
<i>Received/Geliş</i>	<i>Article History</i>	<i>Available Online / Yayınlanma</i>
2 /6 /2018	<i>Accepted/ Kabul</i>	10 /6/2018
	5 /6/2018	

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

جامعة الملك خالد، 62529 أبها، المملكة العربية السعودية

الملخص

تهدف هذه المقالة إلى استعراض أهمية تطوير مهارات المتخصصين في الإعلام الجديد الذي يبرز الإنجازات الناجحة التي تساهم في تحقيق الأهداف الوطنية للمملكة العربية السعودية ورؤية التحول ٢٠٣٠. أستندت هذه الدراسة على عدد من التقارير والدراسات السابقة لتحقيق أهدافها حيث تستعرض أهمية تطوير مهارات الإعلام الجديد وكيفية الاستفادة منه في تحفيز الأنجاز على المستوى الوطني وتغيير الصورة النمطية عن المملكة العربية السعودية بكونها بلد نفطي. خلصت هذه الدراسة إلى (1) أن الإعلام الجديد لا يلغي دور الإعلام التقليدي ولكن يكمله،(2) وجد ندرة في الأبحاث والدراسات الأكاديمية التي تقيس مدى تأثير المؤسسات الإعلامية المختلفة في المملكة العربية السعودية بالإعلام الجديد مما يشكل فرصة كبيرة للباحثين، (3) أن الإعلام الجديد لم يستغل بطريقة فعالة لرسم صورة ذهنية إيجابية عن المملكة العربية السعودية تشكل علامتها الذهنية. خلصت هذه الدراسة إلى عدد من التوصيات: أولاً أن مؤسسات الإعلام التقليدي يجب أن تستثمر مواردها البشرية والمالية في وسائل الإعلام الحديثة لكي تستمر ، ثانياً تشجيع الباحثين على دراسة تأثير الإعلام الحديث على مؤسسات الإعلام التقليدية في المملكة العربية السعودية، وثالثاً تطوير مهارات العاملين في الإعلام التقليدي للعمل في مجال الإعلام الحديث ومواكبات التغيرات. رابعاً يجب على وزارة الإعلام البدء في العمل على وضع استراتيجية وخطة مفصلة وصنع شعار جديد لرسم الصورة الذهنية التي تعكس هوية السعودية الجديدة حيث لا بد أن يكون للإعلام الجديد دور كبير للترويج لهذه الصورة الذهنية الجديدة في الداخل والخارج مما سيساعد في زيادة مبيعات المنتجات السعودية وتعزيز السياحة وغيرها.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجديد، مهارات الإعلام الجديد، استراتيجيات الإعلام الجديد، ماركة الدولة، الصورة الذهنية، المملكة العربية السعودية.

Developing Skills Related to the New Media and Changing the Country Image to Achieve National Goals.

Abdullah Ali Alassiri

King Khalid University, 62529 Abha, Saudi Arabia

Abstract

The aim of this article is to review the importance of developing the skills of new media professionals that highlight the successful achievements that contribute to the national goals of Saudi Arabia and the Vision of 2030. The research was based on a number of previous reports and studies to achieve its objectives. It reviews the importance of developing new media skills and how to benefit from it in stimulating achievement at the national level and changing the stereotype of Saudi Arabia as an oil country. The study concluded that (1) the new media do not eliminate the role of traditional media, but complement it, (2) there was a scarcity of academic research and studies that measure the impact of various media institutions in Saudi Arabia by new media. The new media has not been used effectively to draw a positive image of Saudi Arabia. This study proposed a number of recommendations: First, the traditional media institutions should invest their human and financial resources in the new media, second, encourage researchers to study the impact of new media on traditional media organizations. The Ministry of Information should start working on developing a detailed strategy and plan and creating a new logo to create an image that reflects the identity of Saudi Arabia. The new media must play a major role in promoting this new image and country brand at home and abroad, which will help increase the sales of Saudi products and promote tourism and others.

Keywords: New media, new media skills, New media strategies, Country branding, country image, Saudi Arabia, Ministry of Culture and Information

1. المقدمة

ظهور الأنترنت وانتشار الهواتف الذكية والتطبيقات كان له الأثر الكبير في نقل الخبر وتغيير صناعة الإعلام في العالم. هذه التغيرات كان لها أيضاً أثر كبير في السعودية حيث نسبة أنتشار الأنترنت في خدمة الأنترنت ب 82% بين سكان السعودية، أم الأجهزة الذكية المستخدمة في السعودية فتقدر بحوالي 40 مليون. هذا العدد يزيد عن عدد سكان المملكة مما يدل على أن كثير من المشتركين لديه أكثر من جهاز ذكي متصل بالأنترنت (Communications and Information Technology Commission, 2017).¹

الأنترنت الكبير للهواتف الذكية وتوفر خدمة الأنترنت على نطاق واسع إضافة الى تركيبة المملكة التي يغلب على سكانها الفئة الشبابية ساعد على انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وأهما تويتر. حيث تعتبر السعودية الدولة العربية الأولى في استخدام تويتر

¹ Communications and Information Technology Commission. (2017, Decemebr 27). ICT Indicators-Q42017. Retrieved from Communications and Information Technology Commission: <http://www.citc.gov.sa/ar/reportsandstudies/indicators/DocLib/CTIndicators-Q42017Ar.pdf>

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

حيث والدليل وجود أكثر من 13 مليون مستخدم نشط. أما على الصعيد العالمي تعتبر الدولة الرابعة من حيث عدد مستخدمي تويتر النشطين في 2018. هذه العوامل ساعدت في انتشار الإعلام الحديث واخذ دور كبير فاق دور الإعلام التقليدي (Statista, 2018).²

منذ تولي الملك سلمان وولي عهده محمد بن سلمان الحكم بدأت المملكة تمر بتغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية متسارعة ودينامكية. هذه التغيرات تبلورت من رؤية ولي العهد محمد بن سلمان وهي رؤية 2030. هذه الرؤية الطموحة هي استراتيجية أصلاح طويلة الأجل لتعزيز الوضع المالي للبلاد وتنويعه لا سيما في القطاعات الغير نفطية مما يوفر فرص استثمار كبيرة في السنوات القادمة (KPMG, 2017).³

هذه التغيرات سبقها أيضاً إنجازات كبيرة في عدة مجالات مثل محاربة الإرهاب حيث نفذت السعودية بفعالية نهج متعدد الأبعاد يتكون من جزء قانوني ومالي وأعلامي للرد على التهديدات الإرهابية. كذلك وضعت السعودية قوانين أكثر صرامة وإنفاذ لتلك القوانين لحماية الوطن وحدوده سنت المملكة العربية السعودية قوانين تفرض عقوبات تهدف إلى محاربة غسل الأموال والأنشطة غير المشروعة الأخرى التي تمول الأنشطة الإرهابية. وأخيراً، طبقت المملكة إجراءات صارمة على الأمن السيبراني (Bin Madhian, 2017).⁴

جميع هذه الإنجازات تم استعراضها في الإعلام التقليدي، لكن التسائل الذي يطرح نفسه، هل الإعلام التقليدي أصبح يكفي لتحقيق الأهداف المرجوة منة، ومنها أبرز إنجازات المملكة ورسم صورة نمطية إيجابية جديدة بعيدة عن كونها بلد النفط، بل كونها بلد مليء بالإنجازات والطموح لتصبح في طليعة الدول المتقدمه خلال الأثنى عشر سنة القادمة، لذلك تسعى هذه المقالة إلى:

(1) التعرف على الإعلام الجديد ومهاراته.

(2) دور الإعلام الجديد في رسم الصورة الذهنية للملكة العربية السعودية

(3) الاستراتيجيات الفعالة في الإعلام الجديد التي يمكن أن تساعد في أبرز مكانة الملكة وأجزائها لرسم صورة إيجابية.

(4) تقديم المقترحات.

² Leading countries based on number of Twitter users as of April 2018 (in millions). Statista. (2018, April 3). Retrieved from The Statistics Portal: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>

³ Saudi Arabia's Vision 2030. UK: KPMG. KPMG. (2017). Retrieved from <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/03/saudi-vision-2030-life-after-oil-kpmg-corporate-intelligence.pdf>

⁴ Saudi Arabia's counterterrorism methods: A case study on homeland security (Doctoral dissertation). Monterey, California, U.S.A. Bin Madhian, M. M. (2017, 6). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10945/55569>

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

2. المملكة العربية السعودية ورؤية 2030.

تغطي المملكة مساحة أرض تبلغ حوالي 2.15 مليون كيلومتر مربع و تنتشر عبر منطقة جغرافية مهمة تقع في وسط آسيا وإفريقيا وأوروبا. كونها نقطة التقاء للقارات الثلاث ، تتمتع المملكة بأهمية تجارية كبيرة للغاية. بالإضافة إلى ذلك ، كونها موطناً لمكة المكرمة قبله المسلمين في العالم ، والمدينة المنورة ، حيث يقع المسجد النبوي وقبر النبي محمد صلى الله عليه وسلم، مما يعطي السعودية أهمية ومكانة دينية هائلة في العالم الإسلامي (MCI, 2015)⁵

يشكل المواطنون السعوديون نسبة 62.69 في المائة من 32,552,336 مليون شخص يعيشون في المملكة العربية السعودية ، حسب الأرقام الرسمية. شكل الذكور 57.48 في المائة من مجموع السكان في عام 2017 بينما شكلت الإناث النسبة المتبقية وهي 42.52 في المائة. يفسر وجود الآلاف من الرجال الأجانب الذين يعملون في المملكة الفجوة في أعداد الجنسين (Toumi, 2018)⁶.

في عام 1902 ، دخل الملك عبد العزيز بن سعود الى الرياض وانطلق في حملة مدتها 30 عامًا لتوحيد شبه الجزيرة العربية. في الثلاثينيات من القرن العشرين تم اكتشاف النفط في مناطق مختلفه من المملكة مما جعلها من أغنى دول المنطقة (MCI, 2015)⁷. استمرت المملكة في ازدهارها الاقتصادي باعتمادها على النفط تخللها انخفاضات في الأسعار، لكن في عام 2015 أنخفض أسعار النفط لمتوسط سعر البرميل إلى 42 دولار كان مختلفاً (Alarabiya, 2016)⁸، حيث قرر الأمير محمد بن سلمان ولي العهد أنه حان الوقت للتغيير وأطلق مبادرة رؤيا 2030

3. رؤية المملكة العربية السعودية 2030

كثير ممن قرأ عن رؤية 2030 فهمها بأنها مبادرة لتقليل الاعتماد على النفط وهذا أختزال غير صحيح للرؤيا. رؤيا 2030 هي أوسع وأشمل فهي تسعى إلى إحداث تغييرات اقتصادية وأجتماعية وثقافية إيجابية في المملكة العربية السعودية. تركز رؤيا المملكة العربية السعودية 2030 على 3 ركائز أساسية وهي: أن المملكة العربية السعودية تعتبر قلب للعالمين العربي والإسلامي لوجود أرض الحرمين وقبلة المسلمين يتوجه إليها ما يزيد عن مليار مسلم للصلاة. الركن الثاني من الرؤيا هو أن تصبح السعودية قوة عالمية للاستثمار عن طريق أستغلال مواردها. الركن الثالث هو تحويل موقع السعودية الاستراتيجي الفريد في قلب الشرق الأوسط إلى

⁵ General View. MCI. (2015, 4 13). Retrieved from Ministry of Commerce and Investment: <https://mci.gov.sa/en/AboutKingdom/Pages/GenralView.aspx>

⁶ Saudi Arabia population crosses 32 million. Toumi, H. (2018, January 16). Retrieved from gulfnews: <https://bit.ly/2LoSg7F>

⁷ The Kings Of The Kingdom. MCI. (2015, 4 13). Retrieved from Ministry of Commerce and Investment: <https://mci.gov.sa/en/AboutKingdom/Pages/KingdomKings.aspx>

⁸ How has Saudi Arabia been affected by the fall in oil prices in three decades? Alarabiya. (2016, December 21). Retrieved from Alarabiya.net: <http://ara.tv/y6avv>

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

مركز عالمي يربط ثلاث قارات ، آسيا ، أوروبا وأفريقيا. تدور رؤيا 2030 حول ثلاثة محاور هي: (1) مجتمع حيوي: يحيا وفق المبادئ الإسلامية ويعتنز بهويته الوطنية. المجتمع الحيوي يجب أن ينعم أفرادُه بنمط حياة صحي محاط ببيئة إيجابية وجاذبة، إضافة لذلك، تعزيز مبادئ الرعاية الاجتماعية وتطويرها لبناء مجتمع قوي ومنتج من خلال تعزيز دور الأسرة وقيامها بمسؤولياتها، وتوفير التعليم القادر على بناء الشخصية، وإرساء منظومة اجتماعية وصحية ممكنة، (2) اقتصاد مزدهر: يولد فرص وظيفية تستقطب الكفاءات قادر على المنافسة مع الدول المتقدمة ، (3) وطن طموح ذو حكومة فعالة ومواطن مسئول.

في 27 رجب 1438هـ أعتمد مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية قائمة تضم 12 برنامجاً لتحقيق الرؤيا هي: برنامج خدمة ضيوف الرحمن، برنامج التحول الوطني، برنامج صندوق الاستثمارات العامة، برنامج تطوير الصناعة الوطنية والخدمات اللوجستية، برنامج تطوير القطاع المالي، برنامج تحسين نمط الحياة، برنامج ريادة الشركات الوطنية، برنامج الشراكات الاستراتيجية، برنامج الإسكان، برنامج التخصيص، برنامج تعزيز الشخصية وبرنامج تحقيق التوازن المالي. رؤيا 2030 تسعى لجعل المملكة العربية السعودية بلد قوي مزدهر ومستقر يوفر الفرص للجميع (Vision2030, 2018).⁹

4. الإعلام الجديد والتحديات التي تواجهه

التطور الكبير في مجال الاتصال وتقنية المعلومات أدى إلى أنقسام الإعلام إلى نوعين هما الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. الإعلام التقليدي هو الإعلام الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، أما الإعلام الجديد فهو الإعلام القائم على تدفق المعلومات عبر شبكة الانترنت والهاتف الجوال باستخدام تطبيقات وبرامج متخصصة. أدى الإعلام الجديد إلى تغييرات كبرى في صناعة الإعلام ونقل المعلومة، وأنماط استخدام المعلومات، وأنتاجها ونشرها والتشارك والتعليق على محتواها. لا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي (Online Media)، الإعلام السيبروني (Cyber Media)، والإعلام التشعبي (Hyper Media).

هناك عدد من وسائل الإعلام الحديث الدارج استخدامها على سبيل الذكر وليس الحصر (1) الواتس أب يعتبر أكثر وسيلة يتم استخدامها لتبادل المعلومات والاتصال والنقاش حيث يشكل معدل الأختراق 73% يليها اليوتيوب والفيس بوك والأنستقرام وتويتر (انظر شكل 1).

المقصود بمعدل الأختراق هو عدد الأجهزة المتصلة ببرنامج تواصل اجتماعي معين مقسومة على عدد السكان (2018)،¹⁰(Statista)

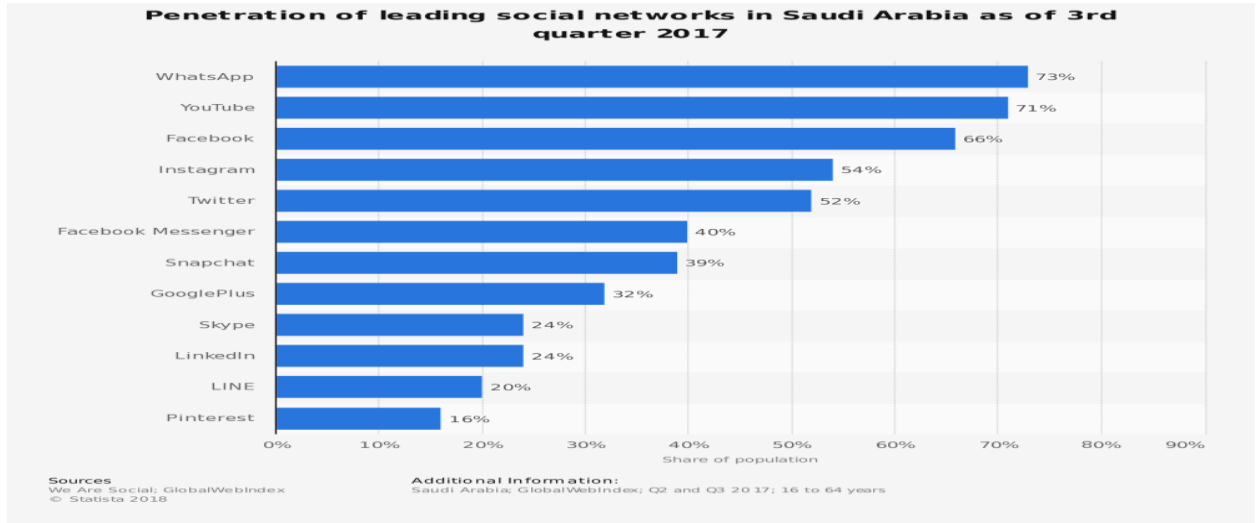
شكل 1: تمدد شبكات التواصل الاجتماعية في المملكة العربية السعودية في الربع الثالث من 2017.

9 Themes. Vision2030. (2018, 5 24). Retrieved from Vision2030: <http://vision2030.gov.sa/en/node>

10 Penetration of leading social networks in Saudi Arabia as of 3rd quarter 2017. Statista. (2018, January 3). Retrieved from statista: <https://bit.ly/2yYtOGy>

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري



للأعلام الجديد عدد من الخصائص أهمها (1) التفاعلية حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين. (2) اللاتزامنية وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا. (3) المشاركة والانتشار حيث يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين. (4) الحركة والمرونة حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، والانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية. (5) الكونية حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة. (6) اندماج الوسائط في الإعلام الجديد حيث يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد. (7) الانتباه والتركيز فنظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً ووسطحياً. (8) التخزين والحفظ حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

صاحب الأعمال الجديد عدد من الظواهر ومنها (1) كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى في نقل الخبر، حيث ظهرت مجموعة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام لكنهم يتفوقون في استخدام وسائل الإعلام الحديث على المختصين. (2) ظهور منصات جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة على ما يرغب من معلومات منشورة. (3) الأعمال الجديد قادر على تسليط الضوء على مواضيع ساخنة قد تجاهلها الإعلام التقليدي لأسباب اجتماعية أو سياسية أو قانونية، مما يجعل هذه القضايا قابلة للنقاش

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

بحرية أكبر ومحاولة إيجاد الحلول لها من قبل أفراد المجتمع. (4) ظهور مجتمعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة يتحاورون باستخدام وسائل الإعلام الجديد لأغراض مهنية أو اجتماعية أو ثقافية أو ترفيهية. هذه المجتمعات الافتراضية مقسمة بحسب اهتماماتها ولا تحتاج لأن تكون متواجدة في نفس المكان وتسمح للمشاركين فيها بالتعبير بحرية أكبر عن آرائهم الشخصية (Alshememry, 2010)¹¹.

يواجه الإعلام الجديد عدد من التحديات التي تؤثر على فعاليته. بالأستناد إلى أحد الدراسات الأستقصائية التي جمعت بيانات من 344 جهة إعلامية من جميع أنحاء العالم توصلت الدراسة إلى تحديد هذه التحديات والتي تم ترتيبها من الأكبر إلى الأقل على النحو التالي: (1) أكد 26% ممن شملتهم الدراسة أن عدم امتلاك موارد بشرية ومالية كافية يشكل التحدي الأكبر، (2) أن عدم وجود استراتيجية رسمية وبناء المتابعين والمؤثرين يعتبر التحدي الثاني في الإعلام الجديد يشكل 24% من العينة، (3) تتبع النتائج يشكل (17%)، (4) ومواكبة الميزات المتغيرة على المنصات الاجتماعية تشكل (4%)، واختيار القنوات الاجتماعية المناسبة للتسويق تشكل (3%) (Nanji, 2018)¹².

رغم كل النجاح الذي حققه الإعلام الجديد فإن السؤال الذي يطرح نفسه، هل يلغي دور الإعلام التقليدي؟ في المتوسط يقضي الشباب السعودي بين سن 16 و 24 ما يقارب 47% من وقتهم في استخدام الهاتف الذكي على شبكة الأنترنت وهي أعلى من نسبة المعدل العالمي. أم الفئة العمرية الأكبر بين سن 55 و 64 فتقضي 14% من وقتهم باستخدام الهاتف المحمول على شبكة الأنترنت. مقابل ذلك أنخفض الوقت الذي يقضيه الناس على المستوى العالمي في مشاهدة التلفاز إلى ساعتين يومين. كثير أيضاً من الأشخاص مازالو يفضلون قراءة الصحف التقليدية والأستماع للراديو أثناء القيادة مما يدل على أن الإعلام الجديد لا يلغي دور الإعلام التقليدي ولكن يكمله (Entrepreneur, 2016)¹³.

5. مهارات الإعلام الجديد

مهارات الإعلام الجديد هي مزيج من المهارات "التقنية" و "الناعمة". المهارات التقنية تتطلب وقت وجهد لأتقانها مثل البرمجة وكتابة الإعلانات فهي تقنية في طبيعتها. في حين قد يكون من الصعب تحليل المهارات الناعمة مثل أن تكون متعاطف ومنظم، وملم بمهارات الأتصال والألقاء والتي تكون مفيدة في العمل. هناك تسعة مهارات يمكن تدريبها للراغبين في التميز والنجاحة في الإعلام الجديد، هذه المهارات هي (1) إدارة المنتديات في الأنترنت المقصود بها موقع في الأنترنت يجمع أشخاص ذو اهتمامات مشتركة لتبادل الأفكار في مجال معين وتقديم الحلول لبعض التحديات. أصبحت إدارة المنتديات مهمة وقادرة على الترويج لكل أنواع المنظمات الربحية وغير الربحية. فمثلاً في الشركات الربحية يمكن للأدارة الفعالة للمنتدى الخاص بشركة معينة تحويل شخص

11 Media Education: How to deal with the media (pp. 181-186). Alshememry, F. (2010). Riyadh: King Fahad National Library. Retrieved from <https://bit.ly/2hJ0Gat>

12 The Six Biggest Challenges Facing Social Media Marketers. Nanji, A. (2018, April 4). Retrieved from Marketingprofs: <https://bit.ly/2JeGeNb>

13 Infographic: Digital Vs Traditional Media – A Consumer Shift. Entrepreneur. (2016, July 29). Retrieved from entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/279873>

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

مهتم بالخدمة المقدمة إلى عميل عن طريق الإجابة على الأسئلة بصبر. (2) الأبداع والمقصود به هو نقل الصورة أو الحدث بطرق جديدة ومبتكرة تجذب الأهتمام مثل التصوير بأحترافيه بأستخدام الهاتف الجوال في أماكن النزاعات والحروب دون الحاجة الى فريق عمل للتصوير. (3) منظم وفعال حيث يحتاج الشخص الذي يعمل في الأعلام الجديد إلى أن يكون موجهاً نحو تحقيق جميع الأهداف بكفاءة وفاعلية. الكفاءة تشير إلى القدرة على إنتاج أقصى ما يمكن من المدخلات المتوفرة وبأقل قدر من الهدر في الوقت والجهد والمال ، أما الفاعلية تشير إلى درجة القرب من الهدف المحدد مسبقاً. (4) التكيّف مع المستجدات ومواكبت التطورات تعد سمة مهمة للعاملين في الإعلام الجديد. في كل يوم يتم إضافة ميزات جديدة في برامج التواصل الاجتماعي المختلفة أو ظهور تطبيقات جديدة، حيث يجب على المهتمين بوسائل الأتصال الاجتماعي التعرف على هذه البرامج والميزات الجديدة والأستفادة منها، مثلاً فيس بوك وتويتر تضيف ميزات جديدة بين فترة وأخرى لتحسين تجربة أستخدام التطبيق وتحقيق أقصى أستفادة لمستخدميها. (5) وجود أستراتيجية فعالة وموثوقة توظف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لتحقيق رؤيا معينة على المستوى الشخصي أو مستوى المنظمة.

الأستراتيجية هي خطة مكتوبة تحتوي على أهداف قصيرة وطويلة المدى يمكن قياسها لمعرفة فاعليتها والعائد على الأستثمار من قنوات التواصل الاجتماعي المستخدمة.

(6) الحاسم حيث ينبغي على الشخص العامل في الأعلام الجديد أتحاذ القرارات المهمة عند ادارة الشبكات الاجتماعية بشكل مباشر. إذا كانت هناك شكوى من متابع بشأن شيء غير صحيح في أحد وسائل التواصل الاجتماعي، فيجب منح المسؤل خيار الرد الأمثل مثل تقديم أعتذار ومنح مكافئة ترضية. (7) تحسين محرك البحث، ويقصد بها عملية التأثير على مستوى ظهور صفحة ويب معينة في نتائج البحث المجانية في محركات البحث والتي يطلق عليها أختصاراً (Search engine optimization). يساعد تحسين محرك البحث بالوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وللتأكد من فاعليته يمكن ألقاء نظرة على تقارير التحليل الشهري للتأكد من أن الأستراتيجية المستخدمة تمضي على المسار الصحيح (Chen, 2017)¹⁴

بعد التعرف على الأعلام الجديد ومهاراته، يبقى السؤال كيف يمكن للملكة العربية السعودية من الأستفادة من هذا الأعلام للترويج للصورة الجديدة التي تبناها المملكة في رؤيا 2030؟ للأجابة على هذا السؤال ينبغي أن نتعرف على ما يطلق عليه ماركة البلد (Country branding) وأثرة على الصورة الذهنية.

6. أثر الأعلام الجديد على الصورة الذهنية للدولة

الصورة الذهنية هي صورة شاملة يتم تشكيلها بواسطة المتغيرات مثل المنتجات الفريدة والاقتصادية والسياسية والتنمية ، والأحداث التاريخية والعلاقات ، والتقاليد ، ومستوى التصنيع والتطور التكنولوجي ويتم نقلها بواسطة أنواع الأعلام المختلفة. معظم الصور الذهنية هي في الواقع صور نمطية مبنية على الانطباعات وليس على الحقائق ولكنها مع ذلك منتشرة (Singh , 2016)¹⁵.

14 Chen, J. (2017, June 6). 9 Skills Every Social Media Manager Must Have. Retrieved from Sproutsocial: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-skills>

15 *Managing Public Relations and Brand Image through Social Media*. Singh, A. (2016). Hershey : IGI Globa

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

على سبيل المثال يوجد عدد كبير من دول وثقافات أخرى لا يعرف عن المملكة العربية السعودية سوى أنها بلد نفطي وغني والسبب هو أن الإعلام في الخارج دائم ما يذكر أسم المملكة بأسعار النفط وكميات الإنتاج وتأثيرها على الأسعار العالمية. تستخدم الدول ماركة البلد وصورتها الذهنية كأداة للترويج لمنتجاتها وجذب الاستثمارات وتعزيز الأنشطة مثل السياحة، ولهذا السبب ، تقوم بعض الدول والمدن بتطوير سياسات عامة تهدف إلى بناء وترويج وتوطيد صورة العلامة التجارية للبلاد. من فوائد الترويج للصورة الذهنية للدولة بشكل صحيح جذب الاستثمارات المالية، والمصانع والشركات العملاقة، وجذب السياح، وكذلك مبيعات وصادرات الشركات العاملة في المملكة العربية السعودية (Singh , 2016)¹⁶.

للأسف تفتقر المملكة العربية السعودية لوجود استراتيجيات وطنية لرسم صورة ذهنية تهدف لتغيير الصورة الذهنية النمطية بكونها فقط بلد صحراوي غني بالنفط واستبدالها بصورة إيجابية تعكس الجوانب الثقافية والاجتماعية والصناعية التي تساعد في جذب الاستثمارات والسياحة ودعم المبيعات وتعريف شعوب العالم بالمملكة العربية السعودية بعيداً عن الصورة النمطية.

يوجد عدد من من النظريات المستخدمة في صنع ماركة المنتجات يمكن تطبيقها أيضاً على صنع ماركة الدولة التي تكون الصورة الذهنية منها على سبيل المثال لا الحصر نموذج أعلى عامل مشترك مركزي (Highest central common factor)، ومفهوم هندسة العلامة التجارية (Brand architecture) لكن المراحل الرئيسية والمشاركة التي يمكن أستخلاصها من نظريات تكوين علامة تجارية وصورة ذهنية تتلخص في خمس مراحل: (1) البدء والتنظيم حيث تتلخص هذه المرحلة على التركيز على تنظيم الأفكار والعلاقات العامة لنشر مفهوم صورة الذهنية العامة للدولة. (2) مرحلة البحث حيث تركز هذه المرحلة على أنواع البحث المختلفة (الكمية والنوعية) لمعرفة ما هي الصورة النمطية للدولة في الداخل وكيف يراها الآخرون في الدول الأخرى التي نرغب باستهدافها وبعدها يتم تحليل وتفسير النتائج. (3) مرحلة التخطيط وتشكيل هوية العلامة التجارية ويتم في هذه المرحلة استخلاص النتائج من البحث وتأسيس الهوية ووضع خطة استراتيجية وتقدير التمويل المطلوب لتنفيذها. (4) مرحلة التنفيذ تركز على تنفيذ الخطوات العملية في الخطة المكتوبة وتحويلها إلى واقع حسب الجدول الزمني والتكلفة المرصودة لها. (5) مرحلة المتابعة حيث تتبع النتائج المتحققة ومقارنتها مع ما كان مخطط له والتعديل على الخطة الرئيسية أن أستلزم (Odia & Isibor, 2014)¹⁷.

خلال مرحلة التخطيط يجب أن يكون للإعلام الجديد دور كبير لما لة من أثر كبير على المتلقي والفوائد العظيمة التي ستساعد كثيراً في صنع علامة تجارية للملكة وتغيير الصورة النمطية. ولقياس مدى نجاح الماركة التجارية للبلد يمكن أستخدام مؤشر العلامة التجارية للبلد (CBI) الذي يقيس وقوة وسمعة العلامة التجارية للدولة ، فتأثير منشأ منتج ما قد يكون أكبر بكثير من معايير اختيار المنتجات المعتادة مثل السعر والتصميم. على سبيل المثال المنتجات الصينية دائماً ما ترتبط بذهن العميل بأنها منتجات ذو

16 Mentioned earlier in 15.

17 Strategic Approach to Nation Branding: A Case of the Nigeria Brand. Odia, E. O., & Isibor, F. O. (2014, February 21). International Journal of Business and Management •, 9(3), 1833-3850 . doi:10.5539/ijbm.v9n3p204

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

جودة منخفضة مما يجعلها في مرتبة منخفضة على مقياس (CBI). لذلك يجب أن تعمل المملكة العربية السعودية على قياس مدى تقدمها في هذا المقياس لتحقيق الصورة الذهنية المستهدفة التي ستدعمها استراتيجياً (Roll, 2015)¹⁸

7. النتائج

لكي تستمر مؤسسات الإعلام، ينبغي أن تستثمر جميع مواردها البشرية والمالية في وسائل الإعلام الحديثة. من أهم الاستثمارات في الإعلام الجديد هي الاستثمار في رأس المال البشري لذلك يجب تطوير مهارات العاملين في الإعلام التقليدي للعمل في مجال الإعلام الحديث ومواكبات التغيرات عن طريق التعليم المستمر يجب أن يكون أساسي للعاملين في مجال الإعلام بشكل عام. على الرغم من المنافسة الشديدة بين الإعلام الجديد والتقليدي إلا أن الإعلام الجديد لم يلغ دور الإعلام التقليدي، لذلك نرى أن الإعلام الجديد يكمل الإعلام التقليدي ولا يلغي دوره. يوجد ندرة وشح في الأبحاث والدراسات التي تقيس مدى تأثير الإعلام الحديث على أداء المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، حيث أن أكثر الأبحاث في العالم العربي دراسة أثر الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية مما يشكل فرصة كبيرة للباحثين في مجال الإعلام الجديد.

رغم قوة تأثير الإعلام الجديد إلا أنه لم يتم أستغلاله بشكل فعال لرسم صورة ذهنية إيجابية عن المملكة العربية السعودية وذلك لعدم وجود استراتيجية واضحة للمملكة لصنع علامتها الذهنية التي ينبغي أن لا ترتبط فقط بكونها بلد نفطي وهي الصورة النمطية الحالية.

8. التوصيات

- (1) ينبغي على وزارة الإعلام التركيز على ماركة البلد (Country Branding and image) حيث يمكن تحقيق ذلك بوضع استراتيجية طويلة الأمد وخطوة مفصلة لرسم الصورة الذهنية المستهدفة التي تعكس هوية المملكة الجديدة بعيداً عن الصورة النمطية السائدة بأن المملكة فقط بلد نفطي.
- (2) يجب أن يكون للإعلام الجديد دور كبير في الترويج لصورة المملكة وهويتها الجديدة في الداخل والخارج مما سيساعد في زيادة مبيعات المنتجات السعودية وتعزيز السياحة والاستثمار وغيرها من الفوائد الأخرى .
- (3) خلق شعار يمثل المملكة العربية السعودية ويعكس صورة الدولة ذات الصناعات البتروكيميائية ذات الجودة العالية أو الدولة السياحية المفضلة للعوائل المحافظة.
- (4) توظيف شركات العلاقات العامة لإنشاء حملات الترويج للصورة الذهنية والعلامة التجارية للمملكة العربية السعودية والتي ترسم صورة إيجابية لدى الشعوب والثقافات الأخرى.

18 Asian Brand Strategy: Building and Sustaining Strong Global Brands in Asia (2 ed.). Roll, M. (2015). Palgrave Macmillan. Retrieved from <https://bit.ly/2J8On8N>

References

- Alarabiya. (2016, December 21). *How has Saudi Arabia been affected by the fall in oil prices in three decades?* Retrieved from Alarabiya.net: <http://ara.tv/y6avv>
- Alshememry, F. (2010). NEW MEDIA. In F. ALSHEMEMRY, *Media Education: How to deal with the media* (pp. 181-186). Riyadh: King Fahad National Library. Retrieved from <https://bit.ly/2hJOGat>
- Bin Madhian, M. M. (2017, 6). Saudi Arabia's counterterrorism methods: A case study on homeland security (Doctoral dissertation). Monterey, California, U.S.A. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10945/55569>
- Chen, J. (2017, June 6). *9 Skills Every Social Media Manager Must Have*. Retrieved from Sproutsocial: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-skills/>
- Communications and Information Technology Commission. (2017, Decemebr 27). *ICT Indicators-Q42017*. Retrieved from Communications and Information Technology Commission: <http://www.citc.gov.sa/ar/reportsandstudies/indicators/DocLib/CTIndicators-Q42017Ar.pdf>
- Entrepreneur. (2016, July 29). *Infographic: Digital Vs Traditional Media – A Consumer Shift*. Retrieved from entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/279873>
- KPMG. (2017). *Saudi Arabia's Vision 2030*. UK: KPMG. Retrieved from <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/03/saudi-vision-2030-life-after-oil-kpmg-corporate-intelligence.pdf>
- MCI. (2015, 4 13). *General View*. Retrieved from Ministry of Commerce and Investment: <https://mci.gov.sa/en/AboutKingdom/Pages/GenralView.aspx>
- MCI. (2015, 4 13). *The Kings Of The Kingdom*. Retrieved from Ministry of Commerce and Investment: <https://mci.gov.sa/en/AboutKingdom/Pages/KingdomKings.aspx>
- Nanji, A. (2018, April 4). *The Six Biggest Challenges Facing Social Media Marketers*. Retrieved from Marketingprofs: <https://bit.ly/2JeGeNb>
- Odia, E. O., & Isibor, F. O. (2014, February 21). Strategic Approach to Nation Branding: A Case of the Nigeria Brand. *International Journal of Business and Management* , 9(3), 1833-3850 . doi:10.5539/ijbm.v9n3p204
- Roll, M. (2015). *Asian Brand Strategy: Building and Sustaining Strong Global Brands in Asia* (2 ed.). Palgrave Macmillan. Retrieved from <https://bit.ly/2J8On8N>
- Singh , A. (2016). *Managing Public Relations and Brand Image through Social Media*. Hershey : IGI Global.

تطوير المهارات المتعلقة بالإعلام الجديد وتغير صورة الدولة الذهنية لتحقيق الأهداف الوطنية

د. عبدالله علي العسيري

Statista. (2018, April 3). *Leading countries based on number of Twitter users as of April 2018 (in millions)*. Retrieved from The Statistics Portal: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>

Statista. (2018, January 3). *Penetration of leading social networks in Saudi Arabia as of 3rd quarter 2017*. Retrieved from statista: <https://bit.ly/2yYtOGy>

Toumi, H. (2018, January 16). *Saudi Arabia population crosses 32 million*. Retrieved from gulfnews: <https://bit.ly/2LoSg7F>

Vision2030. (2018, 5 24). *Themes*. Retrieved from Vision2030: <http://vision2030.gov.sa/en/node>