

دور المنصات الرقمية الحكومية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030

أ.فهد فيصل التميمي*

أ.د. عادل فهمي محمد**

الملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل دور المنصات الرقمية الحكومية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030، وتنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي من خلال أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها (600) مفردة من الجمهور السعودي خلال الفترة من أول فبراير 2025 حتى نهاية مارس 2025.

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع في نسبة مساهمة المنصات الرقمية السعودية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 بدرجة كبيرة بنسبة بلغت (77.0%)، بينما ساهمت المنصات الرقمية السعودية بدرجة متوسطة بنسبة (13.4%)، وأن المنصات الرقمية السعودية ساهمت بدرجة منخفضة بنسبة (9.6%)، كذلك وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومعدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، حيث كانت ($t < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01.

الكلمات المفتاحية: المنصات الرقمية- رؤية المملكة 2030- وعي الجمهور السعودي.

*باحث دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون - بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

**الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون- بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

The Role of Government Digital Platforms in Raising Saudi Citizens' Awareness of the Kingdom's Vision 2030 Objectives

Mr. Fahd Faisal Al-Tamimi*

Prof. Adel Fahmy Mohamed **

Abstract:

The current study aimed to monitor and analyze the role of government digital platforms in raising the awareness of Saudi citizens about the goals of Saudi Vision 2030. This study falls within the scope of descriptive research and adopted the media survey method using a questionnaire tool that was applied to a sample of 600 Saudi citizens during the period from the beginning of February 2025 to the end of March 2025.

The study found that Saudi digital platforms contributed significantly to raising citizens' awareness of the goals of Vision 2030, with a high contribution rate of 77.0%, a moderate contribution rate of 13.4%, and a low contribution rate of 9.6%. There was also a positive correlation between the use of digital platforms affiliated with Saudi ministries and government agencies and the level of awareness of the Saudi Vision 2030 programs among the respondents, where the correlation coefficient ($r > 0.3$) and the significance value (Sig. 2-tailed) was significant at the 0.01 level.

Keywords: Digital platforms – Saudi Vision 2030 – Public awareness in Saudi Arabia.

* PhD Researcher, Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Cairo University

** Professor, Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Cairo University

مقدمة:

عاصر القطاع الإعلامي السعودي الكثير من التطورات منذ تأسيس المملكة العربية السعودية في عام ١٩٣٢م. الكثير من هذه التطورات الإعلامية ترتبط طردياً بالتطور المادي في المملكة والنتائج عن تطور صناعة النفط والبتروكيماويات والتي أثرت بالإيجاب على الإيرادات العامة في السعودية. وبخلاف الاتساع في فتح محطات البث التلفزيونية والإذاعية والترخيص للصحف وكذلك إنشاء وزارة الإعلام، كان هناك نمو وبشكل ملحوظ في عدد التشريعات واللوائح الإعلامية. منذ عام ١٩٤٠م بدأت الأجهزة التشريعية في السعودية في إصدار السياسات والتشريعات القانونية الإعلامية والتي تمحورت في معظمها حول تنظيم القطاع الإعلامي السعودي، إيضاح دور الإعلام السعودي، والرقابة على المحتوى الإعلامي⁽¹⁾

وتشكل المنصات الرقمية الحكومية أحد الركائز الأساسية في تحقيق مستهدفات التحول الوطني ضمن رؤية المملكة العربية السعودية 2030، حيث أصبحت أداة استراتيجية فعالة في إيصال الرسائل التوعوية وتعزيز التواصل بين الجهات الرسمية والمواطنين والمقيمين. وتلعب هذه المنصات دوراً محورياً في نشر الوعي بأهداف الرؤية من خلال ما توفره من محتوى رقمي متنوع، وخدمات إلكترونية متطورة، وقنوات تفاعلية تدعم الشفافية والمشاركة المجتمعية. وفي ظل تسارع التحول الرقمي، أصبحت المنصات الحكومية وسيلة فعالة لتعزيز القيم الوطنية، وتوضيح المبادرات الإصلاحية، وتحفيز أفراد المجتمع على التفاعل الإيجابي مع برامج التنمية المستدامة التي تقودها القيادة الرشيدة.

وتتملك المملكة العربية السعودية أكثر من 1500 موقع إلكتروني حكومي يوفر حوالي 4000 خدمة إلكترونية، تحت إشراف الهيئة الحكومية الرقمية والتي بدورها تنظم هذه المنصات والمواقع والخدمات الرقمية الحكومية وتطور منظومة رقمية للهيئات الحكومية، فضلاً عن التعاون مع القطاع الخاص والمؤسسات الدولية ذات الصلة⁽²⁾.

ومن ثم يمكن توظيف المنصات الرقمية الحكومية في التوعية برؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ لدى الفئات الجماهيرية، وذلك من خلال توفير بيئة ملائمة للتواصل وتبادل المعلومات، حيث تقوم رؤية المملكة 2030 على ثلاثة محاور رئيسية تشمل بناء مجتمع حيوي واقتصاد مزدهر ووطن طموح، وارتأت القيادة الرشيدة دعم هذه المحاور بتنفيذ مجموعة واسعة من البرامج والمبادرات التحويلية التي غطت مجالات إعادة هيكلة الحكومة ومراجعة اللوائح التنظيمية وتحسين إدارة المشروعات وقياس الأداء وزيادة الاستثمار الأجنبي المباشر ومساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي وتطوير رأس المال البشري وانضمام المرأة إلى القوى العاملة⁽³⁾.

مشكلة الدراسة:

أطلقت الأمم المتحدة أهداف التنمية المستدامة المستهدف تحقيقها بحلول ٢٠٣٠م، وتنبع ذلك استجابة الحكومات لتحقيق تلك الأهداف، وتأتي المنصات الرقمية الحكومية كوسيلة أساسية للاتصال مع الجماهير المستهدفة لتوصيل الرؤي والخطط التنموية وأساليب تحقيقها.

وفي هذا السياق أعلنت منظمة الأمم المتحدة ١٧ هدفاً للتنمية المستدامة تتحقق بحلول ٢٠٣٠م، وتسعى المملكة العربية السعودية لتنفيذ أهداف التنمية المستدامة وتضعها في مقدمة أولوياتها بما يتفق مع خصوصيتها، ووضعت لذلك رؤية ٢٠٣٠م لتتفق الخطط الحكومية وتلك الأهداف العالمية بتحديد ثلاث محاور رئيسية تتفرع الى 96 هدف استراتيجي يتم تحقيقها عن طريق برامج تحقيق الرؤية⁽⁴⁾.

ومن ثم تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دور المنصات الرقمية الحكومية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى تحقيق ما يلي:

1. التعرف على درجة استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية الحكومية.
2. التعرف على أبرز المنصات الرقمية الحكومية التي يتعامل من خلالها الجمهور السعودي.
3. قياس درجة وعي الجمهور السعودي بأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ نتيجة استخدامهم للمنصات الرقمية الحكومية.

أهمية الدراسة:

أهمية نظرية (علمية)

تتمثل الأهمية العلمية للدراسة فيما يلي:

- حادثة الموضوع والتمثل بدراسة رؤية القائمين بالاتصال في المنصات الرقمية الحكومية لدورها في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠.
 - تعتبر هذه الدراسة استكمالاً لسلسلة البحوث الإعلامية التي تهتم بدراسة الوعي بأهداف رؤية المملكة العربية السعودية 2030 من منظور إعلامي.
 - إثراء الرصيد المعرفي والتراث الثقافي.
- #### أهمية تطبيقية (مجتمعية)

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة فيما يلي:

- تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية المنصات الرقمية الحكومية وارتباطها بحياتنا في الوقت الحاضر، حيث أصبحت لغة العصر والسمة السائدة بسبب التحول الرقمي كأحد الركائز الاستراتيجية لرؤية المملكة 2030.

- مضامين رؤية المملكة 2030 في المنصات الرقمية للجهات الحكومية، وانعكاسها على المواطن السعودي.
- مواكبة الدراسة للتطورات التي تحدث على الساحة والتي لها تأثيرات على المجتمع السعودي ومنها رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

الدراسات السابقة:

تهتم هذه الدراسة بمجال المنصات الرقمية للمؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية وأثرها على تنمية وعي الجمهور السعودي برؤية المملكة 2030، وقد حرص الباحث على رصد أدبيات البحث من خلال إسهامات الباحثين ودراساتهم في هذا المجال، حيث قام البحث بتحليل الدراسات السابقة في هذا المجال والتي أمكن له الاطلاع عليها ويمكن عرض نتائج هذا الرصد من خلال عدة محاور:

أولاً: المشكلات البحثية:

بالنسبة للدراسات التي تناولت المنصات الرقمية فقد قامت العديد من الدراسات بتحليل المنصات الرقمية للوقوف على ما تقدمه من قيم، وما تتضمنه من استراتيجيات، من ذلك مشكلة دراسة (عماد عبد البديع، 2024)⁽⁵⁾ التي هدفت إلى معرفة مدى توظيف المواقع الإلكترونية للحكومة المصرية لأدوات تحقيق رضا الجمهور عن الخدمات الحكومية الرقمية (إنجي محمد خليل، 2022)⁽⁶⁾ التي تمثلت في رصد وتحليل القيم المجتمعية التي تقدمها المؤسسات الحكومية لجمهورها عبر منصتها الرقمية أثناء الأزمات.

أما دراسة (Noura Aleisa, 2024)⁽⁷⁾ فقد هدفت إلى تحديد وتحليل العوامل الرئيسية المؤثرة في تبني خدمات الحكومة الإلكترونية، واستكشاف آثارها على مختلف الأطراف المعنية، بدءاً من صناعات السياسات وصولاً إلى مطوري المنصات.

وبحثت العديد من الدراسات كيفية توظيف المنصات الرقمية في تشكيل وعي ومعارف الجمهور والتأثير على معارفهم وسلوكياتهم، حيث هدفت دراسة (مشاعل العتيبي، 2023)⁽⁸⁾ إلى رصد وتقييم القدرات التفاعلية والحوارية المواقع المؤسسات الحكومية الكويتية، من خلال تحليل درجة توظيفها لمبادئ الاتصال الحواري في بناء علاقات المؤسسات بجمهورها واعتمدت على المنهج الوصفي، واستخدمت استمارة تحليل المضمون في جمع وتحليل البيانات على عينة قوامها 40 موقعاً إلكترونياً للوزارات والجهات الحكومية الكويتية. وتوصلت الدراسة إلى تصدر الصور الشخصية للقيادات المؤسسية المرتبة الأولى بين قائمة الصور التي تنشرها مواقع المؤسسات الحكومية، يليها صور الأنشطة والخدمات. كما جاء مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح في المرتبة الأولى بين مبادئ الاتصال الحواري الأكثر توظيفاً في مواقع المؤسسات الحكومية الكويتية، ودراسة (ربي عبد الحميد الحجيلي، 2022)⁽⁹⁾ الدور الذي تقوم به منصات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب السعودي حول ظاهرة التمرر الإلكتروني.

وبحثت دراسة (اسلام عبد الرؤوف، 2020)⁽¹⁰⁾ مدى إدراك الطلاب الوافدين لمضامين التسامح المقدمة على المنصات الرقمية للأزهر الشريف. ورصدت دراسة

⁽¹¹⁾ (Pawan,2020) فاعلية المنصات الرقمية في تحقيق وعي الجمهور بالتنمية المستدامة في قرية Kankedia الهندية. وتناولت دراسة ⁽¹²⁾ (Ruhet Genc,2017) الدور الذي تؤديه وسائل الإتصال الرقمية في دعم التنمية المستدامة لدى الجمهور.

أما بالنسبة للدراسات التي تناولت رؤية المملكة 2030 فقد تمثلت مشكلة العديد من الدراسات في التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تعريف الجمهور برؤية 2030 من ذلك دراسة (أسماء الجيوشي، 2021) ⁽¹³⁾ التي اهتمت بالتعرف على دور المنصة الإعلامية السعودية في دعم برنامج التحول الوطني "وطن طموح مواطنة مسؤولة"، لدى الجمهور السعودي وذلك من خلال ما تطرحه الاستراتيجيات المعرفية لوزارة الثقافة والإعلام لتفعيل رؤية المملكة 2030. وعمدت دراسة (رياض بن ناصر الفرجي، 2021) ⁽¹⁴⁾ إلى رصد دور الإعلام الاجتماعي في دعم إستراتيجية الوزارات لتحقيق رؤية 2030 في المملكة العربية السعودية.

وجمعت دراسة (شارع بن مزيد البقمي، 2020) ⁽¹⁵⁾ في مشكلتها بين الصورة الذهنية للرأي العام السعودي ورؤية المملكة 2030. وناقشت دراسة (غادة البطريق، 2020) ⁽¹⁶⁾ مدى التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها.

ويتضح من العرض السابق بُدرة الدراسات التي جمعت في مشكلتها البحثية بين المنصات الحكومية الرقمية وعلاقتها برؤية المملكة 2030، وهو ما يوضح أهمية مشكلة الدراسة الحالية، حيث تمثل المنصات الرقمية الحكومية أحد أهم وسائل تشكيل الوعي والمعرفة لدى الجمهور، خاصة وأنها تمثل المصدر الرسمي للمعلومات والأخبار، ورؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي تتبناها حكومة خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز- حفظه الله- حيث تمثل الرؤية الأساسية للتنمية المستدامة في المملكة.

ثانيًا: الإطار المنهجي للدراسات السابقة

تعتبر الدراسات الوصفية هي الأكثر استخدامًا في الدراسات السابقة، سواءً تلك التي تناولت المنصات الرقمية أو الدراسات التي تناولت رؤية المملكة 2030، ويرى الباحث أنه يمكن إرجاع ذلك إلى أنها تتناسب مع طبيعة المنصات الرقمية كظاهرة تصلح للدراسة من خلال وصف عناصرها وحركتها في الواقع.

ف نجد أن أغلب الدراسات قد استخدمت منهج المسح سواءً من خلال المسح الميداني للجمهور كدراسة (ربي عبد الحمدي الحجيلي، 2022)، ودراسة (Sarpong Hammond) (Antwi et al,2022)، ودراسة (أسماء الجيوشي، 2021) ودراسة (غادة البطريق، 2020)، ودراسة (شارع بن مزيد البقمي، 2020) ودراسة (Pawan,2020).

أو من خلال تحليل المضمون كدراسة (عماد عبد البديع، 2024)، ودراسة (إنجي محمد خليل، 2022)، ودراسة (غادة سيف ثابت، 2022)، ودراسة (رياض بن ناصر، 2021)، واعتمدت دراسة (إسلام محمد عبد الرؤوف، 2020) على المقابلات المتعمقة.

واعتمدت دراسة (Ruhet Genc,2017) على المنهج شبه التجريبي. وتمتاز الدراسة الحالية بأنها تجمع بين منهج المسح بشقة الميداني، بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة مع المتخصصين.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسات السابقة

تنوعت النظريات التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة بين النظريات التقليدية والنظريات والمداخل النظرية الحديثة، في حين جمعت دراسات أخرى بين النظريات التقليدية والحديثة.

بالنسبة للدراسات التي تناولت المنصات الرقمية فقد اعتمدت أغلب الدراسات على أكثر من نظرية مثل دراسة (إنجي محمد خليل، 2022) التي اعتمدت على نموذج الاتصال الشبكي، والنموذج الدائري للقيم. واعتمدت دراسة (غادة سيف ثابت، 2022) على نظرية ثراء الوسيلة، ونموذج الاتصال الحوارية.

واعتمدت دراسة (ربي عبد الحميد الحجيلي، 2022) على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. بينما استخدمت دراسات أخرى نظرية واحدة مثل دراسة (Pawan,2020) على نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة).

أما بالنسبة للدراسات التي تناولت رؤية المملكة 2030 فقد اعتمدت دراسة (أسماء الجبوشي، 2021) على نظرية الغرس الثقافي. ودراسة (غادة البطريق، 2020) على نظرية التماس المعلومات.

رابعاً: نتائج الدراسات السابقة.

بالنسبة للدراسات التي تناولت المنصات الرقمية فقد ركزت عدة دراسات على كيفية توظيف المنصات الرقمية في التعامل مع الجمهور، حيث توصلت نتائج دراسة (إنجي محمد خليل، 2022) إلى أن أهم الاستراتيجيات التي تم الاعتماد عليها في التعامل مع الجمهور من خلال المنصات الرقمية كانت استراتيجية لغة المخاطبة، وكذلك أكدت على ضرورة طرح إستقصاءات على المنصة لتقييم رضا الجمهور. وهو ما اتفقت معه نتيجة دراسة (غادة سيف ثابت، 2022) حيث أكدت على ضرورة توفر صندوق حوارية مباشر على الصفحة لسهولة تواصل الجمهور معه.

في حين جاءت نتائج عدد من الدراسات مرتبطة بكيفية تشكيل المنصات لوعي ومعرفة الجمهور، وكثافة إستخدامهم لها، حيث أشارت نتائج دراسة (ربي عبد الحميد، 2022) إلى أن 45.5% من أفراد العينة يتصفحون منصة تويتر كل أسبوع وهي الفئة الأكثر من أفراد العينة، كما أن 64% من أفراد العينة جاءت إستجاباتهم إيجابية نحو قدرة تويتر على زيادة الوعي لدى الشباب بظاهرة التمرر الإلكتروني.

كما أشارت نتائج دراسة (Antwi,s et al,2022) إلى أن المبادرات والحملات عبر المنصات الرقمية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي تُعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التغيير المناخي حيث يعتمد عليها 90% من أفراد العينة.

وهو ما اتفقت معه نتائج دراسة (Pawan,2020) حيث أكدت النتائج على أن المنصات الرقمية أسهمت في تعريف الجمهور بالأزمات والقضايا في قرية Kankadia الهندية، وترتيب أجندة الجمهور الإعلامية تجاه تلك القضايا.

وعن أهمية المنصات الرقمية الرسمية للجمهور فقد أكدت نتائج دراسة (إسلام عبد الرؤوف، 2020) على أن أهم أسباب اعتماد الطلاب الوافدين على المنصات الرقمية للأزهر، كونها المصدر الرئيس للأخبار المتعلقة بالأزهر الشريف. كما توصلت نتائج دراسة (حنين الغامدي، 2020) إلى أن المنصات الحكومية السعودية ساهمت في إنجاز وتسريع المعاملات للمواطنين والحد من التعطيل.

أما بالنسبة للدراسات التي تناولت رؤية المملكة 2030 فقد تناولت نتائج عدد من الدراسات الموضوعات المتعلقة برؤية المملكة 2030 والتي يحرص الجمهور على متابعتها، حيث توصلت دراسة (أسماء الجيوشي، 2021) إلى أن تطوير بيئة محفزة للأنشطة الثقافية، وتعزيز صورة المملكة داخليًا وخارجيًا، ورفع مستوى الوعي بقرارات الحكومة وإنجازاتها جاءت في مقدمة أهداف رؤية 2030 للمملكة كما عرفها الجمهور من المنصة الإعلامية بوزارتي الثقافة والإعلام.

كما أشارت نتائج دراسة (شارع البقمي، 2020) إلى أن الموضوعات الاجتماعية جاءت في المركز الأول لأهم مضامين الرؤية الوطنية التي تحرص العينة على متابعتها ونسبة عالية وصلت إلى 91٪، تليها المضمون الاقتصادي والاستثماري بنسبة 75٪، ثم موضوعات التعليم بنسبة 63,2٪، والمضامين الثقافية بنسبة 48,5٪.

بينما أكدت دراسة (أحمد الزهراني، ودعاء فحفي، 2018) أن برنامج التحول الوطني 2020 جاء في المرتبة الأولى من حيث إدراك عينة الدراسة لبرامج الرؤية من خلال موقع تويتر وذلك بوزن نسبي بلغ 86.7. كما أنه توجد علاقة بين دوافع تعرض المبحوثين للمضامين التي يتابعونها على موقع تويتر الخاصة برؤية 2030 والتأثيرات الناتجة (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

وقد أوصت دراسة (رياض بن ناصر، 2021) بضرورة توظيف وسائل الإعلام الوطنية لخدمة أهداف التنمية وفقا لرؤية المملكة 2030، فالتطور السريع والمتلاحق في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والإعلام الذي تدفعه باستمرار آلية الاندماج والتكامل بين الشركات العملاقة والشركات متعددة الجنسية قد قلص من قدرات بعض الدول على تطوير إمكانياتها الإعلامية والمعلوماتية والاتصالية.

وجاءت نتيجة دراسة (غادة البطريق، 2020) لتثبت أن الشباب الجامعي السعودي يثقون بدرجة متوسطة في وسائل الإعلام الرقمية غير الرسمية كمصدر للمعلومات حول رؤية 2030، وذلك بنسبة 46.4%. وذلك لانتشار الكثير من الشائعات والمعلومات غير الصحيحة ومجهولة المصدر.

ويتضح من هذا العرض ندرة النتائج التي اهتمت بالتعرف على كيفية تشكيل وعي الجمهور السعودي بجميع فئاته، تجاه كافة محاور رؤية المملكة 2030 (مجتمع حيوي، اقتصاد مزهر، وطن طموح)، من خلال الاعتماد على المنصات الرقمية الحكومية.

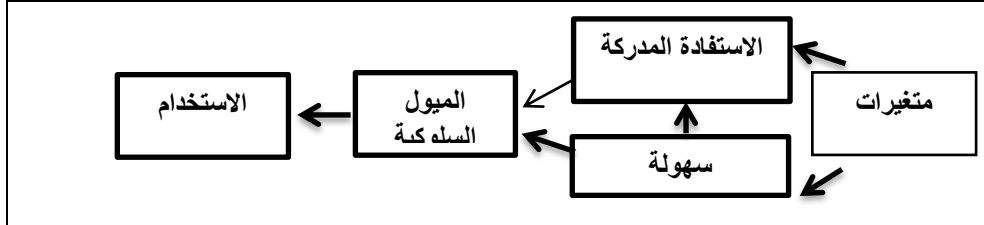
الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

1. نموذج قبول التكنولوجيا TAM

اعتمد الباحثون على مدار الأربعين عاما الماضية على عدة مداخل نظرية مثل انتشار المستحدثات، نظرية السلوك المخطط، النظرية المعرفية الاجتماعية، نموذج قبول التكنولوجيا، النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، حيث كان قبول واستخدام أنظمة المعلومات وابتكارات تكنولوجيا المعلومات مصدر قلق كبير للباحثين والممارسين، وشكلت إسهامات المداخل النظرية السابقة في تراكم الجهد العلمي لتقديم تفسيرات مختلفة لقبول تكنولوجيا المعلومات واستخدامها بناءً على عوامل متعددة مثل سمات التكنولوجيا والعوامل السياقية الخاصة بالمجتمع.⁽¹⁷⁾

ويعتبر "نموذج قبول التكنولوجيا" الذي ابتكر عام 1986، النموذج النظري الأكثر إنتشاراً وتطبيقاً في مجال نظم المعلومات. وقد تم إبتكاره من قبل Davis الذي افترض فيه أن قبول نظم المعلومات من قبل الأفراد يتحدد بمتغيرين رئيسيين: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، وأن هذين المتغيرين يتأثران بعوامل عدة خارجية⁽¹⁸⁾.

وتتكون النسخة الأخيرة للنموذج من أربعة عناصر تتأثر بمجموعة من المتغيرات الخارجية يبينها فينكاتيش ودافيس (Venkatesh & Davis)⁽¹⁹⁾ في الشكل رقم (2)



شكل (1) النسخة الأخيرة لنموذج قبول التكنولوجيا

أ- المتغيرات الخارجية (External Variables):

تعمل المتغيرات الخارجية للنموذج على التأثير في سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة لدى الفرد من هذه المتغيرات على سبيل المثال: المتغيرات الديموغرافية كالجنس، العمر، التخصص.

ب- مراحل النموذج:

يتكون النموذج من أربعة مراحل متمثلة في الآتي:

- سهولة الاستخدام المدركة (Perceived Ease of Use):

تبين هذه المرحلة مدى اعتقاد الفرد في أن استخدام التكنولوجيا أمراً سهلاً ولا يترتب عليه أي مجهود إضافي.

• **الاستفادة المدركة (Perceived Usefulness):**

تشير إلى مدى اعتقاد الفرد بأن استخدام التكنولوجيا يحسن من أدائه ويلبي احتياجاته التعليمية المختلفة.

• **الميول السلوكية للاستخدام (Behavioral Intention to Use):**

مجموعة من السلوكيات يقوم بها الفرد يتم توقعها عن طريق سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

• **الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا (Actual Use of Technology):**

يبين ممارسة الفرد للتكنولوجيا نتيجة ميوله السلوكية⁽²⁰⁾.

في الواقع يُساعد النموذج الباحثين والممارسين على التمييز بين سبب قبول أو عدم قبول تقنية أو نظام معين وإتخاذ التدابير المناسبة عن طريق الشرح إلى جانب توفير مساحة للتنبؤ بالسلوك نتيجة أنه تم اختياره على نطاق واسع مع عينات مختلفة في مواقف مختلفة، وتبين أنه نموذج صالح وموثوق لفهم قبول التكنولوجيا بمختلف فروعها واستخدامها، وهذا الفهم أمر حيوي لتمكين الأطراف المهمة (مثل الطالب والأكاديميين والباحثين والحكومة والمنظمات من الارتباط بالنظرية والجوانب العملية لنموذج تبني التكنولوجيا)⁽²¹⁾.

2. نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory

تساعد نظرية ثراء الوسيلة في دراسة معايير التفاضل والاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لقوتها وتدرج تأثيرها وتحاول النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور وشرح التأثيرات والاستخدامات الإعلامية، وقدم كل من (ريتشارد دافت) و(روبيرت لينجيل) نظرية ثراء وسائل الإعلام عام (1984)، وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الإتصال داخل المنظمات والمؤسسات⁽²²⁾، وكيف يتم استخدام وسائل الإعلام من قبل العمال والمديرين، ثم تم تطويرها بعد ذلك بواسطة لينجيل وريتشارد ووترافون عام 1987، وتم استخدامها في العديد من الدراسات الإعلامية، خاصة تلك المتعلقة بوسائل الإعلام المعتادة مثل الصحافة والتلفزيون والراديو وغيرها من وسائل الإعلام القديمة⁽²³⁾.

ثم انتقلت النظرية بعد ذلك لدراسة الإعلام الجديد فتم استخدامها في السنوات الأخيرة في الدراسات التي تناولت البريد الإلكتروني والوسائط المتعددة ودقة برامج التعلم عن بعد وجودة الخدمة، وتمت الإشارة إلى النظرية في مقارنة الفروق بين الرجال والنساء في إختيارهم لاستخدام وسائل إعلام معينة بدل من وسائل إعلام الأخرى⁽²⁴⁾، ويعرف ثراء الوسيلة Media Richness بأنه الدرجة التي عندها تندمج عناصر الواقع الحقيقي ويتم تقديمها في وسائل الإعلام، ذلك لأن العالم الواقعي أو الحقيقي يكون أكثر ثراء من أي وسيط إتصالي، ومن هنا فإن الوسيلة الثرية هي التي تفيد في تقديم موضوعات العالم

الحقيقي⁽²⁵⁾، وتعتبر نظرية الثراء الإعلامي إحدى النظريات البارزة في تفسير العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث تختلف تلك الوسائل في قدرتها على تيسير عملية الفهم، فوسائل الإتصال بكافة أشكالها يمكن أن تصنف كوسائل مرتفعة أو منخفضة الثراء مما يتطلب تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقف إتصالي⁽²⁶⁾.

فروض النظرية:

تفترض هذه النظرية فرضين رئيسيين هما:-⁽²⁷⁾

الفرض الاول تمتلك الوسائل الإعلامية والتكنولوجية قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها ومن ثم تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها .

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث الثراء الإعلامي وهي:

- إمكانية حصول القائم بالإتصال على رجع صدى سريع (رد فعل سريع للمتلقى).
- إمكانية تقديم أشكال مختلفة من الاتصال باستخدام تقنيات متعددة (تعدد الرموز).
- الاهتمام الشخصي من المتلقى باستخدام الوسيلة، ومدى ملائمة الوسيلة لتلبية احتياجات المتلقى (الخصوصية).
- استخدام لغة الإتصال الملائمة للجمهور الذي تُخاطبه الوسيلة (استخدام اللغة الطبيعية).

تعريف المنصات الرقمية Digital Platform:

المنصة الرقمية هي البيئة التي يتم فيها تشغيل البرمجيات، وقد تكون المنصة عتاداً أو نظام تشغيل أو حتى متصفح ويب أو برمجية أخرى؛ أي أنها الموقع الذي تعمل فيه البرمجيات، وتستخدمه عديد من المؤسسات، سواء تجارية، أو خدمية، أو معلوماتية، أو عامة، في التواصل مع مجموعة المستهدفين لديها فهي تعرف بأنها البيئة التفاعلية التي توظف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب، كما تجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل: تويتر وفيسبوك وغيرهما⁽²⁸⁾

كما توصف المنصات الرقمية على أنها مجموعة من الموارد الرقمية التي تتضمن خدمات ومحتوى متنوعاً من شأنه خلق القيمة والتفاعلات بين الشركاء الخارجيين والمنتجين والعملاء⁽²⁹⁾، وهناك مجالان رئيسيان حظيا باهتمام خاص في المنصات الرقمية ألا وهما المجال الهندسي أو التقني والمجال الاقتصادي، وكما أثار Gawer2014 فإن هذين المجالين المختلفين جعلاً من الصعب صياغة تعريف دقيق للمنصات الرقمية، حيث يركزان على أشياء مختلفة بينما هناك حاجة للنظر في كيفية تفاعلها، وهذا التفاعل بين الجوانب التكنولوجية والتنافسية هو الذي يضمن نجاح المنصة، فمن حيث الجانب الهندسي أو التقني تعرف المنصات الرقمية على أنها: "مجموعة من المكونات المستخدمة بشكل مشترك عبر عائلة من المنتجات التي يمكن توسيع وظائفها عن طريق التطبيقات"⁽³⁰⁾

ومن خلال التعريفين السابقين يتضح أن النظرة الهندسية تفسر المنصات على أنها بنىات تكنولوجية مصممة بشكل هادف مثل الواجهات التي تسهل الابتكار، أما الجانب الاقتصادي فيصف المنصات الرقمية على أنها شبكة تجارية من الموردين والمنتجين والوسطاء والعلاء والتي يتم تجميعها معا من خلال التعاقد الرسمي أو الاعتماد المتبادل⁽³¹⁾

وتعرف المنصة بأنها الإمكانية المقدمة للمستهلك من أجل توظيف واستخدام ونشر مكتبات وخدمات وأدوات مدعومة من طرف مقدم الخدمة يتم دمجها ضمن البنية الأساسية بواسطة التخزين السحابي بعد إنشائها وتصميمها من طرف مؤسسي المنصة أو مستخدميها عن طريق مجموعة من التطبيقات تم تطويرها باستخدام لغات البرمجة⁽³²⁾

لذا تعد المنصة بناء متعدد الجوانب يوضع عندما تريد الشركة الجمع بين مجموعتين أو أكثر من المجموعات المتميزة من العلاء الذين يحتاجون إلى بعضهم البعض بطريقة ما، حيث تقوم الشركة ببناء بنية تحتية (منصة) تخلق القيمة عن طريق تقليل تكاليف التوزيع والمعاملات والبحث والتكاليف المتكبدة عندما تتفاعل هذه المجموعات مع بعضها البعض⁽³³⁾

خصائص المنصات الرقمية

من خلال التعاريف السابقة تظهر الخصائص التالية للمنصات الرقمية:

1. **التفاعلية:** تتيح المنصات الرقمية بيئة تفاعلية بين المنتج والمستهلك حول المحتوى المراد من خلاله تسخير أساليب تقنية للتفاعل سواء زمنيا أو مكانيا.
2. **المرونة:** تعطي المنصات الرقمية للمستهلك فرصة للعودة لمحتوياتها في أي زمان ومكان من جهة ومن جهة أخرى توفر التنوع في محتوياتها الرقمية المواكبة للموضوعات العمرية
3. **التنوع في عرض المحتوى:** تسعى المنصات الرقمية لعرض محتويات رقمية غنية باستخدام عدة طرق للعرض التي تعزز إثارة الانتباه لدى المستهلكين.
4. **التواصل:** الاتصال بين المنتج والمستهلك من خلال استخدام تقنيات تكنولوجية حديثة.
5. **تخفيض التكاليف، تنظيم وتنسيق التطوير التكنولوجي:** تساهم المنصات الرقمية في تخفيض تكاليف المعاملات بما في ذلك تكاليف التوزيع والبحث والتعاقد والمراقبة كما تساعد في تنظيم وتنسيق التطوير التكنولوجي للمنتجات التكميلية⁽³⁴⁾

رؤية المملكة العربية السعودية 2030

هي الرؤية الشاملة التي تم العمل على وضع أسسها وأهدافها النهائية وآليات وبرامج تنفيذها، للانتقال بالاقتصاد الوطني السعودي من حالته الراهنة بكل امتداداته المالية والاجتماعية والتنموية كافة التي ترتفع بدرجة عالية جدا على دخل النفط، إلى نمط اقتصادي وتنموي يستند إلى الاستقلالية التامة عن الاعتماد على النفط بالاعتماد الأكبر على إنتاجية مكونات الاقتصاد الوطني وفي مقدمتها الإنسان، كونه الركيزة الأولى والأهم في أي مجتمع كان، وبالاعتماد على الفرص والموارد الهائلة التي يمتلكها الاقتصاد الوطني، وتوظيف عائدات تلك المسارات الإنتاجية باتجاه تعزيز قدرة الاقتصاد والمجتمع، والدفع بها إلى مستويات

أفضل مما هو قائم عليه الوضع الراهن، وبما يحفز منشآت القطاع الخاص على زيادة مساهمتها اقتصادياً وتنموياً واجتماعياً (رؤية المملكة ٢٠٣٠، ٢٠١٨)⁽³⁵⁾

وقد رسمت الرؤية التوجهات والسياسات العامة للملكة والأهداف والالتزامات الخاصة بها لتكون المملكة نموذجاً رائداً على كافة المستويات، واشتملت الرؤية على عدد من الأهداف الاستراتيجية والمستهدفات ومؤشرات لقياس النتائج والالتزامات الخاصة بالخدمة من المحاور، والتي يشترك في تحقيقها كل من القطاع العام والخاص وغير الربحي.⁽³⁶⁾

رؤية المملكة وعلاقتها بخطط التنمية

لقد بدأت المملكة العربية السعودية تخطو أولى خطواتها نحو التحول من اقتصاد قائم على البترول إلى اقتصاد قائم على المعرفة منذ بداية خطة التنمية الثامنة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٩)، وذلك من خلال الهدف الرابع وهو تنمية القوى البشرية، ورفع كفاءتها، وزيادة مشاركتها، لتلبية متطلبات الاقتصاد الوطني. وقد أكدت خطة التنمية التاسعة (٢٠١٠ - ٢٠١٤) هذا التوجه حيث كان الهدف الثامن منها ينص على التوجه نحو الاقتصاد المبني على المعرفة وتعزيز مقومات مجتمع المعرفة. وقد عزز ذلك في الأونة الأخيرة التوجه الحكومي لرؤية المملكة العربية السعودية الاقتصادية ٢٠٣٠.⁽³⁷⁾

وتأتي رؤية المملكة ٢٠٣٠ امتداداً لخطة سابقة تهتم برسم بناءها ضمن عمل متقن يتطور مع تطور الزمن ومتغيرات العصر ومقتضيات المرحلة في ربط متقن بين العلم والعمل وتمثل هذه الرؤية خطة ما بعد النفط بالمملكة العربية السعودية والتي تتزامن مع الانتهاء من (٢٠) مشروع وطني عملاق، ومن أهدافها:⁽³⁸⁾

1. توفير رغد العيش للأجيال القادمة والتحرر من النفط
2. تأمين البلد من نكسات الاقتصاد وتقلباته وسد حاجاته المادية لمواجهة المخاطر ومواصلة البناء ليتم تكوين جبهة اقتصادية عملاقة قوامها تنوع مصادر الدخل والشراكة بين القطاعات المختلفة.
3. تحقيق التميز المحلي والعالمي بهدف الارتقاء بطموحات المواطن وتعزيز قدراته العلمية والمعرفية والابتكارية
4. تقديم صورة متميزة للمؤسسات التعليمية وعلى رأسها الجامعات السعودية وتطمح الرؤية أن تكون خمسة جامعات سعودية على الأقل من أفضل مئتين جامعة دولية بحلول ٢٠٣٠ وهذه الأهداف الفرعية مستمدة من أهداف عريضة شاملة كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً: تساؤلات الدراسة الميدانية على الجمهور:

1. ما كثافة استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية الحكومية؟
2. ما العوامل المؤثرة على تقبل الجمهور للمنصات الرقمية الحكومية؟
3. ما طبيعة الاستفادة من الخدمات المقدمة عبر المنصات الرقمية الحكومية؟

4. هل تساهم المنصات الرقمية الحكومية في تنمية الوعي برؤية المملكة 2030 من وجهة نظر الجمهور السعودي؟

ثانياً: فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومستوى الوعي بأهداف رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين.
2. توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ودرجة المساهمة (المعرفية - السلوكية - الوجدانية) في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 الناتجة عن الاستخدام
3. توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومعدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم ببحث الظاهرة وما يحيط بها من أبعاد⁽³⁹⁾، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي من خلال الأسلوب الكمي لمسح عينة من الجمهور السعودي، للتعرف على اتجاهاتهم نحو دور المنصات الرقمية في تنمية الوعي برؤية المملكة 2030.

مجتمع وعينة الدراسة:

يشير مصطلح مجتمع الدراسة إلى المجموعة الكلية من العناصر والمفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة والتي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج، وفي إطار ذلك يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي المستخدم للمنصات الرقمية الحكومية، حيث تم تم سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة ممثلة للمجتمع الأصلي قوامها (600) مفردة يراعى فيها التنوع في الجنس والمستويات التعليمية والفئات العمرية المختلفة والمنطقة السكنية، وبدأ الباحث بتطبيق الدراسة الميدانية على الجمهور السعودي خلال الفترة من بداية فبراير 2024 وحتى نهاية مارس 2024.

جدول (1) خصائص العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة (ن=600)

المتغيرات	الفئات	الاستجابة	
		ك	%
النوع	ذكر	371	61.8
	انثى	229	38.2
العمر	أقل من 20 إلى 30 عاماً	349	58.2
	من 31 إلى 45 عاماً	107	17.8
	من 45 إلى 60 عاماً	81	13.5
	أكثر من 60 عاماً	63	10.5
	المنطقة الوسطى	120	20.0
المنطقة	المنطقة الشمالية	120	20.0
	المنطقة الجنوبية	120	20.0

المتغيرات	الفئات	الاستجابة	
		ك	%
التعليم	المنطقة الشرقية	120	20.0
	المنطقة الغربية	120	20.0
	ثانوي فأقل	96	16.0
	دبلوم	48	8.0
	بكالوريوس	338	56.3
	دراسات عليا (ماستر - دكتوراه)	118	19.7
الدخل الشهري	أقل من 5000 ريال	334	55.7
	من 5000 إلى 10000 ريال	115	19.2
	أكثر من 10 آلاف ريال	151	25.2
	موظف حكومي / موظفة حكومية	132	22.0
الوظيفة	موظف قطاع خاص / موظفة قطاع خاص	57	9.5
	صاحب أعمال حرة / صاحبة أعمال حرة	53	8.8
	متقاعد / متقاعدة	43	7.2
	طالب / طالبة	253	42.2
	لا أعمل	62	10.3

مفاهيم الدراسة:

المنصات الرقمية: هي البيئة التي يتم فيها تشغيل البرمجيات، وقد تكون المنصة عتاداً أو نظام تشغيل أو حتى متصفح ويب أو برمجية أخرى؛ أي أنها الموقع الذي تعمل فيه البرمجيات، وتستخدمه عديد من المؤسسات، سواء تجارية، أو خدمية، أو معلوماتية، أو عامة في التواصل مع مجموعة المستهدفين لديها: فهي تعرف بأنها البيئة التفاعلية التي توظف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب كما تجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل تويتر وفيسبوك وغيرهما⁽⁴⁰⁾.

وتعرف إجرائياً: بأنها منصة " (ناجز) التابعة لوزارة العدل السعودية (صحتي) التابعة لوزارة الصحة السعودية - وزارة الداخلية (أبشر) - نسك) التابعة لوزارة الحج والعمرة السعودية - (فرص) البوابة الموحدة للاستثمار في المدن السعودية التابعة لوزارة البلديات والإسكان السعودية "

رؤية المملكة 2030: هي الرؤية السعودية المعلنة 2030 وهي رؤية سمو ولي العهد لمستقبل هذا الوطن العظيم، والتي تسعى لاستثمار مكامن قوته التي حباها الله بها، من موقع إستراتيجي متميز، وقوة استثمارية رائدة، وعمق عربي وإسلامي، وتتكون من ثلاثة محاور رئيسية (مجتمع حيوي، اقتصاد مزدهر، وطن طموح)⁽⁴¹⁾.

الوعي: يجد علماء النفس صعوبة بالغة لإيجاد تعريف علمي للوعي، لأن الوعي عند الإنسان هو أساس كل عملية فكرية وهو شرط أصلي لاشتغال الفكر البشري وبالتالي فهو الذي يجعل العمل العلمي ممكناً وواقعاً وعملية التعريف ممكنة وواقعة.

نتائج الدراسة:

1- معدل استخدام المواطن السعودي للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية:

جدول (2) معدل استخدام المواطن السعودي للمنصات الرقمية الحكومية السعودية

معدل الاستخدام		الإجمالي
استخدمها بدرجة كبيرة	استخدمها بدرجة متوسطة	
استخدمها بدرجة منخفضة	لا استخدمها	الإجمالي
ك	%	
363	60.5	
152	25.3	
68	11.3	
17	2.8	
600	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة من يستخدمون للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية بلغت 97.2% من أفراد عينة الدراسة، وهذا يشير إلى مستوى عالٍ من التبني والاعتماد على الخدمات الرقمية الحكومية في المملكة العربية السعودية، وأن هناك ارتفاع في نسبة استخدام (عينة الدراسة) للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية بصفة دائمة ومنتظمة (بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت (60.5%)، بينما يستخدم (25.3%) من أفراد العينة المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية بدرجة متوسطة، وأن نسبة (11.3%) من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية بدرجة منخفضة.

2- وسائل الدخول على المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية:

جدول (3) وسائل الدخول على المنصات الرقمية الحكومية السعودية

الوسائل	الإجمالي ن = 583		الترتيب	ك ²	مستوى معنوية د ح = 1
	ك	%			
من خلال تطبيقات المنصة عبر أجهزة التليفون الذكية	425	72.9	1	122.28	0.000
الهواتف الذكية الخاصة بالمنصة	397	68.1	2	76.365	0.000
الحاسب الآلي الشخصي	294	50.4	3	0.043	0.836 غير دالة
أجهزة الحاسوب اللوحي (tablet computer)	144	24.7	4	149.27	0.000

يتضح من بيانات الجدول السابق ترتيب أكثر وسائل الدخول على المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية وحصل على المركز الأول "تطبيقات المنصة عبر أجهزة التليفون الذكية" بنسبة مئوية مقدارها (72.9%)، يليها "الهواتف الذكية الخاصة بالمنصة" في المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (68.1%)، و"الحاسب الآلي الشخصي" في المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (50.4%)، يليها "أجهزة الحاسوب اللوحي (tablet computer)" في المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (24.7%).

3- استخدام التطبيقات الرسمية للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية:

جدول (4) درجة استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرسمية للمنصات الرقمية الحكومية السعودية

ترتيب الاهمية النسبية	الوزن المنوي	المتوسط الحسابي	اجابات افراد العينة						التطبيقات الرسمية
			لا استخدمها		استخدمها أحياناً		استخدمها دائماً		
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	92.0	2.76	1.0	6	22.1	129	76.8	448	تطبيق منصة ناجز
2	91.3	2.74	1.9	11	22.5	131	75.6	441	تطبيق منصة أبشر
3	87.3	2.62	2.9	17	32.4	189	64.7	377	تطبيق منصة نسك
4	82.7	2.48	6.9	40	38.6	225	54.5	318	تطبيق منصة صحتي
5	74.0	2.22	15.4	90	47.0	274	37.6	219	تطبيق منصة فرص
6	71.0	2.13	29.3	171	28.8	168	41.9	244	تطبيق منصة نفاذ الوطني
7	69.0	2.07	20.2	118	52.8	308	26.9	157	تطبيق منصة توكلنا خدمات
8	58.3	1.75	43.2	252	38.4	224	18.4	107	تطبيق منصة سبل أون لاين
9	57.3	1.72	45.1	263	37.4	218	17.5	102	تطبيق منصة مدرستي
10	56.3	1.69	49.1	286	32.4	18	18.5	108	تطبيق منصة سكني
11	56.0	1.68	51.1	298	30.0	175	18.9	110	تطبيق إحسان
12	50.7	1.52	60.7	354	26.6	155	12.7	74	تطبيق منصة توكلنا طوارئ

يتضح من بيانات الجدول ترتيب درجة استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرسمية للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية وحصل (تطبيق منصة ناجز) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (92.0%)، يليه (تطبيق منصة أبشر) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (91.3%)، وجاء (تطبيق منصة نسك) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (87.3%)، يليه (تطبيق منصة صحتي) في الترتيب الرابع بوزن نسبي مقداره (82.7%)، وحصل (تطبيق منصة فرص) على الترتيب الخامس بوزن نسبي مقداره (74%).

4- العناصر التسويقية بالمنصات الرقمية السعودية للإعلان عن برامج رؤية المملكة 2030:

جدول (5) العناصر التسويقية بالمنصات الرقمية السعودية للإعلان عن برامج الرؤية

العناصر التسويقية	الإجمالي ن = 583		الترتيب	م ²	مستوى معنوية د ح = 1
	%	ك			
الفيديوهات	71.4	416	1	106.34	0.000
الصور التي توثق المعلومات المقدمة	69.1	403	2	85.298	0.000
الانفوجراف	55.1	321	3	5.971	0.015
الأخبار المحررة نصياً	48.4	282	4	0.619	0.431 غير دالة
التقارير والاحصائيات الدورية	43.4	253	5	10.170	0.001
العروض التقديمية	42.0	245	6	14.835	0.000

يتضح من بيانات الجدول السابق ترتيب أكثر العناصر التسويقية بالمنصات الرقمية السعودية للإعلان عن برامجها وخدماتها بشكل يخدم رؤية المملكة 2030 وحصل على المركز الأول " الفيديوهات " بنسبة مئوية مقدارها (71.4 %)، يليها "الصور التي توثق المعلومات المقدمة" في المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (69.1 %)، و " الانفوجراف " في المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (55.1 %)، يليها "الأخبار المحررة نصياً " في المركز الرابع

بنسبة مئوية مقدارها (48.4 %)، ثم "التقارير والاحصائيات الدورية" في المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (43.4 %)، يليها "العروض التقديمية" في المركز السادس بنسبة مئوية مقدارها (42.0 %).

5- الخصائص الاتصالية التي تتمتع بها المنصات الرقمية السعودية:

جدول (6) الخصائص الاتصالية التي تتمتع بها المنصات الرقمية السعودية

ترتيب الاهمية النسبية	الوزن المنوي	المتوسط الحسابي	اجابات افراد العينة						الخصائص الاتصالية
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	94.3	2.83	3.9	23	9.4	55	86.6	505	الخدمات المقدمة بالمنصات منخفضة التكلفة وموفرة للوقت والجهد مقارنة بأساليب وطرق تلقي الخدمة بالشكل التقليدي
1	94.3	2.83	3.9	23	9.1	53	87.0	507	تسهل المنصات الرقمية في توفير معلومات عن مواصفات الخدمات المقدمة للمواطنين والزائرين
2	93.7	2.81	3.9	23	11.5	67	84.6	493	سهولة وصول زوار المنصات من خلال الموقع الالكتروني الرسمي او عبر تطبيقات الهواتف الذكية
3	93.3	2.80	2.9	17	14.2	83	82.8	483	تتيح المنصات التفاعلية بين المسؤولين عنها والجمهور المستخدم لها بمستويات متعددة
3	93.3	2.80	3.9	23	12.3	72	83.7	488	يتوفر بالمنصات تنوع في خدماتها ومحتوياتها الرقمية بشكل يلائم الموضوعات التي تعكس رؤية المملكة 2030
4	92.7	2.78	1.0	6	19.9	116	7.1	461	توفر المنصات طرق واساليب تحقق الاثارة وجذب الانتباه لدى المستخدمين في تقديم وعرض خدماتها
5	91.7	2.75	5.0	29	15.1	88	7.9	466	تتيح المنصات أساليب مختلفة للتواصل مع الجمهور بكافة المستويات التقليدية وكذلك التكنولوجيا الحديثة
6	92.3	2.77	2.7	16	17.5	102	79.8	465	المنصات الرقمية تعمل على تطوير الخدمات التكميلية وخدمات ما بعد تلقي الخدمة للتأكد من تلبيتها احتياجات الجمهور الفعلية وذلك عن طريق استطلاعات الرأي نحو الخدمة المقدمة
7	92.0	2.76	6.0	35	11.7	68	82.3	480	توفر المنصات قدراً من المرونة حيث تعطي فرصة للعودة لمحتوياتها في أي زمان ومكان

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض رأى عينة الدراسة تجاه الخصائص الاتصالية التي تتمتع بالمنصات الرقمية السعودية بها وحصلت (الخدمات المقدمة بالمنصات منخفضة التكلفة وموفرة للوقت والجهد مقارنة بأساليب وطرق تلقى الخدمة بالشكل التقليدي) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (94.3%)، يليه (سهولة وصول زوار المنصات من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي او عبر تطبيقات الهواتف الذكية) فى الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (93.7%)، وجاءت (تتيح المنصات التفاعلية بين المسؤولين عنها والجمهور المستخدم لها بمستويات متعددة) و(يتوفر بالمنصات تنوع في خدماتها ومحتوياتها الرقمية بشكل يلائم الموضوعات التى تعكس رؤية المملكة 2030) فى الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (93.3%).

6-مدى مساهمة المنصات الرقمية فى توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030:

جدول (7) مدى مساهمة المنصات الرقمية فى توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية

المملكة 2030

المساهمة	العبارات	اجابات افراد العينة								
		موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	ترتيب الالهمية النسبية
		ك	%	ك	%	ك	%			
المعرفية	أسهمت المنصات الرقمية السعودية بتعريفى برؤية المملكة وبرامجها المتعددة	478	82.0	72	12.3	33	5.7	2.76	92.0	3
	من خلال تعاملى مع الخدمات المقدمة عبر المنصات الرقمية السعودية ازداد استيعابى حول تنوع أهداف رؤية المملكة 2030	470	80.6	73	12.5	40	6.9	2.74	91.3	4
	استطعت ان أفهم تفاصيل رؤية المملكة 2030 جيدا	432	74.1	96	16.5	55	9.4	2.65	88.3	6
السلوكية	أرى أن الخدمات المقدمة عبر المنصات الرقمية السعودية تبرز مكانة المملكة في العصر الرقمي	470	80.6	72	12.3	41	7.0	2.74	91.3	4
	اشارك تجارى باستخدام المنصات الرقمية مع الزملاء ليستفيد منها الجميع	464	79.6	73	12.5	46	7.9	2.72	90.7	5
	أتواصل مع القائمين بالمنصات الرقمية لإبداء رأى فى الخدمات المقدمة او الاستفسار عن رؤية 2030	373	64.0	117	20.1	93	16.0	2.48	82.7	7

المساهمة	العبارات	اجابات افراد العينة						المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	ترتيب الالهمية النسبية
		موافق		محايد		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
3.4.4.1	أشعر بالسعادة والارتياح عما وصل إليه وطني من تقدم وازدهار في مجال تسخير تقنيات خدمات المنصات الرقمية لخدمة الوطن.	522	8.5	43	7.4	18	3.1	2.86	95.3	1
	أشعر بتفاؤل كبير لما وصلت له المملكة من نجاح واقترابها لتحقيق رؤية 2030	521	89.4	38	6.5	24	4.1	2.85	95.0	2
	الاحصاءات والارقام المقدمة بالمنصات الرقمية السعودية تجعلني أشعر بالفخر والاعتزاز لما وصل إليه وطني نحو رؤية المملكة 2030	521	8.4	38	6.5	24	4.1	2.85	95.0	2
	أري أنه تحسنت صورة المملكة لدى الآخرين بعد الإعتماد على المنصات الرقمية الحكومية	511	87.7	54	9.3	18	3.1	2.85	95.0	2

يتضح من بيانات الجدول ترتيب العبارات التي تعرض رأى عينة الدراسة تجاه مدى مساهمة المنصات الرقمية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 وحصلت (أشعر بالسعادة والارتياح عما وصل إليه وطني من تقدم وازدهار في مجال تسخير تقنيات خدمات المنصات الرقمية لخدمة الوطن) على الترتيب الأول بوزن نسبي مقداره (95.3%)، يليها (أشعر بتفاؤل كبير لما وصلت له المملكة من نجاح واقترابها لتحقيق رؤية 2030) و(الاحصاءات والارقام المقدمة بالمنصات الرقمية السعودية تجعلني أشعر بالفخر والاعتزاز لما وصل إليه وطني نحو رؤية المملكة 2030) و(أري أنه تحسنت صورة المملكة لدى الآخرين بعد الإعتماد على المنصات الرقمية الحكومية) في الترتيب الثاني بوزن نسبي مقداره (95.0%)، وجاءت (أسهمت المنصات الرقمية السعودية بتعريفى برؤية المملكة وبرامجها المتعددة) في الترتيب الثالث بوزن نسبي مقداره (92.0%).

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومستوى الوعي بأهداف رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (8) العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية الحكومية ومستوى الوعي بأهداف رؤية المملكة 2030

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
استخدام المنصات الرقمية	2.44	0.802	-	-
مستوى الوعي	2.82	0.314	**0.583	0.01

**** دالة عند 0.01 * دالة عند 0.05**

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومستوى الوعي بأهداف رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، حيث كانت ($r < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01 .

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الأول قد تحقق كلياً.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ودرجة المساهمة (المعرفية – السلوكية – الوجدانية) في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 الناتجة عن الاستخدام.

ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (9) العلاقة بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية الحكومية ودرجة المساهمة في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
تقبل استخدام المنصات الرقمية	2.71	0.274	-	-
المساهمة المعرفية	2.72	0.482	**0.547	0.01
المساهمة السلوكية	2.64	0.501	**0.565	0.01
المساهمة الوجدانية	2.85	0.337	**0.544	0.01
الدرجة الكلية	2.73	0.380	**0.639	0.01

**** دالة عند 0.01 * دالة عند 0.05**

● يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ودرجة المساهمة (المعرفية – السلوكية – الوجدانية) في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030، حيث كانت ($r < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01.

● جاء ترتيب قوة العلاقة الارتباطية بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ودرجة المساهمة في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 كالتالي الوجدانية ثم المعرفية ثم السلوكية.
ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثاني قد تحقق كلياً.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومعدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين. ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (10) العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية الحكومية و معدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
استخدام المنصات الرقمية	2.44	0.802	-	-
معدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030	2.60	0.414	**0.362	0.01

**** دالة عند 0.01 * دالة عند 0.05**

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومعدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، حيث كانت (ر<0.3) وكانت قيمة الدلالة (Sig. 2-tailed) دالة عند مستوى 0.01.

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

مناقشة أهم النتائج:

1. ارتفاع نسبة استخدام (عينة الدراسة) للمنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية بصفة دائمة ومنتظمة (بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت (60.5 %)، بينما يستخدم (25.3 %) من افراد العينة المنصات الرقمية الحكومية بدرجة متوسطة، وأن نسبة (11.3 %) من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية الحكومية بدرجة منخفضة.
2. تساهم المنصات الرقمية السعودية في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030 بدرجة كبيرة بنسبة (77.0 %)، بينما ساهمت بنسبة (13.4 %) بدرجة متوسطة، في حين ساهمت بدرجة منخفضة (9.6 %).
3. أسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع مستوى الوعي لدى المواطن السعودي تجاه رؤية المملكة 2030، حيث جاءت في مقدمة العبارات التي حظيت بأعلى درجات التقدير عبارة "المنصات الرقمية وفرت الكثير من الوقت والجهد" وعبارة "البرامج والخدمات المقدمة بالمنصات الرقمية تعكس رؤية طموحة لوطن طموح"، بوزن نسبي بلغ (96.3 %). تلتها عبارتا "المنصات الرقمية حققت التوازن بين تقديم أعلى جودة في الخدمات للمواطن وترشيد النفقات" و"رؤية المملكة 2030 شاملة لكل نواحي الحياة وما

- يحتاج له المجتمع السعودي"، بوزن نسبي (95.3%). فيما جاءت عبارة "الخدمات المقدمة تركز على بناء الإنسان باعتباره الهدف الأول للتنمية" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (95%)
4. ثبوت صحة الفرض الأول كلياً بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومستوى الوعي بأهداف رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، حيث كانت ($p < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة Sig. 2-tailed دالة عند مستوى 0.01.
5. ثبوت صحة الفرض الثاني كلياً بوجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين تقبل المبحوثين لاستخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ودرجة المساهمة (المعرفية – السلوكية – الوجدانية) في توعية المواطن السعودي بأهداف رؤية المملكة 2030، حيث كانت ($p < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة Sig. 2-tailed دالة عند مستوى 0.01.
6. ثبوت صحة الفرض الثالث كلياً بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام المنصات الرقمية التابعة للوزارات والهيئات الحكومية السعودية ومعدل إدراك برامج رؤية المملكة 2030 لدى المبحوثين، حيث كانت ($p < 0.3$) وكانت قيمة الدلالة Sig. 2-tailed دالة عند مستوى 0.01.

المراجع:

- (1) بندر عويض الجعيد , *اللوائح القانونية السعودية واقتصادات الإعلام* , مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال , عدد 10 , مجلد 2 , 2023 . ص 1
- (2) وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. المملكة العربية السعودية وريادة الاقتصاد الرقمي في الشرق الأوسط. متاح على الرابط https://www.mcit.gov.sa/sites/default/files/2023-03/MCIT_DEC_23_Ar_V7.pdf
- (3) رؤية السعودية 2030 متاح على الرابط: وقت دخول البحث 2024/7/3 <https://www.vision2030.gov.sa/ar/v2030/overview/>
- (4) نفس المرجع السابق
- (5) عماد عبد البديع حسن، توظيف المواقع الإلكترونية للحكومة المصرية لأدوات تحقيق رضا الجمهور عن الخدمات الحكومية الرقمية: دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي*، العدد 3 (2024)، ص ص 1- 42.
- (6) إنجي محمد خليل، استخدام المنصات الرقمية الحكومية في تعزيز القيم المجتمعية أثناء أزمة كوفيد19: دراسة تحليلية لمنصات مجلس الشارقة للتعليم، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 29 (مارس 2022)، ص ص 11-58.
- (7) Noura Aleisa, Key factors influencing the e-government adoption: a systematic literature review, **Journal of Innovative Digital Transformation**, no. 1 (2024), p p 14-31.
- (8) مشاعل سعود عبد الله العتيبي، توظيف مواقع المؤسسات الحكومية الكويتية لمبادئ الاتصال الحواري في بناء العلاقة مع الجمهور، *حوليات آداب عين شمس جامعة عين شمس*، المجلد 51 يناير - مارس 2023.
- (9) ربي عبد الحميد الحجيلي، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب السعودي حول ظاهرة التنمر الإلكتروني: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي- تويتر نموذجًا، *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، العدد 9، الجزء 1 يوليو- ديسمبر 2022، ص ص 161-214.
- (10) إسلام محمد عبدالرؤف، رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى التسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 53، العدد 1 (يناير 2020)، ص ص 183-204.
- (11) Malik , Pawan, S. (2020). Role of Participatory Communication and Social Media in Sustainable Development of Economically and Socially Backward Tribal Village of Kankadiya- District Bhopal, (A Case Study). **International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication**. Vol. 5, Issue 1, pp 1-7.
- (12) Ruhet Genç, The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies, **14th Global Conference on Sustainable Manufacturing, GCSM 3-5 October 2016**, (South Africa: Stellenbosch, 2016).

- 13) أسماء الجبوشي، دور المنصة الإعلامية السعودية في دعم برنامج التحول الوطني وطن طموح مواطنة مسؤولة: دراسة على استراتيجيات وزارة الثقافة والإعلام لتفعيل رؤية المملكة 2030، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 20، العدد 3، (2021)، ص ص369-414.
- 14) رياض بن ناصر الفريحي، دور الإعلام الاجتماعي في دعم استراتيجية الوزارات لتحقيق رؤية 2030: دراسة تقييمية للموقع الإلكتروني لوزارة الاقتصاد والتخطيط السعودية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 25 (2021)، ص ص153-186.
- 15) شارع بن مزيد البقمي، الصورة الذهنية للرؤية الوطنية 2030 لدى الراي العام السعودي: دراسة تحليلية ميدانية، *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الإجتماعية*، المجلد 13، العدد 1، ص ص738-824.
- 16) غادة مصطفى البطريق، التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 55، العدد 1 (أكتوبر 2020)، ص ص529-588.
- 17) Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., Jeyaraj, A. et al. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Inf Syst Front* 21, 719–734
- 18) خالد بن عبد المحسن فالح الشمري، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التحصين الفكري لطلاب وطالبات كلية التربية في جامعة حائل في ضوء نظرية قبول التكنولوجيا (TAM) ونظرية الإجراء المنطقي (TRA)، *مجلة العلوم الإنسانية*، العدد 4، 2020، ص. 108.
- 19) Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204
- 20) خالد الغنام، وعثمان بن تركي التركي، العوامل المؤثرة على استخدام الطالبات الصم للتعليم الإلكتروني وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)، *المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية*، العدد 4، 2022، ص. 243.
- 21) Lai, P. C(2017) . "The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology." *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management* 14.1 , 21-38.
- 22) Daft, R. Lengel, R.H. (1984). Information richness a new approach to managerial behavior and organizational design. Research in **organizational behavior** (Homewood, IL JAI Press) 6 191–23
- 23) Ainin Sulaiman & M.Muzamil Nayshbbandi, Social Media: Dynamism ,issues, and challenge,(chapter 7)Media Richness Theory for Social Media: Research, Opportunities and challenges), January 2014, p 123 .
- 24) Eric brunelle, Josee lapierre. Examining the Relationship between individual characteristics ,product characteristics and media Richness fit on consumer channel preference, In: **E-commerce and web technologies**, 2007, p 58.
- 25) إيناس محمد مسعد فهمي، أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006، ص: 96

- 26)Dennis, A. (2009). Media richness theory. In S. W. Little john & K. A. Foss (Eds.), **Encyclopedia of communication theory**, Vol. (1). P .642 .
- 27) إيناس محمد مسعد فهمي, مرجع سابق, ص : 99 - 100
- 28) فيروز عبد الحميد جابر , استراتيجيات المؤسسات الصحفية المصرية في توظيف منصات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة منصات التنظيمات الارهابية, **مجلة البحوث الإعلامية** , عدد 58 , مجلد 4 , جامعة الأزهر , كلية الاعلام , ص 1919 .
- 29) Logdal, N., & Calissendroff, P, Digital platforms challenges and opportunities. UMEA University, **IT management, Sweden**, 2018 ,p 4 ..
- 30) Asadullah, A., & al, e, Literature review on digital platform. Twenty-Second Pacific Asia Conference on Information Systems,2018 , (p3). Japan .
- 31) Tan, B., & al. (2015). The role of IS capabilities in the development of multi sided . platforms: The digital ecosystem strategy of Alibaba.com. **Journal of the Association for Information Systems**, 16(4), p 249 .
- 32) سيف السويدي , **صناعة المنصات الرقمية** (ماليزيا : منصة اريد للنشر والتوزيع , 2020) , ط 1 , ص 14 .
- 33) Pagani, M. L. Digital Business Strategy and Value Creation Framing the Dynamic Cycle of Control Points. **MIS Quarterly**, 37(2) 2013 . p 625 .
- 34) Asadullah, A., & al, e, Literature review on digital platform. Twenty-Second Pacific Asia Conference on Information Systems,2018 , (p6). Japan .
- 35) رؤية المملكة العربية السعودية 2030 / 2018 .
- 36) محمود عطية اسماعيل , تصور مقترح لتفعيل دور الخدمات الارشادية الجامعية في ضوء تحقيق رؤية المملكة 2030 في التعليم , **المجلة الدولية للآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية** , عدد 8 , ابريل 2018 , ص 347 .
- 37) على بن على عوض الغامدى , مرجع سابق , ص 244 .
- 38) أسماء أبو بكر عبد القادر , سعاد إبراهيم العزازی , وعى الطالبات الخريجات بأهداف رؤية المملكة العربية السعودية 2030 , **مجلة البحث العلمي في الآداب** , العدد التاسع عشر , 2018 , ص 5
- 39) عبد الباسط محمد حسن, **أصول البحث الاجتماعي**, ط4 (القاهرة: مكتبة وهبة, 2011), ص 79.
- 40) فيروز عبد الحميد, مرجع سابق, ص 1919.
- 41) رؤية السعودية 2030, متاح على [/https://www.vision2030.gov.sa/ar/v2030/overview](https://www.vision2030.gov.sa/ar/v2030/overview)