

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية

دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

- د. سعيد بن جميل أبو رزيزة*
د. عاصم بن معيض القرني**
د. مي وليد عبد القادر سلامة***

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على كيفية إبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز للتراث الثقافي السعودي، والكشف عن نتائج تحليل SWOT للوضع الراهن للأداء الإعلامي بجامعة الملك عبد العزيز، اعتمدت الدراسة في بنائها الرئيس على نموذج Van Ruler لاستراتيجيات الاتصال، كما تم توظيف نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، واعتمدت على منهج المسح، وفي إطاره تم مسح العديد من الأبحاث المنشورة الخاصة بالتراث الثقافي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت أداة الاستبيان والمقابلة المقننة، وتوصلت الدراسة إلى غياب وجود استراتيجية إعلامية بالجامعة لإبراز أبحاث منسوبيها، حيث أكدت نسبة كبيرة من عينة الدراسة على عدم وجود تلك الاستراتيجية الإعلامية، كما أوضحت الدراسة أن من الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة إبراز أبحاث أعضاء هيئة التدريس في مجال التراث والثقافة عبر قنوات الاتصال بالجامعة وموقعها الإلكتروني، والسعي لتفعيل برامج عمل مشتركة مع مؤسسات المجتمع المحلي لخدمة منسوبي الجامعة من باحثي التراث والثقافة.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجيات الإعلامية – التراث الثقافي السعودي - الاقتصادية المعرفي

Saudi university youth exposure to new media and the extent of their awareness of the pillars of the Kingdom's Vision 2030: Supporting Intellectual Security as a Model

Abstract

dr. Saeed bin Jamil Abu Ruzaiza

dr. Asim bin Moaid Al-Qarni

dr. Mai Walid Abdel Qader Salameh

* الأستاذ بمعهد اللغة الإنجليزية جامعة الملك عبدالعزيز

** الأستاذ المساعد بالكلية التطبيقية جامعة الملك عبدالعزيز

*** الأستاذ المساعد بكلية الاتصال والاعلام جامعة الملك عبدالعزيز

The study sought to achieve a main objective represented in identifying how the published research of the employees of King Abdulaziz University highlights the Saudi cultural heritage and revealing the results of the swot analysis of the current situation of the media performance at King Abdulaziz University. The theory of the richness of the media outlet was employed, and it relied on the survey methodology, and in its framework many published researches related to cultural heritage were surveyed, Where a large percentage of the study sample confirmed the absence of such a media strategy, and the study indicated that the proposed media strategy is to highlight the research of faculty members in the field of heritage and culture through the university's communication channels and its website, and to seek to activate joint work programs with local community institutions to serve the university's employees. A researcher of heritage and culture.

Keywords: media strategies - Saudi cultural heritage - knowledge economy

المقدمة:

يرتبط تراث أي أمة مع هويتها بشكل وثيق، ليشكل جزءاً لا يتجزأ من نسيجها التاريخي والاجتماعي والحضاري، بالإضافة إلى غرس قيم الاعتزاز بالتاريخ لدى الأجيال القادمة، وفي السنوات الأخيرة رأينا الأثر الكبير للحفاظ على التراث السعودي في مواكبة وتحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية.

ونظراً لأهميته الكبيرة في الماضي والمستقبل، تلعب الجامعات دوراً أكثر فاعلية في الحفاظ على التراث، بهدف تعزيز القطاع السياحي وخلق فرص العمل وتنويع مجموعة المهارات لسكانها، ومن المثير للاهتمام أيضاً كيف أن التراث بات يلعب دوراً أساسياً في التغلب على التحديات البيئية.

ووفق رؤية المملكة ٢٠٣٠، تعتبر الثقافة مكوناً رئيساً في برنامج تحسين جودة الحياة، ويتمحور عمل الحكومة حول انتقال المملكة نحو مستقبل أكثر حداثة واستدامة مع الحفاظ في الوقت نفسه على إرثها الحضاري، وأمام هذه الأهمية الكبرى للتراث، واصلت جامعة الملك عبد العزيز التركيز والتوسع في أنشطتها الثقافية على كافة المستويات، حيث أدركت أهمية الحفاظ على التراث والثقافة في تحقيق مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠، وترسيخ مكانتها في الاقتصاد المعرفي، ومن ثم أسهمت في إبراز أبحاثها التي تسلط الضوء على أهمية التراث والثقافة، وكذلك الأبحاث التي تحافظ على العلامة الوطنية للمملكة العربية السعودية، حيث نجد أنه في ظل هيمنة مظاهر العولمة على العالم، التي طبعت الأفراد قبل البلدان بطابع واحد، برزت أهمية العلامة الوطنية (التراث والثقافة) بالنسبة للدول، والتي تعتبر مسألة تميزها عن غيرها ونقطة مؤثرة في تشكيل الآراء والأفكار والتصورات حول الدولة من زاوية الطابع السياسي والهوية الاجتماعية، والصورة الحضارية، والقيمة التاريخية، والاقتصادية.

حيث أكدت جامعة الملك عبد العزيز من خلال أبحاث منسوبيها الخاصة بالتراث والثقافة، أنها تؤمن بقوة التراث الثقافي في تحقيق التنمية المستدامة، وبأهمية الحفاظ عليه لتحقيق السلام والسعي لبناء مستقبل ثقافي غني تزدهر فيه مختلف أنواع الثقافة والفنون، مما يؤكد على ضرورة وضع استراتيجيات إعلامية لإبراز تلك الأبحاث وذلك لترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي، ومن ثم تتمركز الدراسة الحالية حول الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

يعد التراث الثقافي للدولة واحد من أبرز المفاهيم في عصر العولمة، ونظرًا للتغيرات التكنولوجية السريعة أصبحت العلاقة بين العلامة الوطنية (التراث - الثقافة) للدولة National Brand والاقتصاد المعرفي مجال اهتمام متزايد من قبل العديد من الباحثين على حدٍ سواء، لكون مقومات الإيجابية تؤثر على قوة نفوذها ومصالحها الاقتصادية على الساحة الدولية (Kinsey, 2013) إضافة إلى قدرة الدولة على بناء علاقات إيجابية مع الدول الأخرى، فضلاً عن جذب الجماهير الدولية والحفاظ عليها.

ونظرًا لأهمية تأثير التراث والثقافة في بناء سمعة محابية للدولة لا سيما عبر وسائل الاعلام الجديد والتي أصبحت في الآونة الأخيرة محط أنظار الأفراد على اختلاف أعمارهم، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي، من الوسائل الإعلامية التي برز دورها الوظيفي في الآونة الأخيرة، بل وقدرتها على تعريف آراء مستخدميها حيال القضايا المختلفة، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل التالي:

ما الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة، تنبع أهمية الدراسة الحالية وفقاً للآتي:

الأهمية النظرية:

الإطار النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة والتي تمثل تطبيقاً علمياً ومنهجياً لنموذج Betteke Van Ruler لاستراتيجيات الاتصال ويطلق عليه (النموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال)، وذلك إضافة إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية
الأهمية العلمية:

١- ندرة الدراسات (في حدود علم الباحثين) التي تم إجراؤها في المنطقة العربية حول الاستراتيجيات الإعلامية لإبراز أبحاث التراث والثقافة بشكل عام، وجامعة الملك عبد العزيز بشكل خاص.

٢- تتناول الدراسة أحد الموضوعات المهمة، وهو أبحاث التراث والثقافة، التي تُعتبر أحد الدعائم الرئيسية لرؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث إن تطوير جوانبها المتعددة، سيكون له علاقته بالاقتصاد والسياحة والترفيه والمعرفة، والسياسة، والإعلام، وغيرها.

٣- أهمية دراسة وسائل الإعلام الرقمية في الإعلام عن أبحاث التراث والثقافة، والتي منها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لما تتميز به من إمكانيات اتصالية حديثة مثل التفاعلية مع الجمهور، وردود فعل الهيئات والجمعيات المهمة.

٤- إلقاء الضوء على أهمية دراسة الاستراتيجيات الإعلامية التي تستخدمها جامعة الملك عبد العزيز في إبراز أبحاث منسوبيها الخاصة بالتراث والثقافة.

الأهمية التطبيقية:

١- تسهم الدراسة الحالية على المستوى التطبيقي، من خلال النتائج والمقترحات التي ستصل إليها، في إلقاء الضوء على أوضاع حسابات جامعة الملك عبد العزيز بصفة خاصة، وتحديد أدوارها المنوطة بها للإسهام في إبراز ودعم أبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبي الجامعة.

٢- تفيد نتائج الدراسة في إمداد القائم بالاتصال في حسابات جامعة الملك عبد العزيز بالاستراتيجيات الاتصالية والإعلامية، لكيفية دعمه وإبرازه لبحوث التراث والثقافة، مثل لغة الخطاب الإعلامي في عرض تحليلات الأبحاث، والبعد عن اللغة الرنانة والمبالغ فيها، واستخدام أدوات الصورة التحليلية المعاصرة، عن طريق القليل من العبارات والكلمات وربطها بالصورة تواملاً مع فكر وفلسفات وطبيعة القارئ العصري.

وبالطبع يمكن أن تستفيد بها كافة قطاعات الدولة عبر مواقعها الرقمية بأشكالها المتنوعة، حيث تؤثر إيجاباً في الرأي العام العالمي إذا استخدمت الاستخدام الأمثل، لأنها الوسيلة الفعالة للنفوذ والتأثير في شعوب العالم لتحقيق أهداف وسياسات الدول وتحسين صورة الدولة أمام العالم أجمع.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية، ويتفرع من ذلك مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

١- التعرف على مدى وجود استراتيجية إعلامية واضحة لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها في خدمة التراث والثقافة.

٢- رصد جوانب القوة في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.

٣- كشف جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.

٤- التعرف على مدى توفر الفرص المتاحة لتحسين الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.

٥- رصد المخاطر والتهديدات التي تواجه عمل الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.

- ٦- رصد الأهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.
- ٧- التعرف على الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.
- ٨- التعرف على مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ للاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة.
- ٩- التعرف على الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لحسابات الجامعة لتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبيها.

تساؤلات الدراسة:

- تجيب هذه الدراسة عن تساؤل رئيس يتعلق بالاستراتيجيات الإعلامية المقترحة التي من الممكن أن تتبناها جامعة الملك عبد العزيز من أجل إبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبيها لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية. وتعزيز مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي، ويتفرع عنه الأسئلة التالية:
- ١- ما مدى وجود استراتيجية إعلامية واضحة لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها في خدمة التراث والثقافة؟
 - ٢- ما جوانب القوة في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٣- ما جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٤- إلى أي مدى تتوفر الفرص المتاحة لتحسين الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٥- ما المخاطر والتهديدات التي تواجه عمل الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٦- ما الأهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٧- ما الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٨- هل توجد مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ للاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة؟
 - ٩- ما الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لحسابات الجامعة لتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبيها؟

الإطار النظري للدراسة

أولاً: نموذج Betteke Van Ruler لاستراتيجيات الاتصال ويطلق عليه (النموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال):

يقوم هذا النموذج على أساس أنه لا توجد استراتيجية واحدة مثلى للاتصال، بل يتم استخدام الاستراتيجية الأنسب لكل موقف اتصالي، وبناء على ذلك وضع Ruler نموذجاً موقفياً لاستراتيجيات الاتصال Situational Model Of Communication Strategies، وطبقاً لهذا النموذج يتم استخدام استراتيجية معينة في موقف محدد أو استخدام مزيج من الاستراتيجيات في موقف آخر. (Van Ruler، ٢٠٠٤)

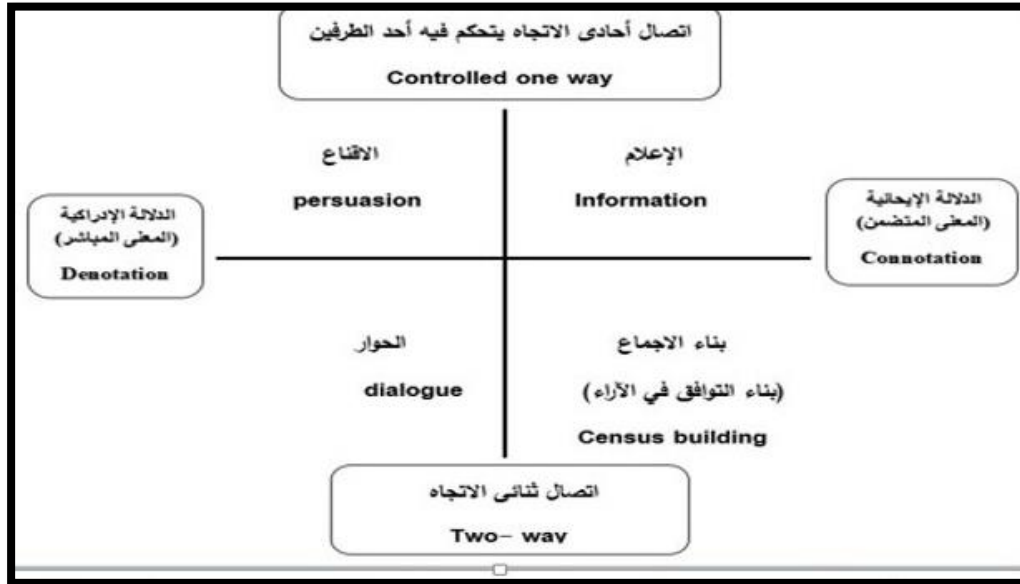
ويحدد النموذج استراتيجيات الاتصال وفقاً لمحورين رئيسيين:

الأول: يرتبط بطبيعة عمليات الاتصال ومدى اشتراك الجمهور في هذه العملية، ويمثل أحد طرفي هذا المحور الاتصال في اتجاه واحد، أما الطرف الثاني فيمثل الاتصال في اتجاهين.

الثاني: يرتبط بالرسائل التي تعبر عن كل من المنظمة والجمهور وتحمل دلالات تعكس رؤى الطرفين (راسم الجمال، خيرت عياد، ٢٠٠٨)

ووفقاً لذلك يكون هناك أربع استراتيجيات اتصالية أطلق عليها Ruler شبكة الاتصال The Commination Grid، وهو نموذج اتصالي يقوم فيه ممارسي العلاقات العامة بأنشطة اتصالية أحادية الاتجاه، بالرغم من اعتقادهم بممارسة الاتصال ثنائي الاتجاه. (ثريا بدوي، آلاء فوزي، ٢٠١٧،

ويوضح الشكل التالي النموذج الخاص باستراتيجيات الاتصال.



وطبقا لهذا النموذج توجد أربع استراتيجيات أساسية يتم توظيفها لأغراض الاتصال بين المنظمة والجمهور، والتي يمكن توضيحها فيما يلي:

أولاً: استراتيجية الإعلام Information Strategy

يعبر المضمون الاتصالي وفقا لهذه الاستراتيجية عن رؤى القائم بالاتصال، ويحمل دلالات ذات معنى واحد denotative، ويكون الهدف منها تقديم أخبار ومعلومات دقيقة وتعبير عن أهداف واضحة إلى الجماهير لمساعدتهم في تكوين الآراء واتخاذ القرارات. (Nurmi، ٢٠١٢).

وتتمثل هذه الاستراتيجية في بث الأخبار ونشر البيانات الصحفية التي تعبر عن رؤية وأهداف وسياسات الدولة فقط عبر قنواتها التلفزيونية ومواقعها الإلكترونية، دون الاهتمام بآراء أو مصالح الجماهير. (ثريا بدوي، آلاء فوزي، ٢٠١٧).

ثانياً: استراتيجية الإقناع Persuasion Strategy

تتم هذه الاستراتيجية وفقا لاستخدام الدعاية Propaganda والإعلان Advertising بغرض التأثير على معرفة واتجاه وسلوك الجماهير من خلال العديد من الرسائل الإقناعية، ومن ثم تتطلب هذه الاستراتيجية وجود جمهور خامل وغير نشط Latent Public.

وتتضمن هذه الاستراتيجية المضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من القائم بالاتصال والجماهير وكذلك الاتصال في اتجاه واحد، كما يحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين حول السعي نحو خلق قاعدة للعلاقات الاستراتيجية مع الجماهير الأساسية (آلاء فوزي، ٢٠١٥).

وتتمثل هذه الاستراتيجية ليس فقط في تزويد الجمهور بالمعارف والاتجاهات نحو دولة ما، بل إقناع الجمهور بالقيام بسلوك محدد نحو دولة ما.

ثالثاً: استراتيجية بناء الإجماع Consensus Building Strategy

تتم هذه الاستراتيجية وفقا لمحاولة المنظمة لبناء علاقات استراتيجية بينها وبين الجماهير الخارجية أو بينها وبين العاملين بها، وذلك لحل الصراعات والوصول الى اتفاق متبادل بين الطرفين. (Ruler، ٢٠٠٤،

وتتطلب هذه الاستراتيجية وجود جماهير نشطة Active Public لديه الاستعداد للمشاركة في حل النزاع ووجود رأى موحد، وتصبح هذه الاستراتيجية بالنسبة للدول محاولة منها لبناء الجسور بينها وبين جماهيرها الخارجية من خلال التركيز على أوجه الشبه والاتفاق الموجودة بينهما. (يسرا حسني، ٢٠١٤)

رابعاً: استراتيجية الحوار Dialogue Strategy

تعتمد هذه الاستراتيجية بشكل أساسي على الحوار لاكتشاف المشكلات وتسهيل المداوالات بين الطرفين، وقد حدد Ruler مجموعة من أساسيات الحوار أهمها: (Ruler، ٢٠٠٤)

- استشارة الجمهور في سياسات المنظمة.
- أهمية رأى الجمهور في القضايا المختلفة.
- إشراك الجمهور في عملية صنع القرار.

وقد انقسم الباحثون وفقاً لتلك الاستراتيجيات إلى فريقين:

الفريق الأول: أوضح أن وسائل الإعلام الاجتماعية وفرت للقائم بالاتصال منصات حرة للحوار Free Dialogue Platforms الذي يهدف إلى تحقيق التفاهم والتوافق مع الجماهير الخارجية. (Sommerfeldt, 2012)

الفريق الثاني: أشار إلى صعوبة الممارسة الفعلية للحوار في مجال الدبلوماسية العامة في بعض الحالات، وربما يرجع ذلك إلى اختلاف بعض المتغيرات السياسية مثل درجة الديمقراطية والشفافية Transparency لدى الحكومة، وتطبيق مفهوم الحكومة الإلكترونية E-Government التي تعنى توفير المعلومات والخدمات الحكومية للجمهور الأجنبي على الإنترنت. (Rofe, M, 2014).

وخلص القول تستهدف استراتيجية الإعلام والإقناع الاتصال في اتجاه واحد عبر تقديم المعلومات، أو السعي نحو التغيير المقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور، بينما تستهدف استراتيجية بناء الإجماع على الاتصال في اتجاهين، حيث تركز الأولى على إبراز أوجه الاتفاق بين المؤسسة والجماهير، وتركز الثانية على التفاعل وتبادل الآراء معهم.

تطبيق نموذج Betteke Van Ruler لاستراتيجيات الاتصال على موضوع الدراسة الحالية:

- يعتمد هذا النموذج على 4 استراتيجيات أساسية هي الإعلام والإقناع وبناء الإجماع والحوار وتقوم الدراسة الحالية بدراسة الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث الثقافي السعودي: دراسة في إطار تنمية الاقتصاد المعرفي، ومدى تطبيقها لهذه الاستراتيجيات من خلال العرض الكمي والنوعي لتلك الأبحاث، كما سيتم قياس المتغيرات الخاصة بكل استراتيجية وكذلك معرفة أي من هذه الاستراتيجيات يتم تطبيقها بشكل كبير، والتي يمكن توضيحها في إطار الدراسة الحالية في الجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إبراز أبحاث منسوبي الجامعة في مجال التراث والثقافة

تقديم دراسات ومعلومات مهمة للجهات المختصة عن الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث الثقافي السعودي، لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرار.	استراتيجية الإعلام
تعتبر استراتيجية أساسية في كل من الإعلان والدعاية لهذه الدراسات، كما سيتم استخدامها في محاولة إقناع الجهات والوزارات المستهدفة، وخلق قاعدة للعلاقات الاستراتيجية مع الجماهير الأساسية لتلك الجهات، ومن ثم بحث تغيير مقصود في معلومات واتجاهات وسلوكيات المسؤولين بها، وكذلك يتم استخدام هذه الاستراتيجية في توجيه الرسائل الإقناعية للجمهور الضمني، وذلك لاقتناعه بأهمية الاستفادة من تلك الدراسات.	استراتيجية الإقناع
تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤية الجامعة، حيث تستخدم إقامة علاقات استراتيجية بين الجامعة وبينتها الخارجية، أو بين الجامعة وتشجيع منسوبيها.	استراتيجية بناء الإجماع
تسمى بـ (استراتيجية التيسير) حيث تعمل الجامعة على تيسير مشاركة الجمهور (الجهات المختصة والوزارات) وتفاعله معها في خططها نحو مجتمع الاقتصاد المعرفي، وتهتم في الوقت نفسه على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية نحو الإعلام عن أهمية التراث الثقافي السعودي.	استراتيجية الحوار

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (Media Richness Theory (MRT) والتي يتم توضيحها كالتالي:

تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فاعلية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبلي للرسالة.

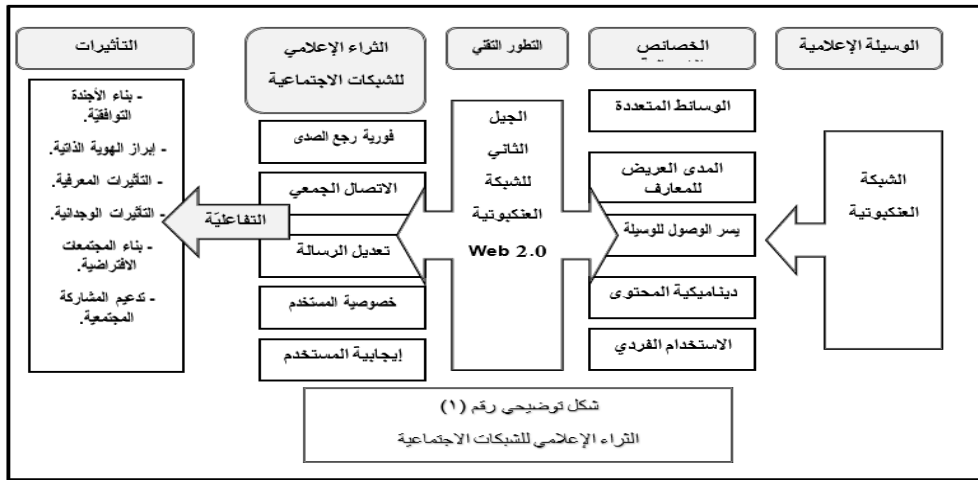
وفي هذا الصدد يؤكد آلان دنيس وآخرون، Alan R. Dennis et al عام 1998م على أن غاية نظرية الثراء الإعلامي هو قياس كفاءة الوسيلة The Media Fit، وتقييم خصائصها وقدراتها الاتصالية، وفي ضوء تلك القدرات يتم اختيار الوسيلة المعينة وتوظيفها في توصيل الرسائل الإعلامية بدرجاتٍ متزايدةٍ من الفعالية لتحقيق تأثيرات معرفية ووجدانية مواتية في أفراد الجمهور المستهدف (Dennis, Alan, 1998)، ومن ثم تركيز نظرية الثراء الإعلامي على المرسل واختياره لوسيلة الاتصال، فتقترح النظرية أن المرسل يجب عليه استخدام أكثر الوسائل المتاحة ثراء لتوصيل رسالته (ماجدة محمود، 2015).

فالوسيلة الأكثر ثراءً The Richer Medium، هي تلك الوسيلة القادرة على تحقيق الوضوح في الرسالة الإعلامية المتبادلة فيما بين أطراف العملية الاتصالية بما يحقق لهم فهماً متبادلاً خلال مدى زمني محدود، كما يطرح الخبراء أنفسهم مفهوم الحضور الاجتماعي Sociability، والذي يعني- وفقاً لأدبيات نظرية الثراء الإعلامي- حدود قدرة الوسيلة الإعلامية على دعم الحضور الاجتماعي لمستخدميها خلال عملية تبادل المعلومات والرؤى والمشاعر، فكلما أتاحت الوسيلة لمستخدميها فرصاً متزايدة للحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية، زادت بالتالي قدرتهم- أي مستخدمي الوسيلة- على تطوير إطار دلالي متوافق أو فهم مشترك وإجماع على أفكارٍ ووجهات نظر بعينها حول الموضوع أو الموضوعات محل الجدل أو النقاش الجمعي الذي يتم في السياق الاتصالي الذي تدعمه تلك الوسيلة الإعلامية المعينة (Cho, Charles, 2009).

وتؤكد نتائج الدراسات التي أجريت في السنوات القليلة الماضية أن الشبكة العنكبوتية تحمل بدورها سمات مشابهة للاتصال الشخصي، ومن ثم يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام ثراءً وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية، فالوسائط المتعددة Multimedia ممثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية، وقد شهد العقد الأول من الألفية الثالثة اهتماماً ملحوظاً من قبل المنظرين والباحثين في مجال نظرية الثراء الإعلامي بدراسة متغير التفاعلية Interactivity؛ والذي تم تحديده بوصفه قدرة الوسيلة الإعلامية على توفير رجوع فوري فيما بين مستخدميها خلال عملية الاتصال. (دعاء فتحي، أحمد الزهراني، 2018).

أبعاد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: (Kathlenn A. Hansen, 1990)

- التنوع: يقصد به التنوع في الأدوات والوسائل الجديدة للإنتاج الإعلامي، وبالتالي يحدث التنوع في الاختيار.
 - الجودة: إذا أتاحت الوسائل والأدوات الجديدة إمكانيات ومميزات مختلفة ومتعددة بثرائها من حيث التكوين وبالتالي الاختيار.
 - الدقة: يتعلق بسهولة وسرعة ومرونة وتحقيق الغاية من وراء استخدام تقنية معينة.
- ويوضح الشكل التالي الثراء الإعلامي للشبكات الاجتماعية المستندة إلى تقنيات الجيل الثاني من الشبكة العنكبوتية **The Web 2.0**.



تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الاعلامية على الدراسة الحالية:

- تركز نظرية ثراء الوسيلة الاعلامية على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وقد وقع الاختيار على هذه النظرية لتفسير مدى ثراء حسابات جامعة الملك عبد العزيز بالمعلومات المختلفة ومدى استخدامها للتقنيات التفاعلية، حيث تستهدف الدراسة الحالية التعرف على الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية، حيث تعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية الإطار الذي يمكن من خلاله معرفة المميزات التي فرضتها وتفرضها دائما التطورات التكنولوجية للتقنيات الحديثة، وكيف يتم اختيارها والقاء الضوء على مدى قدرة الأفراد على التمييز بين الوسائل الإعلامية الجديدة وفقا لثرائها من خلال المحتوى وطرق تقديمه.

الدراسات السابقة:

تم تناول الدراسات السابقة من خلال المحاور الآتية:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الإنتاج المعرفي الخاص بالتراث والثقافة في المملكة العربية السعودية (من قبل منسوبي جامعة الملك عبد العزيز)

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الأداء الاتصالي والتفاعلي للإعلام والعلاقات العامة بالجامعات.

أولاً: الدراسات التي تناولت الإنتاج المعرفي الخاص بالتراث والثقافة في المملكة العربية السعودية (من قبل منسوبي جامعة الملك عبد العزيز).

سيتناول هذا المحور الدراسات التي تناولت الموضوعات المرتبطة بالتراث الشعبي في المملكة العربية السعودية، والتي تم تقسيمها إلى دراسات خاصة بالمباني التراثية والعمارة السعودية، وأخرى خاصة بالملايس والأزياء التراثية السعودية، ونحن في اختيارنا لهذه الدراسات تحكماً طبيعة الموضوعات من ناحية، وحدائتها من ناحية ثانية، وما يتوفر لدينا من هذه الدراسات من ناحية ثالثة.

١- الدراسات التي تناولت المباني التراثية والعمارة السعودية:

حيث توصلت دراسة (**Mohammed H. Aljahdali, Yahya Almufareeh, Iyad S. Zalmout, 2020**) إلى توصلت الدراسة إلى اكتشاف طبقات من الحجر الطباشيري وتم تقدير عمره بما يقارب ٣٧ مليون سنة، وتم اكتشاف سلاسل جبال الرشاشية ذات المياه التي تزيد عمقها عن ٢٠٠ متر عمق، وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها الأولى من نوعها لتعيين الأعمار الجيولوجية للصخور بالمملكة، وتحديد بيئاتها القديمة بالاعتماد على تقنية أحافير النانو، وتعد الدراسة باكورة العمل المسحي لمناطق شمال المملكة لدراسة وتقييم الثروة المعدنية والثروة الحيوانية ضمن رؤية ٢٠٣٠

وحظيت مدينة جدة على تناول دراسات عديدة لها منها دراسة (**عبير الصبان، ٢٠٢٠**) والتي هدفت إلى تسليط الضوء على الحرف والصناعات في جدة في القرن الرابع عشر الهجري / العشرون الميلادي، وتحديد مدى أهمية الصناعات الحرفية في خلق تنمية صناعية لمدينة جدة، وتوصلت الدراسة إلى مدى الأهمية القصوى للصناعة، وإلى أهمية الصناعات الصغيرة والحرفية كجزء مهم في تقوية الاقتصاد الوطني لمدينة جدة، واستقصاء العوامل التي كانت وراء تفهقر دورها في المجتمع، ورفع الوعي لدى الناشئة بأهمية الثقافة الشعبية المادية، باعتبار أن الصناعات الحرفية تعد أحد مكوناتها ومن أهم مقومات الجذب السياحي.

وكذلك دراسة (**هنادي الحربي، ٢٠١٩**) التي تناولت المقومات السياحية للمنطقة التاريخية في مدينة جدة وسبل تنميتها، حيث هدفت إلى محاولة تحديد المقومات السياحية الموجودة في المنطقة التاريخية في مدينة جدة، والتأكيد على مقوماتها المستغلة ومدى الاستفادة منها وأيضاً مستوى هذه المقومات، كما اهتمت هذه الدراسة بالمشاكل والمعوقات التي تعيق تطور السياحة في المنطقة التاريخية والكشف عن مصادر جديدة للجذب السياحي في المنطقة التي لا يتم استغلالها استغلالاً كاملاً، وتوصلت الدراسة إلى تفاوت أهمية مقومات الجذب السياحي في المنطقة التاريخية في مدينة جدة، كما أظهرت الدراسة أهمية المهرجانات التي تقام في المنطقة كعامل جذب سياحي لها وأن هناك علاقة بين توفر الخدمات السياحية وتردد الزوار على المنطقة التاريخية.

وركزت دراسة (Ahmad Baik, Ayman Alitany, 2018) على تقنية اكتساب البيانات ثلاثية الأبعاد كأداة لتوثيق وتعلم مبادئ توثيق التراث المعماري الرقمي، ودمج النمذجة ثلاثية الأبعاد والمعرفة المرئية لأغراض تحديد وتصميم وتقييم تجربة تعليمية هندسية فعالة، واستخدمت نهج توثيقي مقترح للمباني التراثية في جدة التاريخية باستخدام تقنيات المسح التصويري عن بعد / تقنيات المسح التصويري المعماري كتجربة أكاديمية جديدة في تعليم التراث المعماري الرقمي.

في حين تناولت دراسة (REEM F. ALSABBAN, MARWAN A. FATANI, 2018) استخدام الوسائط المتعددة في توثيق وأرشفة التراث المعماري الإسلامي لمنطقة المسجد المقدس في مدينة مكة بالمملكة العربية السعودية، والتي هدفت إلى تحليل وتوثيق التراث المعماري للمسجد الحرام في المملكة العربية السعودية (المسجد الحرام) والمنطقة المحيطة به، وركزت على استخدام الفيديوها المتعددة الوسائط والصور الفوتوغرافية وتقنية الواقع الافتراضي في توثيق التراث المعماري لمنطقة المسجد الحرام في الفترة التي تلت التوسعة الجديدة وتجديد المسجد الحرام (خلال السنوات العشر الماضية) ومقارنتها مع فترة ما قبل التوسع، وتوصلت الدراسة إلى تسليط الضوء على جمال التصميمات المطورة الحالية، وتوثيقها باستخدام تقنية الواقع الافتراضي، مما يسمح للباحثين المهتمين بدراستها في المستقبل.

وفي اتجاه آخر تناولت دراسة (عبد الرحمن العرابي، ٢٠١٨) تحليل تاريخ الطائف بين الأسطورة والخرافة من خلال مرويات تاريخية نقلها مؤرخون عبر أزمنة ماضية، وترسخت في وجدان وذاكرة المجتمع وكأنها حقائق ومسلمات تاريخية. ومعظم تلك المرويات سجلها مؤرخون من أهالي الطائف أو مكيون أو ممن زارها مما أعطاها زخماً تاريخياً ومعرفياً حولها إلى شبه حقائق غير قابلة للجدل، ولهذا جهد البحث في التدقيق العميق لتلك المرويات وإخضاعها للمنهج التاريخي النقدي بما يؤكد أو ينفي ما ورد في ثناياها من معلومات معتمداً في ذلك على مقارنتها ومقارنتها بالواقع المعاش والمنطق العقلاني والسيرورة الفعلية لتاريخ الطائف. من تلك المرويات فضائل الطائف وإنشائها وآثارها، وقدمت (عواطف الشريف، ٢٠١٧) تطبيقاً عملياً لإبراز دور التقنية في تكوين قواعد البيانات الجغرافية، حيث تناولت دراستها تطبيق تقنية نظم المعلومات الجغرافية في إنشاء خريطة تفاعلية للمساجد التاريخية في المدينة المنورة، وأكدت على أهمية إبراز دور التقنية الحديثة في تكوين قاعدة بيانات جغرافية للمساجد التاريخية، والتي تتضمن أسمائها ومواقعها وإحداثياتها وسبب تسميتها، وما يتعلق بها من الوقائع التاريخية وصور لها، وإنتاج خريطة للقدرة التفاعلية كدليل للمستخدم وتعريفه بقيمتها الرمزية، وأوصت الدراسة الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني بتبني هذا النموذج وتسويقه على الإنترنت لتعريف وتوعية من هم خارج المملكة العربية السعودية بأهمية وقيمة المساجد التاريخية، التي امتدت في أعماق التاريخ وتمكنت من سجل الحضارة الإسلامية حتى أصبحت نبزاً امتدت إلى أرجاء العالم كله.

واهتم (مروان شعيب، ٢٠١٧) بموقع تاج الأثري، حيث تناولت دراسته تاج في مسارها التاريخي والإنجازات السعودية فيها، والذي يُعتبر واحداً من أهم المواقع الأثرية في شمال

غرب الجزيرة العربية، وحاولت الدراسة الإجابة على عدة تساؤلات منها ما الآراء التي دارت حول النقوش والقطع النقدية التي عثر عليها في ثاج؟ وما النتائج التي توصلت إليها الحفريات والدراسات الأثرية الحديثة في ثاج؟ ما العلاقة بين ثاج والمدينة العربية المفقودة؟

وسلّطت دراسة (نهى الدوسري، ٢٠١٧) على استحداث جداريات معدنية معاصرة مستمدة من التراث السعودي، وتوصلت إلى عدد من النتائج منها، أن التراث يعد ثورة ذات طابع ثقافي حضاري، إذ يمثل التاريخ المادي لأي أمة، والمرأة الحقيقية لأي حضارة، ولا يقتصر التراث على ميدان بعينه، بل يتداخل التراث في كافة ميادين الحياة، ويمكن تعريف التراث بأنه ما مر به السلف من تجارب وخبرات تم توارثها من جيل إلى آخر بشكل متتابع متصل ساهم بشكل مباشر في تشكيل هوية وثقافة الأمم على اختلافها.

وتناولت (Abeer Alawad, 2017) استخدام الطراز المعماري للمباني التراثية كأداة لتجنب المخاطر الصحية- دراسة تحليلية لروشان في البيوت التقليدية في مدينة جدة، حيث هدفت إلى التعرف على أهمية أنماط النوافذ المعروفة باسم روشان والموجودة في المباني التراثية في مدينة جدة، وتقييم ومقارنة استخدام روشان مع النوافذ الزجاجية للوصول إلى ضوء الشمس المباشر في المساحات الداخلية من أجل تجنب نقص فيتامين (د)، من الواضح أن استخدام روشان كإستراتيجية تصميمية هو طريقة بسيطة نسبياً لتحسين تناول فيتامين (د) بين السكان مع ضمان التزام الإقامة بمستويات الخصوصية التي تعتبر حاسمة في الدول العربية والشرق أوسطية الخاضعة لبعض الاعتبارات، في حين تناول (عدنان عباس، ٢٠١٣) السمات البارزة للطراز المعماري للمباني التراثية في مدن غرب المملكة العربية السعودية (الحجاز) مثل جدة الاستخدام المكثف في واجهاتها من النوافذ الخشبية المنحوتة بشكل معقد (روشان، رواشين) مصنوعاً من العديد من أنواع الأخشاب المختلفة مثل خشب الساج والجوان والماهوجني وأنواع أخرى من الأخشاب الأفريقية والشرق أوسطية وبأحجام ونسب مختلفة وزخارف معقدة متنوعة والزخارف، وتوصلت إلى أنه يجب اتباع توثيق الرواشين ومكوناتها باستخدام الأساليب الرقمية الحديثة واستخدام تقنيات الإصلاح المناسبة عند العمل مع هذه العناصر لضمان استمرار الحفظ والحفاظ على القيمة والأصالة، في حين تناولت دراسة (ريم الصبان، ٢٠١٢) التصميم الداخلي بين الأصالة والمعاصرة في المنشآت السياحية بمدينة الرياض، حيث هدفت إلى ابتكار تصميمات تجمع بين الأصالة والمعاصرة للمنشآت السياحية بالمملكة العربية السعودية، وقد استخدمت الباحثة الدراسة التحليلية للتراث المحلي لمنطقة الرياض، وتوصلت الدراسة إلى القيام بمشروع ذو طابع نجدي لتصميم فراغ الاستقبال بإحدى المنشآت السياحية المعاصرة بالمملكة العربية السعودية كنموذج لتفاعل فلسفة التصميم الداخلي مع العمارة الحديثة لتهيئة فراغ معاصر له مدلول رمزي تراثي.

وتناولت دراسة (مروان شعيب، ٢٠٠٥) دولة كندة: نشأتها وتطورها وعلاقتها داخل شبه الجزيرة العربية وخارجها في عصر ما قبل الإسلام، حيث يحتل تاريخ دولة كندة حقبة مهمة في تاريخ الجزيرة العربية، غير أن هذه الحقبة الزمنية اختلطت أحداثها في أذهان كثير من الباحثين، وذلك لاعتمادهم على الروايات الشفهية التي تحمل في طياتها الكثير من النزعات والرغبات الشخصية والقبلية، حتى ظهر تاريخ هذه الدولة مشوشاً في بعض الأحيان ومغلوطاً

في أحيان كثيرة، الأمر الذي يسبب التخبط وعدم الوضوح عند الباحثين المحدثين، وخرجت الدراسة بتصور عام وجديد لدولة كندة في دهرها الأول والثاني.

٢- الدراسات التي تناولت الملابس والأزياء التراثية السعودية:

تناولت دراسة (نوره العمري، ٢٠٢٢) الاستفادة من جماليات التراث الشعبي السعودي في إثراء تصميم الملابس النسائية وأثره على الانتماء الوطني لديهن، حيث هدفت إلى التوصل لتصاميم ملابس نسائية راقية جذابة معاصرة مستوحاة من جماليات التراث الشعبي السعودي، وتناولت المباحث النظرية متمثلة في: جماليات التراث الشعبي السعودي في تصميم الملابس النسائية، والانتماء الوطني، وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أهمية التراث السعودي واعتباره مرجع هام للمعرفة والثقافة للباحثين والمهتمين، وأوصت بالتوسع في إجراء البحوث التي تهتم بمجال تصميم الملابس النسائية التراثية، في حين تناولت دراسة (أمال باصفار، حنان بري، ٢٠٢٢)، حيث هدفت إلى دراسة العمامة الحجازية من حيث وصفها، أنواعها، والأساليب المتبعة في الزخرفة، لما في ذلك من اعتزاز بالإرث الثقافي والتاريخي، ولنقل التراث التقليدي للعمامة الحجازية إلى المهتمين بدراسة التراث التقليدي من الأجيال القادمة، وتوصلت الدراسة إلى الكشف عن وصف العمامة الحجازية في العهد السعودي والتعرف على أنواعها وزخارفها، وذلك باتباع الأسلوب العلمي، بينما تناولت دراسة (إلهام عبد العزيز، نوره العمري، ٢٠١٩) زخارف التراث الشعبي في منطقة الباحة واستحداث تصميمات للكلف ذات هوية وطنية بأسلوب التصميم على المانيكان يمكن إنتاجها وتطبيقها بما يرضي الذوق العام توافقاً مع رؤية ٢٠٣٠، وحياء الهوية الشعبية لمنطقة الباحة، وحياء الهوية الشعبية لمنطقة الباحة من خلال التصميمات المقترحة وتكمن أهمية البحث في إحياء الفن الشعبي والهوية الوطنية من خلال تصاميم للكلف مستوحاة من الفن الشعبي لمنطقة الباحة وفتح المجال أمام الدارسين والباحثين في مجال تصميم الأزياء لتناول مداخل تجريبية جديدة في الابتكار والإبداع.

وهدفت دراسة (أمل البشري، ٢٠١٢) إلى التعرف على تاريخ الغرز المتقاطعة في العالم وتاريخها وأنواعها في تراث المملكة العربية السعودية وذلك من خلال دراسة الأزياء والقطع التراثية التي تحتوي على الغرزة المتقاطعة والتعرف على مسمياتها التقليدية في منطقة مكة المكرمة، ولقد تمثلت أهمية البحث في المساهمة في توثيق تاريخ الغرز التقليدية بمنطقة البحث متمثلة في الغرزة المتقاطعة، وأظهرت النتائج استخدام الغرزة المتقاطعة بعدة مسميات، كما أن لشكل الغرزة المتقاطعة علاقة بأسمائها بمنطقة البحث حيث سميت الغرزة المتقاطعة الأساسية في بني حارث بمحافظة الطائف (تقاطع) وفي بني حرب في محافظة رابغ (مقاطع) وانحصر استخدام الغرزة المتقاطعة في سبعة أنواع من الغرزة المتقاطعة، في حين تناولت دراسة (خديجة مسفر، عبير خصيفان، ٢٠١١) مدى إمكانية تصميم مكملات الملابس مستوحاة من الزخارف الملبسية في قبيلة حرب، وذلك بهدف الاستفادة من الملابس التراثية لنساء قبيلة حرب وتطويعها بشكل يتماشى مع الحداثة، وتوظيف وتنفيذ الوحدات الزخرفية لتصميم مبتكر حديث، بتوليف خامات وتقنيات مختلفة، أظهرت الدراسة التراث الأصيل في زخارف قبيلة حرب التي قُدمت بتقنيات تتناسب مع التطور السريع في الحداثة. وهذا يؤكد

مدى أهمية الخامات والتقنية في التوليف والتصميم في مكملات الملابس، ويفتح أيضا فرص عمل للمخرجات التعليمية المتخصصة.

وقامت دراسة (علياء مبروك، منال شطا، ٢٠١٠) بالتعرف على الزخارف الموجودة في المادة الأثرية لحضارة الأنباط موقع الحجر (مدائن صالح) شمال غرب المملكة العربية السعودية والحضارات القديمة التي أثرت في فنونها الزخرفية، أضاف مخزون ثقافي زخرفي ساعد في معرفة الأصول التاريخية لبعض الوحدات الزخرفية والتي أثرت بدورها في تكوين الخطوط الزخرفية للملابس التقليدية النسائية في المملكة، وكذلك التعرف على الوحدات الزخرفية من خلال الفنون التشكيلية المختلفة الموجودة في منطقة مدائن صالح المتمثلة في زخارف (النقوش، الوسوم، الكتابات القديمة، الفخار، العناصر المعمارية (المقابر)، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الوحدات الزخرفية والرموز التي استمرت عبر العصور لم تحتفظ بمعناها العقائدي، بل أصبحت وحدة جمالية تزين بها الفنون الشعبية المادية، ويرجع ذلك إلى تعاليم الدين الإسلامي وتصحيحه للمعتقد الذي يعتبر الأساس للارتقاء الجمالي ومدى تأثيره على الإنسان وتذوقه للفن، كما أكدت الدراسة إمكانية الاستفادة من الثقافة الزخرفية الأثرية في مكان غير مكانها التي وجدت فيه، كتطويعها في تصميمات زخرفية مستحدثة.

وهدفت دراسة (مها الدباغ، زينب فرغلي، ٢٠٠٩) إلى تصميم منتجات مبتكرة ومقتبسة من التراث التقليدي الملبسي في المملكة العربية السعودية لاستخدامها كتذكارات سياحية يمكنها المساهمة في عملية التنشيط السياحي من خلال نشر التراث الثقافي الملبسي والذي تتميز به المملكة، كما هدفت إلى تقديم مشروع مقترح يساهم في فتح مجال عمل لمشغولات تقليدية من خلال إقامة مشاريع صغيرة خاصة، وأوضحت النتائج تصور مبدئي لمركز لإنتاج مشغولات تقليدية للمساهمة في عملية الإعلام السياحي للمملكة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الأداء الاتصالي والتفاعلي للإعلام والعلاقات العامة بالجامعات.

سيتناول هذا المحور الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، كأحد أهم أدوات الإعلام الجديد التي تساعد في تشكيل وتنمية الوعي الثقافي.

هدفت دراسة (محمد فؤاد، ٢٠١٧) إلى اقتراح استراتيجية إعلامية للجامعات الحكومية المصرية في ضوء الأداء الراهن للعلاقات العامة والإعلام بها وذلك بالتطبيق على جامعة المنوفية، حيث اعتمدت الدراسة على أداتي المقابلة المقننة والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها عدم وجود استراتيجية إعلامية واضحة للجامعة، والقصور الواضح في أدوات قياس الصورة الذهنية للجامعة مع ضرورة وضع مؤشرات قياس أداء ومتابعة تنفيذ لأهداف إدارة العلاقات العامة والإعلام بجامعة المنوفية.

وتناولت (سهاد جاسم، ٢٠١٧) التعرف على مدى وجود استراتيجية عمل مبرمجة لأقسام العلاقات العامة في الجامعات العراقية، مع تحديد مستوى تحقيق هذه الأهداف، وأظهرت النتائج إلى عدم وجود استراتيجية معمول بها داخل الأقسام والكليات بالرغم من وجود تصنيف محدد لخصائص العاملين في أقسام العلاقات العامة في جامعتي بغداد والتكنولوجية، كمل

أوضحت عدم وجود علاقة بين سنوات الخبرة ورغبة العاملين في العمل في العلاقات العامة، بينما تناولت دراسة (شاهيناز الأغا، ٢٠١٥) الكشف عن واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في قطاع غزة، والفرق في أدائها بين مؤسسات (جامعة الأقصى - الكلية العلمية للعلوم والتكنولوجيا- كلية فلسطين التقنية) وأشارت النتائج إلى العلاقات العامة تحظى بأهمية كبيرة لدى مؤسسات التعليم العالي الحكومية، وهدفت دراسة (حاتم عاطف، ٢٠١٥) إلى التعرف على مدى ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، وكذلك التعرف على أهم أنشطة العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها بالجامعات الحكومية ومدى التزام العاملين بها بأخلاقيات المهنة لتحقيق جودة الأداء، وذلك بالتطبيق على جامعة المنوفية، وأكدت الدراسة على ضرورة الاطلاع على تجارب الجامعات الأجنبية بخصوص ذلك الشأن.

وفي اتجاه استخدام المواقع الإلكترونية للجامعات كانت دراسة (مهند الأمين، ٢٠١٧) والتي هدفت إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية في بناء الصورة الذهنية للجامعات الإماراتية (جامعة عجمان - جامعة الجزيرة)، كما هدفت إلى التعرف على مدى استفادة العلاقات العامة من الثورة التكنولوجية وأدواتها في مجال الاتصال، بالتركيز على دور المواقع الإلكترونية في بناء الصورة الذهنية للجامعات الإماراتية، وأوضحت أن العلاقات العامة في الآونة الأخيرة أصبح على عاتقها أموراً مهمة مثل الربط بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، وعليها إبراز كافة الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وأن استخدام العلاقات العامة للمواقع الإلكترونية أضاف إليها الكثير من عوامل الجاذبية، وجذب عدداً كبيراً من الجماهير إليها، كما طبع استخدام المواقع صورة ذهنية متميزة للجامعتين في أذهان طلابها.

واهتمت دراسة (Lindsay Addington, 2012) بمعرفة تفضيلات الطلاب في المرحلة الجامعية لمصادر المعلومات والمعرفة والتعرف على تأثير استخدام التكنولوجيا، وأظهرت النتائج أن الطلاب يعتمدون على الانترنت لسهولة تداول المعلومات عن الجامعة، وأن أكثر المواد التي يحصل منها الطلاب على المعرفة حول الجامعة هي الرحلات الافتراضية للأماكن الجامعية، والبريد الإلكتروني لممثلي الطلاب، والفيديوهات المتاحة عبر اليوتيوب.

التعليق على الدراسات السابقة:

باستقراء الدراسات السابقة يمكن استخلاص العديد من المؤشرات المهمة وذلك على النحو التالي:

- اتجاه العديد من الأبحاث إلى دراسة المباني والعمارة السعودية وتعقبها على فترات زمنية معينة.
- ربط التراث الشعبي الخاص بالملابس والأزياء، بتنمية الوعي الثقافي تجاه التقاليد والعادات الموروثة.
- ندرة الدراسات العربية التي تناولت تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة لاسيما حسابات السوشيل ميديا، على عرض دراسات وأبحاث خاصة بالتراث والثقافة، رغم الحاجة لوضع استراتيجية لذلك، وهو ما تسعى لتحقيقه الدراسة الراهنة.

- اعتمدت معظم الدراسات العربية والأجنبية على أساليب التحليل الكمي، ولم تتناول التحليل الكيفي الذي يظهر المحتوى الضمني للنص الإعلامي في تحليل القضايا الثقافية أو التراثية.
- تنوع الدراسات التي تناولت الوعي الثقافي سواء من الناحية المفاهيمية أو من حيث التحديات التي تواجهه.
- لم تربط الدراسات السابقة بين حسابات الجامعات عموماً وبين التراث الثقافي سواء من خلال عرض أو دراسات، وهذا ما يميز الدراسة الحالية.
- غياب التخطيط الاستراتيجي لأهداف وأنشطة العلاقات العامة والإعلام في الجامعات، حيث أظهرت عدم وجود استراتيجيات معمول بها في الأقسام والكليات والجامعات المختلفة.
- ضرورة توفير كوادر إدارية وفنية مؤهلة للعمل في إدارة الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات، مع توفير الدعم المناسب لها.
- أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية من خلال تحديد المشكلة البحثية، وتحديد المداخل النظرية المناسبة للدراسة، بجانب اختيار عينة الدراسة، كما اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي الذي يتلاءم مع طبيعة الدراسة، كما أنها تساعد في توضيح الخطوط العريضة التي يجب أن تبنى عليها أداة الدراسة، حيث تم التأكيد على أن أداة الاستبانة هي أكثر أداة تتماشى مع الدراسة الحالية.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

١- الاستراتيجيات الإعلامية Media strategies

خطة موضوعية ووصفية يتم استعمالها، وذلك من أجل الوصول إلى الأهداف الإعلامية المحددة، حيث يتم بناء هذه الاستراتيجية من خلال التعاون ما بين الوسائل الإعلامية الجماهيرية لاسيما الجديدة منها بكافة أشكالها، والتي تساهم في توفير الفرص من أجل تقديم الحريات التعبيرية، بالإضافة إلى قدرتها على نقل المعلومات الإعلامية الشاملة للجمهور المستهدف، حيث تساعد الاستراتيجية الإعلامية على صناعة واتخاذ القرارات العامة والمتعلقة بالشؤون والمجالات الإعلامية، سواء كانت مرتبطة بالقطاعات العامة أو الخاصة أو الحكومية.

٢- التراث الثقافي السعودي Saudi cultural heritage

يقصد به في إطار الدراسة الحالية كل ما ورثته الأجيال السالفة للأجيال الحالية من العادات والتقاليد والآداب والقيم، والمعارف الشعبية والثقافية والمادية والمباني والآثار، فكل تلك العناصر هي الناتج الثقافي السعودي والذي يمكن أن يقال عليه "تراث الأمة"، للتراث السعودي مذاق خاص تمتاز فيه الأصالة بالحدثة، ويعد التراث السعودي أحد ركائز الهوية الوطنية فهو الوعاء الذي تستمد منه عقيدتها وتقاليدها، وقيمها الأصيلة، ولغتها وأفكارها.

٣- الاقتصاد المعرفي Knowledge Economy

يقصد به في إطار الدراسة الحالية نظام للاستهلاك والإنتاج يعتمد على رأس المال الفكري، حيث إنَّ اعتماده على القدرات الفكرية يعدّ أكبر من اعتماده على المدخلات المادية أو الموارد

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

الطبيعية، فهو يساعد على زيادة سرعة التقدم التقني والعلمي، كما أنه يُستخدم في الحفاظ على النمو الاقتصادي وتطويره على المدى الطويل.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث تسعى إلى وضع استراتيجية إعلامية مقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية في ضوء واقعها الراهن، من وجهة نظر الجمهور الداخلي للجامعة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأسلوبه الكمي، باعتباره أكثر المناهج ملائمة للتعرف على السمات والملامح العامة ورصد وتحليل أبعاد الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

سيتم تطبيق البحث على عينة عشوائية من (العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز + أعضاء هيئة التدريس في مجال الإعلام والتاريخ والاقتصاد + بعض القيادات الأكاديمية بالجامعة) وبلغ حجم العينة الكلية ٤٠٠ مفردة، وستعتمد الدراسة في جمع البيانات على أداة المسح الميداني من خلال تصميم استمارة استبانة إلكتروني تم تطبيقها على عينة الدراسة.

يوضح الجدول رقم (٢) الخصائص العامة لعينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
53.8	215	الذكور	النوع
46.3	185	الإناث	
100.0	400	الإجمالي	
32.0	128	من ٣٥ إلى ٤٠ سنة	السن
64.3	257	من ٤١ إلى ٤٦ سنة	
3.8	15	أكثر من ٥٠ سنة	
100.0	400	الإجمالي	المهنة
46.5	186	أعضاء هيئة التدريس	
28.5	114	قيادات الجامعة	
2.5	100	العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام	
100.0	400	الإجمالي	

يتبين من الجدول السابق الخصائص العامة لعينة الدراسة:

من حيث النوع: حيث بلغت أعداد الذكور ٢١٥ مفردة، في حين بلغت أعداد الإناث ١٨٥ مفردة.

من حيث الفئة العمرية: من ٤١ إلى ٤٦ سنة احتلت المركز الأول بنسبة ٦٤,٣٪، يليها فئة من ٣٥ إلى ٤٠ سنة بنسبة ٣٢٪، ثم أكثر من ٥٠ سنة في المركز الثالث بنسبة ٣,٨٪.

من حيث المهنة: فجاء أعضاء هيئة التدريس في المركز الأول بنسبة ٤٦,٥٪، تلاه قيادات الجامعة بنسبة ٢٨,٥٪، أما العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام بنسبة ٢,٥. أدوات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المقابلة المقننة مع بعض (أعضاء هيئة التدريس – قيادات الجامعة - العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام) كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان Questionnaire وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استنارة المبحوثين بطريقة منهجية (عبد المحسن القحطاني، ٢٠١٨)، وقد قسمت استمارة الاستبانة إلى عدد من المحاور:

المحور الأول: مدى وجود استراتيجية إعلامية للعمل على إبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية

المحور الثاني: تحليل swot للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة.

المحور الثالث: الأهداف الاستراتيجية الإعلامية في ضوء تحليل swot لواقع الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة.

اختبار صدق وثبات الاستبانة:

أ- اختبار الصدق Reliability: تم التأكد من صدق الاستبانة وأنه يقيس أهداف وتساؤلات الدراسة من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في موضوع الدراسة***، للتأكد من صلاحية الأداة لقياس متغيرات الدراسة، واتفق المحكمون بنسبة ٩٠٪ على صلاحية الأداة للتطبيق، وتم إجراء ما يلزم من تعديلات في ضوء مقترحاتهم لتصبح في شكلها النهائي.

ب- اختبار الثبات Validity: تم تطبيق اختبار قبلي على عينة قوامها ١٠٪ من إجمالي العينة، للتأكد من الفهم الصحيح للأسئلة ومدى وضوحها وترتيبها، ومن ثم ادخال بعض التعديلات المقترحة، وللتأكد من ثبات البيانات قامت الباحثتان بإعادة الاختبار Test.Retest على عينة قدرها ١٥٪ من المبحوثين بعد مرور أسبوعين من الاختبار الأول، وبلغ معامل الثبات ٩٠٪، وهي قيمة عالية تشير إلى دقة وثبات الأداة والاستقرار في نتائجها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وتمت المعالجات الإحصائية من خلال استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية.
- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio)
- اختبار تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- اختبار كاي ٢ (Chi square) لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

نتائج الدراسة الميدانية

أجريت الدراسة الحالية بهدف وضع تصور مقترح لاستراتيجية إعلامية لجامعة الملك عبد العزيز، لإبراز أبحاث منسوبيها الخاصة بالتراث والثقافة، وينطلق ذلك من تحليل الوضع الراهن لما تؤديه حسابات الجامعة المختلفة من أدوار وأنشطة، وتمت صياغة رؤية ورسالة للاستراتيجية الإعلامية المقترحة بما يتفق مع التوجهات العامة لاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز، كما تم تحديد أهداف الاستراتيجية الإعلامية لإبراز أبحاث منسوبيها المنشورة لخدمة التراث والثقافة، في ضوء واقعها الراهن في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي، سعياً للوصول إلى أولويات العمل بما يتفق مع الأهداف الموضوعية باستراتيجية الجامعة ورسالتها.

الجزء الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية والمقاييس الإحصائية:

المحور الأول: مدى وجود استراتيجية إعلامية للعمل على إبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية.

جدول رقم (٣) يوضح مدى وجود استراتيجية إعلامية لإبراز أبحاث منسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

مدي وجود الاستراتيجية	ك	%
دائماً	0	0
أحياناً	0	0
نادراً	2	.5
لا	398	99.5
الإجمالي	400	100.0

كشفت النتائج أن هناك إجماعاً على عدم وجود استراتيجية إعلامية بالجامعة لإبراز أبحاث منسوبيها، حيث أكدت نسبة ٩٩,٥% من عينة الدراسة على عدم وجود تلك الاستراتيجية الإعلامية، حيث لا توجد رؤية ورسالة واضحة في ذلك.

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة (محمد فؤاد، ٢٠١٧) والتي أوضحت الإجماع الشامل على عدم وجود استراتيجية إعلامية بإدارة العلاقات العامة والإعلام بجامعة المنوفية، كما أن هناك غياباً كاملاً لأي أهداف استراتيجية لتحسين وتطوير الأداء مستقبلاً.

المحور الثاني: تحليل swot للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة

جدول رقم (٤) يوضح جوانب القوة في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		موافق الي حد ما		موافق		جوانب القوة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	91.3	.497	2.74	2.8	11	20.3	81	77.0	308	وجود مركز إعلامي بالجامعة بما يساهم في تنفيذ الأهداف الإعلامية، وتفعيل التعاون مع كافة المراكز البحثية بالجامعة
٢	85.3	.554	2.56	3.0	12	37.8	151	59.3	237	ارتباط المركز الإعلامي برئيس الجامعة بشكل مباشر مما يسهل مهامها
٣	85.0	.537	2.55	2.0	8	41.3	165	56.8	227	توفر الجامعة الخدمات التفاعلية كالموقع الإلكتروني وقناة اليوتيوب وحسابات السوشيال ميديا
٤	84.7	.551	2.54	2.8	11	40.3	161	57.0	228	وجود بعض الأستوديوهات ومعامل التصوير داخل بعض الأقسام العلمية بالكليات بما يتيح توافر عناصر بشرية وتقنية للإنتاج الإعلامي الذاتي
٥	84	.556	2.54	3.0	12	40.0	160	57.0	228	إقامة العديد من الفعاليات مثل المؤتمرات العلمية بالكلية وورش العمل والندوات التي يمكن استخدامها في مد جسور التعاون مع المجتمع المحلي وعرض تلك الأبحاث
٦	83.7	.547	2.54	2.5	10	41.5	166	56.0	224	وجود نواة لوحدات الإعلام والعلاقات العامة ببعض الكليات والقطاعات بالجامعة

يشير الجدول إلى أن العبارات التي تحدد أهم جوانب القوة في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز، جاء طبقاً للنسب والأوزان النسبية كما يلي:

حيث تبين أن ٩١,٣٪ منهم أكدوا أن من جوانب القوة للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز وجود مركز إعلامي بالجامعة بما يساهم في تنفيذ الأهداف الإعلامية، وتفعيل التعاون مع كافة المراكز البحثية بالجامعة، أما بقية جوانب القوة فقد جاءت في مراتب متقاربة والتي تمثلت في ارتباط المركز الإعلامي برئيس الجامعة بشكل مباشر مما يسهل مهامها بنسبة ٨٥,٣٪، توفر الجامعة الخدمات التفاعلية كالموقع الإلكتروني وقناة اليوتيوب وحسابات السوشيال ميديا بنسبة بلغت ٨٥,٠٪، كما جاء وجود بعض الأستوديوهات ومعامل التصوير داخل بعض الأقسام العلمية بالكليات بما يتيح توافر عناصر بشرية وتقنية للإنتاج الإعلامي الذاتي بنسبة بلغت ٨٤,٧٪، يلي ذلك بنسبة ٨٤٪ إقامة العديد من الفعاليات مثل المؤتمرات العلمية بالكلية وورش العمل والندوات التي يمكن استخدامها في مد جسور التعاون مع المجتمع المحلي وعرض تلك الأبحاث، ثم جاء وجود نواة لوحدات الإعلام والعلاقات العامة ببعض الكليات والقطاعات بالجامعة بنسبة بلغت ٨٣,٧٪.

جدول رقم (٥) يوضح جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		موافق الي حد ما		موافق		جوانب الضعف
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	98.7	0.280	2.96	.3	1	1.5	6	98.3	393	نقص في العنصر البشري المؤهل والمدرب في مجال بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الأبحاث الخاصة بالتراث السعودي
٢	97.3	.279	2.92	-	-	8.5	34	91.5	366	عدم تخصص بعض العاملين بالإعلام بمجال عملهم
٣	93.0	.408	2.79	-	-	21.0	84	79.0	316	ندرة وجود نماذج قياس أداء داخلية خاصة بالأداء الإعلامي الخاص بمتابعة ما ينشره المنسوبيين والترويج له إعلامياً
٤	91.3	.442	2.74	-	-	26.5	106	73.5	294	عدم التوازن في الأداء بين الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة
٥	91.0	.443	2.73	-	-	26.8	107	73.3	293	قلة الخبرة لدى بعض المختصين بالأداء الإعلامي بالاتجاهات الحديثة للعمل بتخصصاتهم

يتضح من بيانات الجدول السابق جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز من قبل أفراد العينة، حيث تبين أن نقص في العنصر البشري المؤهل والمدرب في مجال بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الأبحاث الخاصة بالتراث السعودي جاء

بوزن نسبي ٩٨,٧، ويفارق بسيط جاء عدم تخصص بعض العاملين بالإعلام بمجال عملهم بوزن نسبي ٩٧,٣، ثم جاء بوزن نسبي متقارب ندرة وجود نماذج قياس أداء داخلية خاصة بالأداء الإعلامي الخاص بمتابعة ما ينشره المنسوبيين والترويج له إعلامياً، عدم التوازن في الأداء بين الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة، قلة الخبرة لدى بعض المختصين بالأداء الإعلامي بالاتجاهات الحديثة للعمل بتخصصاتهم، حيث بلغت أوزانهم النسبية على التوالي ٩٣,٠، ٩١,٣، ٩١,٠.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (محمد فؤاد، ٢٠١٧) حيث أوضحت أن أهم جوانب القصور في أداء العلاقات العامة والإعلام بجامعة المنوفية غياب العنصر البشري المؤهل في مجال بناء الصورة الذهنية للمؤسسة.

جدول رقم (٦) يوضح الفرص المتاحة لتحسين الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		موافق الي حد ما		موافق		الفرص المتاحة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	98.7	0.280	2.96	.3	1	.5	2	99.3	397	وجود صحيفة الجامعة وحسابات السوشيال ميديا الخاصة بها التي تعمل على تغطية أخبار الجامعة لاسيما الأبحاث الخاصة بالتراث والثقافة
٢	96.3	.319	2.89	-	-	11.5	46	88.5	354	احتواء الجامعة على كلية الاتصال والإعلام والتي يمكن الاستفادة من أقسامها المختلفة في التغطية الشاملة لأبحاث التراث والثقافة
٣	94.3	.378	2.83	-	-	17.3	69	82.8	331	وجود العديد من الشراكات بين الجامعة والجهات الإعلامية المختلفة
٤	93.3	.402	2.80	-	-	20.3	81	79.8	319	تاريخ جامعة الملك عبد العزيز العريق ومشاركتها في تنمية المجتمع في مختلف الجوانب من خلال نتائج أبحاث منسوبيها
٥	92.0	.426	2.76	-	-	23.8	95	76.3	305	الارتقاء بجودة الخدمات الإعلامية المقدمة عن أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بالتراث والثقافة

يشير الجدول إلى العبارات التي تحدد أهم جوانب الفرص المتاحة لتحسين الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة من قبل أفراد العينة، حيث تبين أن وجود صحيفة الجامعة وحسابات السوشيال ميديا الخاصة

بها التي تعمل على تغطية أخبار الجامعة لاسيما الأبحاث الخاصة بالتراث والثقافة جاء بوزن نسبي ٩٨,٧، وبفارق بسيط جاء احتواء الجامعة على كلية الاتصال والإعلام والتي يمكن الاستفادة من أقسامها المختلفة في التغطية الشاملة لأبحاث التراث والثقافة بوزن نسبي ٩٦,٣، ثم جاء بوزن نسبي متقارب وجود العديد من الشراكات بين الجامعة والجهات الإعلامية المختلفة، تاريخ جامعة الملك عبد العزيز العريق ومشاركتها في تنمية المجتمع في مختلف الجوانب من خلال نتائج أبحاث منسوبيها، حيث بلغت أوزانهم النسبية على التوالي ٩٤,٣، ٩٣,٣، وأخيرا جاء الارتقاء بجودة الخدمات الإعلامية المقدمة عن أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بالتراث والثقافة بوزن نسبي بلغ ٩٢.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة في ضوء:

- وجود صحيفة الجامعة وحسابات السوشيال ميديا كتيوتر وسناب شات الخاصة بها، والتي تعمل كحلقة وصل بين فئات الجمهور الداخلي والخارجي الذي يتابعها.
- احتواء الجامعة على كلية الاتصال والإعلام والتي يمكن الاستفادة من أقسامها المختلفة في التغطية الشاملة لأبحاث التراث والثقافة، حيث يعد ذلك فرصة طيبة لتحسين وتطوير الأداء حال استغلال هذه الأقسام وما تحتويه من خبرات لصالح تطبيق استراتيجيات إعلامية للجامعة.
- وجود العديد من الشراكات بين الجامعة والجهات الإعلامية المختلفة، وذلك على اعتبار أن العلاقات الطيبة والمعرفة المباشرة مع تلك الجهات فرصة كبيرة لتحسين الأداء، وذلك من خلال نقل الخبرات.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (محمد فؤاد، ٢٠١٧) حيث أوضحت أن أهم الفرص المتاحة في أداء العلاقات العامة والإعلام بجامعة المنوفية وجود العديد من الصحف الإقليمية والمواقع الإلكترونية بمحافظة المنوفية واهتمامها بتغطية أخبار الجامعة المختلفة.

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

جدول رقم (٧) يوضح المخاطر والتحديات التي تواجه عمل الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اوافق		موافق الي حد ما		موافق بشده		المخاطر والتحديات
				ك	%	ك	%	ك	%	
١	99.7	.122	2.99	1	.3	5	1.3	394	98.5	تبنى بعض الجامعات الأخرى المناظرة لأساليب ترويج لما يقوم به منسوبيها من أبحاث، مما يزيد من تنافسية تلك الجامعات مع جامعة الملك عبد العزيز
٢	97.7	.255	2.93	1	.3	27	6.8	372	93.0	صعوبة ملاحقة التطورات والتقنيات الإعلامية والحاجة المتزايدة لتنمية مهارات وقدرات العاملين في الأداء الإعلامي بالجامعة
٣	95.3	.347	2.86	-	-	56	14.0	344	86.0	انتشار العديد من الجامعات الخاصة وقدرتها على تقديم مزايا وخدمات نشر وإعلان لأبحاث منسوبيها
٤	88.3	.479	2.65	1	.3	141	35.3	258	64.5	عدم اهتمام العديد من الباحثين بالإعلان عن أبحاثهم بحجة ضيق وقتهم.

يشير الجدول إلى العبارات التي تحدد أهم جوانب المخاطر والتحديات التي تواجه عمل الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة من قبل أفراد العينة، حيث جاء في مقدمتها تبني بعض الجامعات الأخرى المناظرة لأساليب ترويج لما يقوم به منسوبيها من أبحاث، مما يزيد من تنافسية تلك الجامعات مع جامعة الملك عبد العزيز بوزن نسبي ٩٩,٧، يليه صعوبة ملاحقة التطورات والتقنيات الإعلامية والحاجة المتزايدة لتنمية مهارات وقدرات العاملين في الأداء الإعلامي بالجامعة بوزن نسبي ٩٧,٧، أما الترتيب الثالث فكان من نصيب انتشار العديد من الجامعات الخاصة وقدرتها على تقديم مزايا وخدمات نشر وإعلان لأبحاث منسوبيها بوزن نسبي ٩٥,٣، وأخيراً وبقارن كبير جاء عدم اهتمام العديد من الباحثين بالإعلان عن أبحاثهم بحجة ضيق وقتهم بوزن نسبي ٨٨,٣.

المحور الثالث: الأهداف الاستراتيجية الإعلامية في ضوء تحليل swot لواقع الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة.

من خلال حصر ما يميز واقع الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز في إبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة من نقاط قوة وفرص من جانب، وما يقابلها من نقاط ضعف

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

وتهديدات ومخاطر من جانب آخر، ومراجعة استراتيجيات الجامعة، تم صياغة مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تم عرضها على أفراد العينة وتدوين استجاباتهم كالتالي:

جدول رقم (٨) يوضح أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير مهم		إلى حد ما		مهم		الأهداف الاستراتيجية
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	99.8	.122	2.99	.3	1	1.3	5	98.5	394	إبراز الأبحاث التي يقدمها منسوبي الجامعة خاصة في مجال التراث والثقافة بما يساهم في نشر الجامعة لأهدافها من خلال التعاون مع الأجهزة الإعلامية بالمجتمع بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة (داخليا - خارجيا) عن طريق استخدام قنوات الاتصال الشخصي والجماعي
٢	96.7	.264	2.93	.3	1	7.3	29	92.5	370	الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في تغطية الجامعة من خلال مركزها الإعلامي لأبحاث منسوبيها
٣	94.0	.383	2.82	-	-	17.8	71	82.3	329	تطوير آليات الاتصال والتفاعل بين إدارة الإعلام بالجامعة والمتعاملين معها من داخل وخارج الجامعة
٤	93.7	.393	2.81	-	-	19.0	76	81.0	324	المساهمة في رفع القدرة المؤسسية للجامعة من خلال تنمية قدرات العاملين بالإعلام والعلاقات العامة بكليات الجامعة ووحداتها ليكونوا حلقة وصل بنواة
٥	91.3	.442	2.74	-	-	26.5	106	73.5	294	التواصل مع وسائل الإعلام محلياً ووطنياً بشكل يعبر عن الدور الريادي للجامعة في خدمة التراث السعودي
٦	89.7	.465	2.69	.3	1	31.3	125	68.5	274	إنتاج المضامين الوثائقية التراثية التي تشتمل على أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بها
٧	86.0	.494	2.58	-	-	42.0	168	58.0	232	

تمثلت أهم أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة على الآتي:

جاء في المركز الأول إبراز الأبحاث التي يقدمها منسوبي الجامعة خاصة في مجال التراث والثقافة بما يساهم في نشر الجامعة لأهدافها من خلال التعاون مع الأجهزة الإعلامية بالمجتمع بوزن نسبي ٩٩,٨، يليه بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة (داخليا - خارجيا) عن طريق استخدام قنوات الاتصال الشخصي والجماعي بوزن نسبي ٩٦,٧، أما الترتيب الثالث فكان من نصيب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في تغطية الجامعة من خلال مركزها الإعلامي لأبحاث منسوبيها بوزن نسبي ٩٤,٠، ثم تطوير آليات الاتصال والتفاعل بين إدارة الإعلام بالجامعة والمتعاملين معها من داخل وخارج الجامعة بوزن نسبي بلغ ٩٣,٧، يليه المساهمة في رفع القدرة المؤسسية للجامعة من خلال تنمية قدرات العاملين بالإعلام والعلاقات العامة بكليات الجامعة ووحداتها ليكونوا حلقة وصل بنواة بوزن نسبي ٩١,٣، ثم جاء التواصل مع وسائل الإعلام محلياً ووطنياً بشكل يعبر عن الدور الريادي للجامعة في خدمة التراث السعودي بوزن نسبي ٨٩,٧، وأخيراً جاء إنتاج المضامين الوثائقية التراثية التي تشتمل على أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بها بوزن نسبي ٨٦.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء:

- حيث يساهم إبراز الأبحاث التي يقدمها منسوبي الجامعة في تعريف الجمهور بجهود الجامعة، كما يساهم في تحقيق وبناء صورة ذهنية إيجابية عنها، ويجعل جمهورها ومجتمعها ومن يتابعها على علم ودراية بما يقوم به منسوبيها في خدمة الوطن والتراث.

- برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية في السنوات القليلة الماضية لدى مؤسسات القطاعين الحكومي والأهلي بصورة كبيرة، حتى باتت المسؤولية الاجتماعية عنوانا لرفي تلك المؤسسات، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية للجامعات زاوية رئيسة في مثلث الوظائف الذي تقوم عليه تلك الجامعات وهي التعليم والبحث والشراكة المجتمعية أو المسؤولية الاجتماعية، والتي يركز دورها تجاه فئات المجتمع المختلفة طلاب ومنسوبي تلك الجامعات والمجتمع، وفي هذه الدراسة نتناول المسؤولية الاجتماعية لجامعة الملك عبد العزيز نحو تتبع أبحاث منسوبيها في مجال التراث والثقافة، وكيفية تناولها والإعلان عنها.

- تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة، وتُسد إليها أدوار حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة، وما تقدمه من خدمات لمجتمعها وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها فنجاح المؤسسة لا يتوقف على ما تحقّقه من إنجاز إن لم تتمكن من إبراز هذه الإنجازات إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير، وهذه المهمة يتحملها رجال العلاقات العامة والإعلام بالجامعة بما لديهم من خبرات متميزة وإمكانات بشرية، وهي حلقة الوصل بين الجامعة وجمهورها (الداخلي – الخارجي).

جدول رقم (٩) يوضح الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير مهم		إلى حد ما		مهم		الأنشطة لتحقيق أهداف الإعلام
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	88.0	.517	2.64	1.8	7	33.0	132	65.3	261	إبراز أبحاث أعضاء هيئة التدريس في مجال التراث والثقافة عبر قنوات الاتصال بالجامعة وموقعها الإلكتروني
٢	87.3	.516	2.62	1.5	6	35.0	140	63.5	254	تعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وخدمات الرسائل الإخبارية لتعريف جمهور الجامعة بأهم إنجازاتها البحثية في مجال التراث والثقافة وتعزيزها لرؤية المملكة ٢٠٣٠
٣	86.3	.550	2.59	3.0	12	35.0	140	62.0	248	القيام باستطلاعات الرأي للمستفيدين من خدمات الجامعة الإعلامية لاسيما في مجال أبحاث التراث والثقافة

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

٤	85.3	.554	2.56	3.0	12	37.8	151	59.3	237	دعم وترويج أبحاث التراث والثقافة لدى الجهات المعنية مثل وزارة الثقافة وهيئة التراث
٥	85.0	.537	2.55	2.0	8	41.5	166	56.5	226	إنشاء وتصميم قاعدة بيانات خاصة بأبحاث التراث والثقافة
٥م	85.0	.542	2.55	2.3	9	40.5	162	57.3	229	الدعوة لإقامة المؤتمرات والمعارض الخاصة بأبحاث التراث والثقافة
٦	79.3	.626	2.38	7.8	31	46.5	186	45.8	183	وضع آليات للتواصل بين منسوبي الجامعة من الباحثين وبين الجهات المهمة بالتراث والثقافة
٧	75.1	.524	2.23	2.0	30	33.0	56	35.0	130	السعي لتنفيذ برامج عمل مشتركة مع مؤسسات المجتمع المحلي لخدمة منسوبي الجامعة من باحثي التراث والثقافة

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أهم الاستراتيجيات الإعلامية والاتصالية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، والتي جاءت مرتبة طبقاً لما حققته من استجابات كما يلي:

جاء في المركز الأول إبراز أبحاث أعضاء هيئة التدريس في مجال التراث والثقافة عبر قنوات الاتصال بالجامعة وموقعها الإلكتروني بوزن نسبي ٨٨,٠، يليه تعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وخدمات الرسائل الإخبارية لتعريف جمهور الجامعة بأهم إنجازاتها البحثية في مجال التراث والثقافة تعزيزاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠ بوزن نسبي ٨٧,٣، أما الترتيب الثالث فكان من نصيب القيام باستطلاعات الرأي للمستفيدين من خدمات الجامعة الإعلامية لاسيما في مجال أبحاث التراث والثقافة ٨٦,٣، ثم دعم وترويج أبحاث التراث والثقافة لدى الجهات المعنية مثل وزارة الثقافة وهيئة التراث بوزن نسبي بلغ ٨٥,٣.

وجاء كلا من إنشاء وتصميم قاعدة بيانات خاصة بأبحاث التراث والثقافة، الدعوة لإقامة المؤتمرات والمعارض الخاصة بأبحاث التراث والثقافة، بنفس الوزن النسبي الذي بلغ ٨٥,٠، وفي الترتيب الذي يليه جاء وضع آليات للتواصل بين منسوبي الجامعة من الباحثين وبين الجهات المهمة بالتراث والثقافة بوزن نسبي ٧٩,٣، وأخيراً جاء السعي لتنفيذ برامج عمل مشتركة مع مؤسسات المجتمع المحلي لخدمة منسوبي الجامعة من باحثي التراث والثقافة بوزن نسبي بلغ ٧٥,١.

ويمكن توضيح ذلك في ضوء الآتي:

- يُعدّ الحفاظ على المواد التراثية أمراً في غاية الأهمية لما تمثله تلك المواد من ذاكرة الأفراد والأمم بما تحتويه من قيم ثقافية وعبق التاريخ، بل بات من الضروري توثيق هذه المواد رقمياً بغية إعداد سجل وطني/إقليمي لما يمتلكه كل إقليم من ممتلكات ثقافية على حدة ليتوارثه الأجيال المتلاحقة والحفاظ عليه، ومن ثم شهدت الآونة الأخيرة طفرة في المشروعات والتجارب

الإقليمية والوطنية العربية في مجال توثيق التراث بطرق غير تقليدية مستخدمة في ذلك تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لتقديمها في إطار شيق، ومن ثم كان على الجامعات اتباع طرق التقنية لإبراز أبحاث منسوبيها في مجال التراث والثقافة.

- انتشرت بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات، ووصل مستخدميها إلى المليارات، حيث تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال، ومن ثم يعد استخدامها من قبل الجامعة وسيلة لا غنى عنها.

- تعنى هيئة التراث بدعم الجهود المتعلقة بتنمية التراث الوطني، ورفع مستوى الاهتمام والوعي بالتراث والمحافظة عليه من الاندثار، وتعمل على بناء استراتيجية جديدة للقطاع تقوم على تعزيزه وتطويره، واقتراح المشروعات المحفزة لحركة القطاع ومخرجاته، إلى جانب تمويلها للأفراد وتشجيعهم، والاستثمار في المجالات المتعلقة بالتراث، وتتولى الهيئة تراخيص الأنشطة ذات العلاقة بالمجال، ومن ثم يكون من الضروري دعم وترويج أبحاث التراث والثقافة لدى الجهات المعنية مثل وزارة الثقافة وهيئة التراث.

جدول رقم (١٠) يوضح مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ للاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير مهم		إلى حد ما		مهم		مؤشرات قياس الأداء
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	88.7	.533	2.66	3.0	12	27.8	111	69.3	277	توفر أدوات تحليل المضمون للمواد الإعلامية الصادرة من الجامعة الخاصة بأبحاث التراث والثقافة
٢	82.7	.625	2.48	7.0	28	37.8	151	55.3	221	تزايد نسبة التعليقات والمعارض الخاصة بأبحاث التراث والثقافة التي يتم نشرها بصحيفة الجامعة وموقعها الإلكتروني
٣	82.0	.587	2.46	4.8	19	44.3	177	51.0	204	عدد برامج العمل المشترك بين الجامعة من جهة وهيئة التراث والثقافة من جهة أخرى
٣م	82.0	.587	2.46	4.8	19	44.3	177	51.0	204	توفر قاعدة بيانات وروابط أبحاث منسوبي الجامعة في مجال التراث والثقافة
٤	81.7	.611	2.45	6.3	25	42.8	171	51.0	204	نسبة مشاركة الجامعة في فعاليات ومؤتمرات دولية بأبحاث منسوبيها في مجال التراث والثقافة
٥	81.3	.602	2.44	5.8	23	44.8	179	49.5	198	عدد الفيديوهات والصور والتعليقات والمقالات الخاصة التي تنشرها الجامعة عن أبحاث التراث والثقافة لمنسوبيها

جاءت نتائج هذا الجدول مكملة لنتائج الجدول السابق، والتي أوضحت مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ للاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، حيث جاء في المرتبة الأولى توفر أدوات تحليل المضمون للمواد الإعلامية الصادرة من الجامعة الخاصة بأبحاث التراث والثقافة وذلك بوزن نسبي بلغ ٨٨,٧،

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

ثم جاء تزايد نسبة الفعاليات والمعارض الخاصة بأبحاث التراث والثقافة التي يتم نشرها بصحيفة الجامعة وموقعها الإلكتروني بوزن نسبي بلغ ٨٢,٧. أما عدد برامج العمل المشترك بين الجامعة من جهة وهيئة التراث والثقافة، وتوفر قاعدة بيانات وروابط أبحاث منسوبي الجامعة في مجال التراث والثقافة فقد جاء بنفس الوزن النسبي الذي بلغ ٨٢,٠.

وجاءت نسبة مشاركة الجامعة في فعاليات ومؤتمرات دولية بأبحاث منسوبيها في مجال التراث والثقافة، وعدد الفيديوهات والصور والتعليقات والمقالات الخاصة التي تنشرها الجامعة عن أبحاث التراث والثقافة لمنسوبيها بوزن نسبي متقارب بلغ ٨١,٧، ٨١,٣ على التوالي.

جدول رقم (١١) يوضح الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لحسابات الجامعة لتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبيها

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		موافق الي حد ما		موافق		الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	88.7	.504	2.66	1.5	6	30.8	123	67.8	371	تدعيم حوار طلاب الجامعة عبر حسابات الجامعة لتنمية وتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة
٢	86.3	.517	2.59	1.3	5	38.5	154	60.8	343	إنشاء مواقع إلكترونية يشرف عليها الباحثين في مجال التراث والثقافة
٣	85.7	.530	2.57	1.8	7	39.3	157	59.0	236	تبني المركز الإعلامي بالجامعة خططا إعلامية تهدف إلى توعية المجتمع بإنجازات الجامعة في مجال أبحاث التراث والثقافة

برزت العديد من الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لحسابات الجامعة لتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبيها من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث تمثلت أولى هذه الاستراتيجيات في تدعيم حوار طلاب الجامعة عبر حسابات الجامعة لتنمية وتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة بوزن نسبي بلغ ٨٨,٧، وبوزن نسبي متقارب بلغ ٨٦,٣ جاء إنشاء مواقع إلكترونية يشرف عليها الباحثين في مجال التراث والثقافة، أما الترتيب الأخير فكان من نصيب تبني المركز الإعلامي بالجامعة خططا إعلامية تهدف إلى توعية المجتمع بإنجازات الجامعة في مجال أبحاث التراث والثقافة بوزن نسبي بلغ ٨٥,٧.

الجزء الثاني: نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين عدم وجود استراتيجية إعلامية لإبراز تلك الأبحاث

جدول (١٢) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين عدم وجود استراتيجية إعلامية لإبراز تلك الأبحاث

جوانب الضعف		جوانب الضعف	
الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	عدم وجود استراتيجية إعلامية
دال	0.000	**٠,٣١٣	عدم وجود استراتيجية إعلامية
٤٠٠		ن = العينة	

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين عدم وجود استراتيجية إعلامية لإبراز تلك الأبحاث، حيث بلغ معامل الارتباط ٠,٣١٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبذلك ثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة وبين العوامل الديموغرافية المتمثلة في النوع والسن والمهنة.

جدول (١٣) مدى وجود فروق بين أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة وبين العوامل الديموغرافية المتمثلة في النوع والسن والمهنة

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
دال ٠,٠٠٠	٣٩٨	ت=٤,٢١٤	.28965	2.9302	215	ذكور	النوع
			.47208	2.7676	185	إناث	
دال ٠,٠٠١	٢	ف=٧,٤٣٦	.56689	2.7027	128	من ٣٥ إلى ٤٠ سنة	السن
			.33227	2.8744	257	من ٤١ إلى ٤٦ سنة	
			.33390	2.9134	15	أكثر من ٥٠ سنة	
			.39289	2.8550	400	الإجمالي	
غير دال ٠,٣٤١	٢	ف=١,٠٧٨	.40059	2.8482	186	أعضاء هيئة التدريس	المهنة
			.36846	2.8828	114	قيادات الجامعة	
			.25767	2.78838	100	العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام	
			.39289	2.8550	400	الإجمالي	

يتضح من خلال بيانات الجدول وجود فروق بين أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة وبين العوامل الديموغرافية المتمثلة في النوع والسن والمهنة:

أولاً: بالنسبة للنوع: نجد فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ت. T-Test) ٤,٢١٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً، كما أوضحت نتائج الجدول أن

الفروق لصالح الذكور حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهم ٢,٩٣٠٢، وهذا يدل على أنهم أكثر قبولاً للأهداف الاستراتيجية.

ثانياً: بالنسبة للسن: نجد فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ف. ANOVA) ٧,٤٣٦ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ وهي قيمة دالة إحصائية، كما أوضحت نتائج الجدول أن الفروق لصالح الفئة العمرية أكثر من ٥٠ سنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بها ٢,٩١٣٤، وهذا يدل على أنهم أكثر قبولاً للأهداف الاستراتيجية، يليهم الفئة العمرية من ٤١ إلى ٤٦ سنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بها ٢,٨٧٤٤، وأخيراً الفئة العمرية من ٣٥ إلى ٤٠ سنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بها ٢,٧٠٢٧.

أما بالنسبة للمهنة: فيتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ف. ANOVA) ١,٠٧٨، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية ٠,٣٤١، أي أن المهنة لم تكن مؤثراً في مدى القبول للأهداف الاستراتيجية، وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة بين الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ لتلك الاستراتيجيات.

جدول (١٤) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ لتلك الاستراتيجيات

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة
			مؤشرات قياس الأداء
دال	0.000	**٠,٦٣٩	مؤشرات قياس الأداء
	٤٠٠		ن = العينة

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ لتلك الاستراتيجيات، حيث بلغ معامل الارتباط ٠,٦٣٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائية، وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث.

النتائج العامة للدراسة والتوصيات والمقترحات:

أولاً: مناقشة النتائج العامة للدراسة:

- عندما أعلنت رؤية المملكة ٢٠٣٠ أهدافها وتطلعاتها في صيف ٢٠١٦، كانت حريصة على أن تشمل هذه التطلعات كل مناحي الحياة، فلم تقتصر على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، وامتدت إلى الجانب الثقافي، حيث استشعرت الرؤية في وقت مبكر أن هذا القطاع لا يحتاج إلا لبعض العناية والاهتمام، حتى يصل إلى آفاق من التقدم والرقي الذي يُظهر ما تتمتع به المملكة من تراث متنوع، وثقافة تمتد جذورها في أعماق التاريخ الإنساني، فضلاً عن استثمار الفرص الاقتصادية التي يتميز بها القطاع.

استناداً على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، ونموذج Betteke Van Ruler لاستراتيجيات الاتصال، اختبرت الدراسة الحالية الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية، وذلك في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي، وكذلك ما أوصت به الدراسات السابقة من ضرورة الاهتمام بالتراث والثقافة.

- طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من منسوبي جامعة الملك عبد العزيز من (أعضاء هيئة التدريس - قيادات الجامعة - العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام من، لرصد آرائهم حول الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين جوانب الضعف والقصور في الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين عدم وجود استراتيجية إعلامية لإبراز تلك الأبحاث، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية بين الاستراتيجية الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، وبين مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ لتلك الاستراتيجيات

- في حين اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة وبين العامل الديموغرافي المتمثل في المهنة.

- كشفت النتائج أن هناك إجماعاً على عدم وجود استراتيجية إعلامية بالجامعة لإبراز أبحاث منسوبيها، حيث أكدت نسبة ٩٩,٥٪ من عينة الدراسة على عدم وجود تلك الاستراتيجية الإعلامية. قامت الدراسة بعمل تحليل swot للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز أبحاث منسوبيها لخدمة التراث والثقافة، حيث كشفت أن من أهم جوانب القوة وجود مركز إعلامي بالجامعة بما يسهم في تنفيذ الأهداف الإعلامية، حيث جاء ذلك في المرتبة الأولى، أما المرتبة الأخيرة فجاء فيها وجود نواة لوحدة الإعلام والعلاقات العامة ببعض الكليات والقطاعات بالجامعة.

- وتمثلت جوانب الضعف في نقص العنصر البشري المؤهل والمدرّب في مجال بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الأبحاث الخاصة بالتراث السعودي، أما المرتبة الأخيرة فكانت من نصيب قلة الخبرة لدى بعض المختصين بالأداء الإعلامي بالاتجاهات الحديثة للعمل بتخصصاتهم.

- أما من حيث الفرص المتاحة لتحسين الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، فأوضحت النتائج وجود صحيفة الجامعة وحسابات السوشيال ميديا الخاصة بها التي تعمل على تغطية أخبار الجامعة لاسيما الأبحاث الخاصة بالتراث والثقافة، وفي مرتبة متأخرة جاء الارتقاء بجودة الخدمات الإعلامية المقدمة عن أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بالتراث والثقافة.

- ووفقاً للآراء المستمدة من أفراد العينة فكانت هناك عدة مخاطر وتهديدات تواجه عمل الأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة والتي منها تبني بعض الجامعات الأخرى المناظرة لأساليب ترويج لما يقوم به منسوبيها من أبحاث، مما يزيد من تنافسية تلك الجامعات مع جامعة الملك عبد العزيز، وأيضا عدم اهتمام العديد من الباحثين بالإعلان عن أبحاثهم بحجة ضيق وقتهم.

- أوضحت الدراسة الحالية أن من أهداف الاستراتيجية الإعلامية للأداء الإعلامي لجامعة الملك عبد العزيز لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة إبراز الأبحاث التي يقدمها منسوبي الجامعة خاصة في مجال التراث والثقافة بما يساهم في نشر الجامعة لأهدافها من خلال التعاون مع الأجهزة الإعلامية بالمجتمع، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة (داخليا - خارجيا) عن طريق استخدام قنوات الاتصال الشخصي والجماعي وإنتاج المضامين الوثائقية التراثية التي تشمل على أبحاث منسوبي الجامعة الخاصة بها.

- أوضحت الدراسة كذلك الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة، والتي منها إبراز أبحاث أعضاء هيئة التدريس في مجال التراث والثقافة عبر قنوات الاتصال بالجامعة وموقعها الإلكتروني، والسعي لتفعيل برامج عمل مشتركة مع مؤسسات المجتمع المحلي لخدمة منسوبي الجامعة من باحثي التراث والثقافة.

- ومن مؤشرات قياس الأداء ومتابعة التنفيذ للاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي الجامعة لخدمة التراث والثقافة، توفر أدوات تحليل المضمون للمواد الإعلامية الصادرة من الجامعة الخاصة بأبحاث التراث والثقافة، وكذلك وعدد الفيديوهات والصور والتعليقات والمقالات الخاصة التي تنشرها الجامعة عن أبحاث التراث والثقافة لمنسوبيها

- أشارت الدراسة الحالية إلى الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لحسابات الجامعة لتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة الخاصة بمنسوبيها، والتي منها تدعيم حوار طلاب الجامعة عبر حسابات الجامعة لتنمية وتعزيز الاهتمام بأبحاث التراث والثقافة، وتبني المركز الإعلامي بالجامعة خططا إعلامية تهدف إلى توعية المجتمع بإنجازات الجامعة في مجال أبحاث التراث والثقافة

ثانيا: توصيات ومقترحات الدراسة:

- تطوير الإعلام الجديد في خدمة أبحاث التراث والثقافة المقدمة من منسوبي جامعة الملك عبد العزيز، كروية مكتملة بعد توضيح كافة الجوانب الفكرية والإعلامية، وذلك بالتعاون بين أساتذة الجامعة المختصين في ذلك، ووزارة الثقافة وهيئة التراث.
- ضرورة الالتزام في تنفيذ الاستراتيجية الإعلامية المقترحة بجدول زمنية محددة وتحديد مسؤوليات تنفيذها وأولوياتها كما يتطلبها الوضع المأمول.
- العمل على تصميم أدوات قياس ومتابعة لتنفيذ الاستراتيجية الإعلامية بما يتفق مع الجداول الزمنية المحددة.

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

- وضع الاهتمام الكاف بالمنظومة البحثية الخاصة بالتراث والثقافة (الباحثين – الإعلان عن أبحاثهم) وزيادة جرعاتها الثقافية، من خلال تقديم المبادرات المتعددة لتعزيز نشر تلك الأبحاث.
- إنشاء منظومة إعلامية جامعية متكاملة تختص بدعم أبحاث التراث والثقافة في ظل التحولات الجامعية السائدة.

هوامش الدراسة:

- 1- Kinsey, D.F. Chung, M. (2013) , “National Image of South Korea: Implications for Public Diplomacy”, The Journal of Public Diplomacy. 4(1), p:5.
surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi? article=1031&context=exchange.
- 2- Ruler, Betteke, Van, 2004. The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies. Public Relations Review,30. PP. 123-143.
http://ac.els-cdn.com/S0363811104000220/1-s2.0-S0363811104000220_main.pdf?
Retrieved in: 27/11/2013
- ٣- الجمال، راسم محمد، عياد خيرت معوض. إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨، ص ٣٧٩.
- ٤- البدوي، ثريا، فوزي، آلاء. الدبلوماسية العامة الأمريكية: مدخل تسويقي وثقافي، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٧، ص ٦٥.
- 5- Nurmi, Maria. 2012. Social media in public diplomacy – Survey on the social media communication of the Finnish missions abroad, Master's Thesis. Finland: University of Jyväskylä. PP. 1-144. https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/39079/URN_NB_N_fi_jyu-201210022559.pdf?sequence=5. Retrieved in: 28/11/2013.
- ٦- البدوي، ثريا، فوزي، آلاء. الدبلوماسية العامة الأمريكية، مرجع سابق.
- ٧- عبد اللطيف، آلاء فوزي السيد. الأنشطة الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الانترنت، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٥.
- 8- Ruler, Betteke, Van, op.cit.
- ٩- عبد الخالق، يسرا حسنى. الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد التاسع والاربعون، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٤، ص ٣١٧-٣٥٣.
- 10- Ruler, Betteke, Van, op.cit.
- 11- Sommerfeldt, Erich J., Michael L. Kent and Maureen Taylor, 2012. Activist practitioner perspectives of website public relations: Why aren't activist websites fulfilling the dialogic?, Public relations review38(2), PP. 303-312. http://ac.elscdn.com/S036381112000045/1-s2.0-S036381112000045-main.pdf?_tid=e5416af4-57ce-11e3-978623,55abd. Retrieved in: 22/11/2013.
- 12- Rolfe, M. (2014), Rhetorical Traditions of Public Diplomacy and the Internet, The Hague Journal of Diplomacy, 9 (1), 76-101.
- 13- Dennis, Alan, R., at al.,(1998), "Beyond Media Richness : An Empirical Test of Media Synchronicity Theory", (Online), available at:
<http://www.computer.org/comp/proceedings/hicss/1998/8233/01/...pdf>, p.2, Date of Search: 25/8/2010.
- ١٤- عبد العال، ماجدة محمود. توظيف مواقع الانترنت في البرامج الإخبارية بالفتوات المصرية: دراسة تحليلية ميدانية على المحتوى والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٥،
- 15- Cho, Charles, H., et al., "Media Richness, User Trust, and Perceptions of Corporate Social Responsibility: An Experimental Investigation of Visual Web Site Disclosures"2009,(Online), available at: <http://www.ideas.repec.org/a/eme/aaajpp/v22y2009i6p933-952.pdf>, p.936, Date of Search:25/8/2017.

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

- ١٦- سالم، دعاء فتحي، الزهراني، أحمد علي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة ٢٠٣٠ (تويتر أنموذجاً)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع.٦٥، ٢٠١٨.
- 17-Kathlenn A. Hansen. "Information Richness And News Paper Pulitzer Prizes", **Journalism Quarterly**, Vol.67,No.4,Winter1990,pp.930-935
- 18- Mohammed H. Aljahdali, Yahya Almufareeh, Iyad S. Zalmout(2020). Upper Eocene calcareous nannofossil biostratigraphy: a new preliminary priabonian record from northern Saudi Arabia, July 2020Applied Ecology and Environmental Research 18(4):5607-5625-DOI:10.15666/aeer/1804_56075625
- ١٩- الصبان، عبير عثمان. حرفيو جدة في القرن ١٤هـ/٢٠م، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠٢٠)
- ٢٠- الحربي، هنادي عبد سعيد. المقومات السياحية للمنطقة التاريخية في مدينه جده وسبل تنميتها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠١٩)
- 21- Ahmad Baik, Ayman Alitany,(2018), FROM ARCHITECTURAL PHOTOGRAMMETRY TOWARD DIGITAL ARCHITECTURAL HERITAGE EDUCATION, DOI:10.5194/isprs-archives-XLII-2-49-2018, LicenseCC BY 4.0
- 22- REEM F. ALSABBAN, MARWAN A. FATANI,(2018), USING MULTIMEDIA IN DOCUMENTING AND ARCHIVING THE ISLAMIC ARCHITECTURAL HERITAGE OF THE HOLY MOSQUE AREA IN MAKKAH CITY, SAUDI ARABIA, WIT Transactions on The Built Environment, 10.2495/IHA180061,vol.177,p.63-74.
- ٢٣- العرابي، عبد الرحمن. تاريخ الطائف بين الأسطورة والخرافة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الآداب والعلوم الإنسانية، مج٢٦، ع٢٤، ٢٠١٨.
- ٢٤- الشريف، عواطف شجاع. تطبيق تقنية نظم المعلومات الجغرافية في إنشاء خريطة تفاعلية للمساجد التاريخية في المدينة المنورة، **ملتقى آثار المملكة العربية السعودية الأول الذي تنظمه الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني**، ٢٠١٧.
- ٢٥- شعيب، مروان غازي صالح. ثاج في مسارها التاريخي والإنجازات السعودية فيها، مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الآداب والعلوم الإنسانية، مج٢٥، ع١٤، ٢٠١٧.
- ٢٦- الدوسري، نهى ماجد محمد. استحداث جداريات معدنية معاصرة مستمدة من التراث السعودي، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، ع١١، ج١، ٢٠١٧.
- 27- Abeer Alawad,(2017), Using the Architectural Style of heritage Buildings as a Tool to Avoid Health risks-An Analytical Study of Roashan in Traditional Houses in the City of Jeddah, Procedia Environmental Sciences, Vol. 37, 2017, Pages 604-613.
- 28- Adnan Adas(2013), Wooden Bay Window (Rowshan) Conservation in Saudi-Hejazi Heritage Buildings, Conference: ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, 2013 XXIV International CIPA Symposium, 2 – 6 September 2013,At: Strasbourg, FranceVolume: II-5/W1.
- ٢٩- الصبان، ريم فاروق حسن. التصميم الداخلي بين الأصالة والمعاصرة في المنشآت السياحية بمدينة الرياض، **المؤتمر الدولي: تطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي**، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ٢٠١٢.
- ٣٠- شعيب، مروان غازي صالح. دولة كندة نشأتها وتطورها وعلاقتها داخل شبه الجزيرة العربية وخارجها في عصر ما قبل الإسلام – دراسة تاريخية وحضارية، **رسالة ماجستير منشورة**، جامعة أم القرى، ٢٠٠٥.
- ٣١- العمري، نوره حسن. الاستفادة من جماليات التراث الشعبي السعودي في إثراء تصميم الملابس النسائية وأثره على الانتماء الوطني لديهن، مجلة كلية التربية النوعية - جامعة بوسعيد، Volume 15, Issue 15, January 2022 Page 823-851
- ٣٢- باصفار، أمال عبد القادر عبد الله، بري، حنان سمير محمد. وصف العمامة الحجازية في منطقة مكة المكرمة في العهد السعودي "من القرن ١٤هـ/٢٠م، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، مج.٧، ع.٣٣، ٢٠٢٢.
- ٣٣- عبد العزيز، إلهام، العمري، نوره. رؤية تصميمية لجماليات الكلف المستوحاة من التراث الشعبي لمنطقة الباحة وتوظيفها بالتصميم على نموذج القياس، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، مج.٤، ع.١٥، ٢٠١٩.

الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية
دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي

- ٣٤- البشري، أمل عبد الله إبراهيم. التراث التقليدي للغزوة المتقاطعة بمنطقة مكة المكرمة، مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية / جامعة المنصورة، ع.٢٧، ٢٠١٢.
- ٣٥- مسفر، خديجة سعيد، خصيفان، عبير جميل طه. تصميم مكملات الملابس مستوحاة من الزخارف الملبسية في قبيلة حرب، مجلة بحوث التربية النوعية، Volume 2011, Issue 23, October 2011, Page 1181-1205
- ٣٦- مبروك، علياء يحيى، شطا، منال جعفر. دراسة تحليلية للزخارف الأثرية في موقع الحجر (مدائن صالح) في المملكة العربية السعودية وتطويعها على الملابس التقليدية باستخدام الحاسب الآلي، مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية / جامعة المنصورة، ع.١٨، ٢٠١٠.
- ٣٧- الدباغ، مها عبد الله، فرغلي، زينب عبد الحفيظ. منتجات تذكارية مقتبسة من التراث الملبسي التقليدي لتنشيط الإعلام السياحي بالمملكة العربية السعودية، مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية / جامعة المنصورة، ع.١٤، ٢٠٠٩.
- ٣٨- زيد، محمد فؤاد محمد. استراتيجية إعلامية مقترحة للجامعات الحكومية المصرية في ضوء الأداء الراهن للعلاقات العامة والإعلام بها: جامعة المنوفية أنموذجاً، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع.١٥، ٢٠١٧.
- ٣٩- جاسم، سهاد عادل. استراتيجية العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقويمية لقسمي العلاقات العامة، جامعتا بغداد والتكنولوجيا أنموذجاً، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع.١٤، ٢٠١٧.
- ٤٠- الأغا، شهناز عبد الكريم مطر. واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في محافظات غزة من وجهة نظر العاملين وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة الأقصى، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، ٢٠١٥.
- ٤١- عاطف، حاتم محمد. ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع.٦، ٢٠١٥.
- ٤٢- محمد، مهند أحمد الأمين. دور المواقع الإلكترونية في بناء الصورة الذهنية للجامعات الإماراتية: دراسة مقارنة بين جامعتي عجمان والجزيرة، الإمارات، جامعة أم درمان، رسالة دكتوراه غير منشورة، ٢٠١٤.
- 43- Addington, Lindsay M (2012), Students Preferences For Information Sources During The Undergraduate College Search Process, The Influence Of Technology, PhD, The George Washington University,
- ٤٤- القحطاني، عبد المحسن عايض (٢٠١٨). تصميم البحوث: الكمية – النوعية – المزجية، دار المسيلة للنشر والتوزيع، ص ٢٧٩

*****السادة محكمي الاستبانة:**

أ.د/ دعاء فتحي سالم. أستاذ الإعلام بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز..

أ.د/ السيد عزت. أستاذ الإعلام/ كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أ.م.د/ محمد حاتم أبو الجدايل. أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز.

شكر وتقدير: تم تمويل هذا البحث من قبل جامعة الملك عبد العزيز – برنامج التمويل المؤسسي للبحث والتطوير- وزارة التعليم، بموجب المنحة رقم (IFPAS- 074-126-2020)، ولذا يتقدم الباحثين بالشكر لجامعة الملك عبد العزيز - جدة – السعودية – برنامج التمويل المؤسسي للبحث والتطوير – وزارة التعليم على الدعم التقني والمادي للبحث.

Acknowledgment: This research work was funded by institutional fund projects under grant no (IFPAS-074-126-2020) Therefore, authors gratefully acknowledge technical and financial support from the Ministry of Education and King Abdelaziz University, Jeddah, Saudi Arabia.