

تصورات طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية: شركة ثمانية نموذجاً

د. عيسى المستنير*

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل تصورات طلاب الجامعات حول الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية من خلال نموذج شركة "ثمانية"، حيث شمل البحث مسح آراء 276 طالباً في جامعة الملك خالد في أبها بمنطقة عسير في المملكة العربية السعودية، واعتمدنا على مدخل مختلط للتحليل الكمي والنوعي من أجل معالجة البيانات. أظهرت النتائج أن لدى أغلبية الطلاب نظرة إيجابية حيال محتوى "ثمانية"، مرجعين إعجابهم إلى تنوعه وتركيزه على موضوعات مفيدة وذات مغزى، وجودة الإنتاج، واستضافة شخصيات مؤثرة، ومواءمته للقيم السعودية، فيما وجهت في المقابل بعض الانتقادات إلى العدد المحدود من الحلقات، وتكرار الموضوعات، وأساليب بعض المقدمين، زيادةً على ذلك، يعتقد جزء كبير من المشاركين أن "ثمانية" غيرت المشهد الصحفي السعودي إيجاباً، وأثرت تأثيراً كبيراً على فهم الجمهور للصحافة. تؤكد نتائجنا أن الصحافة الريادية تلعب دوراً حيويًا في تعزيز الصورة العامة للصحافة في المملكة العربية السعودية، كما تسلط الضوء على المستقبل الواعد للصحافة الريادية في البلاد، مدفوعاً بالتطورات التكنولوجية والوعي المتزايد لدى الجمهور وعدم وجود قيود حكومية صارمة على الصحافة الريادية، قدمت الدراسة في الأخير توصيات بدعم مبادرات الصحافة الريادية، وتوفير التدريب للصحفيين المستقبليين، وإدماج مفاهيم الصحافة الريادية في المناهج الجامعية، وتشجيع مزيد من الأبحاث لتقييم أثر الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية.

الكلمات المفتاحية:

الصحافة الريادية؛ ثمانية؛ المملكة العربية السعودية؛ الإعلام السعودي؛ فنجان.

*الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والإعلام الرقمي – جامعة الملك خالد

University Students' Perception of Entrepreneurial Journalism in Saudi Arabia: A Case Study of Thmanyah company

Abstract:

This study aimed to explore and analyze the perceptions of university students regarding entrepreneurial journalism in the Kingdom of Saudi Arabia through the lens of the "Thmanyah" model. The research encompassed the opinions of 276 students at King Khalid University in Abha, Aseer region, Saudi Arabia, employing a mixed-method approach for quantitative and qualitative data analysis. Results indicated that the majority of students held a positive view of "Thmanyah," attributing their admiration to its diversity, focus on meaningful topics, production quality, hosting influential personalities, and alignment with Saudi values. Criticisms were directed at the limited number of episodes, repetition of topics, and the presentation styles of some hosts. Furthermore, a significant portion of participants believed that "Thmanyah" positively transformed the Saudi journalistic landscape, significantly impacting the public's understanding of journalism. Our findings underscore the vital role of entrepreneurial journalism in enhancing the overall image of journalism in Saudi Arabia. The study also highlights the promising future of entrepreneurial journalism in the country, driven by technological advancements, increasing public awareness, and the absence of strict government restrictions. The study concludes with recommendations to support entrepreneurial journalism initiatives, provide training for future journalists, integrate entrepreneurial journalism concepts into university curricula, and encourage further research to assess the impact of entrepreneurial journalism in the Kingdom of Saudi Arabia.

Keywords:

Entrepreneurial Journalism; Thmanyah; Kingdom of Saudi Arabia; Saudi Media; Fenjan.

المقدمة

1.I. توطئة

في ظل التحولات التكنولوجية الجارية التي يشهدها العالم، ومع تزايد تأثير الإنترنت في جميع جوانب الحياة، ظهرت تحديات جديدة أمام صناعة الإعلام التقليدية، حيث دفعت هذه التحديات إلى البحث عن نماذج إبداعية قادرة على إعادة صياغة فهمنا لمفهوم الصحافة، والتكيف مع احتياجات الجمهور المتغيرة، كما أدت هذه التحولات إلى ظهور نماذج ومفاهيم جديدة مثل المحتوى المُنتج من المستخدمين، والإعلام المواطن، وتلبيةً لهذه التحديات وسعيًا وراء إيجاد نماذج مبتكرة تواكب المتغيرات، برزت الصحافة الريادية كأحد أبرز هذه الاتجاهات الواعدة، ورغم أن إقامة ممارسة صحافية خاصة ليست مفهومًا جديدًا بشكل خاص في مجال الأخبار، فإن السنوات الأخيرة شهدت نموًا هائلًا في مجال الصحافة الريادية (Wagemans et al., 2016)، حيث قدّمت بديلاً جذاباً يجمع بين روح الابتكار والمرونة مع الالتزام بمعايير المهنية والجودة العالية، وهكذا أصبحت الصحافة الريادية تمثل موجة تغيير حقيقية فرضت نفسها بقوة على الساحة الإعلامية العالمية، وأثارت أسئلة ملحة حول مستقبل وسائل الإعلام وكيفية مواكبتها مع متطلبات الجمهور والعصر الرقمي.

في هذا الإطار، تُوفّر التكنولوجيا الرقمية وتقنيات الإنترنت الحديثة منصة خصبة للصحافة الريادية لتطوير أساليب إبداعية في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه والتفاعل مع الجمهور، فعلى سبيل المثال، تتيح منصات النشر الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي فرصة كبيرة أمام الصحفيين الرياديين لنشر محتوى متنوع وغني ينافس الوسائل التقليدية، كما توفر هذه التقنيات قنوات مباشرة للتفاعل مع الجمهور وإشراكه بفعالية في عملية إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره، من خلال آليات مثل التعليقات والمشاركات وغيرها، كما تفتح التقنيات الرقمية الباب أمام ابتكار نماذج أعمال مبتكرة لتمويل المشاريع الصحفية الناشئة بعيداً عن الاعتماد التقليدي على الإعلانات، من خلال آليات مثل الاشتراكات والتبرعات وغيرها، ما يدعم استدامة هذه المشاريع، وبفضل هذه الخصائص، أصبحت الصحافة الريادية ظاهرة عالمية تستحق اهتمام الباحثين وصنّاع القرار، كما أنها تثير أسئلة حيوية حول مستقبل الإعلام في ظل هذا النموذج الجديد، مثل التحديات التي تواجهها هذه الصحافة الجديدة، وكيفية إدماجها في تعليم الصحافة وتأثيرها على آراء طلاب هذا الميدان (Casero- Ripollés et al., 2016).

2-I. مشكلة الدراسة

في خضم هذا السياق المعقد من التحولات السريعة في المشهد الإعلامي العالمي، لم تكن المملكة العربية السعودية استثناءً، حيث تشهد المملكة تطوراً هائلاً في مختلف جوانب الحياة، وتبرز الصحافة الريادية كأحد أبرز ملامح هذا التطور، وقد ظهرت مؤخراً العديد من المبادرات والمشاريع الصحفية المستقلة التي تتميز بالابتكار واعتماد نماذج أعمال جديدة في

المملكة، مثل محتوايز، مايكس، ثمانية، مايكس، وغيرها، وفي ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتزايد المحتوى الإعلامي بشكل هائل، باتت الصحافة الريادية تشكل بديلاً جذاباً للشباب وخريجي الإعلام في المملكة من أجل ممارسة حريتهم في التعبير ونشر المحتوى الإبداعي بعيداً عن القيود التقليدية، وفي ظل هذه البيئة، تنطلق التساؤلات حول فهم دور الصحافة الرائدة في المملكة، وكيف ينظر إليها ويستقبلها جيل الشباب وطلاب الجامعات الذين يمثلون المستقبل.

وإيماناً بأهمية هذه الظاهرة، تأتي هذه الدراسة لتحليل رؤية طلاب الجامعة للصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية، كجيل المستقبل وقوة دافعة للتغيير، حيث نتخذ من شركة ثمانية نموذجاً لنصوغ التساؤل الرئيسي لدراستنا كما يلي:

ما هي النظرة التي يحملها طلاب الجامعة عن الصحافة الريادية في السعودية؟ وما هي العوامل التي تؤثر عليها؟

وينبثق عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية كما يلي:

- ما هي نظرة طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية؟
- ما هي العوامل التي تؤثر على نظرة طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية؟
- ما هو تأثير الصحافة الريادية على فهم طلاب الجامعة للصحافة؟
- ما هو دور الصحافة الريادية في تحسين الصورة العامة للصحافة في السعودية؟

3.I. فرضيات الدراسة

خلال هذه الدراسة، سنعمل على اختبار مجموعة من الفرضيات التي تهدف إلى فهم وتحليل النظرة التي يحملها طلاب الجامعة عن الصحافة الريادية في السعودية، والعوامل التي تؤثر عليها، حيث سنتخذ الفرضيات التالية كأساس للتفكير والتحليل، مستعينين بالبحوث والمعلومات الحالية لاستكمال فهمنا لهذا السياق الهام:

- **الفرضية 1:** ينظر طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية بشكل إيجابي؛
- **الفرضية 2:** تتأثر نظرة طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية بالمحتوى وأسلوب العرض؛
- **الفرضية 3:** تؤثر الصحافة الريادية بشكل إيجابي على فهم طلاب الجامعة للصحافة؛

- الفرضية 4: تؤدي الصحافة الريادية دورًا هامًا في تحسين الصورة العامة للصحافة في السعودية.

4.I. أهداف وأهمية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل رؤية طلاب الجامعة في المملكة العربية السعودية تجاه الصحافة الريادية، بصفتهم كشباب يمثلون جيل المستقبل وقوة دافعة للتغيير، حيث نهج إلى تحليل هذه الرؤية من خلال دراسة نموذج شركة ثمانية، التي تعتبر واحدة من أبرز نماذج الصحافة الريادية في المملكة، وفهم كيفية تأثير هذا النموذج على تشكيل وجهة نظر الطلاب، وكيف يمكن أن تكون الصحافة الريادية عاملاً حيويًا في تحفيز التغيير الإيجابي في المجتمع السعودي.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- إثراء البحث العلمي في مجال الصحافة الريادية، حيث تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تُعنى بتحليل رؤية طلاب الجامعة للصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية، مما يساهم في إثراء البحث العلمي في هذا المجال؛

- فهم أفضل لمستقبل الصحافة في السعودية، حيث تُساعد الدراسة على فهم أفضل لمستقبل الصحافة في المملكة العربية السعودية من خلال تحليل رؤية جيل المستقبل للصحافة الريادية؛

- تقديم توصيات لتطوير الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية بناءً على نتائج تحليل رؤية طلاب الجامعة.

5.I. منهج الدراسة

لغرض معالجة الإشكالية المطروحة، نعتمد على المنهج الوصفي التحليلي لاستكشاف وتحليل رؤية طلاب جامعة الملك خالد في أبها، منطقة عسير في المملكة العربية السعودية، حول نموذج شركة ثمانية للصحافة الريادية والمحتوى الذي تقدمه، ويتضمن هذا البحث نهجًا مختلطًا حيث يتم استخدام أداة الاستبانة كوسيلة رئيسة لجمع البيانات، لتحليل 276 استجابة تحليلًا كميًا لاستخراج توجهات العينة، كما سنتبع ذلك بتحليل كمي بأسلوب التحليل المحوري Thematic Analysis لفهم أعماق الآراء والمفاهيم المتعلقة بنموذج الصحافة الريادية ثمانية، حيث نركز على استخراج وتحليل الموضوعات الرئيسية والأنماط البارزة التي تظهر في الإجابات، مما يمكننا من توفير رؤية شاملة ومفصلة للتفاعل بين الطلاب ونموذج الصحافة الريادية، ويهدف هذا النهج إلى تحقيق فهم عميق وشامل للتأثير والتفاعل الذي يحدث بين الطلاب وهذا النموذج الإعلامي الريادي.

6.I. هيكل الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة ومعالجة إشكالياتها، عملينا على تقسيم بحثنا إلى خمسة أجزاء، يتناول الأول مراجعة للدراسات السابقة، بينما يهدف الثاني إلى عرض الإطار النظري للدراسة، لننتقل مباشرة في الجزء الثالث إلى شرح أدوات الدراسة، ثم عرض نتائج التحليل الكمي والكيفي في الجزء الرابع، ومناقشة النتائج في الخامس، ونختتم بحثنا بخاتمة مختصرة تضم أهم النتائج والتوصيات.

II. الدراسات السابقة

استجابة لضرورة مراجعة الدراسات السابقة في أي بحث علمي، قمنا بمسح للدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الصحافة الريادية، ولاحظنا خلال ذلك تزايد اهتمام الباحثين في السنوات الأخيرة بهذا الموضوع، نظرًا للتحديات التي تواجه الصحافة التقليدية في ظل التحول الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي، غير أن معظم هذه الدراسات كانت باللغة الإنجليزية، مع ندرة شديدة للدراسات العربية في هذا الموضوع، كما لاحظنا أن الدراسات التي اهتمت بالموضوع تناولت بالتأصيل النظرية بدرجة اهتمامها بالتفاعل بين الصحافة الريادية ومحيطها.

بدايةً، بعد كتاب الصحافة الريادية لـ (Briggs 2012) مرجعًا محوريًا ودليلاً شاملاً لأي باحث في الموضوع، وهو دراسة قيمة استكشف المؤلف من خلالها مفهوم إنشاء وإدارة الأعمال الصحفية المستقلة، مستفيدًا من الفرص والتحديات التي أتاحتها الثورة الرقمية، حيث يُبرز الكتاب أهمية الصحافة الريادية في تمكين الصحفيين من متابعة شغفهم بسرد القصص، والمشاركة في خدمة المصلحة العامة، وتحقيق الدخل في ظل بيئة إعلامية متطورة، ويؤكد الكتاب على دور الصحافة الريادية في تعزيز تنوع وجودة الأخبار المتاحة، كما يقدم دليلًا عمليًا يتضمن ثمانية مراحل لإنشاء شركة إخبارية، يغطي كل شيء بدءًا من الفكرة وتحديد السوق وصولاً إلى تطوير المنتج واستكشاف المصادر المالية وتقدير التكاليف والانطلاق الفعلي ونمو المشروع، ومن خلال الأمثلة الواقعية والنصائح القابلة للتنفيذ، يستطيع القراء استخلاص الدروس من شركات الأخبار الناشئة الناجحة وفهم كيف استطاع الرواد تحديد مجالاتهم، واستخدام التكنولوجيا، وتجربة نماذج الأعمال، والتغلب على التحديات، كما يلقي الكتاب الضوء على تطور مشهد مؤسسات الأخبار التقليدية، ويبرز الابتكار وفرص العمل في صناعة الإعلام الحالية والمستقبلية.

أما من ناحية الدراسات الميدانية، فنذكر دراسة (Singer and Broersma 2020) التي تشبه دراستنا من ناحية استهدافها للطلاب الجامعيين، حيث هدف الباحثان إلى استكشاف كيف يفهم طلاب الصحافة مفهوم الابتكار والريادة في ظل التغييرات التي تحدث في مهنة الصحافة، وتوصلوا إلى أن طلاب الصحافة يعتقدون أن الابتكار والريادة ضروريان للصحافة في العصر الرقمي، ولكنهم أيضًا يعتقدون أنه من المهم الحفاظ على المعايير

المهنية التقليدية للصحافة، مثل النزاهة والدقة، حيث يميل الطلاب إلى فكرة أن الابتكار والريادة يجب أن يكونا مدفوعين بالرغبة في تقديم أخبار وتحليلات عالية الجودة، وليس فقط لتحقيق الربح، وقد كان Casero-Ripollés et al. (2016) قد استهدفوا نفس الشريحة عندما عملوا على تحليل التصورات المتعلقة بريادة الأعمال التي يحملها طلبة الصحافة، وذلك باستكشاف ما يعرفه هؤلاء الطلاب حول ريادة الأعمال والمهارات التي يرونها أساسية، وقيم البحث استعداد طلاب الصحافة في إسبانيا لتطوير مشروع أعمالهم الخاص وأكبر الحواجز والعقبات المتوقعة، اعتماداً على نهج كمي من خلال توزيع 184 استبياناً، وتوصل الباحثون إلى وجود زيادة في استعداد الطلاب للمشاركة في ريادة الأعمال، ومع ذلك، يحمل الطلاب أيضاً رؤية سلبية ومحبطة للصحافة مع تقدمهم في دراستهم.

وغير بعيد عن وجهة نظر الطلاب، استكشف Caplan et al. (2020) كيف يمكن لمدرسي الصحافة تدريس وتنمية مهارات ريادة الأعمال بين مجموعة متنوعة من طلاب الصحافة، حيث قدمت الدراسة تقريراً حول نقاش توحيدي شارك فيه 27 مدرساً للصحافة من 18 دولة شاركوا في مؤتمر التعليم العالمي للصحافة في باريس عام 2019، وتوصلت الدراسة إلى ثلاث تحديات رئيسية لتدريس الصحافة ريادية الأعمال؛ نقص التجربة الريادية بين أعضاء الهيئة التدريسية، وخلق وتحافظ على تفكير ريادي للطلاب، ومقاومة طلاب الصحافة لتعلم ريادة الأعمال، ونشير هنا إلى دراسة Brouwers (2017) التي ركزت على مفهوم الفشل في الصحافة الريادية، واستكشفت مفهوم الفشل من خلال عدسة شركة صحافية ناشئة تم فحصها باستخدام بيانات من مؤسسيها، توصلت إلى أنه بدلاً من فهم الفشل كمفهوم متماسك بوظيفة واحدة، يمكننا فهمه بشكل أفضل على أنه مصطلح بمعانٍ متدفقة، يتألف من مجموعة من التجارب المتنوعة، ويتم بناؤه من خلال التكامل مع الآخرين.

إضافةً إلى ذلك، وفي سياق التحديات أيضاً، يؤكد Cohen (2015) أن الصحافة الريادية تواجه تحديات كبيرة نتيجة للتوظيف غير الثابت، مما يعيق قدرة الصحفيين على متابعة التحقيقات العميقة والتقارير النقدية، ويقيد الوصول إلى الأدوات الصحفية الأساسية مثل بطاقات الصحافة، كما توصل إلى أن قوى العمل الإعلامية يسود فيها الأشخاص ذوي البشرة البيضاء والذكور، خاصة في المراتب العليا، مما يؤدي إلى عدم تمثيل مجموعات متنوعة في محتوى الإعلام، وأضاف بأن الصحافة الريادية تضع عبء التحدي على الصحفيين الفرديين للتعامل مع المشكلات الهيكلية داخل الصناعة، مع تعزيز ثقافة الفردية على حساب العمل الجماعي، حيث يعكس هذا التحول نحو ريادة الأعمال في التعليم الصحفي حسبه اتجاهاً أوسع نحو العمل غير الثابت واقتصاد العمل الحر ضمن منظر الإعلام.

من جهة أخرى، نجد دراسة Vos and Singer (2016) التي حاولت فهم كيفية تغير مفهوم الصحافة الريادية لدى الصحفيين مع تغير البيئة الإعلامية خلال الفترة من 2000م إلى 2014م، حيث وجدوا أن الصحفيين ينظرون إلى الصحافة الريادية بشكل إيجابي بشكل عام، ويعتقدون أنها شكل من أشكال رأس المال الثقافي، أي أنها تمنح الصحفيين مكانة واحتراماً

في المجتمع، ورغم أنها قد تؤدي إلى الإخلال ببعض المبادئ الصحفية التقليدية، مثل الفصل بين المصالح التحريرية والتجارية، إلا أن الصحفيين الذين يمارسون الصحافة الريادية يعتقدون أن هذه المبادئ التقليدية ليست ضرورية في العصر الرقمي، أي أنهم بمعنى آخر يعتقدون أن الصحافة الريادية يمكن أن تكون ناجحة وأخلاقية في نفس الوقت، وفي ذات السياق، استكشف (Ruotsalainen et al. (2023 مستقبل الصحافة الذين يتوقعه رواد الصحافة الريادية من خلال مقابلات مع صحفيين رياديين فنلنديين، وحدد الباحثون التخيل الندي (peer-to-peer fantasy) الذي يتبناه الصحفيون الرياديون حول مستقبل الصحافة، والذي يتضمن رؤية مثالية للصحافة تنتج في شبكات ند لند بين الصحفيين وجمهورهم، مع زيادة مشاركة الجمهور وزيادة العائدات منهم، كما يتضمن هذا التخيل رؤية مثالية للعمل الصحفي على أنه مستقل وماهر وتعبيري وغير روتيني، و لكن في الوقت نفسه، يؤدي هذا التخيل إلى تباعد الصحافة عن دورها العام وجعلها أكثر تمييزاً لخدمة الجماهير المدفوعة، كما يخدم مصالح منصات التواصل الاجتماعي العالمية التي تسيطر على البنية التحتية الرقمية، وبالتالي، هذا التخيل يتلاءم والاتجاه المعاصر السائد لاستخدام رؤى تحريرية للتكنولوجيا الرقمية لأغراض تجارية.

وفيما يخص الدراسات التي ركزت على دراسات حالة معينة، نذكر دراسة Ruotsalainen et al. (2021) التي حللت خليط الحياد والحوار في مقالات الأخبار اليومية التي تنشرها خمسة منافذ صحفية ريادية أمريكية مقارنة بمجموعة بيانات من ثلاث منافذ إعلام تقليدية، وتوصلوا إلى أن منافذ الصحافة الريادية تستخدم الحوار الصحفي في نصوص الأخبار التي تتميز بالحياد بشكل لافت أكثر من الوسائط الإعلامية التقليدية، حيث توفر سجلات الحوار تقييمات دقيقة وغير منحازة للأحداث والقضايا وتجعل الأخبار أكثر غير رسمية، أي أنه حسب الدراسة فإن الصحافة الهجينة تقدم للصحفيين الرياديين رؤية مميزة لمستقبل صحافة الأخبار، وفي ذات السياق، قام (Ruotsalainen and Villi (2018 بتحليل الخطاب الواردة في صفحات "من نحن" على الإنترنت لـ 41 وسيلة إعلام ريادية، من أجل استكشاف الأخلاقيات الصحفية الناشئة للصحافة الريادية واتجاهاتها نحو اعتماد عناصر المشاركة، مثل مشاركة الجمهور أو التفاعل معه، في سياق إطارها الأخلاقي الناشئ، وتوصلوا إلى تصور للصحافة يجمع بين مثلث القيم الصحفية والحوار والحياد، حيث يمكن أن يقدم هذا النوع من الصحافة الهجينة و"المشاركة الهجينة" المجاورة حسب الدراسة إجابةً على التحدي المزدوج حول كيفية جعل الصحافة أكثر ودًا للمشاركة مع الحفاظ في ذات الوقت على القيم والمعايير الحاسمة للصحافة، أما (agemans et al. (2016 فركزوا على موقع Mediapart الفرنسي، والذي يعد واحدة من الشركات الإخبارية الرقمية الناجحة، حيث استكشفوا العوامل الداخلة في إنشاء وتشغيل شركة صحافة، وكيف يضفي المحترفون المعنى على ما يقومون به في مجال الصحافة المتغير بسرعة، وأشارت النتائج إلى أنه على الرغم من أن أحد أبرز نقاط البيع الفريدة للصحافة المعلنة في Mediapart هو أنها تتحدى وتقدم بديلاً للصحافة الفرنسية التقليدية، إلا أن في جوهرها يكمن إيمان قوي بأيدولوجية الصحافة التقليدية، ورغم أن Mediapart تحدثت وألهمت في العديد من الأحيان الطرق التي تعمل بها

منظمات الأخبار الفرنسية الأخرى، إلا أنها لا تتحدى فهمنا للصحافة، بل تعزز بالأحرى تعريفاً تقليدياً ومتجانساً.

على المستوى العربي، اقتصرت الدراسات التي وجدناها بعد المسح المكتبي عن الدراسات التي تخدم بحثنا الحالي على دراسة عبد الفتاح محمد (2023) الذي هدف إلى رصد ملامح إنتاج الصحافة الريادية كنمط صحفي مستحدث في البيئة العربية، مقارنة بالنموذج الأمريكي، حيث استخدمت منهج المسح الإعلامي وتحليل المضمون لدراسة 311 مادة صحفية من موقعين رائدين من مصر والولايات المتحدة الأمريكية، ومن خلال المقارنة توصل الباحث إلى أن موضوعات التكنولوجيا والأفكار الإبداعية والتمويل تصدرت اهتمام الموقعين، كما حققت المواد الصحفية وظائف ترويجية وتوجيهية بنفس النسبة، وكانت مقارناته هادفة إلى طرح منهج تعليمي للصحافة الريادية في العالم العربي.

من خلال ما سبق عرضه من دراسات، نلاحظ أن دراستنا الحالية تتشابه مع بعض الدراسات السابقة من حيث تركيزها على نظرة الطلاب الجامعيين لفهم رؤيتهم حول الصحافة الريادية، وفي استهدافها لدراسة حالة شركة معينة والتركيز على تحليل حالتها كنموذج، وتبرز الفجوة البحثية من خلال ندرة الدراسات العربية حول الصحافة الريادية، وغياب وجهة نظر الطلاب السعوديين في الدراسات السابقة، وتتمثل الإضافة في التركيز على حالة المملكة العربية السعودية وشركة ثمانية تحديداً.

III. الإطار النظري للدراسة

نعرض في هذا الجزء أهم المفاهيم النظرية ذات العلاقة بإشكالية الدراسة.

III.1. مفهوم الصحافة الريادية وظروف وأسباب ظهورها

الصحافة الريادية هي نهج حديث نسبياً في مجال الصحافة، يشدد على الابتكار والقدرة على التكيف وفهم الأعمال التجارية لإنشاء منظمات إخبارية مستدامة ومستقلة، وتعني الصحافة الريادية تطبيق الصحفيين لمبادئ ريادة الأعمال على صناعة المادة الإعلامية، وخاصة في إنتاج الأعمال والخدمات القائمة على المحتوى، والتي يمكن أن تولد إيرادات، كما أنها تنطوي على الابتكار في إنتاج وتوزيع وتمويل المعلومات غالباً من خلال منصات عبر الإنترنت، حيث تُعد الصحافة الريادية وسيلة لإيجاد نظام بيئي إعلامي متوازن جديد يركز على كفاءات مثل التعرف على الفرص، وخلق القيمة، وحل المشكلات الإبداعية، والمثابرة والمرونة، والرؤية المقنعة (Carbasse et al., 2022)، والصحافيون الرياديون تبعاً لذلك هم أشخاص مبتكرون ومبدعون، يبحثون باستمرار عن وسائل جديدة لسرد القصص والتفاعل مع الجماهير، كما يتمتعون بمهارات إدارة الأموال وبناء العلاقات مع الممولين والشركاء المحتملين (Briggs, 2012).

وقد ظهرت الصحافة الريادية استجابةً للاضطراب في المشهد الإعلامي والحاجة إلى نماذج أعمال جديدة لدعم النشاط الصحفي (Carbasse et al., 2022)، فكانت بمثابة متنفس للتحديات التي تواجه منظمات الإعلام التقليدية، بما في ذلك تراجع الإيرادات، وتغير سلوك الجمهور، وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، فالصحافة الريادية تقدم نهجًا جديدًا لإنتاج وتوزيع الوسائط يكون أكثر مرونةً وابتكارًا، وأكثر استجابةً لاحتياجات الجماهير، كما توفر فرصًا للصحفيين للسيطرة على مساراتهم المهنية، وإنشاء مشاريع إعلامية تعكس قيمهم واهتماماتهم (Marsden, 2017)، ويمكن تتبع الجذور الأولى للصحافة الريادية إلى التحول نحو زيادة استهلاك وسائل الإعلام عبر الإنترنت خلال العقود القليلة الماضية، والذي أدى إلى انتشار طرق جديدة لإيصال المنشورات الصحفية، وقيام العديد من الشركات بالاستثمار في النشاط الصحفي على الإنترنت وتوفير الدعم له وتمويله، ومن بين العوامل التي ساهمت في هذا الاتجاه، يمكن ذكر قدرة الصحفيين، سواء الجدد أو الخبراء، على نشر المحتوى مباشرةً عبر الإنترنت، وحالة عدم اليقين المرتبطة بأزمات الثقة والاقتصاد والهوية في وسائل الأخبار، بالإضافة إلى ذلك، أثارت الأزمة المالية لعامي 2007-2008 تساؤلات حول مستقبل سوق التوظيف الصحفي، مما فتح المجال لاهتمام متجدد في إيجاد طرق جديدة للنشر (Jara et al., 2023).

من جهة أخرى، ظلت الأبحاث حول وسائل الإعلام الرقمية محدودةً طوال العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين، بينما تم التركيز في نفس الوقت على الانتقال الرقمي للوسائط الإعلامية القائمة من قبل، وفي ظل هذه الظروف، فإن المجال المتوسع الي تشغله الصحافة الريادية وقيمها وممارساتها في عالم الصحافة يحدث في زخم سياق من التغييرات المترابطة في الصحافة ووسائل الإعلام على عدة جبهات في نفس الوقت، وتشمل هذه التغييرات ((Carbasse et al., 2022):

- الجوانب الاقتصادية: تخفيض حواجز الدخول إلى سوق الإعلام، إضافةً إلى ظهور أطراف محلية داعمة للإعلام على الإنترنت وقنوات جديدة لتوزيع المعلومات؛
- الجوانب التقنية: محتوى المستخدمين، وتوسع نطاق الأماكن التي يتم فيها بث واستهلاك الأخبار؛
- الجوانب الاجتماعية: تحول في العلاقات العملية داخل وخارج الصناعة؛
- الجوانب التنظيمية: تركيز ملكية وسائل الإعلام واستراتيجيات التكامل؛
- الجوانب الثقافية: تجريب أشكال واستراتيجيات جديدة للسرد.

بناءً على ما سبق، يمكن القول أن مفهوم الصحافة الريادية ظهر كنمط حديث في مجال العمل الصحفي، مدفوعًا بالحاجة إلى إيجاد نماذج أعمال بديلة قادرة على الاستمرار

والاستقلالية في ظل التحديات والتغيرات التي يمر بها القطاع، حيث تركّز الصحافة الريادية على توظيف مبادئ ومهارات ريادة الأعمال من ابتكار وإبداع ورصد للفرص والاحتياجات، بهدف تصميم منتجات وخدمات صحفية تلبي حاجة الجمهور وتحقق الاستدامة المادية في الوقت ذاته، كما أن لانتشار تقنيات الإعلام الرقمي الجديدة دور هام في فتح آفاق واسعة أمام الصحفيين الرياديين لتجريب وتطبيق أفكارهم ومشاريعهم الإبداعية.

2.III. مبادئ الصحافة الريادية

تختلف الصحافة الريادية عن الصحافة التقليدية التي تركز أكثر على تغطية الأحداث الجارية، حيث أن الأولى أكثر طموحاً وتأثيراً، وتسعى إلى إحداث فرق حقيقي في العالم، وسنعرض فيما يلي مبادئ الصحافة الريادية كما اقترحها (Caplan et al. (2020 وذلك على ضوء مبادئ الصحافة التقليدية، حتى نتمكن من فهم هذه المبادئ ضمن سياقها، وهي كالتالي:

- **اقتناص الفرص:** يتضمن ذلك القدرة على تحديد وتقييم القصص الإخبارية المحتملة أو مشاريع الوسائط التي يمكن أن تلبي احتياجات السوق، أو تملأ الفجوات في المشهد الإعلامي الحالي؛

- **نهج الشركة الناشئة الرشيق:** إذ يعتمد الصحفيون الرياديون في كثير من الأحيان على منهج الشركة الناشئة الرشيق The Agile Startup، الذي يشدد على إنشاء نماذج سريعة، وطرح المنتج تدريجياً، وتعلم موثق لتطوير الأفكار الجديدة بشكل فعال؛

- **الابتكار:** يقع الدافع للابتكار في جوهر الصحافة الريادية، سواء من خلال تقنيات السرد الجديدة، أو النماذج التجارية، أو التقنيات الحديثة؛

- **تحديد احتياجات وفجوات السوق:** فهم الجمهور والتعرف على الاحتياجات غير المشبعة أو الأسواق غير المخدومة يُعد أمراً حاسماً بالنسبة للصحفيين الرياديين، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تطوير محتوى وخدمات مستهدفة.

ويجدر بنا في هذا السياق النظر في هذه المبادئ من خلال مقابلتها مع مبادئ الصحافة التقليدية التي حددتها الجمعية الأمريكية للصحافة كما يلي (American Press Association, 2015):

- **الحقيقة والدقة:** يتعين على الصحفيين أداء واجب تقديم الحقيقة والسعي للدقة في تقاريرهم؛

- **الاستقلالية:** يجب على الصحفيين البقاء مستقلين عن تلك الجهات التي يغطونها وتجنب أي تضاربات مصالح؛

- **النزاهة والحيادية:** يجب أن تكون التقارير الصحفية عادلةً ومتوازنةً، مانحةً لجميع الأطراف فرصة الظهور والتعبير؛

- **المساءلة:** يتعين على الصحفيين أن يحاسبوا عن أعمالهم ويصححوا أي أخطاء بسرعة.

من خلال العرض السابق، نلاحظ أنه على الرغم من أن كل من الصحافة الريادية والتقليدية يمكن أن تشتركا في قيم مثل التقرير الأخلاقي وخدمة المصلحة العامة، إلا أن الصحافة الريادية تضع تأكيدًا أكبر على فهم الأعمال التجارية والابتكار والتكيف مع بيئة وسائل الإعلام الرقمية، بينما تركز الصحافة التقليدية أكثر على المعايير الأخلاقية والتحريرية في المهنة، فالنهج الريادي يرتبط أكثر باقتناص الفرص واستغلالها في منظومة وسائل الإعلام، بينما تتعلق الصحافة التقليدية أكثر بالحفاظ على المعايير والممارسات التي حددت هذا المجال لعقود.

3.III. نماذج توليد الدخل في الصحافة الريادية

يمكن لمشاريع الصحافة الريادية اعتماد نماذج إيرادات مختلفة لدعم عملياتها وتعزيز الصحافة المستقلة، وفيما يلي بعض أشهر هذه النماذج (Carbasse et al., 2022 ; Caplan et al., 2020):

- **الاشتراكات Subscriptions:** يتضمن هذا النموذج فرض رسوم منتظمة على الجمهور والقراء للوصول إلى المحتوى، ويمكن أن يوفر ذلك تدفق إيرادات مستمر، ويشجع إنتاج صحافة عالية الجودة يقدرها المشتركون؛

- **العضويات Memberships:** تقدم العضويات للجمهور إمكانية الوصول إلى المحتوى، وتشمل في كثير من الأحيان فوائد إضافية؛ مثل الفعاليات الحصرية، أو فرص المشاركة في المجتمع، ويمكن أن يخلق هذا النموذج شعورًا بالانتماء والاستثمار في المشروع الصحفي؛

- **الخدمات المميزة:** يمكن أن يجذب عرض محتوى أو خدمات مميزة، مثل التقارير العميقة أو النشرات الإخبارية أو تحليل البيانات، الجمهور الراغب في الدفع مقابل معلومات متخصصة؛

- **الإعلانات:** تظل الإعلانات التقليدية مصدر إيرادات هام للعديد من مشاريع وسائل الإعلام، ومع ذلك، أدى التحول إلى الوسائط الرقمية إلى تحديات لهذا النهج مثل حاجبات الإعلانات، وهيمنة عمالقة التقنية على الإعلان عبر الإنترنت؛

- **الفعاليات:** يمكن أن تولد استضافة فعاليات، سواء افتراضياً أو حضورياً، إيرادات من مبيعات التذاكر والرعاية وفرص التواصل، كما يمكن أن تعزز الفعاليات أيضاً علامة الوسائط وتنمي حس المجتمع؛

- **التمويل التشاركي:** تبدأ بعض مشاريع الصحافة الريادية بحملات التمويل التشاركي، والتي يمكن أن توفر رأسمالاً أولياً وتحقق الطلب على محتوى أو خدمة المشروع؛

- **التوزيع والترخيص:** يمكن أن يكون بيع المحتوى لوسائط إعلامية أخرى أو ترخيصه لاستخدامات مختلفة مصدراً إضافياً للإيرادات لمنتجي المحتوى الصحفي؛

- **التجارة الإلكترونية والشراكات التابعة:** يمكن أن يوفر بيع المنتجات أو كسب العمولات من التسويق التابع دخلاً إضافياً، خاصةً عندما تكون المنتجات ذات صلة بمحتوى الجمهور.

تدعم هذه النماذج الصحافة الريادية من خلال تنوع مصادر الإيرادات وتقليل الاعتماد على مصدر واحد للدخل، ويمكن أن يساعد هذا التنوع في حماية النزاهة والاستقلال الصحفي، حيث أن مشاريع الوسائط قليلة الاعتماد على التأثيرات المحتملة لمعلن رئيسي أو راعي معين، علاوةً على ذلك، توفر نماذج الإيرادات المباشرة من الجمهور مثل الاشتراكات والعضويات توافقاً بين مصالح المشروع الإعلامي وهذا الجمهور، مما يشجع على إنتاج محتوى قيم وملائم لهم، وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذه النماذج، وعلى الرغم من منافعها المتنوعة، تأتي أيضاً مع تحديات وتتطلب اهتماماً دقيقاً للجمهور المستهدف وديناميكيات السوق ومهمة وقيم المشروع الصحفي، إذ يجب أن يكون الصحفيون الرياديون ذوي مهارات ليس فقط في إنتاج محتوى جذاب، ولكن أيضاً في فهم وتوجيه جوانب الأعمال لمشاريعهم.

4.III. المحتوى والتوزيع في الصحافة الريادية

تزداد استفادة مشاريع الصحافة الريادية من المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتوزيع المحتوى، مستغلةً الاتصال المباشر بجمهورها والقدرة على تجاوز الإمكانات المحدودة نوعاً ما للبوابات الإعلامية التقليدية، حيث تتيح منصات عديدة للصحفيين توزيع النشرات الإخبارية مباشرةً إلى المشتركين، مستفيدةً من العلامات الشخصية والخبرة المتخصصة للصحفيين، لذلك، يمكن القول أن الصحافة الريادية غيرت المشهد العام في مجال الأخبار مستخدمةً المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتوزيع المحتوى والحصول على تفاعل الجمهور بطرق جديدة، فهذه القنوات توفر وصولاً، فعلاً من حيث التكلفة، وفورياً إلى الجمهور العالمي، وتستغل مشاريع الصحافة الريادية هذه الأدوات للالتفاف على البوابات التقليدية، وتوزيع المحتوى مباشرةً إلى المستهلكين، مما يزيد من مداها وتأثيرها (Chadwick, 2011; Ruotsalainen, 2018)، كما تستغل شركات الصحافة الريادية خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي والتحليلات لتخصيص المحتوى

لقطاعات محددة من الجمهور، ما يعظم التفاعل ويعزز بناء المجتمع (Bell & Owen, 2017)، وتوفر المنصات مثل يوتيوب وتيك توك وإنستغرام ميزات تفاعلية تتيح لمشاريع الصحافة الريادية إنشاء تجارب شيقة للجمهور، مما يجذبهم بعمق أكبر إلى القصة (Chadwich, 2011)، وبطبيعة الحال، يمكن لمشاريع الصحافة الريادية الاستفادة من المنصات الرقمية للإعلانات والاشتراكات والتبرعات، مما يخلق تدفقات إيرادات جديدة ويدعم استمرار عملياتها.

وتتنوع أنواع الصحافة التي تنتجها المشاريع الريادية، والتي غالبًا ما تكون مصممة للبيئة الرقمية، ومنها:

- **الصحافة الاستقصائية:** غالبًا ما تكون مشاريع الصحافة الريادية رائدةً في مجال الصحافة الاستقصائية المعقدة، معالجة قضايا معقدة أهملتها وسائل الإعلام التقليدية بسبب قيود الموارد (Douze, 2009)؛

- **صحافة البيانات:** تستخدم مشاريع الصحافة الريادية أدوات التصوير والتحليل لعرض معلومات معقدة بتنسيقات جذابة وسهلة الوصول، مما يمكن الجمهور من فهم القضايا الهامة والمعقدة (Diakopoulos, 2019)؛

- **الصحافة المرئية:** تتبنى مشاريع الصحافة الريادية سرد القصص المرئية نظرًا لإمكانية التفاعل العالية التي تولدها، منتجةً وثائقيات وفيديوهات توضيحية ومحتوى قصير الشكل مصممًا خصيصًا لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي (Bell & Owen, 2017)؛

- **الصحافة القابلة للتخصيص:** تتيح مشاريع الصحافة الريادية للجمهور تخصيص تجربتهم الإخبارية، واختيار موضوعات وتنسيقات المحتوى ومصادر الأخبار المحددة (Chadwich, 2011)؛

- **الصحافة التفاعلية:** تستخدم مشاريع الصحافة الريادية عناصر تفاعلية مثل الاستطلاعات والاختبارات والألعاب لتشجيع مشاركة الجمهور وتعزيز التواصل ثنائي الاتجاه، مما يعزز التفاعل وبناء المجتمع (Bell & Owen, 2017).

يتبين لنا مما سبق أن الصحفيين الرياديين بارعون في الاستفادة من المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتوزيع محتواهم وجذب الجمهور بطرق مبتكرة، حيث ينتجون أشكالًا متنوعةً من الصحافة ملبيين تفضيلات الجمهور المعاصر، وراعين لنظام بيئي إعلامي أكثر مشاركة، ولا يقتصر تأثير الصحافة الريادية على تغيير طريقة إنتاج الصحافة واستهلاكها فحسب، بل أيضًا كيفية تمويلها، مع التحول نحو نماذج دعم أكثر مباشرة من القراء، حيث يعكس انتشار الصحافة الريادية اتجاهًا أوسع نحو تبني الصحفيين لدور رواد الأعمال الإعلاميين، مما يخلق فرصًا وتحديات جديدة في المشهد العام للصحافة.

5.III. المهارات والكفاءات في مجال الصحافة الريادية

فتح تطور المشهد الإعلامي والتكنولوجيا الحديثة – كما سبق وأشرنا – أفقاً جديداً أمام وسائل الإعلام، حيث أصبحت الصحافة الريادية تسعى إلى تحقيق توازن فريد بين إنشاء المحتوى وفهم جوانب الأعمال والتسويق، وفي حين تعتمد الصحافة التقليدية على إعداد التقارير ونقل الأخبار بموضوعية، تتجه الصحافة الريادية نحو توظيف مجموعة أوسع من المهارات، إذ يجب على الصحفيين الرياديين فهم احتياجات الجمهور وكيفية جذب انتباههم، بالإضافة ترويج لمحتواهم وزيادة وجودهم الرقمي، والتواصل الفعال مع القراء وفهم احتياجاتهم، ويبرز هذا التحول في المفهوم أهمية تطوير مهارات جديدة لدى الصحفيين، ليس فقط لكتابة الأخبار ولكن أيضاً لبناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور، تبعاً لذلك، تتمثل المهارات الأساسية للصحفيين الرياديين فيما يلي (Bucknell, 2020 ; Caplan et al., 2020):

- **الاستراتيجية التجارية:** إن فهم التخطيط المالي وتوليد الإيرادات وتخصيص الموارد أمر حاسم لبناء مشروع صحفي ريادي واستدامته؛

- **التسويق والعلامة التجارية:** يحتاج الصحفيون الرياديون إلى التسويق الفعال لمحتواهم وبناء هوية قوية للعلامة التجارية لجذب الجمهور وتأسيس أنفسهم في المشهد الإعلامي التنافسي؛

- **تطوير المنتجات:** يجب على الصحفيين الرياديين تحديد احتياجات الجمهور وتطوير تنسيقات محتوى مبتكرة واستراتيجيات توزيع لتلبية تلك الاحتياجات والمضي قدماً؛

- **بناء المجتمع:** إن تعزيز العلاقات القوية مع الجمهور أمر أساسي بالنسبة للصحفيين الرياديين، لاعتمادهم على دعم المجتمع للحصول على التمويل والتفاعل والنشر؛

- **تحليل البيانات:** تزداد أهمية فهم كيفية جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بالنسبة للصحفيين الرياديين لاكتساب رؤى حول تفضيلات الجمهور وتحسين استراتيجيات المحتوى الخاصة بهم؛

- **الكفاءة التقنية:** يحتاج الصحفيون الرياديون إلى الشعور بالراحة مع مختلف الأدوات والمنصات الرقمية لإنشاء المحتوى وتحريره وتوزيعه والتفاعل مع الجمهور.

ونعرض في الجدول 1 بناءً على العرض السابق مقارنةً بين أولويات المهارات الأساسية للصحافة التقليدية والصحافة الريادية.

جدول 1. مقارنة بين أولويات المهارات الأساسية للصحافة الريادية والصحافة التقليدية

المهارة	الأولوية في الصحافة الريادية	الأولوية في الصحافة التقليدية
---------	------------------------------	-------------------------------

الحس التجاري	مرتفعة	منخفضة
الخبرة التسويقية	مرتفعة	منخفضة
تطوير المنتجات	مرتفعة	منخفضة
بناء المجتمع	مرتفعة	متوسطة
تحليل البيانات	متوسطة	منخفضة
القدرات التقنية	مرتفعة	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادًا على (Caplan et al. و Bucknell (2020) (2020)

بناءً على العرض الوارد في الجدول 1، نلاحظ أنه بينما يركز الصحفيون التقليديون أساساً على المحتوى نفسه، يحتاج الصحفيون الرياديون إلى امتلاك مجموعة مهارات أوسع تشمل عناصر غير تقليدية مثل الحس التجاري وتطوير المنتجات، بحيث يجب أن يكونوا قادرين على تحديد الفرص واستغلالها، وإدارة الموارد بفعالية، والتنقل في المشهد الإعلامي الرقمي المتغير باستمرار، وبالتالي، يمكن القول أن الصحافة الريادية تتطلب مزيجاً فريداً من المهارات والكفاءات التي تتجاوز الخبرة الصحفية التقليدية، ليجمع الصحفيون الرياديون الناجحون تبعاً لذلك بين الموهبة الصحفية والحس التجاري والدراسة التسويقية والكفاءة التكنولوجية، مما يتيح لهم الازدهار في المشهد الإعلامي الديناميكي والتنافسي.

6.III. تحديات الصحافة الريادية

مع تقدم الصحافة نحو مفهومها الريادي، تبرز العديد من الفرص الهامة للصحفيين لسرد قصص مبتكرة والتفاعل مع جمهورهم بفعالية، حيث أن هذا التحول يمثل فرصة لتوسيع دائرة الأخبار، وتقديم محتوى متنوع يلبي تطلعات واهتمامات الجمهور، ومع ذلك، فإن هذا التحول ليس خالياً من التحديات، حيث أن التوازن بين إنشاء المحتوى الريادي والتفاعل مع الجمهور يتطلب فهماً عميقاً لجميع جوانب العمل الصحفي، سواء تعلق الأمر بالأخلاقيات الصحفية أو بمواكبة التطورات التقنية السريعة، ومن أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة الريادية نذكر:

- **الاستدامة المالية:** إن إنشاء واستدامة مشروع صحفي ريادي ربحي أمر صعب، خاصةً في مشهد إعلامي تنافسي تهيمن عليه تلك الشركات المؤسسية، وغالبًا ما تقصر إيرادات الإعلانات أو الاشتراكات أو التبرعات عن تغطية النفقات، مما يجعل البقاء على المدى الطويل أمرًا مليئًا بالتحديات (Singer, 2020 ; Chadwick, 2011)؛

- **قيود الموارد:** غالبًا ما يعمل الصحفيون الرياديون بموارد محدودة، مما يجعل من الصعب الاستثمار في إنتاج محتوى عالي الجودة، وتقارير متعمقة، واستراتيجيات تسويق فعالة، وهذا من شأنه الحد من مداهم وتأثيرهم، خاصةً بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية ذات الموارد الوفيرة (Bell & Owen, 2017)؛

- **الحواجز التكنولوجية:** يتطلب البقاء في طليعة المشهد الإعلامي الرقمي المتغير باستمرار التكيف المستمر والاستثمار في التقنيات الجديدة، وهذه المتطلبات تمثل عائقًا كبيرًا أمام الصحفيين الرياديين، الذين قد يفتقرون إلى الموارد والخبرة لمواكبة التطورات التكنولوجية (Chadwick, 2011 ; Bell & Owen, 2017)؛

- **مشاركة الجمهور:** إن بناء جمهور مخلص والمحافظة عليه في بيئة إعلامية مجزأة يمثل تحديًا كبيرًا، حيث أن الصحفيين الرياديين يحتاجون إلى مشاركة جمهورهم باستمرار، وتقديم قيمة فريدة لتمييز أنفسهم عن المنافسين (Bell & Owen, 2017 ; Singer, 2020)؛

- **الأخلاقيات والمصداقية:** تُثار مخاوف لدى العديد من الأطراف حول تضارب المصالح والتحيزات المحتملة في الصحافة الريادية، وخاصةً عندما يكون التمويل من مصادر لها مصلحة معينة، ويُعد الحفاظ على أخلاقيات الصحافة وضمان مصداقية المحتوى أمران بالغ الأهمية لاستدامة هذا النموذج على المدى الطويل (Deuze, 2013).

زيادةً على ما سبق، يجادل بعض النقاد بأن طبيعة الصحافة الريادية الموجهة نحو الربح يمكن أن تؤدي إلى التركيز على المحتوى المثير والعناوين الجذابة، مما يُخل بنزاهة الصحافة ويغفل القصص ذات المصلحة العامة (Deuze, 2013)، كما تُثار مخاوف بشأن انعدام المساءلة والشفافية في بعض مشاريع الصحافة الريادية، وخاصة تلك التي تعمل عبر الإنترنت، وهذا من شأنه أن يجعل التحقق من دقة محتواها وموضوعيته أمرًا صعبًا (Chawdick, 2011)، كما أن مشاريع الصحافة الريادية غالبًا ما تكافح من أجل الوصول إلى جمهور واسع، وخاصةً بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، وهذا من شأنه الحد من تأثيرها على الخطاب العام وقدرتها على مساءلة أصحاب النفوذ، كما يمكن أن تختلف إمكانية الوصول إلى الموارد والخبرات اختلافًا كبيرًا بين الصحفيين الرياديين، مما يخلق ظروفًا غير متكافئة، ويعيق الصحفيين من المجتمعات المهمشة، ويحد من تنوع الأصوات ووجهات النظر في المشهد الإعلامي (Singer, 2020).

ويمكن القول في الأخير أن الصحافة الريادية تقدم مناهج مبتكرة لإنتاج الأخبار ومشاركة الجمهور، لكنها تواجه أيضًا تحديات وانتقادات متعددة، وتُعد معالجة المخاوف المتعلقة بالاستدامة المالية وقيود الموارد والحواجز التقنية ومشاركة الجمهور والاعتبارات الأخلاقية أمرًا حاسمًا لنجاح هذا النموذج وتأثيره الإيجابي على المدى الطويل، بالإضافة إلى ذلك، فإن تعزيز التنوع والشمولية داخل الصحافة الريادية أمر ضروري لضمان وجود مشهد إعلامي حيوي وتمثيلي.

7.III. لمحة عن واقع الصحافة الريادية في العالم العربي وفي المملكة العربية السعودية

بدأ ظهور الصحافة الريادية في العالم العربي بشكل ملحوظ في العقد الماضي، مع ازدياد الاهتمام بريادة الأعمال والابتكار في المنطقة، ومع تصاعد النهضة التكنولوجية، غير أن ريادة الأعمال في الإعلام العربي لا تزال محدودة بسبب معوقات تواجه الصحفيين للولوج والانخراط في هذا المجال؛ مثل غياب المنصات المؤسسية والحاضنات، حيث يتطلب تطوير الصحافة الريادية فهم احتياجات الشباب وتقديم محتوى إعلامي موثوق وجذاب وقادر على المنافسة، إلى جانب ضرورة دعم واحتضان المؤسسات العالمية الكبرى للمبادرات الريادية خلاف التدريب التقليدي، كما يمكن الاستفادة من التطورات التكنولوجية لتعزيز الانتاج الإعلامي وتمكين الشباب والصحفيين من الوصول إلى العالمية (أبو حمد، 2022).

رغم هذه العوائق، ورغم التأخير النسبي لظهور وتطور الصحافة الريادية في العالم العربي، ظهرت عدة لمنصات إعلامية ريادية في مختلف ربوع العالم العربي، ارتأينا عرض أهمها في الجدول 2.

جدول 2. أهم المنصات الإعلامية الريادية في العالم العربي

البلد	أشهر المنصات
الأردن	حبر، درج ميديا، عمان نت، جو 24
تونس	نواة، انكفاضة، كانبيطاليس، Tunisie Numérique
الجزائر	TSA, Radio M, Algérie Part, الوطن
السودان	الراكوبة، دبنقا، سودان تريبيون، شباب طالك
العراق	السومرية، راديو نوى، Baghdad Diaries، موازين نيوز
الكويت	منشور، رؤية، الميادين،
لبنان	رصيف، ميغافون، رواد، جدلية.
مصر	مدى مصر El Koshary Today, Madamasr ,
المغرب	Medi1TV، هسيرييس، TelQuel, Le Desk,
المملكة العربية السعودية	محتوايز، مايكس، ثمانية، سولبيود، مايكس

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مسح على شبكة الإنترنت

من خلال المنصات الواردة في الجدول 2 والمسح الذي أجريناه، يظهر لنا أنه على الرغم من البيئات المليئة بالتحديات، فإن الصحافة الريادية في العالم العربي تبدي صموداً هائلاً ورغبة في سرد قصص هامة، وتستفيد من تنوع الأشكال الواسطية، وتستغل التكنولوجيا لتجاوز العقبات، كما أنها تركز على وجهات نظر شجاعة، و تعرض الثراء الثقافي، والتنوع اللغوي، والواقعي المعقدة لمجتمعات العرب المختلفة، ونشير إلى أن الصحافة الريادية في العالم العربي مازالت تواجه قيوداً في بعض الدول أكثر من الأخرى، حيث نجدها أقل بروزاً في بعض الدول المتطورة في شتى المجالات الأخرى مثل الإمارات العربية المتحدة وقطر، ويرجع ذلك ربما إلى قلة الاهتمام من الجهات الحاكمة وطبيعة الصحافة المقيدة في هذه الدول.

في المقابل، وفي المملكة العربية السعودية، تشهد منظومة الإعلام تحولًا مثيرًا للاهتمام، تقوده بموجة ناشئة من الصحفيين الرياديين الذي يقومون برسم مساراتهم الخاصة، مدفوعين برغبة في سرد قصص هامة وجذب الجماهير بطرق جديدة، ورغم أن وسائل الإعلام التقليدية لا تزال تحتل مكانة هامة في المملكة، هناك تحولًا واضح نحو المنصات الرقمية المستقلة عبر الإنترنت، والبودكاست، وإنشاء محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، مدفوع بعدة عوامل أبرزها:

- ارتفاع استخدام الإنترنت، حيث تمتع المملكة العربية السعودية بسكان متصلين رقميًا يتوقون إلى محتوى متنوع؛

- زيادة رغبة الجمهور في وجهات النظر المستقلة، حيث يبحث الجمهور عن الأصوات خارج وسائل الإعلام الرسمية، مع رغبة في التحليل النقدي والتقارير العميقة؛

- لتقدم التكنولوجي، حيث يتيح توفر المعدات الميسرة والمنصات سهلة الاستخدام للأفراد أن يصبحوا مبدعي محتوى وصانعي أخبار.

- من المهم أن نتذكر أن هذه مراقبات عامة، وأن منظومة الإعلام المستقل في العالم العربي في تطور مستمر. كل منصة تقدم منظورًا فريدًا وإسهامًا للغنى الحيوي للمعلومات والسرد في المنطقة.

وبطبيعة الحال، فإن هذه الموجة تواجه تحديات خاصة فرضتها ظروف مثل البيئة التنظيمية، حيث يمكن أن يكون التعامل مع وابط وتراخيص وسائل الإعلام أمرًا معقدًا، وكذا تحديات التسويق التي تتطلب بناء مصادر دخل مستدامة من خلال الإعلانات أو الاشتراكات أو الرعاية، وهو ما يمكن أن يكون أمرًا صعبًا، إضافة إلى الوصول المحدود إلى التمويل والتدريب والدعم التقني، والذي يمكن أن يعيق النمو، وعلى الرغم من هذه التحديات، فإن الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية تزدهر من خلال عدة منصات مستقلة تقدم تقارير مفصلة حول الأعمال والتكنولوجيا والتوجهات الثقافية ومختلف المواضيع التي تهم الفرد والمجتمع، وبودكاستات تحقيقية ونقدية تسلط الضوء على القضايا الاجتماعية وقضايا حقوق الإنسان، ومجتمعات وسائل التواصل الاجتماعي المزدهرة التي تقوم ببناء جماهير نشطة حول مواضيع متخصصة وسرد القصص الشخصية، ويمكن القول بأن المملكة تعد من الدول العربية الرائدة في هذا المجال.

IV. أدوات الدراسة

نعرض في هذا الجزء الأدوات التي اعتمدنا عليها في معالجة إشكالية الدراسة.

1.IV. أدوات جمع البيانات وتحليلها

تعتمد في هذه الدراسة على أداة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وهي أداة بحث استنادية تقوم بتوجيه أسئلة محددة للمشاركين بهدف فهم وجهات نظرهم وتحليل استجاباتهم، ولأننا نهدف إلى المزج بين المدخلين الكمي والكيفي في بحثنا، تم اختيار استخدام الاستبانة كوسيلة رئيسية للجمع البياني بناءً على فعاليتها في جمع الآراء والبيانات الكمية والنوعية، فقمنا بتصميم استبانة إلكترونية ورُعت خلال الفترة من يناير ٢٠٢٣ حتى مايو ٢٠٢٣ على عينة عشوائية تتجاوز 300 من طلبة المرحلة الجامعية في جامعة الملك خالد بأبها في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية، من تخصصات مختلفة، عبر البريد الإلكتروني ومجموعات الواتساب، وأسترجع منها 276 استبانة صالحة للتحليل.

تضمنت الاستبانة مزيجاً من الأسئلة المغلقة ذات الخيارات المحددة والأسئلة المفتوحة، وتم تحليل البيانات الكمية باستخدام برنامج SPSS الإحصائي، في حين أُخضعت البيانات النوعية للتحليل الموضوعي (Thematic Analysis) يدوياً، وهو أسلوب استقصائي يسمح للباحث بفحص الأنماط والمواضيع المستمدة من الردود المفتوحة، مكملين بذلك للتحليل الكمي، وتوفير رؤية شاملة ومتوازنة للدراسة، من خلال تحديد الموضوعات الرئيسية داخل مجموعة من البيانات النوعية وتصنيفها، وذلك لفهم الظاهرة موضع الدراسة بشكل أعمق، واستخدامنا في عرض النتائج جداول التفريغ متبعةً بالتحليل النوعي بالنسبة للأسئلة المرفقة بأسئلة تابعة مفتوحة.

2.IV. تقديم شركة ثمانية محل الدراسة

اخترنا في تصميمنا لأداة الدراسة منصة ثمانية كعينة للشركات المختصة في الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية، حيث كانت كل أسئلة الاستبانة تتمحور حولها كعينة، وشركة ثمانية هي منصة إعلامية رائدة متخصصة في إنتاج الأفلام الوثائقية والبرامج الصوتية (بودكاست) ذات الطابع السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي وغيرها من المواد الإعلامية الرقمية، تأسست عام 2016، وسرعان ما أصبحت منصة رائدة في مجالها، وواحدة من أكبر منتجي الأفلام الوثائقية في السعودية، وتتميز ثمانية بمحتوى إعلامي عالي الجودة يلبي احتياجات الجمهور العربي (ثمانية، 2023)، ومن أهم ما تقدمه:

- الأفلام وثائقية: إذ تنتج ثمانية مجموعة متنوعة من الأفلام الوثائقية التي تتناول مواضيع مهمة في العالم العربي، مثل قضايا حقوق الإنسان، والسياسة، والثقافة، والاقتصاد؛

- البودكاست: تقدم ثمانية مجموعة من البرامج الصوتية (بودكاست) التي تناقش مواضيع مختلفة مثل التاريخ، والعلوم، والتكنولوجيا، والفنون؛

- محتوى رقمي: تنتج ثمانية محتوى رقمي متنوع مثل المقالات، والصور، والفيديوهات، وتشاركه عبر منصات الرقمية مثل موقعها الإلكتروني، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتسعى ثمانية إلى تحقيق أهداف إعلامية واجتماعية مهمة، من بينها نشر المعرفة والثقافة في العالم العربي من خلال محتواها الإعلامي المتنوع، ودعم حرية التعبير إذ تسعى إلى توفير منصة لعرض مختلف الآراء والأفكار، وإلهام التغيير الإيجابي في العالم العربي من خلال محتواها الإعلامي الذي يناقش قضايا مهمة وي طرح حلولاً بناءة.

ويعود سبب اختيار ثمانية في هذه الدراسة إلى كونها إحدى أشهر وسائل الإعلام الرقمية المستقلة في المملكة وفي العالم العربي ككل وأنجحها، فهي متصلة لحد تحرير هذه الدراسة على 6 جوائز إقليمية ومحلية، وتطلق شهرياً ما يزيد عن 30 حلقة جديدة، وتشمل مكتبتها الواسعة ما يزيد عن 18 برنامجاً إذاعياً، و180 فلمًا وثائقياً، كما أنها تحصد متابعات كبيرة تجاوزت الـ 2.8 مليون متابع، و56 مليون مشاهدة على الأفلام، و126 مليون استماع، و1 مليون تحميل أسبوعياً (ثمانية، 2023)، وهي أرقام تعكس المكانة العامة التي تشغلها ثمانية في الساحة الإعلامية السعودية والعربية ككل، ونشير في الأخير إلى أننا خصصنا السؤالين الأخيرين من الاستبانة لبودكاست "فنجان" الذي يعد أحد أنجح برامج ثمانية، من أجل الحصول على نتائج أكثر خصوصية.

V. نتائج الدراسة

نستعرض في هذا الجزء من الدراسة الخصائص الديمغرافية للمشاركين في الدراسة قبل أن نعرض ما توصلنا إليه من خلال تحليل البيانات الكمية والكيفية.

1.V. الخصائص الديمغرافية للمشاركين في الدراسة

يتضمن هذا الجزء من النتائج النظر في جنس المؤثرين محل الدراسة، وعدد متابعيهم، وعدد الإعجابات بمحتواهم، ومدينة إقامتهم، والمهن التي يحترفونها، وأخيراً المواضيع العامة لحساباتهم.

1.1.V. المرحلة العمرية

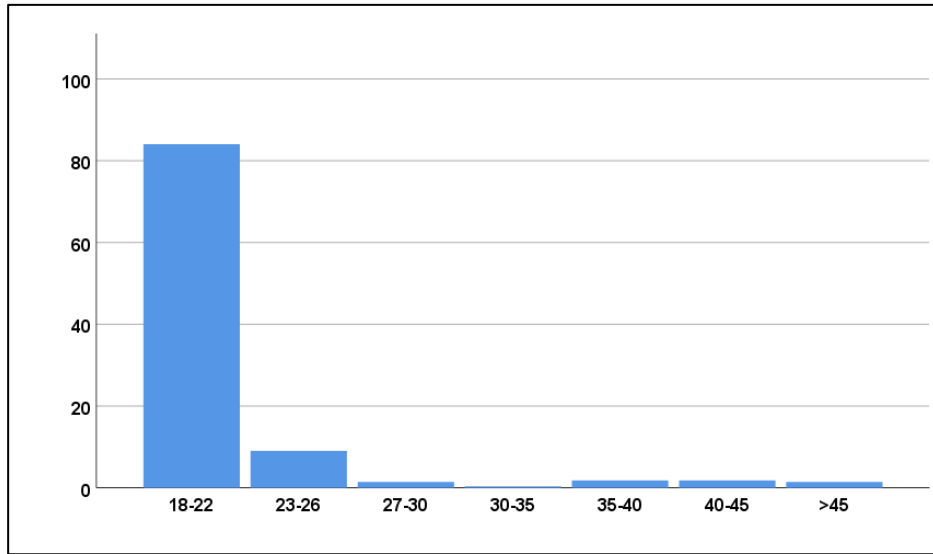
بما أننا استخدمنا أسلوب العينة العشوائية، فإننا لم نحدد مسبقاً الشريحة العمرية المقصودة من الدراسة، وذلك رغم رغبتنا في استقصاء آراء الأفراد الأصغر سناً (الشباب) من الطلبة لكون الصحافة الريادية تستقطب عادةً هذه الفئة العمرية أكثر من غيرها، وعند تحليلنا للبيانات، تبين لنا أن الفئات العمرية لعينة الدراسة كانت كما هو موضح في الجدول 3.

جدول 3. توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات (السنة)
84.1%	232	22-18
9.1%	25	26-23
1.4%	4	30-27
0.4%	1	35-30
1.8%	5	40-35
1.8%	5	45-40
1.4%	4	أكبر من 45
100%	276	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول 3 أن الفئة العمرية 22-18 هي الفئة الأكثر تمثيلاً في العينة بنسبة 84.1% تليها فئة 26-23 سنة بنسبة 9.1%، حيث تشكل هذه الفئتان معاً ما يتجاوز 93% من العينة، بينما تمثل الفئات العمرية الأخرى نسباً ضئيلة نسبياً، وهو أمر ملائم لدراستنا الحالية التي تستهدف بالدرجة الأولى الأفراد الأصغر سناً، ويمكن تمثيل النسب الواردة في الجدول 3 من خلال الشكل 1.

شكل 1. النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية



2.1.V. الجنس

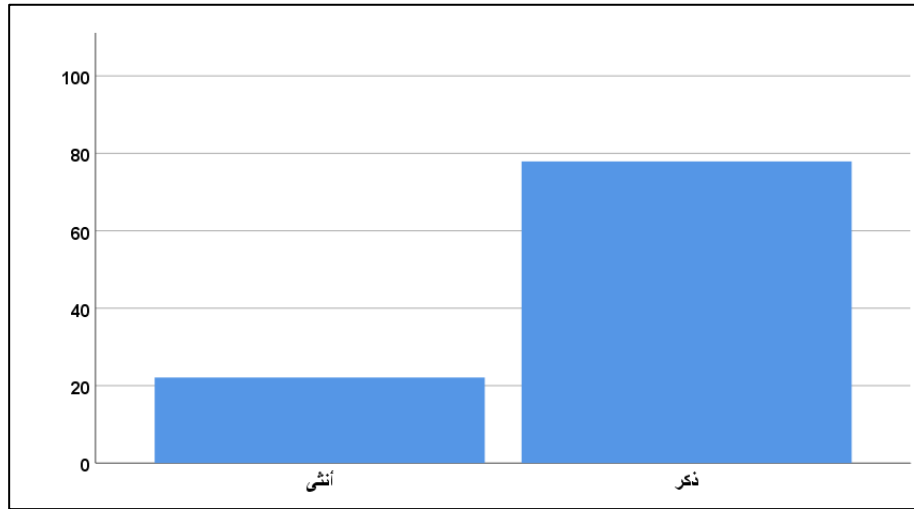
كان توزيع الأفراد المشاركين في الدراسة حسب جنسهم كما هو موضح في الجدول 4.

جدول 4. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
22.1%	61	أنثى
77.9%	215	ذكر
100	276	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 4 أن عنصر الذكور يسيطر على عينة الدراسة بشكل كبير وبنسبة هامة تقدر بـ 77.9%، بينما يقتصر عدد الإناث المشاركات في الدراسة على ما نسبته 22.1%، وذلك رغم عدم توجيهنا للاستبيان لجنس واحد دون الآخر، وربما يرجع ذلك للظروف الذاتية للبحث المتمثلة في كون الباحث من جنس ذكر، ما يجعل بعض السيدات مترددات في الاستجابة للرسائل أو طلبات المشاركة إلكترونياً أو في المجموعات، بينما لا يجد الذكور حرجاً في ذلك، وهو تفسير ممكن في بيئة محافظة مثل بيئة المملكة، غير أن هذا التباين في التوزيع لا يؤثر على نتائج الدراسة بأي شكل، ويمكن تمثيل هذه النسب بيانياً من خلال الشكل 2.

شكل 2. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



3.1.V. توزيع المشاركين في الدراسة حسب التخصص الجامعي

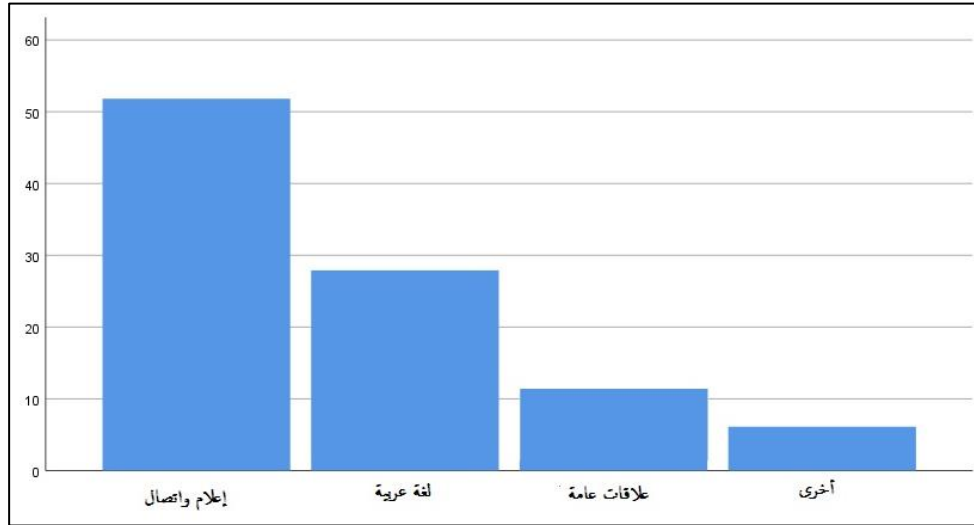
قبل البدء في التحليل، وللتعرف أكثر على ظروف الدراسة، كان لا بد من عرض توزيع عينة الدراسة حسب التخصص الجامعي، وهو ما يوضحه الجدول 5.

جدول 5. توزيع عينة الدراسة حسب التخصص الجامعي

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
53.3%	147	إعلام واتصال
27.9%	77	لغة عربية
11.2%	31	علاقات عامة
7.6%	21	أخرى (جراحة، إنجليزي، علوم حاسب، ترجمة، إدارة أعمال، دراسات إسلامية)
100%	276	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 5 أن أكثر من نصف عينة الدراسة (ما نسبته 53.3%) هم من طلبة الإعلام والاتصال، وهو أمر ملائم جدًا لدراستنا الحالية، حيث يساعد كثيرًا في فهمهم لأبعاد الاستبانة وفي نظرتهم لثمانية وللصحافة الريادية ككل، كما نلاحظ أن هناك نسب أخرى مكتملة لهذه النسبة لتخصصات دراسية ذات علاقة مباشرة مع الإعلام والاتصال مثل العلاقات العامة، في حين كان لطلبة اللغة العربية ما نصيبه 27.9% من عينة الدراسة، وطلبة تخصصات أخرى متنوعة نسبة 7.6%، ويمكن تمثيل هذه النسب بيانيًا من خلال الشكل 3.

شكل 3. توزيع عينة الدراسة حسب التخصص الجامعي



4.1.V المرحلة الدراسية

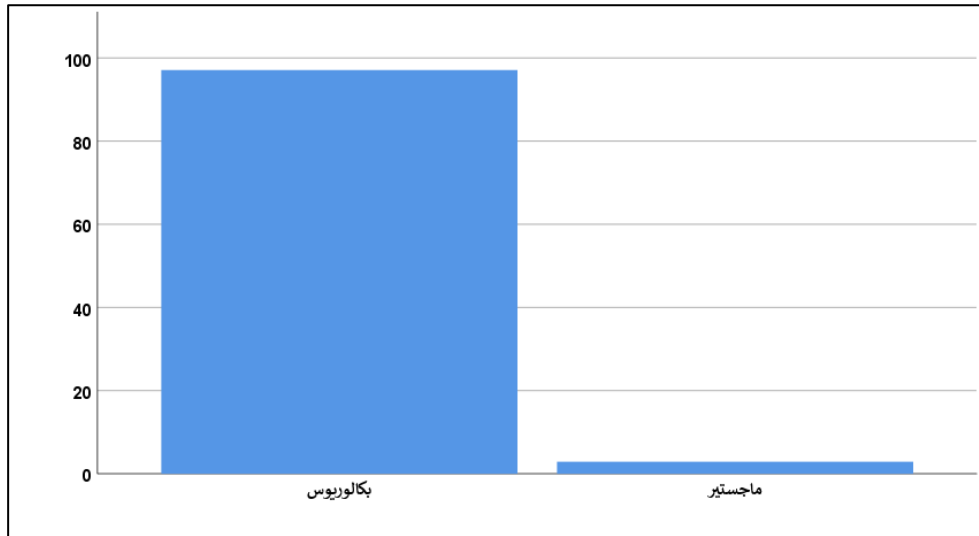
من أجل التعريف أكثر بعينة الدراسة، نعرض في الجدول 6 توزيع المشاركين حسب المرحلة الدراسية.

جدول 6. توزيع عينة الدراسة حسب المرحلة الدراسية

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى الدراسي
97.1%	268	بكالوريوس
2.9%	8	ماجستير
100%	276	المجموع

يوضح لنا الجدول 6 أن غالبية المشاركين في الدراسة هم من طلبة البكالوريوس بنسبة 97.1% وهو أمر منطقي إذا نظرنا إلى فئاتهم العمرية الموضحة سابقاً في الجدول 3، بينما لا تتجاوز نسبة الطلبة في مرحلة الماجستير 2.9%، ويمكن تمثيل هذا التوزيع من خلال الجدول 4.

شكل 4. توزيع عينة الدراسة حسب المرحلة الدراسية



2.V. التحليل الكمي والنوعي لنتائج الدراسة

بعد عرض خصائص عينة الدراسة، ننتقل إلى عرض نتائج التحليل الكمي والنوعي للبيانات.

1.2.V. رأي المشاركين بالمحتوى الذي تقدمه ثمانية

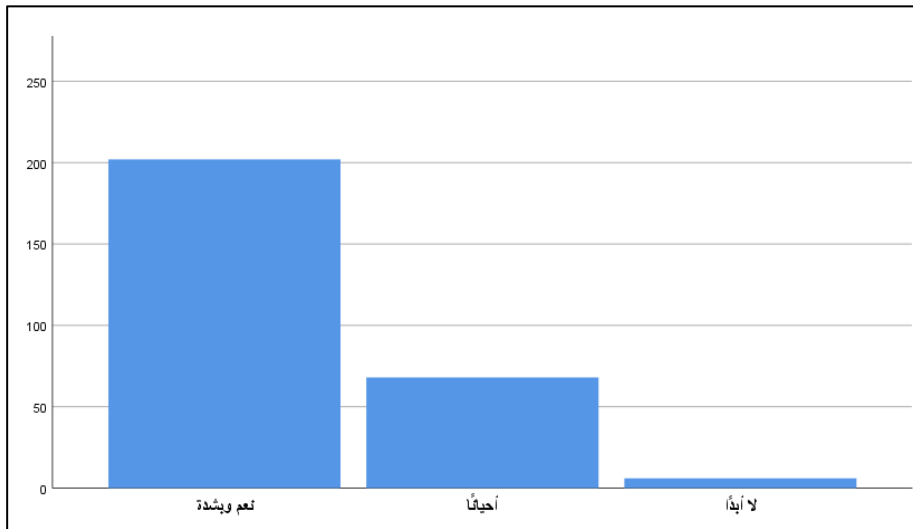
من أجل تحديد رأي المشاركين بمحتوى ثمانية، طرحنا على المشاركين السؤال التالي: هل يعجبك المحتوى الذي تقدمه ثمانية؟ مع منحهم الخيارات؛ نعم وبشدة، أحياناً، ولا أبداً، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول 7.

جدول 7. مدى إعجاب المشاركين بمحتوى ثمانية

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم وبشدة	202	73.2%
أحياناً	68	24.6%
لا أبداً	6	2.2%
المجموع	276	100%

يتضح من خلال جدول 6 أن الغالبية العظمى من المشاركين (202 مشاركاً بنسبة 73.2%) أعربوا عن إعجابهم بشدة بالمحتوى الذي تقدمه ثمانية، في حين أن 68 مشاركاً بنسبة 24.6% أفادوا بأنهم يعجبون أحياناً فقط بالمحتوى، و جاء عدد المشاركين الذين لا يعجبون أبداً بمحتوى ثمانية منخفضاً للغاية، إذ بلغ 6 مشاركين فقط بنسبة 2.2%، وتشير هذه النتائج بشكل عام إلى رضا المشاركين وتقديرهم الكبير للمحتوى الذي تقدمه منصة ثمانية. يوضح الشكل 5 هذه النسب في شكل بياني.

شكل 5. مدى إعجاب المشاركين بمحتوى ثمانية



تبعاً لهذه النتائج، أردنا أن نعرف سبب رأي المشاركين في الدراسة في محتوى ثمانية، حيث طرحنا عليهم مباشرةً بعد سؤال هل يعجبك المحتوى الذي تقدمه ثمانية؟ سؤال لماذا، وتركنا السؤال مفتوحاً دون اقتراحات حتى نتأكد من تحصيل إجابات نوعية، وبناءً على الآراء المقدمة، يمكن استخلاص المحاور التالية للتحليل المحوري:

1- تنوع المواضيع والبرامج: بالنسبة للمشاركين في الدراسة الذين أخذوا موقفاً إيجابياً من محتوى ثمانية، وهم الأغلبية، أشار العديد منهم إلى أن السبب وراء ذلك يعود لتنوع محتواها

بين البودكاست والأفلام الوثائقية والمقالات والبرامج الحوارية، مما يجعلها جاذبة لفئات مختلفة من المشاهدين، ومن بين الاقتباسات الواردة في هذا الإطار نذكر:

"ممتع ومليء بالمواضيع المختلفة من كافة المجالات..."

"من النادر ان تجد منصة إعلامية في هذا الوقت تقوم بالاهتمام بكافة أو أغلب أطياف المجتمع، التنوع في الضيوف وفي اهتماماتهم ومجالاتهم، من النادر أن تجد منصة إعلامية تقدم هذا المحتوى".

"يعجبني تنوع البرامج لديهم وأنه يفيد كافة شرائح المجتمع وتقديمهم أمثلة لنجاح أفراد من المجتمع وحوارات مع شخصيات بارزة".

"بسبب التنوع، فمثلاً بودكاست الفجر هو اخبار يومية يشرح لك عن أهم الأخبار في 10 دقائق، وبودكاست فنان يتحدث عن أمور المجتمع والثقافة، وسقراط ينقل ما يجول في اذهان المجتمع بسبب التحول الضخم الحاصل في السعودية والواجبات عليها من خلال استضافة بعض القادة، وسوالف بزرس الذي يتمحور حول البزنس وريادة الأعمال والتحدث عن تجارب مختلفة، وغيرها فهي تضم 14 بودكاست مرئية أو مسموعة".

2-المواضيع الهادفة والمفيدة:حسب المشاركين في الدراسة ذوي النظرة الإيجابية لمحتوى ثمانية، فإن ذلك يعود أيضاً إلى كون القناة تركز على مواضيع هادفة ومفيدة تخدم المجتمع وتنمية الفرد، مثل الصحة والعلاقات والتطوير الذاتي، ومن بين الاقتباسات التي يمكن الإشارة إليها في هذا السياق نذكر:

"لأنها تعتمد على قيم معينة في أهدافها واختياراتها، ومن هذه القيم الشفافية، والإحسان، والحرية والاستقلالية، وعدم التمييز، وتحفيز التنوع، والتأثير والاهتمام بالبيئة؛ كل هذي قيم تقوم عليها إذاعة ثمانية وهي أحد اسباب اعجابي في محتواها".

"القصص التي تزيد توعية الشخص وطرح المعلومات التي تفيد المجتمع والعناوين التشويقية للمتابع".

"إنه يتكلم عن واقع الحياة الذي نعيشها وبأدق التفاصيل والمواضيع جيدة".

"لأن المواضيع التي يتم طرحها مفيدة وهادفة وأيضاً نوعية الضيوف جيدة جداً لأنهم اشخاص ذو قيمة في المجتمع".

"لأنه يحمل الثقافة والمعلومات المركزة في شتى جوانب الحياة والتخصص والفنون التي لا ينبغي للمثقف في الزمن الحاضر الاستغناء عنه".

3- جودة الإنتاج والتقديم: تتميز ثمانية حسب المشاركين في الدراسة بجودة إنتاج عالية وأسلوب تقديم مشوق، ومن بين الاقتباسات التي تدعم هذا الطرح نذكر:

"محتوى ذو قيمة وجوده عالية ومحاور قوية من حيث التصوير والأفكار وكتابه المحتوى والتنوع".

"أراها كنزًا في عصرنا الحالي، لأنهم تفوقوا بوجهة نظري على الأعمال التلفزيونية بالتنوع بالمحتوى والجودة".

"يوجد عدة إيجابيات متنوعة، بدايةً هي التميز في المحتوى، والأفكار، وربط مواضيع اللقاء بتسلسل يجعل المشاهد يتشوق لمعرفة الأجوبة، والتفاعل مع الحوار، وهذا يعتبر قيمة ثمينة جدًا، أيضًا هذا دليل لتفوق إدارة إذاعة "ثمانية" في وضع التخطيط الصحيح والسليم لإخراج محتوى مفيد للمشاهدين".

"صنعوا موجة جديدة في المحتوى الرقمي وطرحوا مواضيع تخاطب الشعب العربي ومؤثرين وأبطال خدموا الوطن فكان لهم البصمة في خلق محتوى جذاب يستهدف جميع الأعمار".

"... بالإضافة الى جودة المحتوى من ناحية تقنية؛ مثل جودة المحتوى المرئي والمسموع، واختيارهم لمقدمين البرامج مثل المقدم عبدالرحمن أبو صالح، وتنوع المواضيع المطروحة".

4- استضافة شخصيات مؤثرة: من بين الإجابات التي قدمها المشاركون في الدراسة حول سبب النظرة الإيجابية التي يحملونها عن ثمانية هو أنها تستضيف شخصيات بارزة وذات تأثير في مجالات مختلفة، ومن بين الإجابات الواردة في هذا الإطار نذكر:

"المحتوى اختلق فكرة جيدة، فضلاً عن الضيوف الذين يستضيفهم البرنامج فكلما سمعت حلقة عشوائيًا ذهلت من الضيف وقمت ابحت وقرأ عنه".

"لأنه يستضيف أناس لهم بالحياة خبرات وأناس فاهمين".

"لاستضافتهم شخصيات ذات وزن اجتماعي كبير، وتقديم محتوى اجتماعي هادف في شتى المجالات".

"لاستضافتهم لأشخاص لهم مكانة في المجتمع وأصحاب معلومات وفوائد تفيد المجتمع عامة".

"يقومون باستضافة شخصيات جميلة ومؤثرة في جميع المجالات ومناسبة لأغلب الفئات العمرية".

5- التناسق مع قيم وهوية المجتمع السعودي: لاحظنا من خلال إجابات المشاركين في الدراسة أن العديد منهم أتى على ذكر أن اهتمامه بثمانيه ومحتواها وإعجابه بها يعود لكونها سعودية وتهتم وتواكب التطورات والتحديات التي يمر بها المجتمع السعودي، كما تعكس هويته، ومن أمثلة هذه الإجابات نذكر:

"محتوى هادف ومشوق، شفافية وإعلام جديد، والأكثر أهمية الكادر الإعلامي السعودي، إعلام لا يبني على سواعد أبناء الوطن هو إعلام مخطوف وممسوخ لا يمثل الوطن، ولا يسمن ولا يغني من جوع".

"عهد جديد في الإعلام السعودي وتفرد في الصناعة السعودية".

"لأنها شركة سعودية ومختصره للمواضيع ومتعددة البرامج التي تظهر الثقافة السعودية".

"لأنه محتوى بحث على تغيير ثقافة الصحافة العربية بطريقة ممتعة جدا ومتنوعة للإحاطة بكل ما يخص المجتمع العربي والسعودي".

"لأنها غالباً غيرت الثقافة السعودية وعززت في ازدهار المجتمع".

6- الآراء السلبية حول ثمانية: بالنسبة للمشاركين الذين أجابوا بلا أبدأ عندما سألناهم هل يعجبهم محتوى ثمانية، والذين لا يتجاوز عددهم 6 مشاركين، أردنا في هذه المرحلة تحليل إجاباتهم حول سبب عدم إعجابهم بها، غير أن إجاباتهم أخذت طابعاً شخصياً مثل: "ليس لدي وقت"، "لا أعرفها"، مع الإشارة إلى أمور مثل تكرار المواضيع وكونها مملة، أو انتقادات لمقدمي البرامج، ويتجسد ذلك في الاقتباسات التالية:

"لأنها تكون بعض الاحيان مملة".

"لأن بعض الأمور قد تكون متكررة"

"لأن المحتوى الذي يقدمه البرنامج ممل نوعاً ما".

"بعض الاحيان يفتقد المذيعين المهنية ويتحدثون أكثر من الضيف".

2.2.V. تغيير ثمانية لمفهوم الصحافة السعودية للأفضل

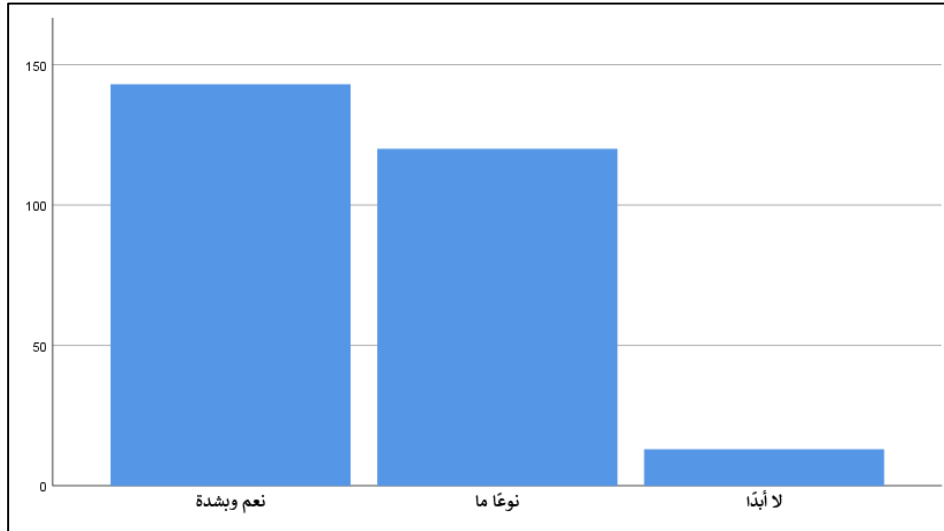
من أجل تحديد مدى تغيير ثمانية لمفهوم الصحافة السعودية للأفضل من وجهة نظر المشاركين في الدراسة، طرحنا عليهم السؤال التالي: هل غيرت ثمانية مفهوم الصحافة السعودية للأفضل من وجهة نظرك؟ مع منحهم الخيارات؛ نعم وبشدة، نوعًا ما، ولا أبدًا، وكانت النتائج كما يلي:

جدول 8. مدى تغيير ثمانية لمفهوم الصحافة السعودية

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم وبشدة	143	51.8%
نوعًا ما	120	43.5%
لا أبدًا	13	4.7%
المجموع	276	100%

يُظهر الجدول رقم 8 أن 143 مشاركًا بنسبة 51.8% أجابوا بأن ثمانية غيرت مفهوم الصحافة السعودية للأفضل بشكل كبير، بينما أعرب 120 مشاركًا بنسبة 43.5% عن أن ثمانية غيرت المفهوم نوعًا ما، أما باقي المشاركين وعددهم 13 بنسبة 4.7% فقط فأشاروا إلى عدم وجود أي تغيير، ويمكن أن نقول بناءً على هذه النتائج أن الغالبية العظمى من وجهات النظر تميل لصالح فكرة أن منصة ثمانية غيرت مفهوم الصحافة السعودية للأفضل سواءً بشكل كبير أو جزئي، ولتوضيح هذه النتائج أكثر، نعرض الشكل 6.

شكل 6. مدى تغيير ثمانية لمفهوم الصحافة السعودية للأفضل



تبعًا لهذه النتائج، أردنا أن نعرف سبب رأي المشاركين في الدراسة في مدى تغيير ثمانية للصحافة السعودية، حيث طرحنا عليهم مباشرةً بعد سؤال هل غيرت ثمانية مفهوم الصحافة السعودية للأفضل من وجهة نظرك؟ سؤال لماذا، وتركنا السؤال مفتوحًا دون اقتراحات حتى نتمكن من تحصيل إجابات نوعية، وبناءً على الآراء المقدمة، يمكن استخلاص أن أغلب المشاركين يرون أن قناة ثمانية غيرت مفهوم الصحافة السعودية للأفضل، حيث تمثلت التغييرات الإيجابية في تنوع المحتوى، وارتقاء مهارات الصحفيين، وتعزيز المهنية، ونشر الوعي، وتشجيع الحوار، ودعم التغيير، وتعد قناة ثمانية حسبهم نموذجًا ناجحًا للصحافة الحديثة التي تلبي احتياجات المجتمع وتواكب التطورات، وقد كانت الموضوعات التي استخلصناها في نتائج التحليل المحوري كما يلي:

1- التأثير الإيجابي على المحتوى: يعد التأثير الإيجابي على المحتوى أحد الأبعاد الرئيسية لتغيير ثمانية لمفهوم الصحافة السعودية للأفضل حسب المشاركين في الدراسة، ويشمل ذلك تنوع المحتوى من خلال طرح مواضيع جديدة، وتغطية مجالات متنوعة، وربط الأحداث بالواقع، ومواكبة التطورات، إضافةً إلى جودة المحتوى الذي يقدم معلومات غنية، وتحليلًا عميقًا، وأفكار جديدة، ولغة واضحة، وكذا أسلوب المحتوى التفاعلي الجذاب، سهل الفهم والمُثير للاهتمام، ومن بين المشاركات الواردة في هذا الموضوع نذكر:

"تم التركيز في البرنامج على المواضيع التي لم يسبق للصحافة التركيز عليها، واستضافة الشخصيات ذات الفكر والعلم أو الموهبة والتجارب أو حتى الشخصيات ذات المهن البسيطة المهمشة من قبل الصحافة، ومن أهم نجاحات ثمانية في تغيير مفهوم الصحافة السعودية تقديم المعلومة في قالب بسيط بأسلوب ممتع وإخراج فني عالي سواء على مستوى البرامج الإذاعية أو المرئية".

"هذا المحتوى الجاد المليء بالمعرفة لا يأتي سهلاً. إنها عملية صعبة معقدة. عندما تصنع فلمًا وثائقيًا مدته 20 دقيقة، فإننا نفكر كيف نصنع محتوىً جادًا ممتعًا ينافس المدّة التي تشاهد فيها حلقة من مسلسل "الأصدقاء". المتعة والإبداع والسرور القصصي عناصر تفتقدتها الصحافة العربية".

"بالطبع! مفهوم الصحافة قديماً جريدة وعدة أخبار، ولكن ثمانية أشعلت الصحافة الرقمية الحقيقية من جميع الجوانب، ولا زالت تتطور، وفي آخر فتره كان لها ظهور فعال في تيك توك واستخدمته بطريقة ذكية وبتصوير وإنتاج وكتابة محتوى تفوق الخيال".

"شكلت العقود الماضية صورته باهتة مظلمة لدى المواطن العربي عن مفهوم الصحافة، وفي ثمانية عرفوا أن الصحافة تساهم في بناء الأوطان وتزويد من معرفة الانسان، فأصبحوا يحرصون جدا على صنع وثائقيات تحمل محتوى جادًا وممتعًا والتحقق من المعلومات ومصادرها وعناصر أخرى تفتقدها الصحافة العربية، والآن أصبحت ثمانية تنتج أهم الأفلام الوثائقية في الوطن العربي".

2- التأثير الإيجابي على المهنة: يرى المشاركون في الدراسة أن ثمانية غيرت مفهوم الصحافة في السعودية إلى الأفضل من خلال التأثير الإيجابي على المهنة والذي يشمل الارتقاء بمهارات الصحفيين بطرح أسئلة ذكية، وتحليل المعلومات، والكتابة الإبداعية، وتعزيز المهنية من خلال مفاهيم الحيادية، والموضوعية، والمصداقية، والدقة، وفتح آفاق جديدة باستخدام تقنيات حديثة، والإبداع في التقديم، والتفاعل مع الجمهور، ومن بين الإجابات الداخلة في هذا السياق نذكر:

"صار فيه نوع من الحرية واحترام الآراء".

"نعم من ناحية المحتوى ورفع سقف الحرية في بعض المواضيع".

"نوع الشفافية عالية نوعًا ما بشكل ملحوظ عن الباقي".

"ابتعدت عن المفهوم التقليدي والرسمية المبالغة والأسلوب الخطي أو الكتابي إلى حوار مرئي ممتع وشيق يمكن سماعه في السيارات أو عند الرياضة وغيرها".

"أبرزت قوة الشباب السعودي وابداعهم في المجال الإعلامي".

"كوننا مواكبين للتطور الحاصل في السعودية ومع رؤية المملكة 2030 ومن متطلباتها أن تصنع جيلاً طموحاً وحالماً في أي مجال حتى الصحافة، وأن تتحول الصحافة العربية من محلية وإقليمية إلى مخاطبة عالمية وتوصل إلى مختلف اللغات والثقافات بالحديث عنها في شركة ثمانية للمحتوى الإعلامي وهذا ما تفعله أو تود فعله وأن تضع لها بصمة في عالم الصحافة بالسعودية".

3- التأثير الإيجابي على المجتمع: من وجهة نظر المشاركين في الدراسة، فإن ثمانية غيرت الصحافة السعودية للأفضل من خلال التأثير الإيجابي على المجتمع والذي يشمل نشر الوعي بما في ذلك توعية الجمهور بقضايا مهمة، وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتحفيز التفكير النقدي، إضافة إلى تعزيز الحوار وإثارة النقاش حول مواضيع اجتماعية وثقافية وسياسية، وتبادل الأفكار، وكذا دعم التغيير وتحفيز الشباب على الإبداع والابتكار، والمساهمة في تنمية المجتمع، ومن بين المشاركات الواردة في هذا المحور نذكر:

"الطرح الأسئلة التي لا تتجاوز الخطوط الحمراء للضيف والأسئلة والأجوبة التي يريدها المتابع نوعاً ما يحصل عليها".

"بالنسبة لي نعم، ومن أهم الأسباب تثقيف الناس بالمعلومات، وأيضا لفهم الناس كثيرا لعلاقتهم وأيضا لصحتهم النفسية".

"بعد وقت طويل من أزمة اختفاء دور الصحافة الفعلي، قامت ثمانية بخلق مفهوم جديد للصحافة يجعل الناس يضمونها لنهج حياتهم كاحتياج داخلي".

"بمحاولة استهداف تطوير المجتمع في الأشياء المخفية وتطوير الأشياء المهمة داخل المجتمع".

"لأنها نقلت العديد من ثقافتنا ومجتمعنا، وتحدثت أيضاً عن مواضيع عديدة مثل الرياضة والصحة النفسية والجسدية، والظواهر والأسئلة التي تجول في اذهان المجتمع، وأيضاً نقلت إلينا العديد من التجارب".

"تحاول ترفع مستوى التنقيف في المجتمع وتوعية الناس في الأشياء الصعبة في التعليم".

4- الآراء المخالفة لفكرة تغيير ثمانية للصحافة السعودية للأفضل: بالنسبة للمشاركين الذين أجابوا بلا أبدأ عندما سألناهم هل غيرت ثمانية مفهوم الصحافة السعودية للأفضل من وجهة نظرك؟ والذين بلغ عددهم 13 مشاركاً، أردنا تحليل إجاباتهم حول سبب معارضتهم للفكرة، ووجدنا أن حججهم تتمحور حول انتقادات ذاتية نوعاً ما للقناة، فأجاب البعض بأنهم لا يتابعونه لذلك لفهم لا يعتقدون أن تأثيرها بهذا الحجم، فيما ذهب البعض الآخر إلى التقليل من حجم تأثيرها مقارنة بوسائل الصحافة التقليدية وبأنها حديثة العهد، ومن أمثلة هذه الردود نعرض ما يلي:

"لأن الصحافة السعودية بالنسبة لي واضحة ومفهومة ومشتهرة على جميع وسائل التواصل الاجتماعي، هذا الآن، والماضي على التلفاز وأيضاً على الجرائد، فلا أحتاج إلى ثمانية من ناحية الصحافة".

"لأن هناك أشخاص بنفس الفكرة قد يؤثرون أكثر من ثمانية".

"لأن تم تأسيسها قريباً"

3.2.V. مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته

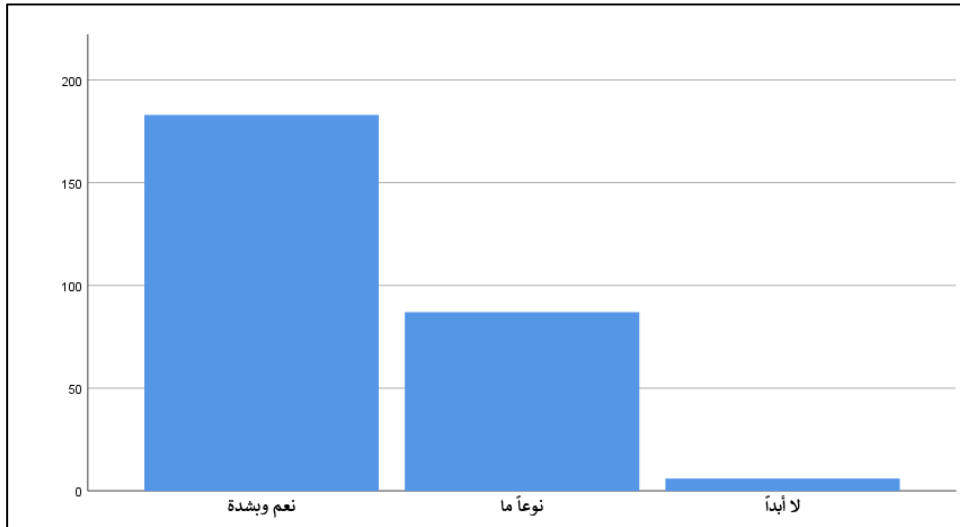
من أجل تحديد مدى مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي من وجهة نظر المشاركين في الدراسة، طرحنا عليهم السؤال التالي: هل تشعر أن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته؟ مع منحهم الخيارات؛ نعم وبشدة، نوعاً ما، ولا أبدأ، وكانت النتائج كما يلي:

جدول 9. مدى مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم وبشدة	183	66.3%
نوعاً ما	87	31.5%
لا أبداً	6	2.2%
المجموع	276	100%

يتبين لنا من خلال الجدول 9 أن 183 مشاركاً بنسبة 66.3% أجابوا بأن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته بشكل كبير، في حين أشار 87 مشاركاً بنسبة 31.5% إلى أنها تخاطبهم نوعاً ما، وأفاد 6 مشاركين فقط بنسبة 2.2% بعدم وجود أي مخاطبة، وبناءً على ذلك، تظهر النتائج توجهاً إيجابياً بشكل عام نحو مخاطبة محتوى ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته وقيمه بدرجات متفاوتة، ويوضح الشكل 7 توزيع هذه النسب بيانياً.

شكل 7. مدى مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته



تبعاً لهذه النتائج، أردنا أن نعرف سبب رأي المشاركين في الدراسة في مدى مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته، حيث طرحنا عليهم مباشرة بعد سؤال هل تشعر أن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته؟ سؤال لماذا، وتركنا السؤال مفتوحاً دون اقتراحات حتى نتمكن من تحصيل إجابات نوعية، وكانت الموضوعات التي استخلصناها في نتائج التحليل المحوري كما يلي:

1. اختيار المواضيع والقضايا المتعلقة بالمجتمع السعودي: تكرر في إجابات المشاركين بالدراسة المتعلقة بسبب اعتقادهم أن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته فكرة تركيز

ثمانية على مناقشة المواضيع والقضايا ذات الصلة المباشرة بالمجتمع والثقافة السعودية، ومن بين الاقتباسات الواردة في هذا السياق نذكر:

"لأن كل موضوعاته عن المملكة وعن مجتمعا وعادتها وتقاليدها (ويناقش أهم القضايا التي تحدث في الشارع السعودي)"

"نجد أن البرامج التي تقدمها ثمانية تخاطب أغلب أطراف المجتمع وتقدم محتوى مثير وشيق من خلال نوعية اختيار الضيوف وأيضا من خلال نوعية الأسئلة المثيرة للاهتمام، وكونها لا تتركز على مجال واحد هذا يجعلها قادرة على مخاطبة أكبر شريحة من المجتمع السعودي".

"لأنها تخرج من عمق البيئة السعودية وتناقش قضايا تلامس قلوبهم".

"لأنه فاهم في مجتمعنا ويفهم احتياجاتنا وثقافتنا".

2. استضافة شخصيات وضيوف سعوديين مؤثرين: تعد استضافة شخصيات وضيوف سعوديين مؤثرين إحدى الأسباب التي تكررت في إجابات المشاركين في الدراسة حول مخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته، ومن بين الإجابات الواردة في هذا الموضوع نذكر:

" قناة ثمانية اهتمت كثيرا باستضافة أخصائيين ومستشارين وذوي مناصب عليا سعوديين واهتمت كثيرا لوجهة نظرهم في قضايا عدة".

"... خاصة برنامج بود كاست سقراط الذي يستضيف أهم شخصيات سواء في الدولة أو في القطاع الخاص الذين ساهموا في انطلاق التطور السعودي الضخم الذي أذهل العالم".

"تخاطب المجتمع بأهم أحداثه واستضافت من هم الأقرب لقلوبنا مثل حلقة فنان تم استضافت الشيخ صالح المغامسي وهو من الشيوخ المحبين للشعب السعودي".

"لأن جميع ضيوفهم من المجتمع السعودي وينقلون تجاربهم وخبراتهم من المملكة العربية السعودية ويكون تركيزهم دوماً على الخبرات السعودية لنقل التجارب للشباب والشابات في المملكة".

3. التركيز على اللهجة السعودية والمفردات المحلية: تشير النتائج إلى أن استخدام ثمانية للهجة ومفردات محلية سعودية في محتواها من بين الأسباب التي دفعت بالمشاركين في الدراسة إلى القول بأنها تخاطب المجتمع السعودي وثقافته، ومن الإجابات الواردة في هذا السياق نذكر:

"... وتستخدم مصطلحات جميلة ونستخدمها استخدام عامي ك جحفلني ويرد الشاهي ووالله ماتدفع للدلالة على الكرم الحاتمي وغيرها الكثير من المصطلحات".

"نعم استنتجت أن هناك طرق لجذب الجمهور المشاهد أو المستمع من خلال بعض النقاط في الحياة اليومية التي يمكن أن يستخدموها في المحادثات، كجملة مشهورة أو كلمة لها أكثر من معنى كمصطلح (جحفلني) بمعنى فاجئني مأخوذة من أحد العائلات السعودية التي قلب أحد أبنائها موازين مباراة مهمة".

"... قامت إذاعة ثمانية بمناسبة اليوم الوطني بإنتاج مقطع مرئي بعنوان "الذاكرة الجمعية"، ويحتوي على مصطلحات وثقافات وأسماء منتشرة في المجتمع السعودي ونستخدمها بشكل يومي".

"... وشاهدت المقطع وتأملتة فأنا اعرفه وعشته كان يجمع بين مصطلحاتنا المشتركة التي خلقها المجتمع بينهم بطابع كوميدي مثل: جحفلني بمعنى فاجئني، الزيدة هنا لاتعني أكله القصد منها خلاصة الموضوع، جيت العيد، احنا بمصيبه، والله ماتدفع تدل على الكرم في مجتمعنا".

4. تناول قضايا وتحديات مجتمعية تواجه السعوديين: أشار بعض المشاركين في الدراسة إلى أن تركيز ثمانية على مناقشة التحديات والقضايا الاجتماعية التي تواجه المجتمع السعودي تدفعهم إلى الموافقة على أنها تخاطب المجتمع السعودي وثقافته، ومن بين المشاركات الواردة في هذه النقطة نذكر:

"... أغلب الحلقات تجد لضيوفها مصاعب وتحديات وواقع قريب من واقعنا أو بالأصح يمثل واقعنا تمامًا تشعر ان الضيف شخص قريب لك كون تجاربه تشابه حياتنا وثقافتنا متماثلة، وحين ترى مدى النجاح الذي حققوه تشعر أنك قريب من نجاحك ولديك القدرة والدعم من حولك وأيضاً من دولتك".

"لأن اغلب قصصهم عن المجتمع السعودي".

"لأن المواضيع كلها دارجه تحت القضايا السعودية".

"لأن أغلب الموضوعات المطروحة في ثمانية تخاطب أشياء ومواضيع تحصل في المجتمع".

"لأنهم يتكلمون عن واقع حياتنا ومجتمعنا في التفكير".

5. التركيز على الثقافة والتاريخ والفنون السعودية: أشار بعض المشاركين في الدراسة إلى أنهم يعتقدون أن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته لأنها تسلط الضوء على الجوانب

الثقافية والتاريخية والفنية للمجتمع السعودي، ومن بين الإجابات المسجلة ضمن هذا المحور نذكر:

"وذلك لتسليط الضوء والاهتمام وتناول المواضيع التي تستهدف المجتمع السعودي سواء الاشياء التي عاشها وعاصرها في مراحل مختلفة كبرنامج أشياء غيرتنا الذي يتناول المدخلات على المجتمع السعودي وكيف أثرت وغيرت فيه، أو التعليم والتثقيف الاجتماعي كسلسلة وثائقيات جينوم".

"لأن محور حديثهم بالغالب عن الثقافة السعودية وكيف كانت سابقاً والآن".

"نعم، فهي تحاور ثقافة المجتمع السعودي من حيث اللهجات في جميع المدن والعادات والتقاليد وأيضا الفنون المتنوعة، وأيضا في أفلامها".

"وأوافق لأنها تهتم بثقافته وتقاليد واهتماماته وأيضاً تحذّرهم من المخاطر التكنولوجية أو الصحية أو ثقافية وأيضاً من الناحية النفسية باستضافة الدكاترة والمختصين".

6. الآراء المخالفة لمخاطبة ثمانية للمجتمع السعودي وثقافته: من أجل إثراء الدراسة، عملنا على تحليل إجابات المشاركين الذين أجابوا بلا أبدأ عندما سئلوا؛ هل تشعر أن ثمانية تخاطب المجتمع السعودي وثقافته؟ والذين بلغ عددهم 6 مشاركين، ووجدنا في الحقيقة أن منهم من برر ذلك بأن برامج القناة توعوية لا تخاطب المجتمع وثقافته بشكل مباشر، وبأن مواضيعها عامة، بينما لفت انتباهنا توجه بعض المشاركين إلى أن محتوى ثمانية مفيد وموجه لكافة العرب وليس فقط السعوديين، ومن بين الإجابات التي تصب في هذا الإطار نذكر:

"ثمانية لم تخاطب المجتمع السعودي فحسب، بل خاطبت الخليج العربي بأكمله ما لم يكن العالم العربي في كل حلقة أسمعها أو أشاهدها تضيف لي جبة من المعلومات عن أشياء عديدة كالحلقة ياسر الحزيمي في الذات والخطاب وبأنه تخصصنا اعلام فتعتبر مهمة لنا، وحلقة الدكتور ياسر الدباغ عن المصحات النفسية وحديثه عن ضرورة زيارة الأطباء النفسيين والخدمات التي تقدمها المملكة لهذا المجال، أيضاً حلقة الاستثمار والادخار مع صلاح خاشقجي كانت مهمة جداً لي وكنت أتعب للوصول إلى الوفرة المالية ولا أجد الحل لكن عندما سمعت هذه الحلقة بدأت أشاهد الخطط واقعيًا".

"بما أنني لست سعودياً لكن من الملاحظ أثناء متابعتي لبعض جلساتهم وجدت اهتمامات مختلفة كلها تصب في جانب الوعي والثقافة وتغذية المعلومات وكل ما له علاقة بالتنمية المستدامة، أو له علاقة بحياة المواطن أو حياة الإنسان بصفة عامة سواء في الصحة أو التعليم أو الإدارة أو علم النفس أو الاقتصاد، وبيت الزواج وهلم جر. ومن أجل هذا وذلك؛ أعتقد حتى إن كان خطاب (ثمانية) للسعوديين، لكن نلمس أن هناك نصيب وافر لغير

السعوديين أيضاً؛ وذلك لتناولهم القضايا التي تهم هذا العصر، وجودة المضيفين والمستضيفين من الخبراء، ويمكن أضرِب المِثال ما يدل على أن ثمانية مزاج بين السعوديين وغيرهم أحد الموضوعات في برنامج (بودكاست فنجان) ((عسير: تاريخ غير المكتوب)) تخلل في هذا الموضوع سؤال آخر هل اليمن أصل العرب؟ مما يدل على المزاجية في معظم برامجهم.

4.2.V. متابعة المشاركين لبرامج ثمانية

من أجل تحديد البرامج التي يتابعها المشاركون في الدراسة على قناة ثمانية، طرحنا على المشاركين السؤال التالي: ما البرامج التي تتابعها من شركة ثمانية؟ ولم نعطيهم أي خيارات، بل تركنا لهم المجال لتسمية البرامج التي يعرفونها، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول 8.

جدول 8. متابعة المشاركين في الدراسة لبرامج ثمانية

البرامج	التكرارات
فنجان	160
سقراط	62
سوالف بزنس	37
ثمانية أسئلة	18
البرامج الوثائقية	16
أشياء غيرتنا	16
أصوات	11
مرتدة	10
أرباع	8
المحور الثاني	7
جينوم	7
احتيايل	7
مع التجار	6
الفجر	4
تماس	4
مربع	3
برق	3
أريكة	2
الشركة	2
سياق	1

يوضح الجدول رقم 8 أن برنامج "فنجان" هو الأكثر متابعة بين المشاركين بواقع 160 مرة، يليه برنامج "سقراط" بـ 62 مرة، ثم "سوالف بزنس" بـ 37 مرة، بينما حظيت باقي البرامج على ذكر أقل من 20 مرة لكل منها، مثل "ثمانية أسئلة" و"البرامج الوثائقية" و"أشياء غيرتنا" وغيرها كما هو واضح في الجدول، وهكذا يمكن القول إن برنامج "فنجان"، الذي

خصصنا له أسئلة إضافية في الاستبانة، هو الأكثر جاذبية لانتباه المشاركين من بين محتويات ثمانية.

5.2.V. وتيرة متابعة المشاركين في الدراسة لبرامج ثمانية

من أجل تحديد وتيرة متابعة المشاركين في الدراسة لبرامج قناة ثمانية، طرحنا عليهم السؤال متعدد الخيارات التالي: إذا كنت تتابع أحد برامج ثمانية؛ هل تتابع بشكل: يومي، أسبوعي، شهري، متباعد من فترة لفترة، حسب الموضوع لو أعجبنى تابعته، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول 9.

جدول 9. وتيرة متابعة المشاركين في الدراسة لبرامج ثمانية

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
يومي	21	7.6%
أسبوعي	62	22.5%
شهري	22	8%
متباعد من فترة لفترة	58	21%
حسب الموضوع لو أعجبنى تابعته	113	40.9%
المجموع	176	100%

يتبين لنا من خلال الجدول 9 أن أعلى نسبة وهي 40.9% من المشاركين يتابعون البرامج حسب الموضوع، فإن أعجبهم الموضوع تابعوه، وجاء في المرتبة الثانية 22.5% يتابعون أسبوعيًا، ثم 21% يتابعون بشكل متباعد، ثم 8% شهريًا، وأخيرًا 7.6% يوميًا، ويمكن أن نستخلص من هذه النتائج أن أغلب المشاركين يتابعون برامج ثمانية بشكل انتقائي حسب مواضيع تهمهم، وليس بشكل منتظم أو يومي.

6.2.V. ملاحظات المشاركين في الدراسة حول ثمانية

من أجل تحديد أي ملاحظات أو تحسينات يرغب المشاركون في الدراسة إبداءها حول ثمانية، رحنا عليهم السؤال التالي: هل لديك ملاحظات على ثمانية تريد منهم تصحيحها أو تطويرها؟ وتركنا السؤال مفتوحًا حتى تتمكن من جمع إجابات نوعية، وقد كانت إجابات المشاركين في الدراسة بعدم وجود ملاحظات هي الغالبة بـ 196 تكرارًا من أصل 276 (ما يقارب 71%)، أما بخصوص الملاحظات المقدمة فقد ارتأينا عرضها حسب أسلوب التحليل المحوري في المواضيع التالية:

1- الملاحظات المتعلقة بالمحتوى: ذهب بعض المشاركين في الدراسة إلى اقتراح ملاحظات تتعلق بتحسين المحتوى من حيث تنوعه وتقديم اقتراحات لطرح مواضيع جديدة وتغطية مجالات متنوعة، ومن حيث جودته من خلال تحسين دقة المعلومات المقدمة، والتأكد

من صحة المعلومات قبل نشرها، والتركيز على عمق التحليل في بعض المواضيع، ومن بين الاقتراحات الواردة في هذا المحور نذكر:

"أتمنى منهم عمل برامج تستهدف فئات أخرى مختلفة مثل برامج تستهدف المهتمين بالفنون أو برامج مخصصة تهتم بالصحة أو بالرياضة".

"أشعر أن عليهم التوجه بشكل عالمي وترجمة الحلقات لتصل لجميع أنحاء العالم وانتقاء ضيوف قد نستفيد منهم في خلق صور ذهنية لثقافات جديدة وقضايا عالمية قد تكون موجودة في مجتمعنا ونستطيع الاستفادة منها لتطوير مجتمعنا وبيئتنا واجيالنا القادمة".

"الآن في عام 2023 أرى أن هناك تهميش لمن هم تحت 20 سنة وهم أصحاب إنجازات عظيمة وهم رائعة وعقول لامعة جداً في زمن كل العقول فيه منيره، فأريد من اذاعة ثمانية استضافة عديد من الشخصيات في مجالات مختلفة تلامس من هم دون هذه الاعمار وفئاتهم السنية هذه، مثل شخصيات لامعة في اليوتيوب أو أبطال في الرياضات الإلكترونية... وهناك المزيد من حيث ما اتيت أنا اشوف أن تعيبي على هذا الشيء سوف يقود شركة ثمانية الى عالم اخر من النجاح مع فئة جميلة مختلفة وجمهور متحمس ل التعرف والتجربة والتعلم".

"تدعيم الإعداد المسبق للموضوع من المحاور والتحضير الجيد/ انتقاء المواضيع/ موضوعية الطرح والتجرد من الانحياز لأي فئة على حساب أخرى".

2. الملاحظات المتعلقة بالأسلوب من ناحية التفاعل واللغة: تعلقت بعض الملاحظات المقدمة من المشاركين في الدراسة والمتعلقة ببرامج ثمانية بضرورة تحسين الأسلوب من ناحية زيادة التفاعل مع الجمهور من خلال طرح الأسئلة وإجراء استطلاعات الرأي، وإتاحة الفرصة للمشاهدين للمشاركة في البرامج، واستخدام لغة أكثر بساطة ووضوحًا مع تجنب استخدام المصطلحات المعقدة، ومن بين الملاحظات الواردة في هذا السياق نذكر:

"يقللون الوقت ويحاولون اختصار المعلومات بشكل أفضل".

"أتمنى لو كان بودكاست ثمانية أقصر، أحيانا يكون الكثير من المعلومات قيمة نفسي أتعلمها لكن المدة تكون أطول من أني أتحملها كشخص يمل جدًا من كثرة الكلام".

"الهدوء في طرح المواضيع، يجب أن يكون هناك حماس وإثارة".

"مشاركة استبيان جمهوري".

"... يجب أن يكون هناك ترويج جيد للحلقات قبل نزولها فالكثير من أطراف المجتمع ما يزال جاهلاً بما تقدمه هذه المنصة الإعلامية، فمثلاً: عند دخولك لأحد برامج التواصل الاجتماعي يكون هناك إعلان ترويجي للحلقة قبل موعد نزولها هذا يساهم وبشكل كبير في الوصول إلى كل شرائح المجتمع، بعد نهاية البودكاست يجب أن يكون هناك ملخص لأبرز ما دار في الحوار لكي يستطيع المشاهد الذي لا يجد الوقت أن يقوم بمتابعة أبرز الأسئلة والأحداث".

"... أيضاً أتمنى ان يبسطوا الحوارات أكثر، أي الابتعاد عن المصطلحات الصعبة على بعض الفئات في المجتمع و أن يكون الحديث بسيطاً جداً بحيث يسهل على المشاهد تلقي المعلومة، وعدم مقاومتها لفهمها او ربما يتخطاها".

2. الملاحظات المتعلقة بالجوانب التقنية لثمانية: أشار بعض المشاركين في الدراسة إلى مجموعة من الملاحظات الموجهة لثمانية تتعلق بالجوانب التقنية، مثل تحسين جودة الصورة والصوت، وتطوير تطبيقات القناة على الهواتف الذكية، وتحسين تجربة مشاهدة البرامج عبر الإنترنت، ومن بين الملاحظات الواردة نذكر:

"... أتمنى أن يطوروا الصوت ففي زمننا هذا هناك تقنيات أفضل بكثير مما تقدمت ثمانية".

"... طريقة الاخراج والتصوير فيها بعض التقليدية أتمنى ولو يتطور فريق الإخراج عندهم قليلاً".

"بعض الأصوات تكون غير واضحة أو بعيدة".

"دقة الصوت وجودته ودقة الفيديو وجودته".

"من ناحية برنامج ثمانية أسئلة أتمنى يضيفوا صوت للسؤال المطروح بحيث اللي مايقدر يتابع الحلقة يقدر يعرف السؤال".

7.2.V معرفة المشاركين ببودكاست فنجان

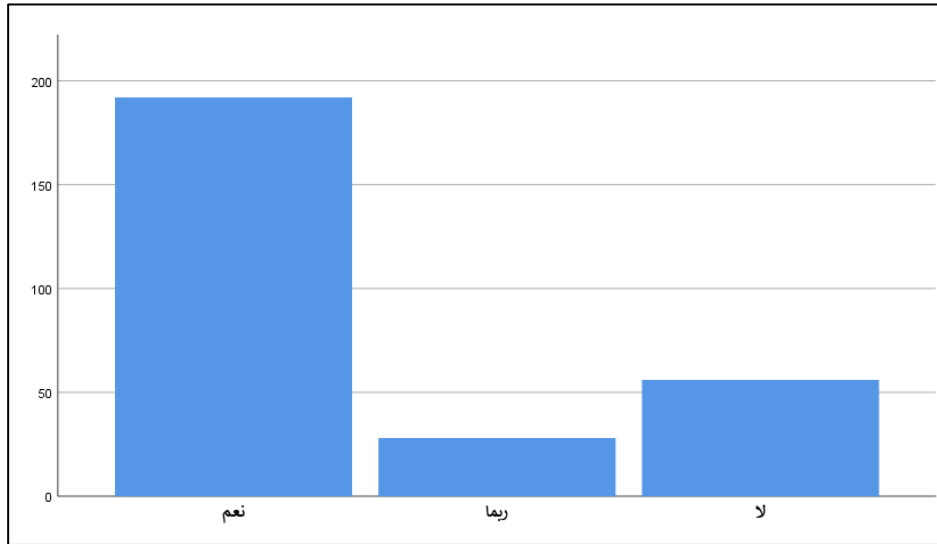
من أجل تحديد مدى معرفة المشاركين ببودكاست فنجان، طرحنا على المشاركين السؤال التالي: هل تعرف بودكاست فنجان؟ مع منحهم الخيارات؛ نعم، ربما، ولا، وكانت النتائج كما يلي:

جدول 10. مدى معرفة المشاركين ببودكاست فنجان

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	192	69.6%
ربما	28	10.1%
لا	56	20.3%
المجموع	276	100%

يتبين لنا من خلال الجدول 10 أن أغلبية المشاركين وبنسبة 69.6% يعرفون بودكاست فنجان وبقين، في حين أفاد 20.3% من المشاركين بعدم معرفتهم به، بينما 10.1% فقط أشاروا لاحتمالية معرفتهم به، وتعكس هذه النتائج أن غالبية المشاركين على دراية واطلاع ببودكاست "فنجان" مما يعكس شهرته بينهم. وربما يعود ذلك لجاذبية المواضيع التي يطرحها وأسلوب تقديمه.

شكل 5. مدى معرفة المشاركين ببودكاست فنجان



تبعًا لهذه النتائج، أردنا أن نعرف الرأي المبدئي للمشاركين في الدراسة حول بودكاست فنجان، حيث طرحنا عليهم السؤال التالي: إذا كنت تعرف بودكاست فنجان، فما رأيك فيه؟ وتركنا السؤال مفتوحًا دون اقتراحات حتى نتأكد من تحصيل إجابات نوعية، وبناءً على الآراء المقدمة، يمكن استخلاص المحاور التالية للتحليل المحوري:

1- المواضيع المتنوعة والهادفة: يتميز بودكاست فنجان حسب المشاركين في الدراسة بتنوع المواضيع التي يطرحها في كل حلقة، فهي تشمل مواضيع اجتماعية ونفسية وصحية

وثقافية وفكرية، مما يجعله مناسباً لفئات مختلفة من المستمعين، كما أنها مواضيع هادفة تهدف إلى إثراء المتلقي وتنمية مداركه، ومن بين الاقتباسات الداخلة في هذا السياق نذكر:

"إنه برنامج جميل ومتنوع، ومتعدد الموضوعات وخاصةً موضوع قصص النجاح التي يتناولها، وهذا يؤثر على المتلقي بشكل كبير، وأيضاً يغير من الأفكار المنتشرة في المجتمع".

"برنامج متنوع لا يرتبط بموضوع معين، تختلف حلقاته باختلاف تام عن بعضها البعض، يهتم بتوسيع مدارك المتلقي وجلب الفائدة للمستمع وإشباع التساؤلات".

"برنامج متنوع ليس له موضوع أو معيار محدد، كل حلقة تختلف عن الأخرى اختلافاً تاماً، حيث يتناول في كل حلقة موضوع معين سوا شخصية دينية، أو قصة نجاح وكفاح أو موضوع من مواضيع الحياة".

"بودكاست فنان كان رائعاً حقاً لحديثه عنا أشياء لم نكن نعرفها من قبل، مثل تأسيس أرامكس لريادة الأعمال والمجتمع، والثقافة لصالح المغامسي، وتجارب رجل تجاوز الثمانين عام في جودة الحياة".

"تعرفت على بودكاست فنان من خلال الروابط أعلاه، وأتضح لي انه برنامج متنوع ليس له موضوع أو معيار محدد، كل حلقة تختلف عن الأخرى اختلافاً تاماً، حيث يتناول في كل حلقة موضوع معين سواء شخصية دينية، أو قصة نجاح وكفاح أو موضوع من مواضيع الحياة والخ... يهتم بنشر الفائدة وتوسيع مدارك المتلقي وتحفيزه أحياناً وإشباع تساؤلات بعض المهتمين، وتوضيح ومعالجة بعض المفاهيم والمشاكل الشائعة كالحمية الغذائية مثلاً أو نقد الخطاب الديني".

2- طريقة العرض الشيقة: أشار العديد من المشاركين في الدراسة في إجاباتهم إلى أن بودكاست فنان يتميز بأسلوب عرض شيق وممتع يجذب المستمع، حيث يقوم المقدم بطرح الأسئلة بذكاء ويتفاعل مع الضيف بطريقة تجعل المستمع يشعر وكأنه يجلس معهم، ومن أمثلة الاقتباسات ذات الدلالة في هذا السياق نذكر:

"رأيت لن يخالفه الكثير أبداً، فنان أكثر بودكاست متنوع وممتع ولا يمكن أن تستمع لحلقة وتتوقف أنك مللت منها، لطالما كنت أتمنى أن أكون بمنصب يليق بي أن أكون متحدثاً في إحدى الحلقات".

"حلقات راقية، تمر ساعتان بدون ملل، اختيار الضيوف ذكي، ذكاء بطرح نوع الأسئلة، تغطية كاملة للمواضيع بطريقة سهلة وممتعة وثرية، طابع الفكاهة بالذم، محتوى ثري للثقافة العربية على الإنترنت، محتوى مفيد وهادف جداً يضيف للمشاهد بشكل كبير".

"أحب جدًا طريقة صنع الحلقات فيه وتنوع المواضيع وجمعها مفيدة، أستمع للحلقة عند شغل المنزل أو واجبات الجامعة وفجأة تنتهي الحلقة وأحس بأنني بدأتها للتو".

"بودكاست ممتع جدا ومفيد يجيب على الكثير من الأسئلة التي قد أحاطني الفضول فيها بشكل ثقافي وبمعلومات صحيحة المصدر".

"بودكاست ممتع ومميز ومن البرامج القريبة لقلبي كوني أستمع له منذ حلقاته الأولى صحيح أن مدة الحلقة عادة تكون طويلة ولكنه ممتع ويجعلك تشعر كأنك تجلس بينهم".

3- الضيوف المتميزون: من بين الملاحظات الإيجابية التي أبدأها المشاركون في الدراسة عند التعبير عن رأيهم في بودكاست فنجان هو أنه يستضيف شخصيات مؤثرة وذات خبرة واسعة في مجالات متنوعة، مما يمنح المستمع فرصة الاستفادة من خبراتهم وأرائهم، ومن الاقتباسات الدالة في هذا السياق نذكر:

"... أيضًا "فنجان" تميزوا في اختيار المواضيع والشخصيات التي تجذب الجمهور للمشاهدة واختيار هذا المحتوى عن غيره، هذا هو نفسه السبب الذي جعل المشاهد يفضل هذا المحتوى عن غيره، أيضًا أي شخص يتابع هذا المحتوى لأول مره سيقول هذا نقله نوعية وهذا ما نحتاج إليه، لاستثمار الوقت بأنسب طريقة".

"بودكاست رائع يجمع عديد من الاهتمامات وليس محصور على اهتمام معين، وما يعجبني هو انتقائهم للضيوف بدقة، واعطائهم الحرية التامة بالكلام دون مقاطعة، ودائمًا أسألهم تكون في محلها فقد استقدت منهم وعرفت أمور جديدة في أكثر من مجال".

"أفضل ما تقدمه قناة ثمانية وأرجو استمراره على المدى البعيد لطرحه مواضيع جميلة وجلبه لضيوف رائعين كالدكتور ياسر الحزيمي وغيره من الضيوف الذين يسعد المستمع بسماعهم والمشاهد برؤيتهم".

"الأستاذ عبد الرحمن ابو مالح مقدم رائع جدًا ومحاور جيد وذو ذوق رائع في اختيار الضيوف ومواضيع الحلقات".

"في رأيي هو أنجح محتوى تقدمه المنصة إلى حد الآن بسبب تمكُّنه من الوصول إلى شريحة كبيرة من المجتمع... أيضًا نوعية الضيوف المختارين وقربهم ومدى تأثيرهم على المجتمع مثل: لقاء ياسر الحزيمي استطاع التأثير على فئة كبيرة من المجتمع بصورة إيجابية".

5- قدرته على إثارة الجدل: يتميز بودكاست فنجان حسب رأي العديد من المشاركين في الدراسة بقدرته على إثارة اهتمام وتفاعل المستمعين، حيث تنتشر مقاطع منه على منصات

التواصل ويتم مناقشتها، مما يعكس نجاحه في جذب المستمعين، ومن بين الاقتباسات الواردة في هذا السياق نذكر:

"في رأيي هو أكثر بودكاست ناجح في ثمانية لعدة أسباب منها : استطاع الوصول لأكبر شريحة من أطراف المجتمع ونشاهد أن أجزاء من اللقاءات أصبحت تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعد نجاحاً في رأيي ، وأيضاً تمكن من إثارة اهتمام وجدل المتابع وكما ذكرت سابقاً اذا كان البرنامج لا يستطيع إثارة جدل أو اهتمام المجتمع فهذا يعد فشلاً".

"رأيي فيه، أن يستمر مقدموه في نشر الثقافات الإسلامية والعربية بشدة؛ لأنه تسبب في استيقاظ كثير من المتابعين من شباب وكهول وشيوخ، فهو برنامج شيق وشائق".

"جميل جداً وقيم، فقط لو يتم حذف حلقة يحيى البشري لأن كلامه لا يمثل مجتمعنا ولا عاداتنا ولا تقاليدنا ولا يوجد بكلامه صلة للتطور والذوق والأناقة، إنما يناقينا ثقافتنا ليحذو حذو الغرب".

في رأيي هو أنجح محتوى تقدمه المنصة إلى حد الآن بسبب تمكُّنه من الوصول إلى شريحة كبيرة من المجتمع... كما تمكن من إثارة اهتمام وجدل المجتمع وهذا ما يجعل من البرنامج ناجحاً في رأيي".

6- بعض الملاحظات على أداء المقدم: رغم الانطباع العام الإيجابي حول مقدم بودكاست فنان الذي أبداه العديد من المشاركين، إلا أن بعشهم أبدى بعض الملاحظات على أسلوب المقدم في بعض الأحيان، مثل كثرة تحدّثه أو استخدامه لبعض العبارات غير المناسبة، مما يتطلب منه حسبهم بعض التطوير في أسلوب تقديمه، ومن بين الملاحظات الإيجابية والسلبية الواردة حول مقدم البرنامج نذكر:

"جميل لكن طريقة المذيع غير مشوقة وأحياناً يتحدّث أكثر من الضيف، وأحياناً يحتاج إلى القراءة بالموضوع بشكل أكبر".

"الصراحة جميل ولكن في المقدم عليه بعض الملاحظات وهذه ليست مشكلة ولكن يطور من نفسه أكثر".

"من ناحية الفكرة وبعض المواضيع ممتاز، ولكن المقدم يفتقر إلى انتقاء الكلمات وإلى وزن ردة فعله، فمثلاً يقول له الضيف معلومة مهمة في إحدى الحلقات فيقول المقدم (واو) والكلمة هذه لا يجدر بمذيع أن يقولها".

"حقيقةً مقدم الحلقات والمحتوى جعلني أتعلق بأسلوب الإلقاء واختيار أسئلة واضحة ودقيقة وذكىه لفتح مجال للحوار والتفاعل، وهو يدعى عبدالرحمن أبو مالح، مما جعلني أيضًا أتعلم واستفيد من مهارات المقدم للبرنامج، لأنه جعل أحد أسباب عناصر نجاح البرنامج هو المقدم، جعل من البرنامج واجهة بارزة باختياره للشخصيات وكيفية التعامل معهم بمهارات متفوقه مهما كان هذا الشخص، واستعداده الدائم لأي سؤال لمواجهته بجواب يفتح حوار آخر للنقاش، يبدأ وينتهي بنقاش ناجح ومشوق".

"حلقات راقية، تمر ساعتان بدون ملل، اختيار الضيوف ذكي، نكاه بطرح نوع الاسئلة، تغطية كاملة للمواضيع بطريقة سهلة وممتعة وثرية، طابع الفكاهة بالمذيع".

"المقدم إنسان لطيف ومحترم ومحدث ماهر".

VI. مناقشة النتائج

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل آراء طلاب الجامعة نحو الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية من خلال شركة ثمانية نموذجاً، حيث استقصينا رأي 276 طالب جامعي في جامعة الملك خالد بأبها في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية في شركة ثمانية، وتوصلنا إلى أن الصحافة الريادية في المملكة العربية السعودية -ممثلة بثمانية في دراستنا- بدأت تشهد قبولاً ونموًا ملفتاً في السنوات الأخيرة، وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية تقديراً كبيراً من قبل المستطلعة آرائهم لما تقدمه ثمانية من محتوى عالي الجودة ومتنوع الموضوعات، رغم الإشارة إلى بعض الملاحظات حول الجوانب التقنية وأسلوب العرض.

فمن ناحية الإعجاب بالمحتوى، توصلنا إلى أن النسبة العظمى من المشاركين في الدراسة تعجبهم ثمانية بشكل كبير، مشيرين أسباب الإعجاب بالمحتوى في تنوعه، وتركيزه على مواضيع هادفة ومفيدة، وجودة الإنتاج والتقديم، واستضافة شخصيات مؤثرة، وتناغمه مع قيم وهوية المجتمع السعودي، فيما تمثلت الآراء السلبية القليلة حول ثمانية في قلة عدد الحلقات، وتكرار بعض المواضيع، وانتقاد أسلوب بعض المقدمين، من جهة أخرى، يعكس انحياز نسبة معتبرة من المشاركين في الدراسة إلى الاعتقاد بأن ثمانية قد غيرت مفهوم الصحافة السعودية إلى الأفضل بشكل كبير، التأثير الإيجابي البارز الذي يمكن أن تحققه وسائل الإعلام الريادية في تطوير وتحسين فهم الجمهور للصحافة، وتظهر هذه القناة واضحة في تفضيل المشاركين للتوجه نحو وسائل الإعلام التي تتبنى نهجاً ريادياً، حيث يعزى التغيير في الفهم إلى تأثير إيجابي يمتد إلى مختلف جوانب المحتوى والمهنة الصحفية.

ويمكننا من خلال ما تقدم قبول الفرضية 1 للدراسة والتي جاءت كالتالي: "ينظر طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية بشكل إيجابي".

تتمثل أسباب هذا الرأي الإيجابي وفقاً للآراء المقدمة في الدراسة في الإيجابيات البارزة التي يضيفها النهج الريادي إلى المشهد الإعلامي السعودي، حيث أن التركيز على تحسين جودة المحتوى يعزز التفاعل الإيجابي مع المواضيع المعروضة، كما يلقي تأييداً كبيراً في سياق الاعتقاد بتحسين فهم المهنة والمساهمة في تجديد الروح الاحترافية للصحافة، ويمتد هذا التأثير الشامل إلى المجتمع بأكمله، حيث اعتبر المشاركون في الدراسة أن الصحافة الريادية لديها القدرة على تحسين الفهم العام للمحتوى الإعلامي ومساهمة فعالة في تطور المجتمع، وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الصحافة الريادية السعودية تظهر بوضوح كقوة دافعة للأمام في تطوير المشهد الإعلامي، حيث تسهم بشكل كبير في إثراء الصحافة وتحسين صورتها أمام الجمهور، مما يعكس القدرة الفعالة على تجديد الخطاب الإعلامي وتعزيز المهنية الصحفية في المملكة العربية السعودية.

ويمكننا من خلال ما تقدم قبول كل من الفرضية 2 والفرضية 3 للدراسة والتي جاءت كالتالي:

- الفرضية 2: تتأثر نظرة طلاب الجامعة للصحافة الريادية في السعودية بالمحتوى وأسلوب العرض؛

- الفرضية 3: تؤثر الصحافة الريادية بشكل إيجابي على فهم طلاب الجامعة للصحافة.

من جهة أخرى، أظهرت النتائج إجماعاً قوياً بين المشاركين في الدراسة على أن الصحافة الريادية، وبشكل محدد ثمانية، تتفاعل بشكل فعال مع المجتمع السعودي وثقافته، مما يعكس التوجه الحكيم نحو اختيار المواضيع والقضايا الملهمة التي تلامس حياة الفرد السعودي، حيث أن تركيز البرامج على اللهجة والمفردات المحلية، واستضافة شخصيات وضيوف سعوديين مؤثرين، والتركيز على القضايا الاجتماعية والتحديات التي تواجه المجتمع السعودي، والتركيز على الثقافة والتاريخ والفنون السعودية، كلها مظاهر تعكس تفهما عميقاً لقيم وهوية المجتمع، وتبعاً لذلك، يظهر بوضوح أن المشاركين يقيمون بإيجابية تفوق التوقعات الصحافة الريادية، مما يدل على نجاحها في تحقيق تواصل فعال مع جمهورها، ورغم هذا الإعجاب، توجد دعوة من المشاركين في الدراسة لتحسين بعض الجوانب، مثل تنوع المحتوى وتطوير الأسلوب والجوانب التقنية، استعداد المشاهدين للابتكار وتطوير مستمر في سياق التفاعل مع تحديات تقنية متزايدة.

ويمكننا من خلال ما تقدم قبول الفرضية 4 للدراسة والتي جاءت كالتالي: " تؤدي الصحافة الريادية دوراً هاماً في تحسين الصورة العامة للصحافة في السعودية".

إضافةً إلى ما سبق، توصلنا إلى أن بودكاست فنجان يحتل مكانة بارزة كأحد أبرز برامج ثمانية، وهو الأكثر شعبية بين المشاركين، ويظهر هذا التفضيل أهمية تقديم تجربة إعلامية مميزة ومحتوى يستجيب لاهتمامات الجمهور السعودي، وقد تم تفسير نجاح فنجان بنجاح

من خلال تنوع مواضيعه، حيث يغطي مجموعة واسعة من المواضيع الاجتماعية والنفسية والصحية والثقافية والفكرية، زيادةً على أسلوب العرض الشيق والتفاعل الفعّال بين المقدم والضيوف، وتعكس هذه النتائج رغبة الجمهور السعودي في تجربة إعلامية متنوعة ومثيرة، وتؤكد على قدرة ثمانية في تلبية هذه التوقعات من خلال تقديم محتوى متنوع يناسب اهتمامات مختلفة، كما يُظهر التفضيل لمتابعة برامج ثمانية بشكل انتقائي أن المشاهدين يرغبون في تخصيص وقتهم للمحتوى الذي يهتمهم بشكل خاص، وهو مؤشر إيجابي على تفاعل قوي بين البرامج وجمهورها.

من الناحية الأخرى، تعكس الملاحظات السلبية التي أعرب عنها المشاركون في الدراسة بعض التحديات التي تشهدها هذه الوسيلة الإعلامية الريادية، حيث عبر بعض المشاهدين عن استيائهم من كثرة حديث المقدم واستخدام بعض العبارات التي قد تُعد غير مناسبة، مما يشير إلى أهمية الحس الحساس والتواصل الفعّال في بناء تجربة استماع مرضية، كما يسلط الضوء على أهمية توازن المحتوى والتواصل الفعّال مع الجمهور لضمان تقديم تجربة إعلامية تلبي توقعات المشاهدين، بالإضافة إلى ذلك، تشير الملاحظات إلى حاجة المشاهدين لتحسين جودة الصورة والصوت، مما يعكس التحديات التقنية التي قد تواجه وسائل الإعلام الريادية لتحقيق تقدم مستدام، زيادةً على أهمية الابتكار التكنولوجي المستمر واستكشاف الحلول التقنية المتقدمة لتلبية توقعات وتفضيلات الجمهور، وعمومًا، فإن هذه الملاحظات السلبية توضح الأمور التي يمكن تحسينها لتعزيز تجربة المشاهدين، وتعزز أهمية التفاعل البناء بين الوسائل الإعلامية وجمهورها، ما يقع في جوهر الصحافة الريادية وقدرتها على التأقلم مع التحديات وتقديم تجارب إعلامية مميزة.

VII. خاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى في استكشاف النظرة التي يحملها طلاب الجامعة عن الصحافة الرياضية في المملكة العربية السعودية والعوامل التي تؤثر عليها، حيث توصلنا إلى وجود تقدير كبير من قبل الطلاب لما تقدمه ثمانية من محتوى عالي الجودة ومتنوع المواضيع، كما أكد الطلاب على التأثير الإيجابي للصحافة الرياضية على تغيير وتحسين فهمهم للمهنة الصحفية والمحتوى الإعلامي بشكل عام، ويمكن تلخيص أهم ما توصلنا إليه في النقاط التالية:

- ينظر طلاب الجامعة للصحافة الرياضية في السعودية بشكل إيجابي بشكل عام؛
 - تتأثر نظرة طلاب الجامعة للصحافة الرياضية في السعودية بالعوامل التالية: المحتوى الذي تقدمه الصحافة الرياضية، أسلوب العرض والتقديم في الصحافة الرياضية، تفاعل الصحافة الرياضية مع المجتمع السعودي وثقافته، والتوافق بين الصحافة الرياضية والقيم والمبادئ الإسلامية؛
 - تؤثر الصحافة الرياضية بشكل إيجابي على فهم طلاب الجامعة للصحافة؛
 - تؤدي الصحافة الرياضية دورًا هامًا في تحسين الصورة العامة للصحافة في السعودية؛
 - مستقبل الصحافة الرياضية في السعودية واعد، وذلك بفضل التطور التقني وانتشار الإنترنت، وازدياد وعي الجمهور بأهمية الصحافة، إضافة إلى عدم وجود قيود حكومية قوية على دعم الصحافة الرياضية.
 - تشير هذه النتائج إلى الإمكانيات الكبيرة التي تتمتع بها الصحافة الرياضية في المساهمة بتطوير المشهد الإعلامي في المملكة العربية السعودية، وتقديم بديل مبتكر وجذاب للجمهور، خاصة فئة الشباب، لذلك نوصي في ختام دراستنا بما يلي:
 - دعم المبادرات الصحفية الرياضية في المملكة من قبل الجهات المعنية، لتشجيع الابتكار والإبداع في المجال الإعلامي؛
 - تقديم المزيد من التدريب والتأهيل للصحفيين الرياضيين؛
 - إدماج مفاهيم ومهارات الصحافة الرياضية ضمن المناهج التعليمية في أقسام الإعلام بالجامعات، لإعداد الطلاب لمتطلبات سوق العمل؛
 - إجراء المزيد من الأبحاث العلمية لتقييم أداء الصحافة الرياضية وقياس تأثيرها على الجمهور في السعودية.
- وختمًا، نؤكد على أن الصحافة الرياضية ظاهرة إعلامية واعدة لها دور هام في تطوير المشهد الإعلامي في السعودية، ونأمل أن تُساهم هذه الدراسة في تعزيز فهمنا للصحافة الرياضية ودعمها في المملكة العربية السعودية.

مراجع الدراسة : المراجع باللغة العربية

1. ثمانية. (2023). ثمانية رسالتنا تغيير ثقافة الصحافة العربية. <https://company.thmanyah.com>
2. أبو حمد، أحمد. (2022). جيوسي: ريادة الأعمال هو طوق النجاة للصحافة العربية. مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام. <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1903>
3. عبد الفتاح محمد، أحمد عادل. (2023). الصحافة الريادية كنمط مستحدث بالبيئة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي رائد أعمال مصر و allbusiness مع منهج مقترح لطلاب الإعلام. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22(1)، 61-1.

المراجع باللغات الأجنبية

1. American Press Association.(2015). Principles of Journalism. Retrieved December 4th, 2023, from <https://americanpressassociation.com/principles-of-journalism/>
2. Bell, E., & Owen, T. (Eds.). (2017). *Journalism after Snowden: the future of the free press in the surveillance state*. Columbia University Press.
3. Briggs, M. (2012). *Entrepreneurial journalism: How to build what's next for news*. CQ Press.
4. Brouwers, A. D. (2017). Failure and understanding-with in entrepreneurial journalism. *Journal of Media Business Studies*, 14(3), 217-233.
5. Bucknell, I. (2020). Going digital, not dying out: how universities are uniquely placed to teach digital journalism survival skills. *Journalism Education*, 9(1), 6-17.
6. Caplan, J., Kanigel, R., & Tsakarestou, B. (2020). Entrepreneurial journalism: Teaching innovation and nurturing an entrepreneurial mindset. *Journalism & Mass Communication Educator*, 75(1), 27-32.
7. Casero-Ripollés, A., Izquierdo-Castillo, J., & Doménech-Fabregat, H. (2016). The journalists of the future meet entrepreneurial journalism: Perceptions in the classroom. *Journalism practice*, 10(2), 286-303.
8. Chadwick, A. (2011, August). The hybrid media system. In *Ecpr general conference, reykjavik, iceland* (pp. 25-27).
9. Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial journalism and the precarious state of media work. *South Atlantic Quarterly*, 114(3), 513-533.
10. Deuze, M. (2013). *Media work*. John Wiley & Sons.
11. Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
12. JARA, R., Faure, A., & Orellana, N. D. V. (2023). LOOKING FOR A MEDIA BUSINESS MODEL: an exploratory study focusing on six

- native Chilean digital media. *Brazilian Journalism Research*, 19, E1550.
13. Marsden, P. (2017). *Entrepreneurial Journalism: How to go it alone and launch your dream digital project*. Taylor & Francis.
14. Ruotsalainen, J., & Villi, M. (2018). Hybrid engagement: Discourses and scenarios of entrepreneurial journalism. *Media and Communication*, 6(4), 79-90.
15. Ruotsalainen, J., Heinonen, S., Hujanen, J., & Villi, M. (2023). Pioneers as peers: how entrepreneurial journalists imagine the futures of journalism. *Digital Journalism*, 11(6), 1045-1064.
16. Ruotsalainen, J., Hujanen, J., & Villi, M. (2021). A future of journalism beyond the objectivity–dialogue divide? Hybridity in the news of entrepreneurial journalists. *Journalism*, 22(9), 2240-2258.
17. Singer, J. B., & Broersma, M. (2020). Innovation and entrepreneurship: Journalism students' interpretive repertoires for a changing occupation. *Journalism practice*, 14(3), 319-338.
18. Singer, J. B. (2018). *Entrepreneurship in journalism: Innovation and disruption in the media industry*. Routledge.
19. Vos, T. P., & Singer, J. B. (2016). Media discourse about entrepreneurial journalism: Implications for journalistic capital. *Journalism Practice*, 10(2), 143-159.
20. Wagemans, A., Witschge, T., & Deuze, M. (2016). Ideology as resource in entrepreneurial journalism: The French online news startup Mediapart. *Journalism practice*, 10(2), 160-177.