم النتائج

تعتمد إمكانية تعميم النتائج على حجم العينة وطريقة اختيارها ومدى تمثيلها لمجتمع الدراسة. فإذا كانت العينة كبيرة ومتنوعة وتم اختيارها بطريقة علمية، فإن النتائج تصبح أكثر قابلية للتعميم. أما إذا كانت العينة محدودة أو مقتصرة على فئة معينة من المستخدمين، فإن النتائج تصبح أكثر ارتباطاً بالسياق الذي أجريت فيه الدراسة، وتقل إمكانية تعميمها على جميع أفراد المجتمع السعودي أو على مختلف المناطق السياحية في المملكة.

ثالثاً: جوانب القوة في المنهجية

- تشكل هذه الدراسة من الدراسات ذات الأهمية التطبيقية العالية لأنها تتناول قضية ترتبط مباشرة بمستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تولي القطاع السياحي اهتماماً كبيراً. وهذا يمنح الدراسة قيمة استراتيجية ويجعل نتائجها قابلة للاستفادة من قبل صناع القرار.
- من أبرز نقاط القوة اعتماد الباحث على الدراسة الميدانية بدلاً من الاقتصار على الجانب النظري، إذ ساعد ذلك في الحصول على بيانات حقيقية تعكس آراء المبحوثين وتصوراتهم حول دور الإعلام الرقمي في المجال السياحي.
- تميزت الدراسة باختيار منهج يتناسب مع طبيعة المشكلة البحثية وأهدافها، حيث أتاح وصف الظاهرة وتحليلها بصورة منهجية وعلمية.
- ساهمت الاستبانة في تحويل الظاهرة المدروسة إلى مؤشرات كمية قابلة للقياس والتحليل، الأمر الذي عزز موضوعية النتائج وسهّل المقارنة بين استجابات المبحوثين.
- نجحت الدراسة في الربط بين مجالين مهمين هما الإعلام الرقمي والتنمية السياحية، وهو توجه بحثي حديث يواكب التحولات الرقمية التي تشهدها المملكة.

رابعاً: جوانب الضعف في المنهجية

- من أبرز نقاط الضعف المنهجية اعتماد الدراسة على الاستبانة فقط، إذ إن ذلك قد يؤدي إلى محدودية تفسير النتائج وعدم الكشف عن الأسباب العميقة الكامنة وراء اتجاهات المبحوثين.
- لم تستفد الدراسة من المنهج المختلط (الكمي والكيفي)، وهو منهج أصبح واسع الانتشار في الدراسات الإعلامية الحديثة، حيث يتيح فهماً أكثر شمولية للظواهر المعقدة مثل الإعلام الرقمي.
- اعتمدت الدراسة على إدراكات الأفراد وتصوراتهم، بينما لم تتناول بشكل مباشر مؤشرات الأداء الرقمية الفعلية مثل معدلات التفاعل والمشاركة والمشاركة، والتي يمكن أن تعكس بصورة أدق تأثير الإعلام الرقمي في التنمية السياحية.
- بسبب اعتماد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، فإنها تستطيع الكشف عن الاتجاهات والعلاقات، لكنها لا تستطيع إثبات وجود علاقة سببية مباشرة بين استخدام الإعلام الرقمي وتحقيق التنمية السياحية.

تظل نتائج الاستبانات معرضة لبعض أشكال التحيز مثل:

- الرغبة في إعطاء إجابات اجتماعية مقبولة.
 - المبالغة في تقييم دور الإعلام الرقمي.
 - اختلاف فهم المبحوثين لبعض العبارات.
- وهذا قد يؤثر بدرجة معينة في دقة النتائج النهائية.

المرجع
العتيبي، س. ا. (٢٠٢٤). دور الاعلام الرقمي في التنمية السياحية في
ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية.

Retrieved from

<https://www.jeahs.com/index.php/jeahs/article/view/546>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

