

"فاعلية استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي وعلاقته
بترسيخ الهوية الوطنية"

"The effectiveness of digital marketing strategies in promoting
cultural diversity and its relationship to consolidating national identity
in the Kingdom of Saudi Arabia"

(تم ذكر بعض نقاط الخطة البحثية - باختصار - للحكم على صحة عمل الاستبيان)

إعداد الطالبة:

منيره محمد آل مغیره

الرقم الجامعي: 241002080

إشراف: د. محمد عويس

2025 - 2024

المقدمة

تشهد الساحة الثقافية في المملكة العربية السعودية تحولاً كبيراً، ويعود هذا التحول إلى مبادرة رؤية 2030، التي تهدف إلى احتضان ورعاية التراث والتنوع الثقافي داخل البلاد والذي يترتب عليه ترسيخ ووعي كبير للشعب السعودي بالهوية الوطنية وانتماء عميق لجميع أشكال الثقافات في المحيط الجغرافي للبلاد.

يتجلى هذا التحول الثقافي أيضاً من خلال مساهمة الوسائل الرقمية لمواقع الوزارة على شبكة الانترنت وحسابات التواصل الاجتماعي، حيث يتم استثمار استراتيجيات التسويق الرقمي لدعم هذا المشروع وتطبيق تقنيات مختلفة تساهم في وصول الجمهور للهدف الرئيسي للوزارة.

لذلك تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف "أثر فاعلية استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي وعلاقته بترسيخ الهوية الوطنية".

مشكلة الدراسة:

أصبح التسويق الرقمي أداة مؤثرة ومهمة في نشر الرسائل الثقافية والاجتماعية والوطنية وكذلك الدينية. وفي هذا السياق، يطرح العديد من الأسئلة حول كيفية استفادة المجتمعات من هذه الاستراتيجيات لتعزيز التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية.

هناك اهتماماً متزايداً في العديد من الدراسات حول تأثير التسويق الرقمي في سلوك المستهلكين والتفاعل مع العلامات التجارية وكيفية نشر الوعي والحصول على عدد متزايد من المبيعات، إلا أن الفجوة المعرفية تكمن في مدى فعالية هذه الاستراتيجيات في التأثير على الأفكار العقلية والانتماءات الوطنية وذلك من خلال تعزيز التنوع الثقافي والحفاظ على الهوية الوطنية.

ومن خلال الطرح السابق تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد مدى قدرة استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز للتنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

- تكمن أهمية الدراسة في التعريف بدور استراتيجيات التسويق الرقمي وبيان مدى نجاح ارتباطه بتعزيز التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية.
- القدرة على التواصل مع الجمهور السعودي من خلال استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي عبر المنصات الإلكترونية والمواقع للترويج والإعلان عن الأحداث والمواسم الثقافية والوطنية في المملكة العربية السعودية.
- إظهار كيف تسهم استراتيجيات التسويق الرقمي في تعرف الأفراد بالثقافات المتنوعة في المحيط الجغرافي الواسع للمملكة العربية السعودية وزيادة رابط الانتماء للبلد من خلال ترسيخ الهوية الوطنية.

الأهمية التطبيقية:

- يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة البحثية في ربط تسويق الثقافات المتنوعة بالمجتمع السعودي عن طريق التكنولوجيا والانترنت.
- يمكن من خلال النتائج معرفة الطرق الفعالة لجذب المجتمع السعودي نحو زيارة الفعاليات والمواسم المقدمة من الوزارات الحكومية وغير حكومية لتعزيز التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية.
- إمكانية الاستفادة من البحث لعرض المنصات والحسابات التي تسهل من إمكانية وصول الجمهور السعودي للفعاليات الثقافية والوطنية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة:

استكشاف فاعلية استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي ودورها في ترسيخ الهوية الوطنية.

الأهداف الفرعية:

1. تحليل دور التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي.
2. استكشاف العلاقة بين التسويق الرقمي والهوية الوطنية.
3. تحديد الممارسات التسويقية الناجحة التي تدعم التنوع الثقافي.
4. مقارنة تأثير التسويق الرقمي في تعزيز الهوية الوطنية عبر المنصات المختلفة.

5. تقديم توصيات لتطوير استراتيجيات تسويق رقمي تدعم التنوع الثقافي وتعزيز الهوية الوطنية.

تساؤلات الدراسة:

1. كيف تؤثر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي داخل المجتمع السعودي؟
2. ما الدور الذي تلعبه استراتيجيات التسويق الرقمي في ترسيخ الهوية الوطنية؟
3. ما هي الممارسات التسويقية الرقمية التي تحقق توازناً بين الترويج والنشر للتنوع الثقافي والحفاظ على الهوية الوطنية؟
4. هل تسهم استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز الانتماء الوطني لدى الأفراد في المجتمع السعودي؟
5. كيف يختلف تأثير التسويق الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي والهوية الوطنية عبر المنصات المختلفة؟
6. ما هي التحديات التي تواجه استراتيجيات التسويق الرقمي في تحقيق التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية؟
7. ما هي التوصيات الممكنة لتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي التي تعزز التنوع الثقافي وتساهم في ترسيخ الهوية الوطنية؟

فرضيات البحث:

للدراصة ثلاث متغيرات أحدهما مستقل والآخرين تابعة والعلاقة بينهما:

- المتغير المستقل: استراتيجيات التسويق الرقمي
- المتغير التابع الأول: تعزيز التنوع الثقافي في المجتمع السعودي
- المتغير التابع الثاني: ترسيخ الهوية الوطنية
- العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة: هي عند زيادة فاعلية المتغير المستقل (استراتيجيات التسويق الرقمي) يتفاعل المتغيرين التابعة بشكل طردي (التنوع الثقافي والهوية الوطنية).

الإطار النظري للدراسة:

1- نموذج هرم التفاعل والمشاركة Engagement Pyramid Model

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة: تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات المختلطة (**Mixed-Methods Study**). حيث يجمع بين الأسلوب الوصفي والتحليلي من خلال جمع البيانات النوعية والكمية وذلك باستخدام استبيان إلكتروني وتحليل المحتوى والمقابلات المنشورة في المنصات الإلكترونية.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

لطبيعة الدراسة سيتم العمل على جمع مصادر أولية الإطار المنهجي ومصادر ثانوية للإطار النظري: المصادر الأولية: استبيان إلكتروني - أسلوب الملاحظة وتحليل بعض من منشورات الحسابات الوطنية.

المصادر الثانوية: وهي الدراسات والأدبيات العلمية السابقة ومواقع الهيئات الحكومية.

المقاييس والاختبارات الإحصائية المقترح استخدامها:

تم استخدام أحد البرامج الحاسوبية وهو الأكسل (Excel) لتنفيذ مجموعة من الاختبارات وهي:

- التكرار الحسابي والنسب والوسط الحسابي
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

المحور الأول: المعلومات العامة

1. الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. الفئة العمرية:

☐ أقل من 18 عامًا

☐ 18-24 عامًا

☐ 25-34 عامًا

☐ 35-44 عامًا

☐ 45 عامًا فأكثر

3. المستوى التعليمي:

☐ ابتدائي

☐ متوسط

☐ ثانوي

☐ جامعي

☐ دراسات عليا

4. مكان الإقامة:

☐ المنطقة الوسطى

☐ المنطقة الشرقية

☐ المنطقة الغربية

☐ المنطقة الشمالية

☐ المنطقة الجنوبية

المحور الثاني: تأثير التسويق الرقمي على التنوع الثقافي

5. الحملات التسويقية الرقمية في الحسابات الوطنية مثل (وزارة الثقافة – وزارة الترفيه – وغيرها)

تساهم في تعزيز التنوع الثقافي في المجتمع السعودي.

☐ بدرجة كبيرة

☐ بدرجة متوسطة

☐ بدرجة قليلة

☐ لا يعكس التنوع الثقافي

6. المحتوى الرقمي الذي ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي في الحسابات الوطنية يعكس

التنوع الثقافي في السعودية خصوصا في فعالية يوم التأسيس.

☐ بدرجة كبيرة

☐ بدرجة متوسطة

☐ بدرجة قليلة

☐ لا يعكس التنوع الثقافي

7. تساهم استراتيجيات التسويق الرقمي (مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق

بالمحتوى، التسويق بالمؤثرين وغيرها) في تعرفك على الثقافات المتنوعة في السعودية.

☐ نعم، بشكل كبير

☐ نعم، إلى حد ما

☐ لا، بشكل ضئيل

☐ لا أرى أي تأثير

8. الحملات التسويقية الرقمية في الحسابات الوطنية والتي تعرض الفعاليات الثقافية في السعودية

(مثل موسم الرياض أو مهرجانات ثقافية أخرى) تساهم في زيادة الوعي بالتنوع الثقافي.

☐ نعم، بشكل كبير

☐ نعم، إلى حد ما

☐ لا، بشكل ضئيل

☐ لا أرى أي تأثير

9. الحسابات الوطنية تستخدم التسويق الرقمي لعرض كافة الثقافات والشرائح المجتمعية بشكل متوازن.

- ☐ نعم، بشكل متوازن
- ☐ إلى حد ما
- ☐ لا، هناك تمييز تجاه ثقافة معينة

المحور الثالث: تأثير التسويق الرقمي على الهوية الوطنية

10. يمكن للمختصين على الحسابات الوطنية استخدام التسويق الرقمي للمساهمة في تعزيز الهوية الوطنية السعودية.

- ☐ نعم
- ☐ إلى حد ما
- ☐ لا

11. الحملات الرقمية الخاصة بالفعاليات الوطنية تساهم في ترسيخ القيم الوطنية والاعتزاز بالوطن والولاء له.

- ☐ نعم، بشكل كبير
- ☐ نعم، بشكل متوسط
- ☐ لا، بشكل ضئيل
- ☐ لا أرى تأثيراً

12. تؤثر الحملات التسويقية الرقمية في تشجيعك وتحفيزك لزيارة مواقع الفعاليات الوطنية والمشاركة فيها (مثل اليوم الوطني السعودي، مهرجان الجنادرية، يوم التأسيس، طائفة موسم الرياض).

- ☐ نعم، بشكل كبير
- ☐ نعم، بشكل متوسط
- ☐ لا، بشكل ضئيل

○ لا أرى تأثيراً

13. الحملات التسويقية الرقمية تساعد في بناء رابط أقوى وولاء عالي مع ثقافتك الوطنية.

○ نعم

○ إلى حد ما

○ لا

المحور الرابع: التوازن بين التنوع الثقافي والهوية الوطنية

14. تستخدم استراتيجيات التسويق الرقمي في السعودية بشكل متوازن بين تعزيز التنوع الثقافي

والحفاظ على صورة الهوية الوطنية الموحدة.

○ نعم

○ إلى حد ما

○ لا

15. الحملات التسويقية التي تروج للتنوع الثقافي في السعودية تؤثر إيجابياً على شعور المجتمع بالحب

والولاء للهوية الوطنية.

○ نعم

○ إلى حد ما

○ لا

16. يمكن لاستراتيجيات التسويق الرقمي أن تروج للثقافات المتنوعة والمختلفة في السعودية دون

التطرق إلى موضوع الهوية الوطنية.

○ نعم

○ إلى حد ما

○ لا

المحور الخامس: منصات التسويق الرقمي

17. منصة وسائل التواصل الاجتماعي تجدها أكثر فاعلية في تعزيز ونشر التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية؟

- Instagram
- منصة Twitter – X سابقا
- TikTok
- Snapchat
- منصات أخرى

18. تؤثر نوعية المنصات الرقمية (مثل الفيديو، الصور، النصوص) في مستوى إدراكك وتعرفك على ماهية وجوهر المحتوى الخاص بالحسابات الوطنية الخاصة بالمتحدثين عن التنوع الثقافي والهوية الوطنية.

- نعم، بشكل كبير
- نعم، بشكل متوسط
- لا، بشكل ضئيل
- لا ألاحظ تأثيراً

المحور السادس: التحديات والتوصيات

19. التحديات التي تواجهك عند التفاعل مع المحتوى الرقمي الخاص بالحسابات الوطنية والرسمية والتي تساهم في تعزيز التنوع الثقافي وترسيخ الهوية الوطنية.

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- صعوبة في الوصول إلى المحتوى المطلوب.
- غموض وضعف في وضوح الرسائل المقدمة.
- المحتوى لا يعكس التنوع الثقافي بشكل دقيق.
- المحتوى لا يعكس الولاء وترسيخ الهوية الوطنية بشكل دقيق.
- لا أواجه أي تحديات.

20.التوصيات التي تساهم في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي في السعودية لتعزيز التنوع الثقافي

وترسيخ الهوية الوطنية؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- تنوع نوعية المنصات الرقمية (مثل الفيديو، الصور، المقالات، البودكاست وغيرها) لزيادة الانتشار والتفاعل وعرضه بشكل جذاب لكافة فئات المجتمع.
- تحديد مواقع رسمية مصرحة لنقل وتوثيق الفعاليات والمحتوى الخاص بجميع المواسم والفعاليات والبرامج الثقافية.
- تعزيز الشراكات مع المنظمات الثقافية والفنية الوطنية وغير الوطنية لخلق حملات تسويقية مشتركة تظهر التنوع الثقافي.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي والمؤثرين لعرض الفعاليات الثقافية والمهرجانات الوطنية بشكل دوري
- عمل استطلاعات رأي ومقابلات دورية لقياس مدى فاعلية الحملات التسويقية ومعرفة آراء الجمهور ومدى تأثرهم.
- تشجيع المبادرات وتقديم الحوافز والجوائز التي تتيح للجمهور المشاركة في إنتاج المحتوى الرقمي للثقافات المتنوعة والذي يعكس حب وولاء الشعب واعتزازهم بهويتهم الوطنية.
- زيادة التركيز على القيم والمبادئ الوطنية وإظهارها من خلال محتوى رقمي يعكس الرموز الوطنية مثل شعار يوم التأسيس.

انتهى..