

دور الإعلام في تعزيز الهوية السعودية 2030
"السيلفي" السعودي

د. عهد بنت سلطان الشهيل
أستاذ مساعد بقسم الاعلام – كلية الإعلام
جامعة الملك سعود

Abstract

The Following research examines the role of local Saudi Media (Traditional and New) in promoting national identity in light of technological developments that have social effects, the study tries to find a way to harmonize between preserving heritage, values and traditions without falling behind in knowledge and developments while avoiding slipping into the abyss of other extraneous cultures that may affect the local culture. The role media has in strengthening national identity while exposing nations to different cultures at the same time, the research answers how media can affect our national identity.

المخلص

تسعى الدراسة إلى تحديد وفهم ضوابط العلاقة التي تحكم الإعلام بالهوية السعودية، فالهدف الرئيس هو التعرف على دور وسائل الإعلام السعودية (التقليدية والحديثة) في تعزيز الهوية الوطنية في ظل التغيرات التقنية التي لها آثار اجتماعية، ومعرفة أثر ظهور الإعلام الحديث على الهوية السعودية ومدى تناغم أو عدم اتساق ذلك النمط مع الموروثات والقيم الراسخة في المجتمع السعودي. كما تناقش الدراسة وتعرض نتائج دراسات سابقة أجريت في مجتمعات عربية أخرى، مثل: بعض الدول الخليجية والعربية. سوف يتم توضيح مفهوم الهوية الوطنية وتحديد الشخصية السعودية وتوضيح العلاقة بين الإعلام والهوية الوطنية وكيفية الاستفادة من هذه العلاقة وتأثير الإعلام في حدود الهوية.

المقدمة:

يمتلك عالما العربي والإسلامي هويةً ذات عناصر تميزه عن غيره، مثل: اللغة والدين والتاريخ. فلغتنا هي لغة القرآن: "إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ"¹ وديننا هو الدين الإسلامي الصالح لكل زمانٍ ومكانٍ، ويزخر تاريخنا الإسلامي والعربي بجميع صور الحضارة والانتصارات والقدوات ما يجعلنا نمتلك هوية ذات جذور ثابتة ومتأصلة تفرض الانتماء والولاء والتطور لهذا المجتمع. والمثير للانتباه، أنه مع هذه المعطيات، فإن الهوية الوطنية العربية تعيش في أزمة طاحنة نتيجة تراجع مكانة الثقافة الوطنية. كما أن وسائل الإعلام هي المرأة التي ترى من خلالها الشعوب وجهها الحضاري؛ فهي كما نسميها في عصرنا الحاضر "سيلفي" المجتمع، ومن أراد أن يتعرف على ما يشغل فكر شعب من الشعوب وما يفكر فيه، وكذلك ما يسوده من قيم وعادات ما عليه إلا أن يطالع وسائل الإعلام المحلية حيث أن المنظومة الإعلامية لا يمكن أن تعمل بمعزلٍ عن المنظومة الثقافية للمجتمع.

وفي ظل التغيرات الحضارية والاقتصادية والتطورات التقنية فتأصيل الهوية أمرٌ في غاية الحساسية والأهمية لأنه يمس جوانب مختلفة من حياة الفرد ومصالح المواطن وأمن الدولة وتطور المؤسسات الحكومية والخاصة. إن تعزيز الهوية الوطنية يُعطي تميزًا للرسالة الإعلامية، فالذي يربط الفرد بوسيلة إعلامية هو أن يرى نفسه وقضاياها وما يشغله من خلالها، كما أن مشاركة وسائل الإعلام في التعامل مع التحديات التي تواجه المجتمع، والقضايا الواجب علاجها أصبحت حتمية وليست خيارًا.

لقد تم تناول مسألة الهوية في أماكن متعددة وفي مختلف المجالات الأكاديمية بدءً من علم النفس إلى علم الأحياء ومن الاقتصاد إلى التاريخ. فسياسة الهوية وكيفية بناء وعرض وتعديل إحساسنا الفردي والوطني والدولي بـ "من نحن" تتأثر بعدة عوامل متنوعة. فعندما يقوم العلماء بتقسيم عناصر مختلفة لمكونات الهوية؛ فإنهم ينظرون - عادةً - إلى العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتاريخية، مثل: الطبقة، والجنس، والدين، والعرق، والأمة. وهناك عوامل ذات صلة، مثل: الموقع الجغرافي، والموقع الاقتصادي، والمناخ السياسي تؤثر أيضًا في التنمية الفردية. ولكن في هذه الدراسة سوف يُسلط الضوء على العوامل ذات الصلة بالاتصال والإعلام؛ لأن تنمية الهوية الوطنية تعتبر هدفًا رئيسيًا لاستراتيجيات وخطط المملكة العربية السعودية، وفي

¹ سورة يوسف، الآية: 12.

ظل الاتصال الدائم الذي توفره التقنيات الحديثة؛ يتوجب توضيح المفاهيم والأدوار للتواصل المؤثر في طريق تدشين رؤية واضحة.

الأهمية:

من خلال معرفة العلاقة بين الهوية والإعلام نتمكن من تجديد الخطاب الإعلامي بما يواءم الأحداث المعاصرة التي لا تتحمل التعامل بشكل عشوائي أو اجتهادي نظراً لما يشهده المجتمع من أحداث سريعة ومتلاحقة في كافة المجالات و على كافة الأصعدة، فدراسة دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية السعودية وإجراء التقييم المناسب يساعد في تحقيق الأهداف الوطنية، فالحضور التقني أدخل على مجتمعاتنا هويات أجنبية تحتم الوعي وترفع المسؤولية لدعم الهوية المحلية من خلال وسائل الإعلام ... فوضوح الهوية الوطنية وتحديد دور الاعلام يحفز المؤسسات الإعلامية على القيام بدورها المنوط بها في إرساء القيم الإسلامية والوطنية وتعزيزها بشكل متفاعل مع المجتمع، بالإضافة إلى دور الدعم الداخلي، وهي أدوار بالغة الأثر على طريق تصحيح الصورة الذهنية عن المملكة عالمياً.

هناك أهمية علمية (على مستوى الفكر) في تحليل الواقع الإعلامي في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع السعودي، والأهمية العلمية الأخرى تأتي (على مستوى الواقع). كما تتبع أهمية الدراسة من حاجة المجتمع السعودي لمثل هذه الدراسات المتخصصة في فهم ودعم الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق أهداف الدولة بشكل عام والإعلام بشكل خاص لتنمية المواطن والمجتمع السعوديين.

الهدف:

تسعى الدراسة إلى تحديد وفهم ضوابط العلاقة التي تحكم الإعلام بالهوية السعودية، فالهدف الرئيس هو التعرف على دور وسائل الإعلام السعودية (التقليدية والحديثة) في تعزيز الهوية الوطنية في ظل التغيرات التقنية التي لها آثار اجتماعية، ومعرفة أثر ظهور الإعلام الحديث على الهوية السعودية ومدى تناغم أو عدم اتساق ذلك النمط مع الموروثات والقيم الراسخة في المجتمع السعودي.

كما تناقش الدراسة وتعرض نتائج دراسات سابقة أجريت في مجتمعات عربية أخرى، مثل: بعض الدول الخليجية والعربية. تواجه الدراسة إشكالية كبيرة تتلخص في محاولة إيجاد سبيل للتوافق بين الحفاظ على الموروثات والقيم والعادات الأصيلة دون التخلف عن ركب التقدّم المعرفي والتقني مع تجنب الانزلاق في هوة ثقافات أخرى دخيلة قد تكون ذات أثر ضار بالهوية السعودية، كما تعرض الدراسة للجهود المبذولة من

قبل الدولة للارتقاء بالمواطن السعودي وتحسين كفاءة الفرد وإكسابه المهارات اللازمة لمواجهة عالم اليوم المليء بالمستجدات والذي لا يتوقف عن التطور؛ ليكون المواطن قادرًا على مجابهة تحديات العصر.

مشكلة الدراسة:

تتلخص إشكالية البحث في التساؤل الرئيس: ما دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز الهوية السعودية في ظل ظهور الإعلام الجديد وميلاد الهوية العالمية الافتراضية جراء مواقع التواصل الاجتماعي، ومع التطورات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، العالمية منها والمحلية، وتطور وسائل الإعلام بصفقتها المصدر الرئيس للمعلومات حسب الدراسات، وانتشار المضمون الإعلامي الغربي بين المجتمع السعودي وتأثر الشباب بالثقافات والأفكار الدخيلة؟ أين الإعلام السعودي من الرؤية السعودية 2030؟

لهذا الهدف، سوف يتم توضيح مفهوم الهوية الوطنية وتحديد الشخصية السعودية وتوضيح العلاقة بين الإعلام والهوية الوطنية وكيفية الاستفادة من هذه العلاقة وتأثير الإعلام في حدود الهوية. تساؤلات الدراسة:

- ما الهوية الوطنية؟ ما الهوية السعودية؟
- ما العلاقة بين الإعلام والهوية الوطنية؟
- ما دور الإعلام في تعزيز الهوية السعودية؟

الهوية الوطنية:

لا يُعد مفهوم الهوية جديدًا بالنسبة للعالم الغربي فقد لخصها سقراط في قوله: "اعرف نفسك." جاء في المعجم الوسيط أن الهوية تعني حقيقة الشيء أو ما يميز شخصًا عن غيره، وهي أيضًا تمثل بطاقة يُثبتُ فيها اسم الشخص وجنسيته. بينما عرفها بلوم (Bloom): "الهوية الوطنية تصف ذلك الشرط الذي جعلت فيه كتلة من الناس يمتلكون نفس الهوية مع رموز وطنية، أضفوا صفة ذاتية لهذه الرموز الوطنية"². أما التعريف الذي يمثل مفهومنا الحاضر هو تعريف برادشاو (Bradshaw): "بأن الهوية الوطنية لها طابع تطلعي وهذه الهوية تظهر بتسييس جماعة عرقية تتطلع إلى نظرة مستقبلية من خلال مشاركتها نفس التربة

² (Bloom, 1990, P.52)

الوطنية"³. والتعريف الأكثر شيوعاً هو للباحث تاجفل (Tajfel) وفقاً له: "الهوية الوطنية تشمل المعرفة الفردية للانتماء لمجموعة أو مجموعات اجتماعية مع القيم والأهمية العاطفية المرتبطة بهذه العضوية"⁴. وأخيراً عرفها عبيد بأنها: "مجموع السمات والخصائص المشتركة سواء كانت تاريخية أو ثقافية أو أنثروبولوجية أو اجتماعية أو نفسية أو سياسية، وكذلك الشعور بالتضحيات لمجتمع يقطن وطناً معيناً عن غيره، وفي ظل حكومة تمثل كل أو معظم هذا المجتمع، ويعتز بها وتشكل جوهر وجوده وشخصيته المتميزة ويدين المجتمع بالولاء لها"⁵.

لكل إنسان عدد من الهويات ابتداءً باسمه، وجنسه، وجنسيته، وانتهاءً بفكره، ولكن هذه الهويات لا تتعارض مع بعضها بل تترتب في أهميتها وظهورها حسب الظروف والتطورات. فعند تحديد مفهوم الهوية الوطنية يتضح أنه مفهومٌ متداخلٌ مع عدة مفاهيم أخرى وخاصة الثقافية الاجتماعية والسياسية، فمثلاً: لا تكتمل الهوية الثقافية، ولا تبرز خصوصيتها إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيان مشخص تتطابق فيه ثلاثة عناصر: الوطن، والأمة، والدولة. الوطن: بوصفه الأرض أو الجغرافيا والتاريخ، الأمة: بوصفها النسب الروحي الذي تنسجه الثقافة المشتركة وقوامها ذاكرة تاريخية وطموحات تعبر عنها الإرادة الجماعية التي يصنعها حب الوطن. الدولة: بوصفها التجسيد القانوني لوحدة الوطن والأمة، والجهاز الساهر على سلامتهما ووحدتهما وحماية مصالحهما. وهذه العناصر متداخلة في الهوية الوطنية. فالهوية الوطنية ليست ثابتة ولكن تتغير باستمرار وهي بحاجة دائمة إلى تعريف وإعادة صياغة. فالهوية تتكيف دائماً لتحقيق التوازن المطلوب بين الماضي والحاضر والرؤية المستقبلية.

الهوية السعودية:

بناءً على وثيقة رؤية المملكة العربية السعودية 2030 (الأهداف الاستراتيجية وبرامج تحقيق الرؤية) حدد "مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية" برنامج: "تعزيز الشخصية السعودية" ويعمل المجلس على مراقبة تنفيذها حتى عام 2030 م.

³ (Husamettin, 2013, P.229)

⁴ (Tajfel, 1981, P.258)

⁵ (عبيد، 2016)

برنامج تعزيز الشخصية الوطنية يشمل تنمية وتعزيز الهوية الوطنية للأفراد وإرساء دعائمها على القيم الإسلامية والوطنية وتعزيز الخصائص الشخصية والنفسية التي من شأنها قيادة وتحفيز الأفراد نحو النجاح والتفؤل، وتكوين جيلٍ متسقٍ وفاعلٍ يعمل وفقاً لتوجهات المملكة سياسياً واقتصادياً وقيماً ووقايتة من المهددات الدينية والأمنية والاجتماعية والثقافية والإعلامية. ويلعب هذا البرنامج، بالإضافة إلى ما سبق، دوراً جوهرياً في تصحيح الصورة الذهنية عن المملكة خارجياً.

حدّدت الوثيقة رؤية المملكة 2030 في 25 هدفاً، منها 15 هدفاً مباشراً، و10 أهدافٍ غير مباشرة وهي كالتالي:

الأهداف المباشرة:

- 1- أهمية تعزيز قيم الوسطية والتسامح والإتقان والانضباط والعدالة والشفافية والعزيمة والمثابرة.
- 2- غرس المبادئ والقيم الوطنية.
- 3- العناية باللغة العربية.
- 4- تعزيز حماية المجتمع من المخدرات.
- 5- تعزيز قيم الإيجابية والمرونة وثقافة العمل الجاد.
- 6- بناء رحلة تعليمية متكاملة.
- 7- تحسين تكافؤ فرص الحصول على التعليم.
- 8- تعزيز وتمكين التخطيط المالي للتقاعد والادخار وما إلى ذلك.
- 9- تحسين مخرجات التعليم الأساسية.
- 10- تحسين ترتيب المؤسسات التعليمية.
- 11- توفير معارف نوعية للمتميزين في المجالات ذات الأولوية.
- 12- الموازنة بين مخرجات التعليم واحتياجات سوق العمل، والتوسع في التدريب المهني لتوفير احتياجات سوق العمل.
- 13- تحسين جاهزية الشباب لدخول سوق العمل.
- 14- تعزيز ودعم ثقافة الابتكار وريادة الأعمال.

15- تعزيز الانتماء الوطني.

خصائص تميز الهوية الخاصة بالمملكة العربية السعودية:

من أبرز ما يميز الهوية الخاصة بالمملكة العربية السعودية هو ما تنص عليه المادة الأولى من النظام الأساسي للحكم على أنها: "دولة عربية إسلامية ذات سيادة تامة، دينها الإسلام ودستورها كتاب الله تعالى وسنة نبيه - صلى الله عليه وسلم." فالدين الإسلامي يلعب دوراً مهماً في صقل الشخصية والسياسة السعودية. إن استخدام القيم الإسلامية هو أساس الحكم السعودي الذي بناءً عليه تم صياغة السياسة وينعكس هذا الأمر جلياً على المجتمع.

وتتمة المادة الأولى في النظام الأساسي للحكم أن: "لغتها هي اللغة العربية، وعاصمتها مدينة الرياض." فمن أهم ما يميز الهوية السعودية هي لغة القرآن (اللغة العربية) فلا يمكن فصل الهوية عن اللغة، فالهوية هي نتاج المعاني والقيم التي يكونها الأفراد من خلال اللغة. وفي الوقت الذي نحن في أمس الحاجة إلى تعزيز الهوية في ظل الانفتاح والتواصل العالمي من خلال التقنية، يغفل المجتمع السعودي عن تدعيم التواصل باللغة العربية. والمثير للانتباه في النتائج التي توصلت إليها دراسة دولية أن اللغة بالنسبة للهوية الوطنية أهم من مسقط الرأس، خاصة في دول، مثل: الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وأوروبا، واليابان، مع العلم أن هذه الدول تقود مسيرة الثقافة العالمية وتغزو الثقافات المحلية⁶.

إذا أردنا أن نختصر الهوية السعودية بشخصية واحدة، فالملك عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود (رحمه الله) هو خير مثال: دين، كرم، شجاعة، اجتهاد، عدل، بلاغة اللغة، وغيرها من السمات النابعة من الثقافة الإسلامية والمتأصلة في الحضارة العربية.

إن السياق الاجتماعي الخاص بالمملكة العربية السعودية مهم عند تقييم دور الإعلام في دعم وتفعيل رؤية الدولة لتعزيز الهوية الوطنية حيث توجد نشاطات قائمة، مثل: مهرجان الجنادرية الثقافي، النوادي الرياضية ودورياتها، متاحف الوطنية، ولكن الهدف هو التواصل مع الجمهور المستهدف من المجتمع بالطريقة التي تتوافق ومتطلبات التواصل الحديثة. إن الهوية الوطنية وتعزيزها ليس عملاً موسميًا (اليوم الوطني،

⁶ ((Pew Research, Global Attitudes & Trends, 2017

الجنادرية)، وإنما عملٌ ينبع من رؤية استراتيجية دائمة. كما أن تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل الإعلام، لن يأتي من خلال برامج تتسم بالنسخ أو التعريب أو التقليد للبرامج الأجنبية، ولكن من خلال تقديم واقعنا الثقافي الثري والمتميز، الممزوج بإبداعٍ وطنيٍّ خالصٍ.

علاقة الإعلام بالهوية الوطنية:

صُناع القرار حول العالم مقرين بدور الإعلام في تكوين وتعزيز الهوية الوطنية المشتركة. وباختلاف درجات الاتفاق، فإن الباحثين يشيدون بأهمية دور وعلاقة الإعلام بالهوية الوطنية، وقد جادل العديد من الباحثين بأن وسائل الإعلام كانت الأساس على مدى القرون الثلاثة الماضية في: تشكيل الهويات المختلفة، وتوزيعها، وإضفاء الطابع المؤسسي عليها. وأكد الباحثون على دور الإعلام الوطني المحلي جنباً إلى جنب مع النظام التعليمي كأقوى الوسائل لبناء الهوية الوطنية. ومن أبرزهم مارشيل ملكوهين (Marshall McLuhan) صاحب النظريات والكتابات التي أثرت علم الاتصال حيث يرى أن الكلمة المطبوعة هي وسيلة لغرس روح القومية والوطنية، وقد وصف الصحافة باعتبارها مهندس القومية والوطنية من خلال اللغة⁷. توصلت نتائج دراسة عن دور الصحف المحلية في دعم الهوية الوطنية البحرينية بأن مظاهر التبعية الثقافية للغرب بين الشباب البحريني تجلت في تبادل الأحاديث باللغة الإنجليزية بين بعض الشباب (٢٠٠٩)، حيث يعتبر هذا المظهر من المظاهر التي تؤثر في الهوية الوطنية.

إن موضوع الهوية الوطنية هو موضوعٌ واسعٌ يمس بشكلٍ مباشرٍ وغير مباشرٍ عدداً كبيراً من المواضيع⁸؛ حيث أن العلاقة بين الإعلام وبناء الهوية الوطنية واضحٌ مع فروق في التأثير والتمثيل الوطني في الأخبار المحلية، والاحتفالات، والتراث الوطني. وعلى سبيل المثال، بدلاً من تعريف الهوية الوطنية بشكل مباشر، فإن أغلب الأعمال يمكنها أن تركز على اللغة، الأبطال الوطنيين، اليوم الوطني وتغطية الاحتفالات الوطنية حيث أن العلاقة موجودة بينهما. إن المطلوب يتركز في تفعيل التواصل بين المضمون الإعلامي والجمهور المستهدف من المواطنين برسائل هادفة ومتنوعة.

⁷ (McLuhan, 1964)
⁸ (Leong, 2011)

إن التمثيل الإعلامي جزءٌ لا يتجزأ من البناء الاجتماعي للهوية الوطنية. يقول تومسون: "نحن نشعر بأنفسنا بأننا ننتمي إلى جماعات ومجتمعات تتشكل جزئياً من خلال وسائل الإعلام؛ فالرسائل الإعلامية قوة لا يُستهان بها؛ حيث تؤثر في إحساسنا وارتباطنا بهويتنا والبيئة المحيطة بنا"⁹.

وعند النظر إلى الدراسات السابقة فيما يخص الإعلام والهوية الوطنية العربية، يظهر في الأفق أن التركيز يكون على الناحية السلبية، وعن ضعف الهوية العربية والقصور الإعلامي المحلي العربي دون النظر إلى الصورة الأكبر والمضمون الإعلامي الثقافي، الذي هو نتاج الثقافة الاجتماعية والأنظمة المحلية ودون تحديد المعالم والتطورات على مفهوم الهوية المحلية وعلاقتها بوسائل الاتصال. لقد استطاع العوفي من خلال دراسته: "الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة" أن يسلط الضوء على العوامل المستحدثة والتطورات التقنية التي ساهمت في إعطاء المجال أمام "هوية لم تكتمل معالمها بعد، هوية لا تعترف بالحدود والحوازر أيًا كان نوعها، سياسية كانت أم ثقافية"¹⁰.

كما أن لكل مجتمع علاقته الخاصة بالإعلام المحلي، فلكل وسيلة إعلامية تأثير يميزها عن غيرها بما تمتلك من خصائص. فمثلاً النتائج التي توصل إليها كلٌّ من ميشيل هلمز (Michele Hilmes) وسوزان دوكلس (Susan Douglas) كل على حدة، أظهرت كيف تأثر المجتمع الأمريكي والهوية الأمريكية بالراديو. بينما أوضح توماس هاجكوسكس (Thomas Hajkowaski) باستخدام وصف تفصيلي للبرامج المذاعة على هيئة الإذاعة البريطانية وكيفية تأثير البرامج على الهوية الوطنية البريطانية وتعزيزها في الربع الثاني من القرن العشرين، ويعد كتابه الدراسة الأولى التي تركز بطريقة شاملة على كيفية محاولة هيئة الإذاعة البريطانية من خلال برامجها المذاعة أن تعزز وتمثل مفهوم الهوية البريطانية¹¹. بينما قدّم ريموند ويليمز (Raymond Williams) حجةً قويةً في الجدل حول دور التلفزيون في المجتمع بأن التقنية نمط اجتماعي يساهم في إعادة تشكيل المجتمع، بمعنى آخر يتم تحديد دورها وتأثيرها من خلال الاستخدامات التي يتم وضعها¹². إن تطور التقنية كان له تأثير واضح في جوانب عديدة، وقد خلق أساليب جديدة للتواصل

⁹ (Thompson, 1995, p.35)

¹⁰ (عوفي، 2012)

¹¹ (Hajkowaski, 2010)

¹² (Williams, 1974)

والتفاعل، الأمر الذي أثر في بناء النسيج الاجتماعي وصولاً إلى الهوية، وبالتالي تقديم أنماط جديدة للهوية من خلال تقديم أساليب تواصل لجوانب مختلفة للذات.

استناداً إلى الكلمة الشهيرة لمارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan): "الوسيلة هي الرسالة"¹³ وانطلاقاً من هذا المعنى، أصبحت وسائل الإعلام اليوم امتداداً لهوية مستهلكيها. من خلال دراسة مقارنة تحليلية أجريت لدراسة الهوية الأوروبية، أظهرت النتائج أن التغطية الإعلامية لانتخابات البرلمان الأوروبي لها تأثير قوي في بناء الهوية الأوروبية أكثر من التغطية الإعلامية الثقافية التي تعزز الهوية فقط¹⁴.

عند الحديث عن الهوية في عصرنا الحالي، توجد صورتان للصراع: الأولى الحفاظ على العادات والتقاليد ضد العادات الغربية الدخيلة؛ والثانية: الانفتاح والتدفق السريع للهوية "العالمية" المسيطرة. وفي كلا الحالتين تكون الهوية العنصر الأضعف، بالإضافة إلى المفارقة التي يجب ذكرها وهي الاعتماد في القرون الماضية على الإعلام التقليدي، مثل: التلفزيون، والراديو (من أعلى إلى أسفل) لتعزيز الهوية والوحدة والتنمية الوطنية، مقابل التطور التقني والإعلام الجديد، مثل: شبكات التواصل الاجتماعي (من أسفل إلى أعلى). إن دور الإعلام يكون واضحاً باستخدام الوسائل التقليدية ولكن من أجل أن يكون التواصل فعالاً ومؤثراً في وسائل الإعلام الحديثة، يحتاج الإعلام إلى مهارة وعمق نظراً لتعدد الدور في عصرنا الحالي.

إن خصائص الإعلام الجديد تؤثر في الهوية نفسها:

العالمية: يتجلى أثر الهوية العالمية في تخطيها للحواجز الجغرافية ما أدى إلى إلغاء الحدود الواضحة لكل هوية محلية كانت مقيدة بحدود واقعية؛ وقد نتج عن ذلك مضمون عالمي بلا قيود محلية.

التفاعلية: لم يعد الفرد مستقبلاً سلبياً، بل أصبح مستقبلاً مشاركاً يتفاعل ويساهم في المضمون الإعلامي، ما يعني أنه في تواصل دائم مع مفهوم وتكوين الهوية.

التنوع: تعددت الاتجاهات والمضامين التي تخاطب فئات مختلفة؛ فالإعلام الجديد لا يمثل جهة واحدة وإنما يعبر عن جماعات وفئات وأعمار مختلفة، وهو ما يغير من مفهوم الهوية لتشمل مجموعة أكبر لتعبر عنها.

¹³ (McLuhan, 1964, P.69)

¹⁴ (Bachofer, 2014)

لقد أظهر التواصل عبر الشبكات الإلكترونية مزيجًا جديدًا من السمات والتفاعلات في عالم افتراضي لا حد له ولا قيد للتعبير عن الهوية الفردية، وهو ما يؤثر في العالم الواقعي. ودليلاً على ذلك، توصلت دراسة أجريت عن أثر الانترنت في هوية الشباب الجزائري إلى أن 36٪ يرون أن الإنترنت جعلهم يرتبطون بالعالم الخارجي أكثر من الداخل الجزائري ذاته¹⁵.

وتكمن الخطورة الأهم من تأثير الخصائص في الهوية الوطنية في مساهمة الوسائل الحديثة في ظهور نوع جديد من الهويات وهو "الهوية الافتراضية". وبعد دراسة تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي في الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، استنتج د. سمير أنه لمواجهة هذه السلبية، فإن المجتمع بحاجة إلى إعادة نظر "ويجب إعادة غرس القيم العربية والدينية والحضارية، وعدم التنازل عنها لصالح وسائل المجتمع الافتراضي، وهذه المسؤولية تتحملها جميع أطراف ومؤسسات المجتمع"

16

دور الإعلام في تعزيز الهوية:

بعد الاعتراف بأن للإعلام دورًا أساسيًا في تكوين الهوية، يأتي سؤال: كيف يؤثر الإعلام في الهوية؟ الهوية هي مفهوم اجتماعي؛ وعندما نتفاعل مع أي وسيلة إعلامية - بغض النظر عن شكلها - فالجمهور يستقبل أفكارًا من كُتّاب، إعلاميين، مذيعين، مخرجين... لتشكيل معنى الشخصية السعودية من خلال الرسائل الإعلامية التي يستقبلونها. بحسب النظرية الثقافية (Culturalist Theory)، الأشخاص يتأثرون بالإعلام بقدر ما يسمحون لأنفسهم، وأن يخلقوا معانيهم الخاصة من الرسائل التي تقدمها لهم وسائل الإعلام. وعلاوة على ذلك، تؤثر تجاربهم ومعرفتهم الخاصة في كيفية تعاملهم مع هذه الرسائل وذلك وفقًا لـ: مرحلتهم العمرية، ومستوياتهم المعيشية، وجنسهم، وعرقهم، ودينهم، وما إلى ذلك.

وينظر إلى دور الإعلام في تنمية الهوية الوطنية من ثلاثة أبعاد مختلفة: الإعلام، الثقافة والتعليم، والترفيه. تبرز وجهات النظر الثلاثة كيف تؤثر وسائل الإعلام في انتشار الثقافة والعادات الوطنية الخاصة ببلد معين. ولذلك، سينصب التركيز على استكشاف الأبعاد الإعلامية الثلاثة في بناء الهوية الوطنية.

¹⁵ (باتنه، 2015)

¹⁶ (سمير، 2017)

أولاً: يعد الإعلام مصدر المعلومات للجميع. يقول "هيونغسوك": "إن الإعلام يحمل معلومات من مجتمعاتٍ مختلفة، فالفن الكوري استطاع أن يحافظ على الروح الوطنية الكورية خلال السبعينات وكانت أداة أساسية لتعزيز التطور الوطني."¹⁷ يتم تحديد المعلومات بشكل شامل فيما يتعلق بأسلوب الحياة وثقافة الأمة من خلال الإعلام. وعلى سبيل المثال، من خلال الإنترنت نكتشف أن المعلومات المتاحة يتم تصنيفها وفقاً لجنسيات مختلفة؛ فالأوروبيون لهم أصول مختلفة ومجموعات عدة، ولكن يُشار إليهم جميعاً بأنهم أوروبيون بسبب الأهداف المشتركة والدستور الذي يربط دول الاتحاد الأوروبي بعضها ببعض؛ وبالانتقال إلى مثال آخر وهو المجتمع الأمريكي، نجد أنه رغم اختلاف الأصول العرقية إلى أنهم جميعاً يمتلكون هوية أمريكية تميزهم عن غيرهم ممن ينحدرون من العرق نفسه ولكنهم يحملون جنسيات أخرى. إن وسائل الإعلام هي الناقل للمحتوى الثقافي والتعرض لنفس المعلومات يساهم في خلق سلوك من شأنه التماسك والانسجام.

فمن خلال حملة التعداد العام للسكان والمساكن (الأولى) في عام 1394هـ/1974م، كانت النتيجة النهائية لا تمثل الصورة الحقيقية لعدد السكان في المملكة العربية السعودية وهو ما كان له أثر سلبي في التخطيط المستقبلي للبلاد، وكان لا بد من إجراء حملة توعوية إعلامية لتوضيح الأهداف ودورها في التخطيط والتنفيذ التنموي في المملكة العربية السعودية. تقول اللجنة الإعلامية للحملة: "رغم التنمية الشاملة في المملكة وفي كافة المجالات العلمية والاجتماعية والثقافية والمعمارية وغيرها، إلا أن الوعي الإحصائي لا يزال دون المستوى، وذلك يظهر جلياً فيما كتب في الصحف المحلية حول التعداد العام للسكان والمساكن، وإنه يكفي عنه (الإحصاء الصحي، بطاقات الأحوال)¹⁸. إن إيصال أهداف الحملة من خلال رسائل إعلامية ساهم في إنجاح العملية الإحصائية التي لها دور مستقبلي يمس كل مواطن.

يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها المصدر الأساسي للمعلومة، بالإضافة إلى رغبة المواطنين في الحصول على المعلومة. تتمثل وظائف الإعلام الأساسية في: نقل الأخبار وعرض المستجدات المؤثرة في المجتمع المحيط. لذلك يلجأ المواطنون إلى مصادر إعلامية مختلفة من إعلام تقليدي وجديد بحثاً عن المعلومة الدقيقة

(Hyungsook, 2015)¹⁷
(العوفي، 2012، 345)¹⁸

الحديثة. إن عملية نقل القصص والمعلومات التاريخية هو التراث الذي يساعد الأجيال على الاندماج مع المجتمع ويحافظ على الهوية من الاندثار أمام الثقافات المختلفة.

ثانياً: لا يقتصر الدور الإعلامي على نقل المعلومة فحسب، بل يمتد ليلعب دوراً تعليمياً وثقافياً. فقد أصبحت وسائل الإعلام تشغل جزءاً كبيراً من تفاصيل حياتنا اليومية، ومن أكثر ما يتواصل معه الفرد على مدار الساعة. وتحظى هذه الوسائل بأهمية كبيرة ودور مؤثر على كافة المستويات. وتتنوع اتجاهات ونشاطات تلك الوسائل فمنها ما يهتم بتغطية الفعاليات الثقافية وأخرى تختص بصناعة الأفكار الثقافية. يبرز دور وسائل الإعلام في كونها قناة الاتصال التي تساعد في نقل المعتقدات الثقافية والتقاليد وما تمارسه تلك الأمة من عادات. تتأثر الدول العربية بالثقافات الغربية من خلال الإعلام: (أفلام، مشاهير، مسلسلات، أفلام وثائقية...) وقد أدت عدم فعالية الإعلام المحلي إلى إفساح المجال أمام الإعلام الخارجي لملء الفراغ ما نتج عنه تأثر المتابعين بهذا الإعلام. يعمل الإعلام على حفظ عناصر الثقافة والهوية المحلية بالإضافة إلى دوره في تعزيز أهداف المؤسسات الحكومية المختلفة. وتهدف المواد المستخدمة في التعليم داخل الدولة، في معظم الحالات، إلى التواصل مع قواعد المشاركة في مختلف قطاعات الدولة. الهوية الوطنية تُعرف بأنها الثقافة التي يتمتع بها الشعوب؛ ومن أجل فهم الثقافة، هناك حاجة للوصول إلى وسائل الإعلام التي هي المصدر الرئيسي للمعلومات الموثقة.

ثالثاً: تلعب وسائل الإعلام دوراً حاسماً في ضمان ترفيه المواطنين. ويمكن أن يكون هذا الدور سلبياً أو إيجابياً فيما يتعلق بالهوية الوطنية. عندما يكون المضمون الإعلامي محلي فهو يعزز التراث¹⁹. إن الترفيه هو الجانب الذي يمارس في وسائل الإعلام بشكل واسع، ويشير إلى أن وسائل الإعلام تحتوي على القصص المصورة، والأغاني، والقصائد ومحتويات تسلية أخرى. والمواد المذكورة أعلاه ذات صلة ببلد معين، وبالتالي عندما تنتشر عن طريق البث التلفزيوني والإذاعي، والمواد المنشورة، وشبكات التواصل الاجتماعي، فإنها تساعد في انتشار الممارسات والقواعد الثقافية للدولة المعنية. وتتمثل الاتصالات المركزية في وظائف وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية لشعب البلد. إن شعب الأمة له لغة مشتركة مفهومة

¹⁹ (Walgrave & Vliegthart, 2010)

ويعتبرها اللغة الرسمية في إيصال الرسائل والقواعد ذات الصلة لتنفيذ العمليات في كل قطاع²⁰. إن اللغة هي أمر حيوي في تقديم الترفيه في الدولة، مثل: الأشعار، والأغاني، والشيلات التي تقدم رسائل ثقافية، وتعالج القضايا التي تواجه الأمة، مثل: الأغاني الوطنية.

إن دور الإعلام ليس مقتصرًا على الوظائف الرئيسية الست والتي تشكل: الإعلان، والرقابة، والأخبار، وإنما دور الإعلام أشمل وأدق بحسب القضية والرسالة المرسله للجمهور المستهدف. فعلى سبيل المثال، كان دور الإعلام في محاربة الإرهاب مقسمًا إلى ثلاثة أقسام: قبل وأثناء وقوع الجريمة الإرهابية وبعد الانتهاء من التعامل معها، وفي كل قسم هناك وسائل مختلفة ذات رسائل إعلامية متنوعة معتمدة على الجمهور المستهدف. بحسب دراسة أجراها د. القحطاني عن دور الإعلام في مكافحة الإرهاب، أكد أن وسائل الإعلام إلى جانب قنوات التواصل الاجتماعي لها دورٌ كبيرٌ في مكافحة الإرهاب، واختتم دراسته بأن "تشخيص المجتمع السياسي في الدولة التي تعاني الإرهاب هو مطلب أساسي ملح". إن الإعلام يحظى بدور كبير في تنمية العلاقات الإنسانية والتماسك الاجتماعي ومحاربة الغلو والتطرف.

دور الإعلام التنموي والتثقيفي والرقابي وتعزيز الهوية يتطلب أعلى درجات الحياد والدقة والموضوعية والمهنية بما يتفق مع التوجهات والمعطيات الحديثة التي يشهدها قطاع الإعلام والمعلوماتية في عصرنا المعاصر.

أظهرت دراسة أجريت في عام 2004 على 79 دولة ما بين (1995-2002) أن حرية الصحافة لها تأثير كبير في محاربة الفساد، وخلصت إلى نتيجة مفادها أن خفض القيود المفروضة على حرية الصحافة بنسبة 1% يؤدي إلى تحسن بنسبة 5.1% في مؤشر إدراك الفساد²¹ (CPI).

الخاتمة:

²⁰ (Hsu, 2015)
²¹ (Chowdhury, 2004)

نحن نعتمد على وسائل الإعلام (مثل: الصحف والمجلات والتلفزيون والسينما والإذاعة) ليس لمعرفة ما يحدث محلياً في منطقتنا فقط، ولكن أيضاً لمعرفة ما يحدث على الصعيدين الوطني والدولي. لم يصعد معظمنا أبداً إلى الفضاء الخارجي، ومع ذلك رأينا - جميعاً - صور الأرض من الفضاء الخارجي. إن هذه الصور تخلق إحساس الوحدة بين البشر بأنهم يعيشون على كوكب واحد. باختصار، أصبحت وسائل الإعلام جميعها تُشكل الوعي لدى مختلف فئات المجتمع وتكون ملامح الهوية الوطنية لديهم وتساهم بشكل رئيس في صياغة النسيج الاجتماعي للمجتمع، وليس هذا فحسب، بل أضحت تلك الوسائل الإعلامية لها من السلطة والنفوذ ما للسلطات الأخرى، كالتنفيذية والقضائية. وعليه، يجب التركيز على تنظيم تلك الوسائل الإعلامية بمختلف روافدها لتصب في نهر واحد وهو بناء الهوية الوطنية المتماسكة خُلقياً واجتماعياً ودينياً وثقافياً. إن سفينة المجتمع السعودي اليوم تخوض غمار بحر هائج من الوسائل الإعلامية ويجب على ربان تلك السفينة توجيه الدفة صوب بناء الشخصية السعودية ذات الهوية الوطنية المتماسكة.

التوصيات:

- لا بد أن يكون هناك تواصل فعال ومؤثر خاص بوسائل الإعلام الحديث التي تتطلب مهارات إعلامية نظراً لدورها المعقد في عصرنا الحالي.
- أهمية إشراك المؤسسات على اختلاف مشاربها سواء أكانت حكومية أم خاصة في توظيف الإعلام لبلورة الهوية الوطنية.
- عدم النظر إلى إن تعزيز الهوية الوطنية ليس واجبا موسمياً (اليوم الوطني، الجنادرية)، لكنه يجب أن يكون عملاً متصلاً مبنياً على استراتيجيات موضوعية بعناية.
- عدم النظر على أن تعزيز الهوية الوطنية يمكن أن يأتي من خلال برامج منقولة أو معربة أو نماذج مقلدة للبرامج الأجنبية.

- يجب استقراء التاريخ والواقع الثقافي، والوقوف على ما فيه من ثراء وتميز، ومزجه بإبداع وطني يعايش العصر.

المراجع

- أشرف محمد عبيد. (2016). قضية الهوية الوطنية في الخطاب السياسي السوداني . المكتب العربي للمعارف.
غسان منير. (2002). معالم ومؤشرات الهوية الوطنية ومقاييسها. الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام.
بارة سمير. (2017). تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة بين البناء والترهل. الندوة العلمية الدولية عولمة الإعلام السياسي والأمن القومي للدول النامية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
عصام سليمان موسى. (1988). الثقافة الإعلامية. مجلة العلوم الاجتماعية، 16(48).
محمد الجابري. (فبراير 1998). العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات . المستقبل العربي.
مصطفى عوفي. (2012). الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. مجلة علوم الانسان و المجتمع(4)، 45-15.
باديس باتنه. (2015). الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد. 7، 19، 31-44. Algerian Scientific Journal Platform .
القرآن الكريم. سورة يوسف. (٢).
عبداللطيف العوفي. (2012). حملات التوعية الإعلامية. الرياض: النشر العلمي والمطابع-جامعة الملك سعود.
- Chien-Jung Hsu. (2015). The Construction of National Identity in Taiwan's Media,1896-2012. *The American Historical Review*، 120(3).
- Henri Tajfel. (1981). Human Groups and Social Categories. UK: Cambridge University Press.
- Husamettin Inac. (June, 2013). The Construction of National Identity in Modern Times:Theoretical Perspective. *International Journal of Humanities and Social Science*، 3(33).
- Inac Husamettin. (June, 2013). The Construction of National Identity in Modern Times: Theoretical Perspective. *Journal of Humanities and Social Science*، Vol 3(11) ، 223-232.
- John Thompson. (1995). *The Media and Modernity: A social Theory of the Media*. California USA: Standford University Press.
- Kim Hyungsook. (2015). National Identity Discourse in Visual Culture and Art Education. *Korean Journal* ، 55(1) ، 112-137.
- Laurance Leong. (2011). Consuming the Nation: National Day Paradise in Singapore. 3، 2، 5-16. *New Zealand Journal of Asian Studies*.
- Marshall McLuhan. (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. MA، USA: 1st MIT Press.
- Okafor Okwuchukwu، Emmanuel Ngozi، و Uzuegbunam Emmanuel. (3 2، 2014). The Media and Challenges of National Identity in Nigeria. *American Journal of Social Science*، 49-55.
- Pew Research, Global Attitudes & Trends. (2017). Pewglobal.org.

- Raymond Williams. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. Fontana, USA: Glasgow.
- Robert Bachofer. (2014). *Identity is the Message: How the Media Construct European and National Identity*. Center International De Formation Europeanne.
- S Walgrave, و R Vliegthart. (2010). *When the Media Matter for Politics: Partisan Moderators of the Mass Media's Agenda-Setting Influence on Parliament in Belgium* (المجلد 17). Belgium: Party Politics.
- Shyamal Chowdhury. (2004). *Do Democracy and Press Freedom Reduce Corruption? Evidence from a Cross Country Study*. Bonn, Germany: ZEF Center for Development Research.
- Thomas Hajkowaski. (2010). *The BBC and National Identity in Britan, 1922-53*. Manchester, Britan: University Press.
- William Bloom. (1990). *Personal Identity, National Identity, and International Relations*. New York, NY, USA: Cambridge University Press.
- William Gamson, و Andre Modigliani. (July, 1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *The University of Chicago Press Journals*, 95