

أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي على تعزيز الوعي الجمهور (بالتطبيق على وزارة الاعلام في
المملكة العربية السعودية)

The impact of digital media strategies on enhancing public awareness (applied to the
Ministry of Information in the Kingdom of Saudi Arabia)

إعداد الطالب / عمر سعيد اليميني

رقم الجامعي / 2410014

إشراف/

د. مهيتاب الرفاعي

العام الدراسي:

1446هـ

خطة الدراسة

الإعلام يعنى إيصال معلومة ما لكل إنسان بوسائل مختلفة، أي إن هناك معلومة موجودة في مكان ما أو عند شخص ما تنقل عبر واسطة أو وسيلة معينة من مكان إلى آخر أو إلى شخص آخر، أي أن هناك مرسلاً ومتلقياً. وليس هناك من ينكر اليوم أثر الإعلام في حياتنا، فلا يخلو بيت من التلفاز سواء أكان هذا البيت في وسط الصحراء أم على رأس الجبل، و ليس من متعة أحب إلى الناس في أيامنا هذه من مشاهدة التلفاز، الصغير منهم و الكبير و المثقف و الجاهل، فهذا الصندوق السحري يعطي كل فرد ما يبتغيه

هذا كله في مجال واحد من مجالات الإعلام، فكيف إذا عددنا المجالات الأخرى من إذاعة ومجلات وجرائد، ومواقع الشبكة الإلكترونية! يجمع الباحثون في مجال الاتصال والإعلام على الدور الخطير الذي يلعبه الإعلام في التأثير على المتلقي لما له من دور مهم في تشكيل الوعي الثقافي والقيمي في المجتمع ويعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية

يعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا لربط مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علما قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة كغيره من الحقول المعرفية فهو يضطلع بدراسة وتحليل ووصف وكذا معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات تعد وسائل الاعلام واحدة من أهم الابتكارات

التكنولوجية في العقد الماضي، وقد شهدت تطورا هائلا في الاستخدام والانتشار في جميع أنحاء العالم. وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام -والإعلام الرقمي بشكل خاص - في العصر الحديث أدورا مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الأضواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام يأخذ تطوير الأداء الإعلامي وتحسين جودة مخرجاته مع الأخذ في الاعتبار البيئات الاجتماعية والثقافية للوجهة الإعلامي

وقد اكتسب تطوير الأداء الإعلامي في المملكة اعترافا عالميا كمحفز قوي لتشكيل الوعي الجمعي لدي جماهير ومواطني المملكة العربية السعودية وعلى الرغم من أن العلماء يختلفون مع البحث التجريبي، إلا أنه من المعتقد على نطاق واسع أن تطوير الوعي الإعلامي لدي الجماهير يؤدي إلى النمو وتحقيق الاستفادة وذلك من خلال زيادة الوعي حول الرؤية المستقبلية للأمور من خلال وعي قوي لدى الجمهور.

تشارك وزارة الاعلام في نمو وتطور الوعي لدي جماهير المملكة، وذلك في المقام الأول من خلال جلب قيم وفوائد اقتصادية واجتماعية وحياتية متعددة، ومن خلال المساعدة في بناء قيمة وصورة وهوية للإعلام الوطني في المنطقة. ومع ذلك، وباعتبارنا مساهمين مهمين في النمو الاقتصادي يجب علينا أيضا مواجهة التحديات والمشاكل المحتملة التي قد تنشأ عن استخدام وسائل الاعلام الرقمي والعمل علي تحسين الوعي الجمعي للجماهير من خلال تطوير الأداء الإعلامي بوزارة الاعلام في المملكة العربية السعودية.

قد ينشأ تشتت المعلومات، وانتشار الأخبار الكاذبة، والتأثير السلبي على الخصوصية والسلامة، وتحديات التحكم في سمعة وجودة الوجهات. وانطلاقاً من الأدوار الوظيفية التي يمكن أن يلعبها الإعلام الرقمي، بل وقدرته على تعريف مستخدميه بطرق تفكير الآخرين وآرائهم حيال قضايا الوطن المختلفة، والعمل على دعم استراتيجيات الاعلام الرقمي في دعم ونشر المفاهيم والآليات المرتبطة بزيادة وعي الجمهور حول قضايا مثل التنمية المستدامة ورؤية المملكة 2030 وكيف يمكن أن تعزز هذه الاستراتيجيات أداء وزارة الاعلام في تحسين الوعي لدى الجمهور السعودي، وانطلاقاً من هذه التساؤلات تنطلق الدراسة الحالية إلى محاولة طرح نموذج للعلاقة بين العامل الإعلامي المتمثل في الإعلام الرقمي، ودوره على تعزيز استراتيجيات الوعي لدى الجماهير بالمملكة

العربية السعودية

مشكلة الدراسة

الدراسة تسعى إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات الأداء الاعلامي لتحقيق تحسين وتعزيز الوعي لدى الجمهور السعودي كما ستساهم في توجيه الجهود الحكومية والخاصة من خلال زيادة دور وزارة الاعلام في عمليات تحسين الأداء الاعلامي وتعدد مصادره الموثوقة في المملكة العربية السعودية. ومن هنا تأتي المملكة العربية السعودية في مقدمة الدول العربية استخداما الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ستساهم هذه الدراسة في فهم أفضل لتأثير وسائل الاعلام الرقمي على تنمية وعي الجمهور بالدور الإعلامي لوزارة الاعلام في

المملكة العربية السعودية. وستقدم توصيات ومقترحات عملية لتعزيز الاستخدام الفعال لهذه

المنصات في الترويج للمنصات الاعلامية المحلية. ولما كان الإعلام الرقمي يمثل ركنا أساسيا من

أركان المنظومة الجديدة الذي أصبح يلعب بها دورا كبيرا ومهما كأداة للتعبئة الجماهيرية، فإن

مشكلة الدراسة تتلخص في الآتي:

ما هو أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي على تعزيز وعي الجمهور في وزارة الاعلام بالمملكة العربية

السعودية؟

اهداف الدراسة

يمكن تحديد الهدف الرئيسي للدراسة الرئيسي كما يلي " بيان أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي على تعزيز

وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه وزارة الاعلام بالمملكة العربية السعودية"

من خلال ما توصلنا اليه وبناء على تحديد الهدف الرئيسي للدراسة تم اشتقاق عدد من الأهداف الفرعية:

(1) الوقوف على المزايا والنتائج المحتملة من دور الاعلام الرقمي على تحسين الأداء الإعلامي في المملكة

العربية السعودية.

(2) دراسة تأثير وسائل الاعلام الرقيمة على تنمية الوعي الجماهيري بفوائد الاعلام الرقمي في المملكة

العربية السعودية.

(3) التعريف بأهمية برامج الاعلام الرقمي الالكترونية في التأثير على تحسين الأداء وتعزيز الوعي لدى

الجماهير باليات الأداء الاعلامي بالمملكة العربية السعودية

(4) التعرف على الأسس النظرية للإعلام الرقمي على تعزيز وعي الجمهور في ضوء رؤية المملكة 2030

(5) تحليل التأثيرات المختلفة لهذه للمنصات الإعلامية الرقمية، وكذلك كيفية تعزيز استخدامها

العملي في الترويج لوضع أساليب جديدة لتنمية الوعي لدى الجمهور

(6) بيان واستعراض الدراسات والبحوث السابقة حول تأثير وسائل الاعلام الرقمي على تعزيز الوعي

لدى الجمهور السعودي ودور وزارة الاعلام.

(7) بيان معوقات تنمية مجال الاعلام الرقمي الذي تواجهه وزارة الاعلام من اجل الوصول إلى نتائج

وتوصيات إيجابية تعود بالفائدة على المملكة والقطاع الإعلامي بها.

أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة الى اهمية عملية (تطبيقية) واهمية علمية (نظرية) يمكن ايضاحها كما يلي

أولاً: الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

• تكمن أهمية دراسة تأثير وسائل الاعلام الرقمي على وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية

على تعزيز دور وزارة الاعلام من خلال وضع اليات وطرق عمل واستراتيجيات عمل تهدف الي ،

تطوير القطاع الإعلامي والتحول بالكامل الي الاعلام الرقمي أمراً ضرورياً لتشكيل الوعي الجمعي

للجمهور في المملكة العربية السعودية، ومن خلال فهم تأثير مواقع الاعلام الرقمي،

- تبرز أهمية الدراسة في اظهار مدى التعاون بين وسائل الاعلام الرقمي ووزارة الاعلام السعودية

لرفع وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية في ظل رؤية المملكة 2030

- تقدم الدراسة توصيات حول الدور الفاعل الذي يلعبه الجمهور في التفاعل والتواصل في شبكات الاعلام عبر منصات التواصل الاجتماعي بما يعزز التوسع الإعلامي في المملكة العربية السعودية

ثانيا: الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

- أن الإعلام الرقمي بما يمثله من انتشار كبير واستحواذ على اهتمام قطاعات كبيرة من جماهير وسائل الإعلام ربما بإمكانه القيام ببعض الأدوار في تعزيز الاستراتيجيات الخاصة ببعض القضايا الملحة لا سيما المرتبطة بتشكيل الوعي تجاه القضايا الوطنية سواء كان الاقتصادية او

الاجتماعية

- تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها تركز على الجمهور السعودي باعتباره من أكثر الجماهير ارتباطا من غيرهم بالتقنيات الحديثة
- اهتمام الكيانات الإعلامية في المملكة بدراسة افضلية السبل الممكنة للاستفادة من التقنيات

الحديثة في مجال الاعلام الرقمي

أسئلة الدراسة الفرعية

السؤال الرئيسي للدراسة

ما هو أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي لوزارة الاعلام على تعزيز وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية؟

يمكن ان اشتقاق عدد من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

(1) ما هي الأسس النظري للأعلام الرقمي وتعزيز التوسع في الأداء الإعلامي بوزارة الاعلام في ضوء

الظروف المعاصرة ومدى مساهمته في زيادة وعي الجمهور؟

(2) ما هي الإجراءات المقترحة لتفعيل دور الاعلام الرقمي داخل وزارة الاعلام في تحقيق التوسع

الإعلامي بالمملكة العربية السعودية؟

(3) ما هو واقع الاعلام الرقمي في تعزيز التوسع الإعلامي بوزارة الاعلام ودوره في زيادة وعي الجمهور

في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030؟

(4) ما طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي والتوسع في اليات وطرق الأداء الإعلامي بوزارة الاعلام

بالمملكة العربية السعودية؟

فرضيات الدراسة

فرضيات البحث العلمي تمثل رأياً لحل المشكلة وتتم صياغتها في ضوء المعلومات والبيانات المبدئية التي

يملكها الباحث. وهي بمثابة تخمينات وتوقعات لطريقة حل مشكلة الدراسة. فرضيات البحث العلمي تعبر

عن تفسير أولى لمعالجة مشكلة الحالية التي تدور حول أثر استراتيجيات الاعلام على تعزيز وعي الجمهور

فرضية الدراسة الرئيسية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على استراتيجيات وسائل الاعلام الرقمي في

تعزي عي الجمهور في المملكة العربية السعودية

الفرضية رقم 1:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأسس بين كل من أثر التحول الرقمي ورضا الجمهور عن

الخدمات المقدمة والأداء الإعلامي لوزارة الاعلام في المملكة العربية السعودية

الفرضية رقم 2:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي بوزارة الاعلام

والتوسع الإعلامي في المملكة العربية السعودية

الفرضية رقم 3:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي بوزارة الاعلام في تعزيز التوسع الإعلامي

في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030

الدراسات السابقة:

دراسة (العتيبي 2024)

بعنوان (دور الاعلام الرقمي في التنمية الإعلامية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030

"تهدف هذه الدراسة الى تأثير و دور وسائل الاعلام الرقمية على التنمية الإعلامية من خلال استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة مثل فيس بوك و تويتر وغيرها و بلغات متعددة و ذلك لزيادة و نمو الاقتصاد في السعودية حيث يتم تقديم كافة المجالات الخاصة بالسياحة من خلال ابراز الاماكن الإعلامية و اظهار معالمها لجذب السياح الى السعودية و دراسة و فهم نوعيه السياح و ما يحتاجونه داخل البلاد و كذلك دور الجمهور الإعلامي في هذا التطور من خلال التعامل الجيد مع السائح الذي يجعله يتردد مرات عديدة الى الاماكن الإعلامية الموجودة في السعودية و اكثرها جذبا منطقتي جدة و الطائف لما بهم من معالم كثيرة و كذلك زيادة الارباح المحققة باستخدام التكنولوجيا مقارنة بالتقليدية و تسليط الضوء على التوسع الرقمي و دوره في رفع اقتصاد البلاد.

تتألف الدراسة من خمسة فصول، حيث ناقش الفصل الاول مقدمة الدراسة ونوع الدراسة والأدوات المستخدمة في البحث، بينما يتناول الفصل الثاني الإطار النظري للبحث ومشكلة البحث المتعلقة بالموضوع الرئيسي للبحث. وقد وضع الفصل الثالث أهداف الدراسة وأهميتها والتساؤلات المرتبطة بها. ويتضمن الفصل الرابع حدود البحث وكذلك الدراسات السابقة حيث يشمل العديد من العناصر في هذه الدراسات، والفصل الخامس الاستبيان وتحليل البيانات بواسطة أدوات التحليل المناسبة وكذلك الخاتمة والتوصيات. كشفت نتائج البحث عن الاجماع و الموافقة عن الدور الأساسي للأعلام الرقمي و زيادة التوسع في التنمية الإعلامية في السعودية من خلال الكثير من الوسائل الالكترونية و الترويج للسياحة بطرق مختلفة، حيث كانت نسبة الموافقات ما يقارب (85 %) . كما سلطت الدراسة الضوء على طبيعة وسائل الاعلام الرقمية المعدة و المجهزة لتطوير السياحة من خلال البرامج او الافلام و مساعدة السياح للوصول للاماكن بسهولة و حجز تذاكر السفر و التعامل مع الجمهور و معرفة توجهات السياح و احتياجاتهم في

البلاد تشمل الدراسة عدة توصيات من خلال تعزيز دور الاعلام الرقمي و تقديم كل الخدمات و المعلومات الكافية لزيادة الاقتصاد وكذلك يساعد التسويق الإلكتروني في إبراز الثقافات و التراث المحلي و عرض المعالم الإعلامية و الاماكن الجذابة و تعزيز التوسع السياحي ونمو الاقتصاد و زيادة الدخل القومي للبلاد

دراسة (عفان 2021)

بعنوان "الإعلام الجديد ومدى تأثيره في المجتمع" يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الاتصال والإعلام أدت هذه التحولات في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح "الإعلام الجديد" للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة. ويسعى هذا البحث إلى الكشف عن سمات الإعلام الجديد من حيث تطور المفهوم والوظائف في ظل التطورات السريعة في المجتمع

دراسة (دعاء سالم 2019):

بعنوان دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسي " يعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا لربط مختلف التفاعلات التي يمتن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علما قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة كغيره من الحقول المعرفية فهو يضطلع بدراسة وتحليل ووصف وكذا معالجة مختلف الظواهر

الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام -والإعلام الرقمي بشكل خاص - في العصر الحديث أدورا مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات ، إذ يناط بها تسليط الأضواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشل عام وإذا كان للإعلام دورا هاما في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تدفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير ولما كانت المملكة العربية السعودية تمثل جزءا حيويا من الاقتصاد العالمي الذي يسير بخطى حثيثة على طريق التحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة، فإنها قد حرصت على مواكبة التطورات العالمية المتسارعة في مجالات العولمة، والتخطيط للاندماج في السوق الدولية، ومواصلة برامج التطوير والإصلاح لتعزيز عملية النمو في شتى المجالات.

وتلتزم المملكة بتنفيذ أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة وتضعها في مقدمة أولوياتها بما يتفق مع خصوصيتها وثوابها، وتنسجم رؤية المملكة 2030 في مجملها مع هذه الأهداف، وتوفر الرؤية وبرامجها التنفيذية الاثنا عشر مثل برنامج التحول الوطني 2020 الأسس التي تدعم إدماج أهداف التنمية المستدامة في عملية التخطيط الوطني، ويعد الهدف الحادي عشر والمتمثل في مدن ومجتمعات محلية مستدامة أحد أبرز أهداف التنمية المستدامة.

ويُعد برنامج المدن السعودية المستقبلية برنامج تعاون في بين وزارة الشؤون البلدية والقروية وبرنامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية، ويسعى البرنامج إلى تطوير رؤية جديدة وإطار تخطيط استراتيجي

للمستقبل الحضري المستدام في المملكة العربية السعودية متبعا للمعايير العالمية والتي تتماشى مع خطة التحول الاستراتيجي الجديدة، ويتمثل الهدف الرئيس للبرنامج في توفير مدن مزدهرة منتجة وعادلة وشاملة اجتماعيا، وذات بنية تحتية كافية ومناسبة وذات جودة حياتية مرتفعة. ويهدف البرنامج أيضا إلى تحقيق التحضر المستدام في المملكة، وأعدت المملكة العديد من الاستراتيجيات والخطط التي تعزز أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، ومن ضمنها الاستراتيجية الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وانطلاقا من الأدوار الوظيفية التي يمكن أن يلعبها الإعلام الرقمي، بل وقدرته على تعريف مستخدميه بطرق تفكير الآخرين وآرائهم حيال قضايا التنمية المختلفة، فكيف يمكن له أن يدعم وينشر المفاهيم والآليات المرتبطة باستراتيجيات التنمية المستدامة لدى مستخدميه؟ وكيف يمكن أن يعزز هذه الاستراتيجيات، وانطلاقا من هذه التساؤلات تنطلق الدراسة الحالية إلى محاولة طرح نموذج للعلاقة بين العامل الإعلامي المتمثل في الإعلام الرقمي، ودوره على تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

دراسة (احمد جاب الله وآخرون 2017):

بعنوان "تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية" يستهدف هذا البحث تأصيل مفهوم التربية الإعلامية، وبيان أهميتها، ومدى حاجة طلاب الجامعة إليها بصفة خاصة، وأفراد المجتمع بصفة عامة، مع إلقاء الضوء على الوعي بها، وكيف يمكن تنمية مستوى وعي طلاب الإعلام التربوي بهذه التربية، من خلال أدبيات المجال والبحوث السابقة، وفي ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة؛ تمهيدا لبناء البرنامج أو

المقرر المزمع للتربية الإعلامية. ولتحقيق هذه الأهداف اتبع الباحث المنهج الوصفي، في مراجعة البحوث

والكتابات التربوية والأكاديمية، ذات العلاقة بكل من: الوعي، والتربية الإعلامية، والمعايير الأكاديمية، وفي

ضوء ذلك تمت المعالجة البحثية لهذه الدراسة وفقاً للإجراءات التالية:

- مقدمة. -التوعية الإعلامية: Media awareness.
- مفهوم التربية الإعلامية. -نشأة التربية الإعلامية وتطورها.
- أهداف التربية الإعلامية. - أهمية التربية الإعلامية:
- تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى طلاب الجامعة. -المعايير الأكاديمية أهميتها، والحاجة إليها.

ويؤكد البحث الحالي على ضرورة "التربية الإعلامية"، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب

الجامعات؛ لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا

المجتمع المعلوماتي. كما يوصي بأهمية دراسة مستوى وعي طلاب الجامعة بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير

الأكاديمية المناسبة، مع استبيان آراء أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتربية النوعية والإعلام، حتى

يمكن تقديم برنامج متكامل لمقرر التربية الإعلامية، ويكون مناسباً لطلاب الإعلام التربوي بصفة خاصة

ولطلاب الجامعات بصفة عامة.

الإطار النظري للدراسة:

تمهيد:

المجتمع المعاصر في جميع دول العالم يعيش تحولات هائلة في مجال الاتصال والإعلام أدت هذه التحولات في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح "الإعلام الجديد" للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة. ويسعى هذا البحث إلى الكشف عن سمات الإعلام الجديد من حيث تطور المفهوم والوظائف في ظل التطورات السريعة في المجتمع. يمكن تحسين استراتيجيات الترويج والتسويق للوجهات الإعلامي ويمكن زيادة الطلب. بالإضافة إلى رفع مستوى الوعي المجتمعي، يمكن أن تلعب وسائل الاعلام الرقمي دوراً أساسياً في رفع مستوى الوعي بثقافة المملكة العربية السعودية وتراثها وجمالها الطبيعي بين أفراد المجتمع. من خلال مشاركة الصور والتجارب الشخصية، يمكن تعزيز الانتماء الوطني والفخر،

مفهوم الإعلام:

الإعلام يعني إيصال معلومة ما لكل إنسان بوسائل مختلفة، أي إن هناك معلومة موجودة في مكان ما أو عند شخص ما تنتقل عبر واسطة أو وسيلة معينة من مكان إلى آخر أو إلى شخص آخر. وبالتالي ففي الإعلام يوجد مرسل ومتلقي. وقد تكون الوسيلة التي يستخدمها المرسل في إرسال المعلومة هي جهاز (تلفزيون +

راديو + مسجل + كمبيوتر) أو مادة مكتوبة (الصحف والمجلات والقصص). وقد تكون هذه المعلومة

صحيحة أو مفيدة أو مغلوطة أو شائعة أو لا قيمة لها

ومهما اختلفت الأقوال، وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام، ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو: اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها، أي إن المفهوم العلمي للإعلام عموماً اليوم قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار، طالما أحدث ذلك تفاعلاً ومشاركة من طرف آخر مستقبل.

والإعلام: " علم وفن في آن واحد " فهو علم له أسسه ومطلقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام

مفهوم الإعلام الرقمي:

الإعلام الاجتماعي شأنه شأن مفاهيم العلوم الاجتماعية ليس هناك مفهوم شامل جامع ولكن تتعد التعريفات والأطروحات التي تناولت المفهوم وتعددت صور المفهوم فبعض يسميه بالإعلام الشبكي وبعض بالإعلام الإلكتروني وآخرون بالإعلام الرقمي في حين يطلق عليها أحياناً بالإعلام الشبكي أو إعلام المجتمع و رغم الجذور التاريخية للإعلام الجديد كمضمون إلا أن مصطلح الإعلام الجديد قد ظهر بشكل واضح في الآونة الأخيرة مع الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال ولقد تعددت الدراسات التي تناولت مفهوم الإعلام الجديد وانقسمت إلى محورين يركز أولهما على إدماج الإعلام التقليدي بالوسائل الحديثة (الكمبيوتر)

والشبكة المعلوماتية بينما ينصب الثاني على تقنيات الاتصال الرقمي بالأساس والتي أدت حتمًا إلى ظهور

أنماط جديدة من الاتصال الإعلامي وال جماهير

أهمية وسائل الإعلام:

ونحن نعيش عصرًا جديدًا من الحضارة الإنسانية عصر التقدم العلمي والحضاري، حيث يشهد المجتمع الإنساني تطورات مذهلة من اكتشاف الخارطة الجينية إلى تكنولوجيا الاتصال وثورة الإعلام والدفق الإخباري، أصبحت من أبرز ملامح العصر الراهن سيطرة وسائل الاتصال المجتمعية والمتمثلة بوسائل الإعلام الجماهيري. فالتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى. وأدت الوسائل الحديثة للاتصال والمواصلات إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في المستقبل غير البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعه سوف يكون في مقدارها الهرب من تلك التأثيرات التي سوف تتلاحق عليها من كل صوب. إن وسائل الإعلام متعددة ومتنوعة ولكل وسيلة إعلامية خصائص ومميزات تنفرد بها عن الأخرى. وتحدث هذه الوسائل تأثير على الفرد يؤدي إلى تغيرات تحصل على المجالات السلوكية والانفعالية والمعرفية والمجالات النفسية العميقة.

وقد أصبح لوسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية الأثر الكبير اليومي في حياة الأفراد والجماعات. بل إن أثرها قد طغى في بعض الأحيان على العادات والتقاليد المتوارثة في المجتمعات، وأفرزت هذه الوسائل عادات وتقاليد حياتية جديدة مكتسبة لم تكن مألوفة للناس. لدرجة إن وسائل الإعلام باتت تتمكن من قولبة الناس وشحن شخصيتهم وتوجيههم لاختيار طبيعة أعمالهم، ليصبح قول الصحافية تالا ياغي "قل لي

ما تشاهد أقول لك من أنت". لقد اعتبر الإعلام في عصرنا الحالي "سلطة رابعة" نتيجة لما له تأثير واضح

وأكيد على حياة وسلوكيات الأفراد والجماعات

لذا ليس هناك من ينكر اليوم أثر الإعلام في حياتنا، فقل أن يخلو بيت من التلفاز سواء أكان هذا البيت

في وسط الصحراء أم على رأس الجبل، وليس من متعة أحب إلى الناس في أيامنا هذه من مشاهدة التلفاز،

الصغير منهم والكبير، والمتقف والجاهل، فهذا الصندوق السحري يعطي كل فرد ما يبتغيه فالذي يريد

العلم حصل عليه، والذي يحب الرياضة يلهث في مسابقة برامجها، والذي تستهويه المتعة المحرمة يجد منها

الكثير – والعياذ بالله- هذا كله في مجال واحد من مجالات الإعلام، فما بالكم إذا عددنا المجالات الأخرى،

من مجالات وجرائد، ومواقع الشبكة الإلكترونية. فالإعلام لم يدخل حياتنا، بل إنه قد تدخل في هذه

الحياة!! ووصل إلى الحد الذي يصوغ فيه هويتنا، ويوجه أفراد المجتمع إلى طبيعة الأعمال التي يمكن

امتثالها، وذلك لما يحدثه من تأثير فيهم

الإعلام الجديد والمشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام:

منذ ظهور وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) وهي تقوم بأدوار عامة

ساهمت بدرجات متفاوتة في دعم الأوضاع السياسية للدول. وفي المجتمعات الغربية تعد وسائل الإعلام

التقليدية ضرورة لا غنى عنها في دعم المسيرة الديمقراطية لتلك الدول، فهي تنشر الأخبار والمعلومات عن

القضايا العامة والأحداث السياسية التي تهم الجمهور، وهي كذلك تطلع قادة الحكومات وأعضاء الأحزاب

السياسية على وجهات نظر الجمهور واتجاهات الرأي العام.

مزايا استخدامات الإعلام الرقمي:

بعد انتشار الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة أصبح استخدامه في عدة مجالات من بين الخيارات

المطروحة خاصة وأنه يتيح خصائص جديدة مثل السرعة والوصول إلى أعداد كبيرة من الناس إضافة إلى

ميزة التفاعلية، وهنا سنحاول تعداد مزايا استخدام هذا النوع من الإعلام في المجال السياسي:

- يكون الاتصال تفاعلياً من جهتين، ويمكن أن يكون أحادياً وذلك بحسب الغرض المطلوب.
- الفورية في الاتصال وسرعة تبادل المعلومات والآراء.
- تقليص دور الإعلام التقليدي كوسيط بين المواطن والسلطة السياسية
- تقليص الحواجز والعوائق المادية والاجتماعية التي تعيق التواصل في الإعلام التقليدي.
- تخفيض التكاليف في الإرسال والاستقبال مقارنة بتكاليف الإعلام التقليدي.
- يمكن أن يكون الاتصال أفقياً بين أطراف متساوية أو عمودياً بين المركز والأطراف.

مساوئ الإعلام الرقمي:

- مخاطر متعلقة بالجريمة الجنائية الرقمية.
- مخاطر متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة
- مخاطر متعلقة بإثارة النعرات الطائفية والعنصرية
- عدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة.
- تتمثل مساوئ الإعلام الجديد في عدم تمحيص المواد المنشورة
- أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا
- أشكال المخاطر الأمنية عن الإعلام الرقمي متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف

سلبيات الإعلام الرقمي:

- عدم ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة
- عدم التركيز على عمليات التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها المواقع
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.
- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

المصطلحات والمفاهيم.

الاعلام الرقمي: هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية في عملية تفاعلية عبر المرسل والمستقبل

الاعلام الرقمي الإعلامي : استخدام التكنولوجيا الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي والاعلام الرقمي للترويج والتسويق للإمكان الإعلامي وتسجيل السفر وزيارة المعالم الإعلامية من خلال المحتوى الإعلامي

الجذاب والمعلومات المفيدة

الاستراتيجية الإعلامية: تستخدم الاستراتيجية الإعلامية في صناعات الإعلان أو توصيل المحتوى (البث عبر الإنترنت) ، عن طريق تسليم الرسائل إلى المستهلكين أو الأسواق المتخصصة. وهي تشمل تحديد

خصائص الجمهور المستهدف أو السوق المستهدف. أولئك الذين ينبغي أن يتلقوا الرسائل وتحديد

خصائص الوسائط التي سيتم استخدامها لإيصال الرسائل

الوعي الإعلامي: قصد بالوعي الإعلامي إدراك وفهم طرق عرض وتقديم المعلومات عبر وسائل الإعلام

المقروءة والمسموعة، كالجرائد والتلفاز والإنترنت وغيرها، ومجالات استخدام طرق عرض المعلومات

ومخاطرها المحتملة على المجتمع

المنهجية وطرق البحث

سوف يتم الاعتماد على استخدام المنهج الوصفي - التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد

فيها وصفا دقيقا كما وكيفيا الواقع، يعبر عنها تعبيرا فالتعبير الكيفي كمي يصف الظاهرة ويوضح

خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات

ارتباطها مع الظواهر الأخرى اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليللا

كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة كما

أنه كثيرا ما يتعدى الوصف إلى التفسير

وتتمثل طرق جمع البيانات فيما يلي:

المصادر الثانوية: استخدم مجموعة من الرسائل العلمية بالإضافة إلى الأبحاث والدراسات المنشورة في

المجلات والمواقع الالكترونية اعداد في الإطار النظري للدراسة.

المصادر الأولية: من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة للكشف عن أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي

على تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية

ادوات البحث وطرق جمع المعلومات

سوف يتم الاعتماد على استمارة الاستبيان فهي الأداة التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات من عينة البحث وطرق تحليلها لاستخلاص النتائج المتعلقة بدراسته، وي عن طريق الاستبانة الالكترونية. عن موضوع أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي على تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية

حدود الدراسة:

حدود مكانية: منطقة الرياض في المملكة العربية السعودية

حدود موضوعية: دراسة موضوع (أثر استراتيجيات الاعلام الرقمي على تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية).

حدود زمنية: 1446هـ

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة يتكون من الجمهور والعاملين في القطاع الإعلامي في مدينة الرياض بالمملكة العربية

السعودية عينة الدراسة تتكون من عينة عشوائية من الجمهور في القطاع الإعلامي في مدينة الرياض

المراجع والمصادر المقترح

المراجع العربية

- أبو عرقوب، 2019 الاتصال والاعلام الرقمي: الأساسيات والتطبيقات دار الفكر العربي
- أبو عيشة، فيصل، 2010، "الإعلام الإلكتروني"، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أحمد جمال حسن 2015 التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، دراسة تحليلية.
- آل سعود، م. 2018. التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على الإعلام الرقمي. مجلة الإعلام العربي،
- جرادات، منذر. 2023. الإعلام الرقمي في الأردن: المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن أنموذج
المجلة العربية للنشر العلمي، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية
- الحربي 2021 دور وسائل الاعلام الرقمي في التفاعل الجماهيري. مجلة البحوث الإعلامية
- حسام، منصور. 2022 الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته جامعة قلمه الجزائر
- الزين أميمة سميح، 2016، "التحول للعصر الرقمي" المؤتمر الدولي التعلم في عصر التكنولوجيا،
لبنان.
- السيد عبد المعطي، نها 2015، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، الإمارات العربية
المتحدة، دار الكتاب الجامعي.
- عبود حارث العاني مزهر، 2015، "الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي"، عمان، دار الحامد للنشر
والتوزيع.

- اللحام محمود عزت، صلاح، مروي عصام، 2015، "الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة

الدولية، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- محمد، عبد المنعم. 2024. دور الإعلام الرقمي في تعديل أهداف التنمية المستدامة. جامعة عين

شمس، كلية البحوث والدراسات البيئية العليا، مصر.

- حسين محمود، 2015، "العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي"، عمان، دار أسامة

للنشر والتوزيع.

المراجع الأجنبية

1. Kubey, R. (2014). Obstacles to the Development of Media Education in the U.S
2. McBrien, J. L. (2013). New Texts, New Tools: An Argument For Media Literacy
3. Masterman, L. (2015). A distinctive mode of enquiry: Towards critical autonomy.
In M. Alvarado & O. B. Barrett (Eds.),
4. Selwyn, N. (2013). Exploring the 'digital disconnect' between net-savvy students
and their schools
5. Ramatu, Barış, Tan, Ahmet, Amponsah, Mary, & Parida, Subahdars. (2023).
Tourist behavior: The role of digital marketing and social media.)
6. Mallick, Sidra Urooj. (2023). Promoting tourism through digital marketing. The
American Journal of Management and Economics Innovations,