"تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية"

تحليل محتوى لمنشورات أ.د/ خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) أنموذجًا

أ.م.د. هاني إبراهيم محمد السمان (*)

مقدمة البحث

في عصرٍ تتسارع فيه عجلة التكنولوجيا، ويشهد العالم ثورةً رقمية غيّرت من معالم الحياة، لم يعد الإعلام كما كان في عقودٍ مضت، بل تجاوز حدوده التقليدية ليصبح إعلامًا جديدًا، متحررًا من قيود الزمان والمكان، متاحًا في كل لحظة، ومؤثرًا في كل مجال، وفي ظل هذه التحولات الرقمية المتسارعة، أضحى الإعلام الجديد أحد أقوى الأدوات تأثيرًا في تشكيل وعي المجتمعات وتوجيه الرأي العام، ولم يعد الأفراد مجرد متلقين سلبيين للمعلومات، بل أصبحوا مشاركين فاعلين في إنتاج المحتوى، مما جعل هذه المنصات بيئة خصبة لتشكيل الاتجاهات وتعزيز القيم الوطنية أو التأثير عليها.

كما أن الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية يمثل ركيزة أساسية في بناء المجتمعات الحديثة، حيث يرتبط بمدى إدراك الأفراد والمسؤولين لأبعاد القضايا التي تمس دولتهم، وقدرتهم على التفاعل معها بوعي ومسؤولية، وبناء الاتجاهات حول الموضوعات التي تمس الدولة والمجتمع، وفي هذا السياق، تبرز أهمية البحث في تأثير الإعلام الجديد، ممثلًا في منصات التواصل الاجتماعي، على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، من خلال دراسة نموذج عملي هو **منشورات أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصةX** ، حيث يمثل هذا الفضاء الإلكتروني مساحةً حيويةً لنشر المعرفة، وتوجيه النقاشات، وتعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية.

ويعكس اختيار **منشورات أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة** كنموذج للدراسة إدراكًا لدور الأكاديميين في تسخير الإعلام الجديد لخدمة الوعي المجتمعي، إذ يتميز محتوى هذه المنصة بغناه المعلوماتي، وتناوله المستمر للقضايا الوطنية التي تهم المواطن، من قضايا التنمية والتعليم إلى قضايا الهوية الثقافية والوحدة الوطنية.

(*) قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة سوهاج.

مشكلة الدراسة:

شهدت وسائل الإعلام تحولًا جذريًا مع ظهور **الإعلام الجديد**، حيث تجاوزت دوره التقليدي في نقل المعلومات ليصبح أداة رئيسية في تشكيل الوعي الاجتماعي وتوجيه الرأي العام، لا سيما فيما يتعلق بالقضايا الوطنية، فقد أسهمت **منصات التواصل الاجتماعي** في خلق فضاء تفاعلي يتيح للأفراد والمثقفين والأكاديميين المشاركة في النقاشات العامة، وتقديم رؤى تحليلية تسهم في بناء الإدراك الجماعي حول القضايا التي تمس الدولة والمجتمع، وفي هذا السياق، برزت العديد من الحسابات الأكاديمية والمثقفة على وسائل التواصل الاجتماعي كمنابر مؤثرة في نشر المعرفة وتعزيز الانتماء الوطني، ومن بينها **منصة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة علىX** ، التي تمثل نموذجًا للمحتوى الرصين الذي يسعى إلى توعية الجمهور بالقضايا الوطنية، ومن هنا **تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي " ما تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية"، وذلك من خلال تحليل محتوي لمنشورات أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) أنموذجاً:**

أهمية الدراسة:

يكتسب البحث في تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية أهمية بالغة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي العالمي، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية هي المصدر الوحيد للمعلومات، بل أصبحت وسائل الإعلام الجديد تؤدي دوراً محورياً في بناء الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، وهو ما يجعل لهذه الدراسة أهمية علمية وتطبيقية على حد سواء يمكن الإشارة إليهما فيما يلي:

أولًا: الأهمية العلمية

١. **إثراء الأدبيات العلمية حول الإعلام الجديد**
٢. **تحليل تأثير الشخصيات الأكاديمية والمثقفة بمنصات الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي**
٣. **ربط الإعلام الجديد بالنظريات الاتصالية والاجتماعية**
٤. **تقديم نموذج تحليلي لقياس فاعلية المحتوى الرقمي**

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

١. **تقديم توصيات لصناع المحتوى الأكاديمي والإعلاميين**
٢. **تعزيز دور الإعلام الجديد في نشر الوعي الوطني.**
٣. **مساعدة المؤسسات الحكومية والإعلامية في صياغة سياسات إعلامية رقمية**
٤. **تطوير استراتيجيات تفاعل أكثر فاعلية مع الجمهور**
٥. **إفادة الباحثين وصناع القرار في مجال الإعلام الرقمي**

الدراسات السابقة

(١) **سحر هاشم عز الدين (٢٠٢٥)، دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدي الشباب، المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمى.**[١]

تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم المواقع بالنسبة للشباب للحصول على المعلومات، فضلاً عن التعرف على مدى معرفة الشباب بمفهوم المواطنة الرقمية ودرجة وعي الشباب بمحاور المواطنة الرقمية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وتم الاستعانة بأداة الاستبيان، وقد أُجريت الدراسة على عينة عددها (٤٠٠) طالب وطالبة من جامعة سوهاج، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: يجب أن تقوم الجامعة بزيادة حملات التوعية لطلابها من خلال مخاطر استخدام الإنترنت، يجب عقد المزيد من الندوات لتعريف مفهوم المواطنة الرقمية، واكتساب الشباب الوعي الكافي بأهمية التفكير فيما ينشرونه عبر صفحاتهم.

(٢)دراسة خلود عبدالله ملياني (٢٠٢٤). فاعلية الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية السعودية في تسويق الهوية الوطنية.[٢]

سعت هذه الدراسة للتعرف على فاعلية الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية في تسويق الهوية الوطنية، في حين هدفت الدراسة إلى تحليل

---

[١] سحر هاشم عز الدين ,، (٢٠٢٥)، دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدي الشباب، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*.(5)*5* ,

[٢] خلود عبدالله ملياني وآخرون. (٢٠٢٤). فاعلية الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية السعودية في تسويق الهوية الوطنية *:The 1st Media Innovation* . *Opportunities and Challenges*.

الأنشطة الاتصالية المستخدمة لوزارة الخارجية السعودية وشملت عينة من التغريدات خلال شهر سبتمبر٢٠٢٢م ، ومن النتائج التي تم التوصل إليها أن الحساب الرسمي لوزارة الخارجية للمملكة العربية السعودية يحظى بأهمية كبيرة لكونه النافذة الرسمية للمملكة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة منصة إكس ، من نتائج الدراسة فعالية استخدام نموذج رولر في مجال الدبلوماسية الرقمية وتبين ذلك من خلال إجادة موقع وزارة الخارجية للاستراتيجيات الاتصالية، وتمثلت أهم الأهداف والاستراتيجيات التي ارتكزت عليها الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية للمملكة العربية السعودية هي استراتيجيتي الإعلام والإقناع، والتي هي من أولويات الموقع الرسمي للوزارة الخارجي

(٣) دراسة صفية بنت إبراهيم عبد الكريم (٢٠٢٣) فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية[٣]

استهدفت الدراسة التعرف على فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة بالتطبيق على مبادرة السعودية الخضراء والشرق الأوسط الأخضر، وقد اعتمدت على منهج المسح التحليلي باستخدام صحيفة تحليل مضمون تم تطبيقها على عينة من تغريدات بعض المؤسسات الحكومية تمثلت في حساب وزارة الطاقة ووزارة البيئة والمياه والزراعة، وتوصلت الدراسة إلى أن عرض نتائج المبادرات جاء في مقدمة جوانب القضايا الرئيسية والتي تتعلق بصفة رئيسية بالتنمية والمحافظة على البيئة بنسبة ١٨.٣%، يليها الاجتماعات بين المسئولين بنسبة ١٦.٧%، وجاء "زراعة الأشجار في جميع أنحاء المنطقة داخل المملكة وخارجها" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات السعودية بنسبة ١٩.١%، يليها كل من " استصلاح الأراضي المتدهورة"، و"النظافة والاهتمام بالبيئة" بنسبة ١٢.٤%، كما جاء في مقدمة الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات الحكومية " إعلام الجمهور بما يتم تنفيذة من مشروعات تنموية" بنسبة ٦٠.٨% ثم " تبصير الجمهور بأنشطة الأجهزة الحكومية التي تقوم بها " بنسبة ٥٧.%

[٣] صفية بنت ابراهيعبد الكريم" .فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.718-676 :(2023) 11.2 *Journal of Arts* ".

(٤) دراسة نهى حلمي السيد أحمد، (٢٠٢٢). :دور الإعلام الجديد في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي كإطار من أطر التنشئة السياسية.[٤]

تناولت الدراسة تأثير الإعلام الجديد على التنشئة السياسية وإعادة تشكيل الوعي المجتمعي في ظل التطورات التكنولوجية المتسارع، واستخدمت الدراسة منهجية تحليلية قائمة على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة حول تأثير الإعلام الجديد على الوعي المجتمعي، كما استندت إلى تحليل المحتوى ودراسة تأثير وسائل الإعلام الحديثة، خاصة منصات التواصل الاجتماعي، على تشكيل الآراء السياسية والسلوك المجتمعي. **وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها : أن** الإعلام الجديد يؤدى دورًا محوريًا في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي، من خلال نشر المعلومات والتأثير على توجهات الأفراد، كما أثبتت النتائج أن هناك تأثيرات سلبية للإعلام الجديد، مثل نشر الأخبار الزائفة، وتعزيز الاستقطاب المجتمعي، وخلق فجوة بين السلطة والمواطنين، خاصة الشباب.

(٥) راغب محمد عطا، سلامة علي، نور الدين أمين، (٢٠٢١)، دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري "الإرهاب الإلكتروني نموذجًا"،[٥]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المجتمعي نحو قضايا مكافحة الإرهاب وتأثيرها على الأمن القومي ومدى إدراك المجتمع وخاصة الشباب وطلاب الجامعات لأهم المخاطر التي تهدد الأمن القومي ، من خلال تناول الدراسة لعدة موضوعات وكانت أهمها ظاهرة الإعلام الجديد، **وهدفت** هذه الدراسة إلى تحليل دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري، مع التركيز على الإرهاب الإلكتروني كنموذج للدراسة

وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة اعتماد المجتمع الآن وخاصة الشباب منهم على الفضائيات المصرية الخاصة كأهم مصادر للمعلومات حول قضايا الإرهاب وخاصة الإرهاب الإلكتروني وتأثيرها على الأمن القومي، **وأظهرت** الدراسة أن

---

[٤] نهى حلمي السيد أحمد، (٢٠٢٢)، دور الإعلام الجديد كأحد أطر التنشئة السياسية في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد ٢٨، العدد ٢، أبريل ٢٠٢٢، ص ١٨٠-٢٢٥.

[٥] راغب محمد عطا، أ.، سلامة علي، ج.، &نور الدين أمين، إ، (٢٠٢١)، دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري "الإرهاب الإلكتروني نموذجًا"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ١٢(٤)، ١١٧-١٤٣.

الشباب يعتمدون بشكل متزايد على القنوات الفضائية المصرية الخاصة ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للمعلومات حول قضايا الإرهاب الإلكتروني.

(٦) دراسة شعاع الجاسر (٢٠٢٠) الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي (تويتر) في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية.[٦]

تهدف هذه الدراسة إلى تعرف دور وسائل الإعلام الجديد وتحديداً وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل وعي الشباب السعودي الجامعي تجاه القضايا السياسية، وتعد هذه الدراسة إحدى الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، وذلك بتطبيق الاستبانات على عينة بلغ قوامها ٤٩٧ من طلاب المرحلة الجامعية وطالباتها، وكان من أهم نتائجها: أن أفراد العينة يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه الحسابات للحصول على المعرفة السياسية، وأن أهم المميزات التي دفعتهم للاعتماد عليها هي سرعة الحصول على الأخبار وسهولته، في حين كانت تنمية الثقافة السياسية وفهم الأحداث الحاصلة حولنا هي أهم الأهداف التي من أجلها يعتمد أفراد العينة على الحسابات الإخبارية على تويتر، وكان من أهم نتائج متابعة هذه الحسابات على تشكيل الوعي السياسي لديهم أنها قد زادت بشكل كبير من رغبة أفراد العينة في تنمية معرفتهم السياسية ودفعتهم نحو المشاركة بآرائهم حيال الموضوعات السياسية.

(٧) ياس خضير البياتي، (٢٠١٨)، الإعلام الجديد وإشكاليات الوعي الاجتماعي بالمتغيرات السياسية في الوطن العربي: رؤية مستقبلية.[٧]

تناولت الدراسة ظاهرة الإعلام الجديد باعتبارها نمطًا إعلاميًا مستحدثًا يختلف عن النظم الإعلامية التقليدية، حيث يتميز بالتفاعلية، وتجزئة الاتصال، والتنقل، واستخدام الوسائط المتعددة، واستهدف البحث إلى التعرف على مفهوم الإعلام

---

[٦] شعاع الجاسر، (٢٠٢٠)، الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي (تويتر) في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*.184-141 ,(151)*38* ,

[٧] ياس خضير البياتي، (٢٠١٨)، الإعلام الجديد وإشكاليات الوعي الاجتماعي بالمتغيرات السياسية في الوطن العربي: رؤية مستقبلية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٢١، ص ١١.

الجديد وخصائصه، والعوامل التي ساهمت في ظهوره وتطوره، بالإضافة إلى دراسة الوسائل التقنية المستخدمة في نقل الرسائل الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج العلمي لدراسة ظاهرة الإعلام الجديد كمجال مستقل يتمتع بسمات مميزة، لكنه مرتبط بالمجتمع والسياق السياسي والاقتصادي والتقني، تم تحليل التغيرات الكبرى في المنطقة العربية من منظور إعلامي، مع التركيز على دور وسائل الإعلام الجديدة في التأثير على الأحداث السياسية والاجتماعية، وأكدت النتائج أن الإعلام الجديد إلى إحداث تحول كبير في عمليات الاتصال، حيث أصبح الاتصال عملية غير خطية وديناميكية، تتفاعل فيها جميع العناصر.

(٨) رضا عبد الواجد، "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني"[٨]

تناولت دراسة عبد الواجد (٢٠١٨) مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة، حيث استخدمت منهج المسح والمنهج الاستقرائي للإجابة على تساؤلات الدراسة، وشملت العينة ٢٥٠ فردًا من مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد في مملكة البحرين، توصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة، ويعاني من قصور في التوعية والتثقيف بهذه القضايا، كما اعتبر المبحوثون أن شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد ليست الوسيلة الأنسب للتوعية والتثقيف بشأن التنمية المستدامة، وأوضحت النتائج أن أبرز القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة التي تناولها الإعلام الجديد كانت الحفاظ على الموارد الطبيعية، وحماية البيئة، وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام، وتحقيق معدلات تنمية اجتماعية متوازنة، كما بينت الدراسة أن مستوى الثقة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة يعتمد على مدى التوثيق الرسمي لحسابات الشخصيات العامة أو المؤسسات الدولية ومنظمات المجتمع المدني، بالإضافة إلى دور المؤسسات الإعلامية التقليدية في تعزيز مصداقية المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي.

[٨] رضا عبد الواجد، "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٤٠، أبريل/يونيو ٢٠١٨.

التعليق على الدراسات السابقة

تمثل الدراسات السابقة ركيزة أساسية لدراستنا، حيث توفر إطارًا مرجعيًا يساعد في فهم أبعاد الموضوع البحثي وتحديد الفجوات العلمية التي تسعى دراستنا إلى معالجتها. وقد كشفت مراجعة الدراسات السابقة عن تباين في التوجهات البحثية، من حيث الأهداف، والإجراءات المنهجية، والعينات، مما أسهم في تقديم صورة متكاملة عن تطور البحث في هذا المجال، فمنها ما ركز على دور منصات التواصل الاجتماعي، مثل تويتر، في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، كما هو الحال في دراسة الجاسر (٢٠٢٠)، ومنها ما تناول تأثير الإعلام الجديد في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي ضمن إطار التنشئة السياسية، كما هو موضح في دراسة أحمد (٢٠٢٢). كما تطرقت بعض الدراسات إلى تأثير الإعلام الجديد في تشكيل الديمقراطية غير المنظمة ومخاطر فقدان المصداقية، كما ورد في دراسة البياتي (٢٠١٨). ولم تقتصر الدراسات على الجانب الاجتماعي أو السياسي فحسب، بل امتدت إلى قضايا الأمن القومي ومكافحة الإرهاب، حيث تناولت دراسة خلود عبد الله ملياني(٢٠٢٤) فاعلية الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية السعودية في تسويق الهوية الوطنية، و القحطاني دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بمخاطر الإرهاب، ومنها ما ركز على قضايا وطنية كالتنمية المستدامة ورؤية المملكة ٢٠٢٣ مثل دراسة صفية بنت إبراهيم عبد الكريم (٢٠٢٣) فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.

١-أوجه الاتفاق في الإجراءات المنهجية

- تتشابه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج (الوصفي التحليلي) في العديد من الدراسات مما يعكس اعتماد الباحثين على الأساليب العلمية المناسبة لدراسة الظاهرة.
- تعتمد معظم الدراسات السابقة على أدوات جمع البيانات مثل الاستبيان، تحليل المحتوى، ، وهو ما يتقاطع مع دراستنا في طريقة جمع البيانات .
- استخدمت بعض الدراسات نظرية عليمة من نظريات تأثير وسائل الإعلام للاستناد عليها في بناءها النظري حيث اعتمدت دراستنا أيضاً على نظرية تدفق المعلومات ونظرية التفاعل الاجتماعي لمناسبتهما للدراسة.

٢-أوجه الاختلاف في الإجراءات المنهجية

- تختلف دراستنا عن بعض الدراسات السابقة في حجم العينة أو طريقة اختيارها، حيث ركزت بعض الدراسات على)عينة عشوائية، متحيزة، طلاب جامعيين، إعلاميين، مستخدمي منصات إلكترونية، إلخ(، في حين أن دراستنا استهدفت عينة تحليلية من منشورات صفحة أ.د/ خالد الشريدة على منصة (X) بينما استخدمت بعض الدراسات منهجًا كيفيًا فقط أو كمياً فقط في تحليل البيانات، في حين أن دراستنا تجمع بين الكمي والكيفي مما يضفي بُعدًا تحليليًا مختلفًا.
- لم تتطرق بعض الدراسات السابقة إلى جوانب معينة متعلق بالدراسة، مثل تأثير وتحليل التفاعل مع الوسائل الإعلامية، وهو ما تركز عليه دراستنا لتعزيز الفجوة البحثية.

نظرية الدراسة

تتناول الدراسة الحالية موضوع **"تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية "**من خلال تحليل محتوى منشورات **أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة** على منصة .**(X)**وبناءً على ذلك، فقد استند الباحث في الإطار النظري للدراسة على نظريتين هما (نظرية **التدفق المعلوماتي** و**نظرية التفاعل الاجتماعي) حيث** يعتبرا إطارًا نظريًا متكاملًا يمكن من خلاله تحليل آليات انتقال المعلومات عبر الإعلام الجديد وتأثيرها على تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية وتفاعل الجمهور معها :

١- نظرية التدفق المعلوماتي(Information Flow Theory)

◆نظرية التدفق المعلوماتي على مرحلتين (Two-Step Flow of Information Theory)هي نموذج اتصالي اقترحه الباحثان بول لازارسفيلد وإليهو كاتز في أربعينيات القرن العشرين، يوضح كيفية انتقال المعلومات والتأثير الإعلامي في المجتمع .تُشير النظرية إلى أن المعلومات لا تنتقل مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجمهور العام، بل تمر عبر مرحلتين أساسيتين:

١. **المرحلة الأولى :**تصل المعلومات من وسائل الإعلام إلى **قادة الرأي**، وهم أفراد يتابعون وسائل الإعلام بانتظام ويتمتعون بمكانة اجتماعية تجعلهم مؤثرين في محيطهم.
٢. **المرحلة الثانية :**يقوم قادة الرأي بنقل هذه المعلومات وتفسيرها لأفراد آخرين في المجتمع، مما يؤثر على آرائهم وسلوكياتهم.

فروض النظرية:

- **التأثير غير المباشر لوسائل الإعلام :**تفترض النظرية أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ليس مباشراً، بل يتم عبر وسطاء (قادة الرأي) ينقلون المعلومات إلى محيطهم الاجتماعي.
- **دور قادة الرأي :**يُعتبر قادة الرأي حلقة وصل أساسية بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث يقومون بتفسير وتوجيه المعلومات وفقاً لخبراتهم ومكانتهم الاجتماعية.
- **التفاعل الاجتماعي في نقل المعلومات :**تُبرز النظرية أهمية العلاقات الاجتماعية والتفاعلات الشخصية في عملية نقل المعلومات والتأثير الإعلامي.

تُبيّن هذه النظرية أن التأثير الإعلامي يعتمد بشكل كبير على البنية الاجتماعية والتفاعلات بين الأفراد، مما يُقلل من فرضية التأثير المباشر والفوري لوسائل الإعلام على الجمهور.

أهمية النظرية:

قدمت هذه النظرية تحولاً في فهم تأثير وسائل الإعلام، حيث أكدت على أن التأثير ليس قوياً ومباشراً كما كان يُعتقد سابقاً، بل هو محدود ويعتمد على التفاعلات الاجتماعية وقادة الرأي .هذا الفهم ساهم في تطوير دراسات الاتصال والإعلام نحو التركيز على دور العلاقات الاجتماعية والشخصية في عملية التأثير الإعلامي.

انتقادات النظرية:

على الرغم من إسهاماتها، تعرضت النظرية لعدة انتقادات، أبرزها:

- **تبسيط عملية الاتصال :**يرى بعض الباحثين أن النظرية تبسط عملية الاتصال والتأثير الإعلامي، حيث قد تتضمن هذه العملية مراحل وخطوات أكثر تعقيداً.
- **تغير دور قادة الرأي :**مع تطور وسائل الإعلام وتعدد مصادر المعلومات، قد يكون دور قادة الرأي أقل تأثيراً مما افترضته النظرية في السابق.
- **عدم مراعاة التأثيرات المباشرة :**تُغفل النظرية إمكانية حدوث تأثيرات مباشرة لوسائل الإعلام على الجمهور دون الحاجة لوساطة قادة الرأي.

٢- نظرية التفاعل الاجتماعي(Social Interaction Theory)

◆نظرية التفاعل الاجتماعي (Social Interaction Theory) تُعنى بدراسة كيفية تفاعل الأفراد والجماعات داخل المجتمع، وتأثير هذه التفاعلات على السلوكيات والعلاقات الاجتماعية .تُعتبر هذه النظرية من الركائز الأساسية في علم الاجتماع، حيث تسلط الضوء على العمليات والأنماط التي تنشأ من خلال التفاعلات اليومية بين الأفراد.

مفهوم التفاعل الاجتماعي:

يُعرَّف التفاعل الاجتماعي بأنه العملية التي يتبادل فيها الأفراد أو الجماعات الأفعال والاستجابات، مما يؤدي إلى تعديل سلوكهم أو مواقفهم بناءً على تلك التفاعلات . يُعد التفاعل الاجتماعي جوهريًا في بناء العلاقات الاجتماعية وتشكيل الهياكل المجتمعية.

نظريات التفاعل الاجتماعي:

توجد عدة نظريات تفسر التفاعل الاجتماعي، أبرزها:

١. **نظرية التفاعلية الرمزية :(Symbolic Interactionism)** تركز هذه النظرية على دور الرموز واللغة في التفاعل الاجتماعي، حيث يُفسر الأفراد العالم ومعانيه من خلال التفاعلات الرمزية مع الآخرين.
٢. **نظرية التبادل الاجتماعي :(Social Exchange Theory)** تنظر إلى التفاعل الاجتماعي كمجموعة من التبادلات التي يسعى الأفراد من خلالها لتحقيق مكاسب وتقليل التكاليف.
٣. **نظرية الدور :(Role Theory)** تُركز على الأدوار الاجتماعية التي يتبناها الأفراد وكيفية تأثيرها على سلوكهم وتفاعلاتهم.

أولًا: ملاءمة نظرية التدفق المعلوماتي

- تفسر النظرية **كيفية انتقال المعلومات** وانتشارها بين المستخدمين عبر الإعلام الجديد.
- تساعد في تحليل **وصول وتأثير** منشورات **أ.د. خالد الشريدة** على الجمهور، ومدى انتشار القضايا الوطنية.
- توضح دور الإعلاميين والمؤثرين في نقل المعلومات عبر التدفق الأحادي أو الثنائي الاتجاه.
- تتيح قياس تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية.

ثانيًا: ملاءمة نظرية التفاعل الاجتماعي

- تركز النظرية على **التفاعل الرقمي** كعامل أساسي في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- تساعد في فهم **كيفية استجابة الجمهور** لمنشورات القضايا الوطنية عبر التعليقات والمشاركة.
- تفسر دور النقاشات الرقمية في **تعزيز أو تعديل الاتجاهات الاجتماعية** نحو القضايا المطروحة.
- توضح كيف يسهم الجمهور نفسه في **إعادة إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي** عبر التفاعل مع المنشورات.

دمج النظريتين في الدراسة

- تعكس **نظرية التدفق المعلوماتي** آلية **نشر المعلومات** عبر منصة **.(X)**
- تقدم **نظرية التفاعل الاجتماعي** إطارًا لفهم **كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى** وتأثيره على الوعي الاجتماعي.
- يوفر الجمع بين النظريتين تحليلًا شاملًا لأثر الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، من خلال دراسة عملية **نشر المعلومات والتفاعل معها داخل الفضاء الرقمي.**

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، من خلال دراسة وتحليل محتوى منصة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة

علىX ، ولتحقيق هذا الهدف الرئيس، تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١. **تحليل طبيعة المحتوى المنشور على المنصة**

التعرف على أنواع المحتوى الذي يقدمه أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة (نصوص، صور، فيديوهات، إنفوجرافيك) ومدى استخدام كل نوع في معالجة القضايا الوطنية.

٢. **تحديد أبرز الموضوعات الوطنية التي يتم تناولها**

رصد أكثر القضايا الوطنية تداولًا في منشورات المنصة، مثل القضايا الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية، أو القضايا المتعلقة بالهوية الوطنية.

٣. **قياس مستوى تفاعل الجمهور مع المحتوى**

تحليل مدى تفاعل المتابعين مع المنشورات من حيث عدد الإعجابات، التعليقات، وإعادة النشر، وذلك لفهم درجة اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

٤. **دراسة تأثير المحتوى على تشكيل الوعي الاجتماعي**

التحقق من كيفية تأطير المحتوى وطريقة تقديمه وتأثير ذلك على وعي الجمهور بالقضايا الوطنية.

٥. **تحليل استراتيجيات الاتصال الرقمي المستخدمة في المنصة**

الكشف عن الأساليب الاتصالية التي يعتمدها أ.د، خالد بن عبد العزيز الشريدة في طرح القضايا الوطنية، ومدى فعاليتها في إيصال الرسالة للجمهور المستهدف.

٦. **تحديد العلاقة بين طبيعة المحتوى ومستوى التفاعل**

البحث في مدى تأثير نوعية المحتوى (التثقيفي، التحليلي، التوجيهي) على حجم ونوع التفاعل الجماهيري معه.

٧. **اقتراح توصيات لتفعيل دور المنصات الأكاديمية في نشر الوعي الوطني**

تقديم مقترحات عملية حول كيفية توظيف الإعلام الجديد بشكل أكثر فاعلية لخدمة القضايا الوطنية وتعزيز دور الأكاديميين والمثقفين في المجال الرقمي.

أسئلة الدراسة

تسعي الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم منشورات أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة X في تعزيز الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها، وهي:

١. ما هي أبرز الموضوعات الوطنية التي يتناولها أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة في منشوراته؟
٢. ما هي العناصر الاتصالية الأكثر شيوعًا من المحتوى المستخدم في معالجة القضايا الوطنية (نصوص، صور، فيديوهات، إنفوجرافيك)؟
٣. كيف يتم تأطير القضايا الوطنية في منشورات المنصة؟)مثلاً: هل يتم تقديمها بأسلوب تحليلي، نقدي، توجيهي، أو إخباري؟
٤. ما طبيعة تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور.
٥. ما هي أبرز استراتيجيات الاتصال الرقمي التي يعتمدها أ.د، خالد في تقديم القضايا الوطنية؟
٦. ما مدى تأثير المحتوى المنشور على تشكيل وعي الجمهور بالقضايا الوطنية؟
٧. ما هي أبرز التحديات التي تواجه توظيف الإعلام الجديد في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية؟
٨. كيف يمكن توظيف المنصات الأكاديمية بشكل أكثر فاعلية في نشر الوعي الوطني عبر الإعلام الجديد؟

نوع الدراسة ومنهجها

أولًا: نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تستهدف وصف خصائص الظاهرة محل الدراسة ونوعيتها وطبيعة العلاقة بن متغيراتها والوصول إلي نتائج تفسر العلاقات بن هذه المتغيرات والتحليل والربط وتفسير البيانات وتصنيفها وقياسها واستخلاص النتائج منها[٩]، إذ تسعى إلى وصف وتحليل دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، من خلال دراسة وتحليل محتوى منشورات منصة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة علىX ، وتعتبر الدراسات الوصفية من أكثر أنواع الدراسات استخدامًا في مجال الإعلام

[٩] محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية ، ط٣ (القاهرة : دار الفجر، ٢٠٠٦) ص٧٨

والاتصال، خاصة عند تحليل الظواهر الاجتماعية والاتصالية وتأثيراتها على الأفراد والمجتمع.

ثانيًا: منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج المناسب لدراسة الظواهر الإعلامية من خلال تحليل مضمونها واستنتاج أنماطها واتجاهاتها[١٠]، ويتم تطبيق هذا المنهج باستخدام الأساليب التالية:

١. **تحليل المحتوى الكمي والكيفي**

- **التحليل الكمي** :يهدف إلى قياس عدد وتكرار المنشورات الموجودة بالصفحة على منصة (X)، وتحديد أنواع المحتوى المستخدمة (نصوص، صور، فيديوهات، إنفوجرافيك)، بالإضافة إلى تحليل معدلات التفاعل الجماهيري (الإعجابات، التعليقات، إعادة النشر).
- **التحليل الكيفي** :يهتم بفهم الرسائل الضمنية والصريحة في المنشورات، وتحليل أسلوب الطرح، ومدى تأثيره على تشكيل وعي الجمهور بالقضايا الوطنية.

٢. **المقارنة والتفسير**

- مقارنة طبيعة المحتوى واتجاهاته ببحوث ودراسات سابقة لفهم مدى انسجامه مع الاتجاهات الإعلامية الحديثة.
- تفسير مستويات التفاعل الجماهيري مع المحتوى وعلاقته بأساليب الاتصال الرقمي المستخدمة في المنصة.

أدوات جمع البيانات في الدراسة

تعد أدوات جمع البيانات من الركائز الأساسية التي يعتمد عليها البحث العلمي لاستخلاص النتائج وتحليل الظواهر المدروسة بشكل دقيق ومنهجي،[١١] ونظرًا لطبيعة هذه الدراسة التي تهدف إلى تحليل تأثير الإعلام الجديد، ممثلًا في منصة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة علىX ، على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، فقد تم اختيار الأدوات البحثية المناسبة التي تُمكّن الباحث من الوصول إلى بيانات دقيقة تسهم في تحقيق أهداف الدراسة.

[١٠] محمد عبد الحميد، البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية، دار الكتب،٢٠١٥،ص٢١٢

[١١] محمد منير حجاب، مرجه سابق ص ١٤٧

أولًا: أداة تحليل المحتوى(Content Analysis Tool)

يُعتبر **تحليل المحتوى** من أكثر الأدوات شيوعًا في الدراسات الإعلامية، لا سيما عند تحليل الرسائل الاتصالية في وسائل الإعلام المختلفة، سواء التقليدية أو الرقمية، ويُستخدم تحليل المحتوى في هذه الدراسة لفهم طبيعة المحتوى الذي يقدّمه أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصته الرقمية، من حيث الموضوعات المطروحة، أساليب الطرح، وأنماط التفاعل الجماهيري.

١- التحليل الكمي للمحتوى يُركّز هذا النوع من التحليل على قياس التكرارات والنسب العددية للمحتوى الإعلامي المنشور، وفقًا لمجموعة من الفئات المحددة سلفًا، ويشمل ذلك عدة فئات رئيسية منها:

- **عدد المنشورات -أنواع المحتوى المستخدم** (نصوص، صور، فيديوهات، إنفوجرافيك) - **مدى تكرار الموضوعات الوطنية - تحليل أنماط التفاعل الجماهيري- تحليل الكلمات المفتاحية والتعبيرات المتكررة.)**

٢- التحليل الكيفي للمحتوى

يهتم التحليل الكيفي بفهم **الدلالات العميقة والرسائل الضمنية** في المنشورات، وذلك من خلال:

- **تحليل الأسلوب الاتصالي** المستخدم في عرض القضايا الوطنية (لغة رسمية، أسلوب حواري، نبرة تحفيزية، لغة علمية، لغة شعبية).
- **تحديد الأطر الإعلامية المستخدمة** في تشكيل الخطاب الوطني،
- **تحليل اتجاهات المنشورات،** وهل يغلب عليها الطابع الإخباري، التوعوي، النقدي، التحليلي، أم الدعائي؟
- **دراسة تأثير المحتوى على الجمهور** من خلال تحليل استجابات المتابعين في التعليقات، وما إذا كانت تحمل ردود فعل إيجابية، سلبية، أو محايدة
- **رصد اتجاهات الحوار والنقاشات المتولدة عن المنشورات**)هل تتوسع إلى نقاشات أعمق حول القضايا الوطنية أم تظل سطحية؟
- **مقارنة مستوى التفاعل في الفترات الزمنية المختلفة** لمعرفة ما إذا كان هناك زيادة أو تراجع في التفاعل الجماهيري مع القضايا الوطنية المطروحة.

عينة الدراسة

تُعد العينة عنصرًا جوهريًا في أي دراسة علمية، حيث تُتيح للباحث إمكانية **جمع بيانات دقيقة وموضوعية** تعكس طبيعة المجتمع البحثي بشكل يمثل الواقع قدر الإمكان، ولأن هذه الدراسة تسعى إلى تحليل تأثير الإعلام الجديد، ممثلًا في **منصة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة علىX** ، على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية،

نظرًا لأن هذه الدراسة تحليلية وتعتمد على **تحليل المحتوى**، فإن **عينة الدراسة** تتمثل في **حصر شامل للمنشورات الموجودة على صفحة أ.د، خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة X** خلال **ثلاثة أشهر**، وتحديدًا خلال الفترة الممتدة من **١ يناير ٢٠٢٥ وحتى ٣١ مارس ٢٠٢٥.**

أولًا: مبررات اختيار العينة

تم تحديد هذه العينة وفقًا لعدة اعتبارات علمية ومنهجية، أبرزها:

١. **تمثيل حديث ومتجدد للمحتوى**، حيث تغطي العينة فترة زمنية معاصرة تشهد تطورات وطنية واجتماعية مهمة.
٢. **تحقيق الدقة والموضوعية**، إذ يتيح تحليل المنشورات خلال ثلاثة أشهر دراسة التغيرات في الخطاب الإعلامي والأنماط التفاعلية للجمهور.
٣. **ضبط الإطار الزمني** لضمان التركيز على المنشورات التي تعكس القضايا الوطنية الراهنة خلال فترة الدراسة.
٤. **توفير حجم كافٍ من البيانات** لإجراء تحليل شامل لمحتوى المنشورات ومدى تأثيرها على الوعي الاجتماعي.

ومن خلال اجراء الدراسة باستخدام أسلوب الحصر الشامل يمكن تحقيق الآتي:

١. **قياس الاتجاهات الراهنة** في الخطاب الإعلامي الوطني على منصة.X
٢. **تحليل دور الشخصيات العامة في تشكيل الرأي العام** عبر الإعلام الجديد.
٣. **فهم مدى تأثير المحتوى الرقمي في تعزيز الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية.**
٤. **تحديد أبرز القضايا الوطنية التي تحظى بتفاعل الجمهور** ومدى ارتباطها بالواقع الاجتماعي والسياسي.

إجراءات الثبات والصدق في الدراسة

تُعد مسألتا الثبات والصدق من أهم الركائز العلمية التي تضمن موثوقية ودقة نتائج الدراسة، لا سيما في الدراسات التحليلية التي تعتمد على تحليل المحتوى كمنهج أساسي، لذلك، تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات المنهجية لضمان تحقيق أعلى درجات الثبات والصدق في هذه الدراسة، والتي تسعى إلى تحليل تأثير الإعلام الجديد على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية من خلال منشورات **أ.د، خالد الشريدة** على منصة X خلال الفترة من **15ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١٥ مارس ٢٠٢٥**.

أولًا: إجراءات الثبات

يعني **الثبات** في تحليل المحتوى إمكانية الوصول إلى نفس النتائج عند إعادة التحليل باستخدام نفس المعايير والمنهجية، سواء من قبل الباحث نفسه في أوقات مختلفة أو من قبل باحثين آخرين، ولتحقيق ذلك، تم الاعتماد على الإجراءات التالية:

١- الثبات عبر إعادة التحليل(Test-Retest Reliability)

- قام بإعادة تحليل عينة عشوائية من المنشورات)تمثل ١٠% من إجمالي العينة) بعد أسبوعين من التحليل الأول، وتم مقارنة النتائج للتأكد من تطابق التصنيفات والمعايير المستخدمة.
- تم اعتماد النتائج حيث بدا توافقًا كبيرًا بين التحليلين، مما يشير إلى ثبات الأداة التحليلية.

٢- الثبات بين المحللين(Inter-Coder Reliability)

- سم اختيار محللين مستقلين (عدد ٢) ممن لديهم خبرة في تحليل المحتوى الإعلامي، وسيتم تدريبهم على معايير التصنيف المعتمدة في الدراسة.
- قام كل محلل بتحليل عينة عشوائية من المنشورات، ثم تتم مقارنة النتائج بين المحللين للتأكد من اتساق التصنيفات.
- تم حساب معامل الاتفاق بين المحللين باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، للتأكد من حصول التحليل على نسبة اتفاق تتجاوزت 0.85، وهي نسبة عالية تدل على اتساق التصنيفات ودقة المعايير.

ثانيًا: إجراءات الصدق

يشير **الصدق** إلى مدى قدرة الأداة البحثية على قياس الظاهرة موضوع الدراسة بدقة، ولتحقيق الصدق في هذه الدراسة، تم الاعتماد على الإجراءات التالية:

١- الصدق الظاهري(Face Validity)

- تم عرض **أداة تحليل المحتوى** على **مجموعة من الخبراء المتخصصين** في الإعلام الرقمي وتحليل الخطاب الإعلامي، وذلك للتأكد من :
  - مدى ملاءمة الفئات التحليلية لموضوع الدراسة.
  - وضوح المعايير المستخدمة في تصنيف المحتوى.
  - التغطية الشاملة لمختلف أبعاد القضية المدروسة.
- بعد الحصول على ملاحظات الخبراء، تم إجراء تعديلات لضبط بعض التعريفات وتوضيح بعض المعايير.

المعالجة الإحصائية للدراسة

- نظرًا لأن هذه الدراسة تعتمد على تحليل المحتوى للمنشورات الإعلامية على منصة (X تويتر سابقًا) لتحديد دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، فسيتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية المناسبة لطبيعة البيانات، وذلك لتحقيق دقة في تحليل النتائج وتفسيرها وذلك عن طريق استخدام برنامج SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)لإجراء التحليلات الإحصائية المختلفة، نظرًا لقدرته على التعامل مع البيانات النصية والكمية، كمت سيتم استخدام برنامج Excel لإنشاء الجداول والرسوم البيانية التوضيحية لتسهيل عرض البيانات وتحليلها.

<u>الإطار العملي للدراسة:</u>

المقدمة:

لقد شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات جذرية في مجال الإعلام والاتصال، حيث برزت منصات الإعلام الجديد بوصفها قوة مهيمنة على وعي الأفراد والمجتمعات، متجاوزة في تأثيرها الوسائل التقليدية التي طالما شكّلت نواة نقل المعرفة وتوجيه الرأي العام. ومع تسارع وتيرة الابتكار التقني، اكتسب الإعلام الجديد أبعادًا جديدة ومؤثرة، إذ بات الفضاء الرقمي يُشَكِّل ركنًا أساسيًا في صياغة

الخطاب الثقافي والاجتماعي والسياسي، ومرآة تعكس ديناميات العصر الحديث وطموحات الشعوب وتحدياتها.

لقد امتازت هذه المنشورات بالتنوع في المحتوى والأسلوب، حيث وُظفت نصوصًا وصورًا ومقاطع فيديو بذكاء لنقل رسائل إعلامية تعكس اهتمامًا عميقًا بالقضايا الوطنية. ولعل اختيار منصة (X) تحديدًا يعكس الإدراك العميق لتغير أنماط الاستهلاك الإعلامي، إذ أضحت هذه المنصة ميدانًا مفتوحًا للنقاش والتحليل، ونافذة واسعة لتبادل الآراء.

إن هذا التحليل ينطلق من رؤية متكاملة تسعى إلى تسليط الضوء على الأبعاد المختلفة لمحتوى منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة، وذلك لفهم آليات التأثير الإعلامي في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية. ويتناول التحليل مختلف الجوانب، بدءًا من طبيعة المحتوى الإعلامي، مرورًا بالأساليب الإقناعية المستخدمة، وصولًا إلى التفاعل الجماهيري مع المنشورات، وما يُمكن أن يعكسه ذلك من تأثير حقيقي على إدراك المجتمع وتوجهاته.

بهذه الرؤية، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن أسئلة جوهرية تتمحور حول: كيف يمكن للإعلام الجديد أن يخلق خطابًا وطنيًا جامعًا؟ وما هي الأدوات والأساليب التي تُعزز من فعالية هذا الخطاب؟ وما مدى تأثيره في دفع عجلة الوعي الاجتماعي نحو التفاعل الإيجابي مع قضايا الوطن؟

جدول رقم (١) يوضح نوع المحتوى

نوع المحتوى	التكرار	النسبة المئوية(%)
نصي فقط	٢٦	29.88
صورة فقط	٦	6.89
فيديو فقط	٧	8.04
نص + صورة	٣٢	36.78
نص + فيديو	١٧	19.50
المجموع	٨٧	100.00

يتضح من توزيع أنواع المحتوى الذي قدمه الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة عبر منصة (X) أن التنوع في استخدام الوسائل الإعلامية كان سمة بارزة في أسلوب الطرح. فقد شكل المحتوى الذي يجمع بين النصوص والصور النسبة الأكبر (36.78%)، مما يعكس توجهًا نحو تحقيق توازن بين تقديم المعلومات التفصيلية وتحفيز التفاعل البصري. هذا النمط من المحتوى يُظهر إدراكًا لأهمية المزج بين النصوص التحليلية والصور التوضيحية، حيث تسهم الصور في جذب الانتباه وتعزيز الرسالة الإعلامية بينما يُوفر النص العمق المطلوب لفهم الموضوعات المطروحة.

على النقيض، جاء استخدام المحتوى النصي فقط بنسبة ٢٧.٥٩%، ما يُشير إلى أن الدكتور الشريدة يلجأ أحيانًا إلى تقديم المعلومات مباشرة دون الحاجة إلى وسائط إضافية. يُعزز هذا النوع من المحتوى التركيز على الرسائل التي تتطلب وضوحًا ودقة، خاصة في القضايا التي تحتاج إلى التحليل أو الشرح المفصل.

أما الفيديوهات، سواء كانت منفردة (٨.٠٤%) أو مدمجة مع النصوص (١٩.٥٠%)، فقد حظيت باهتمام خاص، وإن لم تكن الوسيلة الأكثر استخدامًا. يُظهر ذلك إدراكًا واضحًا لقوة الفيديو كأداة لنقل الأفكار المعقدة بشكل مُبسط وجذاب، مما يجعله خيارًا مثاليًا في بعض الحالات التي تتطلب التوضيح البصري أو التفاعل الديناميكي.

جدول رقم (٢) يوضح حجم المنشور النصي

حجم المنشور النصي	التكرار	النسبة المئوية(%)
قصير (أقل من ٥٠ كلمة)	45	51.72%
متوسط (٥٠ – ١٠٠ كلمة)	30	34.48%
طويل (أكثر من ١٠٠ كلمة)	12	13.79%
المجموع	٨٧	**100%**

يشير الجدول إلى أن غالبية المنشورات النصية التي قدمها الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) كانت ذات حجم قصير، إذ بلغت نسبتها ٥١.٧٢%. هذا الاختيار يعكس إدراك الكاتب لخصائص وسائل الإعلام الجديد، حيث يُفضل المستخدمون عادةً المحتوى المختصر الذي يقدم المعلومة بسرعة ووضوح. المنشورات القصيرة تلعب دورًا هامًا في جذب الانتباه ونقل الرسائل الفورية، خاصةً في منصات تتسم بتمرير سريع للمحتوى مثل.(X)

في المرتبة الثانية، جاءت المنشورات ذات الحجم المتوسط بنسبة ٣٤.٤٨%. هذه المنشورات تُظهر محاولة متوازنة لتقديم محتوى أكثر تفصيلًا دون الإخلال بخصائص الوسيلة المستخدمة. الحجم المتوسط يتيح مساحة أكبر للشرح أو التحليل البسيط، ما يجعله مثاليًا للقضايا التي تتطلب قدرًا من الإيضاح دون الإطالة التي قد تفقد القارئ تركيزه.

أما المنشورات الطويلة، التي تجاوزت ١٠٠ كلمة، فقد شكلت أقلية بنسبة ١٣.٧٩%. يعكس ذلك توجه الدكتور الشريدة إلى استخدام هذه المنشورات بحذر، ربما لتخصيصها للقضايا التي تحتاج إلى تحليل معمق أو تفسير شامل. وعلى الرغم من قلة هذه المنشورات، إلا أنها تسهم في تعزيز المحتوى الإعلامي بأبعاده المختلفة، وتوفر مساحة للتفاعل مع جمهور يهتم بالمناقشات المطولة والطرح التفصيلي.

جدول رقم (٣) يوضح الأسلوب المستخدم

الأسلوب المستخدم	التكرار	النسبة المئوية(%)
رسمي أكاديمي	20	22.99%
تحليلي نقدي	15	17.24%
تحفيزي توعوي	25	28.74%
توضيحي تعليمي	18	20.69%
ساخر أو تهكمي	٠	٠.٠
آخر (يحدد)	٩	١٠.٣٤
المجموع	٨٧	**100%**

يشير الجدول إلى تنوع الأساليب التي استخدمها الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة في منشوراته على منصة(X) ، مما يعكس فهمًا عميقًا لخصائص الجمهور المستهدف وأهمية تنويع الطرح الإعلامي.

الأسلوب التحفيزي التوعوي تصدر قائمة الأساليب بنسبة ٢٨.٧٤%. يعكس هذا التركيز على تحفيز الجمهور نحو التفكير في القضايا الوطنية والانخراط في الجهود المجتمعية. هذا النوع من الأساليب يهدف إلى غرس الشعور بالمسؤولية الوطنية وتعزيز الانتماء، وهو أمر أساسي في بناء وعي اجتماعي مستدام.

الأسلوب الرسمي الأكاديمي جاء في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٩٩%. يعكس هذا الأسلوب حرص الدكتور الشريدة على تقديم محتوى موثوق مدعوم بالحقائق العلمية والأطر النظرية. استخدام هذا الأسلوب يُظهر توجهًا نحو تقديم القضايا بأسلوب جاد ومؤسسي، مما يعزز من مصداقية الطرح ويجذب جمهورًا أكثر تخصصًا مثل الباحثين والأكاديميين.

الأسلوب التوضيحي التعليمي احتل نسبة ٢٠.٦٩%. هذا الأسلوب يُظهر اهتمامًا بتبسيط القضايا الوطنية وشرحها بشكل يسهل فهمه على شرائح أوسع من الجمهور، بما في ذلك الفئات غير المتخصصة. المنشورات ذات الطابع التعليمي تسهم في تمكين الجمهور من فهم القضايا المعقدة بأسلوب مبسط وسلس.

الأسلوب التحليلي النقدي، الذي شكّل نسبة ١٧.٢٤%، يُبرز قدرة الكاتب على مناقشة القضايا بعمق واستعراض زوايا متعددة لها. هذا النوع من الطرح يعزز من التفكير النقدي لدى الجمهور ويتيح لهم رؤية القضايا من منظور شامل ومُحكم.

من اللافت للنظر غياب الأسلوب الساخر أو التهكمي تمامًا. هذا يعكس التزام الدكتور الشريدة بأسلوب محترم وجاد في طرح القضايا، وهو ما يتماشى مع طبيعة المواضيع الوطنية الحساسة التي تستدعي تقديمها بأسلوب متزن.

جدول رقم (٤) يوضح وضوح الأسلوب

وضوح الأسلوب	التكرار	النسبة المئوية(%)
واضح جدًا	50	57.47%
واضح	35	40.23%
غامض جزئيًا	2	2.30%
غير واضح	٠	٠.٠
المجموع	٨٧	**100%**

يوضح الجدول مدى وضوح الأسلوب المستخدم في منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة(X) ، ويُظهر التزامًا كبيرًا بالوضوح في الطرح الإعلامي.

أكثر من نصف المنشورات (٥٧.٤٧%) صُنفت ضمن فئة **"واضح جدًا"**، مما يعكس قدرة الكاتب على التعبير بشكل مباشر ودقيق عن أفكاره. وضوح الأسلوب بهذا المستوى يُسهم في تسهيل فهم الجمهور للرسائل المطروحة، خاصة في سياق القضايا الوطنية التي تتطلب تقديمها بطريقة لا تحتمل اللبس.

النسبة الكبيرة الأخرى (٤٠.٢٣%) التي وصفت الأسلوب بأنه **"واضح "**تؤكد الاستمرارية في الحرص على إيصال الرسائل بشكل مفهوم، مع احتمال وجود بعض التفاصيل التي قد تتطلب تفكيرًا أعمق من الجمهور لاستيعابها. هذا يعكس التوازن بين تقديم المعلومات بشكل مبسط مع الحفاظ على مستوى من العمق الذي يناسب جمهورًا أكثر تخصصًا.

المنشورات التي وُصفت بأنها **"غامضة جزئيًا "**تشكل نسبة صغيرة جدًا (٢.٣٠%). قد تكون هذه المنشورات موجهة لجمهور محدد لديه خبرة مسبقة أو تعتمد على استخدام إشارات ضمنية لفهمها. ومع ذلك، تظل هذه النسبة هامشية ولا تؤثر على التوجه العام للوضوح.

من الجدير بالملاحظة عدم وجود منشورات **"غير واضحة "**بنسبة ٠%. هذا يُبرز الحرص الشديد على إيصال الرسالة الإعلامية بأعلى درجات الفهم الممكنة، مما يعكس التزامًا بمبادئ التواصل الفعال.

جدول رقم (٥) يوضح تصنيف القضية

تصنيف القضية	التكرار	النسبة المئوية(%)
سياسية	15	17.24%
اقتصادية	10	11.49%
اجتماعية	20	22.99%
مختلطة	٤٢	٤٨.٢٨
المجموع	٨٧	**100%**

يكشف الجدول الخاص بتصنيف القضايا المطروحة في منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) عن اهتمام متنوع وشامل بمجالات متعددة تعكس أبعادًا مختلفة للواقع الوطني.

القضايا الاجتماعية شكلت النسبة الأعلى (٢٢.٩٩%)، مما يدل على حرص الكاتب على التفاعل مع القضايا ذات البعد المجتمعي التي تؤثر على مختلف فئات الجمهور. هذا التصنيف يتماشى مع طبيعة المحتوى الذي يسعى إلى تعزيز الوعي الوطني والاجتماعي من خلال معالجة مشكلات تهم المواطن في حياته اليومية.

القضايا السياسية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (١٧.٢٤%)، مما يُظهر اهتمامًا بالموضوعات الاستراتيجية والسياسات العامة التي تؤثر في صنع القرار الوطني. تناول هذه القضايا يعكس وعيًا بأهميتها في تشكيل الوعي الجماهيري وتحفيز النقاش المجتمعي حولها.

القضايا الاقتصادية احتلت نسبة أقل (١١.٤٩%)، لكنها تظل جزءًا مهمًا من محتوى المنشورات. هذا التصنيف يعبر عن اهتمام الكاتب بتوضيح الجوانب الاقتصادية وتأثيرها على حياة الأفراد، خاصة في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية.

أما القضايا **"المختلطة"**، فهي تشكل الجزء الأكبر من المنشورات، مما يعكس الرغبة في تقديم محتوى يعالج القضايا من زوايا متعددة. تناول الموضوعات بطريقة شاملة يعكس وعيًا بترابط القضايا وتأثير كل منها على الآخر، مما يجعل المحتوى أكثر جاذبية وعمقًا.

التركيز على قضايا متعددة يُبرز تنوع اهتمام الكاتب وحرصه على تقديم محتوى يلامس مختلف جوانب الحياة الوطنية. هذا التنوع يساهم في تعزيز الوعي الشامل لدى الجمهور ويجعل المنشورات ملائمة لمجموعة واسعة من القراء بمختلف اهتماماتهم.

جدول رقم (٦) يوضح طبيعة القضية

طبيعة القضية	التكرار	النسبة المئوية(%)
داخلية	٧١	81.61
خارجية	٤	4.60
كليهما	١٢	13.79
المجموع	٨٧	**100%**

يعكس الجدول الخاص بطبيعة القضايا المطروحة في منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة تركيزًا واضحًا على الشأن الداخلي بنسبة ٨١.٦١%. هذا التركيز يبرز اهتمام الكاتب بالواقع المحلي، ورغبته في معالجة القضايا الوطنية ذات الصلة المباشرة بالمجتمع والمواطن. الاهتمام بالقضايا الداخلية يعكس أيضًا وعيًا بأهمية تعزيز الوعي المجتمعي بشأن التحديات والفرص التي تواجه الوطن، بالإضافة إلى دوره في بناء الشعور بالانتماء والمسؤولية الجماعية.

أما القضايا ذات الطبيعة "**الخارجية** "فقد كانت الأقل بنسبة ٤.٦٠%. ويشير هذا إلى أن الكاتب ينتقي بعناية المواضيع الخارجية التي يطرحها، وربما يقتصر ذلك على القضايا التي يكون لها تأثير مباشر على الشأن الداخلي أو تعكس صورة الدولة على المستوى الدولي.

القضايا "**المختلطة** "التي تمزج بين الجانبين الداخلي والخارجي شكلت نسبة ١٣.٧٩% من المحتوى. هذا يشير إلى وعي الكاتب بترابط القضايا المحلية والدولية في عصر العولمة، حيث أصبحت التحديات الداخلية في كثير من الأحيان مرتبطة بتغيرات خارجية.

بشكل عام، يتسم الطرح الإعلامي هنا بالتركيز على القضايا المحلية كأولوية، مع الانفتاح على السياق الدولي عند الحاجة. هذا التوازن يعكس إدراك الكاتب لأهمية

تخصيص الجزء الأكبر من النقاش لقضايا تمس المواطن بشكل مباشر، مع عدم إغفال الأبعاد الدولية التي تؤثر على الداخل.

جدول رقم (٧) يوضح أهمية القضية

أهمية القضية	التكرار	النسبة المئوية(%)
محورية ذات تأثير واسع	35	40.23%
مهمة بشكل كبير	30	34.48%
مهمة لكنها ليست الأكثر إلحاحًا	22	25.29%
غير مهمة	-	-
المجموع	٨٧	**100%**

الجدول الذي يوضح أهمية القضايا المطروحة في منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة يعكس التزامًا واضحًا بتسليط الضوء على الموضوعات التي تحظى بأهمية كبيرة على المستوى الوطني والمجتمعي. فقد جاءت القضايا "**المحورية ذات التأثير الواسع** "في الصدارة بنسبة ٤٠.٢٣%، مما يعكس حرص الكاتب على معالجة المواضيع التي تؤثر بشكل كبير على البنية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للدولة، وهي قضايا غالبًا ما تشكل محور النقاش العام وتستدعي اهتمام الجمهور.

القضايا "**المهمة بشكل كبير** "مثلت نسبة ٣٤.٤٨% من المنشورات، وهو ما يظهر التزام الكاتب بمناقشة القضايا ذات الأولوية العالية التي قد لا تكون بالضرورة محورية لكنها تساهم في تعزيز الوعي المجتمعي وإيجاد حلول للمشكلات القائمة.

أما القضايا "**المهمة لكنها ليست الأكثر إلحاحًا** "فقد جاءت بنسبة ٢٥.٢٩%، مما يعكس توازنًا في اختيار الموضوعات. حيث يسعى الكاتب إلى عدم إهمال القضايا التي قد تكون أقل إلحاحًا لكنها تستحق النقاش لتأثيرها على المدى البعيد.

الغياب التام للقضايا "**غير المهمة** "يُظهر نهجًا منهجيًا ودقيقًا في اختيار الموضوعات، حيث يركز الكاتب على تقديم محتوى يثري النقاش العام ويعزز الوعي بالقضايا الحيوية التي تمس حياة المواطنين بشكل مباشر.

جدول رقم (٨) يوضح درجة التفاعل مع المنشور

درجة التفاعل مع المنشور	التكرار	النسبة المئوية(%)
مرتفع جدًا (أكثر من ٤٠٠ تفاعل)	15	17.24%
مرتفع (١٠٠-٤٠٠ تفاعل)	30	34.48%
متوسط (٥٠-١٠٠ تفاعل)	25	28.74%
منخفض (أقل من ٥٠ تفاعل)	17	19.54%
المجموع	٨٧	**100%**

تحليل درجة التفاعل مع منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X)يعكس استجابة الجمهور لمحتواه الإعلامي ومدى تأثيره على المستخدمين. الجدول يظهر توزيعًا متوازنًا نسبيًا في درجات التفاعل، مع تباين ملحوظ بين المنشورات ذات التفاعل المرتفع والمنخفض.

المنشورات ذات التفاعل المرتفع جدًا، والتي حصلت على أكثر من ٤٠٠ تفاعل، تمثل نسبة ١٧.٢٤%. هذه النسبة تدل على قدرة بعض المنشورات على إثارة اهتمام كبير بين المتابعين، ويرجح أن يكون ذلك بسبب تناول قضايا محورية أو اعتماد أساليب جذابة مثل الصور والفيديوهات أو الهاشتاغات المؤثرة.

أما المنشورات **ذات التفاعل المرتفع (١٠٠-٤٠٠ تفاعل)** فقد شكلت نسبة ٣٤.٤٨%، وهي أعلى نسبة في الجدول. هذا يعكس أن الجزء الأكبر من المنشورات يمتلك جاذبية واضحة ويثير اهتمام فئة واسعة من الجمهور. غالبًا ما تكون هذه المنشورات مركزة على قضايا مهمة أو تُقدم بأسلوب واضح ومبسط.

فيما يتعلق بالمنشورات **ذات التفاعل المتوسط (٥٠-١٠٠ تفاعل)**، والتي مثلت نسبة ٢٨.٧٤%، فهي تعكس مستوى متوسطًا من الاستجابة. قد يكون هذا التفاعل مرتبطًا بطرح قضايا أقل حساسية أو أسلوب عرض أقل تأثيرًا مقارنة بالمنشورات الأخرى.

المنشورات ذات التفاعل المنخفض (أقل من ٥٠ تفاعل)، والتي بلغت نسبتها ١٩.٥٤%، تشير إلى أن بعض الموضوعات أو الأساليب المستخدمة لم تكن قادرة على جذب انتباه الجمهور بنفس الدرجة. قد يكون ذلك نتيجة طبيعة الموضوع أو طريقة عرضه التي ربما لم تكن ملائمة لجمهور المنصة.

جدول رقم (٩) يوضح طبيعة التعليقات على المنشور

طبيعة التعليقات على المنشور	التكرار	النسبة المئوية(%)
تأييد ودعم	46	52.77%
نقد واعتراض	4	4.60%
طلب توضيحات	10	11.49%
تفاعل عاطفي	8	9.20%
أخرى (يحدد)	20	22.99%
المجموع		**100%**

يوضح جدول طبيعة التعليقات على منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) تنوعًا ملحوظًا في ردود أفعال الجمهور، مما يعكس تفاعلًا حيويًا ومتعدد الأبعاد مع المحتوى المقدم.

تأتي نسبة التعليقات التي تحمل **التأييد والدعم** في مقدمة التصنيفات بنسبة كبيرة تصل إلى ٥٢.٧٧%. هذا يعكس تأييدًا واسعًا لمضامين المنشورات، ويُشير إلى نجاح الدكتور الشريدة في استقطاب جمهور يشارك رؤاه وأفكاره، ويثمن محتواه الإعلامي، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الوطنية التي يناقشها.

في المقابل، تظهر نسبة **النقد والاعتراض** منخفضة نسبيًا، حيث تمثل ٤.٦٠% فقط من إجمالي التعليقات. هذا يشير إلى أن عددًا قليلاً من المتابعين يعبرون عن مواقف نقدية صريحة.

تأتي **طلبات التوضيح** بنسبة ١١.٤٩%، وهي نسبة مهمة تدل على وجود تفاعل ذهني وحوار جاد بين الجمهور والمحتوى، حيث يسعى المتابعون لفهم أعمق أو استيضاح بعض النقاط. هذا النوع من التفاعل يدل على أن المنشورات تحفز التفكير وتعزز التواصل البناء بين الكاتب والجمهور.

كما يظهر **التفاعل العاطفي** بنسبة ٩.٢٠%، مما يعكس تأثير المنشورات على الجانب النفسي والعاطفي للمتلقين، إذ تُثير مواضيع المنشورات مشاعر متباينة كالتعاطف أو الحماس، وهو مؤشر على نجاح الإعلام الجديد في التواصل الإنساني والوجداني مع الجمهور.

جدول رقم (١٠) يوضح مدى إثارة للنقاش المجتمعي

مدى إثارة المنشور للنقاش المجتمعي	التكرار	النسبة المئوية(%)
نعم، بشكل واسع	32	36.78%
نعم، لكن بشكل محدود	40	45.98%
لا	15	17.24%
المجموع		**100%**

يبين جدول مدى إثارة المنشورات التي أعدها أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) جدلية المحتوى ومدى قدرته على فتح آفاق النقاش المجتمعي حول القضايا الوطنية، مما يعكس ديناميكية التفاعل التي يخلقها الإعلام الجديد في فضاء التواصل الرقمي.

تشير البيانات إلى أن نسبة كبيرة من المنشورات، بلغت ٣٦.٧٨%، أثارت نقاشًا واسعًا بين المتابعين، مما يؤكد أن الدكتور الشريدة يختار موضوعات ذات حساسية مجتمعية أو رؤى تحليلية تثير اهتمام الجمهور وتحفزه على المشاركة الفاعلة. هذا المستوى من الإثارة يدل على قدرة المنشورات على استثارة التفكير النقدي والنقاش المفتوح، وهو عنصر جوهري في تشكيل الوعي الاجتماعي.

أما المنشورات التي أثارت جدلاً محدودًا فتشكل النسبة الأكبر، حيث بلغت ٤٥.٩٨%. هذا يشير إلى أن الغالبية العظمى من المحتوى لا يغلق الباب أمام الحوار، بل يخلق بيئة تفاعلية معتدلة تمكن الجمهور من التعبير عن آرائه ومناقشة الموضوعات في إطار من الاحترام والموضوعية.

جدول رقم (١١) يوضح تأثير المنشور في تشكيل الوعي الاجتماعي

تأثير المنشور في تشكيل الوعي	التكرار	النسبة المئوية(%)
تأثير قوي (يثير التفكير النقدي)	49	56.32
تأثير متوسط (يقدم معلومات مهمة)	30	34.48
تأثير ضعيف (مجرد نشر معلومات)	٨	9.20
المجموع	٨٧	**100%**

يوضح جدول تأثير المنشورات في تشكيل الوعي الاجتماعي أن غالبية المنشورات التي قدمها أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) تتمتع بقدرة واضحة على التأثير العميق في وعي المتلقين، حيث بلغت نسبة المنشورات التي أحدثت تأثيرًا قويًا يثير التفكير النقدي ٥٦.٣٢%. هذا يدل على أن أكثر من نصف المحتوى يسعى إلى دفع الجمهور للتفكير بعمق، وتحليل القضايا الوطنية من منظورات متعددة، مما يعكس اهتمام الباحث بتعزيز الوعي الاجتماعي بشكل فعّال ومستدام.

في الوقت نفسه، تشير نسبة ٣٤.٤٨% من المنشورات التي تقدم معلومات مهمة إلى أن هناك جزءًا كبيرًا من المحتوى يركز على توصيل حقائق ومعلومات قيمة، تساعد المتلقين على فهم القضايا الوطنية بشكل أفضل، رغم أنها لا تصل إلى درجة إثارة التفكير النقدي العميق. هذا النوع من المنشورات له دور محوري في بناء قاعدة معرفية واسعة لدى الجمهور، مما يسهم في رفع مستوى الوعي الجماهيري بشكل تدريجي.

جدول رقم (١٢) يوضح مصدر المرجعية في المنشور

مصدر المرجعية	التكرار	النسبة المئوية(%)
مرجعية وطنية	40	45.98%
مرجعية دينية	15	17.24%
مرجعية علمية وأكاديمية	15	17.24%
مرجعية شخصية	5	5.75%
أخرى (يحدد)	12	١٣.٧٩
المجموع	٨٧	**100%**

يوضح جدول مصادر المرجعية في منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) التنوع الملحوظ في مصادر المعلومات التي يستند إليها في طرح

قضاياه الوطنية، مما يعكس حرصه على تقديم محتوى غني ومتوازن من حيث المرجعيات.

تتصدر المرجعية الوطنية القائمة بنسبة ٤٥.٩٨%، مما يدل على أن أكثر من نصف المنشورات ترتكز على مراجع محلية وأطر وطنية تعزز ارتباط المحتوى بالقضايا المحلية والوطنية بعمق. هذا التركيز يعكس اهتمام الكاتب بتوطين الخطاب الإعلامي وإبراز خصوصية القضية الوطنية من منظور داخلي يعكس واقع المجتمع وأولوياته.

تأتي المرجعيتان الدينية والعلمية والأكاديمية متساويتين تقريبًا بنسبة ١٧.٢٤% لكل منهما، مما يشير إلى دمج أبعاد متعددة في الطرح الإعلامي. فالمرجعية الدينية تضفي بعدًا روحانيًا وقيميًا يتماهى مع القيم المجتمعية السائدة، والمرجعية الشخصية بنسبة ٥.٧٥% توضح أن هناك مساحات يعبر فيها الكاتب عن وجهة نظره الخاصة، مما يمنح المحتوى طابعًا إنسانيًا وشخصيًا، ويزيد من قربه للجمهور كونه يعكس رأيًا أو تجربة فردية.

وأخيرًا، تمثل الفئة الأخرى بنسبة ١٣.٧٩%، والتي قد تشمل مصادر متنوعة أو مراجع غير محددة، وتعكس رغبة الكاتب في تنويع المصادر لتقديم رؤية شاملة ومتعددة الأبعاد.

جدول رقم (١٣) يوضح مدى اعتماد المنشور على المرجعيات الموثوقة

الاعتماد على المرجعيات الموثوقة	التكرار	النسبة المئوية(%)
يعتمد بشكل أساسي على مصادر موثوقة	40	45.98%
مزيج بين المصادر الموثوقة والرأي الشخصي	30	34.48%
يعتمد فقط على الرأي الشخصي	17	19.54%
المجموع		**100%**

يوضح جدول مدى اعتماد المنشورات على المرجعيات الموثوقة تنوعًا في مستويات الاستناد إلى المصادر التي تبني عليها المحتوى المنشور، مما يعكس تفاوتًا في طبيعة التوثيق ومصداقية المعلومات المقدمة.

حيث نجد أن نسبة ٤٥.٩٨% من المنشورات تعتمد بشكل أساسي على مصادر موثوقة، وهو مؤشر إيجابي يبرز حرص الكاتب على تقديم محتوى مدعومًا بأدلة واقعية وموثوقة. هذا الاعتماد القوي يعزز من مصداقية المنشورات ويُرسخ ثقة الجمهور في المعلومات المطروحة، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالقضايا الوطنية الحساسة التي تتطلب دقة ومصداقية عالية.

أما المنشورات التي تعتمد فقط على الرأي الشخصي فتشكل نسبة ١٩.٥٤%، وهي نسبة ليست قليلة وتعكس في بعض الأحيان مقاربة أكثر ذاتية في الطرح، قد تهدف إلى التعبير عن وجهات نظر شخصية أو تحفيز النقاش الاجتماعي. ورغم أن هذا الأسلوب قد يفتح المجال لتنوع الآراء، إلا أنه قد يفتقر أحيانًا إلى الدقة والموثوقية المطلوبة في تناول القضايا الوطنية المهمة.

بشكل عام، يُظهر هذا التوزيع أن الكاتب يميل إلى تحقيق توازن بين الدقة والموضوعية من خلال الاعتماد على المصادر الموثوقة، مع إتاحة مساحة للرأي الشخصي بما يثري الخطاب الإعلامي ويحفز التفاعل المجتمعي، مع ضرورة الانتباه للحفاظ على مصداقية المعلومات خصوصًا في القضايا الوطنية ذات الحساسية العالية.

جدول رقم (١٤) يوضح الأساليب الإقناعية المستخدمة في المنشور

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة المئوية (%)
الاستدلال بالإحصائيات والأرقام	20	22.99%
الاستشهاد بالخبراء والمصادر الموثوقة	15	17.24%
استخدام القصص والتجارب الشخصية	12	13.79%
الاعتماد على العاطفة والتأثير النفسي	15	17.24%
استخدام المقارنات والتناقضات	10	11.49%
أخرى (يحدد)	15	17.24%
المجموع	٨٧	**100%**

يبين جدول الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات أ.د/ خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) تنوعًا ملحوظًا في أدوات التأثير والإقناع التي وظفها الكاتب لإيصال رسائله وتفعيل التفاعل مع الجمهور.

يتصدر استخدام الاستدلال بالإحصائيات والأرقام القائمة بنسبة ٢٢.٩٩%، ما يعكس توجهًا واضحًا نحو دعم الطرح بحقائق وأرقام موضوعية، تُعزز من مصداقية المحتوى وتمنحه قوة برهانية قادرة على إقناع المتلقي. هذا الأسلوب يُعتبر من أبرز وسائل الإقناع العقلاني، ويُناسب الطابع الأكاديمي والرسمي الذي تحرص المنشورات على تبنيه.

يأتي الاستشهاد بالخبراء والمصادر الموثوقة في المرتبة الثانية بنسبة ١٧.٢٤%، وهو ما يؤكد حرص الكاتب على تدعيم آرائه وطرحاته من خلال الرجوع إلى مصادر متخصصة وموثوقة، مما يضفي ثقلًا علميًا على المنشور ويعزز من الثقة المتبادلة بين الكاتب والجمهور.

يُلاحظ أيضًا حضور استخدام القصص والتجارب الشخصية بنسبة ١٣.٧٩%، حيث تلعب هذه القصص دورًا حيويًا في إضفاء بُعد إنساني على القضايا الوطنية المطروحة، مما يسهل على المتلقي التفاعل معها عاطفيًا وفهمها من خلال تجارب واقعية وشخصية تعكس تأثير هذه القضايا على حياة الأفراد والمجتمع.

أما الفئة المسماة "أخرى" والتي تشكل ١٧.٢٤%، فمن المحتمل أن تشمل أساليب متنوعة كطرح تساؤلات مفتوحة، استخدام التشبيهات، أو استراتيجيات إقناعية أخرى تعكس مرونة الكاتب في توظيف أدوات متعددة لتحقيق أهداف المنشور.

جدول رقم (١٥) يوضح أهداف المنشور

أهداف المنشور	التكرار	النسبة المئوية(%)
توعية الجمهور	٣٣	37.93
تعزيز الانتماء الوطني	٢٥	28.74
مناقشة قضية مجتمعية هامة	١٣	14.94
التعبير عن موقف شخصي أو وجهة نظر	٥	5.75
أخرى (يحدد)	١١	12.64
المجموع	٨٧	**100%**

يوضح جدول أهداف المنشور أن الغاية الأساسية التي سعت منشورات أ.د/ خالد بن عبدالعزيز الشريدة لتحقيقها تتمثل في توعية الجمهور، حيث بلغت نسبة المنشورات التي ركزت على هذا الهدف ٣٧.٩٣%. هذا يعكس اهتمام الكاتب الكبير بنشر المعرفة ورفع مستوى الإدراك لدى المتلقين تجاه القضايا الوطنية المختلفة، مما يعزز دور الإعلام الجديد كوسيلة فعالة في التعليم والتثقيف الاجتماعي.

ويأتي تعزيز الانتماء الوطني في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٧٤%، وهو مؤشر قوي على حرص الكاتب على ترسيخ القيم الوطنية والانتماء المجتمعي في أوساط الجمهور، من خلال تقديم محتوى يعزز الشعور بالمسؤولية تجاه الوطن ويدفع الأفراد نحو الالتزام بقضاياه وأولوياته.

كما احتلت مناقشة القضايا المجتمعية الهامة نسبة ١٤.٩٤%، مما يشير إلى توجه المنشورات نحو فتح باب الحوار والنقاش حول المواضيع التي تهم المجتمع بشكل مباشر، وهو ما يخلق بيئة تفاعلية تسمح بتبادل الآراء وبناء الوعي الجماعي.

في حين كانت نسبة المنشورات التي تعبر عن موقف شخصي أو وجهة نظر محددة أقل نسبيًا، حيث بلغت ٥.٧٥% فقط، مما يدل على أن الكاتب يفضل استخدام منصته لنشر محتوى موضوعي أكثر منه التعبير عن آرائه الشخصية بشكل مباشر.

أما الفئة "أخرى" التي تمثل ١٢.٦٤%، فمن المحتمل أن تشمل أهدافًا متنوعة مثل تصحيح المعلومات المغلوطة، تحفيز المشاركة المجتمعية، أو تقديم تحليلات نقدية، مما يعكس التنوع والتعدد في دوافع نشر المحتوى الإعلامي.

بشكل عام، يعكس هذا التوزيع تركيزًا واضحًا على بناء الوعي الوطني من خلال الإعلام الجديد، عبر مزيج من التوعية، وتعزيز الهوية الوطنية، وتحفيز الحوار المجتمعي البناء، وهو ما يتوافق مع دور الإعلام الحديث كمنصة فاعلة في تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية.

ثانياً: مؤشرات التحليل الكيفي للدراسة

تأتي مؤشرات التحليل الكيفي كأداة مركزية وأساسية في هذا البحث، حيث تُستخدم لتفكيك محتوى المنشورات الإعلامية إلى عناصره الدقيقة، وتحليلها بعمق، وذلك عبر دراسة طبيعة المحتوى وأساليبه، وتصنيفات القضايا التي يعالجها، والأهداف التي يسعى لتحقيقها، فضلاً عن رصد مدى وضوح الأسلوب وتأثير المنشورات في تشكيل الوعي الاجتماعي. وباستخدام هذه المؤشرات، يتم الكشف عن ديناميكيات

تفاعل الجمهور مع المحتوى، ومستوى الإقناع الذي يتمتع به، فضلاً عن درجة التفاعل التي يثيرها، ما يتيح لنا بناء صورة متكاملة ومفصلة عن دور الإعلام الجديد في دفع الحوار الوطني وتعزيز الانتماء المجتمعي.

تُعد هذه المؤشرات نافذة حيوية تُمكّن الباحث من تقييم مدى فاعلية وسائل الإعلام الرقمي في نقل المعرفة وتقديم الرسائل الوطنية بطريقة مدروسة وهادفة، كما تبرز نقاط القوة والقصور في أساليب التواصل، مما يفتح المجال أمام تحسين الأداء الإعلامي وتطوير استراتيجياته المستقبلية بما يخدم المصلحة العامة ويعزز الوحدة الوطنية.

أولاً: طبيعة المحتوى الإعلامي

التنوع في الصيغ الإعلامية

في فضاء الإعلام الجديد، يُعد التنوع في الصيغ الإعلامية وسيلة فعّالة لخلق تفاعل أوسع وأعمق مع الجمهور. وقد أظهرت منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) تنوعًا ملحوظًا في الصيغ المستخدمة، مما يعكس حرصه على توصيل رسالته بطرق تتماشى مع احتياجات الجمهور وتفضيلاتهم.

لقد شملت المنشورات مجموعة من الأنماط الإعلامية التي تضم النصوص والصور والفيديوهات، بالإضافة إلى الإنفوجرافيك. ويمثل هذا التنوع في الصيغ الإعلامية توجهًا ذكيًا يتناغم مع طبيعة الجمهور الرقمي المعاصر، الذي يميل إلى استهلاك المعلومات بطرق متعددة.

- **النصوص كقالب رئيسي**

  كانت النصوص تمثل الغالبية العظمى من المحتوى المنشور، مما يعكس التزام الدكتور خالد بتقديم معلومات واضحة ودقيقة تنقل الأفكار بصورة مباشرة ومركزة. وقد حرصت هذه النصوص على استخدام لغة عربية فصيحة، ممزوجة بأسلوب أكاديمي متميز يضفي على الرسائل طابعًا من الجدية والمصداقية.

- **التوظيف الذكي للصور والفيديوهات**

  إلى جانب النصوص، أظهرت المنشورات حضورًا بارزًا للصور والفيديوهات، حيث لعبت دورًا مهمًا في تعزيز الرسالة الإعلامية وجعلها أكثر جاذبية. الصور تُبرز جوانب محددة من القضايا المطروحة، مما

يساعد على إيصال الفكرة بسرعة وبشكل بصري مؤثر. أما الفيديوهات، فقدمت بُعدًا إضافيًا من التفاعل الحي، حيث توضح النقاط بأسلوب ديناميكي يثير اهتمام الجمهور.

إن الجمع بين النصوص الطويلة والقصيرة في آن واحد يعكس استراتيجية متكاملة تهدف إلى الوصول إلى مختلف الشرائح الجماهيرية، مع الحفاظ على عمق الرسالة الإعلامية وشموليتها.

التوازن بين الوضوح والجاذبية

يتضح من طبيعة المحتوى الإعلامي أن الدكتور خالد اعتمد منهجية تقوم على التوازن بين الوضوح والجاذبية. فبينما تضمن النصوص والصيغ الأخرى وضوح الرسالة، يضيف التنوع الجاذبية التي تُحفز الجمهور على التفاعل مع القضايا الوطنية.

إن طبيعة المحتوى الإعلامي في منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة تُبرز نموذجًا ناضجًا لإدارة الرسائل الإعلامية على منصات الإعلام الجديد. هذا التنوع والتوازن في الصيغ والأساليب يُشكل قاعدة قوية لتعزيز وعي الجمهور بالقضايا الوطنية، ويوضح كيف يمكن للإعلام الجديد أن يكون أداة فاعلة في بناء وعي اجتماعي مُستنير ومتماسك.

ثانيًا: الأساليب المستخدمة

التنوع في الأساليب الإقناعية

إن الأساليب الإقناعية التي توظفها منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) تبرز مدى إتقانه لفن التواصل مع الجمهور، إذ لم يكتفِ بأسلوب واحد بل تعدد بين وسائل مختلفة، تعزز بعضها بعضًا في بناء جسر من الثقة والفهم العميق.

- **الاستدلال بالإحصائيات والأرقام الدقيقة**

اعتمد الدكتور خالد على إحصائيات وأرقام موثوقة تدعم قضاياه الوطنية، مما يعكس حرصه على تقديم محتوى مبني على الحقائق والبيانات الموضوعية. وهذا الأسلوب يضفي ثقلًا علميًا على المنشورات ويقوي المصداقية أمام المتلقي، إذ يسهم في إقناعه من خلال الأدلة الملموسة، بعيدًا عن التخمينات أو الآراء المجردة.

- **الاستشهاد بالخبراء والمصادر الموثوقة**

لم تقتصر البرهنة على الأرقام والإحصائيات فقط، بل تضمنت المنشورات أيضًا استشهادًا متكررًا بخبراء ومصادر علمية أو أكاديمية، وهو ما يعزز المرجعية العلمية للرسالة الإعلامية. هذا التوجه يخلق مناخًا معرفيًا يُنمّي الوعي الاجتماعي ويُعمّق الفهم ويجعل المتلقي أكثر استعدادًا لاستقبال الفكرة وتحليلها بموضوعية.

- **استخدام القصص والتجارب الشخصية**

لم يغفل الدكتور أهمية البعد الإنساني في التواصل، فبرز استخدام القصص والتجارب الشخصية في بعض المنشورات، مما يمنح القضايا الوطنية بعدًا عاطفيًا وإنسانيًا. هذا الأسلوب يسهل على الجمهور الارتباط بالمحتوى، ويجعله أكثر قربًا من الواقع الاجتماعي، إذ تشكل القصص وسيلة للتقريب بين المتلقي والموضوع، وتضفي عليه ملمحًا حيًّا ومؤثرًا.

- **الاعتماد على العاطفة والتأثير النفسي**

أظهرت بعض المنشورات توظيفًا متقنًا للعواطف والتأثيرات النفسية، حيث سعت إلى إثارة مشاعر الجمهور مثل الحماس، القلق، أو الحافز الوطني. هذه الحساسية في التعامل مع القضايا الوطنية تدل على فهم عميق للمتلقي، واستثمارًا واعيًا للعاطفة كأداة تحفيزية تُشجع على المشاركة والتفاعل الإيجابي مع الموضوعات المطروحة.

الأسلوب العام للمنشورات

عكست المنشورات أسلوبًا متوازنًا بين التحفيز والتوعية من جهة، والتوضيح والتعليم من جهة أخرى، مما يدل على استراتيجية مركزة تهدف إلى إحداث تأثير بنّاء في الوعي الاجتماعي:

- **أسلوب تحفيزي توعوي**

يتسم هذا الأسلوب بالدفع نحو الوعي والاهتمام بالقضايا الوطنية عبر كلمات تحمل نبرة تشجيعية ومحفزة. يظهر هذا جليًا في الخطاب الذي يعزز الانتماء الوطني والمسؤولية المجتمعية، ويحث الجمهور على المشاركة الفاعلة في مناقشة القضايا ذات الصلة بمصير الوطن.

- **أسلوب توضيحي تعليمي**

كان هذا الأسلوب حاضراً بقوة في منشورات الدكتور خالد، حيث قدم المحتوى

بأسلوب منهجي واضح، يهدف إلى تبسيط المعلومات وشرح المفاهيم المعقدة. وبهذا الأسلوب، يسعى إلى تيسير فهم الموضوعات الوطنية المختلفة، وتمكين الجمهور من استيعابها بصورة صحيحة ودقيقة، مما ينعكس إيجابيًا على جودة الوعي الاجتماعي.

- **تجنب الأساليب السلبية**

الملاحظ أن المنشورات لم تعتمد الأساليب الساخرة أو التهكمية، ولم تركز على إثارة الجدل لأجل الجدل، بل اتسمت بالجدية والاحترام في الطرح، وهو ما يعكس رؤية واضحة تجاه مسؤولية الإعلام الجديد في دعم الوعي الوطني وتعزيز الحوار البنّاء.

يمكن القول إن أساليب الإقناع والتواصل في منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة تمثل نموذجًا متقدمًا للتفاعل الإعلامي الإيجابي على منصات التواصل الاجتماعي. فالتنوع بين الأدلة العلمية، والاستشهاد بالخبراء، والسرد الإنساني، والتأثير العاطفي، يخلق منصة معرفية متكاملة قادرة على تشكيل وعي اجتماعي مستنير بالقضايا الوطنية. هذا الأسلوب المتوازن بين التحفيز والتوعية يضمن استمرار التواصل الفعّال مع الجمهور، ويعزز من قدرة الإعلام الجديد على إحداث أثر ملموس في المجتمع.

ثالثًا: القضايا المطروحة وتصنيفاتها

تنوع القضايا المطروحة

لقد اتسمت منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة (X) بتعدد موضوعاتها وغنى محاورها، مما يعكس فهمًا عميقًا وشمولية في تناول القضايا الوطنية، فالمحتوى لم يقتصر على جانب واحد بل شمل طيفًا واسعًا من الموضوعات التي تهم الوعي الاجتماعي والقضايا الوطنية.

- **القضايا السياسية**

احتلت القضايا السياسية مكانة بارزة في المنشورات، حيث تناولت مسائل استراتيجية تمس جوهر الأمن الوطني واستقرار الدولة. لم يكن الطرح سطحيًا، بل تميز بالعمق والرصانة، مع إضاءة على التحديات السياسية الداخلية والإقليمية والدولية، وهو ما يؤكد وعي الكاتب بأهمية الدور السياسي في صياغة واقع الوطن ومستقبله.

- **القضايا الاقتصادية**

ظهرت القضايا الاقتصادية بشكل واضح، خاصة في السياق التنموي والوطني، حيث سلط الدكتور خالد الضوء على تأثير المتغيرات الاقتصادية على المجتمع الوطني، وكيف يمكن للتوجهات الاقتصادية السليمة أن تساهم في تعزيز الاستقرار والتنمية المستدامة.

- **القضايا الاجتماعية والتعليمية**

لم تغفل المنشورات عن القضايا الاجتماعية والتعليمية، حيث تم التأكيد على دور المجتمع في تكوين وعي مستدام قادر على مواجهة التحديات المختلفة. تناول المحتوى موضوعات تخص القيم المجتمعية، دور الأسرة، مؤسسات التعليم، وأهمية تنشئة الأجيال على ثقافة وطنية متجددة.

- **قضايا الهوية الوطنية والثقافية**

من القضايا المحورية التي لم تغب عن المنشورات، موضوعات الهوية الوطنية التي تبرز الترابط بين الفرد والمجتمع، وتعزز الانتماء الوطني، كما تضمنت الإشارة إلى القضايا الثقافية التي ترتبط بحماية القيم والموروث الوطني في ظل تحديات العولمة والتغير الثقافي.

طبيعة القضايا: داخلية وخارجية

بلا شك، كان التركيز الأساسي على القضايا ذات الطبيعة **الداخلية**، وهو ما يعكس التزامًا واضحًا من الكاتب بالقضايا الوطنية الحميمية، تلك التي تمس حياة المجتمع مباشرة وتشكّل أولوية في الوعي الاجتماعي.

ومع ذلك، برزت أيضًا قضايا ذات طبيعة **مشتركة** بين الداخل والخارج، خصوصًا تلك التي تتعلق بالعلاقات الخارجية للدولة، الدبلوماسية، وقضايا الأمن الإقليمي والدولي، ما يدل على رؤية متكاملة تربط بين الداخل وخارج الوطن في صياغة الوعي الوطني.

أهمية القضايا: المحورية مقابل القضايا العادية

عكست طبيعة القضايا التي تناولها الدكتور خالد مستوى عاليًا من الوعي بأهمية الموضوعات الوطنية، حيث هيمنت على المحتوى القضايا ذات الطابع **المحوري**، تلك التي تتمتع بتأثير واسع على المجتمع ومصير الوطن.

كما لم تغب القضايا **المهمة** التي، رغم أنها ليست في قمة الأولويات، إلا أنها تستحق الاهتمام لارتباطها بتفاصيل دقيقة تؤثر على الواقع اليومي، أو تستدعي مزيدًا من النقاش والوعي المجتمعي.

تُجسّد القضايا المطروحة في منشورات أ.د. خالد نموذجًا راقيًا من التنوع والتوازن، يدمج بين السياسة، الاقتصاد، الاجتماع، التعليم، والهوية الوطنية، ويعكس حرصًا على تناول القضايا من منظور شامل يستشرف المستقبل ويؤسس لوعي اجتماعي متكامل.

رابعًا: الأهداف العامة للمنشورات

إن النظر في الأهداف التي تسعى المنشورات إلى تحقيقها يشكل مفتاحًا رئيسيًا لفهم الدور الفاعل للإعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية، وهو ما يتجلى بوضوح في محتوى منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة.(X)

تعزيز الوعي الوطني

يظهر جليًا أن الهدف الأسمى والأكثر تكرارًا في هذه المنشورات هو غرس وتعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور. تتجلى هذه الرغبة في اختيار الموضوعات التي تتعلق بالقضايا الوطنية الجوهرية، وإبراز أهمية الوقوف صفًا واحدًا خلف القضايا التي تمس جوهر الوطن. لقد حرص الكاتب على بناء خطاب إعلامي يرتكز على القيم الوطنية، مشددًا على دور كل فرد في المجتمع في صون هذه القيم والالتزام بمسؤولياته الوطنية.

تصحيح المعلومات المغلوطة

مما يلفت الانتباه في المنشورات هو الحرص على تصحيح المفاهيم الخاطئة التي قد تنتشر في المجتمع أو بين المتلقين، وذلك من خلال تقديم حقائق موثقة ومعتمدة، مستندة إلى مصادر موثوقة وآراء خبراء.

هذا الهدف لا يقل أهمية عن تعزيز الوعي، إذ يعكس حرص الكاتب على تكوين وعي نقدي لدى الجمهور يمكنهم من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، مما يرفع من جودة النقاش المجتمعي ويقلل من التأثيرات السلبية للشائعات والأخبار المغلوطة التي قد تضر بالأمن الوطني والاستقرار الاجتماعي.

إثارة النقاش البنّاء

تميزت بعض المنشورات بتبني استراتيجية ذكية تهدف إلى إشراك الجمهور في عملية التفكير والتحليل من خلال طرح تساؤلات مفتوحة ومحفزة للنقاش.

يُعد هذا الأسلوب من أبرز أدوات الإعلام الجديد التي تعزز التفاعل بين الكاتب والجمهور، حيث لا يكتفي الكاتب بعرض المعلومات، بل يدعو المتلقين إلى التفكير النقدي، وإبداء الرأي، والمشاركة في حوار مجتمعي راقٍ يدفع بالقضايا الوطنية نحو معالجة أكثر واقعية وفعالية.

خامسًا: درجة التفاعل مع المنشورات

يُعتبر التفاعل مع المنشورات من أهم المؤشرات التي تعكس مدى وصول المحتوى إلى الجمهور وتأثيره في فضاء الإعلام الجديد، وهو ما يتجلى بوضوح في منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة(X) ، حيث تظهر درجات التفاعل تنوعًا يعكس طبيعة الموضوعات التي تناولها وطريقة تقديمها.

المنشورات ذات التفاعل المرتفع

حظيت المنشورات التي تناولت قضايا حساسة ذات أبعاد سياسية، اجتماعية، أو أمنية بتفاعل مرتفع بشكل ملحوظ، حيث استقطبت اهتمامًا واسعًا وأثارت نقاشًا حيويًا في المجتمع الرقمي. لقد جسدت هذه المنشورات القدرة على إثارة جدل مجتمعي بنّاء، مما يبرهن على أن الجمهور لا يكتفي فقط بمتابعة القضايا الوطنية، بل يسعى إلى المشاركة الفاعلة في مناقشتها وتحليلها.

المنشورات التعليمية والوعي البحت

على النقيض، فقد لوحظ أن المنشورات التي تركزت على الجانب التعليمي والتوعوي بشكل مباشر، والتي تقدم معلومات ومعارف بدون إثارة جدل أو تساؤلات مفتوحة، تلقت تفاعلًا أقل نسبيًا. يُعزى ذلك إلى أن المحتوى التعليمي يميل إلى استهلاك هادئ أكثر منه تفاعلي، حيث يتلقى الجمهور المعلومات ويراقبها دون انخراط كبير في نقاشات أو ردود فعل جماهيرية حماسية.

طبيعة التعليقات وردود الفعل

لقد تميزت التعليقات على المنشورات بوجود دعم كبير من الجمهور، حيث عبّر كثيرون عن تأييدهم وارتباطهم بالمحتوى، مما يعكس درجة عالية من الانتماء والتفاعل الإيجابي مع القضايا المطروحة.

سادسًا: تأثير المنشورات في تشكيل الوعي الاجتماعي

تُعدُّ قدرة المنشورات على تشكيل الوعي الاجتماعي وتحفيز التفكير النقدي أحد أبرز مقاييس تأثير الإعلام الجديد، وهذا ما برز بوضوح في منشورات أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة(X) ، حيث تنوعت درجات التأثير بين قوي ومتوسط وفقًا لطبيعة المحتوى وأسلوب الطرح.

التأثير المتوسط: نقل المعلومات وتعزيز الوعي السطحي

على الجانب الآخر، جاءت المنشورات التي تركزت على نقل الأخبار أو تقديم معلومات عامة بأثر متوسط في تشكيل الوعي الاجتماعي. هذه المنشورات تفي بدورها في توصيل الرسائل الإعلامية إلى الجمهور، وتزويدهم بالمعلومات الأساسية التي قد تفتقر إلى عمق التحليل أو التفسير المتعمق.

رغم أن تأثيرها قد لا يكون عميقًا أو محفزًا للتفكير النقدي المكثف، إلا أن هذه المنشورات تظل ذات قيمة في بناء قاعدة معلوماتية عامة تعزز من معرفة الجمهور بالقضايا الوطنية، وتلعب دورًا تكميليًا في منظومة الإعلام الجديد، خاصةً في عصر تتسارع فيه وتيرة تدفق الأخبار والمعلومات.

سابعًا: الأدوات الاتصالية والاستراتيجيات المستخدمة

في عصر الإعلام الجديد، تتعدد الوسائل والآليات التي يسخرها صانعو المحتوى لتعزيز وصول الرسالة وتأثيرها على الجمهور، وهو ما تميز به حضور أ.د. خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة(X) ، حيث تنوعت الأدوات الاتصالية والاستراتيجيات التي وظفها بعناية لتعظيم تأثير منشوراته على الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية.

الأدوات الرقمية: تفعيل عناصر الجذب والتفاعل

كان الاستخدام المتقن للأدوات الرقمية محورًا رئيسًا في إثراء المنشورات وجذب انتباه المتلقين، ومن أبرز هذه الأدوات:

- **الهاشتاغات :**استُخدمت كوسيلة فعالة لتجميع المحتوى حول موضوعات محددة، مما سهّل عملية الوصول إلى المنشورات من خلال محركات البحث الرقمية، وخلق نقاشات متخصصة تدور حول القضايا الوطنية التي يطرحها الدكتور الشريدة.
- **الصور والفيديوهات :**شكّل توظيف هذه الوسائط البصرية إضافة نوعية تُسهم في تبسيط الأفكار المعقدة، وتجعل المحتوى أكثر جاذبية ووضوحًا، خصوصًا عند مخاطبة جمهور متنوع يتفاوت في مدى اهتمامه واستيعابه للمعلومات النصية الصرفة.
- **الإشارة إلى شخصيات وجهات بارزة :**من خلال ذكر شخصيات معروفة أو مؤسسات موثوقة، زادت المنشورات من مصداقيتها العلمية والإعلامية، ما دفع الجمهور إلى منحها قدرًا أكبر من الثقة، إذ أن المراجع والروابط بمصادر موثوقة تعزز من جاذبية وموثوقية المحتوى المنشور.

استراتيجية العرض: العقلانية والحيوية في الطرح

تنوعت الاستراتيجيات الاتصالية التي اتبعها الدكتور خالد الشريدة في صياغة منشوراته، مع ميل واضح إلى التوازن بين الجدية والتحفيز، وفي ذلك:

- **الإقناع بالعقل والمنطق :**كان الأسلوب الأبرز والأكثر اعتمادًا عليه، حيث اتسمت المنشورات بتحليل منطقي مدعوم ببيانات وأرقام، مما حفز الجمهور على التفكير النقدي، واستيعاب المعلومة بطريقة منهجية وواعية. هذا الأسلوب يعكس وعي الكاتب بأهمية تقديم محتوى يعتمد على البرهان والدليل، بعيدًا عن التأثير العاطفي المفرط، ليتمكن المتلقي من بناء موقفه الخاص انطلاقًا من فهم عميق وواضح.

النتائج العامة للدراسة ومناقشتها

١-تنوع نوع المحتوى الإعلامي وتوظيف الوسائط المتعددة

أظهرت النتائج أن منشورات الدكتور خالد بن عبدالعزيز الشريدة اتسمت بتنوع كبير في نوع المحتوى المقدم، حيث كان المحتوى النصي ممثلاً بشكل كبير لكنه غالبًا ما كان مصحوبًا بعناصر بصرية مثل الصور والفيديوهات، إذ بلغت نسبة المنشورات التي جمعت بين النص والصورة ٤٣.٦٨%، والنص والفيديو ١٩.٥٤%. وهذا يعكس وعيًا متقدمًا بضرورة توظيف مختلف أشكال الوسائط

المتعددة لتعزيز فاعلية التواصل وإيصال الرسالة بطرق تتناسب مع تنوع أنماط المتلقين وميولهم في الاستقبال الإعلامي.

٢- اعتماد المنشورات على النصوص القصيرة والمتوسطة في الطول

تميل المنشورات إلى استخدام نصوص قصيرة (أقل من ٥٠ كلمة) بنسبة ٥١.٧٢%، تليها النصوص المتوسطة الطول بنسبة ٣٤.٤٨%، مع وجود محدود للنصوص الطويلة (١٣.٧٩%). يعكس هذا التوجه فهمًا واضحًا لطبيعة الجمهور في الإعلام الجديد، حيث يفضل المتلقون المحتوى السريع والمباشر الذي يمكن استهلاكه بسهولة خلال دقائق معدودة.

٣-الأسلوب التحفيزي التوعوي والأسلوب الرسمي الأكاديمي كخيارين رئيسيين

تُظهر النتائج أن الأسلوب التحفيزي التوعوي كان الأبرز بنسبة ٢٨.٧٤%، يليه الأسلوب الرسمي الأكاديمي بنسبة ٢٢.٩٩%، والأسلوب التوضيحي التعليمي بنسبة ٢٠.٦٩%. غياب الأساليب الساخرة أو التهكمية يشير إلى أن المنشورات تتبنى خطابًا مسؤولًا وجادًا يتناسب مع طبيعة القضايا الوطنية الحساسة.

الأسلوب التحفيزي يعكس نية الكاتب في حث الجمهور على المشاركة الفعالة، وتبني مواقف إيجابية تجاه القضايا الوطنية، بينما يعزز الأسلوب الأكاديمي ثقة المتلقين بمصداقية المعلومات المقدمة.

٤-وضوح الأسلوب كعنصر رئيس في الوصول إلى الجمهور

تُبرز البيانات أن ٥٧.٤٧% من المنشورات جاءت بأسلوب واضح جدًا، و٤٠.٢٣% بأسلوب واضح، مما يدل على اهتمام الكاتب بتحقيق أقصى درجات الوضوح في العرض لضمان وصول الفكرة بيسر ودون غموض. هذا الأمر مهم جدًا في سياق رفع الوعي الاجتماعي، حيث إن وضوح الرسالة من أهم العوامل التي تضمن فهم الجمهور وتهيئته لاتخاذ موقف واعٍ ومدروس من القضايا المطروحة.

٥-تصنيف القضايا: التركيز على القضايا المختلطة والاجتماعية

يتضح من الجدول أن القضايا المختلطة التي تجمع بين السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية تشكل النسبة الأكبر (حوالي ٤٨.٢٧%)، تليها القضايا الاجتماعية بنسبة ٢٢.٩٩%، ثم السياسية ١٧.٢٤% والاقتصادية ١١.٤٩%. هذا التنوع في القضايا يبرز حرص المنشورات على تناول القضايا الوطنية من منظور شامل

ومتعدد الأبعاد، لا يقتصر على الجانب السياسي فقط بل يمتد ليشمل التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر على الواقع الوطني بشكل مباشر.

٦-الطبيعة الداخلية للقضايا وتأثيرها على الأولويات الوطنية

غالبية القضايا (٨١.٦١%) كانت ذات طبيعة داخلية، مع نسبة قليلة للقضايا الخارجية (٤.٦%) وبعض القضايا المختلطة (١٣.٧٩%). هذا يشير إلى تركيز المنشورات على القضايا التي تمس الواقع الوطني الداخلي بشكل مباشر، وهو ما يتناسب مع هدف تعزيز الوعي المجتمعي بالقضايا الوطنية وإثارة النقاش حولها.

٧-أهمية القضايا المطروحة من منظور التأثير والذاتية الوطنية

تشير النتائج إلى أن ٤٠.٢٣% من القضايا المصنفة هي محورية ذات تأثير واسع، و٣٤.٤٨% مهمة بشكل كبير، و٢٥.٢٩% مهمة لكنها ليست الأكثر إلحاحًا. هذا يؤكد أن المحتوى المنشور لم يكتفِ بالقضايا الثانوية بل ركز على المواضيع التي لها تأثير فعلي على المجتمع وعلى بناء الوعي الوطني.

٨-درجة التفاعل الجماهيري ودلالاتها

توزعت درجات التفاعل مع المنشورات بشكل متوازن نسبيًا، حيث بلغت المنشورات ذات التفاعل المرتفع جدًا (أكثر من ٤٠٠ تفاعل) نسبة ١٧.٢٤%، والتفاعل المرتفع (١٠٠-٤٠٠) حوالي ٣٤.٤٨%. هذا يشير إلى قدرة المحتوى على جذب اهتمام شريحة واسعة من الجمهور، خاصة عندما يتناول موضوعات حيوية أو يثير جدلًا مجتمعيًا.

٩-طبيعة التعليقات وتفاعل الجمهور

أظهرت طبيعة التعليقات أن أكثر من نصف التعليقات كانت في إطار التأييد والدعم (٥٢.٧٧%)، مع وجود نسبة محدودة من النقد والاعتراض (٤.٦%)، بالإضافة إلى طلب توضيحات وتفاعل عاطفي. هذا التوزيع يشير إلى وجود جمهور متفاعل وملتزم، يتلقى المعلومات بحسن نية، لكنه لا يخلو من روح النقد البناء.

١٠- تأثير المنشورات في تشكيل الوعي الاجتماعي

تُبرز البيانات أن ٥٦.٣٢% من المنشورات أحدثت تأثيرًا قويًا في إثارة التفكير النقدي، و٣٤.٤٨% كان لها تأثير متوسط في تقديم معلومات مهمة، مما يعكس نجاح الإعلام الجديد في تحقيق أهدافه المتعلقة ببناء الوعي الاجتماعي. وجود نسبة ٩.٢٠% من المنشورات ذات التأثير الضعيف يشير إلى أن ليس كل المحتوى يصل

إلى عمق التأثير المتوقع، وهو أمر طبيعي في سياق التنوع الكبير في المحتوى وأساليب العرض.

١١-مصادر المرجعية ومصداقية المحتوى

توزعت المرجعيات المستخدمة بين المرجعية الوطنية (٤٥.٩٨%)، والدينية والعلمية (١٧.٢٤% لكل منهما)، مع نسبة أقل للمرجعية الشخصية (٥.٧٥%). كما أن ٤٥.٩٨% من المنشورات اعتمدت بشكل أساسي على مصادر موثوقة، و٣٤.٤٨% اعتمدت على مزيج من المصادر والرأي الشخصي.

١٢-الأساليب الإقناعية في التأثير على الجمهور

استخدمت المنشورات مجموعة متنوعة من الأساليب الإقناعية، حيث كان الاستدلال بالإحصائيات والأرقام هو الأكثر انتشارًا (٢٢.٩٩%)، يليه الاعتماد على العاطفة والتأثير النفسي (١٧.٢٤%)، والاستشهاد بالخبراء (١٧.٢٤%)، إضافة إلى استخدام القصص والتجارب الشخصية والمقارنات.

هذا التنوع في الأساليب يوضح استراتيجية متكاملة تهدف إلى مخاطبة العقل والعاطفة معًا، مما يعزز من فرص التأثير في المتلقي من خلال تقديم أدلة ملموسة وقصص إنسانية تحفز على التفاعل والتفكير.

١٣-الأهداف العامة للمنشورات

تجلى من خلال الأهداف أن التركيز الأساسي كان على توعية الجمهور (٣٧.٩٣%) وتعزيز الانتماء الوطني (٢٨.٧٤%)، إلى جانب مناقشة القضايا المجتمعية الهامة (١٤.٩٤%). مع وجود توجهات نحو التعبير عن وجهات نظر شخصية وأهداف أخرى متنوعة.

هذا يعكس رؤية إعلامية واضحة تهدف إلى بناء وعي شامل وقوي، مع الحفاظ على مكانة الإعلام الجديد كمساحة مفتوحة للنقاش البنّاء وتعزيز الروح الوطنية.

خلاصة الدراسة

تؤكد هذه النتائج مجتمعة أن الإعلام الجديد، في نموذج منشورات أ.د/ خالد بن عبدالعزيز الشريدة على منصة(X) ، يمثل أداة فاعلة وقوية في تشكيل الوعي الاجتماعي بالقضايا الوطنية. من خلال التنوع في المحتوى والأساليب، والاعتماد

على مصادر موثوقة، وتبني أساليب إقناعية متوازنة تجمع بين العقل والعاطفة، يتمكن المحتوى الإعلامي من الوصول إلى جمهور واسع وتحقيق تفاعل فعّال.
التركيز على القضايا المختلطة والداخلية، والاهتمام بتقديم محتوى واضح، محفز، وذو صبغة وطنية، يعكس قدرة الإعلام الجديد على مواجهة التحديات المعاصرة في توعية المجتمع، وتحفيزه على المشاركة الفاعلة في الحوار الوطني. كما يبرهن على أهمية تبني استراتيجيات إعلامية متجددة تتناسب مع طبيعة وسلوك الجمهور في عصر الثورة الرقمية.
توصي هذه الدراسة بمواصلة تطوير المحتوى الإعلامي على هذا المنوال، مع تعزيز قدرات التحليل النقدي وتقديم المعلومات بموضوعية، لضمان استمرار تأثير الإعلام الجديد في بناء مجتمع واعٍ ومشارك، قادر على مواجهة تحديات المستقبل بثقة وانتماء.

توصيات الدراسة:

- **إجراء دراسات مقارنة على منصات أخرى للإعلام الجديد:**

ينبغي توسيع نطاق البحث ليشمل تحليلات محتوى لمنشورات شخصية أخرى أو مؤسسات إعلامية على منصات مختلفة مثل فيسبوك، إنستغرام، وتيك توك، لتقييم مدى التنوع في الأساليب والتأثير على الوعي الوطني عبر وسائل متعددة.

- **تحليل تأثير التفاعل الجماهيري على نشر الوعي:**

اقتراح دراسة إضافية تركز على دراسة العلاقة بين طبيعة التفاعل (تأييد، نقد، عاطفة) وفاعلية المحتوى في تغيير أو تشكيل مواقف الجمهور تجاه القضايا الوطنية.

- **تطوير نماذج تدريبية للإعلاميين في مجال الإعلام الرقمي:**

اقتراح تصميم برامج تدريبية متخصصة للإعلاميين وأصحاب المحتوى لتعزيز مهاراتهم في إنتاج محتوى واثق، متنوع، ومتفاعل يستجيب لاحتياجات الجمهور في الإعلام الجديد.

- **استقصاء ميداني لجمهور المتلقين:**

ينصح بإجراء دراسات ميدانية مباشرة لجمهور المتلقين على منصة (X) لفهم

أعمق لردود أفعالهم، دوافع تفاعلهم، ومدى تأثير المنشورات على وعيهم وسلوكهم الاجتماعي والسياسي.

مراجع الدراسة

١. أحمد سامي عبد الوهاب العايدي(٢٠١٨)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*.473-443 ,(16)*2018* ,

٢. خلود عبدالله ملياني وآخرون. (٢٠٢٤). فاعلية الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية الرقمية لوزارة الخارجية السعودية في تسويق الهوية الوطنية *The 1st Media Innovation: Opportunities and Challenges*.

٣. راغب محمد عطا، أ.، سلامة علي، ج.، &نور الدين أمين، إ، (٢٠٢١)، دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري "الإرهاب الإلكتروني نموذجًا"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ١٢(٤)، ١١٧-١٤٣.

٤. رضا عبد الواجد، "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٤٠، أبريل/يونيو ٢٠١٨.

٥. سحر هاشم عز الدين ,، (٢٠٢٥)، دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدي الشباب، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*.(5)*5* ,

٦. سلمان فيحان فيصل بن لبده ، (٢٠١٨)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*.500-437 ,(62)*2018* ,

٧. شعاع الجاسر، (٢٠٢٠)، الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي (تويتر) في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*.184-141 ,(151)*38* ,

٨. صفية بنت ابراهميعبد الكريم" .فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية :(2023) 11.2 *Journal of Arts* ". 676-718.

٩. القحطاني، أحمد محمد أحمد، *دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب*، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٧.
١٠. محمد عبد الحميد، البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية، دار الكتب،٢٠١٥،ص٢١٢
١١. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية ، ط٣ (القاهرة : دار الفجر، ٢٠٠٦) ص٧٨
١٢. نهى حلمي السيد أحمد، (٢٠٢٢)، دور الإعلام الجديد كأحد أطر التنشئة السياسية في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد ٢٨، العدد ٢، أبريل ٢٠٢٢، ص ١٨٠-٢٢٥.
١٣. ياس خضير البياتي، (٢٠١٨)، الإعلام الجديد وإشكاليات الوعي الاجتماعي بالمتغيرات السياسية في الوطن العربي: رؤية مستقبلية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٢١، ص ١١.