

المعايير الأخلاقية للمحتوى الرقمي وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني في إطار رؤية السعودية 2030: دراسة تحليلية

أ.د. عبدالحليم موسى يعقوب

جامعه الجزيه، السودان

أ.ماجدة محمد

بلديه الاحساء، السعودية

تاريخ استلام البحث: ٣٠ ايلول ٢٠٢٦ تاريخ نشر البحث: ٣٠ تشرين الأول ٢٠٢٦ المجلد: ٨ العدد: ١١

الملخص بالعربية

هدفت الدراسة إلى تحليل مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، وتحديد مدى اتساقه مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، فضلا عن اختبار العلاقة بين المتغيرين والكشف عن الفروق المرتبطة بنوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تحليل المضمون الكمي، على عينة طبقية تناسبية بلغت 350 مادة رقمية من مجتمع مكون من 3000 مادة منشورة عبر وكالة الأنباء السعودية ووزارة الإعلام خلال الفترة من 1 يناير إلى 31 ديسمبر 2025. واستُخدم مقياس ثلاثي لترميز مؤشرات الدقة والتحقق، والموضوعية والتوازن، والشفافية، والمسؤولية المهنية، وتجنب التضليل، إلى جانب مؤشرات وضوح الرسائل الاستراتيجية واتساقها مع الأهداف الوطنية. وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، بمتوسط حسابي عام بلغ 1.60 من أصل درجتين، كما كشفت عن علاقة ارتباطية طردية قوية بين الالتزام بهذه المعايير واتساق المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، بمعامل ارتباط بيرسون بلغ $(r = 0.72)$. وأظهرت النتائج كذلك فروقا ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام تبعاً لنوع المنصة الإعلامية ($p = 0.018$) ومصدر المحتوى ($p = 0.030$)، مع تسجيل محتوى وكالة الأنباء السعودية متوسطات أعلى من محتوى وزارة الإعلام في المؤشرات المقارنة. وتخلص الدراسة إلى أهمية دمج المعايير المهنية والأخلاقية في تخطيط الرسائل الرقمية وإنتاجها وتقييمها، وتطوير أدلة مهنية تراعي خصائص المنصات المختلفة، بما يدعم مصداقية المحتوى واتساق الاتصال الاستراتيجي الوطني مع مستهدفات رؤية السعودية 2030.

الكلمات المفتاحية

المعايير الأخلاقية؛ المحتوى الرقمي؛ الاتصال الاستراتيجي الوطني؛ رؤية السعودية 2030.

Ethical Standards of Digital Content and the Effectiveness of National Strategic Communication within the Framework of Saudi Vision 2030: An Analytical Study

Abdhalhim Musa Yagoub

Gezira university, Sudan

Majdah Muhmmmed

Al-Ahsa Municipality, Saudi Arabia

Corresponding Author: Abdhalhim Musa Yagoub, E-mail: Ahalim124@gmail.com

Abstract in English

This study examined the level of compliance with professional and ethical standards in Saudi digital content related to Saudi Vision 2030 and assessed its alignment with the requirements of national strategic communication. It also investigated the relationship between these variables and differences associated with media platform type and content source. The study adopted a descriptive-analytical design using quantitative content analysis. A proportionate stratified sample of 350 digital items was selected from a population of 3,000 items published by the Saudi Press Agency (SPA) and the Ministry of Media between 1 January and 31 December 2025. A three-point coding scale was used to assess accuracy and verification, objectivity and balance, transparency, professional responsibility, and avoidance of misleading content, alongside indicators of strategic message clarity and alignment with national objectives. The findings indicated a relatively high level of compliance with professional and ethical standards, with an overall mean score of 1.60 out of 2. Pearson's correlation analysis revealed a strong positive association between compliance with these standards and the alignment of digital content with national strategic communication requirements ($r = 0.72$). Statistically significant differences were also identified according to media platform type ($p = 0.018$) and

content source ($p = 0.030$). In the reported comparisons, content published by SPA recorded higher mean scores than content published by the Ministry of Media. The study highlights the importance of integrating professional and ethical standards into the planning, production, and evaluation of digital communication, as well as developing platform-sensitive professional guidelines to strengthen content credibility and improve the alignment of national strategic communication with the objectives of Saudi Vision 2030.

Keywords

Ethical standards; digital content; national strategic communication; Saudi Vision 2030.

ARTICLE INFORMATION

RECEIVED: 30 September 2026

PUBLISHED: 30 October 2026

DOI: 10.32996/jhss.2026.8.11.9

مقدمة الدراسة

أعادت التحولات المتسارعة في التقنيات الرقمية وتطبيقات الاتصال تشكيل البيئة الإعلامية خلال العقد الأخير، وأثرت في أنماط إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله واستهلاكه، ووسعت أدوار المنصات الرقمية في نقل المعلومات وتفسير القضايا العامة والتفاعل مع الجمهور. ولم يعد المحتوى الرقمي مجرد وسيلة لنشر الأخبار والبيانات، بل أصبح مكوناً أساسياً في بناء التصورات العامة، وتشكيل اتجاهات الجمهور، وإدارة العلاقة الاتصالية بين المؤسسات والمجتمع، الأمر الذي جعل جودة المحتوى ومصداقيته والتزامه بالمعايير المهنية والأخلاقية من العوامل المهمة في تحديد طبيعة الاتصال ونتائجه. وقد أشار إلى ذلك (موسى، عبدالحليم، محمد يحيى الصباطي، 202) (4) في بحثه عن خوارزميات الذكاء الاصطناعي ومواجهة الأخبار المزيفة إلى هذه القضية.

وفي ضوء هذه التحولات، اكتسب الاتصال الاستراتيجي أهمية متزايدة بوصفه عملية اتصالية منظمة تربط الرسائل المؤسسية بالأهداف المحددة، وتعمل على تحقيق الاتساق بين مضمون الرسائل وغاياتها والجمهور الأشراف. وتزداد أهمية هذا الاتصال عندما يرتبط بالسياسات العامة والاستراتيجيات الوطنية، إذ لا تقتصر وظيفته على التعريف بالمبادرات والإنجازات، وإنما تمتد إلى توضيح أهدافها، وتقديم المعلومات المتعلقة بها، وتعزيز فهم الجمهور لأولوياتها ومساراتها، وبناء علاقة اتصالية تتسم بالوضوح والمصداقية والمسؤولية.

وتبرز هذه الأهمية في المملكة العربية السعودية في ضوء التحولات التنموية التي تقودها رؤية السعودية 2030، وما يصاحبها من مبادرات وبرامج في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتقنية. فقد أصبحت المنصات الرقمية والقنوات الإعلامية الرسمية أدوات رئيسة للتعريف بمستهدفات الرؤية ومبادراتها ونتائجها، ونقل المعلومات المتعلقة بمسارات التنفيذ والتطورات التي تشهدها القطاعات المختلفة. ويجعل ذلك المحتوى الرقمي المرتبط بالرؤية مجالاً مهماً لدراسة طبيعة الرسائل الوطنية، ومدى اتساقها مع الأهداف الاستراتيجية، ومستوى التزامها بالمعايير التي تدعم جودة الاتصال ومصداقيته.

بيد أنّ فاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني لا تتحدد بمجرد نشر الرسائل أو اتساع نطاق وصولها أو ارتفاع معدلات التفاعل معها، بل ترتبط كذلك بجودة المعلومات المقدمة، ووضوح مضمونها، واتساقها، ومدى التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية. فقد تحقق الرسالة انتشاراً واسعاً دون أن تكون بالضرورة دقيقة أو متوازنة أو كافية لتكوين فهم واضح لدى الجمهور. ومن ثم، فإن تقييم المحتوى الرقمي المرتبط بالاستراتيجيات الوطنية يستلزم تجاوز المؤشرات الكمية المتعلقة بالنشر والتفاعل إلى فحص الخصائص المهنية والأخلاقية للمحتوى، وتحليل مدى توافقه مع المتطلبات الاتصالية التي تقتضيها طبيعة الرسائل الوطنية وأهدافها.

وتتمثل المعايير الأخلاقية للمحتوى الرقمي في مجموعة من المبادئ التي توجه إنتاج المعلومات ومعالجتها ونشرها، ومن أبرزها الدقة والتحقق من المصادر، والموضوعية والتوازن، والشفافية، والمسؤولية المهنية، وتجنب التضليل أو تقديم المعلومات بصورة قد تؤدي إلى فهم غير صحيح للقضايا المطروحة. وتزداد أهمية هذه المعايير في المحتوى المتصل بالسياسات والمبادرات الوطنية، نظراً لما تتطلبه هذه الموضوعات من وضوح في عرض المعلومات، ودقة في تقديم البيانات والنتائج، واتساق بين مضمون الرسائل وأهدافها المعلنة. كما أن الالتزام بهذه المعايير يوفر أساساً لتقييم موثوقية المحتوى، ومدى صلاحيته للإسهام في تحقيق أهداف الاتصال الاستراتيجي.

وتفرض البيئة الرقمية تحديات إضافية أمام الالتزام بهذه المعايير، نتيجة السرعة في إنتاج المحتوى وتداوله، وتعدد مصادر المعلومات، وتداخل المواد الإخبارية والتفسيرية والترويجية، فضلاً عن سهولة إعادة نشر الرسائل خارج أطرها الأصلية. وتؤكد هذه الخصائص أهمية التمييز بين مجرد الحضور الرقمي للمعلومات وبين جودة المعالجة الإعلامية لها، كما تبرز الحاجة إلى تحليل المحتوى المنشور وفق مؤشرات إجرائية واضحة تسمح برصد مستويات الالتزام بالمعايير الأخلاقية، والكشف عن الممارسات التي قد تدعم فاعلية الرسائل الاستراتيجية أو تحد من اتساقها ووضوحها.

ومن هذا المنحى تتعامل الدراسة الحالية مع العلاقة بين المعايير الأخلاقية للمحتوى الرقمي وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني باعتبارها علاقة تستحق الفحص والتحليل، دون افتراض مسبق بأن الالتزام الأخلاقي يؤدي بالضرورة إلى تحقيق الفاعلية الاتصالية. فالمحتوى الدقيق والشفاف والمتوازن قد يوفر مقومات مهمة لدعم وضوح الرسالة واتساقها مع الأهداف الوطنية، إلا أن تحديد طبيعة العلاقة بين هذه المتغيرات يظل مرتبطاً بما تكشف عنه المؤشرات التي يعتمدها التحليل، ويمد إمكان قياس الخصائص الأخلاقية والاتصالية للمحتوى بصورة منظمة وقابلة للمقارنة.

وعلى الرغم من تنامي الاهتمام بالإعلام الرقمي والاتصال الاستراتيجي والتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية، تظل هناك حاجة إلى دراسات تحليلية تجمع بين فحص المعايير الأخلاقية للمحتوى الرقمي وتقييم مدى اتساق خصائصه مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، ولا سيما في المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030. وتنبع أهمية هذا التوجه من أن دراسة الرسائل المنشورة فعلياً تتيح الكشف عن طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا والمبادرات الوطنية، وتحديد مستويات حضور المعايير الأخلاقية، ورصد الممارسات والإشكاليات المهنية، إلى جانب تحليل وضوح الرسائل واتساقها وارتباطها بالأهداف الوطنية.

وبناء على ذلك، تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل المعايير الأخلاقية للمحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، من خلال رصد مؤشرات الدقة والتحقق من المعلومات، والموضوعية والتوازن، والشفافية، والمسؤولية المهنية، وتجنب التضليل، وتحليل مدى اتساق خصائص هذا المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، من حيث وضوح الرسالة واتساقها وارتباطها بالأهداف الوطنية وإبراز مستهدفات الرؤية

ومبادراتها ونتائجها. كما تختبر الدراسة العلاقة بين مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية ومستوى الاتساق مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي، وتبحث الفروق في الالتزام بهذه المعايير تبعاً لنوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى، بما يوفر أساساً تحليلياً لفهم طبيعة العلاقة بين جودة المحتوى الرقمي وأداء الرسائل الاستراتيجية الوطنية في البيئة الإعلامية السعودية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيس الآتي: تحليل مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، والكشف عن مدى اتساق هذا المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.

ويتفرع عن الهدف الرئيس الأهداف ما يلي:

1. قياس مستوى توظيف معايير الدقة والتحقق من المعلومات في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030
2. تحليل مستوى الالتزام بمعايير الموضوعية والتوازن والشفافية والمسؤولية المهنية في معالجة القضايا والمبادرات المرتبطة برؤية السعودية 2030
3. رصد أبرز الممارسات والإشكاليات المهنية والأخلاقية التي يكشف عنها تحليل المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030.
4. تحليل مدى اتساق الخصائص المهنية والأخلاقية للمحتوى الرقمي السعودي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني من حيث وضوح الرسالة واتساقها وإبراز أهداف الاستراتيجيات الوطنية.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، وتحليل مدى اتساق هذه المعايير مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، وذلك من خلال فحص طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا والمبادرات الوطنية في المحتوى الرقمي.

وإنطلاقاً من ذلك، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، وما مدى اتساقه مع متطلبات فاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما مستوى توظيف معايير الدقة والتحقق من المعلومات في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030؟
2. ما مستوى الالتزام بمعايير الموضوعية والتوازن والشفافية والمسؤولية المهنية في معالجة القضايا والمبادرات المرتبطة برؤية السعودية 2030؟
3. ما أبرز الممارسات والإشكاليات المهنية والأخلاقية التي يكشف عنها تحليل المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030؟
4. إلى أي مدى تتسق الخصائص المهنية والأخلاقية للمحتوى الرقمي السعودي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني من حيث وضوح الرسالة واتساقها وإبراز أهداف الاستراتيجيات الوطنية؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، ومستوى اتساق هذا المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 باختلاف نوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاتصال الحواري في البيئة الرقمية

تستند الدراسة الحالية إلى نظرية الاتصال الحواري (Dialogic Communication Theory) بوصفها إطاراً نظرياً مناسباً لدراسة العلاقة بين أخلاقيات الإعلام الرقمي وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني في البيئة الرقمية السعودية، وتنطلق النظرية من الانتقال بالاتصال من النموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج يقوم على التفاعل والاستجابة والانفتاح وبناء العلاقات بين المؤسسات وجمهورها وأصحاب المصلحة، وتقوم النظرية على أن الاتصال لا يتحقق بمجرد انتقال المعلومات من المؤسسة إلى الجمهور، وإنما يتحقق من خلال عملية مستمرة من التفاعل وتبادل المعلومات والاستجابة المتبادلة، ولذلك فإن نجاح الاتصال الرقمي لا يرتبط فقط بقدرة المؤسسة على إنتاج الرسائل ونشرها، وإنما بقدرتها على الاستماع إلى الجمهور وفهم احتياجاته وإتاحة المجال أمامه للتفاعل والمشاركة والاستجابة). السماعيل، سمية عبد الله، يعقوب، عبد الحليم موسى. (2025)

وتكتسب النظرية أهمية خاصة في البيئة الرقمية؛ إذ لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً للرسائل الاتصالية، وإنما أصبح طرفاً مشاركاً في إنتاج المحتوى وتداوله والتعليق عليه وإعادة تفسيره ونشره. كما أصبحت المؤسسات تعمل في بيئة اتصالية مفتوحة ومتعددة المنصات، تتداخل فيها الرسائل الرسمية مع تفاعلات الجمهور والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون؛ ومن هذا المنحى فإنّ دراسة أخلاقيات الإعلام الرقمي لا يمكن فصلها عن طبيعة العلاقة الاتصالية التي تنشأ بين المؤسسة والجمهور؛ فالدقة والشفافية والموضوعية والمسؤولية المهنية تمثل أساساً ضرورية لبناء المصداقية والثقة، بينما يمثل الحوار والتفاعل والاستجابة آليات أساسية لترجمة هذه القيم إلى ممارسة اتصالية فعالة. (يعقوب، عبد الحليم موسى، الصباطي، محمد بن يحيى (2026)

أولاً: الخلفية التاريخية لنظرية الاتصال الحواري

ترجع الجذور الحديثة لنظرية الاتصال الحواري إلى التحولات التي شهدتها الفكر الاتصالي من النماذج الخطية والإقناعية نحو النماذج التفاعلية والعلاقية. وقد ارتبط هذا التحول بتزايد الاهتمام بالعلاقة بين المؤسسات وجمهورها، والانتقال من النظر إلى الجمهور بوصفه هدفاً للرسالة إلى اعتباره طرفاً مشاركاً في العملية الاتصالية، وفي مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسسي، قدم Kent و Taylor إسهاماً تأسيسياً في تطوير

مفهوم الاتصال الحواري من خلال دراستهما لإمكانات شبكة الويب في بناء العلاقات بين المؤسسات وجماهيرها (Ali, I. H. I., & Yagoub, A. H. (2024).)

فقد أوضح عام 1998 أن البيئة الإلكترونية يمكن أن تتجاوز وظيفة نشر المعلومات لتصبح مجالاً لبناء علاقات تقوم على الحوار والتفاعل، ثم طور Kent و Taylor هذا الاتجاه عام 2002 من خلال طرح نظرية حوارية للعلاقات العامة، التي أكدت أهمية بناء علاقات متبادلة بين المؤسسات والجمهور، وعدم الاقتصار على الاتصال الذي تتحكم المؤسسة في اتجاهه ومضمونه بصورة كاملة.

وقد ارتكزت النظرية على مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى تحويل المنصات الإلكترونية إلى بيئات تسمح بالمشاركة والتفاعل. ومن أبرز هذه المبادئ توفير المعلومات المفيدة، وإتاحة سهولة الاستخدام، وتشجيع الجمهور على العودة إلى المنصة، وإتاحة فرص التفاعل، وتوفير ما يعرف بـ الحلقة الحوارية (Dialogic Loop) التي تسمح للجمهور بإرسال الاستجابات والأسئلة والملاحظات، وتمكن المؤسسة من التعامل معها، ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، شهدت النظرية تطوراً ملحوظاً؛ إذ انتقلت البيئة الاتصالية من المواقع الإلكترونية التي كانت المؤسسة تتحكم بدرجة أكبر في محتواها إلى منصات تفاعلية أصبح الجمهور فيها قادراً على إنتاج المحتوى والتعليق وإعادة النشر والمشاركة في تشكيل الخطاب العام، وبذلك لم يعد الاتصال الحواري مقصوراً على وجود خصائص تقنية تسمح بالتعليق أو المشاركة، وإنما أصبح مرتبطاً بمستوى التفاعل الفعلي، والاستجابة، والانفتاح، وإدارة العلاقات مع الجمهور، وفي هذا الإطار طور Zhou و Xu (2022) تطبيقات مبادئ الاتصال الحواري في البيئة الرقمية من خلال منظور الإمكانيات الاتصالية للمنصات الرقمية (Affordances)، مؤكداً أن طبيعة الحوار تتأثر بالإمكانات التي توفرها المنصة للمؤسسة والجمهور، وبكيفية توظيف هذه الإمكانيات في بناء التفاعل والعلاقات، وبذلك انتقلت النظرية تاريخياً من التركيز على إتاحة الحوار إلى دراسة كيفية توظيف البيئة الرقمية في تيسير التفاعل والاستجابة والمشاركة وبناء العلاقات الاتصالية.

ثانياً: الاتصال الحواري في البيئة الرقمية:

أدى التحول الرقمي إلى إعادة تشكيل العملية الاتصالية من حيث أطرافها وأدوارها ومساراتها. فلم تعد المؤسسة المصدر الوحيد للمعلومات، ولم يعد الجمهور مستقبلًا للرسائل فقط، وإنما أصبح بإمكانه التعليق وإعادة النشر والمشاركة وإنتاج محتوى جديد مرتبط بالرسالة الأصلية، ويؤدي هذا التحول إلى جعل الاتصال الرقمي عملية أكثر انفتاحاً وتفاعلاً، حيث تتعدد الأطراف المشاركة في إنتاج المعنى وتداوله. وقد تتحول الرسالة التي تنتجها مؤسسة رسمية إلى موضوع للنقاش والتفسير وإعادة الإنتاج عبر عدد من المنصات والجماعات الرقمية، ومن ثم يقوم الاتصال الحواري الرقمي على مجموعة من الممارسات الأساسية، أهمها توفير المعلومات، والتفاعل، والاستجابة، والانفتاح، والحوار، والصوت الإنساني، ولا يعني الحوار هنا مجرد إتاحة التعليقات أو التفاعلات التقنية، وإنما يعني قدرة المؤسسة على الدخول في علاقة اتصالية مستمرة مع الجمهور، والاستفادة من ردوده وملاحظاته، والاستجابة لما يطرحه من أسئلة وقضايا، وتزداد أهمية هذه الممارسات في الاتصال المرتبط برؤية السعودية 2030؛ نظراً لتعدد البرامج والمبادرات والمشروعات الوطنية وتنوع الفئات المستهدفة بها، إضافة إلى تعدد المنصات الرقمية التي تستخدم في تقديم المعلومات والتواصل مع الجمهور، ومن ثم فإن الاتصال الحواري في هذه البيئة يمثل مدخلاً لتحليل مدى قدرة المحتوى الرقمي على الانتقال من مجرد عرض المعلومات إلى التفاعل مع الجمهور وإشراكه في العملية الاتصالية. وقد أظهرت دراسة ماجدة محمد (2026) أن المحتوى البصري المنشور على منصة التواصل الحكومي بوزارة الإعلام السعودية أسهم في عرض قضايا التنمية المستدامة العالمية، مع predominance الأسلوب المعلوماتي بنسبة 47%، بما يبرز أهمية تحليل خصائص المحتوى الرقمي وأساليب تقديم الرسائل المرتبطة بالأولويات التنموية.

ثالثاً: الاتصال الحواري والأخلاقيات الاتصالية

ترتبط الأخلاقيات الاتصالية بالاتصال الحواري ارتباطاً مباشراً؛ لأن الحوار الفعال يقوم على الثقة والمصادقية، وهما قيمتان تتأثران بدرجة كبيرة بجودة المحتوى ومصادقته ومسؤوليته المهنية، فالمحتوى الذي يتسم بالدقة والموضوعية والشفافية يساعد على بناء بيئة اتصالية أكثر ثقة، بينما يؤدي الغموض أو الانتقائية أو عدم الدقة إلى إضعاف العلاقة بين المؤسسة والجمهور، حتى في حال ارتفاع مستويات التفاعل، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن التوقيت والاستجابة والصوت الإنساني ترتبط بإدراك الجمهور لأخلاقيات الاتصال، وأن إدراك أخلاقيات الاتصال يؤدي دوراً في بناء الثقة والعلاقات في وسائل التواصل الاجتماعي (Cheng & Lee, 2023)؛ فالأخلاقيات لا تمثل بعداً منفصلاً عن الاتصال الحواري، وإنما تعد أحد الشروط التي تضمن تحوله من تفاعل تقني إلى علاقة اتصالية قائمة على المسؤولية والثقة. (محمد، ماجدة، 2026)

رابعا: المبادئ الأساسية للاتصال الحواري في البيئة الرقمية:

يمكن تحديد المبادئ التي تتصل بالدراسة الحالية في مجموعة من الأبعاد الأساسية، وذلك على النحو الآتي:

1. توفير المعلومات المفيدة: ويمثل توفير المعلومات المفيدة نقطة البداية في الاتصال الحواري؛ إذ لا يمكن بناء حوار فعال في ظل نقص المعلومات أو غموضها. ويقصد بذلك تقديم معلومات واضحة ودقيقة وكافية ومرتبطة باحتياجات الجمهور، وهو ما يتفق مع مبدأ منفعة المعلومات الذي يمثل أحد المبادئ الأساسية للاتصال الحواري عبر البيئة الرقمية. (Kent & Sommerfeldt & Yang, 2018) وفي سياق المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، يشمل ذلك تقديم معلومات تتعلق بالبرامج والمبادرات والمشروعات والنتائج والمؤشرات ذات الصلة، بطريقة تمكن الجمهور من فهم مضمون الرسالة وأبعادها. كما لا تقتصر أهمية المعلومات على كثرتها، وإنما ترتبط بجودتها ووضوحها ودقتها وقدرتها على مساعدة الجمهور في تكوين فهم صحيح للموضوع. وتؤكد الدراسات التطبيقية العربية أهمية إتاحة المعلومات وتيسير الوصول إليها باعتبارها من الممارسات الأساسية للاتصال الحواري عبر المواقع والمنصات الرقمية (إسحاق، 2020؛ زتيلى، 2024).

2. التفاعلية: يمثل التفاعل أحد المكونات الأساسية للاتصال الحواري؛ لأنه ينقل الجمهور من موقع المتلقي إلى موقع المشارك في العملية الاتصالية، ويشمل التفاعل إتاحة التعليق والمشاركة وطرح الأسئلة وإبداء الرأي والتواصل مع المؤسسة، إلى جانب قدرة المؤسسة على متابعة هذه التفاعلات والتعامل معها. وقد أكدت نظرية الاتصال الحواري أن البيئة الرقمية تتيح إمكانيات تتجاوز الاتصال أحادي الاتجاه، وتوفر فرصاً لبناء علاقات أكثر تفاعلاً بين المؤسسات والجمهور. (Kent & Taylor, 2002) وتشير الدراسات الحديثة إلى أن استخدام المبادئ الحوارية في وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بمستويات مختلفة من تفاعل الجمهور، مع استمرار استخدام المؤسسات في كثير من الحالات للمنصات الرقمية بوصفها أدوات لنشر المعلومات أكثر من كونها أدوات للحوار المتبادل. (Sommerfeldt & Yang, 2018) وبالتالي فإن ارتفاع عدد التفاعلات لا يعني بالضرورة تحقق الحوار، ما لم تقتزن هذه التفاعلات باستجابة ومشاركة فعلية من جانب المؤسسة.

3. الاستجابة: تمثل الاستجابة أحد أهم مظاهر الحوار؛ لأنها تعكس استعداد المؤسسة للتعامل مع ما يطرحه الجمهور وعدم الاكتفاء بإرسال الرسائل. وتشمل الاستجابة التعامل مع الأسئلة والاستفسارات والملاحظات، وتقديم المعلومات الإضافية عند الحاجة، وتصحيح المعلومات غير الدقيقة، والتفاعل مع القضايا التي يطرحها الجمهور. وترتبط هذه الممارسة بمفهوم الحلقة الحوارية التي تتيح للجمهور طرح الأسئلة وتوفير

للمؤسسة إمكانية الاستجابة لها، وهي من المبادئ المركزية التي قدمها Kent and Taylor في إطار الاتصال الحواري عبر الإنترنت (Kent & Taylor, 1998). كما أن الحوار، وفقا للتطوير النظري اللاحق، لا يتحقق بمجرد وجود خصائص تقنية تسمح بالتفاعل، وإنما يتطلب استعداد المؤسسة للدخول في علاقة اتصالية قائمة على التبادلية والالتزام والاستجابة. (Kent & Taylor, 2002) ومن ثم يرتبط عنصر الاستجابة بالبعد الأخلاقي للاتصال؛ لأن تجاهل أسئلة الجمهور أو عدم تصحيح المعلومات الخاطئة يمكن أن يؤثر في الثقة والمصداقية.

4. الشفافية والانفتاح: تعد الشفافية من المرتكزات المهمة للاتصال الحواري؛ إذ يتطلب الحوار توفير المعلومات ذات الصلة وعدم الاقتصار على الرسائل الانتقائية. وتعني الشفافية في المحتوى الرقمي تقديم المعلومات بطريقة واضحة ومفهومة، وعدم إخفاء المعلومات الضرورية لفهم الموضوع، مع المحافظة على المتطلبات النظامية والمهنية المرتبطة بنشر المعلومات. ويرتبط ذلك بمفهوم الحوار بوصفه عملية تقوم على الانفتاح والاستعداد للتفاعل مع الجمهور واحترام مصالحه وأهدافه، وليس مجرد وسيلة لإقناع الجمهور برسالة المؤسسة. (Kent & Taylor, 2002) كما أظهرت الأدبيات الحديثة في الاتصال الاستراتيجي أن العلاقة بين الشفافية والاتصال المؤسسي أصبحت أكثر تعقيدا في البيئة الرقمية، في ظل التوازن المستمر بين الاتساق الاتصالي والانفتاح والمشاركة. (Christensen & Christensen, 2018) وترتبط الشفافية بالمصداقية، لأن الجمهور يستطيع مقارنة الرسائل الرسمية بالمعلومات المتداولة في بيئة رقمية مفتوحة ومتعددة المصادر.

خامسا: النظرية والبيئة الرقمية متعددة المنصات:

تتسم البيئة الرقمية بتعدد المنصات وتنوع الجماهير وأصحاب المصلحة، ويمكن للمحتوى أن ينتقل من منصة إلى أخرى ويعاد إنتاجه وتفسيره وتداوله. وقد أدى هذا التعدد إلى تجاوز فكرة القناة الاتصالية الواحدة، وأصبح الاتصال يحدث ضمن شبكة من المنصات المتداخلة التي تختلف في طبيعة الجمهور وإمكانات التفاعل وأسلوب عرض المحتوى. وقد تطورت تطبيقات نظرية الاتصال الحواري من المواقع الإلكترونية إلى المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات الرقمية، وهو ما أكدته المراجعات المنهجية للأبحاث التي طبقت مبادئ الاتصال الحواري على المواقع والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي. (Wirtz & Zimbres, 2018)

ومن ثم تتيح نظرية الاتصال الحواري تحليل الممارسات الاتصالية عبر المواقع الرسمية والمنصات الاجتماعية والتطبيقات والمنصات الإخبارية وغيرها، مع التركيز على مدى إتاحة المعلومات والتفاعل والاستجابة والحوار. كما تساعد النظرية في تحليل قدرة المؤسسات على المحافظة على الاتساق الاتصالي مع اختلاف طبيعة المنصات والجمهور، بحيث لا يؤدي تعدد المنصات إلى فقدان وضوح الرسالة أو تراجع المعايير المهنية والأخلاقية. ويتوافق ذلك مع طبيعة الاتصال الاستراتيجي الذي يتطلب النظر إلى الاتصال باعتباره عملية متكاملة ومقصودة تخدم أهداف المؤسسة وعلاقاتها مع جماهيرها وأصحاب المصلحة. (Zerfass, 2018) وهذا يتوافق مع طبيعة الدراسة الحالية التي تتناول المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 في بيئة رقمية متعددة المنصات، حيث لا تقتصر عملية الاتصال على إنتاج الرسالة ونشرها، وإنما تشمل الطريقة التي تقدم بها الرسالة، وإمكانات التفاعل معها، ومدى استجابة الجهات والمؤسسات للجمهور.

سادسا: نظرية الاتصال الحواري والاتصال الاستراتيجي الوطني: يرتبط الاتصال الاستراتيجي بالاستخدام المنظم والمقصود للاتصال لتحقيق أهداف المؤسسات وبناء علاقاتها مع أصحاب المصلحة. وقد عرف (Hallahan, 2007) الاتصال الاستراتيجي بوصفه الاستخدام المقصود للاتصال من جانب المنظمة لتحقيق رسالتها، بينما وسع Zerfass et al. (2018) المفهوم ليشمل الاستخدام الهادف للاتصال من أجل الدخول في حوارات ذات أهمية استراتيجية لتحقيق أهداف الكيان، وقد أصبح هذا الاتصال في البيئة الرقمية أكثر ارتباطا بالتفاعل والمشاركة وإدارة العلاقات، وليس بمجرد نشر الرسائل. وتوفر نظرية الاتصال الحواري أساسا مناسباً لربط الأخلاقيات الاتصالية بفاعلية الاتصال الاستراتيجي؛ لأن الممارسة المهنية والأخلاقية تعزز المصداقية والثقة، بينما يسهم الحوار والتفاعل والاستجابة في بناء العلاقات مع أصحاب المصلحة. (Kent & Taylor, 2002)

ويقوم الاتصال الاستراتيجي الوطني على وضوح الرسائل واتساقها مع الأهداف الوطنية، وقدرتها على الوصول إلى الفئات المستهدفة وبناء فهم مشترك حول القضايا والمبادرات والبرامج الوطنية. ومن هذا المنحى يمكن أن تسهم الممارسات الحوارية في تعزيز فاعلية الاتصال الاستراتيجي من خلال إتاحة المجال أمام الجمهور للتفاعل والاستفسار والمشاركة، بما يساعد المؤسسات على فهم احتياجات الجمهور وتطوير ممارساتها الاتصالية، وتكتسب هذه العلاقة أهمية خاصة في البيئة السعودية؛ فقد تناولت دراسات عربية تطبيقية الاتصال الحواري في سياق العلاقات العامة الحكومية السعودية، وبينت أهمية استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل والحوار مع الجمهور، كما تناولت دراسات أخرى توظيف الاتصال الحواري في المؤسسات والمنصات الرقمية السعودية (ينكصار، 2024).

سابعا: توظيف النظرية في دراسة المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030

تتوافق نظرية الاتصال الحواري مع موضوع الدراسة في تحليل المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030 من خلال ثلاثة مستويات رئيسية: المستوى الأول: المستوى الأخلاقي: يركز على تحليل مدى التزام المحتوى الرقمي بالدقة والموضوعية والشفافية والتوازن والمسؤولية المهنية، ويتيح هذا المستوى الكشف عن طبيعة الممارسة الاتصالية في تقديم الرسائل المرتبطة بالقضايا والبرامج والمبادرات الوطنية. ويستند هذا المستوى إلى النظر إلى الحوار باعتباره ممارسة اتصالية تتضمن أبعاداً أخلاقية تتعلق بالاحترام والانفتاح والالتزام تجاه الجمهور (Kent & Taylor, 2002).

المستوى الثاني: المستوى الحواري: يركز على تحليل التفاعل والاستجابة والمشاركة وإتاحة الحوار، ومدى انتقال المحتوى من الاتصال أحادي الاتجاه إلى الاتصال التفاعلي، كما يسمح بتحليل مدى استجابة الجهات أو المؤسسات لما يطرحه الجمهور من أسئلة وملاحظات وتفاعلات. ويتفق ذلك بصورة مباشرة مع مبادئ الاتصال الحواري، ولا سيما الحلقة الحوارية ومنفعة المعلومات وإتاحة الفرص أمام الجمهور للعودة والتفاعل مع المؤسسة. (McAllister-Spooner, 2009)

المستوى الثالث: المستوى الاستراتيجي: يركز على مدى وضوح الرسائل واتساقها ومصداقيتها وقدرتها على بناء الثقة والعلاقات مع أصحاب المصلحة. وبذلك توفر النظرية أساساً لتفسير العلاقة بين أخلاقيات المحتوى الرقمي والاتصال الحواري وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني، خاصة أن الأدبيات الحديثة تنظر إلى الاتصال الاستراتيجي بوصفه ممارسة هادفة ترتبط بالأهداف والعلاقات والحوار مع أصحاب المصلحة (Hallahan et al., 2007).

ثامنا: العلاقة بين النظرية وأهداف الدراسة

ينسجم توظيف النظرية مع أهداف الدراسة من خلال مجموعة من المستويات المتكاملة. ويتمثل المستوى الأول في التعرف إلى مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، من خلال تحليل الدقة والموضوعية والشفافية والتوازن والمسؤولية، ويتمثل المستوى الثاني في الكشف عن مستوى توظيف خصائص الاتصال الحواري في المحتوى الرقمي، من خلال تحليل

المعلومات المفيدة والتفاعل والاستجابة والحوار والصوت الإنساني، وهي أبعاد تتقاطع مع المبادئ التي قدمتها الأدبيات المؤسسة للاتصال الحواري وتطبيقاتها الرقمية اللاحقة (Taylor & Kent, 2014). أما المستوى الثالث فيتمثل في قياس مستوى اتساق المحتوى الرقمي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، من خلال تحليل الوضوح والاتساق والمصادقية والثقة والعلاقة مع أصحاب المصلحة. ويتفق هذا المستوى مع التصورات الحديثة للاتصال الاستراتيجي التي تؤكد الاستخدام الهادف للاتصال والانخراط في الحوارات ذات الأهمية الاستراتيجية (Zerfass et al., 2018). ويتمثل المستوى الرابع في تحليل العلاقة بين الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني، بما يسمح بتفسير النتائج في ضوء الإطار النظري للدراسة. وتستند هذه العلاقة إلى أن الاتصال الحواري لا ينظر إلى الجمهور باعتباره مجرد مستقبل للرسائل، وإنما باعتباره طرفاً في علاقة اتصالية يمكن أن تؤثر في طبيعة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها (Kent & Taylor, 2002). ويتمثل المستوى الخامس في الكشف عن الفروق في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية وفقاً لمتغيرات الدراسة، بما يساعد في تحديد طبيعة الاختلافات في الممارسة الاتصالية الرقمية.

تاسعا: القيمة التفسيرية للنظرية في الدراسة الحالية

تجمع نظرية الاتصال الحواري في البيئة الرقمية بين ثلاثة أبعاد ترتبط مباشرة بموضوع الدراسة:

أ. البعد الاتصالي: الحوار والتفاعل والاستجابة والمشاركة.

ب. البعد الأخلاقي: الدقة والشفافية والموضوعية والتوازن والمسؤولية والمصادقية.

ج. البعد الاستراتيجي: وضوح الرسائل واتساقها وتحقيق الأهداف الاتصالية وبناء العلاقات مع أصحاب المصلحة.

وتكمن القيمة التفسيرية للنظرية في أنها تسمح براءة المحتوى الرقمي باعتباره ممارسة اتصالية تتجاوز عملية نقل المعلومات إلى بناء علاقة مع الجمهور. كما تسمح بربط جودة المحتوى بالممارسات الحوارية وبمخرجات الاتصال الاستراتيجي. ويؤكد التطور اللاحق للأدبيات الحوارية أن دراسة الاتصال الرقمي لا ينبغي أن تكتفي برصد الخصائص التقنية التي تسمح بالحوار، بل ينبغي أن تبحث في مدى تحقق الحوار فعليا وفي طبيعة العلاقة بين المؤسسات والجمهور (Wirtz & Zimbres, 2018). وعليه، توفر النظرية إطارا تفسيرا للعلاقة بين أخلاقيات الإعلام الرقمي وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني، وتساعد في تفسير نتائج تحليل المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، من خلال الجمع بين جودة المعلومات، والتفاعل والاستجابة، والممارسة الأخلاقية، وبناء العلاقات، وتحقيق الأهداف الاتصالية الاستراتيجية (Abdalrazig, A. H. M. Y., Elmahdi, O. E. H., & Alotaibi, A. F. (2026)).

خلاصة الإطار النظري تقوم نظرية الاتصال الحواري في البيئة الرقمية على أن الاتصال الفعال لا يقتصر على نقل المعلومات، وإنما يتطلب التفاعل والاستجابة والحوار وبناء الثقة والعلاقات مع الجمهور، وفي ضوء ذلك، تنظر الدراسة الحالية إلى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باعتباره أساسا لجودة الاتصال الرقمي، وإلى الاتصال الحواري باعتباره آلية للتفاعل وبناء العلاقات، وإلى فاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني باعتبارها مخرجا للممارسات الاتصالية في سياق المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، وبذلك توفر النظرية أساسا مناسباً لتحليل الدقة والموضوعية والشفافية والتوازن والمسؤولية في المحتوى الرقمي، وتحليل التفاعل والاستجابة والحوار، وربط هذه الأبعاد بفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني، كما تتيح النظرية تفسير العلاقة بين جودة الممارسة الأخلاقية وفاعلية الاتصال في بيئة رقمية تتسم بتعدد المنصات وتنوع الجماهير وأصحاب المصلحة، وهو ما يجعلها إطارا مناسباً للدراسة الحالية (Abdalrazig, A. H. M. Y., & Al-Otaibi, A. F. N. (2026)).

منهجية الدراسة:

منهج الدراسة وتصميمها: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون الكمي؛ لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها الرامية إلى الكشف عن مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، وتحليل مدى اتساق هذا المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، ويتيح تحليل المضمون تحويل الرسائل الاتصالية إلى بيانات قابلة للتصنيف والقياس والمقارنة وفقا لفئات تحليل محددة مسبقا، مع إمكانية رصد الأنماط والاتجاهات المتكررة في المحتوى المدروس.

وقد أكدت دراسات عربية حديثة أهمية ضبط إجراءات تحليل المضمون وتحديد وحدات التحليل وفئاته بصورة دقيقة لضمان سلامة النتائج وإمكان تكرار الدراسة (بخوش وسراي، 2021؛ جلوي، 2022) كما تؤكد الأدبيات المنهجية الدولية ضرورة تحديد المجتمع والعينة ووحدة التحليل وفئات الترميز بصورة مسبقة في البحوث الكمية القائمة على تحليل المضمون (سمية عبد الله السماعيل، عبد الحليم موسى يعقوب، 2025).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المحتوى الرقمي الرسمي المرتبط برؤية السعودية 2030 والاستراتيجيات والبرامج والمبادرات الوطنية، والمنشور خلال الفترة من 1 يناير إلى 31 ديسمبر 2025 عبر وكالة الأنباء السعودية "واس" ووزارة الإعلام، كما جرى اختيار المصدرين بصورة قصدية نظرا إلى علاقتهما المباشرة بإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي والاتصالي الوطني، ومثلت وكالة الأنباء السعودية مصدرا رئيسا للأخبار والتغطيات الإعلامية الرسمية، في حين مثلت وزارة الإعلام مصدرا مؤسسيا للمبادرات والبرامج والمشروعات والرسائل الإعلامية المرتبطة بالقطاع الإعلامي والاتصال الوطني، وبعد إجراء الحصر الأولي للمحتوى المنشور خلال الفترة الزمنية المحددة، وتطبيق معايير الإدراج والاستبعاد المعتمدة في الدراسة، بلغ حجم مجتمع الدراسة 3,000 مادة إعلامية ورقمية، بواقع 2,200 مادة من وكالة الأنباء السعودية، و800 مادة من وزارة الإعلام.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة العينة الطبقية التناسبية، نظرا إلى اختلاف طبيعة المحتوى المنشور بين مصدري الدراسة، ولضمان تمثيل كل مصدر في العينة النهائية بصورة تتناسب مع حجمه في مجتمع الدراسة، وقد بلغ حجم العينة النهائية 350 مادة، بما يمثل نحو 11.7% من إجمالي مجتمع الدراسة؛ وجرى توزيع مفردات العينة توزيعا تناسيبيا بين الطبقتين، بحيث شملت طبقة وكالة الأنباء السعودية 257 مادة، بينما شملت طبقة وزارة الإعلام 93 مادة.

وقد تم تحديد توزيع العينة وفقا للمعادلة الآتية:

حجم عينة الطبقة = حجم العينة الكلية × حجم الطبقة ÷ حجم المجتمع الكلي.

وبناء على ذلك تم توزيع العينة على النحو الآتي:

- وكالة الأنباء السعودية: $350 \times 2200 \div 3000 = 257$ مادة.

• وزارة الإعلام: $350 \times 800 + 3000 = 93$ مادة.

واختيرت مفردات كل طبقة من قائمة الحصر الخاصة بها بعد تطبيق معايير الإدراج والاستبعاد، حيث استبعدت المواد المكررة، والمواد التي لا ترتبط بصورة مباشرة برؤية السعودية 2030 أو الاستراتيجيات والبرامج والمبادرات الوطنية، إضافة إلى المواد غير التحريرية التي لا تتوافر فيها وحدات التحليل المعتمدة في الدراسة، وجرى اختيار هذين المصدرين بصورة قصدية استناداً إلى طبيعتهما الاتصالية وعلاقتهما المباشرة بموضوع الدراسة؛ إذ تمثل وكالة الأنباء السعودية الجانب الإخباري المهني في الاتصال الوطني، بينما تمثل وزارة الإعلام الجانب المؤسسي الحكومي في إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية والاتصالية. ويتيح الجمع بين المصدرين دراسة المحتوى الرقمي في بيئتين اتصاليّتين مختلفتين، بما يسمح بإجراء المقارنة بينهما في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية ومدى اتساق الرسائل مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.

استمارة التحليل:

تهدف الاستمارة إلى تحليل مضمون المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030، في ضوء مجموعة من المؤشرات المهنية والأخلاقية والاتصالية المحددة، واعتمد الترميز على مقياس ثلاثي لدرجة تحقق كل مؤشر: 0 = غير متحقق، 1 = متحقق جزئياً، 2 = متحقق بدرجة عالية.

المحور الرئيسي	المؤشرات
المعايير المهنية والأخلاقية	الدقة والتحقق - الموضوعية والتوازن - الشفافية - المسؤولية المهنية - تجنب التضليل
الاتصال الاستراتيجي الوطني	وضوح الرسالة - اتساق الرسالة - الارتباط بالأهداف الوطنية - إبراز رؤية 2030 والاستراتيجيات - إبراز النتائج والإنجازات
خصائص المحتوى والسياق الاتصالي	الجمهور المستهدف - وضوح الموضوع - الجهة المنتجة - توظيف الوسائط الرقمية - البيانات والأدلة

صدق الأداة وثباتها:

صدق أداة تحليل المضمون:

للتأكد من صدق أداة تحليل المضمون، عرضت استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والاتصال ومناهج البحث؛ للتأكد من مناسبة الفئات والمؤشرات لموضوع الدراسة، ووضوح التعريفات الإجرائية، وشمول الأداة لمتغيرات الدراسة، كما أجريت دراسة استطلاعية أولية على نسبة محددة من المواد خارج العينة النهائية؛ بهدف اختبار وضوح فئات التحليل وقابليتها للتطبيق، والكشف عن الفئات المتداخلة أو غير القابلة للترميز. (موسى، عبدالحليم، محمد يحيى الصباطي، 2026)

ثبات أداة تحليل المضمون:

للتحقق من ثبات أداة تحليل المضمون، أجري اختبار أولي على عينة استطلاعية تمثل نحو 10% من إجمالي مفردات العينة النهائية، بحيث خضعت المفردات نفسها للتحليل من قبل الباحث ومحلل ثانٍ مستقل، بعد تزويده بتعريفات الفئات والمؤشرات وقواعد الترميز المعتمدة في استمارة التحليل، وقد اتبعت الدراسة الإجراءات الآتية لحساب معامل الثبات:

- اختيار العينة الاستطلاعية: تم اختيار نسبة 10% من مفردات الدراسة بصورة تمثل مصادر المحتوى وفئات التحليل المختلفة، مع عدم إدخال هذه المفردات ضمن العينة النهائية للتحليل.
- إعداد دليل الترميز: تم تحديد التعريفات الإجرائية لكل فئة ومؤشر، وتوضيح قواعد تسجيل القيم، بحيث يكون لكل مؤشر معيار محدد للحكم على تحققه.
- إجراء الترميز المستقل: قام الباحث والمحلل الثاني بترميز المفردات نفسها بصورة مستقلة، دون اطلاع أي منهما على ترميز الآخر، وفق مقياس الترميز المعتمد في الدراسة.
- إدخال بيانات الترميز: أُدخلت نتائج المحللين في ملف بيانات مستقل، بحيث تمثل الصفوف مفردات المحتوى، وتمثل الأعمدة مؤشرات التحليل، مع تخصيص مجموعة مستقلة من القيم لكل محلل.
- حساب معامل Krippendorff's Alpha: حُسب معامل ألفا كرونباخ؟ Krippendorff's Alpha لقياس درجة الاتفاق بين المحللين، مع مراعاة طبيعة المتغيرات ومستوى القياس المستخدم في استمارة تحليل المضمون. ويأخذ المعامل في الاعتبار مقدار الاتفاق الفعلي بين المحللين مقارنة بمقدار الاتفاق المتوقع بالصدفة.
- تفسير قيمة المعامل: أظهرت عملية الحساب معامل ثبات قدره (0.91)، وهو مستوى مرتفع من الاتفاق بين المحللين، بما يشير إلى اتساق فئات التحليل وقابلية الأداة للتطبيق على العينة النهائية.
- إعادة الترميز: وللتحقق من استقرار الترميز عبر الزمن، أُعيد ترميز نسبة من المواد بواسطة الباحث بعد مرور أسبوع من الترميز الأول، ثم قورنت النتائج للتأكد من عدم وجود تغير جوهري في عملية التصنيف.
- ويُعد Krippendorff's Alpha من المعاملات المناسبة لقياس ثبات تحليل المضمون؛ إذ يمكن استخدامه مع مستويات قياس مختلفة، كما يأخذ في الاعتبار الاتفاق المتوقع بالصدفة؛ ويؤكد Krippendorff أهمية اختبار الثبات لضمان موثوقية البيانات الناتجة عن عملية الترميز وإمكان الاعتماد عليها في تحليل المضمون. (Krippendorff, 2018) وبناءً على ذلك، بلغ معامل الثبات النهائي لأداة تحليل المضمون (0.91)، بما يدعم مستوى مرتفعاً من الاتساق بين المحللين، ويتيح استخدام الأداة في تحليل المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030. محمد بن يحيى الصباطي وعبد الحليم موسى يعقوب، 2025)

إجراءات التحليل:

بعد اختيار عينة الدراسة، جرى ترميز المواد الرقمية وفقاً لاستمارة تحليل المضمون، باستخدام مقياس ثلاثي لدرجة تحقق كل مؤشر = 0: غير متحقق، = 1: متحقق جزئياً، = 2: متحقق بدرجة عالية. ثم أدخلت البيانات إلى برنامج SPSS، وجرى التحقق من سلامة الترميز واكتمال البيانات. وحللت البيانات باستخدام التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للكشف عن مستوى تحقق مؤشرات المعايير المهنية والأخلاقية، والاتصال الاستراتيجي الوطني، وخصائص المحتوى والسياق الاتصالي، كما أجريت المقارنة بين المواد الصادرة عن واس ووزارة الإعلام باستخدام الاختبار الإحصائي الملائم لطبيعة البيانات، مع اعتماد مستوى دلالة إحصائية قدره 0.05.9

حدود الدراسة:

- أ. الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على المعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، ومدى اتساقه مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.
- ب. الحدود الزمنية: من 1 يناير إلى 31 ديسمبر 2025.
- ج. الحدود المكانية/المؤسسية: المحتوى الرقمي المنشور عبر وكالة الأنباء السعودية ووزارة الإعلام.

مناقشة نتائج الدراسة:

السؤال الأول: ما مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030؟

المؤشر	غير متحقق 0	متحقق جزئياً 1	متحقق بدرجة عالية 2	المتوسط	الانحراف المعياري
الدقة والتحقق	15 (4.3%)	70 (20.0%)	265 (75.7%)	1.71	0.54
الموضوعية والتوازن	32 (9.1%)	98 (28.0%)	220 (62.9%)	1.54	0.66
الشفافية	45 (12.9%)	115 (32.9%)	190 (54.2%)	1.41	0.70
المسؤولية المهنية	24 (6.9%)	82 (23.4%)	244 (69.7%)	1.63	0.61
تجنب التضليل	18 (5.1%)	65 (18.6%)	267 (76.3%)	1.71	0.55
المتوسط العام للمحور	—	—	—	1.60	0.61

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 جاء مرتفعاً، بمتوسط حسابي عام بلغ (1.60) وانحراف معياري (0.61)، وهو ما يشير إلى أن غالبية المواد الرقمية التي خضعت للتحليل تضمنت قدراً مرتفعاً من الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية التي اعتمدها الدراسة. ويعكس ذلك اهتمام الجهات المنتجة للمحتوى بتقديم رسائل تنسم بدرجة مرتفعة من الدقة، وتجنب التضليل، وتحمل المسؤولية المهنية في تناول الموضوعات المرتبطة بالرؤية.

وجاء مؤشرا الدقة والتحقق وتجنب التضليل بأعلى متوسط حسابي، حيث بلغ متوسط كل منهما (1.71)، مع ارتفاع نسبة المحتوى الذي تحقق فيه المؤشر بدرجة عالية إلى (75.7%) بالنسبة للدقة والتحقق، و (76.3%) بالنسبة لتجنب التضليل. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة الموضوعات المرتبطة برؤية السعودية 2030، والتي تتصل ببرامج ومشروعات ومؤشرات وطنية تتطلب قدراً مرتفعاً من الدقة في عرض المعلومات والأرقام والإنجازات. كما أن طبيعة المحتوى الرسمي والمؤسسي تجعل التحقق من المعلومات وتجنب تقديم بيانات مضللة من المتطلبات الأساسية للممارسة الاتصالية المهنية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تؤكد الأدبيات المهنية في مجال الاتصال والإعلام من أن الدقة والمصداقية تمثلان أساساً للاتصال المسؤول، كما تتقاطع مع مبادئ الاتصال الحواري التي تجعل منفعة المعلومات ووضوحها وإتاحتها للجمهور من الشروط الأساسية لبناء علاقة اتصالية قائمة على الثقة (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002). فكلما كانت المعلومات المقدمة دقيقة وقابلة للتحقق، أصبح الجمهور أكثر قدرة على فهم الرسالة وتقييمها، وهو ما يعزز الأساس المعرفي للحوار.

أما المسؤولية المهنية فقد سجلت متوسطاً بلغ (1.63)، وبلغت نسبة تحققها بدرجة عالية (69.7%)، وهي نسبة تعكس حضوراً واضحاً للبعد المهني في المحتوى محل الدراسة. ويمكن ربط ذلك بطبيعة الجهات المنتجة للمحتوى، وبخاصة الجهات الحكومية والرسمية، التي يفترض أن تخضع ممارساتها الاتصالية لأطر مهنية وتنظيمية تؤكد المسؤولية في إنتاج ونشر المعلومات. وفي المقابل، سجل مؤشر الشفافية أدنى متوسط بين مؤشرات المحور، إذ بلغ (1.41)، كما بلغت نسبة تحققه بدرجة عالية (54.2%)، في حين بلغ متوسط الموضوعية والتوازن (1.54) ولا تعني هذه النتيجة غياب الشفافية أو الموضوعية، وإنما تشير إلى أن هذين البعدين كانا أقل حضوراً مقارنة بالدقة وتجنب التضليل. ويمكن تفسير ذلك بأن المحتوى المرتبط بالمبادرات الوطنية يميل بطبيعته إلى التركيز على عرض البرامج والأهداف والإنجازات، بينما تتطلب الشفافية مستوى أوسع من المعلومات والسياق، بما في ذلك عرض الجوانب المختلفة للموضوع وتوفير بيانات تساعد الجمهور على تكوين صورة أكثر اكتمالاً.

ومن منظور نظرية الاتصال الحواري، تمثل هذه النتيجة نقطة مهمة: إذ إن توفير المعلومات لا يكتمل بمجرد نشر معلومات صحيحة، وإنما يتطلب كذلك توفير معلومات كافية ومفيدة ومفتوحة تساعد الجمهور على الفهم والتفاعل. ولذلك فإن انخفاض الشفافية نسبياً مقارنة بالدقة يشير إلى وجود مجال لتطوير المحتوى من مجرد الاتصال المعلوماتي إلى الاتصال الأكثر انفتاحاً وحوارية.

وبوجه عام، تكشف نتائج السؤال الأول عن وجود قاعدة مهنية وأخلاقية واضحة في المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، مع تفاوت بين أبعاد هذه القاعدة؛ إذ بدت الدقة والتحقق وتجنب التضليل أكثر حضوراً، في حين احتاجت الشفافية والموضوعية والتوازن إلى حضور أكبر. وتنسجم هذه النتيجة مع منظور الاتصال الاستراتيجي الذي لا يقتصر على تحقيق الاتساق في الرسائل، وإنما يرتبط كذلك ببناء المصداقية والثقة والعلاقات المستدامة مع أصحاب المصلحة.

السؤال الثاني: ما مدى اتساق المحتوى الرقمي السعودي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني؟

المؤشر	غير متحقق0	متحقق جزئيا1	متحقق بدرجة عالية2	المتوسط	الانحراف المعياري
وضوح الرسالة	18 (5.1%)	78 (22.3%)	254 (72.6%)	1.67	0.57
اتساق الرسالة	22 (6.3%)	85 (24.3%)	243 (69.4%)	1.63	0.60
الارتباط بالأهداف الوطنية	12 (3.4%)	58 (16.6%)	280 (80.0%)	1.77	0.49
إبراز رؤية 2030 والاستراتيجيات	14 (4.0%)	62 (17.7%)	274 (78.3%)	1.74	0.52
إبراز النتائج والإنجازات	30 (8.6%)	91 (26.0%)	229 (65.4%)	1.57	0.64
المتوسط العام للمحور	—	—	—	1.68	0.56

أظهرت النتائج أن مستوى اتساق المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني جاء مرتفعا، بمتوسط حسابي عام بلغ (1.68) وانحراف معياري (0.56) ويعد هذا المحور أعلى المحاور الثلاثة من حيث المتوسط العام، مما يشير إلى أن المحتوى محل الدراسة كان أكثر وضوحا في ارتباطه بالأهداف الوطنية والاستراتيجيات مقارنة ببعض الأبعاد الأخرى المرتبطة بالتفاعل أو الخصائص الفنية للمحتوى.

وسجل مؤشر الارتباط بالأهداف الوطنية أعلى متوسط في المحور، حيث بلغ (1.77)، وبلغت نسبة تحققه بدرجة عالية (80.0%) وتعد هذه النتيجة متوقعة في ضوء طبيعة العينة، إذ ترتبط المواد محل التحليل بصورة مباشرة برؤية السعودية 2030، وبالتالي فإن ارتباطها بالأهداف الوطنية يمثل مكونا أساسيا في بنائها الاتصالي. كما تؤكد هذه النتيجة التصور النظري للاتصال الاستراتيجي الذي ينظر إلى الاتصال باعتباره نشاطا مقصودا يرتبط بالأهداف العامة للمؤسسة أو الدولة ويستخدم لتحقيق غايات محددة. (Hallahan et al., 2007; Zerfass et al., 2018)

وجاء إبراز رؤية السعودية 2030 والاستراتيجيات بمتوسط (1.74)، حيث تحقق بدرجة عالية في (78.3%) من المواد. ويشير ذلك إلى حضور واضح للإطار الاستراتيجي الوطني في صياغة المحتوى، وعدم فصل الرسائل الإعلامية عن السياق العام للرؤية وبرامجها واستراتيجياتها. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه الأدبيات المتعلقة بالاتصال الاستراتيجي في السياق السعودي من أهمية توظيف الرسائل الاتصالية في بناء فهم مشترك للأهداف الوطنية والمبادرات المرتبطة بها.

كما جاء وضوح الرسالة بمتوسط (1.67)، واتساق الرسالة بمتوسط (1.63)، بما يعكس درجة مرتفعة من وضوح البناء الاتصالي واتساقه. ويتفق ذلك مع مفهوم الاتصال الاستراتيجي الذي يؤكد ضرورة وجود رسائل واضحة ومتسقة وقابلة للفهم من جانب الجماهير المستهدفة، مع مراعاة طبيعة القنوات والجمهور والسياق الاتصالي. وفي المقابل، جاء مؤشر إبراز النتائج والإنجازات بأدنى متوسط في المحور، حيث بلغ (1.57)، رغم أن نسبة تحققه بدرجة عالية بلغت (65.4%) وتشير هذه النتيجة إلى أن عرض أهداف الرؤية وبرامجها واستراتيجياتها كان أكثر حضورا من عرض النتائج والمخرجات بصورة تفصيلية. وقد يرتبط ذلك بأن الرسائل الاتصالية قد تركز على التعريف بالمبادرات وأهدافها أكثر من تقديم الأدلة والبيانات التفصيلية التي تسمح للجمهور بتقييم النتائج.

وتتفق هذه الملاحظة مع الدراسة التي تناولت الاتصال المرتبط برؤية السعودية 2030 لدى Tamsyah وآخرين (2025)، من حيث أهمية الرسائل الاستراتيجية في التعريف بأهداف الرؤية ومبادراتها. كما تتسجم مع التصور النظري للاتصال الاستراتيجي الذي يربط فاعلية الرسالة بوضوح أهدافها واتساقها وقدرتها على بناء فهم مشترك مع أصحاب المصلحة؛ وعليه يمكن القول إن المحتوى الرقمي المدروس يتمتع بدرجة مرتفعة من الارتباط الاستراتيجي، إلا أن تطوير هذا الارتباط يتطلب زيادة الاهتمام بعرض النتائج والمؤشرات والأدلة التي توضح ما تحقق من أهداف الرؤية، بما يعزز الجانب المعلوماتي والتفسيري للمحتوى ويمنح الجمهور أساسا أفضل لفهم النتائج.

السؤال الثالث: ما مستوى توظيف خصائص المحتوى والسياق الاتصالي في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 ؟

المؤشر	غير متحقق0	متحقق جزئيا1	متحقق بدرجة عالية2	المتوسط	الانحراف المعياري
تحديد الجمهور المستهدف	20 (5.7%)	90 (25.7%)	240 (68.6%)	1.63	0.59
وضوح الموضوع	10 (2.9%)	60 (17.1%)	280 (80.0%)	1.77	0.48
تحديد الجهة المنتجة	8 (2.3%)	45 (12.9%)	297 (84.8%)	1.83	0.44
توظيف الوسائط الرقمية	45 (12.9%)	110 (31.4%)	195 (55.7%)	1.43	0.71
البيانات والأدلة	35 (10.0%)	105 (30.0%)	210 (60.0%)	1.50	0.67
المتوسط العام للمحور	—	—	—	1.63	0.58

أظهرت النتائج أن مستوى توظيف خصائص المحتوى والسياق الاتصالي جاء مرتفعا نسبيا، بمتوسط حسابي عام بلغ (1.63) وانحراف معياري (0.58). ويشير ذلك إلى أن المحتوى محل الدراسة اتسم بدرجة جيدة من الوضوح في تحديد موضوعاته ومصادره والجمهور الذي يتوجه إليه، مع وجود تفاوت في استخدام الإمكانيات الرقمية والاعتماد على البيانات والأدلة، وجاء تحديد الجهة المنتجة بأعلى متوسط، حيث بلغ (1.83)، وبلغت نسبة تحققه بدرجة عالية (84.8%)، وهو أعلى مؤشر في المحاور الثلاثة. وتكشف هذه النتيجة عن وضوح المصدر الاتصالي في معظم المواد محل الدراسة، وهو أمر مهم من الناحية المهنية والأخلاقية؛ لأن تحديد مصدر الرسالة يساعد الجمهور على معرفة الجهة المسؤولة عن إنتاجها، كما يعزز المصداقية وإمكانية التحقق من المعلومات.

وجاء وضوح الموضوع في المرتبة التالية بمتوسط (1.77)، مع تحقق مرتفع بلغ (80.0%) وتدل هذه النتيجة على أن المحتوى كان واضحا إلى حد كبير في تحديد القضايا والموضوعات التي يتناولها، وهو ما يتفق مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي التي تجعل وضوح الرسالة أحد العناصر

الأساسية في الوصول إلى الجمهور وتحقيق الأهداف الاتصالية، أما تحديد الجمهور المستهدف فقد سجل متوسطا بلغ (1.63)، وبلغت نسبة تحققه بدرجة عالية (68.6%) ويشير ذلك إلى اهتمام نسبي بمراعاة الجمهور في إنتاج المحتوى، إلا أن وجود نسبة (25.7%) من المواد التي تحقق فيها المؤشر جزئيا يشير إلى إمكانية تطوير المحتوى باتجاه مزيد من التخصيص وفقا لخصائص الجمهور واحتياجاته، وفيما يتعلق بالبيانات والأدلة، فقد بلغ المتوسط (1.50)، وهي نتيجة تشير إلى أن استخدام الأدلة والبيانات كان أقل من وضوح الموضوع وتحديد الجهة المنتجة. وتكتسب هذه النتيجة أهمية خاصة في المحتوى المرتبط برؤية وطنية تعتمد بصورة كبيرة على المؤشرات والأرقام ومتابعة الإنجاز؛ إذ إن زيادة توظيف البيانات الموثوقة يمكن أن تعزز المصداقية والقدرة التفسيرية للمحتوى.

أما توظيف الوسائط الرقمية فقد سجل أدنى متوسط في المحور، بلغ (1.43)، مع انحراف معياري بلغ (0.71)، وهو أعلى انحراف معياري بين مؤشرات المحور. وتشير هذه النتيجة إلى وجود تفاوت أكبر بين المواد في مستوى الاستفادة من إمكانات البيئة الرقمية، مثل الصور والفيديو والرسوم البيانية والروابط والعناصر التفاعلية وغيرها من أشكال العرض الرقمي، وتكتسب هذه النتيجة أهمية عند ربطها بنظرية الاتصال الحواري؛ فالبيئة الرقمية لا تقتصر على نقل النصوص، وإنما توفر إمكانات متعددة لتفسير التفاعل والوصول إلى المعلومات وتقديمها بطرق تتناسب مع احتياجات الجمهور. وتشير المراجعات البحثية لتطبيق مبادئ الاتصال الحواري في المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي إلى أن وجود الإمكانات التقنية لا يعني بالضرورة استخدامها بصورة حوارية فعالة. (Wirtz & Zimbres, 2018)

وبذلك توضح نتائج السؤال الثالث أن المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030 يتمتع بدرجة مرتفعة من الوضوح وتحديد المصدر، لكنه يظهر تفاوتاً أكبر في الاستثمار الكامل للإمكانات الرقمية والبيانات والأدلة، وهو ما يمثل أحد المجالات التي يمكن أن تسهم في تطوير جودة الاتصال الرقمي وتعزيز فاعليته.

السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين محتوى وكالة الأنباء السعودية (واس) ووزارة الإعلام في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية ومتطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني؟

المؤشر	واس	وزارة الإعلام	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
المعايير المهنية والأخلاقية	1.64	1.49	0.15	0.030
الاتصال الاستراتيجي الوطني	1.72	1.57	0.15	0.014
خصائص المحتوى والسياق الاتصالي	1.66	1.55	0.11	0.051
المؤشر الكلي	1.67	1.54	0.13	0.012

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين محتوى وكالة الأنباء السعودية (واس) ومحتوى وزارة الإعلام في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمحتوى واس (1.64)، مقابل (1.49) لمحتوى وزارة الإعلام، وبلغ مستوى الدلالة (0.030). وبما أن مستوى الدلالة أقل من (0.05)، فإن الفرق بين المتوسطين دال إحصائياً وفقاً لمعيار الدراسة. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتصال الاستراتيجي الوطني، إذ بلغ المتوسط الحسابي لمحتوى واس (1.72)، مقابل (1.57) لمحتوى وزارة الإعلام، بمستوى دلالة بلغ (0.014). ويشير ذلك إلى اختلاف ذي دلالة إحصائية في مستوى مؤشرات الاتصال الاستراتيجي التي اعتمدتها الدراسة بين الجهتين، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء اختلاف طبيعة الوظيفة الاتصالية والسياق المؤسسي لكل جهة، دون أن يعني ذلك الحكم على الأداء المؤسسي لأي منهما بصورة عامة. فاختلاف طبيعة المنتج الاتصالي والجمهور المستهدف وأسلوب بناء الرسالة قد يؤدي إلى اختلاف في مستوى ظهور بعض المعايير داخل المحتوى الذي تم تحليله. وتنسجم هذه النتيجة مع المنظور الاستراتيجي للاتصال الذي يؤكد أن الاتصال يتشكل وفقاً للأهداف والجمهور والسياقات التنظيمية والقنوات المستخدمة.

وفي المقابل، لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص المحتوى والسياق الاتصالي؛ إذ بلغ مستوى الدلالة (0.051)، وهو أعلى قليلاً من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وعلى الرغم من وجود فرق وصفي بين المتوسطين، حيث بلغ متوسط واس (1.66) مقابل (1.55) لوزارة الإعلام، فإن هذا الفرق لا يصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية وفقاً للحد المعتمد في الدراسة. وتعد هذه النتيجة مهمة؛ لأنها تشير إلى تقارب نسبي بين الجهتين في خصائص المحتوى والسياق، رغم وجود فروق دالة في المعايير المهنية والأخلاقية والاتصال الاستراتيجي، وعلى المستوى الكلي لمحاو الدراسة، بلغ المتوسط الحسابي لمحتوى واس (1.67)، مقابل (1.54) لمحتوى وزارة الإعلام، وبلغ مستوى الدلالة (0.012)، وهو أقل من (0.05)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المؤشر الكلي بين الجهتين ضمن حدود العينة والمحتوى الذي خضع للتحليل.

وتشير هذه النتيجة إجمالاً إلى أن طبيعة الجهة المنتجة والسياق المؤسسي يمكن أن يرتبطا بدرجات متفاوتة من حضور المعايير المهنية والأخلاقية ومؤشرات الاتصال الاستراتيجي في المحتوى الرقمي. كما تدعم النتيجة أهمية عدم النظر إلى المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030 باعتباره نمطاً واحداً متجانساً، وإنما باعتباره نتاجاً لمؤسسات متعددة تختلف في وظائفها الاتصالية وجمهورها وطبيعة رسائلها، ومن منظور نظرية الاتصال الحواري، يمكن فهم هذه النتيجة في ضوء أن العلاقة بين المؤسسة والجمهور تتأثر بالسياق المؤسسي وطبيعة الاتصال، وأن جودة المحتوى لا ترتبط فقط بوجود المعلومات، وإنما كذلك بالطريقة التي تقدم بها المؤسسة رسائلها ومدى إتاحتها للجمهور والتفاعل معها والاستجابة لما يطرحه من تساؤلات وملاحظات. (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002; Taylor & Kent, 2014)

وبصورة عامة، تكشف نتائج الأسئلة الأربعة أن المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 يتمتع بمستوى مرتفع من الالتزام المهني والأخلاقي، ومستوى مرتفع من الاتساق مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، ومستوى مرتفع نسبياً في خصائص المحتوى والسياق الاتصالي. وفي الوقت نفسه، تكشف النتائج عن جوانب تحتاج إلى مزيد من التطوير، تتمثل بصورة أساسية في الشفافية، وإبراز النتائج والإنجازات، وتوظيف البيانات والأدلة، والاستفادة بصورة أوسع من الإمكانات التي توفرها الوسائط الرقمية. وتمنح هذه النتائج النظرية الحوارية قيمة تفسيرية مهمة؛ لأنها توضح أن فاعلية الاتصال الرقمي لا تتحدد فقط بسلامة الرسالة وارتباطها بالأهداف الوطنية، وإنما تتطلب كذلك الانفتاح على الجمهور، وإتاحة المعلومات، وتطوير التفاعل والاستجابة، بما يحول الاتصال من مجرد نقل للرسائل إلى ممارسة اتصالية قائمة على العلاقة والحوار.

اختبار فروض الدراسة:

اختبار الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 ، ومستوى اتساق هذا المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.

العلاقة الارتباطية بين الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية والاتصال الاستراتيجي الوطني

متغيرات الدراسة	معامل ارتباط بيرسون (r)	مستوى الدلالة (Sig.)	اتجاه العلاقة	القرار
المعايير المهنية والأخلاقية × الاتصال الاستراتيجي الوطني	0.72	0.000	طردية قوية	دالة إحصائية

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية ومستوى اتساق المحتوى الرقمي السعودي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ($r = 0.72$) ، وبلغ مستوى الدلالة الإحصائية (0.000)، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05).

وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما ارتفع مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي، ارتفع معه مستوى اتساق المحتوى مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني. ويمكن تفسير ذلك بأنّ الدقة والتحقيق والموضوعية والشفافية والمسؤولية المهنية تمثل عناصر أساسية في بناء رسائل استراتيجية واضحة وموثوقة وقادرة على الارتباط بالأهداف الوطنية، كما تعكس قوة الارتباط وجود تكامل بين البعد المهني والأخلاقي للمحتوى والبعد الاستراتيجي للرسالة، بحيث لا يظهر الالتزام الأخلاقي باعتباره منفصلاً عن فاعلية الاتصال الاستراتيجي، وإنما يرتبط بها بصورة مباشرة في المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030.

اختبار الفرضية الأولى: بما أنّ قيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من (0.05) ، فإن النتائج تؤدي إلى قبول الفرضية الأولى.

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 باختلاف نوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى.

الفروق في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باختلاف نوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى

المتغير المستقل	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة (Sig.)	القرار
نوع المنصة الإعلامية	المواقع الإلكترونية	1.66	0.52	0.018	دالة إحصائية
نوع المنصة الإعلامية	منصات التواصل الاجتماعي	1.54	0.63	-	-
مصدر المحتوى	وكالة واس	1.64	0.55	0.030	دالة إحصائية
مصدر المحتوى	وزارة الاعلام	1.53	0.61	-	-

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 باختلاف نوع المنصة الإعلامية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحتوى المنشور عبر المواقع الإلكترونية (1.66) بانحراف معياري قدره (0.52) ، مقابل متوسط حسابي بلغ (1.54) بانحراف معياري قدره (0.63) للمحتوى المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي . وبلغ مستوى الدلالة الإحصائية (0.018) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعي المنصات الإعلامية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باختلاف مصدر المحتوى، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحتوى الصادر عن وكالة الأنباء السعودية (واس) (1.64) بانحراف معياري قدره (0.55) ، مقابل متوسط حسابي بلغ (1.53) بانحراف معياري قدره (0.61) للمحتوى الصادر عن وزارة الاعلام . وبلغ مستوى الدلالة الإحصائية (0.030) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مصدري المحتوى في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.

وتشير هذه النتائج إلى أنّ مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية يختلف باختلاف طبيعة المنصة الإعلامية والجهة المنتجة للمحتوى، ويمكن تفسير ذلك بأنّ طبيعة المواقع الإلكترونية تتيح مساحة أكبر لعرض المعلومات والتفاصيل والمصادر مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي التي تتسم بالإيجاز وسرعة النشر، كما أنّ طبيعة العمل الإعلامي في وكالة الأنباء السعودية قد تفرض مستويات مرتفعة من الالتزام بالتحقق والدقة والصياغة المهنية، في حين تختلف طبيعة المحتوى المؤسسي الصادر عن وزارة الاعلام وفقاً لأهدافه الاتصالية وطبيعة الرسائل التي يقدمها.

اختبار الفرضية الثانية: بما أنّ قيمة مستوى الدلالة الخاصة بنوع المنصة الإعلامية (0.018) ، وقيمة مستوى الدلالة الخاصة بمصدر المحتوى (0.030)، وكلاهما أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، فإنّ النتائج تؤدي إلى قبول الفرضية الثانية.

خاتمة الدراسة:

تكشف هذه الدراسة أنّ الإعلام الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030 لم يعد مجرد وسيلة لنقل المعلومات والأخبار المتعلقة بالمشروعات والبرامج الوطنية، وإنما أصبح جزءاً من منظومة الاتصال الاستراتيجي الوطني، بما يؤديه من دور في تشكيل الرسائل الموجهة إلى الجمهور، وتفسير التحولات التي تشهدها المملكة، وإبراز أهداف الرؤية ومنجزاتها. ومن هذا المنطلق، فإن جودة المحتوى الرقمي وفاعليته لا

ترتبط فقط بسرعة النشر واتساع الانتشار، وإنما تتصل بدرجة التزامه بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تمثل أساساً لبناء الثقة والمصادقية في البيئة الإعلامية الرقمية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية يمثل بعداً مهماً في بناء المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، ولا سيما ما يتعلق بالدقة والتحقق والموضوعية والشفافية والمسؤولية المهنية وتجنب المعلومات المضللة، كما أظهرت النتائج أن وضوح الرسائل واتساقها مع الأهداف الوطنية وبرامج الرؤية يمثلان عناصر أساسية في تعزيز فاعلية الاتصال الاستراتيجي، الأمر الذي يؤكد أن البعد المهني والأخلاقي للمحتوى لا ينفصل عن البعد الاستراتيجي للرسالة، بل يتكامل معه في إنتاج محتوى أكثر موثوقية ووضوحاً وقدرة على تحقيق أهدافه الاتصالية.

كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية ومستوى اتساق المحتوى الرقمي مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني، وهو ما يعكس أهمية بناء الرسائل الاستراتيجية على أسس مهنية وأخلاقية واضحة. فكلما اتسم المحتوى بالدقة والموضوعية والشفافية والمسؤولية، أصبح أكثر قدرة على تقديم الرسائل الوطنية بصورة واضحة ومنظمة، وربط المعلومات بالأهداف والسياسات والبرامج والمشروعات المرتبطة برؤية السعودية 2030.

وأظهرت النتائج كذلك وجود فروق في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باختلاف نوع المنصة الإعلامية ومصدر المحتوى، بما يشير إلى أن طبيعة البيئة الرقمية والجهة المنتجة للمحتوى يمكن أن ترتبط بأساليب إنتاج الرسائل ومعالجتها ونشرها. وتبرز هنا أهمية التعامل مع كل منصة وفقاً لخصائصها الاتصالية، مع المحافظة على مستوى ثابت من المعايير المهنية والأخلاقية، خاصة في ظل سرعة تداول المحتوى الرقمي واتساع نطاق التفاعل الجماهيري.

وتؤكد الدراسة في ضوء ذلك أن تطوير الإعلام الرقمي السعودي يتطلب الانتقال من التركيز على إنتاج المحتوى ونشره إلى بناء منظومة متكاملة تجمع بين المهنية والأخلاقية والفاعلية الاستراتيجية. ويتطلب ذلك تعزيز التحقق من المعلومات، والاعتماد على البيانات والمصادر الموثوقة، ورفع مستوى الشفافية، وتطوير مهارات العاملين في إنتاج المحتوى الرقمي، إلى جانب تعزيز التكامل بين المؤسسات الإعلامية والجهات المنتجة للرسائل الوطنية.

وفي ضوء التحولات المتسارعة في البيئة الرقمية، وما يصاحبها من تطور تقني وتوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي والمنصات الرقمية، تزداد الحاجة إلى مراجعة المعايير المهنية والأخلاقية بصورة مستمرة، بحيث تواكب طبيعة المحتوى الجديد وأدوات إنتاجه وتوزيعه. ومن ثم، فإن المحافظة على المصادقية الإعلامية وفاعلية الاتصال الاستراتيجي الوطني تمثل عملية مستمرة تتطلب التقييم والتطوير والقياس، بما يسهم في بناء محتوى رقمي سعودي قادر على تقديم أهداف رؤية السعودية 2030 وبرامجها ومشروعاتها بصورة مهنية وموثوقة وفعالة.

نتائج الدراسة:

1. أظهرت الدراسة ارتفاع مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في المحتوى الرقمي السعودي المرتبط برؤية السعودية 2030.
2. كشفت النتائج عن ارتفاع مستوى وضوح الرسائل الرقمية واتساقها مع أهداف رؤية السعودية 2030 والاتصال الاستراتيجي الوطني.
3. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية والاتصال الاستراتيجي الوطني. ($r = 0.72$)
4. كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باختلاف نوع المنصة الإعلامية ($\text{Sig.} = 0.018$).
5. أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية باختلاف مصدر المحتوى ($\text{Sig.} = 0.030$).

توصيات الدراسة:

1. تعزيز الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في إنتاج ونشر المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030.
2. تطوير أدلة مهنية وأخلاقية متخصصة للمحتوى الرقمي تتناسب مع طبيعة المنصات الرقمية المختلفة.
3. تعزيز استخدام البيانات والمصادر الموثوقة والتحقق من المعلومات قبل نشر المحتوى الرقمي.
4. زيادة التدريب المهني للعاملين في الإعلام الرقمي في مجالات التحقق والشفافية والمسؤولية المهنية.
5. إجراء دراسات دورية لقياس جودة المحتوى الرقمي ومدى اتساقه مع متطلبات الاتصال الاستراتيجي الوطني.

المراجع العربية

- [1] بخوش، نجيب، وسراي، سعاد. (2021). الإجراءات المنهجية لاستخدام تحليل المضمون في بحوث الإعلام. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، (2)3
- [2] جلولي، مختار. (2022). استخدامات منهج تحليل المضمون في بحوث الإعلام والاتصال بين التحليل الكمي والكيفي. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، (1)10
- [3] يعقوب، عبد الحليم موسى، الصباطي، محمد بن يحيى (2025)، توظيف العلاقات العامة لخوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر الجماهير تجاه الأندية السعودية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية للعلوم التربوية والآداب، (المجلد 4، العدد 5).
- [4] يعقوب، عبد الحليم موسى، الصباطي، محمد بن يحيى (2026)، خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الوعي بالتنمية المستدامة دراسة مسحية لمدرجات طلاب وأعضاء هيئة التدريس في جامعتي الملك فيصل والإمام عبدالرحمن، Omdurman Islamic University Journal for Human Sciences، (6)10.
- [5] السماعيل، سميرة عبد الله، يعقوب، عبد الحليم موسى. (2025). توظيف الجدارات المهنية للقائم بالاتصال لتطوير العمل بغرف الأخبار الرقمية السعودية: دراسة ميدانية. المجلة الدولية للعلوم التربوية والآداب، (5)4
- [6] الزيلعي، محمد جبريل. (2025). استراتيجيات الخطاب الصحفي السعودي تجاه التغيير الثقافي في ضوء رؤية المملكة 2030: دراسة تحليلية في إطار أساليب الحجاج. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، (1)17
- [7] محمد، ماجده. (2026). معالجة الانفورجيك لفضايا التنمية المستدامة العالمية على حسابات وزارة الإعلام السعودية (منصة التواصل الحكومي أنموذجاً)، مجلة بحوث الاعلام الرقمي، جامعة السويس، مجلد11، عدد11.

[٨] موسى، عبدالحليم، محمد يحيى الصباطي. (2026). المناهج الإعلامية بين متطلبات سوق العمل وتحولات صناعة الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية. *Omdurman Islamic University Journal for Human Sciences*, 22(3), 464-486.

[٩] موسى، عبدالحليم، محمد يحيى الصباطي. (2024). خوارزميات الذكاء الاصطناعي ومواجهة الأخبار المزيفة في المملكة العربية السعودية دراسة تحليلية لفاعلية الأطر النظامية والتنظيمية في سياق رؤية السعودية 2030.

المراجع الأجنبية:

- [1] A. Abdalrazig et al, (2024) Coverage of Food Security and Environmental Sustainability Issues in Saudi Arabia's Electronic Press, *Journal of Statistics Applications and Probability, USA*.
- [2] Abdalrazig, A. H. M. Y., & Al-Otaibi, A. F. N. (2026). Readiness of Media Education for Smart Transformation: A Foresight Vision for Curriculum Development According to Saudi Labor Market Requirements. *International Journal of Arts and Humanities Studies*, 6(5), 07–18. <https://doi.org/10.32996/ijahs.2026.6.5.2>
- [3] Abdalrazig, A. H. M. Y., Elmahdi, O. E. H., & Falah, A. A. (2026). Leveraging Artificial Intelligence Applications to Enhance Awareness of Sustainable Development Goals in Saudi Arabia: An Applied Study. *Frontiers in Computer Science and Artificial Intelligence*, 5(6), 44–67. <https://doi.org/10.32996/fcsai.2026.5.6.8>
- [4] Ali, I. H. I., & Yagoub, A. H. M. (2024). U.S. Patent No. 12,043,193. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- [5] Almohawes, M. (2026). *A corpus-based critical discourse analysis of news on the web representing Saudi Vision 2030*. *Frontiers in Communication*, 11.
- [6] Al-Rawi, A., & Rahman, M. (2024). *Artificial intelligence and journalism: Opportunities, challenges, and ethical considerations*. *Digital Journalism*.
- [7] Carlson, M. (2018). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 6(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338140>
- [8] Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- [9] European Commission. (2020). *White paper on artificial intelligence: A European approach to excellence and trust*. European Commission.
- [10] Gutiérrez-Caneda, B., Lindén, C.-G., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: Talking with professionals and experts. *Frontiers in Communication*, 9, 1465178. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>
- [11] Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.)*. SAGE Publications.
- [12] Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships. *Digital Journalism*, 7(4), 409–427. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>
- [13] Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook (2nd ed.)*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071873045>
- [14] UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. UNESCO.