إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض

د. محمد بن فهد الجبير*

ملخص الدراسة:

سعى الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على أراء مشاهدي القنوات الفضائية السعودية تجاه الإسهامات التي تقوم بها القنوات الفضائية السعودية الحكومية والخاصة في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيمها لديهم عبر برامجها المختلفة.

واستخدم الباحث المنهج المسحي لسكان مدينة الرياض بطريقة العينة العشوائية العنقودية، عن طريق توزيع الاستبانة عليهم.

وتوصل البحث في دراسته لنتائج منها: أن 63% من أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات الفضائية من ساعة وحتى ثلاث ساعات أسبوعيا، وأن أكثر القنوات متابعة هي: mbc ثم الرياضية السعودية ثم العربية.

وفي مجال الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية فأسفرت النتائج أن أكثر الإمكانات لتعزيز الهوية الوطنية هي: استضافة أصحاب المعرفة والخبرة والرأي في الموضوعات ذات العلاقة بتخصصاتهم، ثم عرض الموضوعات والقضايا التي تعزز الهوية وتؤكد عليها، ثم تتكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، فأوضحت النتائج أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، تمثلت في نقل صلوات الحرمين وخطب الجمعة وترجماتها بلغات أخرى، ثم نقل شعائر الحج وبيان حجم العمل الذي تقدمه الدولة لضيوف الرحمن.

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، فبينت النتائج أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، تمثلت في رفع مستوى الوعي بالهوية الوطنية والاعتزاز بها، ثم ظهور المذيعين والضيوف باللباس الرسمي.

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، فأوضحت النتائج أن بيان قوة اللغة العربية وكثرة مفرداتها وأنها لم تتغير كاللغات الأخرى جاءت في المرتبة الأولى، ثم التأكيد على أهمية اللغة العربية وأنها اللغة الرسمية للدولة.

* الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والاتصال- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

وفي مجال التعرف على البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، فأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر البرامج هي البرامج الدينية، تليها البرامج الثقافية والعلمية، تليها القنوات الحكومية مثل الإخبارية والقناة السعودية الأولى.
وفي مجال الفروق فأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغيرات الدراسة الديمغرافية وهي: العمر، والجنس، والدخل، والمستوى التعليمي حيث إن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لجميع المتغيرات، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً.
الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية، الهوية الوطنية، الجمهور السعودي

Contributions of Saudi satellite channels in promoting national identity among the Saudi public

Abstract:

In this study, the researcher sought to identify the views of viewers of Saudi satellite channels regarding the contributions made by Saudi governmental and private satellite channels in promoting and strengthening national identity through their various programmes.

The researcher used the survey method for the population of the city of Riyadh in a cluster random sampling method, by distributing a questionnaire to them.

The research found in its study results, including: that 63% of the study sample members follow satellite channels from one hour to three hours per week, and that the most follow-up channels are: mbc, Saudi sports, then Arab.

In the field of capabilities required to be available in satellite channels to enhance national identity, the results revealed that the most possibilities for strengthening national identity are: hosting those with knowledge, experience and opinion on topics related to their specializations, then presenting topics and issues that reinforce and emphasize identity, then media programs integrate with the work of educational incubators Like the mosque, the family and the school in promoting national identity

In the field of the contributions of the Saudi satellite channels in strengthening the national identity in the religious aspect, the results showed that the most contributions

of the Saudi satellite channels in strengthening the national identity in the religious aspect were the transmission of the two Holy Mosques' prayers and Friday sermons and their translations in other languages, then the transmission of the rituals of Hajj and the volume of work they provide The state is for the guests of Rahman.

In the field of the contributions of Saudi satellite channels in strengthening the national identity in the historical and social aspect, the results showed that the most contributions of Saudi satellite channels in strengthening the national identity in the historical and social aspect was to raise the level of awareness and pride in the national identity, then the appearance of announcers and guests in official dress.

In the field of the contributions of Saudi satellite channels in strengthening the national identity in the linguistic aspect, the results showed that the statement of the strength of the Arabic language and the abundance of its vocabulary and that it did not change like other languages came in the first place, then the emphasis on the importance of the Arabic language and that it is the official language of the state.

In the field of identifying programs and channels that contribute to strengthening national identity from the point of view of the study sample members, the results of the study showed that most programs are religious programs, followed by cultural and scientific programs, followed by government channels such as Al-Ekhbariya and the First Saudi Channel.

In the field of differences, the results showed that there were no statistically significant differences towards the contributions of satellite channels in strengthening the national identity according to the demographic study variables, namely: age, gender, income, and educational level, as the value of the significance level is greater than (0.05) for all variables, and therefore there is no effect Statistically significant.

Key words: Saudi satellite channels, Saudi national identity, Saudi audiences

مدخل إلى أهمية الدراسة:

هناك مقولة مشهورة تقول إذا أردت أن تنظر لواقع أمة فانظر لإعلامها، وإذا أردت أن تنظر لمستقبل أمة فانظر لتعليمها، وهذه المقولة تبين أن الإعلام يعكس المجتمع الذي يعمل فيه، حيث ينشر ثقافته وهويته وعاداته وتقاليده وقيمه ولغته، وهذا ما أشار إليه لازويل في وظائف الإعلام المجتمعية ومنها نقل التراث من جيل إلى جيل[1].

وتعد وسائل الإعلام من المنظومات التي تشكل الهوية وتحافظ عليها، وتنقلها من جيل إلى جيل، شريطة أن يكون الإعلام ضمن منظومة مرتبطة بالهوية الوطنية وتعتز بها، وأما إن كانت وسائل الإعلام لا تهتم بهذه الهوية او تشعر بالدونية الثقافية، فهي بلا شك ستساهم في نشر قيم وأفكار وسلوكيات تخالف المجتمع الذي تعمل فيه.

ولكل مجتمع هويته التي تميزه عن غيره، وكلما كانت الهوية أكثر رسوخا لدى أفراد المجتمع كلما كان تميزهم بها أكبر، وفي عكس ذلك ينتج عنه ذوبان المجتمع في ثقافات أخرى.

ولهذا تعمد المجتمعات والدول والأفراد إلى تعزيز الهوية وترسيخها في نفوس الأفراد عموما والنشء خصوصا، عبر التركيز على هذه القضية وتكرارها وتنوع أساليبها، عبر توظيف المؤسسات التي تخدم تعزيز الهوية، كالمدرسة والمسجد والأسرة ووسائل الإعلام، وتعمل هذه المؤسسات بشكل متكامل لتغطية القصور لدى أي منهم.

ومن التجارب التي وقف عليها الباحث في استخدام الدول لوسائل الإعلام لنشر الهوية الوطنية وتعزيزيها لدى النشء: تجربة اليابان، حيث وضعوا القيم والعادات والتقاليد في برامج الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال، فنجد فيها طريقة الأكل ونوعه، وأسلوب التحية والجلوس، والتركيز على اللبس التقليدي، وغير ذلك، مما ينشر الهوية الوطنية بأسلوب غير مباشر.

وبعد وجود البث الفضائي وبدء التواصل بين الثقافات والشعوب الأخرى عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على الثقافات والسلوكيات لدى المجتمعات المختلفة برزت ظاهرة التقليد لدى بعض فئات المجتمع خصوصا الشباب، كاللباس وتغير نوع الأكل وطريقة الحديث.

ومع التسليم بأهمية التواصل الثقافي والحضاري مع المجتمعات الأخرى، وما يحققه هذا التواصل من إثراء على مختلف جوانب الحياة، إلا أن هناك مشكلة هي ذوبان ثقافة ضعيفة أمام ثقافة قوية متماسكة، وهذا بسبب ما تملكه الثقافة القوية من وسائل نشر وتدعيم لهويتها وثقافتها لدى المجتمعات الأخرى.

ولهذا نلحظ في المجتمع السعودي انتشار بعض السلوكيات التي لم تكن معروفة من قبل كتربية الكلاب وتزاحم الأفراد على محلات القهوة وبعض اللباس المخالف للزي السعودي، وهذا

وغيره بسبب التواصل الثقافي مع المجتمعات الأخرى، والتأثر ببعض المظاهر الثقافية والسلوكية لديهم، ولديهم انهزام ثقافي وحضاري، وعدم وضوح الهوية الوطنية للمجتمع السعودي.
وهذا ليس خاصا بالمجتمع السعودي فحسب، بل هي ظاهرة عالمية، فمع قوة الإعلام الغربي عموما والأمريكي خصوصا تأثر كثير من الأفراد ببعض الأفكار الوافدة، فنرى انتشار مطاعم الوجبات السريعة الأمريكية واستخدام كلمات إنجليزية بين أبناء لغة واحدة.
ويعود السبب في هذا لقوة الإعلام الأمريكي وانتشاره خصوصا في مجال السينما، ووجود الأيديولوجيا الأمريكية في صناعة الإعلام، وأيضا بسبب قوة الاقتصاد الأمريكي وتعدد شركات الإعلان والتسويق.
والتأثر بالثقافة الوافدة ليس سلبيا على الإطلاق، بل هو أمر مطلوب لما يؤدي من تلاقح للأفكار واستفادة كل طرف من الآخر، والمشكلة من ذوبان هوية في أخرى، وهذا يعود لعدم وضوح الهوية الوطنية لدى المتلقي للثقافات الأخرى.
ويشكل مفهوم الهوية الوطنية عقبة لدى بعض الباحثين ويعد من المفاهيم المعقدة، وذلك لتعدد مدارسه وسعته وشموليته وتدخل فيه متغيرات متعددة، سياسية واجتماعية وعرقية وثقافية.
ومن أسباب تأخر تعريفه لدى المجتمعات الإسلامية أنها كانت في عصورها الزاهرة وفتوحات إسلامية في المشرق والمغرب، فليست بحاجة إلى تعريف هوية أو تعزيزها لدى النشء، خصوصا أن الأوروبيون كانوا إذا أرادوا التفاخر تحدثوا باللغة العربية التي تدرس في الأندلس، ولكن بعد الضعف الذي مرت به المجتمعات الإسلامية وفترات الاستعمار أصبح من المهم التأكيد على الهوية وتعريفها تعريفا اصطلاحيا من ثقافة إسلامية ومجتمعية.
فالهوية هي جوهر الشيء وحقيقته، وفي أبسط مفهوم لها هي الخصائص والسمات والأساليب التي يتميز بها مجتمع عن آخر، وتترجم روح الانتماء لدى أبنائها، وتشمل الدين واللغة والعادات والتقاليد والأعراف والقيم والتاريخ والفكر الأدبي والفني والتراث[2].
وبعبارة أخرى الخصائص الاجتماعية والثقافية التي يتقاسمها الأفراد ويُمكن على أساسها التمييز بين مجتمع وآخر، كما تُعرّف على أنّها مجموعة الانتماءات التي ينتمي إليها الفرد وتُحدّد سلوكه، أو كيفية إدراكه لنفسه[3].
ويرى أحمد زردومي أنها مجموعة قيم ومبادئ وأفكار تشكل اتجاها عاما، وأنها روح الجماعة والمجتمع الذي يفتخر بها ويمجدها[4].
وذكر أرسطو الهوية عرضا حيث قال عنها (هو هو) أي لم يطرأ عليه أي تغيير، وتبنى هذا المفهوم جون لوك. بينما يرى المفكر الفرنسي ميكشللي أن الهوية هي: "منظومة متكاملة من المعطيات المادية والمعنوية والنفسية والاجتماعية تنطوي على نسق من عمليات التكامل

المعرفي وتتميز بوحدتها التي تتجسد في الروح الداخلية التي تنطوي على خاصية الإحساس بالهوية والشعور بها"[5].

ولا يقف تعريف الهوية ومفهومها على الجوانب الاجتماعية فقط، بل يدخل فيها مكونات متعددة نفسية واجتماعية وثقافية ودينية وعرقية ولغوية ودينية، ويرى بيكو باريك أن الهوية لها جانبين هما: الأول: الأفراد، حيث إن لكل فرد ميوله واهتماماته، وهذه هي الهوية الشخصية. والثاني: التداخل والتماسك بين الأفراد حيث يشكلون لهم تميزا عن غيرهم من المجتمعات، وتسمى الهوية الاجتماعية[6].

ولهذه الجوانب معززات ومصادر يستمد منها قوته وثباته، وكلما كانت الصادر واضحة وقوية زاد اعتزاز الأفراد بهويتهم، والعكس بالعكس.

ويرى صموئيل هنتقتون أن مصادر الهوية متعددة ومتباينة، وأن من أهمها:

1- المصادر الشخصية للأفراد كالعمر والميول والاهتمامات.
2- المصادر الثقافية كالعشيرة واللغة والدين والثقافة.
3- المصادر الإقليمية كالمنطقة الجغرافية والدولة والجيران والمدينة.
4- المصادر السياسية كنظام الدولة وأيديولوجيتها والحزب والقضية.
5- المصادر الاقتصادية كالدخل والقطاع الاقتصادي والوظيفة.
6- المصادر الاجتماعية كالأصدقاء والمكانة الاجتماعية[7].

وفي المجتمعات الإسلامية هناك مصادر ومقومات للهوية تعزز مكانتها وتكتسب منها قوتها وهي:

1- الدين، فالإسلام دين شامل، جمع كل القوميات والعرقيات والانتماءات، ووحد والصف، فلا فضل لأعجمي على عربي إلا بالتقوى، وهو المكون الأول للهوية ومن يحدد للفرد والمجتمع فلسفته في الحياة والوجود، ونظرته للأشياء والكون.
2- اللغة، وهي ليست مجرد ألفظ تدل على معاني، بل هي وعاء يحتوي مكونات عقلية ووجدانية، وتعبر عن خصوصية المجتمع ووحدته وثقافته، وتعزز الإحساس بالجماعة والانتماء لها.
3- التاريخ، فلا يمكن لأي أمة أن تشعر بوجودها وكينونتها إلا بتاريخ تعتز به وتفاخر به، كما هو موجود في المجتمعات الإسلامية.
4- المقومات الاجتماعية، وهي العادات والتقاليد والأعراف التي نشأ عليها المجتمع، كاللبس والأكل والسلوكيات[8].

فالهوية إذا هي حصيلة الدين واللغة والتاريخ والحضارة والقيم والعادات والأخلاق والسلوك، وهي الكيفية التي يعرفون بها ثقافتهم وذواتهم، وبعض هذه المقومات ليست ثابتة جامدة بل متغيرة حسب المستجدات الإنسانية والحضارية.

وتشكل بعض هذه المستجدات تحديات كبيرة تجاه الهوية الوطنية جراء مواجهتها ثقافات متعددة تمتلك وسائل نشر وتدعيم قوية، ومن أهم التحديات التي تواجه الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية تغريب الهوية المحلية وإحلال الهوية الوافدة إعلاميا مكانها، كاللباس ونوع الأكل وقصات الشعر، إضافة إلى بعض المخالفات الشرعية كالاحتفال بأعياد غير المسلمين.
واستفادت الهوية الوطنية من هذه المستجدات، حيث تعرفت على جوانب إيجابية لدى المجتمعات والثقافات الأخرى، كطرق البحث العلمي، والاستفادة من التقنية الحديثة، وحدوث اعتزاز لدى الكثير من أبناء المملكة العربية السعودية بالهوية الوطنية، حيث إنتشرت مقاطع لاحتفال الطلاب المبتعثين بعيد الفطر بالزي الوطني وبطريقة أجدادهم.
وفي المملكة العربية السعودية ظهرت عدة لوائح وأنظمة تساهم في تعزيز الهوية الوطنية، كلائحة الذوق العام، بعض الأنظمة والقرارات التي تؤكد على وجودب الالتزام بالزي الوطني (الثوب والشماغ) وعدم دخول المواطنين للمقار الحكومية إلا باللبس الرسمي. وفي جانب الشريعة حيث ظهرت أنظمة وقرارات تعزز جانب الدين في نفوس الأفراد كعدم المجاهرة بالمعصية والقبض على المخالفين وإحالتهم للنيابة العامة. وفي جانب اللغة حيث صدرت كذلك تعاميم تؤكد على استخدام اللغة العربية في التعليم والمخاطبات الرسمية. وفي الجانب التاريخي كالاحتفال باليوم الوطني ويوم التأسيس.
وتعد وسائل الإعلام من أبرز مقومات تعزيز الهوية الوطنية وتدعيمها في نفوس الأفراد، حيث يمكن توظيف البرامج والمسلسلات والأفلام ومختلف الأشكال الإعلامية لتعزيز الهوية، والرد على منتقصيها أو منتقديها.
ومن أقوى وسائل تثبيت الهوية لدى الأفراد هو رفع نسبة الوعي لديهم، فالوعي كما يراه الباحث هو امتلاك المعلومة ثم ترجمتها سلوكا، وهذا هو فعل السلف مع القرآن حيث كانوا لا يجاوزون عشر آيات حتى يحفظوها ويعلموا ما فيها ثم يعملوا بها.
وهذا هو الواجب على وسائل الإعلام، حيث يمكن الانفتاح على الثقافات الأخرى والاستفادة منها، مع رفع نسبة الوعي لدى الأفراد وأن يحافظ على هوية المجتمع الوطنية وقيمه، فطبيعة العلاقة بين المجتمع ووسائل الإعلام هي علاقة تبادلية، حيث يؤثر كل منهما في الآخر، فتأثير وسائل الإعلام على المجتمع بالمعلومات التي ينشرها حيث يكون التأثير في المواقف والاتجاهات والسلوك، وتأثير المجتمع على وسائل الإعلام في القيم والمواقف والثقافة، فوسائل الإعلام بهذا هي عنصر مهم وركيزة أساس في المحافظة على الهوية الوطنية والثقافة المحلية وفي نشرها والدفاع عنها. ولهذا لا يمكن تصور وجود هوية وطنية واضحة في نفوس الأفراد وثقافة متركزة لديهم دون إعلام قوي يسندها ويعزز وجودها ويدافع عنها.

الدراسات السابقة:

زخرت المكتبة بعدد جيد من الدراسات والبحوث التي تناولت الهوية الوطنية وعلاقة وسائل الإعلام بها، ويعرض الباحث الدراسات التي من شأنها إثراء دراسة وتحديد مسارها، فمن الدراسات الدراسة التي أعدتها حصة بن طوالة[9] بعنوان اتجاهات الجمهور السعودي نحو مشاركة المؤثرين في وسائل الإعلام الجديد للتعريف بالمشاريع الوطنية، بهدف رصد اتجاهات الجمهور تجاه تغطيات المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي للمشاريع الوطنية، مستخدمة المنهج المسحي للجمهور، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن وسائل الإعلام الجديد تعد المصدر الرئيس للجمهور السعودي في استقاء المعلومات عن المشاريع الوطنية، وأن هناك اتجاهات إيجابية نحو تغطيات المؤثرين، وأن المؤثرين ساهموا في التعريف بالمشاريع الوطنية، وأن أكثر الأساليب تأثيرا في عرض المشاريع هو زيارة المشروع ثم نقل التفاصيل.

ودرست بدور العنزي[10] الانفتاح الثقافي وأثره على القيم الاجتماعية والهوية الوطنية للطالبة الجامعية السعودية، بهدف التعرف على أكثر المصادر الإعلامية تأثيرا في الطالبات، ودور الانفتاح الثقافي في تشكيل الهوية الوطنية، مستخدمة المنهج المسحي. وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن الإنترنت هو أكثر المصادر الثقافية لعينة الدراسة. وأن غالبية العينة منفتحات انفتاحا مطلقا، وأن أكثر القيم تأثرا في التقليد: الانتماء والمواطنة، وأقلها تأثرا: التدين، وأن الانفتاح حمل معه آثارا سلبية وإيجابية لقيم الدراسة، كما أن له أدورا سلبية وإيجابية في تشكيل الهوية الوطنية.

وحاولت غادة أبا حسين[11] في دراستها الموسومة تصور مقترح لتنمية مفهوم المواطنة لدى طالبات المرحلة الابتدائية من خلال عمليات التنشئة السياسية بهدف تنمية المواطنة لدى الطالبات وتعميقه. وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن من أهم أساليب تعميق الهوية الوطنية لدى الطالبات التعريف برموز الدولة (الملك، العلم، السلام الملكي)، وتعزيز قيم المشاركة المجتمعية في الحفاظ على المرافق العامة وتحمل المسؤولية. وأن من معوقات تعزيز المواطنة هو غياب التخطيط.

وفي دراسة للباحثة مها الشمري[12] بعنوان دور المهرجانات الثقافية في تعميق الهوية الوطنية" مهرجان الجنادرية الوطني للتراث والثقافة نموذجا، هدفت منها التعرف على مؤشرات الهوية الوطنية، وأكثر الأنشطة الثقافية تعميقا للهوية الوطنية، والتعرف على دور مهرجان الجنادرية في تعزيز التلاحم الوطني، مستخدما المنهج المسحي. وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن الأنشطة الثقافية في مهرجان الجنادرية تعد مؤشرا قويا في تعميق الشعور بالهوية الوطنية والتلاحم الوطني.

وفي دراسة تقدمت بها نوف السياري[13] بعنوان دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي وذلك للتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والتعرف على التحديات التي تواجه تلك الوسائل في تعزيز الهوية الوطنية، مستخدمة المنهج المسحي.
وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن ترسيخ وسائل الإعلام للقيم والانتماء للوطن كان بدرجة ضعيفة، وأن وسائل الإعلام ساهمت في تعزيز شعور الجمهور بالمواطنة عبر التعريف بمنجزات الوطن، وأن بث المناسبات الوطنية وانجازات الدولة يساعد في تعزيز الهوية الوطنية، وأن أهم قضية في تحقيق الهوية الوطنية هي وجود الرؤية، ودور المملكة في خدمة قضايا الإسلام.
وأجرت ثريا السنوسي[14] دراسة حول أزمة الهوية الثقافية الوطنية في الفضاء العالمي الجديد بهدف التعرف على تجليات أزمة الهوية الثقافية الوطنية وملامحها في البلدان العربية، والتعرف على الأسس السليمة لترسيخ الهوية الثقافية الوطنية وتثبيت مقوماتها، مستخدمة المنهج المسحي الكيفي، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن الهوية الوطنية تستمد ملامحها من ثقافة المجتمع وتاريخه ودينه وموروثاته، وأن من الأسس لترسيخ الهوية الوطنية لدى الأفراد هو ترسيخ الشعور بالانتماء الوطني، وتعزيز المضمون الثقافي الوطني في وسائل الإعلام.
وفي دراسة أجراها سيفون باية وبو عزيز بو بكر[15] عن وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والاستلاب، بهدف التعرف على طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والهوية الثقافية الوطنية في ظل العولمة، ودور وسائل الإعلام في تعميق الهوية الوطنية والمحافظة عليها، وتوصل الباحثان لنتائج منها: أن إدراك القائم بالاتصال أبعاد قضية الهوية الوطنية يساهم في معالجتها ودعمها، وأن التحدي الإعلامي يعد من أكثر التحديات خطورة على الهوية الوطنية.
وأجرى علي قشاشني[16] دراسة حول مسائل الهوية الوطنية في الصحافة الجزائرية خلال النصف الأول من القرن العشرين، وذلك للتعرف على موقف الصحافة الجزائرية من السياسة العدائية الفرنسية تجاه الهوية الوطنية ومدى دفاعها عن المقومات والثوابت الوطنية، مستخدما المنهج التحليلي لعينة من الصحف، وتوصل البحث لنتائج منها: أن الصحف ذات التوجه الإسلامي ساهمت بشكل أكبر في الدفاع عن الهوية الوطنية حيث تبنت الدفاع عن ثوابت الشعب الجزائري ومقوماته الحضارية تجاه الهجمة الإعلامية الفرنسية.
وأجرى إبراهيم القاعود ورياض القاعود[17] دراسة عن المخاطر التي تهدد الهوية الوطنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك وكيفية التصدي لها، بهدف لكشف عن المخاطر التي تهدد الهوية الوطنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك. وكيفية التصدي لها، مستخدمين المنهج المسحي، وتوصلا لنتائج منها: إن من أهم المخاطر

التي تهدد الهوية الوطنية العولمة الثقافية والعولمة الاجتماعية والعولمة السياسية والعولمة الاقتصادية، وبينت النتائج أنه يمكن التصدي للمخاطر من خلال تحصين الهوية الوطنية من خلال الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية، والمساجد، ومؤسسات المجتمع المدني.

وفي دراسة أجراها سعد مطشر ونهلة عبد الرزاق[18] عن دور الفضائيات العربية في دعم الهوية الوطنية، وذلك للتعرف على إمكانات وسائل الإعلام في الحفاظ على الهوية الوطنية في زمن الانفتاح الثقافي والتقدم التقني، وتوصل الباحثان لنتائج منها: أن من أسباب دعم الهوية الوطنية في زمن الانفتاح هو الوعي في الانفتاح على الثقافات الأخرى، وبث المواد الإعلامية التي ترتقي بثقافة الفرد وتعزز هويته وانتماءه وأبرزها الدين.

وفي دراسة أعدها عماد صالح[19] حول الابعاد السياسية والامنية والاجتماعية والثقافية للإعلام العراقي في تعزيز الهوية الوطنية، وذلك بهدف التعرف على كيفية تعامل المؤسسات الإعلامية العراقية مع القضايا الوطنية التي تعزز الهوية الوطنية، مستخدما المنهج التحليلي، وتوصل الباحث لنتائج منها: أن الإعلام لم يقم بدوره المطلوب في تعزيز الهوية العراقية بسبب غلبة الحزبية في المؤسسات الإعلامية الخاصة، وضعف التمويل في المؤسسات الإعلامية الحكومية.

ودرس علاء حسين[20] تسويق القناة العراقية الفضائية للهوية الوطنية العراقية أثناء الاحتجاجات بهدف التعرف على إسهامات القناة العراقية الفضائية في تسويق الهوية الوطنية العراقية أثناء الاحتجاجات، ومدى إدراك المواطن لمضامين الهوية التي ركزت عليها القناة، وكيفية تفاعله مع التغطية، مستخدما المنهجين التحليلي والمسحي، وتوصل البحث لنتائج منها: وجود علاقة قوية بين القناة العراقية وقضايا الهوية الوطنية، وأن اختيار الرسالة الإعلامية وتوجيهها بصورة صحيحة يساهم في بناء الهوية الوطنية.

وأعد مصطفى الطائي[21] دراسة حول الاتصال الرقمي ومستقبل الهوية في الدراما التلفزيونية العربية، بهدف التعرف على طبيعة التأثيرات التي أحدثتها الدراما التلفزيونية في الهوية العربية، والبحث في مستقبل الهوية في ضوء تطور أبعاد الدراما وتأثيراتها التلفزيونية في العصر الرقمي، مستخدما المنهجين المسحي والتحليلي، وتوصل البحث لنتائج منها: الهوية العربية منظومة من السمات القيمية الإنسانية الأصيلة التي تميز المجتمع العربي عن غيره من المجتمعات، وأن الفراغ الثقافي من أهم التحديات التي تواجه المجتمع العربي في عالمنا الحديث الذي يشهد صراعات مريرة في القيم والعقائد والمعتقدات والثقافات وحروب إعلامية شاملة، من بين أهم أهدافها مسخ الهوية الوطنية وتغريب المجتمعات واضعاف تماسكها الاجتماعي، وبينت النتائج أن الاتصال الرقمي زاد من أهمية الدراما للتلفزيونية وضاعف تأثيرها في هوية المجتمع، وأن مؤسسات الإعلام الدولي نجحت في توظيف الدراما التلفزيونية في النظم القيمية المتعلقة بهوية المجتمعات، وهذا الأمر

عرض مستقبل الهوية العربية إلى مخاطر متعددة، قد تفضي إلى تلاشي الخصوصيات الوطنية والقومية والحضارية أو ذوبانها في الثقافات الوافدة، وأسفرت النتائج ان حوالي 80% من عينة الدراسة يعتقدون بأن الدراما التلفزيونية تهدد مستقبل الهوية العربية، وذلك لتناقض القيم والممارسات التي تعرضها مع مقومات الهوية العربية وقيمها السامية.

ودرست إيمان عبد الرحمن[22] الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية في تقوية الروح الوطنية والانتماء للوطن عند طلبة الجامعات العراقية، وذلك بهدف التعرف على تأثير البرامج الثقافية في الشباب ودورها في تشكيل الهوية الوطنية، مستخدمة المنهج المسحي، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن غالبية طلاب الجامعات يتابعون البرامج الثقافية، وأن تميز هذه البرامج بنوعية الضيوف الذين تستضيفهم القناة، وأن التركيز على الأزمات يقود الطلاب إلى الشعور بالاغتراب، وأن البرامج الثقافية لم تسهم في تنمية الروح الوطنية لدى طلاب الجامعات العراقية.

وفي دراسة أعدها عدنان سمير[23] حول تعددية الخطاب الإعلامي وانعكاسها على السلم المجتمعي وتفكيك الهوية الوطنية، بهدف التعرف على المتغيرات التي حصلت في العراق إثر تغيير النظام السياسي وانعكاسه على المجتمع العراقي وأبرزها تراجع الهوية الوطنية، في ظل تنوع الإعلام وتعدد توجهاته الفكرية والسياسية، مستخدما المنهجين المسحي والتحليلي، وتوصل الباحث لنتائج منها: أن التدخلات الدولية والإقليمية كانت عاملا مباشرا في إذكاء صراع الهويات المتعددة في العراق، مع أن تعدد الهويات العراقية كان قديما إلا أن الصراع بينهما كان بعد دخول القوات الأمريكية للعراق، وبينت النتائج أن ميول القناة إلى أيديولوجية الحزب والطائفة أسهم في تعميق الخلاف حول الهوية الوطنية، وأن القنوات المدعومة ماليا تتبني وجهة نظر مموليها، وأن هناك تراجعا في الخطاب الإعلامي حول الهوية الوطنية لصالح الهوية الفرعية (الحزب أو الطائفة).

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الباحث للدراسات السابقة يتبين أن الدراسات اتجهت نحو معالجة ظواهر بحثية مختلفة ومتباينة، حيث تناولت بالبحث الهوية الوطنية في بيئات ومجتمعات مختلفة عن مجتمع الباحث، أو عن مؤسسات ووسائل أخرى، كالإعلام الجديد أو الصحافة، أو دراسة الانفتاح الثقافي والمهرجانات الثقافية وعلاقتها بالهوية، أو مخاطر تهدد الهوية وأبعادها السياسية والاجتماعية.

وبهذا يتبين أن هذه الدراسة تدخل مدخلا بحثيا مختلفا عن سبق من الدراسات السابقة، حيث تتناول إسهامات القنوات الفضائية المحلية في تعزيز الهوية لدى المجتمع السعودي.

مشكلة الدراسة:

تتركز مشكلة الدراسة في التعرف على أراء مشاهدي القنوات الفضائية السعودية تجاه الإسهامات التي تقوم بها القنوات الفضائية السعودية الحكومية والخاصة في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيمها لديهم عبر برامجها المختلفة.

تساؤلات الدراسة:

1- ما القنوات الفضائية الأكثر متابعة لدى أفراد المجتمع السعودي؟
2- ما الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية؟
3- ما إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجوانب: الدينية، التاريخية والاجتماعية، اللغوية؟
4- ما البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟
5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية باختلاف متغيرات (العمر والجنس والدخل والمستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة)؟

مجتمع الدراسة وعينته:

يمثل سكان مدينة الرياض المجتمع الكلي للدراسة. ويرجع تحديد الباحث لمدينة الرياض لأنها المدينة الأكثر سكانا حسب التعداد السكاني لعام 1431هـ[24]، إضافة إلى أن سكان مدينة الرياض يمثلون مختلف مناطق المملكة، وتتنوع فيهم الطبقات الاجتماعية، مما يجعلها تمثل إلى حد كبير المجتمع السعودي برمته. واختار الباحث منهم عينة تمثل مختلف مناطق الرياض حسب التقسيم الإداري للمدينة (شمال، شرق، جنوب، غرب، وسط)، واختار الباحث عينة الدراسة حسب الطريقة العنقودية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تهدف هذه الدراسة إلى التُعرف على مدى مساهمة القنوات الفضائية في بناء الهوية الوطنية؛ لذا اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال دراسة الأطر النظرية لموضوع الدراسة، واستخدم الباحث الاستبانة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

ويعد المنهج الوصفي أنسب المناهج لهذه الدراسة حيث يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي، ويصفها وصفاً دقيقاً، وتعد هذه من الدراسة الوصفية المسحية التي تسعى إلى جمع المعلومات حول الظاهرة المقصودة بذاتها بهدف وصفها[25]، وذلك من خلال استقصاء رأي عينة من أفراد مجتمع الدراسة عبر الاستبانة.

وقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات الَّلازمة للدراسة، وقد اعتمد الباحث في إعْدادها الشكل المغلق (Closed Questionnaire) الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل عبارة.

وقد تكونت الاستبانة من جزأين على النَّحو التَّالي:

الجزء الأوَّل: ويشمل المتغيّرات الوظيفيَّة لأفراد عينة الدراسة.
الجزء الثَّاني: يتكون من (62) عبارة من العبارات التي تقيس متغيرات الدراسة، ومقسمة إلى أربعة محاور على النحو التالي:
المحور الأول: ويقيس (القنوات الفضائية السعودية الأكثر متابعة) ويشتمل على (8) عبارات
المحور الثاني: ويقيس (البرامج والقنوات التي ترى أنها تسهم في تعزيز الهوية الوطنية) ويشتمل على (10) عبارات.
المحور الثالث: ويقيس (إمكانات القنوات الفضائية التي ترى أنها تسهم في تعزيز الهوية الوطنية) ويشتمل على (6) عبارات.
المحور الرابع: ويقيس (إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية) ويشتمل على (38) عبارة.
وصيغت العبارات الخاصة بالمحور الأول وفقاً لمقياس رباعي (متابع بكثرة، متابع بدرجة متوسطة، متابع بدرجة قليلة، لا أتابع)، وصيغت العبارات الخاصة بالمحاور الثانية والثالثة والرابعة وفقاً لمقياس ثلاثي على النحو التالي (موافق/ محايد/ غير موافق) لجميع محاور الاستبانة.

صدق الأداة:

قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدِّراسة بطريقتين:

أوَّلاً: الصدق الظاهري للأداة:

بعد إعْداد الاستبانة بصورتها الأوَّلية تم عرضها على اثنين من المحكمين26، لإبداء آرائهم حول مدى وضوح العبارات، وانتمائها للمحور، وصحة صياغتها، وقد تم تعديل الاستبانة بناءاً على ملاحظاتهم وبعد مراجعة الاستبانة وضعت في صورتها النهائية وأصبحت صالحة لقياس ما وضعت من أجله.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدِّراسة وذلك بحساب معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور، وهو ما يوضحه الجداول التالية:

جدول رقم (1) معاملات ارتباط بنود المحور الأول بالدرجة الكلية للمحور

م	فقرات الاستبانة	معامل الارتباط
	المحور الأول	
.1	القناة السعودية الأولى	0.918**
.2	الإخبارية	0.803**
.3	SBC	0.917**
.4	العربية	0.895**
.5	MBC	0.782**
.6	قنوات المجد	0.777**
.7	ذكريات	0.941**
.8	الرياضية	0.637**

	المحور الثاني	
.1	التمثيليات والمسلسلات	**0.811
.2	البرامج الحوارية	**0.866
.3	البرامج الثقافية والعلمية	**0.950
.4	البرامج الدينية	**0.791
.5	برامج تلفزيون الواقع	**0.900
.6	الأفلام السينمائية	**0.695
.7	قنوات الهواة على اليوتيوب	**0.909
.8	القنوات الحكومية مثل الإخبارية والقناة السعودية الأولى	**0.910
.9	القنوات الخاصة مثل إم بي سي والعربية	**0.098
.10	القنوات المحافظة مثل المجد	**0.956
	المحور الثالث	
.1	استضافة أصحاب المعرفة والخبرة والرأي في الموضوعات ذات العلاقة بتخصصاتهم	**0.963
.2	عرض الموضوعات والقضايا التي تعزز الهوية وتؤكد عليها	**0.500
.3	توطين البرامج وعدم شراء برامج من دول اخرى	**0.959
.4	الاستفادة من الثقافات الأخرى مع عدم الذوبان فيها	**0.958
.5	وجود برامج إعلامية كثيرة ومتنوعة تركز على الهوية الوطنية	**0.967
.6	تتكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية	**0.960
	المحور الرابع	
.1	التركيز على القضايا الدينية وأنها من صميم الدولة والمجتمع في السعودية	**0.972
.2	تخصيص قنوات للقرآن الكريم والسنة النبوية	**0.927
.3	نقل صلوات الحرمين وخطب الجمعة وترجماتها بلغات أخرى	**0.931
.4	نقل شعائر الحج وبيان حجم العمل الذي تقدمه الدولة لضيوف الرحمن	**0.959
.5	وجود برامج دينية في القنوات الفضائية	**0.837
.6	الاهتمام بالعلماء وتوقيرهم وإعطاؤهم حقهم	**0.896
.7	هناك تقصير من القنوات الفضائية في تناول القضايا الوطنية	**0.455
.8	تعرض القنوات الفضائية المنتجات الأجنبية على حساب المنتجات الوطنية	**0.542
.9	القنوات الفضائية تتساهل مع عادات وأعراف المجتمع السعودي المحافظ	**0.882
.10	لم تسهم القنوات الفضائية في تعميق القيم الأصلية أمام موجات التغريب	**0.894
.11	التأكيد على أن القضاء في السعودية يستند على الشريعة الإسلامية	**0.874
.12	تعزيز الانتماء للدولة والوقوف مع ولاة الأمر والسمع والطاعة لهم بالمعروف	**0.427
.13	نشر أن الأسرة والضوابط الاجتماعية وطاعة الوالدين من الماضي وليست من الدين	**0.607
.14	نشر الفردية وأن كل شخص مسؤول عن نفسه فقط وليس عن غيره	**0.702
.15	تغطية اخبار العالم الإسلامي وقضاياه والاهتمام بها	**0.600
.16	الرد على الهجوم الإعلامي على الإسلام والذود عنه	**0.566
.17	الاهتمام الإعلامي باليوم الوطني ويوم التأسيس	**0.726
.18	ظهور المذيعين والضيوف باللباس الرسمي	**0.791
.19	الالتزام بالعادات والتقاليد المحلية وأنها جزء من المجتمع وأن لكل منطقة عاداتها وتقاليدها	**0.584
.20	نشر بعض المظاهر الاجتماعية كالاحتفال بعيد الفطر والزواجات	**0.578
.21	تغطية مواقف الأفراد في أعمال تطوعية وخدمية	**0.792
.22	التركيز على مقومات السياحة الداخلية والتأكيد على قيم المجتمع ومبادئه	**0.844
.23	نشر بعض القيم المخالفة للمجتمع في عاداته وتقاليده	**0.815
.24	نشر الثقافة الغربية وإعلاء قيمتها	**0.632
.25	نشر الثقافة الاستهلاكية غير المنضبطة	**0.532
.26	القنوات الفضائية تضعف النسيج الاجتماعي عبر تقسيم أفراد المجتمع إلى طبقات ومناطق	**0.569
.27	التركيز على أن السعودية تمتلك مقومات تقنية وخدمية لا توجد لدى دول متقدمة مثل خدمات (أبشر، فرجت، الخدمات المصرفية التقنية، عمليات فصل	**0.755
.28	نشر ما تقدمه الدولة من خدمات مثل (السفارات، الإخلاء الطبي للمواطنين في الخارج، الابتعاث)	**0.740
.29	تغطية نجاح السعوديين في منجزات أو جوائز عالمية	**0.795
.30	رفع مستوى الوعي بالهوية الوطنية والاعتزاز بها	**0.774

.31	وجود برامج تبين أهمية الحفاظ على الممتلكات العامة كالحدائق ودورات المياه العامة والمدراس ونظافة الشوارع	0.544**
.32	وجود برامج تعزز ثقة المواطن بالدولة	0.414**
.33	وجود برامج تؤكد على المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات	0.463**
.34	الحديث بلغة عامية فصيحة	0.657**
.35	تجنب المصطلحات الإنجليزية	0.647**
.36	بيان قوة اللغة العربية وكثرة مفرداتها وأنها لم تتغير كاللغات الأخرى	0.788**
.37	التأكيد على أهمية اللغة العربية وأنها اللغة الرسمية للدولة	0.874**
.38	استخدام التاريخ الميلادي بدلا من التاريخ الهجري	0.637**

*** عبارات دالة عند مستوى 0.05 فأقل.**

**** عبارات دالة عند مستوى 0.01 فأقل.**

من الجدول السَّابق يتَّضح أن جميع العبارات دالة عند مستوى (0.01)، وبعضها دالة عند (0.05)، وهو ما يوضح أن جميع الفقرات المكوِّنة للاستبانة تتمتع بدرجة صدق كبيرة، تجعلها صالحة للتطبيق الميداني.

ثبات الأداة:

للتحقق من الثَّبات لمفردات استبانة الدِّراسة وتم استخدام معامل ألفا كرونباخ، وجاءت النَّتائج كما يوضحها الجدول التَّالي:

جدول (2) معاملات ثبات ألفا كرونباخ

محاور الدِّراسة	عدد البنود	معامل الثبات ألفا كرونباخ
المحور الأول	8	0.836
المحور الثاني	10	0.854
المحور الثالث	6	0.803
المحور الرابع	38	0.956
معامل الثبات الكلي	**62**	**0.906**

من خلال النَّتائج الموضحة أعلاه يتَّضح أن ثبات محور الدِّراسة مرتفع، حيث تراوحت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة ما بين (0.803 إلى 0.956)، كما بلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.906)، وهي قيمة ثبات مرتفعة توضح صلاحية أداة الدِّراسة للتطبيق الميداني.

تصحيح أداة الدِّراسة:

لتسهيل تفسير النَّتائج استخدم الباحث الأُسلوب التَّالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، حيث تم إعطاء وزن للبدائل الموضحة في الجدول التَّالي ليتم معالجتها إحصائياً على النَّحو التَّالي:

جدول رقم (3) تصحيح أداة الدراسة

درجة الموافقة	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة	**3**	**2**	**1**

ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التَّالية:

طول الفئة = (أكبر قيمة- أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = (3 – 1) ÷ 3= 0.67

لنحصل على التصنيف التَّالي:

جدول (4) توزيع للفئات وفق التدرج المستخدم في أداة الدِّراسة

الوصف	مدى المتوسِّطات
موافق	من 2.34-3.00
محايد	من 1.68-2.33
غير موافق	من 1.00-1.67

الدراسة الميدانية:

يعرض الباحث في هذا الجزء نتائج دراسته الميدانية على عينة الدراسة، حيث وزع الباحث الاستبانة على المبحوثين بطريقة العينة العشوائية العنقودية، ورجع له من الاستبانات عدد 357 استبانة، وبياناتها على النحو الآتي:

جدول رقم (5) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	109	30.5
من 20 وحتى 29 سنة	149	41.7
من 30 وحتى 39 سنة	30	8.4
من 40 وحتى 49 سنة	32	9.0
من 50 وحتى 59 سنة	32	9.0
من 60 سنة فأكثر	5	1.4
المجموع	**357**	**%100**

يوضح الجدول السابق أن نسبة (41.7%)، كانت من الفئة العمرية من 20-29 سنة، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، تليها الفئة العمرية التي تقل عن 20 سنة بنسبة بلغت 30،5%، في حين أن (1.4%) أعمارهم من 60 سنة فأكثر، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

جدول رقم (6) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	234	65.5
أنثى	123	34.5
المجموع	**357**	**%100**

يبين الجدول السابق أن ما نسبته (65.5%)، من الذكور، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (34.5%) من الإناث، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

جدول رقم (7) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي فأقل	58	16.2
جامعي	267	74.8
فوق الجامعي	32	9.0
المجموع	**357**	**%100**

يتضح من الجدول السابق أن ما نسبته (74.8%)، يحملون مؤهل جامعي، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (9%) يحملون مؤهل فوق الجامعي، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

جدول رقم (8) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الدخل الشهري

الدخل الشهري	التكرار	النسبة
أقل من 5000 ريال	257	72.0
من 5000-10000 ريال	36	10.1
من 10001-15000 ريال	23	6.4
من 15001-20000 ريال	22	6.2
أكثر من 20000 ريال	19	5.3
المجموع	**357**	**%100**

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (72%) من أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري أقل من 5.000 ريال، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، تليهم الفئة التي دخلها بين 5000 و 10000 بنسبة بلغت 10،1%، في حين أن (5.3%) دخلهم الشهري أكثر من 20.000 ريال، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة:

إجابة السؤال الأول: ما القنوات الفضائية الأكثر متابعة لدى أفراد المجتمع السعودي؟

لمعرفة القنوات الأكثر متابعة من الجمهور سعى الباحث للتعرف على مدى متابعة أفراد عينة الدراسة للقنوات الفضائية أسبوعيا، ثم التعرف على أكثر القنوات الفضائية متابعة من أفراد عينة الدراسة من خلال الجدولين التاليين:

أولاً: مدى متابعة القنوات الفضائية في الأسبوع:

جدول رقم (9) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير مدى متابعة القنوات الفضائية في الأسبوع

عدد ساعات متابعة القنوات الفضائية اسبوعياً	التكرار	النسبة
أقل من ساعة أسبوعيا	225	63.0
من ساعة وحتى 3 ساعات	87	24.4
من 4 ساعات وحتى 7 ساعات أسبوعيا	30	8.4
أكثر من 7 ساعات أسبوعيا	15	4.2
المجموع	**357**	**%100**

يوضح الجدول السابق أن الفئة الأكبر من عينة الدراسة يتابعون القنوات الفضائية لمدة أقل من ساعة أسبوعياً حيث بلغ عددهم في العينة (225) ونسبة مئوية بلغت (63%)، تليهم الفئة التي تتابع من ساعة وحتى ثلاث ساعات أسبوعياً، بنسبة مئوية بلغت (24.4%)، ثم الفئة التي تتابع القنوات الفضائية من 4 ساعات وحتى 7 ساعات أسبوعياً، بنسبة مئوية بلغت (8.4%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة الذين يتابعون القنوات الفضائية أكثر من (7) ساعات أسبوعيا، بنسبة مئوية (4.2%).

ثانياً: القنوات الفضائية السعودية الأكثر متابعة:

جدول رقم (10) استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور القنوات الفضائية السعودية الأكثر متابعة مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
MBC	2.58	1.103	موافق	1
الرياضية السعودية	2.54	1.281	موافق	2
العربية	1.52	0.972	موافق	3
SBC	2.44	0.923	موافق	4
الإخبارية	2.41	0.885	موافق	5
ذكريات	2.19	0.914	محايد	6
القناة السعودية الأولى	2.18	0.857	محايد	7
قنوات المجد	2.13	0.842	محايد	8

***المتوسط الحسابي من (4.00).**

يتبين من الجدول السابق أن أكثر القنوات الفضائية التي يتابعها أفراد عينة الدراسة من المجتمع السعودي هي قناة (MBC)، تليها القناة الرياضية السعودية، ثم قناة العربية ثم قناة (SBC)، وفي المرتبة الخامسة قناة الإخبارية، وأن أقل القنوات التي يتم متابعتها من قبل أفراد الدراسة تتمثل في قناة ذكريات ثم القناة السعودية الأولى، وأخيراً قنوات المجد.

إجابة السؤال الثاني: ما الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية؟

للتعرف على الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية، قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات محور الإمكانات المطلوبة لدى القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية، وجاءت النتائج كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (11)استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
استضافة أصحاب المعرفة والخبرة والرأي في الموضوعات ذات العلاقة بتخصصاتهم	2.76	0.529	موافق	1
عرض الموضوعات والقضايا التي تعزز الهوية وتؤكد عليها	2.72	0.552	موافق	2
تتكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية	2.64	0.609	موافق	3
وجود برامج إعلامية كثيرة ومتنوعة تركز على الهوية الوطنية	2.57	0.648	موافق	4
الاستفادة من الثقافات الأخرى مع عدم الذوبان فيها	2.57	0.617	موافق	5
توطين البرامج وعدم شراء برامج من دول أخرى	2.49	0.698	موافق	6
المتوسط الكلي	**2.62**	**0.481**	**موافق**	

***المتوسط الحسابي من (3.00).**

يوضح الجدول السابق أن أفراد الدراسة موافقين على الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية، بمتوسط حسابي بلغ (2.62 من 3.00)، وهو المتوسط الذي

يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة، كما تبين أن هناك توافق في آراء أفراد الدراسة نحو الإمكانات المطلوبة لدى القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية، بمتوسطات حسابية بلغت (2.49 إلى 2.76)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الإمكانات المطلوب توافرها لدى القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية، تمثلت فيما يلي:

جاءت العبارة التي تنص على (استضافة أصحاب المعرفة والخبرة والرأي في الموضوعات ذات العلاقة بتخصصاتهم)، بمتوسط حسابي (2.76 من 3.00)، في المرتبة الأولى من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، ويرجع ذلك إلى أهمية محاورة أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال الهوية الوطنية نظراً لما لهم من دور مهم في توضيح كيفية تفعيل تلك المفاهيم على أرض الواقع وجعلها سلوكاً ملموساً.

يليها العبارة التي تنص على (عرض الموضوعات والقضايا التي تعزز الهوية وتؤكد عليها)، بمتوسط حسابي (2.72 من 3.00)، في المرتبة الثانية من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، ويتضح من ذلك ضرورة تناول الموضوعات والقضايا التي تركز على مفاهيم الهوية الوطنية وتوضح منجزات الدولة وما تقدمه لأفرادها من خدمات مما يعزز من مستوى الانتماء الوطني لدى أفراد المجتمع.

كما جاءت العبارة التي تنص على (تتكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية)، بمتوسط حسابي (2.64 من 3.00)، في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، ويرجع ذلك إلى أهمية تكامل البرامج الإعلامية مع أعمال ومهام المؤسسات المجتمعية في مجال تعزيز مفاهيم الانتماء الوطني والهوية الوطنية لدى أفراد المجتمع حيث يؤدي ذلك إلى توضيح الأدوار المنوطة بهذه المؤسسات وما يجب عليها نحو المجتمع.

إجابة السؤال الثالث: ما إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجوانب: الدينية، التاريخية والاجتماعية، اللغوية؟

للتعرف على إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجوانب: الدينية، التاريخية والاجتماعية، اللغوية، قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات محور إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجوانب: الدينية، التاريخية والاجتماعية، اللغوية، وجاءت النتائج كما يوضحه الجداول التالية:

أولاً: إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني:

جدول رقم (12) استجابات أفراد الدراسة على عبارات بعد إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
نقل صلوات الحرمين وخطب الجمعة وترجماتها بلغات أخرى	2.80	0.518	موافق	1
نقل شعائر الحج وبيان حجم العمل الذي تقدمه الدولة لضيوف الرحمن	2.79	0.517	موافق	2
تخصيص قنوات للقرآن الكريم والسنة النبوية	2.76	0.525	موافق	3
وجود برامج دينية في القنوات الفضائية	2.71	0.569	موافق	4
تعزيز الانتماء للدولة والوقوف مع ولاة الأمر والسمع والطاعة لهم بالمعروف	2.71	0.585	موافق	5
الاهتمام بالعلماء وتوقيرهم وإعطاؤهم حقهم	2.70	0.582	موافق	6
التركيز على القضايا الدينية وأنها من صميم الدولة والمجتمع في السعودية	2.64	0.605	موافق	7
التأكيد على أن القضاء في السعودية يستند على الشريعة الإسلامية	2.60	0.631	موافق	8
تغطية أخبار العالم الإسلامي وقضاياه والاهتمام بها	2.57	0.630	موافق	9
الرد على الهجوم الإعلامي على الإسلام والذود عنه	2.52	0.669	موافق	10
القنوات الفضائية تتساهل مع عادات وأعراف المجتمع السعودي المحافظ	2.46	0.668	موافق	11
لم تسهم القنوات الفضائية في تعميق القيم الأصلية أمام موجات التغريب	2.43	0.656	موافق	12
هناك تقصير من القنوات الفضائية في تناول القضايا الوطنية	2.39	0.694	موافق	13
تعرض القنوات الفضائية المنتجات الأجنبية على حساب المنتجات الوطنية	2.27	0.736	محايد	14
نشر الفردية وأن كل شخص مسؤول عن نفسه فقط وليس عن غيره	2.08	0.810	محايد	15
نشر أن الأسرة والضوابط الاجتماعية وطاعة الوالدين من الماضي وليست من الدين	2.03	0.849	محايد	16
المتوسط الكلي	**2.53**	**0.412**	**أوافق**	

***المتوسط الحسابي من (3.00).**

يتضح من الجدول السابق أن أفراد الدراسة موافقين على إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، بمتوسط حسابي بلغ (2.53 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة، كما تبين أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، بمتوسطات حسابية بلغت (2.03 إلى

2.80)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية والثالثة من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (محايد/ موافق) في أداة الدراسة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، تمثلت في الجوانب التالية:

جاءت العبارة التي تنص على (نقل صلوات الحرمين وخطب الجمعة وترجماتها بلغات أخرى)، بمتوسط حسابي (2.80 من 3.00)، في المرتبة الأولى من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، يليها العبارة التي تنص على (نقل شعائر الحج وبيان حجم العمل الذي تقدمه الدولة لضيوف الرحمن)، بمتوسط حسابي (2.79 من 3.00)، في المرتبة الثانية من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق).

ثانياً: إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي:

جدول رقم (13) استجابات أفراد الدراسة على عبارات بعد إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
رفع مستوى الوعي بالهوية الوطنية والاعتزاز بها	2.69	0.565	موافق	1
ظهور المذيعين والضيوف باللباس الرسمي	2.68	0.580	موافق	2
نشر ما تقدمه الدولة من خدمات مثل (السفارات، الإخلاء الطبي للمواطنين في الخارج، الابتعاث)	2.66	0.591	موافق	3
التركيز على أن السعودية تمتلك مقومات تقنية وخدمية لا توجد لدى دول متقدمة مثل خدمات (أبشر، فرجت، الخدمات المصرفية التقنية، عمليات فصل	2.65	0.592	موافق	4
وجود برامج تعزز ثقة المواطن بالدولة	2.65	0.588	موافق	4م
تغطية نجاح السعوديين في منجزات أو جوائز عالمية	2.64	0.613	موافق	5
الاهتمام الإعلامي باليوم الوطني ويوم التأسيس	2.64	0.605	موافق	5م
الالتزام بالعادات والتقاليد المحلية وأنها جزء من المجتمع وأن لكل منطقة عاداتها وتقاليدها	2.63	0.616	موافق	6
التركيز على مقومات السياحة الداخلية والتأكيد على قيم المجتمع ومبادئه	2.61	0.630	موافق	7
وجود برامج تبين أهمية الحفاظ على الممتلكات العامة كالحدائق ودورات المياه العامة والمدارس ونظافة الشوارع	2.61	0.661	موافق	7م
تغطية مواقف الأفراد في أعمال تطوعية وخدمية	2.58	0.607	موافق	8
وجود برامج تؤكد على المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات	2.57	0.625	موافق	9
نشر بعض المظاهر الاجتماعية كالاحتفال بعيد الفطر والزواجات	2.56	0.666	موافق	10
القنوات الفضائية تضعف النسيج الاجتماعي عبر تقسيم أفراد المجتمع إلى طبقات ومناطق	2.17	0.739	محايد	11

نشر بعض القيم المخالفة للمجتمع في عاداته وتقاليده	2.11	0.855	محايد	12
استخدام التاريخ الميلادي بدلا من التاريخ الهجري	2.11	0.811	محايد	12م
نشر الثقافة الاستهلاكية غير المنضبطة	1.98	0.841	محايد	13
نشر الثقافة الغربية وإعلاء قيمتها	1.91	0.845	محايد	14
المتوسط الكلي	**2.49**	**0.449**	**أوافق**	

***المتوسط الحسابي من (3.00).**

يبين الجدول السابق أن أفراد الدراسة موافقين على إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، بمتوسط حسابي بلغ (2.49 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة، كما تبين أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، بمتوسطات حسابية بلغت (1.91 إلى 2.69)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية والثالثة من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (محايد/ موافق) في أداة الدراسة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، تمثلت في الجوانب التالية:

جاءت العبارة التي تنص على (رفع مستوى الوعي بالهوية الوطنية والاعتزاز بها)، بمتوسط حسابي (2.69 من 3.00)، في المرتبة الأولى من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق) تليها العبارة التي تنص على (ظهور المذيعين والضيوف باللباس الرسمي)، بمتوسط حسابي (2.68 من 3.00)، في المرتبة الثانية من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق).

ثالثاً: إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي:

جدول رقم (14) استجابات أفراد الدراسة على عبارات بعد إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
بيان قوة اللغة العربية وكثرة مفرداتها وأنها لم تتغير كاللغات الأخرى	2.63	0.625	موافق	1
التأكيد على أهمية اللغة العربية وأنها اللغة الرسمية للدولة	2.61	0.639	موافق	2
الحديث بلغة عامية فصيحة	2.40	0.691	موافق	3
تجنب المصطلحات الإنجليزية	2.39	0.709	موافق	4
المتوسط الكلي	**2.43**	**0.497**	**موافق**	

***المتوسط الحسابي من (3.00).**

يوضح الجدول السابق أن أفراد الدراسة موافقين على إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، بمتوسط حسابي بلغ (2.43 من 3.00)، وهو

المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة، كما تبين أن هناك توافق في آراء أفراد الدراسة نحو إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، بمتوسطات حسابية بلغت (2.39 إلى 2.63)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، تمثلت في الجوانب التالية:

جاءت العبارة التي تنص على (بيان قوة اللغة العربية وكثرة مفرداتها وأنها لم تتغير كاللغات الأخرى)، بمتوسط حسابي (2.63 من 3.00)، في المرتبة الأولى من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، يليها العبارة التي تنص على (التأكيد على أهمية اللغة العربية وأنها اللغة الرسمية للدولة)، بمتوسط حسابي (2.61 من 3.00)، في المرتبة الثانية من حيث الموافقة عليها، وبدرجة استجابة تشير إلى (موافق)، وفيما يلي ترتيب هذه الإسهامات حسب متوسطات الموافقة عليها من وجهة نظر أفراد الدراسة:

جدول رقم (15)استجابات أفراد الدراسة على جميع جوانب إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني	2.53	0.412	موافق	1
إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي	2.49	0.449	موافق	2
إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي	2.43	0.497	موافق	3
المتوسط الكلي	**2.50**	**0.412**	**أوافق**	

يبين الجدول السابق أن أفراد الدراسة موافقين على إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في جميع الجوانب (الديني، التاريخي والاجتماعي، والجانب اللغوي)، بمتوسط حسابي عام لجميع هذه الإسهامات بلغ (2.50 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (موافق) في أداة الدراسة، كما تبين أن إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني جاء في المرتبة الأولى، بمتوسط (2.53 من 3.00)، يليها إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي بمتوسط (2.49 من 3.00)، وفي المرتبة الثالثة جاءت إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، بمتوسط (2.43 من 3.00).

إجابة السؤال الرابع: ما البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

للتعرف على البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات محور البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وجاءت النتائج كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (16) استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
البرامج الدينية	2.54	0.712	موافق	1
البرامج الثقافية والعلمية	2.52	0.717	موافق	2
القنوات الحكومية مثل الإخبارية والقناة السعودية الأولى	2.42	0.751	موافق	3
البرامج الحوارية	2.28	0.743	محايد	4
القنوات المحافظة مثل المجد	2.24	0.795	محايد	5
الأفلام السينمائية	2.06	0.836	محايد	6
قنوات الهواة على اليوتيوب	2.04	0.822	محايد	7
التمثيليات والمسلسلات	2.04	0.850	محايد	8
برامج تلفزيون الواقع	1.99	0.833	محايد	9
القنوات الخاصة مثل إم بي سي والعربية	1.96	0.818	محايد	10
المتوسط الكلي	**2.21**	**0.488**	**محايد**	

***المتوسط الحسابي من (3.00).**

يتضح من الجدول السابق أن أفراد الدراسة محايدين في موافقتهم على البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، بمتوسط حسابي بلغ (2.21 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي، والتي تشير إلى (محايد) في أداة الدراسة.

كما تبين أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، بمتوسطات حسابية بلغت (1.96 إلى 2.54)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية والثالثة من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (محايد/ موافق) في أداة الدراسة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، تمثلت في البرامج الدينية بمتوسط موافقة مقداره (2.54 من 3.00)، يليها البرامج الثقافية والعلمية، بمتوسط موافقة مقداره (2.52 من 3.00)، يليها كما جاءت القنوات الحكومية مثل الإخبارية والقناة السعودية الأولى في المرتبة الثالثة في المساهمة

في تعزيز الهوية الوطنية بمتوسط موافقة (2.42 من 3.00) ويتضح من ذلك أهمية البرامج الثقافية والعلمية في زيادة مستوى الوعي المجتمعي.

إجابة السؤال الخامس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية باختلاف متغيرات (العمر والجنس والدخل والمستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة)؟

قبل اختيار الأساليب الإحصائيَّة الملائمة للمعالجة الإحصائيَّة اللازمة للتحقق من صحة فروض الدراسة، قام الباحث بالتأكد من اعتدالية توزيع منحنى البيانات، ومدى خضوعه للتوزيع الطبيعي، لتحديد نوع الأساليب الإحصائيَّة المستخدمة في الدِّراسة، من خلال اختبار (كولمجروف سميرونوف) (Kolmogorov-Smirnov test) وجاءت النَّتائج كما يلي:

جدول (17) اختبار كولمجروف سميرونوف لمتغيرات العيِّنة قيد البحث

م	المتغيرات	اختبار كولمجروف سميرونوف		
		القوة الإحصائيَّة	مُستوى الدلالة	
1	العمر	**0.317**	*0.00	دال
2	الجنس	**0.445**	*0.00	دال
3	الدخل	**0.419**	*0.00	دال
4	المستوى التعليمي	**0.446**	*0.00	دال

يتضح من نتائج الجدول السَّابق أن قيم اختبار كولمجروف سميرونوف لمتغيرات الدراسة بلغت (0.317، 0.445، 0.419، 0.446) على التوالي، بمستوى دلالة أقل من 0.05، مما يشير إلى عدم اعتدالية توزيع العيِّنة في هذه المتغيرات، وبالتَّالي استخدام الاختبارات اللامعلميَّة.

أولاً: الفروق باختلاف متغير العمر:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائيا في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (18) نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

محاور الدراسة	العمر	العدد	متوسط الرتب	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية	أقل من 20 سنة	109	189.80	8.532	5	0.102 غير دالة
	من 20 وحتى 29 سنة	149	162.69			
	من 30 وحتى 39 سنة	30	235.23			
	من 40 وحتى 49 سنة	32	189.08			
	من 50 وحتى 59 سنة	32	166.00			
	من 60 سنة فأكثر	5	110.80			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغير العمر، حيث إن قيمة مستوى الدلالة بلغت (0.102)

وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير العمر نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية.

ثانياً: الفروق باختلاف الجنس:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائيا في استجابات افراد الدراسة باختلاف متغير الجنس، استخدم الباحث اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (19) نتائج اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الجنس

محاور الدراسة	الجنس	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة (Z)	مستوى الدلالة
إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية	ذكر	234	186.25	43582.50	8.010-	0.081 غير دالة
	أنثى	123	203.26	25001.50		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغير الجنس، حيث إن قيمة مستوى الدلالة بلغت (0.081) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الجنس نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية.

ثالثاً: الفروق باختلاف متغير الدخل:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائيا في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الدخل، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (20) نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الدخل

محاور الدراسة	الدخل	العدد	متوسط الرتب	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية	أقل من 5000	257	178.04	8.513	4	0.075 غير دالة
	من 5001 وحتى 10000	36	187.93			
	من 10001 وحتى 15000	23	217.52			
	من 15001 وحتى 2000	22	130.14			
	أكثر من 20000	19	185.00			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغير الدخل، حيث إن قيمة مستوى الدلالة بلغت (0.075) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الدخل نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية.

رابعاً: الفروق باختلاف متغير المستوى التعليمي:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائيا في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير المستوى التعليمي، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (21) نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

محاور الدراسة	المستوى التعليمي	العدد	متوسط الرتب	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية	ثانوي فأقل	58	175.80	3.451	2	0.178 غير دالة
	جامعي	267	175.82			
	فوق الجامعي	32	211.30			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغير المستوى التعليمي، حيث إن قيمة مستوى الدلالة بلغت (0.178) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير المستوى التعليمي نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية.

مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها:

بعد عرض الباحث لنتائج دراسته يمكنه الآن تفسيرها وبيان أسبابها، فأظهرت النتائج أن 63% من أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات الفضائية من ساعة وحتى ثلاث ساعات أسبوعيا، وأن أكثر القنوات متابعة هي: mbc ثم الرياضية السعودية ثم العربية.

وفي مجال الإمكانات المطلوب توافرها في القنوات الفضائية لتعزيز الهوية الوطنية فأسفرت النتائج أن أكثر الإمكانات لتعزيز الهوية الوطنية هي: استضافة أصحاب المعرفة والخبرة والرأي في الموضوعات ذات العلاقة بتخصصاتهم، ويرجع ذلك إلى أهمية محاورة أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال الهوية الوطنية نظراً لما لهم من دور مهم في توضيح كيفية تفعيل تلك المفاهيم على أرض الواقع وجعلها سلوكاً ملموساً.

تليها: عرض الموضوعات والقضايا التي تعزز الهوية وتؤكد عليها، ويتضح من ذلك ضرورة تناول الموضوعات والقضايا التي تركز على مفاهيم الهوية الوطنية وتوضح منجزات الدولة وما تقدمه لأفرادها من خدمات مما يعزز من مستوى الانتماء الوطني لدى أفراد المجتمع.

وفي المرتبة الثالثة: تتكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية، ويرجع ذلك إلى أهمية تكامل البرامج الإعلامية مع أعمال ومهام المؤسسات المجتمعية في مجال تعزيز مفاهيم الانتماء الوطني والهوية الوطنية لدى أفراد المجتمع حيث يؤدي ذلك إلى توضيح الأدوار المنوطة بهذه المؤسسات وما يجب عليها نحو المجتمع.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة نواف السياري التي توصلت إلى أن بث المناسبات الوطنية وانجازات الدولة يساعد في تعزيز الهوية الوطنية، وأن أهم قضية في تحقيق الهوية الوطنية هي وجود الرؤية، ودور المملكة في خدمة قضايا الإسلام.

كما تتفق مع نتيجة دراسة ثريا السنوسي التي توصلت إلى أن من الأسس لترسيخ الهوية الوطنية لدى الأفراد هو ترسيخ الشعور بالانتماء الوطني، وتعزيز المضمون الثقافي الوطني في وسائل الإعلام.

وأيضاً تتفق مع نتيجة دراسة سيفون باية التي توصلت إلى أن إدراك القائم بالاتصال أبعاد قضية الهوية الوطنية يساهم في معالجتها ودعمها.

وكذلك تتفق مع نتيجة دراسة كل من سعد مطشر ونهلة عبد الرازق التي توصلت إلى أن من أسباب دعم الهوية الوطنية في زمن الانفتاح هو الوعي في الانفتاح على الثقافات الأخرى، وبث المواد الإعلامية التي ترتقي بثقافة الفرد وتعزز هويته وانتماءه وأبرزها الدين.

كما تتفق مع نتيجة دراسة علاء حسين التي توصلت إلى وجود علاقة قوية بين القناة العراقية وقضايا الهوية الوطنية، وأن اختيار الرسالة الإعلامية وتوجيهها بصورة صحيحة يساهم في بناء الهوية الوطنية.

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، فأوضحت النتائج أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني، تمثلت في الجوانب الآتية: نقل صلوات الحرمين وخطب الجمعة وترجماتها بلغات أخرى، نقل شعائر الحج وبيان حجم العمل الذي تقدمه الدولة لضيوف الرحمن.

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، فبينت النتائج أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب التاريخي والاجتماعي، تمثلت في الجوانب الآتية: رفع مستوى الوعي بالهوية الوطنية والاعتزاز بها، ظهور المذيعين والضيوف باللباس الرسمي.

وفي مجال إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب اللغوي، فأوضحت النتائج أن بيان قوة اللغة العربية وكثرة مفرداتها وأنها لم تتغير كاللغات الأخرى جاءت في المرتبة الأولى، ثم التأكيد على أهمية اللغة العربية وأنها اللغة الرسمية للدولة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حصة بنت طوالة التي توصلت إلى أن هناك اتجاهات إيجابية نحو تغطيات المؤثرين، وأن المؤثرين ساهموا في التعريف بالمشاريع الوطنية.

كما تتفق مع نتيجة دراسة غادة أبا حسين التي توصلت إلى أن من أهم أساليب تعميق الهوية الوطنية لدى الطالبات التعريف برموز الدولة (الملك، العلم، السلام الملكي)، وتعزيز قيم المشاركة المجتمعية في الحفاظ على المرافق العامة وتحمل المسؤولية.

وأيضاً تتفق مع نتيجة دراسة نواف السياري التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام ساهمت في تعزيز شعور الجمهور بالمواطنة عبر التعريف بمنجزات الوطن.

كما تتفق مع نتيجة دراسة علي قشاشني التي توصلت إلى أن الصحف ذات التوجه الإسلامي ساهمت بشكل أكبر في الدفاع عن الهوية الوطنية حيث تبنت الدفاع عن ثوابت الشعب الجزائري ومقوماته الحضارية تجاه الهجمة الإعلامية الفرنسية.

وفي مجال التعرف على البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، فأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر البرامج والقنوات التي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، تمثلت في البرامج الدينية، تليها البرامج الثقافية والعلمية، تليها القنوات الحكومية مثل الإخبارية والقناة السعودية الأولى، وتبين هذه النتيجة أهمية البرامج الثقافية والعلمية في زيادة مستوى الوعي المجتمعي نحو كيفية ممارسة سلوكيات الانتماء الوطني وتعزيز قيم ومفاهيم الهوية الوطنية وتنمية حب الوطن في نفوس أفراد المجتمع، وكذلك يتضح دور البرامج الدينية التي تحث على المحافظة على عادات وأعراف المجتمع الأصيلة والتي تنبثق من الدين الإسلامي الذي يحث الفرد ويشجعه على الانتماء لوطنه وإعلاء قيم البناء والتعمير والبعد عن جميع الأفكار الهدامة والسلوكيات المنحرفة التي تؤثر سلباً في مفاهيم الهوية الوطنية، ويساعد في ذلك وجود منابر إعلامية تعي ذلك الأمر وتعمل على غرس قيمه داخل نفوس المجتمع، ومن ذلك القنوات الإخبارية التي تبتعد عن نشر الأكاذيب وتسعى لبث الأخبار والحقائق حول أهمية إعلاء مفاهيم الهوية الوطنية لدى أفراد المجتمع.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الله البرية التي توصلت إلى أن الإعلان التلفزيوني لها دور في إيجاد الرغبة في الشراء.

كما تتفق مع نتيجة دراسة عبد الوهاب جباري التي توصلت إلى أن الإعلان التلفزيوني يؤثر على قرار الشراء لمنتجات مختلفة.

وفي مجال الفروق فأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو إسهامات القنوات الفضائية في تعزيز الهوية الوطنية وفقا لمتغيرات الدراسة الديمغرافية وهي: العمر، والجنس، والدخل، والمستوى التعليمي حيث إن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لجميع المتغيرات، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً.

المراجع:

1 حسن مكاوي وليلى السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1429هـ، ص 71.
2 سيفون باية وبو عزيز بو بكر: وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والاستلاب، بحث منشور في مجلة الإناسة وعلوم المجتمع، مجلة علمية محكمة، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 10، المجلد 5، 2021م، ص 4.
3 Leen Aghabi, Dr Neven Bondokji, Alethea Osborne, and Kim Wilkinson (2017), SOCIAL IDENTITY AND RADICALISATION, Amman, Jordan: WANA Institute., Page 4-6. Edited.

4 شفيعة حداد: تأثير العولمة في بعدها الثقافي الهوياتي على الهوية الثقافية الوطنية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، مجلة علمية محكمة، جامعة باتنة، الجزائر، العدد 2، المجلد 4، 2019م، ص 233.
5 المرجع السابق: ص 235.
6 بيكو باريك: سياسة جديدة للهوية، المبادئ الأساسية لعالم يتسم بالاعتماد المتبادل، ترجمة حسن فتحي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2013م، ص 29.
7 صموئيل هنتقتون: من نحن، التحديات التي تواجه الهوية الأمريكية، ترجمة حسام الدين خضور، دار الرأي، دمشق، 2005م، ص 43.
8 نادية فرحات: الهوية الثقافية للشباب في عصر العولمة، بحث منشور في مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، مجلة علمية محكمة، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، الجزائر، العدد 2، المجلد 5، 2018م، ص 111.
وانظر: وفاء لعريط إيمان قماص: تحديات الهوية الوطنية بين التواصل الثقافي الغربي وأيديولوجية نهاية التاريخ، بحث منشور في مجلة البدر، مجلة علمية محكمة، جامعة بشار، الجزائر، العدد 12، المجلد 9، 2017م، ص 638.
9 حصة بن طوالة: اتجاهات الجمهور السعودي نحو مشاركة المؤثرين في وسائل الإعلام الجديد للتعريف بالمشاريع الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1442هـ.
10 بدور العنزي: الانفتاح الثقافي وأثره على القيم الاجتماعية والهوية الوطنية للطالبة الجامعية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1436هـ.
11 غادة أبا حسين: تصور مقترح لتنمية مفهوم المواطنة لدى طالبات المرحلة الابتدائية من خلال عمليات التنشئة السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1430هـ.
12 مها الشمري: دور المهرجانات الثقافية في تعميق الهوية الوطنية" مهرجان الجنادرية الوطني للتراث والثقافة نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1441هـ.
13 نوف السياري: دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1439هـ.
14 ثريا السنوسي: أزمة الهوية الثقافية الوطنية في الفضاء العالمي الجديد، بحث منشور في المجلة الجزائرية للاتصال، مجلة علمية محكمة، جامعة الجزائر، العدد 2، المجلد، 23، 2021م.
15 سيفون باية وبو عزيز بو بكر: وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والاستلاب، بحث منشور في مجلة الإناسة وعلوم المجتمع، مجلة علمية محكمة، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 10، المجلد 5، 2021م.
16 علي قشاشني دراسة حول مسائل الهوية الوطنية في الصحافة الجزائرية خلال النصف الأول من القرن العشرين، بحث منشور في مجلة تجسير للأبحاث والدراسات، مجلة علمية محكمة، جامعة باتنة، العدد 2، المجلد 2، 2022م.
17 إبراهيم القاعود ورياض القاعود دراسة عن المخاطر التي تهدد الهوية الوطنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك وكيفية التصدي لها، بحث منشور في مجلة الرواق، مجلة علمية محكمة، جامعة غليزان، الجزائر، 2017م.

18 سعد مطشر ونهلة عبد الرزاق عن دور الفضائيات العربية في دعم الهوية الوطنية، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، ملجة علمية محكمة، جامعة بغداد، 2012م.
19 عماد صالح: الابعاد السياسية والامنية والاجتماعية والثقافية للإعلام العراقي في تعزيز الهوية الوطنية، بحث منشور في مجلة دراسات دولية، مجلة علمية محكمة، جامعة بغداد، العدد 77، 2019م.
20 علاء حسين: تسويق القناة العراقية الفضائية للهوية الوطنية العراقية أثناء الاحتجاجات، رسالة دكتوراه منشورة في مجلة الباحث الإعلامي، مجلة علمية محكمة، جامعة بغداد، العدد 53، المجلد 13، 2021م.
21 مصطفى الطائي دراسة حول الاتصال الرقمي ومستقبل الهوية في الدراما التلفزيونية العربية، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، مجلة علمية محكمة، جامعة بغداد، العدد 36، المجلد 9، 2017م.
22 إيمان عبد الرحمن الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية في تقوية الروح الوطنية والانتماء للوطن عند طلبة الجامعات العراقية، بحث منشور في مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، مجلة علمية محكمة، جامعة واسط، العراق، العدد 42، المجلد 3، 2021م.
23 عدنان سمير: تعددية الخطاب الإعلامي وانعكاسها على السلم المجتمعي وتفكيك الهوية الوطنية، بحث منشور في مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، مجلة علمية محكمة، جامعة بابل، العراق، العدد 1، المجلد 11، 2021م.
24 مصلحة الإحصاءات العامة، 1431هـ. وفي أثناء إجراء الباحث لهذه الدراسة عام 1443هـ بدأ التعداد السكاني، وحتى الان لم تظهر البيانات، لذا اعتمد على آخر إحصاء للسكان.
25 صالح العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، 1416هـ، ص 189.
26 تفضل بتحكيم الاستبانة كلا من: د. شريف بدران، و د. علي السيد.