

دورالاعلام الرقمي في تحقيق التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض

دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض

**The role of digital media in achieving social development in the Riyadh region (a field
study on a sample of residents of the Riyadh region)**

اعداد الطالبة:

نفوذ الملحم

اشراف

د. مهيتاب الرفاعي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رسالة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى جامعة ميدأويشن، وكليتها العريقة كلية الإعلام والتسويق، على ما أولته من اهتمام ودعم أكاديمي أسهم في إنجاز هذا البحث.

أخص بالشكر والتقدير عميدة الكلية الدكتورة شيرين كدواني، لما قدمته من توجيهات ومساندة طوال فترة دراستي، كما أعبر عن بالغ امتناني للدكتورة المشرفة مهيتاب الرافعي على دعمها المستمر، وإرشاداتها القيمة التي كان لها الأثر الأكبر في إنجاز هذا العمل.

ولا يفوتني أن أقدم عميق الامتنان لعائلتي وأصدقائي الذين كانوا سندي وملهمي طوال هذه الرحلة الأكاديمية.

إهداء

إلى كل من ساهم في تحقيق هذا الحلم، أهدى ثمرة جهودي هذه، متمنيًا أن تكون
إضافة متواضعة للمعرفة، وعونًا في خدمة المجتمع الأكاديمي والميدان الإعلامي
والتسويقي.

والله ولي التوفيق

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الرقمية وتعزيز الوعي والمشاركة المجتمعية. تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، واعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني شمل عينة مكونة من 100 فرد من سكان مدينة الرياض. ركزت الدراسة على قياس تأثير الإعلام الرقمي على التنمية الاجتماعية من خلال أربعة محاور رئيسية: نشر الوعي، تحقيق التنمية الاجتماعية، قياس مستوى تأثير الإعلام الرقمي، وتحديات التحقق من صحة المعلومات.

أظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا محوريًا في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية وتعزيز المشاركة المجتمعية، مع وجود تأثير إيجابي لاستخدام تقنيات التواصل الحديثة في دعم قيم التعاون والتكافل. ومع ذلك، تواجه المجتمعات تحديات تتعلق بالمعلومات المضللة وتأثيرها على القرارات الاجتماعية. خلصت الدراسة إلى أهمية تعزيز الثقافة الرقمية وتطوير استراتيجيات إعلامية تستهدف تعزيز التنمية الاجتماعية بشكل مستدام.

Abstract:

This research aims to explore the role of digital media in achieving social development in the Riyadh region by analyzing the relationship between the use of digital media platforms and the enhancement of awareness and community participation. The study employed a descriptive and analytical approach and utilized an electronic questionnaire targeting a sample of 100 individuals from Riyadh city. The study focused on measuring the impact of digital media on social development through four main dimensions: raising awareness, achieving social development, evaluating the influence of digital media, and addressing the challenges of verifying information accuracy.

The findings revealed that digital media plays a pivotal role in increasing awareness of social issues and promoting community participation. It highlighted the positive impact of utilizing modern communication technologies in fostering values of cooperation and solidarity. However, challenges such as misinformation and its influence on social decision-making were identified. The study concluded with recommendations to strengthen digital literacy and develop media strategies aimed at achieving sustainable social development.

فهرس المحتويات

1	المقدمة:
2	أهمية الدراسة:
3	اهداف الدراسة:
3	الدراسات السابقة:
9	التعليق على الدراسات السابقة:
10	مشكلة الدراسة:
11	تساؤلات الدراسة:
11	فروض الدراسة:
12	مفاهيم الدراسة:
19	الإطار النظري للدراسة:
21	نوع الدراسة و منهجيتها:
22	عينة الدراسة:
23	أدوات الدراسة:
23	مجالات الدراسة:
24	المقاييس والاختيارات الإحصائية:
24	التحليل الاحصائي:
51	النتائج:
52	الاستنتاجات النهائية:
53	التوصيات:
53	الخاتمة:
53	المراجع:
56	الملاحق:

المقدمة:

يشهد عصرنا الحالي العديد من التطورات التي تتصف بالتسارع والتحول الى العصر الرقمي ويعد الاعلام له الحظ الاوفر من هذه التطورات حيث شهد تحولا كبيرا وتم استبدال الاعلام التقليدي بالاعلام الرقمي ومن هنا تأتي وسائل الاعلام المختلفة لتقوم بدور أساسي في مجالات التنمية مع التطور التكنولوجي فقد أصبح العالم قرية صغيرة مترابطة عبر شبكة الإنترنت ووسائل الاعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي والتي أسهمت في محو الأمية التكنولوجية عبر برامجها التعليمية الحديثة. حيث تلعب وسائل الإعلام دورًا جوهريًا في حياة الفرد والمجتمع، إذ تسهم في التنشئة الاجتماعية، وفي تشكيل الرأي العام، إضافة إلى تأثيرها القوي على الكثير من جوانب الحياة الاجتماعية، وبالتالي أصبحت وسائل الإعلام قادرة على تعزيز قدرات الأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات بطرق أكثر قبولًا لديهم. ومن المهم استغلال الإعلام لمعالجة القضايا الاجتماعية،

وقد أسهم الإعلام الرقمي بشكل كبير في تطوير العملية التعليمية من خلال تقارب الأزمنة والمسافات للوصول إلى المتلقي في المكان المناسب له، كما أنه فرض نفسه على جميع الأصعدة إذ أصبح العصر عصرًا للتقنية والتكنولوجيا الرقمية.

حيث ان في مجال تنمية المجتمعات تقوم وسائل الاعلام بتنفيذ حملات من أجل التنمية، والتي تسير وفقًا للعديد من الخطوات، منها: التوعية وتعريف الجمهور بالمشكلة أو المشكلات موضع الحملة، وتقديم معلومات إضافية لتدعيم الرأي الإيجابي، وصولًا إلى الاتفاق أو الاقتناع الجماعي بالفكرة أو الرأي.

حيث أصبحت هذه الوسائل ضرورة حتمية يفرضها العصر الحاضر المعاش حيث تشير العديد من الدراسات الى ان هناك ارتباط عضوي بين قضيتين متلازمتين هما الاعلام والتنمية وادى ذلك الى ظهور الاعلام التنموي ،والذي يعود الفضل الأول في استحدثائه العالم والباحث ولبر شرام الذي وضع كتاب عنوانه ((وسائل الاعلام والتنمية))حيث بحث في دور الاعلام التنموي وأهميته في احداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث، زاد الاهتمام والتفاعل بوسائل ومنابر الاعلام الحديث، نظرا لأهميته ودوره التنموي في جميع المجالات اذ أصبحت تلعب دور الشريك في تنمية

المجتمعات، فهي بمثابة المنبر الإعلامي المشجع والداعم للتنمية بكافة أبعادها ومجالاتها، فهي من الوسائل التي يعتمد عليها في أحداث التغيير الذي يتمشى مع متطلبات التنمية للمجتمع. (نبيل الحمر، 2018، ص14)

تعدّ التكنولوجيات الحديثة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي أداة أساسية للتنمية ولتحقيق أهداف الألفية لأنها تخلق فرصاً جديدة في كل مكان ولها تأثير كبير على حياتنا اليوم. فهي تبقينا على اتصال بقضايا المجتمع الأساسية كلها على الصعيد الوطني والدولي. لهذا السبب، يمكن أن يعزز استخدام الوسائل التكنولوجية، دور المجتمع المدني في التنمية وفي المسار الديمقراطي. لكونها تقوم بخلق نوع جديد من العلاقات بين الفاعلين في مجتمعات العصر الرقمي، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تخلق شكلاً جديداً من التفكير والعيش مع اختلاف الزمان والمكان، وتساهم بتعزيز دور المجتمع المدني في بناء الوعي الديمقراطي.

ولأن يعتبر المجتمع السعودي من المجتمعات الأكثر تطوراً ومواكبة لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي حيث يقدر عدد مستخدميها 9.2 مليون مستخدم، وهوما يعادل نصف مستخدمي الانترنت البالغ عددهم 18.3 مستخدم وقد أدى ظهور الاعلام الرقمي الى تطور ملحوظ، يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة سابقاً وزاد من مدى واتساع الجانب الإعلامي وجعله اكثر شمولية فكان لهذه الاتساع والاشهار التأثير بأكثر عدد ممكن مع تداول الرسائل الإعلامية حسب مستخدم المواقع ولأن الاعلام الرقمي يمثل ركناً أساسياً من اركان المنظومة الجديدة الذي اصبح يلعب بها دوراً كبيراً ومهما كأداة للتعبيئة الجماهيرية .. (دعاء سالم ، 2019 ، 135).

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة كونها تركز على الاعلام الرقمي في ودورة في التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض الذي تعتبر من اكثر المجتمعات ارتباطاً بالتقنيات الحديثة وذلك لما تم الإعلان عنه من قبل موقع (Internet World Stats) المتخصص في إحصائيات مستخدمي الإنترنت حول العالم.

كما ان هذه الدراسة تلبي اهتمام الكيانات الإعلامية في العالم العربي بدراسة أفضل السبل الممكنة للاستفادة من التقنيات الحديثة في الترويج للاستراتيجيات المختلفة الخاصة بخطط التنمية الاجتماعية كون الدراسات السابقة لم تتناول هذا الموضوع بالشكل المطلوب وازدادة معرفية جديدة عن العلاقة بين وسائل الاعلام الرقمي والتنمية الاجتماعية .

اهداف الدراسة:

- 1- التعرف على استخدامات الاعلام الرقمي في منطقة الرياض
- 2- التعرف على دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض
- 3- قياس مستوى دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض
- 4- قياس مدى اثار الاعلام الرقمي على التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض
- 5- التعرف على العوامل المؤثرة على دور الاعلام الحديث في التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض

الدراسات السابقة:

تلعب وسائل الإعلام دورًا حيويًا في تحقيق التنمية المستدامة من خلال نشر الوعي بالقضايا التنموية، وتعزيز مشاركة المجتمع في تحقيق أهدافها المختلفة. وقد أظهرت العديد من الدراسات الأكاديمية أهمية الإعلام كأداة للتغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي، إذ لا يقتصر دوره على نقل المعلومات فحسب، بل يمتد إلى التأثير على الرأي العام وصياغة السلوكيات لتحقيق مستقبل أفضل.

تتناول هذه الدراسات السابقة أبعادًا متنوعة لدور الإعلام في التنمية المستدامة، بدءًا من الإعلام التقليدي مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ووصولًا إلى الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة. وتبرز الأبحاث كيفية توظيف هذه الوسائل لتحقيق الأهداف التنموية في مختلف السياقات، بما في ذلك التعليم، الحد من الفقر، نشر الوعي البيئي، وتعزيز المشاركة المجتمعية.

1. دراسة ناظم الشمري(2012) بعنوان "الإعلام الاقتصادي"

هدفت الدراسة إلى التعريف بالإعلام الاقتصادي، مع بيان أهميته وأهدافه. وتوصلت إلى أن الإعلام الرقمي أصبح

أساسياً في استقاء المعلومات لدى النخبة الاقتصادية. كما أوضحت أن المشكلة الاقتصادية تُعد أحد أهم أبعاد مشكلات التنمية، مما يؤكد أهمية دراسة الإعلام الاقتصادي في مواجهة هذه المشكلات. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائجها.

2. دراسة الحربي(2016) بعنوان "دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية."

تناولت هذه الدراسة العلاقة المتبادلة بين الإعلام والتنمية الاقتصادية، مع التركيز على التنمية المستدامة. هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم النظريات المفسرة لدور الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة، بالإضافة إلى شروط تحقيقها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتم تطبيقها على عينة من المجتمع السعودي، وأظهرت النتائج أن الإعلام الحر والمتنوع يساهم بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة، مع التأكيد على ضرورة التنسيق بين السياسات الإعلامية ومؤسسات الدولة ذات العلاقة.

3. دراسة محمد كنانة(2018) بعنوان "الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع."

هدفت الدراسة إلى التعرف على الآليات الضرورية لتحديث المجتمع من خلال الإعلام التنموي. اعتمدت الدراسة على جمع البيانات عبر المقابلات والاستبيانات، وخلصت إلى أن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يرتبط بطريقة استقبال الوسيلة الإعلامية والخصائص الشخصية للمستقبل. كما أشارت النتائج إلى دور الوسائل الإعلامية المختلفة (الراديو، التلفزيون، والصحف) في تعزيز التوعية بقضايا اجتماعية وصحية وزراعية حتى في المناطق الريفية.

4. دراسة سالم(2019) بعنوان "دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا

التنافسية."

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة، خاصة على مستوى المدن والمجتمعات المحلية المستدامة. طبقت الدراسة المنهج الوصفي المسحي على عينة مكونة من 500 مستمع لإذاعة بسكرة، ووجدت وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين الأدوار التنموية للإذاعة والبعد الاجتماعي للتنمية المستدامة، مؤكدةً على أهمية وعي الجمهور بالتنمية من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية.

5. دراسة كمال (2020) بعنوان "دور الإعلام الجديد في قضايا التنمية المستدامة".

تناولت الدراسة الدور المؤثر للإعلام الجديد في تعزيز قضايا التنمية المستدامة. استخدمت المنهج الوصفي المسحي على عينة عشوائية من 720 شخصاً من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد. أظهرت النتائج قدرة وسائل الإعلام على إيصال الأفكار المستحدثة وإقناع الجمهور بها، مع إعادة ترتيب الأولويات البيئية. أوصت الدراسة بتبني وسائل الإعلام برامج توعوية، وتنمية الكادر الإعلامي من حيث التقنية والكفاءة.

6. دراسة عطوي (2020) "دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية".

أوضحت الدراسة تأثير الوسائل التكنولوجية الحديثة على السلوك الإنساني والقيم الاجتماعية، حيث ركزت على دور مواقع التواصل الاجتماعي في غرس القيم الاجتماعية وتعزيز روح التضامن. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي وأوصت بضرورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر وتعزيز القيم الإيجابية.

7. دراسة أرام إبراهيم حسين (2020) بعنوان " دور الإعلام في التنمية الشاملة".

تبحث الدراسة في أهمية الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية الشاملة. اعتمد الباحث على المنهج التحليلي لدراسة دور الإعلام الحالي والمستقبلي في الخطط التنموية. كما سلط الضوء على أهم النظريات التي تفسر دور الإعلام في التنمية، بما يشمل الأبعاد السياسية والثقافية ومتطلبات الإعلام التنموي. وتناولت الدراسة مستويات التدخل الإعلامي والعوائق التي تحول دون تحقيق الإعلام لأهدافه التنموية.

8. دراسة الغمراوي، رجاء (2022) بعنوان "دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية

المستدامة".

هدفت الدراسة إلى استكشاف إمكانية استخدام وسائل الإعلام الحديثة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، الصحف الإلكترونية، والمنصات الرقمية) كأدوات للتوعية بأهمية المدن الذكية. أظهرت النتائج وجود قاعدة معرفية قوية لدى الجمهور عن المدن الذكية، مما يعزز أهمية استخدام الإعلام لزيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة. كما أثبتت

الدراسة أن هذه الوسائل تتمتع بنسبة قبول واهتمام كبيرين من الجمهور، ما يجعلها أداة فعالة لتعزيز الوعي المجتمعي.

9. دراسة (2008) **Tim Bodt** بعنوان "The role of media in achieving a sustainable society" دور

الإعلام في تحقيق مجتمع مستدام"، تناولت الدراسة الدور المحوري الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في مجتمع بوتان. أوضح الباحث أن النمو السكاني يشكل ضغطاً على البيئة والثقافة والمجتمع، ما يستدعي تغيير السلوك المجتمعي لتحقيق الاستدامة. وأوصى بزيادة دور الإعلام في نشر التعليم من أجل التنمية المستدامة، خاصة في ظل قلة التحاق فئات كبيرة بنظام التعليم الرسمي، مع التركيز على توظيف الإعلام الحديث كأداة فعالة لتحقيق تقدم مستمر.

10. دراسة (2007) **Jospeth Pulitzer** بعنوان "The role of media in corporate social responsibility and sustainable development

دور الإعلام في المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة"، ركزت الدراسة على كيفية عمل الإعلام كقناة للتفاعل والحوار بين المواطنين، مع تعزيز روح التضامن والمسؤولية الاجتماعية. استخدمت الدراسة مقابلات ومجموعات نقاش مع أصحاب المصلحة لتوثيق التجارب الناجحة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. أوضحت النتائج أن الإعلام يمكنه تعزيز التفاهم، حل النزاعات، ودعم الشركات التي تسعى لتحقيق التنمية المستدامة. كما أكدت الدراسة على ضرورة شفافية الإعلام وخضوعه للمساءلة لتحقيق التأثير الإيجابي المطلوب.

11. دراسة (2017) **Balaswamy & Ramesh Palvai** بعنوان "The role of social media in

"promoting sustainable development".

استكشفت الدراسة كيفية مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المستدامة من خلال توحيد الأشخاص ذوي الأهداف المشتركة، وتحفيزهم على العمل الجماعي. وأوضحت أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل مورداً فعالاً لتشكيل الرأي والسياسات العامة، بالإضافة إلى دورها في زيادة الوعي المجتمعي، الحد من الفقر، ومكافحة الفساد.

كما ركزت الدراسة على أهمية التعليم والتدريب المهني، ونقل المعرفة عبر التكنولوجيا كوسيلة لتمكين الفقراء وتحقيق التنمية المستدامة.

12. دراسة واغ(2019) بعنوان "أهداف التنمية المستدامة ودور الإعلام في ذلك"،.

تناولت الدراسة دور وسائل الإعلام كمعلم ومصدر للمعلومات، وأكدت على أهمية الإعلام في تعزيز التعلم التربوي. خلصت الدراسة إلى أن الإعلام يلعب دورًا محوريًا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال خلق الوعي العام بها. وأوصت بضرورة إنتاج إعلانات تخدم المصلحة العامة وتستهدف القاعدة الشعبية، بهدف نشر الوعي العلمي والمعلوماتي حول أهداف التنمية المستدامة بين الجماهير. كما شددت على أهمية الابتكار في تقديم الأفكار لضمان تقبل الجمهور بشكل إيجابي.

13. دراسة حنان إسماعيل الشيخ، فيصل أحمد السرحن(2022) بعنوان "دور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية

المستدامة في الوطن العربي."

ركزت الدراسة على أهمية الإعلام الرقمي في توجيه رسائل الحكومات والمنظمات لتحقيق التنمية المستدامة في الوطن العربي. ورغم التقدم الملحوظ في مجال التنمية المستدامة بعد إعلان ريو، أشارت الدراسة إلى استمرار التحديات مثل الفقر، الأمية، والتدهور البيئي.

أبرز نتائج الدراسة:

- ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي في معالجة المخاطر الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والبيئية.
- تبني وسائل الإعلام المختلفة (الإذاعة، التلفزيون، الصحف، وسائل التواصل الاجتماعي) قضايا التنمية، وإنشاء برامج تثقيفية للجمهور حولها.
- تقديم معلومات دقيقة عن معدلات وشروط التنمية وعرضها للجمهور، مع تعزيز مبدأ المشاركة العادلة بين الدول.

- تأهيل كوادر إعلامية قادرة على إعداد برامج تنمية فعّالة، وتوفير مناخ ديمقراطي يسمح بالتفاعل والتأثير على الرأي العام.
- وضع خطط إعلامية تهدف إلى نشر الوعي بالتنمية المستدامة وتعزيزها في المجتمعات العربية.
- تحسين جودة المؤسسات التعليمية، تطوير المناهج لتعزيز ثقافة التنمية المستدامة، وربط التعليم بسوق العمل.
- التركيز على التعليم، الصحة، والتغذية لتنمية المجتمعات الفقيرة وتعزيز النمو الاقتصادي.

14. دراسة Latha et al (2020)

تناولت الدراسة "الاستخدام الفعّال لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي بالصحة النفسية"، حيث سلطت الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة فعّالة لنشر الوعي وتعزيز الحوار المجتمعي حول القضايا الصحية والنفسية. اعتمدت الدراسة على تحليل الحملات الرقمية الموجهة للتوعية بالصحة النفسية وتأثيرها الإيجابي على المجتمعات. أوصت الدراسة بتوظيف منصات التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي لتحقيق نتائج مستدامة، وهو ما يبرز دور الإعلام الرقمي في تعزيز التغيير الاجتماعي ودعم قضايا الصحة العامة.

ارتباطاً بالبحث الحالي، تدعم هذه الدراسة دور الإعلام الرقمي في زيادة الوعي المجتمعي حول القضايا الاجتماعية وتعزيز المشاركة الفعّالة، خاصة في مجال الصحة النفسية.

15. دراسة Haleem et al (2022)

استعرضت الدراسة "دور التقنيات الرقمية في التعليم: مراجعة" أهمية التكنولوجيات الرقمية في تحسين التعليم وتعزيز المهارات المجتمعية. ركزت الدراسة على الطرق التي تُستخدم بها الأدوات الرقمية لتوفير موارد تعليمية جديدة وتعزيز إمكانية الوصول إلى التعليم. كما تناولت كيفية استخدام التكنولوجيا لتقليل الفجوة بين مختلف الفئات المجتمعية من خلال توفير فرص تعلم شاملة.

ترتبط نتائج هذه الدراسة ببحثنا من خلال الإشارة إلى قدرة الإعلام الرقمي على تحسين المهارات المجتمعية وتعزيز التنمية من خلال التعليم الرقمي، مما يساهم في رفع مستوى الوعي والمشاركة المجتمعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة حول دور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض من المواضيع الهامة التي تعكس تأثير التكنولوجيا الحديثة على المجتمعات . توصل الباحث الى ما يلي:

- تأثير الإعلام الرقمي على الوعي الاجتماعي: تشير العديد من الدراسات إلى أن الإعلام الرقمي يسهم بشكل كبير في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية. من خلال منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للمجتمعات المحلية تبادل المعلومات والأفكار، مما يعزز من قدرتها على المشاركة في التنمية الاجتماعية.
- تعزيز المشاركة المجتمعية: الإعلام الرقمي يوفر منصات تفاعلية تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات العامة. هذا يسهم في تعزيز المشاركة المجتمعية ويعطي صوتاً للفئات المهمشة.
- التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي: رغم الفوائد، تواجه المجتمعات تحديات مثل انتشار المعلومات المضللة، التي قد تؤثر سلباً على التنمية الاجتماعية. لذلك، هناك حاجة إلى تعزيز الثقافة الرقمية وتوجيه المستخدمين نحو استهلاك المعلومات بشكل واعٍ
- دور الحكومات والمؤسسات: الدراسات تشير إلى أهمية دور الحكومات في تنظيم الإعلام الرقمي وتوفير بيئة تشجع على استخدامه بشكل إيجابي. يمكن أن تسهم السياسات الحكومية في تعزيز الاستخدام الفعال للإعلام الرقمي لتحقيق أهداف التنمية الاجتماعية.
- التنوع الثقافي: منطقة الرياض تتميز بتنوع ثقافي كبير، ويعكس الإعلام الرقمي هذا التنوع من خلال المحتويات المختلفة. الدراسات تشير إلى أهمية احترام هذا التنوع لضمان شمولية التنمية الاجتماعية

- الإعلام الرقمي يوفر وسيلة للتواصل بين الأجيال، حيث يمكن للشباب التواصل مع الكبار وتبادل الخبرات. هذا يعزز من الترابط الأسري والاجتماعي ويساعد في نقل القيم والتقاليد.
- المسؤولية الاجتماعية: يجب أن يكون هناك وعي مسؤول بين مستخدمي الإعلام الرقمي حول كيفية استخدامه. يشمل ذلك احترام الخصوصية، ومراعاة القيم الثقافية، والتأكد من أن المعلومات المتداولة صحيحة وموثوقة.
- التأثير على الصحة النفسية: بعض الدراسات تشير إلى التأثيرات السلبية للإعلام الرقمي على الصحة النفسية، مثل القلق والاكتئاب الناتج عن الاستخدام المفرط أو التعرض للمحتوى السلبي. لذلك، من المهم تعزيز الاستخدام الصحي للإعلام الرقمي.
- التنمية المستدامة: يمكن للإعلام الرقمي أن يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال نشر الوعي حول القضايا البيئية والاجتماعية. من خلال الحملات الرقمية، يمكن تشجيع الأفراد على المشاركة في مبادرات التنمية المستدامة .

يتضح أن الإعلام الرقمي يمتلك القدرة على تعزيز التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض من خلال مجموعة متنوعة من الطرق. ومع ذلك، يتطلب الأمر تضامناً من جميع الأطراف المعنية (الحكومات، المؤسسات التعليمية، المجتمع المدني) لضمان تحقيق الفوائد المرجوة وتجاوز التحديات المرتبطة به.

حيث أظهرت بشكل عام الدراسات السابقة أن الإعلام الرقمي يمكن أن يكون أداة قوية لدعم التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض، ولكن يتطلب الأمر تخطيطاً استراتيجياً وتعاوناً بين مختلف الجهات لتحقيق أقصى استفادة..

مشكلة الدراسة:

مع تزايد اعتماد المجتمعات على أساليب الإعلام الرقمي والممارسات الإعلامية الحديثة لتحقيق أهداف متنوعة عبر رسائل إعلامية موجهة، أصبح الإعلام الرقمي أداة مؤثرة ذات تأثير تفاعلي واسع النطاق. وقد أدى هذا التطور إلى تجاوز احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، مما أتاح فرصاً أكبر لتحقيق الأهداف التنموية.

تعد التنمية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية هدفاً استراتيجياً تسعى المملكة العربية السعودية لتحقيقه، خاصة في ظل التحديات العالمية الراهنة. وتلتزم منطقة الرياض، باعتبارها القلب النابض للمجتمع السعودي، بتطبيق استراتيجيات التنمية المستدامة التي تشمل دعم الابتكار والإبداع والإعلام.

وفي هذا السياق، تتبلور مشكلة هذه الدراسة في تحديد العلاقة بين الإعلام الرقمي والتنمية الاجتماعية، مع تسليط الضوء على تأثير الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية في مجتمع الرياض.

تساؤلات الدراسة:

عند إجراء دراسة حول الاعلام الرقمي ودوره في التنمية الاجتماعية يمكن طرح مجموعة التساؤلات التي تهدف الى استكشاف الجوانب المختلفة للموضوع

- 1- ما دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض؟
- 2- ما مدى تأثير الاعلام الرقمي على التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض
- 3- ما العوامل المؤثرة على دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض؟
- 4- كيف يؤثر الاعلام الرقمي على وعي الافراد بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية؟
- 5- ما دور الدولة في تعزيز استخدام الاعلام الرقمي؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية وكثافة التعرض لوسائل الإعلام الرقمية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة بالقضايا الاجتماعية.
3. استخدام وسائل الإعلام الرقمي يعزز من وعي الأفراد بالقضايا الاجتماعية ويزيد من مشاركتهم في الأنشطة المجتمعية.
4. الإعلام الرقمي يساهم في تحسين مستويات التعليم والتدريب في المجتمع من خلال توفير موارد تعليمية متنوعة.

5. توجد علاقة إيجابية بين استخدام الإعلام الرقمي وارتفاع المهارات الرقمية لدى الأفراد في منطقة الرياض.

6. يواجه الأفراد تحديات في التحقق من صحة المعلومات المتاحة عبر الإعلام الرقمي مما يؤثر سلباً على قراراتهم

الاجتماعية.

7. توجد اختلافات في كيفية استخدام الإعلام الرقمي بين الفئات العمرية المختلفة في منطقة الرياض

مفاهيم الدراسة:

1. الإعلام الرقمي

الإعلام الرقمي: التعريف الإجرائي والمصطلحات الأساسية

الإعلام الرقمي يُعد من أهم وسائل التواصل المعاصرة التي أحدثت تحولاً جذرياً في طبيعة الإعلام وكيفية تناوله للمعلومات. يُعرف الإعلام الرقمي إجرائياً بأنه يشمل كافة الوسائل الإعلامية التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية لنقل المعلومات والرسائل. تشمل هذه الوسائل وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، المدونات، والتطبيقات الرقمية. يتميز الإعلام الرقمي بسرعته الفائقة في إيصال المعلومات، قدرته على التفاعل المباشر مع الجمهور، وإتاحة المحتوى بشكل آني وشامل في أي وقت وأي مكان.

الإعلام الرقمي ليس مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل أصبح منصة حيوية للتواصل، التثقيف، الترفيه، وحتى التسويق. من خلاله، يمكن للمستخدمين التعبير عن آرائهم، مناقشة القضايا المختلفة، والمشاركة في الأحداث المحلية والعالمية بشكل لم يكن ممكناً من قبل (القعاري، 2020).

المصطلحات الخاصة

وسائل الإعلام الحديثة

وسائل الإعلام الحديثة تشير إلى الأدوات والمنصات التي تعتمد على تقنيات رقمية لتقديم المحتوى الإعلامي. تشمل هذه الوسائل التطبيقات الذكية، منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، والمدونات التي تقدم مقالات وتحليلات في مختلف المجالات.

تتميز وسائل الإعلام الحديثة بالوصول السريع والمرونة، حيث يمكن لأي شخص يمتلك جهازًا متصلًا بالإنترنت أن يصل إلى مجموعة واسعة من المحتويات الإعلامية. على سبيل المثال، توفر المواقع الإخبارية الحديثة معلومات محدثة على مدار الساعة، بينما تتيح منصات الفيديو مثل يوتيوب للمستخدمين مشاركة محتوى مرئي بشكل مباشر.

التفاعل الرقمي

التفاعل الرقمي هو عملية التواصل المتبادل بين المستخدمين عبر تقنيات الإنترنت. يمكن أن يشمل هذا التفاعل الإعجاب، التعليق، المشاركة، أو حتى النقاشات الحية في البث المباشر.

ميزة التفاعل الرقمي تكمن في كسر الحواجز التقليدية بين المرسل والمستقبل في عملية الاتصال. لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح جزءًا من العملية الإعلامية من خلال إبداء رأيه والمشاركة الفعالة. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين التفاعل مع منشورات وسائل الإعلام على تويتر من خلال الردود وإعادة التغريد، مما يخلق نقاشًا مجتمعيًا حول الموضوعات المطروحة.

المحتوى الإعلامي

المحتوى الإعلامي هو المادة الإعلامية التي يتم نشرها عبر الوسائل الرقمية، وتشمل النصوص المكتوبة، الفيديوهات المصورة، الصور الثابتة، والبث المباشر.

المحتوى الإعلامي يمكن أن يتنوع بين الأخبار اليومية، المقالات التحليلية، المقاطع الترفيهية، وحتى الحملات الإعلانية. يعتمد نجاح المحتوى الإعلامي على مدى جودته، قدرته على جذب انتباه الجمهور، ومدى تفاعله مع اهتمامات المستخدمين.

على سبيل المثال، منصة مثل إنستغرام تعتمد بشكل أساسي على الصور ومقاطع الفيديو القصيرة لجذب الجمهور، بينما تهتم منصات أخرى مثل تويتر بالنصوص القصيرة والتغريدات السريعة.

أهمية الإعلام الرقمي

الإعلام الرقمي يُعتبر اليوم محورًا رئيسيًا في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث أصبح المصدر الأساسي للحصول على المعلومات، سواء كانت إخبارية، تعليمية، أو ترفيهية. أهميته تتجلى في النقاط التالية:

1. سهولة الوصول: يتيح الإعلام الرقمي وصولاً سريعاً وسهلاً للمعلومات في أي وقت وأي مكان، مما يوفر الوقت والجهد.

2. التفاعل المباشر: يمنح المستخدمين القدرة على التفاعل مع المحتوى، مما يخلق بيئة من الحوار المفتوح والمشاركة.

3. توفير منصات للتعبير: يمكن للأفراد التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم مع جمهور واسع، مما يعزز حرية الرأي والتعبير.

4. التنوع والشمولية: يغطي الإعلام الرقمي مجموعة واسعة من الموضوعات، مما يجعله أداة شاملة تلبي احتياجات مختلف الفئات.

تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع

1. التعليم والتثقيف

من خلال الإعلام الرقمي، أصبح الوصول إلى المعلومات والمواد التعليمية أسهل من أي وقت مضى. المواقع الإلكترونية، قنوات اليوتيوب، والتطبيقات التعليمية توفر فرصاً للتعليم الذاتي وتنمية المهارات.

على سبيل المثال، يمكن للطلاب استخدام منصات مثل "كورسيرا" و"إديكس" للحصول على دورات تعليمية مجانية أو مدفوعة في مختلف المجالات.

2. التواصل والتفاعل المجتمعي

الإعلام الرقمي يعزز الروابط الاجتماعية من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح للأفراد البقاء على اتصال مع أصدقائهم وعائلاتهم، حتى لو كانوا في أماكن بعيدة. كما أنه يوفر فرصة للتفاعل مع القضايا المجتمعية، من خلال الحملات الرقمية والمناقشات عبر الإنترنت.

3. التسويق الرقمي

الإعلام الرقمي أصبح أداة رئيسية في عالم التسويق، حيث تستخدم الشركات منصات مثل فيسبوك وإنستغرام للوصول إلى جمهورها المستهدف. هذا النوع من التسويق يتميز بقدرته على استهداف فئات محددة بناءً على اهتماماتهم وسلوكياتهم على الإنترنت.

التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي

رغم المزايا الهائلة، يواجه الإعلام الرقمي تحديات مثل انتشار الأخبار الزائفة، اختراق الخصوصية، والإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي. لذلك، من المهم تعزيز التوعية الرقمية بين المستخدمين، وتشجيع الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية.

الإعلام الرقمي هو العمود الفقري للعصر الحديث، حيث يُسهّم في نقل المعلومات، تعزيز التفاعل، وتوفير منصات للتعبير والتعليم. ومع ذلك، لتحقيق أقصى استفادة من الإعلام الرقمي، يجب التغلب على التحديات المرتبطة به، من خلال استخدامه بحكمة ومسؤولية. يعد الإعلام الرقمي أداة قوية إذا ما تم استخدامها بطريقة تخدم الأفراد والمجتمع ككل، وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة والابتكار (القاري، 2020).

2. التنمية الاجتماعية

التعريف الإجرائي للتنمية الاجتماعية

التنمية الاجتماعية تُعد من المفاهيم الشاملة التي تعكس الجهود والعمليات المنظمة لتحسين الظروف المعيشية والاجتماعية للأفراد والجماعات في المجتمع. إنها عملية ديناميكية تتضمن التدخل الإيجابي لتحسين مستوى التعليم، الصحة، والوعي المجتمعي، بهدف تمكين الأفراد من تحقيق إمكاناتهم الكاملة والمساهمة بفعالية في بناء مجتمع مستدام.

تتطلب التنمية الاجتماعية التركيز على العدالة الاجتماعية وتعزيز التكافؤ في الفرص بين الأفراد، بغض النظر عن خلفياتهم الاجتماعية أو الاقتصادية. يشمل ذلك العمل على إزالة الحواجز التي تمنع تحقيق المساواة، وتوفير الفرص للتعبير عن الذات والمشاركة في اتخاذ القرارات المجتمعية.

على سبيل المثال، من خلال تحسين الوصول إلى التعليم، يمكن تحقيق تغييرات ملموسة في قدرات الأفراد ومهاراتهم، مما ينعكس إيجاباً على مستوى معيشتهم. كما أن تعزيز خدمات الصحة العامة يلعب دوراً حيوياً في تقليل معدلات الفقر وتحسين جودة الحياة (غادة، 2022).

المصطلحات الخاصة

الوعي المجتمعي

الوعي المجتمعي يمثل إدراك الأفراد والجماعات للقضايا التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على حياتهم اليومية. يُعتبر الوعي المجتمعي المفتاح الأساسي لتحفيز التغيير الاجتماعي، حيث يُمكن للأفراد فهم قضايا مثل حقوق الإنسان، العدالة الاجتماعية، وقضايا البيئة، وبالتالي يتخذون قرارات مستنيرة تؤدي إلى تحسين ظروفهم وظروف مجتمعاتهم.

زيادة الوعي المجتمعي تتطلب توافر مصادر موثوقة للمعلومات، ودورًا فاعلاً لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية. على سبيل المثال، الحملات الإعلامية حول أهمية التعليم أو الصحة العامة يمكن أن تُسهم في تغيير سلوكيات الأفراد نحو الأفضل.

التغيير الاجتماعي

التغيير الاجتماعي يشير إلى التحولات الإيجابية في الهياكل الاجتماعية، القيم، أو الممارسات التي تُسهم في تحسين جودة الحياة للأفراد والجماعات. هذه التحولات قد تكون نتيجة لجهود فردية أو جماعية تهدف إلى مواجهة التحديات الاجتماعية مثل الفقر، البطالة، أو التمييز.

يمكن للتغيير الاجتماعي أن يكون سريعاً، كما في حالات الطوارئ أو الثورات، أو تدريجياً كما هو الحال في تحسين نظم التعليم والصحة. أهميته تكمن في قدرته على تعزيز المرونة الاجتماعية وتحقيق استدامة أكبر في حياة الأفراد.

المشاركة المجتمعية

المشاركة المجتمعية تعني انخراط الأفراد في الأنشطة والبرامج التي تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة. سواء كانت هذه الأنشطة تطوعية أو منسقة من قبل منظمات حكومية أو غير حكومية، فإنها تعزز الشعور بالمسؤولية الجماعية وتحفز التعاون بين مختلف شرائح المجتمع.

على سبيل المثال، يمكن للأفراد المشاركة في مبادرات مجتمعية لتنظيف البيئة، حملات التبرع بالدم، أو تنظيم ورش عمل لتعليم الأطفال. هذه الأنشطة لا تسهم فقط في تحسين البيئة المحيطة، بل تعزز أيضًا الروابط الاجتماعية بين المشاركين.

علاقة المفاهيم: الإعلام الرقمي والتنمية الاجتماعية

الإعلام الرقمي، بما في ذلك منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يُعتبر من الأدوات الأساسية لتحقيق التنمية الاجتماعية في العصر الحديث. إذ يتيح الإعلام الرقمي نشر المعلومات بسرعة وكفاءة، مما يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي والمشاركة الفعالة في قضايا المجتمع.

نشر الوعي المجتمعي

الإعلام الرقمي يلعب دورًا رئيسيًا في زيادة الوعي المجتمعي. من خلال الحملات الإلكترونية، يمكن إيصال المعلومات المتعلقة بالقضايا الصحية، البيئية، أو الاقتصادية إلى جمهور واسع في وقت قصير. على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-19، كان للإعلام الرقمي دور محوري في توعية الناس بالإجراءات الوقائية وأهمية التلقيح.

كما يسهم الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي بالحقوق والواجبات، مما يساعد الأفراد على اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على معلومات دقيقة.

تعزيز المشاركة المجتمعية

الإعلام الرقمي يُعتبر وسيلة فعالة لتحفيز الأفراد على المشاركة في الأنشطة المجتمعية. من خلال الدعوة إلى حملات التبرع أو الأنشطة التطوعية عبر الإنترنت، يمكن الوصول إلى شريحة أكبر من المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، توفر منصات التواصل الاجتماعي فرصة للتفاعل المباشر بين الأفراد والمؤسسات، مما يعزز الشعور بالانتماء والمسؤولية الجماعية.

على سبيل المثال، يمكن إطلاق حملات رقمية لتنظيم فعاليات بيئية أو مبادرات تعليمية، والتي تتيح للأفراد فرصة المشاركة بطرق مرنة وفعالة.

الترويج لقيم ومبادئ التنمية المستدامة

الإعلام الرقمي يساعد في الترويج لقيم ومبادئ التنمية المستدامة، مثل المساواة، العدالة، والحفاظ على الموارد. من خلال المقالات، الفيديوهات، أو البودكاست، يمكن للإعلام الرقمي توصيل الرسائل التي تشجع على تبني أساليب حياة مستدامة.

على سبيل المثال، يمكن لمنصات الإعلام الرقمي تسليط الضوء على قصص نجاح المجتمعات التي تبنت ممارسات صديقة للبيئة، مما يشجع الآخرين على اتباع نفس النهج.

التكامل بين الإعلام الرقمي والتنمية الاجتماعية

الإعلام الرقمي والتنمية الاجتماعية لا يمكن فصلهما عن بعضهما البعض في العصر الحديث، حيث يكمل كل منهما الآخر لتحقيق نتائج مستدامة. الإعلام الرقمي يتيح فرصة غير مسبوقة للتواصل والتفاعل، مما يجعل القضايا المجتمعية أكثر وضوحًا وقابلية للحل.

التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية الاجتماعية

رغم الإمكانيات الهائلة للإعلام الرقمي، إلا أنه يواجه تحديات مثل انتشار المعلومات المضللة، ضعف البنية التحتية في بعض المناطق، وعدم توفر التكنولوجيا للجميع. لذلك، من المهم العمل على تحسين جودة المحتوى الرقمي وزيادة فرص الوصول إليه.

دور المؤسسات الحكومية والخاصة

لضمان نجاح الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية الاجتماعية، يجب على المؤسسات الحكومية والخاصة العمل معًا لتوفير الدعم اللازم. من خلال الاستثمار في التعليم التكنولوجي، تحسين البنية التحتية الرقمية، ودعم المبادرات الإعلامية، يمكن تحقيق تأثير إيجابي ومستدام.

التنمية الاجتماعية هي عملية شاملة تسعى لتحسين جودة الحياة للأفراد والجماعات في المجتمع، وذلك من خلال تحسين التعليم، الصحة، والمشاركة المجتمعية. الإعلام الرقمي يُعتبر أداة رئيسية لتحقيق هذه الأهداف، حيث يُسهم في نشر الوعي المجتمعي، تعزيز التغيير الاجتماعي، وزيادة المشاركة الفعالة.

لكن لتحقيق أقصى استفادة من الإعلام الرقمي، يجب التغلب على التحديات المرتبطة به والعمل على تطوير استراتيجيات متكاملة تجمع بين التكنولوجيا والجهود التنموية لتحقيق مستقبل أكثر استدامة وعدالة (غادة، 2022).

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Dependency Media Theory)

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي إحدى النظريات الهامة في مجال الاتصال الجماهيري، حيث تُسلط الضوء على العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وتحديدًا اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتهم المختلفة، سواء كانت معرفية، ترفيهية، أو اجتماعية. تم تطوير هذه النظرية في السبعينيات على يد الباحثين ساندرا بول روكيتش وميلفن دي فلور، وتستند إلى فرضية أساسية مفادها أن درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تختلف بناءً على السياقات الاجتماعية والثقافية، وكذلك على مستوى تعقيد النظام الإعلامي (حسنين ، 2015).

مفهوم النظرية

تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن الأفراد في المجتمع يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر أساسي للحصول على المعلومات وتكوين وجهات النظر حول القضايا المختلفة. يتزايد هذا الاعتماد بشكل ملحوظ مع تعقيد الحياة الاجتماعية وظهور القضايا التي تتطلب تفسيرًا وتحليلًا معمقًا.

تقوم النظرية على ثلاث فرضيات رئيسية:

1. ارتباط وسائل الإعلام بالمجتمع والجمهور: كلما زادت أهمية وسائل الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات، زادت درجة اعتمادهم عليها.

2. اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم: مثل التعلم، الترفيه، والتفاعل الاجتماعي.

3. تأثير النظام الإعلامي على المجتمع: تتأثر درجة الاعتماد بالسياق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يحيط بالنظام الإعلامي (حسنين ، 2015).

محددات الاعتماد

وفقاً لهذه النظرية، يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام بناءً على عدة عوامل، منها:

1. طبيعة الرسائل الإعلامية: يعتمد الجمهور بشكل أكبر على الوسائل التي توفر محتوى ذو قيمة معرفية أو ترفيهية.
2. السياق الاجتماعي: السياقات الاجتماعية مثل الأزمات السياسية أو الاقتصادية تزيد من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لفهم ما يجري حولهم.
3. الخصائص الفردية: تختلف درجة الاعتماد حسب العمر، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي.

أبعاد النظرية

تنقسم العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام إلى ثلاثة أبعاد رئيسية:

1. البعد المعرفي: حيث يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لفهم الأحداث والقضايا المحيطة بهم، مما يساعدهم في اتخاذ القرارات المناسبة.
2. البعد العاطفي: تلبية الاحتياجات العاطفية مثل الترفيه والتسلية.
3. البعد السلوكي: التأثير على السلوكيات الاجتماعية والتفاعل مع القضايا العامة.

التطبيقات العملية للنظرية

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات القابلة للتطبيق في العديد من المجالات، منها:

1. التنمية الاجتماعية: تساعد وسائل الإعلام في توعية الجمهور بأهمية التنمية الاجتماعية وأدوارهم في تحقيقها.
2. إدارة الأزمات: يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لفهم تطورات الأزمات، ما يبرز أهمية دقة المعلومات المقدمة.
3. تعزيز التعليم: من خلال توفير موارد تعليمية متنوعة ومحتوى تفاعلي يساعد في تحسين المهارات والوعي (عمار

، 2022).

الإعلام الرقمي وتعزيز الاعتماد

مع تطور التكنولوجيا وظهور وسائل الإعلام الرقمية، ازدادت فرص الاعتماد على الإعلام بشكل كبير. فالإعلام الرقمي لا يقتصر فقط على كونه مصدرًا للمعلومات، بل أصبح وسيلة للتفاعل والتواصل المباشر بين الأفراد والمجتمع. يتميز الإعلام الرقمي بما يلي:

1. الوصول السريع للمعلومات: يوفر الإعلام الرقمي منصات متعددة لنشر الأخبار والمعلومات في الوقت الفعلي.
2. التفاعلية: يتيح للأفراد التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات حول القضايا المختلفة.
3. التنوع في المحتوى: يشمل محتوى تعليمي، ترفيهي، واجتماعي، مما يزيد من فرص الاعتماد عليه (عمار، 2022).

أهمية النظرية في الدراسة الحالية

تركز الدراسة الحالية على دور الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض، مما يجعل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطارًا نظريًا ملائمًا لتحليل العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الرقمية وتحقيق الأهداف الاجتماعية. بالنظر إلى أن التنمية الاجتماعية تعتمد بشكل كبير على وعي الأفراد ومشاركتهم في الأنشطة المجتمعية، فإن وسائل الإعلام الرقمية تلعب دورًا محوريًا في هذا السياق من خلال:

1. نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية.
2. تعزيز المشاركة المجتمعية عبر منصات التفاعل.
3. توفير موارد تعليمية وإعلامية تدعم المهارات الرقمية.

نوع الدراسة و منهجيتها

أولاً: نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة الى مجموعة الدراسات الوصفية، حيث تستهدف وصف علاقة وسائل الاعلام الرقمي بالتنمية

الاجتماعية وتحديد نوع هذه العلاقة وأثرها ثم تقديم المقترحات للحد من آثارها.

ثانياً: منهجية الدراسة:

نظراً لطبيعة واهداف الدراسة الحالية سوف استخدم منهج المسح الإعلامي بشقه الوصفي القائم على جمع البيانات والمعلومات من عينة ومجتمع الدراسة وتحليلها للتوصل نتائج توضح علاقة وسائل الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض

ثالثاً: مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من منطقة الرياض وبالتحديد سكان مدينة الرياض ويشمل مجتمع الدراسة جميع مستويات التعليم (الثانوي- الجامعي- دراسات عليا) ويتكون مجتمع الدراسة من ناحية العمل (الطلاب - موظفين -مهنيين - عامل حر - عاطل - متقاعد).

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة من 100 فرد من سكان منطقة الرياض. تم الاعتماد على طريقة العينة غير العشوائية (العمدية) في اختيار المشاركين.

سبب اختيار العينة العمدية:

1. التركيز على فئة مستهدفة محددة: الهدف الأساسي للدراسة هو تحليل دور الإعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض. وبالتالي، كان من الضروري اختيار الأفراد الذين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية بشكل منتظم ولديهم تفاعل مع القضايا الاجتماعية، لضمان توفر البيانات ذات الصلة بالدراسة.

2. توفير الوقت والجهد: اختيار عينة عمدية يتيح الوصول إلى المشاركين الذين يمتلكون الخبرة أو الخلفية المطلوبة للدراسة دون الحاجة إلى إجراء اختيار عشوائي قد يشمل أفرادًا غير ذوي صلة أو غير مؤهلين للإجابة على الاستبيان بشكل مناسب.
3. الحصول على معلومات دقيقة ومباشرة: الأفراد الذين تم اختيارهم عمدًا لديهم وعي بدور الإعلام الرقمي أو تأثيره على التنمية الاجتماعية، ما يزيد من موثوقية ودقة البيانات المجمعة.
4. تسهيل الوصول إلى المشاركين: العينة العمدية توفر مرونة أكبر في استهداف أفراد يمكن الوصول إليهم بسهولة، سواء من خلال منصات التواصل الاجتماعي أو المؤسسات ذات الصلة.

أدوات الدراسة:

- أداة الدراسة (الاستبيان) كأداة رئيسية
- لجمع البيانات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها حيث يعد الاستبيان أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات مرتبطة بعلاقة أو ظاهرة معينة.
- وقد تم تصميم استبانة موجهة الى المجتمع محل الدراسة وقامت الباحثة بإخضاعها للأسس العلمية في عملية البناء وضمان توافر الشروط الفنية وفق ما يلي:

بناء أداة الاستبيان قامت الباحثة بتصميم وبناء الاستبانة انطلاقًا من موضوع الدراسة وأهدافها وكذلك طبيعة البيانات والمعلومات المطلوب الحصول عليها بعد القراءة المتأنية لما أتيح لها من الأدبيات (الكتب، البحوث، الدراسات العلمية،)

مجالات الدراسة:

سيتم تطبيقها على مجموعة من سكان منطقة الرياض من الذكور والاناث لقياس الدور الذي يقوم به الاعلام الرقمي في تنمية المجتمع من جميع النواحي.

حدود البحث:

- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية – منطقة الرياض
- الحدود الزمنية: خلال الترم الثالث من العام الدراسي 2024

المقاييس والاختبارات الإحصائية:

تطبيق الاستبانة :

لقد تم عمل الاستبيان بطريقة الكترونية من خلال نماذج استبيانات جوجل وتوزيعه بطريقة الالكترونية عن طريق مشاركة الرابط مع مجتمع الدراسة .

التحليل الاحصائي

الجزء الثاني محاور الاستبانة، ويحتوي على أربعة محاور كآآتي

المحور الأول : دور الإعلام في نشر الوعي - ويحتوي على 4 عبارات.

المحور الثاني : دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية - ويحتوي على 4 عبارات.

المحور الثالث : قياس مستوى دور الإعلام الرقمي - ويحتوي على 4 عبارات.

المحور الرابع: تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية - ويحتوي على 8 عبارات

ثانياً: المقاييس والاختبارات الإحصائية المقترح استخدامها

تم تحليل بيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package)

- SPSS for Social Science الإصدار (26) باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1_ معامل كرونباخ - ألفا (Cronbach's Alpha) لإيجاد معامل الثبات لأداة الدراسة.

2- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

3- التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

4 -الوسط الحسابي (Mean) والانحراف المعياري (Standard Deviation) واختبار مربع كاي لجودة التوفيق للإجابة على تساؤلات الدراسة

اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) One-way Analysis of variance لإيجاد الفروق في محاور أداة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

إجراءات الصدق والثبات

يعرف الاتساق الداخلي بأنه مدى مقدرة الاستبيان على قياس ما صمم من أجله (Hair et al. 2006) . وقد تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث من خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي له، وكانت النتائج كما يلي :

جدول رقم (1) الاتساق الداخلي للإستبانة حسب المحاور.

المحاور	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الدالة الاحصائية	المحاور	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الدالة الاحصائية
دور الإعلام في نشر الوعي	1	.647**	.000	قياس مستوى دور الإعلام الرقمي	1	.587**	.000
	2	.832**	.000		2	.740**	.000
	3	.801**	.000		3	.786**	.000
	4	.780**	.000		4	.731**	.000
	1	.854**	.000	تحديات التحقق من صحة	1	.510**	.000
	2	.896**	.000		2	.676**	.000

دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية	3	.905**	.000	المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية	3	.770**	.000
	4	.880**	.000		4	.727**	.000
					5	.671**	.000
					6	.761**	.000
					7	.765**	.000
					8	.706**	.000

**دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)

الجدول السابق عبارة عن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تتبع له وذلك من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، نلاحظ أن جميع قيم معاملات الارتباط جاءت في المدى بين (0.510) و (0.905) وهي قيم موجبة مرتفعة وجمعها دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) مما يعني أن الاستبيان يتصف بالاتساق الداخلي وأن العبارات في كل محور تقيس ما صممت من أجله.

ثبات المقياس :

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ثبات كرونباخ - ألفا (Cronbach, L: 1951 297-334) لكل محور، وذلك كما بالجدول التالي :

جدول رقم (2) معاملات الثبات للاستبانة بطريقة كرونباخ - ألفا حسب المحاور

المحاور	عدد العبارات	كرونباخ-ألفا
---------	--------------	--------------

دور الإعلام في نشر الوعي	4	.756
دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية	4	.906
قياس مستوى دور الإعلام الرقمي	4	.760
تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية	8	.847
الاستبيان ككل	20	.915

الجدول السابق عبارة عن معاملات الثبات بطريقة كرونباخ - ألفا لمحاور الاستبانة، فنجد أن معامل كرونباخ - ألفا للمحاور تراوحت قيمها بين (0.756 - 0.906)، كما أن معامل كرونباخ ألفا للاستبيان ككل بلغ (0.915)، ونلاحظ أن جميع معاملات الثبات عالية أكبر من (0.70) مما يعني أن هناك ثبات مقبول (Nikou Kavadia et al 2013P689)، للاستبيان المستخدم في الدراسة، وأنه إذا تم إعادة توزيعه على نفس العينة بعد فترة زمنية، فإنه سيتم الحصول على إجابات تشابه النتائج الحالية بنسبة كلية تقترب من 92%. لكل ما سبق، فإنه يمكن الحكم على الاستبيان بأنه يمتاز بصدق الاتساق الداخلي (البناء) وبالثبات، وأن جميع عبارات المحاور تمتاز بالترابط فيما بينها وتقيس المحور الذي تنتمي له، وأن هناك ثبات في الإجابات، وبالتالي فإن هذا الاستبيان يعتبر صالحاً للتطبيق ويمكن الاعتماد على النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال البيانات التي تم جمعها بواسطته.

جدول رقم (3) أوزان الإجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي

المستوي	الوزن	الدرجات
غير موافق بشدة	1	1 - 1.79
غير موافق	2	1.80 - 2.59
محايد	3	2.60 - 3.39
موافق	4	3.40 - 4.19

موافق بشدة	5	5 – 4.20
------------	---	----------

الجدول السابق يوضح قيم المتوسطات المرجحة وفقاً لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي (Uebersax2007) ، وقد تم حساب المتوسطات الحسابية المرجحة لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة ومقارنتها مع المدى الموجود في الجدول وتعطى الإجابة المقابلة للمدى الذي يقع بداخله متوسط العبارة

عرض وتحليل البيانات

عرض وتحليل البيانات:

من خلال هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي خرجت بها الدراسة، بناء على التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة، ابتداء بتحليل نتائج البيانات الديموغرافية، ومن ثم تحليل محاور أداة الدراسة واستخدام المعالجات الإحصائية المناسبة للتحقق من الأهداف والإجابة على التساؤلات، وذلك كما يلي:

أولاً: وصف عينة الدراسة:

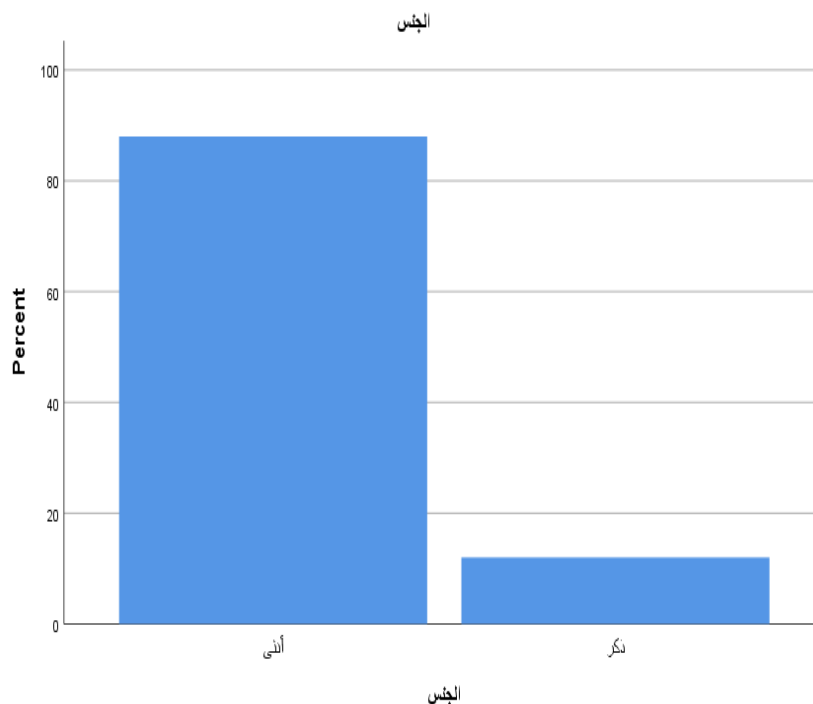
تم استخدام الجداول التكرارية لوصف العينة وفقاً للبيانات الديموغرافية، وذلك كما يلي:

جدول (4) وصف العينة وفقاً لمتغير الجنس

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	12	12%
انثي	88	88%
المجموع	100	100%

بالاطلاع على الجدول رقم (4) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس، فيتضح أن نسبة 88% من

أفراد العينة (إناث) ، وأن نسبة 12% (ذكور) . ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

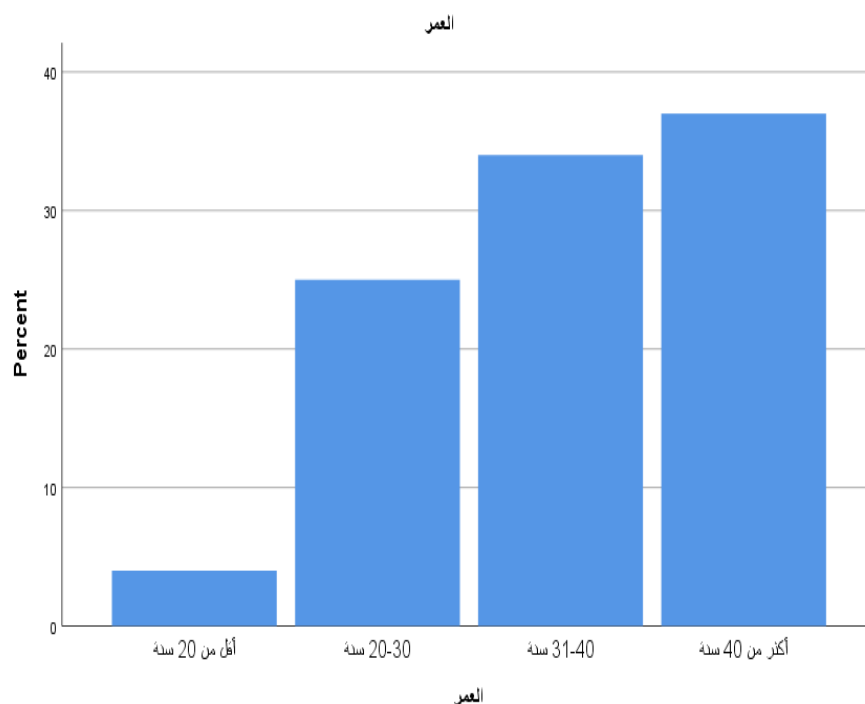


الجدول رقم (5) :وصف عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

النسبة %	التكرار	العمر
4.0%	4	أقل من 20 سنة
25.0%	25	20 - 30 سنة
34.0%	34	31 - 40 سنة
37.0%	37	أكثر من 40 سنة
100.0%	100	المجموع

بالاطلاع على الجدول رقم (5) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر، فيتضح أن نسبة 37% من أفراد العينة في الفئة العمرية (أكثر من 40 سنة)، وأن نسبة 34% في الفئة العمرية (31-40 سنة)، وأن نسبة 25.0% في الفئة العمرية

(20-30 سنة)، وأن نسبة 4% في الفئة العمرية (أقل من 20 سنة). ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

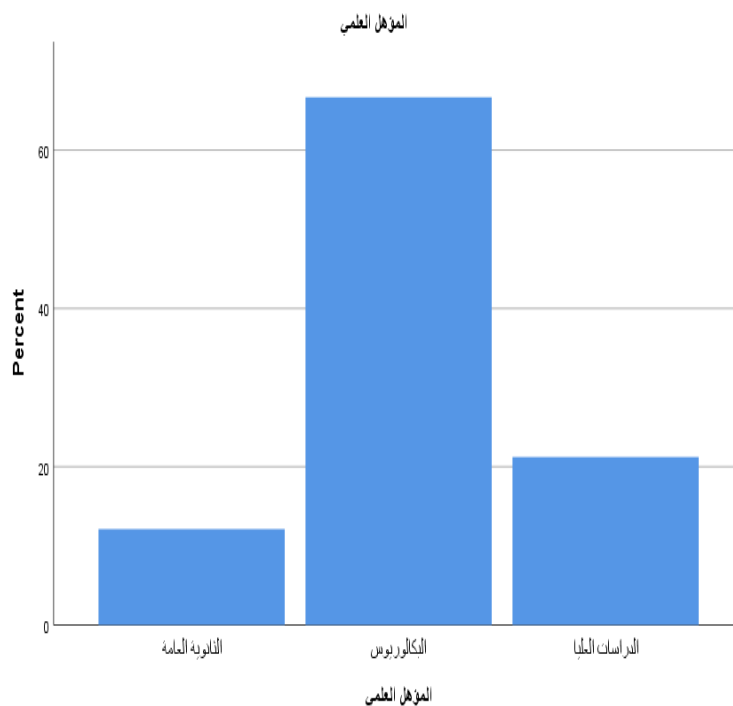


الجدول رقم(6):وصف عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	المؤهل العلمي
12.0%	12	الثانوية العامة
66.0%	66	البكالوريوس
21.0%	21	الدراسات العليا

المجموع	99	99.0%
---------	----	-------

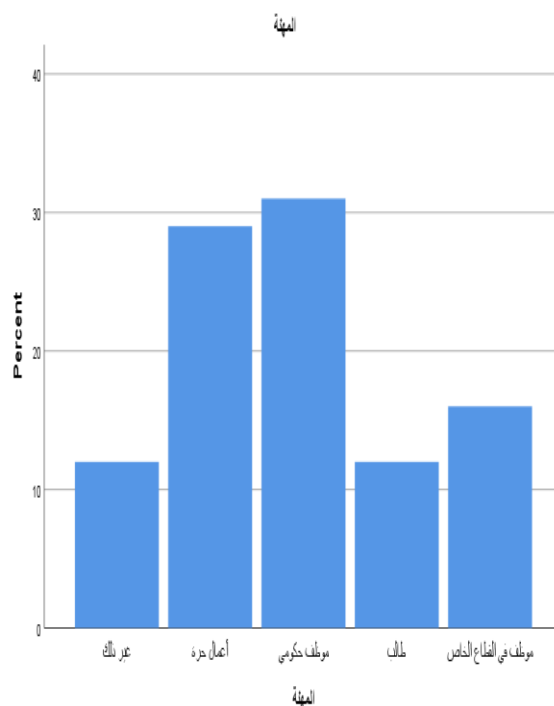
بالإطلاع على الجدول رقم (6) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي ، فيتضح أن نسبة 66% من أفراد العينة يحصلون علي مؤهل علمي (البكالوريوس)، وأن نسبة 21.0% يحصلون علي مؤهل علمي (الدراسات العليا)، وأن نسبة 12.0% يحصلون علي مؤهل علمي (الثانوية العامة). ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



الجدول رقم(7):وصف عينة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة.

النسبة %	التكرار	المهنة
29.0	29	أعمال حرة
31.0	31	موظف حكومي
12.0	12	طالب
16.0	16	موظف في القطاع الخاص
12.0	12	غير ذلك
100.0	100	المجموع

بالإطلاع على الجدول رقم (7) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المهنة ، فيتضح أن نسبة 31.0% من أفراد العينة (موظفين حكوميين)، وأن نسبة 29.0% (لديهم أعمال حرة)، وأن نسبة 16% (موظفين في القطاع الخاص) 12% طلاب أو غير ذلك . ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

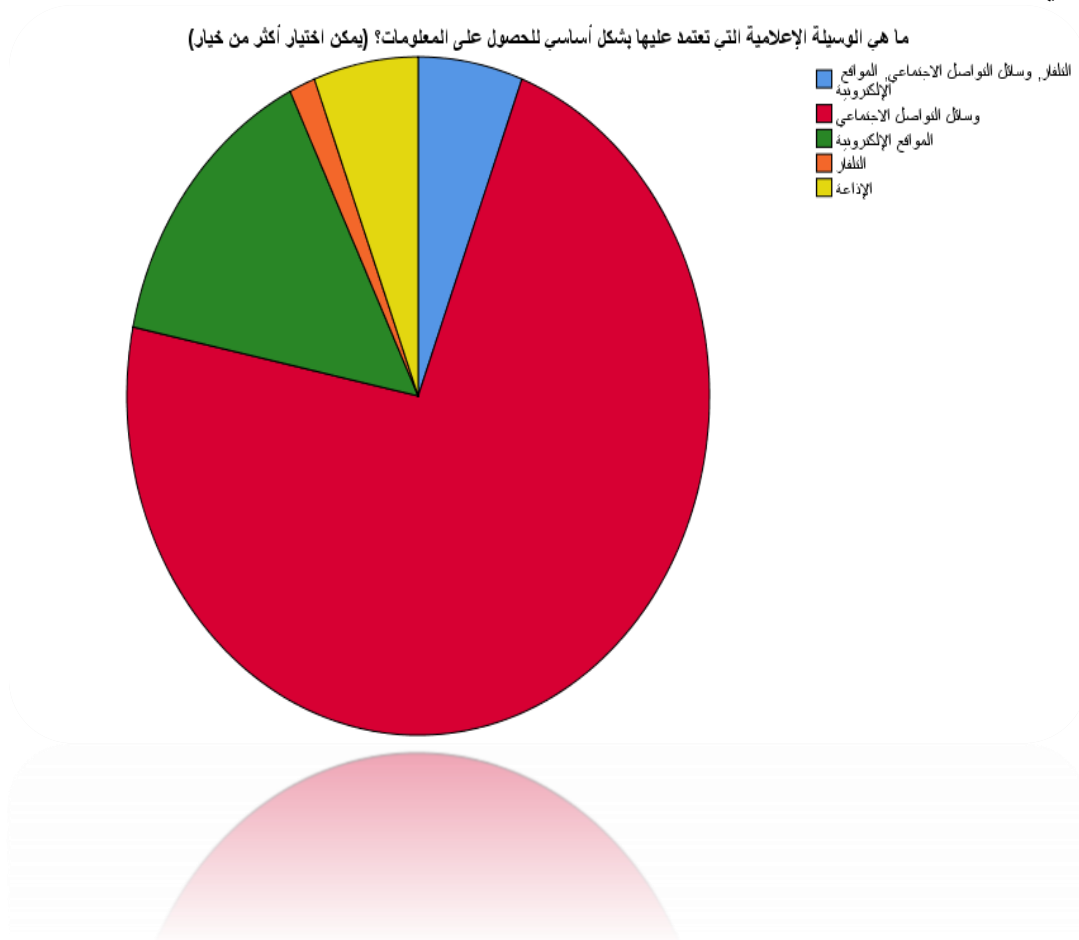


الجدول (8) يوضح الوسيلة الإعلامية التي تعتمد عليها بشكل أساسي للحصول على المعلومات

الوسيلة الإعلامية	ك	%	النسبة التراكمية
التلفاز, وسائل التواصل الاجتماعي, المواقع الإلكترونية	4	4.0	5.8
وسائل التواصل الاجتماعي	49	49.0	76.8
المواقع الإلكترونية	10	10.0	91.3
التلفاز	1	1.0	92.8

الإذاعة	4	5.0	100.0	
المجموع	69.0	69		

بالاطلاع على الجدول رقم (8) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها بشكل أساسي للحصول على المعلومات ، فيتضح أن 49.0% من أفراد العينة يعتمدون علي (وسائل التواصل الاجتماعي) و أن 10.0% من أفراد العينة يعتمدون علي (المواقع الإلكترونية) و أن 05% من أفراد العينة يعتمدون علي (الإذاعة) و أن نسبة 4.0% من أفراد العينة يعتمدون علي (التلفاز , وسائل التواصل الاجتماعي , المواقع الإلكترونية) ، و أن نسبة 1.0% من أفراد العينة يعتمدون علي (التلفاز).



ثانياً: الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها

6- ما دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض؟

7- ما مدى تأثير الاعلام الرقمي على التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض

8- ما العوامل المؤثرة على دور الاعلام الرقمي في التنمية الاجتماعية في منطقة الرياض؟

9- كيف يؤثر الاعلام الرقمي على وعي الافراد بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية؟

10- ما دور الدولة في تعزيز استخدام الاعلام الرقمي؟

تقابل هذا الاسئلة الفروض التالية:

8. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية وكثافة التعرض لوسائل الإعلام الرقمية.

9. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة بالقضايا الاجتماعية.

10. استخدام وسائل الإعلام الرقمي يعزز من وعي الأفراد بالقضايا الاجتماعية ويزيد من مشاركتهم في الأنشطة

المجتمعية.

11. الإعلام الرقمي يسهم في تحسين مستويات التعليم والتدريب في المجتمع من خلال توفير موارد تعليمية متنوعة.

12. توجد علاقة إيجابية بين استخدام الإعلام الرقمي وارتفاع المهارات الرقمية لدى الأفراد في منطقة الرياض.

13. يواجه الأفراد تحديات في التحقق من صحة المعلومات المتاحة عبر الإعلام الرقمي مما يؤثر سلباً على قراراتهم

الاجتماعية.

14. توجد اختلافات في كيفية استخدام الإعلام الرقمي بين الفئات العمرية المختلفة في منطقة الرياض

للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات

والنسب المئوية لكل سؤال واختبار مربع كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحاور، وذلك كما يلي:

جدول رقم (9) : استجابات عينة الدراسة علي العبارات المتعلقة بالمحور الاول

م	العبارات		الإجابات					المتوسط	الانحراف المع ياري	مربع كاي	المس توي	الترت يب الكلي
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة					
1	أرى أن الإعلام يزيـد من وعيي بالقضايا الاجتماعية في منطقة الرياض.	التك رار	5	4	27	23	41	3.91	1.1 38	123.09 2**	موافق	1
		الن سبة	5.0 %	4.0 %	27.0	23.0 %	41.0 %					
4	أعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات.	التك رار	8	11	22	19	40	3.72	1.3 11	55.104 1**	موافق	2
		الن سبة	8.0 %	11.0 %	22.0 %	19.0 %	40.0 %					
2	أرى أن الإعلام	التك رار	5	9	26	30	30	3.71	1.1 40			3

	موافق	194.55 1**				30% .0	30% .0	26% .0	9% .0	5.0%	الن سبة	يركز على قضايا الصحة في الرياض
4	موافق	183.83 4**	1.2 50	3.45	40	19	22	11	8	التك رار	أرى أن الإعلام	
					40% .0	19% .0	22% .0	1% 1.0	8.0%	الن سبة	يركز على قضايا التعليم في الرياض.	
	موافق	-	.920 65	3.69 75							كامل المحور	

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال احصائيا عند مستوي (0.05)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في نشر الوعي تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (3.91 - 3.45) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت تتراوح بين (1.138 - 1.250) بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (3.6975) ويقع في الفئة الرابعة (3.40 - 4.19) المقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة أوافق وبانحراف معياري بلغ (0.92065) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة التوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي نتج عنها تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي ، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقعي وتحسين فرص العمل لديها. وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد أن العبارة أرى أن الإعلام يزيد من وعيي بالقضايا الاجتماعية في منطقة الرياض جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.91) ومستوى استجابة (أوافق) ،

تلتها في المرتبة الثانية العبارة أعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات بمتوسط حسابي (3.71) ومستوي استجابة(موافق). ثم جاءت في المرتبة الثالثة أرى أن الإعلام يركز على قضايا الصحة في الرياض بمتوسط حسابي(3.45) ومستوي استجابة(موافق).

جدول رقم (10) : استجابات عينة الدراسة علي العبارات المتعلقة بالمحور الثاني

م	العبارات	الإجابات					المتوسط	الانحراف المعياري	مربع كاي	المستوي	الترتيب الكلي
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة					
2	أرى أن الإعلام يستخدم تقنيات جديدة بفعالية لتحقيق التنمية الاجتماعية.	5	4	15	28	48	4.10	1.115	228.529**	موافق	1
	التكرار										
3	أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في حل المشكلات	4	4	18	29	45	4.07	1.075	293.060**	موافق	2
	التكرار										

											الاجتماعية.	
3	موافق	217.884 **	1.093	3.76	30	32	26	8	4	التكرار	اعتقد أن	1
					%30	%32	%26	%8	%4	النسبة	الإعلام يساهم في تعزيز المشاركة المجتمعية في مدينة الرياض	
3	موافق	248.007 **	1.138	3.76	31	32	25	6	6	التكرار	أعتقد أن	4
					%31.0	%32.0	%25.0	%6.0	%6.0	النسبة	الإعلام يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية مثل التعاون والتسامح والتكافل.	
		م	-	.97616	3.92 25						كامل المحور	
		وافاق										

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال احصائيا عند مستوي (0.05)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (3.76 - 4.10) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت تتراوح بين (1.075 - 1.138) بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (3.9225) ويقع في الفئة الرابعة (3.40 - 4.19) المقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة أوافق وبانحراف معياري بلغ (0.97616) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) أي

أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة التوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ، وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور الثاني تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد أن العبارة أرى أن الإعلام يستخدم تقنيات جديدة بفعالية لتحقيق التنمية الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.10) ومستوى استجابة (أوافق) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في حل المشكلات الاجتماعية. بمتوسط حسابي (4.07) ومستوى استجابة (موافق). ثم جاءت في المرتبة الثالثة اعتقد أن الإعلام يساهم في تعزيز المشاركة المجتمعية في مدينة الرياض بمتوسط حسابي (3.76) ومستوى استجابة (موافق) ثم جاءت في المرتبة الرابعة أعتقد أن الإعلام يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية مثل التعاون والتسامح والتكافل. بمتوسط حسابي (3.76) ومستوى استجابة (موافق).

جدول رقم (11) : استجابات عينة الدراسة علي العبارات المتعلقة بالمحور الثالث

م	العبارات	الإجابات					المتوسط	الانحراف المعياري	مربع كاي	المستوى	الترتيب الكلي
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة					
2	أشارك في الأنشطة التطوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	5	4	15	28	48	3.91	1.138	204.107	موافق	1
	التكرار	5%	4%	15%	28%	48%					

2	موافق	217.39 0	1.234	3.82	45	29	18	4	4	التك رار	أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الحوار والتفاهم بين مختلف شرائح المجتمع.	3
					%45	%29	%18	%4	%4	الن سبة		
3	محايد	155.08 0	1.163	3.61	30	32	26	8	4	التك رار	أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في خلق فرص جديدة للعمل والتطوير.	1
					%30	%32	%26	%8	%4	الن سبة		
3	محايد	119.76 6	1.399	2.96	31	32	25	6	6	التك رار	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني على الحصول على الأخبار	4
					%31 .0	%32 .0	%25 .0	%6. 0	%6. 0	الن سبة		

بشكل فعال.											
كامل المحور				3.575 0	.870 75	-	محايد				

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.96 - 3.91) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت تتراوح بين (1.138 - 1.399) بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (3.5750) ويقع في الفئة الرابعة (3.40 - 4.19) المقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة أوافق وبإنحراف معياري بلغ (0.97616) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة التوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي نتج عنها تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي ، وبناءً على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور الثاني تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر ، فنجد أن العبارة أشارك في الأنشطة التطوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.91) ومستوى استجابة (أوافق) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الحوار والتفاهم بين مختلف شرائح المجتمع. بمتوسط حسابي (3.82) ومستوى استجابة (موافق). ثم جاءت في المرتبة الثالثة أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في خلق فرص جديدة للعمل والتطوير بمتوسط حسابي (3.61) ومستوى استجابة (موافق) ثم جاءت في المرتبة الرابعة أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني على الحصول على الأخبار بشكل فعال. بمتوسط حسابي (2.96) ومستوى استجابة (محايد).

جدول رقم (12) : استجابات عينة الدراسة علي العبارات المتعلقة بالمحور الرابع

م	العبارات	الإجابات					المتوسط	الانحراف المعياري	مربع كاي	المستوي	الترتيب الكلي
		غير موافق بشدة	غير موفق	محايد	موافق	موافق بشدة					
	التكرار	4	2	10	19	65	4.39	1.024			1

	موافق بشدة	208.880**			65	19	10	2	4	النسبة	أعتقد أن المعلومات المضللة تؤثر على آرائني حول القضايا الاجتماعية والسياسية.	4
2	موافق بشدة	205.142**	1.125	4.31	63	19	10	2	6	التكرار	أعتقد أنني أصبحت أكثر حذراً بشأن المعلومات التي أشاركها مع الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي.	7
3	موافق بشدة	207.712**	1.123	4.25	60	19	11	6	4	التكرار	أعتقد أن الخوارزميات التي تستخدمها منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على نوعية المعلومات التي أراه	3
4	موافق	198.788**	1.266	4.18	60	20	6	6	8	التكرار	أعتقد أن	6
					60	20	6	6	8	النسبة	منصات	

											التواصل الاجتماعي يجب أن تتحمل مسؤولية أكبر في مكافحة انتشار المعلومات المضللة.	
5	موافق	170.511**	1.116	4.08	47	29	13	7	4	التكرار	أعتقد أن الأخبار الكاذبة تشجع على اتخاذ قرارات غير مدروسة.	5
					47	29	13	7	4	النسبة		
6	موافق	198.816**	1.171	3.89	39	30	17	9	5	التكرار	أعتقد أن سرعة انتشار المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي تجعل من الصعب التحقق من صحتها. لا	2
					39	30	17	9	5	النسبة		
7	موافق	170.215**	1.249	3.88	42	28	12	12	6	التكرار	أعتقد أن انتشار الأخبار الكاذبة	8
										النسبة		

										يجعل من الصعب بناء مجتمعات متماسكة .لا أوافق على الإطلاق	
8	موافق	141.88**	1.239	3.40	24	26	22	22	6	التكرار	أجد صعوبة كبيرة في التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الكاذبة على الإنترنت.
					24	26	22	22	6	النسبة	
كامل المحور											
	موافق		.81102	4.0475							

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الرابع: تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (3.40 - 4.39) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت تتراوح بين (1.024 - 1.266) بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (4.0475) ويقع في الفئة الرابعة (3.40 - 4.19) المقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة أوافق وبانحراف معياري بلغ (81102) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة التوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي ، . وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور الرابع تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر ، فنجد أن العبارة أعتقد أن المعلومات المضللة تؤثر على آرائي حول القضايا الاجتماعية والسياسية. جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.39) ومستوى استجابة (أوافق بشدة) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة أعتقد أنني أصبحت أكثر حذراً بشأن المعلومات التي أشاركها مع الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي. بمتوسط حسابي (4.31) ومستوى استجابة (موافق بشدة). ثم جاءت في المرتبة الثالثة أعتقد أن الخوارزميات التي تستخدمها منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على نوعية المعلومات التي أراه بمتوسط حسابي (4.25) ومستوى استجابة (موافق بشدة) ثم جاءت في

المرتبة الرابعة أعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي يجب أن تتحمل مسؤولية أكبر في مكافحة انتشار المعلومات المضللة. بمتوسط حسابي (4.18) ومستوي استجابة (موافق) تلتها في المرتبة الخامسة العبارة أعتقد أن الأخبار الكاذبة تشجع على اتخاذ قرارات غير مدروسة. بمتوسط حسابي (4.08) ومستوي استجابة (موافق). ثم جاءت في المرتبة السادسة أعتقد أن سرعة انتشار المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي تجعل من الصعب التحقق من صحتها. بمتوسط حسابي (3.88) ومستوي استجابة (موافق) ثم جاءت في المرتبة السابعة أعتقد أن انتشار الأخبار الكاذبة يجعل من الصعب بناء مجتمعات متماسكة.. بمتوسط حسابي (3.88) ومستوي استجابة (موافق) ثم جاءت في المرتبة الثامنة أجد صعوبة كبيرة في التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الكاذبة على الإنترنت.. بمتوسط حسابي (3.40) ومستوي استجابة (موافق) .

ثالثاً: الفروق في محاور الاستبيان وفقاً للمتغيرات الأولية

تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ANOVA) ، وذلك كما يلي:

جدول رقم (13) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F	مستوي الدلالة
دور الإعلام في نشر الوعي	بين المجموعات	.335	1	.335	.392	.532
	داخل المجموعات	83.577	98	.853		
	الكلي	83.912	99			
	بين المجموعات	.267	1	.267	.278	.599
	داخل المجموعات	94.070	98	.960		

			99	94.337	الكلية	دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية
.409	.688	.523	1	.523	بين المجموعات	قياس مستوى دور الإعلام الرقمي
		.761	98	74.540	داخل المجموعات	
			99	75.063	الكلية	
.657	.199	.132	1	.132	بين المجموعات	تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية
		.663	98	64.986	داخل المجموعات	
			99	65.118	الكلية	

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية

(0.05) نجد الآتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور الدراسة وفقاً لمتغير الجنس، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية 0.05

جدول رقم (14) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير العمر:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F	مستوي الدلالة
دور الإعلام في نشر الوعي	بين المجموعات	3.643	3	1.214	1.453	.232
	داخل المجموعات	80.268	96	.836		
	الكلي	83.912	99			
دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية	بين المجموعات	6.622	3	2.207	2.416	.071
	داخل المجموعات	87.715	96	.914		
	الكلي	94.337	99			
قياس مستوى دور الإعلام الرقمي	بين المجموعات	2.447	3	.816	1.078	.362
	داخل المجموعات	72.615	96	.756		
	الكلي	75.063	99			
تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية	بين المجموعات	2.215	3	.738	1.127	.342
	داخل المجموعات	62.903	96	.655		
	الكلي	65.118	99			

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير العمر، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية

(0.05) نجد الآتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور الدراسة وفقاً لمتغير العمر، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية 0.05 .

جدول رقم (15) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F	مستوي الدلالة
دور الإعلام في نشر الوعي	بين المجموعات	2.305	2	1.153	1.375	.258
	داخل المجموعات	80.488	96	.838		
	الكلي	82.793	98			
دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية	بين المجموعات	2.663	2	1.331	1.412	.249
	داخل المجموعات	90.501	96	.943		
	الكلي	93.164	98			
	بين المجموعات	1.444	2	.722	.944	.393

		.765	96	73.436	داخل المجموعات	قياس مستوى دور الإعلام الرقمي
			98	74.880	الكلية	
.233	1.479	.972	2	1.945	بين المجموعات	تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية
		.658	96	63.132	داخل المجموعات	
			98	65.077	الكلية	

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي ، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية (0.05) نجد الآتي:

لا لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية 0.05 .

جدول رقم (16) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F	مستوي الدلالة
بين المجموعات	بين المجموعات	2.297	4	.574	.669	.615

		81.615	95	.859	داخل المجموعات	دور الإعلام في نشر الوعي
		83.912	99		الكلي	
.152	1.719	6.366	4	1.591	بين المجموعات	دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية
		87.971	95	.926	داخل المجموعات	
		94.337	99		الكلي	
.746	.486	1.506	4	.377	بين المجموعات	قياس مستوى دور الإعلام الرقمي
		73.556	95	.774	داخل المجموعات	
		75.063	99		الكلي	
.239	1.403	3.632	4	.908	بين المجموعات	تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية
		61.486	95	.647	داخل المجموعات	
		65.118	99		الكلي	

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة ، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية (0.05) نجد الآتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور الدراسة وفقاً لمتغير المهنة، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية 0.05 .

النتائج

أداة الاستبيان وتصميمها:

❖ محاور الاستبيان:

دور الإعلام في نشر الوعي: يشمل 4 عبارات تركز على قدرة الإعلام على تعزيز وعي الأفراد بالقضايا الاجتماعية في المنطقة المستهدفة.

دور الإعلام في تحقيق التماسك الاجتماعي: يتناول 4 عبارات توضح إسهام الإعلام في ترسيخ القيم الاجتماعية مثل التعاون والتسامح.

دور الإعلام الرقمي: يتضمن 4 عبارات تقيّم مدى تأثير الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي على فهم وتفاعل الأفراد. التحديات المرتبطة بالمعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية: يشمل 8 عبارات تسلط الضوء على تأثير الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة على الأفراد والمجتمع.

❖ صدق الأداة:

تم التحقق باستخدام معامل الارتباط (Pearson Correlation)، وأظهرت النتائج أن جميع العبارات ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05)، ما يؤكد أن الاستبيان يقيس ما صُمم لأجله.

❖ ثبات الأداة:

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وبلغت القيم للمحاور الأربعة بين (0.756 إلى 0.906)، بينما كانت القيمة للاستبيان ككل (0.915)، مما يشير إلى درجة عالية من الثبات.

✓ خصائص العينة:

✓ الجنس:

88% من المشاركين إناث، و12% ذكور.

✓ العمر:

أقل من 20 سنة (4%)، بين 20-30 سنة (25%)، بين 31-40 سنة (34%)، أكثر من 40 سنة (37%).

✓ المؤهل العلمي:

66% يحملون بكالوريوس ، 21% دراسات عليا، و 12% لديهم تعليم ثانوي فقط.

✓ المهنة:

31% موظفون حكوميون ، 29% أصحاب أعمال، 16% موظفون في القطاع الخاص، و 12% طلاب.

✓ نتائج تحليل المحاور:

أ) المحور الأول: دور الإعلام في نشر الوعي

المتوسط العام للمحور: (3.70) على مقياس ليكرت الخماسي حيث تفاوتت المتوسطات للعبارات بين 3.45 و 3.91، مما يعكس إجماعاً إيجابياً على أهمية الإعلام في زيادة الوعي.

العبارة الأعلى اتفاقاً: "الإعلام يعزز وعي بالقضايا الاجتماعية في منطقتي" (3.91).

العبارة الأقل اتفاقاً: "الإعلام يساعدني في التركيز على القضايا التي تحتاج للنقاش" (3.45).

ب) المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق التماسك الاجتماعي

المتوسط العام للمحور: 3.92 حيث تفاوتت المتوسطات بين 3.76 و 4.10.

العبارة الأعلى اتفاقاً: "الإعلام يستخدم تقنيات جديدة بفعالية لتحقيق التماسك الاجتماعي" (4.10).

العبارة الأقل اتفاقاً: "الإعلام يعزز القيم الاجتماعية مثل التعاون والتكافل" (3.76).

ج) المحور الثالث: دور الإعلام الرقمي

المتوسط العام للمحور: 3.57 حيث تفاوتت المتوسطات بين 2.96 و 3.91.

العبارة الأعلى اتفاقاً: "أشارك في الأنشطة التطوعية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي" (3.91).

العبارة الأقل اتفاقاً: "وسائل التواصل الاجتماعي تزودني بالأخبار بشكل فعال" (2.96).

د) المحور الرابع: التحديات المتعلقة بالمعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية

المتوسط العام للمحور: 4.04 حيث تفاوتت المتوسطات بين 3.40 و 4.39.

العبارة الأعلى اتفاقاً: "المعلومات الزائفة تؤثر على قراراتي المتعلقة بالقضايا الاجتماعية والسياسية" (4.39).

العبارة الأقل اتفاقاً: "يصعب التمييز بين الأخبار الصحيحة والكاذبة على الإنترنت" (3.40).

د) الاختبارات الإحصائية:

تحليل التباين الأحادي: (ANOVA)

تم تحليل الفروق بين آراء العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة).

النتائج أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات المختلفة في أي من محاور الاستبيان (قيمة الدلالة الإحصائية

< 0.05)

الاستنتاجات النهائية

✓ الإعلام يلعب دوراً إيجابياً في نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية وتعزيز التماسك الاجتماعي.

✓ هناك إجماع على أهمية الإعلام الرقمي، لكن هنالك تفاوت في الاستفادة منه.

- ✓ التحديات الكبرى تكمن في تأثير الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة على القرارات الاجتماعية.
- ✓ عدم وجود فروق ملحوظة بين الفئات المختلفة يشير إلى تأثير مشترك للإعلام على الجميع بغض النظر عن العمر أو الجنس أو المؤهل.

التوصيات

- ✓ تعزيز استخدام الإعلام الرقمي بطرق مبتكرة لزيادة الوعي والتماسك الاجتماعي.
- ✓ إطلاق حملات توعية لتثقيف الأفراد حول كيفية التعامل مع الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة.
- ✓ تطوير برامج تدريبية تستهدف الإعلاميين لتعزيز مصداقية المعلومات التي يقدمونها.

الخاتمة

في ختام هذا البحث، يتضح أن الإعلام الرقمي يمثل أداة محورية في تحقيق التنمية الاجتماعية، حيث يساهم في تعزيز الوعي المجتمعي، تشجيع المشاركة الفعالة، والترويج لقيم التنمية المستدامة. وقد أبرزت النتائج أهمية توظيف تقنيات الإعلام الرقمي بشكل إيجابي ومسؤول، مع التركيز على التصدي للتحديات المرتبطة بالمعلومات المضللة والاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي.

يوصي البحث بأهمية تعزيز الثقافة الرقمية وزيادة الوعي بكيفية استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق الأهداف التنموية، إلى جانب تبني استراتيجيات شاملة تدعم الشراكات بين الحكومات والمؤسسات الإعلامية والمجتمعات المحلية، بما يساهم في بناء مجتمع واع ومتمسك ومستدام.

المراجع:

1. د. فهمي قطب الدين النجار (6-7-2014)، "من وسائل الإعلام (الإنترنت)"، الألوكة الثقافية
2. (فهد الشميمري (2011)، التربية الإعلامية، مصر: دار ابن الأرقم، صفحة 25-32
3. د. محمد منير حجاب (2004 م) / دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة / المعجم الإعلامي / الطبعة الأولى (/ ص61-72)
4. شريف درويش اللبان، مداخلات في الاعلام البديل ،القاهرة ،دار العالم العربي ، 2011 ،ص85)

5. ديفيد ويفر، كريستين أوغان، (سنة 1988، ترجمة. منى الطاهر/من الثقة بالنفس إلى الشك بالنفس، نظرة عامة في الإعلام والتنمية، 15 دراسات إعلامية، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 5، ص 8).
6. دراسة الحربي، فوزية (2016) دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة المملكة العربية السعودية، جامعة محمد بن سعود
7. دراسة د. سالم، دعاء (يناير 2019) دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة، مصر العربية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام
8. دراسة د. الزعبلوي، فوزي (2020) الخطاب التنموي للصحف المصرية في اطار استراتيجية التنمية المستدامة 230، مصر العربية، مجلة البحوث الإعلامية جامعة الازهر
9. دراسة ضيف الله، وفاء (2018) الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية بجامعة ام البواقي، المجلد 5، العدد 2.
10. إبراهيم حسين، أ. (2020). دور الإعلام في التنمية الشاملة. دراسة تبحث في أهمية الإعلام التنموي ودوره في التنمية الشاملة.
11. الغمراوي، ر. (2022). دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة. دراسة توصلت إلى أهمية استخدام وسائل الإعلام الرقمية كأداة توعية بالمدن الذكية المستدامة.
12. القعاري، محمد علي. (2020). المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي. علوم الاتصال، 5(1)، 1-44.
13. غادة. (2022). التنمية الاجتماعية أساسياتها واتجاهات نظريتها الحديثة. مجلة العلوم الاجتماعية، 16(1)، 576-587.
14. عمار، خلايفية. (2022). تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، 3(3)، 42-49.
15. حسنين، حنان محمد إسماعيل. (2015). دور وسائل الإعلام في تنمية الاهتمام البيئي لدى الجمهور المصري دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 14(2)، 413-516.

- Bodt, T. (2008). **The Role of Media in Achieving a Sustainable Society**. Royal .16
University of Bhutan, Kanglung.
- Pulitzer, J. (2007). **Good News & Bad: The Role of Media in Corporate Social .17
Responsibility and Sustainable Development**. Republic of Lebanon.
- Balaswamy, B., & Palvai, R. (2017). **The Role of Social Media in Promoting .18
Sustainable Development**. Osmania University, India.
- .19. واغ، م. (2019). أهداف التنمية المستدامة ودور الإعلام في ذلك. جامعة ماراثوادا، الهند.
- Al Sheikh, H. E., & Al Serhan, F. A. (2022). **The Role of Digital Media in Achieving .20
Sustainable Development in the Arab World**. A study highlighting the importance of
digital media in promoting sustainability in Arab countries.
- Tim, B. (2008). **Role of Media in a Sustainable Future**. Bhutan Royal Institute. .21
- Jospeth Pulitzer. (2007). **Corporate Responsibility and the Media: A Lebanese .22
Perspective**. Beirut, Lebanon.
- Hanan Esmaeel Al Sheikh, & Faisal Ahmad Al Serhan. (2022). **Digital Media for .23
Sustainability in the Arab Context**. Al Quds Open University.
- Study on Media & SDGs. (2019). **Engaging Media as a Tool for SDG Awareness**. .24
Marathwada University.
- Prof. B. Balaswamy, & Ramesh Palvai. (2017). **Social Media's Effect on Rural .25
Development**. Osmania University Research Journal.
- Latha, K., Meena, K. S., Pravitha, M. R., Dasgupta, M., & Chaturvedi, S. K. (2020). .26
Effective use of social media platforms for promotion of mental health awareness.
.Journal of Education and Health Promotion, 9, 124

Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., & Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. Sustainable Operations and Computers, 3, 275–285.

28. رجاء الغمراوي. (2022). تحليل دور الإعلام الرقمي لتعزيز وعي الجمهور حول المدن الذكية. القاهرة: مكتبة الأمل.

الملاحق:

دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية بمنطقة الرياض

دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض

هدف هذا الاستبيان إلى قياس مدى استخدام سكان منطقة الرياض للإعلام الرقمي، وتحديد الدور الذي يلعبه هذا الإعلام في التنمية الاجتماعية، وتحديد العوامل المؤثرة على هذا الدور. يرجى الإجابة على الأسئلة بصراحة وصدق، حيث ستساهم إجاباتكم في فهم أثر الإعلام الرقمي على مجتمعنا بشكل أفضل.

شكرا لحسن تعاونكم

اولا: البيانات الشخصية :

الجنس:

- ذكر
- أنثى

العمر:

- أقل من 20 سنة
- 20-30 سنة
- 31-40 سنة
- أكثر من 40 سنة

المستوى التعليمي:

- أقل من الثانوية
- الثانوية العامة
- البكالوريوس
- الدراسات العليا

المهنة:

- طالب
- موظف حكومي
- موظف في القطاع الخاص

• أعمال حرة

• غير ذلك

ثانيا : أسئلة بمقياس ليكرت الخماسي

المحور الاول: دور الإعلام في نشر الوعي

ما هي الوسيلة الإعلامية التي تعتمد عليها بشكل أساسي للحصول على المعلومات؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

• التلفاز

• الصحف والمجلات

• وسائل التواصل الاجتماعي

• الإذاعة

• المواقع الإلكترونية

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات.					
أرى أن الإعلام يزيد من وعيي بالقضايا الاجتماعية في منطقة الرياض.					
أرى أن الإعلام يركز على قضايا الصحة في الرياض.					

					أرى أن الإعلام يركز على قضايا التعليم في الرياض.
--	--	--	--	--	--

المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أعتقد أن الإعلام يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية مثل التعاون والتسامح والتكافل.					
أرى أن الإعلام يستخدم تقنيات جديدة بفعالية لتحقيق التنمية الاجتماعية.					
أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في حل المشكلات الاجتماعية.					
أعتقد أن الإعلام يساهم في تعزيز المشاركة المجتمعية في مدينة الرياض					

المحور الثالث: قياس مستوى دور الإعلام الرقمي

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

					أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني على الحصول على الأخبار بشكل فعال.
					أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في خلق فرص جديدة للعمل والتطوير.
					أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الحوار والتفاهم بين مختلف شرائح المجتمع.
					أشارك في الأنشطة التطوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

المحور الرابع : تحديات التحقق من صحة المعلومات وتأثيرها على القرارات الاجتماعية

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أجد صعوبة كبيرة في التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الكاذبة على الإنترنت.					
أعتقد أن سرعة انتشار المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي تجعل من الصعب التحقق من صحتها. لا أوافق على الإطلاق					

					أعتقد أن الخوارزميات التي تستخدمها منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على نوعية المعلومات التي أراها
					أعتقد أن المعلومات المضللة تؤثر على آرائي حول القضايا الاجتماعية والسياسية.
					أعتقد أن الأخبار الكاذبة تشجع على اتخاذ قرارات غير مدروسة.
					أعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي يجب أن تتحمل مسؤولية أكبر في مكافحة انتشار المعلومات المضللة.
					أعتقد أنني أصبحت أكثر حذراً بشأن المعلومات التي أشاركها مع الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي.
					أعتقد أن انتشار الأخبار الكاذبة يجعل من الصعب بناء مجتمعات متماسكة. لا أوافق على الإطلاق

ثالثاً: الأسئلة المفتوحة

برأيك، ما هي أهم التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي والتنمية الاجتماعية؟

.....

ما هي اقتراحاتك لتحسين دور الإعلام الرقمي في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية الاجتماعية؟

.....