

جامعة ميد أوشن



كلية الإدارة

قسم / تخصص إعلام رقمي

تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على
المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية: دراسة ميدانية

إعداد الطالب/

هبة محمد رشيد المحمد

241000784

إشراف/

د. مهيتاب الرافي

العام الدراسي:

2024 – 1446



إِهْدَاء

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة، وها أنا اختتم بحث
تخرجي بكل همة ونشاط ما كنت لأفعل لولا فضل الله فالحمد لله عند البدء وعند
الختام

أهدي هذا الجهد المتواضع

إلى من منحاني روح الحياة وإضاءا لي عتمة الدنيا إلى من كانا سببا في
وجودي بعد الله وسببا في إشعال وقود همتي ويغمراني بدعواتهم الصادقة، إلى
من غرسا في حب العلم والتعلم، إلى من حبهم يعلو فوق كل حب إلى من ساندوني
ووفروا لي سبل السعادة والنجاح إلى والذي حفظهم الله .

إلى جميع من كان سند وقوه لي بعد الله في مشواري إلى كل القلوب التي
ذكرتني ودعت لي وتمنت لي كل خير.



نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمدا كثيرا

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلي الدكتور /

د. مهيتاب الرافعي

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت
في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلي إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة
بالكادر الأكاديمي والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع
وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر

أسمائهم راجيا من المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة
لدراسات أخرى .

قائمة المحتويات

أ.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ب.....	الإهداء
ج.....	الشكر والتقدير
د.....	قائمة المحتويات
ز.....	قائمة الجداول
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	المقدمة
2.....	1.1 مشكلة الدراسة:
3.....	2.1 أهمية الدراسة:
4.....	3.1 أهداف الدراسة:
5.....	4.1 أسئلة الدراسة:
5.....	5.1 فروض الدراسة:
6.....	6.1 الدراسات السابقة:
6.....	2 الدراسات العربية
13.....	2 الدراسات الأجنبية
14.....	7.1 التعقيب على الدراسات السابقة:
15.....	8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:
16.....	9.1 أدوات الدراسة:
17.....	10.1 حدود الدراسة :
18.....	الفصل الثاني: الاطار النظري
18.....	مقدمة:
19.....	المبحث الأول: تكنولوجيا الاعلام الرقمي

19.....	تمهيد:
19.....	1.1.2 أهمية الإعلام الرقمي :
20.....	2.1.2 مفهوم الإعلام الرقمي.....
20.....	3.1.2 تعريف تكنولوجيا الإعلام الرقمي.....
21.....	4.1.2 لمحة عن التكنولوجيا الرقمية في مجال الإعلام.....
22.....	5.1.2 أهمية الإعلام الرقمي.....
22.....	6.1.2 أنواع تكنولوجيا الإعلام الرقمي.....
24.....	7.1.2 أهمية تكنولوجيا الإعلام الرقمي.....
25.....	8.1.2 التحديات لتكنولوجيا الإعلام الرقمي.....
27.....	9.1.2 دور تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المستقبل.....
28.....	10.1.2 الفرص المستقبلية وتوجهات السوق الإعلامية.....
29.....	المبحث الثاني: القائم على الاتصال في الاعلام.....
29.....	تمهيد:
29.....	1.2.2 مفهوم القائم بالاتصال:
30.....	2.2.2 الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:
31.....	3.2.2 مسؤوليات القائم بالاتصال:
31.....	4.2.2 العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:
36.....	المبحث الثالث أثر تكنولوجيا الاعلام الرقمي على المحتوى الاعلامي.....
36.....	تمهيد:
36.....	1.3.2 مفهوم المحتوى الإعلامي:
37.....	2.3.2 أهمية المحتوى الإعلامي للقائم عليه:
37.....	3.3.2 أهمية المحتوى الإعلامي للجمهور.....
38.....	4.3.2 أثر تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي:
40.....	الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة.....

40.....	مقدمة.....
40.....	1.3 منهجية البحث:.....
40.....	2.3 مجتمع وعينة الدراسة.....
41.....	3.3 مصادر البيانات:.....
41.....	4.3 الأساليب الإحصائية:.....
42.....	5.3 أداة الدراسة.....
43.....	6.3 صدق أداة الدراسة.....
47.....	7.3 ثبات أداة الدراسة:.....
48.....	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي.....
48.....	مقدمة.....
48.....	1.4 خصائص عينة الدراسة.....
49.....	2.4 تحليل استمارة الاستبيان.....
55.....	3.4 اختبار فروض الدراسة.....
62.....	الفصل الخامس: خلاصة النتائج والتوصيات والمقترحات.....
62.....	مقدمة.....
62.....	1.5 خلاصة نتائج الدراسة.....
64.....	2.5 التوصيات.....
65.....	3.5 المقترحات.....
66.....	المراجع:.....
66.....	المراجع العربية.....
69.....	المراجع الأجنبية:.....
70.....	الملاحق.....
71.....	استمارة استبيان.....

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
(1)	جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة	42
(2)	جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الأول	43
(3)	جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني	44
(4)	جدول (4) معامل الثبات لمحاو استمارة الاستبيان	47
(5)	جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها	48
(6)	جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات تكنولوجيا الاعلام الرقمي	49
(7)	جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين	51
(8)	جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات المحتوى الاعلامي وتصميمه	52
(9)	جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات عملية التحرير وتقديم المعلومات	53
(10)	جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية	54

55	جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية	(11)
56	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	(12)
58	جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	(13)
59	جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	(14)
60	جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة	(15)

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة

في عصر المعلومات الرقمية، شهدت وسائل الإعلام تحولات جذرية أدت إلى إعادة تشكيل المشهد الإعلامي على مستوى العالم، بما في ذلك المملكة العربية السعودية لقد ساهمت التطورات التكنولوجية في تغيير كيفية إنتاج وتوزيع واستهلاك المعلومات، مما أدى إلى ظهور نماذج جديدة في الإعلام أصبحت تعتمد بشكل كبير على الوسائط الرقمية ففي ظل الثورة التكنولوجية الحالية، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الرقمية هي المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات، مما أضفى طابعاً جديداً على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام الرقمي عاملاً مهماً في تحسين فعالية القائم بالاتصال، حيث وفرت له أدوات جديدة تسهل عملية جمع المعلومات وتحليلها وتوزيعها أصبح بإمكان الصحفيين والمراسلين الآن الوصول إلى مصادر المعلومات بسرعة أكبر وتغطية الأحداث في الوقت الحقيقي، مما يعزز من دورهم كمؤثرين في تشكيل الرأي العام، ومع ذلك تثير هذه التطورات العديد من التحديات، منها التأكد من دقة المعلومات وموثوقيتها، حيث يمكن أن تؤدي السرعة في نشر الأخبار إلى انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة. (سمباوة، 2022)

علاوة على ذلك، فإن التحول نحو الإعلام الرقمي لم يقتصر فقط على تحسين الأدوات المستخدمة من قبل القائم بالاتصال، بل أثر أيضاً على طبيعة المحتوى الإعلامي نفسه فقد زادت تفاعلية الجمهور مع المحتوى، مما أتاح لهم فرصة التأثير على سرد الأحداث من خلال التعليقات والمشاركة هذا التحول في ديناميكيات الاتصال أدى إلى ظهور محتوى أكثر تنوعاً وشمولية، لكنه يتطلب أيضاً من المؤسسات الإعلامية أن تكون أكثر وعياً بمتطلبات الجمهور واهتماماته. (الزغي، 2022)

وتهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاساته على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية، سيتم تناول الأبعاد المختلفة لهذا التأثير

من خلال دراسة ميدانية تشمل عينة من الصحفيين والمحررين، مع تحليل النتائج لفهم كيفية التكيف مع التحديات والفرص التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة.

ومن ثم جاءت هذه الدراسة بعنوان تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية: دراسة ميدانية

1.1 مشكلة الدراسة:

تعيش وسائل الإعلام اليوم في عالم متغير بسرعة، حيث تسهم تكنولوجيا الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل مشهد الاتصال بشكل جذري وعلى الرغم من الفوائد العديدة التي جلبتها هذه التطورات، فإنها أيضاً تثير مجموعة من التحديات والمشكلات التي تؤثر على جودة المحتوى الإعلامي ودور القائم بالاتصال تتمثل إحدى المشكلات الرئيسية في كيفية تأثير هذه التكنولوجيا على فعالية الصحفيين والمراسلين في أداء مهامهم التقليدية، وكيفية تعاملهم مع الكم الهائل من المعلومات المتاحة.

في السياق السعودي يُلاحظ أن المواقع الإخبارية الرقمية أصبحت المصدر الأكثر استخداماً للأخبار والمعلومات، مما يزيد من الضغط على القائمين بالاتصال لتقديم محتوى موثوق ودقيق في الوقت المناسب، ومع ذلك فإن هذا التحول السريع قد يؤدي إلى انتشار المعلومات غير الدقيقة، أو الشائعات، أو حتى الأخبار الكاذبة، مما يعرض مصداقية المؤسسات الإعلامية للخطر. (الطنطاوي، 2022)

علاوة على ذلك تفتقر العديد من المواقع الإخبارية إلى استراتيجيات فعّالة لتكييف المحتوى مع احتياجات الجمهور المتنوعة والمتغيرة، مما قد يؤدي إلى ضعف التفاعل مع الجمهور وفقدان الثقة في الإعلام، كما أن القائمين بالاتصال في بعض الأحيان يواجهون صعوبات في استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة بشكل فعال، مما يؤثر سلباً على جودة الأداء الإعلامي. (حسن، 2024)

تسعى هذه الدراسة إلى معالجة هذه المشكلات من خلال استكشاف كيفية تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على دور القائم بالاتصال، وكذلك على جودة المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية

من خلال ذلك، تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية لتحسين الأداء الإعلامي وضمان توفير محتوى موثوق وذو قيمة للجمهور.

ومما سبق يمكننا تلخيص مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل ما هو تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودي: دراسة ميدانية

2.1 أهمية الدراسة:

تأتي هذه الدراسة في سياق متغير يتسم بتسارع تطورات تكنولوجيا الإعلام الرقمي، مما يجعل فهم تأثير هذه التغيرات على القوائم بالاتصال والمحتوى الإعلامي أمراً ضرورياً حيث إن هذه الأهمية تنقسم إلى شقين رئيسيين: الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية.

❖ الأهمية النظرية:

تسهم هذه الدراسة في توسيع المعرفة الأكاديمية حول تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على وسائل الإعلام التقليدية، كما تساعد في تسليط الضوء على الأبعاد المختلفة للدور المتغير للقوائم بالاتصال من خلال تحليل النتائج، ستضاف هذه الدراسة إلى الأدبيات القائمة حول الإعلام الرقمي، مما يفتح آفاقاً جديدة للبحث والدراسة في هذا المجال. كما أنها تقدم نموذجاً لفهم كيفية تأثير هذه التكنولوجيا على جودة المعلومات وكيفية تعامل المؤسسات الإعلامية مع التحديات المرتبطة بها.

❖ الأهمية التطبيقية:

على الصعيد العملي، تقدم هذه الدراسة رؤى مهمة للعاملين في قطاع الإعلام، مما يمكنهم من تحسين استراتيجياتهم في إنتاج وتوزيع المحتوى، كما تعزز من قدرة القائمين بالاتصال على الاستفادة من التكنولوجيا بشكل فعال، مما يساهم في رفع مستوى جودة الأخبار والمعلومات المقدمة للجمهور من خلال توفير توصيات عملية، تساهم هذه الدراسة في تعزيز الممارسات المهنية في الإعلام السعودي، مما يساعد

المؤسسات الإعلامية على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الإعلام الرقمي وزيادة مستوى ثقة الجمهور في المحتوى الذي تقدمه.

3.1 أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية".

ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تهدف إلى استكشاف جوانب متعددة من التأثيرات التكنولوجية الرقمية على القائمين بالاتصال والمحتوى الإعلامي، وتتضمن الأهداف الفرعية ما يلي:

- تحليل كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين.
- تقييم كيف أثرت التكنولوجيا على تصميم المحتوى، بما في ذلك التخطيط البصري والهيكل.
- التعرف على تأثير أدوات الإعلام الرقمي على عملية التحرير وتقديم المعلومات.
- فهم كيفية استخدام القائمين بالاتصال للأدوات الرقمية في تقديم محتوى إعلامي متنوع وجذاب.
- استكشاف الفوائد التي يراها القائمون بالاتصال نتيجة استخدامهم للتكنولوجيا الرقمية.
- تقييم مدى تأثير التكنولوجيا على التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية.
- تسليط الضوء على دور التدريب في تعزيز المهارات اللازمة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال.
- تحديد العوامل التي قد تعيق استخدام التكنولوجيا الرقمية، مما يساعد في وضع استراتيجيات للتغلب على هذه التحديات.

4.1 أسئلة الدراسة:

جاءت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيس التالي: ما تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية؟

ويتفرع من هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية، وهي:

- ما التأثيرات التكنولوجية الرقمية على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية؟
- ما تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية من حيث الشكل؟
- ما تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية من حيث تحرير المادة الإعلامية؟
- ما المضامين التي يوظف بها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية أدوات رقمية؟
- ما إيجابيات التكنولوجيا الرقمية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية؟
- ما تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على التزام القائمين بالاتصال بالمعايير المهنية؟
- ما مدى أهمية التدريب للقائمين بالاتصال على استخدام أدوات التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية؟
- ما المعوقات التي تحول دون استخدام القائم بالاتصال لأدوات التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المضامين الإعلامية؟

5.1 فروض الدراسة:

استنادًا إلى الأسئلة المطروحة في الدراسة، تستند هذه الدراسة إلى عدد من الفرضيات التي تهدف إلى استكشاف تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال والمحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية، وتتضمن الفرضيات ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي بين القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية بناءً على المتغيرات الديمغرافية (العمر، الجنس، مستوى التعليم، والخبرة).
- هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام القائمين بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي وتأثيره على جودة تحرير المحتوى في المواقع الإخبارية السعودية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتزام القائمين بالاتصال بالمعايير المهنية في المواقع الإخبارية السعودية.
- هناك تأثير إيجابي لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على تنوع المضامين التي يقدمها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية.
- يؤثر التدريب على استخدام أدوات التكنولوجيا الرقمية بشكل إيجابي على أداء القائمين بالاتصال في إنتاج المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية.
- توجد عوائق ملموسة تؤثر سلباً على استخدام القائمين بالاتصال لأدوات التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المضامين الإعلامية في المواقع الإخبارية السعودية.

6.1 الدراسات السابقة:

❖ الدراسات العربية

▪ دراسة (الجراروة، 2021)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي السعودي في تغطية منافسات كرة القدم النسوية، وذلك من خلال تطبيق منهجية وصفية تحليلية باستخدام الاستبانة كأداة بحثية. تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية مكونة من 48 لاعبة ومدرب من لاعبات ومدربي أندية كرة القدم النسوية في مناطق مختلفة.

أظهرت نتائج الدراسة أن للإعلام الرياضي السعودي دوراً متوسطاً في تغطية منافسات كرة القدم النسوية، حيث جاء المجال الثقافي في المرتبة الأولى، يليه المجال الإعلامي، وأخيراً مجال التغطية والمتابعة.

ومن خلال استخدام التحليل الإحصائي عبر برنامج SPSS، بينت النتائج وجود فروق إحصائية دالة في دور وسائل الإعلام الرياضي السعودي في تغطية منافسات كرة القدم النسوية تبعاً لمتغير الصفة (ولصالح اللاعبات)، في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير الخبرة.

توصيات الدراسة شملت أهمية تطوير الأداء المهني للعاملين في وسائل الإعلام الرياضي في السعودية، بما يساهم في تعزيز التغطية الإيجابية لرياضة المرأة بشكل عام وكرة القدم النسوية بشكل خاص.

■ دراسة (سمباوة، 2022)

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين العاملين في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية، حيث سعت إلى تحديد التكنولوجيات الأكثر استخداماً من قبلهم والكشف عن علاقتها بتطور أدائهم وتغير أدوارهم في الفضاء الرقمي.

وذلك بإجراء مسح ميداني باستخدام الاستبانة على عينة عمدية بلغت (150) مفردة من المتخصصين في صناعة المحتوى. وتلخصت أهم النتائج في وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية لصالح الإناث في استخدامهم لها بصورة دائمة.

كما أوضحت بأن 74% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة ولكن 58% فقط أظهروا إلمامهم بطرق إنتاجها، حيث أكد 90.7% منهم على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، مما يدل على الفجوة في المهارات التي ينبغي عليهم اكتسابها.

واتفق القائمون بالاتصال على أن تعدد السرد القصصي هو من أهم تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي، أما أبرز صعوباتها فتمثلت في وقوف عنصر الوقت عائقاً في تعلم التقنيات الجديدة مما يؤدي إلى زيادة ساعات عملهم، لذا توصي الباحثة بتكثيف تدريب القائمين بالاتصال على إنتاج الوسائط الرقمية بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية ودفعهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل، وتشجيعهم على التعلم الفردي وامتلاك المهارات الرقمية مثل تحليل الجمهور ومواكبة الرائج، لتحقيق الاستخدام الأمثل من توظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي في محتوى الصحف عبر الإنترنت وعدم اقتصره على نسخ المضامين المطبوعة، ومراعاة اختياره القالب المناسب للمواد الإخبارية بعد دراسة الجمهور بطريقة دقيقة لإيصال الرسالة الاتصالية بشكل سليم.

■ دراسة (الزغي، 2022)

استهدفت هذه الدراسة تحليل تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على جمع البيانات من خلال الاستبانة كأداة رئيسية باستخدام منهج المسح تم توزيع الاستبانة على عينة متاحة تضم 245 فرداً من مجتمع الدراسة، والمتمثلين بالقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية.

نتائج الدراسة أشارت إلى أن درجة استخدام القائمين بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية جاءت بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (1.83) كما أوضحت النتائج أن النصوص والصور الرقمية هي أبرز أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي المستخدمة في المواقع الإخبارية السعودية.

من جانب آخر، كشفت الدراسة عن ارتفاع مستوى الالتزام بالمعايير المهنية بين القائمين بالاتصال، بمتوسط حسابي (2.79)، حيث احتلت المصادقية المرتبة الأولى ضمن هذه المعايير وتبين أن أهم أسباب استخدام القائمين بالاتصال لتكنولوجيا الإعلام الرقمي هو تفضيل الجمهور للمحتوى الذي يحتوي على وسائط متعددة.

وأظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية قوية ودالة إحصائيًا بين استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتأثيره على تحرير المحتوى الإعلامي، حيث تم العثور على تأثير واضح لاستخدام هذه التكنولوجيا على جودة وأساليب تحرير المحتوى، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$).

■ دراسة (الطنطاوي، 2022)

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على تأثير القنوات الفضائية والتكنولوجيا على التنشئة الاجتماعية للطفل، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي وأداه الاستبيان، من خلال سحب عينه عشوائية من الطلاب الذكور بالمرحلة الإعدادية بمدرسة ابن لقمان الإعدادية بنين بالمنصورة فقد تم اختيار عينه عشوائية بلغ قوامها (250) مفردة من الذكور.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن الطلاب يفضلون مشاهدة وسائل الإعلام المتنوعة مثل التلفزيون والإنترنت ويلعبون بعض الألعاب لأنها تضيع وقتهم، كما أكدوا أن سبب تفضيلهم لوسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة مثل الألعاب الإلكترونية لأنها تعمل على تسلية أوقات فراغهم، وتساعدهم على الخروج من الملل ومن الضغط النفسي.

كما اتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن لوسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة آثار (إيجابية وسلبية) على الطلاب لأنها تقلل من التفاعل بين أفراد الأسرة.

وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع الطفل على ممارسه أنشطة محببه له، ومحاولة الاستفادة من تلك الوسائل التكنولوجية الحديثة المختلفة في اكتساب معلومات تنمي الذكاء لديهم ولتعليمهم نشاطات جديدة بدلا من الجلوس أمام تلك التكنولوجيا وممارسه بعضها بصورة غير نافعه.

■ دراسة (حسن، 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإعلام الرقمي وما صاحبه من تطور تكنولوجي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال ومعرفة الفجوة الجيلية، قامت هذه الدراسة باستخدام نظريتي الاستخدام والإشباع ونظرية فجوة المعرفة.

وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية: كما تم استخدام منهج المسح الإعلامي، وتطبيق استمارة الاستبانة على عينة عمدية غير احتمالية، وبالتحديد عينة من كبار السن ومن الأصغر سناً، وتم تقسيمهم إلى فئات عمرية بالتساوي لضمان نزاهة العينة قوامها 200 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى أن التقدم التكنولوجي أثر على عاداتنا وقيمنا وسلوكنا جاء بنسبة مئوية 89.5، وهذا يوضح الأثر السلبي للتكنولوجيا على القيم الاجتماعية في المجتمع المصري. - أوضحت النتائج أن هناك فجوة بين الأجيال واضحة وملموسة في المجتمع المصري جاء بنسبة مئوية 95% - أثبتت النتائج أن المفاهيم والأفكار الجديدة المكتسبة لم تكن موجودة عند الآباء مع التقدم التكنولوجي حيث جاء بنسبة مئوية 70%، وهذا يوضح اختلاف الجيلين والفجوة بينهم.

أثبتت النتائج أن أكثر ما يجعل من المجتمع القديم مجتمعا مترابطا ومتماسكا في النسق القيمي هو «غياب التكنولوجيا» حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة مئوية 50.5%، بينما جاء في الترتيب الأخير «غياب وسائل الترفيه» بنسبة مئوية 7.5، بينما جاء في الترتيب الثاني «التنشئة الاجتماعية الجيدة بنسبة مئوية 35 بينما جاء في الترتيب الرابع قصر ساعات العمل بنسبة مئوية 6.5. وهنا يدل تأثير التكنولوجيا على تحول القيم الاجتماعية وغيابها يجعل من المجتمع مجتمعا مترابطا.

■ دراسة (خليفة، 2022)

استهدفت الدراسة رصد التأثيرات التي أحدثها التحول الرقمي على اتجاهات وأخلاقيات القارئ بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفي في المواقع الإلكترونية للصحف.

واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونموذج تقبل التكنولوجيا TAM، واعتمدت منهج المسح، كما استخدمت أداة الاستبيان الإلكترونية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٦٢ صحفي يعملون في الصحف الإلكترونية، بهدف إدراك العلاقة بين (الأداء المتوقع -الفائدة المتوقعة -الخبرة المهنية -مستوى المهارات الرقمية) واتجاهات الصحفيين نحو الالتزام بالمسؤوليات الأخلاقية.

وأكدت النتائج على حرص القائمون بالاتصال على الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي في المواقع الإلكترونية للصحف التي يعملون بها، كذلك أهمية ما يمكن أن يسهم به استخدام تقنيات التحول الرقمي في تطوير بيئة العمل الصحفي، على كافة المستويات المهنية والإدارية والتقنية والتخطيط المستقبلية.

■ دراسة (عبد العال، 2023)

هدف البحث الحالي إلى إلقاء الضوء على مصطلح الإعلام الرقمي، فهو أحد المصطلحات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين كنتيجة للتحولات الهائلة في مجال الإعلام والاتصال، ليشمل هذا المصطلح دمج وسائل الإعلام التقليدية مع القدرة التفاعلية لتكنولوجيا الاتصالات والإنترنت، وأصبحت وسائل الإعلام الرقمية من أكثر وسائل الإعلام أهمية لدى جميع فئات المجتمع، ويتطرق البحث الحالي إلى مفهوم الإعلام الرقمي، ولمحة تاريخية عن ظهور الإعلام الرقمي، وخصائص الإعلام الرقمي، ومميزات الإعلام الرقمي، وأنواع الإعلام الرقمي.

والتحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، ويختتم البحث بتقديم عدد من المقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، منها ضرورة سن قوانين جديدة لحماية خصوصية المستخدمين في مواجهة العصر الرقمي، وإعادة النظر إلى النصوص التشريعية القائمة للوقوف على مدى كفايتها لتحقيق تلك الحماية وتحديثها بما يتواءم مع التطور الهائل في الإعلام الرقمي، وضرورة اهتمام الدولة بالتوعية لمستخدمي الإنترنت والمواطنين بشكل عام من خلال عقد دورات تثقيفية حول كيفية حماية بياناتهم الشخصية.

■ دراسة (ابراهيم، 2021)

شهد الوطن العربي منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي ثورة إعلامية واتصالية هائلة تمثلت في ظهور الإنترنت، وظهرت وسائل التواصل الاجتماعي (الميديا الاجتماعية) كأحد روافد تلك الثورة التكنولوجية، وكانت دول مجلس التعاون الخليجي من أكثر المتأثرين بهذا التطور التكنولوجي في الاتصال لتطورها الاقتصادي، فهي لم تفق بعد دهشتها أمام ثورة الأقمار الصناعية وتعدد قنواتها التلفزيونية حتى وجدت نفسها أمام وسائل تواصل جديدة تطرق بابها بلا استئذان.

وكأي تكنولوجيا جديدة، لها مزايا وسلبيات، عيوب وفوائد لا تحصى، قادت وسائل التواصل الاجتماعي لتحولات اجتماعية عميقة في دول الخليج العربي باعتبارها من ضمن أكثر الدول نشاطا تكنولوجيا وفقا لتقرير الاتحاد الدولي للاتصالات. تناقش الورقة البحثية التغيرات الاجتماعية التي صاحبت ظهور تلك الوسائل الاتصالية الجديدة بالتركيز على ما صاحبها من جانب سلبي كظاهرة الجريمة الإلكترونية وتحديدًا ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في سلطنة عمان والتي تشير الإحصائيات الدولية إلى أن أعداد مستخدمي الإنترنت فيها بلغ في نهاية يناير 2019م قرابة 3,780,000 أي ما يمثل 77% من إجمالي عدد السكان.

وتهدف الدراسة لمعرفة التغيرات السلوكية التي صاحبت الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان بتسليط الضوء على ظاهرة الابتزاز الإلكتروني باعتبارها ظاهرة دخيلة على المجتمع العماني المحافظ. وخلصت الدراسة بعد تحليل الإحصائيات التي صدرت من الجهات الرسمية إلى أن أكثر عدد حالات الابتزاز الإلكتروني التي سجلت في السلطنة كانت في العام 2017 وهو العام الذي زاد فيه عدد المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي 600 ألف مستخدم جديد.

ولتفادي تلك الجرائم يجب التركيز على توعية الشباب وذلك بالتأكيد على خطورة تلك الجرائم الإلكترونية على مجتمعاتنا العربية، وتوعية أولياء الأمور بمراقبة سلوك أبنائهم على تلك المنصات الإعلامية.

❖ الدراسات الأجنبية

■ دراسة (Sanusi, S, 2015)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تكنولوجيا الوسائط المتعددة على ممارسة الصحافة، وذلك اعتمادًا على نظرية الحتمية التكنولوجية التي ترى أن التكنولوجيا تلعب دورًا حاسمًا في تغيير وتطوير بنية المؤسسات والأدوار الفردية داخلها.

نتائج الدراسة كشفت أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة أعادت تشكيل الدور التقليدي للصحفي وأساليب الممارسة الصحفية، كما أسهمت في تقليص الفجوة بين الإعلام المطبوع والإعلام الإلكتروني، أصبح الصحفيون والمؤسسات الإعلامية يواجهون تحديًا مستمرًا لتقديم محتوى مبتكر ومتجدد يتوافق مع الأذواق المتغيرة للجمهور.

كما بينت الدراسة أن الوسائط الرقمية أدت إلى دمج الأدوار التقليدية للصحافة، حيث أصبح بإمكان الصحفيين والمؤسسات الإعلامية جمع الأخبار، ومعالجتها، ونشرها عبر الوسائط الرقمية، مما يعزز من كفاءة وسرعة العمل الإعلامي ويتيح محتوى تفاعليًا وجذابًا يناسب تطلعات الجمهور العصري.

■ دراسة (Matsiola, ., 2013)

تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف استراتيجيات التفاوض التي تتبعها الجهات المختلفة داخل غرف الأخبار لتبني التكنولوجيات الرقمية، وذلك من خلال عينة عشوائية شملت 300 فرد من العاملين في المجال الإعلامي.

نتائج الدراسة أوضحت أن الكفاءة في استخدام تكنولوجيا الحاسب والإنترنت تعد عاملًا أساسيًا لتمكين الصحفيين من أداء وظائفهم وتطوير مهاراتهم لمواكبة التطورات الحديثة. إلا أن الدراسة كشفت عن وجود فجوات معرفية لدى بعض الصحفيين، حيث يعانون من تحديات في التكيف مع الابتكارات

الجديدة، خاصة في الوقت الذي تتبنى فيه الصحافة أشكالاً مبتكرة، مثل تقارير الوسائط المتعددة والنماذج التشاركية.

وأظهرت الدراسة أيضاً أن التغيرات الجذرية في بيئة الوسائط الرقمية دفعت بعض الصحفيين إلى اتخاذ موقف دفاعي يهدف إلى الحفاظ على الروتين القديم بدلاً من الانخراط في ممارسات مبتكرة، مما يعزز التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في تحقيق التكامل السلس بين الوسائط الرقمية وعملياتها اليومية.

7.1 التعقيب على الدراسات السابقة:

تظهر الدراسات السابقة اتفاقاً عاماً حول تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على مجالات متعددة من الإعلام، سواء في مجال الصحافة الرياضية أو الإعلام العام أو التنشئة الاجتماعية للأطفال من خلال مقارنة هذه الدراسات، نلاحظ أنها جميعاً تسلط الضوء على تغيير دور الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في ضوء التكنولوجيات الحديثة، وحاجتهم إلى اكتساب مهارات رقمية متقدمة لمواكبة هذا التحول.

أوجه التشابه بين الدراسات تتجسد في تركيزها على أهمية التكيف مع الوسائط الرقمية وتعزيز الكفاءات المهنية في ظل التغيرات المتسارعة فمثلاً، دراسات سمباوة (2022) والزغبى (2022) و Matsiola (2013) تشترك في تأكيدها على أن المهارات الرقمية ضرورية لإنتاج محتوى ملائم للجمهور، مع الاعتراف بوجود فجوات معرفية في هذا المجال بين الإعلاميين، ما يبرز أهمية التدريب المتخصص.

أما من حيث أوجه الاختلاف فقد ركزت بعض الدراسات، مثل دراسة الطنطاوي (2022)، على التأثيرات الاجتماعية للتكنولوجيا على الأطفال، وأظهرت الآثار الإيجابية والسلبية للتقنيات الحديثة على التنشئة الاجتماعية والتفاعل الأسري، وهو موضوع مختلف عن التحديات المهنية التي ركزت عليها دراسات أخرى، في المقابل تسلط دراسة الجراروة (2021) الضوء على دور الإعلام الرياضي السعودي في دعم المرأة، ما يبرز بُعداً اجتماعياً مختلفاً لم يتم التطرق إليه بشكل مباشر في الدراسات الأخرى.

بشكل عام، تلتقي هذه الدراسات في توصيتها بأهمية تعزيز التدريب المهني للإعلاميين وتطوير مهاراتهم الرقمية لتمكينهم من التعامل مع المتغيرات التكنولوجية والتكيف مع متطلبات الجمهور.

8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

المنطلقات النظرية الخاصة بالدراسة تعتمد على توظيف إطارين نظريين رئيسيين يساعدان في تفسير كيفية تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الإعلامي، وتغيير الأدوار والممارسات داخل المؤسسات الإعلامية وهذان الإطاران هما نظرية الحتمية التكنولوجية و نظرية الاستخدامات والإشباع.

1. نظرية الحتمية التكنولوجية:

ترى هذه النظرية أن التكنولوجيا هي العامل الأساسي الذي يحرك التغيير الاجتماعي والمؤسسي، وتؤثر بشكل حاسم على بنى المؤسسات الإعلامية وأساليب الممارسة الإعلامية، وتُعدّ الحتمية التكنولوجية إطارًا مناسبًا لفهم كيفية تأثير التطورات التقنية، مثل تكنولوجيا الوسائط الرقمية، على الصحافة ودورها في:

إعادة تشكيل أدوار الصحفيين: حيث لم يعد الصحفي يقتصر على جمع الأخبار ونقلها، بل أصبح مسؤولاً عن إنتاج محتوى متعدد الوسائط، يشمل النصوص والصور ومقاطع الفيديو.

تحويل البنية التقليدية للمؤسسات الإعلامية: من خلال إدخال وسائل رقمية وتحديث العمليات بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية، ما يساعد في تحقيق التكامل بين الإعلام المطبوع والإعلام الإلكتروني.

تعزيز تفاعل الجمهور: إذ يُمكن الإعلام الرقمي المؤسسات الإعلامية من الوصول إلى شرائح أوسع من الجمهور، وتقديم محتوى تفاعلي يناسب الأذواق المتغيرة.

2. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تستند هذه النظرية إلى أن الجمهور يتوجه إلى وسائل الإعلام لتلبية احتياجاته المختلفة، ويستخدم التقنيات الرقمية لإشباع دوافعه واهتماماته، مما يبرز أهمية دراسة طبيعة استهلاك الجمهور للمحتوى الرقمي، وتسهم هذه النظرية في دراسة أثر تكنولوجيا الإعلام الرقمي من خلال:

تفسير سلوكيات الجمهور: حيث يختار الجمهور الوسائط الرقمية وفقاً لاحتياجاته المتنوعة، سواء للحصول على المعلومات، أو الترفيه، أو التفاعل، ما يجعل المؤسسات الإعلامية تعيد النظر في أنماط المحتوى الذي تقدمه.

تحقيق التفاعل: تُمكن التكنولوجيا الإعلامية الجمهور من المشاركة والتفاعل الفوري، مما يعزز من أهمية تضمين تقنيات الوسائط المتعددة في صناعة المحتوى الصحفي.

قياس فعالية الإعلام الرقمي: من خلال التعرف على كيفية إشباع اهتمامات الجمهور، ومدى تفاعلهم مع الأنماط المختلفة من المحتوى.

تساعد هذه المنطلقات في تفسير أسباب تبني المؤسسات الإعلامية للتقنيات الحديثة، وأثرها على التغيرات في البنية المؤسسية والمهنية للإعلام، ودورها في إعادة تشكيل علاقة الجمهور بالإعلام الرقمي.

9.1 أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

➤ **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين بالمواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، سنوات الخبرة

➤ القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

10.1 حدود الدراسة :

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بالتعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية: دراسة ميدانية.
- حدود مكانية: المواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية.
- حدود زمانية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية: تم التطبيق على العاملين بالمواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني: الاطار النظري

مقدمة:

تعتبر تكنولوجيا الإعلام الرقمي من أبرز التحولات التي شهدتها صناعة الإعلام في العصر الحديث، حيث أثرت بشكل عميق على جميع جوانب العملية الإعلامية، بدءًا من إنتاج المحتوى وصولًا إلى كيفية استهلاكه وتوزيعه إن هذه الثورة الرقمية قد أحدثت تحولًا غير مسبوق في أساليب التواصل بين القارئ بالاتصال والجمهور، مما أدى إلى تغييرات جذرية في طريقة عرض الأخبار والمعلومات فمن خلال استخدام منصات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الإعلام أكثر تفاعلية وسرعة، مما زاد من فرص تبادل المعلومات والآراء بين الأفراد على نطاق عالمي. (زين الدين، 2023)

وعلى الرغم من أن الإعلام التقليدي كان يعتمد بشكل رئيسي على قنوات محددة مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، فإن التكنولوجيا الرقمية قد منحت القارئ على الاتصال أدوات وتقنيات جديدة ساعدتهم في تقديم المحتوى بطريقة أكثر جذبًا وتخصيصًا لجمهورهم، في هذا السياق تحولت المواقع الإخبارية إلى منصات مرنة قادرة على تقديم الأخبار بطريقة فورية ومتنوعة، تشمل النصوص والصور والفيديوهات، كما أصبح التفاعل بين الإعلام والجمهور يشكل جزءًا أساسيًا من العملية الإعلامية.

وبالنظر إلى الواقع الإعلامي في المملكة العربية السعودية، فقد ساهمت هذه التحولات الرقمية في تغيير طريقة تقديم المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية المحلية، فقد أصبحت هذه المواقع تعتمد على التقنيات الحديثة لتوفير معلومات دقيقة وشاملة لجمهورها، مما جعلها أكثر تفاعلية واستجابة لاحتياجاتهم المتغيرة. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القارئ بالاتصال في المواقع الإخبارية السعودية، وتحليل انعكاس هذا التأثير على نوعية المحتوى الإعلامي وجودته.

ومن ثم يتم تقسيم هذا الاطار على النحو التالي:

المبحث الأول: تكنولوجيا الاعلام الرقمي

تمهيد:

تكنولوجيا الإعلام الرقمي هي مجموعة من الأدوات والأنظمة التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية لجميع المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، وتنافسها على نطاق واسع وبتقنيات متقدمة وتمتد هذه التقنية للثورة الرقمية التي لا تشكل الاتصال التقليدي من وسائل الإعلام المطبوعة والإذاعية إلى بيئات إلكترونية تفاعلية، حيث يتقن المستخدمون المحتوى بشكل لحظي ومباشر. (قدوري، 2023)

ممثل إعلامي رقمي اليوم أحد أبرز المجالات التكنولوجية المتقدمة التي تمكنه من الوصول إلى المعلومات بسرعة، لتحسين تجربة المستخدم من خلال تطبيقات الهاتف الذكي، ومواقع التواصل، ومنصات البث المباشر، كما أصبحت وسائل الإعلام الرقمية أداة قوية في تشكيل الرأي العام، وتعزيز المشاركة الاجتماعية، وتواصل بشكل أسرع وأكثر تنوعاً بين الأشخاص والمجتمعات.

تقوم التكنولوجيا بشكل كبير بتفعيل وسائل الإعلام، حيثما تشارك بين المتلقين وبعضهم البعض. مع المجتمع الصناعي من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعلومات، أصبحت المعلومات تنتقل بسرعة من خلال الإنترنت بفضل الخوارزميات المعقدة، أصبح التأثير الفيديوي عبر الهواتف المحمولة قادراً على اختراق النقاط ولم يكن الإعلام المباشر قادراً على الوصول إليها. ويتوفر مجتمع الإنترنت بشكل مستمر لما له من تطور مستمر باستمرار لهذا المجتمع، حيث أصبح بإمكان الفرد أن يكون صحفياً هاوياً يقدمه معلومات عن زاوية شخصيته هذا التحول إلى ظهور ما يسمى بـ "صحافة مستقلة"، التي تقلص فيها الحدود وأصبح العالم مثل "القرية الكونية". (صالحه، 2020)

1.1.2 أهمية الإعلام الرقمي :

الإعلام يحتل مكانة رقمية حديثة في العصر الحديث نظراً للتطورات السريعة التي غيرت طريقة التواصل البشري والمجتمعات. تتميز بوسائل إعلام رقمية متطورة بقدرته على نقل المعلومات بسرعة

وتحسين قنوات تفاعلية مع المستخدمين من المشاركين في المحتوى من خلال التعليقات، والمشاركات، وحتى إنتاج المحتوى بنفسك. بفضل الإنترنت والشبكات الاجتماعية، أصبح الوصول إلى الأخبار أسهل وأسرع من أي وقت مضى، مما عزز من قدرة الأفراد على متابعة الأحداث العالمية بشكل فوري. (النمر، 2023)

يستخدم الإعلام الرقمي اليوم في مجموعة متنوعة من المجالات مثل التعليم، حيث يُسهّم في توفير الأشياء التعليمية التفاعلية، وفي التسويق الرقمي الذي يستخدم بشكل أساسي الشركات لتقديم منتجاتها وخدماتها، وكذلك في بناء العلاقات المجتمعية من خلال نشر القضايا الاجتماعية والتوعية العامة. علاوة على ذلك، تتيح لك وسائل الإعلام الرقمية الترويج للترويج من خلال توفير منصة لتبادل الأفكار والبيانات الحرة.

2.1.2 مفهوم الإعلام الرقمي

يطلق على الإعلام الرقمي مجموعة من المسميات التي تؤدي إلى نفس المفهوم، مثل: الإعلام التفاعلي، وإعلام الوسائط المتعددة، والإعلام الشبكي الحي، والإعلام التشاركي، وغيرها من المسميات، ويعرّف الإعلام الرقمي على أنّه شكل من أشكال وسائل الإعلام الحديثة، والتي ظهرت مع ظهور الثورة التكنولوجية في القرن الحادي والعشرين، حيث يستخدم الإعلام الرقمي الأجهزة الإلكترونية للانتقال والتداول، ويتم نقل البيانات عبرها على شكل إشارات ثنائية، ومن الأمثلة على هذه الأجهزة: الكيبالات الرقمية، والأقمار الصناعية، وأجهزة الكمبيوتر، والأجهزة المحمولة، ويشيع استخدام الإعلام الرقمي في البرامج، والوسائط المتعددة كالصوت والصورة، ومواقع الويب، ومقاطع الفيديو، وإعلانات الإنترنت. (جرادات، 2023)

3.1.2 تعريف تكنولوجيا الإعلام الرقمي

تكنولوجيا الإعلام الرقمي حيث تصبح مجموعة من الأدوات والأنظمة التي تعتمد على محددات رقمية، نقل، وتمثل المحتوى الإعلامي عبر شبكات الإنترنت وغيرها من المنصات الإلكترونية تشمل هذه التكنولوجيا أوباً ووسائل إعلام متعددة مثل مواقع الويب الإخبارية، وشاشات البث المباشر، والفيديوهات

التفاعلية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والبودكاست بهذه الوسائل يمكن تقديم المعلومات بسرعة، وبأساليب تفاعلية، حيث يتواصل المستخدمون ويشاركون. (الجازمي، 2019)

4.1.2 لمحة عن التكنولوجيا الرقمية في مجال الإعلام

بدأت التكنولوجيا الرقمية تأخذ طابعاً ملحوظاً منذ أواخر القرن العشرين، مع انتشار الإنترنت وزيادة قدرة الحوسبة التي أدت إلى تغيير كبير في إنتاج المحتوى الإعلامي. في البداية، كان الإعلام الرقمي يقتصر على المواقع الإلكترونية الصغيرة التي تنشر الأخبار والمقالات. ومع مرور الوقت، تطور هذا النوع من الإعلام ليشمل المحتوى التفاعلي والوسائط المتعددة. شهد هذا التطور تحولاً كبيراً في وسائل الإعلام، مثل منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام)، التي أحدثت تغييراً جذرياً في طريقة تفاعل الجمهور مع الأخبار والمعلومات.

شهدت وسائل الإعلام العديد من الإنجازات العظيمة لدخول التكنولوجيا الرقمية، ومن أبرز هذه التحولات: (خليفة، 2022)

1. **العنصر البسيط:** لأنه السبب وراء مساهمة الإعلام في قناة اتصال واحد إلى وسيلة تفاعلية، حيث يمكن للمستخدمين التعليق، ومشاركة المحتوى، والتواصل مع صناع الأخبار.
2. **السيطرة على نقل الأخبار:** أصبح من بين أعضاء نقل الأخبار جزء من أجزاء، وهو ما لم يكن مفهوم الزمن في المجال الإعلامي وأدار الأخبار أكثر فورية.
3. **التعاون في المحتوى:** نسخ التكنولوجيا الرقمية لظهور أنواع جديدة من المحتوى مثل المدونات الصوتية (البودكاست)، الفيديوهات السريعة، والتقارير التفاعلية.
4. **بعد التوقف الترفيهي:** تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية إلى انعكاس وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف الشعبية والإذاعة التقليدية، مما أدى إلى تراجع كبير في صناعات الإعلام القديم.

هذه الإشارات تتخذ من وسائل الإعلام وسيلة للوصول إلى حياة الأفراد والمجتمعات، مما يعزل المجال عن التأثير الرقمي وفرص المستقبل.

5.1.2 أهمية الإعلام الرقمي

- يلعب الإعلام الرقمي دوراً مهماً ورئيسياً في حياة المجتمعات، وقد يكون دوره إيجابياً أو سلبياً حسب الطريقة التي يُستخدم فيها، ومن أهم الأدوار التي يقوم بها ما يأتي: (الزغبى، 2022)
- تبادل المعلومات بين الناس بشكلٍ أسرع. المساعدة في ازدهار الأعمال والنشاطات التجارية؛ وذلك بسبب توفير المال والوقت والجهد. تسهيل التفاعل والتواصل الاجتماعي بين الناس، وذلك بسبب تذليل العقبات التي قد تظهر بسبب الزمان والمسافات.
 - تعزيز التفاهم بين الناس، وتجاوز الحدود بينهم، كالفروقات الاجتماعية والاقتصادية، واختلاف المستويات الثقافية، والتيارات السياسية والدينية والأيدولوجية.
 - السماح للناس بإيصال أصواتهم في الأزمات والقضايا الإنسانية العالمية.
 - المساعدة في تعزيز الإنتاجية، وتوفير المرونة للعامل وصاحب العمل لإنجاز الأعمال.
 - تسهيل العملية التعليمية، واكتشاف العقبات التي قد تقف في طريق العلم والتعلم في المستقبل وتذليلها.

6.1.2 أنواع تكنولوجيا الإعلام الرقمي

- تشتمل وسائل الإعلام الرقمي على أنواع مختلفة من تقنيات الاتصال، حالها حال الوسائل الإعلامية التقليدية، وفيما يأتي ذكر لهذه الأنواع: (عبد العال، 2023)
- **الصوتيات:** حيث يشمل هذا النوع محطات الراديو الرقمية، ومدونات البودكاست، والمكتبات الصوتية التي تحتوي على قاعدة بيانات تحوي الملايين من الأغاني والتي يتم الاستماع إليها حسب الطلب.
 - **الفيديوهات:** تشمل الفيديوهات على الوسائط المرئية، مثل: خدمات بث الأفلام والتلفزة، وأجهزة المحاكاة الجراحية للواقع الافتراضي، وغيرها، ومن أشهر مزوّدي هذه الخدمات Netflix، و YouTube.

- وسائل التواصل الاجتماعي: وتشتمل على شبكات التواصل المشهورة، مثل: فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وسناب شات، وغيرها، حيث تتيح الفرصة أمام مستخدميها التفاعل مع بعضهم، وتبادل الثقافات، والخبرات الحياتية.
- الإعلانات المدفوعة: حيث تمّ استخدام الإعلام الرقمي للاستفادة من مواقع الويب في تسويق المنتجات وبيعها.
- الأخبار والنصوص الأدبية: حيث ساهم الإعلام الرقمي في انتشار المنصات الإخبارية الرقمية، والموسوعات، والمواقع الأدبية، مثل: ويكيبيديا.
- الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الإعلام، حيث توفر أدوات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، وتيك توك، وتمكنها أحياناً من استخدام الأخبار والمحتوى الرقمي وتعليمه بسرعة. تتيح هذه الأغراض للمستخدمين التفاعل بشكل مباشر من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات، مما يجعل التواصل أكثر ديناميكية ويشارك في انتشار الأخبار والأحداث بشكل أوسع كما أنها جزء مهم في تشكيل الرأي العام والتأثير على الدقة السياسية. (صالحه، 2020)

• الصحافة الرقمية والمواقع الإخبارية

تعتبر الصحافة الرقمية امتداداً للصحافة التقليدية، وتتميز بقدرتها على تقديم الأخبار في الوقت الحقيقي، ولكنها أكثر تفاعلية. مواقع إخبارية مثل BBC وCNN أيضاً مواقع محلية في الدول المختلفة توفر للمستخدمين محتوى شاملاً، بما في ذلك المقالات والصور والفيديو والتحليلات المهنية. تتميز الصحافة الرقمية بإمكانية تحديث الأخبار بشكل أساسي، عناصر الوسائط المتعددة مثل الفيديوهات التفاعلية بتفاصيل دقيقة.

• البث الحي والبودكاست

البث الحي (البث المباشر) هو أحد عناصر الوسائط الرقمية التي تتيح نقل الأحداث والمناسبات

بشكل مباشر عبر الإنترنت، مما يمكن الجمهور من متابعة الأحداث الفورية بلحظة. يستخدم في مجالات متعددة مثل الأخبار العاجلة، والمؤتمرات، والفعاليات الرياضية. البودكاست (Podcast) هو آخر الإعلام الرسمي في التسجيلات الصوتية الرقمية أو حلقات إذاعية تُبث عبر الإنترنت، ويغطي مواضيع متنوعة بين الأخبار، الثقافة، التعليم، الترفيه. يعد البودكاست وسيلة مريحة للجمهور للاستماع إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان.

• التفاعلات التفاعلية

التطبيقات الفعالة تمثل جزءاً مهماً من تكنولوجيا الإعلام الرقمي، حيث توفر أجهزة تفاعلية تُشرك المستخدم في التجربة الفعالة. تشمل هذه التطبيقات المدونات، الألعاب التعليمية، المعلومات الإلكترونية. تهدف التطبيقات التفاعلية إلى زيادة المشاركة من خلال التفاعل المباشر مع المحتوى، ما يؤدي إلى مشاركة المستخدم في تجربة المستخدم وإمكانية اكتساب الشخصية لطريقة ربحها للشركة.

وتطرح هذه التحديات المختلفة من الإعلام كيف أن التكنولوجيا قد وتتشكل الطريقة التي نستهلك بها المعلومات الرقمية وتتفاعل معها، مما يتيح فرصاً جديداً في الوقت الحالي. (قدوري، 2023)

7.1.2 أهمية تكنولوجيا الإعلام الرقمي

تعتبر تكنولوجيا الإعلام الرقمي من أهم التحولات في العصر الحديث، حيث تؤدي إلى تغييرات في كيفية تداول المعلومات والاستهلاك. وسرعان ما دورها في تقديم المحتوى بطرق سريعة، مما يساهم في تحسين التواصل بين الأشخاص والمجتمعات وأصبح من الممكن فتح العالم على مصادر الشركة. (ابراهيم، 2021)

• فوائد الإعلام مثل الاستخدام الرقمي السريع وتوفير المعلومات بشكل فوري

واحدة من أكبر الفوائد التي توفرها وسائل الإعلام الرقمية وهي السرعة في الوصول إلى المعلومات. بفضل تقنيات الاتصال الحديثة، يمكن للمستخدمين متابعة الأخبار والأحداث المتوفرة في الوقت الفعلي،

مما يساعدهم على تحقيق التجارب المستنيرة بشكل أسرع. يسمح الإعلام الرقمي أيضًا بمشاركة المعلومات على نطاق واسع، مما ينتج من تنوع البيانات العلمية والكبيرة.

- تأثيرها في تشكيل الرأي العام وزيادة التفاعل المجتمعي

الإعلام له دور قوي في تشكيل الرأي العام من خلال التوقف عن إيصال المعلومات والأخبار بسرعة والتفاعل الرقمي مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذا التفاعل ينتج من قدرة الأشخاص على التعبير عنهم، مما يؤدي إلى خلق حوار مفتوح ومتعدد الاستجابة. كما أن وسائل الإعلام الرقمية تعمل على زيادة الوعي المجتمعي وتسلط الضوء على القضايا الاجتماعية والسياسية التي قد لا تحظى بالاهتمام المتزايد في وسائل الإعلام التقليدية.

- دورها في التعليم والتوعية

تتمتع تكنولوجيا الإعلام الرقمي بجزء محوري في مجال التعليم والتوعية. من خلال المنصات التعليمية الرقمية، يمكن الوصول إلى كل ما هو متنوع، ومساهمة من الرسائل التفاعلية بالفيديوهات العلمية مما يؤدي إلى الوصول إلى المقالات والأبحاث. كما أن الإعلام الرقمي يساهم في التوعية بالقضايا الصحية والبيئية الاجتماعية من خلال الحملات التثقيفية التي تُنشر عبر الإنترنت، مما ينتج مستوى الوعي لدى الأشخاص الملزمين بهم في المبادرة بشكل صحي ومسؤول. (النمر، 2023)

باختصار، الإعلام الرقمي يعد أداة فعالة لتعزيز المعرفة والتواصل، وله دور بارز في تحسين الفكر والترويج العام للتوعية في المجتمعات.

8.1.2 التحديات لتكنولوجيا الإعلام الرقمي:

على الرغم من المزايا الكبيرة لتكنولوجيا الإعلام، إلا أنها تأتي مع مجموعة من التحديات والإنذارات التي تستهدف الأفراد والمجتمعات رقميًا بشكل عام. هذه التحديات تحتاج إلى معالجات ووعي مجتمعي لتخفيف تأثيراتها. (جرادات، 2023)

- قضايا مثل الأخبار الزائفة المغلوطة

إحدى أكبر التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي هي انتشار الأخبار الزائفة المغلوطة بفضل انتشار المحتوى عبر الإنترنت، أصبح من السهل نشر المعلومات غير الدقيقة أو حتى بشكل خاطئ. هذا النوع من المعلومات يمكن أن يؤدي إلى إضفاء الإثارة، وإثارة الفتن، وزعزعة الثقة في المعلومة. تتطلب معالجة هذه المشكلة استخدام التقنيات غير الصحيحة للأخبار الكاذبة مثل خوارزميات التحقق من المعالم والأشخاص الموثوق بهم.

- الخصوصية والأمان في البيئة الرقمية

قضايا الخصوصية والأمان تمثل تحديًا غير مقبول في عالم الإعلام الرقمي اعتماد المعلومات الرقمية بشكل عام على جمع البيانات الشخصية للمستخدمين من أجل توفير حماية مخصصة للحسابات العامة. ومع ذلك، فإن هذه الممارسة يمكن أن توفر خصوصية وبيانات شخصية واسعة للاختراق واستغلالها. ويتطلب الأمر وعيًا أكبر من المستخدمين بطرق مختلفة لحماية بياناتهم، إلى جانب تعزيز التزامهم وشريعتهم المتخصصة في الفضاء الرقمي.

- تأثيرها على الصحافة التقليدية وتراجع نقاط ضعف الضعفاء القديمة

تكنولوجيا الإعلام الرقمي تحسنت بشكل كبير على الصحافة التقليدية مثل الصحف الورقية والإذاعة. يقصد الإعلام الرقمي إلى خلل عدد القراء والمستمعين لوسائل إعلامية، ترفيهية، مما يقلل من عدد صغير من الشركات الصغيرة وفرص العمل في تلك المجالات. ومع ذلك، فإن هذا الكشف عن التحول إلى نقاط الضعف القديمة في الصحافة التقليدية، مثل محدودية ولكن وصعوبة التفاعل مع الجمهور. تواجه الصحافة التقليدية تحدي التكيف مع العصر الحديث عن طريق تطوير مواقع إلكترونية وتطبيقات تتميز بتفاعلي وسريع رقمي.

9.1.2 دور تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المستقبل

نتوقع أن تستمر تكنولوجيا الإعلام الرقمي في التطور بشكل كبير في المستقبل، مما سيؤدي إلى تغييرات جذرية في كيفية توفير المعلومات وتفاعل الجمهور معنا. ستكون قادرة على أن تصبح مثل الذكاء الاصطناعي (AI) وستتطور الاتصالات الاجتماعية من العوامل المؤثرة على مستقبل الإعلام الرقمي. (حسن، 2024)

• الذكاء الاصطناعي في الإعلام

تلعب الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في صناعة الإعلام الرقمي، حيث أنها تساعد في تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير محتوى مخصص مما يجذب اهتماماته وتفضيلاته. تستخدم خوارزميات ذكية صناعية لتحليل البيانات الهامة وتحديد اتجاهات المحتوى الأكثر رواجًا، مما يساعد الشركات على تقديم محتوى جذاب ومفيد. بالإضافة إلى محتوى ذلك، الذكاء الاصطناعي في العمليات التجارية مثل التحرير والتصحيح اللغوي، بما في ذلك آلي مثل التقارير العلمية وبنية البيانات على. في المستقبل، من المتوقع أن يقوم مختبر الذكاء الاصطناعي بتقديم محتوى أكثر تميزًا وسرعة، ويعمل على التفاعل بين وسائل الإعلام والجمهور.

• شركة التواصل الاجتماعي وتقنيات نشر المحتوى

وسائل التواصل الاجتماعي ستواصل ظهورها مع تقنيات ظهور جديدة مثل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) التي ستتيح للمستخدمين تجربة محتوى أكثر تفاعلية وغمرًا. هذه ستساعد على تطوير طرق جديدة للتواصل وتنسيق المحتوى بأنواعه، مثل التغطيات الإعلامية ثلاثية الأبعاد والفعاليات الافتراضية. إضافة إلى ذلك، ستستمر منصات التواصل الاجتماعي في تحديث خوارزمياتها لتقديم محتوى أكثر تخصيصًا وملاءمة لاهتمامات المستخدمين، مما سيزيد من أهمية التواصل كأداة رئيسية للوصول إلى المعلومات وتفاعل المجتمع.

10.1.2 الفرص المستقبلية وتوجهات السوق الإعلامية

مع تسعينيات تكنولوجيا الإعلام الرقمي، ظهرت فرص جديدة في سوق الإعلام، مثل نماذج الأعمال المعتمدة على الاشتراكات الرقمية والبث المباشر للإعلانات التفاعلية. سيوفر الإعلام الرقمي من الفرص للشركات الصغيرة والمستقلة للوصول إلى جمهور واسع بموارد أقل، وذلك بفضل الإمكانيات التي تسمح بإنتاج محتوى منخفض بتكاليف منخفضة. بالإضافة إلى ذلك، من المتوقع أن تصبح إعلامًا رقميًا متنوعًا من حيث اللغات والثقافات، مما يمكن من التواصل بين المجتمعات العالمية. (الحازمي، 2019)

وستطلب هذه التحولات قراءة من تكيف الشركات الناشئة لمواكبة المستجدات، وتطوير سياسة تحافظ على مصداقية المحتوى مع ضمان حماية حقوق المستخدمين. في مؤتمر، يُنتظر أن يفتح وسائل الإعلام في المستقبل آفاقًا جديدة ومبتكرة ستؤثر على طريقة تفاعل الأشخاص رقميًا مع المعلومات ومن حولهم.

تحتل وسائل الإعلام الرقمية أهمية في التعديل على التحولات المستقبلية، خاصة مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلى وسائل التواصل الاجتماعي، والتي من خلالها تفتح آفاقًا جديدة في نشر المحتوى والتواصل بين الأشخاص. مع هذه المزايا، تأتي مسؤولية كبيرة في الاستخدام وواضحة بالإضافة إلى جودة ودقة المحتوى المقدم للجمهور.

المبحث الثاني: القائم على الاتصال في الاعلام

تمهيد:

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يومياً، بل وفي كل دقيقة، قرارات مهمة وخطيرة، ونظراً لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز أو المناصب التي تنفذ فعلاً تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال. (الزوري، 2019)

1.2.2 مفهوم القائم بالاتصال:

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء..

في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات و كفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها. (على، 2020)

أو أن القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية.

كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم الذين يؤدون دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسائل الإعلامية.

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) و الجمهور (المتلقي)

ومما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتهي لإحدى المؤسسات، ويضطلع بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير.

2.2.2 الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:

حددها الباحث "ديفيد برلو" في النقاط التالية: (اسحاق، 2020)

1. توافر مهارات الاتصال، وهي خمس مهارات " الكتابة ، التحدث ، القراءة ، الإنصات ، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال"
2. اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
3. مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
4. مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.
5. معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته، ويتم ذلك حسب "وارين بريد" بعدت طرق منها:

- القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة.
- عن طريق الاحتكاك مع زملاءه ذوي الخبرة في المؤسسة.
- عن طريق توجيهات رئيس التحرير.
- عن طريق الخبرة.

كما حدد "الكس تان" العوامل إلى تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور. وهي عوامل:

- المصادقية.
- الجاذبية.
- السلطة (النفوذ).

3.2.2 مسؤوليات القائم بالاتصال:

تتمثل المسؤوليات المفروضة على القائم بالاتصال فيما يلي: (الطلحي، 2020)

1. الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور.
2. العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.
3. الحفاظ على نزاهة وكرامة المهنة.
4. احترام الحياة الخاصة للمواطنين.
5. احترام سر المهنة، وأخلاقياتها.
6. الدفاع عن حقوق الإنسان.
7. المشاركة في الإصلاح الاجتماعي.
8. الالتزام بالموضوعية والصدق.
9. تبني اتجاهات الجمهور.

4.2.2 العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

أ- معايير المجتمع:

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي تحت قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة "التنشئة الاجتماعية".

وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

ويرى "وارين بريد" انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القوائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير منه أو انه نقطة سلبية، ولكن يتغاضى القوائم بالاتصال أحيانا على تقديم بعض الأحداث إحساس منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية. (حسن، 2024)

فقد تضحى وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، النظام السياسي و الاقتصادي، احترام رجال الدين والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوقير كبار السن والقادة، والأمهات، ورجال الجيش. وغالب ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار، لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

ب- المعايير الذاتية للقوائم بالاتصال:

تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للقوائم بالاتصال على عمله، والمواد الإعلامية التي يقدمها، وتمثل هذه العوامل أساسا في "الجنس، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات."

كما يعد الانتماء عنصرا محددًا من المحددات الشخصية المهمة، لأنه يؤثر في طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالقوائم بالاتصال.

كما أن القوائم بالاتصال ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية والاجتماعي والسياسية، والاقتصادية، التي تعد بمثابة جماعات مرجعية، يشارك القوائم بالاتصال أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتبرز قيمهم في اتخاذ قراراته، وقيامه بسلوك معين. (الزغبى، 2022)

وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المخزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته والتي تحدد ما يجب وما لا يجب.

ج- المعايير المهنية:

يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها K وتتضمن المعايير المهنية ما يلي:

- سياسة المؤسسة الإعلامية:

فخط العمل الذي تنتججه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوط على القائم بالاتصال، ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين.

وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة.

أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج. وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم للجمهور، وتنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة. (الطنطاوي، 2022)

لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه.

- مصادر الخبر:

أشارت أغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره، لكن ليتمكن الاستغناء عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى

حد احتواءه بالكامل. مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية، وتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي: (على، 2020)

- ✓ تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة.
- ✓ تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.
- ✓ تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة
- ✓ تصدر وكالات الأنباء، سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.
- ✓ تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

• علاقات العمل وضغوطه:

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.

ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه، ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية، فكل صحفي يسعى دوما إلى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجماعة التي فيها. (خليفة، 2022)

• معايير الجمهور:

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يثر القائم بالاتصال عليه عل الجمهور، فالرسالة التي يقدمها تحددها -إلى حد ما- توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دوما دورا ايجابيا في عملية الاتصال.

كما أكد "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه، له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه.

فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية.

المبحث الثالث أثر تكنولوجيا الاعلام الرقمي على المحتوى الاعلامي

تمهيد:

في عصر المعلومات والاتصالات المتسارع، أصبحت وسائل الإعلام عنصراً محورياً في حياتنا اليومية، تؤثر بشكل مباشر على فهمنا للعالم وتفاعلنا معه. وقد أصبح المحتوى الإعلامي، الذي يشمل النصوص، الصور، الفيديوها، والمحتوى السمعي، جوهر العملية الإعلامية وأساسها، حيث يُعتمد عليه لنقل الأخبار والمعلومات، والترفيه، وتشكيل الآراء ومع تطور التكنولوجيا الرقمية، تطورت الطرق التي يُنتج بها المحتوى الإعلامي وتوزيعه، مما جعل من التكنولوجيا الرقمية أداة قوية لها دور أساسي في صناعة الإعلام اليوم إن أهمية فهم دور المحتوى الإعلامي وتأثير التكنولوجيا الرقمية عليه باتت أكثر وضوحاً في هذا العصر الرقمي، حيث أصبح الإعلام عاملاً هاماً في تعزيز الوعي والمعرفة لدى الجمهور، مما يُحتم على المؤسسات الإعلامية والقائمين عليها مواكبة هذه التحولات للاستمرار في تقديم محتوى ذي جودة عالية وقيمة فعلية للجمهور. (الرحماوي، 2021)

1.3.2 مفهوم المحتوى الإعلامي:

المحتوى الإعلامي هو كافة المواد الإعلامية التي يتم إنتاجها وتوزيعها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت تقليدية مثل الصحف والإذاعات والتلفزيون، أو حديثة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويشمل المحتوى الإعلامي مجموعة متنوعة من الأشكال، مثل المقالات، والتقارير، والمقاطع المصورة، والبودكاست، والرسوم البيانية، التي تهدف جميعها إلى نقل الأفكار والمعلومات والأخبار للجمهور، يُعتبر المحتوى الإعلامي حجر الأساس الذي يركز عليه نجاح العمل الإعلامي، إذ يُشكل الأداة الرئيسية لتوجيه الرسائل وتقديم المعلومات، ويتطلب توافر الجودة والمصداقية لجذب اهتمام الجمهور والتأثير فيهم.

2.3.2 أهمية المحتوى الإعلامي للقائم عليه:

بالنسبة للقائمين على المحتوى الإعلامي، سواء كانوا أفرادًا أو مؤسسات، يُعد المحتوى الإعلامي العنصر الأهم لتحقيق أهدافهم وإيصال رسائلهم للجمهور المستهدف، وتتمثل هذه الأهمية في عدد من الخطوات التي تتمثل فيما يلي: (سرحان، 2021)

- الانتشار والتأثير: يُمكن المحتوى الجيد المؤسسات الإعلامية من الوصول إلى جمهور أوسع، حيث يؤدي إلى جذب المتابعين وزيادة المشاهدات والمشاركات إن إنتاج محتوى إعلامي ذي جودة عالية يرفع من سمعة المؤسسة الإعلامية ويجعلها مصدرًا موثوقًا للمعلومات، مما يعزز من تأثيرها وقيمتها في المجتمع.
- تحقيق الأهداف الاقتصادية: بالنسبة للعديد من المؤسسات الإعلامية، يساهم المحتوى الإعلامي بشكل مباشر في تحقيق الأرباح من خلال الإعلانات والرعاية وزيادة نسبة المشاهدات أو المشتركين، فكلما كان المحتوى الإعلامي جذابًا وذا قيمة مضافة، كلما زادت فرص المؤسسة في تحقيق عائد مالي.
- تأسيس علاقة مستدامة مع الجمهور: يُعتبر المحتوى الإعلامي وسيلة لبناء الثقة مع الجمهور؛ حيث يعتمد الجمهور على المحتوى الإعلامي للحصول على معلومات موثوقة، لذلك فإن تقديم محتوى ذو مصداقية وجودة عالية يساهم في بناء علاقة قوية ومستدامة مع الجمهور، مما يحقق ولاءً إعلاميًا للمؤسسة أو الشخصية الإعلامية.
- تعزيز الهوية والمصداقية: يُعد المحتوى الإعلامي المميز وسيلة للقائمين عليه لبناء هوية إعلامية قوية ومتميزة هذه الهوية تساعد في ترسيخ المصداقية وتحديد هوية المؤسسة الإعلامية، سواء كانت موجهة نحو الأخبار، أو التعليم، أو الترفيه، وغيرها، مما يساهم في جذب جمهور محدد يتناسب مع طبيعة هذا المحتوى.

3.3.2 أهمية المحتوى الإعلامي للجمهور

المحتوى الإعلامي لا يخدم المؤسسات الإعلامية فقط؛ بل يمثل أيضًا مصدرًا أساسيًا للمعلومات والمعرفة والتوجيه للجمهور، وتتمثل هذه الأهمية في عدد من النقاط على النحو التالي: (يونس، 2020)

- مصدر رئيسي للمعرفة: يُعد المحتوى الإعلامي وسيلة هامة للجمهور لمعرفة ما يدور حولهم من أحداث وأخبار محلية وعالمية فوسائل الإعلام تُعد من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للاطلاع على المستجدات، وتكوين رأي مبني على معلومات.
- تعزيز الوعي والتثقيف: المحتوى الإعلامي يلعب دوراً كبيراً في رفع الوعي المجتمعي حول قضايا مختلفة، مثل الصحة، البيئة، الاقتصاد، وغيرها وهذا يسهم الإعلام في تعزيز المعرفة المجتمعية وتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- أداة للترفيه والتسلية: بالإضافة إلى دوره التعليمي والتثقيفي، يوفر المحتوى الإعلامي مادة ترفيهية للجمهور، سواء من خلال الأفلام، البرامج الترفيهية، أو الأخبار الطريفة يُعتبر الترفيه جانباً مهماً للمحتوى الإعلامي، حيث يساعد في تحقيق التوازن بين نقل المعلومات وتوفير المتعة.
- تكوين الرأي العام: من خلال تغطية القضايا المختلفة والتعليقات والتحليلات، يلعب المحتوى الإعلامي دوراً في تكوين الرأي العام وتوجيهه، حيث يؤثر على مواقف الجمهور تجاه قضايا معينة ويُشكل توجهاتهم وتصوراتهم.
- تسهيل التواصل والتفاعل: يتيح المحتوى الإعلامي للجمهور التفاعل مع القضايا المطروحة والتواصل مع آراء مختلفة، مما يعزز من النقاش المجتمعي و يتيح للفرد أن يكون جزءاً من مجتمع أكبر.

4.3.2 أثر تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي:

- أدت تكنولوجيا الإعلام الرقمي إلى تغييرات جذرية في صناعة المحتوى الإعلامي، وتتمثل أهم هذه الآثار في عدد من النقاط على النحو التالي: (الشريف، 2024)
- تسريع وتيرة النشر والتوزيع: ساعدت التكنولوجيا الرقمية على تسريع عملية النشر، حيث أصبح من الممكن نشر الأخبار والمحتوى بشكل فوري، مما زاد من سرعة الوصول إلى المعلومات كذلك، مكنت الوسائط الرقمية من توزيع المحتوى على نطاق عالمي، دون الحاجة إلى قنوات توزيع تقليدية.

- التفاعل والتواصل مع الجمهور: أدت التكنولوجيا الرقمية إلى جعل الجمهور جزءاً أساسياً من عملية إنتاج المحتوى بفضل منصات التواصل الاجتماعي والمواقع التفاعلية، أصبح الجمهور يشارك بآرائه وتعليقاته، مما يتيح للمؤسسات الإعلامية فهم احتياجاته وتقديم محتوى يلبي تطلعاته بشكل أفضل.
 - إضفاء الطابع الشخصي على المحتوى: تتيح التكنولوجيا الرقمية إمكانية تخصيص المحتوى بناءً على اهتمامات وسلوكيات المستخدمين، مما يساعد في تقديم محتوى أكثر ملاءمة للجمهور على سبيل المثال، تعتمد منصات الإعلام الرقمي على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم وتوجيهه محتوى معين له، ما يعزز تجربة المستخدم ويزيد من ارتباطه بالمحتوى.
 - التنوع في الأشكال والأساليب الإعلامية: أدت التكنولوجيا الرقمية إلى توسيع الخيارات المتاحة لإنشاء المحتوى الإعلامي، حيث يمكن اليوم إنتاج مقاطع الفيديو والصور والرسوم المتحركة، وإنشاء محتوى تفاعلي يساعد على جعل المادة الإعلامية أكثر جذباً وتفاعلاً، وبذلك أصبح من الممكن أن يجمع المحتوى الإعلامي بين مختلف الأشكال والوسائط، مما يساهم في تحسين تجربة المتابعة والاطلاع.
 - التحديات المتعلقة بالمعلومات الزائفة: على الرغم من الفوائد التي تقدمها التكنولوجيا الرقمية، فإنها أدت إلى انتشار واسع للمعلومات غير الموثوقة والأخبار الزائفة إذ أصبح من السهل نشر محتوى مضلل، مما يؤثر سلباً على ثقة الجمهور بوسائل الإعلام، تواجه المؤسسات الإعلامية تحديات كبيرة في التحقق من المعلومات والحفاظ على مصداقيتها وسط الكم الهائل من المحتوى الرقمي المتاح.
- إن أثر تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الإعلامي يتجاوز مجرد تحسين السرعة والقدرة على الوصول، بل يمتد ليشمل التفاعل والتخصيص والتحليل، مما يجعل من الإعلام الرقمي أداة قوية تعزز من دور الإعلام التقليدي وتزيد من قدرته على التأثير.

الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة

مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة

1.3 منهجية البحث:

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالمواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية ونتيجة لصعوبة إجراء الحصر الشامل لكافة أفراد مجتمع الدراسة فقد قامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات العشوائية البسيطة من خلال نشر الرابط الخاص بالاستبيان على كافة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بأفراد مجتمع الدراسة وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 384 فرد وهم الذين أجابوا على اسئلة استمارة الاستبيان.

3.3 مصادر البيانات:

- المصادر الثانوية: وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.
- المصادر الأولية: اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

4.3 الأساليب الإحصائية:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

— أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي **Descriptive Statistic Measures**: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية لعينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

— ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار البسيط: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من صدق أداة الدراسة والتعرف على العلاقات بين المتغيرات.

5.3 أداة الدراسة

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة بـ: النوع

الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي

- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل

والتابع وتضمنت المتغير المستقل (تكنولوجيا الاعلام الرقمي) واشتمل على 10 عبارات والمتغير

التابع (القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية) بأبعاده

(كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين، المحتوى الاعلامي وتصميمه، عملية

التحرير وتقديم المعلومات، التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية) ويشتمل

على 20 عبارة وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات الذي يتكون من موافق

جدا (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق جدا (1) في الإجابة على

أسئلة محاور الدراسة، وقد قامت الدراسة بتقسيم اتجاه موافقة أفراد عينة الدراسة على

عبارات محاور الدراسة إلى مستويات من خلال تطبيق ما يلي:

مدي المقياس = أعلي رقم في المقياس (5) – أقل رقم في المقياس (1) = 4

مدي المستوي = مدي المقياس / عدد المستويات (5) = 0.80

جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة

الدرجة	المستوي
1.79 – 1	منخفضة جدا
2.59 – 1.80	منخفضة
3.39 – 2.60	متوسطة
4.19 – 3.40	مرتفعة

مرتفعة جدا	5.00 – 4.20
------------	-------------

6.3 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوى التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: تكنولوجيا الاعلام الرقمي

جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	تهتم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بنقل الاحداث فور حدوثها لأفراد المجتمع	**0.683	0.000
2	تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بزيادة مستوى وعي افراد المجتمع بالقضايا والمشكلات المجتمعية	0.734**	0.000
3	تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على حدوث التفاعل بين افراد المجتمع لإيجاد الحلول والمقترحات التي تساهم في إيجاد حلول لمشكلات المجتمع	0.637**	0.000
4	تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف افراد المجتمع بكيفية البحث عن المعلومات من المصادر المتنوعة والمختلفة	0.739**	0.000
5	يستخدم افراد المجتمع تكنولوجيا الاعلام الرقمي في متابعة الموضوعات التي يهتم بها	0.631**	0.000

0.000	0.753**	يقوم افراد المجتمع باستخدام الوسائل الاعلامية في معرفة كافة الآراء والأفكار المتعلقة بالموضوعات التي يقومون بمتابعتها	6
0.000	0.466**	تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف وزيادة وعي افراد المجتمع برؤية 2030 وكيفية تحقيق أهدافها	7
0.000	0.681**	تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بتعريف افراد المجتمع بالجهود التي تقوم بها الحكومة في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع	8
0.000	0.639**	تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على زيادة وعي افراد المجتمع بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات	9
0.000	0.692**	تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تسهيل وتبسيط المفاهيم والمصطلحات لكافة افراد المجتمع	10

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور تكنولوجيا الاعلام الرقمي كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور تكنولوجيا الاعلام الرقمي تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

المحور الثاني: القائم بالاتصال و انعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني

م	العبرة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين			
1	يقوم الصحفيين والمراسلين بالدمج بين عدة اساليب في عرض المادة الإخبارية	0.615**	0.000

0.000	0.638**	2	يهتم الصحفيين والمراسلين بالتعرف على آراء الجمهور في المواد الإخبارية والصحفية التي يتم تناولها
0.000	0.508**	3	يعمل الصحفيين والمراسلين على الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية في تناول كافة الأخبار والموضوعات التي تهتم المجتمع
0.000	0.639**	4	يساهم الصحفيين والمراسلين في زيادة قدرة المجتمع على متابعة كافة الأخبار عند حدوثها ومن مصادرها الأصلية
0.000	0.568**	5	يهتم الصحفيين والمراسلين بالعمل على زيادة التفاعل والتواصل مع الجمهور
المحتوى الاعلامي وتصميمه			
0.000	0.726**	6	يهتم الصحفيين والمراسلين بتوفير كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمادة الإخبارية
0.000	0.581**	7	يعمل الصحفيين والمراسلين على الربط بين الفقرات داخل المادة الإخبارية
0.000	0.764**	8	يهتم الصحفيين والمراسلين بالوصول إلى أكبر قدر ممكن من المصادر حول المادة الإخبارية
0.000	0.781**	9	يعمل الصحفيين والمراسلين على دمج أكثر من قالب في المادة الإخبارية
0.000	0.585**	10	يهتم الصحفيين والمراسلين باستخدام جمل قصيرة وبسيطة عند عرض المادة الإخبارية
عملية التحرير وتقديم المعلومات			
0.000	0.742**	11	يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة المادة الإخبارية

12	0.749**	0.000	يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة الجمهور المستهدف
13	0.555**	0.000	يعمل الصحفيين والمراسلين على تبسيط المعلومات داخل المادة الإخبارية
14	0.589**	0.000	يهتم الصحفيين والمراسلين بالاختصار والتركيز داخل المادة الإخبارية
15	0.599**	0.000	يقوم الصحفيين والمراسلين بالاعتماد على مداخل جديدة لجذب الجمهور
التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية			
16	0.598**	0.000	يلتزم الصحفيين والمراسلين بالشفافية والوضوح في نقل المعلومات للجمهور
17	**0.763	0.000	يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية في نقل المعلومات للجمهور
18	**0.645	0.000	يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير المهنية في نقل المعلومات للجمهور
19	**0.723	0.000	يعمل الصحفيين والمراسلين على كشف الحقائق بالطرق الشرعية والقانونية
20	**0.796	0.000	يهتم الصحفيين والمراسلين بمتابعة كافة الموضوعات التي تهتم الجمهور بحيادية ونزاهة

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى

الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني

أن عبارات محور القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

7.3 ثبات أداة الدراسة:

جدول (4) معامل الثبات لمحاو استمارة الاستبيان

المحاور	معامل الفا كورنباخ	عدد العبارات
تكنولوجيا الاعلام الرقمي	0.856	10
القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية	0.899	20
إجمالي استمارة الاستبيان	0.932	30

يتبين أن قيمة معامل الثبات Alpha أكبر من 0.7 لجميع محاور استمارة الاستبيان مما يؤكد على صلاحية وارتباط عبارات محاور استمارة الاستبيان وارتفاع مستوي ثبات أداة الدراسة مما يسمح باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل محاور الدراسة واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

1.4 خصائص عينة الدراسة

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها

الخاصية	الفئات	العدد	%
النوع الاجتماعي	ذكر	250	65.1
	أنثى	134	34.9
العمر	أقل من 25 سنة	49	12.8
	من 25 الى أقل من 35 سنة	163	42.4
	من 35 الى اقل من 45 سنة	114	29.7
	45 سنة فأكثر	58	15.1
المؤهل العلمي	ثانوي	46	12.0
	بكالوريوس	219	57.0
	ماجستير	79	20.6
	دكتوراه	40	10.4

2.4 تحليل استمارة الاستبيان

لتحليل استمارة الاستبيان تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات كل

محور وللمحور ككل وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: تكنولوجيا الاعلام الرقمي

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات
تكنولوجيا الاعلام الرقمي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تهتم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بنقل الاحداث فور حدوثها لأفراد المجتمع	4.188	0.929	3	مرتفع
تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بزيادة مستوى وعي افراد المجتمع بالقضايا والمشكلات المجتمعية	4.063	0.802	8	مرتفع
تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على حدوث التفاعل بين افراد المجتمع لإيجاد الحلول والمقترحات التي تساهم في إيجاد حلول لمشكلات المجتمع	4.125	0.858	5	مرتفع
تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف افراد المجتمع بكيفية البحث عن المعلومات من المصادر المتنوعة والمختلفة	4.167	0.688	4	مرتفع
يستخدم افراد المجتمع تكنولوجيا الاعلام الرقمي في متابعة الموضوعات التي يهتم بها	4.063	0.720	7	مرتفع

مرتفع	9	0.778	4.021	يقوم افراد المجتمع باستخدام الوسائل الاعلامية في معرفة كافة الآراء والأفكار المتعلقة بالموضوعات التي يقومون بمتابعتها
مرتفع	6	0.771	4.104	تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف وزيادة وعي افراد المجتمع برؤية 2030 وكيفية تحقيق أهدافها
مرتفع	10	0.920	3.896	تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بتعريف افراد المجتمع بالجهود التي تقوم بها الحكومة في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع
مرتفع جدا	1	0.638	4.271	تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على زيادة وعي افراد المجتمع بالمسئولية المجتمعية للمؤسسات والشركات
مرتفع جدا	2	0.596	4.250	تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تسهيل وتبسيط المفاهيم والمصطلحات لكافة افراد المجتمع

عند دراسة عبارات تكنولوجيا الاعلام الرقمي تبين أن عبارتين في مستوى الموافقة المرتفع جدا وثمانين عبارات في مستوي الموافقة المرتفع مما يوضح ارتفاع مستوى تطبيق تكنولوجيا الاعلام الرقمي بالمواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.115 بانحراف معياري 0.770

المحور الثاني: القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الاعلامي في المواقع الاخبارية السعودية

1- كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يقوم الصحفيين والمراسلين بالدمج بين عدة اساليب في عرض المادة الإخبارية	4.271	0.700	4	مرتفع جدا
يهتم الصحفيين والمراسلين بالتعرف على اراء الجمهور في المواد الإخبارية والصحفية التي يتم تناولها	4.313	0.713	3	مرتفع جدا
يعمل الصحفيين والمراسلين على الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية في تناول كافة الاخبار والموضوعات التي تهتم المجتمع	4.229	0.771	5	مرتفع جدا
يساهم الصحفيين والمراسلين في زيادة قدرة المجتمع على متابعة كافة الاخبار عند حدوثها ومن مصادرها الاصلية	4.375	0.564	1	مرتفع جدا
يهتم الصحفيين والمراسلين بالعمل على زيادة التفاعل والتواصل مع الجمهور	4.333	0.718	2	مرتفع جدا

تم عند دراسة عبارات كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.687

2- المحتوى الاعلامي وتصميمه

جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات المحتوى الاعلامي وتصميمه

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يهتم الصحفيين والمراسلين بتوفير كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمادة الإخبارية	4.417	0.641	2	مرتفع جدا
يعمل الصحفيين والمراسلين على الربط بين الفقرات داخل المادة الإخبارية	4.188	0.755	5	مرتفع
يهتم الصحفيين والمراسلين بالوصول إلى أكبر قدر ممكن من المصادر حول المادة الإخبارية	4.292	0.645	4	مرتفع جدا
يعمل الصحفيين والمراسلين على دمج أكثر من قالب في المادة الإخبارية	4.417	0.607	1	مرتفع جدا
يهتم الصحفيين والمراسلين باستخدام جمل قصيرة وبسيطة عند عرض المادة الإخبارية	4.313	0.618	3	مرتفع جدا

عند دراسة عبارات المحتوى الاعلامي وتصميمه تبين أن أربع عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الاخبارية بالملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.307 بانحراف معياري 0.690

3- عملية التحرير وتقديم المعلومات

جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات عملية التحرير وتقديم المعلومات

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة المادة الإخبارية	4.396	0.569	2	مرتفع جدا
يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة الجمهور المستهدف	4.479	0.540	1	مرتفع جدا
يعمل الصحفيين والمراسلين على تبسيط المعلومات داخل المادة الإخبارية	4.396	0.638	3	مرتفع جدا
يهتم الصحفيين والمراسلين بالاختصار والتركيز داخل المادة الإخبارية	4.292	0.736	4	مرتفع جدا
يقوم الصحفيين والمراسلين بالاعتماد على مداخل جديدة لجذب الجمهور	4.271	0.730	5	مرتفع جدا

عند دراسة عبارات عملية التحرير وتقديم المعلومات تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الاخبارية بالملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.401 بانحراف معياري 0.584

4- التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية

جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات
التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يلتزم الصحفيين والمراسلين بالشفافية والوضوح في نقل المعلومات للجمهور	4.167	0.688	4	مرتفع
يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية في نقل المعلومات للجمهور	4.125	0.858	5	مرتفع
يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير المهنية في نقل المعلومات للجمهور	4.292	0.736	3	مرتفع جداً
يعمل الصحفيين والمراسلين على كشف الحقائق بالطرق الشرعية والقانونية	4.417	0.641	1	مرتفع جداً
يهتم الصحفيين والمراسلين بمتابعة كافة الموضوعات التي تهتم الجمهور بحيادية ونزاهة	4.333	0.718	2	مرتفع جداً

عند دراسة عبارات التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية تبين أن ثلاث عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جداً وعبارتين في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جداً من التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.292 بانحراف معياري 0.738 مما سبق يتبين وجود مستوى مرتفع جداً للقائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.316 بانحراف معياري 0.679

3.4 اختبار فروض الدراسة

لاختبار فروض الدراسة تم استخدام معادلة الانحدار البسيط ومعامل الارتباط بيرسون وجاءت النتائج

كما يلي:

الفرضية الرئيسية: الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا الإعلام الرقمي على

القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.797		0.635		0.634		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	11046.727	1	11046.727	663.383	0.000	
الباقى Residual	6361.106	382	16.652			
المجموع Total	17407.833	383				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
القائم بالاتصال	الثابت Constant	26.038	1.687		15.438	.000
وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية	تكنولوجيا الاعلام الرقمي	1.048	.041	.797	25.756	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (11) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والقوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام الرقمي) يفسر 63.5 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى القوائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1.048% مما يبين صحة الفرضية الرئيسية للدراسة

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا الإعلام الرقمي على كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الاولى

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.774		0.599		0.598		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	897.574	1	897.574	570.574	0.000	
الباقى Residual	600.926	382	1.573			
المجموع Total	1498.500	383				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T

كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية	الثابت Constant	4.900	.518		9.451	.000
تكنولوجيا الاعلام الرقمي		.299	.013	.774	23.887	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (12) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي وكفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام الرقمي) يفسر 59.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الوعي بالصحة الشخصية) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.299% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.618		0.382		0.380		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	624.601	1	624.601	235.948	0.000	
الباقى Residual	1011.232	382	2.647			
المجموع Total	1635.833	383				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
المحتوى الاعلامي	الثابت Constant	6.979	.672		10.378	.000
وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية	تكنولوجيا الاعلام الرقمي	.249	.016	.618	15.361	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (13) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والمحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام الرقمي) يفسر 38.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى المحتوى

الاعلامي وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.249% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا الإعلام الرقمي على عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.634		0.402		0.400		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	563.872	1	563.872	256.440	0.000	
الباقى Residual	839.961	382	2.199			
المجموع Total	1403.833	383				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
عملية التحرير	الثابت Constant	7.865	.613		12.832	.000
وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية	تكنولوجيا الاعلام الرقمي	.237	.015	.634	16.014	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (14) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي

على عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت

قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي وعملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح أن المتغير المستقل (تكنولوجيا الإعلام الرقمي) يفسر 40.2% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية) وأن باقي التغيرات ترجع لمتغيرات أخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.237% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا الإعلام الرقمي على التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية

جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.718		0.515		0.514		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	697.269	1	697.269	405.580	0.000	
الباقى Residual	656.731	382	1.719			
المجموع Total	1354.000	383				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
	الثابت Constant	6.295	.542		11.615	.000

التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية	تكنولوجيا الاعلام الرقمي	.263	.013	.718	20.139	.000
---	--------------------------------	------	------	------	--------	------

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (15) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح أن المتغير المستقل (تكنولوجيا الاعلام الرقمي) يفسر 51.5% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية) وأن باقي التغيرات ترجع لمتغيرات أخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الاعلام الرقمي بمقدار 1% ازداد مستوى التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.263% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

الفصل الخامس: خلاصة النتائج والتوصيات والمقترحات

مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل ملخص النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بمحاور الدراسة والتي تم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان المتمثلة في استمارة الاستبيان الالكتروني واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وكذلك يتناول الفصل مجموعة من التوصيات التي توصي بها الدراسة ومجموعة من المقترحات لدراسات وابحث يمكن اجراؤها في المستقبل

1.5 خلاصة نتائج الدراسة

- ✓ ارتفاع مستوى تطبيق تكنولوجيا الاعلام الرقمي بالمواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.115 بانحراف معياري 0.770
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.687
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.307 بانحراف معياري 0.690
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من عملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.401 بانحراف معياري 0.584
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الاخبارية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط

الحسابي 4.292 بانحراف معياري 0.738 وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الزغبى، 2022)

وكذلك مع نتيجة دراسة (خليفة، 2022)

✓ وجود مستوى مرتفع جدا للقائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية

السعودية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.316 بانحراف

معياري 0.679 وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (خليفة، 2022)

✓ وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه

على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح وجود علاقة

ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والقائم بالاتصال وانعكاسه

على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد

مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى

القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1.048% مما

يبين صحة الفرضية الرئيسية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سمباوة، 2022) وكذلك

مع نتيجة دراسة (الزغبى، 2022) وأيضا مع نتيجة دراسة (Sanusi, S, 2015) وكذلك مع نتيجة دراسة (

خليفة، 2022)

✓ وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على كفاءة وفعالية الأداء

اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح وجود

علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي وكفاءة وفعالية الأداء

اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما

ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد

مستوى كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار

0.299% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

✓ وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على المحتوى الاعلامي

وتصميمه في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية

قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والمحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع

الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام

الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى المحتوى الاعلامي وتصميمه في المواقع

الإخبارية السعودية بمقدار 0.249% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

✓ وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على عملية التحرير وتقديم

المعلومات في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية

قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي وعملية التحرير وتقديم المعلومات في المواقع

الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الإعلام

الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 1 % ازداد مستوى عملية التحرير وتقديم المعلومات في

المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.237% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

✓ وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى تكنولوجيا الإعلام الرقمي على التزام الصحفيين

والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 واتضح

وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتزام الصحفيين

والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية عند مستوى معنوية 0.05 وتبين

أن كلما ازداد مستوى تطبيق تكنولوجيا الاعلام الرقمي بمقدار 1 % ازداد مستوى التزام الصحفيين

والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في المواقع الإخبارية السعودية بمقدار 0.263% مما يبين صحة

الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

2.5 التوصيات

✓ ضرورة العمل على توفير الإمكانيات والموارد التي يمكن من خلالها الحفاظ على المستوى المتميز

لتطبيق تكنولوجيا الاعلام الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية

✓ العمل علي زيادة قدرات ومهارات العاملين في المواقع الإخبارية السعودية من خلال البرامج والدورات

التدريبية بما يحسن من قدراتهم في تحرير الأخبار وكشف الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة.

✓ زيادة حجم تواجد الوسائل الإعلامية بالمملكة على منصات الإعلام الرقمي، وتفعيل تواجدها في جميع المنصات المتاحة والتي تلقى رواجاً لدى الجمهور المحلي.

3.5 المقترحات

- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بتكنولوجيا الاعلام الرقمي وتطبيقها في الصحافة والمواقع الإخبارية السعودية والتعرف على العوامل المؤثرة عليه
- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالمحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية والعوامل المؤثرة عليه
- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالصحفيين والمراسلين في المواقع الإخبارية والعوامل المؤثرة على كفاءة أدائهم

المراجع:

المراجع العربية

- إبراهيم، بهاء الدين محمد، و البطاشي، سامي راشد. (2021). تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي: دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان. *المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري*، مج3، ع1، 78 - 54. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1192039>
- إسحاق، خالد إبراهيم عبدالعزيز. (2020). الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في ممارسة العلاقات العامة: دراسة مسحية على المؤسسات الخاصة في الإمارات العربية المتحدة للمدة من 15 تشرين الثاني، نوفمبر 2000 إلى غاية 15 شباط، فبراير 2020. *مجلة الآداب*، ع134، 619 - 646. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1084953>
- جرادات، منذر. (2023). الإعلام الرقمي في الأردن: المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن أنموذج. *المجلة العربية للنشر العلمي*، ع58، 168 - 192. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1437417>
- الجراروه، سند حسين كايد، و الزبود، خالد محمود. (2021). دور الإعلام الرياضي الأردني في تغطية منافسات كرة القدم النسوية) رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1262716>
- الحازمي، مبارك بن واصل. (2021). إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة، مج4، القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، 2381 - 2394. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1274955>

- حسن، شيرين جمال. (2024). الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع69، ج2 ، 1288 - 1213 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1445671>
- خليفة، جيهان سباق علي. (2022). تأثير التحول الرقمي على اتجاهات وأخلاقيات القائم بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية: دراسة ميدانية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. *TAM مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع19 ، 45 - 1 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1291439>
- الرحماوي، أحمد حسني حامد. (2021). أثر العنف في المحتوى الإعلامي على الأطفال. عالم التربية، ع75، ج1 ، 64 - 86. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1336601>
- الزعبي، أحلام محمد أحمد، و نجادات، علي عقلة عبدالرحمن. (2022). *تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية الأردنية: دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1258247>
- الزوري، صفاء محمد. (2019). العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في السينما السعودية: دراسة ميدانية. *مجلة كلية الآداب*، ع50، ج1 ، 487 - 536. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1023921>
- زين الدين، وجدي. (2023). الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: دراسة تناقش حديث الاختلاف والاندثار. *مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية*، مج3، عدد خاص ، 194 - 167 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1444051>
- سرحان، عبدالكريم، الجمل، منى يحيى، و كحلة، رشا عصام. (2021). المحتوى الإعلامي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: صفحة تلفزيون فلسطين عبر الفيسبوك نموذجاً: دراسة تحليلية. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، ع6 ، 212 - 281. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1139145>

- سمباوه، مياسر وليد. (2022). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. *مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية،* مج6، ع5 ، 155 - 119 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1275690>
- الشريف، طلائع ناصر، و عثمان، فتون أحمد. (2024). تسويق المحتوى الإعلامي في تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة "صحيفة عكاظ". *مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات،* مج11، ع22 ، 24 - 63. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1495076>
- صالحة، نادر. (2020). الانفكاك والإعلام الرقمي: الهيمنة المعلوماتية والاحتلال الرقمي. شؤون فلسطينية، ع278، 279 ، 66 - 77. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1066230>
- الطلحي، عبير عبدربه، و محمد، سماح جمال. (2020). اتجاهات القائم بالاتصال نحو معالجة الصحافة السعودية لرؤية 2030. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال،* ع5 ، 113 - 152. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1130119>
- الطنطاوي، رشا حامد عطية. (2022). أثر وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة على التنشئة الاجتماعية للطفل: دراسة ميدانية. *مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية،* ع35 ، 35 - 1 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1423094>
- عبدالعال، أسماء جمال خميس، على، عيد عبدالواحد، و علي، وائل صلاح نجيب. (2023). الإعلام الرقمي: التحديات والحلول. *مجلة التربية وثقافة الطفل،* مج28، ع1 ، 235 - 247. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1458189>
- على، نجا. (2020). العوامل المؤثرة على معالجة القائم بالاتصال لأخبار الجريمة في الصحافة الجزائرية المكتوبة: دراسة ميدانية بجريدة الشروق اليومي. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية،* ع19 ، 47 - 66. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1083300>

- فيزي، حامد محمد بخيت. (2018). الثقافة التنظيمية وانعكاسها على أداء القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية. مجلة كلية الآداب، ع49، ج2 ، 237 - 282. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/985701>
- قدوري، ريم فتحية. (2023). تشريعات الإعلام الرقمي: بين التنظيم القانوني وتقييد الممارسة المهنية. مجلة كلية الفنون والإعلام، ع15 ، 9 - 29. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1395329>
- النمر، حمود نوار. (2023). الإعلام الرقمي وصناعة الجريمة: المجتمع السعودي. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية، مج24، ع2 ، 32 - 40. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1413309>
- يونس، محمد فتحي، و عبدالغفار، محمد عبدالغفار. (2020). سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "التيك توك": دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية. مجلة البحوث الإعلامية، ع54، ج3 ، 1613 - 1644. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1092494>

المراجع الأجنبية:

- Matsiola, Maria and Dimoulas, Charalambos and Spyridou. Lia Paschalia and Veglis. Andreas and Kalliris, George (2013) Journalism in a state of flux journalists as agents of technology innovation and emerging news practices". The International Communication Garette Vol. 75(1):76-98
- Sanusi Bernice and Omowale, Adelahu and Esin, Myke (2015). "Changing Roles in The Nigerian Media Industry: A Study Of Multimedia Journalism" Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review: Vol. 4 (12) 9-17.

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على القائم بالاتصال

وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية: دراسة ميدانية

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل

الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال

التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن

جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا

البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام



أولاً: البيانات الشخصية

1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى

2- الفئة العمرية ☐ أقل من 25 سنة ☐ من 25 إلى أقل من 35 سنة

☐ من 35 إلى أقل من 35 سنة ☐ من 45 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي ☐ ثانوي ☐ ماجستير

☐ بكالوريوس ☐ دكتوراه

☐

ثانياً حوار الاستبيان

✓ المحور الأول: تكنولوجيا الاعلام الرقمي. ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

أوافق					البعد
معارض	محايد	أوافق	أوافق	بشدة	
بشدة					
					تهتم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بنقل الاحداث فور حدوثها لأفراد المجتمع
					تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بزيادة مستوى وعي افراد المجتمع بالقضايا والمشكلات المجتمعية
					تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على حدوث التفاعل بين افراد المجتمع لإيجاد الحلول والمقترحات التي تساهم في إيجاد حلول لمشكلات المجتمع
					تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف افراد المجتمع بكيفية البحث عن المعلومات من المصادر المتنوعة والمختلفة
					يستخدم افراد المجتمع تكنولوجيا الاعلام الرقمي في متابعة الموضوعات التي يهتم بها
					يقوم افراد المجتمع باستخدام الوسائل الاعلامية في معرفة كافة الآراء والأفكار المتعلقة بالموضوعات التي يقومون بمتابعتها

					تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تعريف وزيادة وعي افراد المجتمع برؤية 2030 وكيفية تحقيق أهدافها
					تقوم تكنولوجيا الاعلام الرقمي بتعريف افراد المجتمع بالجهود التي تقوم بها الحكومة في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع
					تعمل تكنولوجيا الاعلام الرقمي على زيادة وعي افراد المجتمع بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات
					تساهم تكنولوجيا الاعلام الرقمي في تسهيل وتبسيط المفاهيم والمصطلحات لكافة افراد المجتمع

✓ **المحور الثاني: القائم بالاتصال وانعكاسه على المحتوى الإعلامي في المواقع الإخبارية السعودية. ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:**

البعد					أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
كفاءة وفعالية الأداء اليومي للصحفيين والمراسلين									
يقوم الصحفيين والمراسلين بالدمج بين عدة اساليب في عرض المادة الإخبارية									
يهتم الصحفيين والمراسلين بالتعرف على آراء الجمهور في المواد الإخبارية والصحفية التي يتم تناولها									
يعمل الصحفيين والمراسلين على الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية في تناول كافة الاخبار والموضوعات التي تهتم المجتمع									
يساهم الصحفيين والمراسلين في زيادة قدرة المجتمع على متابعة كافة الاخبار عند حدوثها ومن مصادرها الاصلية									
يهتم الصحفيين والمراسلين بالعمل على زيادة التفاعل والتواصل مع الجمهور									
المحتوى الاعلامي وتصميمه									

					يهتم الصحفيين والمراسلين بتوفير كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمادة الإخبارية
					يعمل الصحفيين والمراسلين على الربط بين الفقرات داخل المادة الإخبارية
					يهتم الصحفيين والمراسلين بالوصول إلى أكبر قدر ممكن من المصادر حول المادة الإخبارية
					يعمل الصحفيين والمراسلين على دمج أكثر من قالب في المادة الإخبارية
					يهتم الصحفيين والمراسلين باستخدام جمل قصيرة وبسيطة عند عرض المادة الإخبارية
عملية التحرير وتقديم المعلومات					
					يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة المادة الإخبارية
					يهتم الصحفيين والمراسلين بضرورة ان يتناسب الأسلوب التحريري مع طبيعة الجمهور المستهدف
					يعمل الصحفيين والمراسلين على تبسيط المعلومات داخل المادة الإخبارية

					يهتم الصحفيين والمراسلين بالاختصار والتركيز داخل المادة الإخبارية
					يقوم الصحفيين والمراسلين بالاعتماد على مداخل جديدة لجذب الجمهور
التزام الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية والمهنية					
					يلتزم الصحفيين والمراسلين بالشفافية والوضوح في نقل المعلومات للجمهور
					يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير الأخلاقية في نقل المعلومات للجمهور
					يلتزم الصحفيين والمراسلين بالمعايير المهنية في نقل المعلومات للجمهور
					يعمل الصحفيين والمراسلين على كشف الحقائق بالطرق الشرعية والقانونية
					يهتم الصحفيين والمراسلين بمتابعة كافة الموضوعات التي تهتم الجمهور بحيادية ونزاهة

مع خالص التقدير والاحترام

Mid Ocean University

College of Management



Department/Specialization: Digital Media

**The Impact of Digital Media Technology on the
Communicator and Its Reflection on Media Content in
Saudi News Websites: A Field Study**

Prepared by:

Heba Mohammed Rasheed Al-Mohammed

241000784

Supervised by:

Dr. Mohetab Al-Rafei

Academic Year: 1446 – 2024