

فاعلية الإعلام الرقمي "منصة اكس أنموذجاً" في تعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة تطبيقية

محمد بن إبراهيم بن سعدان الزهراني

باحث دكتوراه في الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين

Miokaz@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى تأثير منصة إكس في تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون، كما استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد تم تطبيقها على عينة غير احتمالية قصدية من الصفحات الموثقة الرسمية على منصة إكس. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى ومدى ارتباطه بأهداف رؤية ٢٠٣٠، يعزى إلى تنوع المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية على منصة إكس، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تقديم المحتوى ووضوح الرسائل الإعلامية يعزى إلى استخدام الأساليب بوضوح أكثر في عرض المعلومات، إضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحتوى المنشور ومستوى وعي الجمهور بأهداف الرؤية يعزى إلى اختلاف نوع المحتوى الذي يتعرض له الجمهور. كما أوصت الدراسة بضرورة تنويع المحتوى الإعلامي وتحسين وسائل وأساليب تقديم الرسائل الإعلامية، والاستفادة من مؤشرات التفاعل في تطوير المحتوى من خلال تحليل مؤشرات التفاعل.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، منصة اكس، رؤية المملكة ٢٠٣٠.

The Effectiveness of Digital Media - "X Platform" as a Case Study - in Advancing the Goals of Saudi Vision 2030: An Applied Study

Mohammed bin Ibrahim bin Saadan Al Zahrani

PhD Researcher in Digital Media and Communication Technology, Ahlia University,

Kingdom of Bahrain

Miokaz@gmail.com

Abstract

This study aimed to explore the impact of the X platform on achieving the goals of Saudi Vision 2030. Employing a content analysis methodology, the study utilized a content analysis form to gather relevant data and information, applying it to a non-probability purposive sample of official, verified pages on the X platform. The findings revealed a statistically significant relationship between content type and its alignment with Vision 2030 goals, attributed to the diversity of content published on official X pages. Additionally, a statistically significant relationship was found between content presentation methods and the clarity of media messages—linked to the use of clearer presentation techniques—as well as between published content and the public's level of awareness regarding Vision goals, attributed to the varying types of content to which the audience is exposed. The study recommended diversifying media content, improving the methods and techniques used to present media messages, and leveraging engagement metrics to refine content through the analysis of such data.

Keywords: Keywords, Digital Media, X Platform, Kingdom's Vision 2030.

مقدمة

في عصرنا الحالي، أصبح الإعلام الرقمي لبنة أساسية في بناء الحضارات وتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للدول. يعتبر الإعلام الرقمي، بما في ذلك الوسائل الاجتماعية والمنصات الرقمية، وسيلة فعالة لنشر الرؤى وتعزيز التواصل، وهو بالتالي يلعب دوراً حيوياً في تحقيق أهداف التنمية والتقدم (زين الدين، ٢٠٢٣).

تتجلى أهمية الإعلام الرقمي في دوره في تحقيق أهداف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، التي تسعى إلى تحويل الاقتصاد والمجتمع نحو تنوير معرفي واقتصاد مستدام، من خلال التحول الرقمي والابتكار. فالرؤية الطموحة تتطلع إلى تعزيز الاقتصاد الوطني، وتحسين جودة الحياة للمواطنين، وتطوير البنية التحتية، وتعزيز قطاعات الصحة والتعليم، وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية (حسن، ٢٠٢٤).

تتنوع وسائل الإعلام الرقمي المتاحة، ومن بينها "منصة اكس" التي تمثل نموذجاً بارزاً للتطور التقني واستخدام التكنولوجيا في تحقيق أهداف التنمية. ومن هذا المنطلق، يتوجب علينا فحص ودراسة فاعلية هذه المنصة في دعم وتعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ من خلال دراسة تطبيقية تحليلية.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مدى تأثير "منصة اكس" في تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، من خلال تحليل البيانات والتقييم العملي لتجربة المستخدمين والمشاركين في النظام. سيتم التركيز على قياس كفاءة الإعلام الرقمي في تحفيز التواصل ونشر الثقافة والمعرفة، وكذلك تحسين الأداء الاقتصادي والاجتماعي.

مشكلة الدراسة

في ظل التحول الرقمي السريع والمتسارع الذي تشهده العالم، وخاصة في ظل تفشي استخدام وسائل الإعلام الرقمي، يُعد فهم فاعلية هذه الوسائل في تحقيق أهداف التنمية والتطوير أمراً بالغ الأهمية. تتجلى هذه الأهمية بشكل خاص في سياق المملكة العربية السعودية، حيث تتبنى رؤية المملكة ٢٠٣٠ تحولاً شاملاً نحو التنمية المستدامة والتقدم الشامل في مختلف المجالات.

إن مشكلة البحث تتمحور في فهم وتقييم فاعلية الإعلام الرقمي، وبالتحديد منصة "اكس"، في تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠. يشمل ذلك استكشاف الطرق التي يمكن من خلالها استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز التواصل الاجتماعي ونشر الثقافة والمعرفة، وتعزيز الأداء الاقتصادي والاجتماعي للفرد والمجتمع بشكل عام.

ومن هنا تظهر مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما فاعلية الإعلام الرقمي " منصة اكس أنموذجاً " في تعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠؟

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

١. تُساهم الدراسة في سدّ الفراغ المعرفي المتعلق بدور الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، خاصة في سياق رؤية المملكة ٢٠٣٠.
٢. تُقدم الدراسة إطاراً نظرياً متيناً لفهم آليات عمل الإعلام الرقمي وتأثيره على الجمهور، ممّا يُثري المعرفة في هذا المجال.

الأهمية العملية:

١. تُساعد الدراسة على تحديد أفضل الممارسات لاستخدام الإعلام الرقمي لتحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، ممّا يُعزّز فاعلية هذه الأداة.
٢. تُقدم الدراسة توصيات لتعزيز فاعلية منصة "إكس" في نشر التوعية والترويج لأهداف الرؤية، ممّا يُساهم في تحقيقها بشكلٍ أسرع.

٣. تُساعد الدراسة على تحسين فهم صانعي القرار لدور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة، مما يُمكنهم من اتخاذ قرارات أفضل.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. التعرف على واقع محتوى منصة "إكس" من حيث ارتباطه بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، وذلك من خلال فحص نوع المحتوى، وتواتره، وطريقة تقديمه، ومدى اتساقه مع أهداف الرؤية.
٢. قياس وعي الجمهور من خلال إجراء مسح على الجمهور لمعرفة مدى وعيهم بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، بالإضافة إلى معرفة تأثير منصة "إكس" على وعيهم بهذه الأهداف.
٣. تحليل البيانات المُجمعة من خلال الدراسة الميدانية باستخدام تقنيات إحصائية مناسبة، وذلك لتحديد العوامل المؤثرة على فاعلية منصة "إكس" في تعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠.
٤. تقديم توصيات لتعزيز فاعلية منصة "إكس" في نشر التوعية والترويج لأهداف الرؤية.

تساؤلات الدراسة

١. ما أنواع المحتوى المُقدّم على منصة "إكس"؟
٢. كيف يتم تقديم المحتوى المُتعلق بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ على منصة "إكس"؟
٣. ما مستوى وعي الجمهور بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
٤. ما العوامل التي تؤثر على وصول محتوى منصة "إكس" إلى الجمهور؟
٥. ما العوامل التي تؤثر على فاعلية منصة "إكس" في تعزيز وعي الجمهور بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠؟

فرضيات الدراسة

- الفرضية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية السعودية على منصة إكس وارتباطه بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- الفرضية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تقديم المحتوى المُتعلق برؤية المملكة ٢٠٣٠ ومدى وضوح الرسائل الإعلامية المرتبطة بأهدافها.
- الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية على منصة إكس ومستوى وعي الجمهور بأهداف رؤية المملكة ٢٠٢٣.
- الفرضية الرابعة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة على وصول محتوى منصة إكس للجمهور ومستوى وعي الجمهور بأهداف رؤية المملكة ٢٠٢٣.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

الإعلام الرقمي:

الإعلام الرقمي هو نوع من وسائل الإعلام يستخدم التكنولوجيا الرقمية لإنتاج ونقل المحتوى الإعلامي. يتضمن الإعلام الرقمي مجموعة متنوعة من الأشكال، بما في ذلك المواقع الإلكترونية، والتطبيقات الجوّالة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والبودكاست، والفيديوهات على الطلب، وغيرها. يتميز الإعلام الرقمي بالقدرة على التفاعل مع المستخدمين، وتخصيص المحتوى حسب الاهتمامات الشخصية، كما يمكنه الوصول إلى جمهور عالمي بسهولة وسرعة (فريجة، ٢٠٢٣).

التعريف الإجرائي:

استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي.

الدراسات السابقة

دراسة ناصر (٢٠٢٢). بعنوان: دور الحملات الإعلامية الرقمية في التوعية بالمبادرات المجتمعية للحكومة السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠.

استهدفت هذه الدراسة معرفة الدور الذي تؤديه الحملات الإعلامية الرقمية في توعية الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية للحكومة السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ من خلال معرفة درجة اعتماده على هذه الحملات وأسباب تفضيله لها ورصد كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن تعرضهم لهذه الحملات وكذلك أهم المعوقات الخاصة بهذه الحملات، وتعد هذه الدراسة أحد الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الجامعي السعودي قوامها ٤٠٠ مفردة وذلك باستخدام أداة الاستبيان وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها ارتفاع نسب تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية الرقمية بشكل عام، وأوضحت نتائج الدراسة أن ٤٩,٥٪ من المبحوثين يعتمدون على الحملات الإعلامية الرقمية في التعرف على المبادرات المجتمعية داخل المملكة (بدرجة متوسطة)، بينما يعتمد ٣٠,٥٪ منهم (بدرجة كبيرة)، في المقابل نجد أن ٢٠,٠٪ منهم يعتمد (إلى حد ما) وهو ما يشير في مجمله إلى أهمية هذه الحملات في التوعية بالمبادرات المجتمعية للحكومة السعودية، كما جاءت اتجاهات المبحوثين إيجابية نحو الحملات الإعلامية الرقمية، وجاءت المبادرات التعليمية مثل (ريادي - دعم البحث العلمي والتطوير في الجامعات - مبادرة المكتبة الرقمية السعودية) في مقدمة أهم المبادرات التي تابعها المبحوثين من خلال هذه الحملات بنسبة ٨٠,٣٪، وتصدر (الفيديوهات) مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية الأكثر فعالية في عرض محتوى المبادرة داخل الحملة بنسبة ٩٦,٠٪.

دراسة السباعي (٢٠٢٢). بعنوان: تغطية عملية التحول الرقمي بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تطبيقية.

هدفت الدراسة الحالية إلى إبراز مدى اهتمام الصحافة المصرية بذلك المشروع، وذلك من خلال التعرف على تغطية استراتيجية "بناء مصر الرقمية" بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ م، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة الجمهور لتغطية الصحف لمشروع التحول الرقمي بمصر. ومن خلال التدقيق في النتائج التي خلصت إليها الدراسة تبين عناية الصحف المصرية بتقديم دور الدولة في تنفيذ مشروع التحول الرقمي، وقد اتضح اهتمام الجمهور المصري بالتعرف على تلك المجهودات لمواكبة التطورات التي تحدث في البلاد، وإن لم يظهر رضا كبير من جانب الجمهور المصري حول تغطية الصحافة المصرية عن الموضوع، مما يدعو إلى ضرورة تحسين المهنية والأداء، وزيادة مصداقية الصحف فيما يخص تلك القضية المهمة. وفيما يتعلق بمعايير الأداء الصحفي، فقد انتقد المبحوثين أداء الصحف من حيث الموضوعية والتحيز في عرض الموضوع، مما يتطلب تعميق المهنية للصحفيين لما لهذه القضية من خطورة تستدعي الأداء الواعي. وفيما يخص نمط الملكية الصحفية، سواء قومية أو خاصة، فلم يكن له تأثير على حجم الاهتمام أو طبيعته؛ إذ أن التحول الرقمي مشروع قومي تسعى إليه أطراف الدولة كافة. وخلاصة القول، فإن مشروع التحول الرقمي جاء في مقدمة اهتمامات الصحف المصرية، ولوحظ أن الموضوع أخذ على محمل الجد، وتمت تغطيته بشكل مكثف، مما يؤكد أهميته على الصعيدين المحلي والعالمي لمواكبة التطورات وتحقيق أهداف التنمية المستدامة (رؤية مصر ٢٠٣٠).

دراسة (غندر، ٢٠٢٢). بعنوان: الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الجديد ودورها في دعم التنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠": دراسة تحليلية من المستوى الثاني.

تهدف الدراسة إلى رصد الدراسات العلمية التي تناولت الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الصحفية الإلكترونية) ودورها في دعم التنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠ بأبعادها وأنماطها المختلفة (البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي، البعد البيئي)، وذلك خلال الفترة من عام ٢٠١٥-٢٠٢١، في المدارس العربية والأوروبية والأمريكية والآسيوية، وتندرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تحليل البيانات من المستوى الثاني second Analysis واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي لهذه الدراسات للوقوف على الموضوعات والمجالات البحثية التي تناولتها، مع رصد الأطر النظرية والمنهجية لها بهدف تقديم رؤية نقدية مقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية

وصولاً لطرح رؤية مستقبلية ووضع خطة بحثية لتطوير بحوث الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الصحفية الإلكترونية) ودورها في دعم التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بأبعادها المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى تفوق الدراسات الأجنبية على الدراسات العربية من حيث استخدام الأطر النظرية وخاصة في الدراسات والبحوث التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٢٪ مقارنة بالبحوث والدراسات التي تناولت المواقع الصحفية الإلكترونية، ويمكن تفسير ذلك إلى اهتمام المدارس الغربية بنظريات الإعلام، ونجد تفوق الدراسات الآسيوية في الدراسات الخاصة بتمكين المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالدراسات العربية والأوروبية والأمريكية.

دراسة حليبي (٢٠٢١). بعنوان: دور الإعلام الرقمي في نشر رؤية المملكة ٢٠٣٠ وعلاقته بتمكين المرأة السعودية.

هدف البحث إلى الكشف عن إسهام الإعلام الرقمي في زيادة المعرفة بتمكين المرأة من خلال رؤية المملكة ٢٠٣٠، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من المرأة السعودية في منطقة مكة المكرمة وجدة، وتم الاعتماد على استمارة الاستقصاء كأداة أساسية للدراسة، وكانت أهم النتائج ما يلي: - ارتفاع نسبة من يرون أن مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي يهتمون بدرجة كبيرة في متابعة قضايا تمكين المرأة في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ بنسبة ٨٠,٠٪، بينما جاءت نسبة من يرون أنهم يهتمون بدرجة متوسطة ٢٠,٠٪ - أن نسبة ٨٠,٥٪ من المرأة السعودية العاملة في العديد من القطاعات الحكومية والخاص والأعمال الحرة. - أن رؤية المملكة ٢٠٣٠ تهتم بدرجة كبيرة بقضية تمكين المرأة، بينما جاءت نسبة ١٥,٥٪ من عينة الدراسة، ويرون أنها تهتم بدرجة متوسطة بقضية تمكين المرأة، أما نسبة ٤,٠٪ فقط فيرون أن رؤية المملكة تهتم بدرجة ضعيفة بقضية تمكين المرأة. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات على أبعاد مقياس تمكين المرأة في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠ وفقاً للعوامل الديموغرافية (السن، المؤهل الدراسي، والوظيفة).

دراسة الحارثي (٢٠١٩). بعنوان: دور الإعلام الرقمي في الجامعات السعودية في تعزيز مفهوم اقتصاديات المعرفة في ضوء ٢٠٣٠.

هدف البحث إلى التعرف على ماهية الإعلام الرقمي، ودور الإعلام الرقمي الجامعات السعودية في تعزيز مفهوم اقتصاديات المعرفة في ضوء ٢٠٣٠، والتعرف على التحديات التي تواجه تلك الأدوار وتقديم حلول لها، واعتمد البحث الحالي الوصفي عن طريق المسح بالعينة لحساب التواصل الاجتماعي بالجامعات السعودية باستخدام منهجية تحليل المضمون لعينة عشوائية منتظمة تغريدات المركز. وأظهرت النتائج طبيعة المعلومات والخدمات التي تقدمها مركز البحوث والدراسات الإنسانية بالجامعة عبر منصة تويتر، ومدى توظيفه لخصائص التفاعلية، ورصد رجع الصدى من الطلبة المستفيدين وطريقة تفاعل المركز معهم خلال عام ٢٠١٨، كما أبرز البحث الحالي بعض التحديات التي تواجه المركز مثل عدم وجود متخصصين لإدارة الإعلام الرقمي.

دراسة ابن لبيد (٢٠١٨). بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠: دراسة ميدانية على جمهور النخب والخبراء السعوديين.

كشفت الدراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، دراسة ميدانية على جمهور النخب والخبراء السعوديين. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أدوات الدراسة في استخدام صحيفة الاستقصاء لجمع لبيانات، وتم تطبيقها على عينة من جمهور المتخصصين والخبراء السعوديين، والبالغ عددهم (٥٠) متخصص. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعرفة برؤية ٢٠٣٠ سواء وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية وتقييم قدرة الحكومة على تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠. وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الرؤية ٢٠٣٠ على وسائل الإعلام الجديدة والتأثيرات الوجدانية للاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة برؤية ٢٠٣٠ للملكة العربية السعودية. وأكدت على أنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الرؤية ٢٠٣٠ على وسائل الإعلام الجديدة وتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في رفع الوعي برؤية ٢٠٣٠ للملكة العربية السعودية. وأوصت الدراسة بضرورة إجراء العديد من الدراسات الميدانية للتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على كافة الفئات العمرية للمجتمع السعودي والمهنية والاقتصادية فيما يتعلق بالتعرض لأخبار رؤية ٢٠٣٠ للملكة العربية السعودية باعتبارها هدفاً قومياً للدولة.

دراسة الطوخي (٢٠١٨). بعنوان: اعتماد طلاب الجامعات السعودية على الصحف الإلكترونية لرؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة حالة.

كشفت الدراسة عن اعتماد طلاب الجامعات السعودية على الصحف الإلكترونية لرؤية المملكة (٢٠٣٠). عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن الصحافة الإلكترونية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة استبيان، مقياس رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠). وتم تطبيقها على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى وجامعة الملك عبد العزيز. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي السعودي للصحافة الإلكترونية وبين معرفتهم بمحاور رؤية المملكة (٢٠٣٠)، ووجود علاقة دالة موجبة إحصائية بين دوافع اعتماد الشباب الجامعي السعودي على الصحافة الإلكترونية وبين معرفتهم بمحاور رؤية المملكة (٢٠٣٠). وأوصت الدراسة بضرورة جعل رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠) بمثابة المرجعية والمظلة العامة التي تنطلق منها وتعمل في إطارها الصحافة الإلكترونية السعودية.

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Waiswa (2024 بعنوان: استكشاف تحديات وفرص التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية: دراسة حالة لمجموعة "نيشن ميديا" في أوغندا.

هدفت الدراسة إلى استكشاف جهود مجموعة "نيشن ميديا" في أوغندا في مجال التحول الرقمي وتنوع مصادر الإيرادات، وذلك استجابة للتحديات التي يفرضها السوق الإعلام المتطور، وقد استخدمت الدراسة منهجية مختلطة تقوم باستخدام آليات المقابلات المتعمقة مع سبعة من أصحاب المصلحة الرئيسيين واستبيان الكتروني تم توزيعه على ٤٣ مشاركا، إضافة إلى تحليل الوثائق، توصلت الدراسة إلى أن المجموعة تواجه مقاومة للابتكار نابعة من التركيز على مصادر الإيرادات التقليدية، ما يؤدي لخلق عقبات بيروقراطية وفجوة بين الأجيال، وأن المجموعة رغم دواتها لتبني محتوى يعطي الأولوية للجانب الرقمي إلا أنها ما زالت تميل للممارسات التقليدية، كما حددت الدراسة إمكانيات واعدة في نموذج الاشتراكات مع التركيز على تفاعل الجمهور، وتعتبر التأخر في اعتماد نظام " حاجز الدفع" فرصة ضائعة، إضافة إلى وجود نقاط ضعف في التسويق الرقمي، وغياب لبرامج الولاء التي تهدف إلى الاحتفاظ بالجمهور، وقد قدمت الدراسة رؤى دقيقة حول التحديات والفرص المرتبطة بالتحول الرقمي للمجموعة، كما تؤكد الدراسة الحاجة الملحة لدى المجموعة إلى تنوع مصادر الإيرادات لضمان الاستدامة طويلة المدى

دراسة (Madumere, ate.el. (2026، بعنوان: التحول الرقمي في قطاع الإعلام: دراسة لتحديات الإدارة التنظيمية.

هدفت الدراسة إلى بحث التحول الرقمي في قطاع الإعلام وتحديات الإدارة التنظيمية في منطقة الحكومة "أبا الجنوبية" بولاية ألبيا، وقد استخدمت الدراسة المنهج الكمي، مع الاعتماد على تصميم المسح الوصفي، على مجتمع دراسة إجمالي بلغ (٥) مليون نسمة، تم اختيار عينة مكونة من ٢٠٠ مشارك، وجمعت البيانات عبر استبانة (مهيكلة)، وقد أظهرت النتائج أن التقنيات الرقمية قد أحدثت تغييرات جوهرية في العمليات الإعلامية والهياكل التنظيمية، كما كشفت الدراسة أن دعم الإدارة وتدريب الموظفين والقيادة الفعالة وإشراك الموظفين، تعد عناصر حاسمة لنجاح التحول الرقمي، كما تبين أن التحول الرقمي يعزز الكفاءة التنظيمية والقدرة التنافسية، رغم أن الوتيرة المتسارعة للتطورات التكنولوجية فرضت تحديات أمام التخطيط الاستراتيجي طويل الأمد، وخصلت الدراسة إلى أن القيادة الفعالة والتدريب المستمر ومشاركة الموظفين والتخطيط الاستراتيجي المرن تعد ركائز أساسية لنجاح التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية.

دراسة (Aljuhani (2026، بعنوان: تقييم فعالية استراتيجيات الإعلام الرقمي في دعم أداء العلاقات العامة: أدلة من المؤسسات الحكومية السعودية.

هدفت الدراسة إلى تقييم فعالية استراتيجيات الإعلام الرقمي في دعم أداء العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية السعودية، حيث تبحث في تأثير كل من المحتوى الرقمي الاستراتيجي، وتفاعل الجمهور وإدارة المنصات، والتواصل الرقمي أثناء الأزمات، وقياس الأداء على الفعالية الشاملة للعلاقات العامة الحكومية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام الاستبانة المقننة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة المتمثل في المتخصصين في مجال العلاقات العامة والإعلام والاتصال والمحتوى الرقمي العاملين في مؤسسات حكومية سعودية مختارة، وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات

الحكومية التي تطبق استراتيجية التواصل الرقمي المدروس تحقق تفاعلا أقوى مع الجمهور، وسرعة أكبر في نشر المعلومات، وتحسنا في الحضور المؤسسي، واستجابة أفضل لاحتياجات المواطنين، كما تظهر أن المحتوى التفاعلي والمراقبة المستمرة للمنصات والتواصل الاحترافي أثناء الأزمات واستخدام التحليلات الرقمية تساهم بصورة كبيرة في تعزيز ثقة الجمهور وتحسين فعالية التواصل، وأن دمج الإعلام الرقمي مع استراتيجيات العلاقات العامة المؤسسية يعزز من الشفافية والاستجابة والعلاقات مع أصحاب المصلحة، والسمعة المؤسسية، وقد أوصت الدراسة بتطوير سياسات شاملة للتواصل الرقمي والاستثمار في التدريب المهني، وتعزيز حوكمة المحتوى، والتوسع في استخدام التحليلات والذكاء الاصطناعي لدعم قرارات التواصل القائمة على الأدلة، كما توفر هذه النتائج توجيهات عملية لقادة الاتصال الحكومي الساعين إلى تحسين أداء العلاقات العامة ودفع عجلة التحول الرقمي داخل المؤسسات العامة السعودية.

دراسة (Kalema(2025)، بعنوان: آلة "تجريد التنمية من طابعها السياسي" في سياق "التحول الرقمي من أجل التنمية": دراسة حالة حول حوكمة التنمية الرقمية العالمية والتحول الرقمي في القطاع العام في أوغندا.

هدفت الدراسة إلى البحث في مفهوم آلية (DX4D) في كيفية تفعيل أيديولوجيات البنية التحتية من خلال مبادرات التنمية والعمل الإنساني العالمي وما يترتب عليه من آثار تمس الحكومات والحوكمة والرفاه العام، وقد استخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال دراسة الحالة لنوعية عدة مشاريع تأسيسية واسعة النطاق للتحول الرقمي من أجل التنمية في أوغندا، حيث يجري فحص الديناميكيات القسرية لهذه الآلية وآثارها على العديد من دول الجنوب العالمي، ومناقشة مساهمته المفاهيمية، فالمبادرات السياسية العالمية المرتبطة بـ DX4D تعمل على تعديل الهياكل البيروقراطية للحكومات وإدخال إصلاحات في السياسات بدلا من تغيير المحركات الهيكلية، من خلال حشد التحولات الرقمية من أجل المبادرة وتوسيع نطاق أيديولوجيات البنية التحتية.

التعليق على الدراسات السابقة

أوجه الاتفاق:

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها تطرقت إلى الإعلام الرقمي في خدمة التنمية، غير أنها اختلفت عن الدراسة الحالية في أن كل دراسة تناولت هذا الموضوع من جانب مختلف، متعلق بأهداف الدراسة المحددة وفرضياتها.

فقد اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة غندر (٢٠٢٢) في استخدام تحليل البيانات بطريقة كمية، كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة كلا من الحارثي (٢٠١٩)، ودراسة (Waiswa (2024)، ودراسة (Aljuhani(2026) في استخدام منهجية تحليل المضمون.

أوجه الاختلاف:

اختلفت الدراسة الحالية عن دراسة كلا من ناصر (٢٠٢٢)، ودراسة حليبي (٢٠٢١)، ودراسة الحارثي (٢٠١٩)، ودراسة ابن ليه (٢٠١٨)، ودراسة الطوخي (٢٠١٨)، في استخدام المنهج حيث استخدمت الدراسات السابقة منهج المسح بالعينة، فيما استخدمت دراسة غندر (٢٠٢٢) المنهج الوصفي التحليلي، فيما استخدمت دراسة (Madumere, ate.el. (2026)، منهج المسح الوصفي، كما اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة كلا من ناصر (٢٠٢٢)، ودراسة الطوخي (٢٠١٨)، ودراسة (Waiswa (2024)، ودراسة (Madumere, ate.el. (2026)، في استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، فيما استخدمت دراسة حليبي (٢٠٢١) استمارة الاستقصاء كأداة أساسية للدراسة، كما اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة ابن ليه (٢٠١٨) في أن الأخيرة استخدام صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، واستخدمت دراسة (Aljuhani(2026) الاستبانة المقننة كأداة لجمع البيانات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ما يلي:

١. في الإطار النظري للدراسة.
٢. في اختيار المنهج المناسب للدراسة.

٣. اختيار أداة الدراسة.

٤. تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها.

٥. تحديد مشكلة الدراسة.

نوع الدراسة

دراسة تحليل مضمون العديد من الحسابات الرسمية في منصة (X).

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون، ويعرف منهج تحليل المحتوى بأنه: أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال (Bernard, 1952)، فهو منهج يستخدم في تصوير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع، من خلال تحليل وتفسير وتأويل المحتوى الإعلامي، واكتشاف العلاقات الارتباطية بين متغيري الموضوع (مأمون، ٢٠٢٣).

وبالتالي فإن الدراسة تعتمد على منهج تحليل المضمون باعتباره أحد الأساليب البحثية المناسبة لدراسة الرسائل الإعلامية وتحليل خصائصها بصورة منظمة وموضوعية، حيث يهدف المنهج إلى وصف المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية على منصة إكس، وتصنيفه وفق فئات محددة ترتبط بأهداف الدراسة وتساؤلاتها، ثم تحليل تكرارات هذه الفئات ونسبتها ودلالاتها.

كما قسمت أداة تحليل المضمون إلى فئتين رئيسيتين، الأولى فئة البيانات الأساسية (فئات الشكل)، والثانية فئات المضمون والتي تنوزع على فئة الموضوعات وفئة الأهداف وفئة الاستراتيجيات الاتصالية وفئة تفاعل الجمهور وفئة الموقع الجغرافي.

أداة الدراسة

استمارة تحليل المضمون.

مجتمع الدراسة

الصفحات الرسمية السعودية في منصة (X).

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تستهدف الدراسة الحالية دراسة فاعلية الإعلام الرقمي " منصة اكس أنموذجاً " في تعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠.

الحدود الزمانية للدراسة: العام ٢٠٢٦م.

الحدود المكانية للدراسة: المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة

عينة غير احتمالية قصدية من الصفحات الموثقة الرسمية على منصة (X).

الخاتمة

تناولت الدراسة فاعلية الإعلام الرقمي منصة إكس أنموذجاً، في تعزيز أهداف رؤية المملكة ٢٠٢٣ دراسة تطبيقية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات على النحو التالي:

أولاً: أهم النتائج:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى ومدى ارتباطه بأهداف رؤية ٢٠٣٠م، حيث يعزى إلى تنوع المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية السعودية على منصة إكس بحيث تشمل المحتويات الإخبارية والتوعوية والتعريفية

- والترويجية، ومع تفاوت درجة ارتباط كل نوع بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، كما أن بعض أنواع المحتوى يركز على عرض المبادرات والإنجازات المرتبطة بالرؤية في حين اهتمت أنواع أخرى بنقل الأخبار والفعاليات ذات الصلة بها.
٢. كشفت الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تقديم المحتوى ووضوح الرسائل الإعلامية، يعزى إلى استخدام الأساليب بوضوح أكبر في عرض المعلومات.
٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المنشور في الصفحات الرسمية على منصة إكس ومستوى وعي الجمهور بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ بمستويات مختلفة من الوعي، يعزى إلى اختلاف نوع المحتوى الذي يتعرض له الجمهور.
٤. كشفت نتائج الدراسة عن وجد علاقة ذات دلالة إحصائية متفاوتة بين مستويات التفاعل مع المنشورات الرسمية والمرتبطة برؤية المملكة ٢٠٣٠ وبين أنواع المحتوى وفقا لاختلاف موضوعاتها وأشكالها وأساليب تقديمها.
٥. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تقديم المحتوى ومستوى الوعي لدى الجمهور، وفقا لاختلاف ارتباط أساليب تقديم المحتوى بمستوى وعي الجمهور بأهداف الرؤية.

ثانيا: التوصيات:

١. توصي الدراسة بضرورة تنويع المحتوى الإعلامي المنشور في الصفحات الرسمية السعودية على منصة إكس بما يشمل المحتوى الإخباري والتوعوي والتعريفي والتفسيري، مع تعزيز ارتباطه بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ وبرامجها ومبادراتها.
٢. تحسين أساليب تقديم الرسائل الإعلامية من خلال الاهتمام بتقديم محتوى مرتبط بالرؤية بأساليب واضحة وجذابة عبر توظيف النصوص المختصرة والصور التوضيحية ومقاطع الفيديو والرسوم المعلوماتية، بما يساعد الجمهور على فهم أهداف الرؤية ومضامينها.
٣. الاستفادة من مؤشرات التفاعل في تطوير المحتوى من خلال تحليل مؤشرات الإعجاب والردود، وإعادة النشر والمشاهدات المتاحة، لتحديد أنماط المحتوى الأكثر تفاعلا والاستفادة منها في تحسين توقيت النشر وأساليب العرض، وعدم اعتبار ارتفاع التفاعل دليل كافي على تحقيق الوعي لدى الجمهور.

المراجع

١. حليبي، آمال سعد الدين حسين. (٢٠٢١). دور الإعلام الرقمي في نشر رؤية المملكة ٢٠٣٠ وعلاقته بتمكين المرأة السعودية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، مج ١٣، ع ٢٤، ٩١ - ١٧٦.
٢. ناصر، نهى السيد أحمد. (٢٠٢٢). دور الحملات الإعلامية الرقمية في التوعية بالمبادرات المجتمعية للحكومة السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ٢٤، ١٢٣ - ١٦٣.
٣. الحارثي، فهد بن سعود بن محمد. (٢٠١٩). دور الإعلام الرقمي في الجامعات السعودية في تعزيز مفهوم اقتصاديات المعرفة في ضوء ٢٠٣٠. المؤتمر الدولي السنوي الثالث لقطاع الدراسات العليا والبحوث: البحوث التكميلية طريق التنمية، مج ٢، أسوان: جامعة عين شمس - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ٥٦٦ - ٥٨٢.
٤. غندر، بوسي فاروق محمود. (٢٠٢٢). الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الجديد ودورها في دعم التنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠": دراسة تحليلية من المستوى الثاني. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢١، ع ٤٤، ١٣٩ - ٢١٠.
٥. السباعي، مهيرة عماد فتحي محمد. (٢٠٢٢). تغطية عملية التحول الرقمي بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تطبيقية. مجلة البحوث الإعلامية، ع ٦١، ج ٢، ٩٠٧ - ٩٥٦.

٦. ابن لبده، سلمان فيحان فيصل. (٢٠١٨). دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠: دراسة ميدانية على جمهور النخب والخبراء السعوديين. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٦٢ع، ٤٣٧ - ٥٠٠.
٧. زين الدين، وجدي. (٢٠٢٣). الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: دراسة تناقش حديث الاختلاف والانذار. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، مج ٣، عدد خاص، ١٦٧ - ١٩٤.
٨. حسن، شيرين جمال. (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. مجلة البحوث الإعلامية، ٦٩ع، ج ٢، ١٢١٣ - ١٢٨٨.
٩. فريجة، عائشة، وبلخيري، مراد. (٢٠٢٢). تأثير الفايبوك على الهوية الثقافية للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايبوك. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مج ٥، ع ١، ٧٣ - ٩٢.
١٠. مأمون، جواد، (٢٠٢٣)، آلية تحليل المضمون من التأصيل النظري إلى التنزيل التطبيقي، مجلة المعرفة للدراسات والأبحاث، ٥ع، ١٠٢-١٢٠.

المراجع الأجنبية:

11. Waiswa, Emmanuel. (2024). Exploring the challenges and opportunities of digital transformation in media organizations: a case of nation media group Uganda. (Unpublished master's dissertation). Aga Khan University, East Africa.
12. Madumere. R, Obiageri. L, Oduh. O, Gabriel. S. Nwakanma.S, Cordelia. U, (2026). Digital Transformation in Media: A Study of Organizational Management Challenges, Revista Bioetica. 14(3):181-198.
13. Kalema. Nai Lee, (2025), The 'Digital Transformation for Development' Anti-Politics Machine: A Case Study on Global Digital Development Governance and Public-Sector Digital Transformation in Uganda, Policy & Internet, 2024; 16:750–763.
14. Aljuhani, Ashour Ibrahim, (2026). Evaluating the Effectiveness of Digital Media Strategies in Supporting Public Relations Performance: Evidence from Saudi Government Institutions, international Journal of Innovative Science and Technology Studies (IJISTS). 2(3): 01–29.
15. Bernard, Berelson. (1952), Content analysis in communication research. Glencoe: Free Presse.