



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية وتحسينها
أثناء الأزمات

أ.م. د. السيد عبدالرحمن علي

• الدبلوماسية العامة وعلاقتها بالصورة الذهنية للدولة
المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الخارجي

أ.م. د. محمد السيد طاحون

• تأثير الصحافة الرقمية في توجيه الخطاب الإعلامي نحو
التنمية المستدامة في ضوء القيم المهنية والأخلاقية

د. رانيا محمد همام باز

• صورة الشخصيات التاريخية في الدراما المدبلجة بالمنصات الرقمية

أ. مصطفى محمود محمد سكران

• الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية
في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو ٢٠٣٠

أ. غيداء علي منصور الزهراني

• تصورات معلمي المدارس الأردنية نحو دور التربية الإعلامية
والمعلوماتية في تشكيل الوعي الإعلامي الرقمي لدى الطلبة

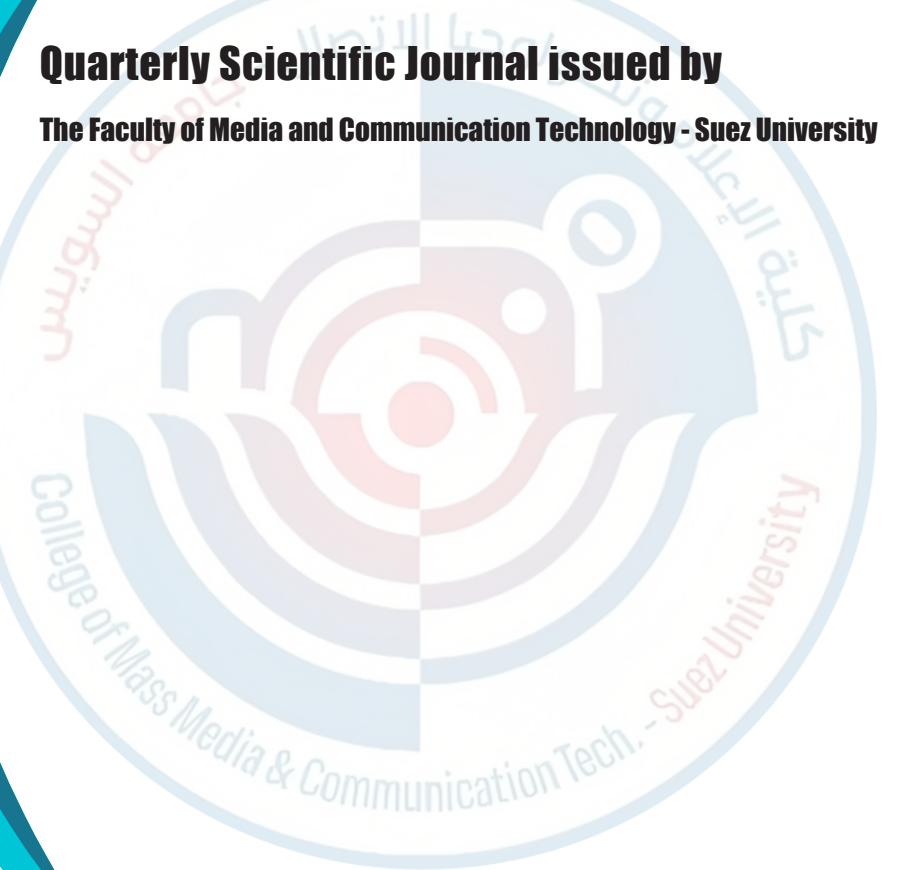
أ. شيرين محمد شعبان سعيد الدويك

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد السابع: إبريل - يونيو ٢٠٢٥

Digital Media Research Journal

Quarterly Scientific Journal issued by
The Faculty of Media and Communication Technology - Suez University



The 7th Issue
Apr. - Jun.
2025



العدد السابع: إبريل - يونيو ٢٠٢٥

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

أ. د. أحمد فاروق رضوان	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات
أ. د. أمين سعيد عبد الغني	العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة السويس
أ. د. حمدي حسن	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية
أ. د. سامي الشريف	عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ. د. سهير صالح	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق
أ. د. السيد بهنسي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس
أ. د. عادل عبدالغفار	رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
أ. د. عادل فهمي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية
أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر
أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن
أ. د. محمد رضا أحمد	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس
أ. د. محمد شومان	عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ. د. محمد سعد	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا
أ. د. مني الحديدي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. هويدا مصطفى	عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية محكمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس

مدير التحرير

أ. م. د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

د. رباب حسين العجماوي

السكرتير الإداري

أ. سارة خليل

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ. د. أشرف جلال

مساعد ورئيس التحرير

أ. د. حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ. د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ. د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس -
السويس- مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

التقديم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمي.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمي.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وترقم وترقيماً متسلسلاً، وتكتب أسماءها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وترقم وترقيماً متسلسلاً وتكتب أسماءها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمى باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

• دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية وتحسينها أثناء الأزمات

أ. م. د. السيد عبدالرحمن علي ١

• الدبلوماسية العامة وعلاقتها بالصورة الذهنية للدولة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الخارجي

أ. م. د. محمد السيد طاحون ٤٧

• تأثير الصحافة الرقمية في توجيه الخطاب الإعلامي نحو التنمية المستدامة في ضوء القيم المهنية والأخلاقية

د. رانيا محمد همام باز ١٠٣

• صورة الشخصيات التاريخية في الدراما المدبلجة بالمنصات الرقمية: دراسة تحليلية

أ. مصطفى محمود محمد سكران ١٤٣

• الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو ٢٠٣٠

أ. غيداء علي منصور الزهراني ١٨١

• تصورات معلمي المدارس الأردنية نحو دور التربية الإعلامية والمعلوماتية في تشكيل الوعي الإعلامي الرقمي لدى الطلبة

أ. شيرين محمد شعبان سعيد الدويك ٢١٣

• عرض كتب: تقييم المصادر الرقمية في الصحافة

أ. عماد أحمد سيف الإسلام ٢٣٣

مقدمة العدد

"أما قبل"

ويتوالى صدور أعداد جديدة من «مجلة بحوث الإعلام الرقمي»، المجلة العلمية المحكمة المتخصصة في مجال بحوث ودراسات الإعلام الرقمي، والصادرة عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، فقد وصلنا إلى العدد السابع، ويأتي هذا العدد مع بدء الاستعدادات لعقد امتحانات الفصل الدراسي الثاني لطلاب الدراسات العليا في الكلية، تحديداً في برنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي».

وكما تنوعت وتعددت بحوث ودراسات الأعداد السابقة وعروض الكتب المختلفة فإنه أيضاً تنوع وتعددت البحوث والدراسات التي سيقدمها العدد الحالي، العدد السابع، من بحوث ودراسات عربية، سواء من مصر أو الدول العربية، وكذلك هناك عروض لبعض الكتب العلمية.

وعليه، تبدأ بحوث ودراسات هذا العدد ببحث تحت عنوان: «دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية وتحسينها أثناء الأزمات»، من إعداد أ. م. د. السيد عبدالرحمن علي؛ الأستاذ المساعد بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، ثم بحث آخر حول الصورة الذهنية أيضاً بعنوان: «الدبلوماسية العامة وعلاقتها بالصورة الذهنية للدولة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الخارجي، أ. م. د. محمد السيد طاحون، أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد.

ومن الجامعة المصرية الصينية، تقدم د. رانيا محمد همام باز؛ مدرس الإعلام بالجامعة المصرية الصينية، بحثاً ثالثاً بعنوان: «تأثير الصحافة الرقمية في توجيه الخطاب الإعلامي نحو التنمية المستدامة في ضوء القيم المهنية والأخلاقية». ويقدم أ. مصطفى محمود محمد سكران؛ المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر، بحثاً في إطار استكمال درجة الدكتوراه في الإعلام شعبة الإذاعة والتلفزيون بعنوان: «صورة الشخصيات التاريخية في الدراما المدبلجة بالمنصات الرقمية: دراسة تحليلية»، تحت إشراف: أ. د. محمود حسن إسماعيل؛ الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، وإشراف مشارك: د. هبة الله محمد فتحي؛ مدرس الإذاعة والتلفزيون قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا، بحث مقدم في إطار استكمال درجة الدكتوراه في الإعلام شعبة الإذاعة والتلفزيون.

ثم يأتي بحث آخر بصيغة عربية سعودية، حيث تقدم أ. غيداء علي منصور الزهراني، الباحثة في الإعلام الجديد؛ إعلام رقمي ومواقع اجتماعية، بحثاً تحت عنوان: «الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض أكسبو ٢٠٣٠». ومن الأردن تكتب لنا

أ. شيرين «محمد شعبان» سعيد الدويك، الباحثة في مجال الإعلام والاتصال، بحثاً بعنوان: «تصورات معلمي المدارس الأردنية نحو دور التربية الإعلامية والمعلوماتية في تشكيل الوعي الإعلامي الرقمي لدى الطلبة».

ومن خلال نافذة علمية إبداعية يعرض لنا أ. عماد أحمد سيف الإسلام، الطالب ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، في إطار مقرر «صحافة العصر الرقمي»، كتاب: «تقييم المصادر الرقمية في الصحافة». مقدمة في نقد المصادر الرقمية»، تحت إشراف الأستاذ الدكتور حسين ربيع؛ الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس.

وأخيراً، فقد سعدنا لأننا قدمنا لكم هذه البحوث والدراسات والتقارير العلمية القيمة في هذا العدد، وعلى عهد ووعد أن نقدم لكم مجموعة أخرى من تلك البحوث والدراسات في العدد القادم من المجلة إن شاء الله.

والله من وراء القصد،،،

مدير التحرير
أ.م.د. السيد عبدالرحمن علي

الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية
الشباب السعودي بمعرض اكسبو ٢٠٣٠

أ. غيداء علي منصور الزهراني
الباحثة في الإعلام الجديد
إعلام رقمي - مواقع اجتماعية

الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب

السعودي بمعرض اكسبو ٢٠٣٠

أ. غيداء علي منصور الزهراني

الباحثة في الإعلام الجديد

إعلام رقمي - مواقع اجتماعية

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو ٢٠٣٠، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة عددها (٢٠٦) شاباً وشابة من المشاركين في معرض اكسبو في المملكة العربية السعودية، وقد جمعت بياناتهم من خلال الاستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها، وقد تم تحليل البيانات من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS). وقد بينت النتائج أن أثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو كان كبيراً جداً، كما بينت أن المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو كانت كبيرة، وأن مقترحات تطوير وتحسين الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو كانت كبيرة، وفي ضوء هذه النتائج أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات التي تسهم في تحسين الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو.

الكلمات المفتاحية: القناة الإخبارية السعودية - الرسوم الجرافيكية - اكسبو.

The Cultural Impact of Using Saudi News Channel Graphic Designs to Raise Awareness Among Saudi Youth about Expo

Abstract

This study aimed to explore the cultural impact of using Saudi news channels' graphic designs to raise awareness among Saudi youth about Expo. The study adopted a descriptive-analytical approach, with a simple random sample of 206 male and female participants from those attending Expo in the Kingdom of Saudi Arabia. Data were collected through a questionnaire after ensuring its validity and reliability, and the data were analyzed using the statistical analysis program (SPSS). The results revealed that the cultural impact of using Saudi news channels' graphic designs to raise awareness among Saudi youth about Expo was very significant. The study also highlighted that the obstacles hindering this cultural impact were considerable. Furthermore, the proposed recommendations to enhance the cultural impact of using Saudi news channels' graphic designs for raising awareness among Saudi youth about Expo were substantial. Based on these findings, the study recommended several actions that could contribute to improving the cultural impact of using Saudi news channels' graphic designs in raising awareness among Saudi youth about Expo.

Keywords: Saudi News Channel, Graphic Design, Expo.

المقدمة

في عالمنا المعاصر، حيث تتسارع وتيرة التغيرات التكنولوجية والثقافية، أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من تشكيل الوعي المجتمعي وتوجيهه نحو قضايا محورية. وتعتبر القنوات الإخبارية إحدى أبرز الأدوات التي تؤثر بشكل كبير على الجمهور، لاسيما في المجتمعات الشابة التي تشهد تطوراً سريعاً في تفاعلها مع محتوى الإعلام الرقمي (أحمد، ٢٠٢٤).

وتعد القناة الإخبارية السعودية واحدة من المنصات الإعلامية البارزة في المملكة العربية السعودية التي تسعى إلى تقديم محتوى إعلامي موجه يعكس هويتها الوطنية، ويعزز من حضورها على الساحة العالمية (البحري، ٢٠١٩). ومن أبرز مظاهر استخدام هذه القناة للأدوات الإعلامية المتقدمة هو توظيف الرسوم الجرافيكية، التي تساهم في تحسين فهم الرسائل الإعلامية وتقديمها بشكل جذاب وفعال (العساف، ٢٠١٨).

إن الرسوم الجرافيكية التي تتميز بقدرتها على الجمع بين الإبداع والتقنية، أصبحت اليوم أداة أساسية في نقل الأفكار والمعلومات بشكل مبتكر وسهل الاستيعاب (Won, 2019). وفي هذا السياق تبرز أهمية الرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي حول الأحداث العالمية التي تشارك فيها المملكة، مثل معرض إكسبو الدولي. يعد هذا المعرض من الفعاليات العالمية الكبرى التي تركز على الابتكار والتكنولوجيا والتعاون الدولي، مما يجعله منصة مثالية للتفاعل مع الجمهور والتعريف بمشروعات المملكة ومساهماتها في هذه المجالات (Yehia, 2024).

تسعى القناة الإخبارية السعودية إلى تعزيز الوعي بهذا المعرض وأهدافه عبر استخدام الرسوم الجرافيكية التي تساهم في إيصال رسائل المعرض بشكل مؤثر ومرئي، مما يسهل على الشباب السعودي فهم أهمية الحدث ودور المملكة فيه، ويعتبر هذا الاستخدام وسيلة فعالة لجذب انتباه الجيل الجديد الذي يتفاعل بشكل كبير مع المحتوى المرئي على وسائل الإعلام الرقمية (Monshi & Scott, 2017).

من خلال هذا البحث، سيتم تحليل الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو، من خلال دراسة كيفية تأثير هذه الرسوم في تعزيز الفهم الثقافي والتعليمي للمحتوى المقدم، وكذلك كيفية تحفيز الشباب على التفاعل مع القضايا العالمية التي يناقشها المعرض.

مشكلة الدراسة

تعد وسائل الإعلام من أهم الأدوات التي تلعب دورا كبيرا في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات، حيث تساهم في نقل المعلومات، وتوجيه الرأي العام، وتوضيح القضايا المهمة، ومع تقدم التكنولوجيا، تطور شكل الإعلام ليشمل العديد من الأدوات الحديثة، مثل الرسوم الجرافيكية التي أصبحت جزءا لا يتجزأ من استراتيجيات الإعلام الحديثة، وتعتبر الرسوم الجرافيكية وسيلة فعالة لتحسين الفهم البصري للمواضيع المعقدة وجذب انتباه الجمهور، لاسيما فئة الشباب التي تعد الأكثر تفاعلاً مع المحتوى المرئي (العساف، ٢٠١٨).

في السياق السعودي، أصبحت القنوات الإخبارية تلعب دورا محوريا في تعزيز الهوية الوطنية ورفع الوعي بالقضايا العالمية التي تهم المملكة. من بين هذه القنوات، تبرز القناة الإخبارية السعودية التي تستخدم التقنيات الحديثة في إيصال رسائلها الإعلامية، بما في ذلك الرسوم الجرافيكية التي تقدم المحتوى بشكل مبتكر وقادر على التأثير في المتابعين، ويعد معرض إكسبو الدولي أحد أبرز الفعاليات العالمية التي تشارك فيها المملكة، ويعتبر فرصة لتسليط الضوء على الابتكارات والمشروعات التي تسهم بها المملكة في التنمية العالمية.

ورغم أهمية الرسوم الجرافيكية في إيصال الرسائل بشكل فعال، إلا أن هناك نقصا في الدراسات التي تركز على الأثر الثقافي لاستخدام هذه الأداة الإعلامية في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو. وبالتالي، تكمن المشكلة في تحديد مدى تأثير الرسوم الجرافيكية التي تستخدمها القناة الإخبارية السعودية على توعية الشباب السعودي حول موضوعات معرض إكسبو، ومدى قدرتها على تعزيز الفهم الثقافي والتعليمي لدى هذه الفئة العمرية. علاوة على ذلك، تبرز الحاجة إلى دراسة كيفية تأثير هذه الرسوم في تحفيز الشباب السعودي على المشاركة الفاعلة في الفعاليات والأنشطة العالمية، وفي خلق علاقة أعمق بين المملكة والعالم عبر هذه الفعالية الدولية.

بناء على ذلك، تتركز مشكلة البحث في دراسة الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو، وتحليل كيفية تأثير هذا الاستخدام على إدراك الشباب لمحتوى المعرض وأهدافه، وكذلك دوره في تعزيز الهوية الثقافية والمشاركة الفاعلة في الأحداث العالمية.

أهداف الدراسة

- ١- التعرف على الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو.
- ٢- تحديد المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو.
- ٣- وضع مقترحات لتعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو.

تساؤلات الدراسة

- ١- ما الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟
- ٢- ما المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟
- ٣- ما المقترحات لتعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟

أهمية الدراسة

- ١- الأهمية العلمية:
 - المساهمة في فهم تأثير استخدام الرسوم الجرافيكية في الإعلام على التوعية الثقافية، خصوصا لدى فئة الشباب.
 - إثراء الدراسات المتعلقة بدور القنوات الإخبارية في تشكيل الاتجاهات الثقافية والسلوكية.
 - تطوير الإطار النظري للأبحاث التي تستكشف العلاقة بين الإعلام البصري والتغيرات الثقافية.
 - تسليط الضوء على فعالية الرسوم الجرافيكية كأداة تعليمية وتوعوية في الإعلام الحديث.
- ٢- الأهمية العملية:
 - تقديم توصيات عملية للقنوات الإخبارية السعودية لتحسين استخدام الرسوم الجرافيكية في التوعية الثقافية.
 - تعزيز فعالية الحملات الإعلامية الموجهة للشباب حول الفعاليات الثقافية الكبرى مثل معرض إكسبو.

- دعم صناع المحتوى الإعلامي بتوجيهات حول تصميم الرسوم الجرافيكية بما يلائم الخصائص الثقافية للشباب السعودي.
- الإسهام في تطوير برامج تدريبية تركز على تحسين استخدام الأدوات البصرية لتحقيق أهداف التوعية الإعلامية.

حدود الدراسة

- ١- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على معرفة الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو.
- ٢- الحدود البشرية: طبقت الدراسة على عينة من الشباب والشابات المشاركين بمعرض اكسبو في المملكة العربية السعودية.
- ٣- الحدود الزمنية: العام الدراسي ١٤٤٦هـ / ٢٠٢٥م.
- ٤- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.

مصطلحات الدراسة

الثقافة:

هي مجموعة من المعتقدات، القيم، الأعراف، والتقاليد التي تشكل نمط حياة مجتمع معين، تتضمن الثقافة الممارسات الاجتماعية، اللغة، الفنون، العلوم، الدين، وتعبّر عن الهوية الجماعية للمجتمع، وتعد الثقافة عاملاً رئيسياً في تشكيل السلوك الفردي والجماعي وتساهم في تحديد العلاقات الاجتماعية والاقتصادية داخل المجتمع (Alateeg & Alhammadi, 2024). وتعرف الباحثة الثقافة إجرائياً بأنها الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة، المعتقدات، الأخلاق، القوانين، العادات، وأي قدرات وعادات يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع. إنها الإطار الذي يتم من خلاله نقل المعارف والخبرات بين الأجيال بهدف الحفاظ على الهوية والتكيف مع المتغيرات.

القناة الإخبارية السعودية:

هي منصة إعلامية حكومية تسعى إلى تقديم الأخبار والمستجدات المحلية والعالمية بدقة وموضوعية، تهدف القناة إلى تعزيز الوعي العام بالقضايا الوطنية والإقليمية، بالإضافة إلى تقديم محتوى يعكس سياسة المملكة ورؤيتها التنموية (العساف، ٢٠١٨). وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها وسيلة إعلامية رسمية تقدم التغطية المباشرة للأحداث الجارية، مع التركيز على الأخبار السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية. تعتبر نافذة للتواصل بين الحكومة والمواطنين من خلال بث المعلومات الموثوقة التي تخدم المصلحة العامة وتعكس الهوية الوطنية.

الرسوم الجرافيكية:

هي مجال تصميمي يعتمد على استخدام الأشكال، الألوان، النصوص، والرموز لإنشاء محتوى بصري جذاب يهدف إلى إيصال رسالة معينة أو توضيح فكرة محددة. تستخدم في مجالات مثل التسويق، الإعلان، الإعلام، وتصميم العلامات التجارية (Alahira et al., 2024). وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها فن وعلم استخدام العناصر البصرية والتقنيات الرقمية لتصميم منتجات إبداعية، مثل الشعارات، الملصقات، المواقع الإلكترونية، والرسوم التوضيحية. يهدف هذا المجال إلى المزج بين الجماليات والوظيفة لتحقيق التأثير المطلوب لدى الجمهور.

معرض اكسبو:

هو حدث دولي كبير يقام دورياً بهدف استعراض الابتكارات والإنجازات التقنية والثقافية للدول المشاركة، يركز المعرض على موضوعات عالمية تتعلق بالتنمية المستدامة، التعليم، التكنولوجيا، والثقافة، ويعد فرصة لتعزيز التعاون الدولي وتحفيز الإبداع (Yehia, 2024). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه فعالية عالمية تجمع الحكومات والشركات والمؤسسات من مختلف الدول لاستعراض مشاريعهم وأفكارهم في مجالات متنوعة، مع التركيز على إيجاد حلول للتحديات العالمية. يعتبر منصة لتعزيز الحوار الثقافي والتقدم العلمي، ويعكس تطلعات الإنسانية نحو المستقبل.

الإطار النظري

مفهوم الرسوم الجرافيكية وأصولها

الرسوم الجرافيكية هي نوع من أشكال الفن البصري الذي يدمج بين التصميم والرسومات بهدف إيصال رسائل أو معلومات بطريقة مرئية. تشمل الرسوم الجرافيكية مجموعة واسعة من العناصر، مثل الألوان، الأشكال، الخطوط، والصور، التي يتم تنظيمها بطريقة تفاعلية لتشكيل رسائل إعلامية فعالة. فهي ليست مجرد صورة، بل أداة تواصل تستخدم للإقناع، التوجيه، والتعليم، وقد أصبحت جزءاً أساسياً في مختلف مجالات الإعلام، من الصحف والمجلات إلى الإنترنت والإعلانات (Ramli et al., 2024).

ويعود تاريخ الرسوم الجرافيكية إلى العصور القديمة عندما كانت الحضارات المختلفة تستخدم الرموز والصور للتعبير عن الأفكار والقصص. ومع تقدم الزمن وتطور تقنيات

الطباعة، بدأ تصميم الرسوم الجرافيكية يأخذ شكلاً أكثر دقة واحترافية. في القرن العشرين، شهدت الرسوم الجرافيكية تحولاً كبيراً مع ظهور تقنيات الطباعة الحديثة والحواسيب، حيث بدأ المصممون في استخدام برامج الكمبيوتر لإنشاء تصاميم جرافيكية معقدة. وتطور فكرة الرسوم الجرافيكية حول دمج الفنون البصرية مع الأغراض الوظيفية، مما يجعلها أداة قوية لنقل الأفكار بشكل واضح وسريع (Ghoneim & Arabasy, 2024).

تطور استخدام الرسوم الجرافيكية في الإعلام

شهد استخدام الرسوم الجرافيكية في الإعلام تطوراً كبيراً على مدار العقود. في البداية، كانت الرسوم الجرافيكية تقتصر على الصحف والمجلات للإعلانات أو التوضيح البسيط للأخبار. ولكن مع ظهور وسائل الإعلام الرقمية والإنترنت، توسع نطاق استخدام الرسوم الجرافيكية لتشمل مقاطع الفيديو، الرسوم المتحركة، الإنفوغرافيك، وتطبيقات الهواتف الذكية. لقد أصبحت الرسوم الجرافيكية جزءاً لا يتجزأ من الأخبار والإعلانات والوسائط الاجتماعية، حيث تسمح بإيصال الرسائل بسرعة وفعالية، مما يجعلها أداة حيوية في عالم الإعلام الرقمي المعاصر (Almaghlouth & Almeshal, 2024).

الأنماط والأدوات المستخدمة في التصميم الجرافيكي

تتعدد الأنماط المستخدمة في التصميم الجرافيكي، والتي تشمل الأنماط التقليدية مثل الرسوم التوضيحية اليدوية، بالإضافة إلى الأنماط الحديثة التي تعتمد على تقنيات الحاسوب، ومن أبرز الأنماط المستخدمة (Ramli et al., 2024):

- ١- الإنفوغرافيك: الذي يجمع بين النصوص والرسوم لتبسيط البيانات المعقدة.
- ٢- الرسوم المتحركة: التي تستخدم لتحويل الرسوم الثابتة إلى محتوى ديناميكي وجذاب.
- ٣- التصميم المستجيب (Responsive Design) الذي يضمن أن الرسوم الجرافيكية تتناسب مع مختلف الأجهزة والشاشات.

أما الأدوات المستخدمة في التصميم الجرافيكي فتشمل برامج مثل Adobe Photoshop، Illustrator، و InDesign، بالإضافة إلى أدوات أخرى مثل Canva و Figma التي تتيح للمصممين العمل على مشاريع متنوعة بسرعة وكفاءة.

دور الرسوم الجرافيكية في تحسين التواصل البصري والإعلامي

تلعب الرسوم الجرافيكية دوراً أساسياً في تحسين التواصل البصري والإعلامي، حيث توفر وسيلة فعالة لعرض المعلومات بشكل يسهل فهمه ويجذب انتباه الجمهور. من خلال الجمع بين النصوص والصور، تساعد الرسوم الجرافيكية في توصيل الرسائل المعقدة بطريقة أكثر

وضوحاً وفعالية. كما أنها تساهم في تعزيز التأثير العاطفي للمحتوى، مما يجعل الرسالة أكثر تأثيراً على الجمهور. في الإعلام، تساعد الرسوم الجرافيكية في تسليط الضوء على المواضيع المهمة، تنظيم البيانات، وتوضيح المفاهيم المعقدة بطريقة بسيطة ومباشرة، مما يعزز من قدرة الإعلام على التأثير في الجمهور وتحقيق أهدافه (Tang et al., 2024).

التصميم الجرافيكي في الإعلام السعودي

يشهد الإعلام السعودي تطوراً مستمراً في استخدام الوسائل البصرية لتحقيق أهدافه الإعلامية، ويعد التصميم الجرافيكي جزءاً أساسياً من هذا التحول. في الماضي، كانت القنوات الإخبارية تعتمد بشكل أساسي على النصوص والصور التقليدية، لكن مع تطور وسائل الإعلام الرقمية، أصبح التصميم الجرافيكي أداة حيوية في إيصال المعلومات بشكل مبتكر وجذاب. كما أن الرسوم الجرافيكية تلعب دوراً كبيراً في تحسين تجربة المشاهد وتعزيز الرسائل الإعلامية بطرق مرئية تساهم في جذب الانتباه وتحفيز التفاعل (Ghoneim & Arabasy, 2024).

كيفية استخدام القنوات الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية

تستخدم القنوات الإخبارية السعودية الرسوم الجرافيكية بشكل متزايد لتحسين تغطيتها الإعلامية، خاصة في مجالات مثل الأخبار السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والرياضية. يتم توظيف الرسوم الجرافيكية لتبسيط المعلومات المعقدة مثل الإحصائيات، تقارير الأعمال، والتحليلات السياسية، مما يساهم في تحسين فهم المشاهدين للموضوعات المطروحة. كما يتم استخدامها لتوضيح بعض المواضيع التي قد يصعب استيعابها من خلال النصوص فقط، مثل الأزمات الصحية أو التقارير الدولية، مما يسهل للمشاهدين استيعاب الرسالة بسرعة وبطريقة جذابة (Almaghlouth & Almeshal, 2024).

أنواع الرسوم الجرافيكية المستخدمة في القنوات الإخبارية

من أهم هذه الأنواع ما يلي (Ramli et al., 2024):

١- الإنفوغرافيك: يعد الإنفوغرافيك من أبرز أنواع الرسوم الجرافيكية المستخدمة في الإعلام السعودي. فهو يجمع بين النصوص والصور والرسوم البيانية بطريقة منظمة ومرتبطة معاً، مما يسهل على الجمهور فهم المعلومات المعقدة. يتم استخدام الإنفوغرافيك بشكل شائع في القنوات الإخبارية لتوضيح الإحصائيات والبيانات بشكل جذاب ومبسط.

٢- الرسوم التوضيحية: تستخدم الرسوم التوضيحية في القنوات الإخبارية لإضفاء الطابع البصري على المواضيع التي تتطلب تفسيرات معقدة أو تفاصيل دقيقة. مثلاً، في الأخبار

الاقتصادية أو السياسية، تستخدم الرسوم التوضيحية لتمثيل المواقف أو العمليات بطريقة مرئية تسهم في توصيل الرسالة بسهولة.

٣- الرسوم المتحركة: تمثل الرسوم المتحركة إحدى أدوات التصميم الجرافيكي المتقدمة التي تعتمد على القنوات الإخبارية السعودية. تستخدم الرسوم المتحركة لشرح الأحداث أو العمليات بشكل ديناميكي، مما يجعل الرسالة أكثر جذبا وتأثيرا على الجمهور. كما أن الرسوم المتحركة تعزز من مشاركة المشاهدين في الموضوعات المعروضة، مثل الأخبار البيئية أو العلمية.

التأثير الثقافي للإعلام على الشباب السعودي

يعد الإعلام أحد المؤثرات الرئيسية في تشكيل الوعي الثقافي للأفراد في مختلف أنحاء العالم، وخاصة لدى الشباب الذين يشكلون فئة حساسة للتأثيرات الإعلامية. في السعودية، تلعب وسائل الإعلام دورا حيويا في توجيه وتشكيل التصورات الثقافية والاجتماعية للشباب، حيث تسهم في تقديم نماذج ثقافية وأيديولوجية تؤثر في طريقة تفكيرهم وتوجهاتهم. يتنوع هذا التأثير بين التحديات التي يواجهها الشباب في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية، وبين الفرص التي توفرها وسائل الإعلام لتحقيق التفاعل الثقافي والنمو الفكري (Almaghlouth & Almeshal, 2024).

دور الإعلام السعودي في تشكيل التصورات الثقافية للشباب

يلعب الإعلام السعودي دورا محوريا في تشكيل التصورات الثقافية لدى الشباب، من خلال تأثيره المباشر على مشاعرهم وقيمهم. تمثل القنوات الإخبارية، البرامج التلفزيونية، والوسائل الرقمية أدوات إعلامية رئيسية تهدف إلى تعريف الشباب على القيم الثقافية والتراثية في السعودية. على سبيل المثال، تغطي البرامج التلفزيونية المعنية بالثقافة المحلية والأحداث التاريخية التي تبرز الهوية الثقافية الوطنية، مثل الاحتفالات بالمناسبات الوطنية أو عرض فعاليات مثل "إكسبو" الذي يبرز مشاركة السعودية في الفعاليات العالمية. علاوة على ذلك، يعزز الإعلام السعودي من الوعي بالثقافة الإسلامية ويدعم مبادئها، مما يساعد على المحافظة على التراث الديني والعادات المجتمعية. كما يتيح الإعلام للشباب فرصة الوصول إلى محتوى يعكس تنوع الفكر في المملكة، من خلال تقديم برامج تتناول القضايا الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية بشكل يساهم في تحفيزهم على المشاركة الفاعلة في التغيير الاجتماعي.

من خلال هذه التأثيرات، يكون الإعلام السعودي بمثابة مرآة تعكس ثقافة الشباب السعودي وطموحاتهم، وفي الوقت نفسه، أداة تمكنهم من إعادة تشكيل هذه الثقافة بما يتماشى مع التطورات العالمية (Almaghlouth & Almeshal, 2024).

معرض إكسبو: تأثيره الثقافي والاجتماعي

يعد معرض إكسبو واحداً من أبرز الأحداث العالمية التي تجمع الدول والمجتمعات المختلفة تحت مظلة واحدة لعرض إنجازاتها الثقافية والتكنولوجية. هذا الحدث لا يقتصر على كونه معرضاً تجارياً أو تقنياً فقط، بل يمثل منصة ثقافية واجتماعية هامة تساهم في تعزيز الفهم المتبادل بين الشعوب وتبادل المعرفة والخبرات. منذ انطلاق أول نسخة منه في لندن عام ١٨٥١، أصبح إكسبو حدثاً دولياً ذو تأثير واسع على مستوى الثقافة والمجتمع، ويعد بمثابة فرصة لاستكشاف التوجهات العالمية والتوجهات المستقبلية في شتى المجالات (Chadli, 2024).

تاريخ ومعنى معرض إكسبو كحدث عالمي

بدأت فكرة إقامة معارض إكسبو العالمية في منتصف القرن التاسع عشر، حيث تم تنظيم أول "معرض عالمي" في لندن عام ١٨٥١ تحت اسم "الضوء العالمي". كان الهدف من المعرض حينها تقديم ابتكارات العصر الصناعي وإبراز التطورات التكنولوجية والاجتماعية. منذ ذلك الحين، أصبح إكسبو حدثاً دورياً يقام كل خمس سنوات في دول مختلفة، حيث تعرض الدول المشاركة أحدث إنجازاتها العلمية والثقافية. كما يتيح المعرض للدول فرصة عرض هوية ثقافتها وتعريف العالم بموروثاتها الثقافية (Chadli, 2024).

وإلى جانب عرضه للتقنيات الحديثة، يعد إكسبو أيضاً منصة للفكر البشري المتنوع الذي يبرز اختلافات الثقافات، مما يعزز من فهم العالم للثقافات المتنوعة وأهمية التنوع الثقافي في العالم المعاصر.

الأثر الثقافي لاستخدام الرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي

تعد الرسوم الجرافيكية من الأدوات الفعالة التي تستخدم في الإعلام لتوضيح المعلومات وتقديمها بأسلوب مرئي مبتكر يجذب انتباه الجمهور. في سياق توعية الشباب السعودي، تلعب الرسوم الجرافيكية دوراً مهماً في تعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي، خصوصاً في المعارض العالمية مثل "إكسبو". تعتبر الرسوم الجرافيكية أداة قوية لجذب الاهتمام وتبسيط

الضوء على الجوانب المختلفة لهذه الفعاليات العالمية، مما يساهم في تحفيز الشباب السعودي على التفاعل مع هذه الأحداث والتعرف على ما يقدمه معرض إكسبو من ثقافات وتجارب (Chadli, 2024).

كيف تؤثر الرسوم الجرافيكية على تعزيز وعي الشباب السعودي بمعرض إكسبو

تؤثر الرسوم الجرافيكية بشكل كبير على تعزيز وعي الشباب السعودي بمعرض إكسبو من خلال توظيف عناصر بصرية جذابة ومؤثرة تنقل المعلومات بطريقة بسيطة وواضحة. عن طريق الرسوم التوضيحية والإنفوغرافيك، يمكن إيصال تفاصيل المعرض بشكل سهل على الشباب فهمه واستيعابه. على سبيل المثال، يمكن استخدام الرسوم الجرافيكية لشرح موضوعات مثل الابتكار المستدام، الثقافات المتنوعة، والتطورات التكنولوجية التي يتم عرضها في المعرض. هذه الرسوم تحفز الشباب على فهم أهمية إكسبو كمنصة عالمية للتبادل الثقافي والتقني.

من خلال توظيف الرسوم الجرافيكية في وسائل الإعلام مثل القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية، يمكن للمؤسسات الإعلامية توصيل رسائل ثقافية واجتماعية تعزز من وعي الشباب السعودي تجاه مشاركتهم في هذه الفعاليات الكبرى. إذ تساهم الرسوم الجرافيكية في تبسيط المعلومات المعقدة، مما يسمح للشباب بالاستفادة من الفعاليات التي يمكن أن يكونوا قد يجدون صعوبة في فهمها إذا تم تقديمها فقط عبر النصوص (Chadli, 2024).

دور الرسوم الجرافيكية في توجيه المواقف الثقافية والاجتماعية تجاه المعرض

تلعب الرسوم الجرافيكية دوراً أساسياً في توجيه المواقف الثقافية والاجتماعية تجاه معرض إكسبو من خلال التأثير في طريقة تفكير الشباب السعودي حول الحدث وأهدافه. تستخدم الرسوم الجرافيكية في الإعلام لتبسيط الضوء على جوانب معينة من المعرض التي تتعلق بالابتكار، التطور الثقافي، الاستدامة، والتعاون الدولي، ما يعزز من تصور الشباب لأهمية هذه القضايا في المجتمع السعودي.

على سبيل المثال، يمكن للرسوم الجرافيكية أن تساهم في تغيير المواقف الاجتماعية حول بعض القضايا مثل الاستدامة البيئية والتقدم التكنولوجي من خلال إبراز كيفية تقديم معرض إكسبو لهذه القضايا بشكل فني وجذاب. من خلال تصميم رسومات توضح الحلول المستدامة التي يعرضها المعرض، تساعد الرسوم الجرافيكية في تشكيل آراء الشباب حول الحاجة إلى تبني هذه الحلول في حياتهم اليومية والمجتمع السعودي (Yehia, 2024).

الدراسات السابقة

أجرى ابن سويدان (٢٠٢٤) دراسة لبيان أثر فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. وشملت إطاراً مفاهيمياً تضمن أهم المصطلحات، وهي: برامج البودكاست، والوعي الثقافي. واستعانت ببعض الدراسات السابقة، كدراسة منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣) في مجال الإعلام، ودراسة بوخلفة خديجة وآخرون (٢٠٢٢) في بحث أثر محتوى البودكاست على الجمهور العام والمتخصص، ودراسة معز علي السريتي وعمران جمعة ديهوم (٢٠٢٢). واعتمدت على المنهج المسحي الوصفي. وجاءت العينة من الشباب السعودي من (١٨-٣٥) سنة من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية بواقع (٤٠٠) مفردة، (٢٠٦) من الذكور، (١٩٤) من الإناث. وتمثلت أداة جمع البيانات في تصميم استمارة استبيان. واختتمت الدراسة بعرض أهم النتائج، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك. وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من النتائج أوصت بضرورة تفعيل المؤسسات الثقافية لدور تطبيق البودكاست في عمليات التعليم والتثقيف واكتساب المهارات اللغوية وغيره، بما يعين في رفع مهارات الفئات المجتمعية المختلفة وخاصة جمهور الشباب.

كما أجرى زهري (٢٠٢٤) دراسة سعت لتحقيق هدف رئيسي، تمثل في التعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وموقع يوتيوب بشكل خاص، في التوعية بأدوات التحول الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة من أخصائيي الإعلام التربوي، وفي سبيل تحقيق ذلك استرشدت الدراسة بنظرية انتشار المبتكرات إطاراً نظرياً، كما جاءت الدراسة وصفية معتمدة على منهج المسح بشقه الميداني لمسح عينة قوامها (١١١) مفردة من أخصائيي الإعلام التربوي، وذلك باستخدام الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخصائيي الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعي (قنوات يوتيوب) وزيادة وعيه بأدوات التحول الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخصائيي الإعلام الفيديوهات مؤثرة عن التحول الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي على يوتيوب

وزيادة وعيه بأدوات التحول الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي. وتوصي الدراسة بزيادة الوعي بموضوعات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، وتعزيز الوصول إلى المحتوى التعليمي عبر الإنترنت، وتعزيز التوعية بأهمية التحول الرقمي.

كما أجرى العقابي (٢٠٢٤) دراسة سعت إلى رصد استراتيجيات الإعلام الرقمي وتحليلها في طبيعة المعالجة الإعلامية للموضوعات البيئية والتغيرات المناخية في العراق بناء على توجيهات وتحذيرات الأمم المتحدة التي وصفت في تقريرها الصادر عام ٢٠٢٣، وتضمنت الدراسة استخدام أداة الاستطلاع الخاص برأي النخب الأكاديمية في الجامعات العراقية لعينة بلغت (١٨٤) من التدريسيين والتدريسيات في تقييم الأداء الإعلامي الرقمي للمؤسسات عينة الدراسة حل التوعية من مخاطر التحولات المناخية. وتوصلت الدراسة إلى وجود اهتمام إعلامي من قبل المؤسسات المعنية بالدراسة لكنها لا ترتقي إلى مستوى المخاطر المتوقعة التي أشارت إليها الأمم المتحدة، وتضمنت المعالجات الإعلامية عددا من الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية المتنوعة في المواقع الإلكترونية؛ إذ احتلت استراتيجية التثقيف المرتبة الأولى من مجموع الاستراتيجيات العشرة التي تم تصنيفها في الإطار النظري، وأظهرت النتائج اعتماد المواقع الإلكترونية على التقارير الإخبارية بالدرجة الأساس في إطار الفنون الإعلامية المستخدمة. بينما يرى أغلبية عينة الأكاديميين أن الأداء الإعلامي كان متوسطا في اهتمامه قياسا بحجم المشكلة.

كما أجرى محمد وآخرون (٢٠٢٣) دراسة هدفت إلى التنويه على دور الإعلام بهدف توعية الشباب ضد التيارات المعادية التي تستهدف الشباب، فيهدف البحث إلى التعرف على هذه التيارات المعادية وأساليب تأثيرها على الشباب من حيث السلوك والشخصية، وأخيرا نضع أساليب محددة لتحسين الشباب وحمايتهم من هذه التيارات التي تجتاح العالم، في ظل التطور التكنولوجي ووسائل التطورات الحديثة السائدة في وقتنا هذا والتي جعلت العالم عبارة عن قرية صغيرة، وعليه كان لابد من وضع حد للمحاولات الهدامة التي تسعى للهيمنة على العالم، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لكونه من أنسب المناهج بالنسبة للموضوع المطروح. تم التركيز في البحث على إظهار التيارات المعادية لاسيما القنوات والمواقع التي تصل عبرها الأفكار المعادية، والأسباب التي تدفع هذه الشباب للتأثر بهذه التيارات بقيمتها ومبادئها التي تبني عليها معتقداتها لتضليل الشباب، وسوف نتوقف في البحث على أبرز الأساليب المتبعة لتحسين الشباب ضد هذه التيارات بدء من رفع مستواهم

الثقافي والفكري حتى تنمية قدراتهم العقلية ضد أي هجوم فكري خارجي متطرف، وسوف نوضح في هذا الصدد المغزى والأهمية من حماية الشباب ضد التيارات الفكرية المعادي. وتوصلت الدراسة إلى أن للإعلام دور بارز في توعية الشباب ضد التيارات المعادية لما له من أثر واسع المجال في تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي والديني ضد الأفكار المعادية لاسيما التيارات السياسية التي صاحبة العالم في الفترة الأخيرة بدء من التيارات الإرهابية الخارجية حتى النزاع الداخل الوطني، وقد جاءت الفضائيات والإنترنت في المرتبة الأولى عند الطلاب من بين الوسائل الأكثر تأثيراً في تنمية وعي الشباب بمخاطر التيارات المعادية، فدلّت النسب على كثافة التعرض لهذه الوسائل من قبل الشباب أكثر من وسائل الإعلام الأخرى.

كما أجرى الغنيم (٢٠٢٢) دراسة هدفت إلى التعرف إلى دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب دينياً واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً بالمملكة العربية السعودية، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة حول دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب من وجهة نظرهم تعزى إلى المتغيرات: (الجنس، المنطقة الجغرافية، السن)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتم تطبيق استبانة على عينة مكونة من ١٢٣٢ شاباً وشابة تتراوح أعمارهم من (١٥ - ٢٥) عام، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: موافقو عينة البحث على دور الإعلام في المجال الديني بدرجة متوسطة، كذلك بأنهم موافقين على دور الإعلام في المجال الاجتماعي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يشجع على العطف على الفقراء والمحتاجين، وموافقين على دور الإعلام في المجال الاقتصادي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يعزز لدى الشاب ضرورة إشباع حاجاتي المادية بطرق مشروعة، كذلك موافقتهم على دور الإعلام الترفيهي في المجال السياسي بدرجة متوسطة خاصة أنه يرسخ لدى الشباب الشعور بالمسؤولية تجاه مجتمعه، كما أوصت الدراسة بضرورة: تصميم برامج تدريبية للعاملين في مجال الإعلام الترفيهي لتتميتهم مهنيًا، ومن ثم إعداد دورات تأهيلية حول خصائص المراحل العمرية لجميع العاملين في البرامج الإعلامية، ليكونوا على علم باحتياجات العمل، مع رفع مستواهم الفني والمهني.

كما أجرى مزيو (٢٠٢٠) دراسة هدفت إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي لدى بعض الشباب السعودي ومدى تأثير المنطقة التعليمية في ذلك، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من بعض الشباب بالمملكة

العربية السعودية، وقد تكونت العينة من ٤٢٦، بستة مناطق بالمملكة (الرياض - مكة - المدينة المنورة - المنطقة الشرقية - حائل - القصيم)، بالتساوي، وتم تطبيق استبانة، وبينت النتائج أن معدل النسبة المئوية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي المرتبط بالمفاهيم قد بلغت (٦٦.٣٦٪). كما أن معدل النسبة المئوية على المجال الثاني والمرتبطة بالسلوكيات قد بلغت (٦٩.٨٠٪). كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استجابة أفراد العينة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي من وجهة نظرهم تعزى إلى عامل المنطقة.

كما أجرى شيخي (٢٠١٧) Sheykhi دراسة هدفت إلى استكشاف تأثير التصميم الجرافيكى على الشباب من مختلف الأبعاد. تركز على كيفية تأثير البيئة المبنية والتغيرات في العالم على الشباب، وكيف يلعب التصميم الجرافيكى دورا في تحسين البيئة وجعلها أكثر وظيفية لجميع القطاعات الاجتماعية، مع التركيز الخاص على فئة الشباب، واستخدمت الدراسة منهجا تطبيقيا يستند إلى استبيانات لجمع البيانات حول مواقف الشباب تجاه البيئة الصحية. كما تستعرض العلاقة بين التغيرات الصناعية والتحضر وبين تطور التصميم الجرافيكى والصناعي للتكيف مع هذه التغيرات، أما العينة فتتكون من ٤١٩ شابا تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٩ سنة، حيث تم جمع بياناتهم من خلال استبيانات لتقييم مواقفهم تجاه البيئة، وقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث تم ملء الاستبيانات من قبل الشباب حول تأثير التصميم الجرافيكى على مواقفهم تجاه البيئة، وقد أظهرت النتائج أن التصميم الجرافيكى يلعب دورا أساسيا في تحسين البيئة وجعلها أكثر وظيفية، حيث يساهم في تلبية احتياجات الشكل والوظيفة والقابلية للاستخدام. كما تبين أن التحضر والصناعة أسهم في تغير أنماط الحياة، مما جعل التصميم الجرافيكى والصناعي أداة حيوية للحفاظ على البيئة في ظل هذه التغيرات.

كما أجرى يو وتشانق (٢٠١٣) Yeo & Chang دراسة هدفت إلى دراسة تأثير التصميم الجرافيكى على الحملات السياسية، مع التركيز على التواصل البصري مع الشباب في سنغافورة. تهدف الدراسة إلى فهم كيفية تأثير التصميم الجرافيكى في تحفيز الشباب على المشاركة السياسية وفتح المجال للتغيير السياسي، خاصة في ظل الاهتمام المتزايد بالحملات الانتخابية في سنغافورة، استخدمت الدراسة منهجا قائما على البحث التطبيقي، مستندا إلى دراسات حالة، بحوث مكثفة، واستطلاعات رأي للشباب المحلي. يتم تطبيق النظريات

السياسية للفيلسوف توماس هوبز في تحليل تسويق الحملات السياسية، وبناء هوية وطنية، والعلامات العاطفية في الحملات، أنا العينة المستهدفة هي الشباب السنغافوري، الذين يتم وصفهم بأنهم أكثر استعداداً للتغيير السياسي وأكثر تأثراً بالإعلام الجديد، وتم استخدام المسح (استطلاع رأي) لجمع البيانات من الشباب المحلي حول استجاباتهم للتصميم الجرافيكي في الحملات السياسية. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء بحوث ودراسات حالة حول استخدام التصميم الجرافيكي في الحملات السياسية في سنغافورة، وأظهرت النتائج أن هناك نقصاً في التصميم الجرافيكي الجيد الذي يتناسب مع أهداف الأحزاب السياسية، مما يحد من تأثير الحملات. ومع ذلك، أكدت الدراسة أن تحسين التصميم الجرافيكي يمكن أن يعزز من التواصل السياسي ويدعم التغيير الاجتماعي. كما أظهرت الدراسة أن تصميم جرافيكي جيد يمكن أن يساهم في تعزيز هوية سنغافورة التصميمية على المدى الطويل، ويعيد التركيز على الأهداف السياسية والتصميمية التي تهدف إلى خدمة المجتمع بشكل شامل.

التعقيب على الدراسات السابقة

بعد قيام الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة تبين أن الدراسات السابقة توضح جوانب مختلفة من تأثير الإعلام، البودكاست، التصميم الجرافيكي، والإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الثقافي لدى الشباب في العديد من السياقات، فعلى سبيل المثال دراسة ابن سويدان (٢٠٢٤) تسلط الدراسة الضوء على فاعلية البودكاست في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، ما يعكس أهمية الإعلام الصوتي الرقمي في توعية الأجيال الجديدة. تشابه هذه الدراسة مع دراسات سابقة في مجال تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب، وتبرز أهمية تفعيل المؤسسات الثقافية لدعم هذا النوع من الإعلام في المجالات التعليمية، أما دراسة زهري (٢٠٢٤) فتركز على تأثير منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة يوتيوب، في التوعية بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي. هذه الدراسة تشير إلى أن الإعلام الرقمي، من خلال منصات مثل يوتيوب، يمكن أن يعزز الوعي بالمواضيع التقنية الحديثة، مما يعكس مدى أهمية هذه المنصات في التواصل مع الشباب وتوجيههم، أما دراسة العقابي (٢٠٢٤) فتبين الدراسة كيف أن الإعلام الرقمي في العراق لا يزال يحتاج إلى مزيد من الاهتمام فيما يتعلق بالمخاطر البيئية والتغيرات المناخية. هذا يعكس التحديات التي تواجه الإعلام في تحقيق الأثر المطلوب، خصوصاً عندما تكون الموضوعات مهمة ولكن المعالجة الإعلامية قد لا ترتقي إلى مستوى الحدث.

بالمجمل، تتوافق هذه الدراسات في تسليط الضوء على تأثير الإعلام الرقمي، بما في ذلك البودكاست ومواقع التواصل الاجتماعي، في بناء الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الشباب. كما توضح أن تصميم الرسوم الجرافيكية يعد أداة هامة في تحسين التواصل الثقافي والاجتماعي والسياسي، ويحتاج إلى تطوير مستمر ليظل مؤثراً في التوجيه الثقافي للشباب في مختلف السياقات الاجتماعية والتعليمية.

منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة الحالية استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، والذي يعد من أنسب المناهج الدراسية مثل هذا الموضوع كونه يفيد في رصد ظاهرة البحث وتحديد الحقائق المتعلقة بالواقع الحالي ومن ثم جمع البيانات والمعلومات التي لها صلة بالدراسة الحالية وتحليل المادة التي تم تجميعها، لاستخلاص الدلالات التي توصلت إليها الدراسة (عدس، ٢٠١٦).

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من كافة الشباب السعودي المشاركين بمعرض اكسبو في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة عددها (٢٠٦) شاباً وشابة من المشاركين بمعرض اكسبو في المملكة العربية السعودية.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث أعدت على شكل فقرات، وذلك بعد مراجعة الأدب النظري والدراسات ذات العلاقة، والتي هدفت إلى التعرف على الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو، وقد تكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسية وهي، المحور الأول: الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو وتكون من ١٥ فقرة، بينما المحور الثاني: المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو وتكون من ١٥ فقرة، أما المحور الثالث: مقترحات تعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو وتكون من (١٥) فقرة، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في تحديد استجابات العينة (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) كما هو موضح في الجدول التالي (١):

جدول (١) درجات المقياس المستخدم في الاستبانة

←					الاستجابة
أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير أوافق	غير موافق بشدة	
٥	٤	٣	٢	١	الدرجة

صدق وثبات الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري للأداة عرضتها الباحثة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين، بلغ عددهم (١٠) متخصصاً في تخصصات الإعلام بالجامعات السعودية، وقد قامت الباحثة بجمع ملاحظات المحكمين، حيث حذف بعض الفقرات وعدل البعض، للتصبح بصورها النهائية ٣٠ فقرة، كما تم حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ وبلغت قيمتها (٠.٨٨٧) وتعد هذه النسبة مناسبة ومقبولة، مما يشير إلى ثبات مناسب للأداة.

الأساليب الإحصائية:

تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وتم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- ١- النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages).
- ٢- المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري.
- ٣- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- ٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) واستخدمه الباحثة لحساب ثبات الاستبانة.

إجابة أسئلة الدراسة ومناقشتها وتفسيرها:

السؤال الأول: ما الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟

للإجابة على السؤال الأول تم ايجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لمعرفة درجة الموافقة على فقرات المحور والتي تكونت من ١٥ فقرة، حيث يوضح الجدول (٢) إجابات أفراد عينة الدراسة مرتبة تنازلياً.

جدول (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والدرجات لإجابات أفراد العينة الاستبانة لفقرات (الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو)، مرتبة تنازلياً

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
4	تعد الرسوم الجرافيكية أداة فعالة في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو.	4.40	0.76	1	كبيرة جداً
5	ساهمت الرسوم الجرافيكية في تعزيز وعي الشباب السعودي بالتوجهات العالمية في إكسبو.	4.39	0.72	2	كبيرة جداً
1	أثرت الرسوم الجرافيكية بشكل إيجابي على فهم الشباب السعودي لأهداف معرض إكسبو.	4.37	0.79	3	كبيرة جداً
6	استخدمت القناة الإخبارية السعودية الرسوم الجرافيكية لتبسيط المعلومات المعقدة عن إكسبو.	4.33	0.71	4	كبيرة جداً
2	ساعدت الرسوم الجرافيكية في تحفيز الشباب السعودي على التفاعل مع محتويات معرض إكسبو.	4.30	0.71	5	كبيرة جداً
3	رسومات الإنفوغرافيك كانت الوسيلة الرئيسية التي استخدمتها القناة الإخبارية السعودية لتغطية إكسبو.	4.27	0.77	6	كبيرة جداً
14	ساعدت الرسوم الجرافيكية في توصيل الرسائل الثقافية والاجتماعية المتعلقة بمعرض إكسبو.	4.26	0.76	7	كبيرة جداً
7	لعبت الرسوم الجرافيكية دوراً كبيراً في تشكيل موقف الشباب السعودي تجاه المعرض.	4.25	0.90	8	كبيرة جداً
15	أسهمت الرسوم الجرافيكية في تسليط الضوء على التنوع الثقافي في إكسبو.	4.24	0.84	9	كبيرة جداً
9	كانت الرسوم الجرافيكية وسيلة فعالة في نقل التوجهات الاستدامية التي عرضها إكسبو.	4.23	0.81	10	كبيرة جداً
12	ساعدت الرسوم الجرافيكية في إبراز المشاركة السعودية في إكسبو بشكل جذاب.	4.23	0.83	11	كبيرة جداً

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
11	أثرت الرسوم الجرافيكية على الشباب السعودي من حيث تعزيز مفهوم الاستدامة والتكنولوجيا الحديثة.	4.21	0.80	12	كبيرة جداً
8	وفرت القناة الإخبارية السعودية محتوى مرئياً غنياً من خلال الرسوم الجرافيكية لتسليط الضوء على فعاليات إكسبو.	4.18	0.92	13	كبيرة
10	أسهمت الرسوم الجرافيكية في تقديم المعلومات حول معرض إكسبو بأسلوب جذاب وسهل الفهم للشباب.	4.17	0.87	14	كبيرة
13	كان للرسوم الجرافيكية دور كبير في تحسين التواصل بين القناة الإخبارية السعودية والشباب السعودي بشأن إكسبو.	4.11	0.94	15	كبيرة
	المتوسط الكلي	٤.٢٣	٠.٨٣	-	كبيرة جداً

يوضح الجدول (٢) أن الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو جاء كبيراً جداً، وذلك بمتوسط حسابي (٤.٢٣)، وانحراف معياري (٠.٨٣)، حيث تراوح المتوسط الحسابي لفقرات المحور ما بين (٤.١١ - ٤.٤٠)، وانحرافات معيارية بين (٠.٧١ - ٠.٩٤)، وكان أعلاها متوسطاً هي فقرة رقم (٤) والتي تنص على "تعد الرسوم الجرافيكية أداة فعالة في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو"، بمتوسط حسابي (٤.٤٠) وانحراف معياري (٠.٧٦)، وبدرجة "كبيرة جداً"، يليها في المرتبة الثانية فقرة رقم (٥) والتي تنص على "ساهمت الرسوم الجرافيكية في تعزيز وعي الشباب السعودي بالتوجهات العالمية في إكسبو"، بمتوسط حسابي (٤.٣٩) وانحراف معياري (٠.٧٢)، وبدرجة "كبيرة جداً"، وفي المرتبة الثالثة فقرة رقم (١) والتي تنص على "أثرت الرسوم الجرافيكية بشكل إيجابي على فهم الشباب السعودي لأهداف معرض إكسبو"، بمتوسط حسابي (٤.٣٧) وانحراف معياري (٠.٧٩)، وبدرجة "كبيرة جداً"، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (١٣) التي تنص على "كان للرسوم الجرافيكية دور كبير في تحسين التواصل بين القناة الإخبارية السعودية والشباب السعودي بشأن إكسبو"، بمتوسط حسابي (٤.١١) وانحراف معياري (٠.٩٤)، وبدرجة "كبيرة".

السؤال الثاني: ما المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟

للإجابة على السؤال الثاني تم ايجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لمعرفة درجة الموافقة على فقرات المحور والتي تكونت من ١٥ فقرة، حيث يوضح الجدول (٣) إجابات أفراد عينة الدراسة مرتبة تنازليا.

جدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والدرجات لإجابات أفراد العينة لفقرات محور (المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو)، مرتبة تنازليا

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١٤	تفتقر القناة الإخبارية السعودية إلى استراتيجية واضحة لاستخدام الرسوم الجرافيكية بشكل فعال في توعية الشباب السعودي.	4.10	0.85	1	كبيرة
١٣	تعد قلة التنوع في التصميم الجرافيكية أحد المعوقات التي تحد من تأثيرها الثقافي على الشباب السعودي.	4.01	0.88	2	كبيرة
١٢	تواجه القناة الإخبارية السعودية تحديات في دمج الرسوم الجرافيكية مع المحتوى الإعلامي بطريقة متناغمة.	3.98	1.09	3	كبيرة
١١	يؤدي نقص الخبرات المتخصصة في التصميم الجرافيك إلى ضعف الجودة البصرية للرسوم المعروضة.	3.98	0.99	4	كبيرة
١٠	تواجه القناة الإخبارية السعودية مشكلة في توظيف الرسوم الجرافيكية لتمثيل الثقافة السعودية في سياق عالمي.	3.90	0.94	5	كبيرة
١٥	هناك قلة في استخدام الرسوم الجرافيكية التفاعلية التي تزيد من التفاعل بين الشباب السعودي والمعرض.	3.88	0.84	6	كبيرة

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
٩	يحد الاستخدام المحدود للرسوم الجرافيكية من القدرة على جذب انتباه فئات مختلفة من الشباب السعودي.	3.83	1.05	7	كبيرة
٧	يؤدي قلة التنسيق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي إلى ضعف توصيل الرسوم الجرافيكية للشباب السعودي.	3.79	0.97	8	كبيرة
٦	تفتقر بعض الرسوم الجرافيكية إلى استهداف ثقافي مناسب، مما يؤثر على تأثيرها الثقافي على الشباب.	3.79	1.05	9	كبيرة
٥	يمكن أن تكون الرسوم الجرافيكية المعقدة أو المبالغ فيها غير ملائمة لاحتياجات الشباب السعودي.	3.76	0.90	10	كبيرة
٨	قد تفتقر بعض البرامج إلى كفاءة في عرض الرسوم الجرافيكية بشكل يلئم تفضيلات الشباب السعودي.	3.72	0.96	11	كبيرة
١	يؤدي عدم تنوع المحتوى الثقافي في الرسوم الجرافيكية إلى تقليل التأثير على الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي.	3.71	1.17	12	كبيرة
٤	تعد محدودية الموارد والإمكانيات التقنية في بعض القنوات الإعلامية السعودية عائقاً في تطوير الرسوم الجرافيكية.	3.68	0.89	13	كبيرة
٣	يعوق التغطية الإعلامية غير المتكاملة لمعرض إكسبو في بعض الأحيان التفاعل الفعال مع الرسوم الجرافيكية.	3.67	1.29	14	كبيرة
٢	تواجه القناة الإخبارية السعودية صعوبة في الوصول إلى جميع الشباب السعودي بسبب قلة توظيف الرسوم الجرافيكية عبر منصات إعلامية متنوعة.	3.63	1.09	15	كبيرة

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
	المتوسط الكلي	٣.٩٠	١.٠٥	-	كبيرة

يوضح الجدول (٣) أن المعوقات التي تحول دون الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو كانت كبيرة، وذلك بمتوسط حسابي (٣.٩٠)، وانحراف معياري (١.٠٥)، حيث تراوح المتوسط الحسابي لفقرات المحور ما بين (٣.٦٣ - ٤.١٠)، وانحرافات معيارية بين (١.٠٩ - ٠.٨٥)، وكان أعلاها متوسطا هي فقرة رقم (١٤) والتي تنص على "تفتقر القناة الإخبارية السعودية إلى استراتيجيات واضحة لاستخدام الرسوم الجرافيكية بشكل فعال في توعية الشباب السعودي"، بمتوسط حسابي (٤.١٠) وانحراف معياري (٠.٨٥)، وبدرجة "كبيرة"، يليها في المرتبة الثانية فقرة رقم (١٣) والتي تنص على "تعد قلة التنوع في التصميم الجرافيكية أحد المعوقات التي تحد من تأثيرها الثقافي على الشباب السعودي"، بمتوسط حسابي (٤.٠١) وانحراف معياري (٠.٨٨)، وبدرجة "كبيرة"، وفي المرتبة الثالثة فقرة رقم (١٢) والتي تنص على "تواجه القناة الإخبارية السعودية تحديات في دمج الرسوم الجرافيكية مع المحتوى الإعلامي بطريقة متناغمة"، بمتوسط حسابي (٣.٩٨) وانحراف معياري (١.٠٩)، وبدرجة "كبيرة"، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (٢) التي تنص على "تواجه القناة الإخبارية السعودية صعوبة في الوصول إلى جميع الشباب السعودي بسبب قلة توظيف الرسوم الجرافيكية عبر منصات إعلامية متنوعة"، بمتوسط حسابي (٣.٦٣) وانحراف معياري (١.٠٩)، وبدرجة "كبيرة".

السؤال الثالث: ما المقترحات لتعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو؟

للإجابة على السؤال الثاني تم ايجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لمعرفة درجة الموافقة على فقرات المحور والتي تكونت من ١٥ فقرة، حيث يوضح الجدول (٣) إجابات أفراد عينة الدراسة مرتبة تنازليا.

جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والدرجات لإجابات أفراد العينة لفقرات محور (المقترحات لتعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو)، مرتبة تنازليا

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
٣	يجب على القناة الإخبارية السعودية تطوير استراتيجيات محتوى بصرية مبتكرة باستخدام الرسوم الجرافيكية لتوعية الشباب السعودي.	4.09	0.86	1	كبيرة
٢	من المهم زيادة التنوع في الأنماط الرسومية لتناسب اهتمامات وتوجهات مختلف فئات الشباب السعودي.	4.08	0.87	2	كبيرة
١	يمكن تحسين الأثر الثقافي بتوفير رسومات جرافيكية تفاعلية لتعزيز تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي.	3.95	0.98	3	كبيرة
٤	ينبغي زيادة التعاون مع مصممين محترفين متخصصين في تصميم الرسوم الجرافيكية عالية الجودة.	3.93	0.88	4	كبيرة
٦	يجب تطوير محتوى جرافيك ينعكس الهوية الثقافية السعودية ويظهر التوجهات الوطنية في إكسبو.	3.90	0.86	5	كبيرة
٥	من الضروري أن تتبنى القناة الإخبارية السعودية أسلوباً مبسطاً في استخدام الرسوم الجرافيكية لجذب أكبر عدد من الشباب.	3.85	0.89	6	كبيرة
٨	ينبغي للقناة الإخبارية السعودية توظيف الرسوم الجرافيكية في برامج توعوية مشتركة مع مؤسسات تعليمية لتعزيز الوعي الثقافي لدى الشباب.	3.81	1.16	7	كبيرة
٧	من المهم توسيع نطاق استخدام الرسوم الجرافيكية لتشمل مختلف منصات التواصل الاجتماعي لجذب الشباب السعودي.	3.75	0.96	8	كبيرة
٩	يجب تدريب فرق الإعلام على استخدام الرسوم الجرافيكية كأداة فعالة في التأثير على الوعي الثقافي والاجتماعي.	3.73	1.25	9	كبيرة

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
١١	يمكن للقناة الإخبارية السعودية أن تقدم محتوى مرئي متنوع يظهر الجوانب الثقافية المتعددة لمعرض إكسبو باستخدام الرسوم الجرافيكية.	3.70	0.91	10	كبيرة
١٢	ينبغي تعزيز التواصل بين القنوات الإعلامية السعودية والتصميم الجرافيك لخلق محتوى يعكس تطلعات الشباب السعودي.	3.65	0.96	11	كبيرة
١٠	يجب تخصيص برامج إعلامية لعرض القصص التي تتعلق بالمشاركة السعودية في إكسبو، مع الاستفادة من الرسوم الجرافيكية لإيصال هذه القصص بشكل مؤثر.	3.62	1.12	12	كبيرة
١٣	من الضروري تحسين التكامل بين الرسوم الجرافيكية والمحتوى الرقمي لتوسيع انتشارها بين فئات الشباب السعودي.	3.60	0.88	13	كبيرة
١٥	يجب تشجيع القناة الإخبارية السعودية على استحداث فقرات متخصصة تعرض الرسوم الجرافيكية التي تبرز أهمية معرض إكسبو للشباب السعودي.	3.58	1.23	14	كبيرة
١٤	يمكن تعزيز استخدام الرسوم الجرافيكية عبر تنظيم مسابقات تصميم مبتكرة للشباب السعودي تركز على موضوعات إكسبو الثقافية.	3.55	1.87	15	كبيرة
	المتوسط الكلي	٣.٨٨	١.٠١	—	كبيرة

يوضح الجدول (٣) أن المقترحات لتعزيز الأثر الثقافي لاستخدام القناة الإخبارية السعودية للرسوم الجرافيكية في توعية الشباب السعودي بمعرض اكسبو كانت كبيرة، وذلك بمتوسط حسابي (٣.٨٨)، وانحراف معياري (١.٠١)، حيث تراوح المتوسط الحسابي لفقرات المحور ما بين (٣.٥٥ - 4.09)، وانحرافات معيارية بين (١.٨٧ - ٠.٨٧)، وكان أعلاها متوسطا هي فقرة رقم (٣) والتي تنص على "يجب على القناة الإخبارية السعودية تطوير استراتيجيات محتوى بصرية مبتكرة باستخدام الرسوم الجرافيكية لتوعية الشباب السعودي"، بمتوسط حسابي (٤.٠٩) وانحراف معياري (٠.٨٦)، وبدرجة "كبيرة"، يليها في المرتبة الثانية فقرة رقم (٢)

والتي تنص على "من المهم زيادة التنوع في الأنماط الرسومية لتتناسب اهتمامات وتوجهات مختلف فئات الشباب السعودي"، بمتوسط حسابي (٤.٠٨) وانحراف معياري (٠.٨٧)، وبدرجة "كبيرة"، وفي المرتبة الثالثة فقرة رقم (١) والتي تنص على "يمكن تحسين الأثر الثقافي بتوفير رسومات جرافيكية تفاعلية لتعزيز تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي"، بمتوسط حسابي (٣.٩٥) وانحراف معياري (٠.٩٨)، وبدرجة "كبيرة"، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (١٤) التي تنص على "يمكن تعزيز استخدام الرسوم الجرافيكية عبر تنظيم مسابقات تصميم مبتكرة للشباب السعودي تركز على موضوعات إكسبو الثقافية"، بمتوسط حسابي (٣.٨٨) وانحراف معياري (١.٨٧)، وبدرجة "كبيرة".

التوصيات:

- ١- يوصى بتوسيع نطاق التعاون بين القنوات الإخبارية السعودية ومصممي الرسوم الجرافيكية المحترفين لتطوير محتوى مرئي يعكس الهوية الثقافية السعودية بشكل يتناسب مع اهتمامات الشباب.
- ٢- يستحسن أن تعتمد أساليب بصرية متنوعة مثل الإنفوجرافيك والرسوم المتحركة والرسوم التوضيحية لتلبية احتياجات مختلف الفئات العمرية من الشباب السعودي.
- ٣- من المهم تعزيز استخدام الرسوم الجرافيكية التفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل بين الشباب السعودي ومعرض إكسبو، مما يساهم في تحقيق الأثر الثقافي المطلوب.
- ٤- يوصى بتخصيص فقرات إعلامية توضح أهمية إكسبو على الأصعدة الثقافية والتكنولوجية، باستخدام الرسوم الجرافيكية لتسهيل فهم الشباب السعودي لهذه المواضيع.
- ٥- ينصح بتقديم ورش عمل ومبادرات تدريبية للشباب السعودي لتعريفهم بأهمية الرسوم الجرافيكية في الإعلام، وتشجيعهم على المشاركة في تصميم محتوى مرتبط بمعرض إكسبو.

الدراسات المستقبلية المقترحة:

- ١- دراسة تأثير الرسوم الجرافيكية على تعزيز المشاركة الشبابية في معارض عالمية: يمكن دراسة كيفية تأثير استخدام الرسوم الجرافيكية في تعزيز مشاركة الشباب السعودي في معارض عالمية مثل إكسبو، وقياس الأثر على مستوى الاهتمام والتفاعل.
- ٢- بحث حول تطور تكنولوجيا الرسوم الجرافيكية في الإعلام السعودي: دراسة تطور استخدام التقنيات الحديثة في الرسوم الجرافيكية داخل الإعلام السعودي وتقييم تأثيرها على الجمهور، خاصة الشباب.
- ٣- تحليل تأثير الرسوم الجرافيكية على القيم الثقافية لدى الشباب السعودي: دراسة تأثير استخدام الرسوم الجرافيكية على القيم الثقافية والمعرفية لدى الشباب السعودي، مع التركيز على معرض إكسبو كأداة توعوية.
- ٤- دراسة مقارنة بين الإعلام التقليدي والرقمي في استخدام الرسوم الجرافيكية لتوعية الشباب: دراسة تحليلية مقارنة بين فاعلية الرسوم الجرافيكية في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في توعية الشباب السعودي بمعرض إكسبو.
- ٥- بحث في تأثير الرسوم الجرافيكية على تغيير الاتجاهات الاجتماعية والثقافية للشباب: دراسة حول كيفية تأثير الرسوم الجرافيكية في الإعلام على تغيير اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الثقافية والاجتماعية المطروحة في معرض إكسبو.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- ١- ابن سويدان، أحمد بن عبد العزيز. (٢٠٢٤). فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٥٤ ، 147 - 101.
- ٢- أحمد، إيمان محمود محمد. (٢٠٢٤). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف القنوات الإخبارية العربية لمقاطع الفيديو القصيرة عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، مج٦، ع١ ، 400 - 339.
- ٣- البقمي، فيحان محمد عبدالله. (٢٠١٩). اتجاهات النخب السعودية نحو التغطية الإعلامية في قناة الإخبارية. مجلة البحوث الإعلامية، ع٥١ ، 358 - 327.
- ٤- زهري، هالة غزالي محمد الربة. (٢٠٢٤). دور منصات التواصل الاجتماعي في توعية أخصائي الإعلام التربوي بأدوات التحول الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، ع٦٩، ج١ ، 496 - 437.
- ٥- عدس، عبدالرحمن. (٢٠١٦). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. بيروت: دار الفكر للنشر والتوزيع.
- ٦- العساف، عبدالله بن عبدالمحسن. (٢٠١٨). أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية: دراسة مقارنة بين قناة الإخبارية السعودية وقناة العالم الإيرانية بالتطبيق علي أحداث عاصفة الحزم. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج١٧، ع١ ، 392 - 343.
- ٧- العقابي، جاسم طارش. (٢٠٢٤). استراتيجيات الإعلام الرقمي في التوعية من مخاطر التحولات المناخية في العراق. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، مج١٦، ع٢ ، 214 - 199.
- ٨- الغنيم، خالد بن فهد. (٢٠٢٢). دراسة دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب بالمملكة العربية السعودية. مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية، مج٦، ع١ ، 188 - 165.
- ٩- محمد، أحمد عبدالله أحمد سالم، عبدالواحد، فيصل ذكي، ومهنى، ممدوح واعر عبدالرحمن. (٢٠٢٣). دور وسائل الإعلام في توعية وحماية الشباب. المجلة القانونية، مج١٨، ع٤ ، 1979 - 2002.
- ١٠- مزيو، منال بنت عمار بن إبراهيم. (٢٠٢٠). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. مجلة التربية، ع١٨٨، ج٢ ، 204 - 177.

ثانياً: المراجع الإنجليزية:

- 11- Alahira, J., Ani, E. C., Ninduwezuor-Ehiobu, N., Olu-lawal, K. A., & Ejibe, I. (2024). The role of fine arts in promoting sustainability within industrial and graphic design: a cross-disciplinary approach. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 6(3), 326-336.
- 12- Alateeg, S., & Alhammadi, A. (2024). The impact of organizational culture on organizational innovation with the mediation role of strategic leadership in Saudi Arabia. *Journal of Statistics Applications & Probability*, 13(2), 843-858.
- 13- Almaghlouth, A., & Almeshal, S. (2024). Role of Digital Marketing Content Strategy on User Experience Toward Cultural Venues in Saudi Arabia. *International Journal of Business, Marketing and Communication*, 4(37), 25-35.
- 14- Brown, A., & Begoray, D. (2017). Using a graphic novel project to engage Indigenous youth in critical literacies.
- 15- Chadli, L. (2024). Expo 2020 Dubai's Impact on the United Arab Emirates' Brand: A Quantitative Analysis About American and European Media Companies. *Journalism*, 14(1), 11-22.
- 16- Ghoneim, R., & Arabasy, M. (2024). The Role of Artworks of Architectural Design in Emphasizing the Arab Identity. *Al-Balqa Journal for Research and Studies*, 27(1), 1-14.
- 17- Monshi, E., & Scott, N. (2017). Developing event tourism in Saudi Arabia: Opportunities and challenges. *Tourism in the Arab World: An industry perspective. Aspects of Tourism*, 78(3).
- 18- Ramli, H., Ibrahim, N., Prasetyaningrum, P. T., & Saedon, M. A. M. (2024). Graphic Design and Education: A Systematic Review on The Evolution, Diverse Aspects, Innovations in Teaching Methods, and Interconnected Changes in Design. *Journal of ICT in Education*, 11(2), 42-54.
- 19- Sheykhi, M. (2017). Dimensions of Environmental Graphic Design: A Socio-Artistic Study of Youth Aged 18-29 in Tehran City. *World Journal of Research and Review*, 5(2), 262764.
- 20- Tang, Y., Ciancia, M., Wang, Z., & Gao, Z. (2024). What's Next? Exploring Utilization, Challenges, and Future Directions of AI-Generated Image Tools in Graphic Design. *arXiv preprint arXiv:2406.13436*.
- 21- Won, J. (2019). A Study on News Graphic Design in Social Media. *The Journal of the Korea Contents Association*, 19(12), 57-67.
- 22- Yehia, E. F. (2024). Riyadh's Renaissance: Expo 2030 as a Springboard for Intercultural Understanding, Tourism Revival, and Sustainable Solutions. *Open Journal of Business and Management*, 12(3), 1516-1535.
- 23- Yehia, E. F. (2024). Riyadh's Renaissance: Expo 2030 as a Springboard for Intercultural Understanding, Tourism Revival, and Sustainable Solutions. *Open Journal of Business and Management*, 12(3), 1516-1535.
- 24- Yeo, J., & Chang, J. (2013). A study to explore the impact of graphic design on political campaigning, focusing on visual communication with the Singapore youth. In *ICERI2013 Proceedings* (pp. 779-788). IATED.