

## مؤشرات تخطيطية لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري

إعداد: د. ش. شريف محمد السعيد



بالشراكة مع







## مؤشرات تخطيطية لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري

الدكتور

شريف محمد السعيد

أستاذ التخطيط والسياسة الاجتماعية المساعد

مركز بيت الخبرة للدراسات والبحوث الاجتماعية

٢٠ صفر ١٤٣٧هـ  
الموافق ٢ ديسمبر ٢٠١٥م



عنيت الدراسة الحالية بتحديد مؤشرات تخطيطية لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري بقياس واقع مؤسسات الإعلام الأسري، وتوفير معلومات أساسية يتم بناءً عليها وضع مؤشرات تخطيطية لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري.

وذلك من خلال تحديد واقع مؤسسات الإعلام الأسري، ووضع أولويات لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري، وتحديد إليات لتنفيذ مقترحات تطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري.

وتعد تلك الدراسة من الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على المنهج العلمي باستخدام المسح الاجتماعي بالعينة للمؤسسات الأسرية العاملة بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال استمارة استبيان.

وتشير النتائج إلى أن واقع مؤسسات الإعلام الأسري فيما يخص الأنشطة والمهام الإعلامية من حيث طبيعة ممارسة الأنشطة والمهام الإعلامية جاء في المرتبة الأولى منها التواصل الاجتماعي الإلكتروني، وفي المرتبة الثانية الإنتاج الصحفي، وإدارة المطبوعات وذلك على التوازي، وفي المرتبة الرابعة إدارة المحتوى الإلكتروني للمواقع والبوابات الإلكترونية، والمعارض والمشاركات الاجتماعية وذلك على التوازي، وفي المرتبة السادسة أدوات المتحدث الإعلامي، وفي المرتبة السابعة إدارة الفعاليات والمحافل، والإنتاج المرئي وذلك على التوازي، وفي المرتبة التاسعة الإنتاج الإذاعي.

وإجمالاً، فإن ٦٣,٥٪ من مؤسسات الإعلام الأسري تمتلك الأنشطة والمهام الإعلامية، في حين أن ١٤,٣٪ لا تمتلك الأنشطة والمهام الإعلامية، بينما ٢٢,٢٪ يمتلكون إلى حد ما أنشطة ومهام إعلامية.

كما أن واقع مؤسسات الإعلام الأسري فيما يخص الوسائل الإعلامية المتاحة من حيث طبيعة ممارسة الوسائل الإعلامية المتاحة جاء في المرتبة الأولى حسابات مواقع التواصل الاجتماعي، والمطبوعات الإعلامية المتخصصة وذلك على التوازي، وفي المرتبة الثالثة وسائل الاتصال الهاتفية والإلكترونية، وفي المرتبة الرابعة البوابة والموقع الإلكتروني، وفي المرتبة الخامسة أستوديو صوتي، وفي المرتبة السادسة أستوديو مرئي.

وإجمالاً، فإن ٥٤,٨٪ من مؤسسات الإعلام الأسري تمتلك الوسائل الإعلامية، في حين أن ٤٠,٤٪ لا تمتلك الوسائل الإعلامية، بينما ٤,٨٪ يمتلكون إلى حد ما وسائل إعلامية، وأنتهت الدراسة بإليات محددة لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري.

## مقدمة:

تسعى مؤسسات الإعلام الأسري إلى تنمية المجتمعات الأنسانية وتطويرها، من خلال القيام بوظائفها في الإرشاد، والتوجيه، والتثقيف، والتنشئة الاجتماعية. وممارسة دورها في التأثير المباشر وغير المباشر في المجتمع وتشكيل الحياة السلوكية والفكرية لأفراده.

وعلى الرغم من أهمية الدور الذي تقوم به مؤسسات الإعلام الأسري للحفاظ على توازن واستقرار النظام الأسري إلا أنهم لم يلقوا الاهتمام الكافي سواء من حيث دراسة واقعهم أم التخطيط لبرامج تكفل لهم سبل النجاح.

كما أن نجاح العملية الإعلامية مرهون بمدى دقة تحديد واقع مؤسسات الإعلام الأسري، ومن ثم تبنى على أساسها المؤشرات التخطيطية المناسبة التي تعمل على تطوير مهارات ومعارف واتجاهات مؤسسات الإعلام الأسري.

ومن ثم فقد دعت الحاجة إلى أهمية دراسة واقع مؤسسات الإعلام الأسري، والوقوف على أولويات تطوير تلك الواقع في محاولة للتوصل إلى مؤشرات تخطيطية يمكن من خلالها التخطيط لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري في ضوء الموارد المتاحة أو التي يمكن إتاحتها.

ولقد اشتملت الدراسة على ثلاثة مباحث. المبحث الأول: مؤشرات تخطيطية لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري، والمبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية ويتضمن ذلك المبحث وصف مجتمع الدراسة ومؤشرات واقع مؤسسات الإعلام الأسري، ثم أنتهت الدراسة بالمبحث الثالث الذي يحتوي على التصور المقترح لتطوير واقع مؤسسات الإعلام الأسري.