

سلسلة تقارير أسبار

رقم (433)

ردمء: 2961-4074

ISSN: 2961-4074

الإعلام، وتنمية الفكر المحلي:
أءوار، ومسؤوليات

لجنة الشؤون الإعلامية



مللقى أسبار
Asbar Council
(نادي تفكير)

رقم الإيداع : 1446/3664



مركز أسبار
ASBAR CENTER

31 Years
منذ 1994 عامًا
Since 1994



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقرير يصدر عن ملتقى أسبار

- رئيس الملتقى:
- د. فهد العرابي الحارثي
- رئيس الهيئة الإشرافية للملتقى
- أ. د. خالد الثبتي
- نائب رئيس الهيئة الإشرافية
- د. فهد الغفيلي
- د. علي الوهبي: الأمين العام
- د. سكيانة الشيخ - مساعد الأمين العام
- التحرير
- د. إبراهيم إسماعيل عبده
- التصميم والإخراج:
- أ. صفوان يحيى مسعد
- لجنة الشؤون الإعلامية
- أ. فهد محمد الأحمر (رئيس اللجنة)
- أ. مها مصطفى عقيل (نائب رئيس اللجنة)
- أعضاء اللجنة*:
- د. إبراهيم البعيز
- أ. حمد محمد السمرين
- د. زياد الدريس
- د. سعود الغربي
- د. سعود كاتب
- د. سعيد الغامدي
- د. عبدالله العمري
- أ. د. فوزية البكر
- د. لمياء البراهيم
- أ. محمد الأسمر
- د. محمد الثقفي
- د. مساعد المحيا
- د. نادية الشهراني
- أ. هناء الفريح

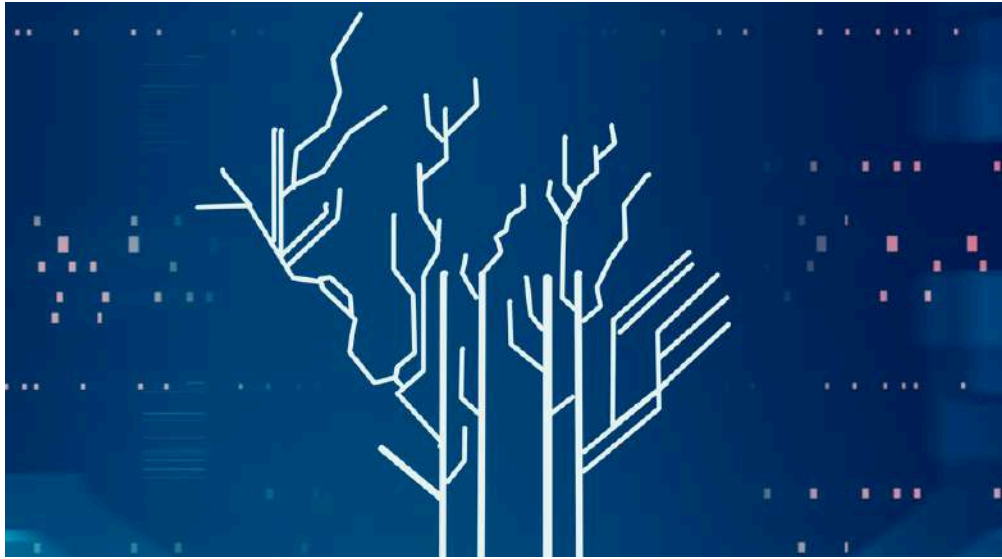
* ترتيب الأسماء حسب الحروف الأبجدية





تمهيد

يعرض هذا التقرير لقضية مهمة تتمّ طرحها للحوار في ملتقى (أسبار) خلال شهر مارس 2025م، وناقشها نخبة متميزة من مفكري المملكة في مختلف المجالات الذين أثّروا الحوارَ بأرائهم البناءة، ومقترحاتهم الهادفة، وجاءت بعنوان: (الإعلام وتنمية الفكر المحلي: أدوار، ومسؤوليات)، وأعد ورقتها الرئيسة د. إبراهيم البعيز، وعقب عليها كلٌّ من: د. محمد الثقفي، ود. سعيد الغامدي، ود. حمد السمرين، وأدار الحوار حولها د. عبد الله العمري.





المحتويات

• الصفحة	• الموضوع
1	تمهيد
3	الملخص التنفيذي
6	الورقة الرئيسية
8	التعقيبات
20	المداخلات حول القضية
20	الإعلام المحلي بين غياب المتابعة وانتشار الشائعات.
22	الإعلام الحكومي، وتعزيز التفاعل مع المحتوى المحلي.
24	تحديات تعزيز دور الإعلام في تنمية الفكر المحلي.
26	العمل نحو إستراتيجية شاملة لتفاعل الإعلام المحلي مع قضايا المجتمع.
29	الإعلام المحلي، وتعزيز الوعي الصحي.
30	دور مراكز الفكر، والإعلاميين في تطوير الإعلام الوطني، وتعزيز الفكر المحلي.
31	تحول الإعلام المحلي في إطار رؤية المملكة 2030م: التحديات، والفرص.
33	إعادة تشكيل الإعلام المحلي السعودي في عصر التحول الرقمي.
35	التوصيات
37	المصادر والمراجع
38	المشاركون



الملخص التنفيذي:

يتناول هذا التقرير (قضية الإعلام، وتنمية الفكر المحلي: أدوار، ومسؤوليات)، وأوضح د. إبراهيم البعيز في الورقة الرئيسية أن أدبيات الدراسات الإعلامية تشير إلى أربعة مستويات للنطاق الجغرافي في الخدمة الإعلامية: الدولي، والإقليمي، والوطني، والمحلي؛ حيث زُكِّرَ الاهتمام في البداية على المستويين: الدولي، والوطني، وتأخر الإعلام المحلي رغم أهميته التنموية؛ إذ يؤدي الإعلام المحلي أدوارًا بارزة في التوعية بالقضايا المحلية كالـتعليم، والصحة، والبنية التحتية، وتمثيل الصوت المحلي، وتعزيز الشفافية، والمساءلة؛ فضلًا عن دوره في مواجهة الأزمات، والكوارث، ودعم الثقافة المحلية، والمساهمة في التنمية الاقتصادية من خلال توفير منصات إعلانية للمؤسسات الصغيرة، وعلى الرغم من الاعتقاد بأن الإعلام الوطني كافٍ إلا أن هناك تكاملًا بين المستويين؛ حيث يبرز الإعلام المحلي انعكاسات المشاريع الوطنية محليًا



وتعد التجربة الأمريكية في تنظيم الإعلام المحلي نموذجًا جديرًا بالدراسة، ومع التطورات التقنية أصبح تأسيس منافذ الإعلام المحلي في المملكة أكثر سهولة، خاصة مع ظهور الصحف الإلكترونية المحلية؛ مما يستدعي دعمها من الجهات المختصة.

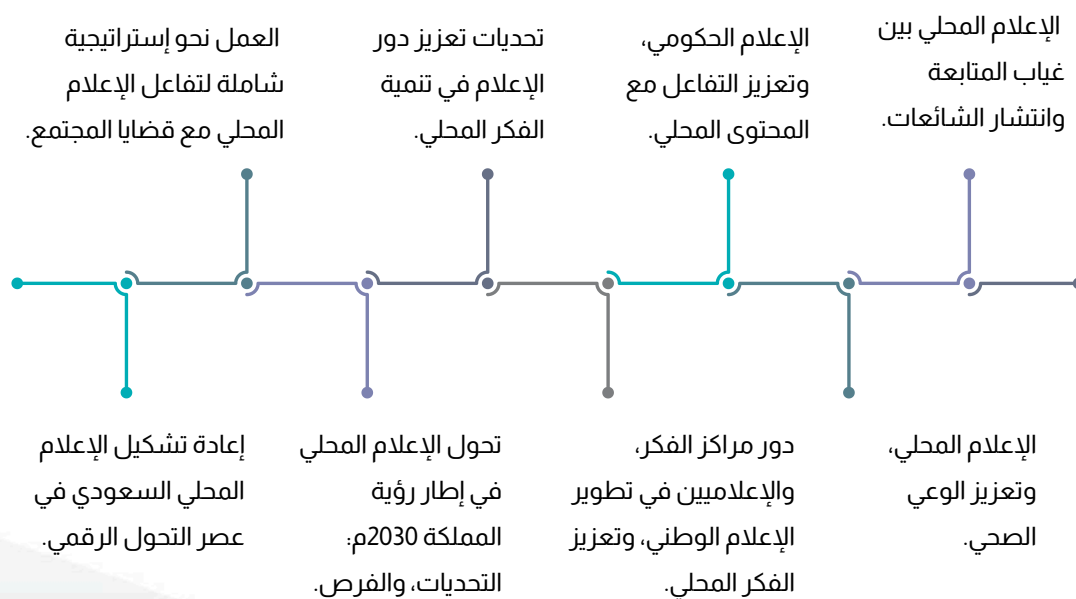
وقدم د. محمد الثقفي في تعقيبه تحليلًا موسعًا لأدوار الإعلام في تنمية الفكر المحلي، وتعزيز الأمن الوطني مشيرًا إلى أن الإعلام المحلي يؤدي دورًا أساسيًا في التوعية بالقضايا المحلية، وتعزيز الشفافية، ودعم الثقافة، والتنمية الاقتصادية، كما استعرض التصور الإستراتيجي لوزارة الإعلام مؤكدًا على دورها في تعزيز القوة الناعمة للدولة إلى جانب الدبلوماسية، والاقتصاد، والقوة العسكرية؛ مما يسهم في تحقيق "القوة الذكية"، وأبرز التعقيب التحديات الداخلية، والمهددات الخارجية التي تواجه الإعلام الوطني، مثل: التضليل، ونشر الشائعات؛ مما يستدعي تطبيق إستراتيجيات مستدامة لمواجهتها، كما أكد أهمية تطوير القدرات الإعلامية مستشهدًا بأدوار الإعلام خلال جائحة كورونا، والأزمة السعودية القطرية، وأخيرًا شدد التعقيب على ضرورة اضطلاع مراكز الفكر بدورها في قياس أثر التطورات الإعلامية الوطنية، وتحليل نجاحها، ومدى تحقيقها للأهداف المرجوة.



في حين أكد د. سعيد الغامدي- في تعقيبه- دور الإعلام في تنمية الفكر المحلي متفقاً مع كاتب الورقة الرئيسية على أن الإعلام لم يكن مجرد ناقل للمعلومات؛ بل كان شريكاً أساسياً في التنمية، وأوضح أن الإعلام السعودي أدى أدواراً مهمة في تعزيز الوحدة الوطنية، ومواجهة التغريب، ومواكبة التطورات العالمية، ودعم الإبداع، وبناء الفكر النقدي، وتشجيع الحوار حول القضايا المستقبلية، ورفع الوعي السياسي، ودعم القضايا الإنسانية، كما استعرض بعض البرامج الإعلامية التي ساهمت في تحقيق هذه الأهداف، مثل: "مسيرة طويق"، و"المشروع"، و"هنا الرياض"، لكنه أشار- أيضاً- إلى التحديات التي واجهها الإعلام، مثل: ضعف التمويل، وتأثير الإعلانات، ونقص الكفاءات، وضعف التدريب، والمنافسة مع الإعلام الرقمي؛ مما استلزم جهوداً لتعزيز دوره في التنمية الفكرية.

وركز د. حمد السمرين- في تعقيبه- على أهمية الاستفادة من التجارب الإعلامية العالمية مستشهداً بتجربة هيئة الاتصالات الفدرالية الأمريكية (FCC) في دعم المحتوى المحلي، واستعرض تجربته في قناة (6ABC) التي ركزت على تغطية الأخبار المحلية؛ بما يلبي احتياجات المشاهدين، وأوضح أن القناة تقدم نشرات إخبارية مجدولة تشمل الأخبار السياسية، والاقتصادية، والرياضية، والثقافية؛ وذلك مع مراعاة اهتمامات الجمهور، كما أشار إلى تجربة شخصية خلال تغطية حدث متعلق بمباراة (نهائي SUPERBOWL 2018)، وأوصى بتطبيق نموذج مشابه في الإعلام السعودي عبر تخصيص قنوات محلية تهتم بقضايا المجتمع، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة، وتعزيز المحتوى المحلي مع الحفاظ على الهوية الوطنية.

وتضمنت المداخلات حول القضية المحاور الآتية:





ومن أبرز التوصيات التي انتهى إليها المتحاورون في ملتقى أسبار حول القضية ما يلي:

وضع معايير واضحة للمحتوى الإعلامي تتوافق مع رؤية المملكة 2030م، وتعزيز الإعلام الإيجابي؛ وذلك من خلال إبراز الإنجازات الوطنية، وتقديم قصص نجاح تعكس التطورات في المملكة.

إطلاق شراكات بين الإعلام المحلي والقطاع الخاص، هذا بالإضافة إلى تطوير الشراكات مع الإعلاميين، والمؤثرين الدوليين لتقديم وجهة النظر السعودية بطريقة احترافية.

تعزيز الشراكات بين مراكز الأبحاث والجامعات من جهة والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى؛ وذلك لدراسة الإعلام المحلي، وأدواره، وتطوير المحتوى الإعلامي؛ بما يتماشى مع أهداف المملكة.

تشكيل فريق استشاري متخصص لدعم الإعلاميين يضم خبراء في مجالات متنوعة، مثل: العلوم التطبيقية، والقانون، والاقتصاد، والسياسة، ويهدف الفريق إلى توفير الدعم الفني، والإرشاد الإعلامي لضمان دقة المعلومات، وجودتها.

وضع سياسات إعلامية واضحة لضمان تناول القضايا المحلية بشكل متوازن دون التسبب في آثار غير مقصودة دولياً؛ وذلك مع تعزيز التنسيق مع الجهات الحكومية لتوجيه الإعلاميين حول القضايا الحساسة.

إطلاق منصات وطنية للتحقق من الأخبار الزائفة، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لمكافحة المعلومات المضللة، كما يجب تعزيز ثقافة النقد الإعلامي لدى الجمهور عبر حملات توعية.

الورقة الرئيسية: د. إبراهيم البعيز



تشير أدبيات الدراسات الإعلامية إلى أربعة مستويات للنطاق الجغرافي المستهدف في الخدمة الإعلامية بكل أبعادها الترفيهية، والإخبارية: الدولي، والإقليمي، والوطني، والمحلي

- وهي تركز الاهتمام- في البدايات الأولى- على الدولي (الإذاعات الموجهة)، والوطني؛ وذلك لأسباب تداخلت فيها: السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والتقنية، وترتب على ذلك تأجيل للخدمة الإعلامية المحلية؛ وذلك على الرغم من أهميتها التنموية، وستشير هذه الورقة إلى بعض من الأدوار التي يسهم بها الإعلام المحلي على مسار التنمية، وتأتي هذه الأدوار على النحو الآتي:
- **الوعي بالقضايا المحلية:** تؤكد نظريات الاتصال أن الفرد يحرص على المعلومات القريبة منه، ولا يقتصر ذلك على قريبا من اهتماماته؛ بل تتجاوز ذلك إلى القرب الجغرافي؛ فالمواطن- في الغالب- سوف يبحث، وينتبه إلى تلك المعلومات المتعلقة بمنطقة إقامته؛ وذلك لما لها من تأثير محتمل على حياته، ومصالحه، ولما تشكل من قاسم مشترك للتواصل مع من هم في محيطه الجغرافي، كما تتيح له الوعي، والإدراك بأبرز القضايا المحلية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر: تلك المتعلقة بالتعليم، والصحة، والبنى التحتية في المواصلات، والاتصالات؛ مما سينعكس بقدر كبير على التفاعل مع هذه القضايا؛ سواءً في السعي لفهمهما، والمشاركة في حلها، أو على الأقل تقديم ما يمكن من مقترحات لحلها.
- **تمثيل الصوت المحلي:** تشكل وسائل الإعلام المحلية منصات لتمثيل الصوت المحلي، وهو ما قد يكون الإعلام على المستوى الوطني قد غفل عنه، أو لم يكن ضمن أولوياته؛ مما يسهم في تعزيز المشاركة في الحوار المجتمعي، وتشجيعها بشكل عام.
- **تعزيز مسؤولية الإعلام في الشفافية، والمساءلة لكل الأجهزة في القطاعين: العام، والخاص** على المستوى المحلي؛ وذلك أن بعضاً من مظاهر الإخفاقات، والفشل، وربما الفساد على المستوى المحلي قد لا تكون واضحة لأجهزة الإعلام على المستوى الوطني



كما أن تناولها من وسائل إعلام محلية سيجعل من أساليب الكشف عنها عملاً مؤسسياً يتجاوز القدرات، والإمكانات، وربما الاعتبارات الشخصية لمراسلي وسائل الإعلام على المستوى الوطني. للإعلام المحلي دور لا يمكن إغفاله في مواجهة الكوارث الطبيعية، أو الأزمات الطارئة؛ حيث يساهم في سرعة التواصل، والاستجابة بحكم القرب الجغرافي، وتعزيز الشعور بالمسؤولية الجماعية لمواجهة الطوارئ.

- **البعد الثقافي:** سيكون للإعلام المحلي دور حيوي، ومهم في تعزيز الثقافة المحلية؛ مما سيسهم في المحافظة على مكوناتها، وعناصرها، والتعريف بها؛ وذلك لتكون ضمن النسيج العام للثقافة الوطنية، وبما يعزز روح الانتماء، والفخر لأبناء المنطقة.
- **التنمية الاقتصادية:** ستشكل وسائل الإعلام المحلية منافذ اتصالية، وإعلانية تخدم المستثمرين، والعملاء على حد سواء؛ فقد تكون وسائل الإعلام الوطنية ليست في تناول المؤسسات الصغيرة، وقد لا تكون مجدية في توجيه رسائلها لشرائح مستهدفة على المستوى المحلي.



قد يظن البعض أن الإعلام الوطني كافٍ، وربما يرى البعض أن هناك تناقضاً بين المستويين، وهذا ليس بالضرورة صحيحاً؛ حيث هناك مجالات للتكامل بين وسائل الإعلام على المستويين، ومن ذلك أن وسائل الإعلام المحلية سوف تسلط الضوء على الفوائد، والعوائد من المشاريع الوطنية محلياً.

وهناك الكثير من التجارب العالمية لتعزيز المنافذ الإعلامية المحلية؛ ففي الولايات المتحدة حرصت هيئة الاتصالات الفدرالية (FCC) FEDERAL COMMUNICATION COMMISSION، وهي الجهة المنظمة للإعلام الإذاعي (BROADCAST MEDIA) بشقيه: المسموع، والمرئي على الحفاظ على البعد المحلي في تنظيم الخدمات الإذاعية، والتلفزيونية؛ وذلك بإدراج مواد في التشريعات تضمن ضبط العلاقة بين الشركات والمؤسسات الإذاعية على المستوى الوطني مع القنوات التلفزيونية، والإذاعية على المستوى المحلي؛ مما يعزز من المحتوى المحلي لبرامجها؛ فهذه التجربة، وغيرها من التجارب جديرة بالدراسة، والتمعن.

وإن كانت الاعتبارات التقنية، والكوادر الإعلامية المؤهلة تقف حاجزاً في السابق لإنشاء منافذ، وقنوات للإعلام المحلي في مناطق المملكة؛ فإن التطورات التقنية، وما أتاحتها للبث الإذاعي، والتلفزيوني فضائياً، أو التطبيقات على شبكة الإنترنت قد أزال ما كان غير ممكن تقنياً، ومن ذلك- مثلاً- ظهور عدد من الصحف الإلكترونية المحلية، وهذه تحتاج إلى دعم من إمارات المناطق، ومحافظة المدن الكبرى.

التعقيبات:

التعقيب الأول - د. محمد الثقفي

لخصت الورقة الرئيسة أدوار الإعلام في تنمية الفكر؛ وذلك من خلال عدد من الأدوار، من أبرزها: الوعي بالقضايا المحلية، وتمثيل الصوت المحلي، وتعزيز مسؤولية الشفافية، والمساءلة، وسرعة التواصل في الأزمات، والكوارث، هذا إضافة إلى تعزيز الثقافة المحلية، وأخيراً مراعاة دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، وهي- بالتأكيد- أدوار وطنية كبرى لا تتصل بمهام بعض المؤسسات الفكرية فحسب؛ بل بجميع مؤسسات الدولة.



وبمراجعة التصور الإستراتيجي لوزارة الإعلام، وتحليله، وهي التي تضطلع بتنظيم هذا المقوم الوطني المهم، وتنفيذه، ومن خلال ما يصفه البعض بـ "الإعلام الوطني" نجد أن رؤية الوزارة: تنص على أنها "قطاع إعلامي رائد محلياً، وإقليمياً يقدم محتوى إبداعياً موثقاً، ومؤثراً، ويساهم في تحقيق التطلعات الوطنية، وإيصال رسالة المملكة العربية السعودية، وأهدافها إلى العالم"، وأن للرسالة: تنص على أن الوزارة "تمكّن، وتحفّز نمو قطاع الإعلام السعودي لتقديم محتوى ابتكاري مؤثر، ومستدام مبني على قدرات وطنية، وشراكات محلية، ودولية، وتعزز من صورة المملكة داخلياً، وخارجياً؛ بما يحقق تطلعاتها الوطنية".

وأحسب أن التطلعات الوطنية التي أشير إليها في رؤية الوزارة، ورسالتها تبرز بشكل محدد من خلال مقومات الأمن الوطني الذي يعبر عنه- حديثاً- بأنه: ابتكار المقومات، وتنميتها، واستدامة المصالح الوطنية، وحمايتها من المهددات، والمخاطر الداخلية، والخارجية؛ وذلك لأن الإعلام كان، وسيظل يضطلع بأدوار وطنية كبيرة في تحقيق الأمن الوطني للدول؛ بل إن (جوزيف ناي) صنّفه مع العمل الدبلوماسي بالقوى الوطنية الناعمة، وأنه يتسق في أدائه مع القوة الاقتصادية للدولة، وقوتها العسكرية؛ وذلك فيما يسمى القوة الصلبة؛ بل إن استخدام القوة الناعمة (الدبلوماسية، والإعلام) مع (الاقتصاد، والقوة العسكرية) كقوة صلبة يحدثان ما يسمى بـ "القوة الذكية".



3.

ووفقا لهذا المنظور الشامل؛ فإن استخدام الإعلام بجميع أشكاله، وأنوعه يُعدُّ مُكِّنًا كبيرًا للعديد من مؤسسات الدولة المحترفة؛ وذلك من أجل تحقيق غاياته الوطنية، والمتمثلة ليس في تنمية الفكر الوطني فحسب؛ وإنما في غرس الأفكار، والقيم الوطنية المخططة، وتعزيزها، وتنميتها، وفي مساهمة متوازنة مع عدد من المؤسسات الأخرى ممثلة في مؤسسات التعليم، والثقافة، والترفيه، وفي إطار القيم الإسلامية الوسطية، والقيم، والأعراف الاجتماعية المرغوبة، والجميل في الأمر أن تطوير الإعلام يُستخدم في جميع مؤسسات الدولة، وظهر ما يسمى بالمتحدث الرسمي، وبالاتصال المؤسسي في القطاع الحكومي، وغير الربحي ناهيك عن تجربته، وقيمتها في القطاع الخاص؛ وبالتالي أصبحت جميع المؤسسات الوطنية تعمل في هذا الإطار الذي يرى الأهمية العلمية، والعملية للإعلام في تحقيق الأهداف المؤسسية، والوطنية. وبقدر إمكانات الإعلام لتحقيق التطلعات الوطنية، والأمن الوطني للدولة؛ فإن الإعلام يشكل تحديات داخلية، ومهددات خارجية لعدد من مقومات الأمن الوطني، ومن أبرز التحديات الداخلية: العجز عن استثمار أدوات الإعلام للاضطلاع بدورها الكبير، ومن أبرز المهددات الخارجية: التضليل، والاستهداف المعنوي، ونشر الشائعات



وبدراسة تحليل التطور العلمي، والتقني في مجالات الإعلام؛ فإنه زاد من حجم الفرص، وبالحجم ذاته في التحديات التي تمس المكون الإعلامي، ودوره الوطني، الأمر الذي يتطلب ضرورة المواكبة في الابتكار المستمر، وتنمية استخدام الإعلام في تحقيق أهدافه الوطنية، وفي حماية الوطن، والمجتمع من التهديدات الخارجية.

والجدير بالذكر أن تطوير التطبيقات الإعلامية، وعولمتها؛ بل وتيسير استخدامها من قبل العديد من أفراد المجتمع في إطار ما بات يسمى بـ (الإعلام الاجتماعي) زادت مسؤولية تقنين الإعلام، وتوظيفه في تحقيق القضايا الوطنية، ولعل الأزمات، والمخاطر الوطنية أبرزت ذلك بشكل واضح يمكن رصده ببسر، وسهولة؛ ففي جائحة كورونا برز دور الإعلام الحكومي، والإعلام الاجتماعي، وتأثيرهما في توعية أفراد المجتمع، وكذلك في الأزمة السياسية التي مرت بها العلاقات السعودية القطرية برز دورها، وبالذات الدور الجماهيري في الدفاع عن الدولة، والتعبير عن زيادة التوحد من إستراتيجياتها



وهذان المثالان يبرزان الدور الوطني الممكن للإعلام ليس في مجال تنمية الفكر الوطني وحسب؛ بل وفي تحقيق الكثير من التطلعات الوطنية غير أن ذلك يحتاج تطوير إستراتيجيات وطنية تشمل الجانب التشريعي، والتقني، والمهاري للعاملين في هذا المجال، ولعل من يحلل القفزات النوعية في منظومة وزارة الإعلام، والهيئات المرتبطة، ومن أبرزها مؤسسيًا: التواصل الحكومي، والهيئة العامة لتنظيم الإعلام، وهيئة الإذاعة، والتلفزيون، ووكالة الأنباء، وفي مجال المبادرات التي من أبرزها: أكاديمية الإعلام التي يُعَوَّل عليها كثيرًا في تطوير القدرات البشرية للوضع الراهن، والمستقبل، وكذلك المؤتمر الصحفي الحكومي، وأخيرًا المنتدى السعودي للإعلام؛ إذ به يمكن القفز بآليات تحقيق الأهداف الوطنية للإعلام الوطني.

وبقي القول: إن مراكز الفكر، ومراكز الدراسة بحاجة ماسة للاضطلاع بدورها الوطني في قياس أثر القفزات الإعلامية الوطنية في التعامل مع عوامل النجاح الممكنة، وكيفية استثمارها، وهذا ما يمكن التعويل عليه في القضايا الحرجة ذاتها؛ من حيث التعامل مع عوامل الضعف في المؤسسات الإعلامية، والمهددات الخارجية، وكيفية التعامل معها، والأهم من ذلك كله: معرفة ما هي الآثار الوطنية التي ترتبت على هذا التطوير، وهل أنت وفق المخطط، أم أنها لاتزال بحاجة ماسة لمزيد من التطوير.

التعليق الثاني - د. سعيد الغامدي

مقدمة:

أتفق فيما ذهب إليه كاتب الورقة الرئيسة من أن وسائل الإعلام ليست مجرد ناقل للمعلومات؛ بل هي شريك أساسي في بناء الفكر المحلي، وتنميته؛ فمن خلال أدوارها المتعددة يمكن أن تسهم في تحقيق التنمية الشاملة، وزيادة وعي الأفراد بقضاياهم المحلية، والعالمية؛ مما يعزز من مشاركتهم الفعالة في المجتمع، والعمل من أجل مستقبل أفضل، ولقد ذكر د. إبراهيم البعيز بعض الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام المحلية في تنمية الفكر المحلي التي تمثلت في رفع الوعي بالقضايا المحلية، وتمثيل الصوت المحلي، وتشجيع المشاركة في الحوار المحلي، وتعزيز الشفافية، والمساءلة، ومواجهة الكوارث، والأزمات الطارئة، وإبراز الجوانب الثقافية، وخدمة التنمية الاقتصادية، ويسرني أن أضيف إلى ما ذكر، أو أفصل في جوانب أخرى أرى أهميتها؛ فأقول: إنه يمكن لوسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية أن تؤدي أدوارًا مهمة من خلال تبني إستراتيجيات تحتوي على مبادرات إعلامية تتماشى مع رؤية المملكة 2030م، وقيمها الثقافية، والاجتماعية في تنمية الفكر المحلي، ومنها على سبيل المثال لا الحصر ما يأتي:

تعزيز الوحدة الوطنية، والتماسك الاجتماعي:



يمكن للإعلام السعودي تقديم برامج تهدف إلى ترسيخ الشعور الوطني؛ وذلك من خلال تسليط الضوء على الإنجازات الوطنية، والمناسبات المهمة، وكذلك تعزيز من انتماء الأفراد لوطنهم، وتعزيز التفاهم بين الفئات المختلفة داخل المجتمع؛ وبذلك يكون الإعلام جسراً للتواصل بين مختلف الفئات الاجتماعية، والثقافية في المجتمع؛ مما يساعد على تقليل الفجوات، والاختلافات بين أفرادها

وإضافة إلى ذلك يمكن أن يقوم الإعلام بمواجهة خطاب الكراهية، والتطرف الفكري؛ وذلك من خلال تقديم محتوى معتدل، وإيجابي يعزز قيم التسامح، والتعايش، ولعل العمل الإعلامي الهادف يعمل على مواجهة الانقسامات من خلال نشر رسائل التسامح، والتعايش بين أفراد المجتمع، ويعزز من الوحدة، والتضامن الوطني.

مواجهة التغريب:

يؤدي الإعلام دوراً مهماً في مكافحة التغريب الثقافي، ومواجهة التأثيرات السلبية للعولمة؛ وذلك من خلال البرامج الوثائقية، والمقالات التي تسلط الضوء على التاريخ، والعادات، والتقاليد، والقيم الوطنية، وإبراز التراث المحلي



كما يمكن للإعلام أن يواجه التأثيرات السلبية للثقافات الدخيلة؛ وذلك من خلال المحتوى الإعلامي الذي يعزز القيم الأخلاقية، والاجتماعية التي تسهم في بناء مجتمع قوي، و متماسك، وإضافة إلى ذلك من المهم أن يساهم الإعلام في الحفاظ على اللغة العربية، ويساعد على نشرها بكل الطرق، خاصة في مواجهة التحديات المستمرة لموجات العولمة.

مواكبة التطورات العالمية:

يمكن للإعلام المحلي، ومن خلال تقديم محتوى يجمع بين المحلي والعالمي توسيع آفاق الأفراد حول القضايا العالمية، وربط المجتمع المحلي بالأحداث، والتغيرات العالمية، مثل: التكنولوجيا، والاقتصاد، والسياسة، كما يسلط الضوء على التقنيات الحديثة، وفهم التطورات التكنولوجية، وتطبيقها، وكيفية الاستفادة منها في تحسين الحياة اليومية، كما يمكن للإعلام أن يعزز التفكير العالمي؛ وذلك من خلال مساعدة أفراد المجتمع على فهم علاقتهم بالعالم، وبشجعهم على التفاعل الإيجابي مع القضايا العالمية، وتوعية المجتمع بتأثير الأحداث العالمية على المستوى المحلي.

تشجيع الإبداع، والابتكار:

يقوم الإعلام المحلي بإنتاج مواد إعلامية لإبراز المواهب الوطنية؛ وذلك من خلال توفيره المنصات التعريفية بهم، ونشر قصص نجاح المواهب المحلية من مبدعين، ومخترعين، وتسليط الضوء على التجارب الناجحة لتحفيز الآخرين في مجالات عدة، مثل: الفن، والأدب، والتكنولوجيا، والرياضة، وغيرها؛ مما يساعدهم على الوصول لجمهور أوسع، وإقناعه بهذه الرسائل المهمة، وكذلك يمكن نشر الأفكار الجديدة، وتسليط الضوء على الابتكارات المحلية لإلهام الآخرين لتقديم أفكار جديدة، كما يمكن للإعلام أن يروج للتقنيات التعليمية الحديثة، ويشجع على تطوير المهارات المستقبلية.

بناء الفكر النقدي:



من المهم أن يقوم الإعلام الوطني بتعليم مهارات التحليل، والنقد؛ وذلك من خلال تقديم محتوى إعلامي يساهم في تحسين قدرة الجمهور على التحليل، والتفكير النقدي، والمستقل، مثل: البرامج، والتحقيقات الصحفية التي تناقش القضايا بعمق، كما يمكن أن يقوم بكشف التضليل الإعلامي، ومساعدة الناس على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوبة؛ مما يقلل من تأثير الشائعات، وهنا يمكن فتح المجال أمام مختلف وجهات النظر لتعزيز الحوار المجتمعي حول القضايا الكبرى، والمهمة للبلاد بشكل عام.

تشجيع الحوار حول القضايا المستقبلية:

يشجع الإعلام السعودي الحوار حول عدد من القضايا المستقبلية المهمة، مثل: مجال التكنولوجيا، والابتكار كتأثير الذكاء الاصطناعي على سوق العمل، والابتكارات في مجال الطاقة المتجددة، والتغير المناخي، وتطوير المناهج الدراسية لتلبية احتياجات المستقبل، وتعزيز التعليم المهني، والتقني وفي مجال التعليم، والتدريب، كما يركز على التنوع الاقتصادي بعيدًا عن النفط، وريادة الأعمال، ودعم الشركات الناشئة في المجال الاقتصادي، أما مجال البيئة، والاستدامة؛ فقد يركز على التغير المناخي، وتأثيره على السعودية، ومبادرات الحفاظ على البيئة، والموارد الطبيعية، ويناقش في مجال الصحة العامة التأهب للأوبئة، والأمراض المستقبلية كتحسين جودة الرعاية الصحية، وفي المجال الثقافي قد يناقش دور الشباب في صنع القرار، وتعزيز الهوية الثقافية في ظل العولمة، كما يناقش تخطيط المدن الذكية، وتطوير البنية التحتية، والإسكان المستدام في مجال التنمية الحضرية.

دعم القضايا الإنسانية:

وهنا يسلط الإعلام الوطني الضوء على قضايا، مثل: الفقر، والتمييز، وانعدام المساواة؛ مما يساعد على معالجتها، كما يمكن تقديم برامج، ومحتوى يدعم حقوق الفئات الضعيفة، مثل: الأطفال، والنساء، وذوي الاحتياجات الخاصة، ومن أهم الجوانب- أيضًا- مساهمة الإعلام في تشجيع القيم الإيجابية في المجتمع، ومنها: العمل الجماعي، والتطوع، والتضامن الإنساني، ومن المهم جدًا- في هذا الإطار- إبراز الأدوار الرائعة التي يقوم بها مركز الملك سلمان للإغاثة، والأعمال الإنسانية، وتغطية المشاريع التي قام، ويقوم بها في مختلف دول العالم



ففي إحصائية أخيرة على منصة المساعدات السعودية الرسمية، والتابعة للمركز وصلت المبالغ التي أنفقتها المملكة العربية السعودية خلال العقود الأربعة الأخيرة إلى (499.84) مليار ريال سعودي؛ أي: ما يعادل (133.29) مليار دولار أمريكي لتمويل (4768) مشروعًا تنمويًا، وإغاثيًا في (172) بلدًا حول العالم.

رفع الوعي السياسي:

وأخيراً يمكن للإعلام السعودي التركيز على عدد من القضايا السياسية المهمة، كتأثير العلاقات السعودية مع القوى الكبرى في العالم على البلد، وعلى المنطقة، والتعاون الإقليمي في مواجهة التحديات المشتركة، وقضايا الأمن القومي، مثل: التهديدات الأمنية من الجماعات المتطرفة، وإستراتيجيات تعزيز الأمن الداخلي، والإقليمي، كما يمكن مناقشة الإصلاحات السياسية، والاقتصادية في إطار رؤية المملكة 2030م، وتأثير الصراعات في المنطقة، ودور السعودية في جهود السلام، والاستقرار في المنطقة، والعالم.

نماذج لبرامج وطنية ساهمت في تنمية الفكر المحلي:

المتابع للإعلام السعودي يرى أنه أصبح شريكاً أساسياً في تنفيذ رؤية المملكة 2030م؛ وذلك عبر تقديمه عدد من البرامج التي تعكس التنوع المحلي، والطموح العالمي، ومن تلك البرامج التي ربما تساهم في تنمية الفكر المحلي، وبناء جيل واعٍ بثرائه، وبمتطلبات المرحلة الراهنة، ومنفتح على العالم، وقادر على الإبداع، وجاءت هذه البرامج على النحو الآتي:

1. برنامج "مسيرة طويق" على قناة (روتانا) خليجية الذي بُني على مقولة صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز، ولي العهد رئيس مجلس الوزراء في تشبيه مبادرة روح السعوديين التي لا تُقهر بالقوة التي لا تترزع لجبل (طويق)، ويوثق البرنامج إنجازات «رؤية السعودية 2030م» في مختلف القطاعات بالأرقام، والإحصاءات، ويسلط الضوء على المُنجزات، والمبادرات الكبرى، والتحول على كل الأصعدة، وتعزيز القيم الإيجابية، كما يركز على رحلة التنمية، والتطور، والابتكار، وتشجيع الابتكار في جميع المجالات، وتوضيح الدور الحيوي للجهات الحكومية ذات العلاقة، وإلهام المشاهدين للمشاركة في مسيرة التنمية، والبناء بالمملكة.

2. برنامج "المشروع" على القناة السعودية، ويسلط الضوء على أهم المشاريع السعودية الضخمة أثناء الإنشاء، وما بعد الإنجاز، ومدى الاستفادة منها.

3. برنامج "هنا الرياض" على قناة الإخبارية، ويناقش آخر الأخبار السياسية، وأبرز الأخبار الاقتصادية التي تخص المملكة، والعالم؛ وذلك بمشاركة خبراء، ومسؤولين في الشأن السياسي المحلي، والدولي.

4. برنامج "إنسان" في إذاعة السعودية، ويُعنى بقضايا التنمية المجتمعية، والتطوع، ويعرض تجارب أفراد ساهموا في خدمة المجتمع.
 5. برنامج "من الصفر" على شاشة MBC1، ويقدم قصصًا لقامات، وملهمين من المجتمع السعودي بدأوا حياتهم كعصاميين، ووصلوا إلى مراكز مرموقة، أو حققوا إنجازات كبيرة في حياتهم.
 6. برنامج "الليوان" على قناة (روتانا) خليجية، وهو من أهم البرامج الحوارية الشيقة مع شخصيات معروفة سعودية، وغير سعودية، ويحاول إبراز مساهماتها الكبيرة في مجالاتها المتعددة.
 7. برنامج "إرث" على القناة السعودية، ويستعرض أحداثًا، وشخصيات سعودية، أو سكنت شبه الجزيرة العربية بأسلوب سرد استقصائي؛ وذلك من خلال وثائق، وسجلات أجنبية موجودة بالمتاحف، والمكتبات العالمية، ومن خلال لقاءات مع أجانف مهتمين بهذا الشأن.
 8. برنامج "صنوان" على القناة السعودية، ويوثق قصص النخب الثقافية المبدعة من الشعراء، والإعلاميين، والأدباء.
 9. حملة "روح السعودية": حملة إعلامية في مختلف القنوات، والمنصات السعودية، وتروّج للمقوّمات الثقافية، والطبيعية للمملكة عبر أفلام وثائقية قصيرة.
- التحديات التي تواجه الإعلام الوطني:**



وعلى الرغم مما تقدم تواجه وسائل الإعلام المحلية العديد من التحديات التي تعيق قدرتها على تحقيق أدوارها، ومسؤولياتها في تنمية الفكر المحلي

1. ضعف الموارد المالية، أو محدوديتها، وتأثير ذلك على جودة الإنتاج الإعلامي، والحد من قدرة المؤسسات الإعلامية على استقطاب الكفاءات، أو استخدام تقنيات حديثة للإنتاج، أو البث.
2. اعتماد معظم وسائل الإعلام على الإعلانات؛ بصفتها مصدرًا رئيسًا للإيرادات؛ مما يخضعها لضغوط المعلنين، ويؤثر على استقلاليتها، وتوجهاتها الإعلامية، ويمنعها من تحقيق التوازن بين المحتوى التجاري؛ وذلك الذي يروج لأهداف التنمية المستدامة.

3. **ندرة الكفاءات الإعلامية المميزة** في بعض وسائل الإعلام؛ مما يؤدي إلى تقديم محتوى رديء الجودة، أو غير دقيق.
4. **ضعف التدريب الإعلامي المتخصص**، أو ندرته في بعض وسائل الإعلام؛ مما يؤثر على مهارات الصحفيين، والإعلاميين في تناول القضايا المحلية بشكل احترافي.
5. **ضعف مهارات كتابة المحتوى، وإنتاجه**؛ وذلك بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي، والمنافسة الشديدة من الإعلام الأجنبي.
6. **نقص الكفاءات التقنية**، أو الأدوات المتطورة لإنتاج محتوى عالي الجودة في بعض المؤسسات الإعلامية، كما أن تزايد الابتكارات التكنولوجية يجعل من الصعب على بعض وسائل الإعلام مواكبة التطورات المتلاحقة في المجالات التقنية الإعلامية المختلفة.
7. **صعوبة المنافسة مع منصات الإعلام الرقمي**، وتطبيقاته، وهو الذي يقدم محتوى مجانيًا، وسريعًا يستقطب الجماهير، والإيرادات بشكل لا يمكن أن يحدث لوسائل الإعلام التقليدية.
8. **انتشار الأخبار المضللة، والشائعات**، والمعلومات المغلوطة؛ بصفته نتيجة لتسديد الإعلام الرقمي، ووسائل الإعلام، والتواصل الاجتماعي الساحة الإعلامية؛ مما يشكل عبئًا إضافيًا على الإعلام التقليدي للتحقق من صحة المعلومات.
9. **تزايد التأثير السلبي للإعلام الخارجي** "العولمة الإعلامية"؛ حيث يؤدي تدفق المحتوى الأجنبي المشوق إلى نشر قيم، وأفكارٍ تتعارض مع الثقافة المحلية؛ مما يشكل تحديًا أمام وسائل الإعلام المحلية لحماية الهوية الثقافية، والوطنية، ويؤثر على نسب المشاهدة لبرامجها المحلية.
10. **انخفاض ثقة الجمهور** في بعض وسائل الإعلام المحلية، وتحولهم إلى قنوات أخرى بديلة؛ وذلك نتيجة لضعف المنتجات، وعدم جاذبية طرحها، أو لغياب الموضوعية، أو التركيز على قضايا معينة دون الأخرى، أو للأخطاء المتكررة.
11. **غموض بعض القوانين المتعلقة بالإعلام**؛ مما يؤدي إلى تضارب في تفسيرها، أو عدم تطبيقها بالشكل المطلوب.



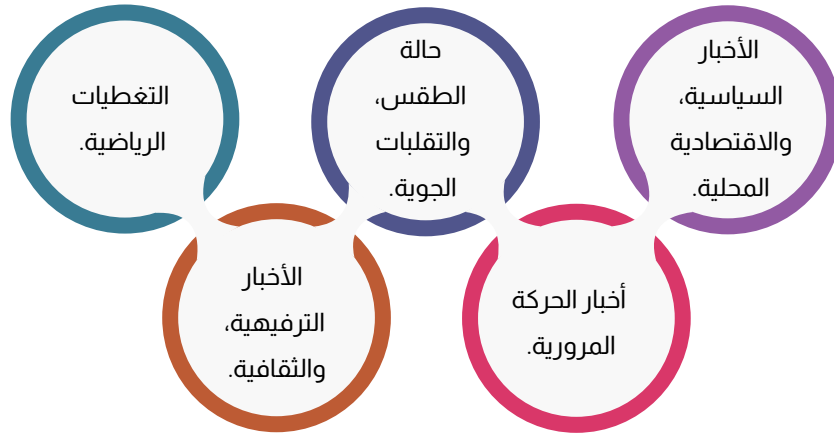
فتتداخل هذه العوامل مع بعضها البعض؛ لتجعل من الصعب على بعض وسائل الإعلام المحلية أن تؤدي أدوارها المأمولة في تنمية الفكر المحلي بفعالية؛ مما يتطلب جهودًا متكاملة لتجاوز هذه التحديات، وتعزيز التنوع الفكري، والإبداع في المحتوى المقدم.

التعقيب الثالث - د. حمد السمرين

أشار كاتب الورقة الرئيسة في ورقته إلى التجارب الإعلامية العالمية في تعزيز المنافذ المحلية مستشهدًا بهيئة الاتصالات الفدرالية الأمريكية FEDERAL COMMUNICATION COMMISSION (FCC) التي ذكر أنها حرصت على إدراج مواد تشريعية تحافظ على البعد المحلي في المحتوى الإعلامي، كما أكد أهمية الاستفادة من تلك التجربة في تطوير المشهد الإعلامي المحلي، وانطلاقًا من هذه الرؤية أود تسليط الضوء على تجربة إعلامية عايشتها في عدة قنوات في الولايات المتحدة الأمريكية، وأجد تجربتي العملية في قناة (6ABC) التابعة لشركة ديزني (DISNEY) تُمثل نموذجًا ناجحًا في تكريس البعد المحلي في الإعلام، وهو ما يمكن أن يُلهم في تطوير الإعلام السعودي المحلي.

التجربة الإعلامية في قناة 6ABC^[1]

تُعد قناة (6ABC) نموذجًا رائدًا للإعلام المحلي الناجح؛ حيث إنها تُقدم برنامجًا متميزًا يحمل اسم ACTION NEWS الذي يُعنى بالتغطية المباشرة، والشاملة للأخبار في منطقة فيلادلفيا الحضرية (PHILADELPHIA METROPOLITAN AREA) التي تضم مدينة فيلادلفيا^[2]، وبعض المقاطعات من ولاية بنسلفانيا، وديلاوير، ونيوجرسي، وتتميز هذه التغطية بالتركيز بالمقام الأول على القضايا التي تهم السكان المحليين لتلك المناطق، وتشمل:



[1] - للمزيد زيارة موقع القناة: [6ABC ACTION NEWS - WPVI PHILADELPHIA, PENNSYLVANIA, NEW JERSEY AND DELAWARE NEWS](https://www.actionnews6abc.com/)

[2] - تحتل مدينة فيلادلفيا المرتبة الرابعة كأكبر سوق إعلامي في الولايات المتحدة (2024) TOP U.S. MEDIA MARKETS <https://www.nielsen.com/us/en/insights/content/articles/2024/top-us-media-markets.html> بعد نيويورك، ولوس أنجلوس، وشيكاغو.

طريقة التغطية الإخبارية لبرنامج ACTION NEWS:

وتعتمد التغطية الإخبارية للقناة على جدول زمني دقيق؛ وذلك لضمان وصولها إلى أكبر شريحة من المشاهدين في الأوقات المناسبة؛ حيث يتم تقسيم الأخبار إلى فترات على مدار اليوم (أيام العمل الأسبوعية)^[1] وهي كالآتي:

1. النشرة الصباحية: تمتد من 4:30 الفجر حتى 7:00 صباحًا
2. نشرة الظهرية: تُبث من الساعة 12:00 إلى 1:00 مساءً.
3. نشرة العصر، والمساء: تبدأ من الساعة 4:00 مساءً حتى الساعة 7:00، وتنتقل التغطية الإخبارية لآخر نصف ساعة (6:30-7:00) للقناة الرئيسية لشبكة ABC لتقديم أخبار عالمية.
4. النشرة الليلية: تُعرض في الساعة 11 مساءً لمدة نصف ساعة.

تجربة شخصية في التغطية الإخبارية لحدث معين:

من أبرز التجارب التي عايشتها أثناء العمل في قناة (6ABC) كانت المقابلة التلفزيونية التي قمنا بها مع طبيب متخصص في أمراض القلب في أحد مستشفيات فيلادلفيا، وركزت المقابلة على تقديم إرشادات طبية حول كيفية التعامل مع الضغوط الناجمة عن متابعة المباراة النهائية لكرة القدم الأمريكية؛ حتى لا يُصاب أحدٌ من الجماهير بمكروه لا قدر الله؛ وذلك بسبب مشاركة فريق فيلادلفيا إيجلز في نهائي (SUPERBOWL 2018)، وتعكس هذه التجربة كيف يمكن للإعلام المحلي أن يُواكب اهتمامات متابعيه من خلال معالجة القضايا التي تمس حياتهم اليومية.

مواءمة التجربة مع الإعلام المحلي السعودي:

يُظهر هذا النموذج الإعلامي كيف يُمكن الاستفادة من التجارب العالمية، وتوظيفها؛ وفق رؤية محلية، ويمكن تطبيق تجربة (6ABC) في مدينة الرياض^[2]؛ وذلك عبر إطلاق قناة محلية مخصصة لتغطية أخبار العاصمة، وما حولها من المحافظات مع مراعاة القضايا التي تهم سكان تلك الأماكن، ومن أبرز الدروس المستفادة:

[1] - تختلف التغطية في الإجازة الأسبوعية.

[2] - يقارب عدد سكان الرياض حاليًا (8) مليون نسمة. المصدر1، المصدر2



الخاتمة:

يتطلب الإعلام المحلي تحقيق التوازن بين المحافظة على الهوية الوطنية والانفتاح على المعايير المهنية العالمية، وتجربة (6ABC) تُثبت أن الإعلام المحلي القوي لا يتعارض مع التوجهات الإعلامية العالمية؛ بل يمكن أن يكون جزءاً من منظومة إعلامية متكاملة إذا أُدمج في بيئة إعلامية مرنة، ومتطورة؛ وبناءً على ذلك فإن تطوير الإعلام السعودي يمكن أن يستفيد من هذا النموذج لتعزيز حضوره، وتأثيره على الساحتين: المحلية، والعالمية؛ وذلك عبر تقديمه محتوى يخدم المجتمع، ويرتقي بمهنية الإعلام، ويحافظ على الخصوصية الثقافية، والهوية الوطنية.

[1] يوفر العدد الكبير لسكان الرياض مثلاً بيئة جذابة للمعلنين عبر الوصول لأكثر شريحة مستهدفة من الجماهير، وهذا كذلك يساعد على انتعاش الحركة التجارية والاستثمارية.

المداخلات حول القضية:

الإعلام المحلي بين غياب المتابعة وانتشار الشائعات:



يواجه الإعلام المحلي انتقادات كبيرة؛ وذلك بسبب غياب المتابعة الجادة للقضايا التي يتم نشرها في وسائل الإعلام؛ حيث يقتصر دوره على نقل الخبر الأول دون التعمق في التفاصيل؛ مما يؤدي إلى انحسار القضية سريعاً، وفتح المجال أمام الإشاعات، والتكهنات على منصات التواصل الاجتماعي بسبب نقص المعلومات، أو التشويش عليها.

ويرجع هذا القصور إلى سببين رئيسيين: الأول - هو البيروقراطية التي تحكم أجهزة الدولة في تدفق المعلومات؛ حيث- غالباً- ما تتردد في الكشف عن تفاصيل كافية لأسباب متعددة، الثاني - هو غياب الاحترافية لدى بعض الإعلاميين الذين يفتقرون إلى الشغف المهني، ويكتفون بتقديم الأخبار دون متابعتها، أو تحليلها؛ فعلى سبيل المثال: قبل سنوات انتشرت أخبار عن انتحار طالبة في إحدى مدارس الرياض؛ حيث كانت معظم التفاصيل مستمدة من شهادات غير رسمية من معلمات المدرسة، وطالباتها؛ مما أدى إلى تضارب الروايات، وإضافة اجتهادات شخصية، وفي المقابل نقلت وسائل الإعلام الخبر بشكل مقتضب دون إجراء تحقيق معمق لمعرفة أسباب الحادثة التي تم إرجاعها إلى العنف الأسري من قبل والدها، أو التصرف القاسي من معلمة.

وفي مثل هذه الحالات كان من الضروري أن يتابع الإعلام القضية بعمق، ويجري تحقيقات دقيقة لمناقشة أبعادها، مثل: العنف الأسري، والمشكلات النفسية لدى المراهقين، وطبيعة العلاقة بين المعلمين والطلاب؛ مما يساعد على تعزيز الوعي الاجتماعي بشأن هذه القضايا الحساسة.



وعلى الرغم من أن الإعلام يُعتبر منصة مفتوحة لتلقي الأخبار إلا أن متابعته، وتوسيع سياقاته يواجه قيودًا مهنية، ومؤسسية؛ مما يستدعي إعادة النظر في دوره؛ وذلك بهدف تحقيق التوازن بين نشر الخبر وتحليله؛ بما يخدم المجتمع، ويمنع انتشار الشائعات

فإن قضية انتحار مراهقة ليست مجرد حادثة فردية؛ بل هي قضية مجتمعية تتطلب توظيف الأدوات الإعلامية، والاجتماعية لفهم أسبابها، وتداعياتها؛ بما يساعد على مناقشتها في سياق سوسيولوجي أوسع، لكن في الوقت نفسه هناك قضايا تتعلق بالأسرة، أو بالجهات السيادية تتطلب حساسية إعلامية في تناولها، وفي هذه الحالات يتعين على الإعلام أن يسهم في تسليط الضوء على هذه القضايا بدون إثارة رأي عام مضلل، أو نشر تفاصيل قد تضر بالاستقرار الاجتماعي، أو الأمن الوطني.

ومن جهة أخرى؛ فقد سادت وسائل التواصل الاجتماعي الساحة الإعلامية بشكل كبير؛ وذلك نتيجة لهذه السياقات الإعلامية الصارمة؛ حيث بدأ الجمهور يدرك البيروقراطية، والجمود في بعض الأجهزة الرسمية؛ مما جعل منصات التواصل تصبح المصدر الرئيسي للمعلومات، والشائعات، وهذا الوضع يفرض على الإعلام المحلي التكيف مع التغيرات الحاصلة في المشهد الإعلامي الحديث، وأن يكون أكثر فاعلية في منع انتشار الشائعات، والتكهنات



فالتحديات التي يواجهها الإعلام المحلي تتطلب إعادة هيكلة آليات العمل الإعلامي بشكل يتناسب مع التحولات الرقمية، وضرورة زيادة الاحترافية، والمتابعة المستمرة؛ وذلك لضمان توصيل الأخبار بدقة، وموضوعية، وكذلك نفي الشائعات فور تداولها.

الإعلام الحكومي، وتعزيز التفاعل مع المحتوى المحلي:

يختلف دور إدارات الإعلام في الأجهزة الحكومية من جهة إلى أخرى، ويعتمد ذلك على عدة عوامل، مثل: مستوى الوعي بأهمية الإعلام، ومدى استقلالية هذه الإدارات، وطريقة إدارة الملفات الإعلامية، وعلى الرغم من الطموحات التي وُضعت لكي تصبح وسائل الإعلام الحكومية أداة فَعَّالة للتأثير، والتفاعل إلا أن التطبيق الفعلي يكشف عن تفاوت ملحوظ في الأداء بين مختلف الجهات الحكومية



ولا تزال العديد من إدارات الإعلام تركز - بشكل أساسي - على نشر أخبار المسؤولين، والفعاليات الرسمية، والتغطيات البروتوكولية؛ مما يطغى عليه الطابع الترويجي بدلًا من كونه إعلامًا تفاعليًا يعالج قضايا تلامس المجتمع بشكل مباشر. وهذا التوجه يؤدي إلى جعل الإعلام الحكومي في كثير من الأحيان بعيدًا عن الجمهور؛ حيث يقتصر على نقل البيانات دون تقديم رؤى تحليلية، أو إنتاج محتوى مؤثر.

ومن أبرز الإشكاليات التي يواجهها الإعلام الحكومي ضعف التفاعل مع الجمهور، وعلى الرغم من انتشار وسائل التواصل الاجتماعي؛ فإن العديد من الحسابات الرسمية لا تستجيب بفعالية لاستفسارات المواطنين؛ بل تقتصر على نشر المحتوى الرسمي، كما أن عدم الاستجابة السريعة للأخبار المضللة يترك فراغًا تستغله مصادر غير رسمية؛ مما يؤدي إلى انتشار الشائعات، وإضافة إلى ذلك يُلاحظ أن الإنتاج الإعلامي الحكومي لا يزال يعتمد في كثير من الأحيان على الأساليب التقليدية، مثل: البيانات الصحفية المطولة، والتغطيات النصية بدلًا من تبني تقنيات الإعلام الحديث، مثل: الفيديوهات القصيرة، والتقارير التفاعلية التي تلائم جمهور اليوم، وهذا القصور يجعل المحتوى الحكومي أقل جاذبية، خصوصًا في ظل المنافسة القوية من الإعلام الخاص، ووسائل التواصل الاجتماعي.



ومع ذلك تم تحقيق تحسن ملحوظ في بعض الجهات الحكومية التي تبنت إستراتيجيات إعلامية تفاعلية؛ فعلى سبيل المثال: قدمت وزارتا الصحة، والتجارة أداءً جيداً في التعامل مع الجمهور خلال جائحة كورونا؛ حيث تم تقديم معلومات دقيقة ردت على استفسارات الجمهور بشكل مباشر؛ مما ساعد في تعزيز الثقة كما أصبحت وزارة الداخلية أكثر تفاعلاً مع الجمهور من خلال نشر محتوى رقمي جذاب، وسريع الاستجابة، ونظرياً توجد توجيهات واضحة بأن الإعلام الحكومي يجب أن يكون أكثر تأثيراً، لكن الواقع يشير إلى أن العديد من الإدارات الإعلامية لا تزال تعتمد على النهج التقليدي، والجهات التي طورت أدواتها الإعلامية، واستثمرت في الإعلام الرقمي بدأت تحقق نتائج إيجابية في بناء الثقة، والتفاعل مع المجتمع، وما هو مطلوب حالياً هو تحول إدارات الإعلام الحكومي من مجرد ناقل للأخبار إلى صانع محتوى يعزز الوعي، ويسهم في التنمية الفكرية.



وفيما يتعلق ببيروقراطية الأجهزة الحكومية، وتحكمها في الخبر، أو القضية التي يدور حولها الحديث، وعدم الإفصاح عن تفاصيلها بدرجة كافية لاعتبارات كثيرة؛ فإنه يرتبط بقضية لم تُحسم بشكل كامل، وهي ما يعرف بنظام "المعلومات العامة" الذي يرتكز على فلسفة حق المواطن في المعرفة

وبدأت الإرهاصات الأولى لهذا النظام في المواقع الإلكترونية من خلال صفحات البيانات المفتوحة، وهو قيد الدراسة حالياً، وعند صدوره قد يُلزم الجهات الحكومية بتوفير المعلومات التي يطلبها المواطن، خاصة الصحفيين طالما أنها لا تمس الأمن الوطني، أما فيما يتعلق بما تم ذكره حول "احترافية بعض الإعلاميين، وغياب الشغف المهني لديهم"؛ فإن هذا يمثل جانباً آخر من المشكلة التي تواجه الإعلام الحكومي؛ حيث تتطلب الإصلاحات الإعلامية الحالية تطوير مهارات الإعلاميين، ورفع مستوى التزامهم المهني.



ومن جهة أخرى أُنْفَق على ضعف الكوادر الإعلامية؛ وبالتالي يمكن توجيه التوصية إلى ضرورة الاهتمام بتطوير أداء الصحفيين، ومواكبة الأساليب الحديثة لتقديم المواضيع، وجذب الجمهور، ويُعد الإعلام المحلي في كل مدينة، أو قرية مُهِمًّا للغاية، وليس بالضرورة أن يكون صحيفة ورقية، أو برنامجًا تلفزيونيًا، أو إذاعيًا إذا لم يكن ذلك ممكنًا؛ بل يمكن أن يكون كافيًا للاعتماد على مواقع إلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل مهني، وجذاب، وذي مصداقية لمتابعة الأخبار، والقضايا المحلية، وأن يتم تناول ذلك بالتحليل، وإجابة أسئلة الجمهور، والأهم هو سهولة إتاحة ذلك.

وبالإشارة إلى عدم متابعة بعض الأحداث، وتقديم آراء مختلفة؛ فالتصور أن الصحافة الاستقصائية ما زالت ضعيفة، وتحتاج إلى تطوير؛ ففي الغالب يكتفي الصحفيون بنقل الحدث، وإضافة ما تقوم به الجهات الرسمية بشأنه، وينتهي الموضوع بينما يمكن تناول المواضيع من عدة جوانب تُفيد الجمهور، أما فيما يتعلق بوسائل الإعلام التقليدية؛ فهي تعتمد على نقل البيانات الصحفية؛ سواء من الجهات الرسمية، أو القطاع الخاص كما هي، وربما يُضاف فقط رأي، أو تعليق "خبير" على البيان، لكن هذا لم يعد كافيًا للجمهور الذي يتجه إلى المنصات الإلكترونية للاستماع لوجهات نظر مختلفة قد تكون مضللة، أو غير دقيقة، وهناك خلط واضح بين العلاقات العامة، والتسويق، والإعلام، وما زال الإعلام في العديد من الجهات يعمل في اتجاه واحد، وليس تفاعليًا باتجاهين، كما يُلاحظ إخفاق الإعلام في تناول قضايا، ومشاريع تنموية بالشكل المناسب، مثل: قضية التغير المناخي، والتلوث البيئي، وتأثيراته على المجتمع المحلي اقتصاديًا، واجتماعيًا، وسياسيًا، أو المشاريع الكبرى التي تقوم بها المملكة، والتطورات المختلفة، وعلاقتها، وتأثيرها على المجتمع.

ومن المفيد أن تعمل الجهات الحكومية ذات العلاقة، وأصحاب المصلحة من الإعلاميين، والمؤثرين الاجتماعيين على تحسين جودة الإعلام المحلي، ودوره في المناطق؛ بما يتسق مع التوجهات الحكومية، وأهداف رؤية السعودية 2030م؛ وذلك بالتنسيق مع إمارات المناطق، والجامعات، ومراكز الدراسات، والمؤسسات غير الربحية، والمهتمين من الإعلاميين، والمواطنين بتطوير برنامج يهدف إلى تنظيم الإعلام المحلي، وحوكمة مهنية الإعلام، وتحسين مستواه، ووضع معايير للمصداقية، والتوافق مع الأنظمة، والقيم الوطنية.

تحديات تعزيز دور الإعلام في تنمية الفكر المحلي:

على الرغم من الطرح المهم الذي قدمته الورقة الرئيسة حول دور الإعلام في تنمية الفكر المحلي إلا أن هناك بعض النقاط التي تحتاج إلى مزيد من التحليل، والدراسة، خصوصًا فيما يتعلق بتحديات الإعلام في عصر الرقمنة، ومن أبرزها:



1. غياب إستراتيجيات عملية لمواجهة ضعف تأثير كتابة الرأي: تم الإشارة إلى تراجع تأثير المقالات التحليلية، والكتابة الجادة، ولكن لم يتم التطرق إلى حلول عملية لاستعادة هذا الدور في ظل المنصات الرقمية، ويحتاج الإعلام إلى تطوير أساليب جديدة لجعل المحتوى التحليلي أكثر جذبًا للجمهور، ويمكن تحقيق ذلك من خلال دمج التكنولوجيا الحديثة، مثل: الفيديوهات التفاعلية، أو تقديم مقاطع مختصرة تكون أكثر توافقًا مع اهتمامات المتابعين على منصات الإنترنت.

2. إشكالية غياب الكتاب الجريئين، ودور الإعلام في تعزيز حرية الطرح: أشارت الورقة الرئيسة بشكل غير مباشر إلى تأثير الإعلام على الفكر المحلي، لكن من المهم التعمق في مسألة الرقابة الذاتية التي يواجهها الكتاب، والمطلون في المملكة، والكثير من الإعلاميين يواجهون صعوبة في تقديم طرح جريء؛ وذلك بسبب المناخ الإعلامي الذي يميل إلى الحياد، أو التناول السطحي للقضايا، وينبغي على الجهات المعنية أن تعمل على تعزيز حرية التعبير مع الحفاظ على المسؤولية المهنية لتشجيع الكتاب على تقديم نقد بناء، وطرح موضوعات حساسة بلا خشية من العواقب القانونية، أو الشخصية.

3. العلاقة التفاعلية بين الإعلام والجمهور في عصر الإعلام الرقمي: تناولت الورقة الرئيسة دور الإعلام في تنمية الفكر، لكنها لم تركز بما فيه الكفاية على العلاقة التفاعلية بين الإعلام والجمهور، وفي عصر الإعلام الرقمي لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ للمحتوى؛ بل أصبح شريكًا في صناعة هذا المحتوى، ومن المهم إشراك الجمهور في الحوار، والنقاش بدلاً من الاكتفاء بنشر المقالات التقليدية، ويحتاج الإعلام إلى تطوير آليات تتيح تفاعل الجمهور، وإسهاماته في صنع الفكر المحلي.

4. التحول الرقمي، وأثره على الاستثمار في الإعلام: تعتبر المملكة العربية السعودية واحدة من البلدان التي شهدت تحولًا رقميًا ملحوظًا، وهو ما يفتح آفاقًا واعدة للاستثمار في الإعلام الرقمي، ومع رؤية 2030م تتزايد الفرص لتطوير منصات إعلامية جديدة يمكنها خلق محتوى مبتكر، ومؤثر، وإن الاستثمار في الإعلام الرقمي - خاصة في مجالات منصات التواصل الاجتماعي، والإعلانات الرقمية - يوفر فرصًا اقتصادية كبيرة تتماشى مع احتياجات السوق السعودي.

5. تعزيز دور الإعلام في تنمية الفكر المحلي: ينبغي على الإعلام المحلي أن يساهم في إنتاج محتوى يعزز الفكر المحلي، ويحمي القيم الثقافية، والاجتماعية للمجتمع السعودي، هذا بالإضافة إلى ضرورة الانفتاح على العالم، وتبادل الأفكار مع الثقافات الأخرى، كما يجب أن يكون هناك اهتمام بإنتاج محتوى إبداعي يعكس التنوع الثقافي، والحضاري للمملكة، ويجب أن تكون المنصات الإعلامية المحلية قادرة على إيصال هذا المحتوى بطريقة مبتكرة، وجذابة للمجتمعات المستهدفة.



6. **توظيف الشباب، وتطوير رأس المال البشري في الإعلام:** يعد من أهم التحديات التي يواجهها الإعلام المحلي هو قلة الكفاءات الإعلامية الشابة المدربة بشكل كافٍ، ولا يوجد تكامل فعال بين المؤسسات الإعلامية والجهات الأكاديمية في المملكة؛ وذلك لتدريب الشباب، وصقل مهاراتهم؛ مما يضطر بعض المؤسسات للاعتماد على الكفاءات الأجنبية، ويجب على القطاع الإعلامي في المملكة العمل على إنشاء برامج تدريبية، وشراكات مع الجامعات لتطوير مهارات الشباب في مجال الإعلام الرقمي، والفني.

7. **تأخر تطوير الشكل، والمضمون الإعلامي:** تعاني الصحف، والقنوات المحلية من تأخر في تطوير الشكل، والمضمون الإعلامي؛ بما يتماشى مع التطورات الرقمية، وبينما حققت قنوات، مثل (CNN)؛ طفرة في ابتكار أشكال جديدة للمحتوى لم تستطع وسائل الإعلام المحلية أن تواكب هذه التطورات بالسرعة نفسها، وينبغي على المؤسسات الإعلامية السعودية تبني الابتكار في تقديم المحتوى، خصوصاً باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات لتطوير أساليب جديدة في الإعلام.

8. **تحديات الصحف المحلية في عصر الرقمنة:** رغم نجاح بعض الصحف العالمية في البقاء قوية بفضل تنوع محتواها، وتبني أشكال جديدة في التغطية؛ فإن الصحف المحلية لم تتحول رقمياً بشكل كامل بعد، وتواجه الصحف المحلية صعوبة في المنافسة مع الصحف العالمية التي تعتمد على تقنيات حديثة في تطوير محتواها، ويجب على الصحف المحلية أن تعمل على تحديث منصاتها الإلكترونية، واستخدام الأدوات الرقمية الحديثة لجذب الجمهور، وزيادة التأثير.

نحو إستراتيجية شاملة لتفاعل الإعلام المحلي مع قضايا المجتمع:

تأسست هيئة الإذاعة، والتلفزيون منذ (13) عاماً، وتبعتها الهيئة العامة للإعلام المرئي، والمسموع التي تشرف - حالياً - على تنظيم قطاع الإعلام، وكانت الهيئتان تهدفان إلى تنظيم الإعلام من خلال جهاز تشغيلي، وآخر تنظيمي



وتعد هيئة الإذاعة، والتلفزيون الجهة المسؤولة عن القضايا الإعلامية، وتنمية الفكر المحلي، وعلى الرغم من أن هناك برامج تناولت الشأن المحلي عبر قنواتها؛ فإن هذه البرامج تفتقر أحياناً إلى الشفافية، والصراحة، وتخلو من الطرح الجريء في بعض الأحيان؛ مما يستدعي الحاجة إلى تقديم معالجة أكثر وضوحاً، وشجاعة في القضايا الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية؛ فمعتزائد وسائل الإعلام العابرة للحدود أصبح من الضروري أن تتحمل وسائل الإعلام المحلية مسؤولياتها في ربط المواطن بوطنه، وهو دور لا يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام الأجنبية

ومن جانب آخر يفرض المجلس الأعلى السمعي البصري في فرنسا على وسائل الإعلام المحلية عرض حد أدنى من البرامج المنتجة محلياً باللغة الفرنسية، وفي هذا السياق يمكن التفكير في تبني نموذج مشابه في المملكة؛ بما يساهم في تعزيز الإعلام المحلي، كما ينبغي التركيز عليها في هذا السياق على:

1. **تعزيز الشفافية، والحرية:** يجب أن تسعى هيئة الإذاعة، والتلفزيون إلى تعزيز الشفافية، والحرية في معالجة القضايا التي تهم المواطنين، والمقيمين في المملكة.
 2. **برامج محلية في المناطق:** من الضروري بث برامج محلية في مناطق المملكة المختلفة تتناول القضايا المحلية في مجالات، مثل: البلديات، والمرور، والصحة، والتعليم.
 3. **ضوابط للمحتوى المحلي:** من المهم أن تضع هيئة تنظيم الإعلام ضوابط تضمن الحد الأدنى من المحتوى المحلي في وسائل الإعلام المرخصة داخل المملكة.
- ومع تزايد الاعتماد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أصبحت هذه المنصات تؤدي دوراً مهماً في بناء الوعي، وتنمية الفكر المجتمعي؛ فضلاً عن غرس القيم، والأخلاق، ومع ذلك قد تؤثر بعض هذه المنصات سلباً من خلال نشر قيم قد تضر بالقيم الوطنية؛ مما يتطلب توجيه المجتمع لاختيار المحتوى الإيجابي، ويتحمل رواد منصات التواصل الاجتماعي مسؤولية الحفاظ على القيم الاجتماعية



والسؤال الأهم: كيف يمكن بناء إستراتيجية إعلامية تنظم الإعلام الجديد، وتحد من الفوضى، واللامصداقية التي قد تضر بالفرد، والمجتمع، وبسمعة الدولة؟ وقد يكون من الملائم إنشاء إدارة مختصة لمكافحة الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلام بشكل عام مع تأكيد حماية سمعة المجتمع المحلي، والدولي.

ومن الضروري- أيضًا- أن تنتج المؤسسات الإعلامية برامج متخصصة، مثل: برامج التغذية التي يديرها مختصون، وهذا النوع من البرامج يمكن أن يساهم في محاربة الشائعات، وتقديم معلومات دقيقة للمجتمع؛ مما يعزز الوعي، والتثقيف، ويعد الإعلام المحلي حجر الزاوية في تشكيل إعلام وطني شامل، وعلى الرغم من الجهود المبذولة من الإعلام الرسمي، والخاص؛ فإن المطلوب أكبر بكثير، والإعلام السعودي يمكن أن يكون له تأثير أكبر على الصعيدين: الداخلي، والخارجي إذا تم بناء إستراتيجية إعلامية وطنية تتعامل مع كافة التحديات، ووجود وزارة الإعلام في المملكة يعزز من تطوير الهيئات الإعلامية الوطنية، مثل: هيئة الإذاعة، والتلفزيون، ووكالة الأنباء السعودية؛ مما يدعم الأداء الإعلامي في مختلف المجالات، وعلى الرغم من هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي على الاهتمام المحلي يجب دمج هذه المنصات في إطار الإعلام المحلي؛ وفق رؤية إستراتيجية متوافقة مع أهداف رؤية المملكة.



ومن خلال تشجيع وجود منابر إعلامية محلية موثوقة في كل منطقة يمكن تفعيل الإعلام المحلي بشكل نشط، ويجب أن تكون هذه المنابر رسمية، ومستدامة، وقابلة للتنظيم التجاري، والإعلامي؛ وذلك لضمان المهنية، والأمن، وهذا النوع من الإعلام المحلي سيكون بمثابة مراقب أمين على الإيجابيات، والسلبيات في المجتمع المحلي، ويعتبر الأداة الأمثل لنشر المعرفة بشكل موثوق



والتجربة في المجتمع السعودي تقدم إشارات مهمة، مثل: الأندية الرياضية التي تعمل كمنظمات أهلية تنظم الأنشطة بمزيج من الإدارة الأهلية، والنظام الرسمي؛ مما يعزز التفاعل الاجتماعي، والتنمية، ويمكن الاستفادة من هذه التجربة الإعلامية لمكافحة الشائعات، وتسليط الضوء على القضايا الاجتماعية، والتنمية التي تخدم تماسك المجتمع، ولتحقيق هذا النموذج الإعلامي المحلي الناجح يجب دعم برامج إعلامية محلية رسميًا مع تحفيزات مهنية، ومادية، ويمكن أن تكون المؤسسات الصحفية هي نقطة الانطلاق لهذا النموذج مع تخصيص منصات رقمية، وإذاعة، ومرئية لتوسيع نطاق الوصول إلى جمهور أوسع؛ فعلى سبيل المثال: يمكن تحسين جريدة جامعة الملك سعود؛ لتمثل ربطًا أعمق مع أحوال الطلبة، وظروفهم؛ مما يعزز الوعي الجماعي. ومما لا شك فيه أن الإعلام المنضبط؛ وفقًا للقوانين، والأنظمة واللوائح؛ سواء كان مرئيًا، أو مقروءًا، أو مسموعًا، أو إلكترونيًا يمثل أداة مهمة لتنظيم الإعلام السعودي؛ بما يتماشى مع السياسة الإعلامية الوطنية.

الإعلام المحلي، وتعزيز الوعي الصحي:

يؤدي الإعلام المحلي دورًا حيويًا في مواجهة المعلومات الصحية المضللة، وزيادة الوعي الصحي، خاصة فيما يتعلق بالتغذية، والعلاجات الشعبية، وكذلك الخلطات التجميلية، ويعاني المجتمع من انتشار واسع لوصفات يدعي بعض الأفراد فاعليتها دون أسس علمية؛ حيث يستغل البعض مصطلحات، وأساليب موثوقة، ولكنها لا تتجاوز حناجرهم، مثل: القسم بـ "والله، وبالله، وتالله"؛ وذلك لإضفاء مصداقية زائفة على تجاربهم الشخصية، وهذا الانتشار للمعلومات المغلوطة قد يؤدي إلى تكوين تصورات خاطئة عن العادات الصحية، والممارسات المحلية؛ لذلك يجب على الإعلام المحلي أن يتدخل للحد من هذه الظاهرة من خلال توعية الجمهور بالمخاطر الصحية المرتبطة بالاعتماد على مصادر غير موثوقة، وتشجيع البحث عن المعلومات الصحيحة، والمستندة إلى الأدلة العلمية؛ فمن الملاحظ أن هذه الوصفات تُؤخذ على محمل الجد من قبل شريحة واسعة من المجتمع؛ بما في ذلك أفراد متعلمون، وقد تم تأكيد ضرورة تشكيل تنظيم إداري بين وزارتي الصحة والإعلام؛ وذلك بهدف تقنين هذه الاجتهادات، ووضع معايير تمنح تراخيص رسمية للأشخاص الذين يروجون لهذه الوصفات، ومن شأن هذه الخطوة أن تساهم في تحسين الوعي الصحي، وزيادة مسؤولية الإعلام في التعامل مع هذا الموضوع المنتشر، وغير الصحي.

وفي هذا السياق أُجريت دراسة من قبل مجموعة من الباحثين السعوديين، غالبيتهم من الأطباء الاستشاريين، وأساتذة كلية الطب بجامعة الملك سعود، وقد تناولت دور الإعلام المحلي في تعزيز النظام الصحي



وشارك في هذه الدراسة عدد كبير من طلاب كلية الطب، والكليات الصحية؛ حيث قاموا بمراجعة عينات من رسائل الواتساب التي أصبحت تساهم في تشكيل الوعي الصحي؛ فأظهرت الدراسة أن الرسائل التي كتبها متخصصون تمثل 5.8% فقط، بينما الرسائل المعتمدة على مصادر علمية موثوقة تمثل 2.1% فقط، وبذلك تبين أن 8% فقط من إجمالي الرسائل مكتوبة من مصادر موثوقة، بينما 92% منها مصدرها أشخاص غير متخصصين، أو غير مؤهلين علميًا، وفتيًا، كما أظهرت الدراسة أن نحو ثلثي الرسائل (68%) كانت من مصادر غير معروفة، وكانت- غالبًا- غير صالحة، أو قد تحتوي على مخاطر صحية محتملة؛ إذ تشكل 12% من تلك الرسائل خطرًا على المرضى، كما أظهرت الدراسة أن سبعة من كل عشر مقالات تمت مشاركتها على منصات التواصل الاجتماعي حول سرطان البروستاتا كانت غير دقيقة، أو مضللة، وبالإضافة إلى ذلك تبين من خلال مراجعة منهجية للبيانات المنشورة أن المعلومات المضللة كانت أكثر انتشارًا من المعلومات الدقيقة، وتؤكد هذه النتائج على ضرورة تعزيز دور الإعلام في مكافحة المعلومات المضللة، وتوجيه الجهود نحو تعزيز الوعي الصحي؛ بما يتوافق مع المعايير العلمية الدقيقة.

كما أجرت اللجنة الوطنية للتغذية دراسة مشابهة حديثة أظهرت أن 3.6% فقط مما يُنشر عن التغذية يأتي من متخصصين في علوم الأغذية، والتغذية، بينما البقية من تخصصات علمية، وصحية أخرى، هذا بالإضافة إلى مدرّبين رياضيين، ومهتمين بالتغذية، وتبرز- من هذا- أهمية مراجعة أدوار الإعلام المحلي؛ حيث إن جميع رسائل الجهات الرسمية، والعلمية كانت صالحة، وأمنة بنسبة 100%، ومعززة للوعي الصحي السليم، والصحة السكانية، ومع ذلك؛ فإنها لا تجد الدعم الكافي في مزيج الإعلام المحلي المؤثر للوصول إلى الفئات المستهدفة.

دور مراكز الفكر، والإعلاميين في تطوير الإعلام الوطني، وتعزيز الفكر المحلي:



ثمة أهمية كبيرة لدور مراكز الفكر، والبحث في قياس أثر التطورات الإعلامية الوطنية؛ وذلك من خلال تحليل عوامل النجاح، والاستفادة منها، ومعالجة نقاط الضعف في المؤسسات الإعلامية، وإضافة إلى ذلك؛ فإن هذه المراكز تقوم برصد التهديدات الخارجية، وتطوير إستراتيجيات فعالة للتعامل معها، ومن الأهمية بمكان- أيضًا- تقييم الآثار الوطنية المترتبة على التطوير الإعلامي، وقياس مدى توافقه مع الخطط المرسومة، والتكيف مع المتغيرات المستجدة



ولا يمكن لمراكز البحث، والتطوير الاضطلاع بهذا الدور بفاعلية؛ وذلك دون وجود أهداف واضحة لدور الإعلام في تنمية الفكر المحلي؛ فغياب هذه الأهداف يفضي إلى تشتت الجهود البحثية، وعدم قدرتها على تقديم توصيات قابلة للتنفيذ؛ لذا يجب إنشاء مؤشرات أداء واضحة لقياس مدى تحقيق الإعلام لأهدافه في تعزيز الهوية المحلية، ونشر المعرفة.

وتكمن أهمية دور الإعلاميين في تنمية الفكر المحلي؛ وذلك من خلال توافر معايير تمكنهم من القيام بدورهم بكفاءة؛ بما يشمل التدريب المستمر على مهارات متنوعة، مثل: التواصل الحضاري، والتعامل مع الأزمات الإعلامية؛ علاوة على ذلك يتطلب الأمر تطوير الإعلاميين لغويًا، وتزويدهم بالمهارات اللازمة في النقد، والتحليل باستخدام منهجيات حديثة، كما أن للإعلام المحلي أهمية كبيرة؛ حيث يساهم في بناء قنوات إعلامية تركز على السمات المميزة لكل منطقة؛ وعليه يمكن الاستفادة من التجارب العالمية، مثل: النموذج الأمريكي في هذا المجال؛ فضلًا عن أن الإعلام يتحمل دورًا كبيرًا في تعزيز الأمن الفكري، والولاء، والانتماء الوطنيين؛ وذلك من خلال نشر رسائل إقناعية دقيقة، وفيما يخص إدارة الأزمات؛ فإن الإعلام يجب أن يكون في طليعة الجهود المبذولة للتعامل معها مع ضرورة تفعيل مراكز الفكر، والبحوث الجامعية لإعداد دراسات تحليلية حول القضايا الإعلامية، والأزمات، والاستفادة من التجارب الناجحة



ولا تقتصر التحديات التي يواجهها الإعلام الوطني على نقص الكفاءات الإعلامية؛ بل تشمل - أيضًا - ضعف التدريب الإعلامي؛ لذا فالحل يكمن في توافر قائد إعلامي ذي كفاءة عالية يمكنه تجاوز هذه التحديات، وكذلك لا يقتصر دور الإعلامي في العصر الحالي على نقل الأخبار؛ بل يتطلب تحليلًا دقيقًا، وتوثيقًا للحقائق بأسلوب جذاب، وبلغة موضوعية بعيدة عن العناوين المضللة؛ فالإعلامي الذي يحمل رسالة سامية، ويعمل بشغف يمكنه تحقيق أهدافه في خدمة المجتمع.

تحول الإعلام المحلي في إطار رؤية المملكة 2030م: التحديات، والفرص:

شهد الإعلام المحلي في المملكة تحولًا كبيرًا منذ انطلاق رؤية المملكة 2030م؛ حيث تطور من إعلام حكومي تقليدي يقتصر على نقل محتوى الجهات الحكومية إلى قطاع إعلامي ديناميكي قادر على مواكبة تطلعات الرؤية، ومتطلباتها



وفي البداية كان الإعلام المحلي يعاني من قصور في تغطية تطلعات المملكة، لكنه شهد تطوراً تدريجياً خلال التسع سنوات الماضية؛ فتمثل ذلك في إعادة هيكلة المنظومة الإعلامية، وإنشاء هيئة تنظيم الإعلام التي تعنى بتنظيم قطاع الإعلام؛ بصفته أحد الأنشطة الحيوية التي تساهم في دعم الاقتصاد الوطني، كما تم إعادة هيكلة هيئة الإذاعة، والتلفزيون، ووكالة الأنباء السعودية؛ وذلك بهدف تحسين أدائهما؛ ليتماشى مع أهداف رؤية 2030م، وفيما يتطلب صياغة رسائل إعلامية متخصصة تعبر عن قيم المملكة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية تم تعزيز دور المؤسسات الإعلامية السعودية العملاقة؛ وذلك لتوسيع تأثيرها محلياً، وإقليمياً، وعالمياً، وكان من الضروري- أيضاً- الاهتمام بالإعلام الجديد، خاصة الرقمي؛ لما له من تأثير قوي في إيصال الرسائل الإعلامية، وتحقيق أثر اقتصادي.

ومع هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي أصبح من الواضح أن الإعلام التقليدي لم يعد الوسيلة الوحيدة للتفاعل مع المجتمع؛ مما يستدعي إعادة التفكير في إستراتيجيات التواصل الإعلامي؛ فلذلك يتعين على الإعلام المحلي الاستفادة من التنوع الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة؛ بما يضمن تلبية احتياجات الجمهور المحلي بشكل أفضل، ويعزز فعالية الرسائل الإعلامية



وفي هذا السياق يمكن للجهات الحكومية، مثل: وزارة الخارجية، والداخلية، والدفاع، وغيرها من الوزارات أن تصبح المصدر الأكثر دقة، وسرعة في نشر الأخبار عبر منصات الرسمية؛ مما يقلل من الحاجة لوكالات الأنباء التقليدية

إذ أصبح من الضروري وجود إعلام محلي يغطي القضايا الخاصة بكل منطقة، أو مدينة؛ وذلك من خلال وسائل متعددة كالإذاعات المحلية، أو الصحف الإلكترونية، أو الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي مع التركيز على القضايا الاجتماعية، والبلدية دون التطرق إلى المواضيع السياسية، أو الدينية؛ فعلى الرغم من المخاوف السابقة من الإعلام المناطقي، وتأثيره على الوحدة الوطنية إلا أن هذا النوع من الإعلام يعد أقل ضرراً من الإعلام الخارجي الذي قد يروج لأجندات خبيثة يصعب التحكم فيها، كما يستمر الإعلام المحلي في مواجهة التحديات الثقافية في ظل التحولات الاجتماعية، والتقنية المتسارعة.



وفي هذا الإطار تم تحديد أهداف عدة لتعزيز الهوية الثقافية الوطنية، مثل: إبراز التراث السعودي، ودعم الفنون، والموسيقى، والأدب المحلي، كما يهدف الإعلام إلى توثيق التحولات الثقافية في المملكة؛ بما في ذلك التغيرات في مجالات الفن، والمسرح، والسينما، هذا بالإضافة إلى دعم الصناعات الثقافية، والإبداعية.

ومن جهة أخرى يركز الإعلام المحلي على نشر الوعي بالقضايا الثقافية، وتعزيز الحوار المجتمعي؛ بما في ذلك التأثيرات السلبية للعولمة على الثقافة المحلية؛ إذ يُعزز- أيضًا- من نشر الوعي حول التنوع الثقافي، ويشجع المجتمع على المشاركة في الفعاليات الثقافية، ويتم العمل- أيضًا- على مواجهة التحديات الثقافية، والتهديدات الخارجية، مثل: التضليل الإعلامي الذي يستهدف الثقافة السعودية، ويتم تطوير محتوى إعلامي يعكس الأصالة، ويعزز من الانفتاح الواعي على الثقافات الأخرى، هذا بالإضافة إلى دعم القوى الناعمة السعودية؛ وذلك من خلال ترويج المبادرات الثقافية على الصعيدين: الإقليمي، والعالمية.

وتتضمن الأهداف الأخرى تمكين الابتكار، والإبداع في المجال الثقافي، مثل: دعم استخدام التقنيات الحديثة في الإنتاج الإعلامي، وتحفيز الشباب على المشاركة في المشهد الثقافي الوطني، كما يساهم الإعلام في التنمية الاقتصادية؛ وذلك من خلال دعم السياحة الثقافية، وترويج زيارة المعالم التاريخية، والتراثية، وتشجيع الاستثمارات في الصناعات الثقافية



ومن خلال التركيز على هذه الأهداف يساهم الإعلام في تعزيز الثقافة الوطنية، ودعم الاقتصاد، ويعزز من الوعي الثقافي، ويشكل منصة تفاعلية للبناء المجتمعي في إطار رؤية المملكة 2030م.

إعادة تشكيل الإعلام المحلي السعودي في عصر التحول الرقمي:

يتمتع الإعلام التقليدي بقدرة كبيرة على إضفاء المصداقية، والموضوعية؛ وذلك بفضل الضوابط التحريرية التي يخضع لها؛ مما يجعله أداة فعالة في نشر الرسائل الرسمية، وتعزيز الهوية الثقافية للدولة

وعلى الرغم من هذه الفوائد يبقى السؤال حول مدى إسهام الإعلام التقليدي في تنمية الفكر المحلي، وهو ما يعتمد بشكل أساسي على مدى إقبال الجماهير، وخاصة فئة الشباب؛ وعليه يوضح "جورج غرينر" أحد رواد دراسات تأثير الإعلام أن التلفزيون يعد عاملاً رئيسياً في تشكيل تصورات الجمهور حول العالم؛ مما يعزز دوره في نشر الثقافة المحلية، وترسيخ الهوية الوطنية



ومع ذلك تبين أن الإعلاميين: التقليدي، والرقمي المرتبط بالدولة لا يحظيان بالإقبال الكافي من الجماهير، خاصة من قبل الشباب؛ لذا فإن دعم الدولة للمنصات الرقمية الوطنية أصبح أمراً بالغ الأهمية؛ وذلك لضمان استمرارية إسهامها في عملية التنمية الفكرية المجتمعية، وهو ما تم تأكيده في العديد من الدراسات؛ إذ يمكن ملاحظة الفاعلية العالية لمنصات التواصل الاجتماعي، وحسابات الأفراد؛ حيث يؤدي الجمهور دوراً حاسماً في توجيه الرأي العام، خاصة في الأزمات.

ومن خلال هذه الرؤية تم اقتراح ضرورة إعادة النظر في صيغة الإعلام المحلي لمواكبة متغيرات العصر التكنولوجي؛ فالشباب اليوم لا يتابعون الجرائد الورقية، أو حتى الصحف المحلية على منصاتها الرقمية، كما أن اهتمامهم بالقنوات التلفزيونية التقليدية أصبح ضئيلاً؛ فبدلاً من ذلك يفضلون منصات، مثل: "تيك توك"، و"يوتيوب" للحصول على الأخبار، والتحليلات؛ ولذلك من الضروري إعادة صياغة الإعلام المحلي؛ بحيث يتلاءم مع احتياجات هذا الجيل المتجدد، وعلى الرغم من أهمية الإعلام التقليدي في الدفاع عن المصالح الوطنية، وإظهار وجهة النظر الرسمية للدولة؛ فإن الإعلام المحلي التقليدي قد لا يتوافق مع اهتمامات الشباب؛ ولذلك يجب أن تُبنى إستراتيجية وطنية للإعلام السعودي تأخذ بعين الاعتبار تطلعات الجمهور في الداخل، والخارج، وهذه الإستراتيجية يجب أن تشمل برامج تنفيذية قصيرة، وطويلة المدى تؤسس لحوكمة صارمة، وتقييم مستمر للأداء.



التوصيات

1. تشكيل فريق استشاري متخصص لدعم الإعلاميين يضم خبراء في مجالات متنوعة، مثل: العلوم التطبيقية، والقانون، والاقتصاد، والسياسة، ويهدف الفريق إلى توفير الدعم الفني، والإرشاد الإعلامي لضمان دقة المعلومات، وجودتها.
2. وضع سياسات إعلامية واضحة لضمان تناول القضايا المحلية بشكل متوازن دون التسبب في آثار غير مقصودة دولياً مع تعزيز التنسيق مع الجهات الحكومية؛ وذلك لتوجيه الإعلاميين حول القضايا الحساسة.
3. إطلاق منصات وطنية للتحقق من الأخبار الزائفة، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لمكافحة المعلومات المضللة، كما يجب تعزيز ثقافة النقد الإعلامي لدى الجمهور عبر حملات توعية.
4. وضع معايير واضحة للمحتوى الإعلامي تتوافق مع رؤية المملكة 2030م، وتعزيز الإعلام الإيجابي؛ وذلك من خلال إبراز الإنجازات الوطنية، وتقديم قصص نجاح تعكس التطورات في المملكة.
5. إطلاق شراكات بين الإعلام المحلي والقطاع الخاص، هذا بالإضافة إلى تطوير الشراكات مع الإعلاميين، والمؤثرين الدوليين لتقديم وجهة النظر السعودية بطريقة احترافية.
6. تعزيز الشراكات بين مراكز الأبحاث والجامعات من جهة، والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى؛ وذلك لدراسة الإعلام المحلي، وأدواره، وتطوير المحتوى الإعلامي بما يتماشى مع أهداف المملكة.
7. إعادة هيكلة البنية التنظيمية في المؤسسات الإعلامية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية؛ وذلك بهدف تحسين الأداء، ومعالجة الاختلالات الإدارية لضمان فاعلية أكبر.
8. تنظيم مؤتمرات، وندوات دورية؛ وذلك لمناقشة سبل تطوير الممارسات الإعلامية، ومدى مواءمتها مع رؤية 2030م؛ بحيث تساهم هذه الممارسات في إثراء المحتوى المحلي، وتعزيز الهوية الوطنية.
9. دمج الإعلاميين: التقليدي، والرقمي ضمن إستراتيجية إعلامية موحدة؛ وذلك لتعزيز التفاعل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية، ودعم الإنتاج الإعلامي التفاعلي الذي يلبي احتياجات المتلقين.
10. توفير برامج تدريبية في مراكز معتمدة لتعزيز مهارات الإعلاميين، مثل: التدريب على مكافحة الشائعات، والتصدي للأزمات، والتواصل الحضاري، وبما يساعد في تحسين جودة المحتوى الإعلامي.
11. إنشاء إدارة إعلامية متخصصة في مكافحة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام بشكل عام، وتكون مهمتها أن تتعامل مع الشائعات المحلية، والدولية بسرعة، وكفاءة.



- 12- ضرورة تعزيز المحتوى الإعلامي المحلي؛ وذلك من خلال برامج إذاعية، وتلفزيونية تناقش القضايا التي تهم كل منطقة، مثل: البلديات، والمرور، والصحة، والتعليم.
- 13- تنظيم ورش عمل، ودراسات توضح أهمية الإعلام في تعزيز الوعي الثقافي، وتنمية الفكر المحلي، وأن يكون هذا التوجه جزءاً من إستراتيجية إعلامية وطنية.
- 14- الاستفادة من التقنيات الحديثة، والمنصات الرقمية؛ وذلك لتعزيز العمل الإعلامي؛ من حيث الطرح، والمحتوى، والوصول إلى جمهور أوسع.
- 15- تأسيس مراكز تدريب؛ وذلك لتطوير مهارات الإعلاميين في مجالات متعددة، مثل: السياسة، والاقتصاد، والشؤون الخارجية؛ مما يعزز مصداقية المحتوى الإعلامي.
- 16- دعم الإعلاميين عبر برامج تحفيزية، ومنح الجوائز للأعمال المتميزة في مجال الإعلام المحلي؛ وذلك من أجل تعزيز الفكر المحلي، وتطوير المحتوى الإعلامي.
- 17- إطلاق حملات تعريفية تربط بين الإعلام الرسمي واهتمامات الجهات غير الحكومية؛ مما يعزز التفاعل بين الإعلام والجمهور في الوقت الحالي.
- 18- تأكيد دور الإعلام المحلي في تنفيذ أهداف رؤية 2030م، واعتباره شريكاً أساسياً في التطوير الوطني؛ وذلك من خلال تقديم محتوى هادف، وواقعي يساهم في بناء الوطن.



المصادر والمراجع

- 1- السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (169) بتاريخ 20/10/1402 هـ. <https://s3.media.gov.sa/new-mom-portal-prod/s3fs-public/2024>
- 2- الفارس، إياد، وآخرون. (2023). أهمية مراجعة أدوار الإعلام المحلي المعززة للوعي الصحي، ترجمة: <https://www.hks.harvard.edu/centers/cid/about-cid/people/GDC>
- 3- البقمي، شارع بن مزيد. (2020). مسؤولية الإعلام تجاه التنوع الثقافي، والاجتماعي في المملكة العربية السعودية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 19، ع 4، 603 - 622.
- 4- الحفاوي، وليد سالم محمد. (2017). نموذج مقترح لتوظيف تطبيقات الإعلام الجديد في تعزيز القيم الأخلاقية لدى بعض الشباب بالمملكة العربية السعودية. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، ع 17، 308-375.
- 5- أبو عبادة، أرام بنت إبراهيم محمد. (2023). دور الإعلام الثقافي في تعزيز الشخصية الوطنية السعودية من وجهة نظر طالبات كلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 36، 61 - 102.
- 6- اليحيى، هديل بنت علي بن صالح، وآل تويم، عبد الله بن محمد بن سعد. (2020). الصورة الذهنية لوسائل الإعلام السعودية، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- 7- بن سفران، عبيد بنت محمد بن ناصر. (2023). الدور التنموي المطلوب من وسائل الإعلام السعودية لتحقيق رؤية 2023م: وصف، وتحليل للمشهد الإعلامي السعودي. مجلة الآداب، مج 35، ع 2، 139-156.
- 8- أحمد، طارق سيد عبد العظيم، والحوامدة، نبيل زعل عبد الرحمن. (2019). قياس إدراك الطلاب لدور وسائل الإعلام السعودية في تنمية الوعي بالموروث الثقافي المحلي: دراسة حالة طلاب جامعة حائل بالمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية، والاجتماعية، مج 84، 57 - 73.
- 9- الداغر، مجدي محمد عبد الجواد. (2014). تأثيرات الإعلام الجديد، وانعكاساته على اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة التطوع في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية. مجلة علوم الإنسان، والمجتمع، ع 12، 205 - 271.
- 10- الجيوشي، أسماء. (2021). دور المنصة الإعلامية السعودية في دعم برنامج التحول الوطني (وطن طموح، مواطنة مسؤولة): دراسة على إستراتيجيات وزارة الثقافة، والإعلام لتفعيل رؤية المملكة 2030م. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 20، ع 3، 369 - 414.



المشاركون*

- الورقة الرئيسية: د. إبراهيم البعير
- التعقيب الأول: د. محمد الثقفي
- التعقيب الثاني: د. سعيد الغامدي
- التعقيب الثالث: د. حمد السمرين
- إدارة الحوار: د. عبد الله العمري
- المشاركون بالحوار والمناقشة*
- أ. أحمد المحميد
- د. إحسان أبو حليقة
- د. خالد الرديعان
- أ. خالد آل دغيم
- د. رياض نجم
- د. زياد الحقييل
- د. سارة العبد الكريم
- د. سعود الغربي
- د. سعيد محمد مزهر
- د. عائشة الأحمدي
- د. عبد الإله الصالح
- د. عبد العزيز الحرقان
- د. عبد العزيز العثمان
- د. عبد الله الرخيص
- د. عبد الله المهنا
- أ. فائزة العجروش
- أ. فهد الأحمري
- د. فهد الغفيلي
- د. فهد المحيا
- د. فوزية البكر
- أ. د. فوزية الدوسري
- د. لمياء آل إبراهيم
- أ. محمد بن ناصر الأسمرى
- د. مساعد المحيا
- د. مشاعل العيسى
- أ. مها عقيل
- د. نادية الشهراني
- أ. د. نوال الشيان

*ترتيب الأسماء حسب الحروف الأبجدية



ملتقى أسبار

Asbar Council

(نادي تفكير)

تأسس الملتقى في 28 يونيو 2015م



@MultaqAsbar



@Multaq_Asbar



<https://cutt.us/U0nnC>



00966114624229



www.asbar.com