



علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية The relationship of the Saudi public with the media and its role in shaping their perceptions and attitudes towards the issue of national identity

مطلق بن سعود المطيري*

قسم الاعلام جامعة الملك سعود (المملكة العربية السعودية) ، mualmutiri@ksu.edu.sa

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/05/21

تاريخ الاستلام: 2024/03/26

DOI: 10.53284/2120-011-002-011

ملخص:

تناولت هذه الورقة العلمية موضوع علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية وبلورة محورية الإعلام بوسائله المتطورة وما تملكه من قوة مؤثرة في عملية دعم الجهود الرامية لتشكيل الوعي ولبناء الاتجاه الإيجابي عن الهوية الوطنية لتعزيز الحرس على التمسك بقيم الانتماء لدى الأفراد، تناولت بالتحليل ما يمكن أن يقوم به الإعلام في مجال تعزيز الهوية الوطنية وتشكيل الوعي لدعم قيم الانتماء لدى المواطنين في خدمة جهود التنمية واستقرار الأوطان، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي في الدراسة، والذي يعد من أنسب المناهج لمثل هذه الدراسة، خرجت الدراسة بنتائج الجمهور السعودي يتابع وسائل الاعلام بكثافة عالية، ووسائل الإعلام تهتم بمعالجة قضية الهوية الوطنية بدرجة متوسطة، وكانت أساليب معالجة وسائل الاعلام لقضية الهوية كانت تقليدية، واثبتت الدراسة أن وسائل الاعلام أثرت بشكل قليل في معالجتها لقضية الهوية الوطنية، وأثرت بشكل كبير على المشاعر تجاه الدولة والوطن، وتوصلت الدراسة الحالية بوجود تأثيرات كبيرة مطروحة كما يدرکہا الجمهور السعودي من واقع مشاعره واتجاهاته الخاصة. كلمات مفتاحية : الجمهور السعودي ، وسائل الإعلام ودورها ، الهوية الوطنية .

Abstract:

This paper sought to investigate the Saudi public's relationship with the media and its role in shaping their perceptions and attitudes towards the issue of national identity. It aimed to determine the effectiveness of media efforts on the level of awareness and positive attitude with regard to national identity. The study analyzed the media messages aimed at strengthening national identity and shaping awareness among citizens in the service of development and the stability of the nation. The researcher used a descriptive approach as a method of research for this purpose. The findings of the study indicated that Saudis followed news media closely and that the media addressed the issue of national identity moderately. The methods used by the media to cover the issue of national identity were traditional in approach. The study concluded that the media did not have influence in their coverage of the issue. However, they affected feelings toward the state and the homeland to a high degree. The study recommended that media artifacts, which include a set of values and foundations, should be produced to serve the identity of the public.

Keywords: The Saudi audience ; national identity ; The role of media.



1. مقدمة:

الهوية أحد أعمق المصطلحات والتي ترتبط بالوجود الإنساني على كافة أصعدته الفردية، والهوية الوطنية تمثل مجموعة من الصفات والسمات المجتمعية تختلف من مكانٍ لآخر طبقاً لاختلاف الموروث الثقافي والتاريخي والديني والاجتماعي والحضاري، والهوية بالنسبة للإنسان هي ما يميزه عن غيره، ويكسبه الشعور بالتميز عن الآخر والتفرد¹ وتعد وسائل الإعلام اليوم من أهم وسائل الاتصال والتواصل، فهي تعد مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا، بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، وقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي. وللإعلام علاقة تبادلية بينه وبين المؤسسات الاجتماعية فهو جزء منها وله دوره في ازدهارها وتطورها بتماسك، فإن له أيضاً النصيب الأكبر في تنمية الهوية الوطنية وترسيخ مفهومها وتعزيز ذلك في نفوس المواطنين² ومما سبق يعتبر الحفاظ على الهوية الوطنية مهمة حيوية وتواجهه تحديات كبيرة نتيجة الاعلام الاجنبي ومواقع التواصل الاجتماعي التي تهدد الأصول والقيم التقليدية وتؤدي إلى فقدان الهوية. ومن هذا المنطلق، حيث يلعب وسائل الإعلام دوراً حاسماً في تعزيز وصيانة الهوية الوطنية.

ومن هذا المنطلق يمكننا القول بوجود علاقة قوية بين وسائل الاعلام وترسيخ الهوية الوطنية فمن خلال وسائل الاعلام يشعر الناس بالترابط ومن خلاله يمكن ان يتجاوز كل الولاءات الطبقية، حيث انه عامل أساسي لتدعيم فكرة الكيان السياسي والاجتماعي والجغرافي للوطن، ولذلك نلاحظ أن اغلبية عينة الدراسة كانوا يتابعون وسائل الاعلام.

2. مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهجيتها

تأتي تحديات متعددة تقابل المواطن السعودي من خلال محاولات لتفتيت الهوية وتشتيت الوطنية والمواطنة لديه، إضافة إلى استخدام اسلحة حروب الجيل الرابع بخطط تدميرية ممنهجة متعددة الأسلحة لا سيما منصات التواصل الاجتماعي من مكانة لدى الأجيال الجديدة وما فتحت من أبواب خطر سواء مقصود أو غير مقصود على الأمن الفكري.

الأمر الذي يجعل بناء الوعي المجتمعي قضية دولة وهدف أمن قومي وركيزة للانطلاق في رؤية المملكة 2030، وبناء وعي المواطن يبدأ بوعيه بهويته ثم هوية وطنه واعتزاز الانتماء إليه، وإذا كانت قضية الوعي هي قضية إعلام أولاً، فمن هنا تأتي مشكلة الدراسة المتركرة في التعرف على: "علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية"

3. منهج البحث: اعتمدت الدراسة على "منهج المسح حيث أجريت على عينة قوامها 680 مفردة من الذكور والإناث من أفراد المجتمع السعودي، والمتنوعين في فئاتهم العمرية والتعليمية، وقد جاء تمثيل الذكور في العينة بنسبة 63% مقابل 37% للإناث.

¹ كربية، كريمة محمود، (2021)، "جدال الهوية والإعلام الجديد، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية"، مج (12)، (ع 13) جامعة السلطان قابوس.

² العقون، صالح. الأبرش، محمود (2019)، "آليات تعزيز الهوية الوطنية"، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مج 03، ع 10، جامعة الوادي



4. أهداف الدراسة :

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية، وينبثق عنه عدة أهداف فرعية منها
- تحديد مدى متابعة وسائل الإعلام السعودية المختلفة.
 - التعرف على مدى متابعة وسائل الإعلام السعودية.
 - التعرف على أهم الوسائل التي تحرص على متابعتها.
 - محاولة التعرف على أهم القضايا والأحداث التي تركز عليها وسائل الإعلام.
 - التعرف على مدى الاهتمام بمعرفة كل ما يطرح حول قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام
 - التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بمعالجة قضية الهوية الوطنية بالدرجة الكافية.
 - الوقوف على تقييم الجمهور السعودي لأساليب معالجة هذه الوسائل لهذه القضية.
 - محاولة التعرف على أساليب التناول الإعلامي لقضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام.
 - التعرف على مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على معارف الجمهور.
 - التعرف على مدى معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على مشاعر الجمهور.
 - التعرف على التأثيرات المطروحة من وسائل الاعلام من واقع مشاعر الجمهور السعودي.

5. تساؤلات الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية، وينبثق عنه عدة أهداف فرعية منها
- ما مدى متابعة وسائل الإعلام السعودية المختلفة.
 - ما أهم الوسائل التي تحرص على متابعتها.
 - ما أهم القضايا والأحداث التي تركز عليها وسائل الإعلام.
 - ما مدى الاهتمام بمعرفة كل ما يطرح حول قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام
 - ما مدى اهتمام وسائل الإعلام بمعالجة قضية الهوية الوطنية بالدرجة الكافية.
 - ما تقييم الجمهور السعودي لأساليب معالجة هذه الوسائل لهذه القضية.
 - ما أساليب التناول الإعلامي لقضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام.
 - ما مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على معارف الجمهور.
 - ما مدى معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على مشاعر الجمهور.
 - ما التأثيرات المطروحة من وسائل الاعلام من واقع مشاعر الجمهور السعودي.



6. أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة، في فهم طبيعة تأثير وسائل الإعلام المرئية، والمسموعة، والمقروءة على الوعي الاجتماعي لدى المجتمع السعودي في الحفاظ على الهوية الوطنية، وبناءً على المعطيات السابقة كان لهذه الدراسة أهمية خاصة، حيث يوجد العديد من المبررات التي تجعل لهذه الدراسة أهمية خاصة على مستوى الفكر العملي، وتجعلها إضافة بناءة لموضوع الدراسة. وتتمثل أهمية الدراسة في:

1. توضيح الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام بصفة عامة في التأثير على إدراك المتلقي لهويته الوطنية وتعامله مع قضايا بلاده.
2. إظهار أهمية رفع الوعي المجتمعي وعلاقة ذلك بهوية المواطن والتعامل الإعلامي معها

7. الاطار النظري:

1.1. الهوية:

ان دعم انتماء الجمهور السعودي لوطنهم، وتحفيزهم للتعرف على هويتهم الوطنية وعاداتهم وتقاليدهم وقيم وثقافة المجتمع السعودي، ودفعهم للتمسك بلغتهم العربية وانتمائهم لبلدهم، وترغيبهم في معرفة واقع المجتمع السعودي ومتابعة التطورات التي تحدث في المملكة والتغييرات والتنمية في كافة الأصعدة والمجالات لبناء المملكة ضمن رؤية 2030. ان وسائل الإعلام المحلية الوطنية لا تستطيع تحقيق أهدافها في الحفاظ على الهوية الوطنية ما لم يتمكنوا من الحفاظ على هوية الجمهور التقليدية والقدرة على جذب جمهور جدد، وتحقيق هذا الهدف من خلال إبراز مزايا ثقافتهم الوطنية.

2.7. أهمية الهوية الوطنية بالنسبة للمجتمع

يحتل موضوع الهوية الوطنية أهمية بالغة لما له من علاقة مباشرة بأفراد المجتمع، فبقدر النجاح في بناء وتكوين هوية وطنية متميزة تضم مختلف أفراد المجتمع أدى ذلك الى تحقيق درجات متقدمة من رقي المجتمع وتطوره¹. ومن المؤكدات على ما تعنيه عبارة الهوية الوطنية أنها لا تشير فقط إلى الانتماء للأرض بقدر ما تؤكد الالتزام الأخلاقي بمجموعة من القيم والأخلاق التي تعكس أفعالاً تعزز الاستقرار في الوطن والدفاع عنه والتقيد بنظامه واحترام قوانينه². يشهد العلم ثورة معلوماتية كان لها إيجابياتها وسلبيات عديدة على رأسها فوضوية المشهد الإعلامي الذي يتأثر به كثيراً من الشباب والمراهقون.

وهناك علاقة طردية بين الهوية الوطنية ووسائل الاعلام فكلما كانت وسائل الاعلام قوية ومؤثرة لدى الجمهور كلما زاد الشعور بالانتماء إذ إن كلا منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به، فالجمهور عندما يعرف أن هويته ترتبط بهوية المجتمع عن طريق وسائل الاعلام التي يتابعها فإن هذا يجعله يتمسك ويرتبط بمجتمعه.

¹ العقون، صالح & الإبرش، محمود(٢٠١٩)، "آليات تعزيز الهوية. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع". المجلد (٣)، العدد (1).
² مركز دراسات الوحدة العربية (2013)، "الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر"، سلسلة كتب المستقبل العربي (68)، القاهرة، ص228



3.7. أهمية الوعي المجتمعي والحفاظ على الهوية الوطنية

تعرض الكثير من الدول والمجتمعات المعاصرة لتحديات حقيقية في تكوينها الأساسي وهو الهوية الوطنية بسبب التطور الاتصالي وظهور وسائل الاعلام الجديدة والتي تستهدف إضعاف قيم الانتماء للوطن وتحطيم الشعور بالانتماء للدولة.

4.7. مفاهيم وسائل الإعلام :-

وسائل الاعلام بمفهومها ومصطلحاتها، هي الوسائل التي تستخدم للتواصل مع الجمهور المستهدف، من أجل نقل الاخبار والمعلومات الصحيحة بالحقائق الموضوعية دون تحريف، لاطلاع الراي العام بما هو مطروح من قضايا تهم المجتمع بشكل عام، حيث حصرها في وسائل الاعلام المقروءة والسمعية، ووسائل الاعلام السمعية والبصرية.

5.7. محددات دور الاعلام في تعزيز الهوية الوطنية

1.5.7. تحديات البيئة الاعلامية والحفاظ على الهوية الوطنية

من الملاحظات الجديرة بالذكر أن وسائل الإعلام كانت تخدم الهوية الوطنية في السابق بصورة أفضل أكثر من الفترة الحالية وذلك قبل دخول وسائل الاعلام الجديدة مثل مواقع التواصل الاجتماعي، أما في الوقت الحالي فلم تعد تهتم البيئة الاعلامية بالهوية الوطنية.¹

والهوية الوطنية قابلة للتغيير تتأثر بالزيادة والنقصان ويعد الإعلام أهم القوى المؤثرة في ذلك خاصة إذا أجاد الموازنة بين الثقافة العامة ونقلها مع الحفاظ على الهوية الوطنية، من خلال عمليات بناء الوعي وتوحيد المشهد الإعلامي في إطار رؤية استراتيجية تلعب على الدور التنموي للإعلام للحفاظ على الهوية

ويجب حث وسائل الاعلام المختلفة على أن تكون هناك مبادرات تقودها جهات وهيئات مجتمعية في هذا المجال سواء هيئات ومجالس متخصصة في مجال الإعلام أو الثقافة لتقديم تصورات لإنتاج ثقافي وإعلامي يصب في خدمة الهوية الوطنية²، وخاصة وفي ظل العصر الرقمي بات الجمهور يذهب لتفضيلاته مباشرة حيث يتطلب من القائم بالاتصال أن يفهم هذا الجمهور جيداً ليستطيع العمل على جذب، وبما يمكن الإعلام الوطني من تحقيق أهدافه.

وبالتالي يمكننا القول بأن المتغيرات المتلاحقة على البيئة الاعلامية قد أثرت سلباً على وسائل الإعلام المحلية في الاهتمام بموضوع الهوية الوطنية بسبب طغيان المبدأ التجاري وإنتاج ما يجلب الإعلانات

2.5.7. قيم الهوية الوطنية في الرسائل الإعلامية :

¹ غسان والطراح، مرجع سابق ص 15

² الخضر عبد الباقي محمد (1999)، "الحركات الإسلامية في عصر العولمة" ط 10 القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية ص 99



- هناك قيم يفترض أن تتوفر في الرسائل الإعلامية على اختلاف أشكالها وأنواعها والتي يجب أن تتضمنها وتكون منهجاً لكل مؤسسة إعلامية وطنية، تنطلق منها في عملها الإعلامي الوطني ومن بينها¹
1. قيمة الاتحاد والتماسك المجتمعي
 2. ترسيخ قيمة المواطنة الصالحة
 3. قيمة الاعتزاز والمحافظة على التراث الوطني المادي والمعنوي.
 4. قيمة إبراز المنجزات المحلية.

3.5.7. دور الإعلام التقليدي في المحافظة على الهوية :

مع التوسع الكبير في استخدام ، لم يعد لوسائل الإعلام التقليدية الدور الأكبر في ذلك الأمر، وذلك إذا ما قورنت بوسائل التواصل الاجتماعي وعلى ذلك يجب استثمار تلك الوسائل ووسائلها من أجل الأهداف الوطنية وغرس أفكار إيجابية تحقق تغيير اجتماعي وثقافي، وقيام الدولة بمراقبة المصنفات الإعلامية والإعلانية في مختلف وسائل الإعلام وفلترتها، وبالرغم من صعوبة تنفيذ هذه المهمة، خاصة عندما يتعلق الأمر بوسائل التواصل الاجتماعية إلا إنها تبقى في غاية الأهمية².

4.5.7. تأثير الشباب والمراهقين بأنماط الإعلام الجديد:

إن أغلب سكان المملكة من الشباب وهي تعد مرحلة البناء الفكري والنمو العقلي، فيحصل للشباب تقلبات سريعة، ويصل إلى مرحلة يقبل فيها كل ما يلقي إليه من أفكار، خاصة إذا لم يتابع ويوجه من قبل أسرته ومجتمعه، لذلك كله كان الشباب هدف ومطمع³.

إن ما ينبغي قوله هنا أن ثقافة الشباب ليست مجرد تبسيط أو تسطيح للثقافة العامة التي تشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات، والإمكانيات التي يكتسبها الفرد بصفته عضواً في المجتمع. إنما ينبغي أن تتوفر فيها عناصر ومضامين ثقافية خاصة بالمراهقين⁴

5.5.7. الإعلام وصناعة الهوية

يمثل الإعلام عبر مختلف وسائله ومستوياته أداة ووسيلة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تهميش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، وفي ضوء متغيرات العصر ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كميًا وكيفياً

¹ حميد فاضل حسن، (2007)، "الهوية العراقية وبناء الدولة، مجلة العلوم السياسية، السنة الثامنة عشرة، العدد (34) ، (كانون الثاني- حزيران ص154.

² عبد الرحمن، إصلاح عبد الناصر(٢٠٢٢)، "الأمن الفكري في المجتمع الرقمي نحو هندسة اجتماعية بناءة"، مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم(الانسانيات والعلوم الاجتماعية).المجلد (١٤)العدد (٢)

³ عريق، لطيفة،& نصيب، عتيقة، (٢٠١٩) ، "أزمة الهوية لدى الشباب العربي في ظل استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي". مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع. مجلد(٣)، العدد (٢)، ص٨_١٩.

⁴ -السيد، علا طلعت(٢٠٢٢) ، "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي «التماس المعلومات» والاعتماد على وسائل الإعلام» دراسة ميدانية". مجلة كلية الآداب.العدد(٦٤)، ص٩٧_١٢٥.



زادت وتضاعفت الوظائف المرتقبة من الإعلام ووسائله ومخرجاته، الجاد منها والخفيف، كما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لتلبية كثير من احتياجاتهم وإشباع رغباتهم، وتضاعف الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي جزءاً من حياة المواطن، أيا كانت خصائصه أو قدراته أو مستواه الاقتصادي والاجتماعي¹

على ضوء ما سبق عرضه نجد أنّ العمل في إطار تعزيز الهوية الوطنية هو الذي يعطي التميز للرسالة الإعلامية، وما يربط الفرد بوسيلة إعلامية هو أن يرى نفسه وقضاياها وما يشغله من خلالها، وهو ما ينعكس على حالة الرضا بين وسائل الإعلام وبين أفراد المجتمع، كما أن مشاركة وسائل الإعلام في التعامل مع التحديات التي تواجه المجتمع في المحافظة على هويته، والقضايا الواجب علاجها، وتعظيم دورها في ذلك، هو ما يجعل المواطن ينظر إليها باعتباره مواطناً صالحاً.

6.5.7. الأدوار التي يجب ان تقوم بها وسائل الاعلام في تعزيز الهوية الوطنية:

1. تناول القضايا الحقيقية التي تهم المواطن وتشغل فكره، وتساهم معه في وضع الحلول.
2. ربط تعزيز الهوية الوطنية بتعزيز الهوية الثقافية، والتي لا تكون بغير تمكين اللغة العربية
3. تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل الإعلام، من خلال تقديم برامج تمثل واقعنا الثقافي.
4. اهتمام بوسائل الإعلام بتعزيز الهوية الوطنية وان لا ترتبط بمناسبات وطنية فقط.
5. أهمية الانفتاح على كافة الثقافات، والاستفادة من علوم العصر ومعارفه الحضارية المتطورة.
6. حاجة الوطن إلى إعلام يكشف الحقائق ويقوم بطرح المشاكل بكل شجاعة وجرأة.
7. العمل على توطيد وظائف الإعلام في البلد، لإنجاح عملية الإحلال والتوطين والهوية الوطنية
8. وضع استراتيجية واضحة المعالم لمعرفة ماذا تريد السلطة بالضبط من وسائل الإعلام؟
9. تمكين وسائل الإعلام توثيق التراث الثقافي، وبالتالي تعزيز الوعي الوطني والانتماء للهوية.
10. تمكين وسائل الإعلام لتعزيز القيم والمبادئ التي تشكل جزءاً من الهوية الوطنية، مثل اللغة.
11. توفير وسائل الإعلام منصة للمناقشة والحوار حول مفهوم الهوية الوطنية وكيفية تعزيزها.
12. تمكين وسائل الإعلام لتسليط الضوء على التحديات والفرص التي تأتي مع العولمة، مما يساعد في توعية الجمهور بأهمية الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية.
13. مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز التواصل والتفاعل الثقافي مع العالم الخارجي، مما يساعد في تقديم صورة إيجابية عن الهوية الوطنية.
14. يجب على وسائل الإعلام الالتزام بمعايير الجودة والأخلاقيات في تقديم المحتوى الثقافي والوطني.

¹ -الحديدي، منى سعيد، على، سلوى إمام (٢٠١٦)، "الإعلام والمجتمع"، ط٤. القاهرة:الدار المصرية اللبنانية



6.7. الدراسات السابقة:

1.6.7. مدى متابعة وسائل الإعلام السعودية المختلفة

- يسعى بحث (الذبياني، 2023)¹، الى استكشاف دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة. وكذلك دورها في التصدي لسلبيات المحتملة للعولمة في المجتمع السعودي. وتوضح العلاقة بين وسائل الإعلام والهوية الثقافية الوطنية في ظل العولمة
- تهدف دراسة (محمد، 2022) لتناول ما يمكن أن يقوم به الإعلام في مجال تعزيز الهوية الوطنية وتشكيل الوعي لدعم قيم الانتماء لدى المواطنين لخدمة جهود التنمية واستقرار الأوطان.
- تهدف دراسة (ابيش، 2021)²، الى إبراز الدور المنوط بوسائل الإعلام كواحدة من أكثر مؤسسات التنشئة الاجتماعية تأثيراً في هذا العصر، في مواجهة التحديات التي باتت تعرفها المجتمعات الإنسانية في ظل العولمة، وخاصة فئة الشباب بوصفها الفئة الأكثر عرضة لعواصف العولمة والأشد تأثراً بوسائلها ورسائلها خاصة الثقافية منها.
- أثبتت دراسة (العساف، 2020)³ ان شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر مصادر الحصول على معلومات متعلقة بقضايا الهوية الوطنية.
- استهدفت دراسة (عوامرة، 2020)⁴ توضيح اثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية لدى طلبة الدراسات العليا وتوصلت الدراسة الى وجود تأثير مرتفع لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية.
- أشارت دراسة (مختار، 2020)⁵ إلى ارتفاع متابعة الشباب العربي عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة قيم المواطنة والانتماء.
- وتوصلت دراسة (العساف، 2020)⁶ ان شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر مصادر الحصول على معلومات متعلقة بقضايا الهوية الوطنية

¹ الذبياني، عيسى خنيفر، (2023)، " دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة والتصدي لسلبيات العولمة في المجتمع السعودي"، مج (3)، ع (1)، مجلة العهد للدراسات النوعية.

² ابيش، سمير، (2021)، " وسائل الإعلام ودورها في تعزيز الهوية الوطنية للشباب الجزائري في ظل تحديات العولمة الثقافية"، مج (11)، ع (3)، ص (20-37) مجلة القيس للدراسات النفسية والاجتماعية. جامعة حمد الصديق بن حيي جيجل (الجزائر)

³ العساف، عبد الله عبد المحسن، (2020)، "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2).

⁴ عوامرة، عبد السلام، (2020). "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية"، مجلة العلوم السياسية والقانون، عدد (24) مجلد (4)، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا.

⁵ مختار، أسماء الجيوشي، (2020)، "رؤية الشباب العربي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة والانتماء"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2)

⁶ العساف، عبد الله عبد المحسن، (2020)، "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2).



- وتوصلت دراسة (عبد الرحمن، 2020)¹ ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية الأفراد العينة، وتحدد التأثيرات المعرفية في التعرف على أحداث وقضايا جديدة، وتكوين آراء عن القضايا والأحداث، وتضمنت التأثيرات الوجدانية تدعيم التواصل المعنوي مع الوطن، والاهتمام بشئون الوطن، والتأثيرات السلوكية المشاركة في كتابة الآراء حول الأحداث.
- وأكدت دراسة (عبد الرحيم، محمود، 2017)² ارتفاع نسبة مشاهدة الحملات الإعلامية، وتأثير متغير الإقامة على مشاهدة الحملات الإعلامية، وعلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- وأثبتت دراسة (سعد، 2016)³ أن أهم ثلاثة مصادر اعتمد عليها أفراد العينة للحصول على المعلومات أثناء أزمة جزيرتي تيران وصنافير هي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 4.45 %، وجاء في الترتيب الثاني المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 7.72 %، وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الفضائية الإخبارية الفضائية بنسبة 5.02 %، وكانت درجة ثقة المبحوثين في المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي مرتفعة. ومن أهم أسباب اعتماد افراد العينة محل الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي التغطية السريعة للأخبار وتقديم الموضوع بلغة سهلة وبسيطة، والمتابعة المستمرة للحدث وتغطية كل ما هو جديد ومرتببط بالحدث بنسبة 5.22 %.
- وأثبتت دراسة (رمضان، 2016)⁴ من تصدر الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة بنسبة 7.22 %، كما جاءت اللهجة العامية في مقدمة اللغات التي تستخدمها عينة الدراسة في تصفح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 2.50 %، تلاها اللغة العربية الفصحى 2.22 %، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 2.72 % وكانت أهم دوافع متابعة عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي التعرف على الأوضاع في المجتمع الخارجي، والوصول الى معلومات مختلفة أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.
- كما أشارت دراسة (الجمال، 2012)⁵ إلى كثافة استخدام المصريين المغتربين للإنترنت بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص لمتابعة الأحداث في مصر. في ذات السياق.

¹ الطنباري، فاتن عبد الرحمن، (2014)، ورحاب طلعت محمد، مؤمن جبر عبد الشافي. "الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويوتيوب"، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد (17)، عدد (63).

² عبد الرحيم، رشا، ومحمود انجي حلمي، (2017)، "اتجاهات المصريين المقيمين والمغتربين نحو فعالية الحملات الإعلامية في حشد الرأي العام بشأن المشاركة المجتمعية: حملات شهر رمضان نموذجاً"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (11)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

³ سعد، حمزة محمد، (2016)، "اعتماد الجالية المصرية بالإمارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن قضية جزيرتي تيران وصنافير"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد (14-15)، جامعة الأهرام الكندية.

⁴ رمضان، ايمان السيد جمعة، (2016)، "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي نحو الأحداث الجارية لدى المغتربين بالدول العربية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد (5)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

⁵ الجمال، رباب، (2012)، "دور المواقع الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر" متوفر على الموقع



يتضح من بيانات الرسم البياني أعلاه أن نسبة الذكور 62.6% أعلى من نسبة الإناث 37.4% وكانت الأغلبية لصالح المتزوجين بنسبة تقارب من 67% أما الفئة العمرية الغالبة هي التي تتراوح ما بين 21-40 عاماً بنسبة 75.6%، وكان الراتب الشهري غالباً ما يتراوح ما بين 5000-10000 ريال، وكانوا أكثر من نصف عينة الدراسة من الجمهور السعودي 56% تقريباً حاصلين على درجة الماجستير، وتمرکزين أغلبهم في منطقتي مكة المكرمة والرياض بنسبة تقارب 15% لكل منهم، وهذا ما يوضحه الشكل البياني أعلاه:

جدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب مدى متابعة وسائل الإعلام السعودية المختلفة

النسبة	التكرار	مدى المتابعة
54.4	370	دائم
37.6	256	أحياناً
7.9	54	نادراً
100	680	الاجمالي

أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الجمهور السعودي 54% يتابعون قضايا الهوية الوطنية بشكل دائم، بينما ذكر 37.6% من العينة أنهم يتابعونها أحياناً، فيما قال 8% إنهم يتابعونها بشكل نادر، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (مختار، 2020) ارتفاع متابعة الشباب العربي عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة قيم المواطنة والانتماء.

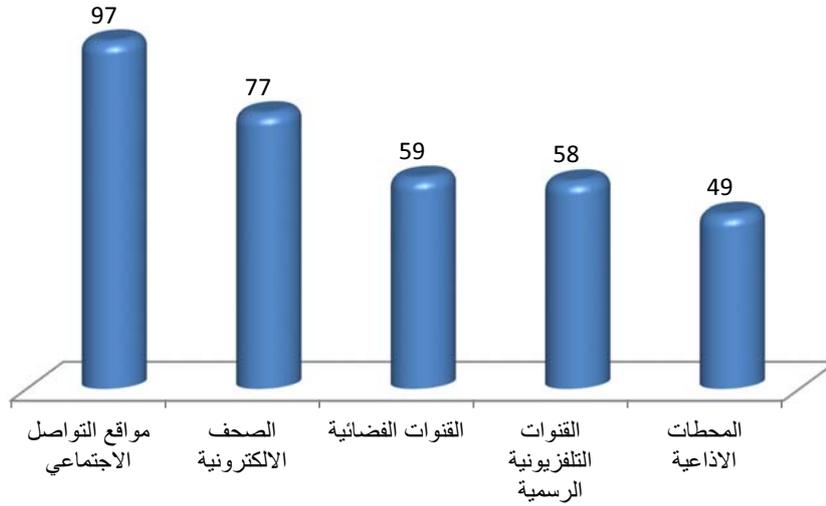
وتعددت الأسباب التي تقف خلف اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي السعودي في تشكيل مدركاته واتجاهاته نحو قضية الهوية الوطنية السعودية، إذ جاء موضعيتها وتوازنها وعدم انحيازها بنسبة 20%، وانفرادها ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المصادر الأخرى بنسبة 18%، في المرتبة الثانية يليها لأنها تمارس دوراً نقدياً ورقابياً على سلطات الدولة بنسبة 14%، لأنها وسيلة أتعرف من خلالها على سياسات الدولة بنسبة 13%، ثم لأنها تعكس في معالجاتها أجندة اهتماماتي وأولوياتي بنسبة 12%، لأنها تعبر عن ضرورات المصلحة الوطنية بها بنسبة 6%، وأخيراً لأنها تلتزم بمعايير الموضوعية في معالجاتها للقضايا والأحداث المختلفة بنسبة 5%.

أما أسباب عدم الحرص على متابعة وسائل الإعلام السعودية فكانت تتلخص في لأنها لا تعبر عن كافة وجهات النظر السائدة ولا تعكس مناخ التعددية والتنوع السائد في المجتمع، ولارتباطها بتوجهات السلطة وعدم استقلاليتها، ولأنها لا تعبر عن هموم الجماهير وتطلعاتها وأولوياتها، وتميل إلى الاستسهال في معالجة القضايا والأحداث المختلفة، وكونها تعبر عن مصالح ملاكها وتوجهاتهم ولا تعبر بالضرورة عن المصلحة العامة، لأنها غير موضوعية ومنتحيزة في معالجاتها، وهذا ما



يوضحه الشكل البياني اعلاه:

شكل رقم (2) : توزيع افراد العينة حسب أهم الوسائل التي تحرص على متابعتها



وأظهرت نتائج الدراسة أن أهم المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا الهوية الوطنية السعودية هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 97% ثم الصحف الإلكترونية بنسبة 77%، تليها القنوات الفضائية بنسبة 59%، ثم القنوات التلفزيونية الرسمية بنسبة 58%، وفي المرتبة الأخيرة الإذاعة بنسبة 49%.

وجاءت قضايا الإصلاح الاجتماعي في المرتبة الأولى بين أهم القضايا والأحداث التي يعتقد الجمهور أن وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى تركز عليها في المعالجات والمناقشات المختلفة الدائرة، تلاها وبفارق قليل مواجهة الإرهاب والعنف السياسي الذي تمارسه الجماعات الإرهابية، ثم مستقبل المملكة في ظل التحديات السياسية الحالية، أما قضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي فاحتلت المرتبة الرابعة، وجاءت المشروعات الوطنية التي بدأت الدولة في تنفيذها في المرتبة الخامسة، ثم قضية الهوية الوطنية وضرورات الحفاظ عليها، تلاها وبفارق قليل مخططات ضد الدولة السعودية ومحاولة اختراقها داخليا وخارجيا، أما الأزمات والمشكلات اليومية الناتجة عن قصور الأداء الحكومي فجاءت في المرتبة الثامنة، أما العلاقة مع الدول العربية الشقيقة وأهمية مساندة السعودية في المرتبة قبل الأخيرة، واخيراً مشاركة الشباب في الحياة السياسية

وكان من اسباب الاهتمام بمتابعة ومعرفة ما يدور حول هذه القضايا في وسائل الإعلام، لأنها تتعلق بمستقبلي ومستقبل أبنائي وأهلي، ولأن هذه القضية قضية وطن بالدرجة الأولى، ولأنها تتعلق بالكرامة الوطنية للدولة والشعب معا، ولأننا نعرف على كافة أبعاد هذه القضية وتأثيراتها المختلفة، ولأنني أستشعر قدرا من الخطورة نتيجة ما يحاك من مؤامرات تهدد هوية الدولة،



مطلق بن سعود المطيري

وكذلك لانشغال معظم المحيطين بي من الأهل والأصدقاء وزملاء العمل بها، ولأن نظام الحكم الحالي يعتبرها من أولويات القضايا الوطنية التي يجب التكاثر من أجلها، ولأن وسائل الإعلام تركز على هذه القضية وتسلب الضوء عليها أما أسباب عدم الاهتمام بمعرفة ما يدور حول قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام وغيرها من المصادر الأخرى فكانت تتلخص في التالي: لأن ما يقدم عنها في وسائل الإعلام وفي المصادر الأخرى غير كاف ولا يتسم بالوضوح، لأنها مسئولية الدولة وليست مسئولية الأفراد.

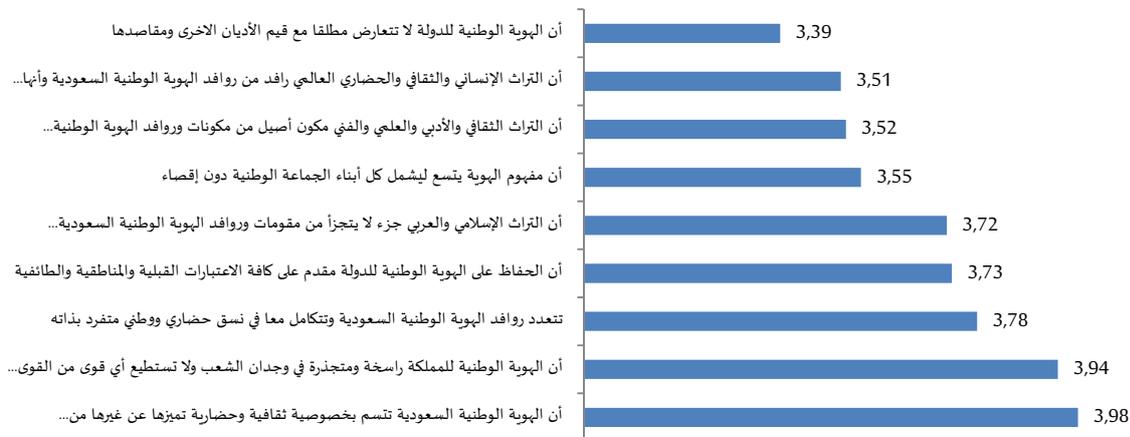
جدول رقم (2): توزيع افراد العينة حسب مدى الاهتمام بمعرفة كل ما يطرح حول قضية الهوية

النسبة	التكرار	مدى الاهتمام
52.8	359	إلى حد ما
39.3	267	إلى حد كبير
7.9	54	لا أهتم
100	680	الاجمالي

وتشير بيانات الجدول اعلاه أن اغلبية عينة الدراسة من الجمهور السعودي 92% كانوا يهتمون بمعرفة كل ما يطرح حول قضية الهوية الوطنية سواء في وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، تلاها وبفارق كبير وبنسبة لا تتعدى 8% لصالح الجمهور الغير مهتم.

شكل رقم (3): المتوسطات الحسابية لأهم الأفكار والقضايا التي تركز عليها وسائل الإعلام في معالجاتها لقضية الهوية

الوطنية





تشير بيانات الرسم البياني أعلاه أن الهوية الوطنية السعودية تتسم بخصوصية ثقافية وحضارية تميزها عن غيرها من الشعوب العربية الأخرى جاءت من أهم الأفكار والقضايا المطروحة التي تركز عليها وسائل الإعلام في معالجتها لقضية الهوية الوطنية بمتوسط (3.89).

وجاءت القضايا المطروحة الهوية الوطنية للمملكة راسخة ومتجذرة في وجدان الشعب ولا تستطيع أي قوى من القوى السائدة تغييرها، وتتعدد روافد الهوية الوطنية السعودية وتتكامل معا في نسق حضاري ووطني متفرد بذاته، والحفاظ على الهوية الوطنية للدولة مقدم على كافة الاعتبارات القبلية والمناطقية والطائفية، بمتوسطات تراوحت بين (3.73 حتى 3.94)، واخيراً جاءت العبارة أن الهوية الوطنية للدولة لا تتعارض مطلقاً مع قيم الأديان الأخرى ومقاصدها. وبالنسبة لأسباب الاعتقاد بأن وسائل الإعلام لا تهتم بمعالجة هذه القضية بدرجة كافية وذلك لانشغال الإعلاميين بأجندة مصالحهم ومصالح وأولويات مصادرهم التي يعتمدون عليها، ولأنها منشغلة بشكل كبير بالقضايا الهامشية وغير الجادة، التي تحقق لها سعة الانتشار والحصول على الإعلانات، ولأن القائمين على شئون هذه الوسائل يعتقدون أن هذه القضية من قضايا النخب السياسية والثقافية والفكرية التي قد لا تروق للجمهور العام، ولأن معظم من يتناولون هذه القضايا من الإعلاميين يبدون غير مؤهلين لمناقشتها، واخيراً لأن جمهور وسائل الإعلام لا يهتم بمثل هذه النوعية من القضايا.

جدول رقم (3) : توزيع افراد العينة تبعاً لمدى رؤية ان وسائل الإعلام تهتم بمعالجة قضية الهوية

النسبة	التكرار	مدى رؤية وسائل الاعلام
15.1	103	إلى حد كبير
55.1	375	إلى حد ما
29.7	202	نادراً ما تهتم
100	680	الاجمالي

تشير بيانات الجدول أعلاه أن أكثر من نصف عينة الدراسة 55% كانوا يؤكدون ان رؤية وسائل الإعلام تهتم بدرجة متوسطة بمعالجة قضية الهوية الوطنية، تلاها وبنسبة تقارب من 30% نادراً ما تهتم، واخيراً وبنسبة 15% لصالح وسائل الاعلام التي تهتم بدرجة كبيرة.

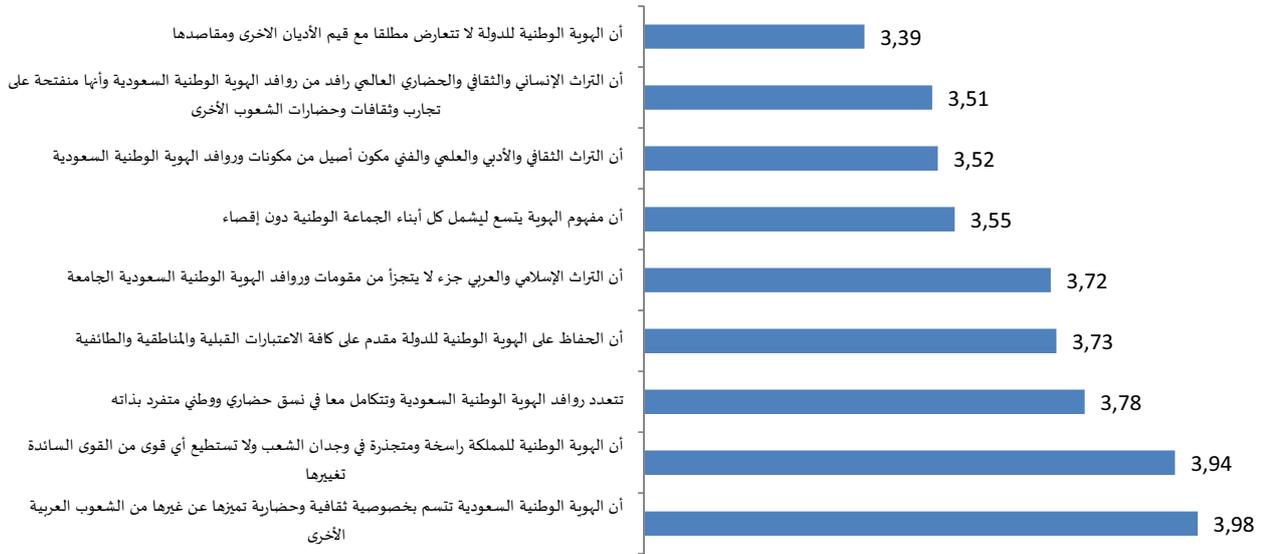


جدول رقم (4): توزيع افراد العينة حسب تقييم أساليب معالجة هذه الوسائل لهذه القضية

النسبة	التكرار	تقييم أساليب معالجة هذه الوسائل لهذه القضية
49.8	339	تقليدية
27.3	186	متميزة
22.8	155	محايد
100	680	الاجمالي

تشير بيانات الجدول اعلاه أن ما يقارب من نصف عينة الدراسة (50%) كانوا يقيمون أساليب معالجة هذه الوسائل لهذه القضية بأنها تقليدية، تلاها وبفارق كبير ونسبة (27%) انها معالجة متميزة، واخيراً وبنسبة تقارب من (23%) كانوا على الحياد.

شكل رقم (4): المتوسطات الحسابية لمدى الاتفاق مع سمات وأساليب تناول الإعلام لقضية الهوية



تشير بيانات الرسم البياني اعلاه أن عينة الدراسة وافقوا على أن المساحات المتاحة لمناقشة قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام لا تتناسب مع أهمية القضية وخطورتها، كما تقدم القضية في قوالب وأشكال فنية تقليدية، كما يغلب عليها عند معالجتها لقضية الهوية الوطنية طابع الاستسهال والسطحية، وتغليب الاعتبارات المهنية والأخلاقية على غيرها من الاعتبارات الأخرى، كما يغيب الجمهور العام عن أجندة وسائل الإعلام كمصادر وأصحاب مصلحة عند مناقشة القضية، كما تهتم بتقديم قضية الهوية الوطنية باعتبارها قضية سياسية وأيديولوجية دون النظر إلى جوانبها الثقافية والحضارية والقيمية بمتوسطات تراوحت بين (3.45 حتى 3.84)



أما عينة الدراسة التي وقفت على الحياد فكانت تتمثل في ميل وسائل الإعلام في معالجتها لقضية الهوية الوطنية إلى طابع الإنارة والتهويل وعدم العقلانية، كما تحرص على الربط بين الحفاظ على هوية الدولة ، واستقرار المجتمع ومصالحه ووحدة شعبه، وكذلك استضافة رموز فكرية وثقافية وسياسية تتمتع بمصداقية لدى الجمهور، كما تركز وسائل الإعلام في معالجاتها لقضية الهوية على أهميتها وضرورتها الوطنية، وتهتم بإبراز التأثيرات السلبية والمخاطر الناشئة عن تهديد شكل الهوية الوطنية السعودية وطابعها الراسخ، كما تناقش وسائل الإعلام قضية الهوية الوطنية من مختلف جوانبها وأبعادها السياسية والثقافية والفكرية والدينية والحضارية بشكل متعمق، واخيراً تعكس وسائل الإعلام في معالجتها لقضية الهوية الوطنية مناخ التعددية والتنوع السائد في المجتمع بمتوسطات تراوحت بين (2.8 حتى 3.37).

جدول رقم (5): توزيع افراد العينة حسب مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المعارف

والمعلومات حول هذه القضية

النسبة	التكرار	مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية
67.8	461	لم تؤثر
26.4	319	أثرت
12.6	86	محايد
100	680	الاجمالي

تشير بيانات الجدول اعلاه أنه لا يوجد تأثير لمعالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المعارف والمعلومات حول هذه القضية بنسبة تقارب (68%) وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة، أما الجمهور السعودي الذين يرون انها مؤثر فكانت نسبتهم (26%) تقريباً، واخيراً وبنسبة (13%) للجمهور السعودي المحايد. وأثرت معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المعارف والمعلومات حول قضية الهوية الوطنية وذلك بإضافة إلي معارفي ومعلوماتي جوانب وعناصر إضافية ، لم أكن أعرفها من قبل، كما ساعدت الجمهور في بناء تصور واضح حول هذه القضية وأهميتها للوطن وأبنائه، وأسهمت بدور مهم في تصحيح كثير من المفاهيم والمعتقدات الخاطئة تحديث معارفهم ومعلوماتهم حول هذه القضية، كما أنها لم تعمل على تطوير مفهوم الهوية الوطنية.



جدول رقم (6): توزيع افراد العينة حسب مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المشاعر تجاه الدولة والوطن

النسبة	التكرار	مدى تأثير معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية
42.8	291	أثرت
34.3	233	محايد
23	156	لم تؤثر
100	680	الاجمالي

كما تشير بيانات الجدول اعلاه أنه يوجد تأثير من قبل معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المشاعر تجاه الدولة والوطن وذلك بنسبة تقارب من (43%)، تلاها وبنسبة (34%) تقريباً لصالح الجمهور السعودي المحايد، واخيراً وبنسبة كبيره نسبياً (23%) ان معالجة وسائل الاعلام لم تؤثر لقضية الهوية الوطنية على المشاعر تجاه الدولة والوطن.

شكل رقم (5): المتوسطات الحسابية لمحور (كيفية النظر إلى التأثيرات التالية المطروحة أدناه كما تدركها من واقع مشاعرك واتجاهاتك الخاصة)



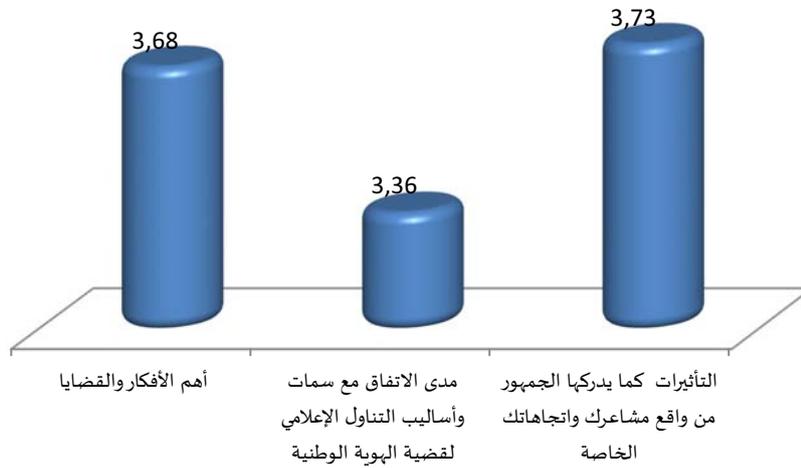
تشير بيانات الرسم البياني اعلاه ان التأثيرات التي اثرت الى حد كبير جداً في الجمهور السعودي كانت تتلخص في أصبح الجمهور أكثر تعلقاً بالوطن وحباً له عن المراحل السابقة، كما أصبحوا شديد العداء والخصومة مع التيارات الإرهابية التي تحاول هدم الدولة وتغيير هويتها بالقوة بمتوسطات حسابية (4.22، 4.24) بالترتيب.

اما التأثيرات الكبيرة فكانت تتلخص في: كما تولدت لديهم ثقة كبيرة في الشعب وقدرته على المشاركة في الحفاظ



على الوطن والهوية الوطنية، وكذلك يشعرون بدرجة كبيرة من الرضا عن مشاركتهم في أنشطة وفعاليات لمساندة الدولة في مواجهة الإرهاب ودعم الهوية الوطنية، كما أصبحوا أكثر فخرا واعتزازا بوطني عن مراحل أخرى سابقة، وكذلك يشعرون بحالة من الثقة في الدولة ونظامها السياسي القائم وبحالة من الخوف من محاولات تهديد الدولة، كم بدأوا يصابوا بالملل من أساليب معالجة وسائل الإعلام لهذه القضية رغم أهميتها وخطورتها بمتوسطات تراوحت بين (3.49 حتى 4.15)، واخيراً كان الجمهور السعودي على الحياد تجاه الشعور بحالة من التوتر والقلق نتيجة لحالة عدم الاستقرار التي يصورها الإعلام عن الواقع في المملكة.

شكل رقم (6): المتوسطات الحسابية لمحاور الدراسة



تشير بيانات الرسم البياني أعلاه أن الأفكار والقضايا التي تركز عليها وسائل الإعلام في معالجتها لقضية الهوية الوطنية كانت مطروحة بمتوسط (3.68 من 5)، أما بالنسبة لمدى الاتفاق مع سمات وأساليب تناول الإعلام لقضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام كان الجمهور السعودي يقف على الحياد بمتوسط (3.36 من 5)، واخيراً توجد تأثيرات كبيرة على الجمهور السعودي من واقع مشاعر الجمهور واتجاهاته الخاصة.

9. نتائج وخلصات الدراسة

- أظهرت نتائج الدراسة أن الجمهور السعودي يتابع وسائل الاعلام بكثافة بنسبة 55% لاستقاء المعلومات حول قضايا الهوية الوطنية، وكان من اسباب الحرص على متابعة وسائل الاعلام لأنها تعبر عن كافة وجهات النظر السائدة وتعكس حالة التعددية والتنوع في المجتمع، أما أسباب عدم الحرص على متابعة وسائل الاعلام السعودية فكانت تتلخص في لأنها لا تعبر عن كافة وجهات النظر السائدة ولا تعكس مناخ التعددية والتنوع السائد في المجتمع



- ومن أهم القضايا والأحداث التي يعتقد الجمهور السعودي أن وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى تركز عليها في المعالجات والمناقشات المختلفة الدائرة هي قضايا الإصلاح الاجتماعي بنسبة 13%، ومواجهة الإرهاب والعنف السياسي الذي تمارسه الجماعات الإرهابية بنسبة 12%.
- كما نلاحظ أن الجمهور السعودي كان مهتم إلى حد ما بخصوص قضية الهوية الوطنية التي تطرح في وسائل الإعلام وذلك بنسبة 53% تقريباً.
- التعلق بمستقبل المواطن السعودي ومستقبل ابنائه واهله كانت من أهم أسباب الاهتمام بمتابعة ومعرفة ما يدور حول قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام وغيرها من المصادر الأخرى بنسبة 22%. أما أسباب العزوف عن الاهتمام بمعرفة ما يدور حول قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام كان لأن ما يقدم عنها في وسائل الإعلام وفي المصادر الأخرى غير كاف ولا يتسم بالوضوح بنسبة 35%.
- وكانت عينة الدراسة تؤكد أن الأفكار والقضايا التي تركز عليها وسائل الإعلام في معالجاتها لقضية الهوية الوطنية كانت مطروحة بمتوسط (3.7 من 5)، وكانت من أهم هذه القضايا الهوية الوطنية السعودية تتسم بخصوصية ثقافية وحضارية تميزها عن غيرها من الشعوب العربية الأخرى بمتوسط (3.98 من 5) وهي مطروحة بنسبة تقارب 67%.
- وكانت رؤية وسائل الإعلام التي تتعرض لها تهتم بمعالجة قضية الهوية الوطنية متوسطة بنسبة 55% وهذا من وجهة نظر الجمهور السعودي.
- وأشارت نتائج الدراسة أن انشغال الإعلاميين بأجندة مصالحهم ومصالح وأولويات مصادرهم التي يعتمدون عليها كانت من أهم أسباب الاعتقاد بأن وسائل الإعلام لا تهتم بمعالجة هذه القضية بدرجة كافية وذلك بنسبة 30%.
- كما أشارت نتائج الدراسة الحالية أن الجمهور السعودي يعتقد أن أساليب معالجة وسائل الإعلام لهذه القضية كانت تقليدية بنسبة 55%.
- وكان الجمهور السعودي يقف على الحياد تجاه الاتفاق مع سمات وأساليب التناول الإعلامي لقضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام وذلك بمتوسط (3.36)، وكان من أهمها أن الجمهور السعودي يعتبر المساحات المتاحة لمناقشة قضية الهوية الوطنية في وسائل الإعلام لا تتناسب مع أهمية القضية وخطورتها بمتوسط (3.84) ونسبة موافقة بلغت 67%.
- كما أكد الجمهور السعودي أن وسائل الإعلام لم تؤثر في معالجاتها لقضية الهوية الوطنية بنسبة 68%.



- تم إضافة إلي معارفي ومعلوماتي جوانب وعناصر إضافية ، لم أكن أعرفها من قبل كانت من اهم معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية بنسبة 31%.
- أثرت معالجات وسائل الإعلام لقضية الهوية الوطنية على المشاعر تجاه الدولة والوطن بنسبة 43%
- وتوصلت الدراسة الحالية بوجود تأثيرات كبيرة مطروحة كما يدركها الجمهور السعودي من واقع مشاعره واتجاهاته الخاصة بمتوسط (3.73 من 5)، وكانت من أهمها أنها أصبحت أكثر تعلقا بالوطن وحبا له عن المراحل السابقة بمتوسط (4.24 من 5).

10. الخاتمة

تناولت هذه الورقة العلمية موضوع علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية وبلورة محورية الإعلام بوسائله المتطورة وما تملكه من قوة مؤثرة في عملية دعم الجهود الرامية لتشكيل الوعي ولبناء الاتجاه الإيجابي عن الهوية الوطنية لتعزيز الحرص على التمسك بقيم الانتماء لدى الأفراد، تناولت بالتحليل ما يمكن أن يقوم به الإعلام في مجال تعزيز الهوية الوطنية وتشكيل الوعي لدعم قيم الانتماء لدى المواطنين في خدمة جهود التنمية واستقرار الأوطان.

11. التوصيات:

- ضرورة وجود مبادرات تقودها جهات وهيئات مجتمعية من هيئات ومجالس متخصصة في مجال الإعلام أو الثقافة لتقديم تصورات لإنتاج ثقافي وإعلامي يصب في خدمة الهوية الوطنية.
- نقترح تضمين مجموعة قيم ومرتكزات عند وضع الخطط البرمجية لتتوفر في الرسائل الثقافية والإعلامية على اختلاف أشكالها وأنواعها.
- من الأهمية بمكان التوسع في تلك النوعية من الدراسات سواء عبر تطبيقها على عينات أكبر حجماً لضمان قدر أكبر من تمثيل المجتمع موضع الدراسة، أو عقد دراسات مقارنة بين منصات مختلفة وقياس أثرها على مسألة الهوية الوطنية من خلال استكشاف الأدوات التي تمكن تلك المنصات من التفاعل مع قضايا الهوية الوطنية.



12. قائمة المصادر والمراجع

1. كربية، كريمة محمود، (2021)، "جدال الهوية والإعلام الجديد، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية"، مج (١٢)، (ع ١٣) جامعة السلطان قابوس.
2. العقون، صالح الأبرش، محمود (2019)، "آليات تعزيز الهوية الوطنية"، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مج ٣، ع ١٠، جامعة الوادي
3. مركز دراسات الوحدة العربية (2013)، "الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر"، سلسلة كتب المستقبل العربي (68)، القاهرة،
4. غسان والطراح،
5. الخضر عبد الباقي محمد (1999)، "الحركات الإسلامية في عصر العولمة" ط 10 القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
6. حميد فاضل حسن، (2007)، "الهوية العراقية وبناء الدولة، مجلة العلوم السياسية، السنة الثامنة عشرة، العدد (34) ¹ عبد الرحمن، إصلاح عبد الناصر (٢٠٢٢)، "الأمن الفكري في المجتمع الرقمي نحو هندسة اجتماعية بناءة"، مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم (الانسانيات والعلوم الاجتماعية). المجلد (١٤) العدد (٢)
7. ¹ عريق، لطيفة، & نصيب، عتيقة، (٢٠١٩)، "أزمة الهوية لدى الشباب العربي في ظل استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي". مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد (٣)، العدد (٢)،
8. السيد، علا طلع (٢٠٢٢)، "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي «التماس المعلومات» والاعتماد على وسائل الإعلام» دراسة ميدانية". مجلة كلية الآداب، العدد (٦٤)،
9. الحديدي، منى سعيدة، على، سلوى إمام (٢٠١٦)، "الإعلام والمجتمع"، ط ٤. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية
10. الذيباني، عيسى خنيفر، (2023)، " دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة والتصدي لسلبيات العولمة في المجتمع السعودي"، مج (3)، ع (1)، مجلة العهد للدراسات النوعية.
11. ابيش، سمير، (2021)، " وسائل الإعلام ودورها في تعزيز الهوية الوطنية للشباب الجزائري في ظل تحديات العولمة الثقافية"، مج (11)، ع (3)، مجلة القبس للدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة حمد الصديق بن حيي جيجل (الجزائر)
12. العساف، عبد الله عبد المحسن، (2020)، "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2).
13. عوامرة، عبد السلام، (2020)، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية"، مجلة العلوم السياسية والقانون، عدد (24) مجلد (4)، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا.
14. مختار، أسماء الجيوشي، (2020)، "رؤية الشباب العربي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة والانتماء"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2)
15. ¹ العساف، عبد الله عبد المحسن، (2020)، "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2).



16. الطنباري، فاتن عبد الرحمن، (2014) ، ورحاب طلعت محمد، مؤمن جبر عبد الشافي. "الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويوتيوب"، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد (17) ، عدد (63).
17. عبد الرحيم، رشا ، ومحمود انجي حلمي، (2017)، "اتجاهات المصريين المقيمين والمغتربين نحو فعالية الحملات الإعلامية في حشد الرأي العام بشأن المشاركة المجتمعية: حملات شهر رمضان نموذجاً"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (11) ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
18. سعد، حمزة محمد ، (2016) ، "اعتماد الجالية المصرية بالإمارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن قضية جزيرتي تيران وصنافير"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد (14-15) ، جامعة الأهرام الكندية.
19. رمضان، ايمان السيد جمعة. (2016). "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي نحو الأحداث الجارية لدى المغتربين بالدول العربية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد (5) ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
20. الجمال، رباب، (2012)، "دور المواقع الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر" متوفر على الموقع <http://dalya6848.blogspot.com>
21. الجعفري، سيد، (2012)، "استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية: الفيسبوك نموذجاً"، 0220م على الرابط <http://www.elshaab.org>
22. M. Al.sebaei, (2013). "Egyptian Diasporas, social media and the 2011 Egyptian revolution: how Egyptians living in Saudi Arabia used social media during the revolution", Grand Valley university, Masters thesis, available at: <https://www.scholarworks.gvsu.edu>.